

公共図書館における規模の経済性試論

Economics of Scale of Public Libraries

葉袋秀樹

Hideki Minai

Résumé

One of the current issues in public libraries is the scale of individual libraries. The word "scale" means not only size of book collection but also implies number of staff. The author first examines Alfred Marshall's theory of "economics of scale" as revealed in his *Principles of economics*. To the 'economics of scale' contribute economics of labor, technology, market, and management. This 'scale' concept was found applicable to public libraries, but to make the discussion clear, applications to retailers in general, and to book shops in particular are examined carefully.

As a consequence the theory of 'economics of scale' was found to hold also good in the scale of public libraries. Therefore, public libraries should be aware of the scale merit and today's pitiful situations be improved rather drastically to cope with overwhelming tendency of clients to better library service and deeper satisfaction as a temporary target.

- I. 序論
 - A. 問題意識
 - B. 方法論
- II. 「規模の経済」——その経済学的概念
 - A. 経済学における「規模の経済」
 - B. マーシャルにおける内部経済
- III. 小売業における「規模の経済」
 - A. 小売業の独自性
 - B. 小売業における「規模の経済」
 - C. 小売業大規模化の方向

- D. 小売業における大規模化の実態
- IV. 書籍販売業における「規模の経済」
 - A. 書籍販売業の独自性
 - B. 書籍販売業における「規模の経済」
 - C. 書籍販売業における大規模化の方向
 - D. 書籍販売業における大規模化の現状
 - E. 書籍販売業における大型化の意義と限界
- V. 公共図書館における「規模の経済」
 - A. 公共図書館の独自性
 - B. 公共図書館における「規模の経済」
 - C. 公共図書館大規模化の方向
 - D. 公共図書館の大型化のために
- VI. ま と め

I. 序 論

A. 問題意識

問題意識の出発点は公共図書館を利用者にとって、もっと魅力的なものにしたいということである。公共図書館はどの程度魅力的だろうか？ 最近、とみに魅力を増しているのではあるが、問題はまだ数多く残されている。その一つは‘公共図書館は小さすぎないのか？ 公共図書館の資料は少なすぎないのか？’という疑問である。

たとえば‘都立中央図書館へ行くとやっと思いたい本が見つかるけど、近くの小さい図書館には本がないからね…….’という声を時々耳にする。職業を持ち、それなりの趣味や関心を持った人にとっては、現在の日本の公共図書館の多くは小さ過ぎるのではないだろうか。そのために、上に示したような利用者を逃しているのではないだろうか。そう思えてならない。

特に限られたスペースしかない地域図書館（分館）を訪れる時、児童サービスは別として、そのわずかな蔵書がどの程度成人利用者の役に立つのだろうか、と思うのである。

ところで、この資料の規模は主として‘資料費をふやせ’という形で（これ自体は全く正当かつ必要で、もっともっと要求していく必要がある）問題にされていて、蔵書規模と利用の関係という面の分析は不十分なようである。ここでは、その分析を試みたが、この問題意識を中小図書館と大図書館の二つのレベルに分けてもう少し詳しく述べてみよう。

ただし、もうおわかりと思うが、注意しておきたいのは、ここでいう‘規模’とは蔵書数を中心に職員の（数・質・サービス含む）も加味した意味での‘規模’である。くりかえすが、その重点は蔵書にある。従って、大図書館といっても、一部に見られるような荘麗・豪華で、往々にして不便な場所にある、記念碑的な建物のことではなく、資料が豊富で、十分なサービスを提供する態勢がとれているという意味での‘規模’である。

1. 中小図書館レベル¹⁾

まず、いわゆる第一線図書館である中規模（市区立中央図書館レベル）、小規模（分館レベル）の図書館の場合には、この規模の問題はどうとらえることができるだろうか。

ある市立図書館での出来事であるが、市内に分館網を敷くことを目指して、次々と分館の建設を進めているが、思ったほど分館の利用率が高まらないので不思議に思っているという話があった。更にくわしく聞いてみると、分館を建設した当初はかなりの利用者がやってくるのだが、しばらくして目ぼしい本を読みつくしてしまうと、利用者の足が遠のきがちである。ただし、その代りに、そのうちの一定の人々は身近な所にある分館を使って初めて図書館というものになじんだため、今度は分館より少し遠くても、蔵書のより充実した中央図書館の方を利用するようになる。こういう傾向が、分館および中央館の利用状況から推測できる、という話であった。これだけでは一つの印象に過ぎないが、あまりに規模の小さい図書館は図書館利用の動機づけ、あるいは中央図書

館への導きの水路にはなりえても、それ自体ではその地域の利用者の需要を満すことはできないのではないか、という疑問が起ってくる。

2. 大図書館レベル²⁾

次に、いわゆる第二線図書館である大型図書館（県立図書館レベル）についてはどうだろうか。ここでは規模の問題を主題部門制とからめて考えてみたい。

この関係は、大型の公共図書館では、ある程度主題部門制を展開してサービスの向上をはかるべきであること、その主題部門制の可能性と図書館の規模との間に一定の関係があること、この2点である。

ところで、その主題部門制の根本原理を Overington の *The Subject departmentalized public library*³⁾ にさぐってみると、次の3点にまとめることができるだろう。

- ①専門分化
- ②相互関連性
- ③規模の大きさ

①は利用者の要求に十分に答えるために、資料の分化、職員の分化、仕事の分化が必要になること、②は分化したものが全体として有機的関連を保っていなければならないこと、③は①を行うには全体の規模が十分な規模に達していなければならないことを各々示している。そして、②のために種々の経営管理上の手段を構じなければならないのは、まさに、全体の規模が一定の水準に達しているからであり、また、③そのものからも独自の利益が生まれるのである。

この3者は相互に関連しあっているわけだが、大まかに述べると、①と②は機能の側面であり、③はそれを可能とする条件の側面である。

主題部門制はレファレンス・読書案内サービスの質を一段と高めるといふ点において、図書館サービスの新たな段階を画するものであるが、図書館の規模はこの主題部門制の組織化および実際の効果を保障する必要条件とされている。従って、図書館の規模の増大は図書館サービスの質の向上の前提条件の一つといえるのではないか。

ここでは、公共図書館ネットワーク全体に視野を広げて、様々な規模において公共図書館の規模が利用にもたらす意味について考えてみたい。即ち、図書館の規模は、どんな規模においても、利用状況あるいは利用者の満足度、更にはその図書館の効用に影響を与えようと考えられる。従って、その両者の関係を関数関係としてとらえて、

何らかの仮説を設定し、次に、図書館ネットワークの各々の構成要素の段階でそれをとらえ直し、更には図書館ネットワークの発展段階に応じた対応についても分析していくことができるだろう。そして、可能な方法で、この仮説をより緻密なものとすると共に、証明するための足がかりを作ってみよう。

あらかじめ本稿の限界に触れておくと、タイトルに‘試論’と明示したように、この小論は一つの仮説を構成したものにはすぎない。図書館についての調査は多数あり、最近では国内でも行なわれているのだが、ここでは仮説の構成に終始したため、この仮説を吟味するための利用調査の検討は行えなかった。

また、この問題は恐らく図書館の基準にも影響を与えていると考えられるので、図書館の基準の変遷を追跡しても興味深い結果が得られ仮説の検証に役立つのではないかと考えたが、今後の課題とせざるを得なかった。

なお、この主題については、図書館地域計画の観点からの調査・分析が栗原嘉一郎氏によってなされているが、⁴⁾ここでは独自の観点から仮説を構成することに限定した。今後、仮説の検証を試みると共に、他の観点からの分析とも比較検討してみたい。

B. 方法論

さて、このような分析を行うためには、まず公共図書館の利用調査のうちで図書館の蔵書規模数と利用状況との関数関係を分析しているもの、あるいは、図書館の規模と利用について論じているものを取りあげて検討するのが適切である。それによって、実際にそのような関係があるか否かを明らかにすることができる。

そして、この問題を更に理論的に解明していくためにはどの方向へ進めばよいだろうか。ここでは、民間サービスとの比較、即ち、比較サービス論を用いてみる。

なぜなら、日本では公共図書館は今なお発展途上にあるため、本稿での観点からの分析に役立つ、利用についての調査や理論は少ない。それに、利用者の立場に自己を移し入れて考えるには利用経験が不十分である。

他方、民間サービスの場合には、一応理論的な分析が行なわれていて、その結果を利用できるし、また、利用者の立場に身を移し入れる場合にも、図書館の利用経験よりも書店で本を買った経験の方がはるかに多いのが普通であるため、大いに参考になる。そして、同時に、公共サービスの特性を改めて確認することもできる。

民間サービスのうちでは、同じ図書資料を扱うという点から、まず書店、書籍販売業を取り上げ、店頭にある

書籍の規模と顧客との関係の分析を援用する。特に、最近、目立ってきている大型書店についての議論を参考にする。

そして、これは、更に、商業における小売業の構造の分析へと掘り下げて、提供される商品の規模と顧客による購買との関係についての分析を援用することができる。ここでは、小売業における商品の集積が顧客の吸収力を持つことを明らかにし、特に商店の大規模化と呼ばれる傾向に注目したい。

最後に、この小売業の分析を、更に、原理論へと掘り下げると経済学の原理論に到達する。小売業における集中集積のもたらす利益は経済学における‘規模の経済’に対応するのである。それは商業だけではなく、企業経営体一般（ここでは主として製造業であるが）において、規模の大きさが相対的に大きな利益をもたらすという論理である。ここでは、マーシャルが「経済学原理」⁵⁾において展開した‘規模の経済’の論議をとりあげて紹介してみる。

この関係はレベルを一つ深下させるごとに、より抽象的な理論の次元に近づくが、それと同時に、前のレベルにあった具体性を失っていくという過程である。たとえば書籍販売業は小売業一般のレベルへ下降することによって、図書という商品を扱うという特殊性具体性を失い、同時に、そこに貫かれる法則性はより抽象的な性格を持つのである。そして、より抽象的な理論のレベルへ掘り下げることによって原理的な裏付けが可能になる。

ただし、レベルが変わるごとに独自性と共通性がどう変化するかを明確にしないと、非論理的なアテハメになってしまう恐れがある。この点は各レベル毎に明らかにしていきたい。また、論理の展開は、今述べた順序とは逆に、下降の終点から遡るものとする。

なお、以上、明らかにしたように、ここでは経済学、商業学、出版流通、公共図書館の問題を、いわば横断的に扱った。視点が横断的である限り、その各々に本格的に通暁する必要はないとしても、不十分な点は多々あるので容赦されたい。この横断による方法は、他分野の論理・方法論を図書館に積極的に応用することが必要だと考えたからであるが、今後のこのような研究への途を開く一助となれば幸いである。

それでは、経済学における‘規模の経済’論から公共図書館へと議論を展開していこう。

II. ‘規模の経済’その経済学的概念

‘規模の経済’とは、かみくだいて言うと‘大きいことはいいことだ’ということである。1970年代には一部の産業における過剰生産から大規模時代の終りが叫ばれた事もあったが、図書館の世界では、まだ当分‘大きいことはいいこと’である時代が続くだろう。

それでは、まず、この‘規模の経済’という概念について、現在の経済学での説明を明らかにし、次いで、その起源に溯って、マーシャルの主張をふり返ってみよう。

A. 経済学における‘規模の経済’

ここでは、主要な経済学事典^{6)・11)}の説明をまとめてみよう。

これは生産の規模が拡大するにつれて単位当りの生産費が引き下げられることから生じる利益のことをいう。もう少し厳密に言うと、投入された生産要素の総量の増大（生産規模の拡大）から生じる生産費用の節約ないし収益向上がもたらす利益のことである。即ち、投入された要素の総量が増加するのに応じて、収益が要素全体の増加率よりも高い割合で増加する場合に規模の経済が発生するという。

この‘規模の経済’は一般的には、企業、産業、一群の産業の規模に関係する。このうち、企業においてその企業の内部要因から起る場合を内部経済、企業の外部要因にもとづく場合を外部経済という。従って、内部経済は主として企業規模の経済を支配し、外部経済は主として産業規模の経済を支配する。

まず、内部経済については、一般に、大量生産の利益、大規模経営の利益の二つの場合がある。

大量生産の利益は企業の生産設備を一定にした時の生産量の増大によって発生する規模の経済であり、それゆえに短期的な費用法則である。生産を増加させると、減価償却費や地代、利息、一般管理費、技術開発費などが一定であるから、一単位当りのこれらの費用が減少していき、これによって利益が得られる。

大規模経営の利益は生産設備の拡大ないし同一企業における工場（プラント）数の増加のもたらす規模の経済であり、それゆえに長期的な費用法則である。この場合には次の四つの経済が働く。

- (i) 労働の経済 労働の分業化・専門分化に伴う利益。
- (ii) 技術の経済 生産量が大きいため、必要生産規模の大きい新技術が導入可能になるので、一単位当りのコストは低くなる。

- (iii) 市場の経済 原料の購入、製品の販売を大量に行うことから得られる利益。
- (iv) 経営の経済 経営職能の専門化とその有効な利用から得られる利益。

次に、外部経済についてであるが、これは産業全体の産出量の増加により、各個別企業に生じるような費用の低下による利益をいう。特に、類似の企業が或る地方に集中して発達することから生ずるものをいう。具体的には関連産業（原料・技術）の発達、運輸機関の整備、販売市場の発達などである。

もちろん、内部経済も外部経済も各々一定の規模（最適規模）を越えると内部不経済、外部不経済に転化して、規模の不経済が発生する。内部経済には、企業規模が大きくなりすぎて組織が複雑になり、内部統制が困難となって管理上の不経済が生まれることがあり、外部不経済には、過密による不経済などがある。

