

日本における電子出版の進展と図書館の役割

湯浅 俊彦

1. はじめに

日本国内で出版社グループ、大手印刷会社、通信キャリア、電子書籍メーカーなどが次々と新たな電子書籍事業を発表し、まさに合従連衡が進行したのが2010年のいわゆる「電子書籍元年」であった。

一方、アマゾン「Kindle Store」、アップル「iBookstore」、グーグルの「Google eBookstore」は世界的規模での電子書籍流通のプラットフォームを構築しつつあり、このような米国発の企業による電子書籍流通は日本の出版ビジネスにとって大きな脅威となっている。

つまり1点1点の電子書籍の購入という、いわば紙の本の延長線上に考えられてきた電子書籍の流通は、いまやクラウド型の出版コンテンツデータベースへのアクセス権の販売へとその様相を変化させてきたのである。図書館にとっては所蔵を前提とした図書館資料から、アクセス権を購入する「図書館情報資源」のひとつへと変貌しつつあるということである。

電子書籍の「生産」「流通」「利用」「保存」の知のサイクルは、単に紙の書籍をデジタル化し、ネットワークで流通させたものではなく、活版印刷物の流布以来の大きなパラダイムの変化ととらえる必要があるだろう。本文からの検索によって必要な情報が取り出せるだけでなく、冊子の中の章、節、項、あるいはページ、パラグラフ、本文、図、表など、種々の単位に書物を解体し利用することも可能になるという意味で大きな変化が引き起こされると考えられるのである。

このような「電子出版時代」に図書館はその館種を問わず、新たな図書館サービスを求められることになる。大学図書館界ではすでに1990年代後半以降に電子ジャーナル、各種データベースの導入など学術情報の「所蔵からアクセスへ」の変更が進展し、研究者、図書館利用者の情報探索、獲得行動に変容をもたらし、大学図書館の役割そのものが問い直されてきた。

「電子出版時代」が到来すれば図書館はどのような利用者サービスを展開することになるのだろうか。また、図書館での電子資料の利用はこれからの知の拡大再生産にどのような影響を与えると想定されるのであろうか。

デジタル・ネットワーク社会に対応した知の拡大再生産、その実現のために利用者が広く出版物にアクセスするためには図書館と出版ビジネスの適切な役割分担とその環境整備が必要だろう。また国立国会図書館における所蔵資料の大規模デジタル化と電子納本制度導入へ向けた取り組みなどもふまえて、これからの日本の電子出版ビジ

ネスと図書館の役割について総合的に分析、検討を行う必要があるだろう。

本稿では電子書籍をはじめとした日本における電子資料の定義や統計を概観した上で、電子出版ビジネスの進展が図書館に与える影響について検討し、改めて図書館の役割を考える。

2. 電子資料の定義と統計

2.1 パッケージ系電子資料とオンライン系電子資料

電磁的媒体を用いて公表される電子資料には、大きく分けて CD-ROM などの「パッケージ系電子資料」とダウンロード型電子書籍に代表される「オンライン系電子資料」の2つがある。

従来はパッケージ系とネットワーク系を対比する呼び方をする場合もあった。しかし、本稿では「ネットワーク情報資源」(networked information resources)という言葉を広くウェブ情報、放送番組、音楽配信、動画配信、メール、ブログ、ツイッターなど従来の図書館資料とは異なる資料を含む意味で使い、このような「ネットワーク情報資源」のうち従来からの図書・逐次刊行物に相当する電子書籍や電子ジャーナル・デジタル雑誌などの資料を特に「オンライン系電子資料」と定義した。(図1参照)

これは筆者も委員をつとめる国立国会図書館・納本制度審議会が設置した「オンライン資料の収集に関する小委員会」がまとめた「オンライン資料の収集に関する中間報告」(2010年3月16日)と、これを受けた第19回納本制度審議会の答申「オンラ

「電子資料」概念図

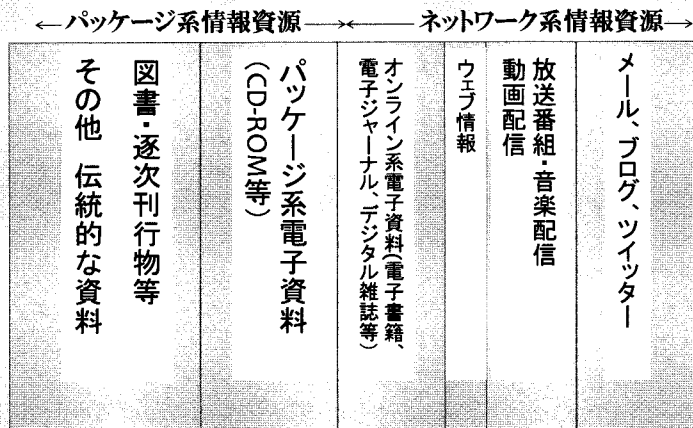


図1 「電子資料」概念図

イン資料の収集に関する制度の在り方について」(2010年6月7日)によって示されている定義を踏襲したものであり、そこではこれらの用語を次のように規定している¹⁾。

① ネットワーク系電子出版物

電磁的媒体を用いて公表される出版物を電子出版物といい、そのうち、通信等により公表されるものをネットワーク系電子出版物という。「通信等」には、最も広義では放送が含まれることから、ネットワーク系電子出版物には、放送番組を含むことになる。

