

1

「電子書籍元年」とはなんだったのか？

基
般

仲俣暁生



「電子書籍」という言葉の起源

電子デバイス上で従来の「本」のようなコンテンツを閲読する仕組みを「電子書籍」と呼ぶ習慣は、日本ではそれほど長い歴史を持っていない。英語ではebook（あるいはe-book）という表現が早くから定着したが、日本では1990年代においては「電子ブック（ソニー、1991）」「デジタルブック（NEC、1993）」「電子本」「電子出版（物）」などの表現が混在しており、またそれらに比べて「電子書籍」という表現はかならずしも一般的ではなく、むしろ用例を見つけることが難しいほど少数派だった。

国立国会図書館のデータベースで図書・記事・論文を検索すると、この語の用例は1980年代に1件、1994年にもう1件が見られるが、これらはいずれも専門的な論考であり、一般的な読者に向けられていない。これらを除くと「電子書籍」の語は1998年に歌田明弘が「電子書籍実験は本の未来をひらくか」という文章を『季刊・本とコンピュータ』誌に寄せたのが最も古い（実は、この記事が歌田氏に依頼したのは筆者である）。

この記事を参照すると、歌田氏が「電子書籍」という言葉を採用した背景として、1998年7月1日に朝日新聞が端末模型の写真入りで報じた「電子書籍実証実験」があったことが分かる。同年10月には「電子書籍コンソーシアム」(<http://www.ebj.gr.jp/>に当時の記録あり)が結成され、通産省(当時)の予算で1999年11月から2000年1月にかけて「ブックオンデマンド総合実証実験」が行われた。

同コンソーシアムには100社以上が参加し、その半数程度を出版社が占めた。また総合実証実験で

利用するシステムは、東日本電信電話・NTT-ME 情報流通（NTT-X. 当時）、シャープ、日立製作所が提供し、「最新テクノロジーを駆使して完成」と謳われた。当初は通信衛星を介してコンテンツの流通が検討されたが、最終的に書店の店頭で設けた「電子書籍自動販売機」（情報キオスク）で販売されることになり、読書端末は発表時の模型にあったような「見開き」型ではなく、モノクロ液晶ディスプレイを採用したシャープ製の端末が採用された。

いまこの14年前の実証実験を改めて振り返るのは、現在に至る日本での「電子書籍」論議の混乱のもとが、すべてここにあるからだ。すなわち、日本で（主にマスコミが）「電子書籍」と呼ぶ場合、それらには、(1) 官庁主導、(2) ハードメーカと通信キャリアと出版社の共同プロジェクト、(3) 作者と読者の視点の不在、といった要素があり、それ以外の「電子デバイス上で従来の『本』のようなコンテンツを閲読する仕組み」を排除してしまうのである。

以下、この視点から現在に至る「電子書籍」の流れを追ってみたい。

最初の「電子書籍元年」の不発と海外での展開

新聞や雑誌、ネットメディアに「電子書籍元年」の言葉が最初に踊ったのは、2004年のことである。「電子書籍コンソーシアム」は直接的には事業会社を生まなかったが、この実験を契機にいくつかのビジネスが立ち上がった。

2003年には、同コンソーシアムと近い顔ぶれによる任意団体「電子書籍ビジネスコンソーシアム」が

誕生。ハードメーカによる「電子書籍」端末としては2004年に松下電器産業(当時)が発売した「シグマブック」(東芝からもOEMにて発売)とソニーが発売した「リブリエ」が挙げられる。またコンテンツ提供側では、現在も電子書籍事業を継続しているイーブックイニシアティブジャパンや、現在は事業形態を大きく変えているパブリッシングリンクなどである。

シグマブックは「記憶型液晶」、リブリエは「電子ペーパー(電子インク)」をそれぞれ表示画面に採用し、マンガや小説のコンテンツをインターネット経由で提供するサービスと組み合わせて発売した。しかし、ソニーは「リブリエ」の製造を2007年で打ち切り、コンテンツの発売も2008年いっぱい終了した。松下は「シグマブック」の後継機種としてカラー液晶を搭載した「ワズギア」を発売したものの、2008年にはやはり生産を終了している。

このように日本では最初の「電子書籍元年」は不発に終わったのだが、実際には別のかたちで「電子的な出版物」の隆盛が起きていた。それはケータイ小説であり、ケータイで読むマンガコンテンツである。これらは先に挙げた「電子書籍」の定義に照らせば、(1)と(3)において明らかに正反対の性質を持つ。実際、現在(2011年の推計)においても、日本の「電子書籍市場」の大半はいまだにこの「ケータイで読む」コンテンツである。

他方、アメリカでは日本での失敗を横目に米国ソニーが2006年9月に「リブリエ」と同様の電子ペーパー画面を採用した「Sony Reader」を発売、あわせてReader Storeでコンテンツの提供を始めた。この動きを見てアマゾンも2007年11月に電子ペーパー画面を採用した初代の「Kindle」を発売。ネット書店で紙の本とあわせてKindle版の提供を開始した。この両者も、先の定義に照らすと(1)(2)のいずれでもない、民間主導かつ「垂直統合」モデルであり、日本における「電子書籍」ビジネスのあり方とは対極をなす。

