



電子出版の可能性

—電子書籍と紙との共存—

山田正雄ゼミナール①

有本 晃久、海野 潤一、高岡 知悠、星 翔太

はじめに

- 現在、出版業界は娯楽の多様化、競合市場の出現、出版流通システムの問題などにより、「出版不況」という危機的状況にある。書籍が売れず、相次いで出版社は倒産し続けている。そのなかで、私たちは、出版社がこれから生き続けるためにどのような変化が必要か。紙媒体は消えてしまうのか。それらの問題を考えつつ、電子出版、電子書籍という新しいメディアの従来では考えられなかった表現方法に着目し、出版業界を盛り上げる一つの手段として提示していくことを本稿での目的にしたい。

図1:書籍・雑誌の流通・取引慣行の現状

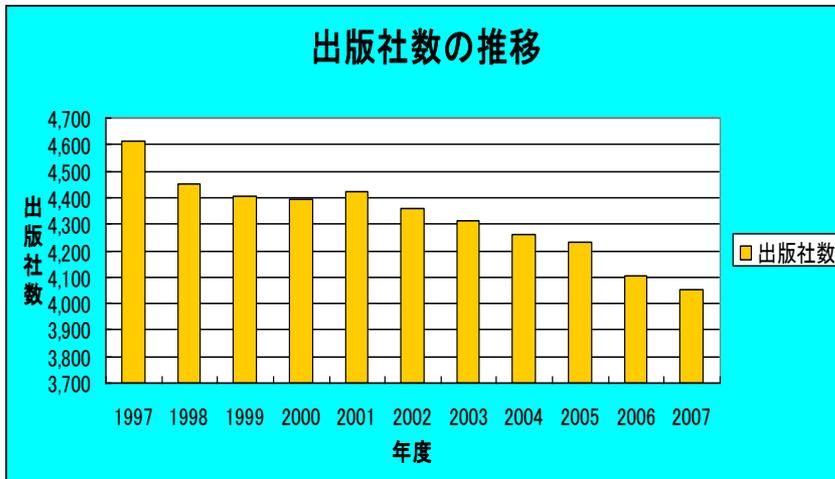
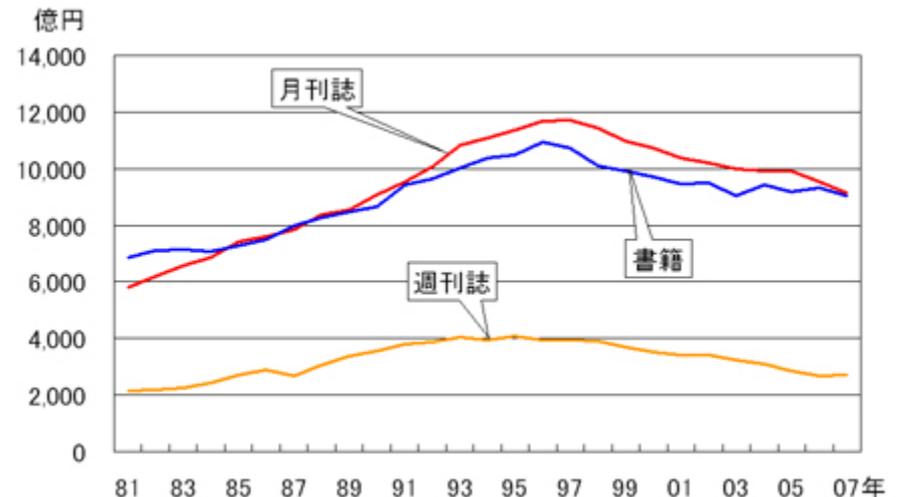


図2:2007年出版指標年報「出版月報一月号」より



目次

- 1 電子出版
 - 1.1 電子出版とは？
 - 1.1.1 電子出版のコンテンツ配信方法
 - 1.2 電子化のメリット
 - 1.2.1 電子書籍ならではの活用事例
 - 1.2.2 その他の活用事例
 - 1.3 電子化のデメリット
 - 1.4 電子出版の状況
 - 1.4.1 漫画
 - 1.4.2 雑誌
- 2 日本と諸外国の現状
 - 2.1 日本の現状
 - 2.2 諸外国の現状
- 3 電子書籍端末
 - 3.1 Kindle
 - 3.2 I-Phone
 - 3.3 その他の端末
- 4 電子書籍、電子出版のビジネスモデル
 - 4.1 新しい流通モデル
 - 4.1.1 出版社の新たな役割
 - 4.2 資金回収モデル
- 5 電子書籍の問題点
 - 5.1 著作権
 - 5.1.1 書籍全文検索サービスをめぐる著作権侵害訴訟
 - 5.2 電子化権利問題
- 6 紙媒体は消滅してしまうのか？
 - 6.1 企業の成果
 - 6.2 消費されないコンテンツ
- 7 デジタルとアナログの関係性
 - 7.1 電子書籍と紙との補完関係
 - 7.2 電子書籍と紙との共存

