



November 22, 2010  
EBook2.0 Forum Commentary No.1  
©2010 OTI, Inc.

## **EBook2.0 Forum Commentary No.1**

# **出版ビジネス再構築試論**

**著者：鎌田 博樹** (EBook2.0 Forum 主宰)

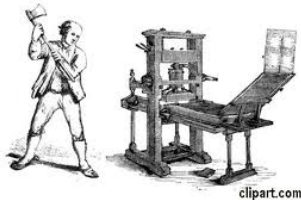
500年にもわたる印刷・製本という技術的手段との結びつきが絶対ではなくなる時代、出版とは何だろうか。出版は紙を離れて存在できるだろうか。それが可能であるならどんな形で、新しい出版への移行はどのように可能になるだろうか。「電子書籍元年」と言われた2010年に多くの人がそうした疑問を持たれたのではないだろうか。フォーラムの1年を通じて多くのことを考え、多くの方から知恵と刺激をいただいた。以下が、そのささやかな成果であることを期待している。

(EBook2.0 Forum, 11/12-15/2010 初出)

- 1. 歴史編**
- 2. 技術編**
- 3. メディアの大逆転**

## 1. 歴史編

### デジタルによる生産性革命が、エコシステムを自壊させた



機械文明と深く結びついていた出版業にデジタル技術が導入されたのは組版が最初で、次いでワープロによって文字原稿が、そして写真製版が電子化されたことで、1990年代以降、前工程のデジタル化は完成した。データベースと通信、コンテンツ管

理やグループウェアなどを含むIT環境との融合も20世紀中には完成した。生産コストが下がり、生産性は飛躍的に高まる。それにより出版におけるインフレ（情報の相対的価値の低下）が始まった。これは機械印刷が自動化された19世紀初頭以来の生産性革命で、Webによる出版のアマチュア化に至る過渡的なものと考えられることができる。

産業全体からするとまずいことに、この20年間、出版社は生産性効果をもっぱら出版点数の増加に使ってしまった。それにより、本は流通が有効に処理できる限界を超えて、出版流通というベルトコンベアの上を、さらに高速で流れることになる。販売の低下を点数の増加で補えるわけもなく、いまから考えれば特攻出撃のようなものだったと思う。最近では数日で書店から消えたり、まったく開梱されずに返本される例もあるほどだ。再販制は実質的に出版社・取次・書店を護るものではなくなった。これは書籍の生産におけるデジタル化の結果であったように思われる。出版社がこのマクロな変化の意味を受け止められなかったのは、生産の大部分が印刷会社によって行われていたためだろう。



とうに危険信号は出ていたが、流通・小売について、出版社に出来ることはない、と多くの出版人は信じてきた。生産と流通のミスマッチという構造的矛盾（かのマルクスのいう「生産力と生産関係の矛盾」と似ている）は、雑誌とマンガという二大収益源が安泰であるうちは隠されてきたが、不況（広告・購読の激減）とインターネット／モバイルの影響を受けて、もはや維持できない段階にきた。機械的な生産力の増大、そしてインターネットにおける新しいデジタル・メタメディアの成  
 立(Webとeコマース)が、古典的な出版流通を維持不可能なものとしたのだ。さらにWebは雑誌・新聞の経済基盤も奪いつつあり、ブログが出版をポピュラーにしたことで、鼎の軽重が問われることにもなった。



### フルデジタル化による新地平

そこに「電子書籍」はやってきた。考えてみれば、印刷・製本・物流を除いた出版プロセスはとうにデジタル化されていたわけで、「**電子書籍**」とはただデータが最終商品としてそのまま流通するようになっただけの話だ。DTP から ePUB などの E-Book フォーマットへの距離は、どちらも構造と表現を定義したデジタルデータである以上、ほとんど 1 センチ程度でしかなかった。したがって、消費者にデータを届ける「書籍端末」も、メディアにおける象徴的な意味しか持たなかったことは、いまや明らかだろう。太平の世を覆した黒船や晴天の霹靂(coup de foudre)ではなく、**とどめの一撃**(coup de grâce)だったのである。ロジスティクスとオンライ



ン販売というハイブリッドでメタな性格を持つ特異な企業であるアマゾンは、生産から小売までのサプライチェーンをフルデジタルで完成させることに成功した。それはコロンブスの卵のようなものだったと思うが。

フルデジタル化によって、**出版産業は好むと好まざるとに関わらず、最も参入が容易なビジネスとなった。**コンテンツは内容的に世界のあらゆる事象とコミュニケーション対して開かれているから、その意味はたんに商品がデジタルになったことに止まらない。長い時間をかけて形成され、維持されてきたエコシステムは、もはや解体が運命づけられている。紙や再販制は出版業界を救うのではなく苦しめている。

