電子ジャーナルの価格体系・契約形態の変遷と現在

岩崎治郎¹

著者抄録 : 1990年代初頭に登場した電子ジャーナルは、それまでの冊子体の時代にはなかった購読契約上のさまざまな問題を生み出した。価格設定方式の多様さはそのひとつであり、出版社によるさまざまな試みの結果、1990年代末に価格体系は一応の基本形を確立したが、今なお新たな展開が跡を絶たない。その他、マルチサイト契約、購読中止後のアーカイバルアクセス、バックファイルへのアクセス、パッケージ購読、図書館コンソーシアム契約といった電子ジャーナルの購読契約に特有の重要なポイントについて、歴史的な変遷を盛り込みつつ概観する。

キーワード : 電子ジャーナル, 契約, 価格, アーカイバルアクセス, 図書館コンソーシアム

Pricing and licensing of electronic journals: Key issues from a historical perspective

IWASAKI Jiro¹

Author Abstract: Electronic journals, born in the early 1990s, have brought a variety of pricing and licensing issues that had not existed in the age of print journals. Among the issues is the diversity of pricing policies; although several pricing structures were established as relatively common in the late 1990s as a result of various attempts by publishers, there still have been new developments. Also reviewed here, with an emphasis on their historical development, are other important issues peculiar to electronic journal licensing, including multi-site licensing, archival access after cancellation, backfile access, package subscription, and subscription via library consortia.

Key words: electronic journal, contract, pricing, archival access, library consortium

原稿受理 (2004-12-14)

(情報管理 47 (11): 733-738)

1. はじめに

電子ジャーナルの出現は、学術雑誌の利用環境を大きく変えただけでなく、その購読契約の形態においても数多くの変化をもたらした。同じジャーナルの冊子体とオンライン版では、コンテンツも価格も一般に大差ないが、契約上は大きな違いを生じる。購読者が出版社に購読料金を支払って冊子体のジャーナルを受け取るのは売買行為であり、所有権は購読者に移る。それに対して、物理的なモノとしての形態を持たない電子ジャーナルでは、購読者は購読料金を支払うことで一定期

間コンテンツを利用する権利（ライセンス）を得るだけであり、契約終了と同時にアクセス権を失う事態が起こり得る。この相違を根底として、電子ジャーナルは従来の冊子体ジャーナル購読になかった契約上のさまざまな問題を生み出し、出版社をはじめとする関係者は解決を求めてさまざまな試行錯誤を繰り返してきた。本稿では、電子ジャーナルの契約形態に関する主要なトピックを、必要に応じて歴史的な変遷を視野に入れながら概観する。本稿が、電子ジャーナルの価格体系と契約形態の理解と今後の予測のための一助になれば幸いである。

¹ 株式会社紀伊國屋書店 仕入流通総本部 洋書部マーケティング課 (〒156-8691 東京都世田谷区 丘5丁目38番1号) Tel.03(3439)0124 E-mail: jiro_iwa@kinokuniya.co.jp

¹ Journal Department, KINOKUNIYA COMPANY LTD. (38-1, Sakuragaoka 5-chome, Setagaya-ku, Tokyo, 156-8691)

2. 価格設定方式の変遷

2.1. 電子ジャーナル価格体系の基本形の成立

電子ジャーナルの契約形態の重要な特徴のひとつと言えるのが、その価格設定方式の多様さである。冊子体のジャーナルが、多少のバリエーションがあるとはいえ、1部の購読に対してある一定の年間購読料金という単純な価格設定を長年維持しているのに対し、電子ジャーナルにおいてはその誕生から現在まで、わずか十年余の短い歴史の中で、実にさまざまな形態の価格設定が試みられ、新たな試みは今も続いている。

対応する冊子体を持たないOnline Onlyのジャーナルであれば、価格体系は冊子体と同様シンプルになり得る。例えば、最初期の査読制電子ジャーナルのひとつとされるThe Online Journal of Current Clinical Trials (OJCTT)は1992年に発刊されたが、対応する冊子体は存在せず、Online Only価格のみが設定された。

その後、1990年代半ばになって、すでに冊子体として発行しているジャーナルが次々とオンライン化されるにつれて、各出版社は電子ジャーナルの価格を従来の冊子体価格とどう関連付けるかという問題に直面することになった。

