

オンライン書店の 在庫表示

須田正晴

本部長部社デイトス編集部・販売ドットコム幹事

すた・まさはる●九七四年生まれ。埼玉県鳩ヶ谷市在住。短期でいろいろ本を売る。長期でじっくり本を売る。両方ができる出版営業をめざし、日々模索中。



在庫表示をめぐる すれ違い

手元に一通のメールがある。二〇〇四年の七月に天津市の出版社「行路社」が、Amazon.co.jp（以下本文ではアマゾンと表記）と在庫の表示をめぐるやりとりをした記録だ。

▼行路社よりアマゾンへ

私ども（行路社）の出版物のほとんどが、貴殿のサイトで「在庫切れ」とされておりますが、何を根拠にそのような営業妨害をなされるのか、その根拠を伺いたい。著者や読者から、アマゾンで見たが在庫がほんとうにないのか、との問い合わせがしょっちゅうあります。責任者の方のお名前もお聞かせください。お忙しいでしょうが、かならずご返事を。行路社代表 楠本耕之

▼アマゾンより行路社へ

Amazon.co.jpにお問い合わせいただきました、ありがとうございます。Amazon.co.jpでは取次販売会社様より在庫情報のデータを入力し、サイトでの表示に活用しております。そのため、新刊書・既刊書に問わず在庫情報のデータをいただけない出版社様の書籍につきましては、Amazon.co.jpの在庫ならび

いまや、オンライン書店は出版社にとって重要な場になっている。

オンライン書店で送料無料になる金額を念頭におき、本の定価を検討する出版社もある。そこまで重きをおいていない出版社にしても、自社に在庫があるにもかかわらず、在庫なしの表示がされたら、「営業妨害だ」とも言いたくなるだろう。

在庫なしの表示がされたら、「営業妨害だ」とも言いたくなるのだろうか？
オンライン書店の利用者に本の存在を正しく知らせるには何をすべきか？
著者・須田正晴さんは、まず、在庫の実情報に一番近い場所にいる出版社が情報を公開してしていくことが必要だという。

に取次販売会社の在庫がなくなつた時点で「在庫切れ」の表記になつてしまいます。

出版社様が在庫をお持ちの場合にも、データとして届いていなければそれを当サイトに反映することができません。つきましては、取次業者様へ定期的に在庫情報のデータをご提供くださいますようお願い申し上げます。今後とも、Amazon.co.jpをご愛顧いただきませうようお願い申し上げます。Amazon.co.jp カスタマーサービス 春木

▼行路社よりアマゾンへ

春木さん、ご返事ありがとうございます。ただ、こちらの趣旨を理解されていないようです。ね。

《…略…Amazon.co.jpの在庫ならびに取次販売会社の在庫がなくなつた時点で「在庫切れ」の表記になつてしまいます。》などと、ひと事みたいに言っておられますが、「表記」して

るのはアマゾンなのです。

だから、営業妨害になる、つまり、それを見た購入希望者や著者に明らかに誤解を与えている「在庫切れ」という表示を改めなさい、と言っているのです。他社の商品名を勝手に載せておいて「在庫切れ」と併せて表示するのは、あきらかに業務妨害です。…略…必ず責任ある方からのご返事お待ちしております。…略…以上、どつどつよろしく。行路社代表 楠本耕之 PS.もろろん、行路社の刊行物は載せません、というご返事でも結構ですよ。…略…

▼アマゾンより行路社へ

Amazon.co.jpにお問い合わせいただきました、ありがとうございます。

商品情報について、ご不便をおかけしておりますことをお詫び申し上げます。再度のご案内となり恐れ入りますが、当サイトでは取次販売会社様より在庫情報の

データを入力しております。お手数ですが、出版社様の在庫状況につきまして

は、取次業者様へご連絡ください。ありがとうございます。…略… この他にもご不明な点がございましたら、ご遠慮なくお問い合わせください。Amazon.co.jpをご利用いただき、ありがとうございます。Amazon.co.jp カスタマーサービス 小倉

▼行路社よりアマゾンへ

小倉さん、あなたの私への回答は、あえて私の主張を無視するまったく不誠実でそつけないそれだけど、それはそれで非常に意味のある貴重な回答をありがとうございます。…略…

あなたのご回答は、
一）「Amazon.co.jpのサイトで提供する「在庫切れ」の表示については、取次からの情報に基づくもので、Amazon.co.jpとしては責任

▼行路社よりアマゾンへ

こんどは大友さんの出番ですか。それにしても、まるで金太郎飴ですね。…略…先にお尋ねした以下の二点について、どうかどうかまともにご返答ください。

前回の質問を繰り返します。お応えは「はい」だけでも結構です。…略…

たったそれだけのことで、すから、どうかまともにお応えください。どうぞよろしく。

行路社代表 楠本耕之

▼アマゾンより行路社へ

Amazon.co.jpにお問い合わせいただき、ありがとうございます。

先にお送りいたしましたEメールでの回答と重なりますが、Amazon.co.jpでは取次販売会社様より在庫情報のデータを入手し、…略…取次業者様へ、定期的には在庫情報のデータをご提供くださいますようお願い申し上げます。

