

ニューズレター 別冊

全国公共図書館協議会

(〒106-8575 東京都港区南麻布5-7-13)

平成24年10月1日

東京都立中央図書館内)

【全国公共図書館協議会研究集会講演記録】

テーマ 電子出版物の利活用に関する動向について

講師 株式会社出版デジタル機構 取締役会長 植村 八潮

平成24年7月6日（金）に開催された全国公共図書館協議会研究集会の講演記録を別冊としてまとめました。

今回は、電子書籍の概要や日本における電子書籍の現状を中心として、今後の利活用に関する動向について御講演いただきました。

ご紹介にあずかりました植村です。出版デジタル機構取締役会長として、ご紹介いただきましたが、本務は専修大学の教員です。専修大学文学部人文・ジャーナリズム学科は開設されて3年目ですが、この4月から教授として所属しています。

同時に出版デジタル機構が設立され、当初は代表取締役でしたが、5月に産業革新機構などから増資されたときに、代表権を外れて会長となりました。

電子書籍は、図書館関係者の方がご興味を持たれるのは当然なぐらい大変なブームになっています。少し余談になりますが、J P I C（出版文化産業振興財団）が読書アドバイザー養成講座を開催しています。今日が第1回開講日で、先ほど、この集まりに呼ばれました。電子書籍ブームの中でも、読書アドバイザーに興味のある方はやっぱり紙の本なんですね。一般的に言って、図書館の人もかなり紙の本が好きだなと思います。出版人も紙の本が好きです。

紙の本の将来はどうなるんだ、という話をしたいなと思います。昨今の電子書籍ブームで言われていることは、随分違うんじゃないかと思うこ

とがいっぱいあります。そんな話をしようと思います。

そもそも情報量を考えると、世の中における情報量が増大しているのは間違いない。当然のことながら、情報量というのは技術によって増え始めています。そのきっかけをつくったのはグーテンベルクによる印刷技術の発明であることは間違いない。

ただし、印刷技術はグーテンベルクの発明と思われがちですが、そうではなくて、8世紀の中国であることも間違いない。紙はさらに、それ以前に蔡倫によって西暦100年ごろにつくられて、むしろヨーロッパよりも先に日本に伝わっています。西暦700年ごろには、既に日本では紙をかなり使っていた。日本には韓国を通して伝わっているのですが、ヨーロッパに伝わるのはそれから800年後です。ですから、アジア、特に中国と韓国と日本は活字印刷技術とか印刷技術の発明も早いですし、紙の利用もとても早かったのです。

だけど、それが近代化をもたらしたかというところではない。グーテンベルクがきっかけで印刷革命が起こったのは15世紀の半ばです。市

民、とか読書率、あるいは産業というさまざまな側面がなければ、印刷技術を人々が使いこなすことはできなかった。

グーテンベルクの印刷技術によって最初に起こった革命は何かというと、よく言われるように宗教改革です。マルティン・ルターの生存中、100万部流通したと言われていています。当時は識字率がヨーロッパで10%ということを見ると、1人1人が買った聖書のその先で、どれほど多くの人々が聖書を学んだかと考えると、社会的な変化は当然起きるわけでしょうね。

印刷革命によって科学技術の発展、知識の普遍化が起こります。著作権を英語で言うコピーライトというのは文字どおり「複製権」です。それはグーテンベルクの印刷技術によってもたらされた概念で、グーテンベルクの印刷技術以前にはコピーライトという概念は生まれていません。つまり、何かを書いたことに対して対価を得られるというシステム、社会的な約束は印刷技術以降に生まれてくるわけです。

印刷によってすぐ出版が生まれたと思われがちですが、そんなことはないんです。出版という産業が離陸する、いわゆる出版革命や出版離陸と言われているのは、それから250年ぐらいかかります。

なぜかという、確かに技術としては確立されたかもしれないけれども、それをもっと安く、多量に印刷機そのものが普及していくのは、第1次産業革命以降じゃないとあり得ない。人々が産業従事者として工業産業に従事し、それによって知識、教育、学校が整備されていく中で、初めて出版という産業が確立されていく。それには250年ぐらいかかるんです。

その後、マスコミが産業として生まれます。もともと「かわら版」程度の新聞に、市場が生まれ、当時の人々に政治に対する参画という意識が生まれてくる。その結果として、国という単位規模で日々起こっている出来事、つまりニュースを一晩で知りたい社会ニーズが生まれる。でも当時の印刷機では枚数が出ないから無理なんですね。

多量に印刷して、国全体に届けられる方法はな

いだろうかというので、輪転機を開発します。輪転機によって情報の多量生産が始まる。マスコミという概念は輪転機の登場以降生まれるんですね。それ以前は、マスプロダクトして、マスピープルに伝えられる機械はないんです。

その後電波メディアとしてのラジオが登場し、マスコミはもっと急拡大します。マスコミと今日言われる概念は、最初に輪転機によって生まれる。これは第2次産業革命に移っていった時期に成立していくわけですね。技術と文化や知識は、コインの裏表のように伝わるわけです。

私が皆さんの前でしゃべる、時間と空間を共有する人にしか伝えられないというのが、言語コミュニケーションの基本なわけです。でも、精細なレジュメをつくって印刷してお持ち帰りいただければ、例えば同僚、上司、部下にお教えすることができる。印刷によってより知識を遠くに届けることができるようになった。

出版を産業化するためには、複製するだけではダメです。新聞もそうですけれども、複製するのは印刷会社の仕事で、それを遠くに届ける、あるいは毎日届けるということ、つまり物流が入らないと産業化しないのですね。

文字を印刷と紙以外の方法で遠くに届けられるようになるのが一般化したのは、ずっと最近の話です。1985年のCD-ROMの登場のころです。それ以前、文字は紙によって届けられていたのです。デジタルメディアとして届けられるようになってわずか25年。この25年の劇的な変化はすごいですね。

出版離陸まで250年かかっていたのが25年だから、これだけでも10分の1になりました。250年というと、大体親子3代ですね。私が編集者になったときには、まだ活字組版が7割くらいありました。僕は昭和53年に社会人として勤めましたが、そのときはまだ書籍は活版印刷のほうが多かったんです。

私が入ったときは70歳くらいの人が活字を拾う渡り職人として一日活字を拾ったお金で神楽坂に飲みに行けたんです。

私が入った53年はそれが急速に終わるころで、活版印刷が7割でオフセット印刷が3割だから、これからオフセット印刷を増やすんだ、鉛の活字だけじゃだめだと言っていたら、それから二、三年で逆転しちゃったんです。もちろんオフセット印刷のほうがはるかに多量にきれいに刷れるというのもありましたけれど。

