中村　尚（東京大学・理学部）
阿部彩子（東京大学・気候システム研究センター）
山中康裕（東京大学・気候システム研究センター）
高田久美子（国際農林水産業研究センター ）
増田耕一（都立大学・理学部）
橋田　元（国立極地研究所）
平沢尚彦（国立極地研究所）
森本真司（国立極地研究所）
浮田甚郎（宇宙開発事業団・地球観測センター）
立花義裕（東海大学・文明研究所）
東久美子（長岡雪氷防災実験研究所）
林　政彦（名古屋大学・太陽地球環境研究所東山）
大畑哲夫（滋賀県立大学・環境科学）
小西啓之（大阪教育大学・理科・気象）

編集後記：「天気」にしても気象集誌にしても，およそジャーナルというものは多くの人に読んでもらってこそ価値が上がるものと思います．どのジャーナルの編集委員も一人でも多くの人に読んでもらうために努力しています.「天気」の場合は学術誌の性格と情報誌の性格を合わせ持っており，読者層も広くかつ読者の要望も多岐にわたっているために，私たち「天気」の編集委員はいかにしてそれに応えられるような魅力あるジャーナルにするかということに日々苦心しているわけです．

より多くの人に読んでもらうためにジャーナルが備えなければならない要素はいくつかあります．もちろん第1は読む価値があることです.「天気」は学術誌ですから，論文や解説など学術的に価値の高いものや気象学的に重要な情報が掲載されなければなりません．一方，情報誌としては「読んで得する情報」が多く載っていることが必要です．そのような企画の一つとして，今年から「新刊図書案内」を始めました．第2は読み易く分かりやすいことがあげられます．第3に読者の声が反映されているジャーナルであることです．「天気」では「会員の広場」,「情報の広場」,「情報File」などさまざまなコーナーを設け会員の方々の声が掲載されるよう努力しています．

これらの努力はジャーナルの内容をよくすることで読者を広げようとするものですが，そのほかにジャーナルがより多くの人に読まれるためにはそれがより広く頒布されることが重要です．世の中に広く行き渡ったもの，行き渡るのに失敗したものの例は，ジャーナル以外にもさまざまなものにみることができます．最近の顕著な成功例の1つを計算機にみることができます．私たちが計算機上で使っているソフトウエアの中には，無料で配布され急速に広まり発展したものがたくさんあります．たとえば数ある計算機のウインドウのうち，X-windowが他を抑えて広く行き渡ったのは，それが優秀なものであっただけでなく無料で配布されたからです．また，アメリカのある会社はインターネットを利用するための優秀なソフトを無料で配布し，世界中に頒布することで爆発的に発展しました．勿論ただであればいいというものではありませんが，目先の利益にとらわれず長期的戦略で勝利する方針は見習うべきところがあると思われます．

さて，最近ある国立機関がすべての学術雑誌を計算機に取り込みインターネットで公開するという話があります．公開されたジャーナルを読む場合，課金されるかどうかは各ジャーナルにまかされる予定です．つまりあるジャーナルではそれをインターネットで読むと課金され，あるものは無料でみることができるということです．インターネットでジャーナルを見ることができるようになった場合，ただで見れるのだからそれを購読する人が減るという予想と，一方で読者が増えるのだから，購読者も増えるという予想が考えられます．たとえば「天気」を無料で公開した場合，あなたは「天気」を購読するのをやめますか？　私の全く個人的な意見ですが，長期的戦略をとった方がより広く行き渡るというのはさきに挙げた計算機関係の例だけではないと思うのですが．いかがなものでしょうか？

（坪木和久）