Amazonという会社、これがほんとに世界のリーディングカンパニーなのか？
行路社代表 楠本耕之

▼アマゾンより行路社へ

Amazon.co.jpにお問い合わせいただき、ありがとうございます。

再度のご案内となりますが、Amazon.co.jpでは取次販売会社様より在庫情報のデータを入手し、…略…また、出版社様が在庫をお持ちの場合にも、データとして届いていなければ、それを当サイトに反映することができませんので、取次業者様へ定期的には在庫情報のデータをご提供くださいますよう、また、いまいちど、取次業者様へ、ご確認くださいますようお願い申し上げます。

Amazon.co.jp

ます大きくなります。その

ことを肝に銘じて心してご返事くださいますよう。「A出版社からBという本が出ています。しかしこのBという本は〈在庫切れ〉です」とのAmazon.co.jpサイトででの表示に対しては、それを見た人の十人中九人以上は、Bという本はもう品切れで手に入らないのだなと思うはずですよ。

そのことを被害をこうむったA出版社から指摘されてもまともな回答をしようとせず、Amazonにとつての情報入手先である第三者（取次）のXに責任があり、Aが被害を蒙ったといつてもそれはAがXに情報を提供しないからだ、それはXとともにAの責任でもあると言いつつ、Amazonという会社は、いったい何なの？

ばい菌をばら撒いておいて、病気になるたのは病気になる人が予防注射をしなかったからだ、という論理を平気でもち出す

上げます。
ご不明な点がございましたら、ご遠慮なくお問い合わせください。Amazon.co.jpのまたのご利用を心よりお待ちしております。
Amazon.co.jp

カスタマーサービス 大友

▼行路社よりアマゾンへ

大友さん、あなた方、やっぱり鈍だったんだね。それとも、「カスタマーサービス」部は出来の悪い人ばかりの「姥捨山」なのだろうか？

お前ら、人の足踏んでるから、その足どける！

と言ってるんだがね、カエルの面にシヨンペンだったね。ごくりうさん。

行路社代表 楠本耕之

▼アマゾンより行路社へ

Amazon.co.jpに「ご連絡いただき、ありがとうございます。」

このたびのお客様からのお問合せに対しましては、お客様の要望にそいかねる

生きている本が品切れ扱いに

新刊書サイト・古本サイトともに広く紹介している「本のみちるるべ」というサイトがある。「清水義範」「本屋」といった検索ワードによる各書店でのヒット数を定点観測している。先達であるこの調査に準じた形式で、実際に行路社の本がオンライン書店でどのように扱われているのか調べてみた。

二〇〇五年一月の取材時点で行路社のウェブサイトでトップ

インターネット上にオンライン書店が出現したとき、中小出版社のあいだには期待が広がった。「広告予算の少ない版元でも情報発信ができる」「展示スペースの制約がないので既刊需の掘り起こしができる」

黒船到来と言われたアマゾンの日本上陸から四年。オンライン



に掲げられている本が『女性キリスト者と戦争』だ。行路社がいちばん売りたい、ないし売れている本と考えられるので、これをサンプルに調べたのが下記の表だ。

調査した十六店のうち、アマゾンのみがこの本を購入することができない。日販の倉庫やジュンク堂の店頭にある、現に「生きている」本であるにもかかわらず、取り寄せることすらできないのだ。アマゾンでの表示は「現在、在庫切れです。このページは在庫状況に応じて更新されますので、購入をお考えの方は定期的にご覧ください。」となっている。「図1」これでは行路社の楠本さんが怒るのも無理はない。

もう一冊、『ヤマギシ会見聞録』も調べてみよう。すると、ビーケーワンでは「該当するデータがありません」という表示が出る。「図2」。あれ？ 書誌データ量では最大を誇るビーケーワンで？ とよく見ると、「絶版・品切れ中の書籍も検索対象にする」という選択肢が出ている。そこで再検索すると、

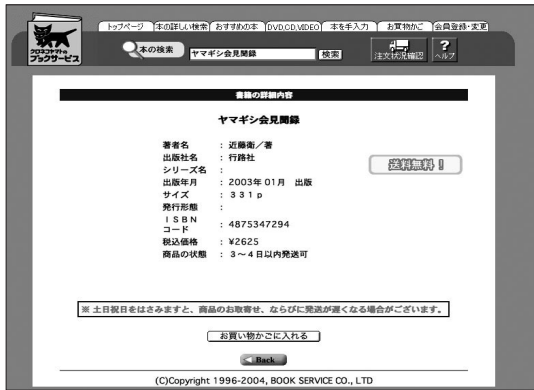
●取次倉庫になく、在庫情報もいただいでないときです。取次経由でも直接でも、在庫ありという情報をいただいでいれば、そのようにはならないのですが。▼以前は、もっと取寄対象の本がありましたよね？ ●立ち上げ当初、ご注文いただいた書籍を調達してお届けすることができずにお客様にご迷惑をおかけすることが多くありました。そのため、弊社から責任持ってお届けできない書籍については、「お取扱いきません」という表記にさせていただきます。▼それにしても検索にヒットしなくするというのはあ