1 電子出版

1.1 電子出版とは？

①室憲次(コンピューター評論家)による定義 『情報学事典』(弘文堂, 2002)
デジタル・テクノロジーを何らかの形で用いた出版活動の総称。

②小町祐史(大阪工業大学)による定義 『情報学事典』(弘文堂, 2002)
出版に必要なプロセスを電子化したシステムを電子出版システムと
いい、それを用いた出版を電子出版と呼ぶ。

③日本電子出版協会(JEPA)東京電機大学出版局 植村八潮(2005)
文字・画像をデジタル加工し、電子メディアやネットワークに配信。
+
電子媒体によって閲覧し、媒体にはマルチメディア化されているもの。

1 電子出版

1.1.1 電子出版のコンテンツ配信方法

1) 辞書・辞典・図鑑などをCD-ROM、DVD、USBメモリーによって配信。



ソフトウェアをダウンロード



2) 本の内容を持った電子コンテンツをインターネットから配信。



デジタル化



ダウンロード



3) インターネットを利用したweb上での掲載物を配信。

Webサイト

ダウンロード



1 電子出版

1.2 電子化のメリット

➤ ユーザー側

- ①取り寄せ等で待たされる事がなくなる。
- ②場所を問わずに情報が取り込めて読める。
- ③かさばらず、持ち運びに便利。
- ④本の内容が一定の制限、または時間制限を設けて、確認できる。
- ⑤音声・動画など紙媒体では出来ない表現ができる。
- ⑥本の検索力がすぐれているため本を探しやすい。
- ⑦従来のものより素早くデータの更新、修正が可能。

➤ 企業側

- ①コスト削減により、利益率がUP。
- ②出版リスクが低いため、新規参入しやすい。
- ③流通の壁がなくなる。
- ④絶版・品切れ・返品等の在庫問題が発生しにくい。

1 電子出版

1.2.1 電子書籍ならではの活用事例

■ 「電子書籍」と視覚障害者の「読書」

電子書籍のほとんどには、テキストデータが埋め込まれており、音声情報を得て、パソコンで読み上げることが可能である。

■ 大学などの図書館での活用方法

大学図書館は印刷版の蔵書を電子出版物で補うようになってきており、現在では学術書や専門書にも広がりがつつある。

1 電子出版

1.2.2 その他の活用事例

電子カタログ・パンフレット

学校の教科書などでの活用

「JapanKnowledge」「化学書資料館」「NetLibrary」のように出版されたコンテンツを統合的に検索し、閲覧することができるもの

貴重書や郷土資料など
図書館の所蔵資料デ
ジタル化

「Yahoo! Japan 辞書」の
ように検索エンジンに搭
載されたもの

参考URL

1 電子出版

1.3 電子化のデメリット

▶ ユーザー側

- ①本を読むためには電子媒体が必要。
- ②データが突然消えたり、全体がダメになったりする。
- ③紙媒体のような「ナナメ読み」などの読み方がしにくい。
- ④端末が違う端末だったり、古かったりしたら、読み込むことができなくなる可能性がある。