それからそんなにたっていないんだけど、神田にある有名な印刷会社が活版印刷工場をやめました。やめたときに何が起こったか。40代半ばで活字を拾っていた方は配置転換できなかつたと聞きます。かつて毎日神楽坂へ遊びに行っていた先輩たちから教わって、鍛えられ、こづかれながら、10年ぐらいかかって活字を拾う技術、スキルを手にしたのに、です。

これはすごく象徴的な気がしているんです。10年かかって手にした技術で生涯遊ばせてくれるというくらいお金を得た世代からちょっと後、子供くらいの世代になった途端に、その技術を生かせなくなかった。そして、デジタルはそれよりもっと速い速度で起こっていると思っています。

昨年9月、デューク大学の先生が、今年小学校に入学する子供たちが社会人になるときに、65%の子供たちは今存在しない職業につく、と報告して話題となりました。今の社会で職業と言われている65%がこれから16年間で生まれる。

プログラマーという職業がいつ生まれたんだろうか。コンピューターのプログラマーが生まれるからセールスエンジニアが生まれる。あるいは、コンピューターを使って調べものをしてくれる人として、サーチャーという職業が生まれる。新しい技術によって職業がどんどん生まれる。

そして、変化の速度がどんどん速まっていることは間違いない。だから、今の大学生諸君に、「君たちが卒業したって一生涯同じ職業で食べていけないようにね、そういう時代は終わったから」という話をします。そういう意味においてスピードが速くなっているから、10年間くらいを振り返るともっとすごいですね。

「紙は大丈夫だ」「紙のほうが永遠だ」という話

を聞いて安心して帰りたいか。図書館に戻ったら電子図書館とか電子書籍の展開を積極的に考えるきっかけとしたいか。前者と後者でお聞きしましょう。紙は永遠だと思って安心したい人、手を挙げてください。では、電子書籍について真剣に危機感を持って取り組みたいと思う人は手を挙げてください。こちらの方が多くですね。皆さん熱心ですね。ありがとうございます。

出版界は96年をピークにずっと下がり続けている出版不況です。本そのものの将来が危ぶまれて、かれこれ20年近くなってきたとあって、周りを振り返って、出版産業が変わったかという、変わってないですね。書店は確かに減りました。でも、書店はちゃんとあるし、皆さん本を読むし、図書館の皆さんは紙の本を中心に回っている。

この2000年の10年を振り返っていただくと、何が起きたか。グーグルという会社ができたのは98年です。2000年の段階でグーグルを使っていた日本人はあまりいないですね。そのころはヤフーだったかと思います。ミクシィとフェイスブックができたのが2004年、ミクシィが大成功し、フェイスブックは日本に来ないと言われていたんです。

ミクシィとグリーがソーシャルネットワークサービスを始めたら、ミクシィがうまくいって、グリーはうまくいかなくて、しよがなくて携帯ゲームに移ったら大成功したんです。ユーチューブが生まれたのが2006年で、1年後にグーグルに売ってしまうわけです。

10年間でこれほど劇的な変化があって、職業や会社すらなくなっちゃう時代に、比較すれば紙の本はタフですね。だめだ、だめだと言いつつあと20年くらいはなんて思っています。

そう思うと、世の中の情報量はどうなったのかというと、印刷複製技術と伝達技術によって出版が変化してくる。産業として生まれ、巨大化していく。そこにもたらされたのは、さっき言ったように複製技術と伝達技術だとしたら、今起こっているのは、100%完璧に劣化することなく複製できるデジタル技術と、自分一人で世界中に発信するネットワーク。出版とかメディアという概念が劇

的に変わるのは当たり前の話なんです。

そして、そこにおいて私たちが情報として読んでいるものは、もともとはアーカイブするところ、図書館に本という形であった時代から、そういう時代では全くなくなっているわけです。世の中の膨大な情報に対してどうやってアクセスするか、だれがその役割を担うんだと考えていかなきゃいけない時代になった。

かつて先輩から教わったスキル、スタイル、職業観は劇的に変わる時代になったと思います。50代の皆さんは大丈夫です、定年までもちます、まだまだ本は強くて、読者はいるでしょうとよく出版の人に言うんです。20代の人間、学生、あるいは出版、印刷の新人、図書館の皆さんには、そもそも文字情報における情報概念が急速に変わっているんだから、紙の将来を議論するよりも、文字情報の将来、新しいモデルを考えなきゃいけない。それを考えてくれるのは、自分より若い人だという話をします。

今IT業界で起こっていることは、後ろから来る連中のほうがより新しいアイデアとビジネスを持ち込んで、成功するという図しかないんです。とにかく後ろから来る連中が常に“先生”なんです。以前のスキルは通用しないんです。20代の皆さんは先輩の話聞かないで、後ろから来る人からいつも学びなさいという話をします。

電子書籍の話をしてしましよう。電子書籍は、文字どおり書籍の全部の電子化と思うと大間違いです。今言っている電子書籍は、とても限定的な概念だと思ってください。とりあえず書籍に置きかわるということと、CD-ROMも含めていいということはあるんですが、何らかの通信インフラによって再生するデバイスと、コンテンツと呼ばれている従来の文字などを再生するフォーマットが必要なのが電子書籍です。

こう考えると、電子書籍がうまくいかないのがよくわかりますよね。本は届くとそのまま読めるわけです。電池も要らないし、落としても壊れないし、こんなに便利なものはないです。

印刷技術の後に新たに出てきたメディアは、印

刷技術でできなかったコンテンツを届けようとした。一番わかりやすいのはレコードです。音声を届けようとした。そして、音声を大量複製する方法でレコードが成功するし、それを電波メディアによって遠くに届けるラジオ、あるいはコミュニケーションの電話、さらに映像であるテレビは、印刷技術、ペーパーメディアではできなかったものをつくり上げた。

その結果、再生装置という概念を持ち込んだんです。要するに、届けたデータを再生するのは紙じゃできないから、ラジオの受信機、電話、レコードの再生機、ステレオ、テレビの受信機をつくったわけです。再生装置が必要なメディアは、紙でできないものをもたらしたんです。

でも、電子書籍は紙でもたらしけてくれているものをディスプレイで読むんです。電池が切れたら読めなくなるし、落としたり壊れる。これは不便です。不便以外の何物でもない。k o b oが7,980円というのは安いといえば安いかもしれないけれど、本を買ったほうが全然安いということですよ。だから、もともと電子書籍はすごく不便なメディアですね。

日本は間違いなく電子出版で成功している国です。アメリカからすごく遅れていると思われがちですが、それは大間違いで、日本のほうがはるかに先行していると言っていると思います。例えば電子辞書など電子化することによって成功してきたからです。

