

## 商業出版におけるコンテンツ配信の課題

深見 拓史

### The Problems of the Contents Distribution System In the Commercial Publishing Business

Takushi FUKAMI

#### ABSTRACT

In this paper I described the Problems of the Contents Distribution System in the Commercial Publishing Business in Japan. Last Time I reported the Influence of the Internet on the Commercial Publishing Business. This time I discussed the changes of the environment of the contents distribution system in the commercial publishing. What was changed in the viewing or browsing software and in the charging mechanism of Internet contents? And also I described some new trials in the world.

#### 1. はじめに

情報知識学会第8回研究報告会(1)以来、商業出版におけるコンテンツの配信において何が変化し何が変わらなかったを中心に述べてみたい。特に携帯電話におけるiモードの伸びとそのコンテンツである公式サイトと勝手サイトの伸びや携帯情報端末PDAが急激な伸びを示そうとしているなかで、コンテンツ配信の状況がどのように変化し、商業出版との関わりはどのようにになっているのかについて触れてみたい。(2)

#### 2. コンテンツ配信の現状

コンテンツ配信とくに有料でのコンテンツ配信のビジネスモデルとして注目されている凸版印刷(株)のBitwayサービスでは、どうであろうか。(3) インターネット人口が2000年末時点で4700万人に達したと総務省は報告している。これらのインターネット人口の内、大手プロバイダーであるニフティーやビッグロブ、ソネットなどを仲介してコンテンツを配信するものである。コンテンツホルダーとユーザの間を仲介し、不足するコンテンツの仲介者となり、利便性をあげようとするものである。これらは既存の雑誌などからコンテンツをネット用に変換もしくは再編集している。着実に伸長していると聞くものの爆発的とは行っていないようである。また最近マンガのコンテンツを紙面イメージでインターネット用の専用ブラウザでサービスする試みがイーブックイニシアティブ社からも提案されており新しい試みとして注目を集めている。(4) 商業出版社が独自に立ちあげるフルコンテンツ・サイトは未だ十分ではなく従来の紙を中心としたメディアから独立したメディアとして認知されるに到っていないというところであろう。

#### 3. 音楽コンテンツの配信の現状

出版物とはべつに、音楽コンテンツの配信については、様子が異なっている。インターネットによる音楽配信については、変化が激しい。象徴的ともいえるアメリカのナップスター事件が引き起こした事件は、あまりにも有名になってしまった。アメリカの大学生のなかで急激に広まったナップスターによる音楽ファイルの交換は、無料であることから、あっという間にユーザである大学生の間に広まった。みかねたレコード会社とその連合会は法律違反であるとの訴えを起こし、2001年2月の法廷判決で違法行為であるとの判決が下された。(5) その巻き起こした波紋はあまりにも電撃的であった。すなわちデジタル化された音楽が音質の劣化なく次々とコピーされ配布されて行くことが見事に実証されたわけである。その事件の本質とは何であったのであろうか？著作権を保持している

人達からみれば違法コピーであり、一方デジタル情報を保有した人達からすればまるで友達に音楽CDを貸し出し、借りた人が自分用に複製をとり、また友人にも貸してあげるといった日常的な行為が、インターネットという新しいメディアで起きてしまった。爆発的な広がりが見られるところとなり、特にレコード関連会社の間では、ビジネスの大いなる妨げになるとして訴え続けた結果の裁判であった。判決後ナップスターは音楽配信を有料化することを決めると同時に独・大手メディア産業であるベルテルスマンにその技術を提供することで一件落着いたように見える。一方日本でもおおくのレコード関連企業がこぞって音楽のインターネット配信ビジネス参入を表明しており、大手企業はもちろんベンチャー企業も含めて大激戦となっている。もちろん携帯電話へのダウンロード型の有料音楽配信やPDA向けにも有料音楽配信が始まろうとしている。(6)

#### 4. ビジネスモデルの崩壊

コンテンツといっても様々であるが、筆者にとって商業出版におけるコンテンツ配信においては有料コンテンツ配信を意味する。最近ではあらゆるコンテンツが配信され始めているが、無料で配信されるもの、たとえば企業がホームページ等で紹介する会社案内や商品紹介、さらには政府や自治体が情報公開するものもあろう。しかしこの場合でも政府もしくは地方自治体が国民からの税金によってそのコンテンツ制作と運用費用を賄い、国民に還元するためのもので基本的には無料で入手できるコンテンツである。商業出版とはひとことではいえずコンテンツそのものが本来有料で配布されるべきもので、著作者や編集者さらには出版社などがビジネスそのものとして企画・制作・複製・配布することによって成立するモデルのなかでのみ存在しうるものである。当初、広告モデルで成立させようとしているコンテンツが数多く存在してきたがそろそろ限界にきているのではないのかと思うのは筆者だけではないであろう。インターネットメールにしろ、ネット配信コンテンツにしろ有料が前提で成立できるようなモラル、著作権保護、課金、高速安価な通信などのインフラストラクチャーが求められている。そうでなければ良質のコンテンツはいつになっても配信されそうもない。現在あるビジネスモデルは、みなおすべき時期に来ているのではないのかと思う。

