

げ規模は大手書店に匹敵するところまで成長してきている。このような社会環境の変化のなかで従来から地域に根づいてきた街の書店は疲弊し、中小零細書店の閉店があいついでいる。書店自身による読者ニーズにあった店舗づくりを進める一方で、業界全体として新たな出版販売についての枠組みの構築も求められている。

❖日書連が「書店経営白書」を発表、正味の見直しを迫る

日書連は1991年(平成3)9月に、激変する書店の環境、経営実態をまとめた「全国小売書店取引経営実態調査報告書」をまとめ、翌92年2月に「書店経営白書—出版業界諸賢に書店の窮状を訴える」として発表した。91年末には「適正マージン推進特別委員会」を発足させ、「書店経営白書」の発表にあわせて「書店経営健全化推進委員会」を設置した。委員会では正味問題を取り上げ、7月から多くの出版社を訪問し個別交渉を開始した。

取協も90年に「書籍の適正流通を目指して」との文書を発表し、書籍部門の赤字構造に言及、「適正定価・適正マージン」の実現を主張した。93年3月には「取次における書籍部門の実態と適正な取引条件の見直しのお願ひ」と「取次における雑誌部門の実態と適正な取引条件の見直しのお願ひ」とを作成して、出版社に取引条件の見直しを要請した。いずれも出版業界にとっては重要な問題であるため、書協においても関係委員会・理事会などで検討を行った。しかし独禁法上の問題もあり、団体間協議にはなじまない事項として、事態の推移を見守ることにした。書店、取次会社双方の出版社個別訪問による正味に関する“お願ひ”に対して、大手出版社を中心に正味の引き下げや定価別正味制から一本正味制への移行を表明する出版社が出始めた。さらに94年には日書連が重点的な取り組みを雑誌、コミックに移して、同じく出版社訪問を展開した。雑協、書協とも理事会などにおいて随時情報交換を行いながら注意深く状況の確認を行った。日書連の発表によれば、97年2月までに書籍関係115社、コミック22社、雑誌・ムックについては同3月までに22社が正味の見直しを表明したとしている。

## B | 流通改善

### B-1 返品減少、責任販売制

❖返品減少への取り組み

返品問題は、明治末に委託販売制度を導入して以降出版業界の重要課題であった。

先にもふれたとおり出版販売合理化審議会の報告書において「業界全体として適正生産を行い、過剰送品を抑制し、適正配本をする必要があり、委託販売制度に伴う返品を最少必要限度まで減少させることを目標とする」と提言した。具体的には、月刊雑誌全体の平均返品率を16%、週刊誌は20%、書籍は20%を一応の目標にして改善をはかることを提唱した。

販売合理化についての検討を引き継いだ出版販売合理化協議会は、1967年(昭和42)9月に従来の3つの分科会に加えて、深刻化する返品問題に対応するため第4分科会を設け検討を開始した。まずは雑誌の返品問題に着手、69年6月には「雑誌返品に関する現状報告並びにご協力をお願い」をまとめ、出版業界関係者に配布、さらに取次会社と出版社との間で搬入部数の自主調整を行った。70年7月には「書籍返品減少対策報告書」を発表、さらに報告書の実効をあげるべく書籍返品減少対策実行委員会を設置した。

80年代に入ると業界の各団体においても返品減少対策についての取り組みが本格化してくる。79年に流通改善特別委員会を設け流通改善の研究を始めていた書協では、その後販売委員会流通改善小委員会(山本時男委員長・中央経済社)が中心になって取協との合同会議をもち、流通改善策についての検討を行った。その成果として両協会名で、82年(昭和57)1月「出版社・取次会社のための書籍返品減少対策マニュアル」<sup>9</sup>を作成・配布した。その後「流通改善のための個別マニュアル」<sup>10</sup>(83年)に発展的に引き継がれ、統一印章も作成・配布した。マニュアルⅠでは「出版社の書籍搬入調整について」、Ⅱでは「出版社における書籍注文品の取扱いについて」、Ⅲでは「書籍の流通上の定価表示と取扱いについて」、Ⅳでは「出版社の書籍納品伝票の記入方法と取扱いについて」と、実務に役立つようにまとめ、返品減少の一助とした。

また91年6月には、常備寄託品の送・返品経費が業界問題となっている事情にかんがみ、取次会社、書店有志との数次にわたる意見交換や会員社へのアンケート調査を行い、「出版社・取次会社・書店における常備寄託制度の現状と問題点」(報告書Ⅰ)、「常備寄託制度実態調査」(報告書Ⅱ)をまとめ発表した。

雑協でも82年2月、取協と返品減少対策委員会を立ち上げ、同年5月8日には18項目に及ぶ返品減少案<sup>11</sup>を作成した。取協からも5月末には23項目からなる「雑誌返品減少改善策(案)」の提示があり、両者の案を比較検討し問題点を整理した。その後、返品減少を具体的に進めるため、雑協内に発売日調整小委員会、部門別・部数別返品率の研究をする返品率研究小委員会を設け、取協もこれに対応する実務者レベルの委員会を設置、両者で問題を詰めることとなった。

91年7月、公取委から「政府規制等と競争政策に関する研究会」(鶴田俊正座長・専修大学教授)がまとめた「独占禁止法適用除外制度の見直し」の報告書を契機に、返品減少問題も再販制度論議に附帯して出版物流通の改善という観点からの検討を要請された。

