



EBook2.0 Magazine

Weekly Since 2010 ISSN 2185-954X

Tech & Market News/Analysis for Digital Publishing

December 4 2014, Vol.5, No.12

v5-12

In This Issue

ANALYSIS & COLUMN

ペリカンが再びはばたく
自主出版はどこへ行くのか(1)

NEWS & COMMENTS

ディズニーがプラットフォームに風穴!?
EUの“オンライン消費税”実施迫る
KoboがE-Inkと提携しサードパーティに提供

E-Book 2.0 Magazine 2014 年 12 月 4 日号

Vol.5, No.12, 12/04/2014 [無料公開版]

目次

ANALYSIS & COLUMN

ペリカンが再びはばたく 2

自主出版はどこへ行くのか(1)♥ 5

NEWS & COMMENTS

ディズニーがプラットフォームに風穴!?(♥) 9

EU の“オンライン消費税” 実施迫る 10

Kobo が E-Ink と提携しプラットフォーム拡大 13

E-Book 2.0 Magazine

2014 年 12 月 4 日発行(第 5 巻第 12 号)

ISSN: 2185-954-X (2010 年 9 月 15 日創刊)

編集兼発行人: 鎌田 博樹

発行: オブジェクトテクノロジー研究所

〒185-0003 東京都国分寺戸倉 3-15-22

www.otij.org Email : newsletter@ebook2forum.com

©2010-1014 by Object Technology Institute, Inc.

ANALYSIS & COLUMN

ペリカンが再びはばたく



Pelican is Back Again

かつてグローバルな教養ブランドの一つだったペリカンが、5点の新刊とともに復活して半年あまりでクラウド・リーダを上げた。同シ

リーズのコンテンツを読む(使う)ための専用インターフェースは、HTML5+CSS3を駆使して実装され、動的地図、動的図解、脚注のほか、引用/共有などを含む。あえてオンラインとした意図は何だろうか。

「E-Bookよりオンライン優先」という理由

現在は世界最大の出版社の一部であるペンギンブックスのブランドの一つに、ノン・フィクション系の「ペリカン」がある。1937年に創刊され、戦後は日本の洋書店でも容易に入手できたのだが、販売不振により1984年に半世紀に近い歴史を閉じた。「学生が読むべき洋書」の喪失の影響は少なくなかったはずで、筆者も人文系の洋書を読む機会が激減した。47年間に数千点を刊行し、全世界に2.5億冊以上を販売した栄光のブランドであり、個人的に最もデジタルで読みたいシリーズの一つだ。

2014年5月にデジタル版が再出発した時に本誌で紹介しなかったのは、発表が控えめであった以上に、正直なところペンギンの意図が

理解しかねたため。5点のみの限定的な刊行、ストアでもアプリでもなく、オンラインであったこと、さらに専門のデザイン・チームがまだ何かを用意しているらしいことから、情報を待つ気持ちに傾いたためだ。ペリカンが世界最大の出版社の「社内ベンチャー」で、書き下ろしのコンテンツだけでなく、読書体験（インタフェース）もビジネスモデルも新しいものを提案してくることは間違いない。

「大テーマについての短い本」(‘*Short books on big subjects*’)をキャッチコピーとして復活したペリカン本は5点。『経済学：ユーザーズ・ガイド』、『人類の進化』、『ロシア革命、1891-1991』、『飼い慣らされた脳』、『ギリシャ、ローマの政治思想』といった大テーマのタイトルが並んでいる（しかし短くはない）。1章分が公開、ログインすることで全文を購入できる（5ポンド）。フォーマットはブラウザ、E-Book（EPUB、Kindle）のほかペーパーバックも用意されている。しかし、E-Bookは紙のレプリカであり、動的な機能はオンライン版でしか利用できない。

ペンギン社の制作部門を率いるマシュー・ヤング氏によれば、現在のE-Bookの仕様は、期待される機能を実装するにはまだ未成熟で、Kindle、EPUB（+iBooks）への個別対応が必要になるため、HTML版を先行させたという。Pelican Book サイトは、ユーザーの読書体験に関するメトリクスも取れるので、進むべき開発の方向性を知る上でも役立つ。ちなみに平均読書時間は18分でログイン・ユーザーはほぼその倍。これはWebサイトとしては異例に長い。