この混乱の中でビジネスを再構築することができなければ、大きな遺産を残して消え去るしかない。しかし、フルデジタル化は災いではない。部分的なデジタル化の進行による緩慢な死ではなく、逆に出版の側からフルデジタルを活用しきることによって21世紀最強のメディア産業として再生することができる。やや妄想的に言えば、もはや失うものはないのだから、あとは全世界を獲得するだけなのである。いかにして可能か？

1. 出版（知識コミュニケーション）の全プロセスをコントロールする主体となることによって
2. そのために利用可能な技術的手段を自ら再構成することによって
3. 出版を、知識情報のコミュニケーションを伴う他のあらゆる社会的活動に対して開かれたものとすることによって

以上を一言でいえば、**Web と出版の融合**ということになる。



## 2. 技術編：Web の銀河系



近代出版は機械技術に依拠した、機械文明の産物であった。文字・画像情報を機械で扱ってきたが、人が頭で理解する情報を機械で扱えるものにするまでの膨大な準備作業が人間の手に残された。デジタル化はその間を様々なデータとシステムで埋めていったが、いまや労働集約的部分を置換え、機械を置換えたことで新しい段階に達した。

しかしこれで終わりではない。あらゆる物理的制約から逃れ、いよいよ情報の意味と価値を直接扱うことが可能になった、という意味で出版のルネッサンスが訪れようとしているのである。しかし、そのためにはグーテンベルクの銀河系に代わる Web という新しい技術パラダイムを理解しなければならない。(写真＝マルコーニとマクルーハン)

グーテンベルクの銀河系は、いまや Web (あるいはマルコーニ) の銀河系に吸収されようとしている。フルデジタル化は、デジタル革命の終着点であるとともに出発点でもある。このサプライチェーンの中で、もはや逃げ込めるニッチはない。とすれば表に出て正々堂々勝負するしかない。武器は出版人としての矜持、そしてデジタル技術だ。後の方は自信がないという方がほとんどだろうが、たいしたことはない。何をしたいのかがはっきりしていれば、後は専門家がやってくれる。組版や製版の詳細を知らなくても編集者が務まるのと同じことだ。だがどんな専門家も、何をしたいのかだけは教えてくれない。なすべきことの確信を得るには、

November 22, 2010  
EBook2.0 Forum Commentary No.1  
©2010 OTI, Inc.



出版の本義を確認し、利用可能なテクノロジーの仕組みと機能を知る必要がある。人の話を聞くのはいいが、人任せにはしてはいけない。

情報技術にベスト（完全な解）はない

出版とは知識情報を配布・販売する目的で製作・複製・発行することを意味する。この機能を担うプロフェッショナルには、高度な専門性と社会性もとめられる。プロセスがデジタル化され、誰でも「コンテ



ンツ」を作製・配布できたとしても、専門性／社会性が出版の属性から消えることはない。出版に必要なとされる技術（その多くは目に見えない）の専門性とは、つまるところ情報の意味・構造・表現を扱うところにあると思われる。著者ももちろん意味を扱い、精密に構造化するが、編集者はより大きな、粗い構造を扱い、読者と結びつく社会的コンテキストの中に位置づける。これは意識的／無意識的、論理的／感覚的な要素が混在するアーティスティックな仕事である。しかし最後はその構造を物理的あるいは電子的な「本」として定着・実現させる。

出版で扱われる情報は構造を持っている。構造は意味と表現と叙述など



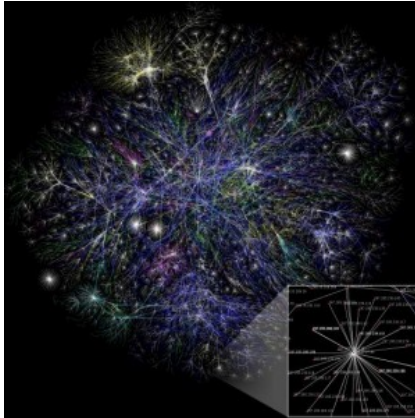
に分かれるが、理屈の上ではこの 3 つの側面をデジタル技術でサポートすることにより、出版プロセスを「目的」に対して限りなく最適化することができる。情報が持つ意味（論理）と表現を扱う標準的な方法について、情報技術の専門家たちは 30 年以上にわたって苦闘を続けてきた。それはどうてい「進歩」とか「革新」と言えるものではなく、紆余曲折、前進と後退の末に、コンテンツデータの論理と表現を分離するという、最も美しくない、統一とはかなり遠いところで渋々合意せざるを得なかった。構造はタグで、表現はスタイルで記述する。テキストで記述されたデータの解釈（実行）は専用のビューワ（ブラウザ）で行う。記述言語はさらに XML というメタ記述言語で記述することで変換可能にする。