#### 5. 有料配信の芽生え

最近、ニューヨークタイムズやウォールストリートジャーナルなどの著名な新聞社が有料コンテンツ配信に踏み切ったとニュースが届いた。(7) 経済原則を無視してきた今までの新聞コンテンツ配信モデルが行き詰まってきたともいえる。考えてみればごくごく当然のことである。新聞制作にかかる費用分担をインターネット読者には要求しないというのは不自然なことである。紙をベースにしたニュースよりもネット配信の方が高い鮮度であることは自明である。また良質なニュースを保証するためには、それなりのコストをかけなくてはならないからである。従来の無料コンテンツ配信ビジネスモデルがもはや崩壊のときにきていると関係者が協議すべき時がきている。音楽配信において、すでに起きていることが商業出版物においても成立するようにしなくては、インターネット配信での良質でバラエティーに富むコンテンツはいつまで経っても出現しないことになるのではと考えている。

#### 6. ビューワの開発状況

コンピュータおよび情報表示のためのディスプレイで文章や図形、写真、絵画といったコンテンツを見たり読んだりすることは今日現在十分な満足の人々に与えていないからである。特に500年来慣れ親しんできた書籍や雑誌など紙面上で情報を手に入れてきた人々にとってディスプレイ上で見たり読んだりすることが必ずしも人にやさしい、目にやさしいとはいえないからである。そのような視点から日本語独特の縦書きの文章も表現できるツールなどが出現してきている。凸版印刷が開発したブックジャケットやボイジャー社が開発した T-Time などである。(8)(9) また表現される日本語についても書体へのこだわりもありフォントを代えて読むことも可能な機能なども開発されている。あるいは最近マイクロソフト社が開発した Microsoft Reader などそのあたりに配慮したものとい

えよう。(10) 一方、印刷との連続性を保証しようとする試みがアドビ社の PDF であるとすれば Acrobat および Acrobat Reader は大変優れたものといえる。アドビ社もすでに e-Book Reader を発表している。(11)

## 7. e-Book の動き

e-Book なる概念が発表され次々に新しい試みがなされている。アメリカでは紙の書籍がなくなるであろうとの考えを持つ人達も現れて、今やハードウェアとしての新たなペーパーライクディスプレイの開発とも連動して e-Book や e-Paper などの話題はいつもにぎやかである。すでに米国 E-ink 社はモノクロ表示の開発成果を公表している。(12) ほかにプラスチックフィルムベースの液晶や有機 EL ディスプレイなどである。限りなく紙のフレキシブル性を保ちつつ軽量で簡便なものを狙い商品開発は熾烈である。果たして紙を超えられるであろうか？

## 8. PDF の動き

紙とインターネットの親和性を追求しようとするのがアドビ社の PDF 戦略といえよう。ビューワ上での表示がそのまま紙上でも保証されることをソフトウェア的に解決しようとするものであるといえる。あるときにはディスプレイ上だけで情報入手を済ませ、場合によっては紙上でもその表現を保証しておけばどちらにでも対応可能だからである。情報配布のスピードという点ではインターネット配信にかなわない。いくら高速な印刷機が出来ても光のスピードで情報を配布することはできないからである。しかし長く保存しておきたいものや、現在ではディスプレイ上では表現できないきめ細かな写真や画像の再現性では紙上の印刷に優るものはない。従ってこの両者を保証するアドビ社の PDF は大変優れたものといえよう。しかし今日時点 PDF で送られてきたものをディスプレイで読むことの苦しさがあることもまた事実で、今後の技術開発に待つところであろう。

## 9. BOOK-NET なる試み

イスラエルのベンチャー企業、APRION 社ではインターネットで情報を検索し、その内容を冊子体の書籍にしてしまうという新たな試みを始めている。(13) 5年に一度の印刷関連最大イベントである、drupa 2000(前回はドイツ、デュッセルドルフ見本市会場で2000年5月に開催された)でも参考出品されたが、インターネットで情報検索したあと、ヒットした書籍名をクリックすれば、本文はもちろんのこと表紙までも印刷され、さらには製本されてその機械から出てくるというコンセプトである。平均7冊/時間が可能という。まさにビットとアトムのハイブリッド型ともいえる。我々自身が日常的に経験することであるが、大量の情報をじっくり読みたいときについついプリントアウトし、時間をかけ、ときには思考をストップさせながらまた一気に読み飛ばすといった読書体験からすれば、製本もしてくれるシステムというのは、魅力的ともいえる。

