

定例運営委員会・クロスメディア委員会共催セミナー

2012年 9月13日

『GAFMA (ガフマ) の日本進出状況と、日本の電子出版のあるべき姿』

※ GAFMA(Google・Amazon・Facebook・Microsoft・Apple) は、ITの黒船勢力を総称したものです。



データセクション株式会社

取締役会長 橋本 大也 氏

●第一部 読書が変わる、出版業界が変わる

1. 新しいビジネスモデル

出版は、ビジネスモデルが大きく変わります。単に物の本を売る世界から、サービス産業化します。

電子コンテンツは、定額のサブスクリプションモデルが当たり前で、収益が予測しやすく安定運営できるビジネスモデルです。欧米では定額サービスが広がっており、音楽が聞き放題の「Spotify」、映画や番組見放題の「huluPLUS」。日本では、雑誌読み放題の「ビューン」等があります。

2. シングル・ショート化

「Single」や「SHORTS」という言葉は、欧米の電子書籍関連のサイトでは多く見かけます。30～90ページで、0.99～2.99ドルという本が人気です。紙の本では、制作や流通が難しい本も電子版では可能です。

3. コラボで作る 集合著作物・n次創作

集合著作物の代表例はWikipediaで、誰かが作ったものをどんどん作り替えて新しいコンテンツにするn次創作の代表例は「初音ミク」があります。

他のユーザーが作った本を元に、新しい本を作って公開できる電子出版プラットフォームも実験的に出てきました。

4. 変貌するメディア

絵本が動く「えほんや」アプリや、「nook」では読み聞かせの声を録音再生できます。

選択肢で物語が分岐する「インタラクティブテキスト」は、1970年頃からあり「ZORK」・「428」・「真かまいたちの夜」や、LINEのチャットを使った小説などに使われています。今は、ゲームのジャンルになっていますが、RPG小説など絵も音も出せる電子書籍向きのコンテンツではないでしょうか。

5. ボーダレス化する

日本人しか日本語を使っていないため、市場は国内だけでした。今後は、Koboなどを皮切りにマーケットが繋がり、日本語の本を海外の出版社が作る、またその逆もあり得ます。

Wikipediaのグローバルマーケットでの単一書籍ベストセラー一覧を見ると、「指輪物語」など一億部以上の本があります。日本語作品は

1000～3000万未満でやっと「人間失格」と「ノルウェイの森」が出てきます。

シリーズでは、2億部以上は「ハリーポッター」等で、日本語作品は、「宮本武蔵」の1億2千万部。5000万～1億未満で、細木数子の占星術やアンパンマン、2000～5000万未満で池田大作の「人間革命」、「徳川家康」等です。

マンガやゲームでは、上位を占めるなど日本が強い位置を持っています。

こうした状況を把握していかないと、売れるものを作ることはできないと思います。

6. クチコミで広まる

ソーシャルリーディングの機能を搭載する書籍プラットフォームや端末が当たり前になりつつあります。本の流行り方として、店頭から、ネット変わっていきます。「Shelfari」をAmazonが買収したり、世界最大級の「goodreads」など大規模な読書SNSが背景となって電子本が売られています。

7. ネットワーク知の進化

過去に読んだ本がすべて検索可能であれば、活用できる知識になります。読んでいない本でも他人が読んで書いた感想等を検索・アクセスすることで自分の知識であるかのように活用できます。電子化は、知識をデジタル化して共有しやすくするという側面もあり、本の位置付けが変わります。

8. 電子書籍からコンテンツX

一般的に電子書籍の市場で問題だと言われることは、10～20年というスパンで考えると本質的なものではありません。

これまで本を読まなかったような人たちも電子書籍・新しい電子コンテンツを読むようになるのが発展的な未来です。

9. 電子書籍時代のコンテンツビジネスを考える

推計で、電子書籍市場が約1500億円、国内ソーシャル系の市場は約3400億円です。どちらも同時期に始まり、デジタルコンテンツという点では同じなのにも関わらず、ソーシャルの方が倍も大きくなっています。

出版業界が電子書籍の世界を伸ばせていないのは、イノベーションのジレンマに陥っているからです。過去の成功体験やアドバンテージが足かせになり、新しい創造ができないパターンです。

10. 電子出版ビジネスの始まりと終わり

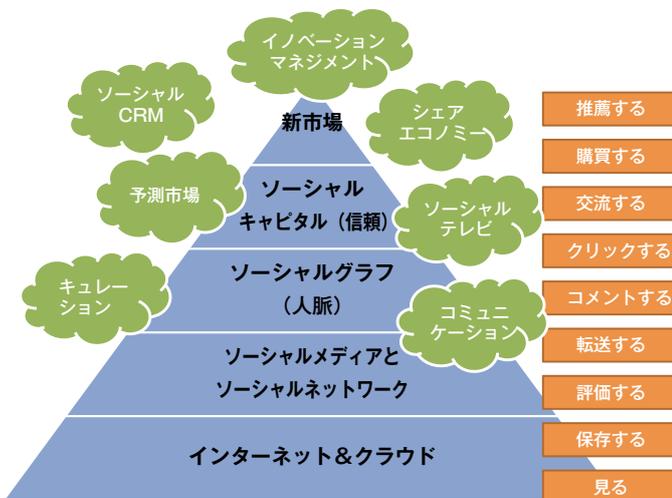
海外のAmazonでは、Kindle版 11.19ドル、ハードカバー 16.44ドル、ペーパーバック 10ドルという表がついています。

