

## デジタルコンテンツの有料配信の現状と課題

大竹 善二郎

凸版印刷株式会社 情報・出版事業本部 勤務

昨今、インターネットをはじめ携帯電話などのネットを通じて、顧客（ユーザー）にデジタルコンテンツを有料で提供する形態が事業として定着しつつある。大手インターネットサービスプロバイダ（ISP）では、各種デジタルコンテンツ販売を積極的に展開しており、これら ISP に出版コンテンツを供給する凸版印刷のネット流通事業「Bitway（ビットウェイ）」も順調に推移している。また、昨年夏頃からインターネットで本の内容を配信する電子書籍事業の新規参入が相次いでいる。しかし、この電子書籍事業がうまくいっているという話は聞こえてこない。「書店で立ち読みした上で買える文庫本500円」の魅力に勝てるコンテンツを創出しないと一般化は難しい、著作権保護が明確でないと著者の理解は得られないなどの指摘がある。

### The Circumstances and Difficulties of Charging Digital Contents on the Net

Zenjiro Otake

Toppan Printing CO., LTD. Information & Publications Division

Recently, providing digital contents with its charge through the Internet, cellular phone and other networks is becoming established as a business. Major Internet Service providers (ISP) in Japan are selling their contents enthusiastically. Our "Bitway", the contents providing service to the users of ISPs, is growing constantly. Also from last summer, there are a couple of new entries to eBook business on the Internet. But these businesses are not growing as well as they are expected. Some fundamental problems are pointed out, such as scarcity of attractive contents and lack of copyright protection.

#### 1. はじめに

##### 1.1 背景

凸版印刷では、97年の試験的サービスから今日までインターネットを通じた出版コンテンツの有料配信を手掛けてきた。一般的には97年当時の出版コンテンツは、インターネット広告ビジネスを成立させるために利用された時期と言える。未熟な決済環境の影響もあるが、実際に出版コンテンツは売れない状況にあった。

昨今この状況に変化が生じてきた。凸版印刷では、99年7月にISPに対して出版コンテンツを配信するネット流通事業「Bitway（ビットウェイ）」を立ち上げ、2000年12月までに累計6億円を売り上げる規模に成長している。取り扱われる出版コンテンツについては、出版社を中心に提

供される約80タイトル（電子書籍や楽譜などを含めると約10,000タイトル）が配信されている。勿論、各ISPでは、この数倍の有料出版コンテンツが取り扱われていることになる。売れ筋は、インターネット向けに企画制作された閲覧型（回線を接続した状態でページを閲覧）Webマガジン、特にアイドルなどを扱うグラビア系コンテンツの人气が高い。女性向けには占いなども好評である。

また、99年4月から書籍の内容をダウンロード形式で提供する電子書籍の配信事業にも取り組んでいる。出版社を中心に提供される書籍の内容を読者（ユーザー）の受け入れ可能な読書ソフト対応フォーマットのデジタルデータとして配信する。具体的には、Adobe Acrobat Readerに対応したPDFファイル形式や後に説明するBookJacketに対応したTPCファイル形式などを配信している。

一方、出版社側の電子書籍への取り組みもさかんになっている。出版界は、97年以降4年連続のマイナス成長で、取り扱い販売額は92年の水準にまで戻っている。また、委託販売制度による書店からの返品率は、出版月報2001年1月号によると書籍で39.4%にも及ぶ。このような状況の中でオンデマンド出版や電子書籍配信への期待がたかまりつつあるように感じている。

## 1.2. 本稿の目的と概要

本稿ではデジタルコンテンツの中でも電子書籍の有料配信の現状と課題を今までの経験をもとに整理したいと考えている。決して課題の解決手法を論じるものではない。勿論、電子書籍の配信事業が成立するためには、ここで整理する課題が最低限解消されることが望まれると考えている。

