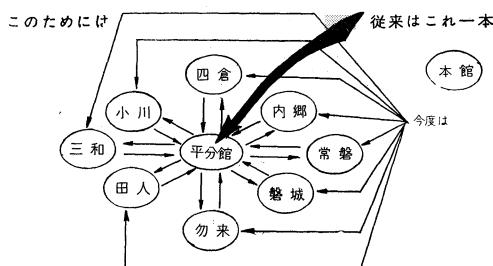


ープが自動的に借りに来るというきわめて甘い考えに立っていたように思われる。むしろ、分館に送り込む前に、幾つかの箱に詰めて、希望する分館周辺の市町村に対して、郵送またはブックモビールで送り、その市町村で何ヵ月か利用した後に、その市町村から分館に届けてもらってもよいのではないか。そして、届け終ったら、また新しい箱詰の図書を借りて来ることもできる筈である。

一例を平分館にとって見ると、平分館に直送する前に、4市2町2村（もちろん希望しない市町村には送らない）にまず送り、それから何ヵ月か後に4市2町2村から分館に送ってもらい、また必要ならば別な図書を分館から借りて來るのである。



- ① 4市2町2村が直接送ってほしいという希望がなければならない。
- ② 県立図書館では、その希望に応ずるだけの図書の準備が必要である。

ちなみに、茨城県では、一つの試みとして、このような方法に協力する市町村は、自らも3万円分の新しい図書を買い、県立図書館からも3万円分の新しい図書を流してもらって、これを合わせて住民に対して貸出しを行ない、一年の後には県立図書館分の図書を県立図書館に返す方法をとっている。しかし、それだけでは不充分であるから、近辺の市町村と組んで、お互いに貸し借りを行ない、できるだけ新しい図書を沢山読む仕組みである。詳細については省略する。問題は、現在の分館よりもさらに近いところに届けるということが、一番大事な点ではなかろうか。

この方法を本県が採用する場合には、1箱30冊の図書2箱ずつ、という最少限度を出発点として考え、つまり一般図書の現在の単価は約350円であるから、

$$350\text{円} \times 60\text{冊} = 21,000\text{円}$$

どの市町村でもそのために2万円程度は準備してもらわなければならない。この方法は市町村自体が読書運動を促進してゆくという気運も高まるように思われる。

- ④ 「貸出文庫」の利用者である読書グループの育成につとめるよう、市町村に対して常時はたらきかけること。

昭和37年4月1日現在で調査した結果であるが、登録された読書グループの数は全県下で438、そのメンバーは8,193人であるといふ。しかもそのうちの183グループは県北に偏在しているから、残りの読書グループが六つの分館に所属することになる。いずれにしても1万人足らずの読書グループ会員では寂しすぎはしないか。

読書グループを育成するということは、簡単に聴取できるテレビやラジオ、それから少しは労力を必要とする新聞や週刊誌、いいかえれば、これらのマス・コミの中で、お互いに「受け売り」でない自主的な判断力を養う、という点で大きな役割をもつものであるから、いかなる形態にもせよ、「読書」を生活の一部として取り入れる小さな集団（読書グループ）を、それぞれの市町村教育委員会が積極的に育成されることを望みたい。

いうまでもなく、一般成人の読書は、未来のためというよりも、どちらかといふと現在のために必要であるから、読書するものである。つまり、このことを大別すると、自分の職業または生活のために直ちに役に立つ「実用向き」の読書か、あるいはレジヤーとして、すなわち「娯楽として」読書するか。この二つの傾向を常にもっている、と考えられる。そこで、「娯楽向き」の図書は県立図書館から配本してもらい、「実用向き」の図書は市町村教育委員会自体で準備する、といった分担も可能になる。各市町村教育委員会で、読書グループの育成を積極的に展開していただくことが、間接には県立図書館の分館活動を活発にする原動力となることは、言うをまたない。

- ⑤ 分館には専任の県職員を配置するよう関係方面に働きかけること。

本県における県立図書館の分館は、分館というよりもむしろ配本所と称すべきものである。この配本所ともいふべき分館は、現に市または町が設置している図書館または公民館を借りて、単にその市または町の住民に県立図書館の資料を提供するのみならず、その市または町の周辺にある市、町、村の住民に対しても、県立図書館の資料を提供しようとした、また可能な限り従来も提供してきたのである。しかし、分館所在の市または町の設置する図書館または公民館は、自己の所属する市または町の住民に対して奉仕する義務はあっても、自己の所属する市または町を超えて、その市または町の周辺にある市町村の住民にまで奉仕できる余裕はもちあわせていない。

真に分館活動を活発にして、現在唯一つしかない県立図書館の恩恵を、少しでも全県下におよぼそうとすれば、必然的にどの分館にも専任の県職員を常置して、図書館奉仕の強化をはかることが大切である。

- ⑥ その他、分館活動活発化に対する施策を検討のうえ、実行可能なものについて早急に対処すること