同じ場所に、紙と電子本があって、電子が何割か安いという状況があらゆるストアに広がると電子本で安く買おうという人が出てきます。

電子書籍ストアは、価格が柔軟ではありません。単行本の電子書籍で1500円、文庫本を電子化したものが480円。リアルな物であれば、単行本は立派な本だから高くてもいいと思います。しかし、電子化されれば、どちらもデータとしては一緒なのに価格差が大きい。出版側の事情に過ぎず、ユーザーは完全に無視されています。GAFMAの勢力は、こうしたところを無視してくる可能性が高いと思います。

●第二部 ソーシャルが開くIT新市場

ここ数十年間で起きたことは、ソーシャルメディアのピラミッドを造ってきたと考えています。



こうしたピラミッドを背景に新しいビジネスが生まれています。

初期の、ブログやWeb・メールマガジンなど長文的メディアから、Twitter等短文メディア、最近はLINEやPinterest・写真のInstagramなど、ほとんど文字がなくなりました。SNSが発達し、互いの背景情報知っているためハイコンテクストな感性コミュニケーションで済みます。

これは、従来型の電子書籍と真っ向から違うものです。電子書籍は、長文で文字ばかりというイメージがあります。LINEやPinterest的なメディアを作っていく必要があると思います。

企業活動も、CRMからソーシャルCRMとインターネット上のユーザーの声を活かす方向に行っています。GAFMAを含むIT企業の勢力は、次々にクチコミの分析会社やコンサルティング会社を買収しています。

ネット上の主たるコンテンツはクチコミです。これをいかに取り込むか、売るのに活用するのか、やり方はいろいろありますがソーシャルとの融合は重要です。

シェアエコノミーは、ネット上で信頼する人間関係が出来たからこそ、いろいろなものを交換するというものです。車を共有する「zipcar」や、DIY

道具・子供服・本やCDのシェアも広がっています。古書店は、大ピンチなのか大チャンスなのか分かりませんが変化を迫られてきています。

キュレーションは、ソーシャルメディアに書かれたものを編集して新しいコンテンツにまとめるものです。新聞を自動で作る「paper.li」や、ユーザーがまとめる「NAVER まとめ」など、まとめて読めたり、読みきれない膨大な情報を要約・ピックアップすることで新しいコンテンツになり得ます。

予測市場は、ソーシャルメディアを利用して、アカデミー賞やビデオゲームの売り上げなどを予測し高精度で当てています。買うか待つかを確率で教える「decide.com」や、今どの県で風邪が流行ろうとしているのかを可視化する「カゼミル」。これらは人気コンテンツの作り方として面白いと思います。

イノベーションマネジメントは、発明や発見など困難な問題の解決をネット上の人たちに依頼するもので、多くの事例があります。スターバックス・HERSHEY'Sなどは、メニューや商品アイデアを募集しています。こうしたクラウドソーシングをコンテンツ作りに集約しても面白いと思います。

米国でIT企業と出版者の関係で一番大きいのは、ユーザーの時間の取り合いです。テレビや本に触れる時間をFacebookなどのGAFMA勢力に取られています。

メディアにアクセスする場所は、今ではソーシャルメディアです。GREEやDNA、FacebookやTwitterが新聞やメディアの入り口になっています。

iPhone・スマートフォンも多くがGAFMA勢力に取られていて、そこがユーザーとの接点になっています。そこを取らない限り、いくら自社のネットストアを充実させても来てくれません。権利やユーザー接点をGAFMA勢力に取られるというのが最も危惧するところです。

ソーシャルテレビは、ソーシャルリーディングに似ているものです。アメリカのYahoo!は、「IntoNow」というアプリで、テレビの音声で番組を特定し、その番組に関連する情報を表示するものです。テレビを見ながら、Twitterのつぶやきを共有したり、コンテンツを軸にコミュニティを作るといったことがいっぱいあります。

●第三部 あるべき姿論

新しいメディアに脱皮するべきだと考えています。単に紙の本をデジタル化したものは、誰にでもできるので、そこに付加価値は付けられません。

黒船開国よりも、積極的な海外への文化侵略をするべきです。日本語書籍の国内マーケットを守るよりも、積極的に出るべきです。

読者を向いて考えることも重要です。いくら、長文のテキストを電子化しても、もともと読まれていないものは読まれません。

ゼロからやり直すクリーンスレート思考が必要です。出版業界が強いと思っているものをいったん忘れ、いままでの物としての本の常識にとらわれないことが必要です。

電子版の方を高くするには、電子のおまけで紙が付いてくる売り方や、辞書などは明らかに電子版の方が、利便性が高く便利です。紙版ではできない新しいメディアであれば電子版を高くすることも可能です。

クリーンスレート思考で、いままでにない発想をゼロから作るやり直すとすることが重要です。