Content Solutions Company
SUNMEDIA

2021年度大学図書館近畿イニシアティブ初任者研修　講義

図書館サービスの利用促進に必要な伝え方

2021年12月1日(水)

株式会社サンメディア　e-Portカンパニー
内山　佳代子

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

講義の前に

- 広報に正解も間違いもない
- 所属機関によって有効なことは異なる（規模、構成、状況、雰囲気）
- 経験則は大いに参考にする …過去の事例
- これまでにない状況には、経験則で対応できないこともある
  …従来通り「ポスターで広報」では届かないかもしれない
- 学生に近い感覚や、他部署・別の仕事の経験が役に立つこともある
- 一人で悩まない

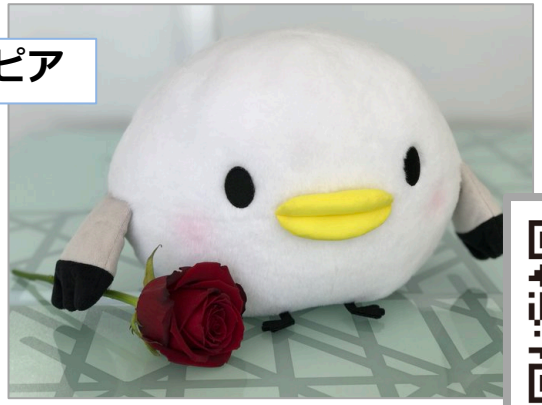
本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

自己紹介

■氏名：内山　佳代子 / Uchiyama Kayoko
■所属：株式会社サンメディア e-Portカンパニー

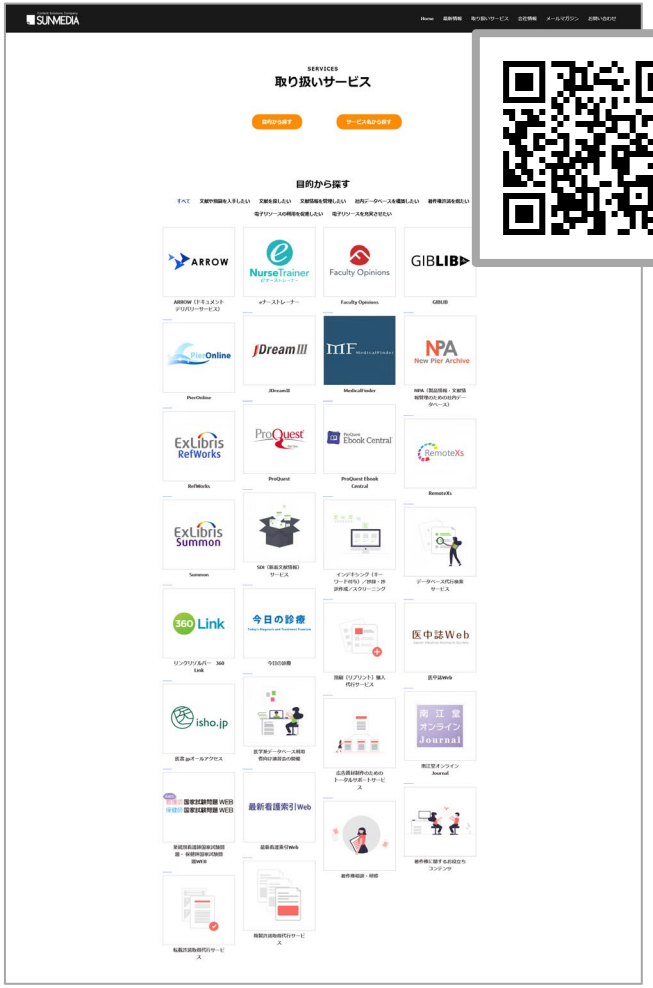
■社名：株式会社サンメディア
■設立：1964年11月14日
■事業部署
・**Article Solutions**: 文献入手、社内DB構築
・**Research Solutions**: 代行検索、著作権処理代行
・**e-Portカンパニー**: 電子リソース

ピアピア



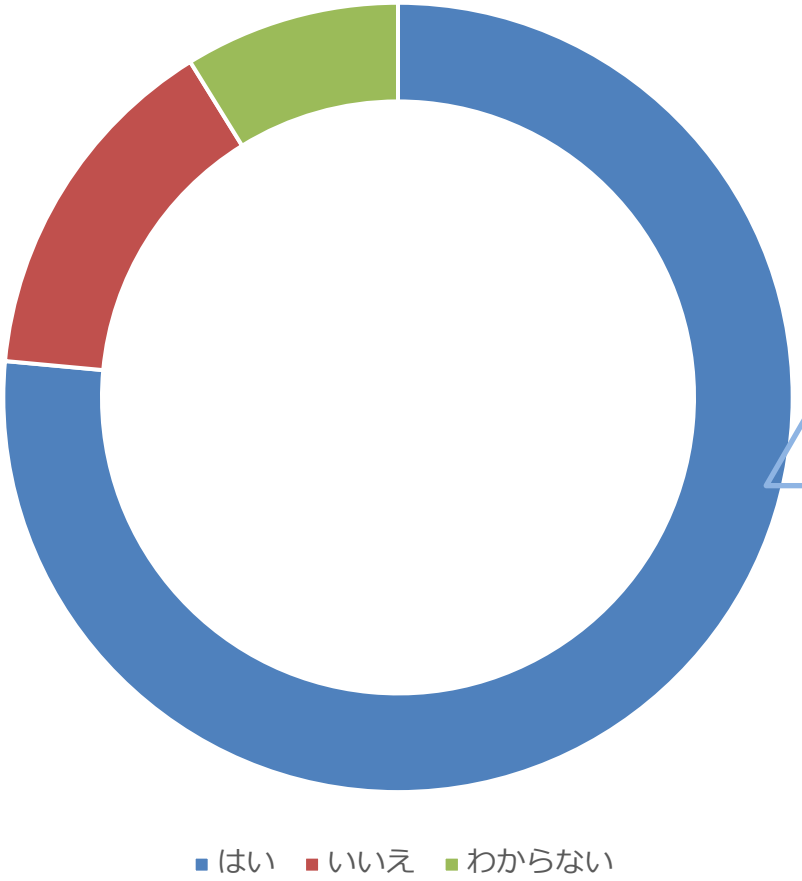
▼サンメディア
Twitter

▼株式会社サンメディアHP



本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Q1. 2020年3月以降、学外からも電子リソースを利用しやすいように、図書館で何か対応を行いましたか？