個別プラットフォーム対応ではなく、ブラウザを先行させたペンギ

ンの判断は当を得たものだろう。こうしたインタフェースは、読者の参加の下に出版社（編集者、デザイナー）が主導して開発されるべきで、その成果は公開されることが望ましい。ただし、ペリカンのコンテンツが拡大し、専用サイトがストア兼読書環境として独自の成長をしていく可能性がないわけではない。来年はおそらく戦略が見えてくるだろう。◆(鎌田、12/01/2014)

参考記事

- [Penguin Hatches A Cloud Reader For Pelican Books](#), by Natasha Lomas, TechCrunch, 11/29/2014
- [Pelican flies again](#), by Mark Sinclair, Creative Review, 05/23/2014
- [Pelican Books: an unrivalled online reading experience](#), by Mark Sinclair, Creative Review, 11/14/2014

記事タグ

本誌カテゴリ: コンテンツビジネス, テクノロジー, ユーザーインタフェース, 出版・製作

タグ: ペリカン, 動的インタフェース, 拡張 E-Book

ANALYSIS & COLUMN

自主出版はどこへ行くのか(1) ♥



年末にかけて米英では自主出版をテーマにしたイベントが開催され、デジタルとともに登場し、急速に進化して

きたこのビジネスモデルがどう成熟し、どんな課題に直面しているかを知る場を提供した。それは商業出版社のそれと変わらない。ここでは業界の草分けであるマーク・コーカー氏の味方を紹介する。
[♥会員向け=年内一般公開]

SPBE 2015 が見せた到達点と挑戦

ニューヨークで11月15日に開催された [Self-Publishing Book Expo \(SPBE\)](#) は今年で5年目を迎えた。著者出版者と出版支援サービス関係者などを中心に200名以上のプロフェッショナルが参加したが、「自主出版市場の10のトレンド」と題した基調講演を行ったのは Smashwords のマーク・コーカーCEOである。以下、要旨を紹介してコメントしていきたい。

1. E-Book の隆盛

2007年当時、市場の1%にも満たなかったE-Bookは、現在では35%を占め、いくつかのジャンルではさらに高い。しかし、印刷本も健在であり、E-Bookの成長は鈍化した。E-Bookはこれからも成長す

るだろうが、その速度はより緩やかになるだろう。

2. 出版ツール／サービス

印刷手段に関しても、出版のための知識・情報に関しても、著者は職業的出版人が利用するのと同じものにアクセスすることが可能となっており、市場に早くたどり着くことが出来る。

3. 著者出版者がベストセラー・ランキングに

USA Today と NY Times のベストセラー・ランキングに自主出版タイトルが並ぶことは珍しくないが、これは当たり前のことになるだろう。2020 年までに E-Book 市場の半分は独立系著者が支配すると予測する。

4. 悪いイメージは解消

6 年前、自主出版は失敗した作家の「最後の手段」と見られていた。今日インディーズ作家は、彼らの本が NY の出版社が出版したものに劣ることはないと考えているが、逆に伝統的出版人は嫌悪感を強めており、自主出版本に比べて価格を高く、刊行を遅く、著者の権利を小さくする、といった後ろ向きに対応をすることで自らの首を絞めている。

5. 伝統的出版社はまだ独立系著者の動向を理解していない

コーカー氏はピアソン・ペンギン社が買収した自主出版サービスの Author Solutions を例に、著者の成功を助けるのではなく、ブランドを売りにして著者から収入を得るビジネスモデルを批判した。Author Solutions はもちろんイベントのスポンサーに入っていない

が、これは 'vanity publishing' と呼ばれて自主出版とは区別される。

6. 定額制サービスの勃興

Smashwords でも Oyster と Scribd は急速に伸びている。

7. アマゾン vs. アシエット

両社の紛争と新しい合意について、コーカー氏は独自の見解を述べている。著者たちが2つの陣営に分裂して互いに攻撃しあったのは不幸な事態だったが、出版社はアマゾンの戦略を理解する機会を得た。アマゾンは本を日用品と見做しており、消費者に安く供給するためにサプライヤーのマージンを絞っている。出版者はそれに反撥する。アマゾンは独自の出版部門を強めている。彼らはどの本を販促するかを決定し、アマゾンが出版したものを有利にしている。これからは「Kindle 独占」の拡大を前面に押し出してくるだろう。これはライバルとしてのアマゾン批判であり、アマゾンが単純に「自社ブランド優先」にするとは思えない。同社の規模では、個別に最適化すれば全体のバランスを大きく崩す可能性があるからだ。