各社が試行錯誤を繰り返す中で、全体としては1990年代末までにおおむね次の3種類の価格体系に収められていった。

(1) Print Only/ Online Only/ Print + Onlineの3本立て価格

従来の冊子体価格に近いOnline Only価格を設定し、Print + Onlineをバンドルで購読する場合には冊子体価格に若干上乗せする程度の価格を適用するものである。Online Only価格は、冊子体価格と同じか、80～90%程度に設定されるのが一般的となった。一方、Print + Onlineのバンドル価格は、冊子体価格の110～120%となることが多い。

(2) Print + 無料Online Journal

冊子体の購読者に同じタイトルのオンライン版を、追加料金なしで提供するというものである。Print + Onlineのバンドル購読の一種と言ってもよいが、特に電子ジャーナルの初期には、この価格体系によって無料で提供されるタイトルを電子ジャーナルの導入の契機とする機関が多かった。上記(1)の価格体系でオンライン版に追加料金を払うことには、電子ジャーナルにまだなじみの薄い購読者側の抵抗が強かったことが背景にあることが推測される。また、国によっては冊子体とオンライン

版の雑誌に適用されるVAT (= Value Added Tax, 付加価値税)の税率が異なり、冊子体には例外扱いとして低い税率が適用されるが、電子ジャーナルやオンラインデータベース等には一般の物品と同じ率のVATが課せられる場合がある。そのような国では、国内の購読者のVAT負担を抑えるため(国外に輸出される物品にはVATが非課税とされるため、国外の購読者には無関係である)、電子ジャーナルが「冊子体購読者に無料で提供されるもの」と位置付けられることが比較的多いように思われる。しかしながら世界的には少しでも価格の低いOnline Only購読を求める購読者が増えていることを背景にしてか、上記(1)に移行する出版社が増える傾向が見られる。

(3) Print + 無料Online Journal/ Print + 有料Online Journalの2本立て

冊子体購読者に無料で提供するオンライン版と、追加料金を課金する有料のオンライン版との2種類を、サービス水準に差を付けて提供する形態である。無料/有料の差は、過去年度のコンテンツ(バックファイル)へのアクセス権や購読中止後のアクセス権(アーカイバルアクセス)の有無によるのが一般的である。

これら3種類の価格体系は、1990年代の末に基本形として確立し、現在でも広く採用されている。

2.2. 価格設定方式の新しいバリエーション

上に見たような、冊子体価格とは別にPrint + OnlineのバンドルやOnline Onlyの価格を設定する形にしても、冊子体購読者に無料オンライン版をバンドルする形にしても、購読機関の性格や規模にかかわらず一律の価格を適用するという点において、形のあるモノとしての冊子体ジャーナルに用いられた伝統的な価格設定の延長線上にあると言ってもよい。一方、電子ジャーナルにふさわしい価格体系を模索する中で、冊子体ジャーナルの時代には存在しなかった発想も持ち込まれた。そのような価格設定方式のいくつかを見てみよう。

(1) 同時アクセス数

この方式では、ある機関から同時にひとつの電子ジャーナルにアクセスできる人数に、契約上の制限が設けられる。利用頻度が高いと予想される機関では、利用者の不便を避けるためには追加料金を払ってでも大きな同時アクセス数で契約することになる。現在では、ジャーナルの利用促進という観点から、同時アクセスは無制限とされることが多くなってきたように思われる。

(2)FTE (Full-Time Equivalent)

FTEの定義はさまざまであるが、一般には大学の教職員・院生・学部生の数、企業の場合は研究活動に従事する従業員数をFTEとして数え、例えば5,000人までの機関はこの価格、というようにその数に応じた価格帯を設定する。電子ジャーナルのサービスを享受できる人数と価格とを関連付ける方式と言える。

(3) 機関の研究規模による段階的な価格設定

各機関の研究活動の規模を一定の基準で測定することによっていくつかの階層に分類し、どの階層に属するかによって異なる価格を適用するものである。FTEも機関の規模を示す指標のひとつとして用いられることがあるが、場合によってさまざまな要因が加味される。当該機関の研究予算や、所属する研究者による発表論文数、自社ジャーナルの利用実績などが用いられることが多いようである。