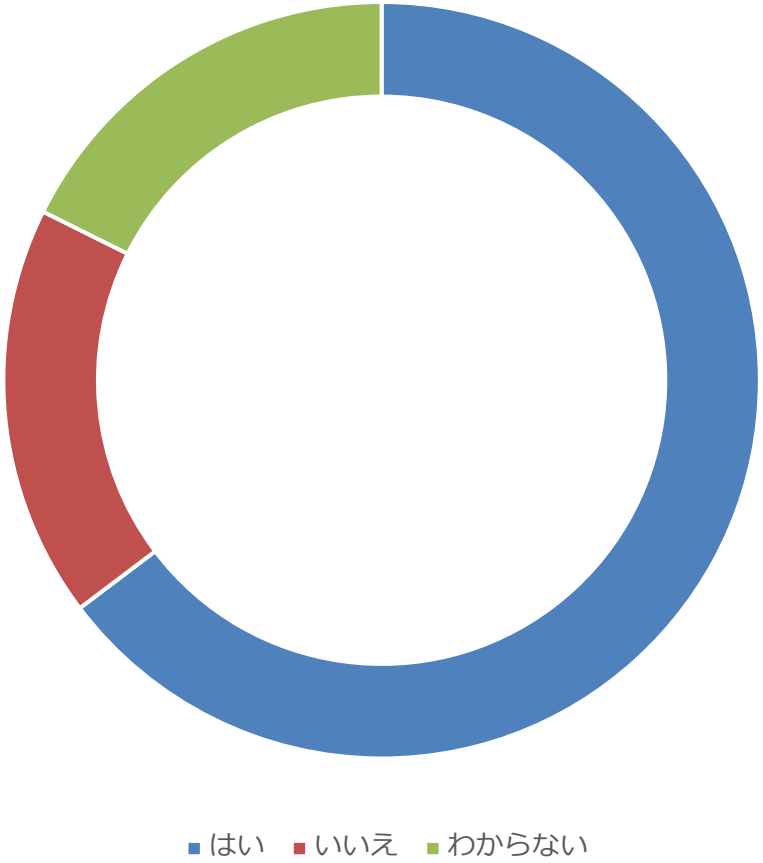


図書館で行った対応
学外からのアクセス手段を用意した
電子リソースを新しく導入した、公開した
電子リソースの同時アクセス制限数を増やした
特別な広報をした

- 図書館でのコロナ禍対応を案内
- オンラインで利用できるサービスの紹介
- プロバイダのオンラインセミナーの紹介
- 電子リソース利用促進のためのコンテンツを作成
- チャットレファレンス

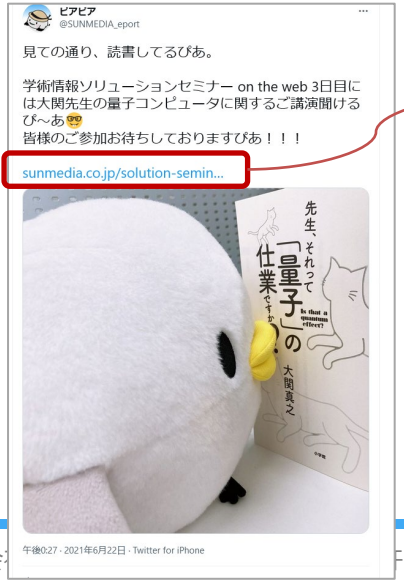
本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Q2. 2020年3月以降、電子リソースの利用促進のために、オンラインで広報を実施しましたか？



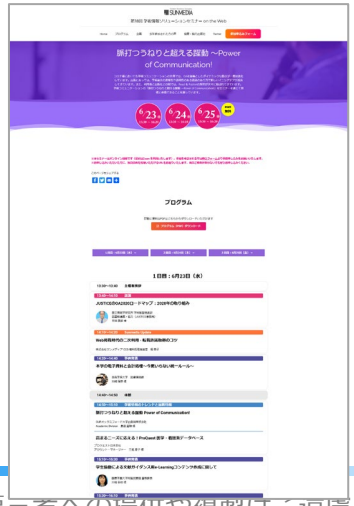
実施したオンライン広報
動画作成
大学で用意しているWEBページ（図書館HP、学内ポータルサイト、OPAC）でお知らせ
Twitter、ブログ、冊子でお知らせ
メールでお知らせ（不特定多数？ 特定利用者？ へのお知らせ）
QRコード（スマホからのアクセス）

目に触れやすくする工夫



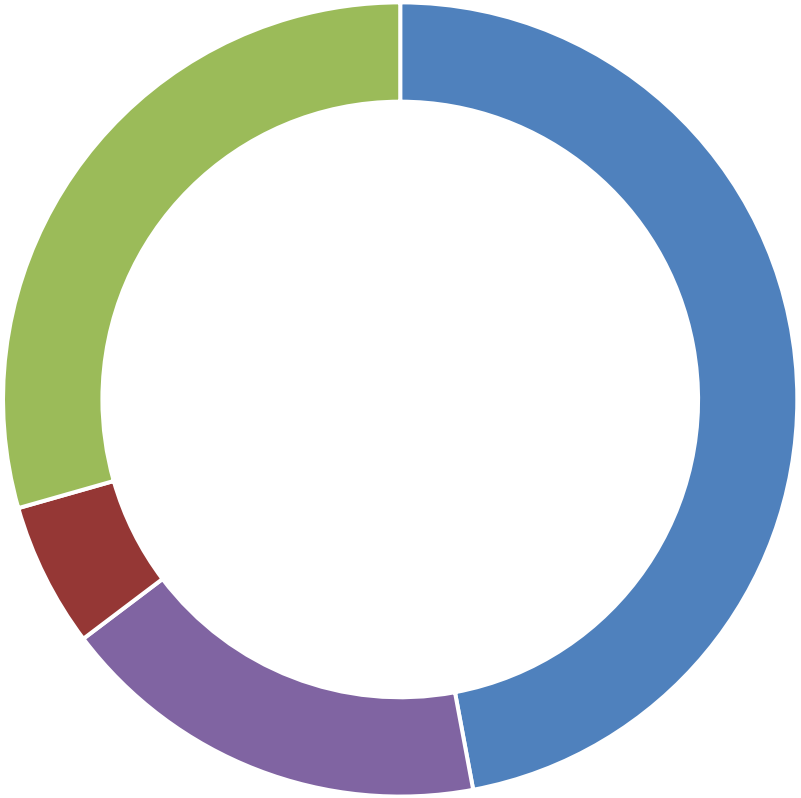
サンメディアTwitter▶

▼サンメディアHP



本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディア諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Q3. 2020年3月以降、電子リソースの利用数に変化はありましたか？



利用数の増加
オンライン授業でDBを使用した
特定の資料利用、特定キーワードでの検索が増加した
リモートアクセスを用いたコンテンツ利用が増加した
電子書籍の利用が増えた

利用数の減少
来館者が減った
対面ガイダンスが中止になった
リモートアクセスの方法が周知できていなかった
一部のコンテンツで利用が減った

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Q4. オンライン広報用の資料作成にあたって、悩んでいることや困っていることはありますか？

作成前

何をすればいいの？

どんな媒体で広報をすればいいの？

利用者のニーズの把握が難しい

作成中

スタッフによって作成スキルが異なる

使えるツールの限界

デザインが難しい

著作権処理に気を遣う

作成後

情報更新が大変である

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Q5. その他に、講師や参加者の皆様にお尋ねになりたいことがあれば、ご記入ください。

作成前

どんな媒体で広報をすればいいの？

図書館からの広報ツール（掲示・HP・メール・SNS等）として何を利用されているか。
また、そのうちどのツールが最も利用者に届いている（見られている）と思われるか。

作成後

情報更新が大変である

メンテナンスしやすく、
かつ効率的に情報を届ける方法を知りたい。

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

＜講義の参考文献＞

書名: プロの資料作成力：意思決定者を動かすテクニックとおもてなしの心

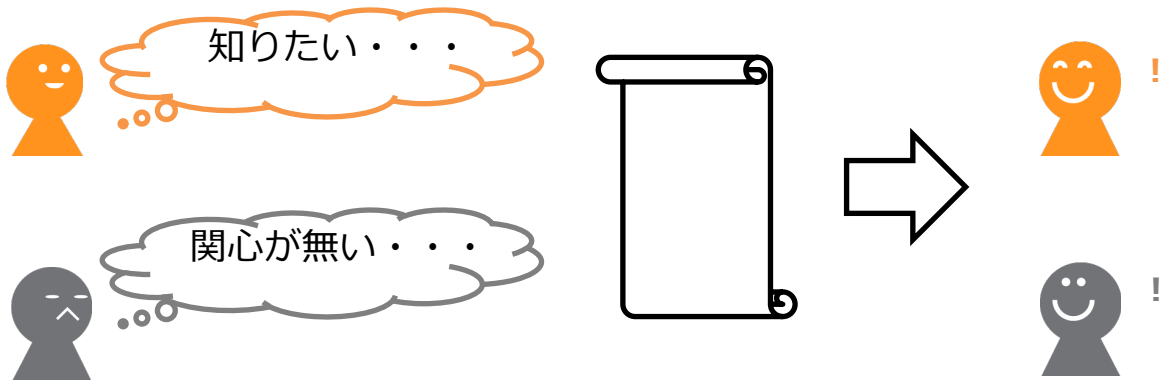
著者: 清水 久三子

出版社: 東洋経済新報社 (2012/5/25)

