

デジタル・ネットワーク社会における 出版物の在り方と出版社の役割

平井彰司

筑摩書房 編集局

2010年12月27日

電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議
第3回

電子書籍元年

- 3月 日本電子書籍出版社会発足
- 5月 アップル、iPad国内販売開始
- 6月 3省懇談会報告公表
- 7月 電子出版制作・流通協議会発足
- 8月 アマゾン、Kindle日本語対応版発売開始
- 11月 NTTドコモ、GALAXY発売開始
- 12月 ソニー、Reader国内発売開始
シャープ、GALAPAGOS発売開始

電子書籍

■ 市場特性

- 市場規模(2009年) : 574億円(対前年比124%)
 - 内訳: ケータイ513億円、PC55億円
 - 内訳: コミック457億円、文芸62億円、写真集49億円
- 推定タイトル数: 15万タイトル
- 3キャリア合計公式サイト数: 1100
- 年代比
 - PC → 30代中心
 - 携帯 → 20代中心
- 男女比
 - PC 男性7割: 女性3割
 - 携帯(文芸) 男性3割: 女性7割
 - 携帯(コミック) 男性4割: 女性6割



出典: 『電子書籍ビジネス調査報告書2010』『電子コミックビジネス調査報告書2010』インプレスR&D

出版産業2009

- 出版社数 : 3979社
- 推定売上金額 : 1兆9356億円
(書籍9492億円、雑誌1兆864億円)
- 推定販売部数 : 約34億冊
(書籍7億冊、雑誌17億冊、コミック10億冊)

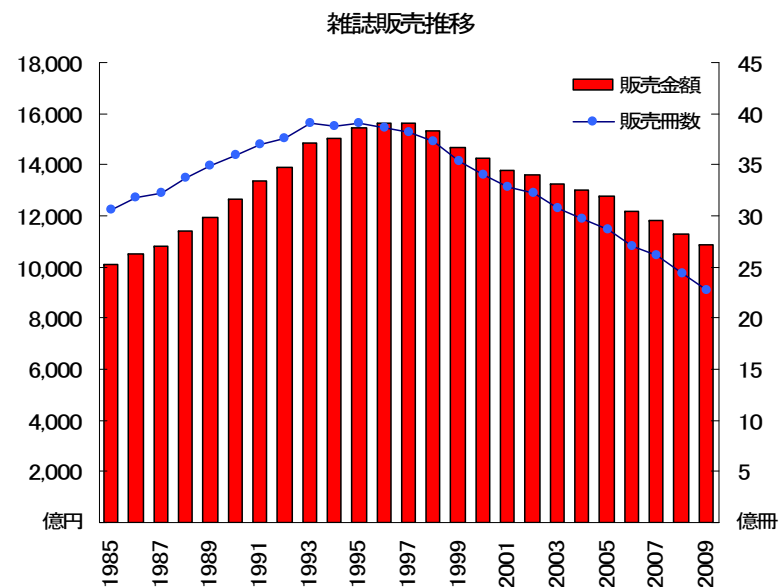
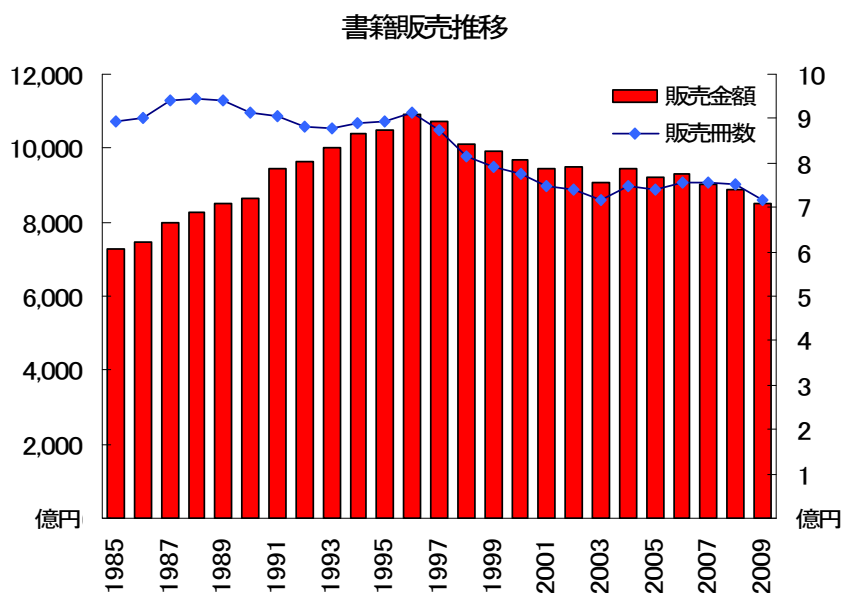
※参考データ:

