

フューチャー・ブックストア・フォーラム
ドイツ出版業界実態調査報告書

一般社団法人日本出版インフラセンター
株式会社文化通信社
2015年7月

目次

1. はじめに
2. 調査概要
 - (1) 目的
 - (2) 調査概要及び訪問先
 - (3) スケジュール
 - (4) 調査団メンバー一覧
3. ドイツの出版事情
4. tolineアライアンスの実態
 - (1) 概要
 - (2) マーケット状況
 - (3) toline ecosystem
 - (4) 各プレイヤーの具体的な取組状況
 - (5) tolineアライアンスの成功要因
5. 書誌情報の運用状況
 - (1) 流通用書誌情報の運用状況
 - (2) 図書館用書誌情報の運用状況
6. 価格拘束法の実態
 - (1) 概要
 - (2) 運用実態
7. 書店・出版流通の現状
8. 今後の進め方



1.はじめに

わが国の出版業界はいま、出版物の売上が18年連続減少し、書店の数も16年連続減少するというきびしい状況にあります。こうした危機的な状況のもとにあって、出版界は書店の活性化に向けた「フューチャー・ブックストア・フォーラム（FBF）」を立ち上げるなど、さまざまな取り組みを行っております。

今回のドイツ出版業界視察は、FBFの取り組みの一つとして、海外の優良事例に学ぶことを目的に、世界でも出版大国として有名なドイツの歴史的かつ先進的な事例を調査することとしました。現地では各プレイヤーのそれぞれの視点でヒアリングを行い、非常に有意義な調査となりました。

本事業の調査結果が、今後のわが国の出版業界発展の一助になれば幸いです。

ドイツ出版業界視察調査団 団長
公益財団法人 文字・活字文化推進機構 理事長
フューチャー・ブックストア・フォーラム 会長
肥田 美代子

2.調査概要

2.調査概要

(1) 目的

出版市場の落ち込み、とりわけ、書店数の減少が著しい状況のなか、日本出版インフラセンターでは、2011年より、リアル書店の活性化に向け、「フューチャー・ブックストア・フォーラム」を立ち上げ、様々な取組を実施している。

その取組の1つとして

- ①書店における電子書籍販売
- ②紙及び電子の出版情報の基盤整備

の可能性に関し、有識者等で構成する委員会で議論を行い、①に関しては事業化、②に関しては業界基盤整備に向けたセンタの設置等、書店の活性化等実現に向けた活動を行っているところである。

これら取組に対し、より効果的な活動とするため、海外の優良事例（具体的には、先進的な取組を行っているドイツ）を調査し、現行のビジネスモデルへの適用の可能性検討に資することを目的に「ドイツ視察調査」を実施した。

2.調査概要

(2) 調査概要及び調査先

調査概要		調査先	
1	tolino アライアンス	リアル書店における統一ブランド電子書籍サービス「tolino」が2014年第3四半期にアマゾンを凌駕したことから、このtolinoアライアンスの実態を調査	ドイツテレコム、出版社、書店、取次
2	書誌情報の 運用	流通用書誌情報並びに図書館用書誌情報（MARC）それぞれが一元化されているドイツの運用状況並びに流通用書誌情報と図書館用書誌情報の連携状況の実態を調査	出版社、書店、取次、ドイツ図書流通連盟子会社（MVB）、ハンブルグ州立図書館
3	価格拘束法	日本では、著作権保護の観点から、書籍、雑誌、新聞、音楽ソフト（音楽用CD、レコード、音楽用テープ）を「不公正な取引としての再販行為の適用除外品目」としているが、ドイツでは、法律（書籍価格拘束法）により、 <u>書籍の販売価格を出版社が定めて販売することが義務付けられている。</u> この価格拘束法の運用実態と日本の再販制との相違点等の実態を調査	出版社、取次、書店、ドイツ図書流通連盟子会社（MVB）

2.調査概要

(3) スケジュール

訪問日	訪問先	カテゴリ	面会者
6月15日	Stories! (独立系書店) ストーリーズ シュトラッセンバーンリング店	書店	社長 アネローゼ・ボイリツ氏
	Kurt Heymann (独立系書店) クルトハイマンブックセンター (有)	書店	社長 クリスチャン・ハイマン氏 部長 マークス・カプラン氏
	Deutsche Telekom AG ドイツテレコム	通信会社	クラウス・レンケル氏
	Tiger Books Medea タイガーブックスメディア (有) (オettingerグループ)	出版社	デジタルコンテンツ部長 クリスティーナ・キュール氏
6月16日	Thalia (大型書店) タリア ヨーロッパパッサージュ店	書店	店長 ニコラ・カーゲルマン氏
	ハンブルグ州立図書館	図書館	eBook担当 ジャニナ・ヘンベル氏
	Libre (大型取次) リブリ	取次会社	社長 ハンス・ペーター・キューベラー氏 ホワイトラベル開発者 ダール・ハイマー氏
	Tokyo Pop トーキョーポップ	出版社	社長 ヨアヒム・カップス氏
6月17日	Buchhandlung Moritzplatz (独立系書店) モーリッツプラッツ書店	書店	社長 ベン・フォン・リムシャー氏
	MVB (ドイツ図書流通連盟の子会社)	その他	社長 ロナルド・シルド氏
6月18日	Hugendubel (大型書店) フーゲンドゥーベル シュティーゲリッツ店	書店	店長 ウテ・バウアー氏
	Carlsen カールセン	出版社	編集長 カイ・シュテファン・シュヴァルツ氏
	Hugendubel (大型書店)	書店	社長 ニナ・フーゲンドゥーベル氏
6月19日	Dussmann KulturKaufhaus ドゥスマン クルトウア・カウフハウス店	書店	PR長 ビアンカ・クルーマー氏

2.調査概要

(4) 調査団メンバー一覧

	所属	役職	氏名
団長	1 (公財) 文字・活字文化推進機構	理事長	肥田 美代子
副団長	2 専修大学	教授	植村 八潮
副団長	3 (一社) 日本書籍出版協会	専務理事	中町 英樹
副団長	4 (一社) 日本出版インフラセンター	専務理事	永井 祥一
メンバー	5 (株) 小学館	デジタル事業局ゼネラルマネージャー	田中 敏隆
	6 (株) 集英社	書籍販売部部長	佐野 明夫
	7 (株) 講談社	社長室室次長	乾 智之
	8 (株) 翔泳社	取締役	岩切 晃子
	9 (株) ポプラ社ロジスティクス	代表取締役社長	岳野 保
	10 (株) オーム社	次長	鴫田 幸貴
	11 (株) オーム社	次長	幸野 友浩
	12 (有) 明日香出版社	代表取締役	石野 栄一
	13 (有) 明日香出版社	ディレクター	渡辺 久夫
	14 (株) 今井書店	代表取締役会長	田江 泰彦
	15 (株) 大垣書店	代表取締役	大垣 守弘
	16 (株) 大垣書店	専務取締役	大垣 全央
	17 (株) マルカン	代表取締役	佐々木 一
	18 楽天 (株)	ブックス事業 戦略企画室 室長	片山 誠
	19 (株) 朝日新聞社	記者	守 真弓
	20 江戸川大学	教授	清水 一彦
	事務局	21 (株) 文化通信社	常務取締役
22 (公財) 文字・活字文化推進機構		秘書課長	中澤 法子
23 (一社) 日本出版インフラセンター		事務局次長	田代 信光

ドイツ視察団メンバー



3.ドイツの出版事情

3. ドイツの出版事情

- ドイツの書籍市場は縮小しており、電子書籍市場の規模は小さく書店の粗利益も少ないため、紙の書籍の落ち込みを補うまでに至っていない
- 電子書籍の市場は、数年前に比べると著しい伸びとはなっていないが、確実に伸びている
- ドイツは価格拘束法により、出版社が決めた価格で販売しなければいけない（紙・電子とも、電子は法律で定義されていないが、運用解釈で対応）
- 書籍の取引は原則買取りで、日本の様な返品自由な委託販売制ではない
- ドイツの書店は、雑誌を扱っておらず、雑誌の流通ルートはKIOSK等の駅売店やCVSルートである
- ドイツの出版社は年間に2回程度（3月と9月）新刊書籍を受注し、書店が半年～3ヶ月前にカタログによる事前発注を行う方式で流通
- 取次によるドイツ国内の物流網が確立されており、夕方注文した書籍は翌朝書店に配送されるため、書店は、小ロット注文が可能

