

## 第26回 光和出版セミナー

## 「電子書籍時代到来と出版社のシステム対応」

(2012年5月25日)

## 《講演》

「電子書籍時代幕開けによる  
出版社の取り組みと動向」

文化通信社・星野渉氏

これまで電子的な取り組みを積極的に進めてきた出版社は、主に担当者にそういうことに造詣の深い人がいる場合が多かったのですが、ここに来て、電子化対応が進んでいる場合は、経営者が積極的である出版社が多いです。まだマーケットができていない段階で、システムや製作に投資をするというのは経営判断です。それがきちんとできるのかというところで、出版社によっても随分違いが出てきています。

## 整いつつある電子書籍制作の体制

インプレス（R & D）の調査で、日本の電子書籍の市場は、2010年は650億円ですが、携帯配信のコミックとか、BL（ボーイズラブ）、TL（ティーンズラブ）といったジャンルのものが多くて、文字ものの電子書籍マーケットとはちょっと違います。

文字ものの市場が大きいのは、電子書籍がないことが一番大きかったと思います。ただ、その状況も変わってきています。一つは、印刷会社が電子化に対応してきたことです。印刷会社が対応すると、出版社は何もしなくても対応できてしまうということになります。恐らく早晚、新刊に関しては、印刷物を作れば、同時ないしは若干遅れるぐらいで電子書籍のファイルも作成できるということは想像にかたくないと思います。

また、既に紙の本になっているものについては、よく売れるものであればお金をかけて電子化できますが、あまり動かない既刊本に関しては、電子化するのは難しいと言われています。それについては、出版デジタル機構が基本的には無料で電子化を行うということが、スキームとして出てきました。国のお金が入って電子化を進めていくことで、出版社が電子化をしようという気持ちを随分後押ししていることは間違いありません。

## 国が300億円以上を投入

2010年以降、経済産業省、総務省、文部科学省が出版に関していろいろな事業や検討会議を実施しています。2010年に、総務省、経産省、文科省の副大臣クラスが中心になって作った「デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用の推進に関する懇談会」が一番大きな動きとしてありました。その後、各省がそれぞれ、ここでの結論を引き継いでいます。

国が出版に関する事業をここまで数多くやったのは太平洋戦争以降初めてです。一連の動きと、国立国会図書館の資料電子化のための予算127億円などを含めると、国が各事業でかけた総額は300億円以上です。

なぜそこまでやるのかというと、「グーグル、アマゾン、アップルなど外資が来ると、日本の産業が外資に席卷されるのではないかと、経済産業省や総務省の担当者は言いますが、その前提として、日本は先進国の中で、出版物の電子化、特に書籍の電子化が遅れているという認識があります。

## 慶應大学の学術書電子化実験

慶應義塾大学の図書館（メディアセンター）が、ここ2年ぐらいかけて、学術書の電子化の実験をやっています。慶應大学は、グーグルと図書館プロジェクトの契約を結んで図書館の蔵書をいち早く電子化して、出版業界からも注目されていました。

その図書館が、システム会社、印刷会社、大学出版会、専門出版社の協力で実験をしましたが、理由を聞くと、「われわれは、10年待っていました」と言われました。

欧米の大学図書館では、資料が電子化されています。最初に始まったのはジャーナル（雑誌）です。日本の多くの大学図書館も、英語のジャーナルに

関してはほとんど電子化されています。続いて欧米では書籍も比較的早く電子化が進みました。

数年前、版元ドットコムという出版社のグループが、アメリカのミシガン大学の図書館の日本人司書の講演会をりましたが、その人は、「うちの図書館では、紙の新聞や雑誌は全く取っていません。書籍に関しても、基本的には電子版を探し、電子がないと、紙を探します」と言っていました。

欧米の雑誌・書籍は、雑誌だとエルゼビアのような大手出版社が電子ジャーナルというかたちで提供する、書籍はネットライブラリーといった図書館向けの電子書籍納入業者が電子書籍を納入します。