#### ◆表紙返品処理と九州雑誌センター設立

返品減少対策とは別に、返品にかかる労力、運賃などのコスト軽減をはかるため、雑誌の現地返品処理が大きな課題となっている。北海道における週刊誌表紙返品制の実験に始まり、1976年(昭和51)8月からは沖縄での表紙返品が実現し、さらに90年11月からは全雑誌対象の表紙返品システムが導入された。

91年に入って日書連の九州各県組合を中心にして、雑誌返品の現地処理会社の設立案が発議された。雑誌大手出版社、取次各社の協力によって3月19日に「九州雑誌センター設立準備委員会」が発足、92年5月25日に九州ブロック各県の書店組合と日書連、九州に取引先をもつ取次各社が共同出資して「(株)九州雑誌センター」が設立され、稼働した。これによって雑誌処理に関する小売書店、取次会社の経費、返品運賃コストが大幅に節減されることになった。

#### ◆雑誌の本誌・増刊号返品期限表記とムックの販売期間表記

雑誌の返品期限表記については、1996年(平成8)7月、取協から雑協に提案があり、返品処理にからむトラブルを防止するために、従来の商慣行を刊行形態別に返品期限をルール化し、あわせて増刊号の返品期限を表紙4に表記することとし、10月発売号の雑誌から実施した。

返品期限(取次会社から出版社へ)は、週刊誌60日(増刊90日)、月2回・隔週刊誌90日(増刊90日)、月刊誌90日(増刊90日)、隔月刊誌120日(増刊120日)、季刊誌150日(増刊150日)になった。小売書店から取次会社へは、週刊誌45日(増刊60日)、月2回・隔週刊誌60日(増刊60日)、月刊誌60日(増刊60日)、隔月刊誌90日(増刊90日)、

---

9——▶Web2 「出版社・取次会社のための書籍返品減少対策マニュアル」(1982年1月) 社団法人日本書籍出版協会・社団法人日本出版取次協会

10——▶Web3 「流通改善のための個別マニュアルⅠ」「流通改善のための個別マニュアルⅡ」(1983年10月)、「流通改善のための個別マニュアルⅢ」(1986年4月) 社団法人日本書籍出版協会・社団法人日本出版取次協会

11——返品減少対策委員会返品減少案(1982年5月)——1.業量の平均化(発売日の設定)、2.書店における販売日数の延長、3.取次の仕入部数の適正化、4.書店に対する配本部数の適正化、5.ダブリ配本の是正、6.帳合変更の際の増減の励行、7.雑誌売場面積の拡大、8.取次の書店に対する販売指導の実施、9.発売日の励行、10.書店の定期読者開拓、11.発行調査の実施、12.荷いたみのない荷造りの研究、13.早期返品の防止、14.雑協は返品の最終目標を20%におき、とりあえず23%になるよう努力する、15.取次は25.5%を限度として、それ以上は不足運賃が出て取次が責任をもつ、16.取次の入金報奨金制度に返品率を加味する、17.月刊、週刊、ムック、月2回刊など部門別に返品資料をつくり検討する、18.取次は書店に対する請求を雑誌、書籍を別々にできないか。

季刊誌120日(増刊120日)である。

増刊・別冊号の返品期限表記は、書店などで増刊号の返品期限が不明確なため、期限切れや早期返品の原因になっていることに対応するために実施したものである。返品期限が次年にわたる場合は、西暦年号を入れ、都内発売日に取次会社、書店間の増刊返品期限(㊦で表示)を加えたものを表記することになった。

(例)雑誌29696-9/4 ㊦9.24

2000年(平成12)3月に雑協は、取協から「ムックの効率的販売ができないおもな理由に委託期間が明確化していない点があることから、店頭陳列状況などを踏まえムックの効率的販売のために販売期間の目安を設定したい」との要請を受けた。そこで販売委員会は研究チームを設けて検討し、ムックの販売期間表記をまとめ、12月から実施することとした。

ムックの販売期間表記は次のとおりである。㊦販売期間は㊦表記とし、表4下部の雑誌コードの下に表記する、㊠文字サイズなどについては増刊・別冊号の㊦表記に準じる。その表記の対象誌は、出版社の自主選定とする、㊡表記期限は、12か月以内の任意とし、販売期間(〇か月)は出版社が決定する(例)06年9月発売で4か月の販売期間の場合 ㊦07年1月(2007年1月まで)、㊢実施時期については表記可能な時期から実施する、というものである。

#### ◆責任販売制

責任販売制については、1961年(昭和36)8月、書協の野間省一会長(講談社)が理事会で取引制度合理化問題について発言し、その後出版販売合理化協議会第4分科会が70年7月に発表した前述の「書籍返品減少対策報告書」のなかでも「取引の正常化を図るとともに、そのルールにしたがって、各々の分野に対して責任を分担する責任販売制の確立こそ急務」と指摘している。

