● 講 演 ● ..... Lecture

図書館における定期刊行物の効果的な発注管理 ：アメリカの現場から

*An effective control system for ordering
periodicals in libraries : In the U.S.*

..... バッシュ, N. バーナード*

[抄録] ユサコ(株)創立 45 周年記念講演会の再録。サブスクリプション・サービスにおける講師の長年の実務経験を踏まえて、様々のポイントから、定期刊行物の発注管理に関する現状を解説し、特に米国における現状と対処について述べた。はじめに、米国における図書館・代理店・出版社の三者の関係を解説し、それに基づき欧米の'95 年度の図書館市場の市場規模を推定し、その顧客内容、取次業における手数料の幅に言及した。さらに、米国における図書館と出版社の関係、出版社の種類とマーケットの関係を解説した。後半では米国の大学図書館、特に学術・医学系図書館で何が起きているか、そしてその大きな要因となったニューメディアの問題点等に触れた。

[キーワード] 図書館, 代理店, 出版社, 定期刊行物, 発注管理, マーケット, サービス・フィー, ニューメディア, 電子出版

[Abstract] This is a lecture paper presented for the 45th anniversary of the founding of USACO Corp.. The lecturer talked over the current state of ordering management of periodicals from the various points based on the practices of subscription service he has long experienced, and particularly discussed the current situation in the U.S. and the way of dealing with it. The paper describes the relations among the three parties of libraries, agents and publishers, estimates the libraries market size for FY 1995 in the U.S. and Europe, and shows what the customers are and the commission fees the agents are to take. Also it describes relation between libraries and publishers in the U.S., kinds of publishers and the relation with the market. Moreover, it discusses what are happening in the U.S. university libraries, particularly in academic and medical libraries, and mentions the problems of new media which is a driving force for such happenings.

[Keywords] library, agent, publisher, periodical, order management, market, service fee, new media, electronic publishing

---

この講演は、1995 年 9 月 7 日(休), ユサコ(株)の主催により東京・千代田区の国立教育会館において開催された、「ユサコ(株)創立 45 周年記念講演会」の講演要旨を基に、主催者のご好意により編集し、採録したものです。なお、編集に際し、誌面の都合上、当日の講演の一部を省略しました。

図書館・代理店・出版社の関係 代理店は、図書館のパートナー

本日は、私の25年間に亘るサブスクリプション・サービスでの実務経験を踏まえて、幾つかのポイントから、定期刊行物の発注管理について、お話ししたいと思います。

現代は、正に、不確実性の真只中にある時代と言って良いでしょう。図書館・代理店 (Subscription Agency) ・出版社の三者についても、不確実性の時代に置かれていることに変わりありません。特に、出版取次業においても、従来の慣行は大きく変わりつつあり、物事のプライオリティに対する認識、そしてテクノロジーも急速な変化を見せています。このような変化は、10年前には、誰も予想しなかった事態でしょう。

このような状況の下にあって、米国の図書館・代理店・出版社は、現在、どんな問題に直面し、どのような対処 (Behaviors) を取っているか、というところから考えて見たいと思います。因みに、私自身は、図書館・代理店・出版社の三者のいずれについても深く係わって来ています。

先ず、米国では、この三者の関係は、次のように象徴的に描くことが出来ます (図1)。即ち、図書館は代理店にオーダーを出し、代理店は出版社へこれを取次ぎ、そして出版社はオーダーのあったジャーナルを図書館に納品します。

ここで注目して置きたいポイントは、代理店が図書館と大変密接な関係を保って、サブスクリプション・サービスを展開しているということです。代理店は、専ら図書館サイドに立ってサービスを立案し、提供します。ために、年度前の購入計画立案などでは、図書館サイドで行う各種のミーティングにも積極的に参画して行きます。換言すると、代理店は図書館のパートナーとして動いているワケです。この形は、米国の図書館・代理店という関係では、トラディショナルなものです。

このため、米国の代理店の営業スタッフ、営業マネージャーの殆どは、ライブラリアンの資格を持っています。例えば、MLS (Master of Library

* BASCH, N. Bernard

米国ワシントン大学 (セントルイス) で修士号を取得。ターナー・サブスクリプション・エージェンシー社長、ザ・リファレンス・シュルフ社長等を歴任した後、バッシュ・アソシエーツをシカゴに設立。以後、同社社長及び上席コンサルタントとしてコンサルティング業務に活躍し現在に至る。アメリカ図書館協会 (ALA) では、1995年からパブリッシング委員会に所属。アメリカ情報学会 (ASIS) では会計担当、理事等を歴任し、同学会よりワトソン・ディビス賞を受賞。定期刊行物の発注管理、発注代理店 (Subscription Agency) の利用についての著作が多数ある。

Science) とか PhD とかいうタイトルを大学で取って来ています。副社長クラスのもので図書館実務に通じていて、ビブリオグラフィックな業務を専門的にこなせる人が沢山います。そして、ライブラリアンと共に図書館内のミーティングにも出席しますし、彼らと対等の立場で、図書館を取り巻くコミュニティに参画して行くことが出来ます。例えば、私自身も専門図書館協会 (SALA) の理事に名を連ねていますし、米国図書館協会 (ALA) の財務委員なども務めて来ています。尤

も、私の場合には、ビジネスのMBAは持っていますが、ライブラリ・サイエンスのディグリーはありませんので、正式なライブラリアンにはなれませんが…。この場合、イコール・パートナーとしての我々は、種々の活動を行って、図書館の業務を積極的にサポートしています。例えば、図書館に関する記事をジャーナルに執筆すること、図書館関連統計情報の作成、色々な問題点についての図書館からの諮問に基づくコンサルテーションなどです。