ところが、日本の書籍・雑誌だけはいつまでたっても電子化されません。慶應大学では、「学生は履修届も全部ネットで出します。校務の情報や英語の雑誌・書籍にはネットでアクセスできるのに、日本の雑誌・書籍だけアクセスできません。10年待ったのに、出版社は全然やってくれないので、こういう実験をしました」と言っていました。

## 「OCR かけっぱなし」と使用料モデルを提案

このとき慶應大学が出版社に向けて行った一つの提案は、「OCR かけっ放し」です。

大学では既刊本、特に授業でレポートを書くときに使う、定番になっている基本図書を電子化しないと、使えません。新刊よりも既刊本のほうが利用される確率が高いのです。

ただ、そんなに回転しない既刊本をコストをかけて電子化しても元が取れないという問題があります。「金をかけてやってくれ」と出版社に言っても無理なので、画像データでいいではないかということにしました。

自炊と同じです。スキャナで読み取って PDF なり画像ファイルにして、それを利用します。ただ、大学で研究に使う以上、検索できないと意味がありません。そこで、OCR をかけてテキスト化します。

今、OCR の読み取り率は九十数%ですが、例え 99% の読み取り率になっても、100 文字に 1 文字間違いがあるということは、紙の本で考えれば品質が悪いので校正をしなければいけません。ところが、校正をするとお金がかかります。

ですから、慶應大学としては、スキャンしたものに OCR をかけて、校正をしない状態のテキストを出してほしいということを提案したのです。もちろん、間違いのあるテキストをそのまま表示するというのではなくて、PDF に貼り付けて、表からは見えないけど、検索に使うだけの裏テキストとして出してほしいということです。それで安い価格で既刊本を電子化することを提案しました。

当然、出版社としては、校正しないものを表に出せないというこだわりがありますので、「相当抵抗があった」といいます。この間、成果報告会があって、出版社の人が実験に参加した学生に、「OCR かけっ放しはどうでしたか」と聞きました。学生には間違いのあるテキストは見えないので、当然「何も問題はありませんでした」と言っていました。

もう一つ興味深かったのは、出版社が、図書館に電子書籍を納入するときに、紙の本と同じように電子ファイルを買って、何回使ってもよいというやり方はだめだ、と言っています。むしろ電子書籍を購入して何度も使うのだったら、1 回当たり数円でも数十銭でもいいから使用料を発生させる使用料モデルにすべきだと、提案してきています。

DNP (大日本印刷) グループの TRC (図書館流通センター) やネットライブラリーなどの電子図書館システムは、買い取り、要するに、1 回売ってしまったら、あとはお金が発生しないスタイルです。そのほうが図書館の予算の仕組みには合います。図書館は、毎年予算を立てて本を購入して、次の年はまた新しく予算を取って購入しますから、毎年使用料が発生する方法は、今の図書館の予算の仕組みには合いません。

ただ、図書館も出版物の再生産を担う一員であるとするためには、買い取りよりは使用料モデルに移行していかなければいけないと、利用者である彼らが言っています。出版業界としては、そういうことを受けてモデルを作っていったほうが良いと感じました。

## 電子書籍の影響

電子書籍の市場が拡大したら、既存の紙のマーケットとどういう関係になるのでしょうか。

仮に電子書籍の市場が大きくなって、それに伴って紙のマーケットが縮小

して、書店が減少してしまう。それによって、取次会社が配本もできなくなってしまうということになれば、トータルとして出版社にとってもマイナスになることは明らかです。各企業のレベルでもそうですし、産業全体としても考えなければいけないことです。

アメリカの書籍のマーケットで、注目すべき動きが出ています。AAP という書籍出版社の団体がまとめている数字です。2011年上半期の書籍売上げが、2010年上半期に比べるとかなり下がっています。