ISBN-13: 9784492044612

＜本の帯のキャッチコピー＞

”一瞬で相手に伝わり、「Yes」を引き出す。“



本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

「わかる」「伝わる」資料の条件

意味がわかる

情報が頭の本棚に収められ、
適切に引き出せる

情報の量と質が適切で
脳に収めやすい

意義がわかる

主張に合点がいって腑に落ち、
「行動」に移せる

論理的・感情的に
受け入れやすい

意味と意義の両方が伝わって、初めて「わかった」状態になる

内容は受け入れられる
ものであるはずなのに
情報加工が不適切

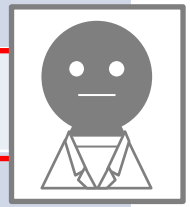
意味はわかるけど
行動に移せない、
やりたくない

**相手の状況に配慮して
各自に合う内容を「伝える」ことを意識する**

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

「わかる」「伝わる」資料の作成ステップ

Step 1	目的（何のために？）
Step 2	ターゲット（誰に向けて？）
Step 3	メッセージ
Step 4	構成
Step 5	ビジュアル化



注① 資料作成において、最も大事なのは「ターゲット」の分析
目的を設定したら、自分の言いたいこと（メッセージ）を決めるより前に伝える相手（ターゲット）を分析する。

注② 「目的」「ターゲット」「メーセージ」を明確にしてから作成
まずは手書きで書いてみる。いきなりパソコン（ツール）を立ち上げない。

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Q4. オンライン広報用の資料作成にあたって、悩んでいることや困っていることはありますか？

まずは「目的」「ターゲット」「メッセージ」を定める

作成前

何をすればいいの？

どんな媒体で広報をすればいいの？

利用者のニーズの把握が難しい

「ターゲット」を分析する

「ターゲット」によって
有効な媒体は異なるかもしれない

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Step 1.
「目的」は３段階で設定する

▼RefWorks詳細

資料を見た相手が「行動」を起こすことを期待する

（例）文献管理ツールRefWorks

・文献情報をクラウド上で管理することができる。学外でも利用可能。

・取り込んだ文献情報を使って、論文の参考文献リストを指定した形式で簡単に出力することもできる。

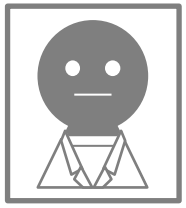
	目的	例	ポイント
①	行動	• RefWorksを利用する	求める「行動」は明確かつ簡潔に設定
②	理解	• 折角データベースで探し出した情報を整理できていない、管理できていない →RefWorksを利用すれば、Web上の自分のデータベースで整理して管理できる • 参考文献リストの作成に時間を取られている →RefWorksを利用すれば、簡単に出力できる	利用者が「行動」を起こすために、「理解」してほしいこと（現状把握、問題提起）を設定 **行動に紐づかない理解は、ただの情報**
③	状態	• これまでExcelで管理していた文献情報を、RefWorksで管理する • 論文やレポートを作成する時に、RefWorksを利用することで、効率的に参考文献リストを作成できるようになる	利用者が「行動」を起こす時の、具体的なイメージ

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Step 2.
「ターゲット」をプロファイリングする

最重要事項＝ターゲットの設定

・自分が伝えたいことは一旦忘れる
・ターゲットのプロファイリングを行う



▼プロファリングとは？

	プロファイリング項目	分析する事
①	ターゲットは誰	メインターゲットとサブターゲットがいる場合は、メインをどこかに設定する
②	ターゲットの人物像	ターゲット情報を分析する（日々の行動パターン、どんな業務をしているか等）
③	ターゲットの期待	ターゲットの優先順位と判断基準を分析する
④	ターゲットを説得するポイント	ターゲットが保有する情報量と理解度を可視化する

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Step 2.
「ターゲット」をプロファイリングする

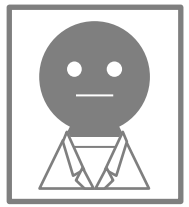
②ターゲットの「人物像」

例）大学生
・検索という行為には抵抗が無い（ネオ・デジタルネイティブ世代）
・Google検索に慣れている
・検索する端末はパソコンより、スマホやタブレット
・検索のポイントを勘で探ることができる反面、便利な使い方を知らない

・図書館提供サービスを知らない
　図書館がサービスを提供していることを知らない
・図書館のサービスで何を利用／検索できるのか知らない
・検索のコツがわからない

・１～２回生…初学者、時間はある、授業に出て来る。
・３～４回生…卒論や就職に必要、就活で忙しい、大学に出て来ない。

例）研究者　…先生、研究員、大学院生、一部の大学生
・お気に入りのデータベースがあって、それしか使わない
・マニアックに詳しい
・分野（文系／理系）で利用対象、頻度等が異なる
・とにかく忙しい
・なかなか、つかまらない。学内会議で確実に会える



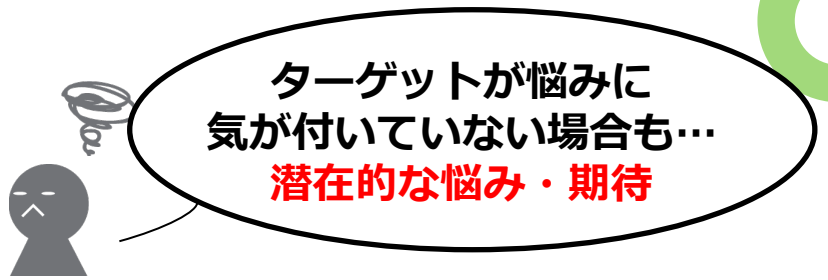
ターゲットの特徴的な人物像を抜き出す

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Step 2.
「ターゲット」をプロファイリングする

③ターゲットの「期待」

期待＝ターゲットの「優先順位」と「判断基準」



ターゲットの悩みを解消するポイント

例）大学生
●優先順位
レポートの提出、就職活動、社会経験…

●判断基準（どれくらいの基準なら、相手の心に響くか）
レポート作成のために知りたい事＝レポートの書き方、文献の探し方、文献情報の管理方法

期待を把握したうえで、良い意味で裏切る

■ターゲットが、自分にとって何が重要かわからず、優先順位がつけられない場合もある。
資料の中で「これが重要です」と**啓蒙する内容**にすることも有効。

■ターゲットの「●●したい」という要求に応えるだけでは、インパクトが無い。
ターゲットが言語化できていない**潜在的期待を推し量って提案**する。
但し、自分が言いたい事をターゲットの期待にすり替えない。

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Step 2.
「ターゲット」をプロファイリングする

④ターゲットを「説得するポイント」（ターゲットの情報量と理解度）

Why　なぜそれをやるべきか
What　解決策（図書館提供サービス）の存在を知っているか
How　どうやって使うのか

「Why / What /How」の内、どこを中心に説明すると効果的か
ターゲットにとっての**「説得のポイント」**を分析をする。

ターゲットが保有する情報量と理解度を可視化する（○十分、△少し、×全く無い）

（例）ディスカバリーサービスの利用を促したい場合

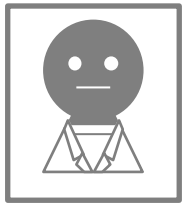
	確認したい情報カテゴリー	ターゲットの情報量と理解度が×か△なら、説得するポイントになる
Why	なぜディスカバリーサービスを使うべき？	図書館が提供する様々な資料をまとめて検索することができるので、検索漏れを防ぐことができます。
What	ディスカバリーサービスを知っているか？	検索できる対象は、電子ジャーナル／ブック、雑誌記事・論文、新聞データベース、辞書・辞典、OPAC等です。
How	どうやって使うのか？	課題に対して曖昧なキーワードしかわからなくても、Googleのような一つの検索窓から検索を開始することができます。

