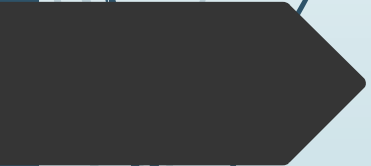


会員制ビジネス図書館に学ぶ



～会員制図書館BIZCOLIから大学の研究成果を発信する取り組みをと
おして図書館の在り方を考える～（九州産業大学産業経営研究所
の事例報告）

九州産業大学産業経営研究所の概要

九州産業大学産業経営研究所ホームページ
<https://www.kyusan-u.ac.jp/imi/>

- 設 立：1963年 大学の付属機関として発足
- 目 的：九州地域の産業経済および企業経営についての理論的・実証的な調査研究
- 研究体制：
 - 1963年～ 個別の共同研究体制
 - ⇒2009年～ 文系三学部の教員による共通テーマを掲げた共同研究体制
 - ⇒2011年～ 三段階の研究部門を設定し、段階を追って深化する共同研究体制
- 成果の発信：
 - ①機関誌「産業経営研究所報」や「研究叢書」等に掲載、関係各機関に寄贈
 - ②大学の学術機関リポジトリに搭載
 - ③学内での研究報告会
- 研究所の業務：学内の研究促進を旨として、毎年研究プロジェクトを募集、採択した案件の事務的な支援（予算の請求、管理、外部研究員の招へい関連業務、研究成果の発信）

大学の研究を取り巻く環境

- ▶ 外部資金の獲得
- ▶ 財源の多様化
- ▶ 優秀な研究者に重点的に大型研究費を投じる流れ

課題

■ 研究報告会は閑古鳥

<理由>

- ・ 実施時間の設定の難しさ（授業との兼ね合い）
- ・ 教員間で共有しにくい研究対象への関心
・・・など。

■ 研究成果の地域への還元は効果的か

経済・産業界を担う「現場の人々」に届いているか

目標

もっと積極的に研究成果を打ち出さなくては！



現役のビジネスパーソンに研究成果を直接聞いてもらう



どんな研究を行っているのかを知ってもらう

学外の人々に研究報告を聞いてもらう

- ▶ 公開講座に組み込む？
- ▶ 学外のセミナールームを借用？
- ▶ 人集めの方法は？



BIZCOLI?

BIZCOLIとは

- ▶ 運営母体：九州経済調査協会
- ▶ 名称：BIZ COMMUNICATION LIBRARY の略称
- ▶ 館種：専門図書館/会員制のビジネス図書館（2012～）
- ▶ 前身：九経調経済図書館（1972～）
専門図書館九州地区協議会資料センター（1957～）
- ▶ コンセプト：ビジネス活性化のために来館者のコミュニケーションを重視した「知の集積・交流・創造拠点」
- ▶ 戦略：コンセプトを定め、提供したい価値を決める
「人が繋がる、アイデアが繋がる」

参考文献：

岡野秀之（2018）地域開発「BIZCOLI:地域シンクタンクが運営するビジネスライブラリ」 pp.53-58

BIZCOLIの取り組み①

BIZCOLI ホームページ
<http://www.bizcoli.jp/>

- ▶ 高級感の演出をはじめとするハード面へのこだわり
(デザインコンペ方式)
- ▶ 開館時間の変更 (17:00⇒22:00)
- ▶ サービス業経験者の採用
- ▶ 開架方式 (ブックディレクターの協力)
- ▶ 展示内容

参考文献：

森本廣 (2018) 九経調70年のあゆみ「公益法人改革、事務所移転、そしてBIZCOLI誕生」 pp.68-69

岡本洋幸 (2013) 専門図書館「会員制ライブラリー「BIZCOLI」の挑戦」 pp.23-28

BIZCOLIの取り組み②

BIZCOLI ホームページ
<http://www.bizcoli.jp/>

コンセプト：「**知の集積・交流・創造拠点**」
戦 略：「**人が繋がる、アイデアが繋がる**」

■ 交流会や業後（18：30～）のセミナー開催

人脈の形成

専門の研究者によるレクチャーやキーマンの紹介

参考文献：

森本廣（2018）九経調70年のあゆみ「公益法人改革、事務所移転、そしてBIZCOLI誕生」pp.68-69

岡本洋幸（2013）専門図書館「会員制ライブラリー「BIZCOLI」の挑戦」pp.23-28

学外での研究報告会の実施

- 研究所から報告できる研究テーマのリストを提示
- コラボするテーマの選出
- 教員との調整
- 広報用の素材集め
講師紹介用の写真や紹介文、研究内容の紹介文など
- 学外への案内
協賛会員へのチラシ配付、ホームページでの案内
- 学内連絡
情報共有のための連絡

効果

- 研究者と学外の方との接点構築
(行政や経済・産業界の人々との交流)
 - ・ アイデアの交換
 - ・ 共同研究のオファー
 - ・ 講演依頼
- メディアへのアピール (TV取材)
- 学内の関心が向上

BIZCOLIに学んだこと

- ▶ コンセプトを見直し、公表していること
- ▶ シンクタンクによる運営という強みを生かしつつ「コラボ」により「巻き込む力」「共に作る価値」を活用していること
研究員による発信 ⇔ 会員からのコンテンツの提供
- ▶ 双方向性を持つダイナミズムで双方のモチベーションを上げ、利用し続けたいと思わせていること

まとめ

- コンセプトの効果
- 利用者や利用者を取り巻く環境との関係づくり
- 利用者や利用者を取り巻く組織と共に働く・作り出す価値