72年の正味問題のなかでも、書協は取引問題特別委員会を中心に対策を協議し、「正味問題は責任販売制を機軸に解決していく」との基本姿勢を確認し、小売全連のスト中止後に交わされた覚書の「責任販売制の具体案を6か月以内に確定するための協議にただちに入る」との項目を受け、10月に責任販売制研究委員会を発足させ、1年をかけて73年11月に案をまとめた。この案は、会員説明会、関西地区説明会などにはかられたのち、修正案が74年4月23日理事会と評議員会へ提出され了承された。この修正案が書協案として取協、日書連へ提案された。修正案<sup>12</sup>は、㊠責任販売制の考え方、㊡責任販売制の方法、㊢実施の方法、の3部からなり、現行の取引制度を「買切販売制」「申込販売制」「委託販売制」の3つの販売制度に集約することとし、具体的な実施方法として準備段階で以下のことを研究実施するよう提

案している。

- ①新刊委託の配本パターンによる適正配本の実行
- ②出版社の新刊・重版案内の刊行
- ③取次店の流通実績の資料提供
- ④注文品・買切品については、返品不能の徹底をはかる

以上の準備段階を経て、次の三種類の配本方法を実施に移すとしている。

- (A) 委託販売制
- (B) 申込販売制
- (C) 買切販売制

それまで責任販売制をめぐるさまざまな考え方が交錯するなか、初めてその概念と具体的な実施方法が示された意義は大きい。

日書連でも78年4月に「責任販売制討議のための資料」を作成し、それまでの責任販売制についての経緯をまとめている。

79年1月書協に設けられた流通改善委員会では同年4月、会員社に対して返品問題とあわせて責任販売制についてのアンケート調査を実施した。そのなかで「74年に公表した書協の責任販売制を実施するか」、「買切と委託の二本建てに簡素化するか」、「買切と新たに展示委託制を設けその二本建てとするか」などを問い合わせた。この調査結果をもとに直接の取引先である取協との会合を行い、問題点を摘出していくことになった。取協からは返品減少にからめ改善策のひとつとして、委託品については取次会社の実質マージン率を維持し、出版社間の不公平さを避けるために、実質マージン率が平均水準に達しない出版社に対しては、取扱手数料を導入し、結果として返品減少に役立てたい旨の考え方も示された。

97年から始まったいわゆる出版不況は新たな視点から責任販売制の議論を再燃させた。供給量をマーケットサイズにあわせようとするために出版社が製作部数を絞り込み、その影響でほしい本がなかなか手に入らなくなった中小書店の悩み、その一方で委託販売の影の部分として引き起こされる新刊点数の大幅な増加など、製・配・販の三位一体化は崩れつつある。物流の近代化、ITの進化を踏まえて、従来一部にとどまってきた責任販売制は、右肩下がり時代に対応した新しい制度への転換が求められている。

## B-2 運賃・輸送問題

### ◆運賃問題と特別運賃制度

運賃諸掛り問題は、戦前から出版業界にとって正味問題と同様に懸案事項であり、出版社、取次会社、小売書店の各流通段階での負担をめぐって、大きな問題となっていた。その発生のもとには雑誌・書籍輸送に大きな役割を果たす国鉄の運賃問題がからんでいた。明治政府が文明開化のため新聞とともに、国民にできるだけ広く、早く、公平に頒布する必要を認め、1897年(明治30)に太政官布告をもって「雑誌特別運賃規定」を設定、雑誌の定期刊行物の割引運賃を制度化した。第二次世界大戦後においても国鉄の運賃値上げ案が発表されるたびに、出版関係団体は、文化的、社会的見地から雑誌、書籍の運賃軽減運動を展開してきた。戦前までは、特運の雑誌運賃は新聞と同等だったが、戦後しばらくは、雑誌特運の軽減運動とともに新聞との間に存在している運賃格差の是正が大きなテーマであった。また、雑誌付録の運賃・輸送についても、おもに形態や重量を中心に国鉄当局との交渉が繰り返されてきた。出版物輸送の生命線は鉄道輸送だったのである。

---

### 1967年1月11日付「雑誌の送品運賃に関する覚書」

#### 覚 書

当委員会は雑誌の送品運賃に関する件を協議の結果左記のように決定した。

#### 記

- 一 取次会社は地方書店に対する雑誌の送品運賃の請求を全廃する。
- 二 都内を除いた地方書店に対する雑誌の販売正味を一律に一分高の新正味とする。
- 三 前記一、二項による不足運賃は版元、取次の話し合いにより処理する。
- 四 地方書店に対する雑誌の新正味制は昭和四十一年十二月十六日付の送品分よりとする。
- 五 雑誌協会、取次協会の覚書に基く出版社の新卸正味は月刊誌の場合、昭和四十二年二月号よりとし、週刊誌の場合は昭和四十一年十二月十六日付にて地方書店に送品する号よりとする。
- 六 超過運賃の対象は新卸正味実施号よりとする。
- 七 五月十八日の三者会談の継続審議の精神に基いて、取引制度の適正化の為の三者会議を引続き持つことを再確認する。
- 八 運賃撤廃後の小売渡し新正味の内、一部雑誌については関係者間の話し合いにより改正することもあり得る。

昭和四十二年一月十一日

出版販売合理化協議会  
雑誌特別委員会  
(委員代表署名)

右確認す

(三団体代表者署名)

1951年(昭和26)には、出版業界が出版物運賃対策連合委員会を結成し軽減を求めたが、11月国鉄運賃の大幅値上げ(雑誌33.3%、書籍32%)が実施され、その負担をめぐり出版取次懇和会と小売全連は11月に都内定価と地方定価の二重定価制の導入を決め、12月、日本出版協会(出協)、全国出版協会(全協)に提案、翌52年1月から実施となった。この二重定価表示は約80%の出版社で実施され、公取委の注目するところともなり、読者の不評をかった。運賃諸掛り問題は、出版社が出版物を取次会社の軒先渡しを基本と考えていたが、この二重定価制問題から出版社もならんかの解決策を見出す方向となった。