このため、過剰在庫を抱える必要が無く、その結果返品率は5～6%程度

4.tolinoアライアンスの実態

4.tolinoアライアンスの実態

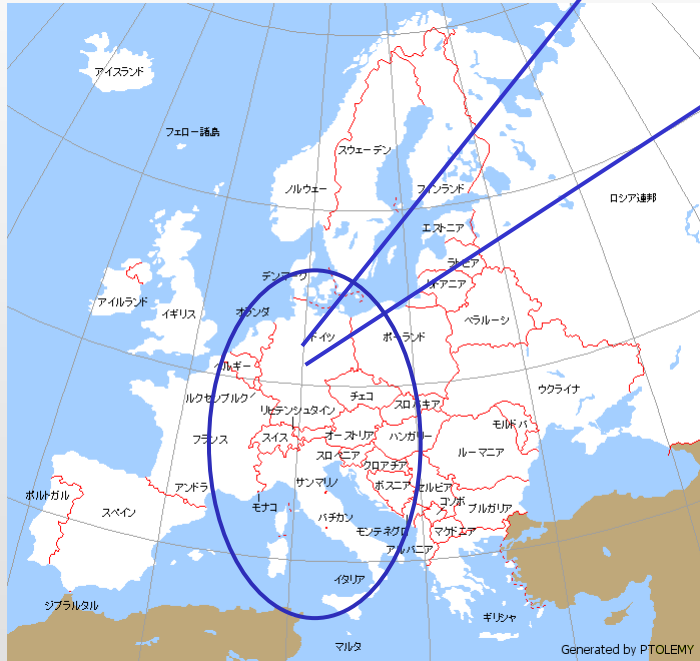
(1) 概要

- tolineはブランド名
 - tolineブランド端末 (※) を参加書店で販売し、その端末経由で販売されたコンテンツの利益の一部が書店の収益
 - ※) ①tolino shine
 - ②tolino vision2
 - ③tolino tab8
- } 専用端末
- カラータブレット
- 2013年3月よりサービスを開始 (若いブランド)
 - 最初は大手書店 (タリア、フーゲンドゥーベル、ウィルトビルト、クラブ・ベルテルスマン) とドイツテレコムで立ち上げ
 - 現在はドイツのみならずヨーロッパ各国 (オランダ、イタリア、ベルギー等) に取扱書店規模が拡大



4.tolinoアライアンスの実態

(2) マーケット状況

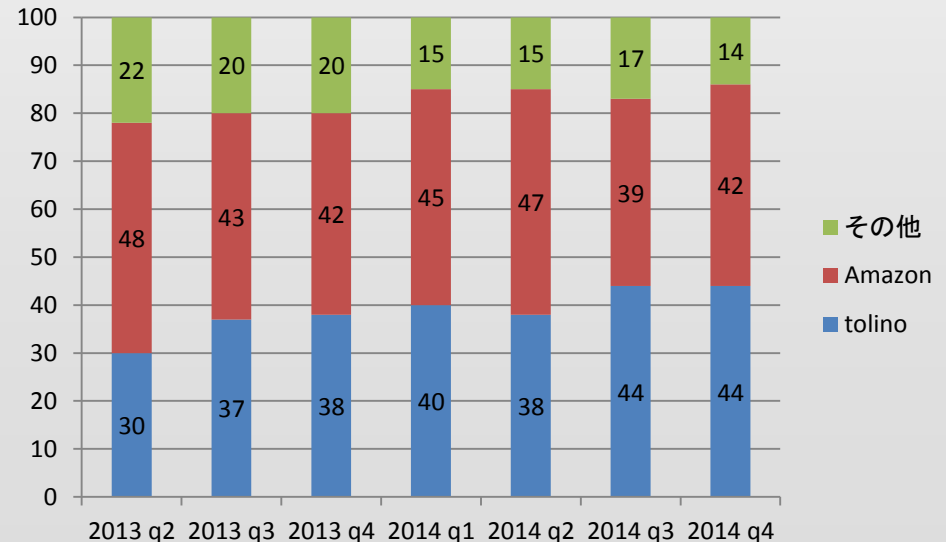


- 6か国に展開（ドイツ、オーストリア、スイス、イタリア、オランダ、ベルギー）、他国の書店とも交渉中
- 将来的にはヨーロッパ以外も視野
- 20書店、1,500店舗

