

10 Steps to Implementing an eBook Collection

電子ブック・コレクション 導入を成功させる 10のステップ

**BEST
PRACTICES**
ベスト・プラクティス

電子ブック・コレクションを購入し、 導入するための10のベスト・プラクティス

電子ブック・コレクションを購入し、導入する—これには、ビジネス・プロセスの大きな変化をとまなうため、周到な計画とかなりのリソースが必要です。図書館内部の処理やユーザのニーズ、その出版社がどのような電子ブックを扱っているかを分析することなしに、電子ブックを購入しても、既存の蔵書や図書館運営に支障をきたし、部署の

間の軋轢を生み、そして多大なるコストが必要となりかねません。こうした落とし穴に陥ることなく、図書館をできるだけスムーズに電子ブックに移行させるため、シュプリンガーでは、電子ブック戦略の実行に向けたベスト・プラクティスのリストをまとめました。これから、そのリストの内容をご紹介します。

10のステップ



ステップ1 コレクションの整備戦略を決めましょう

図書館は通常、「ピック・アンド・チューズ」か「クリティカル・マス」のいずれかの戦略で、電子ブック・コレクションを収集します。

「ピック・アンド・チューズ」(pick and choose)戦略とは、個別にタイトルを1つずつ購入していくアプローチ法で、印刷版の蔵書を、自らが厳選した電子ブックで柔軟に補い、また、時間をかけて徐々に電子ブック戦略を実行に移していくことが可能です。この方法は、時間と資金の初期投資が少なくてすむため、図書館にとってより受け入れやすい戦略です。ただし長期的に見ると、デジタル・ライツ・マネジメント(DRM)に関わる対応でコストが膨らみ、制限も厳しいため、魅力に乏しい戦略となる恐れもあります。

「クリティカル・マス」(critical mass)戦略とは、一方、最初期は、分野を限定した上でコンテンツを大量に集めて、高い利用度の実現を図ることによる絞った戦略です。「ピック・アンド・チューズ」のように、その図書館の実情にぴったりと合った選択をすることはできませんが、コスト効率が高く、コンテンツのDRM関連で受ける制限がゆるくなる傾向にあり、コンテンツ全体の利用度も、投じる資金のわりに高いと言えます。

「クリティカル・マス」戦略を進める場合には、コンテンツの新鮮さが決め手の、需要が高く、検索回数の多い文献から着手しなければなりません。

一般的に、科学・技術・医学(STM)分野を中心とするレファレンス文献とモノグラフは、電子ブック・コレクションに最も対応しやすいタイプです。STM分野のユーザは、他の専門分野よりも、研究にインターネットを活用する傾向が見られ、その研究スタイルゆえに、電子ブックのメリットがとて早く出ます。メルボルンにあるヴィクトリア大学で電子情報システム・サービス担当司書として働くJane Miller(ジェーン・ミラー)氏も、次のような見方をしています。「電子ブックは今や本格的なオプションの1つです。5年以内には、印刷版と電子ブックの購入がほぼ同じになり、電子ブックが利用者に広く受け入れられるようになるでしょう。10年以内には……科学とビジネスの世界では、電子ブックが標準になるはずです。」

需要の高い分野を十分にカバーした後、次にやるべき仕事は、研究に使えるあらゆる機能を試したいと考える「導入推進派」のグループを探すことです。

こうしたユーザを対象に面接調査を行い、その研究のツールと手段を調べれば、ユーザの真のニーズを把握した上で、コレクションの拡充に着手することができます。

ステップ2 様々なビジネス・モデルを評価してみましょう

導入推進派の面接を終えたら、そのデータを使って数々のベンダーの主な方針を比較、評価しましょう。最も重視する必要のある評価項目を以下にまとめました。

▶ デジタル・ライツ・マネジメント(DRM)

DRM(デジタル著作権管理)技術は、エンドユーザーによるコンテンツのコピー、転送、その他の操作を制限することで、コンテンツに対する出版社の権利を守りますが、その反面、このような保護機能によって、ユーザの研究方法に支障が生じ、電子文書が持つ数多くの便利な特長(カット・アンド・ペーストなど)や、複数のユーザが同時にコンテンツにアクセスできる利便性が損なわれる恐れもあります。最小限のDRMにしか対応していないベンダーを選べば、ユーザの満足度とコンテンツの利用度を上げることができるでしょう。

