

早慶和書電子化推進コンソーシアム活動報告： 2022～2023年度を中心に

なかい あこ
中井 亜子
(メディアセンター本部)

ふじもと ゆうこ
藤本 優子
(メディアセンター本部主任)

1 プロジェクトの背景と概要

2020年の新型コロナウイルス感染症の流行により、従来の図書館の来館サービスや蔵書への物理的なアクセスが制限されたことをきっかけに、日本の大学図書館における電子書籍の購入が増え、特に和書の電子書籍の購入費総額は2019年度の約7億8千万円と2020年度の約17億2千万円を比較すると2倍以上になった¹⁾。もちろん慶應義塾大学（以下「慶應」とする）も例外ではなく、来館できない利用者のために積極的に電子書籍を購入し、利用件数も大幅に増加した²⁾。このように電子書籍の購入と利用が本格化したことによって、和書において以下の課題を感じるようになった。

- ・大学図書館で購入可能なコンテンツが少ない
- ・紙の書籍よりも電子書籍の出版が遅い
- ・利用条件（同時アクセス数、ダウンロード可否）の制限が多い
- ・書誌データの質と提供スピードの向上が必要
- ・購読モデルの選択肢が少ない

こうした状況の中、慶應義塾大学メディアセンターは早稲田大学図書館とともに、2021年5月に「早慶和書電子化推進コンソーシアム」（以下「早慶コンソーシアム」とする）³⁾を立ち上げた。両大学図書館は2019年9月から図書館システムの共同運用を開始しており、同じシステムを導入しただけでなく、紙の資料の目録作成を協働で行い書誌データを共有し、館員の知識共有や人的交流を進めている⁴⁾。早慶コンソーシアムはこのスケールメリットを活かした電子資料契約における取り組みである。

まず、和書の電子書籍プラットフォームを提供する複数の書店と協議し、2022年4月に紀伊國屋書店をパートナーとすることに決定した。その後、紀伊國屋書店を通して出版社との交渉を重ね、2022年10月から1年半の期間限定で実証実験を開始した。実験では、早慶コンソーシアムの活動趣旨に賛同した国内出版社5社（岩波書店、講談社、光文社、裳華房、日本評論社）から有償で提供された約1,200点のコンテンツ（表1）を、学術和書電子図書館サービス

表1 提供されたコンテンツ

出版社	購読モデル	コンテンツの内容	コンテンツ数 (2024年3月末時点)	同時 アクセス数	特徴
岩波書店	サブスクリプション (年間購読モデル)	早慶の所蔵冊子の貸出数が多い文庫・新書類	100	3	早慶が必要なコンテンツのみ選定。これまで図書館向けに提供されていなかったコンテンツも含まれる。
講談社	サブスクリプション (年間購読モデル)	早慶の所蔵冊子の貸出数が多いコンテンツ	181	無制限	初めてのKinoDenへの電子書籍提供。同時アクセス無制限のコンテンツはKinoDenで初めて。
光文社	サブスクリプション (年間購読モデル)	光文社新書・光文社古典新訳文庫	497	1	初めての図書館向け電子書籍提供。契約期間中の新書新刊が、冊子とほぼ同時に提供された。
裳華房	EBAモデル ⁷⁾	新刊も含めた電子書籍全コンテンツ	398	1	国内出版社として初めてEBAモデルを提供。年度ごとに契約金額に応じたコンテンツの買い切りが可能。
日本評論社	サブスクリプション (年間購読モデル)	早慶の所蔵冊子の貸出数が多いタイトルのほか、教科書等の売れ筋、書評掲載など出版社選定のコンテンツ	100	1	学術書サブスクリプションモデル

KinoDen⁵⁾にて慶應義塾大学および早稲田大学（以下「早慶」とする）の所属者が利用できるようにした。その利用状況や利用者からの意見を各出版社に直接伝えることによって、和書電子書籍の課題を大学図書館と出版社の双方にとってプラスとなる形で解決することを目指している。

なお、2022年10月20日には早慶と紀伊國屋書店で同時にプレスリリースを行った⁶⁾。早慶の広報室の協力も得ながら進め、早稲田大学広報室の助言のもとデザイナーに作成を依頼したキービジュアルや概念図を使用した（図1、図2）。プレスリリースの反響は大きく、取材や会議での事例報告、原稿執筆などの依頼を受けた。