ここで、この‘規模の経済’の概念を図書館の世界に位置づけてみると、内部経済は一つの図書館システムの規模における経済に相当し、外部経済は図書館界という産業規模に相当する。たとえば、関連産業の発達という点では、出版業の安定、漢字処理システムや貸出システムの開発における電算機メーカーや事務機器メーカー、発注・購入事務における取次代理店、あるいはテレックスやファクシミリなどの通信手段の発達、そして、大新聞の社説への登場などに見られる社会的な注目などを思い浮べれば納得できるだろう。

外部経済についても論じる価値は大いにあるが、ここでは内部経済に限定したい。また、内部不経済の問題は拾象して、最適規模以下の水準に限定することにする。

B. マーシャルにおける内部経済

‘規模の経済’の概念を、このように内部経済・外部経済として最初に指摘したのはマーシャルである。次にこの概念の起源としてのマーシャルの指摘を検討してみよう。

いうまでもなく、アルフレッド・マーシャル（1842—1924）はイギリスを代表する経済学者で、新古典派経済学あるいはケンブリッジ学派の創始者である。市場均衡を核とした新しい価格理論の解明もさることながら、今日では彼が明らかにした諸概念のゆえに、多くの人々によって近代経済学の建設者と見なされている。この諸概念とは‘直接費、間接費’、‘消費者余剰’、‘代表的企業’、‘需要の弾力性’そして‘内部経済・外部経済’などである。

それでは、この概念を直接マーシャルの主著「経済学

原理」（1890）の中にさぐってみよう。この著作は6編から成り、第1—2編は経済学の本質の考察と需要の弾力性を、第3編は消費者需要の理論を、第4編は生産要因を、第5編は市場均衡（一時的・短期的・長期的）を、第6編は所得分配を、各々論じている。

この第4編で、マーシャルは土地（2—3章）、労働力（4—6章）、資本（7章）と共に、8章から12章にかけて産業組織について論じ、特に10章で外部経済を、11章で大規模生産と題して内部経済を各々論じている。

マーシャルは、この11章の冒頭で“大規模生産の利便は、製造工業をとってみると最もよく示されよう”¹²⁾と述べ、続いて‘大規模生産の利便の主要なもの’として、①技能の経済、②機械の経済、③原材料の経済をあげているが、このうち③については“最近、急速にその重要性をうしなってきたようだ”¹³⁾として、実質的に除いてしまい、②と若干関連づける形で、購入および販売における経済をあげている。また①については、技能一般の特化と経営・管理職能の特化の二つに分けて論じている。こうして、実質的には先の(i)~(iv)の区分に帰着することになる。なお、このうち、(i)、(ii)は9章‘分業、機械の影響’で、(iv)は12章‘企業経営’で、各々やや詳しく論じている。

それでは、マーシャルの叙述の順序に従って、この4点を明らかにしておこう。

(1) ‘機械の経済’ ((ii) 技術の経済)

機械の規模と多様性が増し、経費がかさむようになっていたため小規模企業はきわめて不利になっている。なぜなら、機械を利用するためには、

- 機械そのものの購入費用、減価償却費および導入に伴う一般経費
 - または、
 - 機械の開発のための実験・製作の費用に加えて、
 - 機械を不断に操業させていくだけの仕事量が必要である。
- これらの点で大企業は有利である。

(2) 購入および販売の経済 ((iii) 市場の経済)

- 購入——大量仕入れによる価格低下、輸送費の節約
 - 販売——有利な価格での大量販売による利益
- * 大量の商品があるため、顧客が自由な選択ができ、また、多様な注文を一挙に満足さ

せることができる。

- * 有名なので顧客の信頼が厚い。
- * 広告宣伝・情報収集・販売促進が可能である。
- * 多種の商品が相互に売行きを促進する。

(3) ‘技能の経済’ 1. ((i) 労働の経済)

高度に特化した技能と練達の獲得・養成は大きな事業所においてのみ可能である。

分業の経済を達成するため、特化した技能のもたらす能力を十分に発揮させるには、それに足るほどの十分な仕事、ひいては十分な規模がなければならない。

(4) ‘技能の経済’ 2. ((iv) 経営の経済)

管理職能に、信頼しあえる・有能で経験に富んだ人物を配置できる。

経営職能を独立・専門化させて、最も包括的で基礎的な課題に専念させることができる。

マーシャルは、ここでは製造工業における規模の経済について述べているのだが、(2)では‘大量販売による利益’をあげている。小売業は商業資本の一部分であるが、この商業資本は本質的には製造業の商品取扱機能を担当する資本が独立したものであるから、この(2)での指摘は小売業における‘規模の経済’論の基礎としての意義を持っているのである。

経済学における‘規模の経済’を論じたついでに、先程、公共図書館の主題部門制の原理として示した3点のうち他の2点は、経営組織の原則として同じように社会科学的に説明できないのか、考えてみよう。同じく「経済学原理」にその説明を求めてみよう。

くりかえすが、マーシャルの‘規模の経済’論は内部経済については、次の4点に集約される。

- (i) 労働の経済
- (ii) 技術の経済
- (iii) 市場の経済
- (iv) 経営の経済

先の主題部門制の原理3点との関係を考えてみると、

- ①専門分化は、(i) (iv)に関わる、
- ③規模の大きさは、当然(i)~(iv)全部に関わる、
- ②相互関連性のみが残される。

マーシャルはこれについても、8章‘産業上の組織’の初めの部分で、“社会的有機体にせよ生物有機体にせよ、有機体の発達に伴って、それを構成する部分のあいだには機能の細分が進んでいくが、同時にそれらのあい

だの関連はいつそう緊密なものとなっていくという一般的な準則”が存在し、“個々の部分はしだいにその機能を維持するには他の部分に依存しなくてはならなくなり、その独立性が低くなっていく”¹⁴⁾事を明らかにして、企業・産業組織体の場合には、機能の細分即ち分業は専門的技能・知識および機械の発達を意味し、総合とは組織体の構成部分の間の関連の緊密さと強固さの増大を意味すると述べている。

III. 小売業における‘規模の経済’

この章では、まず小売業の製造業に対する独自性を明らかにし、次いで小売業における‘規模の経済’について論じ、その後で、この両者の関連をふまえて小売業大規模化の構造について述べ、最後にその実態を明らかにする。なお、IV章、V章ともほぼ同じ方法、同じ構成である。

A. 小売業の独自性

小売業の製造業に対する独自性としては、まず‘分散性の原則’をあげることができる。清水晶氏はこの原則を、小売業において‘規模の経済’と並んで、あるいは先行して重視すべき原則であると指摘している。¹⁵⁾つまり、小売業の経営の場合には規模の経済の原則も製造業の場合のように直接には働かず、‘分散性の原則’によって制約されるわけである。この‘分散性の原則’とは、小売業では消費者とのむすびつきという要件が規模の経済にも増して、あるいは先行して考慮されなければならないので、小売店は、消費者の買物に便利のように消費者の生活の場に接近して存在しなければならないことをいう。

この理由として、清水氏は、現代の消費者が‘非常に高度に分散して消費生活を営んでいること’をあげ、その‘分散’の意味として‘消費生活が各世帯で営まれていること’をあげている。

しかし、清水氏も‘規模の経済性の原則’にもとづく大規模化を、小売業の将来性を約束する一つの道としてはっきり認めており、小売業経営の現代化のためには、この二つの原則を合理的に調和させて結びつけ、消費と販売の双方にとって都合のよい流通機構を創造していく必要があると結論を下している。

この結論は全く正当であるが、一つ疑問に感じるのは、世帯ごとの独立性は分散の原因であると同時に、多様さの原因ともなり、この多様さは規模の増大の原因でもあり結果でもあることである。また、貯蔵手段の発達

や豊富な消費財が家庭内に蓄積される傾向も相まって、現在の消費はむしろ多様さを含んだ集中へと向いつつあると言えるのではないか。そして、分散の程度は商品の種類や店舗の規模によって異なるだろう。

つけ加えておくと、小売業は消費財を生産しているのではないから、生産における機械の経済は働かないといつてよいが、通信・運搬手段は機械化することができるため、その範囲内では機械の経済が作用する。ただし、その意義は製造業ほど大きくないものと思われる。

B. 小売業における‘規模の経済’

この分散性の原則と両立・調和すべき小売業における‘規模の経済’はどのような論理になるだろう。また、先の製造業における‘規模の経済’とはどういう関係にあるだろうか。

小売業よりはやや広義と考えられる販売についてであるが、藤本保太氏はこう述べている。

“大規模生産は、また他の面に影響を及ぼす。すなわち、生産の大規模化は当然に販売の大規模化を必然ならしめるに違いない。そして、生産の大規模化について成立したと同じ法則が販売の大規模化についても当てはまるに違いない。すなわち、販売についても経営規模が大きいほど企業にとって有利となるということである。かくて生産物は大規模経済の法則の下に最も効率的に生産され販売されることになる。”¹⁶⁾

1. マーシャルの所説

小売業における‘規模の経済’はその源流をさぐるならば、同じマーシャルにその出発点の一つを見出すことができる。マーシャルはI章で明らかにしたように四つの経済をあげた後で、続けて“大きな事業所が小さな事業所を駆逐していく強い傾向は、他の多くの産業においてもこれを見ることができる。とくに小売業は転換の途上にあり、小さな店は日々その地盤を失っている。”¹⁷⁾と、この両者の密接な関係を示して、小売業における‘規模の経済’を分析している。

即ち、‘小売業においては大型化が進んでいる’という見出しの下に、大きな小売店が小さな同業者と競争する上で持っている利益を次のように指摘している。¹⁸⁾

- ①仕入価格および輸送費用を低減できる。これによって、顧客の嗜好を満しうるような品ぞろうが可能となる。
- ②技能の経済・判断力を使うような仕事の独立化が可能である。
- ③交通機関の発達によって顧客は大きな商店まで出か

けるようになる。

通信手段の発達によって顧客は直接店まで行かずに注文できるようになる。

- ④品物の種類の増加・急激な流行の変化に対応するための品ぞろうが可能である。“小さな商人はいっそう不利な立場に立たされてきた。かれらは十分にたくさん品物をそろえることはできないし、流行の動きにいちいちついていこうとすると、流行の波がひいたとき大きな店主より以上に相対的に大きな在庫品が売れ残ってしまうことになる恐れがある”からである。

⑤大量生産メーカーと大商店との直結による低価格での販売が製造販売兼業の店内商業を衰退させた。

⑥大資本は小規模店舗からなる支店網の経営にのり出す。ここでは仕入れや在庫管理や生産を集中し、販売は支店にまかせることができる。

II章で示した4つの経済と比較すると、①は(iii)市場の経済であり、②は(i)労働の経済、(iv)経営の両者を含むものと解釈することができる。従って①の機械の経済だけが除かれている。

ここでの③～⑥は小売業独自の‘規模の経済’であるが、このうち③は外部経済の一つであり、④と⑥は各々大量生産がもたらした内部経済の一つといえることができ、また、⑥は小売業における‘規模の経済’を実現するためのもう一つの方法である。

このように、小売業においては、経済学での‘規模の経済’論が、市場の経済を最前面に押し出し、機械の経済を除き、小売業独自の経済性を外部経済も含めて付け加えることによって受けつがれている。現在、この論理を受けとめてみると、先にも触れたように、通信・運搬・格納における‘機械の経済’を付け加えたいところである。

2. 小売業の競争要因における‘規模’

先へ進む前に、小売業の大規模化の必然性を別の側面から裏付けておこう。なぜなら大規模化は小売業において現在進行している変化のうちの一つ——主要なものであるとしても——だからである。小売業の変化において規模はどんな比重を占めているのだろうか。

それでは、小売業における競争要因の分析を検討し、その中で規模がどんな位置を占めているかを明らかにしてみよう。ただし、以下の分析ではいずれも小売店の規模を店舗面積としているが、著者は店舗の面積と商品の量とを合わせ、しかも、後者に重点を置いて店舗の規模

公共図書館における規模の経済性試論

と考えたい。この両者は一般に切り離しにくい。

(a) 船井幸雄氏の分析¹⁹⁾

船井氏は小売店にとっての決め手として考えられる競争要因として次のものをあげている。

- ①交通要素（行きやすさ）
- ②規 模（大きさ）
- ③商品力（数・幅・量）
- ④レジャー要素（余暇をすごせる要因）
- ⑤ゴチャマゼ要素（機能別売場の広さ）
- ⑥知名度（よい意味の知名度）

これは個々の店舗単位の分析である。店舗の規模に関係するのは②、③であり、間接的に④、⑤も関連している。

この6要素の相対的比重についても数値が計算されている。

第1表 競争要因子比率表

年 度	44	46	48	50
要 因				
①	2	2	1	1
②	3	3	3	3
③	3	3	3	2
④	0	0	1	2
⑤	0	1	1	1
⑥	2	1	1	1

ごく単純に考えても $\frac{1}{10}$ が小売店の規模に関係していることがわかる。

(b) 「日本経済新聞」の“シグナル”欄の分析²⁰⁾

小売業の競争要因は次の通りである。

- ①資本 ③人材 ③地の利 ④店舗規模
- ⑤店の数 ⑥品ぞろえ ⑦組織 ⑧信用

第2表 従業者規模別1人当り年間販売額の規模格差

規 模	1—2	3—4	5—9	10—19	20—29	30—49	50—99	100人以上
年 次								
43	1.00	1.57	2.10	2.17	2.06	2.18	2.57	4.17
45	1.00	1.64	2.30	2.43	2.39	2.55	3.11	4.08

