

# 出版 V A N ・ 接 続 の 手 引 き

1992年12月1日

出版業界 V A N 連絡会

## 《 目 次 》

1. はじめに .....	P. 2
2. 接続出版社の運用実態 .....	P. 3
2-1 使用マシン一覧	
2-2 在庫ステータス等、社内活用の実態	
2-3 システム（ハード・ソフト）の費用	
3. 接続までの開発手順 .....	P. 8
3-1 開発までの手順とスケジュール	
3-2 社内体制 — 組織上の準備	
3-3 社内コンセンサスづくり — メリットはどこにあるのか	
3-4 業務チェック	
3-5 システム開発	
3-6 対外調整	
3-7 送信の準備	
3-8 ISBNコードについて	
4. 在庫ステータス（在庫表現）について .....	P. 19
4-1 在庫の管理形態	
4-2 使用状況	
4-3 決定ロジック	
4-4 新規追加・変更	
5. 重版出来予定日の設定について .....	P. 29
5-1 使用状況	
5-2 決定ロジック	
6. 在庫ステータス管理システム（モデル） .....	P. 30
6-1 周辺システムとの関連図	
6-2 VANステータス管理マスター（メインマスター）の解説	
6-3 周辺システムのファイル説明	
6-4 ステータス決定基準値の登録フォーマット	
7. 書店現場での活用 .....	P. 35
7-1 情報の流れ	
7-2 取次各社の在庫照会画面	
8. 今後の課題 .....	P. 38
8-1 社内のコンピュータ体制の準備を	
8-2 コンピュータ未導入出版社のVAN参加	
8-3 物流改善への第一ステップ	
9. おわりに .....	P. 40

## 1. はじめに

「出版VAN」の構築を願う業界関係者の声は各界各層にわたっております。物流・情報・販売の実務に関わる人達の願いは特に切実です。こうした思いが、出版業界VAN連絡会をつくり、参加者（含む団体）を100社にまでしたとおもいます。

現在、「出版VAN」に在庫情報を電送している出版社は20社で、連絡会に参加している全出版社の3割近くになります。

出版業界VAN連絡会事務局と、接続準備分科会では、こうした状況を受けて、連絡会に参加している出版社で「これから接続を検討したいのだが、どこから手をつけたらいいのかわからず困っている」という社を対象にした手引書を、先に作成した「出版業界VAN導入・運用の手引」の補足資料として作りました。

タイトルからもわかるようにこの手引書は、既に「出版VAN」に在庫ステータスを送信している出版社の経験をもとに、出版社がVANを使って取次（→書店）に対して、自社の在庫ステータスを送ろうとした時、コンピュータ・システム上、最低限整備しなければならない事項について、まとめたものです。したがって、在庫情報以外（受発注情報等）の情報を交換する場合の手引書としては各所に足りない点があるとおもいます。それらについては、補遺版をもって補うつもりです。

つきましては、「出版VAN」への接続に当たり、この手引書をご一読いただき、準備に入っていただきますようお願い申し上げます。

なお、本文中で使用している用語について、出版社によっては別の用語を使用している場合もありますので、解説しておきます。

- 在庫ステータス — 在庫状況についての表現（21頁参照）
- 美 本 — 出版物が良品の状態、出荷が可能な本
- 返 本 — 返品された本で、再出荷のためには改装等の作業が必要な本

この他にもいくつかの用語で、業界統一化されていない表現も登場してきますが、御容赦下さいますようお願い申し上げます。

## 2. 接続出版社の運用実態

## 2-1 使用マシン一覧

	メーカー	機種	メモリサイズ	システム開発
1	DEC	VAX8650	44MB	自社
2	FACOM	M760/8	32MB	自社
3	FACOM	M730-/10	?	自社
4	IBM	3090-300	128MB	自社
5	IBM	AS-400	?	自社
6	IBM	システム38-700	16MB	外注
7	HITAC	M660	128MB	自社
8	HITAC	M630/50	24MB	自社
9	HITAC	M630/30	32MB	自社
10	HITAC	M630/50	48MB	自社
11	UNISYS	A17	48MB	共同
12	UNISYS	A17	48MB	共同
13	UNISYS	A17	48MB	共同
14	UNISYS	A17	48MB	共同
15	UNISYS	A4-FX	24MB	自社
16	UNISYS	A6-FS	12MB	自社
17	NEC	3100A80	12MB	外注
18	?	?	?	自社
19	?	?	?	?
20	?	?	?	?

