

2005年9月22日(木) 13:40-14:20

神戸大学附属図書館プレゼンテーションホール

兵庫県大学図書館協議会研究会

「デジタル時代の書店と読者」レジメ

湯浅 俊彦 (ゆあさ としひこ)

- 1.はじめに一利用者・読者が資料・情報を入手することの意義
 - 1.1.知る権利と民主主義
 - 1.2.情報化社会の中での図書館・書店の役割
- 2.従来の図書館と書店の関係性
 - 2.1.取引関係としての図書館と書店(「出版流通はブラックボックス?」)
 - 2.2.競合関係としての図書館と書店(「図書館無料貸本屋」論争、図書館業務受託、「トータルソリューションサービス」)
- 3.アプローチと論点
 - 3.1.あいまいになる図書館と書店の境界(図書館のOPACとインターネットの書店データベース、デジタル・アーカイブと電子出版、「Search Inside the Book」、「Google Scholar」、「Google Print」)
 - 3.2.デジタル時代の書店の視点から図書館サービスを考える
- 4.デジタル時代の書店像
 - 4.1.書店の変貌(コンビニエンスストア、郊外型書店、チェーン書店、複合型書店、書籍宅配)
 - 4.2.書誌情報・物流情報のデジタル化(ISBN導入、SA化、EDI、SCM、インターネット書店、電子タグ)
 - 4.3.電子出版と書店→電子出版(編集の電子化、CD-ROM、オンライン出版、オン・デマンド出版)において書店は必要か
- 5.利用者・読者の観点から見た図書館と書店
 - 5.1.大学生の読書に関する調査
 - 5.2.大学図書館と公共図書館
 - 5.3.書店、新古書店、まんが喫茶、コンビニエンスストア
- 6.書店との比較で大学図書館の利用者サービスを考える
 - 6.1.店舗の視点から
 - 6.1.1.本を見せ方:新刊を積むことで時代を読む
 - 6.1.2.本の並べ方:「キーワード、キーパーソン、キーブック」で誘う
 - 6.1.3.ブックフェア:伝説の「シュールレアリズム」フェア
 - 6.1.4 イベント:ストーリーテリングから著者講演会まで
 - 6.2.インターネット書店の視点から
 - 6.2.1.ランキング:店頭と異なる面白さ
 - 6.2.2.レコメンデーション:「とても親切」? 「大きなお世話」?
 - 6.2.3 入り口の一元化:本からグッズまで
 - 6.2.4.手渡し方:宅配からコンビニ受け取りまで
- 7.結論—利用者・読者をどのようにとらえるか
 - 7.1.研究者と学生:電子ジャーナルと人文的読書
 - 7.2.ことば・概念・読書

【湯浅俊彦・略歴】

1955年、大阪府生まれ。

1978年、旭屋書店入社。

大阪市立大学大学院・創造都市研究科・都市情報学専攻情報メディア環境研究分野・修士課程修了。現在、博士（後期）課程、在学中。

大阪市立大学非常勤講師（広報情報論）。京都学園大学非常勤講師（出版文化論、デジタル出版論）。日本出版学会理事。日本ペンクラブ電子メディア委員会副委員長。日本マス・コミュニケーション学会会員。日本図書館情報学会会員。日本図書館研究会会員。

【著作目録】

・著書

『書店論ノート～本・読者・書店を考える』新文化通信社 1990年2月27日

『「言葉狩り」と出版の自由～出版流通の現場から』明石書店 1994年5月31日

『デジタル時代の出版メディア』ポット出版 2000年8月2日

『デジタル時代の出版メディア』（電子・ドットブック版）ボイジャー 2000年10月5日（<http://www.dotbook.jp/dotbook/index.php> でオンライン販売）

『出版流通合理化構想の検証～ISBN導入の歴史的意義』ポット出版 2005年10月5日

・共著

『テロリズムとメディアの危機』エスエル出版会 1987.10.3（『メディアの危機』は『表現の危機』）

『阪神大震災と出版』日本エディタースクール出版部 1995.10.30（『複数の現実』と出版メディア）

『岩波講座 現代社会学 第15巻 差別と共生の社会学』岩波書店 1996. 4.12（「差別的表現と『表現の自由』論」）

『出版の検証—1945～1995 敗戦から現在まで』文化通信社 1996. 12.24（「コミックの性表現問題」）

『AERA MOOK コミック学のみかた』朝日新聞社 1997. 5.20（「表現される側の視点でコミック表現を見直す」）

『現代の差別を考える・3』全国同和教育研究協議会 1997.5.23（『「言葉狩り」とマイノリティへの『逆襲』』）

『言葉は社会を変えられる—21世紀の多文化共生社会に向けて』明石書店 1997. 6.30（「表現の『自由』を考える」「ガイドラインを議論する」「出版メディアに働きかける」）

『プライバシーと出版・報道の自由』青弓社 2001. 2.10（「芸能マスコミと出版・販売の自由」）

『叢書 現代のメディアとジャーナリズム 第5巻 新聞・雑誌・出版』2005.10.15（「活字文化は生き残れるか」）

・共編著

湯浅俊彦・武田春子編著『多文化社会と表現の自由—すすむガイドライン作り』明石書店 1997. 5.31（「法規制とガイドライン」「多文化主義と表現のガイドライン」「差別的制度を支える言語」）

【書店関係統計資料】

【出版販売額の動向】（『出版ニュース』2005.5.中・下旬号、p.8）

- ①2004年の出版界の総売上額は2兆3481億9203万円（前年比1.3%増）であった。前年が4.9%減であったから大幅な増となった。
- ②うちわけは、書籍1兆0236億5866万円（同5.9%増）、雑誌1兆3245億3337万円（同2%減）であった。
- ③返品率は98年40%、99年39%、00年39%、02年38%、03年38.9%（いずれも四捨五入）だったが、04年は37.3%と少し改善された。
- ④新刊点数は7万7031点と右肩上がりではあるが、点数が増加しても売れるものが一部に限られ、とくに「ハリ・ポタ」シリーズに支えられたことはたしかである。

【書店経営の実態】（『書店経営の実態 平成17年度版』p.56-57、トーハン発行、）

全国の書店131企業366店舗を対象に2005年1月~6月に実施した書店経営実態調査は以下のようにまとめている。

- ① 売上高伸長率は10年連続のマイナス成長
 - ・売上高伸長率は約75%の企業マイナスとなり、健全企業-2.6%、欠損企業-5.2%、総平均-4.5%でした。
- ② 収益性の改善
 - ・収益性をあらかず売上高対営業利益率は-0.24%（昨年-0.69%）、売上高対経常利益率は0.45%（昨年0.15%）は昨年と比べ改善しました。
 - しかし、粗利益率対経費比率は100.9%と6年連続で100%を上回っています。
 - ・売上高が前年を下回る中で、人件費をはじめとした経費の削減が進みました。
- ③ インターネット活用の浸透
 - ・本年度版ではインターネット活用の実態についての調査を実施しましたが、86.3%の企業がインターネットを利用済みで、多くの企業が利用のメリットを実感しています。
- ④ キャッシュフローの格差拡大
 - ・本年度版ではキャッシュフローについての調査を実施しましたが、健全企業が営業キャッシュフローで設備投資、負債削減をすすめているのに対し、欠損企業は営業キャッシュフローのマイナスと設備投資資金をまかなうため、負債を増加させており、健全企業と欠損企業のキャッシュフローの格差は拡大しています。
- ⑤ 設備投資と収益性の関連性
 - ・本年度版では設備投資についての調査を実施しましたが、設備投資を実施している企業としていない企業の間には収益性の格差がみられました。
- ⑥ 売場規模の拡大
 - ・平均坪数は160.1坪（昨年142.4坪）と、昨年平均を上回りました。
 - ・301坪以上の店舗の売上高伸長率は平均+2.7%となり、200坪未満の店舗の平均がいずれも前年を下回る中で、唯一前年を上回りました。
- ⑦ パート・アルバイト比率の上昇
 - ・パート・アルバイト比率は、64.4%（前年60.6%）と昨年を上回りました。この比率が80%を超えている店舗の割合は約20%で、昨年と比べ倍増しました。