図書館は代理店の上顧客として必要

なぜ、ここまで入れ込んでいるか、その最大の理由は、図書館が出す発注の大きさ（多額）にあります。個人相手の売上額から見れば、図書館マーケットの重要性は、非常に大きいものがあります。図書館市場における定期刊行物購読売上と、これに係わるサービス・フィー（代理店の手数料）の数字をご覧に入れましょう（表1）。

1990年には、サブスクリプション市場は約10億ドルのビジネスがあり、これに対応してその5%、

図1 図書館・代理店・出版社三者の関係

表1 Subscription 売上と Service Fee の変遷（講演者の試算データによる）

年度	Subscriptions	Srvce Fee
1990年	10億ドル	5千万ドル
1997	20億ドル	1億ドル
2004	40億ドル	2億ドル
1990～2004 年の毎年累計 額の見込	310億ドル	15億ドル

表2 サブスクリプション・ビジネス規模…北米とヨーロッパ（講演者の推定による）

	1995年度の推定額		
	売上額	税引き前利益	利益／売上
アメリカ／カナダ			
EBSCO (Worldwide)	\$ 6億5千万	\$ 1千万	1.5 %
Faxon/Dawson	\$ 3億7千万	(\$ 3百万)	----
Readmore/Blackwell	\$ 1億5千万	----	----
others	\$ 8千万	\$ 1千6百万	2.0 %
ヨーロッパ			
Blackwell (UK)	\$ 2億	\$ 3百万	1.5%
Swets	\$ 4億	\$ 4百万	1%
Dawson (UK)	\$ 1億5千万	\$ 50万	0.33%

即ち5千万ドルの手数料が生じています。そして、1997年には、市場が20億ドル、手数料が1億ドルになる見込みです。つまり、米国市場では、サブスクリプションのマーケット・サイズは、7年でちょうど倍増して行くことになります。

次に、アメリカ／カナダのサブスクリプション・ビジネスとヨーロッパのそれを、主要なエージェントの数値を対比させることによって考えて見ましょう（表2）。

まず、北米市場（米国＋カナダ）では、EBSCOが最大で、私の推定では'95年の売上げが6億5千万ドル、税引き前利益が1千万ドル、利益／売上比が1.5%といったところです。このEBSCOの数字は、北米市場、ヨーロッパ市場、アジア／日本市場など全世界のマーケットでの売上げを合計したものです。

次がFaxon/Dawsonで、このデータは、Dawsonに買収されたFaxonのものも含んでいます。私の推定では米国市場での'95年の売上げが3億7千万ドル、利益の方はFaxonが3百万英ポンドくらいの赤字を出すものと予想されていますので、全体で、今期末には大きな損失の計上が予定されている関係上、正確とは言えませんが、一応、3～4百万ドル程度が税引き前利益であろうと考えられます。

第3位はReadmoreです。同社はBlackwellのオーナーシップの下にあります。私の推定では'95年

の売上げが1億5千万ドルで、今期は損益分岐点ギリギリのところにあるはずです。これは、主として、Faxonのビジネスを一部(5千万ドル分ほど)引き継いだことによる経費アップによるものです。

次に、“その他”は、法律関係、医学関係の大手専門取次業者数社を含めたローカルな中小の取次業者のデータをまとめたものです。私の推定では'95年の売上げが8千万ドル、税引き前利益が1千6百万ドル、利益/売上比が2.0%といったところです。

以上に加えて、ヨーロッパの大手取次業者についてもデータを挙げて置きます。というのは、これらの会社は、米国市場で活動しているからです。

先ず、英国のBlackwellは、推定で年商2億ドル、税引き前利益約3百万ドルです。そして、Faxon Europeを引き継いだSwetが、推定でそれぞれ4億ドル、約4百万ドルです。Swetは業績を徐々に拡大して来ています。但し、米国市場では、ヨーロッパの定期刊行物を取り次いでいるだけで、米国の定期刊行物は取り扱ってはいません。

Dawson (UK)は、英国内、及び英国外のヨーロッパ(特にフランスが大きい)を合わせて、年商1億5千万ドル、税引き前利益約50万ドルで、利益/売上比が0.33%ですから、大変にマージンの薄いビジネスをやっているわけです。

米国市場 (US+Canada) の顧客内訳

次に、米国の市場における定期刊行物の顧客の内訳を見てみましょう(表3)。横軸に顧客図書館のカテゴリーを、縦軸に取次業者の別をとって、私の'95年度推定値を入れてあります。これをご覧頂ければ、マーケット・セグメント毎に、どの業者がどのくらいの金額を扱っているかが明らかになるとと思います。

下から2行目の“図書館→出版社への直接購読”に注目して見ますと、その合計は6億ドルに達しています。同じく合計額を上に見て行きますと、EBSCOが6.5億ドルをマークしていますが、これには北米以外の売上げが1億ドル含まれていまずので、北米市場だけでは5.5億ドルとなり、“図書館→出版社への直接購読”にはかなわないこと

表3 定期刊行物の顧客の内訳/取次業者別(1995年の講演者推定による)

(単位: 百万ドル)

取次業者名	顧客図書館の内訳					北米以外 での年商	合計
	大学	病院	学校	企業	政府機関		
EBSCO	280	75	80	80	35	100	650
Faxon / Dawson	240	20	40	40	15	15	370
Readmore / Blackwell	40	45	---	40	20	5	150
Others (US & non-US)	40	10	15	10	5	---	80
小計	600	150	135	170	75	120	1,250
図書館→出版社 への直接購読	70	15	5	500	10	---	600
合計	670	165	140	670	85	120	1,850