## 2-2 在庫ステータス等、社内活用の実態

代表的なものを順不同で列記。活用例のない社も数社有り。

## ①A社

## \*「在庫状況日報」

（商品の日・月・発刊以来の累計を機能別に、また、良品在庫については倉庫別に把握するものである。日次処理で出力され、商品管理担当者のもとに送付される）

月号・版別・品名コード	未改装在庫	改装仕掛	センター在庫	引当地方	振替
商 品 名	良 品 在 庫	転出在庫	改装準備在庫	引当本社	未在庫

発注日計	主管発注日計	他部発注日計	破品その他	発注月計	在庫月計
在庫日計	売り上げ日計	返品日計	見本日計	発注累計	在庫累計

主管受注月計	他部受注月計	売上月計	返品月計	破品等月計
主管受注累計	他部受注累計	売上累計	返品累計	破品等累計

## \*「増刷・改装（手配）検討会議資料」

（品切れ間近か商品のみリストアップして、重版・改装等の検討資料とする）

商品コード	商 品 名	定 価	創刊年月日	建部数	刷 数	発注累計	発刊計
ISBNコード							年度計
手配部数	僅少在庫基準数	改 装 資 材 在 庫					
		ケース	カバー	帯	スリップ	奥付	報償券

入庫累計	発刊計	送品累計	発刊計	返品累計	発刊計	実売累計	発刊計
	年度計		年度計		年度計		年度計
原 単 価 (増刷単価)							
①		②			③		

商 品 在 庫		
良 品	改装仕掛	その他計
増 刷	改 装	

② B社

\* 「出版業界VAN 在庫表現・基準データ 一覧表」

(毎日発行。在庫ステータスが変更になった物のみリストアップして、担当者がチェックする)

シリーズ名					正		自 動
コード 書名	今回在庫表現	前回在庫表現	発売日	定価	味	発刊日	断裁日

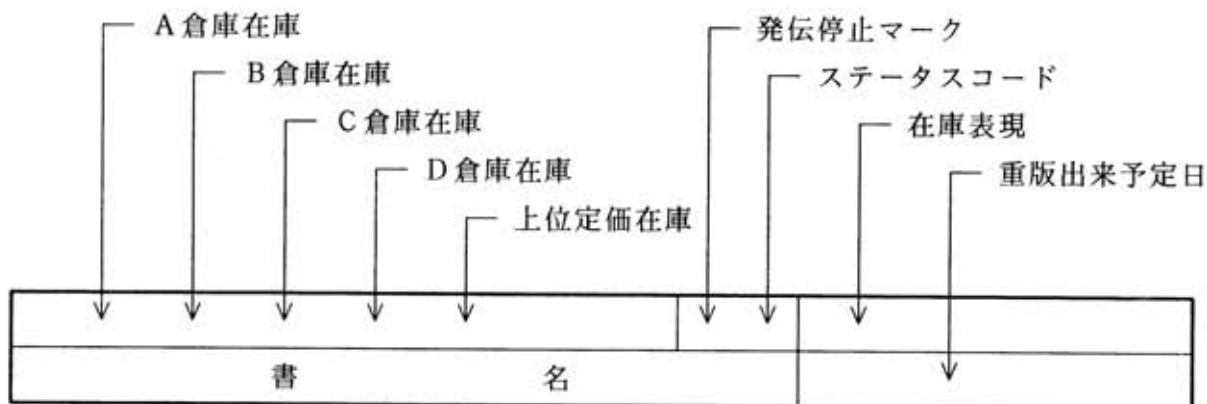
ランク	セット在庫含む		セット在庫除く		データ年月	過2ヶ月 平均注文	過3ヶ月 平均注文
	良 品	未改装	良 品	未改装			

重版 予定1	重版 予定2	備考

③ C社

\* 「品切れ書名一覧」

（毎日発行。品切・品切間近か商品のみリストアップして電話による在庫問合せ・受注に活用）



④ D社

\* 「送信チェックリスト」

（毎日発行。ステータスの変化した書籍について、担当者がリストをチェックする。必要に応じ管理現場・各委員会などに連絡して、処置を決定する）

書籍コード	書名	今回 ステータス	前回 ステータス	初版予定日	美本在庫	総在庫

VAN基準	重版予定日	ランク

## ⑤ E社

\*「在庫欠品注意報」(月に一回発行。重版・改装等の資料として活用)