▶ 同時利用ユーザの数

ベンダーによっては、同時アクセスに制限をかけ、各コンテンツの利用を少数のユーザだけに限定するところもありますが、何人でも同時に利用できるという点は、印刷版の文献に比べての電子文書の進歩であり、また、多くの電子タイトルの需要が急激に高まるのが確実なので、ぜひとも、この制限がないか、制限のゆるいプロバイダを探してください。

▶ COUNTER 準拠

COUNTER(Counting Online Usage of Networked Electronic Resources)イニシアチブは、オンライン情報サービスの利用状況の測定において事実上の業界標準と言え、これによって、出版社間および図書館間の利用統計の比較ができます。COUNTERに準拠したツールを整備していない出版社はベンチマークをすることが困難で、正当なコストであることを証明することが、不可能でないにせよ難しく、多くの時間をとられることになるでしょう。

▶ MARCレコード

ベンダーが簡単にインポートできる形式でMARCレコードを供給すると、図書館員は電子ブック・コレクションをOPACシステムに組み込むことができます。MARCレコードがない場合は、図書館員が、手作業で蔵書目録に情報を加えるという時間とコストのかかる作業に従事するまで、電子ブック・コレクションはOPACに統合されず、孤立したままになります。

▶ オーナーシップモデルか、購読モデルか

電子ブックの出版社でも、他のデジタル・サービスでよく見られる購読契約モデルを採用するところが少なくありません。でも、これでは図書館の最も大切な資産が、契約を巡る紛争や出版社の財務の健全性をはじめ、図書館の力ではどうしようもない事由による影響にさらされることになってしまいます。そのため、印刷版の書籍と同じ水準のオーナーシップ・ビジネスモデル(買い切りタイプ)を採る出版社を探すことが肝要です。

▶ アーカイブへの対応

図書館は、出版者側の状況の変化に関係なく、電子ブック・コンテンツへの日々の、かつ、長期的なアクセスを常に確保しておかなければなりません。これに対応するためには、出版社側に、業務契約でコンテンツにいつでもアクセスする権利を図書館に与えるとともに、LOCKSS、CLOCKSSやPORTICOなどのアーカイブ・プログラムに加入し、コンテンツの保存を図ってもらう必要があります。また、アーカイブ版の定期刊行物へのアクセス権を認めることも契約条件に入れて、ユーザが過去にさかのぼっての検索を一元的にできる態勢を整えてください。

▶ 柔軟性

図書館によってそれぞれ事情が異なるため、パッケージの取り決めに対して柔軟な対応をとる出版社を探しましょう。例えば、分野別のコレクションや研究の集中度を基準としたコンテンツのパッケージならば、最も必要なコンテンツを購入することで、コスト効率良くコレクションを補うことが可能です。



シュプリングラー・イーブック・コレクションは、3種類のMARCレコードが入手可能です

シュプリングラー・ジャパンでは、日本版MARCとも言うべきNACSIS-CATP MARCを提供開始。これにより、現在は3種類のMARCレコードがご利用頂けます。

ナクシスキャットビー マーク

▶ NACSIS-CATP MARC

▶ Springer MARC 21

▶ OCLC MARC

ステップ3 内部の支持を獲得しましょう

ユーザが徐々に(電子ブックを)受け入れるように導いていかねば。これが、シュプリンガーのコレクションを導入した時の私たちの基本的な考え方です。電子ブックで大きな飛躍を遂げ、電子ブックが持つ可能性を何とかわかりやすく人々に伝えたいと考えていました。

Peter te Boekhorst(ペーター・テ・ベックホルスト)氏
ドイツ・ミュンスター大学 総合図書館・図書収集部長

図書館界で電子ブックが広く理解され、受け入れられるようになってからでなくては、新しいイニシアチブをユーザに普及させることはできません。それにはまず、印刷版と比べた時の電子ブックのメリットを専門図書館員とリエゾン・ライブラリアンに理解してもらうとともに、様々なコレクシ

