

大学図書館における電子書籍の活用方法

吉野 知義

(神田外語大学学術・研究支援部)

1 はじめに

電子書籍が世の中に登場してから久しく、大学図書館での導入や活用も年々広まってきている。さらにコロナ禍によるオンライン授業の実施や在宅時間の増加で、電子書籍の売上も増加しているという状況もある。しかし、出版社を含む複数のベンダーから提供され、アクセスの仕方や利用手順などが異なり、これまで図書館が扱ってきた紙の本のように画一的な利用環境を構築できるには至っていない。そのため、電子書籍を導入していない大学図書館も多く、また導入していてもタイトル数が少ない、利用状況が芳しくないなど、導入や利用者への提供方法に課題を抱えている図書館も少なくないと思われる。

令和3年(2021)6月25日に開催された私立短期大学図書館協議会総会記念講演会(以下、記念講演会)では、国内の大学図書館で比較的導入数の多い電子書籍を取り上げ、電子書籍開発の背景や大学図書館での導入から提供・活用までの事例を紹介しながら、日頃の疑問に答える形で講演を行った。そこでは、前職の丸善株式会社(当時)で Maruzen eBook Library の企画・開発に携わった経験や、現職の神田外語大学附属図書館での電子書籍に関する取り組みを交えた話もできた。本稿は、大学図書館が電子書籍について抱える課題解決への一助になることを期待して、記念講演会の内容をもとにまとめたものである。

2 電子書籍の導入状況について

文部科学省の学術情報基盤実態調査(令和2年度大学図書館編)によると、大学図書館での電子書籍の導入は国立大学では96.5%、私立大学では59.3%となっており、本協議会の参加館でも同様

かそれ以下と考えられる。記念講演会への参加館39館において導入館数は14館、未導入館は25館で、電子書籍プラットフォーム毎の状況は以下のとおりであった。

- ・ Maruzen eBook Library : 11 館
- ・ LibrariE (TRC-DL) : 2 館
- ・ EBSCO eBooks Collection : 2 館
- ・ ProQuest eBook Central : 1 館
- ・ KinoDen : 1 館
- ・ 日本文学 Web 図書館 : 1 館
- ・ Books@Ovid : 1 館
- ・ メディカルオンライン E-Books : 1 館

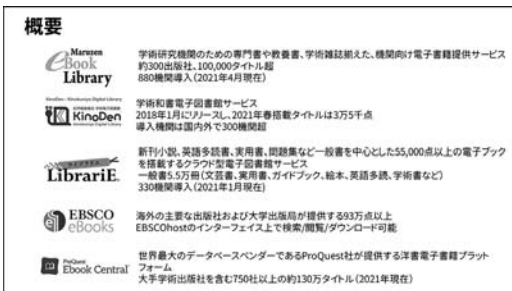
ただし、多くの図書館ではデータベースとして扱われているが、Japan Knowledge は複数の参考図書電子書籍化したプラットフォームであり、十分に電子書籍として認識することができる。これを含めると、上記の導入状況にも少し動きがあるものと思われる。

参考までに、記念講演会時点での本学図書館での電子書籍導入状況を図にまとめた(図中の数字がタイトル数)。近年、本学図書館では資料の電子化を推進しており、図書の購入にあたっては電子書籍が販売されている場合にはそれを優先して購入する方針としている。それでも紙の本の蔵書数(約17万冊)と比較すると電子書籍(約1千タイトル)は、わずか0.6%に過ぎない状況である。前述のようなプラットフォームごとの導入状況以上に、タイトル数の増加をはかることが電子書籍活用の第一歩とも言えるのではないかと考える。



3 各プラットフォームの特徴について

大学図書館において電子書籍を導入する場合、それぞれの大学の学部・学科の専門性や図書館の運営方針などを基本としてタイトルを選定し、プラットフォームを決定することになる。しかしながら、現在販売されている電子書籍は紙の本に比べるとそのごく一部のみであることから、購入するタイトルが提供されているプラットフォーム自体の選択せざるを得ない場合も多い。そこで、それぞれのプラットフォームの特徴や仕組みを理解しておくことが大切であると考えられる。以下に、記念講演会での参加館で導入の多かった電子書籍プラットフォームに絞って、いくつかの視点でそれらの特徴などを解説していく。これらの特徴を理解することで、それぞれの大学での状況や利用方法にあったプラットフォームを選択することができるようになり、利用者への説明も充実させることができると期待できる。



(1) 個人向け・図書館向け(機関向け)