各月の売上(前6ヶ月)

製品コード	製品名	売上1	売上2	売上3	売上4	売上5	売上6

平均3	平均6	安全在庫	実在庫	出庫予定	受注残	返品	本在庫	納期

↑ 3ヶ月平均  
↑ 6ヶ月平均

↑  
本在庫 = 実在庫 + 返品 - 出庫予定 - 受注残

(注)他に、画面上で在庫問い合わせに対応している社が数社ある

## 2-3 システム(ハード・ソフト)の費用-接続のために各出版社が負担している経費について

- ・最低必要な装置……モデム装置1台(20~35万位)・電話回線

ただし、現在使用しているマシン構成によりモデム以外に追加する装置が必要になることもあります。(例)モデム接続用のポート(ライン)など。

- ・ソフト(オフコン・汎用機)

①出版VAN(NTT・TWIN'ET)へのデータ送信は、全銀協手順で行うため、現在出版VANと接続している社のほとんどはコンピュータメーカ提供のパッケージソフトを使用しています(パッケージソフトのほうが費用的に安く、実績があるため)。

パッケージソフト費用……40~75万位

- ②電送用ファイル作成プログラム費用

開発工数は、現在稼働しているシステムによってかわりますが、在庫管理、販売管理システムなどから在庫ステータス決定ロジックに必要な情報の管理が行なわれていることと、開発方法(外注、社内)によって差がでてきます。接続している社のアンケートを集約すると以下ようになります。

工数 0.5~2人月

外注費用 150~250万(全銀パッケージを含む)



### 3. 接続までの開発手順

#### 3-1 開発までの手順とスケジュール

■ 社内の体制づくり



■ 会社への説明



■ 業務チェック



■ システム開発



■ 対外調整



■ 送信実行

■ ISBNコードの整備

#### 3-2 社内体制 — 組織上の準備

「出版VANと取り組むに当たって、どのような組織体制を取ったらよいか？」 残念ながらこの問いに正解を出すことはできません。それは、それぞれの会社で組織形態も違えば、関連実務の責任担当セクションも違っているからです。

しかし、接続会社へのアンケート結果を見ると、おおむね次の3つのパターンに集約できるようです。

- A. 出版VANに対応するためのプロジェクト・チームを編成する。
- B. 出版VANと関連性の高い既存のプロジェクト・チームが取り組む。
- C. 営業部とシステム部の担当者の協議によって進める。

3つのパターンのうちで、圧倒的多数を占めているのはCでしたが、かといってそれが最良であるというわけではありません。ただ、どのようなスタイルを取るにせよ、中心的な役割を担うのは、出版VANの送信内容に、業務上直接関わるセクションであることは言うまでもありません。具体的にあげれば、次のような部署になるでしょう。

- A. コンピュータを管理するセクション
- B. 送信情報の利用先である、取次・書店と関わる営業セクション

C. 在庫情報の作成現場である、商品管理セクション

D. 新刊・重版情報の作成現場である、製作セクション

これらも、しょせん一般論の域を出ていません。結局のところ、各社の事情に応じた無数の選択肢があると言うのが結論になります。それでは何の参考にもならない、と叱責される向きにはこうお応えしましょう。次項で詳しく説明することになる、出版VANに取り組む際の各社の姿勢・目標によって、それは自ずと決まってくるのではないかと。社外の便宜のために、ただ情報を流すだけでなく、出版VANというシステムに参加することによって社内的に何を求めていくのか。あるいは、それをどう利用していくのか。そうしたコンセプトがはっきりしてくれば、より良い社内体制は、自ずと結論が出ると思うのです。

### 3-3 社内コンセンサスづくり — メリットはどこにあるのか？

「出版VANに接続したいのだが、社内をどう説得したらいいだろうか」こんな質問をよく受けます。この質問に対する答えは、「出版VANにどんなメリットがあるのか」「出版VANに接続することがどのような具体的効果を生むのか」を説明することにほかなりません。

