

書籍販売における電子流通の現状と今後

荻野 準二氏 (八重洲ブックセンター郡山うすい店店長)

アメリカでは早くから300坪の店舗に10万冊程度の本を置き、スペースを広く採ってピアノを置き、本を読みながら音楽を聞くなど、お客に楽しんでもらうというアメニティ志向が出ている。これによって店と客との接触が深まり、結局多くの販売が可能になるという。

書籍・雑誌販売の仕組み

現在日本の書籍出版社の数は約4,600、その上位200社で販売規模2.5兆円のほぼ80%を占めており、書店を通じて売られる本が約70%、そのほか直販、コンビニ、キヨスク、生協そして学校などでの教科書(辞書、参考書、ドリル)販売などによっている。全国の書店数は26,000、出版数は普通1点につき3,000冊程度で最近では1万を超えるものは少ない。これらを全国の書店に配本するために44の取次会社による取次制度(金融、情報も扱う)があり、東販、日販の2社ではほぼその80%のシェアを占めている。また委託、常備など現代の環境にやや合わなくなったいくつかの古い制度が存在している。

書店のインターネット通販への取り組み

紀伊國屋、丸善など大手書店では独自のサーバーによってHPによる受注を行っている。しかしサーバーの維持管理、とくにその人件費にコストがかかり高度化への道は容易ではない。注文に対して在庫状況、発送予定日時、あるいは著者、内容などへの問い合わせに的確な返事をするためには大きな情報の完備が必要であり、またインターネットの注文には内容が違う、配本が遅いなどの理由による返品が多いという難点もある。HPで本の内容を詳細に提示するためには著作権の問題もある。読者が本の内容を吟味するのは書店、データを探すのはインターネット、とその特徴を使い分ける知恵が必要であろう。

他業種のインターネット通販への取り組み

楽天市場、ヤフー、新聞社、JRなど出版業界以外の業種から配本の仕組みへの参入が始まっており、三省堂は注文の書籍をJR東日本の駅で配本する試みを始めている。しかし米国アマゾン・コムにしても書籍

の販売を手掛けることで決して直接の利益を得るわけではない。書籍の注文者にはよい客が多いから、そのデータを利用することによってゆりかごから墓場までの他の大きなビジネスに利用しようとしているのだ。

インターネットと通販の連携

インターネットで注文を受け、在庫を検索し、配送する書店が長野、横浜、北九州、福井にできた。ニッパン・ミニトータルシステムは書籍の内容と展示棚の検索、在庫管理、売上管理、返品管理を一括して取り扱うシステムで、八重洲ブックセンターの郡山でもこれを利用して販売を行っている。しかし来客が手にとってみる注文とインターネットでの注文のどちらを優先するかにはジレンマがあり、結局新刊で売れ行きのいい本、平積みのできる本が商売の中心になってくる。

今後の展開

こうしたなかでインターネットによって、より便利な書籍の入手を計るために時間と距離を克服する手段、記録と検索の手法、情報の双方向性などについての開発が進められており、取次制度、再販制度の解体、著作権を含めた総合的な見直しが求められている。

Q & A から

@出版の理想はインターネットでも読め、印刷でも読めるというハイブリッド性。インターネットによる本の配信も始まるだろう。

@商品知識を改善するためにこれまでの販売士に代わってキュレータの資格を取らせる書店が出ている。

@本のカテゴリはビジネス、教育そして趣味。初めの二つはデータになりやすくインターネット向き。趣味は印刷媒体として残るだろう。

@最近の米国人の余暇はインターネットとテレビのない世界、そしてそこにはかならず本を持っていくという。趣味としての書籍の需要に陰りはない。

@アマゾンではHPに表紙、作者の意図、そしてその次に口コミページを設けている。そこは読者評の場。販売に寄与した評には出版社からのペイバックがある。

(文責 斎藤)