- 350万人 読者数
- 150万点/月 電子書籍販売
- 150万台 端末販売（累計）
- 180万点 商品点数

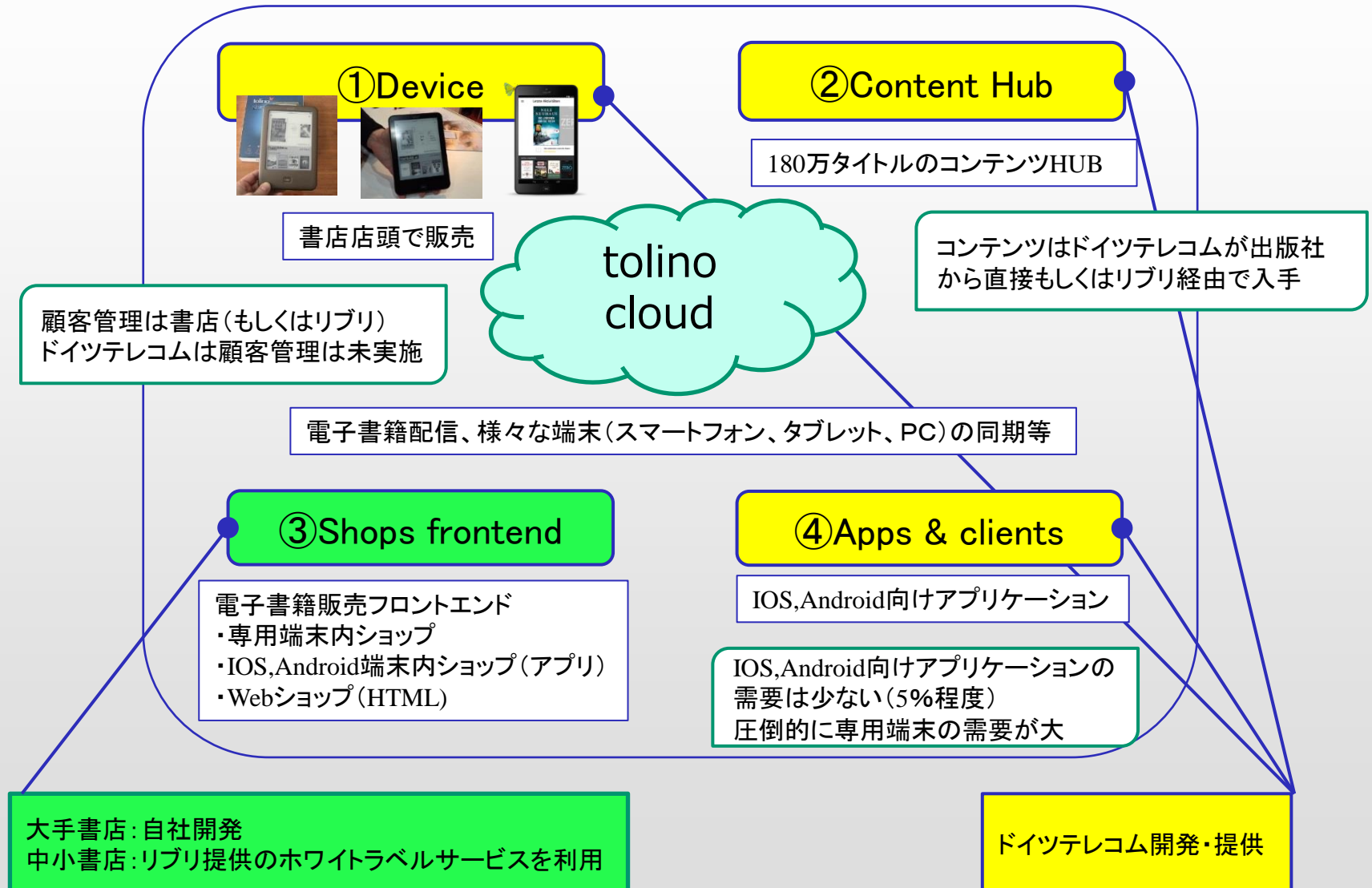
ドイツにおけるtolinoのシェア

Source: GfK



4.tolinoアライアンスの実態

(3) toline ecosystem



4.tolinoアライアンスの実態

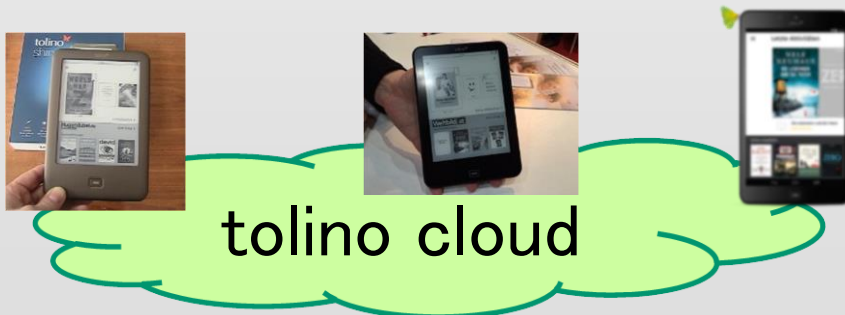
(4) 各プレイヤーの具体的な取組状況

<ドイツテレコム>

IT技術の提供

- tolineno端末開発・提供（wifi対応、3G等の通信モジュールはなし）
- tolinenoクラウドシステム開発・提供（電子書籍配信、マルチ端末同期機能等）
- IOS,Android等アプリ開発・提供
- コンテンツ集約・管理(コンテンツを出版社から集約（一部はリブリ経由）

※電子書籍ショップのフロント（専用端末、IOS,Android 端末、Web等）、決済システムは書店（もしくはリブリ）が対応



ドイツテレコム デジタルコンテンツ部長
クラウド・レンクル氏

4.tolinoアライアンスの実態

(4) 各プレイヤーの具体的な取組状況

<書店>

顧客並びに販売ノウハウの提供

- 店頭に専用什器（統一ブランド）を設置し、tolino端末を販売
- 自書店の顧客への端末操作方法の説明並びに電子書籍の紹介
 - ⇒40代以上の女性客がメイン（70%が女性）
- 電子書籍ショップのフロント・決済（専用端末内ショップ°、IOS,Android端末内ショップ°（アプリ）、Webショップ°（HTML））を設定・開発・運用（独立系書店等はリブリが提供しているホワイトラベルサービスを利用）
- tolinenoの顧客管理は、書店（ホワイトラベルサービスを利用している書店はリブリ）が実施
- 大きな利益が出るわけではないが、必要に迫られた取組

⇒Amazonへの顧客の流出阻止

端末販売の粗利益	⇒書店	0%
電子書籍販売の粗利益	⇒出版社	70%
	書店	30%（※）

※）リブリのホワイトラベルサービス
 利用する場合は10%
 ドイツテレコムと直接取引の場合は
 クラウド利用料を引いた分が粗利益

4.tolinoアライアンスの実態

(4) 各プレイヤーの具体的な取組状況

<リブリ>

独立系書店への支援サービスの提供

- ▶ 従来から展開しているホワイトラベルサービス（※1）にtolinoの電子書籍販売サイト機能（※2）を追加し書店へOEM提供(主に独立系の中小書店、tolino参加店舗の1/4強)

※1：ネットショップ機能(カタログ、サイト編集、コンテンツ管理、決済機能、マーケティング等) の提供サービス

※2：専用端末内ショップ、IOS,Android端末内ショップ（アプリ）、Webショップ（HTML）のフロント機能の設定・開発・運用



リブリ 社長 ハンス・ペーター・キューベラー氏（右）
ホワイトラベル開発者 ダール・ハイマー氏（左）

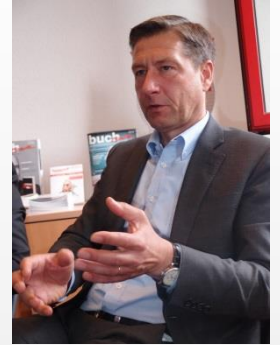
4.tolinoアライアンスの実態

(5) tolineoアライアンスの成功要因

① Amazonに対する危機感

電子書籍では儲からないが、お客さんを維持するためにどうしても必要。昔からのお客様がAmazonで買ってしまふのが一番恐ろしい。一度Amazonに行ったら戻ってこない。

(クルトハイマンブックセンター 社長 クリスチャン・ハイマン氏)



競争しなければならないのは他の書店ではなくてアマゾン。すべてのメンバーが自分のやりたいことをやるのではなくて、共通の目標に向かうことが重要。

(フーゲンドゥーベル 社長 ニナ・フーゲンドゥーベル氏)



日本の電子書籍は価格拘束の対象外だから、tolino的なことをやらないという理由にはならない。「死ぬのが怖いから自殺する」というような考え。

(ドイツテレコム デジタルコンテンツ部長 クラウス・レンクル氏)



⇒ 業界共通の認識

4.tolinoアライアンスの実態

(5) tolinenoアライアンスの成功要因

②統一ブランドによる展開

何処の書店に行っても高級かつ統一的なブランドイメージの展開による
 お客様への安心感の醸成 ← 小さな書店も参加しやすい環境
 (書店名等を入れない「tolino」ブランドだけのテレビCMの展開による認知度
 の向上 ⇒ 当初は7.6%の認知度が現在は80%まで向上)