電子書籍の長所とか短所というと、すぐいろいろ挙がります。例えばアマゾンのサービスのようには3Gでいつでもどこでも入手できる、大量の本が携帯できる、1,000冊ぐらい幾らでも入る、本文の全文検索ができるとかいろいろ言われています。アクセシビリティは昨今すごく注目されていて、文字が拡大できるとか、読み上げができるというのは、アクセシビリティにおいて非常に重要で、しかも技術的に担保できる。

ただ、どうしても短所が思いのほか大きい。電子書籍端末の歴史を振り返ると、何も今に始まったことじゃなくて、20年以上の歴史があるんです。

小説を最初に液晶ディスプレイで読もうと思ったのは、93年のデジタルブックです。これくらいのころから、ずっとディスプレイで文字を読ませようという試みがあった。

その先に、やっと20年くらいたってアマゾンのキンドルとかiPadという成功事例が生まれてきた。だけど、実は20年の歴史の先にあるわけです。これは、コレクションを積み上げてみたら、技術的に薄くなることだけはわかるという図です。ただし、印刷出版物をディスプレイで読むことを、本の未来と言うんだらうか。

何で電子書籍ブームが起こったのか。2010年を電子書籍元年と言いました。2004年も1999年も電子書籍元年と言われました。

じゃあ、2010年は何なんだ。これは、電子書籍市場が国際化した元年です。日本国内だけで電子書籍を語るのではなくて、アップル、グーグル、アマゾンの中で電子書籍を再定義しなきゃいけない、電子書籍国際化元年です。これがこの2年間に起こってきたことだと思います。

ご記憶の方も多いと思いますけれど、グーグルブックサーチ訴訟の和解が2009年にあって、その話が日本に伝わってすごくびっくりしたわけです。

当時、国会図書館の館長だった長尾先生が、対抗的に国会図書館の蔵書をデジタル化しようじゃないかと言いだした。出版界だけが外にあったような感じでした。海外の巨大ITプラットフォームにどう対抗軸をつくるかということがあったことは間違いないです。

電子書籍を売るとき、消費税をちゃんと日本でとるようにしましょうと昨今話題になっています。その発表があるまでは、実は出版界が一番危機感を持っていたんです。だって、消費税が10%になって、アマゾンから電子書籍を買ったら課税されなくて、紀伊國屋書店から買ったら課税されるといったら、誰でもアマゾンから買うでしょう。

書籍を一番売っているのはおそらくアマゾンでしょう。確かにアマゾンですぐ買えるし、もしかすると安いかもしれないし、一見メリットがあるようだけれども、もし日本の書籍流通チャンネルが

アマゾンによって独占されたときに、暗い将来像が見えてこなくはない。

だからといって、皆さん、愛国の精神にのっかってアマゾンで買うのをやめましょうと僕は言わないです。だって、アマゾンは間違いなく一番いいサービス、いいシステムをしているんだから。それは、世界中に向けてつくり上げたシステムですから、いいに決まっているんです。膨大なお金とすごく優秀な人々を使ってつくり上げたシステムだから、いいに決まっているんです。

そういうときに、日本型ビジネスとは何なんだろうという、零細企業がみんなで参入してつくり上げる産業構造です。日本の書店は、減ったといっても1万4,000書店、出版社は4,000社とされています。日本の出版社は、電話と机さえあれば出版産業に参入できると言われたんです。

なぜかという、装置産業としての印刷機を持たないからですね。技術的な進歩も投資も印刷会社に任せる。製紙会社から印刷会社さんに紙を入れて、刷り上げたものが製本会社に入って、製本会社が先に製本会社のトラックで日本の書店に配本する取次流通配本が終わって、残った本が初めて出版社の倉庫に入るんです。

究極のカンバン方式です。出版社は、赤ペンを持ってグラダだけ見ていれば、最後に書店に並んだころになって出版社の倉庫に本が入るんです。これほど効率的なシステムをつくり上げたことはすばらしい。これは世界で最もすばらしい出版制作システムじゃないかなと思うんです。

何でできたかという、日本の書店が雑誌、特に漫画を売ったからです。意外に思われる方が多いと思いますけれども、ブックストアはそもそもブックしか売らないですから。世界の中で日本の書店が極めて例外的なのは、あの大きな書店に行くと雑誌が半分以上のスペースを占めていることですね。

そもそもブックストアは雑誌を売らないです。じゃあ、マガジンはどこで買うかという、街頭、道路にあるマガジンスタンドです。ニュースメディアだからです。マガジンのタイトルが『タイム

ズ』とか『ニューズウィーク』というでしょう。ニュースメディアなんです。だから、海外では雑誌は新聞の仲間で、日本は書籍の仲間なわけですね。そして、書店で売って、そこにおける膨大な利潤がコミックを中心として生み出されたんです。

日本では、雑誌の配本で月曜日から膨大なトラックが走ります。特に団塊の世代が少年誌を買っていたころの『ジャンプ』は650万部くらい、『マガジン』、『サンデー』を足して1,000万部を超える雑誌を届ける膨大なトラックが日本中を走っても大丈夫くらい潤沢な利益が生まれたわけです。その中に書籍を載せたんです。

ですから、アメリカ型、あるいはヨーロッパ型のように、書籍しかつくりえない出版社が書籍の流通チャンネルを自分たちで確保して、ブックストアでブックだけ売っていたら、完全な構造赤字どころか、日本の書籍産業は最初から成立しない。コミックの膨大な利益が入ったから、日本は書籍を出せて、日本の書店は経営ができたんです。小さな書店が経営できたのは、コミックのおかげです。

あるいは、専門書出版社、人文系の人文会、梓会、自然科学書系の出版社と言われているところが書籍をこんな安い値段で出せるのは、漫画のおかげです。日本の本は、再販制度に守られたからではなく、コミックの利益があったから、そして書籍の流通インフラ代を書籍が払ってないから安いんです。文芸書が1,300円から1,600円、アメリカでは2,500円から3,000円ですから、大体海外の半分くらいだと考えていただいてもいいと思います。

インフラが変わったら、こういう構造が劇的に終わってしまうわけです。だから、雑誌、漫画が売れなくなるとか、チャンネルがとられるということは、そもそも書籍の将来を生み出すことすらできなくなるんだから、買い手が減るとか、読み手が減ったとか、読書運動をしましょうというレベルではない。産業として成立させようとしたら、本の値段を3倍くらいにしなきゃいけない。

そういうときに、何か新たなプラットフォームを考えなきゃいけないですね。それが電子とかITという技術なんじゃないのかということなん

です。さらに、活字離れじゃなくて、情報流通の変化と読書の多様化ということにおいては、端末で読むということなんです。

電子書籍市場はどうかというと、ずっと伸びてきたんですが、実は驚くなかれ、電子書籍ブームと言われたただ中において、平成23年度の電子書籍市場は3.2%減なんです。ブームと市場は違うということです。