「電子書籍」は、日本のケータイ向けコンテンツともアメリカのebookビジネスとも異なる考え方に基づいた、きわめて特殊な「電子デバイス上で従

来の『本』のようなコンテンツを閲読する仕組み」と言っている。

あいつぐ「黒船」襲来

こうして2000年代の後半にかけて、日本とアメリカではまったく別のかたちで「電子書籍」と「ebook」と「ケータイ向けコンテンツ」のビジネスが推移していった。そこに持ち上がったのが、思いがけないプレイヤーによる日本の出版界への衝撃だった。それはグーグルである。

グーグルは1998年の創業当初から、インターネット上の検索対象として紙の本のコンテンツを含める野望を抱いており、そのためのプロジェクトを進めていた。それはまず、著作権保護期間切れの本や、大学図書館の蔵書を電子化する「図書館プロジェクト」として始まり、さらにその対象を孤児本(著作権者が不明な本)や絶版本(著作権は存続しているが市場から消えた本)にまで広げようとしていた。その際、グーグルは著作権者との合意なしに、こうした本のスキャンとデータベース化を進めていたため、アメリカで著作権者との間で訴訟が起きた。

この「ブック検索」をめぐるアメリカでの訴訟は原告とのあいだで和解案がいったん成立した。この訴訟は集団訴訟であり、アメリカで入手が可能なすべての本の著作権者が対象になるとされたため、2009年の春にグーグルは全世界の著作権者に向けて、この和解案への参加を問う公告をマスコミやネットを通じて発表した。日本の出版界にとってはまったく寝耳に水であり、まさに「黒船」襲来だった。

その後アメリカ本国ではこの和解案が撤回され日本国内への影響は皆無となったので、複雑な経緯をここでは振り返らない。だが、この過程で明らかになった事実がある。それは、グーグルを始めとする、本のコンテンツを電子化して利用しようとする事業者主体に対して、日本の出版社は著者にかかわって交渉する権利を持っていないということだった。

2009年から2010年にかけての二度目の「電子書籍」に向けての動きは、この事実によって、きわ

めて防衛的なものとして始まった。

グーグルの動きとは直接の関係を持たないが、アマゾンでは2007年から2009年の間に「Kindle」のビジネスを飛躍的に成功させており、2009年10月にはアメリカ以外の国（日本を含む）でも利用が可能な端末「Kindle 国際版」の発売を開始した。さらにアップルがタブレット型端末iPadを2010年1月に発表（日本発売は2010年5月）し、音楽や映像におけるiTunesのように、本のコンテンツをネット経由で配信・販売・閲覧可能とするiBookというプラットフォームを用意していることも明らかになった。

こうしてグーグル、アマゾン、アップルといったアメリカの巨大IT企業があいついで、「電子書籍ビジネス」を日本でも開始するのではないか、その場合、出版社はその過程で「中抜き」にされるのではないか、という危惧が日本で一気に高まった。

二度目の「電子書籍元年」の真実

これらの「黒船」の影に怯えるかのように、2010年の日本における二度目の「電子書籍元年」騒動は、以下のような顛末をたどった。

- 2月 大手出版社を中心に「一般社団法人日本電子書籍出版社協会（電書協、EBPAJ）」が設立（1986年以来存在する「電子出版協会（JEPA）」とはメンバー構成が大きく異なり、団体名も、「電子書籍」と名乗っていることに注意）。
- 同月 丸善と図書館流通センターが、共同株式移転の方法により共同持株会社「CHIグループ」を設立。代表取締役社長兼CEOにカルチュア・コンビニエンス・クラブ（CCC）常務や産業再生機構の執行役員を歴任した元通産省官僚の小城武彦氏が就任。
- 3月 総務省、文部科学省、経済産業省が設置した「デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用に関する懇談会」の第1回懇談会が開催。
- 5月 アップルのiPadが日本でも発売開始。各種の電子書籍が対応アプリとして発売（ただしiBookのサービスは日本では現在に至るまで開始されず）。

- 7月 グーグルが電子書籍サービス「Google Editions」を2011年前半に開始すると発表（のちにGoogle eBookstore、さらにBooks on Google Playと改称し、2012年10月に日本でのサービスを開始）。
- 6月 紀伊國屋書店がスマートフォンやタブレット端末向けの電子書籍アプリ「Kinoppy」の提供を発表。
- 11月 CCCとシャープが合併会社を設立し、メディアタブレット「GALAPAGOS」と電子ストア「TSUTAYA GALAPAGOS」の開設を発表（のちに提携解消）。
- 同月 ソニー、凸版印刷、KDDI、朝日新聞社が、電子書籍配信事業の事業会社「ブックリスタ」を設立。ソニーは電子書籍専用端末「Reader」の日本発売と「Reader Store」のサービス開始を発表。
- 12月 大日本印刷とNTTドコモ、CHIグループがハイブリッド型総合書店を運営する共同事業会社トゥ・ディファクトの設立で合意し、事業子会社「honto」を設立。
- 同月 角川グループの出版社10社が参加する電子書籍ストア「BOOK☆WALKER」をはじめ、「TSUTAYA GALAPAGOS」（CCC、シャープ）、「Reader Store」（ソニー）、「LISMO Book Store」（KDDI）などが相次いでオープン。