(4) 利用統計に基づく価格設定

当該機関の前年の利用統計に基づいて次年度の価格を算定する方式で、例えば論文のダウンロード数が指標に用いられる。機関ごとのジャーナルの利用状況を出版社が把握できる電子ジャーナルならではの価格体系である。学術出版および図書館関係者による国際的なプロジェクトであるCOUNTER (Counting Online Usage of Networked Electronic Resources)が電子ジャーナルの利用統計データの仕様の標準化を進める中¹⁾、今後の展開が注目されている。オンラインデータベースの利用契約に見られる、いわゆる従量制の価格体系と似通った面がある。

これらは一見するとそれぞれ別の発想に基づいているようだが、どの購読機関にも一律の価格を適用する代わりに、個々の購読機関がジャーナルを利用する頻度（利用度）を、人数や研究活動の規模、実際の利用統計といった尺度で推し量り、それに基づいて利用度に見合った価格を適用しようと試みている点で共通している。

2.3. マルチサイト契約

大学であれば複数のキャンパス、企業であれば複数の事業所や研究所を持つことは珍しくなく、それぞれの場所（サイト）で同じタイトルを利用したいというニーズは以前から存在していた。冊子体では、あるタイトルを1部購読すれば1部相当の価格、2つのサイトのために2部購読すればその2倍を課金されるのが普通であった。この課金方式を電子ジャーナルにそのまま置き換えるとすれば、

ジャーナルを利用するサイトごとに1部相当の価格が課金されることになる。これに基づいて、ライセンス契約中に「サイト定義」が設けられることが多い。すなわち、ひとつのサイトとして認められる範囲を定義し、1部相当の電子ジャーナル購読でアクセスできるのを契約上そのサイトだけに限定するわけである。購読機関が複数のサイトからアクセスしたい場合は、「マルチサイト契約」を結び、必要に応じ追加料金を支払うことになる。サイトの定義はさまざまで、ひとつの地理的なまとまりもしくは同一の住所が1サイトと見なされることもある。また、学部とその附属研究所のように、同一組織の管理下にあつて相互の独立性が低いサイトは、地理的に離れていても同一サイトに見なされることもある。したがって、購読するタイトルに応じて利用条件を確かめ、契約内容と実際の利用状況が合致していることを注意深く確認することが必要となる。マルチサイトとなった場合の料金は、各機関の利用状況に応じての個別見積もりベースになることが多い。

3. アーカイバルアクセスとバックファイル

3.1. 購読中止後のアーカイバルアクセス

電子ジャーナルの登場以来、多くの利用者はその利便性は認めながらも、冊子体購読をオンライン版に置き換えることにはなかなか踏み切れなかった。その大きな理由のひとつが、購読中止後のアクセス（アーカイバルアクセス）確保の問題である。前述したように、冊子体であれば購読機関に所有権が移るため、図書館は購読を中止しても購読済みの巻号を手もとに残すことができる。しかし、当初多くの電子ジャーナルでは、アーカイバルアクセスが認められなかった。これは購読機関にとって、購読を継続している間はよいが、購読中止を余儀なくされた場合、過去年度のコンテンツにアクセスできなくなることを意味する。冊子体とそれほど変わらない購読料金をオンライン版に支払うにもかかわらず、冊子体購読に比べて大きな不利益を被るリスクがあることに購読機関・利用者から不満の声が上がり、多くの場で議論を呼んできた。現在では、アーカイバルアクセス権が認められない契約、購読中止時に過去年度分の論文の電子ファイルがCD-ROM等のメディアで提供され、ローカルでの利用に供することができる

契約、さらに購読機関がオンライン版を有料で購読した年度分については、購読中止後にもオンラインアクセスが認められる契約などさまざまな形態があるので、購読機関は契約内容を個別に確認することが肝要となる。

またジャーナルによっては、刊行から一定期限を経過した論文のオンライン版は、購読の有無を問わず無料公開に切り替えるものも出てきた。例えば、刊行から6か月経過した論文を、あるいは毎年1月に前年度の論文を無料公開に切り替えるようなやり方である。このような電子ジャーナルでは、サービスが存続するかぎりアーカイバルアクセスが提供されることになる。

3.2. バックファイルへのアクセス

購読期間中のバックファイルへのアクセス権の有無もまた、電子ジャーナルの契約上の重要なポイントのひとつである。オンライン版として存在するすべてのバックファイルの利用を追加料金なしで認める契約もあれば、オンライン版として有料購読した実績のある年度分にだけアクセスを認める契約もある。また、中間的な形態として、カレント年度の購読期間に直近の一定期間、例えば5年分に限って追加料金なしでアクセスを認める契約もある。