【日本書店商業組合連合会加盟書店数】（『出版ニュース』2005.5.中・下旬号、p.23）

① 日書連加盟の書店数は2005年4月1日現在で、前年同時点より425店減の7038店。

② 1986年の1万2936店をピークに、87年にマイナスに転じて以来、19年連続で減少。

（その後、2005年5月末現在で6964店と、7000店を割った。『新文化』2005年6月30日付）

【書店新規店数・廃業店数】（某大手出版社調査・2002年6月6日付『新文化』・2005年5月19日付『新文化』より作成）

新規店

	店数	坪数	平均坪数
95年	915	70,677	77.2
96年	911	80,018	87.8
97年	847	84,104	99.3
98年	742	65,407	88.1
99年	626	61,457	98.2
00年	600	58,362	97.3
01年	376	36,697	97.6
02年	419	41,461	99.0
03年	355	43,393	122.2
04年	354	51,707	146.1

廃業店

	店数	坪数	平均坪数
95年	810	20,224	25.0
96年	989	29,387	29.7
97年	1,126	34,775	30.9
98年	1,066	37,709	35.4
99年	1,134	44,467	39.2
00年	1,253	53,299	44.1
01年	1,198	57,558	48.0
02年	1,298	52,550	40.5
03年	1,085	43,961	40.5
04年	984	46,856	47.6

【県別にみた出版社数、書店数、販売額】

都道府県名	人口	書籍雑誌年間販売額（百万円）	1人当たり年間購入額（円）	都道府県別販売比率
全国	126,688,364	1,562,251	12,331	1000.00
東京	11,996,460	193,594	16,138	123.94
大阪	8,643,677	111,552	12,906	71.42
神奈川	8,546,857	97,852	11,449	62.65
愛知	6,998,027	93,177	13,315	59.65
北海道	5,662,856	77,181	13,629	49.41
埼玉	6,954,276	70,438	10,129	45.10
千葉	5,978,287	65,747	10,998	42.09
兵庫	5,561,222	63,656	11,446	40.75
福岡	5,001,592	60,378	12,072	38.66
静岡	3,769,776	47,219	12,526	30.23

（『出版年鑑』2005年版、p.298-299、より販売比率上位順に抽出して作成）

都道府県名	出版社	小売店
全国	4,260	7,038
東京	3,315	799
大阪	188	473
京都	138	266
神奈川	87	396
埼玉	58	251
愛知	47	323
千葉	33	217
長野	26	117
福岡	24	362
広島	21	119
静岡	21	267

（『出版年鑑』2005年版、p.288、より出版社数の多い順に抽出して作成）

【解説資料】

【出版流通はブラックボックス？】

「本の入荷はなぜ遅いのか」といった出版流通に対する不満から、日本の図書館界はこれまで出版流通を担う書店に対してさまざまなアプローチを行ってきた。実際、出版流通上の問題点を考える図書館関係の雑誌特集が何度も企画されている。

具体的には、『みんなの図書館』94号（1985年3月）の「特集 出版流通と図書館」、『図書館雑誌』85巻11号（1991年11月）の西尾肇「図書館と出版・流通の回路をつなぐ—『L&Pの会』発足に寄せて」と吉野友博「出版流通問題と図書館」、『現代の図書館』29巻4号（1991年12月）の轟良子「公共図書館の選書と出版流通への一考察」、『みんなの図書館』186号（1992年11月号）の「特集 出版・流通はブラックボックスではない」、『図書館界』45巻1号（1993年5月）の瀬島健二郎「出版流通と図書館」、『みんなの図書館』282号（2000年10月）の「特集 出版・流通におこっていること、そして図書館」、などである。

【トータルソリューションサービス】

2005年8月3日、丸善は「産業活力再生特別措置法（産活法）に基づく事業再構築計画の認定について」を公表した。

公表された事業再構築計画の目標は以下の通りである。

「当社は1869年、広く海外の文物を国内に紹介することにより我が国の文化、産業に寄与することを目的に創業し、以来、特に大学や研究機関に対する国内・国外の書籍販売を中心に、「知的環境創造」を企業理念とした事業展開を行なって参りました。

しかしながら近年の急速な少子化や、国立大学の法人化、さらにはIT化による研究資料データの電子化の進展など、市場環境の急激な変化のため、ここ数年当社は既存事業の見直しを行い、コスト削減を中心とするリストラクチャリングを進めて参りましたが、今後の拡大・発展のためには、より一層の事業の選択と集中及び新規事業の開拓を進める必要性が生じていると判断いたしました。

当社はこのような現状認識のもと、当社の中核的事业である店舗関連事業の一層の効率的運営を進めるとともに、もう一方の中核を担っている教育・学術诗情における事業革新を推進し、両事業に主軸をおいて集中化を図っていく『新中期事業計画2005』を策定いたしました。この計画において、当社の教育・学術市場事業は、これまでの学術市場における物販を主体とした事業構造から、今後一層重要になると見込まれる『教育』の領域へ事業の集中を加速させ、より高付加価値の商品・サービスを提供する事業への変革を推進して参ります。具体的には、従来の図書館の機能にデジタルコンテンツ対応、ネットワークの拡充・強化、それらを活用した語学習得・資格取得支援、講義支援システムなどの機能を付加し、学生の自律的・主体的な学習を支援する施設へと発展させた『ラーニングサポートセンター（Learning Support Center）』の設置を中心に、社会が求めるこれからの教育・研究のあり方や、大学等教育機関が抱える課題等に対して、その対応策・解決策を提案・具体化するトータルソリューションサービスを展開して参ります。

これら大学等各教育機関における施設整備や教育システムの導入・見直しは、教育・学術の領域を経済及び産業発展のためのインフラと捉えた場合に、我が国経済が今後も国際競争力を維持・向上させていくために必要不可欠なものであり、今後、大学をはじめとする多くの教育・研究機関においてニーズが拡大していくものと考えます。

当社は、この事業再構築計画を実施するための投資余力の確保と財務基盤強化を目的とし、平成17年8月2日付で繰越損失補填等のための減資を実施するとともに、平成17年8月4日付で大和証券エスエムビーシープリンシパル・インベストメンツ株式会社に対する株式の第三者割当により100億円余の出資を受ける予定です。また同時に、大和証券エスエムビーシープリンシパル・インベストメンツ株式会社が有する事業再編のノウハウを積極的に導入し、事業価値の更なる向上を目指します。」

(参照 URL:

<http://www.maruzen.co.jp/home/release/2005/release2005.html>)

【国立国会図書館の「インターネット情報の収集・利用に関する制度化の考え方」(改訂版)】
(2005年6月17日、http://www.ndl.go.jp/jp/aboutus/interneto_view.html)

趣旨・目的

国内で発行された出版物については、国等の発行する出版物の納入は公用および国際交換の用を供するため、私人の発行する出版物の納入は文化財の蓄積及びその利用に資するために、法定納本制度に基づき収集しています(国立国会図書館法第10章、第11章)