▶ 企業側

- ①フォーマットが統一されていない。
- ②簡単にコピーをされる可能性がある。
- ③現状のコンテンツ数が少ない。

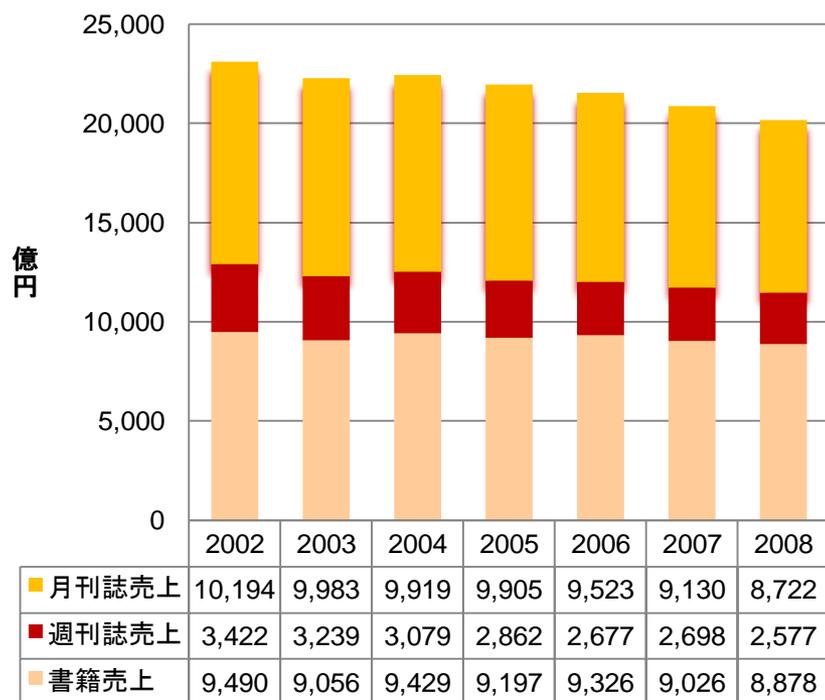
別途資料

1.4 電子出版の状況

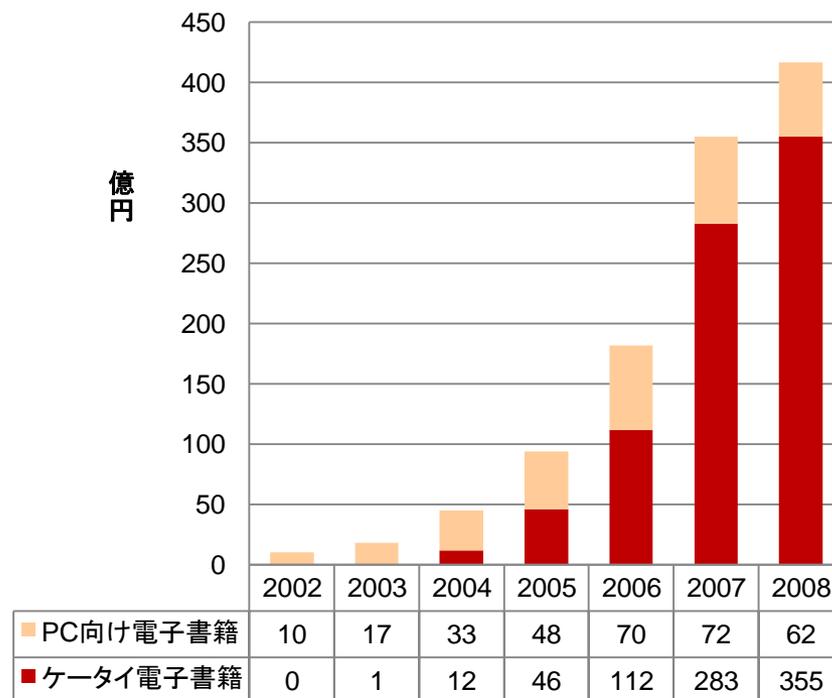
現在、電子出版・電子書籍などは発展途上である。しかし、その需要は年々上がっている。下の図は電子書籍と書籍・雑誌の2008年度までの売り上げである。

次から電子書籍市場が拡大している理由について見ていきたいと思えます。

書籍・雑誌売上



ケータイ・PC電子書籍売上



別途資料

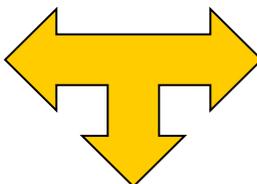
1.4 電子出版の状況

1.4.1 漫画



漫画は電子書籍市場の主流であり、2008年度の電子書籍の市場規模は464億円であり、そのうちの82%をケータイコミックが占めている。

パケット料金定額制の一般化。



ブロードバンド化が進み、通信速度があがったこと。

画像を多用するコミックコンテンツがストレスなく取得できるようになった部分大きい。

電子書籍市場がBL、TL人気に支えられている。

1.4 電子出版の状況

1.4.2 雑誌

■ 休刊になった雑誌のコンテンツをデジタル化

- ①秋田書店と大日本印刷は、休刊になった雑誌のコンテンツをデジタル化してニンテンドーDS、携帯電話、PC向けに配信する取り組みをスタートする。(2009年)
- ②ファッション誌では「デジタルef」(主婦の友社)があり、紙ベースで発行されていた「ef」が休刊になった後、「電子雑誌」に形を変えてサービスの提供を開始している。(2006年)
- ③凸版印刷で、雑誌の電子化サービス「MAGABANK」を開始した。