B中古書店販売部数:	2億7852万冊
公共図書館個人向け貸出部数:	6億9164万冊
大学図書館個人向け貸出部数:	3070万冊
出版物貸与権管理センター有償許諾部数:	650万冊

出典: 3省合同懇談会「デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用に関する関連資料」他

市場規模の推移

■ 取次ルート経由の販売実績

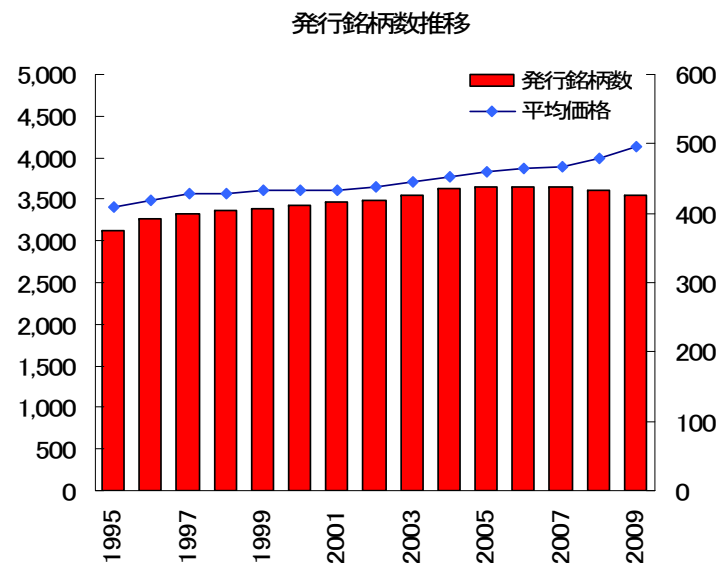
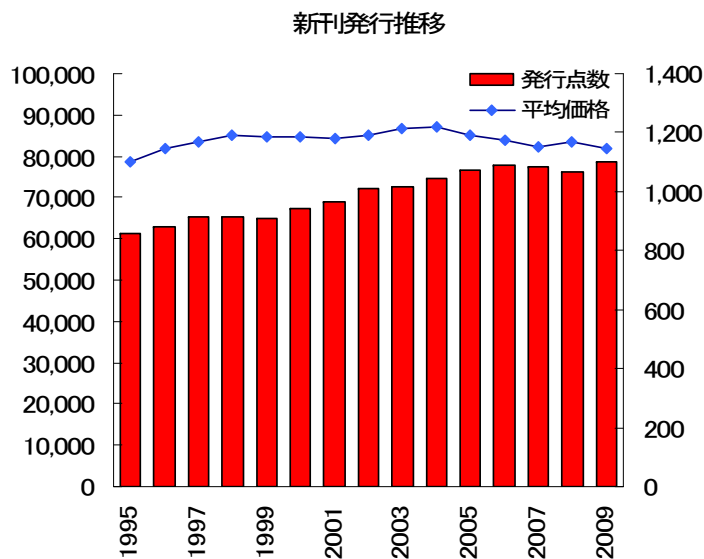