出版社やベンダーから販売されている電子書籍には、個人向けと図書館向け(機関向け)に分けられる。個人向けは、AmazonのKindleに代表されるもので、読者である個人が自身の支払いに

より電子書籍を購入するものである。購入した電子書籍は、Kindleなどの専用端末、パソコン、タブレットなどで閲覧できるが、他者への譲渡や貸与など複数人での閲覧は禁止されている。そのため、大学図書館をはじめとする機関では購入することができない。一方、機関向けは、その機関に所属する利用者であれば閲覧できるもので、大学図書館であれば教職員・学生がそれにあたる。これを判断するために後述の「アクセス/貸出」での認証が行われる。

電子書籍全体で言えば、機関向けと比較すると個人向けに販売されているタイトル数の方が圧倒的に多くなっている。利用者はAmazon Kindleのような個人向けの電子書籍を目にすることが多いため、図書館でも同様のコンテンツの利用を希望することがあり得るので説明が必要な場面もある。また、個人向けの電子書籍は同じタイトルの紙の本と同程度か安価となっているが、機関向けの場合は数倍程度の価格となっていることが多い。これは、同じ電子書籍を複数の利用者が閲覧することが想定されるためであり、国内・海外のプラットフォームに共通している考え方であると思われる。

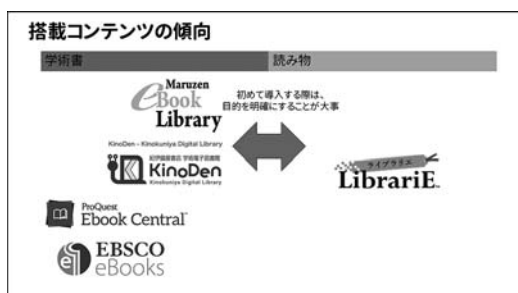
(2) 和書/洋書

記念講演会での参加館では和書の電子書籍の導入が多い状況であった。そのため、プラットフォームとしては、Maruzen eBook Library、LibrariE (TRC-DL)、KinoDenが中心となる。洋書の電子書籍はEBSCO eBooks Collection、ProQuest eBook Centralが中心となってくる。これらは当然、和書は国内のベンダー、洋書は海外のベンダーからのとなるためである。同じコンテンツが複数のプラットフォームで販売されていることもあるため、他のコンテンツの提供状況や価格・契約形態などを考慮して、自館の運用にあったプラットフォームを選択することが重要である。すでに、電子書籍を導入している場合には、利用者の利便性や管理の手数に影響するため、プラットフォームの数を増やさないように考慮することも必要である。



(3) 搭載コンテンツの傾向 (学術書/読み物)

それぞれの電子フォームプラットフォームでは、販売しているコンテンツの利用対象者や内容の傾向についても特徴が見られる。先述した「機関向け」の電子書籍は、大学図書館や研究機関等を販売先としてビジネス設計されているため、学術書や研究書あるいは参考図書・レファレンスブックが中心となっている。一方、大学図書館だけではなく公共図書館に対しても販売されている LibrariE (TRC-DL) は、そのサービス提供対象となる市民のニーズに応えるため読み物や実用書などを中心にしている。大学図書館においては、学術書と読み物のどちらにも利用者ニーズがある場合が多く、学内の状況などによってプラットフォームの違いを理解しておくことになるだろう。

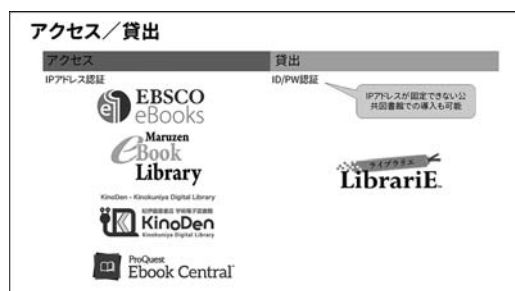


(4) アクセス/貸出

電子書籍のプラットフォームにアクセスし、そこで利用可能なコンテンツを閲覧するためには何らかの認証が必要となり、代表的な方法として IP アドレス認証と ID/PW 認証がある。IP アドレス認証は、電子ジャーナルやデータベースでも採用されている方法で、大学の LAN に設定された固有の IP アドレスからのアクセスによりプラッ