## 2. 電子書籍ビジネスの現状

### 2.1. 新規参入が相次ぐ

インターネット上では、ここ一年いろいろな電子書籍ビジネスの試みがなされている。出版社や著者が読者（ユーザー）に直接販売するケースやもともと出版界とかかわりのない企業の参入など形態は様々であり、その注目度は急激に高まってきたと言える。代表的なサイトを印刷出版研究所発行の“オンライン出版@書店 オンデマンド出版@印刷”を参考に整理する。

#### 2.1.1. 出版社自身が電子書店を開設

老舗的な存在である「光文社電子書店」（光文社）では、約700冊がラインナップされ、@niftyやBIGLOBE、シャープスペースタウンなどのISP会員向けに販売している。同様に出版社自身が手掛ける電子書店としては、「文春 Web 文庫」（文藝春秋）、「Web 新潮」（新潮社）、「徳間 Web 書店」（徳間書店）、「双葉社電子文庫」（双葉社）、「PHP BOOK-CHASE DIGITAL」（PHP 研究所）などがある。光文社電子書店では、シャープのザウルスユーザー向け販売を中心に、ある程度は着実に売れているといわれているが、大きな成

功事例とは言われていない様である。そうした中、2000年9月に講談社、光文社、徳間書店、新潮社、角川書店、中央公論新社、文藝春秋、集英社の大手出版8社が共同運営する電子書店「電子文庫パブリ」がサービスを開始している。

#### 2.1.2. 作家が小説を直接販売

作家が書いた作品を直接販売するサイトも多く見受けられるようになってきた。「ミュージシャンや俳優が観客の前で演奏したり、語りかけるのと同じように自分たちの書いた作品を直接読者に届けたい」（オンライン出版@書店 オンデマンド出版@印刷）との思いから、小説家3名で立ち上げた「e-NOVELS」や「e文庫」などのサイトがある。

#### 2.1.3. 出版界以外からの参入

電子書籍ビジネスの最大手は名実ともに、「電子書店パピレス」を運営するパピレス（旧フジオオンラインシステムズ）と言える。95年に富士通のベンチャー企業として設立、パソコン通信を経て96年にインターネットに進出している。2000年5月には、韓国最大の電子書店「barobook」との事業提携も行なっている。現在の取り扱い電子書籍数は約6000冊で、月間の平均販売数は2万冊（日刊工1/30）という。99年7月に博報堂と豊田通商で設立したインディビジオが運営する「フランケン」や富士ゼロックスが小学館、講談社、白泉社の協力を得て運営する「まんがの国」では、漫画などの電子書籍を中心に販売している。

#### 2.1.4. 電子書籍の総合商社

イーブックイニシアティブジャパンは、著作権者（出版社など含む）と流通市場の真ん中に入るにより電子書籍を流通させる。即ち、出版と流通を合理的に結びつけ、電子書籍の市場を管理運営しようと考えているようだ。凸版印刷が運営する「Bitway-books」も、売り場である各ISPと出版社とを仕組みを用いて結びつけている。

なおイーブックイニシアティブジャパンは電子書籍コンソーシアムの中心的人々によって設立されている。本題から反れるが今日の電子書籍ブー

ムのきっかけになったブックオンデマンド総合実証実験（電子書籍コンソーシアム）について簡単に整理する。この実験は、出版物の電子化されたコンテンツ（即ち電子書籍）を通信衛星を使って、書店、コンビニエンスストア、大学生協等に設置された販売端末で販売し、読者はそれを高精細液晶電子読書リーダーで読むという新しい試みであった。この試みに対してコンソーシアム形式で実に155社の出版社を中心とした企業が参加している。結果的に実証実験は2000年1月に終了し、コンソーシアムは解散している。このコンソーシアムの波及効果が新たな事業の立ち上がりを促進したといっても良いかもしれない。

## 2-2.PC ビューア中心の読書環境

読者はどのような環境で電子書籍を読んでいるのか。最終的には携帯型デバイス（PDA）環境に移行すると予測するも、現状は何処の電子書店もPCユーザーをターゲットにしている。シャープのザウルスなど一部で実用化されているが、まだPDAでの読書環境は整っていないのが現状である。