なぜかということ、圧倒的に日本の電子書籍とされているものは携帯によって売り買いされているし、その多くが漫画であるからです。そして、その多くがボーイズラブとかティーンズラブと言われる成人コミックです。それは携帯によって読まれていますから、スマートフォンへの移行期にいわゆるガラケー、フィーチャーフォンと言われるものがどんどん売れなくなるとともに、市場が小さくなっていて、その読者たちがスマートフォンに移らないからです。

なぜ移らないかということ、そもそも携帯コミックは携帯で読むようにつくられたからです。実を言うと、あれは漫画としては特別な読み方、クリックしながらコマを送る。クリックしながらコマを送る子たちは、どうして携帯で読んだかということ、そもそも漫画を読んでこない世代だからです。

漫画を読んでいる人たちは、携帯コミックは読まないです。それは漫画じゃない。漫画は見開きの中で誌面を展開して、コマ割りをつくって、見開きで読むとこだわっている人は、絶対携帯では読まないわけです。一面が丸ごと出るから、iPadでは読んだりするんです。

だけど、携帯コミック世代はそもそも漫画を読めないんです。クリックして読んでいる子に漫画を読ませようとする、スマートフォンはコマがどうして送れないんだと言う。自動的にコマが送れるのがよかったと思っている。だから、全然違うんです。

逆の言い方をすると、そういう世代を生んだから市場が大きくなったんです。漫画世代を奪ったんじゃないんです。カニバリズムを起こしていないから、市場が大きくなる。メディアが産業とし

て成功するには、今までいない人を育てなければだめなんです。

アメリカはすごいと言うけれども、特段そうかなと思います。ずっとアメリカの出版界は微増だったんですが、昨年明らかにカニバリズムが起こったんです。紙の売上げが5億ドル落ちて、電子書籍の売上げが3億ドル伸びたんですけれども、全体で初めて落ちたんです。

何で落ちたかという、新刊から電子書籍を提供して、新刊を電子書籍で買う人たちが生まれたから、その結果さっき言ったように、25ドルから30ドルの新刊が10ドルから15ドルで売られるんですから、そりゃ売上げが落ちますよね。だから、国内市場はどんどん伸びていくかなと期待したら、踊り場とどまったところなんです。

じゃあ、僕らは海外、海外とってアマゾンとかを見ているけれども、これはアメリカです。ヨーロッパはまだすごく小さな市場です。IGASという大会でドイツの方といろいろお話をすると、ドイツは去年大体22億ドル、非常に小さな市場規模です。アマゾンとフランスでサービスインしましたけれども、全く売れてないです。

書店の好きな人や紙の書籍が好きな人を喜ばせるような話ですが、ドイツは印刷技術を生んだ国ですし、書店学校、ブックキャンパスがあって、書店員になるためには職業訓練学校を卒業しなかったらなれないくらいの国です。200坪くらいのそれほど大きくないインディペンデント、個人系の書店に、店員が19名いて驚きました。200坪だったら、日本は店長も含めて全員アルバイトかもしれないくらいです。

電子書籍は書籍なんだから、当然それは書店の我々が売ると言っていました。日本で書店がやろうとすると、サイン会をやらなきゃだめなんですけれども、諸外国では朗読会、書いた詩人や作家を呼んできて、その場で読み始めるというのが最大の読者サービスなわけです。そういうことをどんどん演出している作家と読者をつなぐ場として書店があるんだから、電子書籍も当然我々が売ると考えているのです。

ネットを見ると、日本だけが遅れているように言うけれども大間違いです。アメリカは巨大で、人口が多いから目立っているけれども、アメリカという巨大なガラパゴスの国が世界を制覇しようとしているにすぎないんだと理解したほうがいいです。

電子書籍に向く本の種類を考えると、今言っている電子書籍は全部文芸系ですから、文字物なんです。文芸だけじゃなくて、教養書とか新書、あるいは人文科学の専門書あたりまでは含めていいと思いますが、実はそれ以外の本は見事に電子化できているんです。紙の辞書は、一番売上げがピークだったときは多分300億円くらいで、今は160億か170億くらいじゃないでしょうか。ちなみに電子辞書のほうは、2000年代になって400億円くらいまで伸びて、今は300億くらいです。

何で紙の辞書が売れないかと言うと、当然電子辞書の影響が大きいですね。書店では、辞書は大体18タイトル置けというんです。国語、英和、和英、英英も18から20タイトル弱あるんです。英和だけでも、アメリカが強い、英語が強い、受験が強い、コンサイスがある、大辞典がある、口語が強いとかさまざまな辞書があって、そういう多様な辞書を紙がたたき出しているんですが、電子辞書を買うと『ジーニアス』しか入ってない。

電子化は多様性を奪うんです。デジタルとネットは多様性を提供して、インターネット市民が成立する、だれでも発言できるというけれども、大間違いです。コミュニケーション学の研究者として言わせていただければ、ネットの中は声の大きい人間がより通る。普通の会議でも、声の大きい人間の意見が通る以上に、ネットの中はプロパガンダしやすいという状態が起こっていて、声なき声が山ほど沈んでいくというのがネットのコミュニケーションですから、多様性と発言を奪っていくのがネットなんだとも言えるわけです。

産業育成という点では悪い話ではないですね。紙の辞書は200億です。だけど、電子辞書になって足して600億円、3倍じゃないですか、ITのまさに成功事例ですねということなんです。

だから、技術が変わることによって、新たな市場をつくったという意味で言うと、見事な成功例です。活版印刷技術で職業につけなくなる人がいるといったって、オフセットとかデジタルでそれより多く職業につける人がいるほうがハッピーです。そういうのを連綿と演出してきたんだとしたら、デジタルとネットワークが今までの雇用を奪って、さらに新たな雇用を創出するかということ、ちょっとそこは疑問というのが今の状況なわけです。

さっき言ったように、デジタルコミックも電子辞書も成功した。デジタルマップは見事な成功事例です。そもそも地図は平面だから、最初のデジタルマップは、そのままスキャンして、パソコンの画面で見られるものを売ったんです。不便だから全然売れないです。

そうじゃなくて、地図は自分の行きたいところへどうやっていったらいいか考えるためにあるんだと気づいた人、地図という物理的な平面性ではなくて、地図の目的を意識した人が、地図に対して全部の位置情報と川、道路、建物を全てレイヤー分けしたデータをつくったら、ちょうどカーナビに売れたんです。日本の地図会社が地図データをつくれるようになったから、カーナビができたと言ってもいいんです。

あるいは、裁判の判例は、『判例』に関する雑誌を毎月とって、自分たちに必要な判例をスクラップするという作業をしていたんだけど、今は判例データベースを使ってない弁護士事務所なんてないですよ。