もう一つ、ニールセンという視聴率の調査会社が発表しているブックスキャンのデータも、2011年上半期に、書籍が全体で約10%落ちました。しかも、ニールセン・ブックスキャンデータでは、特にフィクションのミステリー、ロマンス、SFのジャンルが2割以上落ちています。この3ジャンルは、アマゾンのKindleで読まれているといわれるジャンルです。正直言って、アメリカのこの状況は、私が思っていたよりも早いです。

少なくとも、KindleなどのEペーパーは「紙」といってよいと思います。かつて、ヨーロッパでは羊の皮が紙だった時代があります。そのあとに、木や草の繊維が紙になり、これが今の紙です。それが、電子の紙になるというような流れだと思えます。

## 書店と電子書籍

では、書店はどのようなのかということですが、例えば、8千億円あった書籍の売上げが2千億円減り、その代わり電子が2千億円になっても、利益がほぼ同等であれば、出版社は構わないということになりますが、書店にとっては、大変なことだと思えます。

アメリカでは、バーンズ&ノーブルという最大手書店が、Nookという電子書籍を自ら発売しています。これは、シェアが少し上がって、健闘しています。

一方、アメリカの独立系書店のグループのABA (American Booksellers Association) 米国書店協会が、グーグルと提携して、独立系書店のサイトでGoogle Booksを購入できるサービスを行っていましたが、今年の春に提携を解消しています。

ドイツでは、一番大きいタリアという書店グループが、Oyoという電子

書籍端末を自社で開発・販売していますが、まだマーケットが小さいので、どうなるかわかりません。

今後、電子書籍の市場が広がることで書店が減り、トータルではマイナスになってしまうということにならないためには、電子の流れをどうやって書店のサービスにつなげていくかということを考えなければいけません。単に、書店がなくなったら悲しいといったノスタルジックな話ではなく、考えたほうがよいと思います。

日本出版インフラセンターが中心になって、2011年に経済産業省から補助金を受けて「フューチャー・ブックストア・フォーラム (FBF)」を行いました。

その中で、店頭でデジタルサイネージを使って、絵本の試し読みを行いました。そうしたら、実験した側が驚くほどの人気でした。しかも、そこで映した絵本は、その期間に、いつもよりも約30%売れ行きが伸びました。

あとは、書店での電子書籍の販売です。消費者向けのアンケートで「電子書籍を読みたいと思いますか」という質問に対して、90%以上の人が、「そんなものは要らない」と答えました。ただ、電子書籍を使ったことがある人に絞ると、「電子書籍でもいい」という答えが増えます。

そして、「電子書籍を書店で買いますか」という質問に対しては、「要らない」と言った人は否定的な答えだったのに対して、電子書籍にさわったことがある人に絞ってみると、半分ぐらいの人が、肯定的な回答でした。

本当に書店に行って買うのかどうかはわかりませんが、少なくとも、「魅力的な書店という空間で本を選んで買う」という面白さと電子書籍の販売を絡めることができるかもしれないという傾向が出ました。そういうことを進めていくことも必要だと感じました。

ただ、デジタルサイネージの店頭実験のときに一番苦労したのは、出版社が絵本の電子ファイルを出してくれないことでした。ですから、出版社側として、電子化を進めるのと同時に、書店にどう対応するのかということを考えておいたほうがよいと感じます。

## Kindle は大きなインパクトに

日本でアマゾンがKindleを出すということは、大きなインパクトがある

と思います。2000年にアマゾンがオンライン書店として日本の参入したとき、当時、日本には約2万軒の書店がありました。アメリカは、隣町まで行かなければ書店がないという状況でしたから、「日本ではオンライン書店など、成立するわけがないだろう」と多くの人が言っていました。

今、また、電子書籍についてもそのように言う人がいますが、アマゾンの革新性が大変なものだったということは、皆さんが身をもって知っています。その世界で一番本を売る販売業者が、インターネットで電子書籍を売ろうというのですから、インパクトがあるのは当然です。