注：「わが国の商業」1971年版3-6表—2，1973年版10-3表から作成

3. 小売業大規模化の条件

このような小売業の大規模化の要因となった社会の変化とは何であろうか。

これは企業単位の分析である。店舗の規模は④～⑥を占め、‘規模の経済’に関連するものは実に③を除く全てである。

このように小売業の発展の要因については、店舗の面積、商品の量、更に人材をも含めて‘規模の経済’が働いていること、店舗規模は(面積、商品量を含めて)、場所＝立地条件に次いで重要な要因であることが明らかになった。

(c) 長谷川藤吉郎氏の分析²¹⁾

最後に、逆の方向——小規模店舗の弱点の方から確認しておこう。長谷川氏はこれらの店舗を‘弱小店’と呼び、その欠点として、次の4点をあげている。

- ①品揃えと格調高い店づくりに劣っている。
- ②乱売に抵抗力が弱く、支配されている。
- ③生活費や営業経費を吸収する効率的経営ができない。
- ④従業員確保が絶望的である [ため、商品知識や商品技術に欠ける]

明らかに4点とも、店舗が一定の規模に達していないがゆえの弱点であり、特に①の品揃えに劣るという点が重要である。長谷川氏は、これらのワークポイントの相乗から弱小店崩壊論を導き出している。

以上の三つの分析から小売業における競争要因として規模が大きな意味を持っていること、従って、小売業における大規模化は、ほぼ必然的な傾向であることが確認できる。

それでは、この節の最後に、規模の持つ力を端的に数字で示しておこう。小売業における従業者規模別の販売額格差は、第2表に示されるように大規模店ほど販売効率が高く、かつ、伸び率も高いことをはっきりと示している。

鈴木保良氏は次の項目をあげている。²²⁾

- ①人口集中の増大・郊外への拡張
- ②通信の改良による広告媒体の利用

- ③運輸の改善による顧客の行動半径の増大
- ④生活水準の向上による多種多量の財貨の需要
- ⑤大量生産による大量供給への刺激

宮川、柳、鈴木 の 3 氏は下記の項目をあげている。²³⁾

- ①人口の都市集中と郊外化
- ②所得の上昇と平準化によるマス・マーケットの成立
- ③大量生産・大量消費経済の出現による流通近代化の圧力
- ④労働力不足と人件費の上昇
- ⑤資本取引の自由化と外国資本上陸の展望
- ⑥消費者の購買行動の変化、即ち、高級品における品質指向と日用品における価格指向との二元化。

鳥羽欽一郎氏はアメリカの場合を取りあげて、次の 2 点を指摘している。²⁴⁾

- ①大型店を維持しうる都市市場がますます拡大していること。
 - ②幅広い品揃えによる消費者の嗜好の増大
- そして、この市場を‘成熟市場’と名づけて、その特徴として次の 3 点をあげている。
- ①教育水準の著しい向上——価格意識を持った賢い消費者の成長
 - ②所得水準の上昇と平均化——購買力の増大、質およびファッション性への要求
 - ③生活様式、価値感、表現形式における流動性の増大——既成商品文化の革新

3 者とも、明らかに、ほぼ同様のことを論じている。これをまとめ直してみると、次のように集約できるだろう。

- ①人口の集中・郊外化
- ②所得の上昇・平準化
- ③教育水準の向上、価値感・生活様式の多様化
- ④大量生産による大量供給、消費財の多様化
- ⑤運輸・通信手段の発達・改良

C. 小売業大規模化の方向

1. 二つのモメント

さて、小売業においても必然的なものと考えられる大規模化の傾向は具体的にはどんな形をとるのだろうか。

先にⅡ章Aで、規模の経済のうちの大規模経営の利益には、生産設備の拡大と同一企業における工場数の増加の 2 つの方向があることを述べた。小売業においても同様である。B-1 のマーシャルによる指摘の⑥で、小規模店舗の支店網による大規模経営があげられていたが、

これが後者にあたるだろう。

鈴木保良氏は小売商業構造の変革の方向として次の 2 点をあげている。²⁵⁾

- ①小規模形態から大規模形態へ
- ②小売商の集団化

①は経営的意味における大規模化であり、小売商業の経営規模の拡大で百貨店、スーパーマーケットなどがその典型である。②は企業の意味における大規模化であり、即ち、企業規模を拡大して多数の小経営を企業として営むもので、その典型は会社組織のチェーンストアである。

ただし、この二つの方向は実体化してとらえるのではなく、むしろ、二つのモメントとしてとらえるべきである。なぜなら単独で現われるよりも、むしろ、一定程度もう一つの傾向を伴っているのが普通である。大型店も各地に進出して多店化するし、また、集団化する小売商も同時に規模がある程度まで大きくなる場合が多いからである。なお、後者②の集団化・多店化のモメントは明らかに分散性の原則に対応するものである。

次に、この大規模化の傾向をもう少し具体的に分析してみよう。そのために小売業の傾向をより広い視野でながめてみたい。

小神野氏²⁶⁾、長谷川氏²⁷⁾、清水氏²⁸⁾等の分析によると今後の小売業は次の四つに分類されることになる。

- ①百貨店
- ②大型量販店（スーパーマーケット）
- ③専門店

高級商品の品揃え、高度の商品知識、豪華な店舗を要件とする。但し、規模は様々である。

- ④便利屋的副業的零細小売店
- 便利さ、手軽さのみが利点。

そして、これらのうち④が衰退し、①と②および③の二つのグループに分化することが予測されている。

他方、小神野氏は小売業の今後の方向性として、次の三つをあげている。²⁹⁾

- (i) 専門性の追求（用途別・目的別の専門）
- (ii) 総合性の追求（業種業態の多角化）
- (iii) 大型化の追求
 - ①一店舗の大型化
 - ②チェーンとして的大型化

この 3 方向は上記の 4 種類の店舗にどのように貫かれているだろうか。(i) 専門化の傾向は③に、(ii) 総合化の傾向は①と②に各々あらわれている。そして(i)を、長谷川氏は小規模小売店一般からの小型専門店の独立・

分離としてとらえている。³⁰⁾最後に(iii)大型化の傾向についてであるが、①～③においては、いずれも1店舗としても大型化するし、①～④のいずれも何らかの形でチェーン化し系列化していくと予測されている。

2. 生産・消費の2極化

この傾向の背後にあるのが消費性向の2極化と呼ばれる傾向である。これは、最近‘一点豪華主義’とか、‘一

つはぜいたくに’とか言われているもので、節約すべき時には節約し、消費を楽しみたい時には、惜しみなく高級品を選ぶという、欲求—購入—消費における使い分けの傾向のことである。この傾向はもちろん消費財生産の2極化と密接に結びついている。これらの関係は清水氏によってパターン化されており、第3表のように図表化できる。

第3表 消費財生産の2極化のパターン

①少品種多量生産型「量販品」

生産	生産の大量化	生産コストの引き下げ	商品の規格化
消費	大衆による大量消費	購入価格の引き下げ	商品の規格化
流通	流通の大量化（大量消費）	流通コストの引き下げ (低コスト・低マージン)	商品の規格化

②多品種少量生産型「非量販品」

生産	少量の生産	高コストの生産	商品の個性化，特殊化，専門化
消費	少量の消費（個性的な消費）	必ずしも価格にこだわらない消費	商品の個性化，特殊化，専門化
流通	少量の流通（少量販売）	必ずしも低コスト，低マージンにこだわらない流通	商品の個性化，特殊化，専門化

注：清水晶「専門店経営学」p. 23-25 より作成

清水氏は、このうちの後者について、“この性格の商品が次第に多くなり、また多くの消費者がこの種の商品を欲求する”³¹⁾ようになってきていると指摘している。

そして、先の4種類の店舗に戻ると、少品種多量生産型を扱うのが②と④で、多品種少量生産型を扱うのが①と③であろう。

D. 小売業における大規模化の実態

次に、小売業における大規模化の実態を具体的なデータをあげて証明してみよう。

なお、規模の考え方については先にも触れたが、統計上では大規模化は主に、常時従業員数と店舗面積の2点からとらえられているが、このうち常時従業員は、人件費高騰および合理化・省力化の進行によって伸びが抑制されている面があるため、むしろ店舗面積を基準としたい。それに、店舗面積は展示されている商品量をかなりの程度反映すると考えられるからである。

この規模の増大は、先にも述べたように店舗単位の大規模化と企業単位の大規模化の二つのモメントから成り立っているため、この二つに分けて分析しよう。

1. 店舗単位の大規模化

(a) 売場面積規模

一店当りの売場面積は昭和47年には、昭和39年に比べて44.5%増加しており、商店全体について売場面積の大規模化傾向が見られる。他方、一店当りの従業員数は9.9%増に留まっている。³²⁾これについては、

“労働力不足による求人難、賃金高騰や、さらに積極的な意味における省力化、合理化などにより従業者は増やさないが、消費者のショッピングを楽しむ傾向や欲望の多様化に対応して、余裕のある売場、ムードのよい店舗設備、豊富な品揃えなど物的設備面での充実に力を注ぐ最近の小売店の傾向が推測される”³³⁾と評価されている。

全体の平均的動向に続いて、全体に占める規模別の割合を第4表で見えてみよう。

昭和37年と昭和45年を比較してみると、1—19m²の規模は53.6%から42.6%へ減少し、50m²以上の規模は7.9%から14.1%へ、100m²以上の規模は1.6%から4.0%へとほぼ倍増している。20—29m²の規模を境

第4表 小売業の売場面積規模別商店数構成比

規模 年次	1—9	10—19	20—29	30—49	50—99	100—199	200—499	500—999	1000 m ² 以上
37	15.4	38.2	22.4	15.8	6.3	1.1	0.4	0.1	0.4
43	10.7	34.6	22.6	19.7	9.0	2.0	0.8	0.2	0.1
45	9.7	32.9	22.5	20.4	10.1	2.4	1.1	0.3	0.2

注：「わが国の商業」1961年版 6-5表、1973年版 7-3表より作成。43年度の数字は1973年版より取った。

第5表 小売業の売場面積規模別面積比

規模 年次	1—9	10—19	20—29	30—49	50—99	100—199	200—499	500—999	1000 m ² 以上
37	3.6	19.7	19.5	21.6	15.3	5.5	4.8	2.5	7.5
43	1.8	12.9	14.1	19.5	16.6	9.6	8.1	5.2	12.2

注：「わが国の商業」1971年版 6-5表

として、年々増大と低下の傾向が明らかとなっている。
 なお、変動がもう少し明確にあらわれているものとして第5表をあげておこう。

200 m²以上の規模は、20.3%から35.0%へ増加し、19 m²以下の規模は、23.3%から14.7%へ減少している。30—49 m²、50—99 m²を中心として、増加・減少

を各々示しており、両端へ行くほど変動が大きい。特に、1—9 m²規模は減少著しい。

(b) 常時従業者規模

もう一つの観点である常時従業者規模から見てみよう。ここでは第6表で示される規模別の商店数構成比を取り上げる。

第6表 常時従業者規模別商店数構成比

規模 年次	1—2	3—4	5—9	10—19	20—29	30—49	50—99	100人以上
35	71.0	19.2	7.6	1.6	0.3	0.2	0.1	0.0
41	68.3	20.4	8.1	2.2	0.5	0.3	0.1	0.1
47	65.6	22.4	8.7	2.6	0.5	0.3	0.1	0.1

注：「わが国の商業」1973年版 1-4表

ここでも、店舗面積規模と同じ傾向が見られるが、売場面積ほど明確ではない。なお、もう一つの問題点として大規模店の伸びの鈍化が指摘されている。つまり35年と41年の比較では全体として大型化の傾向が顕著であるが、41年と47年の比較では、かなりの変化があり、大規模店は中規模店よりむしろ低い伸びを示している。これについては次のような説明が行なわれている。

“スケールメリットを増大させる経営上の方策として事業所単位による規模の拡大については限界があり、むしろ支店、営業所などの新設による企業拡大の方向

がとられているためとおもわれるが、とくに小売業の場合には商圏が消費者の狭い購買範囲に限定されており、購買力を広く吸収しやすい大都会においては地価高騰、新規出店のための適地が少ないなど立地条件の点で大規模店の進出が制約されること、省力化による小規模への移動があったのではないと思われる。”³⁴⁾この大規模化を更に明確な形で示すデータとして従業者規模別年間販売額の構成比を第7表に示す。

ここでは商店数よりもより明瞭な形で大小の対比が明らかとなってくる。なぜなら商店数と売上げ効率の格差

第7表 従業者規模別年間販売額構成比

従業者規模 年次	1—2	3—4	5—9	10—19	20—29	30—49	50—99	100人以上
31	27.8	27.8	22.5	8.6	2.3	1.7	9.1	
37	23.3	21.9	20.9	11.2	3.9	3.5	3.2	12.2
43	19.7	20.9	20.6	11.9	4.7	4.6	4.3	13.4
45	18.3	21.4	20.8	11.9	4.8	4.7	4.7	13.3

注：「わが国の商業」1971年版 3-4表, 1973年版 3-5表から作成

の相乗となってあらわれるからである。

4人以下の商店は56%から39%へ、他方50人以上の商店は9%から18%へとかなり大幅に変動し、20人以上の規模については13.3%から27.5%へと倍増している。