電子ジャーナルが誕生間もないころは、オンライン化されているバックファイルがわずかしかなかったため、それらへのアクセスは大きな問題にならなかったが、今や状況は様変わりした。冊子体ジャーナルのオンライン化が一段落した後、次のステップとして古いコンテンツの遡及的電子化が活発に進められた結果、潜在的に利用可能なコンテンツは今や膨大な量に及んでいる。例えばThe Lancet誌は、1823年の初号から最新号まですべてオンライン化されている。これらのバックファイルへのアクセス権に対する料金体系もさまざま、通常のジャーナル購読と同じように一定の金額が毎年課金される場合や、バックファイルがひとつのパッケージ商品とされており、まとまった金額を一括払いすれば恒久的なアクセスが認められる場合もある。論文のバックファイルの重要度は学問分野によって異なるが、広範な年度をカバーする書誌データベースや論文間のレファレンスリンクの充実を背景に、論文のバックファイルへの需要は一般的に高まっていると言えよう。

4. パッケージ購読

4.1. 出版社自身によるパッケージ化

冊子体のジャーナルでも、複数のタイトルを「パッケージ」として同時に購読する場合に若干の割引価格を提供する例は一部にあったが、電子ジャーナルではこれが大幅に増加した。出版社の全タイトルがひとつのパッケージとして提供される場合と、分野ごとに細分化したパッケージが提供される場合とがある。

出版社による電子ジャーナルパッケージでの提供は、単独の機関に対して行われることもあるが、後に触れるコンソーシアム契約ではより一般的で、“Big Deal”と称せられる。

4.2. 出版社以外によるパッケージ化

次に、出版社自身以外のサードパーティによって電子ジャーナルがパッケージ化される例を見てみよう。

1991年に提供が始められたADONISは、70社以上の出版社から集めた医学系ジャーナルの論文をビットマップ画像化しCD-ROMで提供するもので、インターネットの普及に先行する電子ジャーナル提供の試みであると同時に、多くの出版社のコンテンツを包括的に提供するサービスの先駆のひとつとなった。契約形態としては、購読機関は年間購読によって毎週新しいディスクを受け取った。利用者が論文を印刷するごとに、各出版社によって定められた著作権料が課金された点が特徴的である。

多くの出版社のジャーナルを包括的に提供するサービスは、現在ではインターネットベースでいくつが存在する。その典型的な例として、米国ProQuest Information and Learning社は、多くの出版社とライセンス契約を結んで論文フルテキストを提供している。例えばProQuestの学術機関向けのパッケージであるAcademic Research Libraryは、ジャーナル約2,000誌の論文フルテキストを提供する。これらのサービスを一般にフルテキストデータベース、それを提供するProQuest等の業者をアグリゲータと呼ぶことが多い。ジャーナルタイトルを完全にパッケージ化しており、パッケージ単位での契約となっており、契約機関はパッケージの収録タイトルを包括的に購読する点が特徴となっている。

なお、フルテキストデータベースと似て非なるものとして、出版社から電子ジャーナルの提供を

請け負ういわゆるホスティングサービスがある。HighWire, MetaPress, Ingentaなどがその代表例である。例えばHighWireはAmerican Medical Association, American Physiological Society, Oxford University Pressなど、多数の出版社のジャーナルのオンライン版を提供している。本来であれば各出版社が自社サーバで行う電子ジャーナルの提供を、専門業者としての技術的優位を強みにして有償で代行しているわけである。フルテキストデータベースと異なり、ホスティング代行業者はコンテンツの提供だけに専念しており、購読者との購読契約は行わない。

5. コンソーシアム

5.1. コンソーシアム契約の特徴

冊子体ジャーナルの時代に、書誌目録作成や資料の共同収集・利用を目的に生まれた図書館コンソーシアムは、電子ジャーナルの成長とともに、出版社と交渉し有利な条件を引き出す共同契約の母体としての役割を担うようになった。コンソーシアム契約の中で、参加機関に出版社の全タイトル、ある分野のタイトル・パッケージあるいは参加機関が購読するタイトルの総体のように、まとまった規模のタイトル・コレクションへのアクセス権を与える契約形態は“Big Deal”と総称され、世界的に拡大していった。背景にはジャーナル価格の高騰に図書館予算の伸びが付いていかず、購読のキャンセルと発行部数の減少がさらなる誌代値上げを呼びいわゆる「シリアルズ・クライシス」がある。このような状況下で、限られた予算の範囲内で利用可能なタイトルの拡大を図りたい図書館のニーズに合致したことがBig Deal普及の主因といえよう。