② オンライン出版物

ネットワーク系電子出版物のうち、インターネット等により利用可能となっている情報で、図書、逐次刊行物に相当する情報。

③ オンライン資料

オンライン出版物であって、館が収集し、図書館資料として取り扱うもの。

なお、ここで「出版物」という用語を使用しているが、これらの情報は有形物ではなく出版「物」とすることは正確ではない。しかし国立国会図書館の納本制度審議会では(1)過去の答申でも「出版物」という用語を用いてきた経緯があること、(2)「出版」という用語には何らかの編集過程を経た成果物の流通というニュアンスがあることから、無形のものであっても「ネットワーク系電子出版物」「オンライン出版物」の用語を用いていることを前述の答申の用語規定の注に記している。

2.2 電子書籍の定義と統計

電子書籍は、「eブック」「e-book」「電子ブック」「電子本」「オンライン本」「デジタル書籍」などさまざまな名称があるが²⁾、その定義はきわめて困難である。なぜならばその上位概念である「電子出版」のうちの紙媒体の書籍に相当するものを電子書籍、紙媒体の雑誌に相当するものを電子ジャーナルやデジタル雑誌と暫定的に呼んでいるに過ぎず、そもそもデジタル化されたコンテンツには書籍や雑誌という区分、1冊、2冊といった数え方、「出版社-取次-書店」といった流通経路はそれほど有効とは思われないのである。

それどころか動画や音声を伴うコンテンツの場合ははたして出版というジャンルで区分することさえ困難になってくる。つまり、新聞、出版、映画、放送などのメディア間の融合を視野に入れ、デジタルコンテンツの流通・利用・保存の観点から電子出版をとらえる必要が生じているのである。

たとえばテレビは従来のアナログ放送に代わって今日では地上デジタル放送やBS、CS放送が一般的な視聴形態となっている。この地上デジタル放送を使い新聞・雑誌などの逐次刊行物を所定の日時まで利用者のテレビまで配信するプロジェクトが2009年、総務省の「ICT経済・地域活性化基盤確立事業(ユビキタス特区事業)」

に選定された。利用者は自宅で受信したデータを WiFi（ワイファイ＝無線 LAN 機器間を相互接続するブランド名）などで既存のモバイル端末（iPod touch や各種スマートフォン、各種ゲーム機など）に移して持ち歩くことも可能という、いわゆる「地デジ」の次の「書デジ」計画である¹。

電子出版は一般にインターネットを利用して、デジタル化した出版コンテンツをダウンロードするものと考えられてきたが、この例を見れば明らかなようにデータ放送によって一定時間内に大規模数の利用者に対してデジタルコンテンツをデリバリーし、利用者は必要に応じてデータを取り出す形態の「出版」も考えられるようになったのである。

また一方で、2007 年 11 月に開始された公共図書館における電子書籍貸出サービス「千代田 Web 図書館」で提供されている英語の絵本などは、動画や音声機能も提供されており、従来の「書籍」とは異なる概念といえよう。利用者は ID とパスワードを入力して、この絵本の電子貸出を受け、自宅のパソコンで閲覧することができ、貸出期間の 2 週間が過ぎるとパソコン上から自動消滅する。

このように「電子出版」の定義自体が困難な中で、いま仮に従来からの紙媒体の書籍に該当するものをここでは「電子書籍」と呼び、いわば産業の実態に即して考えることにする。そうすると電子書籍には現在、次のようなものがある。

- (1) 単行本のように紙で出版された資料をデジタル化し、オンライン配信で提供されるもの。
- (2) 「ケータイ小説」のようにもともとデジタルコンテンツ（Born-digital＝ボーン・デジタル）としてオンライン配信で提供されるもの。
- (3) 貴重書、地域資料など図書館の所蔵資料をデジタル化したもの。
- (4) 「Yahoo!Japan 辞書」のように検索エンジンに搭載されたもの。
- (5) 「JapanKnowledge」のように出版されたコンテンツを統合的に検索し、閲覧することができるもの。

日本では電子書籍の統計については正確な数字は存在しない。すでに述べたように電子書籍の定義が困難な上に、電子書籍を刊行している業界団体が毎年網羅的な調査を行い、統計をきちんと発表しているわけではないからである¹。

そこで『出版年鑑』（出版ニュース社）と『電子書籍ビジネス調査報告書』（インプレス R&D）の 2 種類の統計が電子書籍関連の話題を取り上げる新聞記事などでは必ず使われることになる。

『出版年鑑』では 2002 年版から電子書籍の書目の収録を開始し、『出版年鑑 2010』に掲載されている電子書籍のタイトル数は、2009 年 1 月から 12 月までの発行点数 2 万 6474 件であった（各サイトの要望で掲載していないものがあり、点数にすると 59 万 7718 点。ただし、同タイトル重複やフォーマット重複も 1 点と数えているため実数はもっと少なくなり、さらに全件数は収録しきれないとして文芸書、コミックなど

を中心にアダルト物や写真集を除いた主要なものを掲載している)⁵。

ところが最新版の『出版年鑑 2011』ではオンデマンド出版とオーディオブックの書目は収録されているものの、電子書籍についてはその収録を中止してしまった。

一方、『電子書籍ビジネス調査報告書』は電子書籍の書目ではなく、市場規模の統計が2002年度分から掲載されている。この報告書では電子書籍を「書籍に近似した著作権管理のされたデジタルコンテンツ」とし、「日本国内のユーザーにおける電子書籍の購入金額の合計を市場規模」と定義し、「ただし、電子新聞や電子雑誌など定期発行を前提としたもの、教育図書、企業向け情報提供、ゲーム性の高いものは含まない。また、ユーザーの電子書籍コンテンツのダウンロード時の通信料やデバイスにかかわる費用、オーサリングなど制作にかかわる費用、配信サイトにおける広告も含まない」としている⁶。

