



エルゼビアの雑誌と電子ジャーナル—価格を含む最近の動向—

小倉 久男

I. はじめに

1997年に Ulrich¹⁾に掲載された雑誌タイトル数は、16万点以上であったが、その年に日本全体で購入したのは、重複を除くと、種類にして2万タイトルにすぎなかった¹⁾。この購入状況は当時から現在までの大学等の予算状況の推移を考えると、現在も改善されていないと思われる。一方 Ulrich の掲載タイトル数は現在20万点を超えていることから、出版される情報と購入できる情報との量的なギャップがより大きくなっている。

また、最近ではウェブ上で配信される論文も多く、配信スピードもさらに増したため、電子メールによるアラートや、優れた検索エンジンの助けを借りなければ、必要な論文すべてに目を通すことは不可能である。特に自然科学系分野においては、電子ジャーナルが情報流通の主体となってきている。

これらのことから、検索機能・リンク機能を持つ電子媒体への期待が高まっている。ここでは、エルゼビアにおける最近の雑誌・電子ジャーナルの動向について述べる。

II. エルゼビアの雑誌とサイエンス・ダイレクト

1. 雑誌

エルゼビア^{2) 3)}が発行する雑誌は、現在1,700誌以上で、主な分野は、科学、技術、医学（基礎・臨床）、社会科学である。このうち臨床医学分野の雑誌は、2001年に Harcourt

General Inc. を吸収合併したことにより増え、500タイトル以上となった。上記1,700タイトルのうち1,500タイトル以上をオンラインで提供しているのが、サイエンス・ダイレクト (ScienceDirect)⁴⁾である。

2. サイエンス・ダイレクト

(1) 搭載コンテンツ

i) 電子ジャーナル（雑誌論文）：コンテンツの中核を成す450万論文を搭載。2004年春には、収録全タイトルのフルテキストを創刊号から搭載の予定。総論文数が700万件を超える規模となる。

ii) 書誌データベース：エルゼビアが発行する Beilstein Abstracts, Biotechnobase, Elsevier Biobase, Ei Compendex, EM-BASE等と、他社発行のMEDLINE, EconLit., BIOSIS Previews, Inspec, PsycINFO 等、15種類を搭載しており、文献へのゲートウェイとなる。

iii) レファレンスワーク：大型参考図書。現在搭載されているのは、Comprehensive Clinical Psychology（臨床心理学）と、International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences（社会行動科学）の2タイトルだけであるが、2005年末までには60タイトル余りを搭載の予定。

(2) 機能

i) 表示機能：PDF と HTML で表示。紙媒体と同じフォーマットで読みたい場合は、PDF でダウンロードできる。Articles in Press 機能で、出版前の論文を読むことも可能。

- ii) 検索機能：450万論文のフルテキスト内の語句まで検索可能。利用者のレベルに合わせて基本検索、上級検索、クイック検索が用意されている。
- iii) カスタマイズ機能：「お気に入りジャーナルリスト」「分野別ホームページ」「最新号アラート」「検索アラート」「引用アラート」など個人個人の利用に合わせて最適に設定できる。

(3) リンキング

サイエンス・ダイレクト内外の記事と論文単位での相互リンクを行っている。このことによって、利用者は直接リンクや CrossRef¹²⁾などを経由してエルゼビアの雑誌だけではなく、他社の雑誌へもアクセスすることができる(ただし別契約が必要)。

(4) 契約形態

- i) コンプリート・コレクション契約：冊子体購読全タイトルを電子アクセスするもので、標準的な契約である。
- ii) リミテッド・コレクション契約：冊子体購読タイトルの一部を電子アクセスするもので、中規模機関での初年度契約に見られ、次年度からコンプリート契約へ移行する場が多い。
- iii) フリーダム・コレクション契約(大学のみ)：全タイトルへ電子アクセスするもので、大規模大学向けである。
- iv) サブジェクト・コレクション契約：特定分野(21分野)の全タイトルに電子アクセスする。企業や単科大学では、必要分野を網羅できるので、便利である。
- v) バックファイル・コレクション契約：創刊号から1994年までの全ファイルを、分野別パッケージで提供。

Ⅲ. 雑誌価格について

1. 雑誌価格決定の基本要素

商業出版社であるエルゼビアの雑誌と一般的な学会誌の収入源⁵⁾を見てみる(表1)。

表1.

	エルゼビア	学 会
雑誌購読料	有	有
会費	無	有
リプリント収入	有	有
投稿料	無	有
広告収入	無	有

エルゼビアの場合、主として購読料がその収入源であるが、学会誌の場合は、投稿料や広告収入などが見込め、さらに利益を上げる必要がないので、その分購読料金を低く設定できる。一方エルゼビアの場合は、企業としての利益を出していかなければならない。

2. 雑誌価格比較の基本要素

(1) 年間購読料と投稿料

雑誌価格を年間購読料だけで比較するのは正確ではない。エルゼビアの出版物では、読者と著者が同じであることが多いからである。

例として、米国物理学会(APS)とエルゼビアの投稿料を見てみると、APSの場合、投稿料として投稿時に\$1,000、出版されると追加\$750がチャージされる。一方エルゼビアの場合、ほとんどの雑誌で投稿料は不要である。また雑誌購読料は、世界統一料金で、日本では円通貨を適用している。これは、為替の変動による市場への悪影響を最小限にするため、エルゼビアは数年前に、各通貨(ドル・ユーロ・円)で毎年10%以上の値上げはしないことを宣言している。

(2) 発行頁数

もう一つ忘れてはならないのが、発行頁数である。例えば、年間購読料が同じでも出版される頁数が半分であるならば、相対的に価格は2倍ということになる。

SPARC⁶⁾・米国化学会¹³⁾の Organic Letters⁷⁾とエルゼビアの Tetrahedron Letters の比較を見てみる(表2)。Tetrahedron Letters の機関購読料は Organic Letters の3.44倍だが、頁あたりの単価は126.28円で、Organic Letters

表 2.