56年10月に雑協は「特別扱運送新聞紙・雑誌のしおり」を作成して関係者の認識を高めた。戦後は雑誌特運および書籍運賃の引き上げが年中行事のように実施され、とくに週刊誌時代を迎えた昭和30年代雑誌の業量の急拡大にともない、63年ころには輸送能力問題で旅客車から貨物車への変更などが国鉄から提案され、各地域への到着、発売日の問題もクローズアップされるようになった。これに対し、雑協は全出版業界の問題として取り組むため、日本文藝家協会と出版5団体で「雑誌輸送対策連合会」を組織し、繰り返し陳情活動を行い、66年の特運値上げまで引き継いだ。その後も、婦人誌などの付録競争も加わり、付録の材質・大きさ、重量、容量などについての取り扱い、また運賃、輸送時間などについて取協、小売全連も共同して要望を行い、国鉄と粘り強い折衝を続けた。特運の値上げは国鉄から運輸省に申請、運輸審議会を経て国会の承認事項であったため、雑協は総力をあげて活動を展開した。雑協設立から10年間で、国鉄との主要な交渉は50回に及んだ。

小売全連は65年に雑誌運賃撤廃問題特別委員会を設置し、撤廃運動は本格化した。出版販売合理化協議会は、66年9月12日に雑誌特別委員会がまとめた「雑誌送品運賃に関する結論」を了承した。この後、雑誌運賃の負担問題は雑協と取協の調整を経て、12月14日付で取協・雑協間で、不足運賃処理について雑協会員社の全雑誌の正味を一律に5厘引き下げることなどに合意し、12月16日送品分から実施された(翌67年1月11日付覚書を雑協、取協、日書連3者で交わした)。これにより、雑誌運賃負担問題は解消した。ただし、基準運賃率を超過した運賃問題が残され、73年3月に運賃協力金として地方送品定価金額の5厘(07年現在5里3毛)を拠出することで決着した。

長年雑誌輸送上、重要な役割を担ってきた特運制度だが、国鉄の赤字体質からくる料金の度重なる値上げ、それにともなって上昇する輸送コストの問題が負担となった。その一方で1970年代ころから幹線道路および高速道路網の整備が急速に進み、これに比例してトラック輸送の効率性向上などで、出版物の輸送はしだいに

鉄道からトラック輸送に比重を移すようになっていった。国鉄分割民営化の方向性が決定されていた86年、特別運賃制度は廃止され、出版物輸送はトラック輸送に切り替わり、取次会社間での共同配送に全面的に移行されていくのである。

#### ◆出版物郵便問題

1961年(昭和36)6月の郵便料金的大幅値上げを契機に、書協と雑協は出版物の郵送料金低減などの運動を合同で進めるため出版物郵便問題対策協議会(相賀徹夫委員長・小学館)を9月に設立し、運動を開始した。その後、運動を継続的に展開するための募金活動、衆参両院議長をはじめ関係議員、郵政相・郵便審議会、国民へのアピールなど国会内外に強力な運動を展開し、66年4月の郵便法改正などで、全国均一料金による書籍小包および第四種郵便に学術雑誌を新設、第三種をほぼ据え置き、などの出版業界にとって画期的ともいべき成果をもたらした。

その後、協議会が中心になって、出版業界に関係の深い、定期刊行物の第三種郵便、学術雑誌の第四種郵便、書籍小包(98年9月カタログ小包と統合され冊子小包となる)などの料金改定にあたって、国会、政府、郵便当局との対応、組織的な運動を展開した。93年(平成5)には、従来の出版物郵便問題対策協議会を出版郵便問題協議会に改組・改称し、運動を継続したが、その後の郵送手段の多様化とともに郵便問題は相対的な課題となっている。

1980年代以降の小口輸送の普及により、雑誌の定期購読、書籍の直接注文などは宅配便などの小口輸送に比重を移している。

### B-3 雑誌発売日問題

#### ◆雑誌の発売日調整

雑誌にとって発売日は戦前・戦後をとおして重大な問題である。雑協発足当時の1956年(昭和31)にまず取り組んだのが「発売日調整」(同年5月に発売日調整委員会設置、翌年7月に販売委員会に改組)だった。56年の『週刊新潮』創刊を皮切りに、出版社系の週刊誌があいついで創刊され、雑誌の販売競争が激化し、競争誌間で発売日繰り上げが起きた。同種の雑誌が早く発売されると売行きに影響を及ぼす。服飾誌、家庭誌、教養誌に大別された婦人雑誌において、たとえば服飾誌と区別されると家庭誌、教養誌より早く発売する傾向があった。

とくに創刊誌の場合は、雑誌の区分と発売日でしばしば問題が起こるようになった。このため、雑協内に発売日調整委員会を設置して、取協と協力・連携しつつ、輸送量の平均化、発売日競争(早出し競争)の防止、創刊誌の発売日調整などに対処

した。その後、児童誌が急増したため、未就学誌、幼年誌、少年少女誌に分け、発売日をそれぞれ設定、婦人誌も婦人教養誌、婦人家庭誌に分離し、これに大衆娯楽誌を加え、月の上旬、中旬、下旬にすることとした。背景には取次作業、国鉄輸送力の問題があった。

