

●日本出版インフラセンター(JPO)  
出版在庫情報整備研究委員会(情整研)の答申

# 出版業界の 書誌・在庫情報整備の 現状

●出版在庫情報整備研究委員会

## 第1部会

答申

二〇〇四年八月六日

日本出版インフラセンター(JPO)は、日本書籍出版協会、日本雑誌協会、日本出版取次協会、日本書店商業組合連合会、そして日本図書館協会によって二〇〇二年四月に設立された。

その日本出版インフラセンターの研究開発センターに属する出版在庫情報整備研究委員会(情整研)は、

三つの部会から構成され、それぞれ書誌・在庫情報の整備のための取り組みを行っている。

それぞれの部会の答申が公表されたので、ここに全文掲載する。図書館が欲しい本を確実に収集し、

残したい本をきちんと保存するためには、在庫情報、書誌情報はとても重要であると思う。

出版業界でこのような取り組みが行われている今、図書館からも積極的な要望をあげてはどうだろうか。

### はじめに

在庫情報整備研究委員会第1部会は現在在庫情報を提供している約320の版元数の拡大を計る事により、従来曖昧な返答しか出来なかった在庫の存在について書店あるいは読者に確実な情報として提供していきたい。その為に在庫情報の提供版元をどのような方法で拡大していくのが研究テーマである。

第1部会のメンバーによる「拡大策」の検討は数度の会合で議論してまいりましたが、意見の多くは想定される事柄が多く、なかなか具体的な案にはならいませんでした。

そこで部会では提供できないあるいは提供しない版元の現状についてもっと深い検討をしなければこの問題の解決の糸口は見えてこないと判断し、部会内で調査チームを作り、アンケート

ト内容の検討、配布方法の検討、集計分析を行なう事に決定しました。

7月27日現在の回答版元は107社で回収率10%弱であり、少ない回答ではありましたが、今回の答申案に向けて何点か回答の中からヒントめいた事柄を見いだせ、ご報告というかたちで纏めてみました。

ここで、ご了承頂きたいのは今回報告する内容の検討につき

ましては、回収率をあげる為に調査期間を二度ほど延長した関係で部会内で十分に論議する時間がありませんでした。従いましてあくまでもこの案は第1部会の途中報告というかたちでとらえて頂きたいのです。部会内で今後も継続的な調査、分析が必要だと考えております。

答申案は

■ アンケートの調査結果について

■ 在庫情報収集の拡大についての指針

別添資料として

■ アンケートフローと集計結果

■ 集計結果別紙

から構成されています。

### ■ アンケートの調査結果について

#### ● アンケートの実施期間、配布数等

◎ 実施期間

2004年4月19日～2004年7月27日

◎ 配布数

1095版元

◎ 回答数

107版元(7月27日現在)

◎ 実施要項

郵送(500版元)

直接手渡し(500版元)

その他(95版元)

◎ 回答方法

フロー形式による別紙回答方式

◎ 返送方法

FAX

#### ● 回答版元の内訳

◎ 稼動点数(設問10)

● 1点～50

● 51～100

● 101～300

● 301～500

● 501～1000

● 1001～2000

● 2001～3000

● 3000以上

◎ 年間新刊点数(設問11)

● 0点～10

● 11～30

● 31～50

● 51～100

● 101～150

● 151～200

● 201～300

● 301～500

● 500以上

◎ 受注場所(設問7)

● 社内

● 委託センター

● 委託倉庫

● 社内・委託

◎ 出庫場所(設問8)

● 社内

● 委託倉庫

● 社内・委託

◎ 在庫数の把握(設問9)

● 自社管理

● 委託倉庫管理

● 自社・委託

#### ● アンケート集計抜粋

(詳細については別添資料「アンケートフローと集計結果」、「別紙」を参照ください。)

(設問) 1 PC設置について

107社中107社(100%)

(設問) 2 インターネット利用について

107社中106社が利用

(設問) 3 取次店とのデータ交換について

● 新出版ネットワーク 37社

● 出版VAN 20社

● メール 20社

● 未実施 30社

なお、出版VAN使用中で新出版ネットワークへ切り替えない理由については別紙Aを参照ください。

(設問) 4 上記質問でデータ交換をメール(20社)か未実施(30社)は計50社です。

その50社で

● 新出版ネットワークを知っていた 14社

● 新出版ネットワークを知らなかった 36社

知らなかった36社中

● 新出版ネットワークの詳細を聞きたい 12社

● 新出版ネットワークの説明を聞きたい 21社

● 必要ない 3社

↓別紙B

ここで重要なのは107社中36社が「新出版ネットワーク」の存在を知らなかったことであり、またその内説明を受けたいと回答している版元が33社在るということである。

(設問) 5 次ぎに「設問4の新出版ネットワークを知っている未加入の14社への質問です。加入の可能性について

● 加入予定 1社

● 加入予定なし 2社

↓別紙C

条件さえ合えば加入したい 11社

↓別紙D

条件さえ合えば加入したい 11社

に「条件」について質問しました。

(マルチアンサー)

● データの調整 3社

● 担当者が充当できれば 6社

● サポートが有れば 2社

● システムが対応できれば 9社

● コストが見合えば 8社

(設問) 6 11社の内「新出版ネットワークの加入は在庫情

報だけでも良い」ということを

●知っていた 4社

●知らなかった 7社

(設問) 6・2 11社の内「サポートの必要性」について

●システムの導入とセットアップのサポートが必要 10社

●操作指導が必要 1社

(設問) 6・3 11社の内「コスト面」については

●高い 3社

↓別紙F

●普通 8社

●安い 0社

(設問) 6・4 11社の内「担当者」の充当については

●操作がわかる人がいない 2社

●人がいない 9社

(設問) 6・5 11社の内「システム対応」については

●対応可能なシステムがない 5社

●仕組み上連携が取れない 4社

●その他 2社

↓別紙G

(設問) 6・6 11社の内「バックヤードシステムの必要性」については

●必要 2社

●必要ない 9社

●必要の2社について「必要なシステム」を質問しました。

(マルチアンサー)

●納品書発行 1社

●販売管理 1社

●売掛請求 1社

●直販 1社

(設問) 設問12 ご意見別紙記載

### ■アンケート調査結果にもとづく在庫情報収集の拡大についての指針

アンケート結果、ご意見欄、あるいは部会内での意見をもとに今後の提供社拡大策を考察します。

#### ●まず、次の状況を

##### ご確認下さい

◎新出版ネットワーク・出版VANに未加入出版社50社の状況

●受注場所 社内 39社

●委託センター 委託倉庫 2社

●委託倉庫 社内・委託倉庫 5社

●出庫場所 社内 4社

●委託倉庫 社内・委託倉庫 22社

●在庫数の把握 社内 24社

●在庫管理 委託倉庫管理 4社

●委託倉庫管理 委託倉庫管理 32社

●委託倉庫管理 委託倉庫管理 7社

●自社・委託倉庫 稼働点数 11社

●稼働点数 100点未満 9社

●稼働点数 101～300 14社

●稼働点数 301～500 12社

●稼働点数 501～1000 9社

●稼働点数 1001～2000 5社

●稼働点数 2001以上 1社

●年間新刊点数 0～30点 28社

●年間新刊点数 31～100 13社

●年間新刊点数 101～200 5社

●年間新刊点数 200以上 4社

◎50社の中で「新出版ネットワーク」、「出版VAN」について

●知っていた 14社

●知らなかった 36社

◎「知らなかった」36社の中で「新出版ネットワーク」の内容について

●説明を聞きたい 21社

●詳細内容を聞きたい 12社

●委託倉庫関係では 計33社

●50社中24社が出庫を依頼している。

●「新出版ネットワーク」、「出版VAN」を知って未加入は14社中7社である。

●また14社中「在庫情報だけでも良い」ことを知っていたのは7社である。

#### ●指針

◎推進窓口の設置

●JPOの組織の中に「推進窓口」を設置する事を答申します。活動としては「PR」、「説明」、「相談窓口」です。

●「PR」は常に加入することによるメリットをPRしていきます。

例えば  
・書店店頭での読者への返答が出来、書店、読者への信頼感が増す。  
・従って受注量の増加につながる事

・オンライン書店の実売実績が急速に増える。(アマゾン・ドットコム資料)

・出荷サイクルの短縮

・今後の業界EDI取引の基盤となる事等

●説明

・アンケート調査版元の33%が「新出版ネットワーク」、「出版VAN」の存在を知らなかった事は非常に問題が大きいと考えます。

また、その大半の版元が説明、もしくは詳細を知りたいと答えています。

・この事象は説明者側だけの問題ではなく版元側にも積極的に説明を聞く姿勢がなかったものと思われま

す。  
 ・従ってPR活動と同時に「説明」は説明計画、説明版元の把握とその後のフォロー活動が必要かと思われ  
 ます。

●相談窓口

●未加入社は「人の問題」、「導入指導」、「操作指導」等いろいろな悩みをもって  
 いるようです。いつでも気軽に相談出来る窓口が必要  
 ではないかと考えます。