ョン整備戦略や出版社の多彩なビジネス・モデルを検討する必要があります。また、内部の支持者が同僚を説得する後押しとして、電子ブックへの移行に成功した他の施設の図書館員に頼んで、その成功談を披露してもらうとよいでしょう。

コンテンツの出版社は、統計や図書館員の照会リストなど役に立つ情報源を提供することができます。例えば、シュプリンガーは今まで世界各地の130の図書館が電子ブック・プログラムを導入するお手伝いをし、最近では世界でも有数の6つの図書館を訪問し、綿密な国際インタビューおよび詳細な調査を行いました。そのため、電子ブック導入の推進に役に立つ事例および統計に関して、多くの情報を提供することが可能です。



ステップ4 専門図書館員／リエゾン・ライブラリアンと一緒に方針変更の計画を立てましょう

電子ブックを導入する時には、予算方針ならびに購入方針の変更と、ユーザの行動およびニーズの把握が必要となるでしょう。電子ブック戦略を実行に移す前に、関係する全スタッフを集めて、電子ブックを購入するには、印刷版と異なり、図書館の手続きと方針をどのように変更する必要があるかを話し合わなければなりません。

最初に検討する必要があるのは、電子ブックの購入が印刷版図書の購入の承認にどう影響を与えるかと、電子ブックの購入に対応するために、蔵書と取扱作業をどのように変えていくか、です。実務面の変更を確認したら、電子ブックを購入する資金源を検討する必要がありますが、これによって、「書籍」を担当する図書館員や他の部署が、電子ブックの購入を一元的に担当する部署に自分たちの予算の一部が振り向けられることに難色を示すなど、論争が引き起こされる場合も少なくありません。予算を巡って議論が紛糾した時には、電子ブック・プログラムを導入した経験のある他の図書館の図書館員に協力を求めましょう。

ベンダーの選択、ライセンス契約の内容は、最終的には予算上の制約に影響を及ぼす可能性もあるため、この時点で、予想される利用度をタイプ別あるいは項目別にまとめたほうがよいでしょう。この推計にあたって考慮すべき要素としては、コンテンツを同時に閲覧するユーザの予想人数、ユーザの検索行動、アクセスポイント数(例えば、1つの図書館、複数の図書館、インターネットが使える家庭のパソコンなど)や文献を印刷する必要があるかどうかなどが挙げられます。また、導入推進派のニーズにも十分に配慮しなければなりません。これらのユーザに適したコンテンツを購入することで導入を成功させれば、その後の購入で支持を得やすくなるはずです。



ステップ5 技術スタッフと、導入についての話し合いをしましょう

業務面のニーズを把握した後は、最終ユーザが必要なテキストを見つけることができる態勢を整えるために、ITかカタログ作業を担う部署、あるいは場合によっては加入するコンソーシアムに協力を仰ぎ、MARCレコードを図書館の環境にロードするには何が必要かと、ロード作業のスケジュールについて話し合わなければなりません。

ローカルでロードすることを決めた場合には、初期ロード段階で追加のハードならびにソフトと、それにとりまなう作業、研修、こうしたリソースのサブセットが必要となるかもしれません。

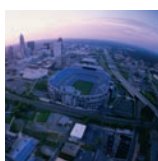




ステップ6 コレクションとベンダーを選択しましょう

コレクションの整備戦略を決め、ビジネス・モデルを選べば、これでコレクションの発注を開始することができます。コレクションとベンダーは、**ステップ1** で定めた分類の中で、下記の事項のバランスを取って選定してください。

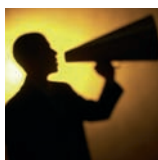
- ▶ コレクションの規模と領域の広さ
- ▶ MARCレコードの有無
- ▶ パッケージモデルをとるか、それとも「ピック・アンド・チョーズ」モデルをとるか
- ▶ アーカイブへのアクセス
- ▶ 買い切りタイプで、利用無制限