どこを中心にするか

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Step 2.
「ターゲット」をプロファイリングする

プロファイリング結果



①誰
②人物像
③期待
④説得するポイント

「仮説（資料作成の方針）」を導く
…プロファイリングのゴール

「誰に」「何を」「どのように」
伝えるのが最も効果的か

▼「仮説」の精度を高めるために

●ターゲットの考え方に近付く
ターゲットの立場になって、期待や情報量・理解度を想定した上で
ターゲットが行動する意義を理解しやすい説明を組み立てる。

●ターゲットの「期待」を超えて説得する
一度近付いたターゲットの立場から離れて、ターゲットが言語化していない
潜在的期待や意外なメリット等を説得ポイントに取り入れる。
（ターゲットの期待を把握して、良い意味で裏切る）

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Step 3.
「メッセージ」を決める

メッセージ＝主張 (B…行動) × 根拠（A）
「A（メリット）だから、Bすべきである」「A（悩み）は、Bで解消できる」

・主張 or 根拠のどちらかだけでは、メッセージが伝わらない
・ターゲットに合わせたメッセージが必要
だから、メッセージを検討する前に、ターゲットのプロファイリングをします

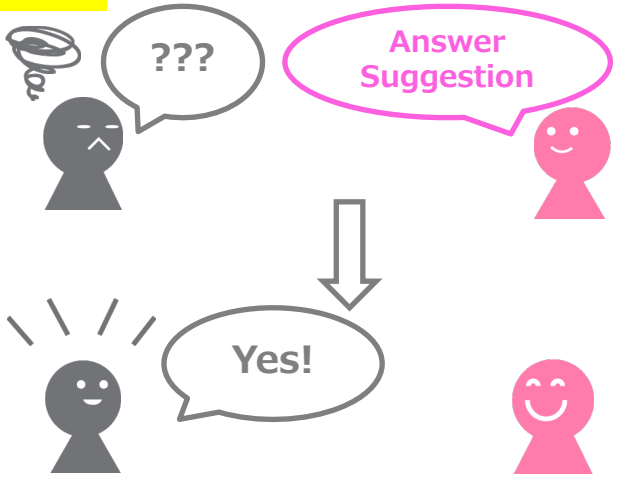
▼メッセージの「主張」「根拠」が揃っているか確認する

①主張と根拠の間に、論理的に矛盾が無い

②ターゲットの「なぜ？」に耐えることができる
ターゲットの立場で相手の疑問・反論を予測して説得できる

③感情的に受け入れられる。相手の感情を害さない。
相手の立場に立つ。自分の主張や立場に固執しない。

④前面に感情を出さない。冷静に。



本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Step 4.
資料の「構成」を考える

構成で重要なことは「ターゲット」。相手の理解度を図る。

（例）データベースを案内する
・未経験者には、データベース自体の紹介や便利な点を案内
・既存の利用者には、便利な使い方や新機能を案内

メッセージ自体を変える

メッセージの構成を変える

メッセージの中で一番目立たせたいことを、ターゲットによって変える

メッセージを見せる方法（媒体）を変える

図書館HP、学内ポータルサイト、OPAC、SNS、メール、冊子、紙の資料…

ターゲットにメッセージを受け取ってもらう（意味と意義をわかってもらう）ために、送信側で工夫してみる

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

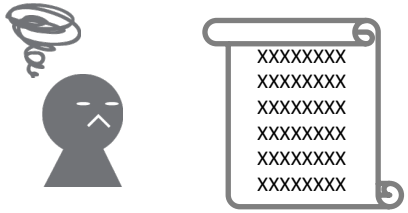
Step 5.
「ビジュアル化」は情報の質と量が大事

ビジュアル化（可視化・視覚化）

：文章や言葉で伝えるより、一瞬で「わかる」「伝わる」ようにするためにメッセージや情報を図表やグラフに置き換えること

①情報の質を高める

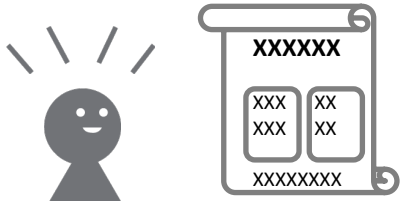
- 言葉の定義は明確にする
- ターゲットが理解しやすい言語に置き換える
- 具体的に説明。抽象的なキーワードは効果的に使用する
- タイトルと内容は一致させる



②情報の量を適切にする

- 必要な言葉だけを残して、文字数は極力少なくする
- 繰り返しの言葉は「まとめる」「省く」
- スペースを考えて、量を制限する

・Twitter 140文字
・詳細URLをクリックしてもらうには？



本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Content Solutions Company SUNMEDIA

【サンメディア実例紹介】
Web発注システム ARROW パンフレット作成

■社名：株式会社サンメディア

■事業部署

・**Article Solutions**: 文献入手、社内データベース構築サービスなど

・**Research Solutions**: 代行検索、著作権処理代行サービスなど

・**e-Portカンパニー**: 電子リソースサービス

Web発注システムを ARROW に変更

●文献電子配信サービス(ArticleDirect)の需要やOA誌の増加等、文献を取り巻く環境変化への対応する。
●電子版と紙の両方の文献依頼を、同じシステムで完結できる。
●将来的に、文献入手以外のサンメディア提供サービスの問合せ・発注の窓口にする。

Article Solutions

既存のお客様向けに
新システム周知の
案内を作ってね

若手社員K

・当時入社４年目、Article Solutions所属
・資料修正の経験はあったが、最初からデザインしたことは無い
・イラストレーター等のツールの利用は不慣れ
・ARROWの利用ガイドを作成中で、ARROWの概要を把握

ARROWの機能（ARROWを利用してできること）を
紹介するパンフレットを作成しますね

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

Content Solutions Company SUNMEDIA

【サンメディア実例紹介】
Web発注システム ARROW パンフレット作成

社長

・ARROWの全体像を示す
・機能の説明はしない　**目的**

若手社員K

！？

e-Portカンパニー 部長

・機能の説明だけでは、お客様はARROWを使う自分自身をイメージできない
・具体的な状況（お客様の悩み）に当てはめて説明することで、「ARROWを使うと、どんなお悩みを解決できるのか」を伝える　**目的・ターゲット**

・情報量が多すぎると、よく読まないとわからない　**メッセージ**
・見た瞬間に、目を惹く（関心を持てる）ものにする

・表側はキャッチコピーと解決できる事にして、裏側は概要図を入れてはどうか？　**構成・ビジュアル化**

e-Portカンパニー デザイン担当

デザインやイラストレーターが得意

・色は明るく
・画像素材の提供
・私が表側のデザインをやります

●目的・ターゲット・メッセージを設定する
●情報量を絞り込む
●ターゲットの悩みと、ARROWで解決できることに重きを置いた内容にする

！

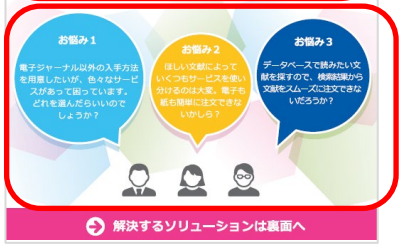
本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