### 2.2.1.各社の採用フォーマット

一口に電子書籍といってもそのフォーマット（データの形式）はさまざまである。大手出版8社の共同サイトである「電子文庫パブリ」を例にすると光文社と徳間書店がテキスト形式、角川書店、講談社、集英社および新潮社がドットブック形式、中央公論新社がPDF形式、文藝春秋がCXT形式と4種類のデータ形式で配信している。凸版印刷の運営する「Bitway-books」では、テキスト形式とPDF形式、TPC（BookJacket）形式の3種類のデータ形式が存在する。各データ形式についてまとめる。

- ◆ テキスト形式：パソコンで通常使っている文字データファイルの形式。読書用推奨ソフトとして「TTVブックリーダー」を用意。
- ◆ ドットブック形式：ボイジャーが開発した読書ソフト「T-Time」用のデータ形式。縦書き表示やJIS外文字の扱いが可能。

- ◆ PDF形式：アドビシステムズが開発したデータ形式。読書ソフトとしてはAcrobat Readerを用いる。紙の本のイメージを表現可能。
- ◆ CXT形式：文藝春秋が独自に開発した読書ソフト「BBB1.0」のデータ形式。縦書きやJIS外文字の取り扱いも可能。
- ◆ TPC（BookJacket）形式：凸版印刷が独自に開発した読書ソフト「BookJacket」のデータ形式。印刷会社ならではの自然な日本語表現が可能。

各社の採用フォーマット（データ形式）が統一されないのは各社各様の思惑があるようだ。勿論、読者にとってデファクトになり得る読書ソフトが存在しないことにも起因する。即ち、読者（ユーザー）はテキスト形式など一部を除けば、出版社などの情報提供側の都合にあわせて読書ソフトをいちいち用意することになる。

また、今夏にはマイクロソフトが「Microsoft Reader」（英語版はリリース済み）の日本語版のリリースを表明している。読書ソフトのデファクトになるのではとの期待が高い。

### 2.2.2.可搬型の読書端末

本来、戸外に持ち出して、どこでも気軽に読めるようであれば「本」とは言えないが、現状は多少異なる。電子書籍の重要なデバイスである「可搬型の読書端末」が発展途上にあると言える。唯一の既存携帯デバイスと呼べるのはシャープのザウルスで、光文社や徳間書店などテキスト形式を採用している数社がザウルス向けに販売している。それ以外はPCユーザーが対象であり、さらにOSに依存する読書ソフトも少なくない。即ち、Windowsでは動作するがMacintoshで動作しない、またはWindows98,2000では動作するがWindows95やCEでは動作しないなど、読書できる環境は制限されている。さらにこれらの読書ソフトは、PC特有のインストール作業を必要とする。

## 2-3 著作権保護の状況

各社の採用フォーマットにおける思惑のひとつ

に著作権保護の観点がある。凸版印刷では、99年4月にインターネット電子書店「Bitway-books(当時「コンテンツパラダイス」)」を立ち上げる際に、出版各社から著作権者の権利保護の観点が必要だとの指摘を受け、独自の読書ソフト「BookJacket(ブックジャケット)」の開発を行った経緯がある。BookJacketの開発は、出版各社の与件をすべて解決するものではなかったが、ある程度の評価もあり作品を提供して頂いた。

### 2.3.1.出版各社の対応

著作権保護の状況を電子文庫パブリを例に電子書籍からの「印刷」(紙メディアへの出力)、「複製」(電子的なコピー)、「改竄」(読者による内容変更)、「引用」(カット&コピー)の観点で整理してみる。

テキスト形式を採用する光文社と徳間書店は、読者の利便性(読書ソフトのインストールなどが不必要)を考慮し、仕組み的な著作権保護は行っていない。読者における印刷、複製、改竄、引用は可能である。読書ソフトに依存しないためザウルスなどの展開が可能になっているとも言える。

ドットブック形式を採用する講談社、角川書店、集英社および新潮社は、原則として印刷機能は提供していない。また、ドットブック形式の暗号化によって、読者による改竄もできない。引用は必要に応じて制御するようだが、複製は可能な状態にある。ただし、ダウンロード時に読者の情報(氏名)を電子書籍データに埋め込み、読書ソフトで