■ 電子化された学術雑誌(電子ジャーナル)がオンラインを介して提供

電子化された学術雑誌は資料検索によく利用される。

Google Scholar <http://scholar.google.co.jp/>

2 日本と諸外国の現状

2.1 日本の現状

■ 専用端末での市場開拓は失敗

国内電機メーカーのソニー、松下(Panasonic)は2003年頃から電子書籍市場に参入したが、端末の使い難さ、読み難さ、コンテンツの少なさなどによって、普及が進まなかった。

■ 携帯ゲーム機や携帯電話からの市場開拓

日本の特徴として、携帯ゲーム機や携帯電話からの電子書籍市場は広がっている。

2 日本と諸外国の現状

2.2 諸外国の現状

■ アメリカ

電子書籍は安く買えるため、ニーズが高まってきている。カリフォルニア州では公立教育機関の教科書の電子化の計画を進めている。

■ イタリア

公立学校では、従来の教科書に変わるものとして電子ブックが導入される予定である。最大の利点は、内容の更新が容易であり、生徒たちが常に最新の教材で学ぶことが可能である。

■ 中国

インターネットや携帯電話、ネットブックなどを利用してデジタルメディアを閲覧している国民が増えている。閲覧率は24.5%である。

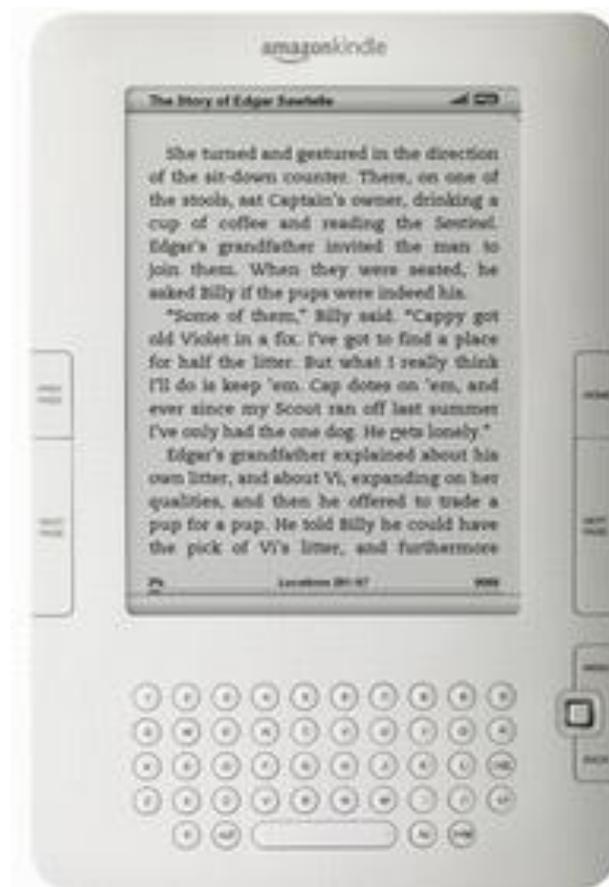
■ 北欧

北欧の図書館協力推進機関は「北欧電子研究図書館」という計画を打ち出した。

3 電子書籍端末

3.1 Kindle

- Amazon.comが販売する電子ブックリーダーである。電子ペーパーの一種であるE Inkを採用している。最大の違いはEV-DO（携帯電話網を利用した高速通信）を利用することで、PCを介さずに電子書籍や新聞記事が直接ダウンロードできる点にある。さらに新書を格安で手に入れられるのも利点の一つである。現在、キンドルは日本国内でも買えるようになった。



3 電子書籍端末

3.2 iPhone

- 米Amazonは3月4日、iPhoneおよびiPod touch向けの電子書籍リーダーアプリ「Kindle for iPhone and iPod touch」を公開した。同ソフトでは、iPhoneやiPod touchのタッチインターフェースを使って、Kindle向けに提供されている24万冊を超える電子書籍を読むことができる。



