

ネーミングライツと図書館

写真は西長堀にある大阪市立中央図書館の正面玄関前。開館前には、多くの人が並ぶ。開館する9時15分には、われ先に入口へ向かう。玄関前の通りには、西区の人たちが植えた美しい花壇が、心を和ませてくれる。

花壇横にある案内板が「大阪市立中央図書館」から、「辰巳商会中央図書館」に書き換えられていた。よく見ると、入口ドアの上、さらに図書館の建物上部の案内も変わっていた。

大阪市が推進する「ネーミングライツ」(命名権)の一環であり、中央図書館も10月1日から実施されることになった。大阪日日新聞9月19日に次のような記事があった。

市立中央図書館と総合物流業の「辰巳商会」が9月18日に協定を結び、10月1日から「辰巳商会 中央図書館」という愛称が使われることになった。期間は2年間で、命名権料は1年200万円という。三木館長は「図書館がさらに注目され、来館者の増加や魅力向上をすると共に辰巳商会の知名度が上がるなどの“ウィンウィン”の関係を願う」と語る。

大阪市立中央図書館には、お世話になっている。平日は大阪市立大の図書館を利用しているが、土曜は朝一番から、ここを利用することが多い。3階にある「研究個室」は事前予約が必要だが、落ち着いて仕事ができるので愛用している。ここは全国有数の蔵書数を誇るが、なかでも地方新聞が充実している。

予算が削減されているなか、今は「寄贈」に頼っているようだが。ここで大阪日日新聞、東京新聞、中日新聞などを毎週チェック、コピーしてじっくり読む。私のように新聞を利用している人が多い。

大阪市立中央図書館の愛称が「辰巳商会 中央図書館」に変わった。案内板を眺めて、どこへ来たのかと迷ってしまう。「辰巳商会」という民間企業が所有管理する図書館と錯覚されないだろうか。長居競技場の「キンチョウスタジアム」など、大阪市ではネーミングライツが広く活用されている。ネーミングライツは市の財源確保策の一つのようだが、図書館のような多くの市民が利用する文化施設まで拡大されてきた。市民の文化を民間企業に売り渡すようで納得できない。もっとキンチョウ感をもって、大阪の文化を考えてもらいたい。その点で、先の図書館長の発言にも違和感を覚える。

市の財源確保策というが、1年間で200万円である。写真にあった図書館壁面などの案内板書き換えなど、経費はどれほどで、どこが負担したのか、いろいろ調べてみたい。



(2019年10月22日)