メリットと一口にいても、よく考えると、実はいくつかの側面があることがわかります。一つは、在庫情報・書誌情報・定価改定情報などを送信した結果として得られるもの。いわば『直接的なメリット』です。次には、VANへの送信情報を整備、作成することによって得られる『間接的なメリット』です。さらに、VAN送信情報を、積極的に活用することによって得られるメリットがあります。これは、『付加的なメリット』とでもいえばいいでしょうか。

#### ①直接的メリット

出版VANに送信した情報は、各販売会社等のネットワークを經由して、書店店頭に流れます。このネット端末を持つ書店では、居ながらにして、各出版社の在庫や、定価を確認できるわけです。したがって、当然ながら次のような効果が期待できます。

- ・在庫や定価の確認のための電話が減る。
- ・品切れ商品に対する注文など、納品不能のスリップが減る。

既に、出版社の在庫情報と、店所の在庫情報をかみあわせ、受注情報を整理するシステムを準備している取次店もあり、今後そうした動きは加速的に進むと思われます。しかもこうした効果は、情報を送信する出版社数が増えれば増えるだけ、その期待値

も高くなることは、付け足すまでもないでしょう。

一方で、出版VANへの接続をためらう理由として、「在庫情報だけではメリットが小さすぎる」「やっぱり受発注が始まらないとね」「受発注が動き出してからやればいい」といった声をよく耳にすることも事実です。そう言い切ってしまう前に、ぜひ次の二つの側面を見直してほしいと思います。

### ②間接的メリット

在庫にせよ、書誌にせよ、定価改定にせよ、外部に対して送信する情報となれば、データの精度、社外との整合性、送信タイミングなど、多くを要求されるとともに、制約も受けることとなります。社内で問題がないから大丈夫というのは少し安易すぎるでしょう。

例えば、書誌情報について考えてみましょう。出版VANの書誌情報の項目内容を見て頂ければわかりますが、多くの出版社が社内で持っている書誌情報と、販売会社が流通段階で必要としている書誌情報とは、必ずしも一致していません。初期段階から全てをカバーできるかどうかはともかく、そうしたギャップを埋める努力は、ぜひ必要です。

ある接続会社では、こうした情報整備の過程で、社内の情報流通に関しても整理ができ、事務の効率化になったという「番外編おまけメリット」の例もあります。

書誌に関する情報が、それぞれどこで、いつ決定され、どこに連絡されているかをチェックしていくうちに、社内でのデータの流れがいかに錯綜しているかがわかり、これを整理したら、余分な作業や、書類がずいぶん減ったというのです。

詳しいことは次章で説明しますが、いずれにしても『情報の整備』が不可欠なのです。しかも、在庫・書誌・定価という3つの情報は、受発注を初めとして、将来開発され得るVANのシステムの、重要な基礎情報となるものです。「受発注システムを動かそうと思ったが、関連情報が未整備で動かない」、などということがくれぐれもないようにしたいものです。

### ③付加的メリット

『2-2「在庫ステータス等、社内活用の実態」』のページをもう一度見てください。ご覧になって分かる通り、多くの接続出版社が、VANへの送信情報を、社内の管理情報としても利用しています。

そもそも在庫情報を送信するためには、ある程度の在庫管理精度が要求されるわけ

で、その意味では、在庫情報を作ろうとする時点で間接的な効果として、在庫管理業務の欠陥は見直されているはずで、わが社に限ってそんな欠陥はないというのであれば、先の例のように送信情報を管理情報として有効に活用することを考えてみてはどうでしょうか。

VANの在庫システムは、毎日毎日、在庫ステータスの変更を全商品にわたってチェックしてくれるわけです。有能な商品管理マンが一人増えたようなものでしょう。想像力をフル回転して、他にも有効な利用方法を見つけ出せば、出版VANシステムのコスト・パフォーマンスはどんどん高くなるはずです。

以上メリットを3つに分けて説明しました。VANへの接続を単なる情報の送信として捉えるのではなく、広く関連業務の見直しと捉え、併せて、将来のVANの拡大利用のためにも、また事務の効率化のためにも、不可欠な基礎情報整備と考えていくことが大事ではないかと思えます。

