



外国雑誌の流通と価格

田口 宣行

I. はじめに

外国雑誌の価格は毎年上がり続けており、ここ数年の値上がり率は、前年と比較して平均10%である。これは病院図書室にとって最も大きな問題となっている。我が国の経済状況は依然として低迷しており、あらゆる所で経費削減が推し進められている。病院も例外ではない。毎年病院図書室の担当者は、次年度の資料購入費確保のために予算当局と交渉を行うが、前年と同額の予算を確保できない図書室が増えている。それらの図書室では購読誌の見直しが行われ、いくつかの雑誌の購読中止を余儀なくされている。

外国雑誌の性質上、購読しているすべての雑誌が利用されているとは考えにくい。受け入れてから1度も利用されていない雑誌があることも推測できる。各機関の予算当局から、毎年際限なく値上がりする上に利用されていないものがある外国雑誌に対して、「予算を増やすことはできない」といった回答があるのも当然である。

しかし、外国雑誌の予算削減は、病院図書室の機能低下に直接結びつくことになる。外国雑誌の整備は、病院図書室の重要な機能の1つである。外国雑誌は他の商業製品とは異なり、購入したものが必ず利用されるというものではない。病院に勤務する医師や職員が必要に応じて文献の所在を確認して利用するものである。利用する可能性がわずかでもあれば、その外国雑誌を所蔵しておくことが図書室の役目である。

担当者は病院図書室の機能を維持するため、購読予算の確保に多くの労力を費やしていることが想像できる。一方で、外国雑誌の値上がりに対しては、担当者も多くの疑問を持っていると思われる。本稿では以上の観点から、外国雑誌の流通と価格について述べていく。

II. 外国雑誌の購入経路

一般の商業雑誌を入手するには、書店に並ぶ最新号を購入する方法が一般的である。一方、外国雑誌を含む学術雑誌は、年間予約購読が原則となっている。各機関は出版社へ雑誌を発注するとともに、年間購読料を前払いしなければならない。この発注と支払いを代行しているのが取次業者である。外国雑誌の購入経路のうち最も単純な経路は、海外出版社からの直接購入であるが、実際には直接購入をしている機関はほとんどない。その理由は、通貨や言語、商習慣の違いにより、発注と支払い、未着・欠号の対応等に多くの手間が生じるからである。そのため、外国雑誌の購入は取次業者を経由する方法が一般的となっている。

取次業者を経由する方法にはいくつかの経路があるが、以下では代表的な経路を挙げそれぞれの特徴を述べる（“→”は契約の流れ、“⇒”は雑誌の流れを示す）。

1. 取次業者1社経由

この経路は、〈購読機関→取次業者→出版社⇒購読機関〉となる。取次業者を1社しか経由しないので、雑誌の発注と未着・欠号の対応を迅速に行うことができる。現在、最も普及しているのがこの経路である。

2. 海外取次業者経由

この経路は、〈購読機関→取次業者→海外取次業者→出版社⇒購読機関〉となる。取次業者は購読機関から発注を受けた雑誌のうち、自社で入手困難な雑誌を海外取次業者へ発注する場合がある。入手困難な雑誌とは、発行部数が少ない雑誌や取次業者が直接取引をしていない出版社発行の雑誌であり、この場合の購読料には海外取次業者の手数料が含まれている。なお、海外取次業者への発注は、取次業者それぞれの方針によるものとなっている。

3. 国内総代理店経由

この経路は、〈購読機関→取次業者→国内総代理店→出版社⇒購読機関〉となる。国内総代理店とは、国内販売において出版社と独占販売契約を結んでいる取次業者である。取次業者は国内に総代理店がある雑誌を発注する場合、海外の出版社ではなく国内の総代理店に発注している。