これはベストな方法ではないが、ベターな方法ではある。コンテンツは再利用のため、変換可能である必要があるが、技術的な環境が変化するのであるから、ベストはその時々の主観で異なるからである。これはいつまでも関連する複数の標準の間の距離を適切に保ちつつアップデートしていく努力を継続しなければならないことを意味する。環境の変化（必ずしも進化とは言えない）は止めようがないからだ。マックとのカップルで一世を風靡した Quark も昔日の面影がなく、PC 上で優れた組版機能を実現したジャストシステムの「大地」も消えた。インテリジェントでダイナミックな Active Document を実現した Interleaf も同様だ。それらの独自フォーマットで残されたデータを変換・再現することは難しい。

## グローバルな Web が出版技術をリードする

およそドキュメントを扱う様々な標準のうちで、最も普及しているものは何だろうか。言うまでもなく Web で使われる HTML である。とりあえず

November 22, 2010  
 EBook2.0 Forum Commentary No.1  
 ©2010 OTI, Inc.



HTMLに的を絞ってさえいれば、データは将来にわたって残される。21世紀に入って、Webサイトは、XHTML+CSSという、より整理された形に進化し、このスタイルでのコンテンツ管理がデフォルトになりつつある。ベースとなるHTMLも、HTML5で大きな進化をとげている。ここで実現される機能は、べつに最先端のものではない。しかし、およそドキュメントを扱う技術が目標

とし、非標準的な形で実装されてきた機能が、異なる実装環境の間でも交換可能なものとなることの意義ははかり知れない。

15年以上前、Web (HTTP/HTML)を初めてMosaicで見た時、筆者はハイパーテキスト技術をインターネット空間で<標準的に>実現させるために、表現や機能で被った多大な犠牲を思わずにはいられなかった。フォント、文字組み、動画と音声、知識ベース…。すべてはハイパーリンクのためにいったん犠牲となったのである。幸いにして、失われた機能はいまやほぼ恢復されつつある。それによってWebは出版環境の一部となった。いや、事実上それを呑み込む存在となったのかもしれない。残された領域の多くはグローバル化に関わるものだが、UTF-8(解説は英文Wikiがよい)によって、文字コード問題はほぼ解決した。Webはその性質上、国際化が最も進んだ出版環境となった。つまり、いかなる言語環境にも対応できるということだ。



組版でも、言語問題解決のめどは立っている。CSS を使ったローカルな表示ソリューションはいくらでも可能で、機能定義で合意さえ出来ればよいだけになっている。標準的なブラウザへのプラグインで、日本語(縦・横)、アラビア語やヘブライ語など、異なる言語文化の情報を表示することが出来るようになるだろう。Web は変わった。ドキュメントに関わるあらゆる高度な機能を実現できる。それにより、これまで紙の上でしかできなかった機能、そのための技術の多くは Web に吸収され、あるいはそれによって淘汰される。標準を超える機能を追求し、将来の標準をリードできる力を持った企業だけが生き残る。標準の多くはすぐにタダで実装されるからだ。高価だった RDB (データベース) が、オープンソースとして無料で提供される時代である。

「標準では××ができない」という人がいるが、それはほとんどの場合、技術的に不可能だというのではなく、まだ××機能の定義と仕様化について標準に盛り込んでいないというにすぎない。標準ができれば、これまで独自の実装技術を営々と維持し、売ってきた IT 企業は生き残れないかもしれない。しかし本=ドキュメントに関して、まだやるべきことは表示に関しても、意味に関しても、ほとんど無限にある。もしユーザーの真のニーズを知り、追求する気があるのならば。

活字を電子的に表示するというのは、E-Book のほんの入り口にすぎない。デジタルの利便性と印刷へのノスタルジアの話で止まっているは 21 世紀の知識革命から外れてしまう。出版が活字を中心に映像やプログラムなどすべての伝達手段を扱えるようになった以上、その使い方を開発すべき役割を追うことになったのである。

### 3 メディアの大逆転

メディアの王者は、18世紀には出版、19世紀後半には新聞、20世紀には映画・放送へと移行した。より大きな設備を所有し、利用できるものが覇権を持ってきたわけだが、Webは情報の複製と配布に必要な設備を無力化し、国境まで取り去ってしまった。今日ではただ出版だけがWebと親和的であり、Webをフルに活用することに死活的利害を持っている。したがって21世紀は出版の世紀となる。Webとの融合によって。

#### 21世紀は出版がメディア産業をリードする



出版界がWebに関心を持ちだしたのは比較的最近のことだ。それどころか、新聞と並んで最もWeb敵視の風潮が強かったのがこの業界だ。しかしそれが被害妄想であることが分かった以上、遅れは取り返すことができる。Webの出版環境が、表現において印刷本に近づき、機能においてソーシャルメディアに拡張しつつある現在は、最短期間で最先頭に立つことができる絶好の機会とさえ言える。現在が歴史的転換のピークであり、前進しなければ消滅あるのみという認識に立つことができれば、出版産業には大きな可能性が開けている。

これまで「速報性」や「動画・音声」や「大量配布＝広告」を売りにした20世紀的メディア産業に対して風下に立たされていた出版産業は、気がついてみれば、何の努力もなく、苦勞もないまま、その気さえあれば、そうした属性を得ることが出来る場所にいるのではないか。すべてWebの

November 22, 2010  
EBook2.0 Forum Commentary No.1  
©2010 OTI, Inc.