図1 キービジュアル

2 早慶コンソーシアムの取り組み

(1) 電子書籍の提供

電子書籍は、早慶で使用している図書館システムAlmaに書誌データを登録することで、利用者が慶應のKOSMOSならびに早稲田大学（以下「早稲田」とする）のWINEで検索できるようになる。通常、電子書籍の書誌データは、AlmaのCentral KnowledgeBase（以下「CKB」とする）を利用している。CKBには、出版社などのベンダーが提供した書誌やリンクの情報等が含まれており、Almaを提供しているEx Libris社が常時更新、管理している。なお、電子資料の提供と管理の方法については、別途詳細な報告があるのでそちらを参照されたい⁴⁾。

この度提供されたコンテンツは、早慶に限定して初めて図書館向けに提供されるものも多く、CKBに搭載されていないものが存在した。そのため、CKBに書誌データがあるコンテンツについてはそちらを利用し、ないものについては紀伊國屋書店からCATP形式のMARCデータをMARC21形式にコンバートしたものを提供してもらい、それをAlmaに登録することとした。KinoDenのMARCデータを登録するのは初めてだったため、システム担当と目録担当によるサンプルデータの検証を行い、挙がってきた修正点や改善点を時間的・費用的に可能な範囲で対応した上で、岩波書店、講談社、光文社



図2 概念図

の全件と裳華房と日本評論社の一部のMARCデータを早慶それぞれに用意してもらった。

Almaへの登録は、紀伊國屋書店から提供されたMARCデータを早慶の電子資源担当が受け取り、CKBに書誌データがないことを確認した上で、慶應のシステム担当が慶應のAlmaにMARCデータを登録し、次に早稲田のシステム担当が早稲田のAlmaに登録を行い、早慶で書誌等のデータを共有できる領域であるNetwork Zoneにおいて同一書誌に所蔵がついたかを確認するという手順で行われた。また、実験期間中のコンテンツが固定されている場合には一度登録すればよいが、新刊の追加提供があった光文社と裳華房については、毎月登録作業が発生することになった。当初は、電子資料におけるAlmaの活用の一つとして、早慶それぞれでMARCデータの登録作業を行うのではなく、先にNetwork Zoneへ直接MARCデータを登録することで書誌を共有する方法を考えたが、システム担当による検証の結果、そのような方式はとれないことがわかり断念した。どちらの登録方法にせよ、早慶で書誌を共有できることに変わりはないが、作業の効率化は叶わなかった。

コンテンツについては、早慶コンソーシアムの特設Webサイトに出版社ごとの一覧を作成し、データベースナビでもリストの提供を行っていたが、KOSMOSに登録されていないと利用者の図書館資料の探索行動から外れてしまう。視認性を高めるためには、書誌データの提供スピードは非常に重要であり、コンテンツの利用開始と同時にKOSMOSで検索できる状態となっていることが望ましい。加えて、CKBの書誌データは情報が足りないものや文字化けしているものがあるため、書誌データの質についても改善が必要である。早慶コンソーシアムの取り組みを通して、ゆくゆくは日本語コンテンツの書誌データの改善につながることを期待したい。

(2) 利用統計の分析

実証実験でのコンテンツの利用状況は、毎月初めに前月分の利用統計をKinoDenの管理者画面から取得して出版社毎に分析を行った。

実験を開始した2022年10月からの慶應における利用統計を分析したところ、学期期間中は利用が増えて、長期休暇中は利用が落ち着くという様子が見ら

れた。特に、同時アクセス1で学術書が提供された裳華房と日本評論社については、学期期間中にアクセスできなかった件数が多くなっていった。

また、コンテンツの利用割合は最終的に90%を超えており、講談社と日本評論社に関してはほぼ100%であった。これは図書館でよく利用されているものを提供してもらったことに起因していると考えている。