#### ❖「同一地区同時(日)発売」の原則

雑誌の発売日設定は同類誌同時発売の原則、創刊誌の発売日は既刊同類誌と同日発売にする、ことを基本に、おおむね1965年(昭和40)までに、現在のジャンルごとの発売日設定の原型が整った。雑誌の発売日は、本来、出版社が自由に決めるべきだが、多品種な雑誌が印刷・製本を経て取次会社に搬入され、そして取次会社によって各地区別に仕分けされ書店まで配送されるのが実情である。そのため、円滑な雑誌の流通・販売にとって発売日は重要なポイントになり、小売書店間での競争に加え、駅売店、スタンド販売、さらにはCVSと販売拠点の多様化にともない、ますます適切な対処が求められている。

現在は、発売日の調整を雑協の販売委員会発売日小委員会が担当している。雑協会社員の雑誌に関して、創刊誌、発売日変更、刊行サイクル変更、タイトル変更、発売元変更について書面で提出してもらい、毎月、定例会で検討、承認している。発売日は輸送業量、ひいては書店店頭陳列に影響をもたらしかねず、取協の雑誌進行委員会と協力して、非会員社を含め発売日に関する状況を把握しながら、必要に応じ対処している。たとえば、月の下旬、20日以降に業量が偏向する傾向があり、小売書店における店頭陳列に支障をきたし、結果として返品せざるをえない、との状況もある。こうした事態を踏まえて、業量の多い発売日が休日・祝日に重なりさらに膨れ上がる可能性がある場合には、あらかじめ出版社の協力を得て発売日を移動するなどして業量の平準化をはかっている。

#### ❖雑誌発売日励行本部委員会の活動

雑誌の発売日は長い商習慣から生み出された「同一地区同時(日)発売」の原則があり、発売日遵守の活動は、1971年(昭和46)に発足した雑誌発売日励行本部委員会(雑協・取協・日書連・即売会社で構成、相賀徹夫委員長・小学館)が中心に行っている。各地区には、それぞれ地区委員会があり、全国の雑誌発売日の状況把握と発売日較差の是正に取り組んでいる。発売日より早く販売された場合は、当該雑誌の発行出版社が小売店への啓発活動、場合によっては取次会社に前渡し中止などの対応を講じている。雑誌の前渡しは、発売日に確実に店頭陳列・販売ができるよう、小売店に事前着荷させるものである。

昭和30年代の週刊誌創刊ラッシュによって、書店ルートと即売<sup>13</sup>ルート間に発売日差が発生したことが発売日励行活動の契機となった。その後、コンビニエンスストア(CVS)での雑誌販売が拡大していく過程で、発売時間差が問題になった。

93年(平成5)には講談社・小学館・集英社が、発売時間を午前5時以降とする特別指定誌<sup>14</sup>を決めて取次会社に通知した。これは、少年コミック誌などを購入しようと、子どもたちが深夜外出をするようになったことが社会問題化し、青少年健全育成の観点からの対応であった。ただし、発売日時間指定を発売日励行地区委で規定しているのは、青少年条例との関連で首都圏と兵庫県に限定されている。発売日励行活動<sup>15</sup>は、独占禁止法の精神に反しないように、その時々<sup>16</sup>の社会・経済的な背景を勘案して、「同一地区同時(日)発売」の趣旨の徹底と必要な啓発の推進を行っている。

発売日の遅延が生じて業界の大きな問題になったことがある。「もうこれ以上は運べない」との全国トラック協会出版部会の声に象徴されるように、雑誌の業量が膨れ上がった88年(昭和63)から90年(平成2)にかけて、年末年始を中心に発売日遅延が生じ、書店店頭が混乱した。その後、業界では安定・円滑輸送について検討し、頻繁に雑協、取協、トラック協会が協議を行っている。さらにバブル崩壊の影響もあり、業量ははだいに減少へ向かい沈静化している。

ところが「まさかこんな時期に」と出版関係者から驚きの声があがったのが2005年(平成17)2月末から3月初めにかけての史上最大級の搬入、発売日遅延である。雑誌の業量はピークに比べ大幅に減っていたにもかかわらず、カタログ、フリーペーパーなどの印刷が重なり、大手印刷会社の折り加工部門が限界となり、連鎖的に影響が広がっていったのである。影響を受けた雑誌は100誌を上回り、取協では搬入管理の徹底を要望した。

デジタル化による納期短縮なども要因のひとつであったが、こうした事態を受け、あらかじめ問題が生じる可能性がある場合は、きめ細かく発売日調整をはかっていくことになった。雑誌の多品種少量生産時代を迎えて、流通・販売現場はより神経を使う状況を如実に物語っている。

#### ❖発売日差の是正を進める

雑誌の発売日差については、2005年(平成17)3月に山口・島根・鳥取県の発売日改善が実現し、本州から3日目地区(首都圏基準2日遅れ)がなくなった。今後の課題は、九州・北海道、そして船便輸送の沖縄地区向けを空輸に切り替えるなどである。

雑誌の販売ルートは、定期購読などで読者直送のメール便など多様化しており、発売日問題の性格も複雑化してきたが、雑誌の発売日は、流通・販売はもちろん編集・製作・広告・宣伝活動を含めて雑誌出版の根幹のひとつである。