③各プレイヤーの強みを出し合い、アライアンスを短期間で構築

ドイツテレコム ⇒ IT技術

大手書店 ⇒ 常連客の囲い込み等のノウハウ

※ドイツテレコム、タリヤ、フーゲンドゥーベルは、それぞれ端末開発を行い
 電子書籍ビジネスを展開していたが、失敗した経緯あり

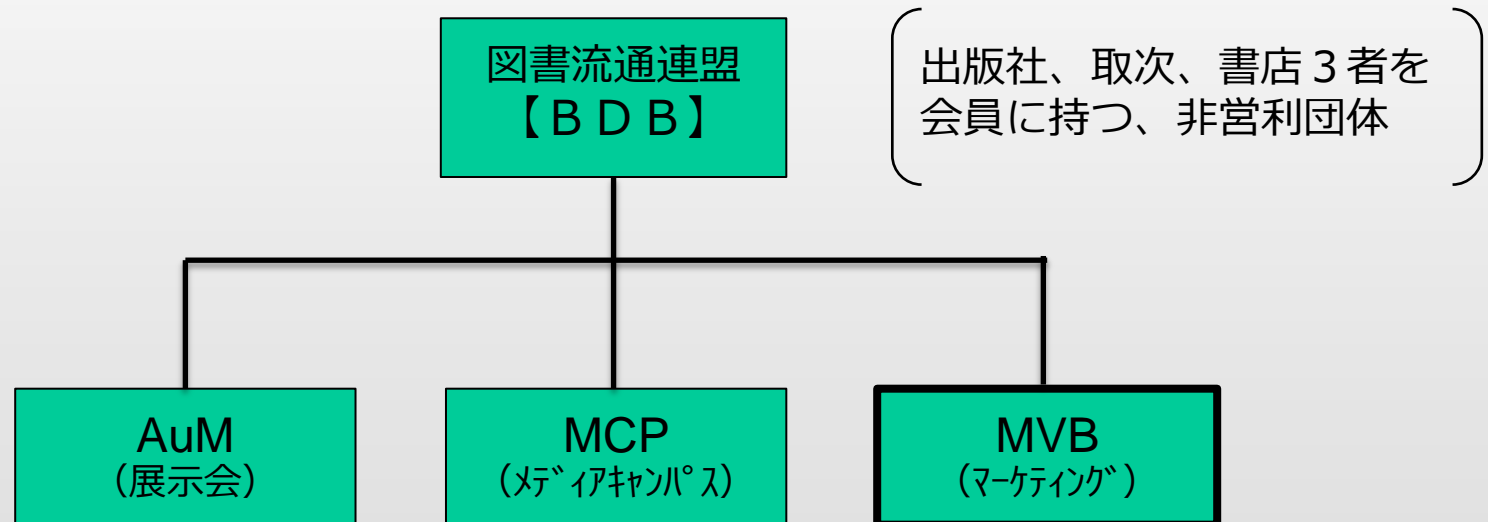
5.書誌情報の運用状況

5. 書誌情報の運用状況

(1) 流通用書誌情報の運用状況

書誌情報はドイツ図書流通連盟（※）の子会社であるMVB(※) という民間会社が一元的に作成・管理しており、概要は以下のとおり

※) 巻末の調査先企業等概要参照



5.書誌情報の運用状況

(1) 流通用書誌情報の運用状況

項目	内容
書誌情報DB作成・管理団体	M V B (ドイツ図書流通連盟の子会社)
書誌情報データベースの名称	V L B
概要	M V Bは出版社から提供される書誌情報を基に書籍のカatalogデータ (V L B) を作成し、業界のマスターデータとして、関連事業者・団体に提供
歴史	I S B Nができた40年前より作成
登録タイトル数	<ul style="list-style-type: none"> ・200万タイトル (紙、電子)、紙の本が年間8万タイトル増えており、その殆どが電子化 (特に専門書系が多い) されるため、年々増加傾向 ・紙の本は売り切れて、データベースから削除されることがあるが、電子書籍は売り切れることは無いため、V L Bデータベースに永久的に残る
登録データの種類	紙の本、電子書籍、印刷されていない本 (提供できない本) のデータ

5.書誌情報の運用状況

(1) 流通用書誌情報の運用状況

項目	内容
情報提供出版社数	22,000社
情報利用者 (配信先)	取次、書店、国立図書館
登録の時期	半年前から3ヶ月前まで（発売3か月前にVLBに登録すれば、書店の事前発注に間に合うため、殆どの出版社が、3か月前までに書誌情報を登録←書店は発売の6～12週間前にVLBに登録されたデータを基に事前発注）
データ登録料	<p>①データ項目が揃っている場合⇒1.9ユーロ/年・タイトル</p> <p>②データ項目が不完全の場合⇒4.6ユーロ/年・タイトル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出版社に請求、タイトルのデータが存在する限り毎年課金 ・データ更新は無料 ・MVBは実際の本を確認するわけではないため、たくさんのデータを集め、かつ精度の高いデータを集めるために、このような料金体系で実施
利用方法	利用者により異なるが、お客の店頭に無い本の問い合わせに対し、提供できるかどうか、どこにあるか、どうやって注文できるかを確認する等の①提供可否の確認用データとして利用、②書店の自社システムのマスタデータとして利用、③オンラインショップのタイトル情報のデータとして利用等、様々。アマゾンも利用。

5.書誌情報の運用状況

(1) 流通用書誌情報の運用状況

項目	内容
データ利用料	利用人数に応じた年間利用料、利用者が1人の場合は、35ユーロ/月で年間約400ユーロ、大手企業向けの使い放題の料金は25,000～30,000ユーロ/年
紙と電子のデータベースの管理	1つのデータベースで管理
出版社からのデータの集約方法	<ul style="list-style-type: none"> ・大手出版社は①ONIX形式による一括登録、小さい出版社は、②EXCEL形式による一括登録もしくは、③Web入力による個別登録の方法で書誌情報を集約 ・ONIX形式の出版社は300～400社で全体の50～75% (タイトル数レベル) ・データの変更情報の登録が多く、毎月数百万レコード規模
データ項目	データ項目数は200項目、必要最低限の項目は、出版社名、ISBN、タイトル、著者、内容説明、価格、カテゴリー、提供可能かどうかのステータス（在庫有り、印刷中等）等
VLB作成・維持のための人数	30人
電子書籍のコード管理	電子書籍のコード管理は、紙とは別のISBNを付与、足りなくなったら、「979」を使う予定

5. 書誌情報の運用状況

(1) 流通用書誌情報の運用状況

項目	内容
V L Bデータベースのステータス情報の項目	<p>以下の7つ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①提供可能（在庫有り） ②まだ、提供できない（未刊） ③しばらく、提供できない（品切、重版未定） ④プリントオンデマンド（重版予定あり） ⑤まだ提供できない、いつかはP O Dで提供 ⑥e-bookオンデマンド（専門書等）⇒読者から要求があればebookを作る ⑦e-bookオンデマンドはまだ手配できない <p>・通常は、①～⑤</p> <p>・出版社は3か月に1回、手配できるかどうかの情報を提供する義務があり、提供しないと違約金を取る仕組み。</p> <p>・リブリ等とV L Bのシステムはオンラインでつながっており、毎晩データ更新を行っている、出版社が取次を使わない場合は、出版社の情報で更新している。この仕組みで書店はリアルタイムに本の在庫が分かる仕組み。</p>
V L Bデータベースの精度向上の仕組み	<p>出版社のデータが自動的にV L Bに入るのではなく、1,000項目にわたる自動検査（例えば、発売日が未来なのに現在納品可能というような矛盾をチェック）を実施。紙と電子の検査は一部異なるが、メタデータに関してはほぼ同一。担当者はそれぞれ専担。</p>

5.書誌情報の運用状況

(1) 流通用書誌情報の運用状況

項目	内容
図書館との情報連携	<ul style="list-style-type: none"> ・MVBはVLBデータベースをドイツ国立図書館にONIX形式で提供 ・国立図書館は、VLBデータに情報を付加して戻してくれるため、利用料金は取らず、無償で提供 ・国立図書館は、MVBから提供されたVLBデータベースと出版社から納本される実物の本を基に図書館で必要な情報を付加し、MARC21フォーマットに変換・作成 ・国立図書館は作成したMARC21フォーマットの新刊情報をドイツ国内の図書館に提供し、公立図書館の選書に利用←出版社は3ヶ月前にVLBに書誌情報を登録するメリットが大