◎簡易通信方式の採用

●「新出版ネットワーク」、「出版VAN」は少し敷居が高いような気が  
 します。在庫情報がいまはもっと簡便な方法が考えられる  
 のではないかと思えます。インターネット利用は調査版元の  
 のほぼ100%が利用しています。従ってその環境で簡単に送  
 受信できる方法を検討すべきかと考え  
 ます。

●情報項目の例として版元コード、ISBN、在庫ステータス、更新日の最低限項目を考え  
 ます。(データ形式はXMLでも可)

●送信手段は、

・FTPサーバへの送信  
 ・セキュリティ、データ保護を考えると(準備されたWeb)に対してアップロード

●これは最終的には受発注システムに進んでもらう為の第一ステップとして考えますが、まず安価で版元に負担の少ないやり方で進めていくべきだと考えま  
 す。

◎簡易ソフトの開発と提供

●在庫ステータスの算出ソフト  
 ・在庫情報提供と言うと実数の提出と勘違いされているところが意外と多いようです。従って提供には在庫ステータスの内容を理解してもらう事が必要となります。

●在庫ステータスの設定は自動的に行なおうとするとか何らかのソフト開発が必要になつて、版元側は負担となります。  
 ・そこで、標準の算出ソフトを作って提供したらどうかと考え  
 ます。

例)在庫数、平均出荷数、保有日数、ステータス条件表等により算出手修正も可能と  
 します。

受発注業務においても標準ソフトの研究を進めていく必要  
 があると考えます。

◎委託倉庫会社への導入推進

●アンケート調査にも有るよう  
 に未加入出版社50社のうち出版を委託倉庫に依頼している版元は約半数の24社あります。おそらく在庫管理も含めて委託して

いると思われず。今回、回答  
 いただけなかった版元もかなりの割合で委託しているはずと思  
 われます。加入の為の倉庫会社に支払う版元の料金は安価でな  
 いと聞いております。倉庫会社の複数版元同時受信が料金的に  
 検討の余地があるならばもつと加入版元は増えるはずと考え  
 ます。また実施していない倉庫会社に対しては協力要請、技術  
 支援、価格支援等が必要かと考  
 えます。

◎料金について

●アンケート調査では現行の料  
 金体系は充分な調査ができなかつたが「ご意見欄」や部会内  
 の議論をビックアップすると以下の内容になります。

・在庫情報のみは無料にして欲しい。  
 ・バック(組合せ)料金にして欲しい。  
 ・稼動点数による重量制にして欲しい。  
 等が上がっていました。

■集計結果別紙

1 アンケートフローの説明

A 新出版ネットワークへ切り替えない理由  
 ・切替え予定 2社  
 ・手続き等を教示願いたい 1社

●システム担当不在 2社  
 ●VANで充分(メリットを感じない) 7社

B 必要ない理由  
 ●稼動点数が少ない(65点) 1社

●利用予定なし 1社  
 ●予算の関係 1社

C 時期は  
 ●2004年8月31日切替え予定 1社

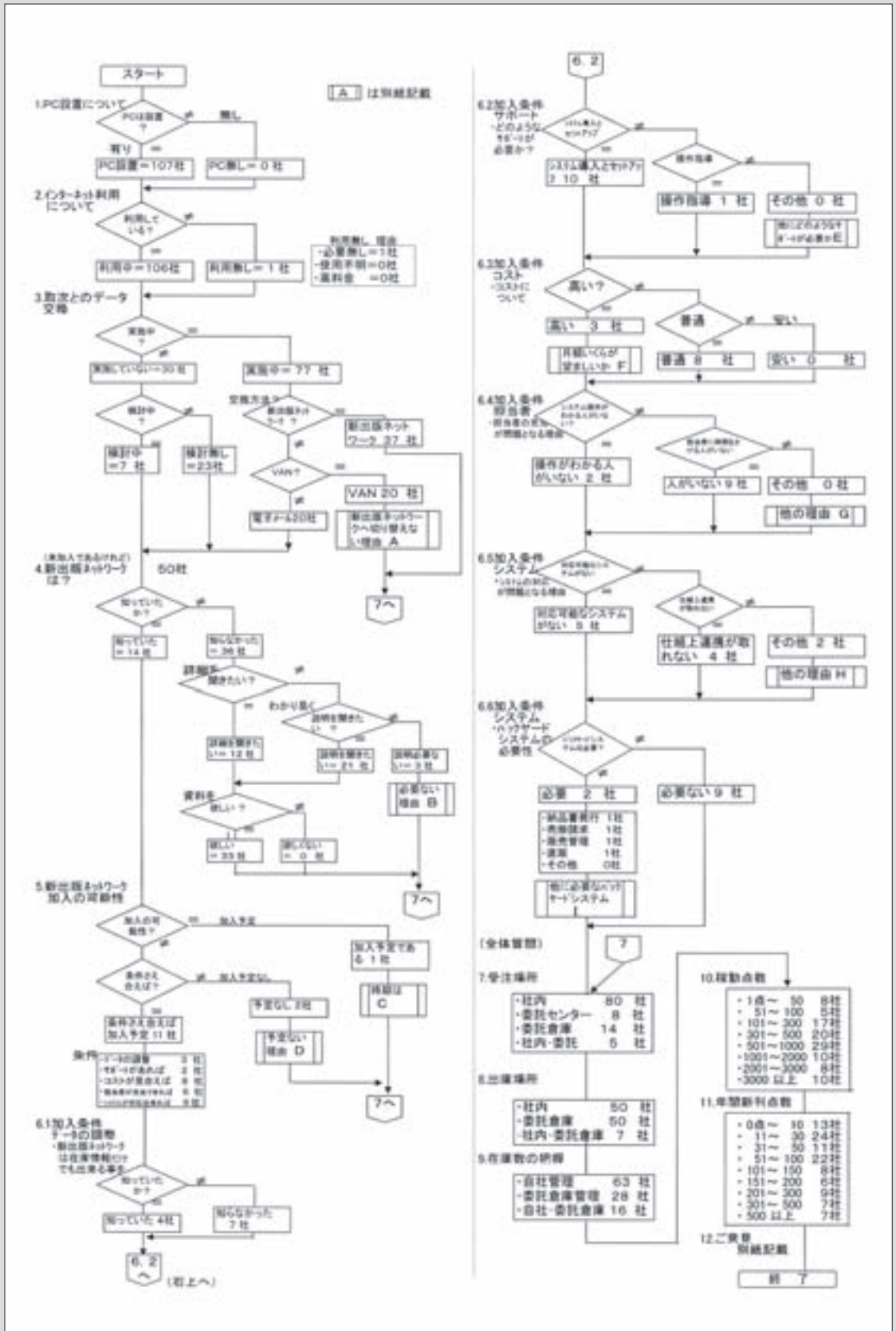
D 予定ない理由  
 ●メリットを感じない 1社  
 E 他にどのようなサポートが必要か

F 月額いくら望ましいか  
 ●月額2500円 1社  
 ●月額2000円 1社  
 ●月額4000円 1社

●総額4000円 3社  
 ●委託倉庫次第 1社  
 ●プログラム改修費が必要 1社  
 ●コスト面 1社

G 不明 3社  
 H 他理由 1社

I 他理由  
 ●伝票発行用のPCはウイルス侵入を防ぐ為、外部接続を行っていない 1社  
 ●在庫管理をベテランの熟練技能で行う部分が大い為 1社  
 I 他に必要なバックヤードシステム



なし

## 2 別紙記載 「アンケート項番12」ご意見

- ・設問7の「委託センター」とは何ですか。
- ・データはXML形式でやりとりしたらよいのではないでしようか。
- ・フォーマットの見直し等を進めて欲しい。
- ・出荷情報の確認をもう少しリアルタイムかできないか？担当者が現場を離れられないため。
- ・在庫状況が複雑なので当社では対応しきれない状況。在庫情報が古い。
- ・大学英語教科書を発行していただきますので学校名・教員名の情報は必須の情報です。
- ・書誌マスターを簡便にして欲しい。入力項目が多いとメンテナンスが大変。
- ・取次とのオンライン化はコス

ト面から直ちに参加することはないが興味はある。雑誌バックナンバーの対応はどうなっているのか？

- ・新出版ネットワークに参加している出版社が少なく情報に魅力がない。また書店店頭で活用するにはデータ不足である。何よりも参加社を増やすことが急務であると考えます。
- ・単店単品の返品データ・取次出庫データ・配本データの新しいフォーマットの決定とデータ交換を進めて欲しい。
- ・データの送受信到達や各種統計（送受信単位）をWeb等で提供して欲しい。
- ・出版業界の流通問題が改善されるための努力は惜しまないが、金銭的に辛い面もある。
- ・一応新出版ネットワークの導入を検討していますが、WebEDIの使い勝手が良くないので出版VANの導入も並

行して検討しています。意識しなくても使えるシステムが理想なのですが。

- ・取次と出版社で新フォーマット等を検討する場が欲しい。
- ・新刊速報情報の業界への普及。
- ・出版を開始したばかりで星雲社経由でお願いしています。
- ・業界の活性化につながるようなシステムインフラになるよう工夫していただければと思います。
- ・新出版ネットワーク自体に対する理解が不足しています。メリット・手続・サポート等現行VANとの違いを明示してもらえれば加入したい。
- ・基本的にOECに倉庫業務を委託しています。取次との情報交換もOECに委託しており、できるだけ新しい方向で実現できるようお願いをしています。
- ・出版VANとの違いを明確に

