

作家のために 読者のために



「Character」©うえむら

目次

電子本らしく、潔く 鎌田純子 2

エンジニアから作家へ 藤井太洋 5

疾風怒濤の時代、進化する台湾の青文出版社 黄詠雪 8

消えゆくアナログとデジタルの境界線 大谷和利 10

電子本らしく、潔く

株式会社ボイジャー 代表取締役 鎌田純子

検索できる本

人は電子の本を読むだろうか。読んでもらうためには、どのような姿、形であればよいのだろうか。どんなテーマや内容が適しているのだろうか。私たちボイジャーは1992年の設立からずっとこの答えを探し求めてきました。みんなが「読む」という確信がありました。しかし、その頃はスマートフォンもタブレットもありません。一昔も二昔も前のパソコンで読書しようというのです。現実はずっと厳しいものでした。

初期の電子本は紙の本とよく比べられました。紙の本はパラパラとめくって読めるし、好きなところに線を引いたり、書き込みをしたりできるけれども、電子本だとできないし、特別な機械が必要だ。ドットの密度も粗く、安っぽい。こんな風に耳の痛い言葉が続きました。実際、欠点だらけだったと思います。ただ、そんな電子本にもいいところがありました。20グラムにも満たないたった1枚のCD-ROMに100冊の文庫を入れることができました。その中を検索することができました。

インターネットが一部のIT技術者だけのものだった当時、どうやって本を手に入れていたかを思い出してみます。通勤、通学途中の書店で、何とはなしに手に取った本を買う。あるいは新聞の切り抜きを持って近所の書店で注文をし、10日後、手に入れる。こんな調子でした。今はどうでしょう。書店数は1999年の62%と大きく減っています^(*)。不便になりましたか？ いいえ、今は欲しいと思ったら、オンライン書店で即日手に入れることができます。中古本の注文もできます。図書館に蔵書があるかどうか、調べることもできます。本がインターネットの上であれば、その瞬間に手に入れることができるのです。インターネットによって本を買ったり、読んだりするスタイルが変わりました。

インターネットは世界中で利用され、その上を情報が行き交っています。今の社会生活にとって水や空気のごとく不可欠なものです。

特に、情報へのアクセスについては従来の姿をはるかにしのぐ簡単さ、便利さがあります。日常的に気になったことをインターネットで調べることが増えています。この圧倒的な恩恵にひとたび慣れてしまうと、それ以外の手段を使うことは難しくなります。

デジタル時代の創造的破壊

例として、ニュースのことを考えてみましょう。ニュースは新聞やテレビ、ラジオよりもインターネット経由で知ることが増えています。

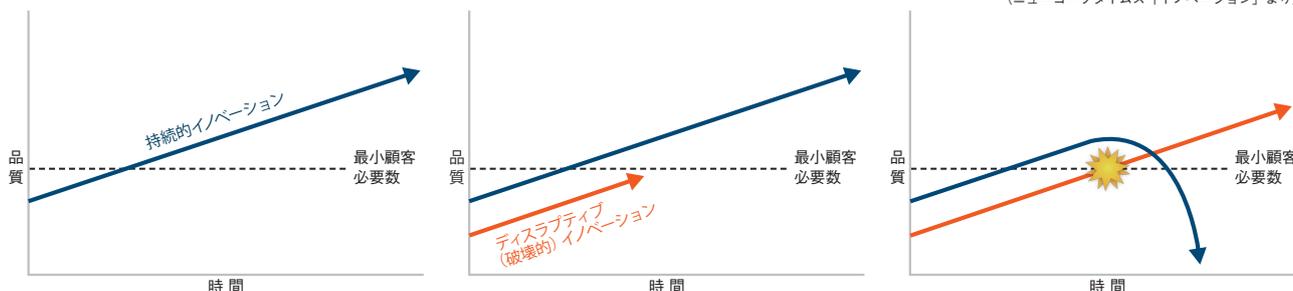
2014年3月、米国の大手新聞社であるニューヨークタイムズの「イノベーション（革新）」という社内向けレポートがインターネット上にリークされました。そこには、ニューヨークタイムズが生き残るためには、会社も記者も変わる必要があると書かれていました。読者は、SNSやスマートフォンに送られるニュース速報でニュースを入手している。ニューヨークタイムズはいい記事を作っているのに、読者数では新興メディアに及ばない。手軽なメディアに読者を奪われ続けていると指摘されていました。