なり、直接購読の規模の大きさが分かります。各取次業の合計値に比べて、この直接購読が最大の合計値を出している点は注目に値します。つまり、北米の定期刊行物市場で最大の顧客は、出版社から直接購読している図書館であるということを如実に示しているのです。

各取次業者が握っている図書館市場では、取次業者間で、熾烈なサービス競争が展開されています。最近では、「定期刊行物を納入する」というコンセプトを離れ、「物品のひとつを納める」という割り切った考え方を採るようになって来ています。しかし、定期刊行物は価格的に差別化することが難しいため、価格以外のサービスや付加価値による競争が行われています。

各取次業者では、それぞれ、得意としているカテゴリがあります。例えば、EBSCOは、カレッジを中心とするアカデミック・マーケットに強く、一方、Readmore/Blackwellは、メディカル分野ではかなりの力を持っており、病院／医学図書館への取り組みに強いものがあります。また、同社はコマーシャルの分野において、非常に強力なセールス・インフルエンスを維持し、企業への

売り込みで業績を伸ばしています。

取次業における手数料の幅

皆様は、取次業における手数料の幅が、米国ではどの程度であるか、ということに関心がおありであろうと思いますので、次にこの点を取り上げたいと思います（表4）。

まず、手数料とは、取次業者や代理店が雑誌の価格に付加するチャージのことです。表4にその幅を示しましたが、それは、業者によって様々であり、各業者が政策的な考慮も加えて自由に決定しています。従って、手数料の幅に関してはNo Ruleです。表で幅をとって示しているのもそのためです。幅の上限は、コスト・センシブルな図書館によって抑えられるアッパー・ポイントです。また、下限は、取次業者が、“これ以下では、商売にならない”というギリギリのレベルを表しています。もちろん、これらの幅には、当事者間で交渉して決めるべき余地が多分に残されています。

民間企業や産業界が設置している図書館では、特に、発注内容である定期刊行物のタイトルと部数などによって、0%から10%という範囲で決まります。医学図書館は、大手の大学医学部附属病院なのか、一般病院なのか、あるいは、もっと小さい町場の病院かによって、1%から8%の幅で手数料の値が異なって来ます。

研究／開発機関の図書館では、2%～8%、大学図書館では0%～8%、中小規模の公共図書館で一般雑誌を数多く置いていたところでは3%のディスカウント（誌代値引）か、或いは、5%くらいまでの手数料のチャージが設定されています。

公立のスクールでは、雑誌のタイプによって違いが出て来ますが、15%のディスカウントか、5%くらいまでの手数料が設定されています。カレッジの場合は、2年制のものと、4年制のものとがありますが、0%～6%の手数料幅があります（ユニバーシティの場合は、これとは異なります）。

次に、定期刊行物のタイプ別による手数料の幅

表4 取次ぎ業に於けるサービス・フィー（SF）の幅

図書館のカテゴリ別によるSFの幅	
民間企業／産業界の図書館	0 ～ 10 %
医学図書館	1 ～ 8 %
研究／開発機関の図書館	2 ～ 8 %
大学図書館	0 ～ 8 %
公共図書館	<3> ～ 5 %
学校図書館	<15> ～ 5 %
カレッジ図書館	0 ～ 6 %
定期刊行物のタイプ別によるSFの幅	
外国の定期刊行物	<2> ～ 6 %
米国内の定期刊行物	0 ～ 10 %
消費者対象の定期刊行物	<15> ～ 10 %
年間購読の更新	<2> ～ 6 %

について見てみましょう。

外国の定期刊行物は、2%のディスカウントか、若しくは6%くらいまでの手数料が設定されています。米国内の定期刊行物は、0%～6%くらいまでの手数料が設定されています。この種のものは、一般的にノー・ディスカウントなので、10%くらいまでの手数料がチャージされているのです。

“コンシューマ・マガジン”というタイプで分類されている一般雑誌、例えば、TIME, Newsweekなどの週刊誌は、出版社が15%くらいのディスカウントを与えてくれます。それが無いタイトルでは、最大10%くらいまでの範囲で手数料がチャージされています。

年間購読の更新では、2%くらいのディスカウント、もしくは、それが無いものでは最大6%くらいまでの範囲で手数料が付加されています。実際に、どちらにするかというところで、常に問題になるタイプのものです。

Publishers と Libraries との関係

次に、Publishers と Libraries との関係について見てみたいと思います。

先ず、一般的に言って、米国の図書館は大変に

しっかりした体制 (Internal Control) を持っていますので、FAX や電話、メールを使って代理店へ雑誌・書籍を発注出来るようになっています。米国では、受注時に代金も申し受けるのが習慣になっていますので、出版社はその処理を済ませてから、自社の顧客サービス部門へディスパッチングを指示します。こうして、図書館へ着いた雑誌なり書籍なりを図書館利用者が手にすることになるワケです。しかし注文品が図書館へ届かなければ、Missing Issue とか、Non-Received Issue として、図書館はクレームを立てます。

ところで、米国の出版社は効率的な仕事、良く考えられた経営活動、良く運営されている組織、そして企業として良好なものでありたいとする理念を掲げて、立派な仕事をしているところが大変に多いと思います。しかし、その一方で、とてもパブリッシング・ビジネスとは呼べないような、程度の低い出版社が散見されることも事実です。

実に困ったことですが、基本的に“ビジネス・ピープル”とは言えないような者がやっているところもあります。サービスが最低、顧客に対する対応がなっていない、スケジュール通りの出版が出来ない、Missing Copies を再送して来ない、或いはまた、海外や国内の定期購読者のリストを的確にアップデートすることを怠る、中には図書館