して欲しい。その後富士通は料金改定などをしたのか？新しい情報のやりとりができるのか？

- ・当社の場合図書教材（採用品）他一般書籍以外の比重が高いため、それらを含めた社内システムとの連携がポイントとなりそうです。
- ・資料を頂いており加入を検討中です。概要は分かっていますが詳細な説明は聞きたいと思えます。
- ・小・零細版元の現状をもっと見極めて多くの版元が参加できるシステム造りをもっと考えれば、もっと読者サービスにつながると思う。大手版元等は参加しやすいだろうが、資本や社員数等各社の事情で参加したくても参加できない版元も多い。

# ●出版在庫情報整備研究委員会

## 第2部会

### 答申

二〇〇四年五月二四日 Ver.10

二〇〇四年八月二〇日 Ver.11

「JPO在庫ステータスコード案の32,33の脱落を追加」

### はじめに

JPO出版在庫情報整備研究委員会（以下、情整研）が検討すべき課題は「書店店頭で読者に対して、自信をもって回答」することができるよう在庫情報を豊かにすることである。第2部会は、その方法の一つとして、現在、新出版ネットワーク、あるいは出版V・A・Nの標準フォーマットにある「在庫ステータス」を見直すというテーマが与えられ、議論を進めてきた。

一方で、私たちは在庫情報を豊かにするために、本質的に何が重要であるかを検討した結果、「在庫ステータス」を見直

すとしても、そのおおもとなることが大前提となるという結論に達した。

当初与えられたテーマである「在庫ステータス」検討から「書誌情報」について検討することになったことは、一見するとテーマを変更したようにもみえるが、日本出版インフラセンターとして、そのインフラのことも中核をなす「書誌情報」を議論することを抜きには在庫情報は成立しないことも事実である。

また、本来のテーマである「在庫ステータス」についても、出版V・A・N合同協議会の実務者会議から10年以上が経過し、当初想定していた「在庫ステータス」の使われ方の変化あるいは通信インフラ環境の劇的な進歩、オンライン書店の登場など外的要因も加わり、改めて、「在庫ステータス」の意味合いを再認識し、標準化することが必要であると確認した。

以上を議論した結果として本答申書は、

- ◎業界全体のインフラとしてのJPO書誌情報の提案
- ◎在庫ステータスの再確認

という2点について第2部会として答申する。

## 「JPO書誌情報について」 答申 1

### 1 書誌情報の要件 利用者

1-1 書誌情報の要件(定義)

ここでいう書誌情報は「出版物の取引という流通上で、必要不可欠な情報」という定義を持つものである。これは本来、出版社が責任を持って、提供すべき情報と考える。

現在、取次会社をはじめ業界各プレイヤーがそれぞれの工夫を凝らしながら、自社の営業戦略上に必要な書誌情報を作成している。これらは、自社の作業と取引関係を円滑にするためにそれぞれ固有の項目も含まれているといえる。この部会が答申する書誌情報とは、各社の「固有な項目」全てを網羅するものではなく、あくまで、「業界全体として共有できる必要最低限の情報」を有し、各社のDB作成を合理化するものであると考える。

たとえば、物流の現場である取次会社においては、自社DB上に存在しない本が実際の場に

流れてくることは、ままある。このような場合、現場では書誌情報の登録という作業が発生し、流通の遅滞を招くことになってしまふ。我々の部会ではこうした現状を鑑み、流通をスムーズにするための情報を、JPOとして業界各社に提供することで、業界全体の情報の底上げを図るものである。

また、この情整研の最初の課題として提出された、「書店店頭で、読者に対して自信をもって回答する」ということを、部会では次のように考えた。

すなわち、この書誌情報によって、「その本は存在しているのか、いないのか」また、「存在している」とすれば、出版社から入手が可能なのか、不可能なのか」ということを認識可能にする書誌情報を業界として持つことが第一歩である。

以上をまとめると、

- ①可能な限り網羅性をもつこと
- ②業界各社が必要としている最低限度の情報をもつこと
- ③現在、出版社から入手可能か、否かが判別可能なこと

という3点に集約される。ここでいう書誌情報DBは、各市場プレイヤーのDBのDBとなるものである。

	項番	項目	備考	
必須項目	1	ISBNコード		
	2	Cコード		
	3	書名		
	4	書名読み		
	5	本体価格		
	6	著者名1		
	7	著者名1読み		
	8	著者名1を表す語		
	9	発売予定年月		
	10	発売年月日		
		11	流通区分	発売予定前、刊行中、長期品切のステータス
オプション項目	12	サブタイトル		
	13	サブタイトル読み		
	14	叢書・シリーズ名		
	15	叢書・シリーズ名読み		
	16	特価		
	17	特価期限		
	18	著者名2		
	19	著者名2読み		
	20	著者名2を表す語		
	21	著者名3		
	22	著者名3読み		
	23	著者名3を表す語		
	24	出版社名		
	25	出版社名読み		
	26	発売社		
	27	出版社取引コード		
	28	奥付年月		
	29	判型		
	30	ページ数		
		31	特記事項	分売不可・非再販商品・DVDなど
		32	自由記入フィールド	内容紹介など自由に利用可能



## 1.2 書誌情報の利用者

上述した要件を考えると、この書誌情報の利用によって取次会社の作業の合理化が最も期待できる。各取次会社は自社のDBに発売前情報としてJPO書誌情報からデータを取得し、自社システムに取り込むことによって、そのシステムを利用する書店に対して情報提供がより広範に可能になる。したがって、第1の利用者を取次会社と考える。

また、このJPO書誌情報が整備されることによって、インターネットが利用可能な書店であれば、書誌情報を取得できるシステムを安価に構築することも、困難なことではない。参考資料として、書誌情報のインターネット経由での接続モデルを添付する。

## 2

### 書誌情報の範囲

1で述べたとおり、JPO書誌情報は「可能な限りの網羅性」を要求されているが、一口に出版物といっても、自費出版、郷土資料、学術論文とマテリアルとしては様々に存在している。では、出版社

が責任を持つて提出可能な書誌情報の対象はどの範囲なのか。この部会で検討を重ねた結果、その範囲は「国内で発行され、一般に販売可能なISBNのついた本」であると結論づけた。

そもそも書誌情報というDBである以上、ユニークなキーが必要であり、そのキーとして役割を果たしているのは、ISBNにおいて他ならない。したがって、ISBNコードが設定されている出版物をその範囲と考えるのが妥当である。また、現実の流通を見ても、書店におけるPOS、取次会社における受発注データやソーター等の物流設備など、これらのシステムはISBNコード無しには動かないものである。したがって、この書誌情報の範囲をISBNコードの付番された出版物とすることが現実的である。

一方で、ISBNコードが現在の出版業界で明確にユニークなものとして管理されているかと言えば、疑わざるを得ない。つまり、別の出版物に過去に絶版となったISBNコードを再度利用することが現実にある。

したがって、この書誌情報を有効なものにするためには、インフラとして何らかの機関が

「ISBNコードの管理」を行なう必要性がある。たとえば、このJPO書誌情報の登録に際して、ISBNコードの妥当性をシステムのチェックする仕組みを構築することも一案である。現在、日本図書コード管理センターによって、出版社記号に関しては管理がなされているが、この機関は出版社によって付番されたISBNコード1点1点の管理を行なう必要があり、またISBNコードの正しい運用を求めることを併せて答申する。

## 3

### 書誌情報の項目

#### 3.1 項目選定条件

項目選定にあたっては、次の点に留意した。

- ①各市場プレイヤーの業務を必要最低限度満たせること。
- ②現状の業界各社のシステムから乖離しないこと。
- ③各項目定義にあたって、共通理解をもって出版社が提供可能であること。

①、②は既に述べたとおりである。③については、たとえば表紙画像など、現状で出版社が

ら容易に取得することが困難な項目は今回の対象から外した。また、項目の中で必要最低限度の情報を必須項目とし、可能であれば現状でも収集しているが業務上最低限度とは言えないものをオプション項目とした。

#### 3.2 項目説明

資料①のとおり、項目を選定した。主たるユーザーである取次会社が業務上で最低限度必要な項目を必須項目。最低限度とは言えないが、書誌情報として本を特定する機能として必要な項目をオプション項目とした。

#### 3.3 流通情報

今回の書誌情報で、最も議論の時間を割いたのは、必須項目にある「流通区分」である。「流通区分」とは、

①書誌情報が発売前に登録され、将来発売が予定されているもの。  
②現在、一般的な流通で入手可能なもの。  
③出版社からの流通が停止されたもの（＝長期品切）を明示するフィールドであり、これによって、少なくとも現状で出版社からの入手の可否が明示される。

この「流通区分」については、

誰が、どのように更新するかについて、様々な議論があった。出版社が長期品切を正直に表明するのか疑問があるということである。しかしながら、発売予定、あるいは流通を停止するという事実が出版社しか表明できないため、原則として出版社が更新するものであると答申する。

