

パブリック・リレーションズとしての図書館グッズ販売

横山 美佳

はじめに

東北大学附属図書館では、豊富な所蔵コレクションを活かした展示会を毎年開催するほか、外部の展示会に出品するなどして一般公開を行い、社会貢献に努めてきた。

さらに“東北大学（以下、「本学」）”と“東北大学附属図書館（以下、「当館」）”ブランドのパブリック・リレーションズ（以下、「PR」）を促進し、展示会の魅力を高めるためには、展示会と所蔵コレクションによる当館の強みを活かしたPRが重要になる。「PR」は、広告や宣伝だけでなく、「官庁・団体・企業などが、みずからの望ましいイメージおよびその施策や事業内容・主義主張などについて多くの人々に知らせて理解や協力を求める組織的活動」¹であることから、社会との関係づくりを意識しながら、活動や存在を広く知らせて

いく必要がある。

そこで当館が取り入れたPR手法の一つがグッズ販売だった。グッズ販売には、(1) 所蔵コレクションを活かしたオリジナルグッズを当館が制作し委託販売を行う自主企画事業と、(2) 他業種の企業が当館の所蔵コレクションをモチーフとした商品を開発し製造・販売を行う外部企画事業がある。

前者を始めたのは本学が創立100周年を迎えた平成19（2007）年6月からであり今年で10年目となる。後者を初めて行ったのは平成17（2005）年である。

本稿は、PRとしての図書館グッズ販売事業について、約10年間にわたる活動状況をまとめ、報告するものである。

1. 自主企画事業

1.1 経緯

当館では、毎年様々なテーマで所蔵コレクションによる展示会を開催してきたが、平成19年度は本学が創立100周年を迎えるということで、例年にない大規模な記念展示会が計画された。9月は東京都江戸東京博物館を会場とした「東北大学の至宝」展と「文豪・夏目漱石」展の開催で、11月は仙台市博物館を会場とした「東北大学の至宝」展の開催である。100周年記念展示会は学術研究者以外の一般市民にも資料に関心を寄せてもらうまとない機会だった。この機会に当館と当館の所蔵資料を効果的にアピールできる方法はないだろうかと検討し企画されたのが、所蔵コレクションをモチーフとしたグッズの制作と委託販売事業だったのである。

では、どのようにしてグッズの制作費用を捻出したか。当館の所蔵コレクションである狩野文庫のマイクロフィルム版が、江戸期に関する研究における第一級の学術資料として丸善株式会社（平成28（2016）年より丸善雄松堂株式会社）より販売されており、その著作権料が本学に納められていた。そこで学内担当部署と交渉を行い、この著作権料を展示会の運営費およびグッズ制作費用に充てるのが可能となったのである。

このような経緯から、本事業が実現し、狩野文庫マイクロフィルム版の著作権料をPRグッズの制作費用と展示会のPR費用に充て、かつPRグッズの売り上げを翌年度の展示会関係費用に還元するという仕組みが構築できた。

1 『デジタル大辞泉、ジャパンレッジ（オンラインデータベース）』、小学館、<http://japanknowledge.com/>（2017-2-16）

1.2 オリジナルグッズ制作と委託販売

オリジナルグッズのモチーフにしたのは、狩野文庫と漱石文庫である。狩野文庫は、明治の思想家・教育者として有名な狩野亨吉（かのうこうきち 1865-1942）の10,800点にも及ぶコレクションで、「古典の百科全書」「江戸学の宝庫」として世界的にも知られた資料群であり、漱石文庫は夏目漱石が愛蔵した約3,000冊の旧蔵書と漱石の日記や原稿などの自筆資料からなるコレクションである。

本事業は平成18（2005）年10月から次のような流れでスタートした。

- 平成18年10月 狩野文庫グッズ制作
 平成19年6月 狩野文庫グッズ委託販売開始²
 (東北大学生協同組合)
 漱石文庫グッズの制作
 平成19年9月 「夏目漱石展」での販売
 (東京都江戸東京博物館等)
 以降 狩野文庫・漱石文庫グッズの経常的販売
 (東北大学生協同組合)