なお、売場面積規模別年間販売額構成比の統計は残念ながら入手できなかった。

2. 企業単位の大型化

大規模化のもう一つの道として集団化・多店化の方向についても分析してみよう。幸いにも、今までの事業所を対象とした調査の他に企業単位の調査が行なわれている。

これは第8表に示されるように小売業における全企業数、そのうちの支店の有無による内訳および、これとは別に全支店総数を示している。

支店のある商店は、支店のない商店の数倍の勢いで増

第8表 本支店別商店数

	企 業 数			支 店 (千店)	本 店 + 支 店 (千店)
	総 数 (千店)	支店のない 商 店(千店)	支店のある 本店(千店)		
昭和 35	1,250.8	1,233.0	17.8	37.4	55.2
37	1,234.0	1,214.5	19.5	37.8	57.3
39	1,258.8	1,236.5	22.3	45.6	67.9
41	1,320.8	1,294.1	26.7	54.5	81.2
43	1,358.6	1,332.0	26.6	73.7	100.3
45	1,381.0	1,350.1	30.9	90.2	121.1
増 加 率	41/37	7.0%	6.6%	36.9%	44.2%
	45/43	1.6%	1.4%	16.2%	22.4%

注：「わが国の商業」1973年版 19-1表より作成

加しており、また支店数も約2.5倍に増加している。従って支店数とその本店との総数は倍増しており、商店総数の1割に近づいている。このように、集団化・多店化による規模の経済性の追求も年々進んでいるといえることができる。

小売業の大規模化傾向は、このように数字にはっきりとあらわれ現実のものとなっている。これを反映してか、商業学、流通業のほとんどのテキストでは異口同音に、この傾向について触れられている。

くりかえしになるが、先の鈴木氏が“小売商業構造の

変革の傾向は一言にして、これを要約すれば、小規模形態から大規模形態への傾向と、小売商の集団化の傾向であるといえよう”³⁵⁾と述べている他にも、末武直義氏は変容する小売業の特徴18点を指摘した³⁶⁾際に、その①として、店舗数の減少化傾向と大規模化傾向をあげて“これは、当然、巨額な投下資本ならびに非常に専門的な経営技術を要請し、中小小売業の最適規模への組織、集約化に拍車をかけるだろう”と指摘し、⑤として“大規模小売業者は‘規模の経済性’(economics of scale)を巧みに享受し、小規模小売業者の犠牲の上に拡

大・成長するだろう。”と述べている。その他、この傾向は、清水氏³⁷⁾、尾崎氏³⁸⁾、白髭武氏³⁹⁾、西村氏⁴⁰⁾などが広く認めるところである。特に、ある調査では、消費者運動の立場からであるが、次のように予測されている。

“70年代は、60年代によく格差を示してきた小売業の規模別格差が、零細小売業の駆逐という決定的な質的転換をむかえるだろうと言われている。零細小売業が中・高年労働力の、労働力完全燃焼の場、追加所得獲得の場として機能し、後継者はすでに他産業に従事している現状から、世代交代とともに廃業は増えると目されている。”⁴¹⁾

さらに、この傾向は、日本のみならずアメリカにおいても進行している現象である。鳥羽氏は“アメリカのこれまでの小売業の歴史を通じてはっきりと見られる事実はそれが店舗規模拡大の歴史であったということである。”と指摘して、詳細な数字をあげて証明している。更に、重要なこととして“こうした店舗規模別の格差の増大は大規模企業のシェアの増大を意味する。”“大規模店舗の総売上高に占めるシェアは最近著しく増大している。”ことを明らかにしている。⁴²⁾

IV. 書籍販売業における‘規模の経済’

A. 書籍販売業の独自性

この問題については小林一博氏⁴³⁾、西谷氏⁴⁴⁾が既に秀れた分析を行っているので、それをもとにしてまとめてみた。基本的には、出版物の商品としての特徴が中心となっている。

1. 創作物であること。

出版物は、その特性として広義の創作物であることを必要とする。即ち、独自の価値を持ち、代替性・互換性がないわけである。従って、類似品は軽視される。この点について、川上宏氏は“普通の商品と違って、ひとつひとつの商品が他の商品とは全く別のもの”⁴⁵⁾であると指摘しているし、他でも“なにしろ代替え品がきかない商品だ”⁴⁶⁾と言われている。

2. 質の重要性

①単なる商品ではなく、企業性・商品性以外に文化性の側面を持つ。

②量産出版物、回転率の良い出版物が歓迎されているとはいえ、質への関心は高く、最近、見直されてきている。

③価値評価が多様である。読者＝受け手によって評価

は異なり、更に、著者や出版社の予想しなかった価値が読者によって発見されることも稀ではない。

④消費者、即ち、商品の購入者が読者と呼ばれる特別な存在である。

3. 多品種少量生産

数百万部、数十万部に達するベストセラーもあり、数十年継続して読まれるロングセラーも珍しくはないが、全体としては多品種が少量ずつ生産されてきた。

これと関連して、読者の側では同一商品を反復購入することはほとんどないことがあげられている。

4. 広告・宣伝の力が弱い

これについては、小林氏が“出版社の大部分は資本力も弱い、金融能力にも欠ける零細小企業で宣伝・広告の力が弱い”ことを指摘しているほか、川上氏は“意識して出版広告を見ているつもりだが、とくに新鮮なものにぶつからない。”⁴⁷⁾と述べ、その原因として、多品種少量生産をあげている。

5. 現物を見てから購入される商品である。

これは購入の動機および方法についていえることである。まず、各種の調査によれば購入の動機としては、‘書店で見て’が極めて高い比重を占めている。これに加えて、松原治氏は“新聞広告で知っても現物を手にして初めて購入の意欲が起る場合が多いですし、最良の方法は店頭展览展示されたものを読者自ら手にして初めて内容に得心して買求めることです。”⁴⁸⁾と述べている。

これは1～4での指摘から明らかである。

6. 商品知識の欠除

書店の店員に商品知識が欠けていることは従来から指摘されている。例えば、‘落丁’では次のような手厳しい批判がなされている。“委託制販売の一つの欠点として、書店従業員には商品知識がおそろしく欠如しています。”書店では商品管理上、返品期限をチェックすることを第一にするため“商品としての本を勉強しようという気持が殆んどありません。加うるに現在の極度の人員不足と待遇の悪さのために従業員の資力の低下が甚しく、本に関する顧客の質問に応じる能力がありません。”⁴⁹⁾

となかなか手厳しい。この原因としては、他にも商品知識を身につけるための手段＝出版情報の不足、零細経営などがあるが、もう一つ根本的な問題として多品種少量生産があげられるだろう。この点について、西谷氏は“書店人の商品知識の希薄さはいうまでもないが、……しかし、これも多品種という出版の特殊性を考えれば商品知識の希薄さには無理からぬ点もあり、必ずしも書店

ばかりも責められない。”⁵⁰⁾とコメントしている。

7. 零細書店と出版量増大のアンバランス

これについては小林氏の明快な分析⁵¹⁾を要約して紹介しておこう。

15年前には書店の適正規模は20坪で、それ以上では経営はなりたたないと言われていたのであるが、現在でも東販の調査によると、依然30坪未満が90%強を占めている。これに対して、1年間に発刊される出版物を新刊・重版で約3万点とすると75坪必要となる。書籍には新刊だけではなく、常備寄託品・長期寄託品、ロングセラーもあり、更に雑誌もある。従って、純然たる書店として経営するにも、はるかに大きなスペースが必要である。

西谷氏が“大型、準大型書店以外には毎日刊行される約80点の新刊はとうてい収容しきれない。”⁵²⁾と指摘するゆえんである。

B. 書籍販売業における‘規模の経済’

1. 書籍販売業における大規模化

ここでは、書店の大型化について考えるのであるが、Aで述べた独自性から、その意味は明らかであろう。

この傾向は小売業における店舗の大型化傾向を底流としつつ、更に、書籍販売業独自の理由によって更に促進されている。もう一度確認しておこう。

①一般の小規模書店では膨大な量の出版物を置ききれないため。これは多品種少量生産のもたらす商品の種類の増大のためである。

②現物によって選択する傾向が強いので、現物を展示することが必要になるため。出版物は総て創作物であるから、その独自の質が問題となる。また、その質の評価は読者個人に特有なものである。更に、広告が乏しいことも加わって、とにかく、手に取って内容を見ることが必要になる。

③店員に商品知識がないため、セルフサービス型の商店となっており、そのため、自分で捜さざるをえないことに加えて、注文も不便なので、あらかじめ商品の揃えられている捜しがいのある大きな店へ直行することになる。

④同一の商品を反復購入することは殆んどないため、一度の買物にも比較的遠出しやすい。

⑤経営効率がよい。以上の点から読者を引きつけ、売上げを伸ばせることが明らかになっている。結論として、早くも、“中型店舗数店を経営するよりも、それらを合わせた大型店舗一店の方がはるかに経営

効率がすぐれている。”⁵³⁾という説もあらわれている。

2. 書籍販売業における大規模化の条件

書店の大型化を必要とし、可能とした条件を何点か取り上げて考えてみよう。

①第一にあげられることは、出版点数の多さであろう。統計⁵⁴⁾によると、この20年間に、書籍は2万1600点から2万8000点に増加し3万点近くになっている。毎年、全国書誌や販売書誌が部厚くなっていくのも当然で、予算の不足や書架のスペースなど頭痛のタネである。それはさておき、松原治氏は大型書店こそ、きわめて多くの点数が刊行されるという商品としての本の性格にもとづいた店づくりであると明言している。⁵⁵⁾

②ここでも“読者の価値感の多様化”⁵⁶⁾があげられている。これはベストセラーが出にくくなったことから言われているのであるが、読者の選択眼がきびしくなってきたこともあり、これが多品種少量生産の復権の一因となっている。

③大型書店の立地上の特徴を、小林氏はショッピングセンター、駅やバスなどのターミナルへの出店であることとしており、その背景として、地方の交通事情、特に、過疎地から地方中心都市への交通事情が改善され、ターミナルへの往復の機会が増え、かつ容易になったことをあげている。⁵⁷⁾

C. 書籍販売業における大規模化の方向

1. 二つのモメント

さて、小売業において明らかにした二つのモメントは書籍販売業においてはどんな形をとるだろうか。

書籍販売業は明らかに専門店である。従って、先の専門店における大型化、多店化、あるいは零細小売店におけるチェーン化、系列化が該当する。ただし、特色として、“取扱商品が大型量販店取扱商品と競合しないか、あるいは影響が少ない”⁵⁸⁾業種ということができるので、必ずしも専門店の領域に閉じこめる必要もない。

対応させると

①書店の大型化

②書店の集団化、多店化

ということになる。①については後で詳しく述べるが、②については、松原氏が“現在においても有力書店の多くは、都市において20坪から、5～60坪位の規模の店で多店化を図っておられる”⁵⁹⁾と指摘しているし、各都市の中規模書店による提携化の動きもある。この他、

書店と言えるかどうかは別として、鉄道弘済会等の売店チェーンもある。

ただし、これら小中書店のネットワーク化は、売上げを伸ばすことを基本的な目的としていて、大型書店のような質の面での変化は見られないようだ。⁶⁰⁾しかし、資本そのものは一般書店よりもずっと大規模なので、売上げの大きい、つまり読者にとって便利な場所へ進出すること、また、状況に応じた店舗の移動、変更がかなり自由にできることが読者にとっても利点であろう。

2. 生産・消費の2極化

次に、小売業について述べた消費財の生産・消費の2極化との関係はどうだろうか。

先に、出版業は多品種少量生産であると述べたが、これはあくまで原則であって、実際はもう少し多様であり、この業界においても消費財生産・消費の2極化傾向は決して無縁ではない。

少品種多量生産に該当するものは、雑誌、特に週刊誌類、ベストセラー、文庫本、ペーパーバック類などであろう。そして、西谷氏は、出版人の反省すべき問題として、この点を“多品種少量生産と少量販売を主軸として発展してきたはずの出版界がいつのころからか少品種多量販売へ傾斜してきた”⁶¹⁾と指摘している。

このような2極化構造にもとづいて、書店における流通もまた2極化する傾向がある。西谷氏はこれを対角線取引と名づけているが、氏の説明⁶²⁾によれば、大型書店が中小出版社の学術、専門書、一般啓蒙書を多品種品揃えすることになった一方では、小零細書店が少品種多量販売の傾向を更に強め、ベストセラーやペーパーバック、週刊誌、婦人誌に依存する傾向が強まっているそうである。

さて、この2極化を先の小売業と同様に、もう少し細かく分析してみると、小型の書店の一部には専門店化していく傾向が見うけられる。つまり、書店という専門店の中での、更に専門店というわけである。昔からの音楽関係、左翼関係に加えて、文庫本、児童書、地図を初め、最近その傾向が目立ってきている。

たとえ、効率的な大型書店が生まれていっても、より専門的な資料を提供する、‘深い’サービスを行う店は必要であり、これらの専門店化しつつある小規模店舗がその役目を果たことになるだろう。もちろん、これには、流通上の困難があるのだが。

D. 書籍販売業における大規模化の現状

残念ながら、小売業のような詳細なデータは人手でき

なかつたので、数字によって示すことはできない。

西谷氏は、出版界の最近の変化の一つとして、“原資の増大によって書店の大型化が促進された。大型店の地方出店、地方書店の大型化、大都市進出が目立った”ことをあげている。これを含めて、11点を指摘している⁶³⁾のだが、そのうち5項目が大型書店に関連することである。即ち、