## 4

### 書誌情報の収集

#### 4-1 収集する手段・機構

現状で書誌情報を取次会社などが収集する手段として、

◎ 新出版ネットワーク・出版VAN

◎ メール

◎ FAX

などがあげられる。

この部会では前提として、業界各プレイヤーの通信環境が最低限度インターネットに接続可能であるという方針を元に行なってきた。但し、現実的な状況として、FAXや特にフオーマットの決まっていないメールを考慮するべきかは引き続き検討が必要である。

さて、収集する手段がバッチ処理で行なうVANから手作業

レベルであるFAXまでを含めるとすると、JPO書誌情報を収集する機構は、単にシステムで解決でき、限りなく無人に近いシステムというわけではなく、何がしかの管理・運営が可能な組織ということにならざるを得ない。また、収集するシステムや人材を新たにJPOが費用負担した上で構築するということは現実的ではない。つまり、既にシステムや人的資源を有する第三者にJPOが委託するということが現実的であるとの結論に至った。

この答申では、議論の中心としてはいわゆるデータセンターのイメージを想定したものではなく、あくまで書誌情報とその項目について議論してきた。したがって、システムや技術的な面も含めて、委託先となる第三者については、今後の研究委員会あるいはJPO運営委員会、理事会の検討にゆだねる。

#### 4-2 収集のタイミング

書誌情報を収集するタイミングは、やはり取次会社がユーザーであることを考えた場合には、見本日より前に収集することが、望ましい。したがって、出版社は発売前情報として、見本日の数日前（システムとの兼

ね合いになる。）までに委託された書誌情報収集センターに登録する。取次会社はそのデータを元に見本の受付を行なう。

以上の収集サイクルが最も合理的である。いたずらに刊行前情報を前倒ししすぎると不確定要素の強い情報になってしまう、ユーザー側にメリットが少なくなってしまう。

#### 4-3 収集・運営に関する費用負担

収集する機構や方法、運営を考慮した場合、少なからず費用が発生することはやむを得ない。ただし、費用に関する具体的な見積もりやコンペティションを行なったわけではないため、具体的な金額は今後の検討課題となる。

一方で、この費用を誰が負担するのか、ということについては、この部会では、出版社がISBNコード1点につき、幾ばくかの費用を負担するということを答申する。

但し、議論の過程においては、この書誌情報を利用することによって得られる利益を考慮した場合、受益者である利用者側に負担を求めるということも検討された。

## 5

### まとめと今後の課題

以上のようにJPO書誌情報の新設について述べたが、再度要点を整理し、今後の検討すべき課題をまとめる。

#### 5-1 現状

① 在庫情報を如何に豊かにするかを検討するには、書誌情報の充実が不可欠である。

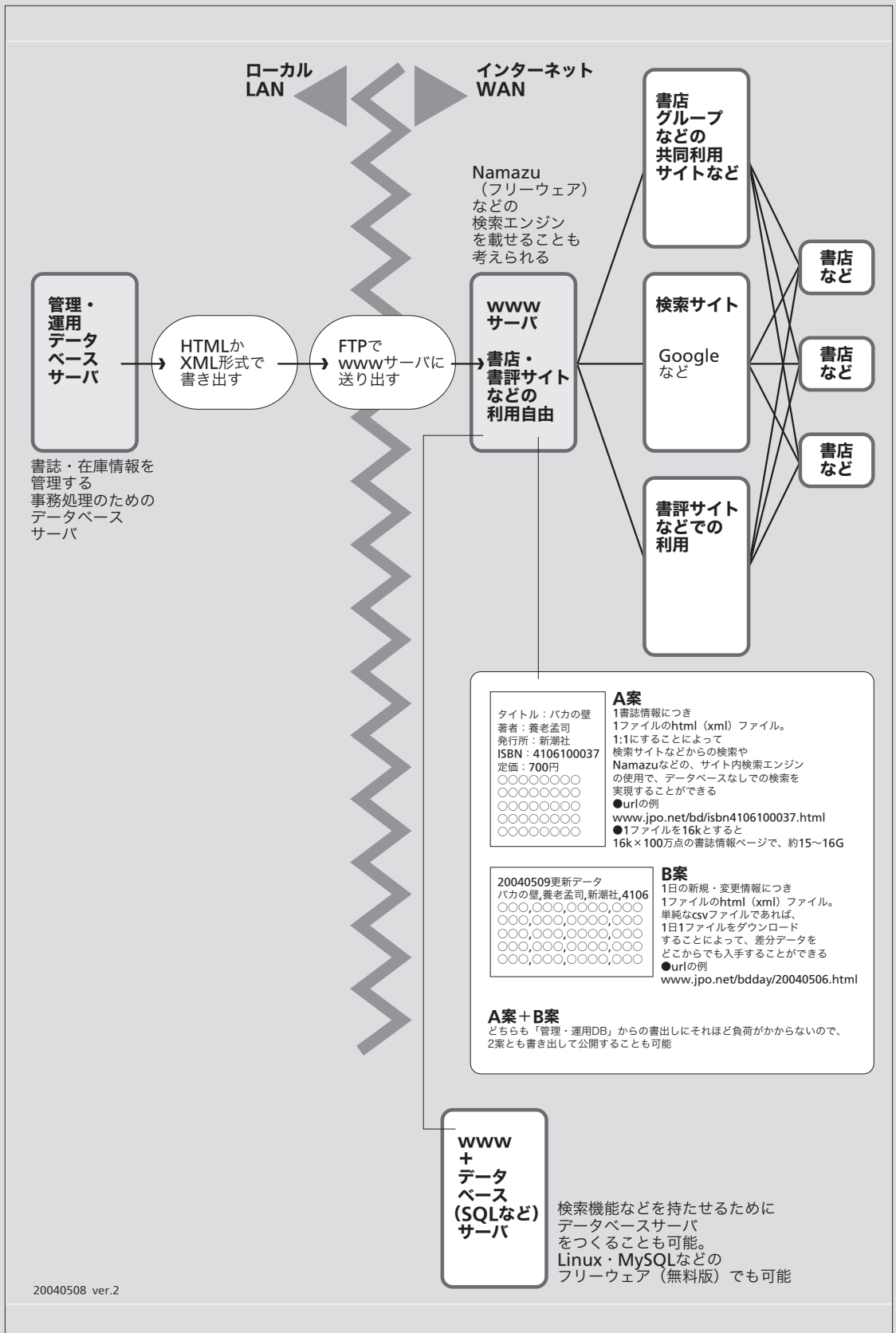
② また、書誌情報に出版社からの入手の可否を可能な限り明示することで、書店店頭への対応を現状よりはスムーズにすることを目的とする。

③ このJPO書誌情報は既存の市場各プレイヤーのDBを活かすため、DBのDBとしての役割を持つ。

④ JPO書誌情報は既存のDBと乖離することのない項目を前提とする。

⑤ 書誌情報の新たな項目として「流通区分」を提案し、当該出版物が刊行されているか、あるいは出版社からの流通が停止されているかを判定する。

⑥ このJPO書誌情報はコストの面を考慮し、システムから人的な要員までを新たにJPO自身が構築するのではなく、何ら



かの第三者に管理・運営を委託する。

⑦JPOより委託された第三者の機能は

(1) 書誌情報を出版社より収集する。

(2) 見本日までに市場プレイヤーが受信可能な状況にセットする。

(3) ISBNコードの管理を行い、不正確な利用が無いかをチェックする。

(4) 長期品切情報を取得し、反映させる。

を主たる機能と考える。

以上が、第2部会として討議・合意した、答申である。

## 5.2 今後の課題

一方で、時間的な制約の元に議論を重ねてきたため、答申に至らなかった、あるいは議論そのものができなかった点について、以下に挙げる。

①委託先センターの選定

②書誌情報収集および送受信におけるシステム等技術的検討

③上記を元にしたシステム構築・維持費用および作業費・人件費の算定

④上記の費用に関する費用負担者

⑤業界全体へのJPO書誌情報

設立に関する協力の呼びかけ、普及促進活動方法

⑥初期データの取得方法

①から⑥までは、この答申で述べたJPO書誌情報を実現するために、今後詳細に検討する必要がある項目である。

上記の今後の検討項目とは別に、この書誌情報を充実させる、あるいは情整研の主眼である、「店頭で自信を持って回答する」ことを実現させるための案として次の2点が議論された。

⑦出版社の申告以外に流通情報として「長期取引実績無し」を検討する。

⑧書誌情報や在庫ステータスとは別に業界として出荷情報を整備する。

⑦の「長期取引実績無し」とは出版社から申告される「長期品切」とは別に、たとえば複数の取次会社で数年間にわたり、受注に対する出荷がないものを客観的に評価し、事実上流通していないことを明示するというアイデアである。

⑧の出荷情報の整備とは、書誌情報や在庫ステータスをどのように整備しても、書店店頭への着荷日数を回答することは限

界がある。一方で、読者のニーズがいつ手に入るのかということであるならば、受注とそれに対する出荷情報を捉えるシステムを業界全体として整備することを検討する必要がある。

これらを検討する方法について、

①現在の情整研に新たな部会を立ち上げて、検討する。

②JPO書誌情報研究委員会として新たに委員会を設立し、検討する。

といった方法が挙げられるが、これらはJPO上位機関の判断にゆだねる。

また、この答申書をインターネット上に公開し、ネット・メールで意見を募る、あるいは、JPO書誌情報の設立に関する説明会を設け業界関係者の意見交換を行なうことも提案する。