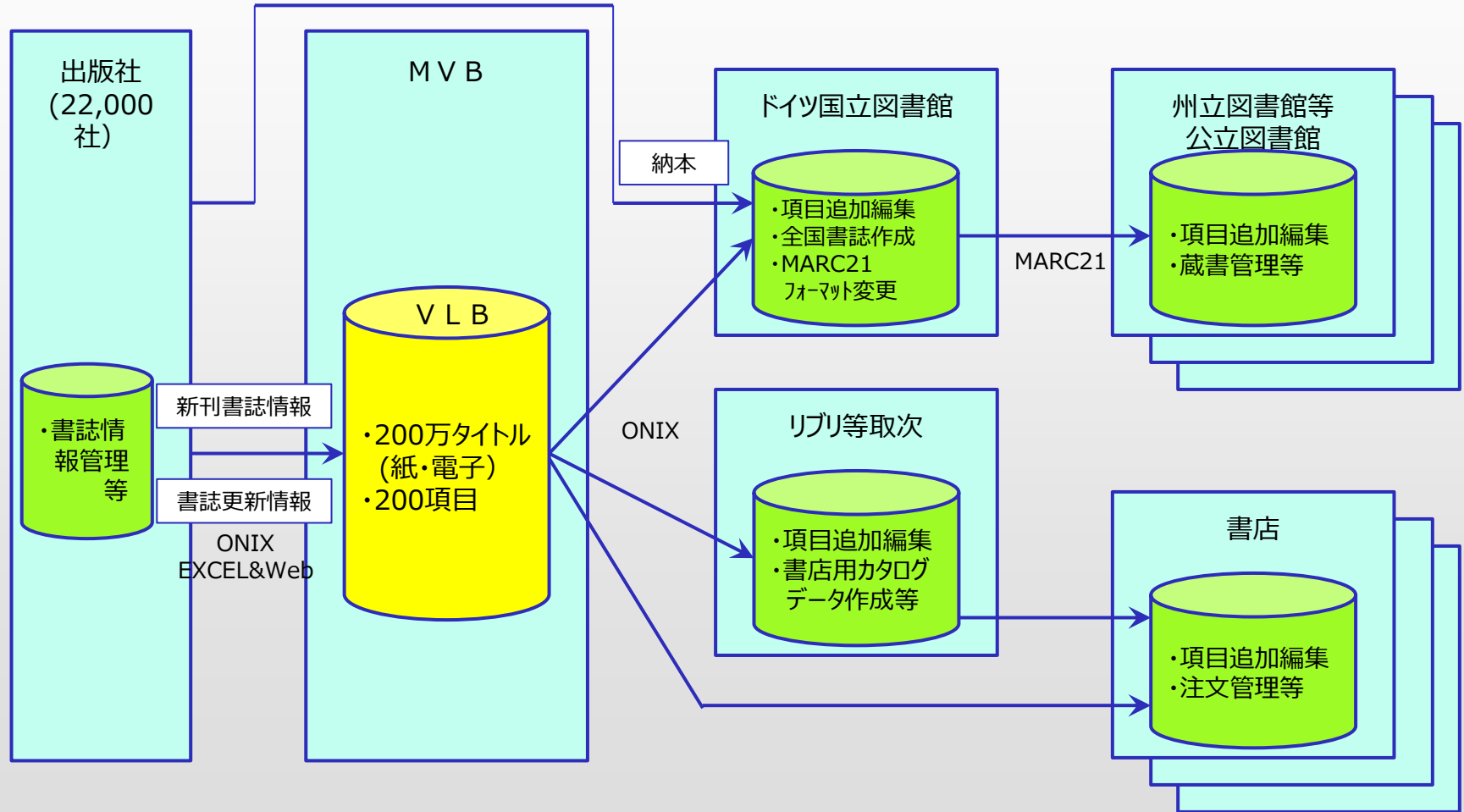


MVB 社長 ロナルド・シルド氏

5. 書誌情報の運用状況

(1) 流通用書誌情報の運用状況

ドイツにおける書誌情報の作成・流通



5.書誌情報の運用状況

(2) 図書館用書誌情報の運用状況

図書館用書誌情報（MARC21（※））は、国立図書館が作成し、その情報を各公立図書館が活用している。今回、ドイツ国立図書館に訪問できなかったため、ハンブルク州立図書館で調査した内容と日本の国立国会図書館にお願いして、独自に調査頂いた内容を基にドイツにおける図書館用書誌情報（MARC21）の運用状況について以下に述べる。また、ハンブルク州立図書館（※）の運営実態も併せてレポートする。なお、各組織の概要及び専門的な用語（以下※を付与）は巻末を参照されたい。

5.書誌情報の運用状況

(2) 図書館用書誌情報の運用状況

(a) 図書館用書誌情報の運用状況

項目	内容
国立図書館の書誌情報（以下全国書誌という）件数	2012年 : 587,946件 2013年 : 1,064,798件 2014年 : 684,126件 2014年累計 : 14,089,248件
全国書誌の作成の流れ（国立図書館）	①MVBが作成しているV L B（流通用書誌情報）の刊行予定情報を定期的かつ自動的に入手 ②出版社より実際の本が納本 ③①及び②の情報により、全国書誌を作成 全国書誌作成のための専門スタッフを配置し、図書館に必要な情報に編集、具体的には、V L Bの簡易な分類を更に詳細な分類情報にし、件名等の情報を追加し、完成させる
刊行予定情報を含む最新情報の提供（国立図書館）	<ul style="list-style-type: none"> ・完全な全国書誌ができるまでには時間を要するため、一部の情報を基に、刊行予定情報を含む最新情報を作成し、週次で提供するサービスを公共図書館向けに実施 ・提供は、国立図書館のWebサイト及び目録データベースを通じて実施 ・公共図書館はこのサービスを利用し、選書、購入を実施 ・同等のサービスを提供するEKZという会社があり、EKZは新刊情報だけでなく、図書館の規模に応じて自動選書を行い、書籍を送付するサービスも提供。（ハンブルク州立図書館（※）は本サービスを利用）

5.書誌情報の運用状況

(2) 図書館用書誌情報の運用状況

(a) 図書館用書誌情報の運用状況

項目	内容
国立図書館の全国書誌利用料	<ul style="list-style-type: none"> ・2015年7月より無料 ・ただし、データ入手するためのサービスの利用料は必要（データ利用料は無料）⇒ハンブルク公共図書館では、週に1回更新で80～160ユーロ/月、年間では960ユーロ～1,920ユーロ程度かかっており、データ量に応じてサービス利用料が変動
国立図書館が全国書誌フォーマットをMAB（※）からMARC21に移行した理由	<p>M A Bはドイツ独自のフォーマットであり、MARC21に移行することにより、</p> <ol style="list-style-type: none"> ①国際的な書誌データへのアクセスやその入手が容易になること ②異なるソースの書誌データを統合して扱えること ③（世界的な）MARCコミュニティに参加できること（ドイツ語圏の書籍（文化）の国際的な認知度の向上） ④図書館システムの選択肢が広がること 等 <p>の理由により移行を実施</p>
CIP（※）を無くした理由	<p>ドイツ図書流通連盟（※）の子会社M V B（※）との協力により、M V Bが作成している流通用の書誌情報（V L B）を入手することにより、C I Pで得ていた情報が得られるようになったため、C I Pは2004年に廃止</p>

5.書誌情報の運用状況

(2) 図書館用書誌情報の運用状況

(b) ハンブルク州立図書館の運営実態

項目	内容
図書館概要	<ul style="list-style-type: none"> ・蔵書は47万点 ・年間5万点は新しく図書を購入し、5万点を廃棄（従って、蔵書の数是一定で、比較的新しいものとなっている） このシステムは本図書館のみ、一般的には図書館は、廃棄しない ・貸し出しを行っているものは、本、電子書籍、DVD、オーディオブック等、マンガ、ゲームも扱っている、オーディオブックは、再生装置も含め、貸し出しを実施
貸出点数	70点（本や電子書籍等を含め）借りることが可能
利用料	図書館利用料として <ul style="list-style-type: none"> ・紙と電子書籍の両方を利用する場合は年間45ユーロ ・電子書籍のみの場合は年間25ユーロ の利用料を徴収
ベストセラーの貸し出し	年間利用料とは別に利用者から1冊あたり2.5ユーロの追加料金を徴収しており、その収入は図書購入費に充てられている

5.書誌情報の運用状況

(2) 図書館用書誌情報の運用状況

(b) ハンブルク州立図書館の運営実態

項目	内容
書誌情報の入手	書誌情報（MARC 21）は、毎週国立図書館から入手（データ料は無料、サービス利用料は有料で、で80～160ユーロ/月、年間では960ユーロ～1,920ユーロ程度）
蔵書の購入	<ul style="list-style-type: none"> ・一般書はEKZという図書館サービス専門会社より、自動選書システムを利用し購入→70% ・専門書等は書店から購入→30%
図書館と書店の関係	<ul style="list-style-type: none"> ・図書館と書店の関係は、法律上、図書館に権利を与えられているので特に大きな問題はない ・本を買わない人は図書館も利用しない、図書館を利用する人は本を購入するので問題ない ⇒良好な関係
図書館と出版社の関係	<ul style="list-style-type: none"> ・図書館は、1年間の貸出量に応じて出版社に行政（国、市等）が出版社に支払いすることになっている ・正確な金額は把握していないが、1貸出あたり1セントから2セント