トフォームを契約している機関として認証するものである。海外のベンダーである EBSCO eBooks Collection、ProQuest eBook Central は、同社が提供している他のコンテンツサービスと同様に IP アドレス認証を基本としている。Maruzen eBook Library、KinoDen も前述の学術書を中心としたコンテンツであるため、電子書籍よりも先行して普及している電子ジャーナルなどの認証方法と同じ IP アドレス認証を採用していると考えられる。一方、LibrariE (TRC-DL) は、紙の本と同様に利用者個人が「貸出」手続きをすることによって閲覧を可能にしている。そのため、個人を特定できる ID/PW 認証を採用している。

なお、一部には学術認証フェデレーション「学認 (GakuNin)」や他の認証システムを利用することが可能なプラットフォームもあるが、それ自体の導入と連携が必要なためここでは含めていない。



(5) アクセス数/無制限

一般的に海外の電子ジャーナルは同時アクセス数無制限というサービスが多いのは周知であるが、海外のベンダーによる電子書籍プラットフォームでは同様に無制限となっている。

一般的に、洋書の電子書籍は同時アクセス数無制限というプラットフォームやコンテンツが多いが、和書の電子書籍には同時アクセス数に制限が設定されている。洋書の場合は、すでに無制限で普及していた電子ジャーナルと同じ出版社やベンダーから販売されているため、サービスの考え方やプラットフォームの仕組みがそれに準じているものと考えられる。ただし、一部のコンテンツにおいては異なる制限がある場合があるので注意が

必要である。

なお、LibrariE (TRC-DL) は、紙の本と同様の考え方のため1冊につき1人の制限となっており、アクセス数を増やす場合には複本のように購入数を増やしていくこととなる。



(6) 購入・契約

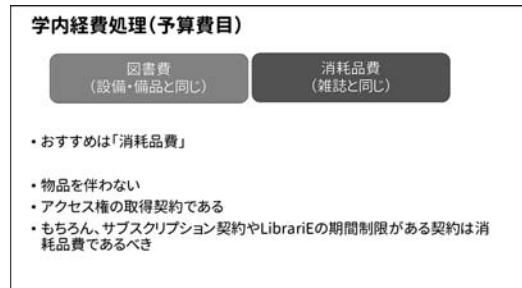
「買い取り」と言われている長期的に電子書籍の閲覧が可能な購入形態が一般的で、Maruzen eBook Library、EBSCO eBooks Collection、ProQuest eBook Central、KinoDen ではこの形態をとっている。ただし、電子書籍は物品を伴わないので厳密には物品としての本の購入ではなくコンテンツへの永続的なアクセス権を購入(契約)していることになる。

今回取り上げているプラットフォームの中では LibrariE (TRC-DL) が特徴的で、買い切り型ではなく「有期限回数制限型」とでも言う形式を採用している。これは、1アクセス分のコンテンツを購入しその利用を開始した時点から2年間または52回の貸出のどちらか早く訪れた時までの閲覧が可能となるものとなっている。つまり、利用開始日から2年間だけ閲覧可能となり、2年をむかえると自動的に閲覧不可となる。



4 学内経費処理について

実際の導入にあたって、電子書籍をどの予算費目で購入するかという点も課題ではないだろうか。予算費目の名称は大学によって異なる場合があるが、紙の本と同じく固定資産として計上する費目、あるいは雑誌などと同じく消耗品として扱う費目のどちらかが代表的ではないかと考えられる。記念講演会の場で参加者に挙手を求めてみたところ、消耗品として扱っている大学の方が若干多い結果となった。おそらく全国的に見ても半々といった感じでないかと推察する。予算費目については、これから初めて電子書籍を導入する図書館には学内での調整の材料としていただきたいと思う。



結論から申し上げますと、消耗品としての予算費目とすることをお勧めする。何故なら、電子書籍は紙の本のように物品を伴わず、前述したように「買い取り」と呼ばれていてもアクセス権の取得契約に過ぎないからである。もちろん、サブスクリプション契約や LibrariE (TRC-DL) のような期間制限がある場合もその方が適している。しかし、学内の経費処理を担当部署と調整する事となった場合には、電子書籍の契約や利用条件について会計士や経理部門に丁寧に説明して、判断を仰ぐようにしていただきたい。その際、データベースはどのようにしているか、あるいは電子ジャーナルは消耗品扱いしているかどうかなどが参考になるだろう。

5 利用促進(事例紹介など)について

電子書籍を導入したものの、閲覧数が伸びずに困っているという話を聞くことが多い。電子書

籍は新たな資料形態として、学内の委員会や関係部署の承認をとったり報告を上げたりする可能性があり、利用状況を注視することになるのだと思う。紙の本に関しては、当然どの図書館でも購入・提供しており、電子書籍とは比較にならないほどの所蔵冊数となっているにも関わらず、個々の貸出回数などは話題にならないのではないだろうか。気になる存在である一方、利用統計が容易に確認できるメリット・デメリットのようにも思える。