KinoDenではWebブラウザのほか、電子書籍アプリ「bREADER Cloud」からも電子書籍を閲覧でき、利用統計もWebブラウザとアプリそれぞれからの閲覧数を取得できる。アプリによる閲覧割合を出版社ごとに比較したところ、新書・文庫がメインの光文社はアプリによる利用が45%となっていたが、理工学系学術書がメインの裳華房はアプリによる利用は18%であった。そのほかの出版社については20%台であった。全体としてはWebブラウザからの利用が主流ではあるが、隙間時間にも読みやすい新書・文庫についてはアプリ利用も好まれる様子である。

(3) アンケート調査

大学図書館が提供する電子書籍の利用状況や利用方法、改善要望などを把握するために、電子書籍に関する利用者向けアンケートを実施した。2023年6月1日～30日の1ヵ月間、早慶の学生・教職員を対象にWebフォームによるオンライン調査を行った。3分間という短い時間で回答できるよう質問数を15問に調整したことも功を奏し、合計1,517件（早稲田761件、慶應756件）の回答を得ることができた。内訳は学生が75%、教職員が25%であった。

調査結果は両大学で全体的に同じ傾向となった。唯一、早慶で異なる傾向になった設問は、「大学図書館で提供してほしい電子書籍の分野」であり、これは学部構成の違いが影響していると考えられる。

以下に主な結果を3つ示す。まず、日常的な電子書籍（和書・洋書・漫画など全て）の利用状況は、使う人が約79%、まったく使わない人が21%であった。また身分別にみると、日常的に電子書籍を利用している人の割合は、教員・研究者や学年があがるほど高いことが明らかになった（図3）。