コンソーシアム契約には、コンソーシアム自身(通常はコンソーシアム事務局によって代表される)が契約および支払いの主体となる一括契約と、コンソーシアムは出版社との条件交渉の窓口になるだけで、実際に契約するか否かの判断や契約・支払いは通常の購読と同様に個別の図書館単位で行われる契約との2種類がある。前者の場合は、出版社にとって契約の締結や代金回収の相手がコンソーシアムに一本化され、事務作業が簡略化される利点がある。

5.2. Flip Pricing (反転価格) の登場

米国オハイオ州の大学図書館・州立図書館から

成るThe Ohio Library and Information Network (OhioLINK)は、電子ジャーナルのコンソーシアム契約を先駆的かつ積極的に進めてきたコンソーシアムとして世界的に知られているが、最近盛んに口にされるようになったFlip Pricingという言葉が、このOhioLINKでも使用されている。OhioLINK GlossaryのFlip Pricingの項では²⁾、「OhioLINKと個々の出版社との間の“electronic-plus”による支払いモデルで、OhioLINK加盟図書館は出版社によって異なるが冊子体価格の90～95%を電子ジャーナルへのアクセスのために支払い、冊子体には冊子体価格の5～10%を支払う」とされている。“electronic-plus”モデルについて、OhioLINKのExecutive Directorを務めるTom Sanvilleは2001年の論文³⁾の中で、購読機関の支払い額の大部分が冊子体購読のためで、電子ジャーナルのライセンス料金はそれより小さい追加料金となる従来の“print-plus”モデルを逆転するもので、OhioLINKは2002年から“electronic-plus”モデルへの移行を進めるとした。冊子体を基本とする価格体系から、オンライン版を基本とする価格体系への転換ということになる。なお、このFlip Pricingで用いられる冊子体への大幅な割引価格は、一般にDeep Discount Price (DDP)と呼ばれる。

6. おわりに

ここまで見てきたように電子ジャーナルの価格体系・契約形態は実に多様な展開を示してきたが、今もなお各出版社は毎年のように価格体系を修正し、新しい契約オプションを提案し続けている。今後も、単に出版社の自発的な試みだけでなく購読機関・利用者からの反応、技術的な環境の変化といったさまざまな要因の影響を受けながら、新しい発想に基づく契約モデルが生まれ、そのいくつかはやがて主流をなしていくであろう。

電子ジャーナルの購読機関にとっては、このように複雑かつ刻々と変化する電子ジャーナルの価格体系・契約形態を正しく理解することが重要である。そうしないことは、単に自機関に有利な契約オプションを見逃すだけでなく、契約違反にもつながりかねないので、自機関のサイト構成やネットワーク構成、各出版社のサイト定義や現在の契約内容を常時把握しておく必要がある。冊子体ジャーナルの時代には考えずに済んださまざまな問題に対処が求められるわけだが、電子ジャーナルの利便性を享受するためには避けられない負担

と言えよう。

自機関での対処が難しい場合は、各出版社と密接なコンタクトを持ち価格体系・契約形態の動向

を熟知する、信頼できる雑誌販売代理店への相談をお勧めする。その面で弊社紀伊國屋書店がお役に立てれば幸いである。

参考文献

- 1) “COUNTER (Counting Online Usage of Networked Electronic Resources): About COUNTER”. (online), available from <<http://www.projectcounter.org/about.html>>, (accessed 2004-12-13).
- 2) “OhioLINK Glossary, F: Flip Pricing”. (online), available from <<http://www.ohiolink.edu/ostaff/Glossary.html>>, (accessed 2004-12-13).
- 3) Sanville, T. “New Products & Services: Initial Implementation Issues: Migrating Electronic Journal Licenses From Print-Plus-Electronic Pricing to Electronic-Plus-Print Pricing”. The Charleston Advisor, published in Volume 3, Number 1, July 2001. (online), available from <<http://charlestonco.com/features.cfm?id=70&type=np>>, (accessed 2004-12-13).