近年、出版の形態が変化し、従来であれば出版物の形態で流通した情報が、デジタル情報としてインターネットで流通する状況となっています。また、インターネットでは、電子的形態のみで生成されるいわゆるポーンデジタルの情報も流通しており、インターネットが今や国民の知的活動の所産を記録し、公表、流通させる重要な媒体となっています。こうしたインターネットで流通する情報の多くは、保存蓄積されることなく短期間で消失しています。それゆえ、国会に対する奉仕の責務を果たし、また文化財を蓄積して現在及び将来の国民の利用に供するために、インターネット情報を収集し、保存する必要があります。このため、関係法律を整備し、国立国会図書館がインターネット情報を収集(複製し固定)することができることとともに、収集したインターネット情報を利用に供する方法等について定めるものです。」

【amazon.com の Search Inside the Book】

著者名や書名だけでなく、本文中の語句で書籍を検索する **amazon.com** のこの画期的なサービスの登場を耳にしたとき、まさきに思ったのが **HRAF** のことである。

HRAF (フラーフ) とは、**USA** の **Human Relation Area Files, Inc.** が独自に開発した文献資料で、日本には京都大学と国立民族学博物館が契約している。**HRAF** のシステムは世界中のあらゆる民族や文化に関係する文献を集め、それをページごとにばらばらにして、定型サイズのカード化し、**HRAF** 室のキャビネットの引き出しに分類して保管するというもの。逆にいうと本は1ページの1行ごとに分類されて、コピーされてカード化され、分野ごとの引き出しに収納されているというイメージである。分類は地域・民族分類である **OWC (Outline of World Cultures)** と主題分類の **OCM(Outline of Culture Materials)** の2つを組み合わせで行っているが、このシステムも現在ではコンピュータの存在によってカード化に頼らずに検索可能となっている。

【Google Scholar, Google Print】

Amazon.com のようなオンライン書店だけでなく、**Google** や **Yahoo!** といった検索サービスが、従来の民間データベースサービス会社が行ってきたことと類似の情報提供を開始している。

2004年11月、Googleは学術論文検索用の検索エンジン「Google Scholar」（グーグル・スカラー）のベータ版を発表。これは査読論文、学位論文、プレプリント、書籍、テクニカルレポートなどを検索できるようになっているものである。（「データベースサービスの現況」『データベース白書2005』p.57）

また2004年12月14日、Googleはミシガン大学、オックスフォード大学の図書館や、ニューヨーク公立図書館など5ヶ所の図書館と協力し、一部の書籍をデジタル化し、検索できるようにする計画を発表し、話題を呼ぶ。（「Google、書籍のデジタル化で学術機関と提携―蔵書検索も可能に」『ITMedia News』2004年12月15日：
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0412/15/news028.html>）

このような動きに対して米国大学出版部協会（AAUP）は、2005年5月23日にGoogleに文書を送り、同社の図書館蔵書スキャンプロジェクトは「非常に大規模かつ組織的な著作権侵害行為を伴うようだ」と抗議している。（「米学術出版業界、Googleの図書館蔵書スキャンプロジェクトに抗議」『ITMedia News』2005年5月24日：
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0505/24/news026.html>）

さらにGoogleは2005年5月27日、英語の書籍内容について全文検索を行えるサーチエンジン「Google Print」を公開した。これはこれまでと異なり書籍内容に限定して検索できるサービスである。出版社が自社の書籍を提供し、それをGoogleがインデックスするわけだが、表示されるページ数は出版社との契約により限定され、同じユーザーが30日を超えて利用することはできず、ブラウザを使って印刷することもできないように設定されている。そして、Amazon.comのようなオンライン書店にもリンクしている。（「書籍の全文検索が行えるサーチエンジン『Google Print』ひっそりと公開」『INTERNET Watch』2005年5月30日：
<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/news/2005/05/30/7794.html>）

【郊外型書店】

「郊外型書店の第1号は1975年11月に開店した愛知県・東郷三洋堂であるといわれる。郊外型書店の定期は日販によると、①郊外の立地であること、②駐車場をもっていること、③営業時間を自店で設定（単独店舗）できること、④閉店時間が午後8時以降であること、となっている。」（湯浅俊彦『書店論ノート』、p.11）

「郊外型書店の登場によって営業時間の延長、活字外商品の販売、異業種との複合化というように書店業の業態が大きく変化することになった。」（同上、p.12）

【書籍宅配】

今日では常識となったインターネット書店には前史としての書籍宅配システムがある。これはヤマト運輸が別会社を作って書籍宅配に無店舗販売方式で乗り出すという新聞報道から、各書店が対抗策を打ち出したのだった。当時の動向を業界紙は次のようにまとめている。

「▷ 86年8月、紀伊国屋書店が東販と日通・ペリカン部の協力を得て、TONETS、ファクシミリ、「ペリカン便」を連動させた新方式の注文書籍宅配・代引きシステムを熊本店をモデルに実験開始。

- ▷ **86年11月**、ヤマト運輸が栗田出版販売と共同出資で設立したブックサービス(株) (本社＝東京本郷)、平田勝久社長、資本金 **5000** 万円) が出版社→(栗田) →ブックサービス→読者という経路にヤマト「宅急便」をフル活用するサービスを岡山県で開始。この無店舗販売エリアは今年に入り中国地方全県へ拡大。
- ▷ **86年12月**、紀伊国屋書店岡山店はヤマト系のブックサービスの進出に対抗し、日販の大阪・西日本流通センター (NDC) と福山通運「システム宅配便」の協力で従来の宅配・代引き「クイックサービス」システムを拡充。
- ▷ **86年12月**、丸善福岡支店は、改装オープンを機に丸善独自の **VAN (MARUNET)** と **TONETS** を活用し、丸善本社→福岡支店間を佐川急便、福岡支店→読者間を地元の天龍運輸の宅配便を使った客注品の「ラッシュ便」システムを開始。
- ▷ **87年3月**、三省堂書店は西濃運輸グループと提携して注文書籍を西濃「カンガルー便」で宅配・代引きする「三省堂 **BOOK 急便**」システムを同書店の店舗のない四国地方四県で開始。
- ▷ **87年4月**、大阪・旭屋書店は、名鉄運輸と提携して注文書籍を「名鉄宅配便」宅配・代引きする「ブックランナー」システムを近畿地方二府四県をエリアに開始。
- ▷ **87年4月**、東販は日通と提携し、取引書店の客注品を「ペリカン便」で宅配・代引きする「**TOHAN・ブックアシスト**」システムの参加店を募集。同システムは **5** 月下旬から開始。(「早くも激戦! 書籍宅配」『新文化』**1729** 号、**1987.5.14** 付け)

そして、**1989** 年にはパソコンで本を買うことが話題になってくる。**NIFTY-Serve** には、ブックサービス「クロネコ・書籍の宅急便」と紀伊国屋書店「本の広場」がオンラインショッピングの中に登場するのである。ユーザーからの注文は電子メールで店舗に入り、商品の流通・回収も出店している書店側が行っていた。永江朗氏はつぎのように書いている。「東京旭屋書店でも **89** 年春から日経 **MIX**、テレスター、**PC-VAN** でパソコン通信による書籍宅配サービスを開始しているが、位置付けとしてはあくまで書籍宅配『ブックランナー』の注文方法のひとつとしてとらえている。池袋店に隣接して端末が置かれ、注文品は池袋店の在庫から宅配便に回される。」(永江朗「パソコンで本を買う」『新文化』**1871** 号、**1990.4.19** 付け)

【SA (ストア・オートメーション) 化】

日本図書コードの導入によって書籍に **ISBN** が付与され、雑誌には共通雑誌コードやバーコードが付与されているということを前提にした **POS** システムは、日本の書店を代表する組織である日本書店組合連合会の起死回生を賭けた出版流通合理化構想であった。なぜなら既存書店はその当時、書店経営をゆさぶる2つの深刻な問題に直面していたからである。