次に、大学図書館が提供する電子書籍を使わない理由としては、「存在を知らなかった」が45%で、次いで「読みたいタイトルがない」「使い方がわか

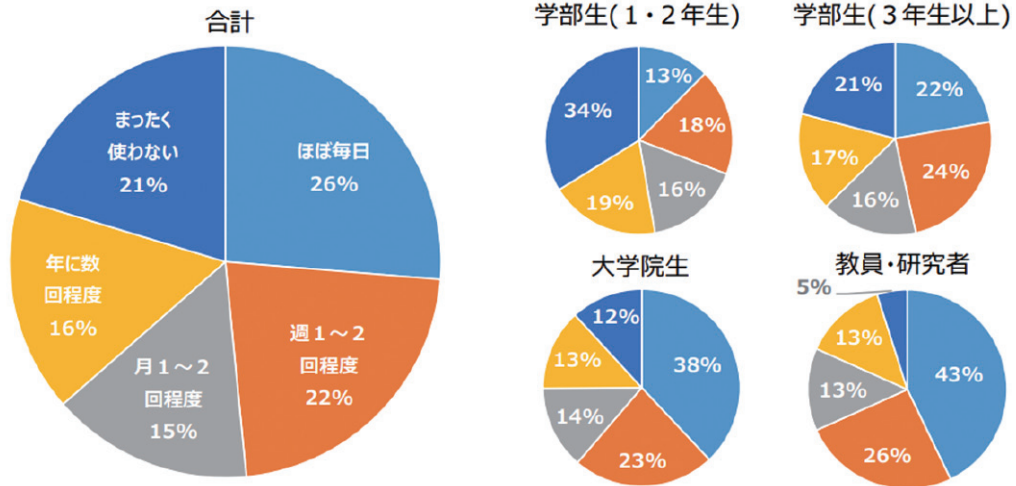


図3 日常的な電子書籍の利用状況

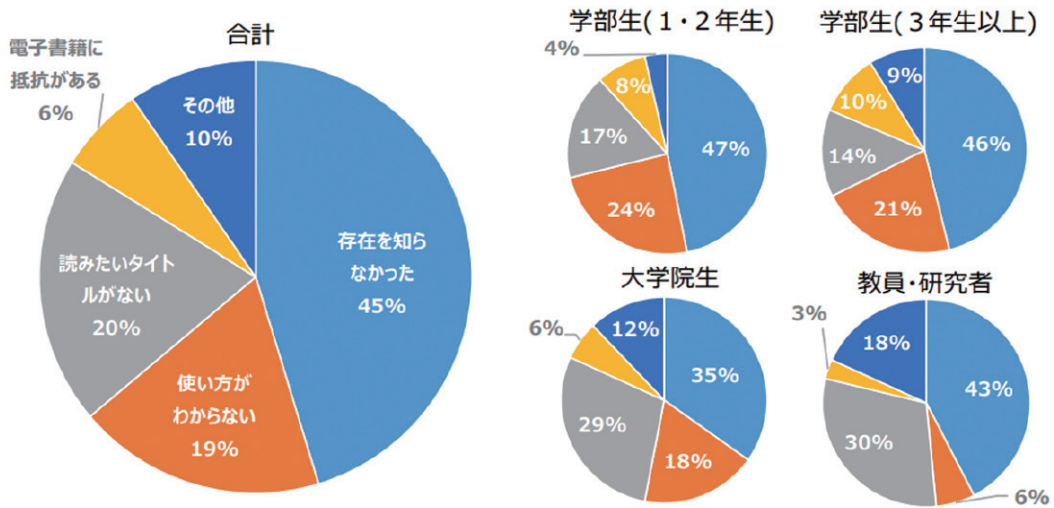


図4 大学図書館が提供する電子書籍を使わない理由

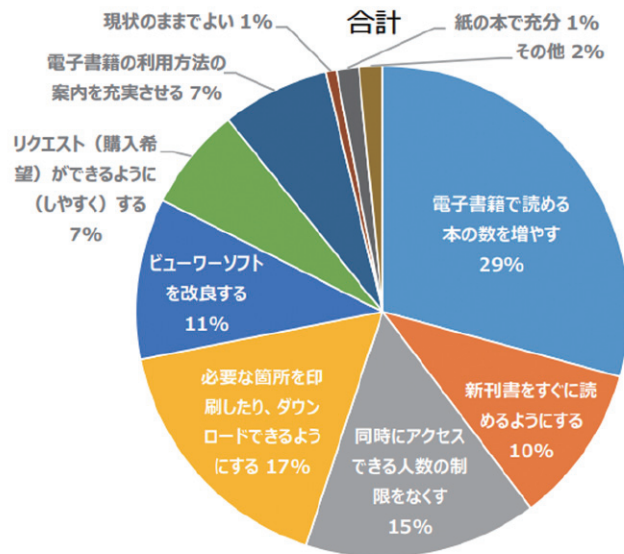


図5 大学図書館が提供する電子書籍の改善希望点

らない」となった。身分別にみると、教員・研究者は「読みたいタイトルがない」と回答する人の割合が高く、学部生・大学院生の学年が下がるほど「使い方がわからない」と回答する人の割合が高くなった(図4)。

最後に、大学図書館が提供する電子書籍の改善希望として最も多かったのは「電子書籍で読める本の数を増やす」で29%であった。次いで、「必要な箇所を印刷したり、ダウンロードできるようにする」、「同時にアクセスできる人数の制限をなくす」、「ビューワーソフトを改良する」、「新刊書をすぐに読めるようにする」が続く結果となった(図5)。

その他の設問についての結果は、早慶コンソーシアムのWebサイトにて概要を公開しているため、そちらを参照されたい⁸⁾。

(4) インタビュー調査

アンケート調査の結果を受けてさらに確認したい内容を利用者に直接聞き、課題を具体的に明らかにするために、利用者へのインタビューを行った。アンケートにて「インタビュー調査可」と回答した利用者に対して改めて協力依頼を行ったところ、慶應4名(学部生3名, 大学院生1名)、早稲田4名(大学院生4名)の調査協力者を得ることができた。いずれも、図書館を非常によく使っている利用者であった。慶應会場は2023年11月20日に、早稲田会場は2023年11月29日に、それぞれ4名ずつのグループインタビューを行った。

インタビュー調査の結果、主に明らかになったことは下記の通りである。

- ・電子書籍は図書館へ行けない時(図書館の閉館時、教室や自宅など図書館から離れた場所にいる時)に利用することが多い。
- ・同じ資料でも紙と電子で使い方が異なるため、両方が必要である。
- ・電子書籍を引用する時でも、引用情報は紙の書籍を参照する。
- ・同時アクセス数は意識しており、同時アクセス数1だと気を遣ったり、超過を心配したりすることもある。
- ・新刊がすぐに追加されるのは魅力的である。
- ・図書館の検索システムでの利用手順の簡素化、表示方法の改善が必要である。