5. 書誌情報の運用状況

(2) 図書館用書誌情報の運用状況



ハンブルグ州立図書館の外観

図書館内の様子



5. 書誌情報の運用状況

(2) 図書館用書誌情報の運用状況



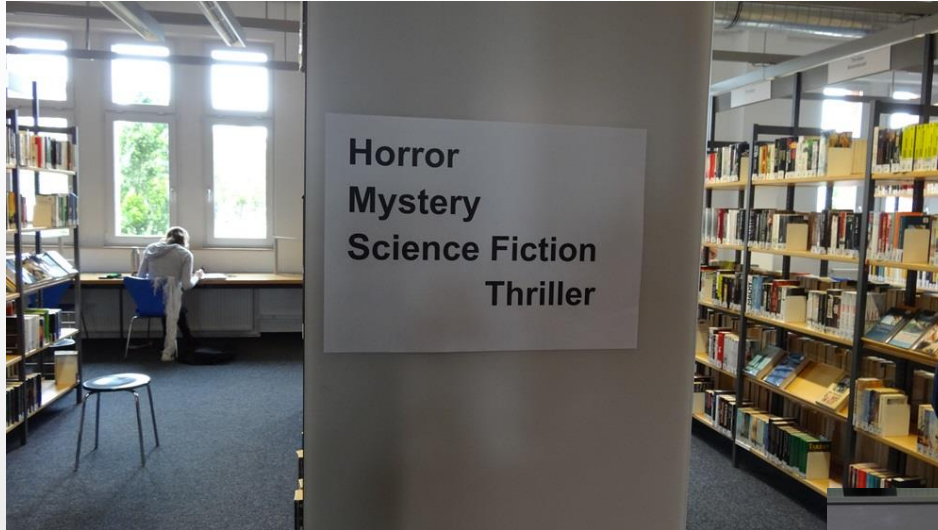
週間ベストセラーリスト



ベストセラーの追加価格表示

5. 書誌情報の運用状況

(2) 図書館用書誌情報の運用状況



図書館内部



マンガの棚

6. 価格拘束法の実態

6. 価格拘束法の実態

(1) 概要

日本では、著作権保護の観点から、書籍、雑誌、新聞、音楽ソフト（音楽用CD、レコード、音楽用テープ）を「不公正な取引としての再販行為の適用除外品目」としているが、ドイツでは、法律（書籍価格拘束法）により、書籍の販売価格を出版社が定めて販売することが義務付けられている。

書籍価格拘束法の概要は以下のとおり

1) 制定の経緯

- ・ 1887年：ドイツでは古くから出版物の再販価格の拘束（再販制）が行われてきた。出版者による書籍の投げ売りが書店の経営を圧迫していたことから、図書流通連盟が規約を策定し、再販制度を確立した。
- ・ 1957年：西ドイツにおいて日本の独占禁止法に相当する「競争制限禁止法」が定められ、同法では、価格の自由な形成を制限するような企業間契約を原則として禁じているが、出版物についてはこの原則を適用せず、価格拘束が許された。

6. 価格拘束法の実態

(1) 概要

1) 制定の経緯

- ・ 1992年：EEA (欧州経済領域)協定に基づく欧州市場統合に伴い、共通市場内のドイツ語圏であるドイツ、オーストリア、スイスの3か国の書店業界が、出版物の価格拘束を義務付ける集団契約を締結した。
これは、出版物の逆輸入によって、出版国の再販制が形骸化するのを防ぐことをねらったものである。しかし、競争制限禁止にかかわるEC法(後にEU法)において、領域内の複数国に効力が及ぶ再販制については違法の疑いがあった。
- ・ 2002年：EUの欧州委員会において、領域内の複数国に効力が及ぶ出版物再販制を違法と見なす気運が高まったため、再販制を協約に基づくものから法律に基づくものに改めるため、「出版物の価格拘束を規定するための法律」を制定

6. 価格拘束法の実態

(1) 概要

2) 法律の概要

(目的)

文化財としての書籍を保護すること、広範囲にわたる書籍提供を維持すること、販売拠点が数多く存在することによって公衆がこのような書籍提供を受けられるよう保障することを目的とする。(第1条)

(適用範囲)

楽譜、地図、書籍や楽譜や地図の複製物、及びこれらの複合物。外国語の書籍は、主にドイツで販売される場合にのみ適用対象。(第2条)

※適用範囲には電子書籍も含むと解釈されている。ただし、マルチメディア機能が高度なもの(エンハンスドeブック)に関しては、業界団体、国、アマゾンなどで見解が分かっている。

(価格拘束)

書籍の販売を業として行う者は、拘束価格を決めなければならない。ただし、古書は適用対象外。(第3条)

6. 価格拘束法の実態

(1) 概要

2) 法律の概要

(国境を越える販売)

国境を越える取引は適用外。ただし、価格拘束の回避を目的として国境を越える取引が行われたとみなす客観的な状況が存在する場合には、拘束価格を適用。(第4条)

(価格決定)

書籍を出版または輸入する者は、売上税を含む価格を定め、かつ、適切な方法で公にする義務を負う。(第5条)

(販売)

販売業者の売上高に応じて値引きを行うことは許されない。(第6条)

(例外規定)

書籍の出版者、輸入者又は書籍商等に自家用として販売される場合、著者に自家用として販売される場合、教師に授業での利用のための審査を目的として販売される場合、書籍に汚損・破損等がある場合、閉店する書店が在庫処分セールを行う場合には適用除外される。その他、学術図書館(大学図書館等)、自治体や学校の図書館への販売等の場合には割引が許される等の例外あり。(第7条)

6. 価格拘束法の実態

(1) 概要

2) 法律の概要

(価格拘束の期間)

出版者及び輸入者は、適切な方法で公にすることにより、発行から18か月以上を経た版の書籍の拘束価格を終了させることが可能。 発行後18か月に満たないうちに再版されたり、特定の期日を過ぎたことで価値を大幅に失った書籍については、発行後適切な期間が経過した後に拘束価格を終了させることができる。 発行から2年以上を経過した書籍については、最終販売者は拘束価格を順守する義務を負わない。ただし、楽譜の場合及び最終販売者が返品の特権を有している場合、この順守義務の免除は適用されない。(第8条)

6. 価格拘束法の実態

(2) 運用実態

項目	内容
価格拘束の価格の拠り所	MVBが提供している書誌情報データベースVLBに掲載されている価格が価格拘束される正式な価格、従って、書店はVLBに掲載されている価格で販売しなければならず、それ以外の価格で販売したら法律違反
価格拘束期間内の価格の変更	<ul style="list-style-type: none"> ・ 出版社が販売価格を決め、出版してから18か月間は拘束されるが、その期間に出版社が価格を変更することも可能である。 (例えば、全く売れないから安くするとか、売れるから高くする等) ・ 出版社は価格拘束期間内に価格を変更する場合は、4週間前にMVBに報告しなければならない。これは法律ではないが、出版社はほぼ対応している。 ・ 書店は価格拘束期間は、変更後の価格で販売しなければならない。 ・ 価格変更に対応できるため、殆どの書籍は価格が印刷されておらず、価格を印字したシールの貼付により対応。従って、価格変更があった場合は、シールを貼り替える。 ・ 価格変更情報は、出版社からの変更情報がVLBデータに反映され、この価格変更情報が毎日書店・取次へと提供される。 ・ 書店のマージンは通常30%~50%であるが、出版社が価格拘束期間内に価格を下げる場合は、出版社が後で書店に返金する。

6. 価格拘束法の実態

(2) 運用実態

項目	内容
価格拘束期間が経過した（18ヶ月過ぎた）場合の対応	<ul style="list-style-type: none"> ・ 出版社は18か月過ぎたら、価格拘束をそのまま維持することも、外すこともできる。（外さないケースが多い） ・ 出版社はMVB（VLBデータ）に価格拘束を維持するかどうかの情報を提供するだけで良い。MVBがその情報を書店に流し、書店はその情報を基に対応するという流れである。 ・ 書店は18ヶ月過ぎてかつ出版社が価格拘束を維持しないと判断した書籍は、法律上は書店が自由に価格を変更して（下げて）販売することができるが、実態は殆ど出版社に返品する。その後、リメイnder（自由価格本）として、安価に仕入れ、店頭で販売する。 <p>ex.フーゲンドゥーベルは、価格拘束が外れたら、書店自らが販売価格を変えることは、一切せず、すべて返品する。</p> <p>その後、本部の仕入担当が出版社からリメイnder商品として安く仕入れて、各支店で販売する。</p> <p>支店が自らの判断でディスカウントするのは、ギフト品と傷がついた本のみ。また、価格拘束が終了した本も全支店で同一価格で販売する。</p>