- ・取次店は小額取引先の切り捨てを始め、さらに大型書店への傾斜を進めざるをえなくなった。
- ・品揃えの必要から、大型店の中小出版社への関心が強まった。
- ・中小出版社は大型書店に依存するようになった。
- ・大型書店は近隣書店に刺激を与え、品揃え、書店づくりが考えられるようになった。

そして、ブック戦争以後の流通上の最大の変化は、数百坪規模の大型書店の出現であると指摘している。事実、大手のK書店は大型化、多店化の先駆けであるが、1966年12月に600坪の大阪梅田店を開き——これは大阪書店業界に未曾有の大変革と言われたのだが、——1971年、札幌に2店、1973年4月岡山に、1974年10月広島、1975年3月熊本、1975年7月新潟、1976年6月福岡と、次々に地方の主要都市に進出している。他の大手書店も続々とこれにならっており、その例は枚挙に暇ないと言えるほどである。

この傾向については、既に1970年の段階で、このまま進むと、“今後10年以内に、日本の小売書店は大型店百店ぐらいになってしまい、あとには従来の本屋らしい本屋は消え去るだろう”⁶⁴⁾という予測すらされている。それほど極端ではないとしても、書店大型化のダイナミックな進行には目を見はるものがある。

E. 書籍販売業における大型化の意義と限界

1. 大型書店の意義

書店大型化について、この時点でどんな評価が下されているだろうか、今までの分析を踏まえて、小林氏の賛成論^{65) 66)}を中心に、結論をまとめてみよう。

- (a) 読者の便宜、出版物・出版文化の普及のためには大型書店は望ましい。

利用者の立場からは“われわれにとっては、どっちかへ行けば、ほしい本がだいたい買えるようになって便利やなア”⁶⁷⁾という声があり、他にも、“ともかく、結果的には、お客にはプラスになるわけですね”⁶⁸⁾という指摘がある。

このように、読者は自分の目的とする本が見つからな

かったり、あるいは自分の目的とする分野の書棚の前にして、もっと他によい本があるのではないかと悩んだりすることは、ある程度なくなったようである。西谷氏はこう評している。

“ベストセラーを求めようとしない本好きの読書人は、労をいとわず、時間をかければ、大型店である程度、希望の本を見つけ出すことができるようになったことは大きな変化である。どこへ行っても同じような本ばかりならんでいることは今も変りないが、欲しい本はさっぱりないということは若干解消されつつあるのではないか。”⁶⁹⁾

(b) 大型書店は多品種少量出版の品揃えを通じて出版文化の全体性を回復する。

これは、先に述べたように、大型書店は品揃えを通じて、中小出版社への関心を強め、逆に、中小出版社は現在の出版流通の隘路の打開を大型書店に求める傾向にあることから言えるのである。この点について、西谷氏は次のように述べている。

“大型店が、中小出版社の学術専門書、一般啓蒙書を多品種品揃えすることになった結果、読者は本を求めて大型店に集中し、そこである程度充足されることが多くなってきた。(中略)そのことがまた大型店の品揃えの意欲をかきたてることにもなっている。”⁷⁰⁾

こうして、出版文化の全体像は大型書店に実現され、そこでは少量出版の様々な図書が初めて日の目を見ているのである。

(c) 大型書店は潜在需要を開発し、全体の水準低下を防ぐことによって出版流通をリードしている。

①まず、大都市の場合、「落丁」の分析では、大阪梅田における2店の開店がある程度潜在読者層を開発したことが指摘され、“二大書店の誕生以来、取次店や版元の倉庫に棚ざらしになっていた古い本がよく動き出したという現象”⁷¹⁾が例にあげられている。

②地方の場合については、小林氏が、“500~600坪の大書店が各県に最少一店は存在することはどんなに読者に便宜であろうか。”と述べている。つまり、“書店は今まで文化センターの役割を果たしてきた。これからもその役割は大きいし、また期待もしたい。”⁷²⁾ そのためには、そこに十分な充実した図書がなければならぬ、というわけである。

これに関連して、ある地方書店主の次の言葉には胸を打つものがある。

“著者、出版社、中小零細出版社、および読者のためには百の紀伊国屋出現もやむをえないという思いを懐いていた。(中略)特に、地方の読者が、読書について日頃いかに不自由しているか、云い切ってしまうと、地方読者の知る権利がいかに地方書店によって剝奪されているかという読書状況からいっても認めざるをえなかった。”⁷³⁾

2. 大型書店の限界

もちろん、小林氏を含めて、大型書店に対して批判がないわけではない。しかし、それは主に競争ないし流通の問題に重点があるようである。次に、販売上の問題に絞って、大型書店の限界について考えてみよう。

「落丁」では大型書店万能論への疑問をいくつか提起している。⁷⁴⁾

- ①商品の陳列が雑然としていて、本が見にくく、捜しにくい。
- ②店員に商品知識がなく、顧客の質問に応じられない。
- ③機構化された店の限界。本が見つからない。実際には書棚に本があるのに、見つけることができず、店員はよく調べないで、「ありません」と答える。店員の属する組織が大きくなった分だけ、客に対するサービスが希薄になっている。

これらの点は、特に最近、他業界からの参入資本によって経営されている書店で目立つと言われている。

「落丁」では、これらの点に中小書店の生きる方向を見出しているのだが、図書館員の立場からは、むしろ、図書館の意義がここで自ずと浮き彫りになっているのだと考えたい。

V. 公共図書館における‘規模の経済’

今までの分析を引き継ぎ、公共図書館について論じるわけだが、ここでも、今までの分析の方法と順序にならう。ただし、当然のことだが、最後の部分は大規模化の実態ではなく、大規模化論となる。

A. 公共図書館の独自性

書籍販売業の分析を踏まえて、商業流通に解消しえない公共図書館の独自性について、公共サービスと図書館サービスの2側面に分けて考えてみよう。

1. 公共サービスとしての特性

(a) 文化・教育を目的とする

公共図書館の存在目的は公共性にある。これは、即ち、文化・教育の振興と考えられる。これには、先に述べた書店等の民間サービスを補う側面と、民間サービスと同

じサービスを安価に提供するという側面がある。この2側面の具体的内容はさておき、公共性の点では、まず、最初の段階では次の3点をあげることができる。

①読書推進

市民の読書要求を掘り起し、市民が読書の習慣を身につけるのを援助すること。

②図書館の土着化

市民生活および地域に図書館を根づかせること。

③機会均等

市民に読書・図書館利用について等しい機会を提供すること。

これは最初の段階であるから、これ以降の段階とは当然内容が異なっている。これ以降の段階では、文化、教育の振興の上から、より質の高いサービスの提供が当然必要となる。

(b) 行政機構の一部である

行政機関によって運営されていることで、いうならば公立性であろう。ざっくりとばらんにいうと、行政の枠をなかなか出られないということである。ここでも、次の4点を指摘することができる。

①民間資本が吸収・合併・提携を通じて‘規模の経済’を得ることができるのに比べて、図書館では相互協力や協会のイニシアティブを通じての個々の自治体行政の認めうる範囲に留まらざるをえない。ここから‘規模の経済’を求めて図書館公社論などが生れるのであろう。

②ネットワークの相互関係は全て行政レベルの協力関係となるので、企業のように資本の合併・吸収、本社・支店という一元的関係とはならず、多元的な協力関係となる。これは特に、地方自治体管轄下の専門図書館、地域内の他館種の図書館、地域外の公共図書館との協力関係において、一層複雑な多元的關係となる。

③いわゆるお役所仕事の非能率があげられる。これには複雑な要因がからんでいて、単純に非能率と言えないのであるが、非能率な面があることは言うまでもない。これは、現状の改革、特に、外部環境の変化に対応する組織やサービスの改革の遅さに端的にあらわれている。他にも、人事管理の画一性などが典型的といえるだろう。

従って、規模の大きさは必ずしも技能、経営の経済を意味しない。よく言われるように、組織は大きくなるほど能率が低下するのである。しかも、これは、官民を問わない現象と言われるほどのものだから尚更である。

④図書館は文化に属するもので教育に属するものではなく、それゆえに、行政にはなじまないものだという意見⁷⁵⁾もある。出先の出先の、そのまた出先という議論に見られるような、いわゆる行政事務中心主義と、市民の自発性と行政のイニシアチブとの矛盾がこの問題の本質であろう。文化行政のあり方について考えさせられる。

C. 地方自治との結びつき

単に地方自治体の所轄下にあるだけではなく、その背景として次のような関係があると考えられる。

①地域の図書館の運営は、その地域の利用者を最もよく知ることができ、また、市民の声を最も反映させやすい位置にある地方自治体が行うのが適切である。

②図書館における自由は、市民により近い位置にある地方自治体によって守られる。

③図書館という公共施設とその利用行動そのものが市民による地域社会づくりの一つのモメントとなる。

④市民は図書館を通じて自分の地域社会について知ることができる。

2. 図書館サービスとしての特性

(a) 保存機能

一般に、商店の商品の多くはその年に生産されたものから成り立っている。特に、書店の場合、商品の多くは新刊書ないし重版から成り立っている。これは図書館における新規受入図書に相当する。しかし、図書館の資料はネットワークの全体では、新規受入図書だけではなく、過去の蓄積からも成り立っている。この二つの要素は、各々フローとストックに対応すると考えられる。つまり、毎年フローとして新刊書が受入れられ、それが蓄積されて蔵書になり、ストックとなっていくのである。もちろん、民間には古書店があるが、新刊書とは別の流れになっているし、比重も小さい。従って、これは公共図書館の独自の機能である。ただし、この場合のストックは、時間の経過につれて、かなりの程度減価するという特徴があることに注意しなければならない。

(b) 機会均等

1. —(a)—③でも触れたが、未サービス地域は、小売資本にとっては潜在的な需要であるが、そこへ進出するか否かは、他資本との競争および採算上の判断によって決定される。他方、公共サービスにとっては、これは‘埋めるべき空白地帯’である。

公共サービスには、民間でいうような競争はありえず、そのサービスに関しては独占機関であるため、このよう

な義務を同時に課せられるのである。つまり独占と機会均等とは表裏一体なのである。もちろん、これは原則であって、この義務はなかなか果せないものなのであるが。

(c) 利用行動の相違——購入、貸出・返却、レファレンス

購入は一度ですむが、貸出には返却がつきもので、必ず返しに行かねばならない。そのため、ややもすると、コピーに頼りがちである。従って、この限りでは、図書館の方が往来はより頻繁にならざるをえない。ただし、レファレンスや複写依頼は電話や郵便ですますことができる。

(d) 2次資料の作成（書誌機能・1）

書店が本を販売するだけなのに比べて、図書館では、不十分ではあっても種々の書誌サービスを直接・間接の両面にわたって提供している。もっとも、最近、一部の書店では情報サービスへの取り組みが行なわれており、今後盛んになると予想できる。

このうち間接サービスの創造においては、図書館も製造業的な機能を持っているから、機械の経済、技能の経済が成立する。小売業のレベルでも運搬・通信等に関しては機械の経済が働くことは既に述べておいた。

なお、書誌サービスに関しては、図書館では書誌（と相互貸借）を活用することによって、小規模図書館でも大型図書館の蔵書へ接近できるようにサービスするように努めている。書誌（と相互貸借）がどの程度、実際の蔵書の代替となりうるかはやや疑問であるが、現物に触れることが全てではないということである。

(e) 図書整理の意義（書誌機能・2）

原則として、所蔵している図書資料は目録・分類によってほぼ完全にコントロールされている。特定の要求に適確・迅速に答えることができるし、多面的なアプローチが可能である。本屋の陳列のような美しさ、魅力、柔軟性、即応性には欠けるが、とにかく、求める資料が見つかる。この点が書店との相違である。この点は規模が大きくなるにつれて威力を発揮するのである。

(f) 専門職員による援助

専門的な職員が配置されている図書館を利用してみると、書店とは全然違うことがわかる筈である。しかし、実際には、なお多くの改善すべき問題点をかかえている。

B. 公共図書館における‘規模の経済’

この公共図書館の独自性に関する分析と、公共図書館における‘規模の経済’の論理をつき合わせて、全体としての方向をさぐって行かねばならないが、その前に、

公共図書館における‘規模の経済’の論理について、まず概要を示し、次いでこれを検証し、最後に、一つの大規模化論を紹介して、この節のまとめとしたい。

1. 公共図書館における‘規模の経済’

まず、図書館の規模は何によって表わされるのか？前にも述べたが、もう一度確認しておこう。

小売店では、絶えず流動・変化している商品の量を数量的にとらえるのは難しいが、店舗面積は商品量を大まかに反映しうる。他方、図書館では商品にあたる図書の冊数を把握するのは容易であるが、施設の面積は閲覧スペースが含まれるため、図書館の実質的な規模を表わすものとはいえない。また、図書館サービスにおいては職員の質と数に大きな比重があるのだが、実際には資料がないと職員の力も伸びないし、発揮できない。大抵の場合、職員数は蔵書数または年間受入冊数に対応しているものである。従って、くりかえしになるが、蔵書数を基本とし、それに職員数を加味して、全体として図書館の規模と考えたい。

さて、本題の公共図書館における‘規模の経済’とは何か。それは今までの議論から自ずと明らかになる筈である。

現代社会の都市化・人口集中、教育水準の向上による読書意欲の向上、社会的価値意識の多様化に支えられた関心の多様化と変化の速さ、これらが読者の読書要求を量・質ともに豊かなものとし、これに対応する大量生産の時代ゆえの出版点数の増加、そして、一点一点別のものであり、手に取って目を通してから読むかどうかを決めるといふ図書の特有の性質と相まって、1館単位であれ、複数館から成るネットワーク全体であれ、利用者へ提供しうる総体としての図書資料の集積、そして、その増加を必然的なものとしている。