- ・プラットフォームの利便性向上への要望(しおり機能、検索機能等)が強い。

(5) 出版社との対話

国内出版社5社とは、早慶コンソーシアムへの提供コンテンツや購読モデルなどについて、紀伊國屋書店を交えて何度も話し合いを行った。実証実験開始後も、その利用状況を定期的にフィードバックしたり、一般商品化に向けての価格や条件等について図書館側の意見を伝えたりして、対話を続けた。

その中で明らかになったのは、「個人向けのみを提供されて、図書館向けには提供されてこなかった電子書籍」が多数存在することであった。その理由としては、まず、紙の書籍の売り上げ減少への懸念が根強いことがある。出版社内で意見が分かれている場合もあり、電子化を進める部署としては電子書籍の提供を積極的に行いたい、編集部ではその不安を払拭できていないという事例もあった。次に、著者の権利処理の問題や、印税処理の複雑化など、電子書籍を図書館に提供するためのコストが増加することが挙げられる。また、出版社の人手不足や著者の意向が障壁となるケースもある。

しかし、早慶コンソーシアムに参加したことによって、普段は知ることのできない電子書籍の利用状況や利用者の意見、大学図書館の事情などを知ることができて、社内の電子化に対する風向きが変わったという出版社の話も聞くことができた。

(6) イベント・展示

校内での電子書籍の利用促進を行うためにイベントや展示も行った。

2023年6月に、『光文社古典新訳文庫はこうやってつくってます』という光文社古典新訳文庫の編集長と若手編集部員によるトークイベントを開催した。これは元々、光文社より「学生と直接関わる機会を設けるためにイベントを開催したい」と強い希望があり実現したものであった。早稲田では6月20日に中央図書館で開催し、慶應では6月29日に日吉メディアセンターで図書館フレンズの協力を得て開催した。慶應会場では、光文社古典新訳文庫のファンや出版社に興味のある学生など38名が参加し、質疑応答も活発に行われて盛會に終わった。

展示についても、早慶の各キャンパスで複数回実

施した。慶應では各キャンパスのメディアセンターの企画として、裳華房に関する展示を理工学メディアセンター（2023年6月1日～30日）で、光文社古典新訳文庫に関する展示を日吉メディアセンター（2023年6月2日～7月1日）および湘南藤沢メディアセンター（2023年6月9日～23日）で、早慶コンソーシアム全体に関する展示を日吉メディアセンター（2023年7月3日～29日）で行った（図6）。展示の準備にあたっては出版社の協力も得ることができ、各出版社のロゴや説明文、書籍販売用のポップなどを提供していただいた。

慶應でのイベントおよび展示は2023年6月から7月にかけて実施され、その時期の早慶コンソーシアムで提供している電子書籍の利用数は伸びており、利用促進に直接結びついたと考えられる。



図6 日吉メディアセンターでの展示風景

(7) 成果報告会

2023年度までの活動内容と成果を取りまとめて出版社向けに報告する「早慶和書電子化推進コンソーシアム成果報告会」を、2024年6月11日に早稲田大学図書館にて開催した。プログラムは、図書館からの報告、出版社（光文社、裳華房）からの報告、学生・教員・出版社によるパネルディスカッション、紀伊國屋書店からの報告、という構成で、報告会終了後には軽い飲食をしながらの交流会も開催した。

当日は、出版社32社（43名）、大学図書館6大学（7名）の計50名の参加があった。交流会も自由参加にも関わらず参加者が多く、活発な対話が行われていた。参加者アンケートでも回答者の90%以上が「満足」と回答しており、「実際に利用する学生の意見は貴重」「出版社の率直な意見を聞いたのがよかった」といった意見が特に多く、また、サブスクリプ

ションやEBA⁷⁾の販売モデルに興味を示す出版社がいくつかみられた。

3 これからの活動

(1) 2024年度について

当初は2023年度までで本プロジェクトは終了する予定であったが、新たに早慶コンソーシアムへの参画を希望する出版社が現れたため、2024年度も活動を継続している。2024年4月からは新たに、国内出版社3社（アルク、中央公論新社、PHP研究所）の賛同を得て、継続となる岩波書店を含めた4社から約1,200点のコンテンツ提供を受けて引き続き実証実験を行っており、各出版社との対話も重ねていく予定である。電子書籍の利用促進につながるように、各キャンパスのメディアセンターの協力のもとイベントや展示も継続して実施したい。