表1●『女性キリスト者と戦争』『ヤマギシ会見聞録』の検索結果

タイトル	ビーケーワン	ブックサービス	セブンアンドワイ	e-hon (トーハン)	ほんやタウン(日販)	紀伊國屋BookWeb	楽天ブックス	GAZOO BOOK MALL	JBOOK文教堂	旭屋書店	Amazon.co.jp	ジュンク堂BOOK WEB	Mana House	スカイソフト	丸善インターネット	八重洲ブックセンター
女性キリスト者と戦争	1から3週間 出版社からの お取り寄せ	3~4日以内 発送可	3日~3週間で 発送	お取り寄せ 通常3日~ 3週間で 出荷します	日販在庫あり 書店店頭へ 約3日で 商品到着*2	店頭在庫なし 取り寄せ。 品切れの場合も あります。*3	在庫あり 1~4日以内に 出荷予定	在庫表示なし 購入申し込み可	発売中 取り寄せ 発送まで 約4日~10日前後	※:取寄・未発売	現在、在庫切れ です。	在庫僅少 1冊	取寄 :通常3週間以内 に発送	ヒットせず	お取り寄せ 品切れの 場合も ございます	在庫僅少 在庫がない 場合は お取り寄せ
ヤマギシ会見聞録	現在お取扱いが できません*1	3~4日以内 発送	3日~3週間で 発送	お取り寄せ	お取り寄せ 取り寄せ 出来ない場合 もあります *2	店頭在庫なし 取り寄せ。 品切れの場合も あります。*3	取り寄せ 出版社へ 在庫確認	在庫×なし	発売中 取り寄せ 発送まで 約4日~10日前後	※:取寄・未発売	ヒットせず	ヒットせず	ヒットせず	ヒットせず	お取り寄せ 品切れの 場合も ございます	お取り寄せ 4~14日で発送 但し、品切れの 可能性あり

*1デフォルト検索ではヒットせず。
*2「出版社在庫 在庫情報を公開していない出版社のため不明です」との注記あり。
*3「この書籍は、『日本書籍総目録』に存在しますが、品切れの場合もありますので予めご了承下さい」との表示あり。

図4



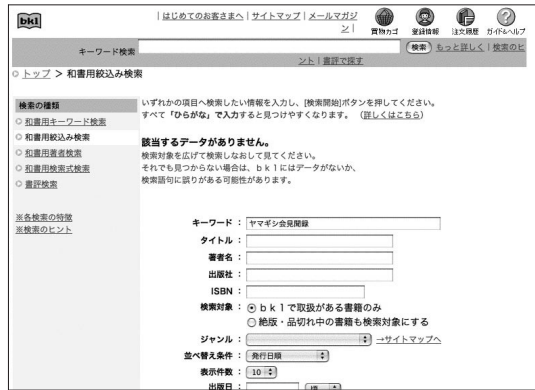
ブックサービスでは取り寄せ・購入ができる

図3



「現在ご注文いただけない書籍もふくむ」で検索できるが、購入はできない

図2



ビーケーワンでは普通に検索しただけではでてこない

図1



『ヤマギシ会見聞録』をアマゾンで検索した結果「在庫切れ」となっている

出るには出たが、「現在お取扱いができません」という表示が出て、購入することはできない【図3】。

ビーケーワンの在庫表示ポリシー

なぜ、こんな表示になってしまっうのか。ビーケーワン企画室の土屋治子さんに電話で話を聞いた。(以下、▼〓須田・〓土屋さん)

●「二〜三週間でお客様に出荷できる」というのを基準にしています

▼実際に店頭にある、生きている本も品切れ扱いになっていますが。

●弊社サイト上では品切れではなく、「お取り扱いできません」という表記にしています。あくまでも、弊社ではご注文をお受けできない、責任をもってお届けできないという意味です。

▼どのようなときに、取扱いができないという表示になってしまっうのでしょうか。

んまりでは。
●お客様は、書籍を購入するために弊社サイトを来訪して下さっていますので、ご注文をお受けできない商品の情報をたくさん表示するのも、お客様にご不便をおかけすると考えています。

ビーケーワンは「株式会社図書館流通センター」(TRC)を母体としている。一九七九年に日本図書館協会納本事業部から業務を継承し、四半世紀にわたる図書館に本を納品してきたTRCの書誌データは、業界でも有数のボリュームを持っている。歴史がある分だけ品切れ本も多くふくまれている。

この品切れ本をすべて検索対象にふくめれば、サイトの表示は重くなるし、検索結果も乱雑になる。また、在庫の不明な本の発注を出版社にまわしてみたら、品切れだったというケースが読者に迷惑をかけてきた。止むなくそれらを切り捨てざるを得なくなっただけというわけだ。

「それでもご注文の品が入荷しなかつたときには、出版社に電

話したり、マンパワーでかなり
フォローをしています」

当初、膨大な書誌データを読
者に提示してきたビーケーワ
ンだが、人力で対応するには、ま
ず情報の出口を絞り込む必要が
あったようだ。

それにしても、「品切れ」で
はなく、「お取り扱いできません
」だというのは納得がいかな
い。サイト上の「お取り扱いで
きません」の説明は、「流通し
ていない書籍（品切れ・重版予
定なし・絶版など）です。ご注
文いただくことができません」
となっている（図6）。これは「品
切れ」と言っているのと同じで
はないか。その点を後日、問い
ただしたところ、ただちに「誤
解を招くような表記」だったと
の回答があり、説明の文言が「現
在ビーケーワンではご注文いた
だけません。（品切れ・重版予
定なし・絶版などを含みます）」
に即日で修正され、「詳細検索」
の画面にあった文言も追って直
された（図7・8・9）。