(\$ 1 = Yen 120)	Organic Letters (頁単価)	Tetrahedron Letters (頁単価)
2002年発行頁数	4,743 ¹⁰⁾	9,726
2003年機関購読料	356,880円 (@¥75.24)	1,228,200円 (@¥126.28)
2003年個人購読料	39,240円 (@¥8.27)	52,200円 (@¥5.36)
2003年学生購読料	33,120円 (@¥6.98)	26,300円 (@¥2.70)

の75.24円に対して、1.68倍である。個人購読料や学生購読料では、逆に Organic Letters が Tetrahedron Letters の1.54倍、2.58倍と高くなっている。

IV. 電子ジャーナル価格

1. 価格形態

電子ジャーナルの価格はアクセス権を得るための対価である。エルゼビアの場合には、電子のみの購読料は冊子体のそれとほぼ同じである。雑誌購読プラス電子アクセスの場合には、追加料金が発生する。その金額は、契約形態や研究者数などにより異なる。

2. 雑誌価格との違い

電子ジャーナルになると、印刷郵送も不要なので、価格はずっと安くなると考える人は多く、その差は15%であると言われている。では、雑誌価格から15%を差し引いたものが電子ジャーナルの適切価格であるのかと言うとそうではない。電子ジャーナルでは、大量のデータを提供者側で蓄積・アップデートし、常に利用可能な状態を維持していかなくてはならない。さらに雑誌には見られない表示機能、検索機能、アラート機能、リンクング、利用統計などの機能が追加されている。これらの機能は、一冊の雑誌からは想像もできないほど幅広い情報を短時間で研究者に提供してくれる。つまり、これらの利便性や価値を真に評価した価格が存在しなくてはならない。

また、図書館側では費用節減の効果もある。電子ジャーナルでは、製本や保管そしてメンテナンスが不要のため、これらの経費が節約でき、

その分の時間を他の業務に振り分けることができる。

電子ジャーナルには、単なる冊子体の置き換えにとどまらない数多くのメリットがあり、予算措置においても新たな位置付けが必要である。例えば、東京医科歯科大学附属図書館での学内「オンラインジャーナル税」導入の事例⁸⁾は興味深い。

V. 今後

自然科学系分野の雑誌については、電子への移行が多くなり、今後電子のみのタイトルが増えることが予想される。電子ジャーナル中心の購読に冊子体を任意に追加して廉価で購読するという契約形態が存在するが、これはまさに過渡期的な現象であろう。

契約形態は、図書館を通じた機関契約が中心となるが、個人による Pay Per View のような利用も発展していくに違いない。また、電子アーカイブや著作権の問題が、提供する側と利用する側で納得のいく形で解決されていかなくてはならない。

図書館が、紙媒体の概念から離れて、電子ジャーナルそのものもしっかりと見据えた上で、その情報価値を見だし、利用者に最も適切な情報を最も適切な形で提供していくことが大切である。また、導入後においても利用統計など電子独特の機能を使い、予算配分、情報リテラシー教育なども含め機関内でのマーケティングを積極的に行っていく必要がある。そのリーダーシップをとっていくのは図書館であり、図書館の資質が問われることとなる。

参考文献

- 1) 国立情報学研究所. 電子ジャーナルで図書館が変わる. 東京:丸善;2003. p. 1-11.
 - 2) Elsevier. [引用 2003-06-17]
<http://www.elsevier.com>
 - 3) エルゼビア・ジャパン. [引用 2003-06-17]
<http://japan.elsevier.com>
 - 4) ScienceDirect. [引用 2003-06-17]
<http://www.sciencedirect.com> 文献は削除
 - 5) 深田良治:ヨーロッパでの学術雑誌の出版事情—エルゼビアの場合をケーススタディとして. 薬学図書館. 1990;35(4):256-60.
 - 6) メアリ・M・ケイス著;尾城孝一訳. 競争への投資—SPARCの経済的基盤—. [引用 2003-06-15]
http://home.catv.ne.jp/rr/ojiro/sparc_tr.html
 - 7) 米国化学会 Organic Letters. [引用 2003-06-15]
<http://pubs.acs.org/journals/orlef7/index.html>
 - 8) 石井保志:オンラインジャーナルの自主財源による運営—アカウント課金による学内「オンラインジャーナル税」導入の事例. 医学図書館. 2002;49(3):269-73.
- 注1) Bowker 社が発行する世界の主な定期刊行物を網羅したダイレクトリー。
- 注2) Publishers International Linking Association (PILA) が運営する電子ジャーナル間のリンクを行うシステムで、現在200以上の出版社が参加。
- 注3) 商業出版社の高額雑誌に対抗して、「同品質の雑誌をより安価に出版する」との目的で、米国の大学・学会などがSPARC (Scholarly Publishing and Academic Resources Coalition) を立ち上げた。Organic Letters は1999年にエルゼビアの Tetrahedron Letters に対抗して、SPARC に協力して米国化学会から出版された、SPARC の最初の成果として象徴的な雑誌である。