第1の問題は、取次による書店向け情報システムの導入が東京出版販売や日本出版販売に代表される取次の帳合競争の中での書店の系列化につながるという危機感である。複数店舗を経営する書店でさえ、例えば東京出版販売の **TONETS** を導入すれば、各店舗を東京出版販売との取引に一本化の方が合理的な選択となってくる。つまり、複数の取次から単一の取次の取引に変更することは、裏返して言えば書店が取次ごとの系列に分けられていくということである。取次の書店向け情報システムを導入することのメリットは、それが取次の企業戦略から構想したものだけに物流面でかなりの支援が期待できることにある。単に情報検索だけでなく、取次の **POS** システムを導入することは取次と一体となって書店の売上効率を高めていくことになる。取次は **POS** レジからの自動発注については最優先で納品する必要がある、ま

たそうでなければ **POS**（売上時点情報管理）システムの意味がない。取次サイドでも自社の **POS** システムを導入した書店とそうでない書店とを商品調達の面で戦略上区別して取り扱うのは企業論理から見て必然的だったのである。

このような取次による **POS** システム導入がもたらした書店経営の主体性の喪失は、日本の書店主の団体である日本書店組合連合会によって看過できない問題であった。

第2の問題は、コンビニエンスストアによる出版物の取扱いとそのことがもたらす書店経営の危機である。

当時のコンビニエンスストアは、「長時間営業、便利な立地、品揃えの豊かさ（百平方メートル前後の面積に三千品目近い品揃えは、通常の小売店の数倍）など、食料品中心に各種の『便利さ（コンビニエンス）』を売りものにした小型店」と定義されていた。

従来からコンビニエンスストアでは雑誌、コミックの販売を行っていたが、**1987年7月10日**より、セブンイレブンが新刊文庫の販売を開始し、書店業界は大きな衝撃を受けることになった。すでによく知られているようにセブンイレブンは**1982年**より **POS** システムを導入し、扱い品目 **3000** アイテムを **1年**に半分は入れ替えるデータ管理技術を誇っていた。これは発注・在庫管理・配送の適正化、迅速化、コスト低減化を容易にし、いわゆる死に筋商品をただちに撤去することができるシステムである。

新刊文庫の販売についてはセブンイレブんに続いて、サンチェーンが **1987年10月**、ローソンが **1987年11月**より開始し、**1988年2月**現在で、約 **5910** 店のコンビニエンスストアの店頭には新刊文庫が並んでいる状況が生まれた。

コンビニエンスストアの登場とその隆盛は、日本の出版流通にも大きな影響を及ぼす。取次が中小零細書店と競合するコンビニエンスストアへの雑誌、コミック、文庫の供給を本格化させただけでなく、コンビニエンスストアの徹底した販売データ管理技術が日本の出版流通のあり方を変えていくことになったのである。

時間帯別、客層別の売上データを自店の仕入れ判断に活用しようとする日本書店組合連合会の **SA** 基本構想は、まさに書店のコンビニエンスストア化戦略なのである。

【書籍 JAN コード（バーコード）の導入問題】

書誌情報の標準化は、書籍 **JAN** コード（バーコード）の導入問題へと発展していく。日本図書コードが導入された **6年**後の **1987年**、財団法人流通システム開発センターの書籍バーコード研究委員会がその導入案が具体的に公表したのである。

そのことを検討する前に、まず当時の日本図書コードの状況を見ておく。日本図書コードの普及率は **1986年12月**現在、次の表のようになっている。

年度	表示者数（対前年）	新刊表示率%（対前年比）
昭和 56 年度	613（－）	27.9（－）
昭和 57 年度	1019(406)	47.5 (19.6)
昭和 58 年度	1290(406)	58.9(11.4)
昭和 59 年度	1590(300)	73.8(14.9)
昭和 60 年度	1888(298)	85.0(11.2)
昭和 61 年度	2067(179)	89（4）

【出典：『日本書店（商業）組合連合会 ストア・オートメーションに関する基本構想』（1987年、日本書店組合連合会、p.57.）

また、**1986年12月**現在のコード表示出版者数は**2067**者で、このうち出版者コードが**4**桁以上の出版者は**617**で、そのうち日本書籍出版協会の会員社は**334**となっている。一方、新刊書籍への日本図書コードの表示率は**89%**で、既刊本のいわゆる「流通書籍」への日本図書コードの表示率は**65%**となっている。それが、日本図書コード導入後、**6**年間経った状況であった。

このような中で機械読取の方法として、バーコード表示の問題が浮上してくるのである。**1987年12月8日**、日本におけるバーコードの推進団体である財団法人流通システム開発センターの書籍バーコード研究委員会（座長・浅野恭右同センター常務理事）は、書籍バーコードの試案として「書籍用 JAN コード（バーコード）体系案」を公表した。この委員会は出版社、取次、日本図書コード管理委員会、同センター研究員らで構成されていた。

新刊書籍の約**9割**に**OCR**（光学機械読取）文字でソースマーキングされているという状況になったときには、今度はバーコード表示が必要であるという議論が起こってきたのである。書籍バーコード研究委員会によると以下の理由から、バーコード表示は時代の要請であるという。

「①書籍の販売チャネルの広がりにより、**POS** システムの自動読み取り用シンボルとして**JAN** シンボル（バーコード）によるソースマーキングの要請が予想される（CVS[=コンビニエンスストア=引用者注]、スーパー、文具店、楽器・レコード店、ガソリンスタンドなど）、②書籍の物流管理用にバーコードを使うなど、システムのアプリケーションの広がりが予想される。」

【EDI（電子データ交換）】

日本図書コードだけでなく、書籍**JAN** コード（バーコード）が書籍に表示されることによって、流通現場での商品からのコードの読み取りはますます容易になった。伝票帳票類がなくても書籍そのものから直接情報を読解できるようになったことで、物流と商流が情報処理面で一体化したといえよう。このことはそれまで情報戦略的には常に受身であった書店に大きな転機が訪れたことを意味する。

書店における**SA**（ストアオートメーション）化自体が、大手取次店による帳合競争に組み込まれつつあったが、それとは別に大型書店を中心に書店主導型の**POS** システムが開発され、書店から直接出版社へ販売情報を提供する**EDI**（**Electronic Data Interchange**=電子データ交換）システムの構築へと発展していったのである。出版業界**VAN** 連絡会は、**EDI** について「『異なる組織間で、取引のためのメッセージを通信回線を介して標準的な規約（可能な限り広く合意された各種規約）を用いてコンピュータ（端末を含む）間で交換すること』すなわち**VAN**、**EOS** などを使った、電子データによる情報交換のこと」と規定している。

書店主導型の**POS** システムの発端となったのは**1993年11月**、ジュンク堂書店が開発した「**J-POS**」である。これまで郊外型書店や中規模店が中心であった**POS** レジを大型書店に導入し、販売データを正確に把握することをめざしたのである。**1994年3月**には紀伊国屋書店本店にも**POS** システムが導入されたことから、大型書店でも**POS** システムが普及することとなった。

紀伊国屋書店では**1996年**に講談社や小学館など大手出版社を中心に専用端末を使って**POS** システムの販売データをその出版社の出版物に限定して提供する販売情報ネットワーク「**パブリックライン**」を始めた。その後、**2001年3月**にインターネットを利用した「**Web** 版パブリックライン」を稼働させたときから他社の出版物の販売動向も提供し、利用料金が1「**ID**・パスワード」につき、月に**10万円**と非常に高額にもかかわらず、**2004年3月**現在で契約企業は**200社**に達している。提供されるデータは日別実売数、在庫数、棚名称、客層、類似書との初速比較などで

