



2004
No. 4

The Natural Science Publishers' Association of Japan

自然科学書協会会報

発行人・志村 幸雄
編集・広報委員会
発行・2004年10月15日

社団法人 自然科学書協会

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-101 文化産業信用組合内 TEL03-3292-8281

URL : //www.nspa.or.jp e-mail : info@nspa.or.jp

著作権法改正に関する要望について

本年8月、文化庁より上記要望についての問い合わせが各関係団体（当協会・書籍協会・出版者著作権協議会・日本複写権センター・日本著作出版権管理システム等）にありました。当協会では、下記の5項目の事項について要望書を提出しました。

● 出版者に対する著作隣接権者としての権利の新設

出版界が従来から要望していることですが、近年、複写複製機器の技術的な進歩と普及に伴い、出版物の版面から大量の複製物が作成され、利用されています。出版者にはこういった複製に対応する著作権法上の権利は存在せず、著作権者に依存して対応するか、あるいは著作権者の権利の委任を受けて対応することしか現在は方法がありません。しかし、このことは出版にかかる大部分の費用を負担している出版者としては非常に不合理であり、早急に対応策を講じる必要があると考えています。

したがって現在、著作権法第89条においてレコード製作者、放送事業者等に認められている著作隣接権者としての権利について、1項追加して出版者に出版物の複製と公衆送信にかかる許諾権を新設することを要望しています。

● 公衆の使用に供することを目的として設置されている自動複製機器によって出版物から著作物が複製される場合について、著作権法第30条の権利制限規程の対象から除外すること

これはコンビニエンスストアなどにある複写機での複写を例外的に認めている著作権法附

則第5条の2を廃止するという要望です。

● 図書館が行うことのできるとされている複製について、利用者が商業目的・営利目的の「調査研究」を目的として複製を求めた場合、その対象から除外すること

図書館における複写そのものに異論を唱えるものではありませんが、それを利用することによって利益を得ることが前提となる場合には、著作権者の許諾を得た上で、適切な使用料が支払われるべきであるとの考えから、著作権法第31条第1項における複製を「非営利（非商業）目的の調査研究」に限定するという要望です。

● 図書館における複製に対する補償金制度の新設

● 学校等の教育機関における複製に対する補償金制度の新設

以上、5点の要望を文化庁に8月末に提出しました。紙面の関係で詳細は記述しきれませんが、ご理解をいただきますようお願いいたします。
(著作出版権委員会 及川 清)

自然科学書と出版界の国際組織

(株) 医学書院 金原 優

日本は世界の出版界の中では非常に重要な地位を占めていますが、残念ながら出版というビジネスにおいては商品に言語の壁があり、他の産業と比べるとそのままの商品の国際流通性は少ないかも知れません。しかしそれだけに日本の出版社は海外出版社と手を組み、翻訳出版を含む国際的活動を行うことによって専門情報を相互に提供し、新たな市場を生み出すことができるという大きな可能性を持っています。また、自然科学系の専門書市場にお

ける国際間の共通言語は英語であり、英語の出版物が世界の研究者の間では利用されています。日本も例外ではなく、英語の専門書・専門雑誌には大きな需要があり、出版界は研究者のそういった要望にも応えていかなければなりません。そのような環境の中で、自然科学書協会は出版界の中でもとりわけ海外との交流が必要であると思います。

出版界全体をとりまとめている国際的な組織はInternational Publishers Association (IPA: 国際出版連合)です。IPAは各国の出版協会と複数の国を地域別あるいは出版領域別にまとめて組織している団体で構成されており、現在その会員数は66カ国、78団体となっています。各国の出版協会は1カ国1団体と決められており、日本は書協が会員となっていますが、書協は本来書籍を出版する出版社の団体であり、IPAは書籍だけが対象ではありませんので、本来は雑協との連合体が会員となるべきかも知れません。1カ国1団体には例外があり、カナダのように英語圏とフランス語圏のある国においては、それぞれの言語を代表する団体がそれぞれIPAの会員となるのが可能です。

IPAの行動目標は「著作権の保護」、「出版の自由」と「出版物の自由な流通」であり、これらの項目は同時に会員各国の出版協会がそれぞれの国において達成しなければならないとされています。IPAは出版に関わる国際的な組織、つまりUNESCO、WIPO(World Intellectual Property Organization: 世界知的財産権機構)、IFRRO(International Federation of Reproduction Rights Organisations)といった組織と常に連携を保ち、出版の自由と著作権の保護に向けて様々な活動を行っています。

IPAの会費は各国の出版状況や経済状況を見極めた上で、IPAの会費算定委員会で案を作成し、総会で決定します。最大の拠出国はアメリカであり、年間会費は100,000スイスフランとなっています。その次のランクは日本、イギリス、スペイン、ドイツ、フランスであり、それぞれ同額の71,000スイスフランです。IPAの年間予算は約850,000スイスフランで、その