ステップ7 電子ブックをOPACにリンクさせましょう

電子ブック・コレクションを入手したら、図書館員はすぐにユーザーに見えるかたちにする必要があります。MARCレコードか、OPACに載せること

のできるURLリスト、リンクリゾルバ、アルファベット順のリストを電子ブックの出版社から入手してください。



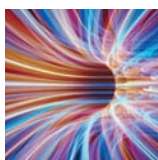
ステップ8 ユーザに広報しましょう

高価なリソースなので、購入するからには、できる限り活用したいと思いました。こうした新しい蔵書のPRを行うことも、図書館の責務なのです。

Antero Laiho(アンテロ・ライホ)氏
フィンランド・トゥルク大学 蔵書部長

電子ブックへの投資を最大限に活かすためには、ユーザーにコレクションをPRしなければなりません。

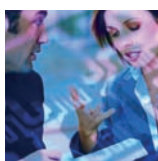
そのため、PRを手助けするツールを揃えた電子ブックのベンダーや出版社を選ぶことが不可欠です。現地研修、遠隔研修、バナー広告、ダウンロードできるポスターなど、PRに役立つツールが整備されているか、出版社のウェブサイトを確認してください。また、電子メール、イントラネットや部署のフォーラムを活用して周知を図りましょう。



ステップ9 利用統計をダウンロードして、利用状況を確認しましょう

問題なく導入が完了したら、ユーザーが新しい電子ブック・コレクションを受け入れるのにかけた時間と、そのユーザーの研究方法を調べてください。

出版社がCOUNTERに準拠した統計を提供している場合は、電子ブックの様々な導入段階で他の図書館と実績を比較することができます。



ステップ10 見直しを行い、契約を更新しましょう

サービス開始後3ヵ月から6ヵ月したら、ユーザーにインタビューを行い、今後のニーズを調べましょう。そして、その結果を踏まえて、出版社に連絡をし、翌年の契約更新と購入の計画を立て、新たなニーズに対応できると思われる技術やプロセスについて話し合います。それには、こうしたニ

ーズの多くに対処できるツール、ケース・スタディー、クライアントの照会リストを提供することのできる出版社が必要となります。また、新しい提案が、今後の事業展開や商品開発を加速させることになるはずです。

シュプリングジャーナル・イーブック・コレクションについての詳細は、シュプリングジャーナル・ジャパンにお尋ね下さい。また、ウェブサイトでもご案内しております。

- ▶ 日本語情報ページ: <http://www.springer.jp/ebooks/ebooks.html>
- ▶ 英語情報ページ: <http://www.springer.com/ebooks>

シュプリングジャーナル・ジャパン株式会社 カスタマーサービス部

▶ **Write:** 〒102-0073 東京都千代田区九段北1-11-11 第2フナトビル

▶ **Call:** 03-6831-7003 ▶ **Fax:** 03-6831-7006 ▶ **Email:** journal@springer.jp ▶ **Web:** www.springer.jp

シュプリングァー・イーブック・コレクションについて

シュプリングァーは、科学・技術・医学(STM)分野のジャーナルの出版社としては世界第2位、STM分野の書籍の出版社としては世界最大、ドイツ語圏のビジネス・トゥ・ビジネスの出版社としても最大の規模を誇る企業です。2万点を超える英語の電子ブックとジャーナルへのアクセスを提供し、Springerlink.comで閲覧できる電子タイトルは合計で2万3,000点超を数えます。シュプリングァー・

イーブック・コレクションは、情報サービス業界および図書館界から数々の賞と高い評価を受けてきました。他社に先駆けて、最大規模の電子ブック・コレクションを実現したシュプリングァーだからこそ、制限を受けることなく、いつでも、世界中どこからでもアクセスできるサービスをユーザーに提供できるのです。



シュプリングァーがお届けするサポート(10のステップ)

図書館が電子ブック・コレクションを購入、導入し、充実させるために、シュプリングァーは経験、技術、プロセス知識を駆使して、お手伝いさせていただきます。サポート体制においても、シュプリングァーは他の追随を許しません。

シュプリングァーならではの対応の一部を、下の表にまとめました。らこそ、制限を受けることなく、いつでも、世界中どこからでもアクセスできるサービスをユーザーに提供できるのです。