2011年版に掲載された2010年度統計によるとPC向け53億円、ケータイ向け572億円、新たなプラットフォーム向け24億円の合計650億円としている。ここでいう「新たなプラットフォーム」とは、「スマートフォン向けのモバイルマーケットプレイスの電子書籍カテゴリのアプリ、スマートフォンやタブレットPC等のビューワーアプリ経由で購入する電子書籍、iBookstoreやKindleやこれに類似した電子書籍配信サービス、PC・スマートフォン・電子ブックリーダーなどマルチデバイスで閲覧が可能な電子書籍配信サービス、PSPやNintendo DSなどゲーム機向け電子書籍配信サービス」と定義されている⁷。2002年度から2015年度までの電子書籍市場の推移と予測はPC向けからケータイ向け、そして新たなプラットフォーム向けと電子書籍を読むためのデバイスは変化しながらも全体としては急速に拡大しつつある(図2参照)。なお、このうちケータイ向け572億円の内訳は、電子コミック492億円(構成比86%)、電子書籍(文芸・実用書等)45億円(同8%)、電子写真集35億円(同6%)となっており、じつに全体の86%がケータイ向け電子コミックであることには注意が必要であろう⁸。つまり、日本の電子書籍市場は米国のように書店店頭で販売されている新刊文芸書や話題のベストセラー物がただちに電子書籍化されるのではなく、紙の本と競合しない形で品切れ中の出版物の二次的利用や新たな読者需要の拡大という方向をめざして展開してきたのである。

一方、この2つの調査からは抜け落ちてしまう電子書籍群があることを忘れてはならない。例えば紀伊國屋書店が提供している大学図書館向けの電子書籍サービス「Net-Library」では1タイトルごとに買切商品として大学図書館に販売されているものであり、この販売金額は『電子書籍ビジネス調査報告書』の統計には反映されない。

また国内で提供されている電子書籍のコンテンツは出版社系だけではない。例えば「魔法のiらんど」が運営する「魔法の図書館」のように無料で13万タイトルを超えるコンテンツを提供しているサイトが存在するが、『出版年鑑』の刊行点数には反映されてこなかったのである。

今後、ポーン・デジタルの電子書籍の点数が増え、また品切れ・絶版になったタイトルが電子書籍として再び販売されることを想定すると電子書籍の市場規模がさらに

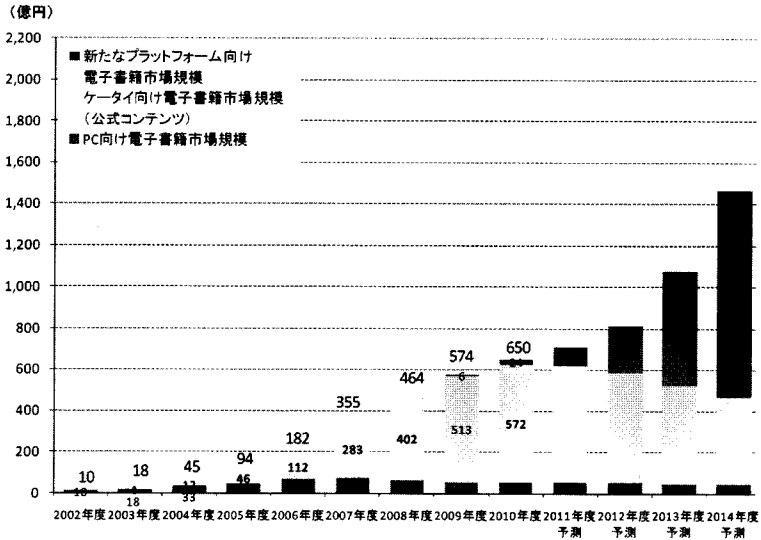


図 2

出典：『電子書籍ビジネス調査報告書 2011』（インプレス R & D 2011）（高木利弘氏作成）

拡大することが予測される。

2.3 電子ジャーナルの定義と統計

電子ジャーナルは、電子雑誌、オンラインジャーナル、e-Journal とも呼ばれ、主として学術雑誌をデジタル化したものである。『図書館情報学用語辞典 第3版』（丸善、2007）には次のように定義されている。

「従来は印刷物として出版されていた雑誌、とりわけ学術雑誌と同等の内容を、電子メディアを用いて出版したもの。電子雑誌ともいう」

書店で販売している一般読者向け雑誌をデジタル化したものは、出版業界ではデジタル雑誌と呼んでいるため、ここでは産業の実態に即して、この2種を便宜上、区分して取り扱うことにする。

電子ジャーナルの歴史はオランダに本社を置くエルゼビア・サイエンスという出版社抜きには語れない。エルゼビア・サイエンスはメディア・ congromarit (複合企業体) であるリード・エルゼビア・グループ傘下にある学術出版社で1991年から1995年にかけて「TULIP」(The University Licensing Program) と呼ばれる実験プロジェクトを米国の9つの大学と共同で実施した。そして1995年1月から「EES」(Elsevier Electronic Subscriptions = エルゼビア電子購読制度) という電子ジャーナルの購読サービスを開始した。

そして1997年7月からは「Science Direct (サイエンスダイレクト)」というインタ

ーネットによる全文検索、速報サービス、データベースや関連情報へのリンクを備えた情報サービスを開始し、今日ではエルゼビアの科学・技術・医学・社会科学分野の2500タイトル以上の電子ジャーナルと1万1000タイトル以上の電子ブックを搭載する世界最大の全文（フルテキスト）データベースとなっている。

電子ジャーナルの契約には出版社単位の個々のパッケージ契約、図書館や図書館コンソーシアムが既に購読している雑誌の支払い実績にアクセス料金を加えた価格で結ぶ包括的なライセンス契約（「ビッグ・ディール」契約）、Pay per view（論文単位で支払う）契約などがある。