表5 出版社は図書館を必要としている…か？

出版社のカテゴリー	対象とする市場 (顧客)	図書館に協調的か？	価格設定の目的
雑誌専門	一般	No	利益追及
科学／技術系	専門家	Yes	利益追及
医学系	専門家	Yes	利益追及
大学／学会	会員	Yes	会員の便宜／経済性
新聞	一般	No	利益追及
一般業界誌	業界／個人	No	利益追及
抄録＋索引	研究機関	Yes	利益／経済性
政府刊行物	一般	どちらの場合もある	経済性
外国の出版社	一般個人/研究機関	Yes	利益／経済性

を嫌って敵対的なリアクションを採るところ、取次業者を無視するところさえあります。

概念的なものです。出版社のカテゴリーによる図書館への対応のバラエティを表5にまとめておきました。

米国では、取次業者、或いは、代理店と出版社の関係は、他の国々のそれとはかなり異なっています。冒頭でも申しましたように、第一に米国のサブスクリプション・エイジェンシーは、図書館のエージェントであるということです。出版社を代理する存在ではありません。米国の代理店は、個々の個人顧客に対しては、自社の出来る範囲内ではほんの少ししかやらないのが普通です。大きな図書館では、電子的な蔵書管理、受け入れ管理が実施されていますので、いちいち、代理店のチェックマンが書棚に取り付いてチェックしなくとも、自社のコンピュータから図書館のコンピュータを覗いて、欠号や未着の号を素早く処理することが出来るのです。蔵書中のバック・イシューのチェックや管理は、図書館自身の責任で、エイジェントの責任ではありません。

何度も申しますが、代理店は図書館のパートナーであり、出版社のパートナーではありません。しかしながら、出版社は代理店から入るまとまったビッグ・オーダーを歓迎します。このビッグ・オーダーには、高額の小切手が付いて来ます（沢山の小規模取引よりも、これは遥かに有利なものとなります）。従って、米国のまともな出版社は、代理店との取引の方に、より積極的です。

一方、ヨーロッパでは、代理店の置かれている状況が異なっており、代理店は出版社の取引上のパートナーであり、流通の重要なチャンネルとして作用しています。この関係は、過去200年以上の歴史を持つものであり、代理店は、書籍についてはBook Jobber（書籍の卸売り業者）として、雑誌についてはSubscription Agencyとして機能しています。例えば、Blackwellという有名な代理店がありますが、ここは本来、Publisher, Book Jobber, Subscription Agencyという三つのファンクションを兼ね備えていたのです。このように、

ヨーロッパでは、多くの業者がPublisher, Book Jobber, Subscription Agencyとして図書館にアプローチして、複合的な活動をしていたのです。このため、現在でも、ヨーロッパの大手代理店は、なんらかの形、例えば、関連会社で出版社を持っているとか、親会社が出版社であるなど、出版社と結び付いているところが圧倒的に多いのです。

米国では、前述の如く、図書館は、直接に代理店から書籍、雑誌を買うことはしませんし、代理店も直接に売ることはしません。図書館は、出版社や書籍問屋から購入します。

出版社の種類とマーケットの関係

それでは次に、出版物の種類とマーケットの関係についてお話したいと思います。

一般の雑誌では、対象とする顧客が広く一般に分布しているため、特に、図書館へサービス的な対応をするということはありません。因みに、米国では、毎週10誌くらいの新しい雑誌が創刊されています。そして、タイトルというか、カバーするエリアがドンドン狭められ、スペシャル・マガジンとなっています。特に、コンシューマ・タイプのマガジンでは、乱発傾向に著しいものがあり、一種の創刊ブームを呈しています。以前は、こんな雑誌作りは不可能でしたが、今やコンピュータ化された編集／印刷のハイテックという武器がありますので、多種多様な雑誌を少部数制作することも簡単なのです。この種の雑誌は、図書館による購入には全く期待しておらず、収入の大半を、掲載する広告料収入に頼っています。極論すれば、この種の雑誌は、出版社自身として、編集方針や編集内容、記事内容はどうしてもよいのです。広告が沢山集まれば、それで経営が成り立つのです。

一般雑誌の出版社が、図書館顧客をあまり注視していないことの弊害として、私の経験をお話しますと、例えば、年間購読の更新時の不手際、住所変更の怠慢、住所記載のミス、外国住所の表記のいい加減さなどによく現われています。誤配もよく起こっていました。郵送顧客リストの紛失(か

つて、私はリストの半分くらいを失くされたことがあります), タイトルのミックス・アップなどは、正に“No Sensitivity”の見本のようなものです。これでは、顧客に届くワケがありません。もちろん、Missing Copy 等は手に入りません。

二番目の科学／技術系の出版物は、研究機関の研究者や技術者、学部の研究メンバーを対象としています。このカテゴリーの出版物は、なるべく多くの部数を出したいので、図書館に対しても積極的にアプローチして来ます。経営的に見れば、一般誌のように広告をたくさん入れて稼げるだけ稼ぐということが出来ないため、出版物の売上そのもので利益を出すような持って行き方を行っています。

医学系の出版物は、割合に自由な動きをしています。これは、一つには、巨大な製薬会社からの広告料などによるサポートがあるという経済的な事情があります。対象とする市場は、病院や大学、医学研究所、開業医、薬学研究者などで、これらに直接アプローチしています。図書館へのアプローチも盛んです。出版社は、出版物の売上共々、広告の収入にも期待しています。しかし、米国では、税法の改正により、バック・ナンバーの在庫にも課税されますので、医学系の出版社としては、在庫をあまり長く持ちたがらないようになっており、しばしば、在庫切れの問題が起きます。このため、号当たりの市場寿命が比較的短いのが一つの特徴といえましょう。