3 電子書籍端末

3.3 その他の端末

■ 電子辞書

はじめに印刷物から電子媒体へと変化して普及している。

■ ニンテンドーDS

「脳を鍛える大人のDSトレーニング」、「えいご漬け」など音声と画像を用いたものも販売している。

■ biblio

KDDIは、携帯電話ブランド「au」で、電子書籍が手軽に楽しめる東芝製の端末「biblio(ビブリオ)」を発表した。



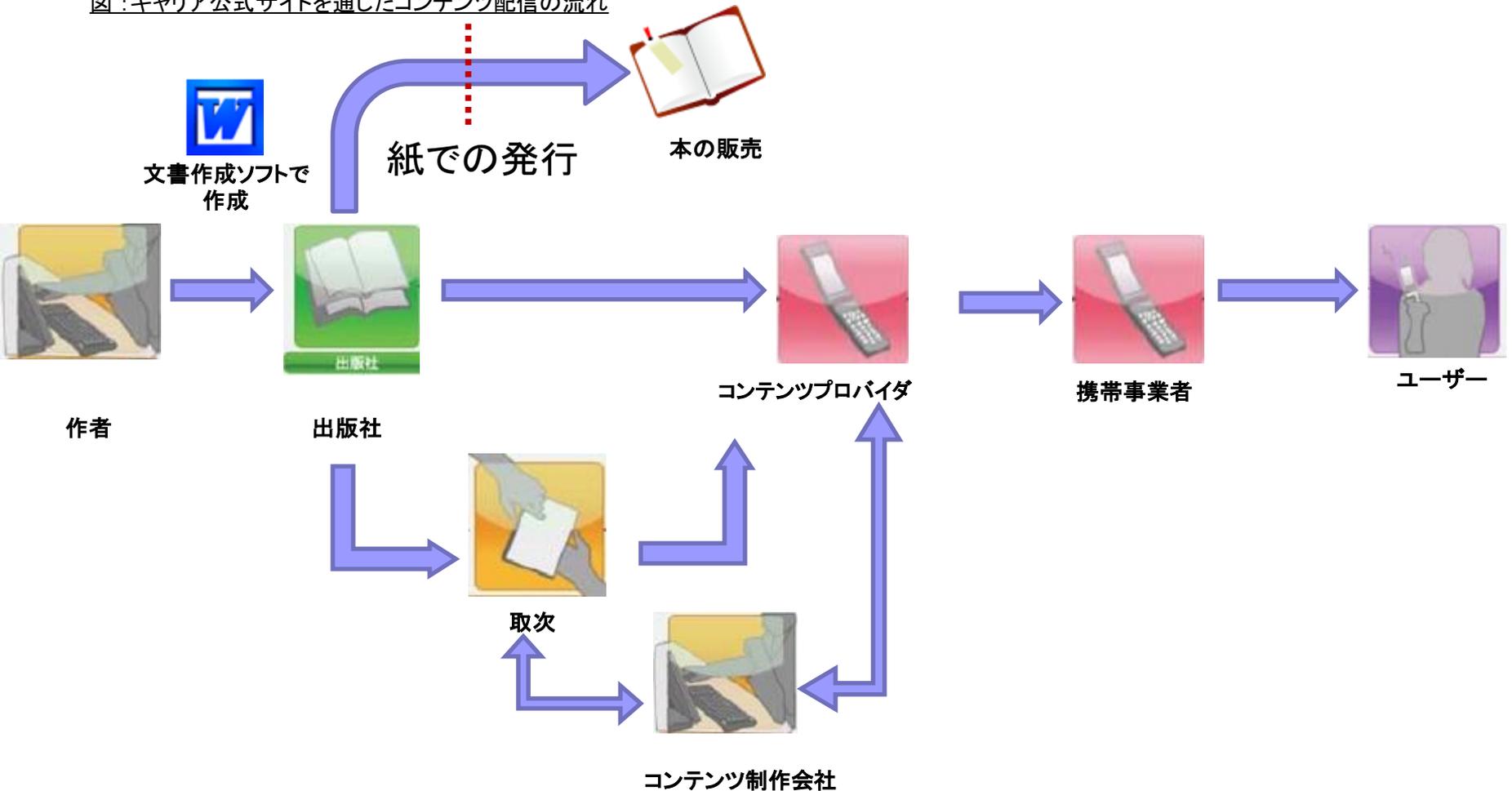
ニンテンドーDS Lite
発売日:2006年3月2日 希望小売価格:16,800円(税込)



