



大阪市立図書館×セレッソ大阪 読書推進プロジェクト

きっかけは、図書館の担当者から読書人口が減少しており、中でも子どもに顕著であると聞いたこと。小学生のうちに本を読む習慣をつけてほしいと、読書手帳の配布を中心に、イベントや図書館での巡回展、学校図書館でのポスター掲出などを行った。その際、営業チームからCSR活動に興味を持っている企業があると聞き、支援を呼びかけたところ4社が協力してくれた。協力の形も金銭的な支援だけでなく、読書手帳のデザイン、印刷、シールの制作といった実務面のほか、社長のおすすめ本を紹介してもらうなど、パートナーとして一緒に取り組んでもらうことを重視した。今後、さらに魅力的なイベント実施などで、取り組みを広げていきたい。

活動場所 : 大阪市内各所（図書館ほか）

取組テーマ : 教育

協働者 : 企業／住民／学校／行政

協働者名 : 大阪市、大阪市立図書館（大阪市教育委員会）／株式会社カスタマーリレーションテレマーケティング、東洋シール株式会社、ナカバヤシ株式会社、株式会社ハソプロダクション／（イベント協力）たこ焼道楽わか、日本出版販売株式会社

活動で工夫した点

サッカーチームとして、セレッソ大阪にも興味を持てただけよう、読書手帳に選手のおすすめ本を掲載したり、50冊読んだ特典としてホームゲームの招待券をプレゼントしたりした。また、イベントとして、秋の夜のスタジアムでの読書会を企画。サッカーに興味のない方にもご参加いただき、手ごたえを感じた。

活動で大変だった（苦労した）ポイント

読書手帳の製作では、全国の事例等を踏まえつつ、どうすれば子どもたちが楽しんで本を読んでもくれるかを意識した。時間も人員も限られる中、図書館をはじめ外部の方々に多くの助言をいただき、なんとか実施することができた。社内の理解・協力を得ることも重要だったため、企画書などでビジュアル化しながら説明をするなどし、徐々に協力的な環境となっていた。市内12万人への手帳の配布は図書館が10日ほどかけて仕分け作業を行ってくれるなど、それぞれが主体的に取り組んでくれたおかげでスムーズに行えた。

クラブや地域の活動後の変化

別件での小学校訪問時などに、以前に比べてセレッソの認知度が上がったように感じた。活動は新聞等でも紹介され、少しではあるが、サッカーに興味のない方たちにもセレッソの活動を認識していただけているのではないと思う。また、メディアに露出したことで、出版社から協力・協働の申し出があり、新しい関係も広がっている。



協働者の声

図書館担当者：多くの子どもたちが図書館へ読書手帳を持って来てくれるのが嬉しい。本を読んでもくれるきっかけになっている。（イベントについては）普段、図書館に来られない方にもPRするいい機会になった。こういった活動も続けていきたい。

参加者の声

【教員】（読書手帳に）シールを貼るのが嬉しいようで、どんどん本を読んでもくれる。続けてください。【保護者】まったく本に興味のなかった子どもが、柿谷選手の勧める本を読みたいと言ってきた。読みながら「僕も同じことを感じた」と言っていた。【イベント参加者】初めてスタジアムに入ったが、そこで読書するのは面白い。サッカーも見てみたいと思った。

活動の「ここぞ！」というPRポイント

最初は大阪市立図書館だけとの取組みとして考えていたが、大阪市や企業を巻き込むことでできることが広がり、まさに社会が連携した活動となった。クラブ内でも営業チームと連携したことで今後の可能性も広がっている。またこの活動を通して出版社や取次など数社との付き合いが始まり、次の企画やイベントへの取組みをスタートさせることができた。

補足

講談社からお声掛けいただき、2/23に大阪市立大学のキャンパス内で読み聞かせイベントを実施する予定だったが、新型コロナの影響で中止。講談社からのリリースもあってか、短期間で予想以上の申し込みがあったのに残念。しかし、メディア露出や、活動を続ける中で新しいパートナーができ、次のステップにつながるのだということを実感した。