7.書店・出版流通の現状

7.書店・出版流通の現状

- **Kultハイマンブックセンター（独立系書店、ハンブルク）**
- **ストーリーズ！（独立系書店、ハンブルグ）**
- **モーリッツプラッツ書店（独立系書店、ベルリン）**
- **フーゲンドゥーベル シュティーゲリッツ店（大手書店、ベルリン）**
- **ドウスマン書店（文化百貨店、ベルリン）**

7.書店・出版流通の現状

クルトハイマンブックセンター ブランケネセ店



7.書店・出版流通の現状

クルトハイマンブックセンター ブランケネセ店

- 1928年創業、3代目の社長
- ハンブルグ市内と周辺に14店舗
- デエペンシュテッケンの本社事務所はPR部、経理部、仕入部など管理部門
- 出版社などに発注した書籍はすべて本部に配送
- リブリの「ホワイトラベル」を利用して、オンラインショップとtolinoを展開
- ハイマン社長「スタッフはお客さんにふさわしい本をお薦めできる」。顧客との信頼関係が強み

7.書店・出版流通の現状

クルトハイマンブックセンター ブランケネセ店



7.書店・出版流通の現状

クルトハイマンブックセンター ブランケネセ店



7.書店・出版流通の現状

ストーリーズ！



7.書店・出版流通の現状

ストーリーズ！

- 2008年に創業、2011年に2店舗目出店
- 正社員4人（書籍販売業の資格あり）、見習い2人（書籍販売業の資格取得に向けて研修中）
- 営業時間：9～19時、休日：日曜祝日
- 「小さい書店はポジティブ」、小規模書店が成長している理由は、富裕層を相手に、セレクトした品揃えと専門知識を持った店員の接客で対応
- 大型書店は中間層を対象にしている、都市部では格差が開き中間層が減っているから閉店が多くなっている
- 在庫は約7000タイトル、常連が多いので入れ替える（返品する）
- 在庫のほとんどをリブリから買っている
- 常連客が7割、会員カードで把握している
- カード特典は、コーヒー無料、イベント無料、価格拘束の対象ではない商品の割引など。ポイントは価格拘束があるのでできない
- ウェブショップは売り上げの4%、「ウェブショップがあるからアマゾンには怖くない」
- 平均客単価22ユーロ = 3080円（140円換算）

7.書店・出版流通の現状

ストーリーズ！



7.書店・出版流通の現状

ストーリーズ！



7.書店・出版流通の現状

モーリッツプラッツ書店



7.書店・出版流通の現状

モーリッツプラッツ書店

- 2011年に創業
- 社員は店長以下3人
- Ebuch (eBook) の「ANABEL (アナベル)」に加盟して、在庫の85%をリブリに発注している
- アナベルは取次を利用して仕入効率化を目指す協業
- 大手取次は3社 (リブリ、KNV、ウンブレヒト) = 「ドイツの取次は3社とも物流が早くて品揃えが豊富」
- 配送・請求が一括に、送料負担が軽減、発注量が「1~3冊」になった
- 出版社への発注には最低発注金額が設定されているが、アナベルなら1冊からリブリに注文できる
- アナベルは出版社に最低発注ロットを保証して良い条件を得られる
- 2013年に加盟し、2014年には利益率が4%向上
- 新刊の注文は、春と秋の2シーズン、訪問時はクリスマスから来年1月の新刊を発注

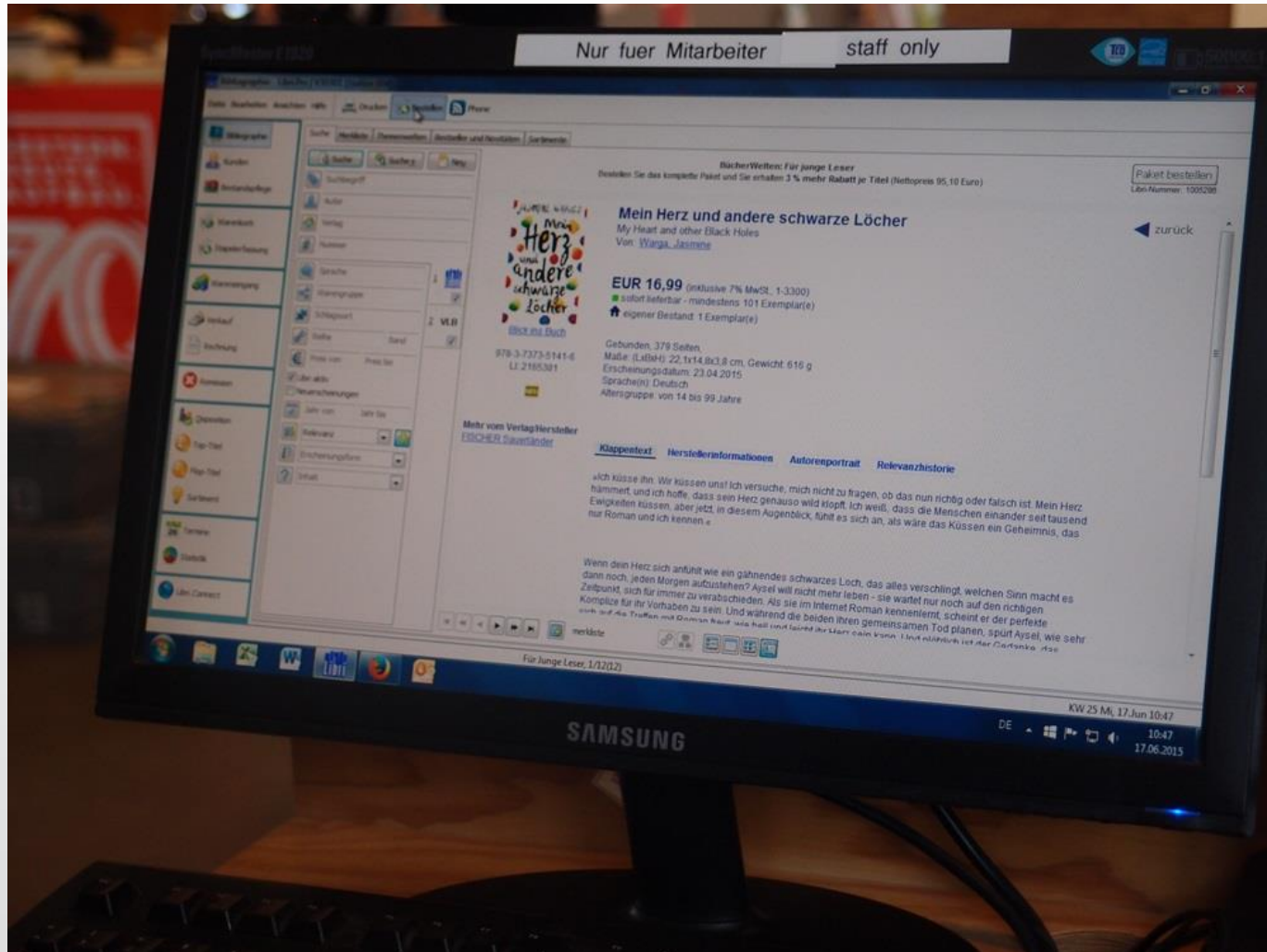
7.書店・出版流通の現状

モーリッツプラッツ書店



7.書店・出版流通の現状

モーリッツプラッツ書店



7.書店・出版流通の現状

フーゲンドウーベル シュティエーグリッツ店



7.書店・出版流通の現状

フーゲンドゥーベル

- 2750平方メートル（833坪）
- 従業員は全社で1700人（約90店舗）
- 目指すのはマルチチャンネル（店舗、オンラインショップ、電子書籍、B2B）書店
- 「フーゲンドゥーベル以外で買わなくても良いことが目的」（二ナ・フーゲンドゥーベル社長）
- 在庫は年に2回入れ替える、売れない本は遅くとも6カ月で返品する
- バーゲンブックは本部が仕入れている。本部が設定した価格で販売する
- 専門書の売場が縮小、専門書は電子書籍で買われるようになってきている。そのため書店が必要とされる面積が小さくなってきている。「この店も大きすぎる」