4 電子書籍、電子出版のビジネスモデル

4.1 流通モデル

図：キャリア公式サイトを通じたコンテンツ配信の流れ



4 電子書籍、電子出版のビジネスモデル

4.1.1 出版社の新たな役割

■ 商品価値のあるコンテンツの作成

出版社の役割は、断片化された情報を知識として編集し直し、有料化可能なコンテンツとして提供していくこと。

■ デジタルコンテンツに合った再編集

電子出版ならではの形で各端末に合ったコンテンツに再編集、リ・デザインする必要があり、デジタルコンテンツの編集者が必要。

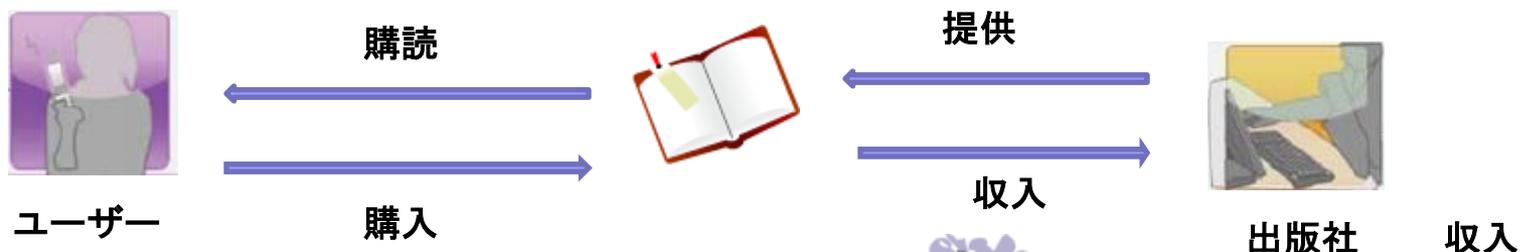
■ 電子書籍制作のワークフロー

電子書籍制作のワークフローは、「入稿データの分類→ライブラリー・データベース化→各デバイスに合わせた再編集→査読・検収→配信」という流れ。

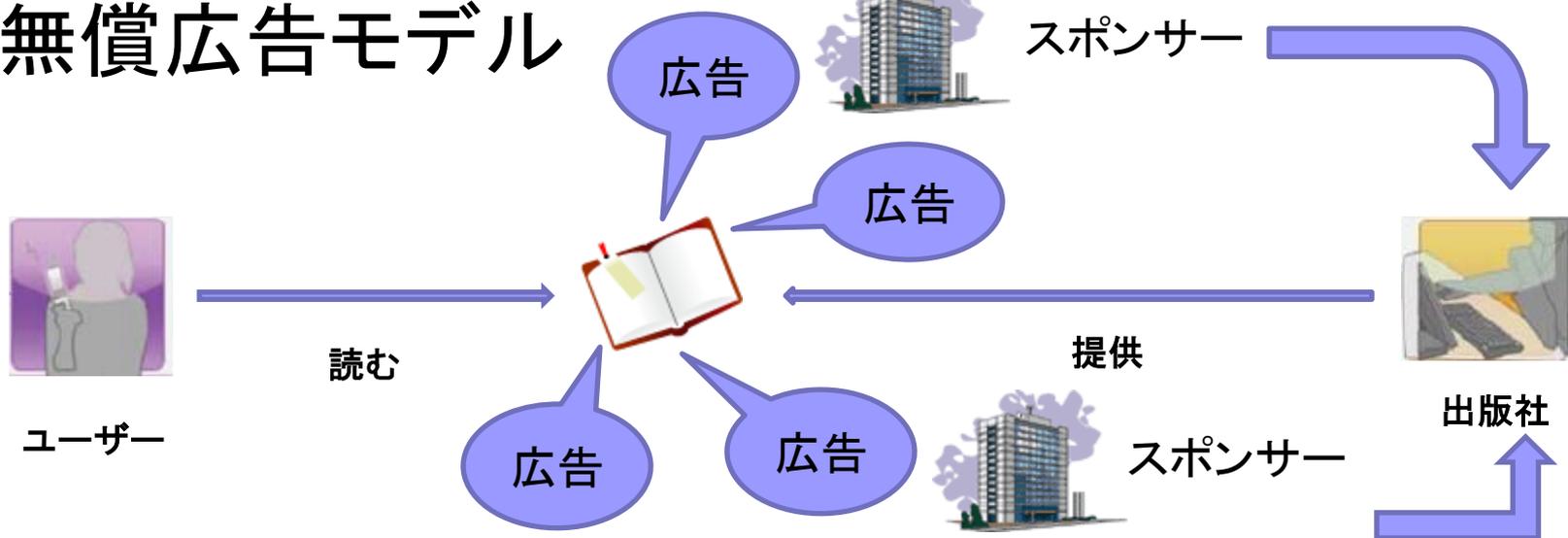
4 電子書籍、電子出版のビジネスモデル

4.2 資金回収モデル

■ 有償課金モデル



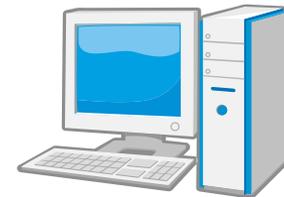
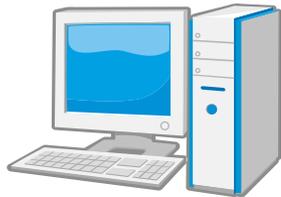
■ 無償広告モデル



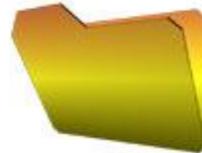
5 電子書籍の問題点

5.1 著作権

電子データの受け渡し

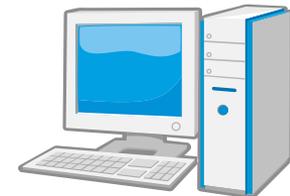
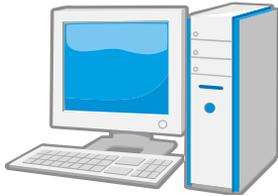