表示することでコピー抑止力としている。

CXT形式を採用する文藝春秋もドットブック形式を採用する4社とコピー抑止力の部分を除いて同様の対応と言える。

PDF形式を採用する中央公論新社は、もともと印刷に適したデータ形式でもあることから印刷は可能になっている。引用も可能だが、改竄はできない。読者による複製は可能である。

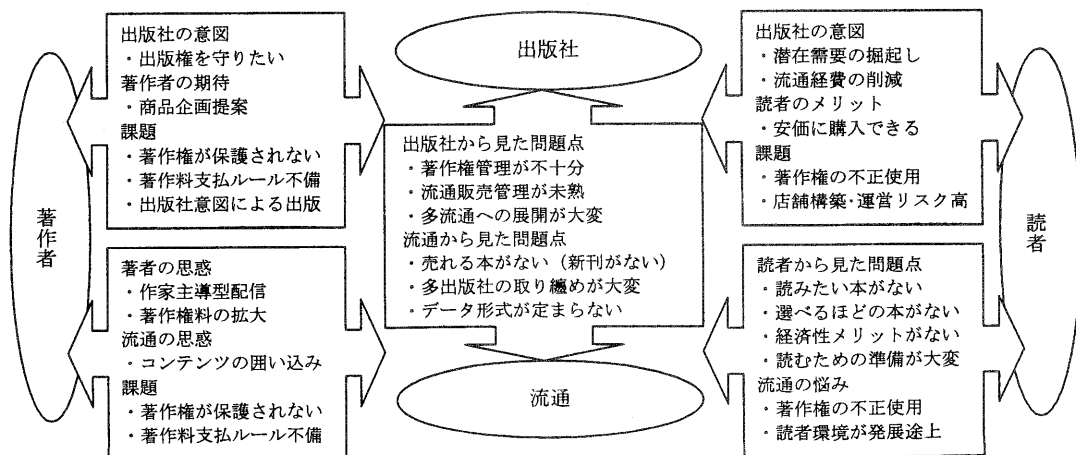
### 2.3.2.読書ソフトの対応

米国を中心に電子書籍における著作権管理(Digital Right Management)を考慮したシステムが出てきている。マイクロソフトのMicrosoft ReaderやアドビシステムズのPDF Merchantなどである。読書ソフトだけではなく配信システムを含めたセキュアコンポーネントを提供している。しかし、日本における現状は異なり、セキュア配信は一部で実験的に採用されている程度である。現状の代表的な読書ソフトであるT-TimeやBBB、BookJacketなどは、印刷やカット&コピーの制御、改竄防止などは考慮されているものの、複製(電子的なコピー)の制限や使用条件(印刷回数、読書回数など)の制限が実現できるものではない。

## 3. 電子書籍ビジネスの課題

### 3-1.期待に割にビジネスが成立しない

現状の電子書籍ビジネスでは、様々な問題が山積している状況と言える(下図参照)。勿論、一年



前には電子書籍そのものが語られることのない状況であり、それから比べれば遥かに問題は解決しているとは言える。

### 3.2.課題の整理

現状の電子書籍ビジネスは必ずしも成功しているとは言えない。著作権者の権利が保証されないことや未熟な販売管理システムによって、本当に売りたい本（売れる本）が市場に出せない現状がある。また、データ形式（仕様）の違いによって電子書籍の読みやすさ（読み勝手）のハードルが高いものになっている。

#### 3.2.1.売れるタイトルが見当たらない

売れる又は売れそうなタイトル、新刊が出てこない現状がある。市場性が見えてこないために売れるタイトルを投入できない理屈だが問題は他にもあると考える。現状、著作者や出版社に帰属する著作権が、読者により不正に使用されることを防ぐ手立てが不十分なためだ。絶版本や重版未定本が中心に展開されるモデルは、この著作者の権利保護が不十分なことに起因すると言える。また、後に述べる未熟な流通販売管理の問題もある。