こういうふうに、成功しているところは幾らでも成功しているんです。大学図書館では、電子ジャーナルの成功事例はご存じのとおりですよ。だから、僕が言い続けているのは、小説は紙で読めばいいじゃないかと。だけど、日本では電子書籍は文芸だという思い込みがあって、電子書籍を成功させるには有名な作家がと言うけれども、書店のアイテム数でいったら、文芸は4分の1以下です。

日本の書籍は実は実用書とかビジネス書のシェ

アがすごく大きいんですけども、見開きで『これでわかったビジネスの何とか』とか、『貸借対照表の読み方』とか、レイアウトが強いでしょう。海外の人に日本の実用書を見せると、レイアウトが強いから雑誌だと思っちゃうんです。海外の雑誌は、『タイム』でわかるように、新聞みたいに文字ばかりでレイアウトはあまり強くないです。

日本はレイアウトで見せる。コンピューターの『できるシリーズ』は、見開きで見せるのが上手ですよ。あれは書籍として、日本人は表意文化で漢字の認識が強いから、レイアウトが強いんです。レイアウトで見せる書籍がすごくあって、そういう山ほどのアイテムの中の一部として、文字しかない本がある。雑誌は逆に難しいんですけども、これは別な理由があります。

だから、文字だけ読むんだったらというところがあって、文字を読ませるにはどうしたらいいのかということ、全部丸ごと電子書籍にしちゃうしかないんです。そのためには凝ったことをしないでいいから全部紙をスキャンしましょう。とにかくコストをかけないで、徹底的に全部スキャンしてもいいというのが一つの覚悟です。

電子書籍に何が向くかということ、さっき言ったデジタルマップとか判例のように、紙でできないことを提供したものの。デジタル時刻表は乗り換え案内なんです。

そういうふうに、紙でできないものをやったものはみんなうまくいっていることを考えたときに、小説をディスプレイで読むことに意味があるのかということ、マクルーハンの「“進歩”の名において、われわれの官製の文化は、新しいメディアに古い仕事をするように強制する」という例をよく出すんです。

最初に自動車が登場したときに、人々は自動車を何と言ったかということ、辞書を引くとわかりますけれども、carでもautomobileでもなく、horseless、馬なしと言ったわけです。そうとしか認識できなかったんです。だから、当時乗り合いcarriageを運営していた経営者たちは、これで馬を養わなくても事業ができる、毎日のかいばおけの準

備から解放されるんだと思ったんです。マクルーハンが、我々は馬を苦役から解放してあげるために自動車を開発したんじゃないと言うんです。

モータリゼーションは何を起こしたか。自動車の部品メーカーがあるというだけじゃなくて、私たちが新鮮な魚や野菜を食べられるのも自動車があるおかげですし、例えば東北の震災が起こったときに知るのは、東北だけの問題じゃなく、自動車で部品を運べなくなるから、日本中の工場のラインが止まっちゃう。そういうのがモータリゼーションです。そして、娯楽、楽しみのために車に乗るというのをつくり上げていくわけです。

この中で、携帯電話をお持ちじゃない方はいらっしゃるでしょうか。さすがにいないですね。もう2年前なんですけれども、ある女子大の学生さん、もちろん携帯のヘビーユーザーで、駅まで行って定期を忘れたらお金を払って大学に来るけれども、携帯を忘れたら家にとりに帰るという子たちに、1週間を振り返って携帯電話で一回も会話しなかった人と250人の学生に聞いたんです。1週間で一回も携帯で会話しなかった人は50人くらい挙がったんです。先生方が驚いていました。

今の若い人にとって携帯は電話、会話する道具じゃないんです。携帯は何で便利ですばらしいかって、移動電話だからでしょう。どこでも使えるメディアだといまだに思い込んでいるでしょう。今の若い人たちは、別に携帯で会話しませんから。ゲームをやったり、メールを書いたり、写真を撮ったり、コミュニケーションツールなんです。だから巨大な市場をつくっているんです。携帯がどれほど巨大な市場をつくったか。何しろ球団を買える会社ができちゃっているんですから。

かつて電話と言われていた時代、コンテンツ市場はほとんどないんです。電電公社時代、電話が家庭に鎮座している時代に、どんなコンテンツを売ったかという、おそらく時報と天気予報だけしかないんです。時報と天気予報しか売れなかった時代に、膨大なコンテンツ市場をつくった。これが新しいメディアなんです。そうならなかったらメディアは成長しないんだとしたら、紙の本を

ディスプレイで読むと言っている電子書籍は、いまだそこにとどまっているということなんです。

だから、話題になっているのは、オタクたち、イノベーターたちはiPadとかが登場すると、すぐ買います。iPadを買うので徹夜したのはオタクですから、そんなのテレビで報道したって意味がないじゃないと僕は言い続けたんですが、それでも僕はコメンテーターのようにテレビに引っ張り出されてコメントするんですけどね。

その場でiPadを開いて喜んでる人が、よくテレビに出たでしょう。普通、電化製品をお店の前であける人はいないでしょう。イノベーターは目立ちたいからです。僕も帰りの京葉線の中でiPadでわざわざ読むんです。そうすると、周りの人があれ、テレビで見たiPadじゃない、もう買ったんだ、あの人という声が聞こえてくるんです。半分くらい幻聴だったりするんですけども、4万円の元を取ったと思って、家へ帰ってネットで今日買ったやつはどんなことを言っているんだろうと見ると、今日iPadを買った、山手線を4周したというやつがいる。こういう人たちがブームはつくられる。

そして、アーリーアダプターというのは新規性で勝負する人たち。これは結構います。iPadを買った日に講談社さんで買えた小説は、京極夏彦の『死ねばいいのに』だけ。みんな『死ねばいいのに』を買ったんです。こういうのはアーリーアダプター。あるいは、『もしドラ』とかステイブ・ジョブス本もそうかもしれませんね。

いまだに電子書籍端末は売れてないんです。キャズムを超えないというんです。そこから先へ行かないんです。キャズムを超えるのがいかに大変かということです。電子辞書や携帯はそこを超えていったわけです。

かつて、電卓を改造して、ピッピピッピとスケジュールを入れる電子手帳というのがあったんです。カシオの電子手帳、キーボードでスケジュールを入れるあれをお持ちだった人はいますか。いらっしゃるよ。その後紙の手帳に戻ったでしょう。その後、パームとか手で書けるザウルス

とかが出て、また買いませんでしたか。電子手帳を買った人は、今度はこれだ、これならうまくいくとって、大体その後手帳に戻っていませんか。だから、なかなかキャズムを超えられないんです。

それで、超えていくというときに、携帯のアーリーマジョリティは実用性があれば使う人たち。そして、レイトマジョリティは、周りに中持っている、持っていないと不利だから買う人たち。ラグードはずっと持たない人。