7.書店・出版流通の現状

フーゲンドゥーベル シュティエーゲリッツ店



7.書店・出版流通の現状

フーゲンドゥーベル シュティエーゲリッツ店



7.書店・出版流通の現状

フーゲンドゥーベル シュティエーゲリッツ店



7.書店・出版流通の現状

ドゥスマン書店



7.書店・出版流通の現状

ドウスマン書店

- ファシリティ・マネジメントの国際企業ドウスマングループが本社ビル建設に伴い18年前に開設
- 3フロアで売場面積7000平方メートル（2121坪）、ドイツ最大の売場面積、従業員180人、年間売上高3500万ユーロ＝約49億円
- 成功の要因①特別なコンセプト＝仕入担当と販売担当が同じ。一般的に大手書店はバイヤーと販売員は別
- 店頭の従業員が多い。お客とのコミュニケーションを大切にする
- 成功の要因②夜遅くまで開いている＝9～24時（土曜～23時30分）
- クラシック音楽（CD）の品揃えはヨーロッパ最大
- 英語書の売場はドイツ最大
- 専門書も積極的に販売。学術書なども1年間在庫することが多い
- ノンブック（文具・雑貨等）は利益も大きく大事な売場
- 「ベルリンでは小さな書店がたくさんできている」
- 懸念は「デジタル化でCDを買わない人が増えている。本についてはお客に愛されているので安心している」

7.書店・出版流通の現状

ドゥスマン書店



7.書店・出版流通の現状

ドゥスマン書店



7.書店・出版流通の現状

ドゥスマン書店



7.書店・出版流通の現状

大手取次リブリの「ホワイトラベルサービス」

- 取引書店にオンラインショップ（EC）のインフラを提供
- ブランドは各書店、商品マスタ、顧客管理、決済、発送などを代行
- 受注した書籍は流通センター（バートヘルスフェルド）から送料無料で利用者宅に宅配
- 「ウェブショップがあるからアマゾンには怖くない」（ストーリーズ！）
- 2014年10月から「tolino」もサービスイン

7.書店・出版流通の現状

ドイツの返品とバーゲンブック

- 訪問した書店の多くは、半年程度で在庫は返品している。「価格拘束があるので返品できる」という
- 原則として店頭の本を値引き販売することなく（汚損本等を除き）、価格拘束が切れた商品は返品し、バーゲンブックは改めて仕入れている
- 返品率は「5～6%」（リブリ）、「10%を超えたら注意する」（フーゲンドゥーベル、2011年調査）とされていることから、1桁台とみられる
- 返品は、「返品手数料を差し引いた金額をクレジットノートに記録して、次回の仕入金額に充当する」（リブリ）ため、金融返品にはならないと思われる
- バーゲンブックは、専門的な小規模書店（ストーリーズ）では扱っていないが、他の訪問した書店、特に大型書店では入り口付近で大きく展開していた。フーゲンドゥーベル シュティーゲリッツ店では「売上の5%がバーゲンブック」

8. 今後の進め方

8. 今後の進め方

今回の視察調査で得られた成果を基に、フューチャー・ブックストア・フォーラムで以下の取り組みを行うこととしたい。

- 日本におけるtolinoアライアンス実現に向けた取組
- 書誌情報・書誌データの整備に向けた取組
- 再販制度や税制度などと出版物のあり方についての研究
- 書店活性化に向けた各種取組

[参考]調査先企業等概要

カテゴリ	企業名等	企業概要等
書店	ストーリーズ	<ul style="list-style-type: none"> ・独立系書店 ・2008年に創業、2011年に2店舗目出店 ・正社員4人、見習い2人
	Kultハイマンブックセンター	<ul style="list-style-type: none"> ・独立系書店 ・1928年創業、3代目の社長 ・ハンブルグ市内と周辺に14店舗
	モーリッツプラッツ	<ul style="list-style-type: none"> ・独立系書店 ・2011年に創業 ・社員は店長以下3人
	ドゥスマン	<ul style="list-style-type: none"> ・独立系書店 ・ファシリティ・マネジメントの国際企業ドゥスマングループが本社ビル建設に伴い18年前に開設 ・3フロアで売場面積7000平方メートル（2121坪）、ドイツ最大の売場面積、従業員180人、年間売上高3500万ユーロ＝約49億円
	タリア	<ul style="list-style-type: none"> ・大手書店 ・業界1位、ドイツ語圏最大書店 ・創業は1919年 ・ドイツ、スイス、オーストリアに290店舗 ・売上9億ユーロ(990億円)
	フーゲンドゥーベル	<ul style="list-style-type: none"> ・大手書店 ・業界2位 ・1893年創業 ・従業員は全社で1700人 ・店舗数は約90店舗

[参考]調査先企業等概要

カテゴリ	企業名等	企業概要等
取次	リブリ	<ul style="list-style-type: none"> ・業界最大手の取次 ・従業員は約1,000名 ・書店への書籍卸売、大手書店・出版社の倉庫・流通センター代行業 ・書店におけるネットショップ、電子書籍販売(tolino) ショップの支援サービスを展開（ホワイトラベルサービス）
出版社	タイガーブックスメディア	<ul style="list-style-type: none"> ・児童書中心の出版社 ・タイガークリエイトという児童書向けのインタラクティブ電子書籍作成支援ソフトを開発 ・安心な児童書のデジタルメディアを扱うプラットフォームを展開し、32出版社の5000タイトルを提供
	トーキョーポップ	<ul style="list-style-type: none"> ・2004年設立 ・マンガ中心の会社 ・社員数 22人
	カールセン	<ul style="list-style-type: none"> ・1950年設立 ・マンガ中心の会社・1967年からコミックスを開始 ・1991年から日本の漫画
図書館	ハンブルク州立図書館	<ul style="list-style-type: none"> ・州立図書館でハンブルク州の中央図書館としての位置づけの図書館 ・蔵書は47万点 ・図書館前のモニュメントは有名

[参考]調査先企業等概要

カテゴリ	企業名等	企業概要等
その他	M V B	<ul style="list-style-type: none"> ・ドイツ図書流通連盟（書籍小売業者、書籍卸売業者、出版業者の非営利団体）のマーケティング部門を担う子会社で民間会社 ・ドイツ図書流通連盟にはフランクフルトブックフェアを主催するAuMと書店、出版社の専門家を養成するメディアキャンパスの運営を行っているMCPがある ・書籍業界のマーケティングと書誌データベースの作成が主な業務
通信会社	ドイツテレコム	<ul style="list-style-type: none"> ・ドイツ国営電信電話会社が1995年に民営化した会社 ・欧州で最大の固定系電気通信事業者であり、欧州では単にテレコム（Telekom）と呼ぶと同社のことを指すほどの知名度 ・tilinoアライアンスの中心的な会社

[参考]用語

用語	内容
VLB	<ul style="list-style-type: none"> ドイツ図書流通連盟の子会社であるMVBが、1985年より作成している書誌データベースで、ドイツにおける書籍流通の中心的な役割を担っている。
ONIX	<ul style="list-style-type: none"> ONIXは、出版物の流通における標準化を推進する団体であるEDItEUR (European Book Sector Electronic Data Interchange Group) により管理されており、書誌情報の交換のために設計された書誌データ規格である。XML言語で記述されている。
MARC21	<ul style="list-style-type: none"> 図書館情報学における書誌情報や関連情報を機械が読める形式で表現し通信するための規格 アメリカMARCとカナダのMARCを統一したもので、事実上の世界標準規格
CIP	<ul style="list-style-type: none"> 出版社から提供される事前情報に基づいて書誌の作成機関などが作成した書誌データを出版物の奥背表紙などに印刷して出版すること アメリカ、イギリス、ドイツ、東アジア8か国で実施されていたが、ドイツは2004年に廃止
MAB	<ul style="list-style-type: none"> ドイツ独自の書誌情報交換用フォーマットであり、世界標準であるMARC21に2004年から5年かけて移行を行った