即ち、著作者や出版社の利益が保証される仕組みが必要である。

#### 3.2.2.流通販売市場が限定される

著作者や出版社にとっては、直接販売を除いたほぼすべての場合、流通や販売側から申告される販売実績を紳士的に信用することでビジネスが成立している。既存の書籍（紙の本）の流通と異なり、販売＝コピーであるデジタルコンテンツ特有の問題が存在すると言える。逆に言えば未熟な流通販売システム（取次の存在の不在）によって、本当に売りたい人（新規参入の電子書店）が売れない現状（意気込みだけでは電子書店を開設しにくい現状）とも言える。また、デバイスメーカーが可搬型デバイスを開発する場合は、そのデバイス向けのコンテンツ収集を独自に行わなければならないなどリスクの高いものになっている。

即ち、市場での流通販売情報が一元的に管理される仕組みが必要である。

#### 3.2.3.読み勝手にいささかハードルが高い

読書するための使い勝手（読み勝手）は初心者にとってはいささかハードルが高すぎると言える。まず、現状の読書環境はデファクト的な読書ソフトの不在によって、多種多様な読書ソフトが存在する状況にある。大手出版8社の共同サイトである「電子文庫パブリ」でさえ4種類のデータ形式が採用されており、市場からは問題点（統一すべき）と指摘されている。また、これら多種多様な読書ソフトはPC特有のインストールを必要とする。PDF形式を扱うAcrobat Readerなど実質的には多くのPCでインストールがすでに完了しているものもあるが、このインストール作業が特にPC初心者の読書を阻害する要因になっている。結果として、特定の読書ソフトを必要としないテキスト形式のニーズが高くなっている（反面著作権が保護できない）。

即ち、読者の受け入れ易いデバイス及び機能が必要である。

#### 3.2.4.既存と異なる著作権料支払ルール

出版社にとって実は著者への著作権料の支払いも悩みのたねと言える。従来扱う紙の書籍の場合は、その印刷部数（又は流通部数）などに応じての一時的な支払い（振込み）であるが、オンデマンド型である電子書籍ビジネスでは継続的な著作権料の支払いが発生する。

即ち、出版社にとって新しい著作権料支払いルールと運用が必要であり、電子書籍ビジネスのインフラ部分として問題が解決されることが理想と言える。

#### 3.2.5.PC環境からPDA環境へ

電子書籍のデバイスは、固定型のPCから移動型のPDAに移行すると考えられる。また、紙の本には、携行性と軽さ、簡単なページアクセス、高解像度（印刷解像度）、視覚への低刺激・低疲労、メモのしやすさ…などの優れた点があり、これらは今後のデバイス開発の課題と言える。また、デバイス側とコンテンツ側の協業が行われることでセキュア配信などの標準化が進むと考えられる。

#### 4. 課題解決のひとつの方向性として

電子書籍市場が形成されるためには、著作者や出版社の権利が保証され、市場での流通販売情報が一元的に管理される仕組みと読者に受け入れられ易いデバイス及び機能が必要と考える。即ち、“著作者の利益保証”と“読者の利益保証”を新たな仕組みで合理的に結びつける必要がある。“著作者の利益保証”とは、著作権の保護であり、不正が防止された健全な市場と適正な利益の還元を意味する。“読者の利益保証”とは、利便性や機能性の向上であり、品質がある程度保たれ経済性が向上することである。新たな仕組みとは、コンピューターシステムを用いたセキュアな配信環境であり、一元的な流通情報管理と考える。

これらの実現によって、読者が読みたいと思える本が電子書籍市場に投入され、いつでもどこでも好きな読書を楽しむことができるようになると確信する。また、セキュア配信技術の進歩により電子書籍ならではの利用方法も生み出されるものと考ええる。

電子書籍と同じデジタルコンテンツである音楽の世界では既にセキュアな配信により、携帯電話をはじめとする各種デバイスが登場しつつあり、参考になるものと考えている。また、日本でもリリースが予定されるマイクロソフト (Microsoft Reader) の DRM (Digital Right Management) やアドビシステムズの PDF Merchant などに期待するものは大きい。