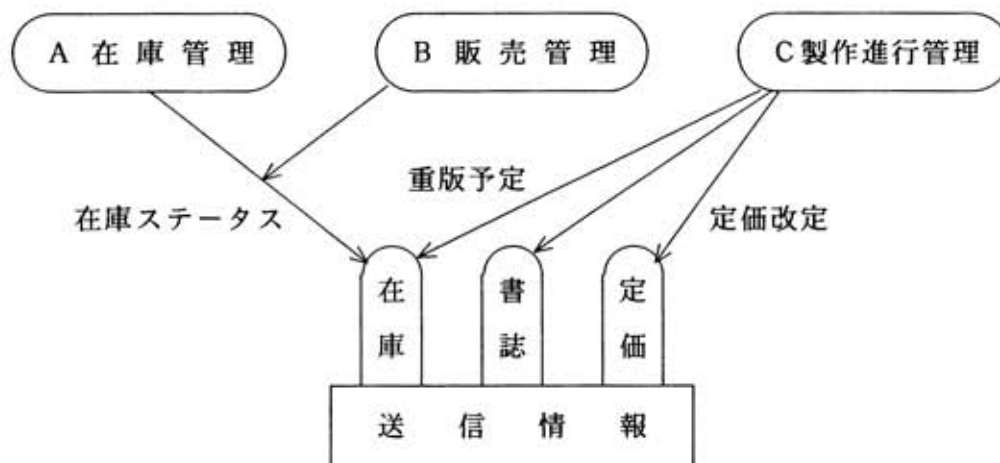
現に、将来に向けての必要不可欠なステップとして、在庫・定価・書誌情報の送信を捉え、直接的なメリットよりも、むしろ②③のメリットを強調して、社内のゴー・サインを獲得した出版社の例もあります。

「どんなメリットがあるか」と受け身で問うだけではなく、「どこにメリットを求めるか」と前向きに取り組む姿勢が、VANを生かすキー・ポイントではないでしょうか。

#### 3-4 業務チェック

この項では、出版VANのシステムを組むに当たって、現在の業務をどのようにチェックしたらいいかについて簡単に説明します。特に、在庫情報に力点を置きますが、チェックをうまく行うことが、後に説明する「在庫ステータスの決定ロジック」を作成するうえで、大いに助けになるからです。

## ①VANをめぐる情報の流れ



上の図は、出版VANの現行送信システムと現場業務の関連を模式的に表したものです。上記のA、B、Cの業務が機械化されている場合とそうでない場合があるかと思えます。どの業務についても、本業務が機械化されていないからといってVANへの送信ができないわけではありません。送信ファイルを手作業で作ればいいのですから。実際に、在庫情報を手入力している出版社もあります。もちろんおおもとの管理業務の機械化を含めて、送信情報を機械的に作るという選択もあります。

## ②在庫情報

〈チェック・ポイント〉

在庫管理業務のチェック・ポイントは次の2点に集約されます。

## (1) 実際の在庫管理現場の管理形態は？

- ・美本と返本を区別している。
- ・在庫倉庫が複数存在する。 … e t c .

## (2) 機械上の在庫管理は

- ・実在庫との数値上の誤差は
- ・管理状態を反映しているか
- ・リアル・タイムの在庫であるか
- ・機械在庫としては存在するが実際には使えない在庫がないか … e t c .

要するに、在庫の実数と、管理上の在庫数（機械在庫数あるいは台帳上の在庫数）とにどのようなギャップがあるかをまず洗い直してください。次にそれが、送信情報として外部に流れたときに問題が起きないかどうか判断してください。問題がある場合はどうしたらいいのでしょうか？ いくつかの対応が考えられます。

1. 管理形態そのものを見直す。
2. 管理形態を反映するように管理システムを変更する。
3. 表面的にギャップが問題とならないように、ステータスを選択する。
4. 表面的にギャップが問題とならないようなステータスの決定ロジックを工夫する。

在庫管理がパーフェクトであれば問題はないのですが、どの出版社でも、多かれ少なかれ在庫管理上の問題は存在するはずです。

例えば、管理上在庫はあるのだが、予約販売におさえられていて実際には出荷できないといったようなことです。この場合は、予約販売そのものをやめるわけにはいかないでしょうから、1は選択は出来ません。2を選択する場合は、予約数を管理在庫に反映するようにシステムを変更することになります。それも費用が高くついてできないというのであれば、3または4で対応すればいいわけです。予約数の最大値を見込んで、品切と品薄の境目を設定する。もし、書籍に特性があるのなら、ステータスの決定ロジックの中に、選択肢としてその条件を取り込めばいいでしょう。

