JEPA News Letter

日本電子出版協会ニューズレター vol.2

12月度　定例会 忘年会セミナー

2011年　12月21日

電子出版を築いたヒーロー 起業そして上場達成 成功の秘訣や苦労話を聞く

株式会社イーブックイニシアティブジャパン
会長　鈴木 雄介 氏

出版からこの世界にやってきて、当時の通産省から支援をいただいて電子書籍の実験を一年半行いました。実験の最後に何とか事業化の会議を何度も持ちました。しかし、毎回「よかった」・「検討します」という返事で、日本の企業の経営陣はいかに自主性がないのかと感じました。

自分たちでやるしかないということで、出版社・メーカー・通信会社などのメンバー5人で事業をスタートさせました。

事業をはじめて11年目ですが、あまり苦労した印象はありません。

電子書籍はマンガでやろうと考えました。日本は、当時の数字で売上げの40%をマンガが占めるという世界的にも特殊な状況でした。米国では、マンガを読む人は一段下で、未だに注目されていません。

マンガは画像でデータを取らなければいけません。画像データをいかにきれいに、いかに小さくして展開をするかというのが、実験の頃からのテーマでもありました。

マンガは何とか動き始め、マンガが簡単にできるなら、文字の小説も含めて全部画像でいいのではないか、マンガと小説とを分ける必要がないではないかと思いました。そこで電子化の基本はすべて画像としました。

紙の出版社は、過去の出版物にはぜんぜん興味がなく、新刊をどう出すのか、新刊をどう売るかにばかりに興味が行っています。

新しいものは紙の出版社に任せ、売れなくなたら電子書籍にします。文庫で終わりではなく、四六版・文庫・電子書籍と位置づけます。電子書籍にすると永遠に棚は残り続けます。書店の棚の分量を気にすることなく、いくらでも抱えられます。

日本には出版界を支える、出版資産が莫大にあります。過去に出た多くの本が、これから電子書籍の原本になることです。11年前、一冊に2～4万円の安いコストで電子化した中から、テレビや映画の原作になって注目が集まりベストセラーになるものがあります。しかし、現在の出版界ではそうした本を持ち続けるのは非常に難しい。紙と電子の出版物は全く違う商品だと考えた方がいいと思っています。

電子書籍のコストは、10年かけて回収すればいいと考えています。こう考えれば、ものすごく気持ちが楽になるのではないでしょうか。初版部数を気にせず、1部からビジネスができます。新しい出版の仕事がやってきたと考えた方がいいでしょう。

紙の本では絶版と思われる、月に10冊も売れない本が私たちにとって重要な商品です。こうした本が売上げ全体の50%を支えています。売上げに関しては、上下の山があまりなく、じりじりと右肩で上がって来ています。このロングテールで売上げも・経営も安定します。このようなビジネスは、従来の紙の出版社にはなかったビジネスだと思います。

最終的には、「お金のない奴は、知恵と人脈を出せ。お金のある人はお金を出せばいいんだ」と支援してくれた人には上場して倍にして返すというのが、仕事を続ける上での義務としてありました。iPadが出てからは桁を変えて数字が増え、いよいよ上場ということになりました。

今後は、主要な出版物を図書館のように増やしていこうと思っています。私たちの図書館は、クリックすると本を買えるというものです。出版社にはそれぞれ自慢したい出版物があります。出版事情やコストを考えると重版はできない。そういう資産がたくさん眠っています。

きっかけは、平凡社の東洋文庫です。当然、中国語の文字が全巻の中にたくさん使われています。テキストでやるとしたら文字を作ったり大変な作業になります。画像なら簡単です。このような出版資産は残しておくべきだと思います。お金儲けではなくて、出版はもう一つ誇るべきものがあるだろうと思っています。

コンピュータ技術は、米国から来たもので、米国がいつもすばらしいと思っているかもしれません。しかし、日本の出版はビジュアルなものが多く、縦書きや振り仮名など独特のものがあります。その中から、新しい日本のユニークな出版資産を電子化していくという仕事を今後とも実現をしていきたいと思っています。