例えばエルゼビアの電子ジャーナルについてはタイトル単位、パッケージ単位、論文単位の契約がある。タイトル単位の契約の場合、冊子体で購読しているタイトルの一部を対象とするスタンダード・コレクション、すべてを対象とするコンプリート・コレクションがあり、冊子体の金額に加えて電子コンテンツ料金を支払うことになる。また、パッケージ単位の契約の場合、エルゼビアのほぼすべてのタイトルへのアクセスが可能なフリーダム・コレクションというライセンス形態もあり、この場合、冊子体で購読していないタイトルに特別割引価格でアクセスできるが、購読を中止した後のアーカイブ権はない。さらに論文単位の契約の場合、購読していないタイトルを論文単位で購入することも可能である¹⁰。

欧米に比べると日本で提供されている電子ジャーナルのタイトル数は少ない。

独立行政法人科学技術振興機構（JST）が提供する J-Stage は正式名称を「科学技術情報発信・流通総合システム」といい、1998年にスタートした日本を代表する電子ジャーナルのシステムである。1,026 タイトル・1,167,784 記事が提供されており（2011年11月現在）¹¹、電子ジャーナルのノウハウを持たない協会に対してシステムを提供しているが、医学、薬学、工学系の雑誌が中心となっている。

また国立情報学研究所が提供している CiNii（NII 論文情報ナビゲータ [サイニイ]）は、学協会刊行物・大学研究紀要・国立国会図書館の雑誌記事索引データベースなど、学術論文情報を検索の対象とする論文データベース・サービスである。学術雑誌と大学研究紀要を電子化し公開する事業を展開し、18,000 誌・1200 万件の論文のうち、本文を利用することが可能な論文は、3,800 誌・325 万件である¹²。

国立国会図書館では2009年7月17日から ISSN（=International Standard Serial Number、国際標準逐次刊行物番号）登録手続きの完了した電子ジャーナルの書誌データを試験的にリスト形式で国会図書館のホームページに掲載を開始したが、そこで提供されているのはわずか1,354件（2011年12月1日現在）の書誌データである¹³。

2.4 「デジタル雑誌」の定義と統計

デジタル雑誌とは、電子ジャーナル以外のデジタル化された雑誌を指す。図書館情報学の世界では電子メディアを用いて出版される学術雑誌を「電子ジャーナル」と呼ぶことが定着しているために、本稿はそれ以外のものを出版業界で一般に使われる用語にしたがって「デジタル雑誌」とした。

日本の出版業界は近年、デジタル雑誌への取り組みを急速に展開している。その要因として第1に雑誌の販売不振がある。

『出版年鑑 2011』によれば、2010年（1月～12月）の雑誌の実売総金額は1兆919億3140万円（前年比3.1%減）とピーク時である1996年の1兆5984億697万円より5,000億円以上減少し、返品率も36.1%となっている¹⁴。一方、『出版指標年報 2011』でも雑誌販売金額は1兆535億5000万円（前年比3.0%減）、金額返品率は35.5%である¹⁵。このように雑誌は売り上げ不振と流通コスト高の悪循環を繰り返しているのである。

第2に、販売不振だけでなく、広告モデルの変化がある。電通の「日本の広告費」によるとインターネット広告が2006年に雑誌広告を、さらに2009年には新聞広告を追い抜き、テレビに次いで広告費の第2位に躍進している。2010年の日本の広告費は5兆8427億円で、内訳は新聞6,396億円（前年比94.9%）、雑誌2,733億円（同90.1%）、ラジオ1,299億円（同94.8%）、テレビ1兆7,321億円（同101.1%）、インターネット広告（含モバイル広告）は7,747億円（同109.6%）などであり、雑誌広告費は7年連続のマイナスとなっている¹⁶。

購読費と広告費がこれまでの雑誌ビジネスを支えていたわけだが、購読者が減っただけでなく、広告モデルの変化—すなわちネット広告の優位性は雑誌メディアそのものの凋落を意味するところとなり、出版業界は死活を賭け、デジタル雑誌という新たなビジネスモデルの構築に取り組むことになったのである。

新聞や雑誌の発行社からの部数報告を公査する社団法人日本ABC協会では、2008年の「発行社レポート08上半期版」よりデジタル雑誌の販売部数の公表を開始した。このとき初めて公表されたのは『ニューズウィーク日本版』（阪急コミュニケーションズ）のデジタル版販売部数254部であった。なお、同じタイトルの印刷版は7万1883部であった¹⁷。

この『ニューズウィーク日本版 Digital』は2007年2月に配信サービスを開始し、富士山マガジンサービスの「デジタル雑誌ストア」から購入することができる。紙をめくると同じ感覚でパソコン上の雑誌を読む富士山マガジンサービスの専用リーダー「Fujisan Reader」を使用して閲覧するシステムである。富士山マガジンサービスでは2007年2月のサービス開始時に28タイトル、2010年3月時点で307タイトル、2012年1月時点で1,223タイトル¹⁸（無料誌・見本誌のみの提供を含む）とラインアップを増やしている。

つまり、雑誌の新たなビジネスモデルの模索が開始されているのが近年の特徴であるといつてよいだろう。しかし、電子ジャーナルと同様に対応する紙媒体が存在しないポーン・デジタルのデジタル雑誌も登場しており、図書館での収集、閲覧、貸出、保存をどのように行っていくかが課題となっているのである。書店店頭で一般読者に販売されている雑誌が「デジタル雑誌」として提供されることは図書館界にとっても大きな変化となりうるだろう。すなわち、紙媒体では発行されない雑誌が今後急速に増加するとすれば、図書館における新聞雑誌コーナーに置かれるタイトルは次第に減