【サンメディア実例紹介】
意味と意義がわかるパンフレットに

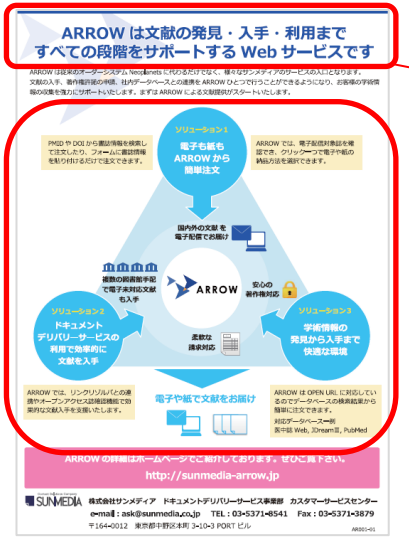
目的	**行動**	ARROWを使う
	理解	電子文献を入手したい、紙の文献も発注したい
	状況	ARROWで文献発注をより簡単に行える
ターゲット	**誰**	サンメディアのドキュメントデリバリーサービスを利用するST系企業の文献担当者
	人物像	これまでのWeb発注システムに慣れている、要望がはっきりしている、忙しい
	潜在的期待 **※優先順位と判断基準**	文献発注の手間を解消したい
	①	利用頻度の低い契約雑誌はPPVや文献入手サービスにしたいが、どれがいいのか選べない
	②	複数サービスを文献の種類によって使い分けたい
	③	データベースの検索結果と文献依頼を連携させて、文献発注できる環境を整備したい
	説得のポイント	説明の中心はWhy(なぜARROWを使うべき？)にする。表側にWhat(ARROWとは？)を出して、ARROWへの関心を惹くようにする
	仮説	効果的に伝えるポイント＝ARROWを利用することで、悩み①~③を解決できる
メッセージ	**主張×根拠**	文献入手のお悩みは、ARROWをご利用いただくことで解決できます

What(ARROWとは？)

キャッチコピー



人物像と
潜在的期待
(悩み)



メッセージ

Why
(潜在的期待に
応える提案)
&
ARROWの
全体像

<u>全てを載せない。情報の質を高める ＆ 情報の量を適切にする</u>

これで終わり、ではありません…

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属しま

Content Solutions Company SUNMEDIA

【サンメディア実例紹介】
ARROW パンフレットの改訂　その①

お客様からの問合せ

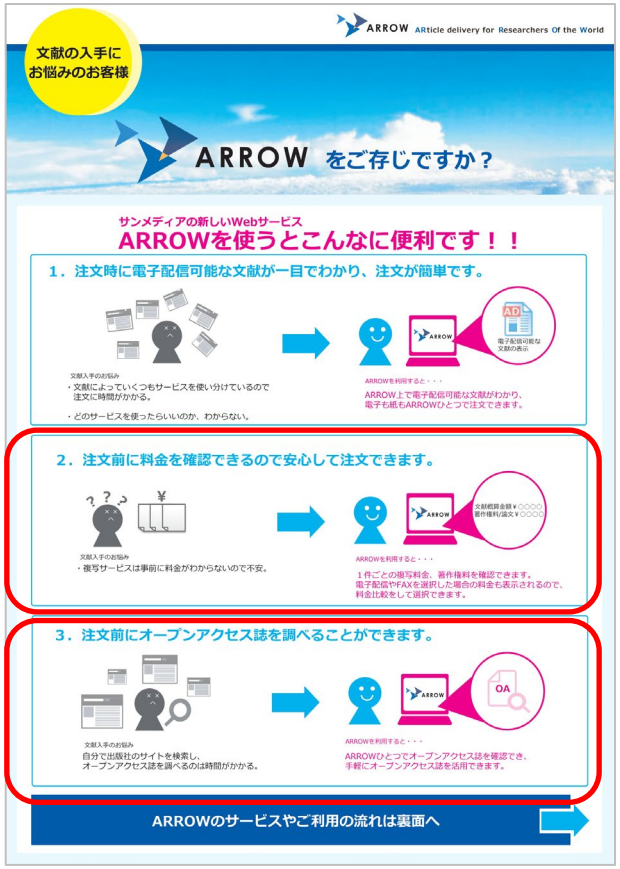
↓

若手社員K

改訂版に反映しよう

料金(日本円)が
ARROWの画面上で
一目でわかる

OA誌の調査機能
(OA誌の増加に伴う要望)



電子配信の契約
を結んでいる
出版社の一例

紙媒体の発注も
可能

著作権処理済の
安全な文献*を
お届けする

***安全な文献とは？**
電子での配信は便利な反面、**きちんと権利処理（合法的な電子複製、著作権処理）がされているサービスを選択することが重要**です。例えば、転売禁止で個人利用に限るとされているPayPerViewでダウンロードした文献を、第三者に転売するケースもあるようです。
サンメディアは著作権者から許諾を得たり、各出版社と直接契約を結んで文献データを販売目的で入手しており、権利処理がされた文献を販売しています。

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

【サンメディア実例紹介】ARROW パンフレットの改訂　その②

Article Solutions

お客様に１対１で
説明する時に
使える資料も欲しいな

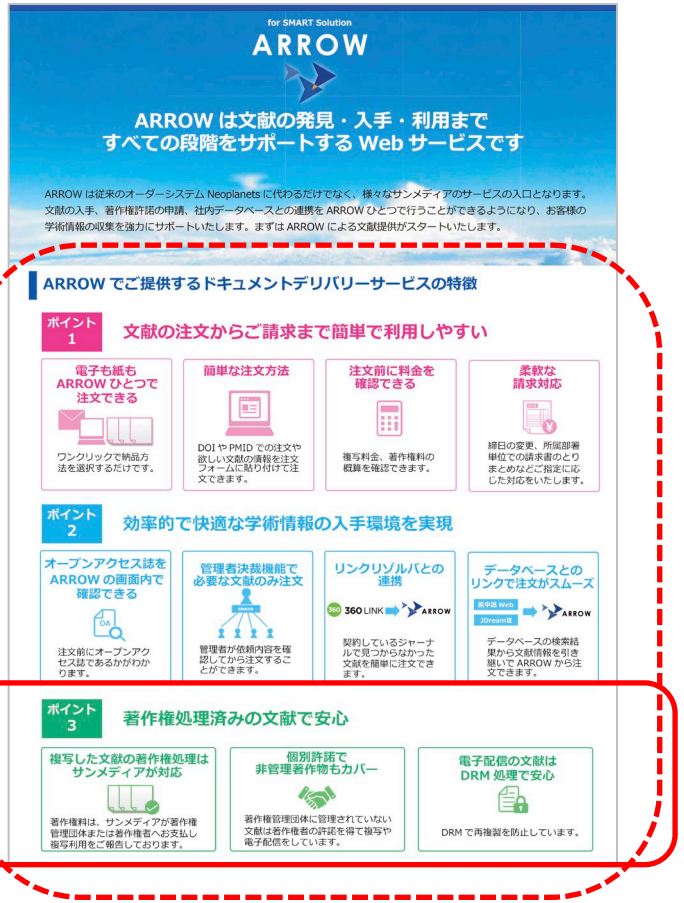
↓

若手社員K

配布用以外に
説明用の資料を
作ろう

個別の機能・特徴

著作権処理済の
安全な文献を
お届けできる仕組み



料金表

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

まとめ

●同じサービスを提供している図書館でも、状況は同じではない

●「ターゲット」のプロファイリングを重点的に行う

●資料作成の方針や内容を、常にブラッシュアップする

「目的」「ターゲット」「メッセージ」は常に変わる

●他者のレビューを頼る

・図書館内（他の担当者）、学内の他部署、利用者（学生協働サポート等）
・学外の図書館員
・関係者（出版社、代理店、システムベンダー、書店等など）
・業務外の人

大学図書館は様々な人と接する必要がある。
だから、面白い

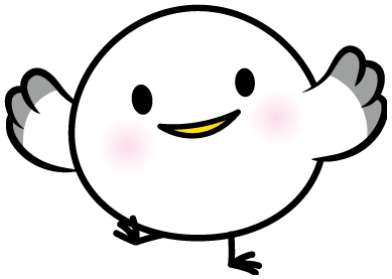
本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