#### ❖雑誌休配日

雑誌休配日は1992年度(平成4)にテストケースとして6・7月に2日間実施され、翌年は4日間となり、95年度から2000年度(平成12)には5日間まで拡大した。しかし、01年度は4日間、02年度は3日間、05年度には2日間に減少している。

取協は91年4月に「業量平準化と週休2日制実施についてのお願い」を発表した。書店、印刷・製本、輸送業者の意向を踏まえ、流通・輸送の安定、効率化を目指すもので、数年後には完全週休2日を指向し、雑誌休配日は年間12回が提案された。雑協は物流委員会(輸送委員会を改組)を中心に検討し、週刊誌を除くテストとその検証を行った。現在の休配日設定は週刊誌を除いて、①1、5、8、12月を除く、②第2土曜日を基本とする、③3連休は避ける、④月2回祝祭日がある日は避ける、などの「基本4原則」を94年に確認し運用されている。雑誌の売上高は97年をピークにダウンし、流通・販売環境も大きく変化しているが、引き続き雑誌休配日のあり方について検討が行われている。

## B-4 客注品の迅速化

#### ❖客注品処理のスピードアップ

注文品、とくに客注品の迅速な調達は、読者サービス向上の点から多年にわたって業界の課題として取り組まれてきた。1971年(昭和46)には取協から書協に対して「短冊注文の迅速出荷」「注文書の1週間以内の返戻」などの要望が寄せられた。書協はそれに積極的に対応したのをはじめ、76年9月には書協内の出版開発特別委員会に「一冊物流通小委員会」を発足させるなど、客注など単品流通の円滑化に力を注いだ。79年10月には客注品処理改善のための業界インフラとして、書協、取協、日書連で「客注専用注文票」の採用を決めた。出版社は、客注品を優先的に出荷しようとするものである。94年(平成6)5月からはこれにISBNコード記入欄を設け、さらに客注品流通のスピードアップに向けた改善を行った。

#### ❖データ処理のオンライン化

その一方で、大手取次各社は1978年(昭和53)から79年にかけて流通の抜本的改善

13—— 駅周辺などで新聞、雑誌などを販売する会社。啓徳社、たきやま、東都春陽堂、東京即売が大手4社。

14—— 『週刊少年サンデー』『ちゃお』『コロコロコミック』『週刊少年マガジン』『ヤングマガジン』『月刊少年マガジン』『コミックボンボン』『なかよし』『週刊少年ジャンプ』『週刊ヤングジャンプ』『りぼん』『月刊少年ジャンプ』『Myojo』(明星)。

15—— 雑誌発売日励行活動については、「雑誌発売日励行ハンドブック」(雑誌発売日励行委員会編、2001年11月発行)を参照。

を目指してデータ処理オンライン化の準備を始めた。84年には4月に日販オンライン・コミュニケーション・システム(NOCS)、6月に東販総合オンライン・ネットワーク・システム(TONETS)が稼働、12月に大阪屋出版流通システム(OPAS)などがサービスを開始した。書籍新刊発行点数の増加にともない、取次各社は物流倉庫の拡大、近代化、地方拠点への展開などを進める一方、それまでの労働集約的な短冊(スリップ)による受発注方式から、専用VAN(付加価値通信網)回線利用によるオンライン化、スリップレス化の実現を目指して、高コスト体質からの脱皮をはかろうとしていた。時代は流通の近代化、EDI(電子データ交換)による受発注のスリップレス化に動き始めたのである。

83年には日書連でもSA(ストア・オートメーション)<sup>16</sup>問題研究特別委員会を発足させて、89年の「バードネット」構築に至る。それに対応して書協流通改善小委員会でも書店のSA化の研究を開始、87年には日書連の委員を招き、SA化の目的、内容、出版社への提供可能な情報、出版社への影響などについて意見交換をしたほか、書協内で書店SA化問題の説明会を開催した。

このような環境の変化を受けて、書協では92年(平成4)3月に出版情報流通推進委員会(佐藤隆信委員長・新潮社)が発足、取次・出版社間の情報流通のあり方、業界統一のVAN構想について取協との間で研究、協議を重ね、93年9月には計画を具体的に推進する目的で「書協・取協VAN推進会議」を発足させた。また推進会議のもとに実務担当者による「スタッフ会議」を設置、受発注に関する専門的な問題点について詳細な検討を開始し、翌年2月『業界オンライン標準フォーマット集』をまとめ発行した。その後推進協議会は「出版VAN合同協議会」と衣替えし、業界インフラとしての統一出版VAN普及の原動力となっていくのである。

2002年(平成14)11月、取協では出版VANに代わる情報インフラ機能として「新出版ネットワーク」システムの構築を打ち出し、翌03年4月からスタートした。これまでの専用回線によるVANでの運用から、インターネットの活用により出版社の書誌情報、重版情報、品切れ情報などと取次会社がつ書店受注情報とを統合させて、出版物流通の改善、コストダウンをはかろうとするものであった。これを契機に取次会社、出版社間の受発注データの交換を、出版VANから新出版ネットワーク・システムへ移行する出版社が増えていくことになる。

#### ◆雑協「雑誌POSセンター」

雑協の雑誌POSセンターは、書店などからオンラインで送られてくる雑誌の販売データを1か所で受信し、それを利用出版社に配信するシステムである。雑誌の販売データを書店との信頼関係をベースに収集、利用出版社に提供し、効率販売ひいては