大学／学会系は、市場が学部関係者や会員に限られますので、第1に彼らの便宜と経済性を重視しています。出版している主体としては、University Press, XXXXX Association, Society of ZZZZZ といった形をとっています。私自身は、長らく、The American Society of Information ScienceやJournal of the Society of Information Science等に理事や財務部長として係わって来ているので熟知しております。例えば、Wiley社のような一般の代理店を通すやり方と、メンバーシップを取って、直接購読するやり方の二通りがあります。もちろん、直接購読する方が、購

読者としては、かなり安く出版物を入手出来ます。

大学／学会系の出版社とは言っても、一般の出版社と大きく変わるところはありませんが、クレーム担当のスタッフを特に置いていないところも少なくありません。私の知っているASISのオフィスは、全員で7名くらいのスタッフしかおりませんので、仕事が沢山あって大変です。Chicago University Pressとか、Oxford University Pressなどの大手の学術出版社では、プロの専任スタッフを抱えているなどの関係もあって、その大きな組織のオペレーションに多額の費用が掛かって来ています。また、一般の学会や協会では、プロのスタッフを置いていないところは無く、メンバーシップ事務が機関誌発行業務と密接に結び付いています。IEEEやACS(American Chemical Society)等では、会員も世界各国に膨大な数の人がいるので、機関誌の発行が対会員業務の要となっています。これにもやはり巨大な経費が掛かっています。この対策として、非個人の会員である図書館に対しては、前者の払う会費(購読料)の2～3倍、或いは、4倍、10倍という高い別建ての購読料をチャージしています。まさに、「図書館界から、絞り取れるだけ、絞り取ろう」としているかに見えます。このカテゴリーの出版社では、バック・イシューや欠号の図書館への供給は、大体OKですし、態勢を持っているので、それほど難しいことではありません。但し、協会や学会でも、小規模なところもありますので、対応する態勢が不十分なところでは、余り期待出来ないこともあります。

新聞では、図書館に対してNo Sensitivityです。The New York Timesの基本的な姿勢は、配達漏れがあっても、リプレースメントは出しませんし(「状況は解からんから、ストリートで買ってくれ」というのが返事)、バック・イシューも供給しません。配達が滞っても、なかなかタフでコンペンセーションの購読期間延長はやってくれません。これをやらせるには、何週間もの長く辛抱強いクレーム交渉が必要です。

Faxonの時に、NYTを海外へ送る業務があっ

たのですが、或る時、89部だか90部だかのデリバリーが全部どこかへ行ってしまったことがありました。こちらは、すぐにクレームを出しましたが、NYT側は大変に強気で、「もう一度、小切手で代金を入れてくれれば出しますヨ」という返事が返って来ました。もちろん、払わなかったのに、何もしてくれませんでした。新聞と言うと、大変エレガントな存在に聞こえますが、早い話が独占に近い状態にある部分もあります。NYTはNYTであって、他のどこの出版社、新聞社も、NYTは出せないのです。特に、現在の米国の有力新聞は、そのような傾向が強いようです。新聞社では、所謂、トレードものの出版物も発行していますが、これらについても、図書館に対しては、“No Sensitivity”です。あくまでも、個人相手に経営者、技術者、研究者等の個人を対象にしたセールスを展開しています。

A & I (Abstract & Indexing Services)、即ち、抄録+索引情報サービスの出版社では、大学の図書館を含めた研究機関をマーケットとしています。このカテゴリーの供給するものは、二次情報化された形の抄録+索引情報です。場合によっては、バック・イシューを電子的メディアに載せたもの例えば、CD-ROMなどでも供給しています。彼らにとっては、図書館はよい顧客です、というのは、図書館と言えども、収納スペースに限りがあり、ハード・コピー（冊子体）では、最早持ち切れないうところまで来ているからです。A & Iの目的は、コストの回収のための利益追及です。代表的な例としては、Chemical Abstractsがあります。

政府刊行物は、図書館のためではなく、パブリックのために刊行されています。これらを発行している官庁がやっていることは、公の刊行物の刊行を監督することですが、多くのパブリック・スタッフがそれぞれに専門のパートを受け持ってやっているのに、こちらの注文やクレームを伝えるのに、実に長いラインを辿って行かねばならないことがあります。一般的に言って、政府刊行物は、手に入り難いものです。ですから、ニューヨークやワ

シントンには、それ専門の代理店が来ています。そこへ頼めば、割合簡単に入手可能だということです。政府の方針として、“掛かったコストは回収する”ということがあるので、人件費などの上昇から、過去5～6年を見ると、徐々にプライスがアップして来ており、この傾向は今後も持続しそうです。

外国の出版物は、個人と機関の双方をマーケットとしています。通常、図書館に対してはセンシティブです。欠号等への対応もしてくれます。彼らの行動ターゲットは、利益と掛かっている手間ヒマに対するコストの回収です。問題として挙げられることは、彼ら外国の出版社にとっては、米国の顧客リスト／アドレスをフルに、正しく表記することに難しいものがあるということです。アドレスのスキーマは、外国の出版社の場合、常に部分とか、略称とかが入るので、デリバリーの上で問題となります。特に、日本や他のアジアの国々から送られて来るもののアドレスは、問題の多いものがあります。

米国の大学図書館で何が起きているか？ 一特に、学術／医学系図書館の現状について

私の子供2人は、既にカレッジを卒業していますので、有り難いことに、私は高い学費を払う義務から開放されてホットしているワケです（笑）。それはさて置き、最近、米国の大学図書館で