こういうことにおいて、電子書籍はどこにあるのか。私たちは、いまだ書籍から電子書籍ができるという思い込みがあるんですが、HTML、W3Cといったウェブをつくっている人たちと話をすると、膨大なウェブコンテンツを書籍につなぐのがEPUBだったという言い方をします。ウェブコンテンツをいかに書籍という形に閉じ込めるかと考えたほうが市場は大きい。もともと紙で読んでいたものは、紙で読めばいい。紙で読めなかったものを電子書籍とかeブックリーダーでいかに読ませるかを考えていかなきゃいけない。

それで、最初に言ったように、紙のごく一部としてCD-ROMがパッケージングされたのが85年半ば。これは、CTSとかDTPというデータの再利用として生まれて、ごくごく一部だったんですが、そこにおけるデジタル文字、デジタル情報と言われているものが紙を超えて流通し始めた。印刷メディアの市場規模は全然変わらない。

大きくなったとか小さくなったと悩んでいるその外側に、図書館で考えればデータベース、電子ジャーナル、eラーニングコンテンツがあるわけです。もっと巨大な市場として何があるのかというと、メール、ソーシャルネットワーク、ブログ、携帯小説、ツイッターなど膨大な文字情報が世の中にはあふれているわけです。かつてのことを考えて、今はこの状況。

いつもお聞きするから、手を挙げていただいていいですか。1週間を振り返って、多分本好きの皆さん方は、あるいは仕事上において、さまざまなドキュメント、書類を読んでいると思います。一方において、パソコンに向かってワードを書い

て、メールを山ほど処理しなくちゃいけなくて、調べものはディスプレイに向かって、ブログとか時にはウィキペディアを見るというのはありますよね。ニュースも見る。

1週間を振り返って、直感でいいんですけども、1週間で読んだ文字の総数をカウントしたとしたら、その文字はディスプレイの上と紙の上、どっちが多いでしょうか。直感でいいですけども、ディスプレイだという人は手を挙げてくれますか。健全な社会ですね。紙が多いという人。大体7対3くらいになるんです。

学生に聞くのはやばですよ。もちろん紙も読んでいるけれども、全員がディスプレイです。ここで紙と言った人も当然ディスプレイで読み、ディスプレイと言った人も紙も読むけれども、直感で言うと、私たちはディスプレイの上の文字のほうが圧倒的に多く読んでいるんです。

皆さんが勤め始めたときのことを考えてください。文字はどこにあったでしょうか。ここにいらっしゃる大多数の人は、紙の上になかったはずですよ。僕もそうです。私たちが職業についたときには、文字は紙の上になかった。そして、この間にこんなに劇的な変化がある。文字は既にディスプレイのほうが多く流通しているんです。

僕は、出版社の人には、いつも紙の上で勝負するからだめなんだと言います。出版界の人は、だれも成功しないんです。ここで成功したのは、グリーとかディー・エヌ・エー、あるいはミクシィなんです。歴史を見ると、今までのメディアの中にいた人は、間違いなく新しいメディアで成功していません。だから、若い人が新しいものをどうつくるか。

そのメタファーを使えば、電子図書館はきっと図書館界からは生まれまいだろう。生まれるわけがない。だから、僕らは電子図書館を民間でやろうと言いつつ続けたんです。民間サービスのほうが絶対にうまくいくから。図書館でビデオを貸しますよね。僕は言うんですけども、ああいうビデオも図書館の収容物として市民に提供する立派な情報なんだと思って、ビデオだけを専売的に図書館

が提供したらどうなるか。ここにいる皆さんは、ほとんどビデオを借りられないですね。

ビジネスとして膨大なビデオレンタルショップがあって、250円や190円で1週間借りられて、時間だってほとんど24時間やって、いつも笑顔で対応。ビジネスとしてうまくやるから市場が広がるものはいっぱいあるんです。

僕は、電子図書館を有料にしようと言っているんです。グーグルブックサーチはちょうど僕がドクター論文を書き終わった後だったけれど、もし自分の研究領域で本文検索を全部できたら、かつての文献調査で最後の引用だけ当たって、また次の引用を当たって、図書館へ行って20冊くらい引っ張るなんてことをしなくていいと思って、有料会員になると思いましたよ。有料ビジネスにすればいいんです。

今は印刷書籍をもとにした電子書籍市場ができつつあります。今やるならクロスメディアです。日経とか朝日がやっているように、新聞4,000円、デジタル版4,000円、でもセットだったら5,000円でいい。その結果、外出先は携帯で読むけれど、家ではゆったりと新聞を読みたい。

新聞は、世の中の情報をパッケージ化して、日々届けるというサービスでしかお金が取れないんですね。新聞社の人は、ニュースを売っていると勘違いしているんですが、新聞社は何を売っているかという、サービスなんです。毎日自宅に届けるサービスでお金が取れるんです。紙と電子をいかにサービス化していくか、パッケージ化するかということが今後出版界がやることです。

多分これからの二、三年はターンドデジタルの時代かなと。そして、その先にポーンデジタル。ただし、ポーンデジタルは決してリッチじゃない。むしろ、場合によっては携帯小説のようなことが起こってもおかしくないと思っています。

出版流通は、本を出して、売れなくなると、品切れ、絶版になる。図書館に入り、でも閉架に入ったらアクセスできなくなる。そして、その多くが廃棄されるという運命に至る。スペースの制限があるから、永遠じゃないですよ。

デジタルアーカイブなら永遠に手に入ります。だとしたら、いかにそれを組み合わせるか。さっき言ったクロスメディアとかハイブリッドにして、印刷と電子を組み合わせることによって、復活できるし、品切れ、絶版の本も手に入るし、市場が大きくなる。

だから、電子書籍元年と言われたこの3年間くらいで、総務省、経済産業省、文部科学省が三省デジタル懇と言われている「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」をやって、それを受けて、総務省が「新ICT利活用サービス創出支援事業」で、フォーマット、アクセシビリティ、コンテンツIDなどのプロジェクトをやったり、さらに文部科学省が特に今話題になっている著作隣接権問題とか、経済産業省でも「書籍等デジタル化推進事業」をやりました。そして、結果的によくわかったのは、電子出版のインフラが確立されていない、ということ。

パブリッジというのはパブリッシュとブリッジを合わせた造語で、あらゆる端末、書店、出版社を結ぶ架け橋になろう。橋をつくれれば、そこに人々が集う。そして、その外にいる著者とか読者が参加できる場をつくらうということで、出版デジタル機構をつくりました。

この3年間くらいで、東京都で新たに書店経営を始めた独立系書店はないんです。新しい若い人がやらない産業に将来はないですよ。出版はおもしろい、電子書店はおもしろいという枠組みをつくるのが、僕ら先輩の役割、仕事かなと思うわけです。