デジタルカメラを例にメカニズムが説明されています。それをディスラプション（創造的破壊）と呼んでいます。日本語に訳してみよう。

「ディスラプター」が新しい製品を導入するが、最初は脅威のように見えない。彼らの製品は安っぽく、質も低い最初は。(略)時を経て「ディスラプター」は、たいていの場合、新たなテクノロジーを採用するなどして自分たちの製品を向上させる。彼らの製品が大部分の顧客にとって「十分良い」状態になった時、「引火点」が発生する。

デジタルカメラで言えば、大部分の顧客にとって「十分良い」と

(ニューヨークタイムズ「イノベーション」より)



既存企業はイノベーションを、連続的に改良を重ねたものとしてみなす。彼らは自分たちの製品の質を向上させることに焦点を当てている

「ディスラプター」が新しい製品を導入するが、最初は脅威のように見えない。彼らの製品は安っぽく、質も低い——最初は

「ディスラプター」は新たなテクノロジーにより製品を向上させる。顧客に対して「十分良い」状態になった時「引火点」が発生する

は葉書サイズで美しくプリントできる品質に当たるとでしょう。初期はおもちゃ同然で、プリントは名刺サイズが精一杯、これでは大切な思い出を残そうなどと考えることはできませんでした。いくつもの改良を経て葉書サイズの基準を満たした時、デジタルカメラは「引火点」に至りました。その場で写せたかどうかのわかり、自宅でプリントできるのは本当に便利です。

電子本でも同様のことが起こっています。超高密度のドットで構成されたパネルが装備されたスマートフォンが普及し、手放せないデバイスとして定着し、インターネットで24時間、オンライン書店にアクセスできるようになりました。世界的に電子本ファイルの標準化が進み、欧米の言語だけではなく、日本語も EPUB 形式で制作できるようになってきました。例えば、縦書きの本は表紙を右方向に開いて読み始めます。横書きの本は逆で、表紙を左方向に開きます。EPUB によって日本のコミックも意図どおりのページ順序で見開きの表示ができるようになったのです。

昔は電子本が紙の本に劣るのは仕方がないと言うことができた。しかし、現状を整理すると、もうそういう時代ではないことがわかります。技術的な欠点は解決されました。読者にとって「十分良い」状態が実現しつつあるわけです。

本は情報、知識のパッケージ

作家にとってはどうでしょうか。作家の視点から見た電子本の特徴をあげてみます。

- ①個人で出版できる
- ②在庫リスクがない
- ③パソコンで制作できる

他にもありますが、いずれもメディア（媒体）として流通面、費用面、制作面の簡便性、優位性を示しています。

ボイジャーは現在、本が果たしてきた本来の役目に注目しています。本は情報、知識をパッケージとしてまとめたものです。一人一人が残したいテーマが本という姿になっているのです。本というパッケージとなることで、文章に読者を意識した枠組みが与えられます。パッケージの枠はとても大きな要素で、ウェブページやブログとの差をもたらします。読者を意識して書き、パッケージにします。繰り返し書くのであれば費用を抑えられる電子本が適しています。また言葉で書ききれない部分を、インターネット上の画像、映像へのリンク、ページへのリンクで補完することもできます。

個人で本を作る上で一番難しいのは、完成を見極めることです。商業出版であれば、原稿の段階で編集者が OK を出してくれます。では個人ならどうすればいいのでしょうか。

一言で言えば、思い切って出してみることです。世に送り出すつもりで書くと自然にテーマを読者へ伝えようという強い気持ちが生まれます。潔さが求められますが、本というパッケージになって、はじめて誰かに読んでもらえます。原稿の状態で読んでくれるのは編集者だけです。

本を作る際に、もう一つ重要なことがあります。それは著作権への気配りです。例えば、引用した場合は出典を明記しなければなりませんし、自分の文章と引用部分の区別がつかないような書き方はルール違反です。2015年著作権法が改正になり、電子出版権が制定されました。また TPP（環太平洋経済連携協定）交渉で著作権の保護期間延長問題が浮上しています。

こうした背景のもと、クリエイター向けの著作権の入門書が出版されています。法律の初心者でも読みやすく書かれています。電子本を出すのであれば1冊はお読みください。『クリエイターが知っておくべき権利や法律を教わってきました。著作権のことをきちんと知りたい人のための本』（著／鷹野凌、監修／福井健策、発行／インプレス）や『18歳の著作権入門』（著／福井健策、発行／筑摩書房）などがあります。

Word から5分で電子出版「ロマンサー」

1996年、日本の出版売上は絶頂期で、現在よりも5割以上多い2兆6千億円を越していました。今、市場規模や書店数の減少を語る時、出版社視点から「昔は良かった」と言われます。