株式会社サンメディア　e-Portカンパニー

〒164-0012 東京都中野区本町3－10－3 PORT91
Tel.03-3299-1575

▼株式会社サンメディア
https://www.sunmedia.co.jp/

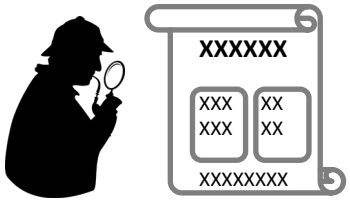
▼e-Portカンパニー ピアピアTwitter
https://twitter.com/sunmedia_eport



本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

大学図書館の広報事例

大学図書館で作成された広報資料は、インターネット上で多数公開されています。
資料の作成に悩んだ時には、他館の事例を参照することで、
ヒントが得られるかもしれません。



今回は10件の広報事例（6機関の講習会案内資料と、4機関のキャラクター活用例）をご紹介します。

---

*目的・ターゲット・メッセージ等は、大学図書館で作成された資料について、個人的な観点で分析したものである事をご了承いただけますと幸いです。

*大学や図書館のキャラクターを広報資料も掲載している事例も、よくお見掛けします。
資料への掲載を含めた活用事例をご紹介します。

*本資料のURLは2020年5月初旬に接続を確認しております。

今回のご紹介にあたり、資料やキャラクターの使用をご快諾いただきました各館の皆様に、この場を借りて深く御礼申し上げます。

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

大学図書館の資料作成事例

▼京都大学様
レポート準備講習会

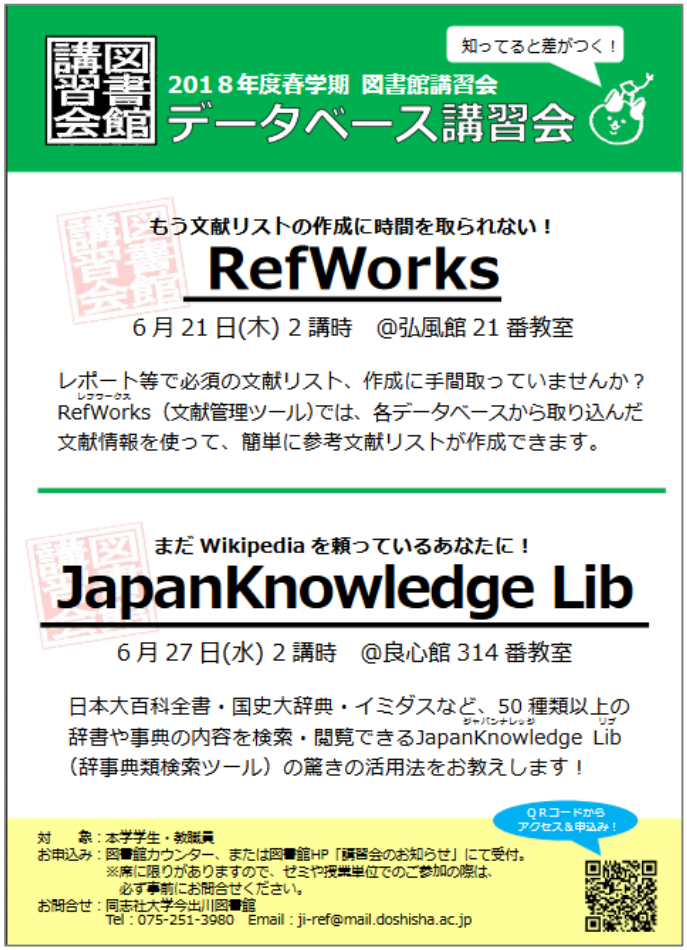
京都大学吉田南総合図書館ホームページより
http://www.kulib.kyoto-u.ac.jp/yoshidasouthlib/news/2019/index.html#news-17

目的	行動	講習会に参加する
	理解	図書館で借りられない資料も、入手できることを知る。
	状況	電子資料や学外資料の取り寄せを活用しようと思う
ターゲット	誰	レポートを書くための文献を探している人（メインは１・2回生）
	人物像	「参考文献に載ってた本が見つからない！」「図書館の本、全部借りられてた…」と困っている人。
	潜在的期待 ※優先順位と判断基準	欲しい資料が無い/貸し出しされていたら、どうしたらいいだろうか
	説得のポイント	What＝電子資料を活用できる。学外資料取り寄せを依頼できる How＝15分で知ることができる
	仮説	目的の資料を図書館で借りられず、困っている/諦めている学部生がいる。電子資料や学外資料の取り寄せ方法を紹介することが、レポート執筆の支援になる。
メッセージ	主張×根拠	図書館で借りられない資料も、電子資料や学外資料の取り寄せで利用することができます。入手方法は15分でご紹介します。
ビジュアル化		・ターゲットを明記 ・「15分で納得！」と短時間で学べる事を明記

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

大学図書館の資料作成事例

▼同志社大学様
RefWorks/JapanKnowledge Lib講習会

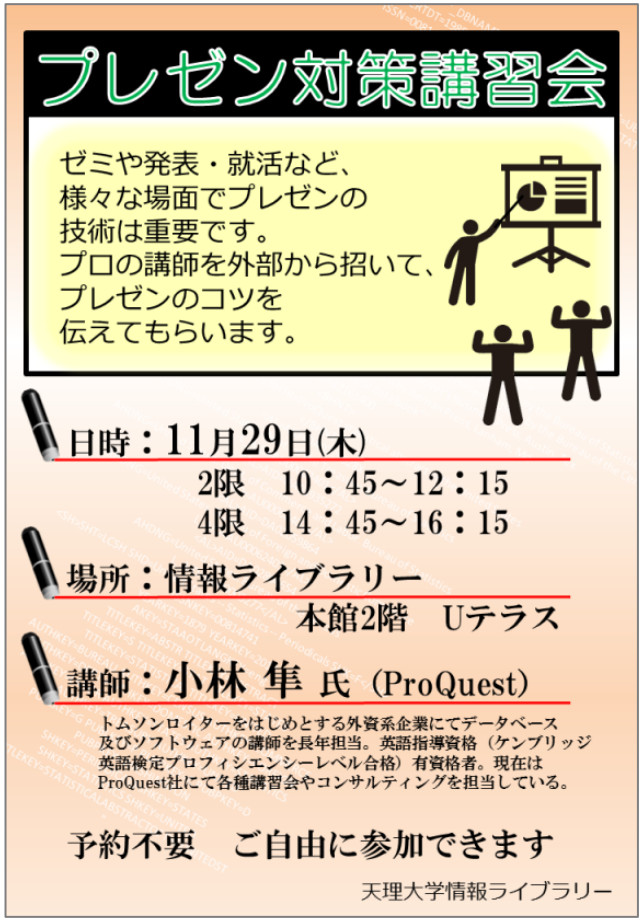


同志社大学ホームページより
https://www.doshisha.ac.jp/attach/event/OFFICIAL-EVENT-JA-2963/97880/file/2018harudatebase.pdf