平成19年度は本学創立100周年ということもあり、制作したグッズ（表1～2）は、東北大学生協同組合のほか、記念展示会場である東京都江戸東京博物館、仙台市文学館、(株)白松がモナカ本舗（以下、「白松がモナカ本舗」）で委託販売を行い、以降は東北大学生協同組合において経常的な販売を行ってきた。

表1 狩野文庫グッズ一覧

グッズ	販売価格（税込）
海幸・山幸絵葉書セット（8枚組）	500円
海幸・山幸ミニクリアファイル（4種類）	各250円
海幸・山幸一筆箋（3種類）	各400円
姫国山海録携帯ストラップ	900円
姫国山海録アートシール	300円

表2 漱石文庫グッズ一覧

グッズ	販売価格（税込）
漱石絵葉書セット（8枚組）	500円
漱石直筆絵画クリアファイル（2種類）	各250円
一筆箋（2種類）	各400円
漱石ボールペン付き絵葉書（2種類）	各350円

1.3 展示会場での漱石グッズ販売

夏目漱石没後100年にあたる平成28年と生誕150年にあたる平成29年には、各地で漱石関連展示会やイベントが計画され、全国的に漱石への関心が高まっていた。それに伴い当館漱石文庫から所蔵資料を出品する機会も増えていった。

グッズの委託販売はその後一定のペースで行われてきたが、漱石イヤーである平成28（2016）年は、経常的な販売に加えて、当館が所蔵資料を出品した展示会場のショップで、展示期間限定の委託販売を試みた（表3）。興味を持って展示会場に足を運ぶ来場者に向けてグッズ販売を行うことで、より一層当館所蔵資料への関心を高めてもらえるのではないかという考えから、観客の集まる場所に積極的に出向く形にしたのである。

また、当館においては、館内の展示会場入口付近にオープンしたカフェで委託販売を行うこととし、来場者がグッズを購入しやすい環境を提供した。

漱石文庫が本学にあることは必ずしも広く知られているわけではない。漱石への関心が高まっているこの機会をとらえて、委託販売の範囲を拡大することで、他機関との連携の範囲も広がり、漱石文庫の認知度向上が図れたと思う。

表3 平成28年展示会場での漱石グッズ委託販売

展示会・会場等	グッズ販売
「100年目に出会う 夏目漱石」 神奈川近代文学館（3～5月）	・当館所蔵資料出品 ・漱石グッズ委託販売
「漱石—絵はがきの小宇宙」 日本近代文学館（9～11月）	・当館所蔵資料出品 ・漱石グッズ委託販売
「神保町・漱石フェス」 神保町コミュニティプラザ主催（10月）	・漱石グッズ委託販売
「夏目漱石没後100年 漱石文庫～文豪が遺した創作の背景～」 東北大学附属図書館（10～11月）	・東北大学生協同組合及び館内のカフェで漱石グッズ委託販売

1.4 展示会場での妖怪グッズ販売

平成28年7月から11月は、東京・大阪を会場に大規模開催される「大妖怪—土偶から妖怪ウォッチまで—」展に当館から『姫国山海録（きこくせんがいろく）』を出品することとなり、これに伴い、狩野文庫グッズの姫国山海録携帯ストラップとアートシールを展示会場で委託販売することとした（表4）。

2（東北大学附属図書館総務課）情報企画係、「狩野文庫」グッズ販売、東北大学附属図書館報 木這子、2007、Vol.32（1）、p.23

グッズとともに当館の資料である『姫国海山録』とそこに描かれている妖怪たちの画像が、観客によりSNSにアップされ話題となった。妖怪グッズを通じてPRの対象を拡大することができ、なおかつ販売数も大幅アップできた。

表4 平成28年度展示会場での妖怪グッズ委託販売

展示会・会場等	グッズ販売
「大妖怪展－土偶から妖怪ウォッチまで－」 東京都江戸東京博物館(7～8月) あべのハルカス美術館(9～11月)	・当館所蔵資料出品 ・出品資料『姫国山海録』をモチーフとしたグッズの制作・販売への画像提供・当館グッズの委託販売