とにかくたくさん電子書籍をつくり、制作支援、販売促進支援、配信支援もいろいろやります。今やっているのは経済産業省の「コンテンツ緊急電子化事業」です。東北被災地域において電子書籍をつくれれば、制作費用の50%まで補助金として出ます。補助金額は10億円ですから、電子書籍化事業総額は約20億円。6万タイトルつくれということ。今電子書籍は流通タイトルが3万タイトルくらいしかないですから。10年間かけて3万タ

イトルなのを、1年間で倍つくっちゃおうという
とてつもない事業です。

ここまでが電子書籍の概要です。

じゃあ、電子図書館はどう考えているかという
と、さっきちょっと言いましたけれども、アメリカ
のオーバードライブ社のように、民間事業になる
のが普通だろうと思っています。なぜかという
と、例えば新聞は縮刷版を買って所蔵物になって
いただきますけれども、朝日新聞社「聞蔵」など
は契約でしょう。だから、公共図書館は有料で貸
出たっていいんじゃないかと僕は思っているん
です。だって、あれは所蔵物じゃないんだから、た
てつけとしては悪くないですよ。

電子図書館は、データベース契約のようにB t
o B t o Cでいいと思います。何しろ僕は持つ
ているタイトルは全て電子図書館サービスにし
ますから、各個別の図書館の図書カードを持っ
ている人だけに、例えばネットで自宅から読ん
でもらっても、一向にオーケーだと思ってい
ます。それに関するアクセスに応じた対価をご
相談しましょうというモデルに移ると思いま
す。

そのときの図書館としては、50万冊しか持
っていない図書館が一遍に150万冊という
タイトルを貸し出せるほうが、ずっとハッ
ッピーじゃないかな。ということは、国だけ
がやることじゃないだろうと思っています。

日本で図書館に収まっている本は、圧倒
的に出版社によってつくられたんです。それ
をつくるお金、流通するお金はだれが払っ
たかという、私たちが読者なんです。読者
だけのお金で書店は経営できて、取次が
本を運んで、出版社は本をつくらせて、何
がしかの金は著者にわたっています。国会
図書館の納本は毎年11万冊くらいですが、
そのうちの8万冊は、私たちが買った本
のお金だけで生み出されています。

この膨大な本を生み出すサイクル、言論
表現の自由を担保するためには、決して国
のお金を入れちゃいけない。国の金を入
れば、コントロールされるんだから。み
んなが買ってくれるというのは、いいも
のを買って支えようという。公共とい

うのはそういうものだと僕は思っている
んです。

でも、日本はファンドとかドネーション
はなかなか成立しないんですよ。ニュー
ヨーク公共図書館みたいなのは理想だけ
けれども、あり得ない。日本では考えら
れないですね。日本は公共図書館と言っ
ているけれども、公立図書館というより
は官立図書館だと思うんです。地域の図
書館を自分たちのドネーションで支え
ようというのは、なかなか考えられ
ないですよ。

じゃあ、図書館がなぜ無料かという
と、私たちは国民の知る権利です。知る
権利は憲法に書かれているんだから、
国が義務として国民の知る権利を全
員に担保しなきゃいけない。図書館の
基本原則は無料だということはよくわ
かります。

電子図書館に公共予算がついて、
ネットで無料で読めるというのは大反
対するわけですよ。ビジネスは民間が
やったほうがいいんです。来年から再
来年あたりには、電子図書館構想を
発表したいと思っています。日本中
の公共図書館を利用して、公共図書
館のカードさえあれば、自宅で電子
書籍が読めるような環境になればいい
と思っています。

以上です。

<質疑応答>

質問者

昨日都道府県と政令市の図書館の館長
が集まった会議があって、その中で今
後電子図書館に向けて少しずつ前進し
ようという感じの雰囲気を私は感じ
たんですが、電子図書館の中のツール
は幾つもあると思うんですけども、そ
の中に電子書籍の貸出しサービスとい
うのもあると思うんですよ。それは
千代田区、堺市ですとかまだ少ない
んですけども。

植村

実験にしかすぎないですよ。

質問者

ええ。それでも、少しずつ進めよう
という方向

性があるんですけども、既にやっている人方の話を聞くと、ネックになっているのは、コンテンツの数がなかなか少ない、図書館向けの出版社からの図書館向けの新しい本がなかなか出てこないのが悩みどころだという話があるんですが、一般向けの電子書籍はそれなりに右肩上がりに増えているのに、図書館向けのものがなかなか出てこないというのは、きっと問題点があるんじゃないかと思うんですね。

植村

問題点はありありでしょうね。

質問者

ええ。その問題点は何なのかということと、解決する見通しがあるのかという話を教えてくださいませんか。

植村

そもそも出版社が本をつくるときに、ごくごく例外を除いて、図書館用とつくっているものはないですから、図書館は出版界から見たらビジネスの場だから基本的に電子書籍になったらどこでも使えばいいんです。納本制度を公共図書館全部に広げろといったら、たぶんだれも納本しないですよ。買ってくれていたからですよ。

僕は専門書出版社の人間だったので、むしろ図書館が買ってくれていた。日本はそこまでとは言えないけれども、アメリカは明らかに専門書出版社は図書館が買う市場だけで食っていますから、そういうのが本来ですよ。図書館に必ず高い専門書が手に入るみたいなのがあればいいけれども、出版社から見れば、日本の出版社は別に公共図書館用とか大学図書館用とは意識していません。

コンテンツそのものより契約の問題があって、ビジネスとして例えば電子図書館でただで貸出されたらかなわないというのは当然あると思います。だって、本が売れなくなるよねと。

なぜならば、紙の本だったらまだ複本化があったかもしれないし、そこに行かなきゃ借りられな

いけれども、電子図書館で自宅で借りられるサービスをやるといったら、電子書籍そのものが売れない。それは当たり前の話であって、電子図書館を有料にすればいいだけです。

ただ、その一つ手前として、図書館の人たち、特に館長系の方、あるいは行政系の方がいらっしゃれば、よくよくお伝えしておきたいんですが、仮に電子図書館の図書の購入価格が紙の本の半額だとして、それをコストダウンモデルだとしたら絶対に成功しないですから。今皆さん方の年間予算が仮に1,000万円だとして、紙の本は1,000万買っているけれども、同じ1,000万で電子書籍を買ったらアイテム数が倍になる、あるいは700万でいいと思ったら絶対に成功しないです。

それはなぜかということ、アメリカで起こっているカニバリズムのようなものが起こって、市場縮小に向かうだけだからです。コンテンツの再生産に行かなくなるから、それはだめなんです。その外に、プラスサムにしてくれなきゃだめなんです。

慶應義塾大学図書館は先駆者ですから、IT化して電子書籍になったら、今までかかっていた納本を整理する人やアルバイトを減らせて、その予算を振り分けるといっていました。絶対プラスサムにするとよくおっしゃいます。その発想にしてください。