出版VANの在庫ステータスは、それぞれその意味が定義されていますが、言葉の上での意味が定義されているのであって、どのような在庫状況をそう呼ぶかが決められているわけではありません。各社が自社の在庫管理状況、また販売状況に添って選択する余地があるのです。ただし、その際考えなければならないのは、管理レベルで改善すべき部分、改善できる部分を見つけて努力すること（そうしないと前節の②③のメリットが出てきませんから）。その上で残ってしまったファジイな部分は、それを含めてステータスが選択できるように工夫することです。

そもそも、送信情報が作られた時点と、利用者がそれを見る時点ではタイム・ラグがあるわけで、これを埋めることは現実的には不可能です。ファジイな部分はファジイなままに残すことも必要なことです。

とはいえ、物事に例外はつきもので、どんなにステータスの決定ロジックを工夫しても、やはりはみだすものが出てきます。そんなときのために、多くの出版社では、

手作業で強制的にISBNコードとステータスを入力する余地を残して対応しているようです。

### ③そのほかの情報

在庫情報に付随する重版予定日、書誌情報、定価改定情報などについては、『いつ』『だれ』がデータを決定し、連絡ルートはどうなっているかをチェックしてください。特に、データ内容に変更があった場合にどうするかが、見逃されがちです。

### ④どこまでやるか

以上のようなチェックが済んだら、最終的にどこまでやるかを判断しなければなりません。全てを理想的な形にできればいいのですが、そううまくはいかないというのが現実でしょう。『業務上の制約』というマイナスの範囲、そして『業務改善を念頭においた目標』というプラスの範囲。両方のバランスを考えて決定されればいいと思います。現在直ぐに改善できないものは、とりあえず大雑把に処理し、今後の課題として改善していくこともできます。いずれにしても費用対効果の問題がありますので、どの部分を機械化するかも含めて検討する必要があります。ただし、手作業でも業務チェックと情報整備は不可欠です。その効果は機械管理であろうと、台帳管理であろうと同じだと思います。

## 3-5 システム開発

前項のチェックをしっかりやっておけば、たとえ外注であっても、システム開発はさほど難しくないと考えられます。

接続20社へのアンケートによれば開発方法は以下の通りです。

- |       |     |
|-------|-----|
| ・自社開発 | 12社 |
| ・共同開発 | 4社  |
| ・外注   | 2社  |
| ・不明   | 2社  |

同系統の機種やシステムを持つ出版社があれば、共同開発という方法を考えてもいいかもしれません。

## 3-6 対外調整

システム開発と並行して、いくつかの必須作業がありますので、以下に列挙します。

- ①出版業界VAN連絡会事務局への連絡
- ②NTTデータ通信との契約
- ③各取次との間のデータベース・クリーニング

①と②については、『出版業界VAN導入、運用の手引き』に、詳しく説明されていますので割愛します。なお、NTTデータ通信に最終的な申込をしてから、受信体制が整うまでに、数週間かかるようなので、送信予定の一か月前までには、事務局・NTTデータ通信との打ち合わせを済ませてください。

## ③各取次とのデータベース・クリーニングについて

以下のような手順で、各取次とのデータベース・クリーニングを行ってください。この作業は、各取次とそれぞれ行ってください。

## ●取次に対してデータを渡す

（磁気テープ渡しということになっていますが、フロッピー・ディスクでもOKのようです。各取次の担当者にご相談ください）

↓

## ●取次よりチェック・リストを受けとる

（取次によってスタイルは多少異なりますが、ISBNコードと書名、定価が入ったリストが戻ってきます）

↓

## ●リストの内容をチェックする

（リストは、『取次に有って、出版社に無いデータ』と、『出版社に有って、取次に無いデータ』の2パターンの不一致リスト、両者に存在する一致リスト、の3つに分れています。不一致リストを訂正・追加してください。コードの存在が一致していても、書名が不一致である場合もありますので、一致リストのチェックも忘れずに）