ある。

また、全店舗の **POS** システム導入を完了した文教堂は、**1998** 年 **6** 月には出版社向け情報システム「**BIG-NET**」(文教堂・インフォメーション・グループ・ネットワーク)を講談社とオンラインで結び、当時で **201** 店の自社店舗の書籍・雑誌の日別売上げ冊数や返品動向を単品ごとに提供しはじめた。その後、文教堂では **1999** 年 **2** 月、角川書店と **EDI** システムによる直接受発注業務で業務提携している。

一方、長野を中心に展開する平安堂は、出版社が平安堂各店舗の店頭にある自社商品の在庫数をインターネット上で見ることができ「**WeBRAIN** (ウェブレイン)」システムを **1999** 年 **3** 月から角川書店、集英社、筑摩書房との間で実験稼働させた。平安堂ではこのシステムの導入を他書店にも働きかけ、**2000** 年 **4** 月の時点で出版社は角川書店、筑摩書房など **13** 社が参加、書店は勝木書店、啓文社、旭川富貴堂、田園書房など数社が導入を決めていた。

EDI システムが登場する以前、書店ではスリップと呼ばれる書籍に挟み込まれた短冊状の紙を販売時にレジカウンターで抜き取り、それを出版社ごとに仕分け、集計し、取次経由で補充注文を出したり、出版社から販売報償費を得たりしていた。出版社は全国の主要書店の販売データをスリップの回収・集計というかたちで行っていたのである。

例えば講談社では **1986** 年 **10** 月から「データ・コミュニケーション (**DC**) **POS**・システム」として **16** 書店における書籍の実売状況を把握していた。対象となる調査店の売上げスリップを日本通運の宅配便で回収し、住友系の **VAN** 会社である日本情報サービスにおいて磁気テープに入力処理して、講談社のコンピュータでデータをプリントアウトするというしくみである。

書店における **POS** システムが普及するにつれ、**EDI** を使った出版社への販売情報提供に転換し、いわゆる「スリップレス化」が実現した。従来、書店の売れ行き情報は自店の企業秘密と考えられていたが、出版社と書店がデータに基づき受発注することが一般化してきたのである。

このような状況はスリップが帳票として流通していた時代から、書籍に表示された日本図書コードと併記された書籍 **JAN** コード (バーコード) がデジタル化された書誌情報として読み取られ、物流情報として、出版社にフィードバックされる時代へと移行したことを物語っている。

すなわち **EDI** の前提となるのは次の4つの条件である。

第 **1** に、書店に **POS** レジが普及し、商品コードを読み取ることができる状態にあること。

第 **2** に、商品である書籍に **ISBN** が付与され、その **ISBN** をキーコードにしている書籍データベースが業界全体のものとして存在すること。

第 **3** に、出版社に固有の番号が振られ、コード化されていること。**ISBN** の出版社記号はこれにあたる。

第 **4** に、書店に固有の番号が振られ、コード化されていること。**1999** 年 **7** 月から「共有書店マスタ・ユーザ会」が発足し、各出版社がそれぞれ独自に設定していた取引管理のための書店番号が1本化されている。

EDI システムが日本の出版業界に与えた影響はまさに書誌情報のデジタル化によって物流情報の合理化が実現したことであり、その背景にはまさに日本図書コードの導入と普及が突破口であったといえるのである。

【取次 FA 化】

日本の出版流通を支えてきた取次はこれまで物流改善のために巨額の投資を行い、競い合っ て大規模な物流倉庫の建設や **FA** (ファクトリーオートメーション) 化を進め、出版流通の合

理化をはかろうとしてきた。日本の取次の社史を見ると毎年のように出版流通合理化計画が進められている観がある。

例えば日本出版販売では、**1982年6月**に書籍仕入窓口に日本書コードの光学式文字読取機（ハンドスキャナー）を設置し、王子流通センターのスピーカーソーター（高速自動仕分装置）に音声入力システムを導入した。**1984年**には日本出版販売と書店・出版社間を結ぶ業界初の企業**VAN**として開発された**NOCS**（日販オンライン・コミュニケーション・システム）が登場し、**4月**から全国で説明会を開催、同じ年の**11月**には建築延面積約**9900㎡**、出版社**650社**、**15万点250万冊**に及ぶ在庫量を収容する西日本流通センターをオープンさせている。**1987年**には**CD-ROM**を活用した出版情報検索発注システム「**CD-NOCS**」、「**POS**レジシステム」「ハンディターミナル」などを「書店総合**SA**（ストアオートメーション）システム」として発表、物流システムでは**FA**管理委員会によって開発が進められてきた「日販オーダーネットワークシステム（**NS-1**）」が稼動し、常備短冊の電算化などの注文処理のスピードアップが図られている。**1989年**には王子ハイテクセンターを開設し、高速**OCR**（光学式読取機）を中核とした受注情報入力システムをはじめ、文庫、新書、コミックを対象としたマルチソーターによる書店別自動仕分起票システム、受注から出荷までコンピュータにより統合処理する「**CIM**（**Computer Integrated Manufacturing**）」を導入している。**1991年**にはコンビニエンスストア向けの雑誌送品拠点を1ヶ所にした「日販**CVS**流通センター」が稼動、**1992年**には業界初の超音波センサーによる在庫管理システム「**SENRI**眼」が登場している。**1994年**には所沢流通センターを開設して雑誌返品業務を一貫集中処理し、**1995年**には新座流通センターを稼動させて文庫のバーコード情報を**1冊当たり0.5秒**の速度で読み取って仕分・起票を行う書籍返品業務合理化が実現している。**1996年**には「**MALS**（雑誌自動整品ラインシステム）」をさらに改良した「**SUPER-MALS**」やコンピュータ制御による無人搬送車「りむじん」を導入するなど徹底して**FA**化を進めた「ねりま流通センター」を開設している。**1998年**には新王子流通センターを稼動させ、投入口と箱詰め作業以外をすべて自動化ながらも**1時間当たり4万6000冊**を書店ごとに自動仕分・起票を行うことのできる「マルチスーパー2（**MS2**）」、ハイテク化された物流システムから得られる情報をもとに開発した「注文追跡システム」を導入している。

また、インターネットによる書籍受注に対応するために日本出版販売ではネット通販専用倉庫「**web-Book**センター」を**2000年6月**に埼玉県三芳町に出版社約**2630社**の**35万点強**の在庫で開設したが、このことは従来の大量生産、大量消費を前提とする雑誌や店頭での売れ行き良好書籍の補充だけではなく、読者からの**1冊ごと**の注文に対応する必要に迫られていたことを示している。取次が物流機能だけでなく金融機能をもつという日本の出版流通の特性の問題などもあるが、ヨーロッパにおけるディストリビュータのように取扱出版社の商品の全店在庫管理による迅速調達が日本でも課題になってきたということである。

【SCM】

EDIによって築き上げられつつあった物流合理化の流れをさらに出版業界全体のビジョンにまで高めようとしたのが、**1999年8月31日**に正式発足した「出版サプライチェーンマネジメント（出版**SCM**）コンソーシアム」である。『情報化白書』**1999**年版によると「サプライチェーンとは、商流の最源流の川上から調達、製造、流通を経て、川下の消費者に届くまでの全体機能のつながりをいう。**SCM**は、全体最適化の視点から情報ネットワークを使ってサプライチェーンの効率化を図ることである。これにより、売れ筋商品を適時に供給することで顧客サービスを向上させる一方、在庫を圧縮し、金利を減らし、資金回転率を高めることができ

