

4. 2 電子出版の動向

丸善（株）学術情報ナビゲーション事業部 e ビジネス推進部長
松 田 和 之

1.はじめに

出版は国の文化の核となるが、衰退も無ければ、新たな黄金時代もないと言われる。電子出版はビジネスとして成功するのか否か。はたして、電子出版物は読者を満足させる事ができるのだろうか。

電子出版あるいは電子出版物という言葉は決して新しいキーワードではないが、電子出版物が書籍として納本制度の対象となったのは平成 12 年である。情報を電子的媒体等を使用して公表することを「電子出版」、電子出版によって公表されたものを「電子出版物」^[1]と定義した現在の納本制度は、「国立国会図書館法の一部を改正する法律案」として平成 12 年 3 月 31 日に成立し、形態別として「ネットワーク系電子出版物」と FD、CD-ROM、DVD 等の有形の媒体に情報を記録した「パッケージ系電子出版物」に区分された。現在は平成 12 年 10 月 1 日以降に発行された「パッケージ系電子出版物」のみが国会図書館への納入対象とされている。

急激な増加とともに、保存されることなく日々消失しつつあるインターネット上のデジタル情報は「カゲロウ文献(Ephemeral Literature)」とも称され、特に「ネットワーク系電子出版物」は著作権等の制度的問題をかかえながらも Web-Archiving として、その収集・保存が世界の国立図書館では実施されており、国会図書館でも検討中とのことである。納本制度審議会では、「ネットワーク系電子出版物」の特性から、国立国会図書館法の部分改正によって当該出版物を収集することには問題があることが認識され、何らかの新しい制度的枠組みが必要となるとしている。

[2]

IT 戦略が積極的に推進されている現在の情報流通基盤を鑑みると、情報社会の基盤が徐々に「紙」から「デジタル・コンテンツ」に移行しつつある。近年急速に普及し始めた出版における DTP (Desk Top Publishing) とネットワークの融合による「Paper から Screen へ」と展開する情報の生産流通過程の変革は、出版物をデジタル・コンテンツとしてその生産性の向上とプロセスの高速化をもたらした。不可視的財であるデジタル・コンテンツは、従来「著者」と「読者」の間に介在する既存の「出版社」、「取次店」、「書店」、「図書館」などにおける生産流通基盤に対して、機能やサービス形態の進展(変革や改革ではなく、伝統的なサービスを包含する)を余儀なくさせている。

大学図書館等においては、電子出版物の購読とアクセス環境の整備が必須とされている。情報提供サービスの充実という使命のもと、「パッケージ系電子出版物」といえども、その利用形態としてはイントラネットや LAN 等のネットワーク経由であることが多い。なおかつ現在では、電子ジャーナルに代表される学術雑誌をインターネット経由で購読する事が一般化しており、コンソーシアムの結成にも年々関心が高くなっている。

購読料等支払に関した電子商取引の発生、既存メディア資料のデジタル化や電子出版物の貸出返却、e-learning における e-books や e-textbooks への対応、さらには全てに関わる権利問題など、デジタル情報化社会(知識創発型社会^[3])に向けて、電子出版物と既存書籍・雑誌との共存のもと、図書館においては情報を欲する人々のファーストリゾートとなるべく、新たな図書館運営が必要とされている。

一方、電子出版とネットワーク提携の可能性を見越した企業合併や異業種の参入が相次いでいる出版業界では、新たな潮流を取込むと共に、長年培ったビジネスプロセス、物理的資産、歴史的資産、コンピューティング資産、情報力等を核とした「One-Source Multi-Use」による一層のデジタル化を推進するための新たなビジネス・スタイルを構築しつつある。

心を満足させ得ないサービスは存続し得ない。ただ単に出版物をデジタル化して電子出版物と称しても、それは読者には受け入れられないであろう。読者心理を把握し、読者との関係を良好に維持・改善することを目的としたCRM(Customer Relationship Management)を推進することにより、多くの個別読者を満足させることの出来るコンテンツや利用環境を提供する事が可能になってこそ、出版社や図書館の存続意義がある。電子出版物が普及することは、書籍の利用環境が変化することであり、書籍そのものの変化をも意味し、さらには、新たな研究手法や教育方法論を生み出すことである。

このような状況の中で、情報の生産流通過程や利用形態が今後どのように発展し社会基盤を構築していくのか、財政的課題、制度的課題、技術的課題から電子出版の現状を説明し将来動向について考察する。

2. 進化するメディア

2-1 情報の入手と共有

2-2 流通プロセスの高速化・多様化

2-3 一次情報、二次情報、リンク情報

3. 情報流通の基盤整備

3-1 ブロードバンド・サービス

3-2 出版とネットワークの融合

3-3 図書館サービスの進展

4. 紙と印刷と出版業界

4-1 出版流通過程

4-2 マイナス成長の現実

5. 出版社の挑戦

5-1 Print On Demand

5-2 電子出版(既存タイトルの電子版と新規出版)

5-3 Copyright in an Electronic World

5-4 価格政策

6. 電子出版物の基本的な特徴

6-1 メリット

6-2 デメリット

6-3 Paper & Screen

6-4 ネットワーク系とパッケージ系

7. 海外電子出版の動向

7-1 Open eBook

7-2 e-Book・e-Textbook・Audio e-Book

7-3 学協会、大学出版局、商業出版社

8. 国内電子出版の動向

8-1 電子ブック

8-2 e-Book・e-Textbook・Audio e-Book

8-3 クリック & モルタル

9. 図書館における電子出版物の活用

9-1 CRM (Customer Relationship Management)

9-2 出版ビジネスと図書館との共存体制

9-3 組織内外の専門家や業者とのアライアンス強化 (知的インフラの構築)

10. 電子出版物活用への社会的合意の必要性

10-1 権利の尊重

10-2 プライバシー情報の保護

10-3 有償提供への社会的合意 — 無償提供

参考資料 [1] 「電磁的記録(電子的方法、磁気的方法その他の人の知覚によっては認識することができない方法によって作られた記録をいう)として複製された著作物」

[2] http://www.ndl.go.jp/jp/aboutus/deposit_council_book.html

[3] <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/kettei/010122gaiyou.html>