紙の本には原稿を印刷し、束ね、工業製品として仕上げ、取次業者を通じて書店へと流通させる工程がありますが、ここに専門的な経験や仕組みが必要で、数十万円以上の費用がかかります。とても個人ができるものではありません。電子本はその工程がありません。完全にパソコン上で仕上げていきますので、手軽な費用でパッケージにすることができます。紙の本であれば、出版社抜きには考えることができなかつたことです。

電子本は、個人で出版できると書きました。アマゾンの Kindle ダイレクトパブリッシングやアップルの iBooks を利用すれば、世界中に販売することができます。ただしこれらのオンライン書店では、EPUB 形式のファイルの用意が求められます。いざ電子出版と決めた時、EPUB ファイルはどうやって作ればいいのか、戸惑うかもしれません。

ボイジャーは電子本制作のウェブサービスを開発しました。ロマンサー (<https://romancer.voyager.co.jp>) といいます。ここでは Word ファイルから EPUB ファイルを制作することができます。ステップは

- ①原稿のファイルを用意する
 - ②アップロードする
 - ③変換ボタンを押す
- の3ステップです。

ロマンサーでは電子本を公開することもできます。メールやご自分のブログ、Twitter、Facebook などその URL を知らせればいだけです。この URL を選択すると、そのまま本を開くことができます。

この仕組みには、2011年に開発した「BinB（ビーインビー）」という読書システムを使っています。BinB は、Books in Browsers



「ロマンサー」にログインすると、ダッシュボード、作品リスト、制作ガイド、出版サポートといった会員メニューが表示される

の頭文字です。電子本をウェブブラウザの中に表示する仕組みで、専用の読書アプリケーションは必要ありません。

新しい出版のコミュニティ

今、人は電子の本を読み、池澤夏樹さんのように作家自ら作品の電子アーカイブ「impala e-books」(<http://www.impala.jp/>)に取り組む例も出て来ました。第1期40点以上の電子化が進んでいます。池澤さんは2014年のアーカイブ開始時、「重い紙の本たちの上空を身軽な電子版がひらひらと天使のように舞う。これもまた好ましい光景ではないか。読者には選ぶ自由があるわけだし。」と言いました^(*)。2015年には片岡義男さんの作品アーカイブも始まりました。

「impala e-books」は、インターネットによって作家自身が読者と連携できる環境が誕生したことを示しています。新しい出版のコミュニティが作られるのです。

以前、我孫子武丸さんや井上夢人さんら作家が集まって、e-NOVELSというサイトを立ち上げたこともありました。相互に編集しあって、作家個人として小説を発表する場を維持していこうというものでした。その後、e-NOVELS自体は終了しました。しかし今のネットでは、志を同じくする仲間が集まり、創作活動の発表の場を形成することは珍しくありません。

ネット上の文学コミュニティとしてもっとも歴史があるのは青空文庫(<http://www.aozora.gr.jp>)です。1997年に故・富田倫生さん等の呼びかけで始まりました。著作権の保護期間が終わった作品のテキスト入力、校正をボランティアが行い、無料で利用できるよう、インターネットに公開するという活動です。中島敦『山月記』、二葉亭四迷『余が言文一致の由來』、森鴎外『高瀬舟』、與謝野晶子『みだれ髪』(明治34年版と昭和8年版)の5点から始まった青空文庫は18年目で13,000点を越えるまでに発展しました。

最近では、2011年に翻訳家の青山南さんが戸山翻訳農場(<http://www.ttfarm.org>)を公開しました。早稲田大学の学部生、院生がアメリカの短編作家オー・ヘンリーの全著作を翻訳していくサイトです。20世紀初頭のニューヨークの時代背景を細部にわたって読

み解きながら、さらに深い翻訳を追求しています。この活動が筑摩書房の編集者の目にとまり、青山南さんの監修を経て、2015年5月、文庫版が『O・ヘンリー ニューヨーク小説集』が刊行されました。

明日のために残す

電子本は紙の本に対抗するものではありません。20年前にはかなわなかったことが、今できているわけですから、さらに20年後、人工知能が発達し、調べものなどしなくても、念ずれば通ずらなくなっていくのかもしれない。そこにある未来は、高度なデジタル技術に支えられていることでしょう。

その根底にあるものは、一人一人が紡ぎだす言葉であり、本であると思うのです。今現在の電子本のほとんどは、紙の書籍をそのまま電子化した電子の書籍で、プリント・アンダー・グラス(ガラスの下の印刷物)と笑われることもままあります。それでも電子本ならば検索の対象となることができます。