る」と記述されている。出版業界ではこのサプライチェーン・マネジメントに取り組むため、業界**4**団体(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)、講談社、小学館、新潮社、角川書店など出版社**8**社、取次ではトーハン、書店は紀伊国屋書店、丸善、三省堂書店など**6**社、システムインテグレーター**1**社および日本総合研究所の計**4**団体**17**社が参加し、通産省の「消費者起点サプライチェーン推進開発実証事業(SPEED)」の資金を受けて実証実験を行ったのである。すでに「書店-取次」「書店-出版社」間などそれぞれに複数の電子データ交換が行われているが、この実証実験ではインターネットを利用することによって低コストと簡易な手段で各企業の相互運用性を確保し、中小出版社や中小書店向けの簡易な分析ツールを提供しようというものである。

具体的には「出版社、取次、書店で構成される出版サプライチェーンにおける消費者需要情報の共有化を図り、在庫状況の把握を可能とする流通標準 EDI(JEDICS)に基づいた業界共有基盤情報システムを構築」し、「地域嗜好性に即した書店の出版物品揃え、出版社での高精度重版計画および取次の効率配送機能を側面支援する基盤を整備」することによって、「長年の業界の課題であった返品率の低減、地域消費者の嗜好にあった書店地域ネットワークの形成支援とともに、多様な『知価社会』の創造基盤である出版社の競争力維持を図る」ことを目的としていた。

出版業界共同倉庫の構想は頓挫したが、インターネットを利用した物流情報のデジタル化は着実に進展し、企業間の EDI から、出版業界の川上から川下までの最適化をめざす SCM (サプライチェーンマネジメント) 化は着実に実現しつつある。

取次も自社 SCM 体制の確立を急いでいる。例えば日本出版販売では「オープンネットワーク WIN」というシステムでは日本出版販売帳合書店の約**60%**にあたる**2000**書店の返品・返品データの閲覧が可能であり、立地・地区・規模別などで書籍のタイトルごとに販売実数をダウンロードできるものである。これは書店活性化プロジェクトである「[www.project](#)」(トリプルウインプロジェクト)の一貫として取り組まれているもので、POS システムによって得られた情報を書店、出版社、日本出版販売の**3**者が共有し、書店の店舗運営を支援する目的で開始された。つまり、書店の POS 売上げデータ・返品データ、取次の返品・在庫データ、出版社の出荷・在庫データなどを一元化することで、書店の品揃え、取次の商品供給、出版社の需要予測などを的確に行おうとするものである。

しかし、物流情報のデジタル化とネットワーク化がもたらした出版流通のさまざまな局面での変化は、既存の取引慣行をも変えていく可能性があり、そこには新たな企業戦略が展開されている。

物流情報のデジタル化、ネットワーク化はこれまでの取次の優越的立場を根底から崩す契機ともなりかねない。例えば出版社有志が作り上げた「共有書店マスタ」にしても取次ごとに異なる書店コードを統一することによって、取次帳合に拘束されない出版社と書店の新しいネットワーク作りを可能にした。これまで出版業界 VAN 構想や「須坂出版社共同倉庫」構想など、出版業界のインフラストラクチャー整備構想が出現するたびに、物流を担うのは取次であるとして自社の利益を優先してきた取次だったが、出版社と書店が販売情報を共有し、配本部数を決め、マージンの交渉まで始めるとすれば、取次の役割は相対的に低下する。取次が日本の出版流通にはたしてきた役割はきわめて大きい。出版社から入手する膨大な量の雑誌や書籍を全国の書店に配送するだけでなく、金融機能を発揮して出版社と書店の商取引を支えてきた。しかし、書店の POS システム、出版社との EDI システム、そして商流・物流の全体最適化をめざす SCM の手法が、取次の機能を変化させていく可能性は大きいのである。

従来から取次は、あくまでも再販制を前提とした委託販売制度による新刊書籍の配本制度に

依拠していた。しかし、オンライン書店の登場などによりこれまで以上に少量多品種の取引が展開するとき、コンビニエンスストアや宅配業者のような新たな商流・物流がこれからの小口の出版流通では大きな役割をはたす可能性もあるだろう。

【書店、新古書店、まんが喫茶、コンビニエンスストア】

- ① 書店、新古書店、まんが喫茶、コンビニエンスストアに行く頻度に関する調査では、コンビニエンスストア、書店、新古書店、まんが喫茶の順に行くことが多かった。（後頁の図表参照）
- ② 2002年に私が行った他の調査では、「町の本屋」はほとんど支持されず、一方「新古書店」は「安い」「きれい」「環境にやさしい」と評価され、また「コンビニエンスストア」で雑誌を買うことも便利であると考えられている。さらに最近のコミックを含む公共図書館の貸出に対しても好意的であるように思われる。

【1ヶ月に読んだ本の数と読まなかった場合はその理由】

- ① この1ヶ月に何冊の本を読んだかという調査では、1冊が25%、0冊が18%、2冊が25%、3冊が16%、5-9冊が13%、4冊が7%、10冊以上が3%であった。
- ② 1ヶ月に1冊も本を読まなかった人にその理由を尋ねると、「時間がなかったから」36%、「読みたい本がなかったから」26%、「本を読まなくても困らないから」14%、「本を読むのが嫌いだから」10%、「その他」7%、「本の値段が高いから」5%、「本以外で知識や情報を得られるから」2%であった。（後頁の図表参照）

