
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 ● 第2部会

答申書

●2004年8月10日・Ver. 1.1

P20 [JPO在庫ステータス・コード (案) の32・33の脱落を追加

2004年5月24日・Ver. 1.0

2004年5月8日・β2版

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に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VAN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「書誌情報」が充実す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、そのインフラのもっとも中核をなす「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VAN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。

答申●1 JPO書誌情報について

1. 書誌情報の要件・利用者
 - 1-1. 書誌情報の要件
 - 1-2. 書誌情報の利用者
2. 書誌情報の範囲
3. 書誌情報の項目
 - 3-1. 項目選定の条件
 - 3-2. 項目説明
 - 3-3. 流通区分
4. 収集
 - 4-1. 収集する機構・方法
 - 4-2. 収集するタイミング
 - 4-3. 収集・運営に関する費用負担
5. まとめと今後の課題
 - 5-1. まとめ
 - 5-2. 今後の課題

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）
2. 現状の在庫情報の問題点とその原因
 - 2-1. 問題点
 - 2-2. 原因と対策
3. 現行の「在庫ステータス・コード」とは何か
 - 3-1. 出発点での位置づけ
 - 3-2. どう使われてきたか
4. 在庫の有無と出荷の可否
5. 新「在庫ステータス・コード」案
 - 5-1. 前提
 - 5-2. 「在庫ステータス・コード案」別表
 - 5-3. コードの説明
6. まとめと残された課題

答申●1 JPO 書誌情報について

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り、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んでいるといえる。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う。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。

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も情報提

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、出版社が責任を持っ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コードの妥当性を系統的に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、現状で出版社か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が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は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や特にフォーマットの決まっ

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事は現実的ではない。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い、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事を答申する。

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. まとめ

- 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。
- ④JPO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。

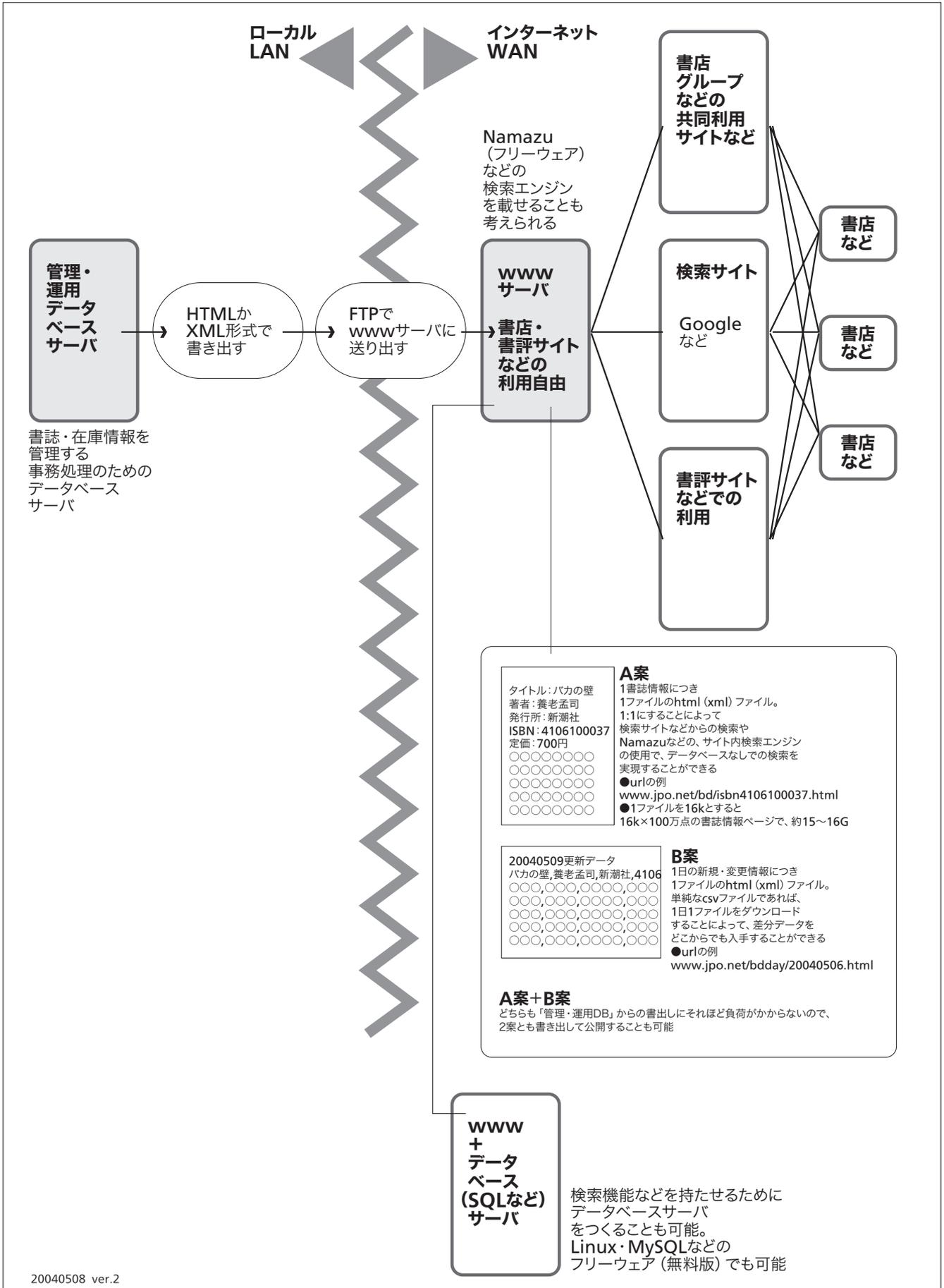
また、この答申書をインターネット上に公開し、ネット・メールで意見を募る、あるいは、JPO書誌情報の設立に関する説明会を設け業界関係者の意見交換を行なうことも提案する。