最後にJPO書誌情報は既存のDBを破棄して、一から構築するのではない、と考えた。したがって、仮に設立しただけに全ての情報が完全に収集可能であるということではなく、数年の時間を経過し、醸成されていくものであると考える。

## 答申 2

### 在庫ステータスについて

## 1

#### 在庫情報と書誌情報(流通区分)

読者にとってまず大切な情報は、その本が存在するかどうか、そしてその本が(普通に、あるいは何とかすれば)入手できるかどうかである。答申1はそのような読者の要望に応えるための大元である書誌情報についてまとめたものである。刊行予定の書目は実際に刊行されなければ入手は不可能である(事前注文ができるかどうかは出版社の意思による)。出版社の意思で「絶版」あるいは「品切・重版予定無し」としたものは入手不能である。また、数年間複数の取次会社において扱い実績がないという流通区分のものにはほぼ入手が不可能と判断できる。

しかし読者のニーズはもっと具体的である。その本が普通に入手できるかどうか、何日くらいで入手できるかどうか、が求められている。こういうニーズ

に対し実際には各取次・書店・ネット書店ともかなりな程度広  
えている。自社（自店）在庫、  
取次在庫のあるものについて、  
あるいは在庫情報を送信してい  
る出版社の在庫については、そ  
れぞれ表現を工夫しつつ現実  
に近い情報を、書店ないし直接読  
者に公開している。最大の弱点  
は出版社在庫を公開している社  
が多くないこと、公開してい  
ても必ずしも実態を反映してい  
ない社が多いことである。たと  
えば日販のウェブサイトに「本や  
ウン」では書評および広告に出  
た本のリストが在庫状況を含め  
て公開されているが、各書目の  
出版社在庫に○がついたものが  
それほど多くない（広告する本  
は未刊を除き在庫はあるはずと  
考えるのは当然のことであるの  
に、「品切」と表示されている  
ものもある）。「本やタウン」の  
場合には出版社在庫が空白に  
なっているものをクリックする  
と「在庫が少なくなっています」  
または「重版中」あるいは「在  
庫情報を公開していない出版社  
のため不明です」と出る。まわ  
めて正確な表現である。

出版在庫情報整備研究委員会  
の3つの部会が共通して議論し  
てきたことは、この「在庫情報  
を公開していない出版社」をな

くす、あるいは最小限にするた  
めにどうするか、ということだ  
ある。このレベルでは○×でも  
十分だろう。答申1で述べたよ  
うな書誌情報DBが実現して、  
出生が届けられれば○、絶版な  
いし長期間扱い無しは×、×以  
外は○とみなす、ということが  
実現すれば、これだけでも大変  
な改善である。

## 2

### 現状の在庫情報の問題点 とその原因

#### 2-1 問題点

実際の現場で起きている、よ  
り大きな問題は、在庫を公開し  
ている出版社の在庫情報が不正  
確であることも少なくなく、ま  
た「在庫ステータス・コード」  
の解釈が社によって異なるた  
め、それぞれについて個別に対  
応しなければならぬ、という  
問題である。

ここで現行の「在庫ステータ  
ス」に沿って実際に起っている  
問題点を列記する。  
a. 「在庫有り」（11）になっ  
ているのに注文しても入ってこ  
ない場合がある。  
b. すでに在庫が十分あり、出  
荷できるのに、「調整」（12）あ

るいは「僅少」（21）になっ  
ているものがある。このような場  
合、取次を通して注文すると  
入ってこないのに、出版社に直  
接注文すると入ってくるという  
ケースがある。

c. 「重版中」（22）のものは  
在庫があるかどうか、注文して  
入ってくるのかわるか、いつこ  
ろ重版ができるのか、注文保留  
されるのかわるか、などがわか  
らない。

d. 「僅少」（21）ほどの程度僅  
少なのか、注文して入ってくる  
のかわるか、全くわからない。

e. 「品切」（32）のものでも出  
版社に電話すれば在庫有りと言  
われることがある。  
等々。

#### 2-2 原因と対策

上記のような問題が生じる背  
景としてはいろいろ原因が考  
えられる。

初歩的な問題として、在庫管  
理が必ずしも厳密でない社があ  
ることである。読者は在庫の有  
無、入手の可否を求めているの  
だから、これについては各社で  
努力してくれと言うしかない。

また、ステータス設定基準を  
もち、それをシステムに取り込  
んで自動的にステータスが変化  
するようになっていく社は少な

く、手作業に頼っている社が多  
い。手作業に頼っている限り、  
相当努力しても在庫の変動を忠  
実にステータスの変更として表  
現することはむずかしい。在庫  
が無くなったも、あるいは僅少  
になっても「在庫有り」のまま  
になっていたり、調整期間が過  
ぎ、返品も戻って十分出荷でき  
る状態になっても「調整」「僅少」  
「品切」のままになっているこ  
との多くは、このことに起因す  
る。これについては、システム  
をもっている社のやり方を普及  
することが大切であると考え  
る。

「調整」とは出版社の営業戦  
略と出荷基準に基づく方針であ  
り、在庫の有無とは別の概念で  
ある。そういう意味では「在庫  
ステータス」の中に12があるの  
がそもそもおかしいのではない  
か、という議論もある。また「僅  
少」の概念が社によってバラバ  
ラである。「品切」の使い方も  
社によって異なる。在庫がたく  
さんあっても「品切」として「調  
整」と同じ扱いをしている社も  
ある。「重版中」は在庫がある  
状態での重版なのか（それも多  
数あるか少数あるか）、品切状  
態での重版なのかによって事情  
は異なる。

出版社によっては、在庫が無

くても事故伝を見て重版するかどうかの判断基準にしたいと考え、「品切」とか「重版未定」にはせず「在庫有り」または「僅少」のままにすることもある。

いずれの場合も、社によって営業戦略、出荷基準が異なることと、「在庫ステータス」について自己流に解釈して対応しているところに原因がある。一方で取次・書店・読者が求めているのは「入手が可能かどうか、どれくらいの時日で入手可能か」である。

とするならば、求められていることは、各社それぞれに事情と方針が異なることは前提にしながら、業界全体でできるだけ共有できる「在庫ステータス基準」を再確認し、各社は最大限それに合せて在庫情報を提供することについて合意を形成することであろう。

## 3

### 3-1 出発点での位置づけ 現行の「在庫ステータス・コード」とは何か

現行の「在庫ステータス・コード」は、出版V A Nを通して電子情報の交換を始めるに際して書協と取協の間で取り決めたも

のである。当時は出版社・取次・書店の間での電子受発注が現実には普及したように急速に進むことは十分には認識されていなかったし、ましてその後のインターネットの急速な普及によって読者が直接出版社の在庫情報に接することは予測の外であった。つまり、T O N E T S なりN O C S といった取次のシステムに対応する端末を備えた書店を対象にした在庫ステータスとして出発したものであり、書店がこれらの端末をみて読者にその本の状況を説明するのに役立てばよいというレベルのものであった。したがって、ここで決めた「在庫ステータス」では発注した場合どれくらいのリードタイムで商品が入手できるかということとはあまり意識しなかった。

前述したように、「調整」という在庫情報とは異なる概念が混じっているのもそういう事情によるものであり、また本来著作権（出版権）に基づく出版社の意思表示であり、在庫状態とは別の概念である「絶版」も「在庫ステータス・コード」に練り込まれた。さらに近刊予定のものには「未刊・予約受付中」と「未刊・受付不可」に分けられ、また「専売品」「通販品」という

在庫状況ではなく商品の販売方法を表現する概念も「在庫ステータス」の中に位置付けられた。

### 3-2 よく使われてきたか

ところが出版社と取次の間で電子受発注が始まり、取次と書店の間での電子受発注が急速に普及する中で、発注の可否、在庫の可否・在庫スケジュールを律するものとして、在庫情報の公開・提供と「在庫ステータス」は非常に大きな意味をもつようになった。インターネットの普及を背景にネット書店が発展し、既成書店においてもネットでの販売が始まり、また読者からは注文した本がいつ入手できるかという情報が求められるようになった。書店として出版社の在庫情報を得る方法は現実には取次のシステムに頼るしかない。

取次は、書店（読者）に対して自社在庫と出版社在庫に基づいて注文商品をいつ届けられるかを明らかにすることが求められるようになった。それに対応するために、取次にとって決定的に重要なことは在庫情報提供出版社をいかにして増やすかであり、もう一つは在庫情報提供出版社の「在庫情報」を「在庫

ステータス」をいかに正確なものにするか（実際に出庫するかしないのか）である。前者についてはV A N 以外の方法での提供方法を追求するような努力が行われ、後者については自社の集品・出荷システムに対応するよう個別出版社と交渉するよう努力が積み重ねられてきた。

しかしその間、出版社と取次の間で「在庫ステータス・コード」の見直しについて論議する場も実際にはないまま（実は当初から書店は「在庫ステータス」については関与できていない）、それぞれの出版社の解釈と方針に基づいた「在庫ステータス・コード」を取次が読み取って書店なり直接読者に対して表示する、ということが行われてきた。「業界オンライン標準データ・フォーマット集」をまとめた「出版V A N 合同協議会」も1998年に改訂版をつくった後、実質的には機能していない。