シュプリングァーの強み	
ステップ1	 <p>コレクションの整備戦略を決める シュプリングァーはあらゆるコレクション戦略のニーズに合ったソリューションを提供します。クリティカル・マス達成のために13の分野別コレクション・パッケージをご用意しました。また、サードパーティー・ベンダーを通して、タイトルを個別に選別(ピック・アンド・チョーズ)することも可能です。</p>
ステップ2	 <p>様々なビジネス・モデルを評価する シュプリングァーでは柔軟性に富んだ、図書館に優しいビジネス・モデルを提供します。具体的には: ▶ コンテンツの無期限のオーナーシップ(買い切りタイプ) ▶ コンテンツの無制限同時アクセスが可能 ▶ 制限が少なく、支障を来さないDRM ▶ 1997年まで遡ったブック・シリーズの電子アクセスが選択可能 このほかに、サードパーティー・ベンダーを通して、お手ごろな価格のオプションも提供しています。詳しくは、シュプリングァー・ジャパンにお尋ねください。</p>
ステップ3	 <p>内部の支持を獲得する ほとんどの大学図書館ですでにシュプリングァーの書籍を購入していただいているので、そのブランド力が、電子ブック・イニシアチブへの支持を内部で得る時に役立つはずで。また、電子ブックのメリットを組織内部に知らしめる手助けとなる「電子ブック白書」、ユーザー広告、オンラインセミナー、講師を派遣しての出張トレーニングなどを提供することも可能です。ほかに、電子ブックのベンダーとお客様である図書館がビジネス・モデルおよび導入の実施例について議論する電子ブックのサミット & パネルディスカッションも主催しています。参加者の最新の名簿は、springer.com/ebooksをご覧ください。</p>
ステップ4	 <p>専門図書館員/リエゾン・ライブラリアンと一緒に方針変更の計画を立てる 60日間のトライアルもご利用いただけますので、その利用度のデータを使って、専門図書館員、リエゾン・ライブラリアンおよびユーザーが、電子ブックの価値を事前に見極めることが可能です。これで、内部の支持も得られやすくなるのではないのでしょうか。</p>
ステップ5	 <p>技術スタッフと、導入についての話し合いをする シュプリングァーでは、現在、電子ブックをお買い上げいただいたお客様に基本的なMARCレコード(Springer MARC 21)を提供していますが、WorldCatに会員登録しているお客様を対象にOCLCを通して、より高度なMARCレコード(OCLC MARC)を、2007年度分に関しては2007年末までに、2005年度・2006年度、さらに今後の年度についてもすぐ、ご利用いただける態勢を整える予定です。その他、シュプリングァー・ジャパンでは、日本版MARCとも言うべきNACSIS-CATP MARCを提供開始いたしました。これにより、シュプリングァー・イーブック・コレクションのMARCレコードは、以下の3つのフォーマットをご提供できることになりました。詳しくは、シュプリングァー・ジャパンにお尋ねください。 ▶ NACSIS-CATP MARC (ナクシスカットピー マーク) ▶ Springer MARC 21 ▶ OCLC MARC</p>
ステップ6	 <p>コレクションとベンダーを選択する コレクションの領域の広さ、制限のゆるいDRM方式、コンテンツの完全なるオーナーシップ(買い切りタイプ)、積極的なアーカイブ対応など、電子ブック・プログラムの実施を成功に導く上で必要な、あらゆるツールをお届けします。</p>
ステップ7	 <p>電子ブックをOPACにリンクさせる シュプリングァーは、生データの提供に加え、MARCレコードの取り込みに必要なテクニカルサポートをご提供。さらに関連する多くの知識を持つベテランのコンサルタントが皆様をお手伝いします。</p>
ステップ8	 <p>ユーザーへの広報活動 研修のセットアップ、PR用資料の提供、電子メールによるキャンペーンでの協力が可能です。</p>
ステップ9	 <p>利用統計の提供 シュプリングァーは、電子ブックのCOUNTERに対応した最初の電子ブック・ベンダーの1つです。</p>
ステップ10	 <p>見直し/契約の更新 シュプリングァー・ジャパンのアカウント・マネージャーが、プログラムの評価ならびにその図書館のニーズに合わせたソリューションの構築のお手伝いをいたします。</p>