目的	**行動**	講習会に参加する
	理解	文献リスト作成/辞事典類検索が簡単に行える（RefWorks/JapanKnowledgeを使わないと作業に手間がかかる）ことを理解する
	状況	各サービスを活用して、レポート等の作成を手間を掛けずに行えるようになる
ターゲット	**誰**	文献リスト作成/辞事典類検索に時間を掛けている人
	人物像	文献リスト作成を手動で作成している。 意味を調べるのに、辞事典類を一つ一つ探したり、Wikipediaに頼っている人。
	潜在的期待 **※優先順位と判断基準**	時間を掛けずに簡単に、文献リスト作成/意味調べができたらいいのに、と思っている。
	説得のポイント	What＝各サービスで実現できること Why=利用によって作業の効率化を実現
	仮説	レポート等の作成に時間を掛けたくないという期待がある。各サービスの利用方法をを学習することで、利用者は作成作業を効率的に行えるようになる。
メッセージ	**主張×根拠**	文献リスト作成や辞事典類検索に時間を掛けていませんか。 RefWorks/JapanKnowledgeの使い方を学ぶことで、レポート等を時間を掛けずに作成できるようになります。
ビジュアル化		QRコード。色分け。「知っていると差がつく！」

大学図書館の資料作成事例

▼天理大学様
プレゼン対策講習会



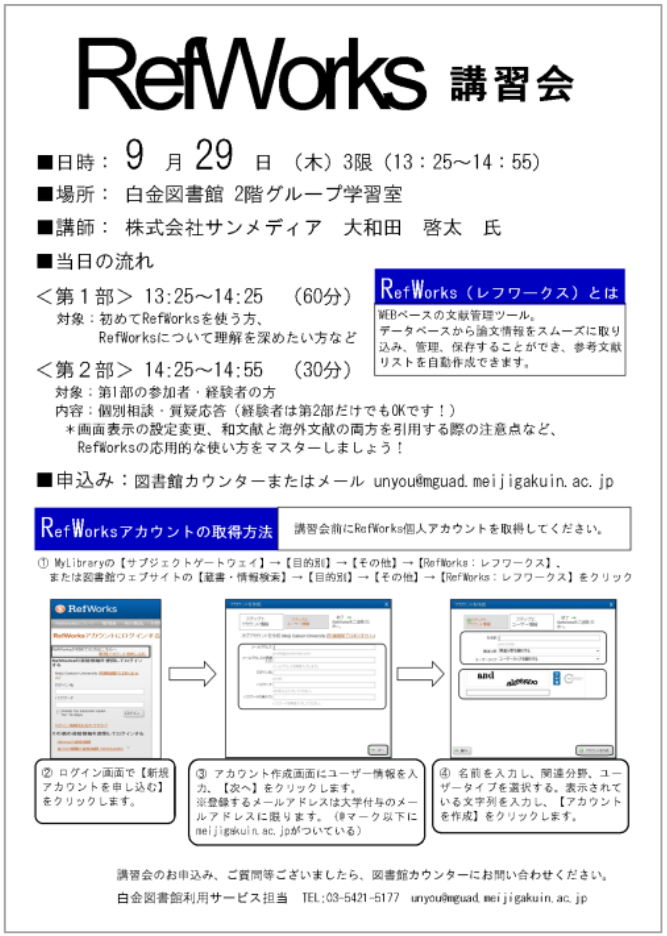
天理大学情報ライブラリーホームページより
https://www.tenri-u.ac.jp/topics/q3tncs00001ni4da.html

目的	**行動**	講習会に参加する
	理解	プレゼンのコツを理解する
	状況	プレゼン技術の上達。自分のプレゼンに自信を持つ
ターゲット	**誰**	人前で話す機会がある人
	人物像	プレゼンのやりかたがわからない。自分のプレゼンに自信がない、苦手である。
	潜在的期待 **※優先順位と判断基準**	プレゼンのコツを知りたい。人前でうまく話せるようになりたい。
	説得のポイント	Why＝「ゼミや発表・就活など、さまざまな場面でプレゼンの技術は重要です」 What＝プレゼンにはコツがある How＝プロの講師による講習
	仮説	プレゼンのコツ（コツがあること）を理解することで、自信をもって人前で話せるようになる。
メッセージ	**主張×根拠**	ゼミや発表・就活など様々な場面でプレゼンを行う機会があります。プレゼンのコツを知ることで、上手にプレゼンができるようになりましょう。
ビジュアル化		・講習のイメージに合うイラスト ・説明=メッセージとなっていて、講習内容をイメージしやすい

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

大学図書館の資料作成事例

▼明治学院大学様
RefWorks講習会



RefWorks 講習会

■日時： 9 月 29 日 （木）3限（13：25～14：55）
■場所： 白金図書館 2階グループ学習室
■講師： 株式会社サンメディア 大和田 啓太 氏
■当日の流れ

＜第１部＞ 13:25～14:25 （60分）
対象：初めてRefWorksを使う方、
RefWorksについて理解を深めたい方など

＜第２部＞ 14:25～14:55 （30分）
対象：第1部の参加者・経験者の方
内容：個別相談・質疑応答（経験者は第2部だけでもOKです！）
＊画面表示の設定変更、和文献と海外文献の両方を引用する際の注意点など、
RefWorksの応用的な使い方をマスターしましょう！

RefWorks（レフワークス）とは
WEBベースの文献管理ツール。
データベースから論文情報をスムーズに取り込み、管理、保存することができ、参考文献リストを自動作成できます。

■申込み：図書館カウンターまたはメール unyou@mguad.meijigakuin.ac.jp

RefWorksアカウントの取得方法 講習会前にRefWorks個人アカウントを取得してください。

① MyLibraryの【サブジェクトゲートウェイ】→【目的別】→【その他】→【RefWorks：レフワークス】、
または図書館ウェブサイトの【蔵書・情報検索】→【目的別】→【その他】→【RefWorks：レフワークス】をクリック

② ログイン画面で【新規アカウントを申し込む】をクリックします。

③ アカウント作成画面にユーザー情報を入力、【次へ】をクリックします。
※登録するメールアドレスは大学付与のメールアドレスに限ります。（@マーク以下にmeijigakuin.ac.jpがついている）

④ 名前を入力し、関連分野、ユーザータイプを選択する。表示されている文字列を入力し、【アカウントを作成】をクリックします。

講習会のお申込み、ご質問等ございましたら、図書館カウンターにお問い合わせください。
白金図書館利用サービス担当 TEL:03-5421-5177 unyou@mguad.meijigakuin.ac.jp

明治学院大学図書館ホームページより
https://www.meijigakuin.ac.jp/library/about/activity/2016-09-21.html

目的	**行動**	講習会に参加する
	理解	RefWorks利用で論文情報のスムーズな取り込み・参考文献リストの自動作成ができる
	状況	RefWorksの使い方をマスターしようと思う
ターゲット	**誰**	・初めてRefWorksを使う方 ・RefWorksについて理解を深めたい方 ・RefWorks利用経験者
	人物像	・文献情報管理をしたいと思っている ・積極的な参加者（参加条件が「個人アカウントの事前作成」）
	潜在的期待 **※優先順位と判断基準**	・文献情報の管理と利用を効率的に行いたい ・短い時間で学習したい →利用経験者には第二部(30分)のみ参加可にする（参加の優先順位を上げる工夫）
	説得のポイント	What＝RefWorksとは何か（第一部） How＝何ができるか（第二部）
	仮説	文献情報管理を行いたいという期待がある。 利用者によって理解・経験に差がある。
メッセージ	**主張×根拠**	90分(30分)で文献情報管理ツールRefWorksの基本／応用をマスターしてください。
ビジュアル化		短時間で基本／応用をマスターしてもらうために、個人アカウントの事前作成を要望。 アカウント作成手順は、資料の中で案内している(参加のハードルを下げる工夫）。