雑誌の編集企画の活性化に資する雑誌出版界のインフラ機能としての役割を担っている。雑協は1984年(昭和59)12月、「雑誌に関するPOSシステムについての報告」でPOSシステムの導入を取協に提案し、日書連を含めて研究を進めることとした。

2000年(平成12)6月には、角川書店、講談社、光文社、集英社、小学館、マガジンハウスの6社が発起して雑誌販売データ共同収集機構(略称・雑誌POSセンター)を創設した。翌年から販売データの送信を開始し、その後、データ提供法人、利用出版社の増加にともない、04年4月から雑協に移管され、雑誌POSセンターの運営は、雑協販売委員会の雑誌POSセンター運営委員会(久我英二委員長・マガジンハウス)があたっている。

雑誌POSセンターのおもな利点、有効性は、①書店および取次会社からの送信が1か所ですみ、送信コストが軽減される、②書店が雑誌マスター(出版社別仕分け)をもたなくてよい、③出版社の売り上げ調査のスピードが早まり、それにかかわる費用が軽減される、④適正な製作・配本・増刷などに機敏に対応でき、編集企画に反映される、⑤利用各出版社間で合意したうえで、競合誌の販売データが開示される、などである(06年9月現在、15法人全国約9000か所以上の日次販売データを配信、利用出版社は41社)。

データ提供法人には、コミック、ムックの売行率、06年末からは定期誌のジャンル別売行率の提供サービスを行っている。利用出版社の新規雑誌の登録、削除、出版社間での了解のもとで行う相互開示についてもウェブ<sup>17</sup>上で手続きができるようになり、機能強化がはかられている。

## B-5「雑誌作成上の留意事項」

### ❖円滑な流通・販売のために

「雑誌作成上の留意事項」は、雑誌の流通を勘案して表紙回り、付録などに関する留意事項を、取協の意見も反映して、1986年(昭和61)11月に自主基準としてまとめたものである。同留意事項は、各取次会社の窓口などでは「形態基準」といわれ、雑誌の円滑な流通のための交通ルール、留意点として認識され、根づいている。

同留意事項は、国鉄分割民営化を契機に作成されたが、その下敷きは国鉄が規

16——日書連が提唱した構想で、書店における販売管理、受発注作業、書誌検索などを通信回線によるVANやコンピュータによって処理し、作業の標準化と生産性の向上をはかろうとするもの。

17——<http://www.zassi-pos.gr.jp/>

定した雑誌の特別運賃制度にかかわる規定である。その歴史は、1897年(明治30)当時の鉄道省が雑誌特別運賃制度を設けたところまでさかのぼる。業界では「特運」とよばれ、雑誌出版社は、付録などをつける場合には逐一、国鉄の担当部署に認可申請を行っていた。

雑協設立以降は、雑協が雑誌出版界の意見・要望を反映し、国鉄当局と特運規定をめぐる交渉を重ねてきた経緯がある。特運規定は、表紙表示、雑誌に挟み込むハガキの枚数、付録に使用できる材質など多岐にわたり細かく定められていた。雑協ではそれらの理解、認識を深めるため「特運の手引き」を作成し、会員各社に配布した。

「雑誌作成上の留意事項」は、国鉄民営化の方向が決まった1984年(昭和59)、雑協内に設けられた特運規定委員会(相賀徹夫委員長・小学館)が、特運廃止(86年11月)後も輸送・展示の合理化、関連業務の円滑化を助けて雑誌出版界の合理化にも役だつ、という趣旨でまとめたものなのである。

#### ◆実態に応じた改訂の経緯

特運廃止、国鉄分割民営化後は、取次会社はじめ流通・輸送、小売業界との問題となり、雑協の雑誌基準運営委員会が、その運営、基準改訂などを担当している。80年代後半のバブル景気による雑誌の拡大、そして90年代に入りFD(フロッピーディスク)、CD-ROMなどの記録メディアの登場で、雑誌広告協会など広告団体などから同留意事項の改訂を求められた。1999年(平成11)ごろまでは、そうした要望案件ごとに取協と検討を行って部分改訂を繰り返してきた。

しかし、電子記録メディアの登場などで基準に合致しない事例があいつぐ事態となり、また98年以降、雑誌市場に陰りが出てきたことなどを背景に、同留意事項の全面的な改訂機運が高まり、雑誌基準運営委員会は取次会社、印刷・製本業界の実態を把握し、関係業界と検討を進めた。2001年(平成13)5月には、同留意事項を全面改訂<sup>18</sup>、これにより週刊誌の付録も解禁された。特運時代からの名残であった「付録の形状・材質等」細かい規定はできるかぎり削除あるいは簡素化した。表紙加工、付録、サンプル貼付、香り印刷、表示変更などを行う場合に、流通上支障がないか確認のうえ、事前に各取次会社の仕入れ窓口連絡、必要に応じて相談することを前提に大幅な緩和を実現した。これ以後、改訂時点では予想しえなかった付録、広告サンプル貼付事例が続々登場し、雑誌業界の規制緩和で「豪華付録・サンプル特集」がテレビ・新聞で組まれるなど話題をよんだ。