最終的には、国民に対するサービスを上げるということを考えるべきであって、予算削減を第一条件にするという話では、そもそも出版界は議論のテーブルにつけるわけがない。そうじゃなく、多くの人たちが情報にアクセスできる環境として、電子があったほうがいいということで、じゃあ一緒に何か考えましょうというのは幾らでもありだと思います。

そして、そのときには、電子ジャーナルで成功したサブスクリプションモデル、年間契約になることは間違いないと僕は思っています。それは、登録した本が100万冊というデータベース契約をしたとしたら、100万冊にアクセスする、しないにかかわらず年間契約として基本料金をいただいて、アクセス数に応じて出版社と著作権者にお金を払

うというモデルを我々がつくる。つくったら、あとは図書館さん契約してくださいという契約になると思います。

各図書館が自分たちの予算で電子図書館をつくれますという話はありません。最終的に皆さん方が契約したいどこでも結構だと思いますけれども、その裏側にあるのはサブスクリプションモデル。そして、より多くのサービスが市民に対してできるんだということで、その分の予算を獲得してきていただきたいと思います。よろしいでしょうか。

質問者

私どもでも、ついこの間の区議会定例会で、植村さんのお言葉の100万冊の電子図書というネタで区議会議員から質問もありまして、ただ、電子書籍については、公共としては品川区の場合、最初の導入経費がかかるのでまだ考えてはいないんですね。ただ、今後については、区民の方からも多分言われるだろうと。

その中で、今現実的な入り口としては、ホームページ等に入り口をつけて、そこから書店のサイトに行くということが現実的だと思うんですが、ただ、植村会長がおっしゃっていたみたいな100万冊のデジタル化されたものは、どこのプラットフォームを経由してでもとれる形で考えていただけるのでしょうか。

植村

そうなりますというか、僕らはB to Cはやらないと言っていますし、ライブラリーも直接やることはないと思います。あくまでもB to Bで、図書館サービスのシステムも競争領域ですから、いいシステムを提供したほうがいいと思います。

ただ、アメリカはほとんどオーバードライブで決着しちゃった感じがあって、その前に幾つかいいシステムがあったんですけども、アイデアでいいのが勝ち残ったかなと。

アメリカの公共図書館はオーバードライブと契約しただけで、図書館のサイトの電子図書館サイ

トは全部オーバードライブがつくっているだけです。

データベースとして1個持っているだけで、共通システムをつくったほうがうまくいくに決まっているんです。ただ、地元公共図書館の図書カードを持っている人だけがアクセスできて、借りられる。さらに電子書籍は返却業務をしなくていいから簡単ですね。期限が切れたらパソコンから消えちゃうんですから。

オーバードライブがうまく考えたのは、期限が来るけれども、人気作品でほかの人の予約が入ると貸出延長できないんですよ。だって、その図書館は複本してなくて1つだから。小説が途中までで読み終わっていなかったら、電子書店をクリックして買いたまおうとなっているんですね。

質問者

私どもは今DVDの貸出も図書館が買うということで、貸出は大体2万から3万お金を払って買っております。ですので、さっき会長が心配されていた、公共がやるとした場合にコストカットという気持ちは、私個人としては全然ありませんので、電子書籍ということで提供される場合、公共図書館用のビジネスモデルでお考えいただくのは、私は賛成しています。

植村

DVDとかビデオテープのときに、公共図書館が事業者と相談して、何割増し価格で買うという契約をした。大学図書館はその契約ではないんですけども、そのモデルを使って大学図書館も貸していいということにはなっているんですが、それは利用率を考えて何倍にしようみたいな話だったじゃないですか。

僕は、それはもう終わったと思っています。次はサブスクリプションです。電子ジャーナルは完全にそうですから、うちはお金がないから来年はやめるといったら、翌年からは貸出がなくなる。電子書籍は基本的に一回買った人は永遠に読めるようにしようというのは、個人が買えばそうなん

ですが、図書館はB to B to Cである以上、真ん中の図書館が来年からこのサービスをやめましたといったら、当然、借りられなくなるという仕組みにするほうが自然だと思います。

海外の流れを見ても、電子書籍1冊を10倍くらいのお金で買おうという話の方向にはなっていて、むしろ年間予算でやっていただく方向になるだろうと思います。

質問者

先ほど先生がおっしゃられた電子書籍というのは、図書館法で言う資料に該当しないので、まさに有料でも構わないので、それと併存してというのは非常に賛成だと私は思います。

それと、もう一点、昨年度が電子書籍元年ということで、いろいろ電子書籍の有用性が非常に宣伝されて、今にも紙書籍を駆逐するような勢いで報道されていました。昨年度の図書館フェアのとき、角川ホールディングスの角川歴彦会長が講演されて、そのときに紙書籍の将来はということについて、電子書籍は25%が限度だ、紙書籍は75%は絶対残ると言ったことが非常に頭に残っています。将来性といいますか、その辺について先生のお考えをお教えいただきたいと思います。

植村

数字をどこでとるのかという話だと思いますけれども、出版産業の中から見ると、25%は結構妥当な感じがします。僕らは5年後に10%で、おとしかな、角川さんが8年後は20%という言い方をしていましたけれども、それより分母の母体の数字の落ち方のほうが激しいから、すぐ20%にいったらうんじゃないかな。2,000億円で10%と思ったら、母体のほうが減っちゃって40%とれていたなんていったら悲しいですもんね。だけど、そういう可能性もあるかなと。

実は、紙のほうが売れないのは電子の影響でも何でもなく、ほかの要因です。一番大きいのは少子化です。日本は学習辞書とか低年齢層に向けて売れているものが結構大きいですから、絵本、児

童書、辞書市場は確実にシュリンクしているわけです。教科書市場もシュリンクしています。子供たちへの教育投資が増えているから、受験参考書は何とかもっているようですが。少子化のほうがはるかに大きい影響があって、電子がとるからということではないかなと。

もう一つの視点として、既に世の中の50%以上はデジタル文字なんです。だから、考え方を変えれば、50%以上デジタルパブリッシングの時代だと思ったほうがいい。文字に対する認識は変わったのです。市場規模からいったらすごいですよね。

エンターテインメント系の物語は幾つもありますけれども、京極夏彦のライバルは宮部みゆきではなくて、「ファイナルファンタジー」です。今までゲーム市場はなかったんだから。本人が主人公になったつもりで、物語性があって、結末に大団円があったり大転換があったり、はらはらどきどきの物語はないです。ロールプレイングゲーム系の一部のものは、結構文字が多いのもあるんですよ。

だから、今までない新たな市場をどうとらえるか。図書館という位置づけをどう切りかえていくのか。図書館の定義を変えれば、一遍に図書館の未来はすばらしく大きいという話になるわけじゃないですか。

以上です。