少し、利用者端末によってデジタル雑誌を閲覧に供することを検討せざるをえないのである。もちろんそのためには著作権処理の問題など解決すべき点は多い。

3. アマゾン、アップル、グーグルと国の図書館政策

3.1 アマゾン、アップル、グーグルの動向

2007年11月、Amazon.comはデータ通信機能を内蔵した読書専用端末である「Kindle」を米国において発売した。当初9万タイトルのKindle版電子書籍を準備し、2009年2月の後継機「Kindle 2」発売時には23万タイトル、2010年1月には41万タイトルをラインアップし、さらにベストセラー本の多くを9.99ドルの廉価で提供するなど、日本国内では考えられないほど急速な市場拡大策を続けた。

またAppleは米国で2010年4月、日本では5月にタブレット型端末「iPad」を発売し、「iBookStore」による電子書籍の販売を開始した。これはiPodと音楽ダウンロードサービス「iTunes」の電子書籍版であり、音楽で起こったCDから配信への流れが書籍にも起こり得ることを予見させた。

さらにGoogleは米国で2010年12月、英国において2011年10月から「Google eBookstore」を開始し、「Kindle」、「iPad」、パソコンなどデバイスに制約されない電子書籍サービスを展開した。グーグルで検索されなければ存在しないことになりかねないネットの世界が、本の世界にも押し寄せてきたといえるだろう。

3.2 電子書籍をめぐる国の図書館政策

3.2.1 「デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用の推進に関する懇談会」

このような米国発の企業による電子書籍流通のプラットフォームが世界的規模で展開する動向に対し危機感を深めた日本政府は、2010年3月、経済産業省、総務省、文部科学省による「デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用の推進に関する懇談会」（三省懇）を設置した。そして早くも6月には「デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用の推進に関する懇談会 報告」をまとめた¹⁹⁾。

この報告書において、図書館における電子出版に係る公共サービスについて、次のような2つの「具体的施策の方向性とアクションプラン」が示された（p.59）。

- (1) 図書館による貸与については様々な考え方があるが、今後関係者により進められる図書館による電子出版に係る公共サービスの具体的な運用方法に係る検討に資するよう、米国等の先行事例の調査、図書館や出版物のつくり手、売り手等の連携による必要な実証実験等を実施。
- (2) こうした取組について国が側面支援。

また国立国会図書館については「国立国会図書館における出版物のデジタル保存に係る取組を継続・拡充していく必要」（p.57）とされたのである。

3. 2. 2 「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議」(文化庁)

これを受けて文部科学省として取り組むべき具体的な施策の実現に向け 2010 年 12 月、「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議」が「デジタル・ネットワーク社会における図書館と公共サービスの在り方」を検討事項のトップに掲げて文化庁に設置され、2011 年 8 月 26 日にまとめ(案)が示され、9 月 26 日にパブリックコメント(意見公募手続)の実施が公表された²⁹。

「まとめ」の内容は以下の 3 つの内容、条件が法令等によって適切に担保されるのであれば、当該サービスの実施にあたり、著作権法の権利制限規定の創設により対応することが適当であると考えられるというものである。

- (1)「送信先の限定」(公立図書館、大学図書館)
- (2)「送信データの利用方法の制限」(プリントアウト不可)
- (3)「対象出版物の限定」(市場における入手が困難な出版物等)

著作権法改正に向けたこの合意は、公衆送信権によって著作者の許諾なくデジタルデータを送信することができなかった図書館にとって、大きな課題を一つクリアしたと言えるだろう。従来の紙媒体での図書館間相互貸借(ILL = Interlibrary loan)に代わって利用者に資料を電子的に提供することが可能になるのである。

3. 2. 3 知的財産戦略本部のコンテンツ強化専門調査会と「知的財産推進計画 2011」(内閣府)

文化庁の検討会議とはほぼ同時期に、内閣府の知的財産戦略本部のコンテンツ強化専門調査会では、国立国会図書館の 1968 年刊行までのデジタル化資料の公共図書館への送信について検討し、その結論は「知的財産推進計画 2011」として 2011 年 6 月 3 日に公表された³⁰。

そこでは政府の施策として「我が国の知的インフラ整備の観点から、国立国会図書館が有する過去の紙媒体の出版物のデジタル・アーカイブの活用を推進する。具体的には、民間ビジネスへの圧迫を避けつつ、公立図書館による館内閲覧や、インターネットを通じた外部への提供を進めるため、関係者の合意によるルール設定といった取組を支援する。(短期)(文部科学省、経済産業省、総務省)」(p.24)と記述された。

また、「国立国会図書館への電子納本を可能にするため、例えば、電子書籍として市場で配信されたものは、館内閲覧に限るというルール設定の検討をはじめとした取組を支援する。(短期)(文部科学省、経済産業省、総務省)」(p.24)と、電子納本制度について「知的財産推進計画 2011」に取り入れられた意義は大きい。

3. 2. 4 国立国会図書館による所蔵資料の大規模デジタル化と電子納本制度

2009 年度、通常の所蔵資料デジタル化の年度予算の 100 倍以上にあたる 127 億円の補正予算によって国立国会図書館における所蔵資料大規模デジタル化が進められることになり、2011 年 6 月現在、約 100 万点のデジタル化を完了し、そのうち約 25 万タイトルをネット公開することとなった。このデジタル化には 2 種類の性質がある。

(1) 電子図書館サービスのためのデジタル化

戦前期刊行図書、古典籍資料、昭和 27 年までの官報、学位論文を対象として、国

会図書館の館内利用が基本であり、著作権処理が可能なものはインターネット提供を行う。

(2) 保存のためのデジタル化

1945年～1968年までの戦後期刊行図書、戦前期の雑誌等を対象とし、国会図書館の館内利用と図書館への配信を行う。なお、検索のためのテキスト化・デジタル化データの民間商用利用については文化庁の「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議」で関係者の協議を行う。