これに加えて、副次的ではあるが不可欠の要素として職員の問題がある。収集・整理などの間接業務を行い、多様な資料に通じ、様々な要求に答え、図書館全体を運営していくには、当然それなりの分業が必要となる。これを可能とする要件の一つは、資料や業務の増加に伴う職員数の増加であり、これによって、資料や利用者についての知識を深めていくことができるのである。

そして、更に、これら業務の増加がコンピューターをはじめとする様々な機器の導入を可能とし、これによって、能率の向上をもたらすことができるのである。

2. 図書館の規模と利用者

次に、この論理を、特に利用者との関係において検証

しておこう。つまり、図書館の規模と利用者の関係の分析である。図書館の規模が大きければ、実際に、多くの利用者を引きつけ、深い満足を与えられるのだろうか。

(a) 図書館の規模と来館距離

井上裕雄氏は、図書館の利用者とその図書館への距離または所要時間との間にはどんな関係があるかを分析している⁷⁶⁾が、その一つとして、図書館の持っている価値との関係を取りあげている。つまり、価値の大きい図書館の利用者の来館距離または所要時間はどうか、ということである。

そのために二つの利用調査を分析し、まず、Horwitzによる1933年の調査⁷⁷⁾からは、“本館の利用者は分館の利用者に比べて、利用者の分布は大きく、分館でも郊外の分館と都市にある分館とでは利用者の分布が異なる。”⁷⁸⁾との結論を得、次いで、吉武泰水氏等による1955年の調査⁷⁹⁾では、“図書館の規模が小さい場合には利用者の殆んどが徒歩圏内(約1km以内)から来ている。規模が大きくなるにつれて分布は広がり、上野図書館では地方からの利用者すら少なくない。”⁸⁰⁾という結論を得た。これらにもとづいて、井上氏は“大図書館は小図書館に比して、蔵書数も多く、職員の数も多く、より充実したサービスをうけることができるため利用者も遠くからくる。”⁸¹⁾との結論を下し、その図書館のもつ誘惹性(価値) $V_{a(L)}$ が大であればあるだけ、個人の図書館へ向う力 F_{PL} が大になるという関係を

$$F_{PL} = f(V_{a(L)})$$

という関数で表わしている。

(b) 年間増加冊数と貸出冊数

蔵書数と貸出冊数の関係については、日本ではあまり議論が行なわれず、むしろ毎年の増加冊数と貸出冊数・登録率との関係の方がよく論じられる。

たとえば、「市民の図書館」では貸出冊数と年間増加冊数を比較して、“年間増加冊数と貸出冊数の相関関係が非常に高いこと”⁸²⁾を指摘し、“貸出冊数が低い原因の主なものとは年間増加冊数、つまり図書費の少なさで”⁸³⁾あると結論している。

また、森耕一氏は登録者数と年間受入冊数の比較から貸出の盛んな図書館11館について

$$\frac{\text{登録者数}}{2} < \text{年間受入冊数} < 2 \times \text{登録者数}$$

という経験的な関係を導き出している。⁸⁴⁾

しかし、この増加冊数の観点と先の蔵書数の観点は決

して相反するものではなく、先にも少し触れたが、蔵書数は主にストックの観点から蔵書をとらえたものであり、増加冊数はもっぱらフローの観点から蔵書をとらえたものである。

ここでは、ストックとフローの観点の相違はあれ、規模と利用との間に、ほぼ同様の関係が成り立っていることに注目すべきである。

このストックとフローという観点の相違は、我が国が今なお図書館の普及期、発展期にあることによるのであろう。つまり、図書館の創世紀には蔵書の蓄積は少ないため、新刊書だけが重視されるのである。しかし、図書館で利用される図書は、新刊書が大きな比重を占めるとはいえ、新刊書ばかりではないし、また、新規受入図書が何年間か累積されていけば、蔵書が豊富になり、図書館も徐々に大きくなっていくだろう。従って、この2つの視点は共に必要であり、状況と発展段階によって両者の比重が変ってきているだけである。即ち、蔵書冊数と利用との関係、年間増加冊数と利用との関係は、前者に後者を含めて、統一して考えるべきである。

C. 蔵書規模と利用状況

BundyがPhiladelphiaのEnoch Pratt図書館システムについて行った調査⁸⁵⁾では、図書館の規模に応じて(蔵書量によって、Book mobiles, 1万~2万5000冊, 2万5000~5万冊, 5万~10万冊, 10万冊以上、Enoch Pratt中央図書館の6段階に分けて)の図書館利用状況の変化を、利用者の特徴、来館の習慣、図書館利用の理由、図書館の利用内容、サービスについての満足度の5分野32項目について、蔵書規模の各ランクごとに各々パーセンテージで示している。⁸⁶⁾

従って、これは単に中央図書館と分館との比較に留まらず、図書館の蔵書規模と利用状況との関係を段階的に示すものといえることができる。

それでは、その変化の内容を一通り概観してみよう。

図書館の規模が増大すると、次のような変化が見られる。ただし、ここでは、比率の増加または減少として表示し、具体的な比率の変化は原資料に譲りたい。

①利用者の特徴

男性利用者の比率の増加

17才~21才の利用者の比率の増加

学生利用者の比率の増加

職業を持った成人中の専門職の占める比率の増加

主婦の比率の減少

②来館の習慣

自動車による来館者の比率の増大
 図書館から遠距離に居住する利用者の比率の増加
 図書館まで長時間を要する利用者の比率の増加
 自宅に近い図書館を利用していない人の比率の増加

③図書館利用の理由

学校関係の目的のための利用者の比率の増加
 勉強のための利用者の比率の増加
 特定の主題についての情報を求める利用者の比率の増加
 職業上の目的のための利用者の比率の増加
 general reading のための利用者の比率の減少
 personal reading のための利用者の比率の減少

④図書館の利用内容

参考図書の利用者の比率の増加
 カード目録の利用者の比率の増加
 雑誌記事索引の利用者の比率の増加
 書架上の図書に目を通す利用者の比率の増加
 館内で閲覧する利用者の比率の増加

これらの傾向を Bundy は “さまざまな規模の図書館の間での相違は機能の相違であるというよりは、むしろ程度の問題である”⁸⁷⁾と評しているのだが、一定の方向が全体を貫いていることはやはり明らかであろう。そこで、ここに見られる傾向を要約しておこう。

- (i) 利用者は距離や時間をいとわず、あるいは身近に他のより小さい図書館があっても、より遠くの大きな図書館を利用している(②)。これは一般的に、規模の大きい図書館は利用者を魅きつける力がより強いということである。逆に言うならば、規模が大きければ利用者はそれだけ多くの距離や時間を負担してもやってくると思われる。もっとも、この場合、何らかの意味でより切実な要求を持った利用者ほどその傾向が強いと考えられる。規模が増加するにつれて利用者の構成が若干変化している(①)ので、一律に考えることはできない。現実には利用者層が変化していることについては、何らかの価値判断が必要であろう。ここ数年の公共図書館の本質についての論議とからめて考えると、この利用者の変化の方向は、いわゆる公共図書館の本来の役割に近いといっても誤りではないかもしれない。
- (ii) 利用者の求める情報はより specific なものとなってきている(③)。即ち、ある特定の主題について、あるいは、あらかじめ設定されたテーマについての情

報が求められている。また、これは、図書館の利用方法としても、カード目録や雑誌記事索引や参考図書を利用し、書架上で資料を捜す率が高くなる(④)点にあらわれている。

このように、利用者の要求はより specific になってきているが、これらの要求を全体としてとらえた場合には、個々の要求は多様化しているということができる。これらの specific でありかつ多様化した要求に応えるためには豊富な資料が必要なのだ、ということである。

3. 図書館の大型化を求めて

最後に、図書館の規模について、大型化を求める数少ない明確な主張の一つを紹介しておこう。

斉藤 毅氏は、McColvin の “図書館の発達に関する限り、小さく生んで大きく育てるという方針はまったく不健全である。”⁸⁸⁾という主張を引用して、次のように解説を加えている。

“つまり、図書館は、発足のはじめから大きくなければ役に立たない。役に立たなければ公衆から見棄てられ政府も相手にしてくれない。だから、最初から十分な予算が与えられ、大きくしなければならない。最初から大きく、役に立てば、その後は万事うまくゆく、と忠告しているのである。訳者も 25 年にわたって国立国会図書館と歩みを共にしてきたが、その間、このことばがいかに真理であるかを、何度噛みしめてみたことかわからない。”即ち、

“図書館というものは、財政的基礎がしっかりしていて、蔵書が豊かであり、秀れた職員を擁していなければ役に立たない。”⁸⁹⁾

この明確な主張は本質論として全く正当であり、今までの長い議論を一言で要約しているとすら言うことができる。しかし、一つの問題が残っている。いったい、‘いかにして、大規模化は実現されるのか?’あるいは、‘大規模化は誰が行うのか?’その点について、また、大規模化の具体的内容について、もう少し考えていこう。

C. 公共図書館大規模化の方向

公共図書館の独自性と公共図書館における ‘規模の経済’ を踏まえて、全体としての方向を考えるわけだが、その前に、前章までの論議をもう一度確認しておこう。くりかえすが、‘規模の経済’ と調和し併立する原則として分散性の原則があり、両者の並立関係の中でも、‘規模の経済’ にもとづく大規模化が進められるべきこと、そして、大規模化には 1 単位の規模増大と複数単位

によるネットワーク（集団化）の二つのモメントがあり、このうち後者は分散性の原則に対応するものである。

従って‘規模の経済’と分散性の原則との調和を十分にはかるためには、この二つのモメントの組み合わせが必要である。更に、これに、先の公共図書館の独自性を考えあわせなければならない。

それでは、上の2原則と、公共図書館の独自性とが各々どう関係するかを検討してみよう。

まず、分散性の原則に関連すると考えられるものは次の通りである。

(i) 読書の普及・図書館の定着 (1—(a))

最初の段階では、図書館を利用して本を読むということを経験を通じて知るといふ‘実物教育’の段階がどうしても必要である。そのためには、図書館の方から市民に近づいていく事がぜひとも必要である。

ここで参考までに、日野市立図書館の図書館計画における発展段階を示しておこう。⁹⁰⁾

①移動図書館のみによる段階

(誰でも、どこでも、何でも)

②分館を設置する段階 (いつでも)

③中央図書館を設置する段階

(レファレンス)

④各図書館が充実する段階

(ii) 機会均等 (2—(b))

これは公共図書館の義務であるから、市民の行動半径と図書館の価値とを勘案して、ある程度の分散が必要である。

(iii) 利用行動 (貸出・返却) (2—(c))

大型書店に比べれば、より身近にあることが望ましい。

(iv) 地域社会づくり (1—(c))

地域社会を形成していく上では、自ずと適正な規模が考えられるので、このレベルに合わせて図書館が設置されることが望ましい。従って、ある程度の分散化が必要である。

(i) は絶対的な必要性といえるが、(ii) と (iii) は図書館の価値との相関において考慮すべきことであり、(iv) は副次的な意義である。

次に、‘規模の経済’性に関連すると考えられるものは次の通りである。

(i) 保存機能 (2—(a))

過去何年かにわたっての厚みのある蔵書を持った

めには大規模化が必要である。

(ii) 2次資料の作成 (2—(d))

図書整理の意義 (2—(e))

利用行動 (レファレンス) (2—(d))

いずれも、大規模化することによって飛躍的な向上が期待できる分野である。

(iii) 専門職員 (2—(f))

公共図書館独自のもので、ある程度の規模を持ち、集団化することなしには、有効には活用できない。

このように、公共図書館においても、分散と集中の2原則は独自の意味を持って貫かれていることが明らかになった。次に、大規模化の二つのモメントについて考えてみよう。

基本的には、今まで、小売業、書籍販売業において明らかにしてきたことと同様であるが、先にも触れたように、公共図書館では、やや、複雑な関係になる。

公共図書館システムの場合には、個々のシステムが分散と集中の二つの方向を内に含むことになる。つまり、大型店舗にあたる大規模図書館は小規模店舗にあたる分館を持つし、単独の小規模図書館は、そのままでは秀れたサービスを提供できないため、何らかの形で、大規模なセンターを必要とする。つまり、小売業の場合には、分散性の原則と‘規模の経済’が実体としても分離する傾向があるが、公共図書館の場合には、実体として統一される。二つの方向を統一するのが図書館システムである。その代りに、そのシステムは地方自治体毎に独立している。

従って、先の二つのモメントの組合せは、次の通り。

①中央図書館を持っていない小規模自治体の方向性

②中央図書館を持つ大きな自治体内の方向性。ここでは、中央図書館の大型化、分館の規模、中央館と分館との関係、この三点が問題になる。

なお、つけ加えておくと、専門店—専門書店として述べてきた専門化の方向性は、顧客=利用者層の特殊性のゆえに、大部分は公共図書館とは別の専門図書館として存在している。しかし、音楽、美術等の文化を専門とする専門図書館や、地方行政・都市問題のための専門図書館は、公共図書館と同じ行政の下にある。大型図書館、身近にある小図書館に加えて、これらを専門的な資料の点で補足する専門図書館、これらの3要素によって、図書館の世界は一応完成する。それは、小売業、書籍販売業の世界と本質的には何ら変わらないのである。

