

大学出版会よ、覚悟と創造力を持て！

こいそ かつひと
小磯 勝人

(慶應義塾大学出版会 (デジタルメディア事業開発担当))

1 はじめに

毎年1月末に、出版科学研究所の調べによる前年の出版物の販売実績が発表される。2011年の書籍・雑誌の販売額(電子書籍を除く)は前年比38%減の1兆8042億円、書籍の販売額は前年比0.2%減の8198億円である。一方、2011年度の電子書籍市場規模は前年比7.9%増の723億円(矢野経済研究所、<http://www.yano.co.jp/press/pdf/927.pdf>)だが、その約8割は、携帯電話向け。その大半はコミックで、「ボーイズラブ」と呼ばれる女性向けアダルト作品だと言われる。電子書籍リーダーやタブレット端末向けの電子書籍配信に限ると、その市場規模は国内の書籍市場全体の1%にも満たない。同研究所は「日本では著作権の扱いや既存出版流通との関係など、多くの課題がある」[2012年に米Amazonが日本の電子書籍市場への本格進出を予定していることなどから、外資参入をきっかけとするコンテンツの拡充や電子書籍リーダーの改良により、電子書籍市場は2年から3年後に本格的な拡大期が見込まれる]と分析している。

出版業界としては、1996年をピークに販売金額が長期にわたって減少し続けている状況下で、電子書籍を活路を見出す手段と捉えているのか、あるいは余計な産物として捉えているのか。当社の事例を紹介しながら、「電子学術書」の展望を見ていきたい。

2 出版会にとっての電子書籍の存在とは？

アップル社のiPadに代表されるタブレット型端末の発売・普及によって“電子書籍元年”と叫ばれたのは2010年のこと。それからすると今年“電子書籍3年”にあたり、新聞や雑誌で毎日のように取り上げられているものの、「書籍の電子版」は決して普及しているとは言えない。電子書籍を買おうとしても、自分の持っているデバイスで購入可能な本がなかなか見当たらないのだ。普及にブレーキをかけている最大の原因のひとつがコンテンツ不足にあることは間違いない。2011年7月時点でコミック、写真集、雑誌を除外した日本語コンテンツ数は2万冊

程度と言われている。出版社の多くは、電子書籍に対してまだまだ様子見のスタンスなのだと思う。紙の書籍が売れないご時世に、電子書籍化を図っても売れる目処は立たない。そのような状況の中で、電子化を進めるための著作権者等に対する権利処理や制作にかかる新たなコストをかけて(紙と二重投資になってしまい、引用図版・写真の許諾には追加費用発生の可能性もある)、電子化を進めることは採算に合わないのである。また、多様化するデバイスへの対応、電子書籍フォーマットの見極め等、電子書籍化を進める上での課題は数多く存在する。だから、「売上の立たない事業などに取り組めない」「まだ電子書籍なんて考えなくていいのではないか」という出版社の本音が聞こえてくるわけだ。

電子書籍の流れがこれまでの出版事業に大きな変化をもたらすかどうかは定かではない。しかし、人の価値観の変化、それを後押しする技術の変化が、途方もない大変革を起こす可能性も否定できないという事実も認識すべきだし、こうした変化に鈍感な会社は廃れるしかないのだろう。

3 学術コミュニケーションの変化への対応に迫られる大学出版会

当社にとっての主たるクライアントは、著者である大学の先生であり、ユーザーである研究者や学生であると言っている。そのいわゆる“アカデミック・ファーム”においては、情報技術の進展に伴ってオープンアクセスや電子メディアが普及・拡大していくとともに、学術コミュニケーションのあり方が大きく変化してきた。そして、その変化は必然的に大学における研究・教育の変容につながり、大学図書館のあり方をも変えようとしているのだという。周知のように、「大学図書館の整備について(審議のまとめ)——変革する大学にあって求められる大学図書館像」(2010年12月、科学技術・学術審議会報告)の中で、大学図書館に求められる機能・役割として、学習支援および教育活動への直接的な関与が提言されている。

デジタル環境下で、従来の紙媒体を前提としてきた学術出版モデルは強く見直しが求められており、新たなモデルの構築が必要になってきた。大学を拠点とする学術出版の今後のあり方を再考し、著者と読者のニーズが多様化していること、あるいは電子ジャーナルに席卷されている大学図書館の現状を分析したうえで、大学出版会は提供する出版サービスの今後のあり方を検討していく岐路に立っていると、言っても過言ではあるまい。大学に軸足を置き、“アカデミック・ファーム”の方々をクライアントに持つ大学出版会としては、「儲かる・儲からない」という価値判断だけではなく、学術コミュニケーションの変化という潮流についていかなければならないし、変化の波に飛び込みつつ、次のステップを模索していくしかない。その文脈からすれば、当社は電子書籍事業を「進めるしかない！」に決まっているのである。

