

詠む



電子出版を詠む

電子書籍元年、電子出版元年と言われる今年。僕自身、パブーという誰でも無料で電子書籍を作成し、販売できるWEBサイトで、自分の書籍を作り出版しました。グーテンベルクが活版印刷を発明して以降、コンテンツを流通させるためには常にそれに伴う「コスト」がついて回りましたが、それが故にコンテンツは選別され価格がつけられ一定の品質を保ってきたとも言えます。しかし、コンテンツの流通コストが限りなくゼロに近づくことになった現在、インターネットにはあらゆるコンテンツが溢れ、それらは無料で提供される。出版は文化を作る事業であると言えます。改めて出版の意味を問い質される時代の節目に今あります。

日本は決して電子出版後進国ではありません。10年近く前から電子出版事業は繰り返し試みられてきました。残念ながらその多くは、コンテンツの不足、ユーザビリティの欠如、認知の不足など様々な事由でメジャーには成り得ませんでした。一方でケータイ小説やコミックなどカジュアルなコンテンツを携帯電話で楽しむ世代が登場し、大きな市場を築いています。とは言え、一般的な「読書」が電子書籍に移行しているかと言えば、まだまだこれからと言えそうです。

一方でアメリカでは爆発的に電子書籍が普及していると言われていています。今のアメリカ経済を支えるようなAmazon、Appleと言った元々多くのユーザを囲い込んでいる巨大企業が、これまでの自社のサービスラインナップの中に、KindleやiPadなどハードウェアとコンテンツ販売プラットフォームを組み合わせて販売したことで、米国で一気に電子書籍が広まりました。米国と日本では読書文化に違いがあります。米国は国土が広く全ての街に本屋があるわけではないですし、日本ほど誰しもが読書を楽しむ土壌があるわけではありません。逆に言えば、日本ほどどこにでも本屋がある国も、日本ほど見渡せば誰かが本を読んでいる国も他にあまり聞かず、読書が社会に深く根ざしているということは、誇るべき日本と日本人の美德でしょう。

現在日本では、AmazonやAppleによる電子書籍が開始されることへの、ある意味での危惧、あるいは焦燥で、急速に企業連合が形成されています。出版社や取次、本屋は元より、印刷会社、携帯キャリア、ITメーカーと言った、これまでの日本の電子出版市場でのプレイヤーだった企業群が、いよいよ「本腰」を入れて電子出版の時代に対応し得るプラットフォームを築こうとしています。しかしここには立ち足る問題が見え隠れします。

日本のプレイヤーはユーザを抱えていない

日本のマーケットを見渡すに、最も大きい問題点は電子書籍を導入するにあたってまず問題になってくるのは、日本のプレイヤーはユーザを抱えていないということです。少なくとも今までの書籍の流通システムはその多くが、どこでも同じ値段で同じものが買える＝コモディティを平等に取り扱う体制でしたから、その多くがユーザの財布の紐を物理的に握っていません。

唯一の例外が携帯キャリアです。携帯キャリアは携帯電話というハードウェアの流通を通して、多くのユーザとそれらに対する課金システムを既に抱えています。電子書籍の日本での普及を考えるにあたり、ゼロからユーザを囲い込み、それぞれに課金の契約を結ぶことは、かなりのコストが必要になってくると見込まれます。この一番最初の、しかし一番大きなハードルをクリアする資産を抱えているのが携帯キャリアなのです。

コンテンツのシームレス化

また電子書籍の普及において、出版業界がリーダーシップをとるのが難しいもう一つの理由として、電子書籍はユーザのポケットにおいて、音楽や映画などと同等に扱われるコンテンツになるということです。物理的な流通が必要な際は、それらコンテンツはパッケージ化される必要がありましたが、ノンパッケージで販売される以上、ユーザが購入するコンテンツの一つでしかなくなります。

この時、しかし書籍と映画や音楽は質が違ふと考える方もおりましたが、先述の、課金に関してはこれらが同等に扱えたほうが明らかに利便性が高いのです。一つの課金契約で、書籍や映画や音楽が自由に購入できる、逆に言えばそこにもAmazonやAppleの強みがあるわけで、電子書籍に参入しても、電子書籍だけを売るプラットフォーム、ではなかなかビジネスとしての成功は難しいと言えるでしょう。

出版社の体力は持つか？

例えば映画におけるDVDやBlu-Ray、音楽におけるCDなどは徐々に嗜好品になっています。パッケージ化することのコストはデジタルで流通させるよりも単純にコストがかかる分、どんどん売れなくなっていることが現状です。本はある意味で日用品の類でした。食事を摂るように本を読む日本人。確かに紙の本は良い。しかし他のコンテンツが辿った道筋を見れば、徐々に嗜好品化されていく可能性があります。

出版社の体力低下の理由の一つに本をたくさん出し過ぎたということが言われます。それでも、業界全体の恒常性を保つシステムで、何とか出版業界は今日まで成立してきました。これからビジネス、ないし収益モデルの変革を余儀なくされた時に、心配されるのは出版社自身の体力です。紙と電子のバランスが徐々に変わっていく中で、出版社が今のサイズ、今のコストパフォーマンスで自身を維持できるかは疑問です。

以上三点を挙げましたが、出版は文化を作る事業であるということは大いに賛成します。その上で、出版だけが文化を作るわけではないし、出版業界だけが文化を作る人ではない。むしろ、コストの低下で一般の人々が、より文化を作ることに影響力を持ち、しばしば市井の人が文化を

牽引する局面もある、という時代になろうとしています。

そうした時に出版で文化を作っていたプレイヤーが、出版の外で文化を作れるか、出版という枠組みにとらわれずに文化に取り組めるか、そこが大きな分水嶺になるでしょう。

グローバルな傾向を見てもコンテンツの電子化は避けられません。書籍も遂に例外ではなくなりそうです。先に述べたように、日本の読書文化は日本人の美德です。いよいよ業界もそれを守ることだけではなく、それを伸ばすことを考えなければなりません。進化のない現状維持は退化に等しいのです。

コラム『詠む』はiPhoneアプリ「**Experience Transporters**」で配信されています。[iTunes Store](#)で今すぐチェック！