D. 公共図書館の大型化のために

1. 小自治体間の協同事業

McColvin は、図書館のネットワーク政策の観点から地方自治体を

- ①大都市
- ②ある程度の規模の都市を含んだ郡部
- ③都市を欠くか、あるいは、きわめて小さな都市しかない入口密度の低い地域

この3種類に分けて、各々におけるネットワークのあり方について論じている⁹¹⁾が、この場合は③に当るわけである。

McColvin は、この③について“小さい図書館というものは、孤立して活動してはいけいなのである。

(中略) 小図書館機構というものは、多数の専門的要求をみたしうるだけのストックを保持することは不可能である。唯一の賢明なやり方は、より大きい機関の形成——たとえば、隣接諸都市を包摂する大きい‘郡’‘地域’計画等の形成——である。”⁹²⁾と述べ、近くに都市があれば、それとネットワークを作り、協力関係を形成することができるし、場合によっては、その都市と合併することも考えられるが、それができない場合の方策として、次の二つを提起している。⁹³⁾

(i) 協同事業

図書館目的のためにのみ設置される地域センターを持つ地域的運営計画

- (ii) 国、州などのより大きい行政の機関によって、その地域の外部から提供されるサービスまたは援助。

近くに大きな都市のない、きわめて人口の少ない自治体は、単独では十分なサービスを提供できないのは当然である。従って、中小書店が系列化して資本規模を増やし、売上げをのばすように、相互にネットワークを形成して、全体の図書館資源の増大をはかる必要があるし、それは可能である。

ただ、はっきり言えることは、どのような形であれ、大規模なセンターが必要なことである。

この協同図書館事業について、斎藤氏は、イギリスやアメリカでは、地方行政の多様な分野において、地方自治体間での事務の共同処理や集中処理が行なわれて、これもその一つであることを明らかにし、日本においても地方自治法第 284 条の“一部事務組合”に同様な規定があることを明らかにしている。⁹⁴⁾これは、かなり広汎な分野で行なわれており、数も昭和 38 年現在で 2000 近

くにのぼっているそうである。当然、この一つとして図書館事業を行うことは可能であり、日本にも、その実例はある。たとえば、愛知県では、豊田加茂広城市町村圏移動図書館が豊田市等の 1 市町 3 村によって、昭和 48 年 12 月から、一部事務組合による移動図書館として運営されているそうである。⁹⁵⁾

これにも批判はあるようだが、今後、地方の小自治体での図書館設置あるいはサービスの向上を実現するためには、何らかの協同化は不可避であろう。

ここで確認しておく必要のあることは、自治体の人口と必要な蔵書規模とは正比例するわけではないということである。どんなに少ない人口に対しても最低限必要な蔵書規模というものがあるのである。

2. 中央図書館

中央図書館レベルにおいては、主題にもとづく資料と職員における分業の体制はレファレンス・読書相談の質的向上の上で大きな意味を持つ。あるいは、それまでではいかなくとも、レファレンスであれ、書誌作成であれ、専任者が置かれ、かつ、その人員が増加して分業体制を取ることによってサービスは質的に向上するのである。くりかえすが、この分業のためには規模が大きいことが是非とも必要である。

ここでは、サービスの向上の方策の一つとしての主題部門制のためには、ある程度の規模が必要であることを明らかにしよう。

Overington は、主題部門制について、今までに行なわれてきた多数の定義を集約して次のような定義をまとめている。

“主題部門制とは、図書館資源を全体としてまとまりのあるものとしてとらえ、主題の間の相互関係を生かすように配置することによって、総ての利用者のために、有機的に組織化するサービス原理である。

図書館の規模が増大するにつれて、図書館資源全体を同じ系統の主題から成る個々の分野に分割し、その分野には蔵書を使いこなすために必要な書誌類を備え、その分野の文献と資料について訓練された職員を配置することが、物理的にも経済的にも必要となる。”⁹⁶⁾

“図書館の規模が増大するにつれて”とはつきり定義されている。また、別のところでは、“規模が主題部門制の必要性を決定する”⁹⁷⁾と述べている。このような規模への注目とは、たとえば Gscheidle の“部門制組織の発展は本質的に規模のもたらしたものである。”⁹⁸⁾

という発言などによって裏付けられるのである。

3. 分館

分館の規模については、McColvin は次のように述べている。

“役に立つ一つの図書館に比べてはほとんど無益な、不十分な一握りの図書で読者に満足させるように仕向けることは、けっきょくにおいて利口なやり方ではない。”⁹⁹⁾

“過度に多すぎ、したがって過度に小さすぎるサービス・ポイントのための財源の浪費は最も望ましくない。”¹⁰⁰⁾

“實際上基金に制限があるうえに、あまりに多すぎる‘一握りのもの’があるならば、よい図書館をつくるに足る金はどこにも残されないことになるかも知れない。”¹⁰¹⁾

と、小さすぎるサービス・ポイントを作りすぎることをいまして、限られた財源の有効な利用を説いている。

特に蔵書規模については、“図書のストックが大きければ大きいほど、読者の満足が大きくなり、読者の質が向上するということは忘れられてはならない。”¹⁰²⁾と述べているが、のちに、Barlow もこの問題について、“小分館では効果的なサービスを提供することはできない。理解力や判断力に秀れた読者は、小分館の蔵書をわずかの間に読み尽くしてしまったり、不満を感じるものである。”¹⁰³⁾と指摘している。

また、職員についても、Overington は、“もし分館が(中略)入手できる数少ない図書館員を効果的に利用しようとするならば、一定の規模を持たなければならない。現在では蔵書3万冊以下の図書館は存在しない。利用者の要求を満せないし、限られた人材の浪費である。”¹⁰⁴⁾と述べている。

このように、分館についても、限られた予算、そして蔵書・職員の有効な利用のために、大型化と数の集約が求められている。McColvin の結論は次の通りである。

“大部分のひとびとが無理なく近づきうる最大限のサービス・ポイントと図書のストックを設けるように目標を立てるべきである。”¹⁰⁵⁾

全く、明快で無駄なく、正しい結論である。この18年後に、イギリスの Longworth は、“分館は必要か?”と題して、次の2点を新しい条件として指摘した。¹⁰⁶⁾

- ①自動車の利用により、市民が2—5 マイル先へすら出かけるようになったという行動半径の拡大。
- ②出版点数の増大にもとづく蔵書規模、利用者側の需

要の増大。

そして、これに基いて、従来の分館システムに代わるものとして、中央図書館と従来よりも少数で規模が大きく、より多くの利用者にサービスするサービス・ポイントから成るシステムを提言している。つまり、これらの新条件によって、分館の集約と大型化が更に求められているのである。

ただし、欧米における行動半径の拡大は、大部分自家用車の普及のためであり、その点で、日本とはかなり異なるが、一般に交通機関の発達という点では同傾向と見ることができる。この相違を解決するためには、日本では、交通機関の利用の点から見た立地条件の改善が必要であろう。

このような主張がイギリスにおいて盛んなのは、アメリカの分館づくりから教訓を得たためのものである。Overington は1969年にこう述べている。

“アメリカの図書館の多くは大規模な分館網による負担に苦しんでいる。そこでは、職員および資料に投入された投資の効果が上らず浪費されている。この分館網は‘誰の家からも1マイル以内に1分館’の時代に成長してきた。しかし、人々の行動半径が広がり、より専門的な資料および職員への需要が高まったことによって、この考え方全体が時代遅れになった。”¹⁰⁷⁾

小さすぎる分館の問題点をもう少し具体的に考えてみよう。資料が少ないと、利用者職員に悪影響を及ぼす。

利用者の場合は、くり返し述べてきたように、興味のある図書を読み尽くすと、その図書館のレベルを察知して、そのレベルの資料、特に雑誌などを必要とする時だけしか現われなくなり、また、現われる場合でも、目的意識の希薄な読書が習慣となる。つまり、一般には、次の本を借りるために返しに行くのであるが、これが、返すついでに何か借りていこうということになる。

また、職員にとっても資料の少ないことは致命的である。資料を知っていることは図書館員の生命であるにもかかわらず、十分な資料に触れる機会がないと、その意欲も宝の持ち遅れになる。資料が少ないというのは、多くの資料を知っていて初めて感じられることであり、少ない資料を扱っていると、他に多くの資料があるという意識が弱くなり、その結果、巾広い要求に対応できなくなる恐れがある。

そして、小さい分館は管理上、職員の労力の無駄、教育・訓練の困難、資料の重複などの欠点がある。

4. 中央図書館と分館との関係——その発展段階

分館の大型化を主張する考え方は、中央図書館と分館との関係については、両者の効率を比較して、基本的に中央図書館を優先する考え方につながっている。

Barlow は、先の小分館への批判に加えて、1冊の図書を貸し出し、1人の利用者を満足させるのに必要な費用は、図書館の規模に反比例し、中央図書館で一番安くなることを指摘し、限られた予算の下では、“できるだけ小さいパン切れの上に厚くジャムを塗る”ことを勧めて、小規模のサービス・ポイントに資金をばらまくよりも一カ所に集中することを勧めている。¹⁰⁸⁾

このような中央図書館優先の考え方として、また分館の問題とも関連して注目しておきたいのは、Overington の分館論で、これは日本における、特に初期の分館論とはかなり異なっている。彼は図書館サービスが成長する3つの主要な段階を次のように規定している。¹⁰⁹⁾

- ①中央図書館に総てを集中する。外部でのサービスが必要な場合には自動車文庫によって行なう。
- ②中央図書館を補足するために、大きな分館をいくつか設置する。
- ③大都市では、中央図書館、10万冊以上の蔵書を持つ地区中央館、大きな分館の3段階のサービスを提供する。

ここで、先に示した日野市立図書館の発展計画をもう一度繰り近しておこう。

- ①移動図書館のみによる段階
- ②分館を設置する段階
- ③中央図書館を設置する段階
- ④各図書館が充実する段階

この両者は全く逆であるように見えるが、日野からOveringtonへと続けて発展段階論としてとらえると、前者が発展の初期であり、後者が成熟期であることがほぼ推測できる。つまり、市民および行政当局の図書館に対する認識の水準の違いのあらわれである。

ここでは、この10年間の我が国における公共図書館の発展の段階を詳しく分析することはできないが、その初期の象徴的存在である日野市立図書館の発展計画についてももう少し考えてみたい。

このような段階を設定した理由は、おそらく、次のようなものであろう。

- (i) 当時は、貸出中心の機能的な図書館は行政にとっても、市民にとっても殆んど未知のものであったと考えられること。
- (ii) 市民の需要そのものを、まず、生活の中での実

物教育によって引き出す必要があったこと。

- (iii) 自治体の財源が限られている中では、下から一歩一歩積み上げるという形をとらねばならなかったこと。

これに対して10年後の今日では、市民、行政の両者の図書館についての認識がかなり深まったため、また、場合によっては、既に図書館設立の市民運動があったり、文庫活動が盛んだったりして、行政が乗り出す時点でかなりの規模の図書館を建てるのが可能になってきていると考えられる。そして、ここからOveringtonまでは、さして遠くない筈である。

さて、その時点で重要なのは、蔵書の量が利用者の要求に対して持っている影響力で、これを仮に蔵書のデモンストレーション効果と呼んでおこう。つまり、大規模な蔵書はプラスのデモンストレーション効果を持つ、即ち、最初に豊かな蔵書を実際に提示することによって市民の欲求の水準を引き上げ、これくらい本がないと図書館とは言えないなという感覚をつくることができる。

なぜ、これが必要かという点、市民や行政担当者の場合には、図書館の蔵書量の意義までは必ずしも推察してくれないからである。

従って、分館から造るにせよ、中央館から造るにせよ、最初に作るものは大き目であることが望ましい。そして、更に、この点から考えると、中央図書館から先に作ることが望ましい。最初に小さいものを作ってしまうと、マイナスのデモンストレーション効果が働いて、‘この程度だな’という意識を与えてしまうのではないだろうか。

VI. ま と め

①大規模化のすう勢

一般的傾向として、消費財を提供するサービス業において店舗規模増大の方向にあることは明らかになった。従って、図書館サービスにおいても、その特性を踏まえつつ、それに対応して同じ大型化の方向を進むことが望ましい。特に、中央図書館の大型化、分館サービスの一定の集約による規模の引き上げ、そのための児童サービスと成人サービスとの区別が重要である。より多くの市民をひきつけるような豊かなコレクションにあふれた魅力的な図書館づくりの必要性を声を大にして訴えていかなければならない。

②発展段階に応じた規模・分散度の調整

ただし、地域社会の読書水準や行政側での理解度、図

書館の発展段階によって、図書資料の集中・分散は変化させねばならない。従って、最初から、発展段階に対応しうる融通性をもった政策を立てるべきである。

即ち、日本では読書推進・図書館の土着化の段階にある場合が多いので、その場合には、地域・住民に密着するために分散することが必要になるし、読書水準や図書館の利用が高まった段階ではある程度集約することが必要となってくる。このダイナミックスを長期的に計画する必要がある。図書館計画にも柔構造が必要なのである。

③小自治体間の協力

一つの自治体では‘規模の経済性’を発揮できない場合には、小自治体同志で多様な形のネットワークないし協力システムを形成して、‘規模の経済性’を追求することが必要である。そして、場合によっては、複数自治体に対して横断的にサービスする協力センター（あるいは中央図書館）を下から創造していくことも必要である。これに対して、国または都道府県レベルから、一定の援助がなされるべきである。

これは、都市郊外地区における図書館の飛躍的な成長を受けて、今後、地方へ図書館サービスを拡げていくためには不可欠の課題である。

④大型公共図書館の運営論の確立——経営の経済のために

大型化の一つの問題点は、大型化した場合に、現在の図書館では、機械の経済はともかく、経営の経済がなかなか得られないことである。この原因の一つは、大規模な公共図書館の運営についての理論的分析が我が国では未熟に留まっていることである。