経済的な理由から紙の本では出版できなかったテーマが、電子本で実現できるとすれば、もっとも魅力ある利点はここでしょう。人は情報を求め、検索をします。その検索結果の一つに私たちの電子本があるのです。今現在はDRM(デジタル著作権管理)の負の側面に阻まれて、理想的な検索環境とは言えませんが、これもまた時間が解決していくと考えています。

ETERNITY: エタニティ(永続性)

BORDERLESS: ボーダーレス(国際性)

OPEN: オープン

ORIGINALITY: オリジナリティ

KNOWLEDGE: ナレッジ(知識・情報)

SOCIAL: ソーシャル

といった電子本を支える要素に照らしながら、電子本らしく今できることを続けていきたいと考えています。

*1 日本著者販促センターのサイトより

*2 <http://www.impala.jp/e-books/about.html>



鎌田純子(かまた・じゅんこ)

1957年生まれ。パイオニアLDCにて、レーザーディスクの市場導入やマルチメディア作品の企画制作などに従事した後、1992年株式会社ボイジャーの設立に参加。CD-ROMやWebのプロデュース、電子出版関連ツールの制作販売を担当。2013年10月より代表取締役。

エンジニアから作家へ

作家 藤井太洋

小説を書こう、

会社員としてPC用のソフトウェアの開発を行っていた私がそんなことを思いついたのは、福島第一原子力発電所の事故のためにエアコンの利用が制限されていた蒸し暑い2012年の夏のことだった。連日のように「放射能」という言葉で人を脅しつけるような報道が流れる中、参加した放射能に関する科学セミナーで、高エネルギー加速器研究機構の教授が語った放射能は、100年を超える研究に基づいた事実として私の中で固まった。

私は科学を修めていない。ジャーナリストとしても訓練を受けていない——でも小説なら、フィクションならば伝えられるかもしれない。そう考えて私は、小説を書き始めた。

本の仕事

本を書くのは初めてではなかった。

2003年には「Shade」という3DCGソフトウェアの解説本を書き、それが縁の一つとなってShadeを開発しているe-frontierへ就職し、会社員となった後もShadeのガイドブックを2冊ほど書いている。また、ShadeのプレスリリースやWebサイトに掲載するプロモーションストーリー、製品に同梱するユーザーガイドなど、会社員としては数多くの文章を書いていた。

本を作るのも初めてではなかった。

私は、1996年に初めて就職した飯田橋の帆風という製版会社で、DTPのエンジニアとしても働いた経験がある。まだDTP制作をやる事業所が少なかったためか、手書きの原稿用紙から本を作るような業務もあり、入口から出口までを学んでいった。1999年には帆風が受託した、航空自衛隊浜松基地の広報館に展示するグラフィックの製作を任された。企画から取材、執筆、撮影の手配、編集、デザイン、イラストレーションの作成、そして印刷物の納品まで、経験までも積ませてもらった。また、e-frontierが出版社を保有していたため、経営サイドからも出版というビジネスについて学ばせてもらっていた。

実際のところ、小説さえ書き上がれば表紙のイラストを描き、文庫本の体裁にDTPでまとめ、印刷製本してISBNコードを振り、小さな流通を通して売ることもできただろう。だが、印刷本を作れば一度きりの思い出になってしまうことは、私の経験と業務知識が教えてくれた。プロの手による書籍が数百部しか売れない時代なのだ。繰り返しやれる方法でなければならなかった。

私は自然と、電子書籍で販売することを考えていた。

まだ、Kindleの日本進出が日経新聞の観測記事にしかなかった頃のことだ。

縦書きの日本語が、AmazonやApple、そしてAdobeのエン

ジンを利用するKoboのようなプラットフォームで表現できるかどうかについて、不安はなかった。2011年の段階で、AppleがWebブラウザSafariのために作っていたオープンソースのWebライブラリ「WebKit」がHTMLで縦書きを表現できていることは、趣味でやっていたHTMLアプリ開発で確認できていた。

逆に電子書籍の流通は全く当てにできない状態だった。2009年にはAmazonの独自フォーマットを用いるKindle Direct Publishing (KDP) がリリースされ、AppleもiPhoneやiPad用のiBooksストアへiTunesと同じようにセルフパブリッシングのできるチャンネルを用意していたが、日本の大手出版社がセルフパブリッシングのある海外プラットフォームと契約し、AmazonやAppleが日本でストアをオープンするのに何年かかるのか、全く予想できなかったのだ。この時点ではカナダのKoboもセルフパブリッシング機能である「Kobo Writing Life」を始めていなかった。日本語の電子書籍フォーマット「XMDF」の存在は知っていたが、個人が流通させるチャンネルはなかった。