大きなシステムだとおもって
いたビーケーワンだが、人間の
判断が素早く反映されるという

「取り寄せが基本」の 通販書店

今回の調査で最大の検索ヒッ
ト数を出した「ブックサービス」
は、ヤマト運輸が母体の通販書
店の古手だ。インターネットの
普及以前の一九八六年に「取り
寄せ代行サービス」として創業、
とくに高齢層に広く利用され
、いまも注文の四割は電話・ハガ
キなどのインターネット以外の
手段で受けているという。

ブックサービス・出版社ソ
リューション営業部の沖森浩司
さんに話を聞いた。（以下、▼
＝須田・●＝沖森さん）

▼多くの情報が出る一方、
重複も多いようですが。

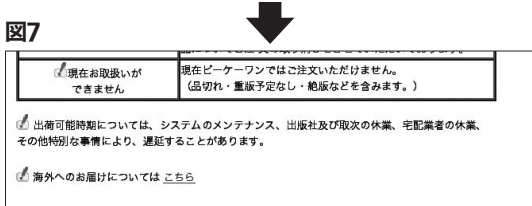
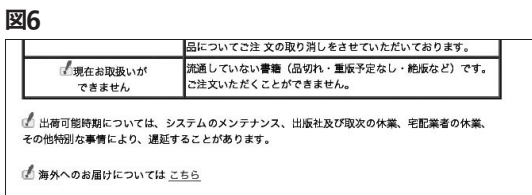
●ベースにしているのは日
外アソシエーツから購入し
た既刊の書誌と栗田の新刊
情報です。とくにISBNコー
ド以前の本は、重複の判断
がつかないので、整理がむ
ずかしいです。

▼その入手元ですと、出版
社の在庫情報はわからない
ですよ？

●基本的に在庫情報は持つ



アマゾンでは古本のみが売られることも



書店店頭と連動した 在庫情報

店舗を持つ書店の例として、
ジュンク堂書店インターネット
事業部の佐野幸一さんに聞い
た。（以下、▼＝須田・●＝佐
野さん）

●取次の大阪屋から受け
取った書誌が基本、あとは
仕入に入ってきた本で未登
録のものがあれば追加登録
しています。

既刊については特段、書誌情
報を購入してはいないそう
だ。それでもそうとうな量の既刊情
報が収録されているのは、網羅
的な在庫方針の店舗を持つて
いる強みだろう。

▼実際に店舗にある本で、
検索にかからない本もある
ようですが？

●現品にISBNコードの表
記がある本のみを登録して
います。ただ、重点的に取
り扱っている書籍が検索で
きないのも困るので、フロ
ア担当者から要望があれば

社内用のコードで付番して
登録することもあります。

この書誌と在庫の情報、店
頭の検索機とも連動している。
したがって、検索機のすぐ横に
ある本も、機械では探せないとい
う事態も起こりうる。ジュン
ク堂では書店員に訊けば、かな
りの確率で本のありかを教えて
もらえるのだが。

▼在庫の「品切れ」という
判断は、どういう基準でお
こなっていますか？

●いちばん多いのは注文短
冊が「品切れ」として戻っ
てくるいわゆる「事故伝」。
あと、大阪屋から出版社の
倒産情報があれば、それも
反映させます。フロアの店
員からの情報を使うことも
あります。出版社から直接
に情報を受けることもでき
るんですが、それはそんな
に活用されてないですね。

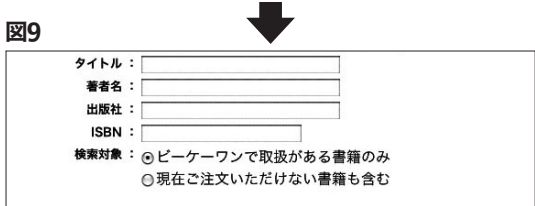
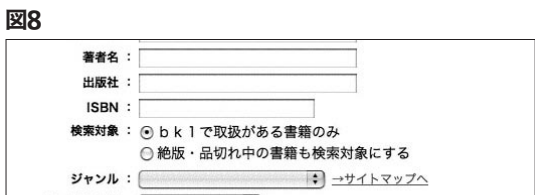
日本最大の書店を運営するな
かで出てくる情報を集約する。
ジュンク堂の書誌・在庫情報は
そのことよって一定の水準を
保っているようだ。

サービスは日々変化する在庫情
報を追いかけることを最初から
あきらめ、手間をいとわず問い
合わせる、という方針のようだ。
「品切」のものも発注するとい
うのは、これも逆方向の出版社不
信のあらわれなのかもしれない。

基準がない オンライン書店の在庫

見てきたように、オンライン
書店によって在庫情報の根拠や
表示方針は異なっている。それ
を一覧にしたのが次ページの表
だ。

表記方針や在庫は見るからに
バラバラだ。そのなかにも似た
ような数字は見えるので分析し
てみよう。まず八三から八八点
というのが行路社のISBNコー
ドがついた本の点数のようだ。
行路社が日本書籍出版協会（書
協）に送っている「在庫あり」
情報は二一三点で、二〇〇三年
以降に出た本がふくまれていな
い。そこに新刊を足し、さらに
重複が入っているのが二百〇
三〇点が収録されている書誌の
内容だ。