Winnyなどのファイル共有ソフト

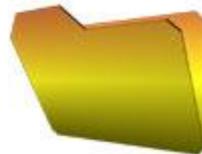


Winnyなどのファイル共有ソフト

違法な情報の流出を防ぐ



Winnyなどのファイル共有ソフト



Winnyなどのファイル共有ソフト

オンラインによる認証機能、ハードウェアキー

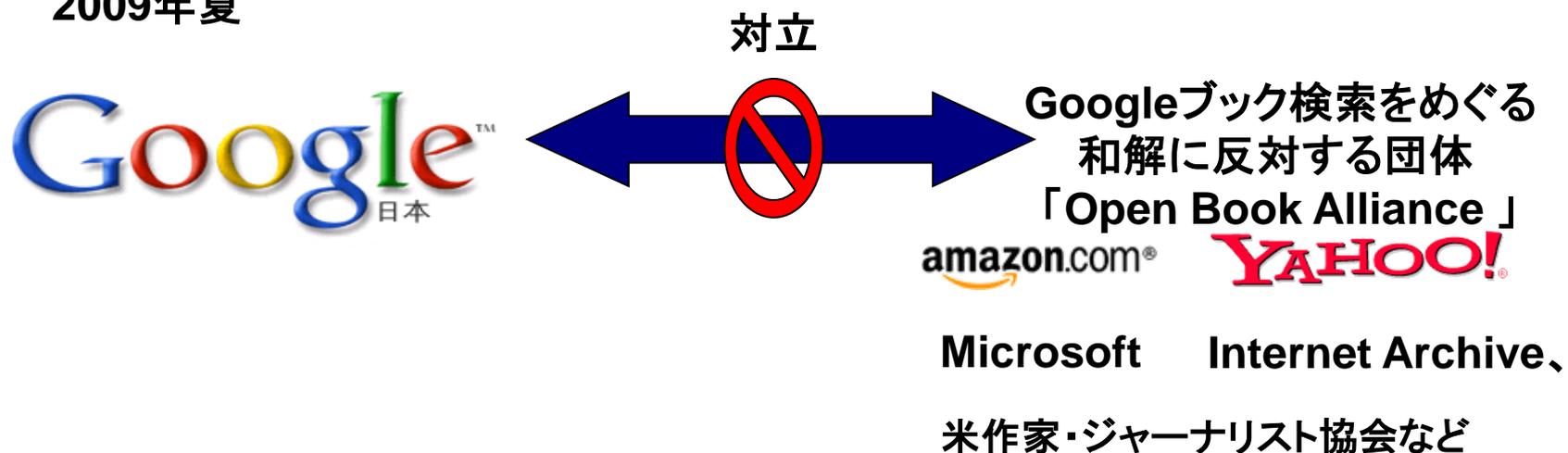
5 電子書籍の問題点

5.1.1 書籍全文検索サービスをめぐる著作権侵害訴訟

2008年秋



2009年夏



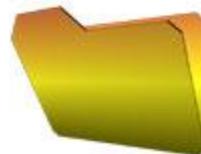
5 電子書籍の問題点

5.2 電子化権利問題

一番人気があるのは……
紙媒体で流通していた作品を既に発売された電子化したもの。



デジタル化



既に発売された作品を電子化する権利を
誰が所有しているのかがはっきりしていない。

権利が複雑化している。

6 紙媒体は消滅してしまうのか？

6.1 企業の成果

企業努力

宝島社の女性誌は好調である。

なぜ？

付録が魅力的

読者の目線に立った内容

質の向上

新たな展開

角川グループの業績はここ数年で躍進。

なぜ？

コミック

ゲーム

書籍

映画

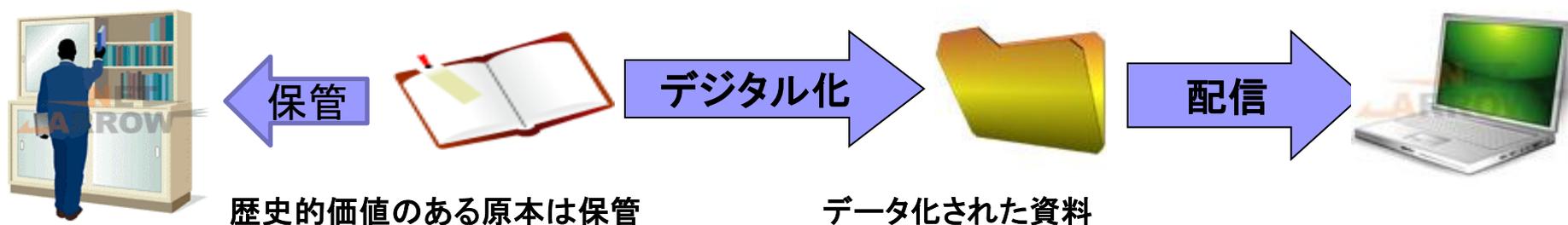
DVD

ワンソース・マルチユース

6 紙媒体は消滅してしまうのか？

6.2 消費されないコンテンツ

貴重書や郷土資料など図書館の所蔵資料をデジタル化。



紙の方が読みやすい場合、または、本の収集など。

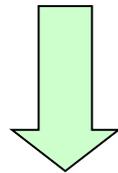


7 デジタルとアナログの関係性

7.1 電子書籍と紙との補完関係

じゃ、どうなるの？

紙は無くなるわけではない。



電子と紙は互いを支えあう関係性になっていく。

7 デジタルとアナログの関係性

7.2 電子書籍と紙との共存

新聞

➤ 紙の場合