昨年、FBFの調査でドイツに行きましたが、訪ねた出版社で取引先のシェアを聞くと、「約30%が書店で、アマゾンが28%」と言いました。アメリカもアマゾンのシェアは大変大きくて、アマゾンを含むオンライン書店のシェアは、紙の書籍に関しては30～40%といます。

ドイツは再販制度がありますが、アメリカは自由価格です。それなのに、両方ともアマゾンのシェアが高い。わかったことは、取次システムがないせいだということです。日本の取次システムは、取引条件や分配を平等にして、どこかだけを突出させることはありません。

では、電子になったときにどうなるかということです。恐らく、多くの出版社は、出版デジタル機構に取次の役割を期待していると思います。ただ、今のように独禁法が厳しい時代には、昔、取次を作ったときのような独占的・協調的な仕組みを作ることは難しいと思います。

ですから、出版デジタル機構に取次の役割を期待することは、あまりにも荷が勝ち過ぎていて難しいと思います。やはり、アマゾンのインパクトは、紙の本以上の大きなインパクトになると思います。ただ、一つのところが強すぎるということは、あまりよいことではない気がします。

## 日本の電子書店が対抗できるか

日本の電子書店は、アマゾンとは違う戦略を採っています。紀伊國屋と丸善CHIホールディングスがやっているハイブリッド型は、リアル店舗とデジタルの連動という戦略を採っています。果たしてこれがどれぐらいのスピードで行けるのか、アマゾンとの格差が生じないかたちでサービスできるのかということはあると思います。

また、リアル書店が競争するとなったときには、まず、競争の前提をそろえる必要があると思います。少なくとも、競争する以上、「アマゾンで買える本は、全部、うちで買えます」という状態にしておかなければなりません。

アマゾンで手に入る本は、店頭にあるか、もしくはオンデマンドサービスで提供できるということです。電子書籍についても、そこでダウンロードをして購入できるという環境も必要だと思います。出版社としても、書店に対するサポートや商品提供について少し考えなければいけないと感じます。

## 電子時代の課題

アメリカの出版社は製作の進行が早いので、電子書籍は紙と同時ないし紙より早く発売できますが、もう一つ、向こうは実売印税です。しかも、ほとんどの場合、アドバンスという前払い印税を払っています。

電子書籍は初版部数がないので、発行印税はあり得ません。そうすると、アドバンスのようなものを契約時や刊行時に払うことになると思います。そういった考え方を導入しないと、著者は、本が出て売れるまで全然お金が入ってこないという状態になります。

価格の問題で、アマゾンの契約の問題でも価格拘束ができるのか、できないのかということが話題になっています。しかし、小売価格を拘束したら、バラ色でしょうか。

価格というのは、産業をきちんと成立させて、メーカーとしてきちんと利益を取り、しかも消費者に満足してもらえる設定をすることがとても大事です。はっきり言えば、末端価格を拘束する・しないということは、どうでもいいことです。

アメリカは、もともと紙の本も再販価格拘束をしていません。ただ、アメリカの出版社は、カバープライスはきちんと設定します。

アマゾンが安く見えるような売り方をすることに対して、出版社が反応したのは、やはり、価格に対してまじめに考えているということです。小売店が、小売価格を設定するのはしょうがないけれども、お客さんに対してどういう価格を提示して、自分たちがどれぐらいの利益を得るのかということを引きと自分たちで決めているので、再販制度がない国なのに、アマゾンに

対するいろいろな反応があったのだと思います。

日本の場合は、再販との関係で、どうしても価格について言われ過ぎる気がします。一般のほかのメーカーもそうですが、メーカーとして、最終的に消費者に提供する価格を想定した値付けないし卸価格の設定をするということです。

あとは製作進行の早期化です。今、取次会社も書籍については、買い切りないし準買い切りの扱いにしたいということをはっきり表明しています。買い切りになれば、当然、事前に注文を取らなければ配本されないの、相当早く情報を出せるかたちにしないとイケません。

別に電子書籍への対応ということだけではなく、これからの取引制度の変更に対しても、製作進行の早期化は必要になってきます。