主な用途は人件費と弁護士・法的費用となっています。

International Association of Scientific, Technical and Medical Publishers (STM)は世界の理工学書と医学書の出版社が会員となって構成されており、現在その会員数は約100社26カ国となっています。日本の出版社でSTMの会員となっている社は、医学書院、オーム社、紀伊国屋、南江堂、培風館、丸善(50音順)であり、紀伊国屋を除きいずれも自然科学書協会の会員社となっています。STMは出版の中でも特に国際的な連携と著作権の保護が必要な理工学・医学系の出版社の共通問題を議論し、国際的な問題を解決するための組織として大きな役割を持っています。特に著作権の保護はSTM最大の課題であり、世界各地で時々発生する著作権侵害問題に上記のIPAと共に、また時には連帯して積極的に取り組んでいます。

STMの会員は個々の出版社ですので、会費も個々の出版社それぞれがSTM領域の出版売上に応じたカテゴリー別の会費を負担しています。役員選挙も会員が負担しているカテゴリー別の会費に応じて投票権が与えられます。その選挙は今年から全てインターネット上の投票サイトで行われることになりました。理事のうち6名は小規模出版社、中規模出版社、大規模出版社、非営利組織出版社、非米国出版社、非ヨーロッパ出版社、年齢35歳以下、といったいくつかの限定したカテゴリーの中から選ばれることになっており、広い範囲から理事を選任しようとする姿勢が伺われます。

IPAもSTMもいずれも著作権の保護を最大の行動目標として掲げており、実際問題として世界各国で発生している著作権侵害問題に双方連携してその対応にあたっています。また出版のデジタル化、図書館納本問題、編集者の育成等にも積極的に取り組んでいます。

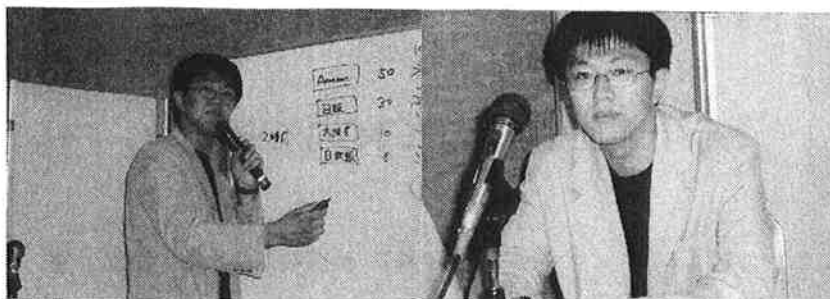
講演会

オンライン書店Amazon.co.jpの有効利用

—アマゾンジャパン(株)・バイヤー 土井英司氏講演より—

当協会では、7月15日、アマゾンジャパン(株)

のバイヤー土井英司氏を招き、日本出版クラブ会館において「オンライン書店Amazon.co.jpの有効利用」と題する講演会を開いた。以下はその要旨である。



オンライン書店の有効活用について講演するアマゾンジャパン(株)の土井英司氏

● アマゾンとは何か？

◇Amazon.comの概略

創業は1995年7月で、本社はワシントン州シアトル。売上規模は日本円で約5,000億円。現在の伸び率は120%となっている。

アマゾンはネット販売の会社で、アマゾンドットコム(アメリカ)とアマゾンインターナショナル(その他の国)とに分かれる。基本的にはアメリカでいろいろな技術実験をし、効果のあるものをインターナショナルに輸出していく、という仕組みになっている。

扱っている主な商品は、本(書籍・雑誌)をはじめ音楽、ビデオ、DVD、おもちゃなどで、豊富に品揃えし世界中で顧客を獲得している。

◇Amazon.co.jpの概要

2000年11月1日に本(書籍・雑誌)、洋書の販売を目的に創業。その後、ミュージック、DVD、ビデオ、ソフトウェアなどを次々と立ち上げている。本の取り扱いタイトル数は、和書は百数十万タイトルに達している。

東京オフィス(渋谷クロスタワー)の他、物流センター(千葉県市川市)、カスタマーサポートセンター(北海道札幌市)がある。

● どれくらい売れているのか？

売上金額等は一切公表していないが、アクティブカスタマーアカウント数は300万人(2003年第1四半期現在)。1日の出荷数は10万件強ぐらいで、本の比率が高い。

● どんな人が買っているのか？

男性64%と男性比率が高い。年齢は30~50歳が半分を占める。世帯年収で見ると高収入の人が多く、そのためか高額書(医書など)がよく売れる。また特徴として専門職の比率が高く、ビジネス・コンピュータ・英語などが強いジャンルとして挙げられる。既婚者率も非常に高い。