だが、青空文庫形式のファイルを頒布してiOSの「i文庫」で読んでもらえばいい。EPUBファイルでも、横書きにはなるがiBooksアプリで開いて読むことができる。それならば、デジタルコンテンツとして自主流通させることができる。

青空文庫形式のファイルも、EPUBもオープンなフォーマットだ。特別なソフトウェアは要らない。青空文庫形式からEPUBへの変換は簡単に行える。

そこで執筆のやり方を決めた。

2011年の9月、私は青空文庫の注記法を使ってプレーンテキストで書くツールを探し始めた。

通勤中での執筆

フルタイムの会社員であった私は通勤時間を執筆にあてることに決めると、iPhoneとiPadで執筆できる「iText Pad」というアプリを使い始めた。ルビと傍点、縦中横の青空文庫注記を縦書きで表示してくれるのが嬉しかった。

だが、4,000文字ほど書いたところで壁に突きあたった。一つのテキストファイルに小説を書くことは困難だった。横幅が数メートルに達するテキストファイルをiPhoneでスクロールするのはPCよりは楽ではあったが、それでも入力したい場所を探すのが困難になり始めた。

そこで私は小説執筆アプリを探し求め、海外製の多くのアプリを試すことになる。

「Storyist」や「A Novel Idea」など、評判の良いアプリをいくつか試すうちに、これらのアプリが小説を書くための方法と、ちょっ

とした心構え、そして出版文化を教えてくれることに気づいた。

これらのアプリを起動すると、まず目にするのがこれだ。

『偉大なる物語』 著：藤井太洋、

笑ってしまいたくなるころだが、彼の国で小説を書こうという人たちは実際にそのような気概で書いているのだろう。見習うことにした。

そして次に出てくるのが「ピッチ（梗概）」の入力だ。章立てでも本文でもない、これから書こうとしている小説の説明をしるというのだ。これには意表を突かれたが、『Amazonの商品説明のように』などと書き方まで教えてくれるのには、もっと驚かされた。

そして、これらの小説執筆アプリは例外なく、章（チャプター）の下の区分である節（セクション）の単位でファイルを分割する。入れ替えが容易になるということもあるが、セクションは独立すべきだという考え方だ。

これらの小説執筆アプリから学んだことは多いが「ピッチの段階で5W1Hを明らかにせよ」という指南は今でも私が作品を書く際に大切にしていることの一つだ。余談だが、後に「Gene Mapper」の英語版を出版する Haikasoru の編集者と話をしたとき「（日本の作家がよく書く）連作短篇を売り込むのは難しいのですよ」という言葉を聞いて、このことを強く思い知らされた。短いピッチに一つのドラマを全部書くことはできないのだという。

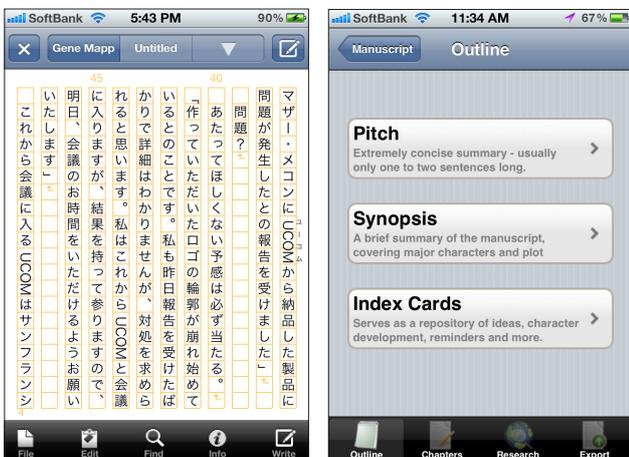
だが、いつ、どこで、なにを、なぜ、どのように行うのか——これこそがドラマであり、書き始める段階でドラマを明確に規定することが重要なのだ。

私は知らず知らずのうちに、大事なことをこれらのアプリから学んでいたようだ。

ともあれ、通勤電車の中で私は iPhone に向かって、短いセクションを書きためていった。アプリをいくつか乗り換え、友人のアドバイスを受けながら短篇のつもりで書いていた「Gene Mapper」を短い長篇に書き換えて「初稿」と呼べる状態になったのは6ヶ月後。2012年の3月のことだった。

原稿用紙レイアウトで確認すると200枚になっていた。

そして、日本語電子書籍を取り巻く状況も大きく変わっていた。



(左) Gene Mapper の初期稿。登場する会社の名前などが出版されたものと異なっている

(右) Manuscript というアプリのメタデータ編集画面

編集／EPUB

書き上げた原稿を友人に読んでもらいながら、私は出版の準備を始めた。

相変わらず、Kindle については日経新聞の観測記事しかなく、日本でセルフパブリッシングのプラットフォームが動く予感はない状況だったため、私は自らの手で「Gene Mapper」の電子書籍を販売することに決めていた。