雑誌業界の規制緩和報道がきっかけで、公取委の景品担当部署より、「景品規約」が変更されていないにもかかわらず、消費者・読者に誤解を与えるおそれがあると

の指摘が雑誌公取協に寄せられ、同協議会加盟出版社に注意を喚起した。

一方、小売書店からは、広告主から支給されるカタログ類を雑誌に挟み込む事例が目立つようになったため、店頭での作業負担がかさむだけで、販売促進の効果も期待できない、などの批判が高まり、挟み込み作業中止宣言をする書店チェーンが現れる事態になった。

雑協では、雑誌基準運営委員会が05年に取協との事例研究を重ねた結果、06年1月から、とくに問題・影響が大きい事例について、「雑誌作成上の留意事項」の付則として取協と連名の文書および雑協HPで告知することとした。その第1弾は「広告主から全面支給されるカタログ類は、原則として本誌に綴じ込み、貼り込みとする」という内容である。

雑誌の付録・サンプル貼付は、雑誌特有の魅力を引き出すもののひとつとして、読者、広告主の関心は高い。ただ、別添ものに限っても年間4000点を超える雑誌に付録、広告サンプルがついている実態がある。雑協では、印刷・製本、流通・輸送、そして販売において付録・サンプル貼付などの実情と取協や書店の店頭実態を踏まえ、今後も適宜事例研究を行いながら適切な運用をしていく考えである。

## B-6 流通改善へ向けて、さまざまな取り組み

### ❖ 須坂構想

1991年(平成3)、長野県平安堂総業の平野稔社長から、書籍・雑誌の印刷・製本からストック・配達までを一か所(長野県須坂市)で一貫して行う共同倉庫、いわゆる“須坂構想”の提案が出版業界に対してあった。書協はこれを受けて流通委員会内に須坂構想検討委員会を設け、倉庫機能、集品・出荷機能の協業化が、とくに単品注文に対する出荷、調達を合理化しスピードアップにつながるかどうかなどの研究に入った。96年には計画の実現に向けて株式会社<sup>19</sup>が設立されたため、流通委員会での検討を休止し、当該会社に委ねることにした。しかしながら、その後、実現に至らず株式会社も2003年3月解散した。

### ❖ 出版共同倉庫ネット

2003年(平成15)8月には、出版倉庫流通協議会が設立された。早く、安く、簡単にをモットーに、出版情報の共有・活用と出版流通改善を目指して、出版倉庫会社・取次

18 —— 「雑誌作成上の留意事項」(2001年改訂版 社団法人日本雑誌協会発行)を参照。

19 —— 株式会社ジャパンブックセンター(資本金1億円、1996年4月10日設立、社長渡邊隆男)

会社、コンピュータソフト会社や古紙会社など多彩な業種が参加している。06年8月現在53社が参加し、取扱い出版社数は約650社となっている。わが国の出版社数は4400社といわれ、そのうち1000社で出版物量の90%以上を占めている。この1000社の物流を担っているのは約60社の倉庫会社であり、その倉庫会社の大半が共同して、出版社の物流に対応し、在庫情報などの共有化を実現するため、「出版社共同ネット」の構築と「ICタグの実証実験」に携わっている。

「出版社共同ネット」は、①s-book.net<sup>20</sup>と連携、②在庫情報を希望する取次会社および書店などに配信、③全受注データを当該取次会社に送信、する仕組みとなっている。

「ICタグの実証実験」は、JPO(日本出版インフラセンター)<sup>21</sup>で進められているが、出版倉庫流通協議会もこの実証実験に協力・参加している。ICタグの活用は、物流管理はもとより委託制と併用できる〈買切りや責任販売制〉などの多様な取引条件、および〈時限・部分再販〉などの取引管理までを含むシステムを構築することにあるが、実験の結果はある程度評価できるものとなってきた。当初は書店店頭における「万引き防止の切り札」として期待され研究が始まったICタグではあるが、物流・取引管理にとどまらず、「ICタグを出版業界の困難なテーマの解決手段として利用できないか」というような視点で、取り組みが進められている。

#### ◆出版情報の整備

客注の迅速な処理には、流通している在庫情報の把握とその一元化が欠かせない。1958年(昭和33)から部門別に全6編の『日本総合図書目録』を順次発行していた書協は、創立20周年にあたる77年、当時わが国で流通していた全在庫を網羅した『日本書籍総目録』を10月1日初めて刊行した。また76年5月には近刊図書情報誌『これから出る本』の月2回の定期刊行化にもこぎつけた。『総目録』は精度の高さ、手軽さ、保存性に優れているなど、書籍形態としての強みを発揮し業界に長く定着してきたが、情報の電子データ化の流れに対応すべく97年(平成9)9月に日本初の流通対応型書籍検索サイト〈Books〉<sup>22</sup>を協会のホームページに無料で公開した。これによって注文品対応の迅速化がさらに進み、流通改善に大きく寄与することになったが、冊子体の『総目録』は商品性を失い「2001年版」を最後に中止した。

また出版情報および出版業界システムの基盤整備をはかる「日本出版データセンター」(書協・雑協など5団体が設立社員)が2002年(平成14)に設立され、03年6月には「有限責任中間法人日本出版インフラセンター」(JPO)に改組・改称して、在庫情報整備などの研究をスタートさせた。さらに04年には日本図書コード管理センターと組織統一を行い、情報基盤の構築、整備に取り組んでいる(2章C項参照)。