今回の取材を受けて改善された、ビーケーワンの「現在お取扱いができません」の説明文(在庫状態を断定せず、ビーケーワンとしての判断であることが表されている)

▼「品切」のほかに「取り
扱いできません」という表
示もあります。

●そのステータスは年度版
の出版物など、旧版が再出
荷されない性質のものに
使っています。この表示の
もののみ注文を受けていま
せん。「品切」のものも注
文があれば出版社に転送し
ます。前に在庫がなかった
からと言って、いまもない
とはかぎりませんから。

ヤマト運輸の集荷網をフルに
利用して、出版社に直接注文を
出し、直接回答を得る。ブック

表2●行路社書籍の掲載数と、取寄品目・取寄不能品目への注記

書店名	掲載数／注文可能数	取寄品の表示	取寄不能品の表示	備考
ピーケーワン	248点／72点	1～3週間	現在お取扱いができません 流通していない書籍(品切れ・重版予定なし・絶版など)です。ご注文いただくことができません。	以下の文言に修正済み『現在ピーケーワンではご注文いただけません。(品切れ・重版予定なし・絶版などを含みます)』
ブックサービス	300点／202点	2～14日	品切。増刷などの理由により入手が可能になる場合がございます。入手が可能な場合は商品をお届け致します。入手が出来ない場合は、ご一報さしあげます。	データ登録されてない本は「本を手入力」で発注可能
セブンアンドワイ	232点／154点	3日～3週間で発送	品切れ中(在庫切れ)	
e-hon (トーハン)	232点／231点	お取り寄せ	現在ご注文できません	重複以外ほぼすべて取り寄せ対象
ほんやタウン(日販)	258点／不明	出版社に注文後の確認となるため、お取り寄せ出来ない場合もあります	ご注文いただけません 出版社在庫が×の本は、絶版／品切れ等につき、出版社からの取り寄せはできません。	「出版社在庫非公開のため」が出る基準、取り寄せ可能・不可能の基準が不分明。
紀伊國屋BookWeb	257点／88点	取扱い店舗には在庫がございませんのでお取り寄せになります。品切れの場合もございますので予めご了承下さい。	この商品をご注文いただけません。入手不能です	ISBNない本はすべて入手不能
楽天ブックス	86点／45点	取り寄せ(出版社へ在庫確認)	品切れ	
GAZOO BOOK MALL	出版社指定検索なし		在庫×ナシ	
JBOOK文教堂	59点／53点	発売中(別ウィンドウで取り寄せとの表示あり 発送までの日数:約4日～10日前後)	販売中止 版元在庫なし。お取り寄せ不可商品	
旭屋書店	78点／77点	※:取寄・未発売	×:注文不可	
Amazon.co.jp	96点／30点	通常4～6週間以内に発送	現在、在庫切れです。このページは在庫状況に応じて更新されますので、購入をお考えの方は定期的にご覧ください。	出版社名も形態素分析するため、別会社「行路文芸社」が混じる
ジュンク堂BOOK WEB	86点／86点	在庫無し取り寄せ	出版社品切れ・重版未定	即納41件ISBNあるものしかDBにない
Mana House	34点／34点	取寄	取寄	即納11件ISBNあるものしかDBにない
スカイソフト	67点／67点	出版社取寄通常3週間以内に発送	品切れ本データなし	
丸善インターネット	237点／233点	在庫がありません。お取り寄せいたしますが、品切れの場合もございますので予めご了承ください。	申し訳ありません。現在お取扱いできません。取扱不可理由 品切れ	品切れはデフォルトではヒットしない
八重洲ブックセンター	83点／83点	4～14日で発送 在庫が八重洲本店に無く、お取り寄せになる場合です。出版社品切れで入手できない場合もあります。	在庫無し入手不可:出版社にて品切れ、重版未定等で現時点では入手ができません。在庫無し絶版:出版社にて絶版で入手ができません。	検索結果に表示されなかった商品や雑誌は、メールオーダーにて注文を受け付け。
日本書籍出版協会	213点／—			2003年以降の書誌なし
行路社	243点／220点			

ですか。

●全体の仕入取引の内容については基本的に公表しておりません。出版社様からのお問い合わせにつきましては、個別にご回答・ご説明させていただいております。

▼「在庫切れ」の表示の文言については変更する予定はないのでしょうか？

●現時点で確定しておりませんが、今後検討しております。

▼以前、アマゾンでは日外アソシエーツの「BOOK」データベースの書誌情報を利用していただくように記憶しています。しかしアマゾン上で検索してヒットする件数は、「BOOK」データベースのものより少なくなっています。何らかの選別をされていませんか？

●問い合わせの内容につきましては、公表しておりません。

▼初期のサイト上の紹介文には『「BOOK」データベースより』と注記があったと

おもいますが、その確認だけでもいただけないでしょうか。

●その内容もふくめ、公表しております。

残念ながら極度に防衛的な受け答えしか得られなかった。日本人には内容について答える権限があたえられていないのかもしれない。アマゾンについては現在のサイトやその周囲から、象を撫でるように知っていきしかないだろう。

本と書誌情報とを中継ぎする取次の苦衷

オンライン書店での短日時での出荷には、取次店の流通在庫が力を発揮している。早くからオンライン書店向けの出荷に力を入れてきた取次店・大阪屋で、書籍仕入部の秋山隆博さんとBCの事業部の古市恒久さんに話を聞いた。(以下、▼＝須田・●＝大阪屋の二人)