デジタルコンテンツの販売は、まだ勤務していた e-frontier で経験済みだったので、必要なものは既に分かっていた。電子書籍のファイル本体と、クレジットカードの決済手段、そしてオリジナルドメインを持った Web サイトだ。

クレジットカード決済には、登場したばかりの「Gumroad」を使うことに決めた。

Gumroad での売上は PayPal へ送金してくれる。二重に手数料を取られることになるが、500円と決めていた「Gene Mapper」ならば Gumroad と PayPal の手数料を合わせても100円を超えることはない。国内のどんな決済プラットフォームよりも料率がよく、快適で、読者にユーザー登録という負担を強くない決済フローが使える時代がきたことに私は感謝した。



Gumroad での購入画面。購入するときにユーザー登録を行う必要がない。購入者は、本来不要な氏名や住所を入力する画面で離脱するのだ

「Gene Mapper」を執筆している間に、EPUB を取り巻く技術環境も格段によくなっていた。横書きならば iBooks が使えるし、楽天の Kobo や紀伊國屋書店の Kinoppy が縦書きの EPUB を iOS で表示できるようになりつつあったのだ。

縦書きの電子書籍を読んでもらえるという可能性に私は興奮し、書き上がっていた「Gene Mapper」の EPUB 変換プログラムを作り始めた。

原稿は、XHTML へ変換することも考慮して設計されている青空文庫注記で書いていたので HTML のタグへ変換すること自体はそれほど難しくなかったが、コマンド一つで変換するためのプログラムを書くのに、1ヶ月ほど要した。200枚ほどの原稿なら手作業でも数時間で EPUB を作れるが、会社員であった私が出版前の修正を何度もやるためには自動組版でなければならなかったのだ。

楽をするために手間をかける。ハッカー精神ともいえるこの姿勢は、専業作家として書いている私を今でも支えている。青空文庫注

記を執筆に用いているのだが、この注記を InDesign のタグテキストへ変換し、納品先の段組が設定された InDesign へ読み込ませている。この簡便さは、原稿の行き来に対するストレスを減らしてくれている。

そんな準備をしていた私の耳に、大きなニュースが飛び込んできた。

Kobo を買収していた楽天が、日本で電子書籍の販売を始める。そして EPUB ベースのセルフパブリッシングプラットフォーム、Kobo Writing Life も7月から始まるというのだ。

私はいずれ日本に来たときに対応すればよいか、と考えていたプラットフォーム越しの販売を中心に据えることに決めた。

販売そして Kindle で 1 位に

2012年の6月、私はアメリカの Amazon と iTunes で電子書籍を販売する準備を行った。納税者番号 (EIN) を電話で取得し、初稿を組んだ EPUB を試しにアップロードして使い勝手を確認した。まだ両サイトともに日本語の書籍を売れる状態にはなく、iTunes に日本語の EPUB をアップロードすることはできなかった。Amazon では KDP でポーランド語などの非対応言語のコンテンツを売っている人たちの Tips を参考にしながら試し、横書きの Gene Mapper を売れることを確認しておいた。

そうこうしているうちに Kobo Writing Life が7月2週目に始まったが、Amazon と iTunes の両方で登録を行っていたので、何も迷うことなく「Gene Mapper」の初版データを登録することができた。

販売先を確認するために、既にローンチしていた楽天 Kobo のサイトを見た私は、言いようのない重圧を感じた。『テルマエ・ロマエ』に『氷雨』、SF ジャンルでも『アンドロイドは電気羊の夢を見るか』などの「本」がずらりと並んでいたからだ。そこに初めて小説を書いた私の「Gene Mapper」が並ぶ。身バレは怖くなかったが、セルフパブリッシングの作品が、どう扱われるのかを決めてしまうかもしれない。

おそらく「Gene Mapper」は、日本人としては初めてのデジタル・セルフパブリッシングの試みとなる。幾人かの友人が買ってくれることは予想していた。内容はいいはずだ。勧めてくれるだろうし、レビューもつけてくれるだろう——だが、その感想を不正なものに見せたくはなかった。

やれることはそれほど多くなかった。

データ販売を公正に行う。それが見えるようにしなければならぬ。そこで私は「Gene Mapper」を「マーケティング」することに決めた。会社がデータコンテンツを売るときのように、公式 Web サイトのデザインを丁寧に作りこみ、リリースノートを書き、Web 広告を出す。1冊の本を売るには大がかりすぎる仕掛けではあったが、そうやって増幅するたびに私は安心していった。不正や不快さを感じさせる要素があれば、すぐに見えるからだ。