図書館、書店、出版メディアのデジタル化と出版業界動向

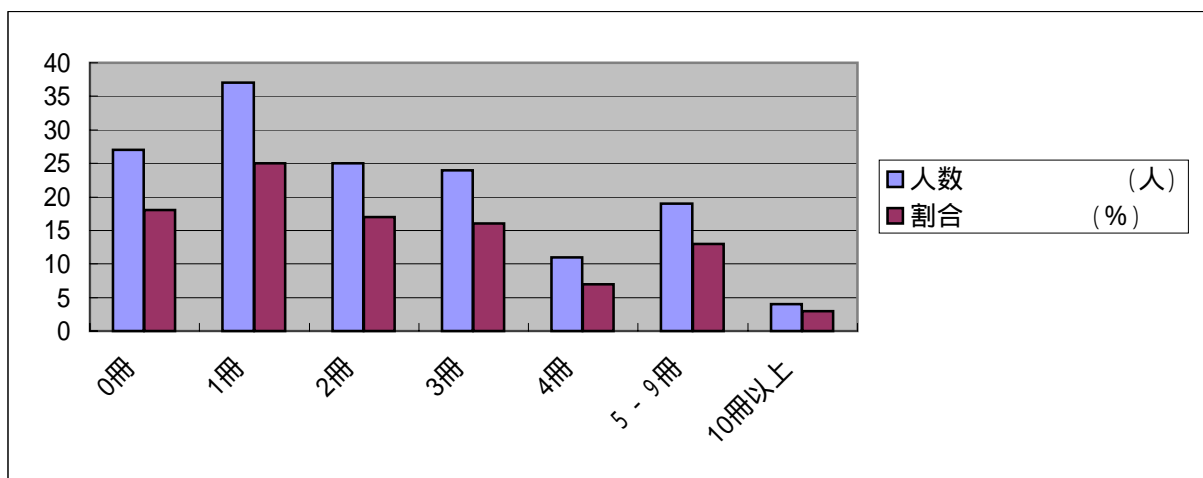
	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代
大学図書館	コンピュータ導入開始	「機械化図書館」の本格化。書誌コーポリティを基礎にしたネットワーク化の構築	電子図書館に向けた議論と実験	「電子図書館」的機能の充実
書店	1977丸善、MASIS(マイリス)センタ－新設、米国DIALOG社のシステムによる学術文献情報の検索サービス稼働	1981丸善、図書・資料情報管理システムCALIS完成	1993.11.ジエック堂書店、独自のPOSシステム「J-POS」開発	2000.5.日販、ネット通販専用倉庫「Webセンター」開設
	1978日販、書籍情報システム「NIPS」稼働	1985.9.トーハン、「TONETS書店POSシステム」稼働	1996.丸善、選書発注から予算管理までインターネット上で行い図書館と研究者をサポートする「Superちよいす君」サービス開始	2000.12丸善、国立国会図書館が所蔵する昭和前期の文献約5万冊を約1000枚のCD-ROMに収録し、発売
通販・オンライン書店		1987.1.日販、「NOCSS POSシステム」発表	1999.2.文教堂、角川書店とEDI(電子データ交換)による直接受発注開始	2004丸善、コンテンツ&ソリューション事業部を分社化し、「京セラ丸善システムインテグレーション(株)」を設立
		1987.4.紀伊国屋書店、CD-ROM電子出版情報サービス「電子書斎パインリス」発売	1999.8.紀伊国屋書店、ハイブリッドウェアサービスを福岡店で開始	2005.8丸善、産業界活力再生特別措置法の認定を受けて、「トータルソリューションサービス」の展開をめざす
		1989丸善、国立国会図書館所蔵の明治期刊行図書マイクロ事業に着手	1999.丸善、学術情報ナビゲーションシステム「Knowledge Worker」サービス開始	
		1986.8.紀伊国屋書店、東販、日通ペリカん便と書籍宅配便開始(熊本市)	1995.10.日本初のオンライン書店「本屋でござ～る」開店	2000.6.ベルテルスデジタルウェアのオンライン書店「BOIシヤパン」開店
		1986.11.ヤマト運輸、栗田出版販売とブックサービス㈱設立(岡山県)	1995.12.丸善、オンライン書店「丸善インターネットショップ」開店	2000.7.TRC、日経グループのオンライン書店「bk1」開店
		1986.12.紀伊国屋書店岡山店、日販と福山通運と提携し「クイックサービス」開始	1996.5.「クロネコヤマトのブックサービス」ネットでの営業開始	2000.10.トーハン、書籍通販サイト「e-hon」設立
		1987.3.三省堂書店、「BOOK急便」四国地方4県で開始	1996.7.全国古書籍商組合連合会、サイト「日本の古本屋」開設	2000.10.日販、楽天、「楽天ブックス」設立
		1989.NIFTY-Serve内に「クロネコ」書籍宅配便」と紀伊国屋書店「本の広場」開設	1996.10.紀伊国屋書店「BookWeb」営業開始	2000.11.アズワン・コム、日本国内でサービス開始
			1999.7.トーハン、ソフトバンク、セブン・イレブン、ファミリー、es-Books設立	

図書館、書店、出版メディアのデジタル化と出版業界動向

	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代
電子出版		1985.10.日本初のCD-ROM『最新科学技術用語辞典』(三修社)刊行	1990.7.ソニー、8センチCD-ROM専用の電子ブックプレイヤー「データディスクマン」発売	2000.9.電子書籍の直販サイト「電子文庫パブリ」開設
		1987.7.岩波書店『広辞苑』第3版、CD-ROM刊行	1995.3.電子書籍タウンロード販売「電子書店パピルス」開店	2000.11.紀伊国屋書店とマイクロソフト、電子書籍「eBOOK」の事業で提携
		1987.10.三省堂『模範六法』CD-ROM版試作品開発	1995.12.『新潮文庫の100冊』CD-ROM発売	2001.11.日本ペンクラブ、「電子文藝館」を開設し、無料公開
			1997.2.マイクロソフト社、日本語版『エンカルタ エンサイクロペディア』発売	2002.1.新潮社、「新潮ケータイ文庫」を開始
			1997.9.インターネット公共図書館、「青空文庫」開設	2002.5.ジュンク堂書店、オンライン専用機「e-book publisher」を導入、文芸誌「遊歩人」を販売
			1997.12.「光文社電子書店」開設	2002.6.紀伊国屋書店、「BookWeb」上で「ブックキング」「ウエブの書齋」「万能書店」などオンラインで本の販売を本格的に開始
			1998.7.「デジタル書店「ゲーテンベルク21」開店	2002.10.NTTドコモ、電子書籍を配信する「M-Stagebookサービス」開始
			1998.11.富士ゼロックス、オンライン事業「ブックパーク」開始	2004.1.経済産業省の実証実験として北海道東海大学で日本初の電子書籍(book)を使った講義開始
			1999.9.紀伊国屋書店、オンライン出版「電写本」サービス開始	2004.2.松下電器産業、読書専用携帯端末「book」を発売
			1999.10.電子書籍コンソーシアムの実証実験開始	
		1999.10.日販、オンライン出版サービス会社「ブックキング」設立		
		1999.12.電子文庫出版会、結成		

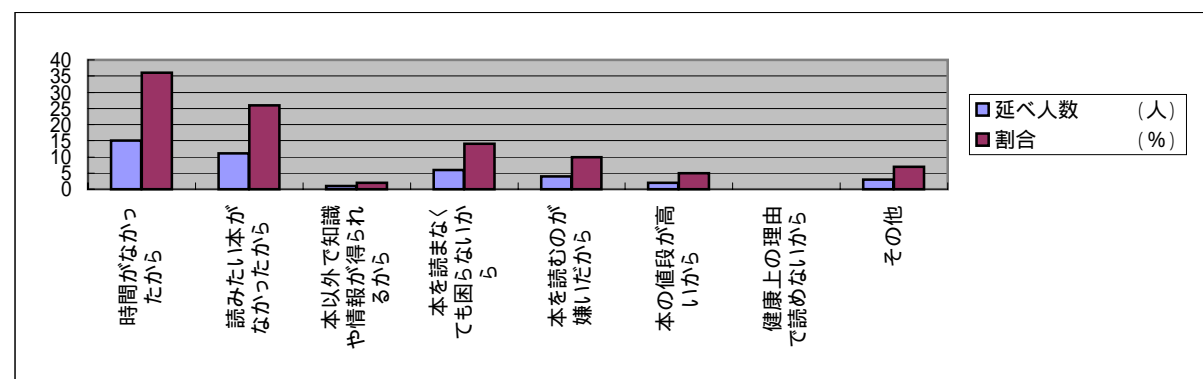
1. あなた、この1ヶ月間に、何冊ぐらい本を読みましたか？
 週刊誌や月刊誌などの雑誌とコミックスを除いて教えてください。

読んだ本の数	人数 (人)	割合 (%)
0冊	27	18
1冊	37	25
2冊	25	17
3冊	24	16
4冊	11	7
5 - 9冊	19	13
10冊以上	4	3



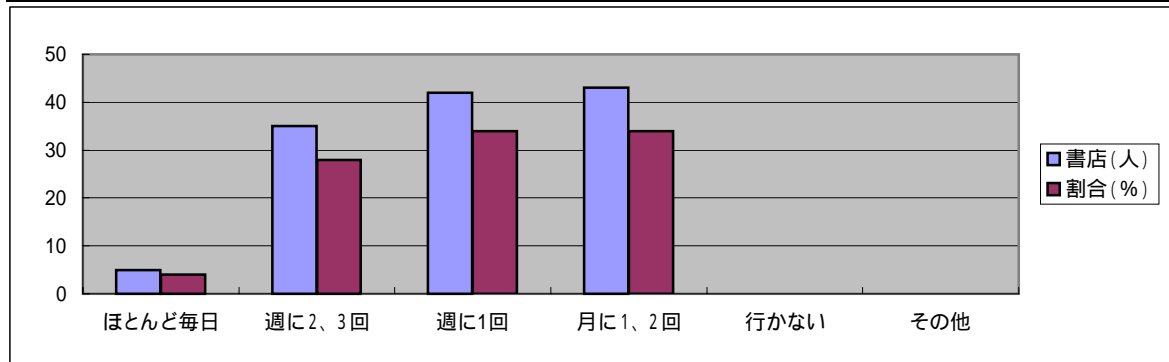
2. 【前問で0冊と答えた人だけに】
 あなたが本を読まなかった理由を、次の中からいくつでもあげてください。(複数回答)