大型公共図書館の経営論・管理運営論の確立・創造とその実践を伴わないならば、図書館の大型化は図書館員を利用者から遠ざけ、引き離すことに終わってしまうだろう。その結果は官僚主義以外の何ものでもない。

⑤間接サービスの効率化のために

ここで図書館に関連して明らかにした‘規模の経済’は、まずもって蔵書の規模および職員の直接サービスに関わるものであった。これは、今まで明らかにしてきたように小売業的機能といえる。

しかし、図書館には間接サービス（主として2次資料の作成）という製造業的機能もある。この機能においては、‘分散性の原則’に従う必要がないので、1図書館、1図書館システムを越えて‘規模の経済’を得ることができる。しかし、カード目録やレファレンスのための補

助ツールの自館作成という具合に‘規模の経済性’が発揮されていないのが現実である。ここで、日本の自動車業界に対して、かつて行なわれた次のような指摘はなかなか興味深い。

“日本の乗用車の高価格の一つの原因は、各社がこのように、別個の部品メーカーを系列化し、かかえこむことによって、規模の経済性を放棄していることである。自由化を乗りきるためには業界の自主的調整が必要である。”¹¹⁰⁾

適当に読みかえてみると、なかなか痛切な響きがある。

⑥図書館協力の推進のために

‘規模の経済’の論理は、公共図書館において、更に図書館界において語られながら遅々として進まない相互協力の必要性を改めて浮きぼりにする。

即ち、くりかえすが、個々の館内に留まる限り、全てに関して‘規模の経済’が働かないということである。‘規模の経済’を得るためには、協力の積み重ね以外の手段はないのであって、これなくしては、経済性とは無縁ということになる。

協力の必要性は自明ではあるが、‘規模の経済性’という視座からの分析が、その意義を改めて明確にすることができるならば幸いである。

⑦外部経済的アプローチ——関連分野との協力および発展段階論

序論で明らかにしたように、本稿では外部経済の問題は扱わなかった。しかし、出版界、書籍販売業界、社会教育界、コンピューター・事務機器メーカーをはじめ、図書館が関係する総ての分野の進歩は、我々図書館界にとって外部経済ということが出来る。ここに、関連分野との協力の必要性が浮きぼりになると共に、公共図書館の発展はある程度これらの分野の発展に左右されていることが明らかになる。漢字処理システムの開発と和書目録の機械化の関係を考えればわかることであるが。

また、図書館の地域的な、あるいは社会的な発展を、産業の地域的な集積による外部経済の論理と関連させてとらえることによって、図書館の発展が多数の自治体に広がるにつれて、そのことが相互に発展を促進し合うようになる構造を段階を追って解明することもできる筈である。

これらのアプローチによって、発展段階についての分析が可能となり、現状をいたずらに悲観することもなくなり、長期的な展望が持てるようになるのではないだろうか。

⑧図書館の立地条件の改善を

本稿を通じて、規模の経済性について語りながら、立地条件がきわめて高い比重を占めている不可欠の要素であることが何回か浮きぼりになったのは皮肉なことである。これは両方とも欠くことができない要素であり、代替しうる部分はごく僅かであることを示しているのだから。公共図書館はもっともっと便利で身近な場所になればならない。公共図書館にはその権利・資格、そして義務があることを声を大にして叫ぶ必要がある。

- 1) 現在の東京の公共図書館の実態から見て、小規模は4万冊以下、中規模は5万～15万冊程度を想定した。
- 2) 同様に15万冊以上を想定した。
- 3) Overington, M. A. *The subject departmentalized public library*. London, Library Association, 1969. 167 p.
- 4) 栗原嘉一郎. 公共図書館の設置計画<吉武泰水編. 建築計画学3. 地域施設 教育. 丸善, 1945> p. 271-375. 等を参照されたい。
- 5) Marshall, Alfred. 経済学原理 [*Principles of economics*] 9版. 馬場啓之助訳. 東洋経済新報社. 1965-67. 4冊.
- 6) Greenwald, Douglas, ed. マグロウ・ヒル現代経済学辞典 [*The McGraw-Hill dictionary of modern economics*] 好学社, 1968. 430 p.
- 7) 芳賀史雄, 佐藤武雄編. 経済学用語辞典. 改訂版. 学文社, 1971. 264 p.
- 8) 中山伊知郎編. 経済事典 (新版) 青林書院新社, 1970. 950 p.
- 9) 日本経済新聞社編. 経済新語辞典. 1972年版. 1972. 421 p.
- 10) 大阪市立大学経済研究所編. 経済学辞典. 岩波書店, 1972. 1220 p.
- 11) 高橋泰彦, 増田四郎編. 体系経済学辞典. 東洋経済新報社, 1971. 1151 p.
- 12) Marshall, *op. cit.*, 第2分冊. p. 264.
- 13) *Ibid.*, 第2分冊. p. 264.
- 14) *Ibid.*, 第2分冊. p. 217.
- 15) 清水 晶. 専門店経営学. 同友館, 1974. p. 29-31.
- 16) 藤本保太. 非価格競争の理論. 東洋経済新報社, 1971. p. 2.
- 17) Marshall, *op. cit.*, 第2分冊. p. 276.
- 18) *Ibid.*, p. 276-278.
- 19) 船井幸雄. 小売業革命: 時流適応の商圏戦略. ビジネス社, 1972. p. 44~46.
- 20) “シグナル: 売り場の生かし方④,” 日本経済新聞, June, 14, 1976. 夕刊. p. 3.
- 21) 長谷川藤吉郎. 小売店未来学: '70年代の業種別展望. 全改訂版. ビジネス社, 1972. p. 48-50.
- 22) 鈴木保良. 商業学要講. 税務経理協会, 1970. p. 95-96.
- 23) 宮川東一郎等. 新流通産業. 東洋経済新報社, 1972. p. 13-18.
- 24) 鳥羽欽一郎. アメリカの流通革新. 日本経済新聞社, 1974. p. 125-128.
- 25) 鈴木保良. 現代流通経済総論. 改訂版. 同文館, 1970. p. 280.
- 26) 小神野 司. 量販店となるための技術. 同友館, 1969. p. 14-16.
- 27) 長谷川, *op. cit.*, p. 20-70.
- 28) 清水, *op. cit.*, p. 3-20.
- 29) 小神野, *op. cit.*, p. 16.
- 30) 長谷川, *op. cit.*, p. 35-42.
- 31) 清水, *op. cit.*, p. 20.
- 32) 通産大臣官房調査統計部編. わが国の商業. 1973年版. 通商産業調査会, 1974. p. 32.
- 33) *Ibid.*, p. 32-33.
- 34) *Ibid.*, p. 6.
- 35) 鈴木, *op. cit.*, p. 280.
- 36) 生島光治郎編. 現代商業学. 中央経済社, 1969. p. 178-183.
- 37) 清水 晶. 小売り業の形態と経営原則. 同文館, 1974. p. 345.
- 38) 尾崎 朔. 新体系商学総論. 中央経済社, 1973. p. 206-207.
- 39) 白髭 武. 現代商業学. 白桃書房, 1969. p. 283.
- 40) 西村 林. 現代商学総論. 中央経済社, 1972. p. 238-239.
- 41) 生活問題研究所編. 図説流通問題統計. 1973年版. 芽ばえ社, 1973. p. 64.
- 42) 鳥羽, *op. cit.*, p. 125-126.
- 43) 清水英夫, 小林一博. 出版業界. [東村山] 教育社, 1976. p. 75-84.
- 44) 西谷能雄. “まともな本をまともに流すべし: 読者に出版物が届くまで,” 朝日ジャーナル, Oct. 31, 1975, vol. 17, no. 47, p. 12-16.
- 45) 川上 宏. “奇妙なコピー,” 出版ニュース, no. 1014, Aug. 上旬号, 1975, p. 24.
- 46) 長谷川卓也等. “本が好きで好きで,” 出版ニュース, no. 1804, July 下旬号, 1976, p. 9.
- 47) 川上, *op. cit.*, p. 24.
- 48) 松原 治. “潜在需要開発の余地あり,” 新文化, no. 1611, Aug. 21, 1975, p. 4.
- 49) “大型書店問題を考える,” 落丁, no. 18, Feb. 1970, p. 3.
- 50) 西谷, *op. cit.*, p. 15.
- 51) 清水, 小林, *op. cit.*, p. 92-94.
- 52) 西谷, *op. cit.*, p. 14.
- 53) “大型書店問題を考える,” 落丁, p. 3.
- 54) 清水, 小林, *op. cit.*, p. 184.
- 55) 松原 治. “情報提供としての書店の機能: でき

- るだけ多くの本をそろえる,” **新文化**, no. 1158, July 31, 1975, p. 1.
- 56) 西谷, *op. cit.*, p. 15.
- 57) 小林一博. “書店の大型化・多店化を考える,” **印刷界**, no. 239, Oct. 1973, p. 68.
- 58) 長谷川, *op. cit.*, p. 36.
- 59) 松原, *op. cit.*, p. 1.
- 60) 吉田二郎, 山下重之. “書店のチェーン化,” **新文化**, no. 1141, Mar. 20, 1975, p. 1.
- 61) 西谷, *op. cit.*, p. 16.
- 62) *Ibid.*, p. 15.
- 63) *Ibid.*
- 64) “大型書店問題を考える,” **落丁**, p. 4.
- 65) 小林, *op. cit.*, p. 66-68.
- 66) 小林一博. “大型店反対論の弱点,” **印刷界**, no. 246, May 1974, p. 48-50.
- 67) 長谷川等, *op. cit.*, p. 7.
- 68) *Ibid.*, p. 7.
- 69) 西谷, *op. cit.*, p. 15.
- 70) *Ibid.*, p. 15.
- 71) “大型書店問題を考える,” **落丁**, p. 6.
- 72) 小林一博. “書店の大型化・多店化を考える,” *op. cit.*, p. 68.
- 73) 柴田良平. “地方書店の志とは,” **出版ニュース**, no. 1048, July 下旬号, 1976, p. 27.
- 74) “大型書店問題を考える,” **落丁**, p. 8-9.
- 75) 大阪文化振興研究会編. 都市と文化問題. 大阪, 創元社, 1975. 246 p. この中での梅棹忠夫氏の発言 (p. 65-68) による.
- 76) 井上裕雄. “利用者と図書館への距離,” **図書館学会年報**, Aug. 1969, p. 102-108.
- 77) Berelson, Bernard. *The library's public; a report of the Public Library Inquiry*. New York, Columbia Univ. Press, 1959, c 1949. p. 43.
- 78) 井上, *op. cit.*, p. 105.
- 79) 吉武泰水等. “公共図書館閲覧者の実態,” **季刊図書館学**, vol. 2, no. 4, July 1955, p. 1-13.
- 80) 井上, *loc. cit.*
- 81) *Ibid.*, p. 105-106.
- 82) 日本図書館協会編. 市民の図書館. 1970. p. 29.
- 83) *Ibid.*, p. 30.
- 84) 森 耕一. “年間受入冊数と登録者数との関係,” **図書館雑誌**, vol. 64, no. 4, April 1970, p. 151.
- 85) Bundy, Mary Lee. *Metropolitan public library users; a report of a survey of adult library use in the Maryland Baltimore-Washington metropolitan area*. [College Park] Univ. of Maryland, School of Library and Information Services, 1968. 130 p.
- 86) Bundy, *op. cit.*, p. 72-85.
- 87) *Ibid.*, p. 85.
- 88) McColvin, Lionel Roy. 現代の図書館: 図書館協力計画へのてびき [*Public library extension*] 斎藤毅訳. 複製版. 日本図書館協会, 1975. p. 238 (複製版への訳者あとがき中の引用)
- 89) *Ibid.*, p. 239. (複製版への訳者あとがき)
- 90) 森 耕一. 図書館の話. 改訂版. 至誠堂, 1969. p. 305.
- 91) McColvin, *op. cit.*, p. 24-27.
- 92) *Ibid.*, p. 122.
- 93) *Ibid.*, p. 27.
- 94) *Ibid.*, p. 229-230. (複製版への訳者あとがき)
- 95) 稲葉誠也. “公共図書館の多様性,” **出版ニュース**, no. 998, Feb. 下旬号 1975, p. 24.
- 96) Overington, *op. cit.*, p. 17.
- 97) *Ibid.*, p. 29.
- 98) Gscheidle, Gertrude E. “Departments in public libraries,” *Library trends*, vol. 7, no. 3, Jan. 1975, p. 438.
- 99) McColvin, *op. cit.*, p. 67.
- 100) *Ibid.*, p. 66.
- 101) *Ibid.*, p. 67.
- 102) *Ibid.*, p. 66.
- 103) Barlow, S. H. “A new look at an old library,” *Library Association record*, vol. 63, no. 12, Dec. 1961, p. 411.
- 104) Overington, *op. cit.*, p. 90.
- 105) McColvin, *op. cit.*, p. 66.
- 106) Longworth, A. “The branch library—is it necessary?” *Proceedings, papers and summaries of discussions at the Pubic Libraries Conference held at Brighton, 23rd to 26th September, 1968*. London, Library Association, 1968. p. 36-42.
- 107) Overington, *op. cit.*, p. 89-90.
- 108) Barlow, *op. cit.*, p. 411.
- 109) Overington, *op. cit.*, p. 89.
- 110) 中山, *op. cit.*, p. 380.