一方、所蔵資料のデジタル化だけではなく、国立国会図書館では電子出版物の増大に対応するため、2009年10月、第17回納本制度審議会で長尾真館長からオンライン資料の収集に関する諮問がなされ、審議会は「オンライン資料の収集に関する小委員会」を設置し3回の調査審議を行い、「オンライン資料の収集に関する中間報告」を取りまとめた²²。そして2010年6月7日、中間報告をもとにした「答申－オンライン資料の収集に関する制度の在り方について」が納本制度審議会から長尾館長に手交された。

この答申は民間の出版社・出版者等がインターネット等で提供する電子書籍、電子ジャーナルやデジタル雑誌などを発行した場合、国会図書館に納入する義務を負わせる制度的収集が必要であるという内容である。

従来 of 図書、逐次刊行物に相当するものを、紙媒体のものがあっても収集し、有償・無償は問わず、内容による選別も行わないという条件のもとで収集を実施していくことになる。所蔵資料のデジタル化だけでなく、オンライン資料の制度的収集は図書館の大きな転換点である。

4. 図書館における電子書籍の導入事例

4.1 メディアの変遷と図書館

古来より図書館は図書を収集してきた。そして17世紀に雑誌が誕生するとこれを資料に加え、さらに19世紀に入ってレコード、テープ、フィルムなど紙以外の記録物についても図書館資料と位置づけてきた。このような流れをみると、20世紀後半に登場したネットワーク系情報資源を積極的に利用者提供していくことは必然的なことのように思われる。つまり、「図書の館」からの変貌を迫られているのが今日の図書館なのである。それでは図書館における電子書籍の取り扱いはどうになっているのだろうか。

4.2 公共図書館における電子書籍の取り組み事例

北海道・岩見沢市図書館は2002年6月、「岩波文庫」や「東洋文庫」、そしてマンガなど電子書籍の閲覧サービスを市民向けに開始した²³。これは電子書籍販売サイト「10 daysbook」を運営するイーブックイニシアティブジャパンから電子文庫を一括購入し、図書館内のパソコンで閲覧するというものだったが、現在ではこのサービスは

休止している。

奈良県・生駒市図書館は2005年5月、電子出版事業会社のパブリッシングリンクと提携し、ソニーの電子書籍端末 LIBRIé を利用者に貸し出し、電子書籍販売サイト「Timebook Town」で提供される約1300タイトルの作品を読むというサービスを開始した²⁵⁴。しかし、Timebook Town が2009年2月末をもってサービスを中止することを受けて、2008年12月末で提供を取りやめている。一方、同じ生駒市の奈良先端科学技術大学院大学が電子化した東京大学出版会の538タイトル（2010年10月7日現在）を北分館の専用端末で提供するサービスは今日でも継続している。

東京都・千代田区立図書館は2007年11月、以下のような「千代田 Web 図書館」を開設し図書館界の話題を呼んだ²⁵⁵。

- (1) 一人につき上限5冊を2週間までで、画面のコピーや印刷はできないしくみ。
- (2) 2週間の貸出期間が過ぎるとパソコン上から自動消滅。
- (3) 利用対象は2008年3月末までは区内在住者限定されていたが、2008年7月から区内在勤・通学者へ拡大。
- (4) 同時に一人までしか借りられないなど商業出版社への配慮が特徴。

当初は学習コンテンツなどのウェブコンテンツ、読み物、語学学習用のオーディオブックなど約4000タイトルを小学館、PHP 研究所、ダイヤモンド社、プレジデント社など30社から提供を受けた。しかしその後、必ずしも新刊書籍が次々と提供されているわけではない状況である。

つまり、岩見沢市図書館では図書館内の専用端末での閲覧、生駒市図書館では電子書籍端末の貸出、千代田 Web 図書館では電子書籍の貸出という非来館者型サービス、とそれぞれ異なったサービスを模索してきたということになる。

4.3 欧米の e-book

日本の出版社は図書館向けの電子書籍の提供についてきわめて消極的であるが、欧米の学術出版の世界では電子書籍はすでに市場として成立している。

例えばエルゼビアのフルテキスト・データベース「サイエンス・ダイレクト」には2,500誌の電子ジャーナルだけでなく、2007年からは電子書籍の提供も開始し、現在は単行本だけで7,000タイトル以上のコンテンツが搭載されている。エルゼビアジャパンによると、電子書籍は1回払いの買い取り制で価格は大学向けの場合、ユーザー数1万人以下であれば冊子体と同じ価格、10,001～25,000人は冊子体の125%、25,000以上は冊子体の150%という設定になっている。また、企業向けは500人以下で冊子体の200%、501～2,000人で250%、2,001～3,000で300%と対象と組織規模に応じた価格体系が採用されている²⁵⁶。

したがって日本の大学図書館や専門図書館で提供されている学術系の電子書籍は海外出版社のものが中心とならざるをえない。図書館で利用可能な和書コンテンツは『日本大百科全書（ニッポニカ）』『日本国語大辞典』『東洋文庫』『週刊エコノミスト』などが搭載され横断検索が可能な辞書・事典検索サイト「JapanKnowledge」（ネット

アドバンス、2012年1月10日現在20社、総項目数約218万、総文字数約16億）と、『現代史資料』（みすず書房）などを提供する「NetLibrary」（EBSCO／紀伊國屋書店、2012年1月1日現在56社3,603タイトル²⁸）しかないのが現況である。