2. 外部企画事業

2.1 江戸時代の菓子復元企画

さて、PRとしての図書館グッズ販売事業は収入の見込めるオリジナルグッズの委託販売だけではない。当館が所蔵資料の画像等を提供し、企業が商品を開発・販売する外部企画事業もある。当館は資料に関する画像データや情報等の素材を提供し、共同企画・提案を行うが、収入はない。一方、企業側は費用をかけて商品を開発・制作し、売り上げの収益を得るといものである。

これまでの実績としては、漱石文庫をモチーフとした和菓子企画や狩野文庫の『姫国山海録』をモチーフとしたグッズ企画がある。

最初の取り組みは、平成17(2005)年度の企画展「江戸の食文化」(会場：白松ロフトホール)の一環で行った復元菓子企画³である。刊行された菓子専門書としては最古である当館所蔵資料『古今名物御前菓子秘伝抄』をもとに地元老舗和菓子店の白松がモナカ本舗が4種の御菓子を復元し、展示会場である同社晩翠通店で100セット(1セット税込500円)を限定販売した。

展示資料に興味を持ち、来場のきっかけとなるようにということから、この取り組みが企画された。

2.2 漱石羊羹企画

次に実施したのは漱石羊羹企画⁴である。本学創立100周年を記念し、かつ漱石文庫の存在をアピールするための広報の一環として、平成18(2006)年11月、同じく白松がモナカ本舗との共同で漱石にちなんだ羊羹「漱石の愉しみ」を企画し同社が製造・販売を行った(表5, 図1)。『草枕』に羊羹の美しさを表現した一文があることと漱石の食の好みに合わせて、ピーナッツ(南京豆)と紅茶味の羊羹になった。パッケージも趣

向を凝らし、『吾輩は猫である』初版本の装丁をデザイン化し、図書館をイメージさせる本の形とした。羊羹を通じて本学と漱石のつながりを知ってもらおうというこの企画は、新聞やテレビなどにも注目され取り上げられたのである。

表5 羊羹「漱石の愉しみ」製造状況

	製造数	販売価格(税込)	販売場所
ミニヨーカン6個入	3,000	1,500円	展示会場、白松各店舗
中型ヨーカン2個入	3,000	3,500円	

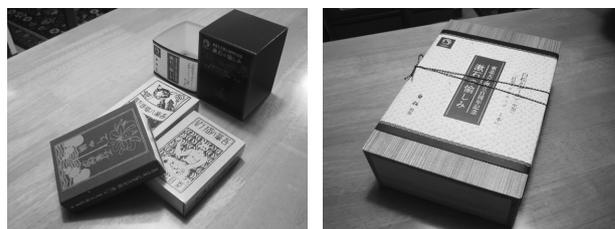


図1 「漱石の愉しみ」ミニサイズ(左) 大(右)

続いて、夏目漱石没後100年にあたる平成28年から生誕150年にあたる平成29(2017)年の2年にわたり、当館主催で漱石をテーマとした特別展示会を開催することから、これにあわせて再び漱石羊羹を販売することとなった(表6, 図2～3)。当館から白松が最中本舗に漱石文庫と展示会をPRできる商品を企画したいと提案を持ちかけ、平成28年11月に同社との共同企画が実現した。当館が所蔵資料の画像および情報提供で、同社が製造・販売を担当するという役割分担である。

商品は前回同様ピーナッツ味と紅茶味の羊羹となった。『吾輩は猫である』初版復刻本をモチーフとした化粧箱で羊羹の包装紙には漱石が仙台市出身の詩人土井

3 小清水裕子, 連載「江戸の食文化」をめぐる話題から(3): 江戸の酒・菓子, 木這子, 2006, Vol.31(1), p.11-13

4 (東北大学附属図書館総務課) 情報企画係, 東北大学創立百周年記念「漱石の愉しみ」の販売について, 東北大学附属図書館報 木這子, 2007, Vol.32(1), p.24

晩翠に宛てた「漱石自画像入りはがき」(当館所蔵)をデザインした。箱には、自画像入りはがきの翻刻や、なぜ本学に漱石文庫があるのかという本学と夏目漱石の関係についても解説をつけた。今回はパッケージにコストがかかってしまったという反省を踏まえ、今回はコスト面も考慮した。