ピーク時の1996年、2兆6564億円から27%の減少

出典:『2010出版指標年報』出版科学研究所

出版活動の現在

■ 書籍新刊点数と雑誌銘柄数の推移



書籍：1995年の6万1302点から2009年は7万8555点に

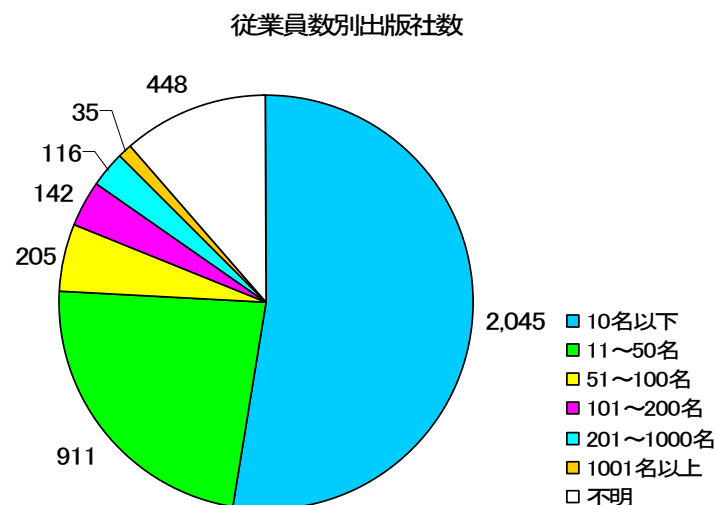
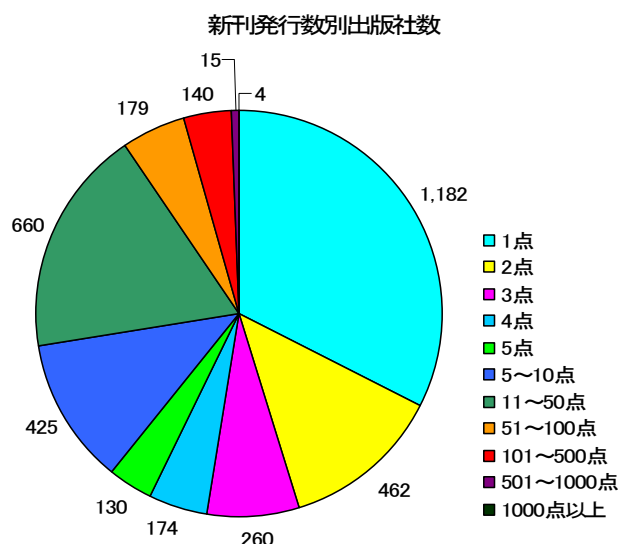
雑誌：1995年の3,116点から2009年は3,539点に

出典：『2010出版指標年報』出版科学研究所

出版社の実態

■ 出版社の企業規模

1997年:4612社 → 2009年:3902社



多くの出版社の存在により出版物の多様性が確保されている反面
そのほとんどは零細で経営基盤は脆弱

出典:『出版年鑑2010』出版ニュース社

商業出版物の分類例

- 書籍
 - 一般書(文芸書、教養書、実用書)
 - 専門書(人文科学、社会科学、自然科学)
 - 児童書(絵本、仕掛本)
- 雑誌
 - 一般誌・専門誌
 - 学術ジャーナル
- コミック(漫画雑誌を含む)
- 芸術書(画集、写真集、書 他)
- 教育書(学校教科書、学習教材、資格試験)
- 辞書・辞典・事典類
- その他(地図、楽譜、法令集等)

電子出版

- ウェブ・マガジン
 - 実証実験、課金モデル・広告モデル、標準ワークフローの構築
- 電子ジャーナル
 - エルゼビア、シュプリンガー等
 - 日本語市場におけるビジネスの検討
- Eラーニング
 - 学校教育——デジタル教材、ネット学習
 - 生涯教育——外国語会話学習ソフト
- 電子辞書
 - 販売金額:約413億円、販売台数:250万台(2008年、国内出荷実績)
- データベース・サービス
 - 法令・判例データベース、楽曲・楽譜データベース
- アプリケーション・サービス
 - カーナビ、GPS携帯、オンライン・マップ、オンライン翻訳 他
- ウェブ・サービス
 - レシピ集 他