そうやって7月25日に発売した「Gene Mapper」は、開始直後の Kobo で上位にランキングし、10月末に始まった Amazon の Kindle ストアでも多くの方に手にとって頂いて、2012年の Kindle

文芸部門でメジャー出版社の作品が居並ぶ中、1位の販売数を記録することになった。

専業作家への転身

Apple のプラットフォーム、iBooks ストアでの販売を控えた2013年の3月中旬、私はそれまで勤めていた会社を退職した。『Gene Mapper』が Kobo や Amazon Kindle ストアで好評を博し始めた頃から業務が激しく増えてきたために、身体を壊してしまったためだ。

家にこもった私は、早川書房と約束していた『Gene Mapper』の増補改訂版『Gene Mapper -full build-』を一月かけて仕上げ、身体を休めることにした。心身の不調が直ったら就職先を探そうと考えて、リハビリを兼ねて『オービタル・クラウド』を書き始めたのだが、1ヶ月が過ぎ、2ヶ月が過ぎ、4ヶ月目を越えたところで異変に気づいた。

社会に出てから舞台美術、DTP、マルチメディアタイトル制作に Web 制作、デザイナー、イラストレーター、ソフトウェア開発などと職を転々としてきた。10年近く勤めた会社の中ですら毎年のように異なるプロジェクトに就いていた。目まぐるしく変わる日常に慣れてきた私が、毎日のように机に向かってたった一つの物語『オービタル・クラウド』を書いていたのだ。

どこまで続けられるかわからないが、物語を書いている——そう決めたとき、『Gene Mapper』を売り出してから1年が過ぎていた。

電子書籍を取り巻く環境も変わっていた。Amazon や Kobo を擁する楽天、Apple のような販売プラットフォームだけでなく、日本の多くの出版社や制作会社が電子書籍に注力していた。紙の本と同時発など当たり前になっている。

私自身にとっても幸いなことに、私の書く物語を売りたいという出版社がいくつも手を挙げてくれているため、現時点でセルフパブリッシングを行う予定はない。

だが、電子書籍ならではの作品を作りたいとは考えている。

ページをめくる速度に応じてルビの量が変わる。

しばらくぶりに手に取ったら、直近のあらすじや地の文での説明が増える。

コンピューターと共にある書籍なら、音楽や映像とは別の形で読者の体験を助けることもできるはずだ。そんな風に書籍が次に生まれ変わるとき、再び現場にいられるように、今度は「既存の作家」として手を動かせる状態でありたい。

そんなことを考えながら、今日も小説を書いている。



藤井太洋 (ふじい・たいよう)

1971年生まれ。2012年、電子書籍『Gene Mapper』をセルフパブリッシングして話題に。翌年、増補改訂版『Gene Mapper -full build-』を早川書房より刊行。2014年には『オービタル・クラウド』を発表、第35回日本 SF 大賞を受賞する。最新作は、個人情報の危機を描く警察小説『ビッグデータ・コネクト』。

疾風怒濤の時代、進化する台湾の青文出版社

青文出版社 代表 黄詠雪

青文のこれまで

青文出版社は、1964年設立の台湾の出版社です。当初は文学、歴史、哲学などの専門書を出版してきましたが、1990年からはコミックも扱うようになりました。現在では台湾のコミック市場において中心的な存在となっています。小学館と講談社のライセンスにより子供向けのコンテンツ、特に『ドラえもん』『ポケットモンスター』『名探偵コナン』『聖闘士星矢』『テニスの王子様』といった数多くのロングセラーを翻訳出版したことで、コミック出版社として認知されるに至りました。これまでに青文が出版したコミックは3,000万部。『名探偵コナン』の第1巻は、発行部数が11万部に達しました。また小学館のライセンスに基づく『コロコロ』繁体字中国語版は15万部を発行、最高記録を達成しました。これらのデータから、台湾人がどれほど日本のマンガを好んでいるかがわかります。

その傍ら、青文は台湾出身の作家のサポートにも力を入れています。周顯宗(周顯宗)のマンガ作品『折り紙戦士(摺紙戦士)』は、国内のみならず海外でも多くの賞を受賞し、韓国、中国、香港、シンガポール、マレーシアの各国で翻訳出版されました。台湾オリジナル作品としては初めて、アジア圏でアニメ化作品が放送されました。またイラストレーター VOFAN の作品は、日本語翻訳版がエンターブレインから出版されました。「台湾からの光の魔術師」と賞賛され、2013年には宝島社発行の「このライトノベルがすごい！」でイラストレーター TOP30に選出。同年、ゲーム「時と永遠 ～トキトワ～」(バンダイナムコゲームス)のキャラクター原案も担当しました。