3,000個限定販売の漱石羊羹は販売開始から2カ月ほどでほぼ完売し、さらに包装紙の絵柄を変えて3,000個増産予定である。館内で開催した漱石特別展示会の来場者数も40日間で2,600名余りとなった。

一般市民の目に留まりやすい和菓子を用いたPRは、展示会や資料に関心のない方に対して漱石文庫の存在をアピールするのにも有効だったのではないかと思う。引き続き、羊羹が漱石文庫と展示会を広く知ってもらうきっかけとなるよう期待したい。

表6 漱石羊羹製造状況・製造予定

	製造数	販売価格 (税込)	販売場所
吾輩は羊羹好キデアル 小型ヨーカン2個入	3,000	1,450円	本学イベント会場、白松各店舗

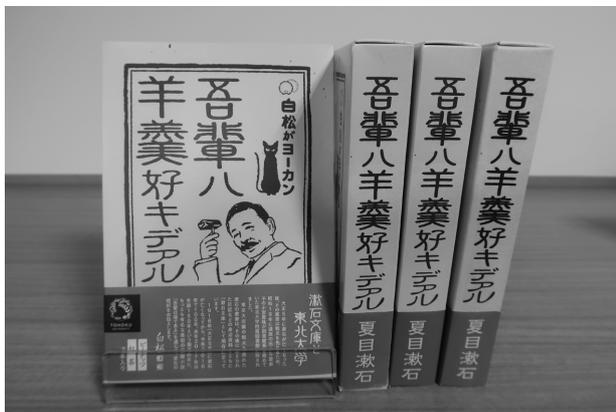


図2 「吾輩は羊羹好キデアル」



図3 2個セットの羊羹と化粧箱

2.3 妖怪グッズ企画

また、「大妖怪—土偶から妖怪ウォッチまで—」展の開催にあわせ、ミュージアムショップのプロデュースと運営を行っている株式会社 East 社より『姫国山海録』をモチーフとしたグッズの制作・販売企画についての提案があり、実施した。

当館が当該資料の画像と情報を提供し、同社が6点のグッズ(ポストカード、A4Wクリアファイル、一筆箋、刺繍ワッペン、刺繍クッション、刺繍キーホルダー)を企画・制作し、販売した(図4~8)。グッズは大盛況だった展示会とともに大好評で、当館の妖怪



図4 姫国山海録グッズの販売風景
刺繍ワッペン14種((株)East社提供)



図5 姫国山海録グッズの販売風景
刺繍キーホルダー8種((株)East社提供)



図6 刺繍クッション(上)とキーホルダー8種(下)



図7 一筆箋(左)とポストカード(右)

グッズ(「1.4」参照)同様、SNSでも話題となった。これらのグッズを通して当館と所蔵資料の存在を幅広い層にアピールできたのではないかと思います。



図8 A4Wクリアファイル

おわりに

図書館グッズの自主企画事業や外部企画事業を始めてから約10年たつが、これらの活動をまとめたものがなく、過去の記録等を紐解きながら今回改めて振り返ってみた。

自主企画事業については、学内での経常的な販売と全国各地の展示会と連動した期間限定販売を組み合わせることで、PRの可能性が広がる。外部企画事業は、当館がコストをかける必要がない分収入もないが、各業界の販売・広報ルートを活用した広範囲のPRが展開でき、他業種の目線による商品開発を行うことで、所蔵資料の新たな魅力を引き出すことができる。企業側としても新たな素材を得ることで顧客の開拓が可能となり、双方にメリットのある取り組みなのではないだろうか。

図書館グッズの販売は、展示会と所蔵コレクションに関心を持ってもらうための話題作りだけでなく、本学および当館が、他機関・企業や一般市民も含めた社会とのつながりを持ち、良好な関係を築くという面でも一定の成果が得られたと考える。

平成29(2017)年1月から、河北新報の漱石羊羹広告欄で、当館と白松がモナカ本舗による、漱石をテーマにしたコラムの連載を始めた。月1回で計5回程度の連載を予定している。今後も様々な可能性を探りながら、グッズ販売による大学および図書館ブランドのPRに貢献できるよう取り組んでいきたい。

(よこやま みか 附属図書館総務課専門員)