項目	延べ人数 (人)	割合 (%)
時間がなかったから	15	36
読みたい本がなかったから	11	26
本以外で知識や情報が得られるから	1	2
本を読まなくても困らないから	6	14
本を読むのが嫌いだから	4	10
本の値段が高いから	2	5
健康上の理由で読めないから	0	0
その他	3	7

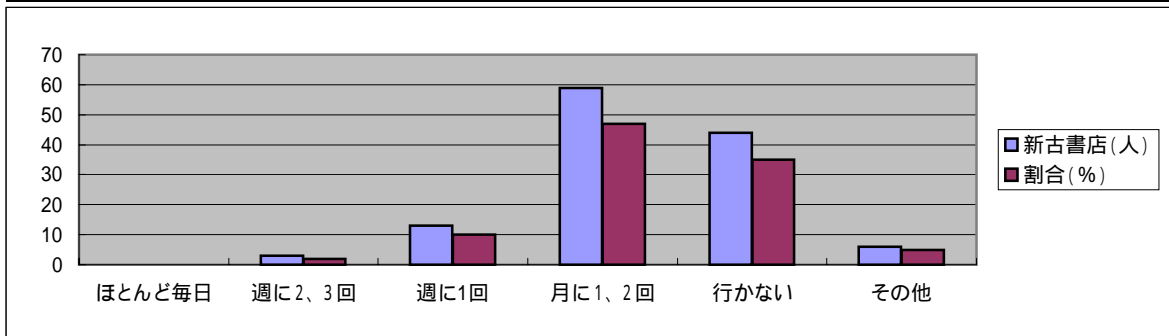


書店・新古書店・まんが喫茶・コンビニに行く頻度に関するアンケート

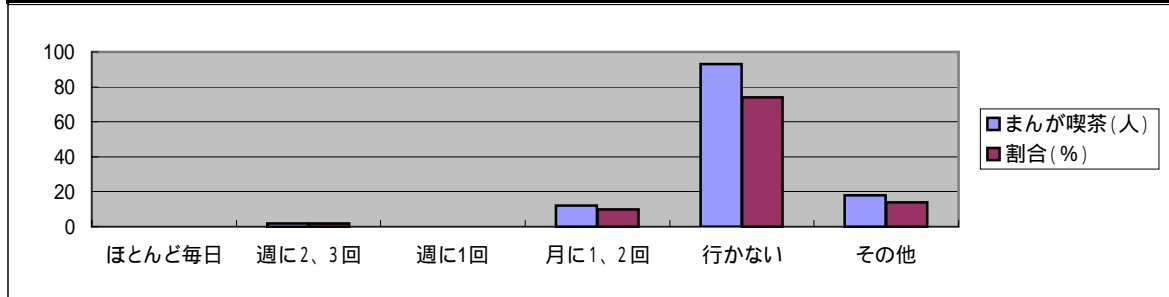
	ほとんど毎日	週に2、3回	週に1回	月に1、2回	行かない	その他	合計
書店(人)	5	35	42	43	0	0	125
割合(%)	4	28	34	34	0	0	100



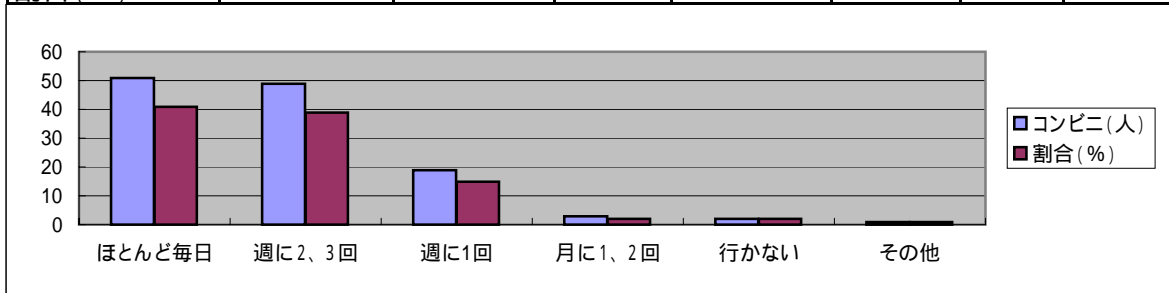
	ほとんど毎日	週に2、3回	週に1回	月に1、2回	行かない	その他	合計
新古書店(人)	0	3	13	59	44	6	125
割合(%)	0	2	10	47	35	5	100



	ほとんど毎日	週に2、3回	週に1回	月に1、2回	行かない	その他	合計
まんが喫茶(人)	0	2	0	12	93	18	125
割合(%)	0	2	0	10	74	14	100



	ほとんど毎日	週に2、3回	週に1回	月に1、2回	行かない	その他	合計
コンビニ(人)	51	49	19	3	2	1	125
割合(%)	41	39	15	2	2	1	100



	大学図書館	公共図書館
閲覧スペース	<ul style="list-style-type: none"> ・自習しやすい ・静かである 	<ul style="list-style-type: none"> ・ほとんど閲覧スペースがない ・子どもがうるさい
雰囲気	<ul style="list-style-type: none"> ・一度家に帰ると勉強したくなくなる ・同じ大学の学生で安心して利用できる ・周りの人が勉強しているのでモチベーションが上がる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームレスの人が居眠りしている ・子どもから年配までみんなが集う空間が好きである
開館時間	<ul style="list-style-type: none"> ・休館日があつて不便 ・便利 	<ul style="list-style-type: none"> ・5時で閉館するのが不便 ・遠くて不便
立地	<ul style="list-style-type: none"> ・毎日授業で大学に行くので授業の空き時間や放課後に行く 	<ul style="list-style-type: none"> ・便利な場所がない ・借りても返却が面倒 ・どこにあるか知らない
資料	<ul style="list-style-type: none"> ・授業の調べものができる ・専門書と論文、外国雑誌を利用する ・新聞が読める ・新聞記事索引端末が利用できる ・学生の目的が同じで借りたい本がたびたび貸出中 ・本が多すぎて逆に探にくいこともある ・大学の本はわりときれい ・PCでインターネットが利用できる ・映画(ビデオ・DVD)が利用できる ・電子ジャーナルや国会図書館の資料が利用できる ・オンラインで資料を取り寄せ注文できてメールで知らせてくれる ・サービスがあればいいと思う ・電子書籍にしてメモリースティックなどにダウンロードできればいいと思う ・どういふ本かコメントをつけてくれたりすればいいと思う ・社会人になっても使えるよう、もっと一般に公開してほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ・学部が必要な本はまずない ・ミステリーやフアンタジーなど最近出版された本を借りる ・雑誌、趣味の本、小説など生活に役立つものが多い ・娯楽的図書が多いので好き ・年齢性別を問わずにいるいろいろな市民をターゲットにしている ・ので様々な本が手にとれる ・規模が大きくないので探しやすい ・本の虫がはさまっていた
貸出方法		<ul style="list-style-type: none"> ・この春からインターネットで本の予約ができ、届いた時もメールで連絡可となり便利になった
希望するサービス		<ul style="list-style-type: none"> ・新刊が多く入ると、利用する頻度はかなり上がると思う