## 4

### 在庫の有無と出荷の可否

元来、在庫の有無と出荷の可否は同じではない。在庫が無ければ出荷はできないが、在庫が

## 新「在庫ステータス・コード」案

そのような観点から、現行の「在庫ステータス」についての見直し案を提起する。

### 5-1 前提

「在庫ステータス・コード」とは、出版社が、自社の出版物の在庫状況を業界に共通の基準で表現するためのものである。これは、書店が読者に対してその本の入手の可否とその程度を説明し、かつそのまま発注するかどうかを判断するのに役立つものでなければならぬ。

これは新出版ネットワーク・出版VANを通してそれぞれの受信者（主には取次）に、あるいは他の電子媒体を通して取次ないし書店等に在庫情報を送る際に基準となるものである。

見直し案をまとめるにあたっては、次のようなことを配慮した。

a. 現行の「在庫ステータス・コード」はすでに長い歴史を持ち、各社はそれぞれこれを前提にした仕組み・システムを持っているので、これを根幹から覆すようなコード変更は避ける。

したがって上に述べたように本来は在庫状況を表すものではない「絶版」なども組み入れる。

b. それぞれのステータス・コードの意味付けを明確にすることによって、出版社は独自解釈に基づいて使用しているコードの見直しを行い、取次においてもこの意味付けに基づいて書店（読者）に対して公開している在庫表現を見直すこととする。

c. 今後電子受発注のウエイトがさらに高まることを前提に、「在庫ステータス」は電子発注の可否を律するものであるということを基本に考える。一方で電子発注では処理しきれないものがあることをどのように表現するかを考慮する。

d. 取次・書店が知りたいのは、発注した場合その本が入手できるかどうかである。その意味では○×をはっきりさせてほしい、どちらかあいまいなグリーンはできるだけ避けてほしい、との要望が強い。しかし出版社側の事情ではそうもいかないこと、については今まで述べてきたところから理解が得られるであろう。したがってここでは△はできるだけ避けることを目指しながら、残さざるをえない部分について、その意味付けを明確にすることを心がけた。

あっても出荷できるかどうか、あるいは出荷するかどうかはケースバイケースである。ある社のある本は在庫が10でも「在庫有り」で、注文が来れば出荷できるが、ある社のある本は在庫が1000以上あっても「在庫有り」とはならず、出荷は約束できない。そのようなものを1つの基準で律することにはそもそも無理があるとも言える。出版社の中には最後の1冊まで出荷したいから在庫が0にならない限りこれを「在庫有り」にする社もあるだろう。一方、書店（読者）にしてみれば「在庫有り」のものは注文すれば必ず入手できると考えるのは当然である。しかし1冊しかないのに注文が2冊来れば1冊は出荷できない。これを「在庫有り」とすることには問題があるろう。逆に在庫が1000冊あっても1200の注文が来れば200冊は出荷できないので、これを「在庫有り」とはできないケースがあることも理解できよう。部会では「在庫ステータス」は在庫がたくさん有るか、少し有るか、それとも無いか、を示すものであり、それとは別に出荷できるかどうか、出荷するかどうかを示す「出荷可否ステータス」ともいうべきものを検討

しては、という議論もあった。たとえば、無条件満数出荷、何冊以内なら無条件出荷、すべて調整、出せるかどうかは約束できないが注文してください、1冊は必ず出荷します、5冊の注文に対し1冊の割合で出荷します、客注のみ出荷します、注文は受けません、等々、出版社ごとにあらかじめ出荷基準を公表する、取次は書店に対し、自社在庫の有無と出版社の在庫ステータスと出荷可否ステータスを組み合わせて、出荷可否情報を提供するといったものである。しかしこれこそ出版社ごとに基準がまちまちになり、業界標準化の方向とは逆行するものであるろう。

このような議論を踏まえて確認したことは、どのようなケースにも対応できるような決定的な在庫表現は困難であることをまず認識すべきである、ということである。我々にできることは、一方で現実の在庫の有無ないしその程度を表現し、他方で注文した時の入手の可否と入手可能性の程度を表現するような「在庫ステータス」を決め、その意味付けについて業界全体で理解できるように仕組みをつくることであると考える。

## 5.2 「在庫ステータスコード」

### 案「資料」②

## 5.3 「コードの説明」

まず電子発注の可否という基準で、①在庫有り・出荷する、②出荷の約束はできないが受注可、③受注不可に区分する。電子以外で発注する場合も基準は同じである。①の場合には基本的に入手可、③の場合は基本的に入手不可、②の場合はケースバイケース。読者への在庫表現としてはそれぞれ○、△、×ということになる。書店からの電子発注について取次は①と②については出版社に発注し、③については書店に対し入手不可として返事を返す。

実は、答申1で述べた「流通区分」における「長期品切」ないし「長期取引実績無し」が取次ないし書店のDBに反映される道が開かれれば、この③は不要になることも考えられる。しかし現に出版VAN等に在庫情報を送信している出版社のシステムを考慮して、電子発注不可商品のステータス・コードは残すこととする。

①から③のそれぞれのステータス・コードについて、いま少し詳しく説明する。

### ●11 (在庫有り)

単品注文(客注、常備・定番の補充をはじめ大量でない注文)にはほとんど対応できる。基本的には無条件出荷。注文していただければ必ず出荷します、というもの。もっと厳しく言えば、「取次からすれば翌搬入日には入荷するもの」というものである。返品在庫があったとしてもすぐに改装して出荷できるものでない限り、11にしてはいけない(21を使う)。ただし採用品等大量注文には応えられないものもある。そういうものは、現行の電子発注にはなじまないと理解すべきだろう。

### ●21 (在庫僅少・注文受付中)

出版社によって、また書目によって異なるが、翌搬入日とは約束できないが、普通の注文にはおおむね対応できる。美本はないが改装すれば出荷できるもの、客注など単品注文なら出荷できるものを含む。在庫が少ないので出荷できるかどうかについては調整することもあるが注文してみてください、というものの。出版社によっては「在庫僅少」よりも「調整中」にウエイトをおいて使用することもあ

### ●22 (重版中・注文受付中)

発注してください、在庫があれば出荷します。まもなく重版ができる場合は出来次第出荷します。また、返品が来て改装できれば出荷します、というもの。重版出来がしばらく先になる場合、電子受注の場合は実際には注文保留はできないので出荷せずと返事する。出来予定日を必ず入れる。電子発注で出荷できないと返事があった場合は、出来予定日を勘案して再発注してください。

### ●24 (品切・注文受付中)

今は品切だが重版を検討中。返品があれば出荷できるので注文してみてください。すぐには出荷できません。出荷できない場合もあります、というもの。いずれにせよ20番台のものはグレーゾーンで、出版社によってまた具体的ケースによって扱いが異なる。いずれも、出荷できるかどうか、またその場合の出荷部数についても、約束はできないが受注は受ける、というものと、理解されたい。

### ●31 (近刊・予約不可)

事前予約を受け付けない出版社が新刊発売前の書誌情報を送信する際のステータス・コードとして使用するものであり、注文

は電子であろうと他の方法であろうと不可。

### ●32 (品切)

必ずしも在庫がないわけでもない(21と同じ状態)ないし一時的品切(24と同じ状態)であるが注文を受け付けない出版社が使用。返品があり改装できれば11ないし21になることがある。

### ●33 (品切・重版予定なし)

長期品切、あるいは当分重版予定なし、ほとんど絶版に近い、など。「絶版」とは概念が異なる。在庫がないので注文は不可。

### ●34 (絶版)

著作権・出版権の関係で出版社が自分の意思で「絶版」としたもの。旧版を含む。注文は不可。

### ●35・36

単品コードはあるが販売しないので注文は不可。

### ●37 (分売不可)

新設。単品コードはあるがセットでのみ販売。セットコードが別にあるので、そちらで注文してください、というもの。

部会での論議が集中したのは

④「電子発注不可」他の方法では発注可」についてである。

取次や書店の大きい不満は「調整」である。しかし出版社の営業戦略としての調整は避けられない。また調整のあり方は



社によって異なる。「調整」を使う出版社はまず4で述べたように「調整」についての自社の方針を取次・書店に公開すべきであろう。

「調整」は在庫の状況を示す概念ではない。しかし現実には電子受発注におけるステータス・コードとして12が使われてきたため、発注しても入荷のない「出庫部数調整中」が大きな不満をもたらしているのである。社によっては32（品切）を使うところもある。しかし実際には品切ではなく数としては相当量の在庫があるケースを「品切」と表示することは在庫情報としては変なことである。21（在庫僅少）を「調整」として使用する社も多いが、相当量の在庫があるのに「僅少」とするのはやはり変なことである。21の意味付けは上に述べたようなものであり、「調整」にこれを使うのは「在庫ステータス・コード」の意味付けの標準化という観点からみて望ましくない。

とするならば、④のような考えを導入するしかないのではないか。出版社ごとの戦略・方針を理解した書店は電子発注以外の方法で発注すればよい。「調整品」はおおむね出版社にとつての戦略商品であり、読者・書