図2 1996年と2011年の米国大学での年間授業料を比較する

何が起きているかということから、次のお話を始めたいと思います。

図2のデータは、米国の技術／医学系大学のもので、1996年度に基準を置き、米国大学の二つの大きな流れである State University (and State College) と Private University について、教育コストの面から考えてみます。前者の代表例としてはミズーリ州立大学を、後者の代表例としてはセントルイスのワシントン大学を選んでみました。

1996年の大学授業料をベースに、今から16年後の西暦2011年のそれを比較して見ましょう。1996年の州立大学の年間授業料は、円貨で約500万円、2011年には、円貨で約1,000～1,500万円となります。あるいは4年制の私大へ行くとすれば、1996年の年間授業料は、約1,000万円、2011年には約2,500万円以上となります。このように、既に、とんでもない大金が大学での教育には必要となりつつあります。また、別なアングルから大学を見ると、このままでは、州立大学でも、私立大学でも、経費が嵩んで来て、経営そのものが立ち行かなくなることも分かっています。

そこで、大学図書館、医学図書館、公立図書館など、大抵の図書館では、現在、既に、ダウンサイジングを開始しています。ダウンサイジングとはリストラであり、取りも直さず、ライブラリアンの人減らしということにも繋がります。このような大学の合理化は、米国の教育界、図書館界で大きな問題となっています。規模の縮小は、大学図書館、医学図書館、公立図書館の三者の中で、特に、大学図書館において顕著に現われており、ライブラリアンの中には、ハッキリと退職勧告を受けている人もいます。他の部署への配転ではなく、ハッキリとした退職です。この傾向は、全米で見られており、図書館員だけではなく、場合によっては、図書館そのものの数も統廃合によって減って来ています。

また、民間の大企業でも M & A が激しく進行しております。となりますと、二つ、三つの大企業が抱えていた図書館、図書室、資料センターな

どは、当然、一つに減らされてしまいます。つい先週も、大手銀行の Chemical Manufacturer Bank と Hanover Bank が合併する話が報道されておりました。このような場合、大きな図書館や図書室、情報収集部門などが、それぞれ一つにされてしまいますので、人員も半減されてしまうのが通例です。また、図書館ではありませんが、大手の製薬会社のグラクソ社が、他の、やはり大手の製薬会社と合併して、その研究／開発部門を一つにしてみました。この場合なども、発表はありませんでしたが、図書館部門を始め、多くのタブリ部門でリストラが起きていることは、想像に難くありません。

2、3の例外を除いて、全米の主要図書館では、今や、電子メディアの利用が行き渡っています。オンラインや CD-ROM による各種のデータベースが典型的な例です。また、図書館の所蔵書籍／ジャーナルを記録した Library Holdings のカタログも電子化されており、図書館外からのアクセスで、簡単にブラウジング出来るようになっていきます。

これは、学内 LAN などで大いに利用されています。例えば、そのようなキャンパス LAN が設置されていれば、図書館へ足を運ばずに（米国の大学のキャンパスは広大で、しかも、一つの都市内の随所に点在していることも多い）、自分の学部研究室に居ながらにして、欲しい記事やタイトルをチェックし、PC モニター上で見る事が出来るようになっていきます。それが出来ない場合は、LAN で必要な資料、論文等の所在を調べて、FAX でフル・コピーを貰うことも出来ます。このような電子的なリンクがあるため、自分の研究室がどこに在るかということは、あまり問題ではありません。そのネットワーク内に組み込まれていれば、全く地理的な支障はありません。

皆さんも、UCLA バークレー校にいらっしゃる機会があれば、“DAVIS”という名前の図書館電子閲覧／デリバリー・システムをご覧になったらよいと思います。これにアクセスして、欲しいジャーナルの記事チェックすると、直ちに9万何

千件の Holdings を検索して、結果を出してくれます。なお、この“DAVIS”は、16か所だか、18か所だかあるキャンパス図書館の全体をカバーしていますので、パークレーに在る全図書館の Holdings を一挙にチェックすることが可能です。また、オンラインを利用して、さらに広範囲なエリアにある図書館の Holdings をチェックすることも出来ます。カリフォルニア州では、WAN が張り巡らされてありますので、South California エリア全体といった広い検索が出来ます。インターネットを使えば、自宅の PC からでも、居ながらにして、多くの図書館の Library Holdings を見ることも出来ます。

このようなコンピュータ・エイディッド・インフォメーション・リトリーブ・システムの発達／普及のお蔭で、図書館同士もインター・ライブラリー・ローンにより、所蔵書籍／雑誌／資料の貸し借りや、共同利用が実現され、図書館の経費節減という状況を背景にして、大いに利用されています（表 6）。

これに関連して申し上げますと、米国では、OPAC（オーパック：Open Public Access Catalog）という形態の公共サービスが始動しておりまして、一般外部からも図書館の所蔵カタログへ自由にアクセス可能となっております。

表 6 1986 年～1994 年で見えたインター・ライブラリー・ローンの利用度アップとプリント実物購入のダウン（タイトル・ベース）

LOAN と PURCHASE の別	変化率
Inter Library Loan	
借りた	+ 100%
貸した	+ 50%
Special Subscription	
買った	－ 4%
Monographs	
買った	－ 22%

ニューメディアの問題点

学術文献や定期刊行物などが、CD-ROM でネットワークに載せられて、広く利用されていますが、この種のニューメディア商品の問題点の一つに、元の記事が持っている Copyright の問題があります。この元記事の著作権については、そのジャーナルの出版社も、対応に戸惑っているところもありまして、Print Publishing オンリーの出版社では、ニューメディアの状況の展開を把握出来ていないというところもあるようです。そういうところでは、“電子化”に対する理解不足や、それから来る一種の恐れがあります。