4. 外資系取次業者経由

この経路は、〈購読機関→外資系取次業者→出版社⇒外資系取次業者⇒購読機関〉となる。海外取次業者の国内進出によってこのような経路での購入が可能となった。

この経路の特徴は、“一括納品”を行っている点である。上述した1から3の経路での納品は、出版社から購読機関への直送となる。そのため、購読機関から直接発注を受けている取次業者は、雑誌の未着・欠号の状況を購読機関からの連絡無しには把握することができない。そこで、この問題を解決するのが“一括納品”である。外資系取次業者は、自社で雑誌を一時保管し、その週に届いた雑誌を一括して納品する。この方法によって納品状況を確認することができ、未着・欠号の把握が可能となる。

また、その他の特徴としては、現地価格での購入や早期予約割引がある。

5. 国内取次業者経由の一括納品

これは、国内取次業者が外資系取次業者の一括納品方式を採用したものであり、〈購読機関

→取次業者→出版社⇒取次業者⇒購読機関〉となる。ただし、一括納品を行う場合は別途手数料が必要となる場合が多い。

Ⅲ. 外国雑誌の値上がり要因

外国雑誌の価格は、他の輸入商品と同様に為替変動の影響を受ける。為替変動は世界の経済情勢に左右される不測の値上がり要因である。しかし、近年の外国雑誌の値上がりは、出版社による値上げの影響が大きい。

出版社には値上がりの明確な要因と根拠を公表しない傾向がある。毎年作成する価格表の冒頭にその年の値上がり概況を掲載している出版社もあるが、その内容はあいまいなものが多い。例えば、値上がり概況で各数値を示す際に“10%以下”や“6%～8%”のように幅を持たせている。出版社は、さまざまな要因に基づいて慎重に検討し、毎年の価格を決定しているはずである。にもかかわらず、それを公表せずに毎年のように値上げが実施されれば、購読機関が出版社に不信感を持って不思議ではない。

外国雑誌の値上がり要因については、図書館職員や取次業者がさまざまな分析を行っている^{1) 2) 3) 4)}。これらの分析は、出版社からの回答ではないので分析者の推測が含まれているが、おおむね実際の値上がり要因と一致していると考えられることができる。このうち、現在の外国雑誌出版事情を最も反映している3つの要因を取り上げて考察を行った。

1. 発行部数の減少

外国雑誌の発行部数は、一般の雑誌に比べ非常に少ない。これは対象とする購読者数の違いによるものであるが、発行部数の差は、出版社の収入源に違いをもたらしている。

発行部数が多い一般の雑誌は、多くの人々が購読しているので広告媒体として機能している。つまり、出版社は広告収入を得ることになる。この広告収入は収入源の多くの部分を占めており、一般の雑誌は、安定した広告収入を得ることによって長期的に一定の価格を維持する

ことが可能となっている。

一方、外国雑誌は広告媒体としてほとんど機能しないので、広告収入を見込むことができない。そのため、出版社の収入源の大部分は購読者が支払う購読料となり、発行部数の減少が直接購読料の増加に関わってくる。つまり、発行部数の減少は“値上がり→購読中止→発行部数減少→値上がり”という悪循環が続く要因となっている。

2. 掲載論文数の増加

世界主要国における研究者の数は増え続けている⁵⁾。それに伴い、外国雑誌に投稿される論文の数も多くなっている。これに対して、出版社は優れた論文をより多く掲載するために、雑誌のページ数や発行頻度を増やしている。ページ数や発行頻度を増やすには、今までより多くの経費が必要になることは明らかであり、この経費の増額が値上がりの要因となっている。

3. 電子化費用の負担

1990年代後半に登場した電子ジャーナルは、インターネットの急速な普及に伴い、学術情報の新しい流通基盤として定着しつつある。外国雑誌の電子化には多額の投資が必要となり、大手出版社は莫大な費用を投じた。また、現在も電子ジャーナルの開発は進められており、多くの費用が必要となっている。そのため、外国雑誌(冊子体)の価格には電子化に投じた費用を回収するための金額が含まれていると推測でき、購読機関は外国雑誌を購読することで電子化の費用を負担していることになる。