店にとつてはどうしても欲しい商品である。そういう商品を手するために注文方法を工夫することは書店の営業戦略に属することである。電子受発注は普通の商品を普通に入手するためのツールであり、在庫ステータスはその際の基本情報と考えるべきだろう。

23（近刊・予約受付中）は31と違って新刊予約を受ける出版社が発売前情報を送信する際のステータス・コードとして使うものであり、実際には電子受注では対応できない。これも④の範疇に含めるべきであろう。

22（重版中）は在庫があつて重版中の場合と品切で重版中の場合では条件が異なる。また、近々重版が出来る場合と出来がしばらく先の場合では条件が異なる。さらに戦略商品の場合、重版が出来てもここに「調整」が入る。つまり、「重版中」というのは状況説明であつて、在庫の有無を表わす概念ではなく、また出荷の可否を表わす概念でもない。したがって22は電子発注の範囲で処理するものとし、電子発注では受け付けない場合は、新たに43（重版中・注文保留）を設け、④に含めることを提案する。

「調整品」以外にも電子受注

では処理できない特殊な商品がある。これら在庫があつても電子受注では対応できないものを44（出版社に直接注文）として④に含めることを提案する。

コードの論理性を考えれば、12、23は41、42とすべきであるが、現に12、23を使っている社のことを配慮して、当分両様のコードを許容する。

## 6

### まとめと残された課題

いま最も求められていることは、在庫の表現について業界全体で共通の認識をもつことである。そのためには現に広く使われている「在庫ステータス・コード」の意味付けを明確にし、これを業界標準にすることこそが求められている。

当部会ではそのような認識に基づき「在庫ステータス・コード案」をまとめた。

部会での議論で異論が多かつたのは、発注区分④についてである。できるだけ電子化をはかるべきであるという前提に立つならば、電子以外の方法を認めるといふことは逆行ではないか、またこれが多用されればス

テータス・コードの意味がなくなるのではという疑問である。しかし、一方で100%の電子化を実現するのは無理なケースもあることは事実であり、読者の注文に応えるためには例外も用意しておく必要があるとの意見も説得力がある。

当部会としての結論は、①②③の意味付けを明確にし、各社は最大限これに基づいた在庫表現に努力することを重視する、そこになかなか収まりきらないものを無理やり①から③の中にはめ込もうとしてそれぞれのコードの意味付けをはみ出す使い方が広まることの方が危険であると考え、④を設置することにした。④を設けることによつて①②③の区分をより明確にすることができると考える。また、電子化をより推進するためには、電子化できない部分（④のようなケース）をも含めてデジタル化することが重要であろう。

この案をもとに、しかるべき機関で「在庫ステータス・コード」を決定し、早急にこれを業界全体に普及すべく、説明書をつくり、説明会を開くことを提案する。

新出版ネットワーク・出版

## 資料2 JPO在庫ステータス・コード(案)

発注区分	ステータス コード	表現	意味付け
①在庫有り 出荷します 注文を受けます	11	在庫有り	単品注文など普通の注文には無条件に出荷します。ただし大量の注文には対応できないことがあります。
②在庫僅少・調整中 注文は受けます	21	在庫僅少・注文受付中	在庫が少なく出荷調整中。出荷できない場合もあります。ただし返品があれば改装出来次第出荷しますので注文は受け付けます。
	22	重版中・注文受付中	出来予定日を表示。在庫が少なく出荷調整中。出荷できない場合もあります。まもなく重版ができる場合は出来次第出荷いたします。返品があれば改装出来次第出荷しますので注文は受け付けます。
	24	品切・注文受付中	在庫なし、重版検討中です。出荷調整中。ただし返品があれば改装出来次第出荷しますので注文は受け付けます。出荷部数を調整する場合もあります。また、出荷できない場合もあります。
③出荷不可 注文は受けません	31	近刊・予約不可	事前注文・指定配本を受け付けられない出版社が使用。
	32	品切	在庫なし。重版中でもありません。
	33	品切・重版予定なし	長期品切。当分あるいはほとんど重版の予定なし。ほぼ絶版と同義。
	34	絶版	出版社の意思で絶版にするもの。旧版を含む。
	35	専売品	取次・書店ルートでは販売しません。
	36	通販品	取次・書店ルートでは販売しません。
	37	分売不可	セットでの注文のみ受けます。セット・コードは別にあります。
④電子発注は不可 他の方法で注文は 受けます	41(12)	在庫僅少・出荷調整中	出版社ごとの方針に基づき出荷します。出荷部数についてはお任せください。出荷できない場合もあります。電子発注以外の方法でご注文ください。  注：ここで「電子発注」とは新出版ネットワーク・出版VANを通じた出版社への発注のこと
	42(23)	近刊・予約受付中	新刊予約や指定配本を受け付けています。電子発注以外の方法でご注文ください。  現に12・23を使っている社はそのままで可
	43	重版中・注文保留	出来予定日を表示。在庫がないのですぐには出荷できませんが、注文保留します。重版が出来ても出荷部数を調整することがあります。
	44	出版社に直接注文	在庫僅少または特殊な商品・オンデマンド本等。出版社にお問合せください。電子発注以外の方法でご注文ください。

VAN等を通して在庫情報を公開している出版社は、早急はこのコード表に基づいて自社出版物の在庫表現について検討し、必要があればステータス・コード

ドを変更することとする。新たに在庫情報を公開する社はこのコード表に基づいた表現を採用する。取次・書店は新コードの「意味付け」に基づいて自社媒

体での在庫表現を修正する。そのためには出版社・取次・書店はいずれでもこのコード表を見ることができるよう公開されていることが欠かせないと考える。

同時に、各社の在庫表現の意味付けを理解してもらうためにも、この「在庫ステータスコード」は広く読者一般にも公開されることが望ましいと考える。

## ●出版在庫情報整備研究委員会

### 第3部会

### 答申

二〇〇四年六月二四日

#### はじめに(第三部会での議論の流れ)

第1回の会合では、全体の会議の中で提案された園田さん(大学生協事業連合)・古澤さん(新潮社)の意見を受け、出版VAN・books・ブックライナー・bookなど広い範囲での現状を討議し、過去の事例についても掘り起こしていきました。その過程において、在庫情報の正確さ・物流との連携・使い勝手・実際の使用頻度などに関してbookの優位性が浮かび上がってきました。

第2回の会合では、まず、出

版在庫情報整備研究委員会の目的と目標「出版物の問い合わせに自信を持って応え、提供できる仕組みづくり」と「書店が使える・書誌・在庫・流通情報データベースの構築」を確認し、現状存在する各種の仕組みの中で特に「book」に着目し、そのメリット・デメリット、実際に使用している書店・参加を希望する出版社・運営する当事者それぞれの立場からの意見を交換しました。

書店から見るとbookは「理想に近い」仕組みであることは分かりましたが、多くの出版社が参加するためには費用・システムなどの敷居が高いことも分かりました。

第3回の会合では、従来のシステムに比べて安価に構築が可能な分散型データベースについてNTTコムからの提案がありました。これについては、検索エンジンを利用したさらに先進的(かつ安価)な分散型データ

ベースの提案も出されましたが、話題が技術的な方向に傾き始めたところで次回へと継続されることとなりました。

第4回の会合では、上記の「検索エンジンやXMLなどを利用した分散型のデータベース」という話題が取り上げられ、「オープン(条件無しの公開)」「原則無料」などの原則が確認されましたが、本来であればこのあたりから具体例などが提示されるべきであったようです。また、分散型のデータベース構築のためには出版社の自主的な参加が期待される部分が大きく、そこについての解決の糸口は提案されませんでした。

第5回の会合では、沢辺さん(ポット出版)の提案・座長の川上さん(地方小出版流通センター)の中間報告案を受け、第三部会の議論の流れと方向性を再確認し、閉会となりました。