また翌2011年早々には、二大印刷会社の大日本印刷と凸版印刷がそれぞれ電子書籍サービス（honto、BookLive!）を開始し、東芝、富士通、パナソニックも揃って電子書籍端末とコンテンツ配信サービスへの参入を発表した。

こうしたなかで、「黒船」騒動の原点だったグーグルの「ブック検索」和解案が2011年3月にニューヨーク連邦地裁で却下された。結局、グーグルもアップルも、自身による「電子書籍プラットフォーム」を日本で開始することはなかった。また本稿を執筆している2012年9月上旬段階で、アマゾンは日本でのKindleのサービスをまだ開始していない。

要するに「電子書籍元年」騒動とは、実際にはまだアクションを起こしていない「黒船」に対する先行的防御のため、官庁を旗振り役に、日本の主だっ

た印刷会社・電機メーカー・通信キャリア・書店・出版社が揃って横並びで参入するという、きわめて異様な風景だったと総括できる。

「電子書籍」は日本に定着するか

その後の経緯は簡潔に紹介したい。まず、これだけの態勢を敷いて臨んだ2011年の電子書籍市場は629億円にとどまり、2010年の段階(649億円)よりも規模が縮小するという結果に終わった。新規プラットフォーム向けの市場は24億円から112億円へと伸びたものの、従来はこの市場の中心だった「ケータイで読むマンガコンテンツ」が、いわゆる「ガラケー」から「スマートフォン」へのシフトによって、572億円から480億円へと大きく下落したためである。

こうしたなか、楽天はカナダのkobo社を2011年11月に236億円で電撃的に買収。楽天はすでにパナソニックやソニーと提携して「Raboo」という電子書籍サービスを立ち上げていたが、独自路線を歩むことを決めた(楽天はのちに「Raboo」のサービスを2013年3月で終了すると発表)。楽天koboは2012年7月には電子書籍端末「Kobo Touch」を7,980円で発売し、楽天koboイーブックストアをオープンさせた。

EPUB3という国際標準規格を採用した楽天koboの動きが、従来型の官民一体型「電子書籍」とも、AZWという独自規格によるアマゾンとも異なる動きであることには注目すべきである。これまでの国内規格(シャープのXPDFとボイジャーの.book)から、国際規格であるEPUBへのシフトは、オーサリング環境のオープン化ということもあって、コンテンツの量的・質的拡大に寄与するだろう。すでにkoboではブックログの「パパー」からのEPUBコンテンツを始め、自己出版(Self Publishing)のコンテンツが増えている。

こうした動きに敏感に反応して、アマゾンも2011年8月に、公式サイトにてKindleの「近日発売」をアナウンスした。すでに日本の書籍市場で最大の小売りプレイヤーであるアマゾンが電子書籍サービスを開始した場合、圧倒的なシェアを獲得するこ

とはまず間違いない。しかしアマゾンも日本でのサービス開始にあたって必要なコンテンツ獲得に苦慮していると見られる。グーグルも2012年10月にBooks on Google Playで日本語書籍の提供を開始したが、コンテンツは目に見えて不足している。

こうした動きと時期的には前後するが、「デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用に関する懇談会」での議論をうけて2012年4月には「出版デジタル機構」が株式会社として設立され、大手の出版社と印刷会社に加えて、同機構に150億円の出資を行った官民ファンドの産業革新機構が株主として名を連ねた。電子書籍のコンテンツ数を100万タイトル程度まで飛躍的に拡大させるため、出版社に対してその制作支援を行うことが目的とされている。また同機構と同様のスキームにより、平成23年(2011年)第三次補正予算事業として、10億円の予算規模で6万点を目的とする「コンテンツ緊急電子化事業」が先行的に行われている。しかし、国費によるこの事業でさえタイトル集めに苦慮しており、その道のりは遠いと言わざるを得ない。

こうした意味でも、1998年の「電子書籍コンソーシアム」以来続いてきた「電子書籍」ビジネスのあり方は、そろそろ根本から見直されるべきである。その際に鍵となるのは、「作者と読者の視点」であり、すでに楽天Kobo向けには作者自身が出版社を兼ねる「自己出版」の作品が増えている。アマゾンも海外ではKDP(Kindle Direct Publishing)というセルフ・パブリッシングの仕組みを持っており、日本でのサービス開始にあたっては、当然こちらも同じように導入されると思われる。こうしたボトムアップからの動きを取り込むことができず、新興勢力に対する防御という役割のみでありつづけるなら、官庁と大企業連合による「国策」としての「電子書籍」ビジネスは、これからも失敗しつつづけるだろう。

(2012年9月10日受付)

● 仲俣暁生 anakamata@gmail.com

編集者。「ワイアード日本版」「季刊・本とコンピュータ」編集部を経てフリーランスに。2009年より「マガジン航」編集人、共編著『ブックビジネス2.0』(実業之日本社)ほか。