ただ米国でも公共図書館における電子書籍貸出しサービスをめぐっては出版社の対応は分かれており、大手出版社グループのHachetteでは2009年に図書館での貸出サービスに電子書籍を提供することを中止するに至っている²⁹。

5. 電子出版ビジネスの進展と図書館の役割

ここまで見てきたように、出版産業における紙から電子への動向が確実に存在し、図書館界ではオンライン資料を図書館資料として取り扱わざるを得ない不可逆的な流れがあり、したがってオンライン資料をめぐる出版界と図書館界の利害調整が喫緊の課題となっていることは明らかであろう。

2011年9月15日に講談社、集英社、小学館、新潮社、筑摩書房など出版社20社が主体となって作る新会社「出版デジタル機構（仮称）」の設立に合意したとプレスリリースされた³⁰。これは出版社が共同で日本国内における電子出版ビジネスの市場拡大をサポートするためのインフラ整備を行うというものである。参加各社の出版物デジタルデータの保管業務や各電子書店・プラットフォームに向けての配信業務、各社の著作権者への収益分配を支援することなどを基本業務としているが、当面は過去50年間くらいの各社の出版物を一気にデジタル化し、ジュンク堂書店並みの数十万点の電子書籍の品揃えを目標としている³¹。

そうすると出版デジタル機構によるデジタルアーカイブ化によって、図書館界はどのような影響を受けるだろう。まず考えられることは図書や逐次刊行物などの資料を購入すれば、それがただちに図書館資料になったという時代の終焉である。新聞記事データベースのような契約を想定すれば分かりやすいが、日本国内の電子書籍やデジタル雑誌もこれからは各出版社から個別にコンテンツを購入するのではなく、書籍や雑誌のデータベースとして出版社や出版社団体とのライセンス契約になる可能性がある。すでに大学図書館における電子ジャーナルの契約では、毎年高騰を続ける外国の学術雑誌に対応すべく「共同ライセンス」などバーゲニングパワーの増強による出版社交渉へ向けて動き始めている³²。今後、教育・研究に不可欠な電子情報資源のコレクション形成と保存という課題が和書コンテンツの世界にも起こってくるだろう。

また商業出版社が刊行する電子出版物は複数のプラットフォームで提供されるのが実態であるから、出版デジタル機構に参加しない出版社の電子出版物を把握する必要もあろう。

一方、ポーン・デジタルの電子資料の増加は従来の政府刊行物などの「灰色文献」（存在を確認することが難しく、通常の出版物の流通経路では入手困難な資料）の領域をさらに広げることとなり、膨大な情報の中から信頼度の高い情報に利用者がアクセスするために、図書館は新たな任務を担うことになるだろう。

このような広い意味での書誌コントロール（目録作業や分類作業のように資料を識別同定し、管理し、利用に供するサービス）が電子出版時代の図書館の重要な任務になってくるのである。そこでは雑誌の記事や論文、書籍の章や節の単位でのメタデータの付与など従来の紙媒体を中心とした資料とは異なる資料組織化の手法が必要となってくる。

また、学術情報を取り扱う大学図書館や専門図書館だけでなく、地域の情報拠点としての公共図書館は地域住民にとって重要なアクセスポイントであり、紙媒体とオンライン資料・ネットワーク系情報資源を使い分ける新たな時代のそれぞれの図書館をデザインする構想力が求められることになる。さらに、これからの探求型学習を支える情報センターとしての学校図書館の役割も重要である。デジタル教科書と電子書籍をリンクさせることによって学校の教育課程の展開に寄与することも可能であろう。

つまり電子書籍に象徴されるオンライン資料の収集・利用・保存はデジタル・ネットワーク社会において図書館が担うべき役割なのである。

6. おわりに―「図書館情報学」から「情報図書館学」へ

「電子書籍時代に図書館が必要なのか」、「電子図書館は1つあれば十分ではないのか」という言葉をしばしば耳にする。しかし、じつは電子書籍の時代にこそ図書館が必要なのである。

長尾真・国立国会図書館長は従来の「図書館情報学」はコンピュータ化など図書館を情報化していくことであつたが、これからは情報を図書館の観点から組織化し、提供していく「情報図書館学」の時代であると指摘している⁽³³⁾。

このような情報図書館学の視座から、今日の電子出版ビジネスと図書館の役割について、以下のような結論が導き出されよう。

- (1) 日本の出版業界において電子出版ビジネスが本格的に取り組まれつつある。
- (2) 紙媒体の資料のデジタル化と電子出版物の流通によって、図書館資料の定義が大きく変わり、図書館では今後、館種を問わずネットワーク情報資源、とりわけオンライン系電子資料の利活用が重要な課題となる。
- (3) 紙の本という、いわば情報が搭載されたコンテナを所蔵する「正倉院」的機能も図書館にとってはもちろん重要だが、利活用されるべきコンテンツのプロバイダーとしての図書館像を新たに創出することが必要である。
- (4) 電子出版の時代だから図書館が不要なのではなく、膨大な情報の中から信頼度の高い情報に利用者がアクセスするために、むしろ図書館のはたす役割は広がっていっくだろう。