株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

大学図書館の資料作成事例

▼法政大学様
OPAC/HOSEI Searchミニガイダンス

法政大学ホームページより
http://www.hosei.ac.jp/library/NEWS/news/181015_02.html

目的	**行動**	ミニガイダンスに参加する
	理解	新しくなったOPAC、新導入のHOSEI Search(ディスカバリーサービスSummonの存在や便利な点を知る
	状況	新サービスを利用する
ターゲット	**誰**	利用者全員
	人物像	図書館で提供するリソースを探したい人
	潜在的期待 **※優先順位と判断基準**	・論文探しを簡単に行いたい ・まとめて検索したい ・検索した結果を管理したい
	説得のポイント	What=新しいOPAC／HOSEI Searchを使うと、検索を簡単に行える
	仮説	新サービスの便利な点を紹介することで、利用者の要望（検索を簡単に行いたいという）を実現できる。
メッセージ	**主張×根拠**	新サービスを利用すると、検索を簡単に行うことができます。ガイダンスに参加して、まずは便利な点を知ってください。
ビジュアル化		・利用者の悩みや疑問を吹き出しで表現 ・黄色い背景の目立つエリアの一番上に「昼休み30分で」と所要時間を記載 ・「1週間毎日」（曜日でスケジュールが立てやすい）

株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

大学図書館の資料作成事例

▼文教大学様
卒論ミニ講座

文教大学越谷図書館ホームページより
http://www.bunkyo.ac.jp/faculty/lib/slib/topic-detail/2018/20180523.htm

目的	**行動**	ミニ講座に参加する
	理解	卒論執筆の流れをつかみ、作成の各段階で必要なサービス（CiNii Articles, RefWorks等)について知る
	状況	各サービスの使い方を理解して、必要な段階で利用できるようになる
ターゲット	**誰**	これから卒論を書く人
	人物像	卒論執筆の基本がわからない。不安を感じている
	潜在的期待 **※優先順位と判断基準**	卒論執筆の基本的な流れを知りたい。卒論作成に必要なサービスを、段階的に教えて欲しい。
	説得のポイント	What＝各サービスを使える How=段階ごとにサービスを使い分ける
	仮説	ターゲットはこれから卒論を書く人。各サービスの講座に参加することで、執筆の流れと各サービスの使い方を学習し、効率的に卒論を執筆できるようになる。
メッセージ	**主張×根拠**	卒論の作成に悩んでいませんか。執筆の流れと、執筆の段階ごとに役立つ専門サービスの利用方法を学ぶことで、効率的な論文執筆を実現できます。
ビジュアル化		・文字のサイズや色でメリハリをつける ・キャラクター(BUNKO)の活用

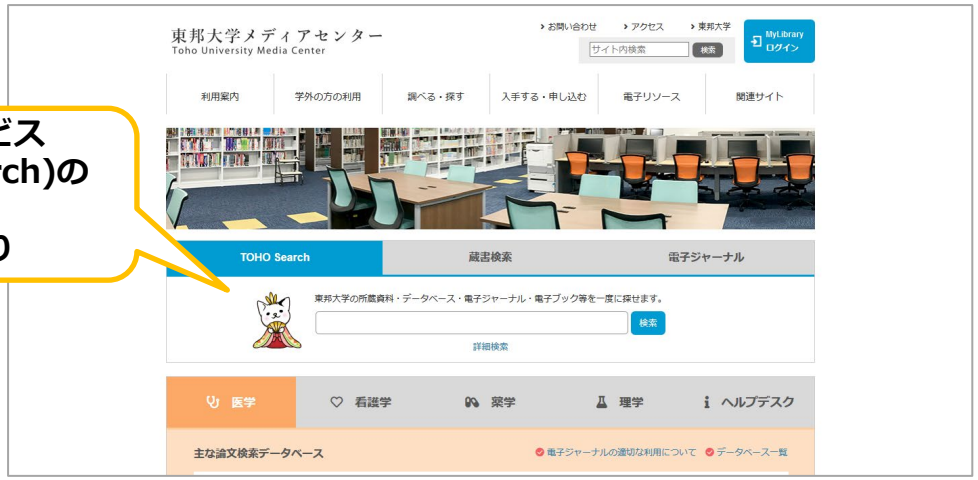
株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

図書館キャラクターの活用事例

▼東邦大学様
とほにゃん

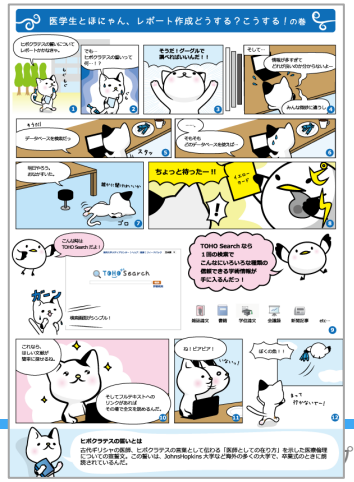
とほにゃん
Toho University Media Center

東邦大学メディアセンターホームページより
https://www.mnc.toho-u.ac.jp/mc/



ディスカバリーサービス Summon(TOHO Search)の 検索窓のアイコン。 イラストは月替わり

ディスカバリーサービスSummon(TOHO Search)の 利用者向け漫画パンフレットに登場



とほにゃんグッズ

プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰

図書館キャラクターの活用事例

▼鹿児島大学様
まなぶた と ブックマ

鹿児島大学附属図書館公式ツイッターより
https://twitter.com/KUL_kagoshima

ディスカバリーサービスSummon
(まなぶたSearch)のロゴ

http://kagoshima.summon.serialssolutions.com/#!/

OPAC(ブックマCatalog) のロゴ

http://catalog.lib.kagoshima-u.ac.jp/opc/

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

図書館キャラクターの活用事例

▼北海道医療大学様
ふくるん

図書館開催の講習会の広報資料に頻繁に登場

ディスカバリーサービスSummon(北医療Search)のロゴ

大学の特色に由来するキャラクターの世界観やストーリー性

名前	ふくるん
身長・体重	じゃがいも5個分・かぼちゃ1個分
お仕事	図書館副館長(長？)
趣味	薬草園散歩、当別町の温泉につかる
好きなこと	学生さんの頑張っている姿を見ること
将来の夢	人間になる薬を開発すること・・・(極秘)

北海道医療大学総合図書館ホームページより
http://library.hoku-iryo-u.ac.jp/fukurun/

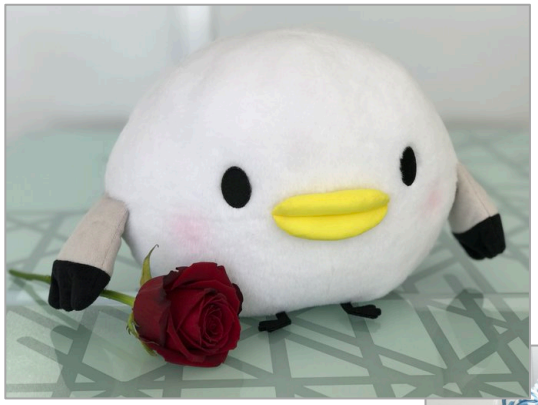
http://library.hoku-iryo-u.ac.jp/info/serchrefworks123.html

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。

（企業での活用事例）

サンメディアキャラクターの活用事例

▼サンメディア
ピアピア



2019年図書館総合展ブースにて

株式会社サンメディア　ピアピア　ツイッターより
https://twitter.com/SUNMEDIA_eport

東邦大学「とほにゃん」と
コラボレーションした利用者向けガイド

ピアピアグッズ
（チロルチョコ）

年賀状
暑中見舞い

名刺

「ついに社員にしてもろたんやね」
と、お声がけいただきました。

本プレゼンテーションの著作権は、株式会社サンメディアに帰属します。許諾なく第三者への提供や複製はご遠慮ください。