8. グローバリゼーション

昨年 Smashwords からアップル iBookstore で販売されたコンテンツの売上の45%は米国以外からもたらされた。米国以外の市場が拡大している。

9. 粗悪なコンテンツが押し寄せているがそれは無視される

いくら粗悪な本が増えても、読者は目もくれないので存在しないのと同じだ、とコーカー氏は楽観している。誰にでも出版できること

は自主出版の輝かしい側面で、それにより数々の傑作が日の目をみる。出版される良書が増えることの価値は、無視される悪書が増加することの弊害とは比較にならないということだ。

10. 著者にとって環境はより厳しい

E-Book は絶版にならない、ということには良いことと悪いことがある。市場に残るタイトルが多くなることで競争は激しくなるからだ。人が読む以上のものが供給され続けることになるのは避けられないだろう。これは伝統的出版にとってより苦しい。前渡金は低く、出版社も代理人も減っていく。著者として目立つ存在になることは難しくなる。しかし、未来が困難だとしても、出版にとっては現在ほどよい環境はない、とコーカー氏は言う。市場は世界中に開かれており、読者は最高の本を探し求めているからだ。

再三述べていることだが、自主出版は欧米市場においてすでにブームを超えた存在となり、ビジネスモデルとして定着した。しかし、日本では「自己出版」なる意味不明の訳語が充てられることが多く、いまだ理解も十分ではない。これを非正規出版と考える出版界やメディアが事実上これを無視しており、認識は深まらない。やはりベストセラーが出ないとだめだろう。◆(鎌田、12/04/2014)

記事タグ

本誌カテゴリ:コンテンツビジネス, 出版・製作, 出版・製作

タグ:Smashwords, ビジネスモデル, マーク・コーカー, 自主出版タ

NEWS & COMMENTS

ディズニーがプラットフォームに風穴!?(♥)



ディズニーは、同社および Pixar、Marvel レーベルの映画が Google Play を通じて Android デバイス上で共

有できるようになったことを明らかにした。2月に iOS 上で実現した Disney Movies Anywhere (DMA) を拡張したもので、購入タイトルが iOS および Android で再生できることを意味し、大手メディアによるプラットフォーム/デバイス非依存化の最初の事例となる。[全文=♥会員]

DMA プラットフォームが iTunes と Google Play を「連携」

記事タグ

本誌カテゴリ:エンターテイメント, コンテンツビジネス, テクノロジー, マーケティング, 有料記事, 流通・書店・図書館

タグ:Google Play, ディズニー, プラットフォーム非依存

NEWS & COMMENTS

EU の“オンライン消費税”実施迫る



E-Book を含むオンライン商品／サービスに課税される EU の付加価値税は、新年 1 月 1 日から（配信国ではなく）消費

国の税率が適用されることになるが、アマゾン は KDP プログラムを利用する著者に対して、EU VAT のガイドラインを配布した。Kindle ストアでの価格表示は国ごとに異なる VAT 込みのものとなる。負担はアマゾンではなく EU の消費者、事業者に降りかかる。

英国 20%、仏 5.5%、独 19%…

ガイドラインによれば、1 月 1 日以降の新規出版物に関しては、著者が（EU 加盟国ごとに）税込み価格を設定する必要が生じるが、既刊本に関してはアマゾンが、税率表をもとに VAT 込み価格表を消費者に提示する。著者はいつでも価格を変更することが出来るが、とくに必要と思わない限り何もする必要はない。仮に英国で税抜き 5 ポンドで販売されていたタイトルであれば、英国の税率 20%が適用されて税込み価格は 6 ポンドとなる。著者が EU の Kindle ストアで同じ 5 ユーロの税抜き価格を設定すると、各国での小売価格は税率によって異なるものとなる。例えばスペインでは 6.05 ユーロ (21%)、フランスでは 5.275 ユーロ (5.5%)、ドイツでは 5.95 ユーロ (19%)といった具合。

著者の関心事は著作権料だが、基準となるのは「税抜き小売価格」×販売部数なので、税込み価格が同じであれば、「税抜き小売価格」が国ごとに異なることになり、手取りの著作権料も異なってくる。VATのない米ドルで小売価格を10ドルと設定した場合、換算レートが0.8ユーロ/ドルならば、ドイツでの税込み価格は8ユーロとなり、同国の税率19%を除いた税抜き価格は6.72ユーロということになる。フランスの場合はこれが7.58ユーロなので、1冊売っても印税収入は国によってかなりの差がある(→[アマゾンのKDPサイト](#))。

Happy?? New Year for EU Friends!!