## 10. 課題の整理

現在までのところインターネットでは、優れたもののコンテンツは流通していないというのが、私の認識である。たしかに何万冊とある書籍のなかからお目当てを探しだすのにインターネットは便利であるし、次々とアップデートされていく情報に関して、あるいはホットな話題にインターネットは優れている。また広告媒体としてのインターネットも次第にその真価を発揮しつつある。しかし良質なコンテンツを果たして入手できるであろうか？ 現在ではノーといわざるを得ない。なぜか？ コピーが容易で情報の劣化がないデジタルメディアでは慎重にならざるを得ない事情がある。著作権問題しかり、その防止策としての電子透かし技術しかり、解決すべき課題が山積みされているからである。しかし最大の課題は良質なコンテンツが有料で配信され受信できる環境やインフラストラクチャーの整備こそもっとも急がれることであろう。情報発信する側にも受信する側にも大いに問題ありといえる。

## 11. メディアの変遷

メディアは時代とともに変化していく。電子技術の発展は留まるところがない。比較的早くに発展するものとしては「調べる」であろう。次に「学ぶ」があり、最後に「読む」があるのではないのか。現在のインターネットの状況では「調べる」に対して大変な威力を発揮している。会社を調べる、ホテルを調べて予約をする、時刻表を調べる、展示会を調べる、などおよそ10年前には誰も想像できなかった利便性がインターネットによって与えられた。次に「学ぶ」だが、これはこれからであろう。情報スキルの向上も必要であるが、これからは多いに増加してくる分野であろうと期待されている。すでに大学だけでなく高校や小・中学校でもパソコンによる教育が始まった。良質の教科書や各種マニュアル・テキストの必要性が叫ばれ教員・指導者のスキルアップも含めて数年の間に爆発的に増加するであろう。最後に「読む」だがこれは一番後回しになるのではないのかと思われる。どの時点でペーパーメディアを追い越すのかあるいは永遠にペーパーメディアを超えることがないのかについても、現時点では不明である。人間の思考が文字や画像を通じてどのようなインタラクティブで行われているのかについて深い洞察が必要であろう。もちろんラジオやテレビといった時系列にしかも否応なしに流れてくるメディアとも異なる。このようなメディア特性をもつものがインターネットとディスプレイでどのあたりまで置き換わってゆくのか、興味のあるところである。

## 12. 技術がコンテンツを変えやがてメディアとなる

いつの技術もそうであったように、今やインターネットを中心とする技術がブロードバンド時代到来も含めて激しく変化進歩している。口伝による情報の伝達から写経になり、やがてグーテンベルグ活字発見と印刷技術によって、メディアに広がりを見せた。連続映像を実現する技術が演劇から映画を生み出し、電波による伝達でテレビが出現したように、インターネットもそのメディア特性が生かされていく。書籍や雑誌に変わる新しいコンテンツが生み出される苦しみかもしれない。それにしても、人々が代金を払い探してみたい見たい読みたいと思わせるような良質なコンテンツとなることが必要ではないのか。新しい技術がコンテンツを変化させ、インターネットに最適で優れたもののコンテンツが発信・受信されるようになって始めて新たなメディアとなる。このことを期待したい。

### 参考文献

- (1) 深見 拓史「商業出版およびインターネットの影響」第8回(2000年度)情報知識学会・研究報告会講演論文集 pp81-88, 2000年5月
- (2) 事業者別契約数 <http://www.tca.or.jp/japan/>
- (3) 凸版印刷 Bitway サービス <http://books.bitway.ne.jp/>
- (4) イーブックイニシアティブジャパン <http://www.10daysbook.com/>
- (5) 米国サンフランシスコ連邦高等裁判所・判決 2001.2.14.
- (6) レーベルゲート社 <http://www.labelgate.com/> ほかに
- (7) ニューヨークタイムズ誌 <http://www.nytimes.com/>、ウォールストリートジャーナル誌 <http://public.wsj.com/>
- (8) コンテンツ表示ソフトウェア「Book Jacket」<http://books.bitway.ne.jp/bookjacket/>
- (9) テキストビューワー「T-Time」<http://www.voyager.co.jp/T-Time/>
- (10) マイクロソフトリーダ <http://www.microsoft.com/reader/>
- (11) アドビイーブックリーダ <http://www.adobe.com/products/ebookreader/>
- (12) E-インク社 <http://www.eink.com/>
- (13) アプリオン社 <http://www.aprion.com/>