▼オンライン書店との連携について教えてください。
●埼玉県の上福岡にある倉庫、ブックシティ(BC)で、

単品の在庫管理をおこな

い、在庫情報をリアルタイムでオンライン書店に提供しています。BCで在庫ありとしている本は『二』三日以内出荷』という表示になっていきますね。

アマゾン、ピーケーワンなど七社がこの在庫情報を利用しているという。

▼BCにない本の在庫情報はどうなりますか。

●BCは幅広い在庫を目的にしているので、それほど多い冊数の在庫を持つているわけではありません。在庫がなくなったら書店向けの中間流通倉庫である東京ブックシティや関西ブックシティから取り寄せ、そこになれば出版社に発注、という流れです。補充段階では単品管理にはなっていないので、在庫表示は出版社からいただいた在庫情報に準じたものになります。

取次からの「在庫不明」の情報をどう解釈するかはオンライン書店の方針しだいだ。そのため、BCに在庫があるので「二

それにしても目立つのは、アマゾンの意外なほどの「捜せない・買えない」という状態だ。圧倒的な使いやすさを武器にオンライン書店のトップを走っているアマゾンが、ここまで点数が少ないのにはなにか理由があるのだろうか。

アマゾンジャパンに質問を投げかけたところ、広報の小西みさをさんから電話をいただいた。(以下、▼＝須田・●＝小西さん)

▼まず確認したいんですが、行路社とのメールのやりとりは、上記のもので間違いないでしょうか。

●お客様や出版社様との個々のやりとりについてはお答えできません。

▼「在庫切れ」や「取り扱いきません」の表示は、どのような条件のときに出現しているのでしょうか。

●取次会社からの在庫情報にもとづいて決めています。

▼複数の取次と取引なきつていますが、どこの取次に在庫情報をしらせればいいですか。

▼出版社としては、新刊窓口に持っていくつたり、日々出荷したりしている本なのだから、当然、在庫はありと把握してくれよ、と言いたいところですが。

●本の性質によっては、新刊時に配本したら追加注文は受け付けないというものもあります。ですから、取次が勝手に在庫を推測してはいけないと考えています。BCは『そこにある、確実に出荷できる』情報を出します。ほかの本は出版社からの在庫情報によるしかない、ということですが。

大阪屋では本の刊行後に、受注に応じられるものについては「在庫あり」との通知を出版社から送るよう求めている。

たしかにこれは不当表示

多くのオンライン書店が自社

の営業方針による基準で取り扱
いの可否を決めている。これは
小売の判断として当然のことと
言えるだろう。とはいえ、取次
からの在庫情報が「不明」だか
らといって、その本を出版社で
まで品切れであると表示してし
まうのは、あきらかに越権行為
であり、読者と出版社の利益を
損ねる不当表示だ。

しかし、在庫のある本を「な
い」と言うことにはメリットが
あるのだろうか。アマゾンジャ
パンの立ち上げにかかわったコ
ンサルタントの松本晃一氏は
著書のなかでこう述べている。
「インターネットという大海に、
バナー広告を始めとする無数の
触手を張り出し、顧客を取り込
むイソギンチャク。……取り込
まれた潜在顧客は、サイトから
なかなか出ることはできない。
興味ある情報がそこそこに点在
し、またサイト内からの外部リ
ンクは用意されていないからで
ある。入口は無数にあるのだが、
出口は用意されていない、イン
ターネットの海のイソギンチャ
ク、それがアマゾンというサイ
トだ」『アマゾンの秘密』

えば、ひじょうに好意的に出し
てくれる。

そうして集めたリストを、自
社の在庫と突きあわせ、ISBN
コード順に台帳に記載して確定
する。もしISBNコードのない
本があれば、出版年月順に並べ
て付番するとい。このさい
シールなどで現品にもISBN
コードを記載するのが理想だ
が、一貫したコードで重複や二
重記載のないよう管理さえでき
れば、現品へのコードはなくて
もかまわない。また、非再販商
品やビデオ・CD-ROMなど書
籍以外の形態の出版物であつて
も、出版社の販売物であれば
ISBNコードを付番・記載する
ことが認められている。

なぜISBNコードと連発する
のかと言うと、コードの付けら
れていない情報は重複すること
が多く、メンテナンス不足にも
なりやすいからだ。一社が割り
当てられているISBNの領域に
は限りがあるが、領域をほぼ使
いきる見込みのできたところで
日本図書コード管理センターに
申請すれば一桁多い領域が割り
当てを受けることができる。

(二〇〇五年・ダイヤモンド社)
より。

アマゾンが不採算として調達
をあきらめた本を「アマゾンで
は取り扱いできません」と書け
ば、それは実質的な出口となつ
てしまう。読者は書名でゲーゲ
ル検索をかけ、取り寄せできる
方法を探ささう。そして、そ
れが探し出せてしまえば、顧客
に与えようとしていた「地球最
大の選択」なんでも揃うアマゾ
ン」というイメージは崩壊して
しまう。