おかげと言わねばならない。20 世紀は終わった。21 世紀は（20 世紀にはメディアの主役の座から降りていた）出版のものである。それは設備の力によってではなく、純粋に「知の力」によって手にすることができる。もっともそれが衰えすぎた出版社はその限りでない。



Web によって無力化される設備と既得権益のあまりの大きさに、他産業が怯えている時に、出版社はせいぜい再販制くらいしか失うものはない。それがすでに極端となっていることは第 1 回で述べた通りだ。これまで義理もあってははっきり言えないこともあったのだろうが、E-Book のお陰で、出版社は心おきなく（表面上は惜しみつつ）捨て去ることができる。出版の流通リスクが減少し、採算点が下がれば、かなり思い切った企画に乗り出すことができるだろう。「売れるかどうか」という無意味な問答の代わりに、読者像とニーズについて具体的に考えることができる。売れ行きが読めない出版の中で、どれだけを冊子として提供すべきかを判断することができる。出版社は内外のあらゆる業界、企業と、気兼ねなく付き合いすることができる。古書店と古書店の販売データは宝の山となるだろう。何をしようかな、と鼻歌くらい出てもいいくらいだ。Web のおかげで。

### Webこそ出版（プロジェクト／プロセス）のプラットフォーム

Web 利用の進化は、会社案内、e コマース、ソーシャル・ネットワーキングへと段階的に進化してきているが、直販に関心を持たない出版社は、長らく会社案内の段階で止まっていた。しかし E-Book は、出版社と Web の関係を転換するきっかけとなりつつある。



- 第1に、E-Book は必ず自社サイトを使ったマーケティングを必要とする。
- 第2に、出版社はブランドの確立のために、著者、読者をつなぐメディアを必要とする。
- 第3に、出版社はコンテンツの製作・出版・管理のプラットフォームと必要とする。
- 第4に、出版社は対話的インタフェースを伴う拡張型 E-Book への取組みを必要とする。
- 第5に、Web（ブログ／SNS）と E-Book、印刷用 DTP の統合環境を必要とする。

市場が縮小するなかで、出版社は書籍流通と経営の構造的問題とデジタル出版への対応という課題と直面している。E-Book は大きな可能性を提供するものだが、たんに紙の本を電子化してオンライン販売に載せただけでは何も解決しない。コンテンツをどうつくるかということのほかにも、コンテンツからどのような価値(可能性)を引き出すかが問われている。本は各種メディアの中では遅くデジタル化したのが、構造的にシンプルなので、デジタル化プロセスの進行は最も速い。このことは米国において実証された。出版社はいまビジネス全体を支えるテクノロジー・プラットフォームを必要としている。

1. Web は情報発信の環境としてベスト
2. E-Book はコンテンツの流通・販売の形態としてベスト
3. 印刷本は最も精度の高い物理的商品としてベスト

出版社は、Web と E-Book と DTP をサポートする最も効率的で維持・管



理が容易な環境を必要としている。ここで鍵となるのはコンテンツ管理である。これまでは統合環境は DTP から発想・構築されており、Web と E-Book は付け足しだった。しかし、CSS と XHTML をベースとすることで統合は可能になり、容易になる。CSS/HTML/XHTML は Web の基本標準であるが、ePUB を通じて E-Book と直接に連携し、PDF を介して印刷用のページフォーマットに変換される。高度な Web 環境の中で、様々な状況に対してコンテンツの意味的構造を扱う標準ツール (+メタモデル/メタデータ) が、コンテンツやメディアを横断する様々な知的アプリケーションの発展に道を拓くだろう。つまりデータを記述する XHTML とスタイルを管理する CSSこそ、21 世紀の出版事業のコアフォーマットと言えるのである。



以上のように考えた時、出版社自身が長期的にどのようなフォーマットを重視すべきかは明らかだろう。出版社にとって重要なのは、上記のコア

フォーマットのみであり、それをベースと定めれば、それ以外の実現フォーマットはしたい者に任せればよいのである。出版社は無料で自動変換可能な標準実行環境を選ぶか、特注のブラウザ (リーダー) を必要とする有償の環境を選ぶかすればよい。中間フォーマットは、少なくとも出版社にとっては無用である。それがコンテンツを管理の際のコアフォーマットから離れたものになるほど、出版社の負担は大きくなり、Web 環境のフル活用からは遠のくだろう。◆