そうは言っても、採算をまったく度外視し続けるわけにもいかない。当社としては、電子書籍化を進めていくにあたって、まず最初に在庫整理をターゲットとして考えている。既刊書を電子書籍化していくことで在庫を減らせ、外部倉庫費を抑えることができる。「絶版」「品切」といった扱いをしなければならない商品もなくなる。また、新刊については厳密に刷り部数を検討・調整し、必要最少部数だけを印刷すればいい。つまり、極力在庫を持たずに電子書籍やPOD(Print On Demand)でも対応できる態勢を構築するという、これまでにない形態を確立していこうという目論見である。

そして、制作した電子書籍はNetLibrary(紀伊國屋書店)やeBook Library(丸善)といった図書館向け販売サービスを利用して販売していくこともできる。

4 電子書籍化を阻む最大の要因は権利処理？

しかし、いざ既刊書の電子書籍化を図る作業を始めると、最大のハードルは著作権者等に対する権利処理の問題だということがわかる。当社ではまず、商品进行分类し(著者がひとりか複数か、使用されている図版の許諾が必要か等を検討)、許諾を得やすそうなものから着手することにした。そして、著作権者に関係資料を送付し、当社の電子書籍に対する趣旨や目的を説明。その上で電子出版契約書を交

わすという流れである。おそらく、多くの出版社が同じステップを踏むと思われるが、著作権者と連絡の取れないあるいはお返事をいただけない等、最初のステップでつまづいてしまう事例も多いだろうと思われる。電子書籍化を進めるための権利処理を行うことの難しさを実感するわけだが、「電子学術書」については、あえて乱暴な言い方をすれば「ある一定の手順を踏んだうえで、著作権者から拒否の意思表示がない限り同意しているとみなす“オプトアウト”という選択肢を視野に入れてもいいのではないか」というのが私の率直な意見である。

今年4月には「出版デジタル機構」が誕生し、5年後までに100万タイトルのコンテンツを市場に送り出したいと表明しているし、5月には経済産業省「コンテンツ緊急電子化事業」もスタートしている。また、「出版者への権利付与の検討」およびそれに関連する「出版広報センター」の開設等、電子書籍を推進するために官民をあげてさまざまな施策に取り組んでいる。こうした取り組みが功を奏すかどうか、その動向を注視していく必要があるだろう。

5 大学出版会としての自覚と責任、そして覚悟と創造力

当社にとっての電子書籍事業は、最終的にはリッチ・コンテンツ化とマイクロ・コンテンツ化を図ることだと考えている。たとえば、SFC Global Campus(<http://gc.sfc.keio.ac.jp/>)を見れば、開講されている科目の一覧が掲載されている。そのひとつを覗いてみると、その科目のシラバスをはじめ、授業ビデオと講義資料(Lecture Material)のほかに参考文献リストが用意されている。このように、電子書籍が単体として存在するのではなく、そのリッチ・コンテンツとして大学の講義ビデオ・資料とリンクする形態——コースパッケージを目指していきたいということである。これは、大学が提供する通信教育のE-スクーリングやOCW(Open Course Ware)等も同様だと考えているし、大学の社会貢献のひとつである公開講座にも応用可能だと考えている。

また、その反対に1冊の電子書籍を節や部、章ごとにばらす方向を検討してもいいのではないかと考えている。そうすることによって、たとえば「Aという本の第2章とBという本の第5章、Cという本の第8章……」という形で異なる書籍のマイク

〈特集 2〉 電子学術書利用実験プロジェクト

ロ・コンテンツを串刺しにした新たな教材（いわゆるコースパック）等を制作するという可能性も見えてくる。

このように、リッチ・コンテンツ化とマイクロ・コンテンツ化に活路を求め、新たな教材や学習環境の創出につなげていくことこそ、大学出版会としての目指すべき方向性なのではないだろうか。いま、まさに大学出版会としての自覚と責任、そしてコンテンツ・プロバイダーとしての覚悟と創造力が求められている。その実現に向けて、日々邁進していかなければならないと決意を新たにしているところだ。