↓

## ●チェック・リストを取次に戻す

\*なお、チェック作業を自分でやってくれる取次もあります。詳細については、各取次の担当者と打ち合わせてください。

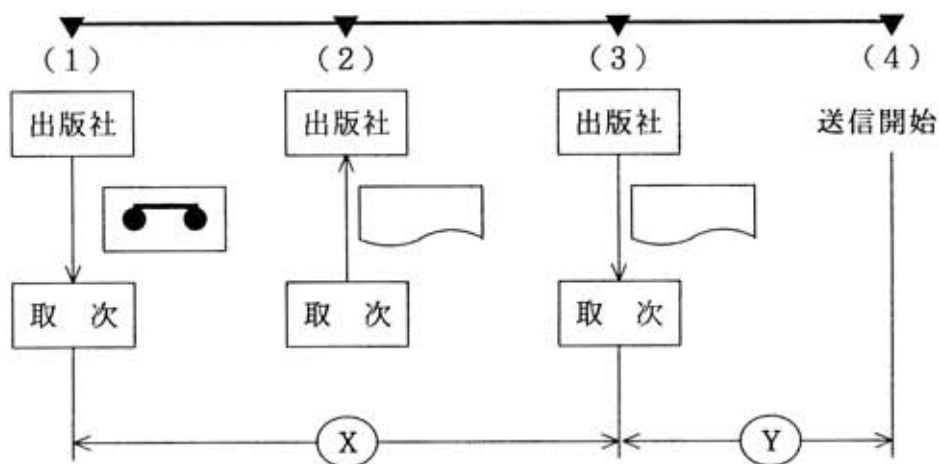


## 3-7 送信の準備

- ①データベース・クリーニング
- ↓
- ②各取次との送信開始の日程打ち合わせ
- ↓
- ③テスト送信
- ↓
- ④初期送信
- ↓
- ⑤通常送信

データベース・クリーニング以降、通常送信に至るまでの手順は上記のようになります。それぞれの注意事項を以下に列挙します。

## ①データベース・クリーニング以降のデータ補完について



データベース・クリーニング以降、実際の送信までの間にも、新刊・定価変更などのデータが日々発生しています。以下のいずれかの方法で、この空白期間を埋めてください（空白期間ができるだけ短くて済むように、クリーニングの日程を調整するとよい）。

- A. X期間のデータは、チェック・リストに追加し、Y期間のデータは初期送信で補う。
- B. X、Y期間とも初期送信データで補う。

### ②取次と送信日の打ち合わせについて

初期データは、出版VANに送信しても、あるいはテープ等で各取次に渡しても構いません。ただし、初期データは、データ量が多くなりますので、送信する場合は、初期データ送信日、通常送信開始日を各取次と事前に打ち合わせてください。

### ③テスト送信について

テスト送信については、特に決まっていません。しかし、実送信開始後にトラブルが発生すると面倒ですから、可能であれば、少量のテスト・データを作ってテスト送信を行えば無難だとも思います。TWIN'ETの内部では、送信内容のチェックは一切行いませんので、各取次にチェックを依頼してください。

### ④初期送信について

#### ②参照

### ⑤通常送信

めでたく通常送信が始まりました。浮かれてはいけません。どの出版社の在庫データがあるか、広報誌などで紹介している取次もあるようですが、書店向けにPRを行うと良いと思います。

## 3-8 ISBNコードについて

ご存じの通り、出版VANのシステムは、書籍を把握するにあたっては、ISBNコードをキーにしています。

社内のシステムもISBNコードを使っている出版社と、社内管理には独自の自社コードを使っている出版社とがあるようです。接続20社へのアンケート結果は以下の通りです。

- ・ ISBNコード=自社コード      8社
- ・ ISBNコード&自社コード      3社
- ・ 不明      9社

もちろん、自社コードを使っている出版社では、なんらかの方法でISBNコードへの変換を行って、VANへの送信を行っています。

社内では、自社コードをISBNコードに機械的に変換するシステムを作ればそれで済みますが、社外ではそうはいきません。せっかく情報を送っても、ISBNコードがわからなければ、書店も利用しようがありません。『出版VAN連絡会』でもこの問題はしばしば取り上げられ、コード・ブックの作成など検討されていますが、まず各社が周知徹底の努力をする必要があると思います。

一覧表注文書、目録、新刊案内、広告、パンフレットなどにも、ISBNコードを表記したいものです。牛若丸には弁慶、バットマンにはロビン、ホームズにはワトソン、コーヒーには〇〇〇〇〇、書名にはISBN、大切な脇役です。