CD-ROM で、もう一つ大きな懸案は、CD-ROM データベースを単独にではなく、先ほども言いましたが、ネットワークに載せて使用する場合の使用料をどう設定し、どう課金するかということです。供給元であるベンダー各社も、これでいろいろと頭を悩ませているようです。

また、ペーパーから電子への移行は、また別の意味で既存の Print Publishing 中心の出版社に、或る種の将来的な危惧を抱かせ始めています。これは、これまで比較的に安定した業績を維持して来た従来型の出版社が、ニューメディアの発達と市場参入により、将来における業態の維持を心配し始めていることです。例えば、或る年令になったらリタイアして、年金や預金で悠々自適の生活にでも入ろうかと考えていた経営者や管理職が、「どうも、下手をすると、そうも行かなくなるかな？」と、一抹の不安を抱き始めているのです。そういう意味では、現在米国の出版業界全体—ペーパー・パブリッシングであれ、エレクトロニック・パブリッシングであれ、『我々は、この先、一体どこへ行くのか？』の答えを知っている者は一人もいないでしょう。

ところで、経営的な面から見ると、ニューメディアの登場により図書館業務も大きな影響を受けています。先ず、図書館スタッフのトレーニングが、ガラリと一変しました。ニューメディアのオペレーションを出来るようにするためのトレーニン

グです。従来の図書館業務とは殆ど関係がなく、やや、技術的なハード／ソフトの知識とスキルの取得が要求されるに至っているためです。そして、これには、ワークショップやスクーリングへの参加が必要になりますので、大きなコストが掛ります。今にして思えば、米国の重要なアカデミック・ライブラリーでは、(このような電子化の兆候が始めた) 5, 6 年前の時点で、図書館スタッフの電子化対応教育をもっとやっておくべきだったと思います。今や、図書館スタッフには、ニューメディアに対応出来るフレキシビリティと、特にソフト面で、日々高度化して行くコンピュータリゼーションのフォロー・アップ能力が不可欠となっています。

例えば、我々を取り巻く環境が、今どうなっているかを見ても、コンピュータリゼーションへの対応、コンピュータ・リテラシー(文盲ならぬ、コンピュータ盲ではなく、コンピュータを読める＝利用出来るという状態を言う)の必要性は、日常業務の中に深く入り込んで来ています。私が経験するところでは、図書館や出版関係の展示会、カンファレンス、トレード・ショー、ミーティング: ARA, SRA, MRA, TRA 等によく出席しますが、会場にはインターネット・ラインが引かれ、インターネット・ルームやインターネット・エリアが設けられていて、もう誰もが当たり前のように使っていますし、参加者へのメッセージなども電子的な形で出されて来ます。時代はドンドン進んでいるのです。

先に、州立大学でも私立大学でも、大学の経営が難しくなりつつある、と申し上げましたが、この図書館でも Holdings の維持費をミニマムに落とそうと必死です。これについては、今夏7月でしたか、ミネソタ大学で行われた ARA (Association of Research Libraries) のミーティングの折り、大学図書館の関係者から、「全米の州立大のビッグ10でも、学位論文などの Holdings 購入予算を始めとする図書館予算の全領域に緊縮の大号令が掛けられている」と聞きました。

また、ペンシルバニア、ミシガン、インディア

ナ、オハイオの各州立大など、有力な研究開発部門を持つ大学でも、今年はこれらの施設をサポートしている図書館の予算に大鉈が振るわれたという話です。削減規模は、1館で10万ドル～40万ドルにも上ったそうです。唯、このことは、州の経済状態が悪いということには、必ずしもダイレクトには結び付きません。中には、オハイオ州のように税収入がしっかりしていて、財政状態も良好なところもあります。では、何故、オハイオ州立大が緊縮予算になっているかという、一部のジャーナルの購読は、納税者にとっては余りとされていないと判断されたようで、そのようなタイトルが削減の対象とされたのです。

もう一つ、米国の図書館、特に大学図書館で広く行われていることで興味のあることに、図書館のテクニカル・サービスやカタログニングの外部発注、つまり、アウトソーシングがあります。早い話が、手間暇の掛かる業務を外注へ出しています。こうして、図書館は自分のところのマンパワーをより生産性の高い部分へ集中しようとしているのです。特に、書籍、新刊書籍の発行、価格情報などは外部へ任せて、外注業者がまとめた結果を電子的に処理されたビブリオグラフィック・データとして受け入れるようにしています。例えば、Yankee Book などといったキャタログニングのサービス業者が、図書館の下請けでやっていたりします。

図書館の学術参考文献を扱う部門でも、CD-ROM データベース対冊子体の攻めぎ合いが行われていますが、所蔵管理と検索の点では、前者の方が遥かに便利でしょう。前にも申しましたが、この部分では、図書館スタッフのシステム対応トレーニングが、金銭的にも、人的にも、図書館にとって、かなりの重荷となっているようです。

先程、図書館のダウンサイジングについて少し触れましたが、何故そうしたことが始まったのか、もう少し言葉を補って置きましょう。改めて申し上げるまでもありませんが、米国の社会／経済は、この「不確実性の時代」にあって、その社会の主要なポイントを幾つか変えて来ました。その中で

も、従来、優先的に公的資金の配分措置がなされていたものが大きく削られるに至りました。即ち、連邦政府、州政府が、その支出規模を削減するために採った施策なのですが、これが多方面へ大きな影響を与えました。教育界では研究開発費、大学生に対するローン、大学生への住宅ローンの補助などが大きく削減されたのです。このことは、大学図書館にも、大きな影響を与えました。というのは、米国の金利は通常の高いレベルから大きくダウンしているため、大学図書館を金銭的にもサポートしている民間企業や財団などの経営が悪化し、支出を極力抑える方向にシフトしたため、図書館への援助が思わしくなくなったのです。

