

中小事業者の情報行動からみた公共図書館のビジネス支援サービス*

滑川貴之 (学籍番号 200721548)

研究指導教員：植松貞夫

副研究指導教員：岩澤まり子

1. 研究の背景と問題の所在

日本では、全国の公共図書館のうち、192 館がビジネス支援に取り組んでいる。その実態を明らかにするため、図書館員と、その利用者に対して調査を行い、実態を明らかにしようとする試みが始まっている。しかし、図書館のビジネス支援が、一般的な事業者の要求に合致しているかどうかを検証するには、中小事業者や新規創業者、特に図書館未利用者がどのような情報行動をとっているかを調査する必要がある。

2. 先行研究

バンデュエラは、社会的認知理論を提唱し、人間の日常行動の目的を、未来の望ましいできごとである「遠隔ゴール」と、現在進行中の行為の目的である「直近ゴール」とに区別し、前者が後者を生成し、後者が現実の行為を決定するという多重ゴール・モデルを示した[1]。また、人間の思考、感情、行動は、その人の持つ自己の能力への確信の程度「自己効力感(Self-Efficacy)」によって左右されるという、自己効力理論を提唱している。

さらに、三輪は、この自己効力理論を応用し、自己効力感の形成要因、それが行動を引き起こすプロセスを提示している[2]。

3. 研究方法

3.1 調査対象者

新宿区立図書館では、中小企業診断士を中央図書館と角筈図書館の2館への派遣という形で2006年10月からビジネス情報支援相談会(以下「ビジネス相談会」とする)を運営している。各館月1回ずつ開催し、1回につき4時間、利用者1組につき1時間の相談を利用者に提供している。この相談会は、図書館職員と中小企業診断士が連携して開催を続けて

いる。

これまでの参加者のうち2006年、2007年度のビジネス相談会の利用者を本研究の対象とした。相談会の利用者には、新規創業者及び既存の中小事業者が含まれた。また広く調査をおこなうために、図書館サービスの「未利用者」も調査対象に含めた。調査対象者は表1に示すとおりである。

表1. 調査対象

	相談記録 分析	質問紙 調査	インタビュー
相談者・創業者	47	43	3
相談者・事業者	14	14	1
未利用・創業者	—	—	2
未利用・事業者	—	—	3

3.2 調査内容

図書館が実施したビジネス相談会の際、各参加者がいかなる目的で相談会に参加し、いかなる内容の相談をしたか、相談会の記録の分析を行った。

さらに、その後の動向について把握するため、質問紙調査を行った。質問紙を相談会の参加者61名のうち居所のわかる57名に郵送し、無記名で回答を返送してもらうことにより、質問紙調査を実施した。以上の回答から、図書館が行ったビジネス支援の有効性およびビジネス支援として期待されている内容を把握することができた。

4. 調査結果

4.1 相談内容分析と質問紙調査

新宿区立図書館におけるビジネス相談会の相談記録の分析、参加者に対する質問紙調査の結果、相談会参加者は4つの類型に分けることができた。4累計の中では、「知識が少ない暗模索状態」「不安や疑問の山積状態」が大多数を占め、他に「事業計画に問題保有状態」「事業計画が順調に進行中」の

*"Public Library Services to Small Businesses

"by Takashi NAMEKAWA

相談者がみられた。しかし、相談内容及びその組み合わせは多岐に渡り、新規創業者、既存の事業者とも相談内容に一定の傾向はみられなかった。また実際の相談記録からは、個々の相談内容を関連づけて相談し、問題解決に向かう例がいくつも認められた。

4.2 インタビュー調査

個々の相談内容における「関連づけ」が相談後どのように発展するかを確認するため、インタビュー調査を実施した。インタビュー調査の結果、新規創業者、既存の事業者とも、2つのタイプの情報行動が認められた。あるきっかけによって、バンデューラのいうところの「自己効力感」が形成され、それがその後の行動を促進するタイプである。もう1つは、ビジネス相談会の相談項目から引き継がれている「直近ゴール」が、それぞれ別々に事業者の目標となっているのではなく、相互に関連しあうタイプである。事業者は、それぞれの直近ゴール間を巡回しながら、試行錯誤を繰り返し、最終的に「遠隔ゴール」を生成することが確認できた。

4.3 モデル化

2つの情報行動のうち、自己効力感が形成され、それがその後の行動の動機付となるタイプについては、インタビュー者全員に認められた。

また、事業者の当面の目標である、複数の直近ゴール間の相互作用については、インタビュー者間に異なる特徴が見られたものの、全員に対しその存在が確認できた。

この2つの情報行動タイプを組み合わせることにより、「事業者の情報行動モデル」が作成できた。

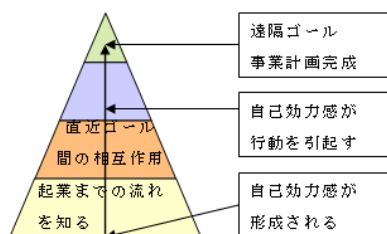


図1. 事業者の情報行動モデル

円錐形のモデルの中心を上昇していくのが、自己効力感が動機付となる部分である。これに対し、円錐の表面上収縮しながら上昇していくのが、複数の

直近ゴール間の相互作用である。この2つは、頂点付近で、「遠隔ゴール」として交わる。

5. 考察

事業者の情報行動モデルを利用してインタビュー調査回答者を類型化したところ、回答者の経験や業種ではなく、経営方針やその業界の置かれている状況によって情報行動が変わっていくのが判明した。

情報行動の初期部分である起業や事業計画作成についての基本的事項を提供することにおいて、ビジネス相談会が有効であることが確認できた。さらに、比重の高い直近ゴールに近い情報を提供することにより、有効な情報支援サービスが可能となると思われる。

一方、多様な選択肢から効率的に意思決定を行うには、生データを含む多数の情報が必要である。この部分においては、正に図書館の情報支援サービスが可能であると思われる。さらに、事業者ごとにより良いサービスを行うため追跡調査し、その後の情報を把握してサービス自体に継続性を持たせる工夫が必要となる。

また、事業者の情報行動には2種類ある。一定の知識を得るための情報行動に対しては従来型のレファレンスサービスが有効だが、事業内容を決定するための情報行動に対しては、多くの選択肢を与えることが必要である。後者には、各レファレンス担当者、相談担当者がそれぞれの立場から、事業者にヒントになる情報源を提供すべきであると考えられる。

6. 参考文献

- [1] Albert Bandura "Self Efficacy: The Exercise of Control" W.H.Freedman and Company,1997.
- [2] 三輪真木子『情報検索のスキル』中央公論社 2003.
- [3] 山崎博樹「公共図書館におけるビジネス支援サービスの実際と可能性」『現代の図書館』vol.41 no.2.
- [4] Rosemarie Riechel "Public Library Services to Business" Neal-Schuman,1994.
- [5] The New York Public Library "Business desk reference" John Wiley & Sons,1998.