これまでアマゾンのEU本社が立地するルクセンブルクの税率3%が適用されてきたEUの消費者にとって、20%は途方もない高率であり、国によって3倍以上の開きがあるのも腹立たしい。自由貿易圏として成立したはずのEUの存在理由が問われることは間違いない。消費者を罰することでデジタルの進化を遅らせる、この世紀の愚策は、本来の目的(米国のオンライン・サービスへの重い足枷)とは逆に、市場の正常な(つまり経済合理性に基づく)進化を歪め、EU企業のグローバル展開を阻害し、ベンチャー・ビジネスの成長を困難にするだろう。

EUは、この複雑怪奇な課税システムの運用のためにVAT MOSS (Mini One-Stop Shop)というWebポータルを開発し、各国での徴税業務を円滑化しようとしている。VATは「通信/放送/電子サービス」を利用するEUの顧客(個人・法人)に課税される。徴税・納付義務は事業者が追うことになるが、28カ国・75種類のVAT税率を正

確に徴税機関に納付する業務が企業にとって大きな負担となることは言うまでもない。これまで英国では、年間売上が8万1,000ポンド未満であれば課税は免除されたのだが、この免除規定も廃止された。さらに欧州データ保護法によって、EU顧客の個人情報EU域内のサーバに保管しなければならない。これはEU域外企業にとって「非関税障壁」として効いてくる。

日本や米国のサイトにEUからオーダーが来たらどうなるか。EUで脱税に問われないためには「申し訳ありませんが、EU居住者にはお売りできません」というしかないだろう。◆(鎌田、12/04/2014)

記事タグ

本誌カテゴリ:コンテンツビジネス, 流通・書店・図書館

タグ:EU, VAT, コンテンツ課税

NEWS & COMMENTS

Kobo が E-Ink と提携しプラットフォーム拡大



Kobo は 12 月 2 日、E-Ink ホールディングスと提携し、Kobo ストア・アプリをサード・パーティ系 E-Reader に対して提供するプログラムを[発表](#)した。パートナー獲得を目ざしているが、自社デバイスの拡大が遅々とした現状で、依存度を減

らしてベースを拡大する方向に転換したと思われる。

遅かったがゲームを変える第一歩

KoboE-Book ストアとリーダー・アプリは、Android 上で稼働する E-Ink デバイスで利用できる。それにより、パートナーは、現在の E-Ink デバイスの唯一最大のアプリである、世界最大級の E-Book ストアとリーダーをデフォルトとすることが出来る。

E-Ink ハードウェアを販売したいと考えるベンダー、あるいは E-Book 販売から撤退したいベンダーにとって、Kobo との提携は悪くない選択肢だ。また、ドキュメント管理など非読書系ソリューションを加えて考えることもできる。カラー E-Ink が市場に登場すれば、汎用の E-Ink デバイスもタブレット市場の一部を侵食する可能性もある。Kobo のオープン化は（じつに遅かったが）ゲームを変

えるきっかけの一つにはなる。

Kobo アプリは Android、iOS デバイス上のアプリでも利用可能だが、それらは Google Play、iBookstore がデフォルトになっており、もちろん Kindle や Nook と争わなければならない。いくら数が多くても、デジタル読者の多くにとって、E-Ink リーダがコアで、汎用モバイル向けアプリが補完するという関係は変わっていない。Kobo は今年、Touch の更新を見送り、ハイエンドの Aura/H2O に絞ったが、リプレースの遅い廉価リーダーの採算性が悪化した可能性が高い。

では Kobo ストア・アプリを標準装備した E-Ink リーダは登場するだろうか。今回の発表ではパートナーの名前が含まれていないのが気になるが、中国などの OEM ベンダーなら可能性はある。そして読書環境の開発にリソースを集中した Kobo との組合せで、アマゾンの寡占がさらに強まっている E-Ink リーダ市場と E-Book 市場に新風を送り込むことを期待したい。◆(鎌田、12/04/2014)

記事タグ

本誌カテゴリ: コンテンツビジネス, テクノロジー, 書籍端末, 流通・書店・図書館

タグ: E-Ink, Kobo, ビジネスモデル