IV. 取次業者の円価格算出方式

取次業者は、出版社が設定した外国通貨の価格(外価)から円価格を算出し、購読機関に提示する。現在主流となっている円価格算出方式は次の3つである。

- ①係数方式：外価に為替レートと一定の係数を乗じて算出する方式である。
- ②手数料方式：外価に為替レートを乗じ、手数料を加算して算出する方式である。

③定価割引方式：取次業者が任意に設定した円価格の定価から、一定の割引率を乗じて算出する方式である。

円価格の換算に適用する為替レートは実勢レートと若干異なる場合がある。取次業者は、購読機関への価格提示期日に応じて1週間から2週間の期間を設定し、その平均レートを適用する。平均レートを適用する理由は、為替変動によるリスクを少なくするためである。

係数と手数料の算出要素には主に次のものがある。

- ①送金手数料
- ②立て替え払いに伴う借入金の金利
- ③発注処理にかかる経費
- ④未着・欠号処理にかかる経費

V. 電子ジャーナルの現状

先に外国雑誌の価格には電子化の費用負担が含まれていると述べた。多くの費用を投じて開発された電子ジャーナルの刊行数は、「Ulrich's Periodicals Directory」⁶⁾によると2003年6月現在で11,328誌である。

電子ジャーナルの購読形態には、冊子体購読機関無料、冊子体+電子ジャーナル、電子ジャーナルのみ、そしてパッケージ購読がある^{7) 8)}。購読形態と利用条件は出版社によってさまざまであり、また、翌年に変更となる場合も多い。

このように電子ジャーナルを取り巻く状況は非常に複雑といえる。そのため購読機関側が、購読しているすべての冊子体の電子ジャーナルについて把握することは容易でない。

しかし、機関内で電子ジャーナルを整備し普及させるには、担当者が電子ジャーナルについて把握していなければならない。担当者には出版社、または取次業者に電子ジャーナルの情報提供を依頼するなどして積極的に情報収集することが求められる。

VI. おわりに

購読機関の立場から外国雑誌の流通と価格を

見ると、以前から不明な点が多かった。その状況は電子ジャーナルの登場によって深刻さを増している。さらに、出版社の吸収・統合が進み、学術出版を取り巻く状況は常に変化している⁹⁾。このような状況の中、病院図書室は外国雑誌の値上がりや電子ジャーナルの導入等、多くの問題を抱えており、本稿がそれらの問題解決に少しでも役立てば幸いである。

参考文献

- 1) 山根京：図書館と金融ビッグバンと外国雑誌. 医学図書館. 1998 ; 45 (4) : 406-9.
- 2) 藤村祐二：外国雑誌の原価上昇の要因. 医学図書館. 1998 ; 45 (4) : 410-3.
- 3) 湊周二：学術雑誌の価格形成. 情報の科学と技術. 1997 ; 47 (2) : 58-62.
- 4) Faxon Library Services. Year 2003 Subscription Price Projections. [引用 2003-05-28].
<http://www.faxon.com/proj/default.htm>
- 5) 窪田輝蔵：現代の学術雑誌—その変遷と課題. 情報管理. 2001 ; 44 (6) : 391-401.
- 6) Ulrich's Periodicals Directory. [引用 2003-06-18].
<http://www.ulrichsweb.com>
- 7) 谷口文隆：外国雑誌ビジネスの現状. 病院図書館. 2001 ; 21 (4) : 146-8.
- 8) 安田多香子：誰が電子ジャーナルの価格を決めるのか. 医学図書館. 1998 ; 45 (4) : 434-9.
- 9) 増田豊. 電子出版における海外の動向. 国立情報学研究所監修. 電子ジャーナルで図書館が変わる (情報学シリーズ 6). 東京 : 丸善 ; 2003. p 77-96.