国内電子書籍小史

- 1997年 「光文社電子書店」オープン
- 1998年 ボイジャー、「T-Time」発表
「電子書籍コンソーシアム」発足(2000年まで)
- 2000年 イーブック・イニシアティブ・ジャパン、「10 Days Books」開始
「電子文庫パブリ」サービスイン
- 2002年 シャープ、「XMDF」発表
NTTドコモ、「M-Stage Book」開設
- 2003年 ケータイ向け配信スタート
松下電器産業、「シグマブック」発売開始
- 2004年 ソニー、「リブリエ」発売開始
- 2006年 携帯コミック市場100億円突破
電子書籍取次店 事業開始
- 2009年 国内電子書籍市場500億円突破
「雑誌コンテンツデジタル推進コンソーシアム」実証実験

電子化作業

■ 文字・組方の確認

- 字形（正字・俗字・略字、古字・異体字）、書体
- 禁則、ルビ、圏点、角書き、返り点、割注、縦中横、字下げ、行取り、級数変更、段組、箱組、欧文混在 他

■ 機能確認

- リフロー——文字拡大／縮小、ウィンドウ・サイズ／形状変更
- リンク、カラー化、サウンド 他

■ 最適化

- デバイス——文字セット、画像サイズ、ファイルサイズ
- ビューワー ——フォーマット変換、表現力・機能の多寡
- バージョンアップ対応

電子書籍を取り巻く状況

- 日本の出版市場の特徴
 - 文庫・新書をはじめ、安価で豊富な出版物が流通
 - 書店、CVS、スタンド等のアクセスポイントが全国各地に存在
- 日本の電子書籍の特徴
 - 出版社を主体とする取り組みが、10年以上にわたり継続的
 - 水平分業型のビジネスモデルが既に成立
 - 多様なプレーヤーが存在
 - 今日の興隆はケータイコミックが主導
 - その他は収益を得るまでには至っていない
- 日本の電子書籍の現在
 - さまざまな実証実験や新規ビジネスモデルを試行中
 - 技術的、制度的な取り組みも進行中
 - 新たな読書端末の登場、普及の可能性
 - 出版社はこれまで以上に、積極的な先行投資を展開

電子書籍が抱える課題

- さらに進むロングテール化
 - マイクロ・ペイメント前提、スモールビジネスの積み重ね
 - 投資回収に長い期間を要する
 - 長期的戦略に基づく、値付けや提供・配信ルートの設定が重要
- 半永久的な流通が可能
 - 出版物毎にすべての素材、関係者の明示的な補足が必要
 - 最新エディションの保証と必ずしもオープンにできない事情の存在
 - 将来にわたる権利者のトレースが不可欠
- 海賊版問題の深刻化
 - 容易に国境を越える侵害実態と回復不能な権利者の被害
 - 法的措置の行使を阻む高いハードル
 - 機動的対応が困難な現状がもたらす、やり得の横行

電子書籍普及に向けて

■ 持続的発展の条件

- 歴史的メディア革命、知の変動期に対する認識と態度が重要
- 日本の言論・出版産業全体の中で捉える視点が不可欠
- 公的セクターによる無償ないし安価な提供には慎重であるべき

■ 流通の円滑化促進

- 出版物の電子化であり、電子的出版物を読者に届けることが目的
- 出版物は様々な権利の束であり、多くが特有の事情を抱える
- 出版物に係る権利の集中管理は出版社が主体とならざるを得ない

■ 市場秩序の構築

- 将来にわたって多様な出版物の発行を可能とする環境の維持が前提
- 発行者がメインプレーヤーとしてビジネスに関わるのが基本
- 出版物を発行する当事者である出版者に固有の権利が必要