● 仕入れについて

人間とコンピュータの役割が明確に分けられて

いる。

◇バイヤーの仕事

バイヤーは、戦略を練り、タイトルを選定する。それらをネット上で予約登録をして、予約をとる。締め切りまでの予約状況を見て、指定部数を依頼する。

既刊・ストック分については、コンピュータが自動で予測するツールを独自に開発しており、その精度は95%を誇っている。

◇既刊は取次から引き当てる方式

返品率を下げるために取次に予測値を渡してストックしてもらい、バイヤーが毎朝、予測値を元にEDIで発注する。また取次から翌日に搬入予定の商品(ISBN・タイトル・冊数)の明細をチェックし、電子上で許可を出したもののみ入荷する仕組みになっている。

特に専門書のように数量を絞ったものは、アマゾンも取次も在庫を持たないために、販売の機会損失に陥りやすい問題があるようだ。

◇客注分は取次から版元へ自動発注

客注分は現在、アマゾン・日販・大阪屋・日教販の順に在庫分を確保し、残部が出た場合、版元へ自動発注する仕組みになっている。

● 情報収集の方法について

◇バイヤーが戦略タイトルを選定するための情報収集の仕方

前提として、基本書誌データ(ISBN・タイトル・著者・本体価格・取次搬入日・版元名)を版元からいただく。これらが買物だけではできる画面を作れる最低限の情報である。それ以外の新刊情報は大阪屋に搬入した銘柄が、翌日自動的にアメリカのサーバーに入り、時差の関係上1日遅れでサイトに上がる。

書誌データの提供先は、以下のようになっている。

＜理工図書(株)前社長 柴山和夫氏を偲ぶ＞

柴山さんのご冥福を祈る

森北出版(株) 代表取締役社長 森北 肇



前期より監事を務められていた柴山和夫氏が7月29日間質性肺線維症に起因した肺がんのため帰らぬ人となりました。享年69歳。謹んで哀悼の言葉を申し上げます。

4月以降肺線維症で一時入院され、その後退院し会社にも時々見られるということで、安心しておりました。肺線維症は完治しにくいとは聞いておりましたが、学生時代ラグビーで鍛えた体であり、またプロの自動車レース出場の資格がある1級ライセンスを持つ君のことだから、病魔を跳ねのけ必

ず立ち上がってくると信じておりました。

しかしながらその願いはかなわず不帰の旅に出られることになることは、人の寿命のはかなさに無常を感じずにはおられません。

今は心よりご冥福をお祈り申し上げますばかりでございます。

社長時代には数多くのロングセラーやベストセラーを刊行され工学専門出版社としてゆるぎない地盤を築かれたのであります。このように隆々とご発展のうちに5年前に創立100周年を迎えられまし

たことは、長年の努力の賜物と存じます。

ご創業以来代々にわたり発行された出版物は多数にのぼり、御社がこの蓄積の上に将来にわたって限りない躍進をなされるものと信じております。

君のご遺志は柴山斐呂子会長と志賀信義社長が立派に受け継がれ、優秀な社員の皆様と一丸となって御社がますますご繁栄されることを願っております。

柴山さんどうぞ安らかにお眠りください。

＜書誌データ＞＜在庫データ＞＜価格＞

大阪屋	○	○	○
日販		○	○
日教販		○	○
TRC	○		

アマゾンのサイトに自動的に上がるためには、3つのデータ(書誌・在庫・価格)が必要である。新刊配本をしない注文扱いの本は、サイトに上がっていない可能性がある。そのため、アマゾンでは注文扱いの本の購入比率が高いので、各版元はチェックしていただき、書誌データのないものについては情報の提供をお願いしたい。

◇在庫データ

アマゾンと取次3社の在庫をもとに、以下のように表示している。

＜お届けステータス表示＞

24時間以内に発送	→ アマゾンに在庫
1～3日	→ 各取次にアマゾン分として在庫を確保
それ以外	→ 出版VAN、大阪屋提供の在庫情報をもとに表示

アマゾン・各取次在庫は実在庫に基づいているが、それ以外は版元からの提供データ(出版VAN・大阪屋に提供している在庫データ)に基づいている。在庫データのない本については在庫切れと表示され、買物ができなくなる。よく売れている本であっても、まるまる機会損失となるので、ぜひ在庫データの提供もお願いしたい。

◇広告・パブリシティ情報

立ち上げ初期から見られる現象だが、他の媒体によるPRは影響が非常に大きい。

◇コンテンツ情報(表紙・内容紹介・目次など)

オンライン書店なので、コンテンツ情報は非常に重要である。特に専門書の場合、キーワードや表紙画像が重要で、版元の協力が是非とも必要である。

● アマゾン独自の販売方法とは

① パーソナライゼーション機能

「この本を買った人はこんな本も買っています」という機能。お客さんの買った本の関連書籍を、相関関係の高い順に並べて表示する。心理学的に非常に有効で、自分が良いと思った本を買ってい