だから、どこに行つても手に
入らないかのように表示する。
あるいは検索自体にヒットしな
いようにする。自社が調達でき
ない本はこの世に存在しないよ
うに見せることは、オンライン
書店の顧客囲い込み戦略の一環
として、十分に意味のあること
なのだ。

事実、アフィリエイト・プロ
グラム(後述) 界限の掲示板で
は、オンライン書店の在庫情報
のみをもとに「あの版元は本を
すぐに絶版にしてけしからん」
という誤解に基づく書き込みが
横行しているという。

故意か否かはともかくとし
て、オンライン書店は虚偽の品
切れ表示を出すことよって利
益を受けている。これは非難さ
れるべきことだろう。オンライ
ン書店は、この品切れ表示がも
たらす事態の深刻さをあまり理
解していないようだ。逆に出版
社や読者がきちんと声をあげて
いけば、ビーケーワンが素早く
対応したように、改善されてい
くと期待できる。

在庫表示で大きな問題として
残るのは、出版社からの在庫と
書誌の開示がたちおくられている
ということだろう。

書誌・在庫情報を 確定することは 出版社しかできない

「品切重版未定」や「絶版」は
本の死亡届と言われる。新刊市
場でのその書籍の取り扱い終了
を意味する、その状態を宣言す
る裁量は出版社にある。本の識
別のキーとなるISBNコードも、
書籍番号を個別に付番すること
は出版社の専管事項と定められ
ている。

自社の書誌と在庫の情報を整
理したら、それを公開し、通知
していくことが必要となる。通
知先は数多い。前述の書協、取
次の担当者にフィードバックす
れば、それだけでもかなりの成
果は得られるが、せっかくなら
「RC」やオンライン書店にも告
知したい。取次のなかにも書誌
情報を管理する部署が複数存在
する。

これらへの告知をスムーズに
するための取り組みをおこなつ
てきたのが「版元ドットコム」
だ。

出版社の情報発信を 活用する仕組み

版元ドットコムは出版社自身
が本のデータを発信していくこ
とを目的に活動している中小出
版社の団体だ。一九九九年に五
社からはじまった取り組みが、
いま会員六五(二〇〇五年九月
現在)社に拡大している。

会員の出版社は書誌の情報を
版元ドットコムのWebサイトか
ら登録することで、本の書誌と
在庫の情報を取次や書協、ビー

これまで見てきたオンライン
書店や取次の在庫への扱いが隔
靴搔痒の感を免れえないのも、
出版社からの在庫情報開示が
じゅうぶんになされていなかっ
たからと言えるだろう。出版社
が「ウチの出した出版物はコレ
で、在庫があるのがコレ、ない
のがコレ」としつかり宣言でき
れば、ほとんどの問題は解決す
る。書誌と在庫の開示は、安価
で効果的な既刊の販売促進方法
だ。この記事を読んでいる方が、
出版社の在庫情報を管理できる
立場にいる人であれば、ぜひに
自社の既刊在庫の情報を整理す
ることをおすすめしたい。「古
い本にそんなに手間をかけても
」という抵抗もあるかもしれ
ないが、筆者の経験から言えば
新規開館の図書館からの発注だ
けでも手間に見合う実績にな
る。

在庫情報の開示は収集・整理・
開示の三つのステップでおこな
われる。

まずは収集だ。日本書籍出版
協会(書協)と取次各社に自社
の書誌リストを請求する。「デー
タをメンテナンスしたい」と言

ケーワンなどにボタン一つで転
送することができる。新刊時の
取次週報や「RC」への予告、新
刊窓口への搬入連絡なども各送
信先に必要な情報を整理して、
同じ書名を何度も書かなくてい
いようになっている。書協や取
次に送られた情報はさらにオン
ライン書店やリアル書店に流
れ、利用されている。その延べ
四十種類以上に渡る利用先は、
版元ドットコムのサイト上で配
布されている「参加のお誘い」
という資料に掲載されている。
筆者も版元ドットコムの立ち
上げ初期からかかわつてきた
が、そのなかで折りに触れ実感
するのは、出版社がみずから在
庫情報を開示することの合理性
だ。

たとえば、版元ドットコムの
サイトでは、登録された本の情
報を検索することができるが、
検索結果のページは「買い物か
ごに入れる」というボタンのほ
かに、「他のオンライン書店で
購入」「書店の店頭在庫を確認」
というリンクが用意されてい
る。これは「その本がどこで買
われても出版社の利益になる」



という考え方があるからこそできることだ。

さきほどの比較で見えてきたように、オンライン書店での在庫表示には一定した基準がない。アマゾンへのリンクは、その使いやすさから「ネットのインフラ」だと見なす人も多いが、じつさいには書誌や在庫情報について、読者をミスリードしてしまうことも多々ある。また自社でオンライン書店を持つ楽天は、自社のホームページ・サービスでは利用者によるアマゾンへのリンクを制限している。困り込み志向の強いオンライン書店の情報、そのままインフラにできる性質のものではない。

いちばん在庫の実情報に近い場所にいる出版社が情報を公開していくことが、この状況から脱出する方法だろう。

標準からの抜け道も必要

以上、出版社からの情報発信の必要性を説いてきた。しかし、それが出版社すべてに行き渡ることとなると、疑問が残る。筆者

の勤務先もふくめて、ISBNコード施行以前の本の在庫を持っている出版社はまだある。自主出版物をつくっていて、それが本格的な商業活動となって新規参入してくる出版社もある。