紙面が大きく、情報量が多い。また、一覧性に優れていて、読みやすい。

➤ デジタルの場合

時間や場所を気にせず、素早く新しい情報が手に入り、情報の整理も簡単である。

文庫本などの書籍

➤ 紙の場合

情報を入力する際に特別な装置が必要なく、コスト負担が低くなっている。また、人に貸し借りをしたりすることができ、読みやすい。

➤ デジタルの場合

低価格であり、収納に場所をとらない。また、購入に行かずに済み、持ち運びに便利である。さらに、検索機能によって探すのが簡単である。

参考資料・URL

- 小田光雄『出版業界の危機と社会構造』2007年 論創社
- 電子書籍の流通・利用・保存に関する調査研究
http://current.ndl.go.jp/files/report/no11/lis_rr_11_rev_20090313.pdf#search
- Wikipedia
<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E9%9B%BB%E5%AD%90%E6%9B%B8%E7%B1%8D>
- インプレスR&D
http://www.impressrd.jp/news/080709/ebook_ecomic2008
- Yahoo! ニュース
<http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20090526-00000109-san-ent>
- 日本電子出版協会(JEPA)
<http://www.jepa.or.jp/jepa/denshi.php>
- PC Online
<http://pc.nikkeibp.co.jp/article/news/20090529/1015593/>
- ダイヤモンド・オンライン
http://diamond.jp/series/inside/04_19_003/
- ITmedia
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0905/27/news054.html>

Fin.