しかしながら、予算を投じて購入した資料であることには変わらないので、できるだけ利用してもらえるように工夫を凝らすことは重要である。電子書籍は、データベースや電子ジャーナルと同じく目に見えない存在であるため、何らかの方法で物理的に見える化することを基本として、本学も含めた事例を紹介していく。

(1) OPAC に登録して、検索できるように

電子書籍を紙の本と合わせて OPAC で検索できるようにしておくことは、基本的なことだが重要である。利用者は紙か電子かを選んでいるわけではなく、資料そのものを探しているのだから、OPAC で両者をあわせて検索し、その結果として電子書籍か紙の本にたどり着くことになる。そのため、電子書籍のベンダーからは書誌データ (MARC) が提供されているので、これを図書館システムに登録しておけば、OPAC の検索結果に電子書籍へのリンク (URL) が表示され、利用者はそこから電子書籍にアクセスできるようになる。

ベンダーから提供される MARC には NACSIS-CAT 準拠の CAT-P、MARC 21 などの形式があるので、使用している図書館システムに登録可能な形式や手順を確認しておくことも必要である。

以下は、本学図書館の事例であるが、OPAC の詳細情報に電子書籍リンクとして URL が表示されるようにしている。



(2) 代本板を置く

OPAC での検索と並んで、書架でのブラウジングで利用者に電子書籍の存在を伝えるため代本板を用意して配架することもできる。

以下は本学図書館の事例であるが、市販の DVD 用のケースを利用し、表紙画像 (書影) や利用方法、アクセスするための URL を埋め込んだ QR コードなどを印刷した紙を挟み込んでいる。一般の書架に置くだけでなく、新刊コーナーや企画展示にも置いている。



(3) 宣伝用のアイテムを用意する

利用者に電子書籍そのものを周知するための方法として紹介する。しおりを作成してカウンターなどで配布したり、のぼり旗を立てて目立つようにアピールする方法もある。

以下は本学図書館の事例であるが、しおりには利用方法やアクセスするための URL を埋め込んだ QR コードなどを印刷している。また、のぼり旗の近くに電子書籍を試読できるようなパソコンを設置して、実際に触れる機会を提供する取り組みも行った。ちなみに、しおりとのぼり旗はインターネットのサイトで手軽に作成することができた。



(4) 紹介カードを置く

電子書籍コーナーのように、図書館内に専用のラックを用意して紹介カードを置く方法も見た目のインパクトがあり、利用者が持ち帰ることもできる方法である。

以下は東京大学総合図書館 (twitter @UTokyo_GenLib) で発信されていた事例で、名刺大のカードに電子書籍のタイトルごとの紹介カードを作成している。もうひとつは他の大学図書館の事例で、A4の用紙に印刷した紹介や使い方を、切込みを入れて折ってブックレット風に仕上げている。これらは、企画展示風にラックに置くタイトルを組み替えたり、置く場所を変えるなどいろいろな使い方ができる可能性がある。



6 さいごに

実際に電子書籍の導入を検討してみると、販売されているタイトルが限られていたり、分野に偏りがあるように感じるのではないかと思います。私自身もこれまでに、なぜ紙の本と同じように多くのタイトルが販売されないのか、Amazon Kindleではあんなにたくさんあるではないか、という質問を受けることも多かった。実際のところ、紙の本と同じようなタイミングで電子書籍が販売される出版社もあるが、そうではない出版社の方が多い。また、個人向けには出すが、機関向けには消極的な出版社もある。しかしながら、機関向けの電子書籍の場合、特に和書に関してはグローバルな市場規模ではなく、基本的には日本国内での販売に頼るしかない。このような市場の性格上、当然ながら出版社としても利益が見込めなければ電子書籍に踏み出すことはできない、というのが理由になる。

電子書籍や電子資料はそのアクセス性において非常に利便性が高いものであるし、コロナ禍でそれが鮮明になった側面もある。本稿で解説したようなことを踏まえて、積極的に導入し、活用していくことが結果的に利用者にとって安定的かつ利便性の高い資料を提供することができるのではないかと考えている。今後も新しいプラットフォーム、サービス、機能、そしてコンテンツの提供が進んでいくことは確実なので、継続的な情報収集をしつつ、利用者サービスの向上につなげてほしい。