この影響を実際の例で示しますと、私が講師をしておりますワシントン大学（セントルイス）では、7億ドルの収入減となったということです。金利が2%ダウンすると、同大学の図書館の収入は1千7百万ドルも減少すると言いますから、7億ドルの減少は、実業界が如何に低迷しているかをよく物語っています。一方、年間授業料も、年率で10%~11%と高い率でのアップをマークしていますので、前にも述べましたように、大学の経営が、とても、このままの状態でも今後も続くことは考えられません。先ず、この授業料の上昇率を何としても抑えなくてはなりません。そうすると、大学の収入が減少しますので、その対策が重要になります。

しかし、一方で、過去40~50年の間、施設、設備の近代化、アップ・グレードは、殆どなされておりません。例えば、ネットワークとの関連で言えば、LANのために光ファイバーを敷設する必要がありますが、その他にも、建物の改装工事もありますし、追加機器もありますので、なかなか安いものではありません。

これに対して、学術ジャーナルの出版社からは、年間10%~20%くらいの雑誌代値上げを言って来ます。雑誌社の値上げ理由が、如何に正当な理由のあるものであっても、現在の大学図書館は、これに応ずることが出来ないというのが実情です。この状態は、将来に亘って同じでしょう。そこで、

大学図書館に掛かるプレッシャーの結果、Library Holdingsを削減することになります。現在、各大学の図書館が懸命にトライしていることが、これです。このために、学部の先生方がジャーナル購入希望の書類を持って図書館へリクエストに赴くと、その必要性を徹底的にチェックされるそうです。そして、3誌のリクエストを出すと、例えば、二つくらいは“不要”とされて、リジェクトされるようなこともあるようです。ジャーナル・コレクションを削減するには、このくらいのことをしないとダメなのでしょう。

また、ドキュメント・デリバリー・システムの活用も、図書館により大いに図られようとしています。もちろん、これは、Journal Holdingsを削減するための対策としてです。これを受けて、CARLとか、UNCOVERとかUMIといった資料提供会社が、ドキュメント・デリバリーの営業規模を拡大しつつあります。

最後に、米国の学術図書館が保有するような学術タイトルのジャーナルがどこの国でオリジネートされているかを見てみましょう（表7）。

これは、米国の大学図書館に入っているジャーナルの“原産国”を、タイトル・ベースで見たシェ

表7 ジャーナルがどこの国でオリジネートされているか?…タイトル件数で見たもの

発行国	比率 (%)
U. S. A.	61.6
Canada	4.4
Japan	2.0
Europe	25.8
Asia	1.3
South Africa	1.2
旧東欧ブロック	2.1
India/Pakistan	1.6
計	100.0

アを%で示したもので、米国が61.0%でトップ、カナダが4.4%、日本が2.0%、ヨーロッパが25.8%、アジアが1.3%、南アが1.2%となっています。旧ソ連圏は、2.1%、インド／パキスタンが1.6%です。

マルチメディアがもたらすものは？

米国の図書館、とりわけ、学術図書館は、エレクトロニクスを応用してテクニカルなシステムの構築、導入では、実に大きなストライドで歩んで来ました。特に、インターネットを利用したE-Mailや、エレクトロニック・ライブラリーでは、大きな貢献をして来ました。しかし、その真の意味を知る者は、まだ、一人もいないのではないかと思います（これからではないでしょうか、その意味するところや、影響の大きさが本当に判かって来るのは…）。

幾つかのナショナル・ファウンデーションとか、米国やヨーロッパの電子出版社、或るいは、民間と大学との共同研究体は、その将来像を設定して、我々への影響や、それが招来するはずの本当の価値、また、それがもたらすスキーマを考えようと力を尽くしています。具体的な一つのリアクションは、善し悪しは別にして、先ず、自分の仕事を変化からプロテクトしようという反応でしょう。

私の予想では、本格的なエレクトロニック・ジャーナルが出現するとすれば、その本質は、Society(学会)、それも科学技術的な学会におけるフリーな電子ジャーナルというものとなるのではないのでしょうか。対象は、科学者、特に情報関係とか、電子／電気関係とか、医学関係の研究者といった人たちでしょうか。

一方、これらに使用されるソフトウェアは、非互換性の強いものとして、暫くは存続するのではないのでしょうか。ソフトの完全互換はなかなか実現しないと思います。したがって、WWWやGopherなどはそれ自体は素晴らしいものであっても、その非互換性はなくならないでしょう。

現在、米国では、情報の質、情報のセキュリティ、ソフト／ハードの変化／進化へのフレキシビリティ、そして、人間の側にある変化への本能的な抵抗といったことが問題として出て来ています。特に、後者の「変化に対する人間の抵抗」は、なかなか面倒な問題ではないかと思われます。他人が変わって、社会が進歩して行くのは結構ですが、その影響を自分がモロに受けるのは困る、というのも、また人情でありましょうし…。

（文責 本誌編集委員会）

事務局注：

- (1) 本講演会では、スペシャル・コメンテーターとして、慶應義塾大学の細野公男教授が各ポイントで総括されました。また、逐次通訳をされたユサコ(株)山川隆司社長が随所で補足されましたが、誌面の都合上、割愛しました。
- (2) 表4のデータの出典として使われた“BUYING SERIALS”(by N.B.Basch, & J. Mcquen, Neal-Schuman, New York, 1990)は、当日参加者にテキストとして配布されました。なお、主催者であるユサコ(株)に若干の在庫があるということですので、主催者(Tel: 03-3502-6472)へお問い合わせ下さい。(税込み定価5,000円＋送料340円)