株式会社パピレス
代表取締役社長　天谷 幹夫 氏

成功の秘訣と苦労話ということですが、まだ成功しているとは思っていません。

パソコン通信が始まったとき、ネットで本が読める時代が来ると、16年前の1995年にパピレスをはじめました。当時は、10年もたったら世の中のすべての本が家にいて読める、日本中のみんなが電子書籍を読んでいると考えていました。しかし、マーケットは日本の紙の本の市場一兆八千億円に比べれば、一割にもなっていません。

最初に、電子書籍元年と言われたのは1998年です。その後、ソニー『LIBRIe』や松下『ΣBook』が発売された2004年。そして、2010年5月に日本でも『iPad』が出て、メディア各社が"元年"と騒ぎ立てました。最近では、AmazonとGoogleが日本で電子書籍を立ち上げる、来年2012年が元年だと言うメディアもあります。何度も元年と言われながら、未だに90%の人が読んだことがないのが現実です。

成功はしていないので、秘訣はありませんが、長く続けてきたことは事実です。

同じ頃にネットビジネスを初めた、Yahoo!は3000億円企業です。ネットビジネスは、プロバイダ・検索エンジン・Eコマース・ブログ・SNS・Twitterと目まぐるしく成長企業が現れました。インターネットビジネスはパソコンとインターネットの仕組みを使ってある程度完結するので立ち上がりも伸びも急速です。

では、電子書籍のマーケットは、なぜ延びるのがこんなに遅いのでしょうか。

昔からメディアでは、米国と比較して普及しない理由として日本の出版社が積極的ではなく、コンテンツの数が少ないというものでした。

経験から、コンテンツ数だけではないと考えています。米国で『Kindle』によって電子書籍の売り上げが大きく伸びる2007年以前から、パソコンで何万冊もの電子書籍を販売しています。しかし、読者はなかなか読んでくれません。これが、携帯電話での販売になると、タイトル数が数千冊と少なくても、何倍もの売り上げになりました。電子書籍の競争相手は、インターネットビジネスではなく、紙の書籍です。紙に勝るデバイスや通信回線・ソフトウエア・料金システムなどすべてのインフラが整わないと、紙のマーケットを席巻することはできないと思います。

私が、このことを痛切に思うのは、常に通信インフラやデバイスの変わり目に翻弄されてきたからです。

パソコン通信で電子書籍の売り上げが上がった頃に、インターネットが発達して顧客がインターネットに移ってしまいました。2000年頃には、『Zaurus』や『CLIE』等のデバイス。2003年頃に携帯電話でやっと電子書籍の市場が出来たと思っていると、2009年頃からスマートフォンやタブレットの波がきました。

電子書籍で、どのジャンルが売れるのかよく聞かれます。メディアの電子書籍の論評に最近よく書かれているのは、「日本はコミックしか売れていなくて、それもBLなど偏ったジャンルしか売れていないので米国のような小説やビジネス書が売れるような、本当の電子書籍じゃない」というものです。

米国のKindle購買層と同じく、日本も専用機購買層は、年齢が高いので、年輩向けの小説やビジネス書のジャンルが売れます。私どもの顧客はそれより若いので、BLのコミックや小説がよく売れます。

これが電子書籍じゃないという認識は、「マンガばかり読んでいないで文字の本を読みなさい」・「テレビアニメばかり見ていると、バカになる」などと同じで、目新しいジャンルやメディアは否定から始まるのがこの社会の歴史です。

パピレスでは、ネットで読者レビューが書き込み可能で、この蓄積が膨大にあります。私は、BLを読んだことがありませんが、ユーザーを見ているとBLの書き込みが一番多く、他の小説もたくさん読んできてからハマるようです。本来、マンガや小説は空想や妄想の世界ですので、現実の世界にあり得ない領域に入っていくのでしょう。

この得体の知れない文学は、米国や台湾でけっこう翻訳されて書店に並んでいます。コミックに限らず、日本を文化の発祥地にしてしまいたいと考えています。

日本電子出版協会
Japan Electronic Publishing Association
〒101-0061 東京都千代田区三崎町 2-9-2　鶴屋総合ビル 4F
TEL：03-3556-5224　　FAX：03-3556-5259
URL：http://www.jepa.or.jp　　Mail：info@jepa.or.jp