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、仮に設立したらすぐ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。

【資料 ①】 JPO書誌情報フォーマット (案)

	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

【参考資料】 書誌情報のインターネット経由での接続モデル



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応えている。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「本やタウン」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。き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、ということである。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ない、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のかどうか、注文して入ってくるのかどうか、いつごろ重版ができるのか、注文保留されるのかどうか、などがわからない。
 - d. 「僅少」(21) はどの程度僅少なのか、注文して入ってくるのかどうか、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な原因が考えられる。

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る社は少なく、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。在庫が無くなっても、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られる。

「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わせた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. 現行の「在庫ステータス・コード」とは何か

3-1. 出発点での位置づけ

現行の「在庫ステータス・コード」は、出版VAN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にあった。つまり、TONETSなりNOCS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」に繰り込まれた。さらに近刊予定のものは「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. どう使われてきたか

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、出庫の可否・出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」＝「在庫ステータス」をいかに正確なものにするか（実際に出庫するのかもしれないのか）である。前者についてはVAN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な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VAN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」ともいふ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、一方では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了解できるような仕組みをつくることであると考ええる。

5. 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ない。

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の基本を考える。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レーゾ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。

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の場合は基本的に入手可、③の場合は入手不可、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などを含む。在庫が少ないので出荷できるかどうか確約はできないし、出荷部数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。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る。
- 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。返品がく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「在庫部数調整中」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っての戦略商品であり、読者・書店にとってはどうしても欲しい商品である。そういう商品を手に入れ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）は在庫があっ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って、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。これら在庫があっ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ったのは、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う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にも説得力がある。

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を設けることによって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VAN等を通して在庫情報を公開している出版社は、早急に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・書店はいつ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。

【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。
③出荷不可 注文は受けません	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があります。また、出荷できない場合もあります。	
	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。	
④電子発注は不可 他の方法で注文は受けます	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。	
	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。 <small>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</small>	
	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。 <small>現に12・23を使っている社はそのままでも可</small>	
	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。		

日本出版インフラセンター (JPO)
在庫情報整備研究委員会●第2部会 答申書

発行●2004年8月10日・Ver. 1.1

P20 [JPO在庫ステータス・コード (案) の32・33の脱落を追加

2004年5月24日・Ver. 1.0

2004年5月8日・β2版

制作●日本出版インフラセンター (JPO) 在庫情報整備研究委員会●第2部会

橋本明 (情整研・委員長／紀伊國屋書店・店売推進部長)

金田徴 (情整研・副委員長／取協：日本出版販売・書籍仕入第一課長)

田中達治 (情整研・研究委員／筑摩書房・取締役)

大江治一郎 (情整研・専門委員／東京大学出版会・事務局長)

角谷智生 (情整研・専門委員／文藝春秋営業推進部)

沢辺均 (情整研・専門委員／ポット出版・代表取締役)

柴原正隆 (●第2部会座長／情整研・専門委員／取協：栗田出版販売・情報システム部長)

志村憲一 (情整研・専門委員／太洋社・情報システム部システム企画開発課長)

鈴木博文 (情整研・専門委員／日書連：メトロ書店 (長崎)・取締役社長室長)

岳野保 (情整研・専門委員／ポプラ社・情報システム部長)

古澤亘 (情整研・専門委員／新潮社・営業部)

石原富子 (情整研・オブザーバー／取協：日本出版取次協会・職員)

坂詰勝 (情整研・オブザーバー／書協：日本書籍出版協会・職員)

本間広政 (情整研・事務局／JPO事務局：常務理事)

連絡●162-0828 東京都新宿区袋町6

日本出版インフラセンター事務局 本間