なお、2023年度までの早慶コンソーシアムに参画した国内出版社5社のうち、講談社については2024年度より一般商品化され、早慶以外の大学でも購入可能となった⁹⁾。光文社についても光文社古典新訳文庫の一般商品化を視野に入れているところであり、早慶では先んじて2024年度もサブスクリプション契約を継続している。

また、2023年度のアンケート調査やインタビュー調査で明らかになった電子書籍提供時の問題点を改善できるように努めていく。特に、インタビュー調査ではKOSMOSから電子書籍を利用する際にどこをクリックすれば全文が閲覧できるのかわかりにくいという意見が多く出たため、貴重な利用者の声を活かすべく、KOSMOSの表示方法の改善に取り組んでいる。

(2) 今後の展望

2023年度までの活動を通して、大学図書館の利用者からの要望が明らかになるとともに、一方で出版社側の課題も把握することができた。早慶コンソーシアムでは当初の目的の通り、双方がプラスとなる形を目指す必要があると考えている。

また、和書電子書籍の図書館向けの提供が進まない背景として、図書館と出版社ともに紙の書籍が基準になっているように感じられる。例えば価格について、売る側は紙の書籍1冊あたりの価格が基準になってしまう現状があり、それに対して買う側は買

い切りではなくサブスクリプション契約であるなら紙の書籍1冊よりも安価にしてもらいたいと考える。また、利用方法についても、図書館の利用者は著作権法第31条等で定められているような図書館の所蔵資料を複製して利用する紙の書籍の使い方に慣れているが、現在の和書電子書籍はダウンロード制限が厳しいものが多いため同じような使い方は難しい状況にある。和書の電子書籍を発展させるためには、電子書籍の合理的な販売方法や利用方法を、出版社と図書館が一緒に考えていかなければならない。

早慶コンソーシアムをきっかけに多くの国内出版社で図書館への電子書籍提供に関心が高まり、日本全体の和書電子化推進につながることを目標に、今後も活動を続けていきたい。

注・参考文献

- 1) 文部科学省. “学術情報基盤実態調査(旧大学図書館実態調査)”. 文部科学省.
https://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa01/jouhoukiban/1266792.htm.
- 2) 飯田尚子, 藤本優子. コロナ禍における電子資料の提供と課題. MediaNet. 2021, no. 28, p. 26-29.
- 3) 慶應義塾大学メディアセンター. “本コンソーシアムについて”. 早慶和書電子化推進コンソーシアム.
<https://libguides.lib.keio.ac.jp/sokei-ebook>.
- 4) 慶應義塾大学メディアセンター. 特集 早慶図書館システム共同運用. MediaNet. 2020, no. 27, p. 4-39.
- 5) KinoDen (キノデン) は, 紀伊國屋書店が提供する学術和書電子図書館サービス。2018年1月にリリースし, 2024年5月時点で, 搭載コンテンツは9万点, 導入機関は国内外で500機関を超えている。
株式会社紀伊國屋書店. “トップページ”. 学術電子図書館KinoDen.
<https://kinoden.kinokuniya.co.jp/product/index.html>.
- 6) 学校法人慶應義塾. “大学図書館向けのコンテンツ拡充と電子書籍の新たなビジネスモデル構築を目指す「早慶和書電子化推進コンソーシアム」発足”. プレスリリース.
<https://www.keio.ac.jp/ja/press-releases/2022/10/20/28-132760/>.
- 7) EBA (Evidence Based Acquisition) モデルとは, 電子出版されている全コンテンツが一定期間提供され, 期間終了後に利用統計等を参考に契約金額分のコンテンツを選定して恒久アクセス権を得られるという購読モデル。
- 8) 慶應義塾大学メディアセンター. “電子書籍についてのアンケート 調査結果”. 早慶和書電子化推進コンソーシアム.
<https://libguides.lib.keio.ac.jp/sokei-ebook/survey>.
- 9) 株式会社紀伊國屋書店. “KinoDen 大学図書館向けに講談社電子書籍をサブスクリプションモデルで販売開始”. 紀伊國屋書店.
<https://corp.kinokuniya.co.jp/press-20140419/>.