## 1

### 出版在庫情報整備研究委員会 の目的と目標の確認

#### 1-1 出版在庫情報整備研究委員会 の目的と目標

●出版物の問い合わせに自信を持って応え、提供できる仕組みづくり

●書店が使える・書誌・在庫・流通情報データベースの構築

#### 1-2 第三部会の課題

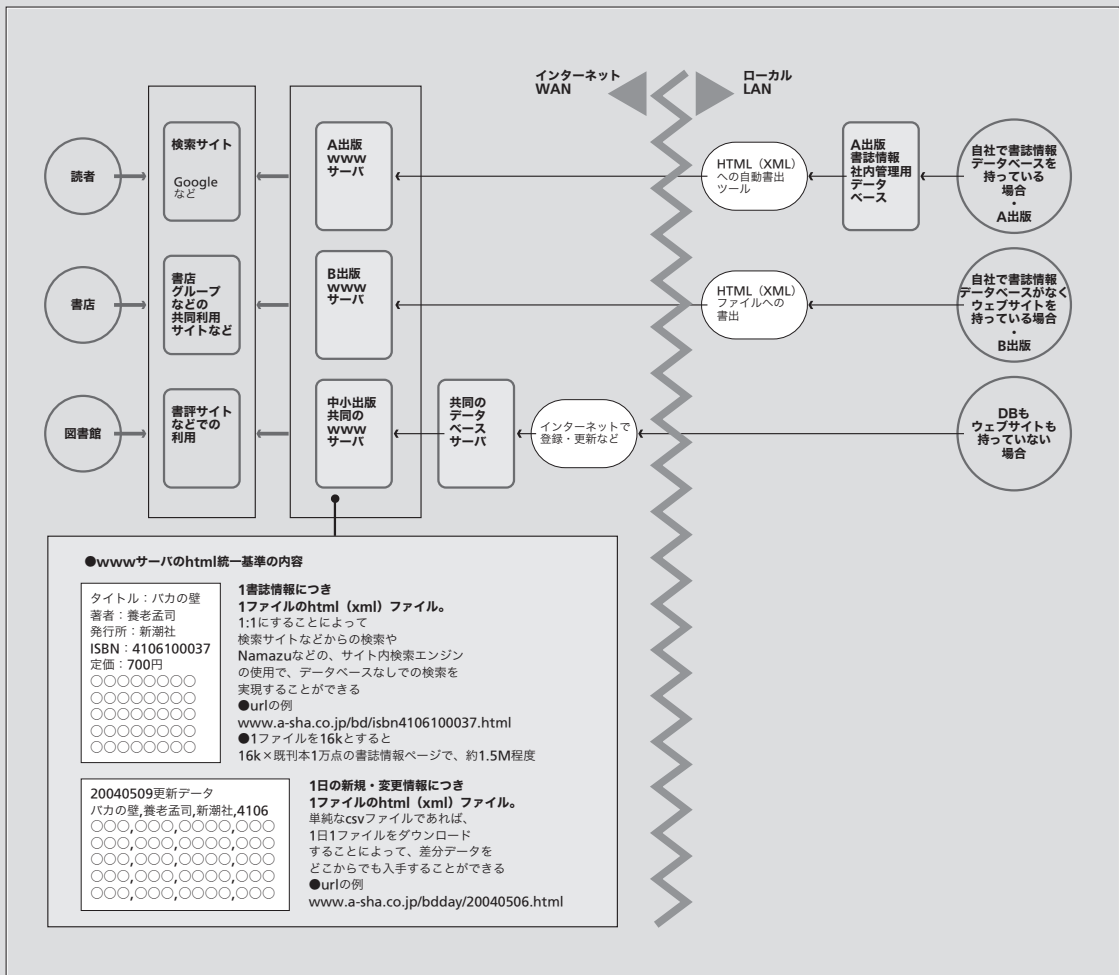
●現状のデータベースの比較検討及び新形態の模索

## 2

### 現状のデータベースの比較 検討

#### 2-1 現状のデータベースと過去の 事例

書協の運営するbooksは有料、



各取次も有料が基本で、P O Sレジへのデータの取り込みなどの一般利用は閉じられている。誰もが自由に拾得して、自らの利用に即して作れる無料の書誌データベースは現状では存在しない(書店同士が在庫を公開して融通し合うにも書誌データ購入費用でつまずく)。

現状・過去の事例とも、費用や即応性・網羅性などが常に課題となっている。即応性や網羅性に応えるためには出版社自らがデータベースの重要性を理解し、登録のメリットを感じなければいけないが、現状は「誰かがやってくれている」という意識も多い。

過去の事例において費用の問題は切り離すわけにはいかない。より安価なシステム構築が望まれる。

### 2-2 客注に関する現状の在庫情報

現在、書店が実際に使用している在庫情報問い合わせ・商品確保のシステムとしては、STOCK・BONなどを始めとする出版社主導のシステムやブックライナーなど取次主導のシステム(別正味体系)があり、参考とすべきものである。在庫情報の即答はないが、順

## 3

### 新形態の提案

するシステムとしてT S流通やブックサービス(栗田・太平洋社が利用)などがあり、活用書店も増えている。

それぞれ、かなりの投資と運営費を加入版元が負担するケース、または取次やブックサービス・T S流通のシステムのような別正味体系という、書店や読者・場合によっては出版社にも負担を求めるケースがあり、それぞれ利点・難点がある。

### 3-1 新形態の原則

- 条件などを設定しないオープンなデータベースであること。
- 使用方法などの制限も原則的には無し。
- 無料(書店・読者とも)での利用。
- 物流との連携が理想だが、まずは出版社の規模や取組みに応じた書誌・在庫情報の公開と、発注・出荷の連携。
- 網羅性を満たすためにも、運営コストを押さえ、より多くの出版社が運営に参加可能な形態。

### 3-2 新形態特に「リスト面と網羅性」を満たすための提案

●統一基準に基づいて作成・公開されたHTML（またはXML）ファイル、検索エンジンを用いて串刺し検索する（Google検索などのイメージ）

●上記ファイルについては、自社システムからの自動書き出し（大規模な出版社向き）、共同運営されるデータベースからの自動書き出し（版元ドットコムをイメージ、中小零細向き）、自力での記述（中小零細向き）など、さまざまな方法（例えば

#### 出版在庫情報整備研究委員会●委員

委員長	橋本 明	紀伊國屋書店・店売推進部長
副委員長	金田 徹	取協:日本出版販売・書籍仕入第一課長
副委員長	笹島 克彦	日書連:有隣堂・常務取締役
副委員長	佐藤 善孝	小学館・執行役員

#### ●第1部会

副委員長	笹島 克彦	日書連:有隣堂・常務取締役
副委員長	佐藤 善孝	小学館・執行役員
研究委員	栃木 裕史	取協:トーハン・ロジスティック部・シニアマネージャー
専門委員	大西 基文	アマゾンジャパン・ベンチャーマネジメントディレクター
専門委員	上浦 英佑	拓殖書房新社・代表取締役
専門委員	工藤 義之	講談社・販売開発部長
専門委員	佐々木 博章	ブックサービス・取締役営業企画部長
専門委員	佐藤 修	取協:太洋社・書籍配本調整課長
専門委員	佐野 正孝	主婦の友図書・取締役営業部長
専門委員	高島 利行	語研:語学専門出版社
専門委員	山下 信一	出版倉庫連絡協議会事務局長・昭和図書・営業部長
専門委員	山本 良文	取協:大阪屋・仕入部長
専門委員	川尻 一壽	出版倉庫流通協議会:主婦の友図書・代表取締役社長
ワーキングスタッフ	高橋 晶子	講談社・営業企画室
ワーキングスタッフ	高久田 布人	主婦の友図書・開発部主任
オブザーバー	黒澤 正雄	取協:日本出版取次協会・事務局長
オブザーバー	田中 光則	書協:日本書籍出版協会・事務局長
オブザーバー	高橋 憲治	雑協:日本雑誌協会・職員

#### ●第2部会

委員長	橋本 明	紀伊國屋書店・店売推進部長
副委員長	金田 徹	取協:日本出版販売・書籍仕入第一課長
研究委員	田中 達治	筑摩書房・取締役
専門委員	大江 治一郎	東大出版会・経営企画本部長
専門委員	角谷 智生	文藝春秋社・営業推進部
専門委員	沢辺 均	ポット出版・代表取締役
専門委員	柴原 正隆	取協:栗田出版販売・情報システム部長
専門委員	鈴木 博文	日書連:メトロ書店(長崎)・取締役社長室長
専門委員	岳野 保	ポプラ社・情報システム部長
専門委員	古澤 亘	新潮社・営業部
オブザーバー	石原 富子	取協:日本出版取次協会・職員
オブザーバー	坂詰 勝	書協:日本書籍出版協会・職員
事務局	本間 広政	JPO事務局・常務理事

#### ●第3部会

研究委員	岡嶋 成夫	日書連:ブックロード
研究委員	柴崎 繁	日書連:王様書房・代表取締役社長
研究委員	永井 祥一	講談社・営業企画室室次長
専門委員	川上 賢一	(株)地方・小出版流通センター
専門委員	沢辺 均	ポット出版・代表取締役
専門委員	園田 晴彦	大学生協連・書籍センター
専門委員	高島 利行	語研:語学専門出版社
オブザーバー	大川 哲夫	日書連:日本書店商業組合連合会・事務局長
事務局	田宮 修	JPO事務局・小学館・マーケティング局シニアマネージャー
事務局	田代 信光	NTTコミュニケーションズ

「book.or.jp」からの書き出しや、取次のデータベースからの書き出しなど）について可能性を持つものでなければならぬ。

●現時点で存在する検索エンジンを使っても上記の実現は可能だが、より使い勝手の良い業界向けの検索エンジンの開発が望まれる（その段階で発注などの機能も盛り込まれるものと思われる）。

■補足:これらについては「パブリックドメインに置かれたコンテンツを包括的に検索・閲覧可能なアグリゲーション・サービス」

## 4

### 新形態の具体化に向けて

#### 4-1 出版在庫情報整備研究委員会への提案

●現状の充実は急務ではあるが、新形態への準備と研究も続けていきたい。

●上記については予想以上に技術的な話題が増えている。具体

ス」と表現することもできるが、この表現自体が分かりにくいため、上記のような説明となった。

#### 4-2 日本出版インフラセンターへの提案

●統一基準の作成

●出版社同士の共同サイトなどへの援助

●独自検索サイトの構築。または既存の検索サイトに「本の検索」コーナーを作るような働きかけ。

例を提示できる程度の技術的な話題について討議できる場を持ちたい。