図書館法の改正によって2012年度より司書資格の省令科目もこれまでの「図書館資料論」から「図書館情報資源概論」に改められ、図書館司書に求められるスキルも

電子資料とネットワーク情報資源全般に拡大することになった。図書館に次世代の文化創造に直結していく活動が求められていることは疑いえないのである。

注

- (1) 国立国会図書館・納本制度審議会「答申—オンライン資料の収集に関する制度の在り方について」(2010年6月7日)、p.5. http://www.ndl.go.jp/jp/aboutus/data/s_toushin_5.pdf (引用日: 2012-01-10)
- (2) なお、「電子ブック」はキヤノン株式会社の登録商標(第2051620号、1988-06-24)、また「EBOOK」はソニー株式会社の登録商標(第2616249号、1994-01-31)である。
- (3) 株式会社ネクストウェーブ「総務省ユビキタス特区事業『AMIO プロジェクト』に関する取り組み」http://www.nextwave.jp/business/recent/hm_2.html (引用日: 2012-01-10)
- (4) 米国では Association of American Publishers, Inc (AAP、米国出版社協会) と Book Industry Study Group (BISG、シンクタンク) が2011年8月より出版統計サービス「BookStats」を開始している。<http://www.bookstats.org/> (引用日: 2012-01-10)
- (5) 「Shuppan NEWS blog 出版年鑑2010」http://www.snews.net/blog/archives/2010/05/2010_1.html (引用日: 2012-01-10)
- (6) 『電子書籍ビジネス調査報告書2011』インプレス R&D、2011、p.16
- (7) 『電子書籍ビジネス調査報告書2011』インプレス R&D、2011、p.16
- (8) 『電子書籍ビジネス調査報告書2011』インプレス R&D、2011、p.20
- (9) 日本図書館情報学会用語辞典編集委員会(2007)『図書館情報学会用語辞典』丸善、p.166.
- (10) エルゼビアジャパン「ScienceDirect 電子ジャーナル大学・政府機関向け契約形態」<http://japan.elsevier.com/products/sd/a&g.html> (引用日: 2010-08-31)
- (11) 科学技術振興機構「J-Stage」http://info.jstage.jst.go.jp/info/list/journal_num.html (引用日: 2012-01-10)
- (12) 国立情報学研究所「CiNii について」http://ci.nii.ac.jp/info/ja/cinii_outline.html (引用日: 2012-01-10)
- (13) 国立国会図書館「ISSN 日本センター」http://www.ndl.go.jp/jp/aboutus/issn_02.html (引用日: 2012-01-10)
- (14) 『出版年鑑2010 資料・名簿編』出版ニュース社、2010、p.282
- (15) 『出版指標年報2010』全国出版協会・出版科学研究所、2010、p.3
- (16) 電通「2010(平成22年)日本の広告費」(2011年2月23日プレスリリース)
<http://www.dentsu.co.jp/news/release/2011/pdf/2011019-0223.pdf> (引用日: 2012-01-10)
- (17) 『新文化』2008年11月27日付け7面。「日本ABC協会調べ 2008年上半期

雑誌販売部数]

- (18) 富士山マガジンサービス「取扱い雑誌一覧」<http://www.fujisan.co.jp/category/3124?fdigital=1> (引用日: 2012-01-10)
- (19) 「デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用の推進に関する懇談会報告」(2011年6月28日)http://www.bunka.go.jp/oshirase_kaigi/2010/pdf/digital_network_h220628_kondankai_ver02.pdf (引用日: 2012-01-10)
- (20) 文化庁「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議に係るまとめ」<http://search.e-gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&id=185000541&Mode=0> (引用日: 2012-01-10)
- (21) 内閣府知的財産戦略本部『知的財産推進計画2011』(2011年6月3日)<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku2011.pdf> (引用日: 2012-01-10)
- (22) 国立国会図書館・納本制度審議会「答申－オンライン資料の収集に関する制度の在り方について」(2010年6月7日)
- (23) 鈴木雄介(2004)『eBook時代はじまる！－「電子の本」が変える読書革命』中経出版、p.79
- (24) プレスリリース「パブリッシングリンクが生駒市図書館と新しい図書館利用スタイルを提案」(2005年5月19日)<https://www.publishinglink.jp/news/118/> (引用日: 2011-01-09)
- (25) 「24時間・365日貸出・返却ができる 日本初！「千代田 Web 図書館」サービスを11月26日よりスタート」<http://www.library.chiyoda.tokyo.jp/press/index2007.html> (引用日: 2011-01-09)
- (26) エルゼビア「ScienceDirect 電子ブック概要」<http://japan.elsevier.com/products/sd/books.html> (引用日: 2012-01-10)
- (27) ネットアドバンス「JapanKnowledge」<http://www.japanknowledge.com/common/navi/aboutbasicdisplay/index.html> (引用日: 2012-01-10)
- (28) 紀伊國屋書店「NetLibrary」http://www.kinokuniya.co.jp/03_f/oclc/netlibrary/netlibrary_ebook.htm#contents_washo (引用日: 2012-01-10)
- (29) Stross, Randall (2011) Publishers vs. Libraries: An E-Book Tug of War, New York Times, December 24, 2011 “<http://www.nytimes.com/2011/12/25/business/for-libraries-and-publishers-an-e-book-tug-of-war.html> (引用日: 2011-12-26)
- (30) 出版デジタル機構(仮称)設立準備連絡会設立(版元ドットコム 2011/9/15付けの記事)http://www.hanmoto.com/news/wp-content/uploads/2011/09/pubd_02_01.png (引用日: 2012-01-10)
- (31) 出版デジタル機構「関西出版社向け説明会」2011年11月18日、京都・PHP研究所会議室にて筆者取材。
- (32) 「大学図書館コンソーシアム連合 JUSTICE の誕生: 現状とその将来」『カレントアウェアネス－E』E 1189 http://current.ndl.go.jp/e_1189 (引用日: 2012-01-

10)

- (33) 第13回図書館総合展フォーラム「電子書籍時代の図書館－次世代の文化創造に向けて」長尾真「電子書籍の利活用と新たな文化創造－“情報”図書館学の視座（ビデオ出演）」（インタビュー：湯浅俊彦）<http://www.ustream.tv/channel/digitallib>（引用日：2012-01-10）

（ゆあさ・としひこ 本学教授）