それらの本の情報がISBNコードを付番して発信されてくるかは、各社の意識的な取り組みに期待するほかない。筆者も微力ながら「既刊の登録・整理は意味がある」と訴えかけていこうとはおもうが、数ある出版社全体に届かせることは誰にもできないだろう。

この現実には、本の流通関係者はいらだちを募らせる。日販社長の鶴田尚正氏は言う。「出版社数四〇〇社という数はあまりにも多すぎる。出版の自由という錦の御旗の前に、如何ともしがたい現実がある……せめて一〇〇社以下であれば、改革のスピードもれき然と違ってくるのだが」（「新文化」二〇〇五年一月十三日号）

たしかに流通の変革に乗れない出版社が淘汰されれば、出版の流通はスマートになるかもしれない。しかし、それはほん

クサービスの決済・配送のスピードを享受することができると。

八重洲ブックセンターも「検索結果に表示されなかった商品や雑誌は、メールオーダーにて注文を受け付けております」と、手入力の注文方法を明示している。

標準からの抜け道は、アナログな対応だ。本の引用はいまでも「書名・著者名・出版社名・発行年」という形式でおこなわれている。それが明示された注文に対応できないのは、書店として偏頗なサービスではないだろうか。

出版の流通には「小さな小売店であっても、どのメーカーのものでも取り寄せられる」という美質がある。それは取次同士の仲間売りや地方・小出版流通センターの活動など、ともすれば不採算になりかねない方法によって成り立ってきた。その努力の根底には一冊の本を届けたい、という関係者の意識があったはずだ。

完全なデータベースが存在し得ないという事実謙虚にな

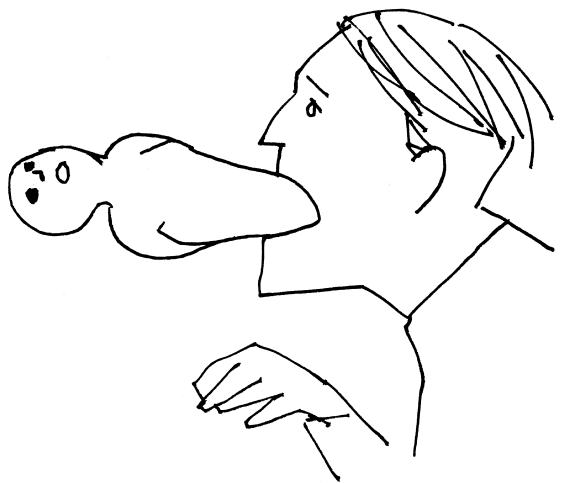
り、データにない本・在庫が不明な本でも読者の要望があれば取り寄せを試みるという「標準からの抜け道」があることこそが、標準であってほしい。

アフィリエイトの可能性

オンライン書店のサイトは、入手が容易な世間にあふれている本を前面に出している。「売れるものをさらに売る」は営業の基本だからだ。

一方でオンライン書店の別のシステムが既刊読者を掘り起こす可能性を高めている。それは当初に想定された「検索によって本にたどりつく読者」ではなく、「読者によって紹介された読者」という層だ。

この「読者による紹介」を活性化させているのが、「アフィリエイト」という仕組みだ。アマゾンでは「アソシエイト」、ビーケーワンでは「リーダー」など名称は違うが、システムはだいたい同じだ。自分のウェブサイトにメールアドレスの本を紹介し、オンライン書店へのリ



うに「良質の供給体制」と言えるのだろうか。「業界のルール」が増え、新規参入を阻めば業界は停滞する。「情報を提供しなさい、そうでない本はないものとして扱います」とすれば本の世界の裾野は確実に狭まるのだ。

ISBNコードの付番とその公開のための標準フォーマットはたしかに「あればとても便利」。しかし、その標準が暴走して「準拠できなければ切り捨て」になるのは看過できない問題だ。では、どうすればいいのか。それをすでに実践しているオンライン書店がある。

ブックサービスのサイトには「本を手入力」という欄がある。ここで読者が「書名・著者名・出版社名」をわかる範囲で入力し、注文すると、ブックサービスのオペレーターが該当の本を調べ、出版社に注文してくれる。微妙に記憶違いの書名や、別の出版社の本が来ることもあるが、出版社はそのむね回答する。旧来から書店でおこなわれてきた受注の方法だ。しかし、本の確定ができればそのあとはブツ

した。リーダーの皆さまがサイトやメールでお好きな本を紹介してください。また新しい出会いが生まれ、本の命を延ばすことに力を貸してください。いるのだと思うと、とても心強いです（ビーケーワンリーダー通信 二〇〇四年十二月二八日号）

この仕組みはオンライン書店に在庫情報がなければ回らない。つまり、出版社が在庫情報を開示しなければ読者は本を紹介できないのだ。

読者が自社の本を「良い」とおもって紹介しようとしているのに、出版社がそれを認識していない。それは悲しい状況だ。出版社が在庫を開示する慣習が定着し、それがオンライン書店はじめ、業界全体に行き渡る仕組みができれば、そのときこそ「既刊の掘り起こし」ができるだろう。そのことを願ってこの報告の結びとしたい。

初出●出版レポートNo.55
（二〇〇五年四月二八日日本出版労働組合連合会）