1999年に青文は「香港青文」を設立し、正式に海外へ進出しました。コミック以外にも、攻略本をはじめとするゲーム関連出版物、模型雑誌、ファッション誌も扱い始め、台湾で日本の先端情報を発信する元祖だと認められるようになりました。特に女性ファッション誌の『mina』『ViVi』『with』は、台湾最大のコンビニチェーンであるセブンイレブンの販売において、女性ファッション誌の50%弱を占めています。青文出版グループはこうして、台湾、香港で日本雑誌の中国語版と広告市場の第一人者となりました。

台湾出版市場の動向

台湾の人口は日本の20%にも満たない2,200万人程度なのに、それでもコミック市場は成り立つのかと、日本の皆さんは疑問を抱くことでしょう。実は、日本の出版社が海外へライセンスする点数とそこから得るライセンス収入が一番多い国は、まさに台湾なのです。しかしここ10年ほど、台湾国内の出版市場が縮小しているのも事実です。台湾財政部の情報によると、2013年から2014年にかけて

出版社の数は24社減少し、売上金額は43億元(1元=4円:2015年6月9日現在)も減り、成長率は-15.94%でした。2010年からの5年間で見ると、成長率はなんと-38.25%。これはあくまでも全体の成長率であり、衰退がもっと深刻な出版社は数々あります。

台湾の出版社数と売上金額

	出版社数	売上金額(千元)	成長率(%)
2009年	1,729	32,190,576	—
2010年	1,752	31,366,056	▽2.56
2011年	1,771	36,751,031	17.17
2012年	1,740	35,244,446	▽4.10
2013年	1,750	35,236,761	▽0.02
2014年	1,745	26,995,482	▽23.39
2015年	1,721	22,692,176	▽15.94

台湾財政部「營利事業家数及銷售額資料庫」より

出版点数も減少し続けています。台湾国家図書館によると、2013年から2014年にかけては-520点と、大幅に減少しました。

台湾での出版点数

	出版点数	前年比
2010年	43,209	—
2011年	42,570	▽639
2012年	42,305	▽265
2013年	42,118	▽187
2014年	41,598	▽520

台湾国家図書館「台湾圖書出版現況及其趨勢分析」より

コミック市場の縮小の原因は、スマートフォン、タブレットなどの端末とモバイルデータ通信の普及により、利用者の読書形態が変わったことにあると考えられます。もちろん印刷版が良いと思う読者はいますが、保存スペースの要らない、いつでもどこでも読める電子本に魅了され、モバイル端末を使いこなしている利用者もいます。さらに「漢化版」という中国の海賊版サイトに、作品が無断翻訳・無断掲載されることもあります。日本語版が公開された翌日に、しかも無料で読めますので、台湾の出版社が正式なライセンスに基づいて出版するのでは敵わないような利便性です。

こうした状況に対して私たちが改革を進めようとしていたのは、ちょうど日本の出版社が電子出版物について、海外ライセンスの方針を変えようとしている時期でした。小学館からの公開情報ですが、2013年の日本の出版市場の総合売上金額(コミックがその80%を占める)は、印刷本が1兆7,000億円。電子本は1,000億円に成長していました。日本国内の電子コミックが成長していたので、海外ライセンスに関する態度も積極的に変わりつつあったのです。

台湾の遠見天下文化出版が発行する雑誌『遠見』の2014年の調査によると、53.4%の人が電子本を知っていても利用したことがなく、電子本を利用したことがある人は5割弱の46.4%で、0.2%の人が電子本の存在を知らないということです。印刷版と電子版の価

格が近い場合、77%の読者が印刷版を選び、18%が電子版を購入しますが、まだ決まっていないという読者が5%です。電子本を読む時に利用する端末としては、スマートフォンが28.6%、タブレットが28.3%、パソコンが36.5%、そして専用端末が6.2%で、その他が0.3%です。電子本の販売ルートはGoogle Playが30%を占めていますが、図書館や企業との提携販売が40%、特別プロジェクトが20%で、ほかの小売販売先はわずか10%です。ベストセラーをジャンルで分けてみれば、TOP1はビジネス、ロマンス、ライトノベル、TOP2は飲食、ホビー、宗教、語学、パソコン、TOP3はコミック、文芸書、小説とのことです。

現状として台湾の電子書籍市場で販売されているコミックはまだ少ないのですが、価格と販売形式にもいくつかのパターンがあります。中国でよく使われている月額定額制の読み放題、印刷版の50~70%の価格での個別販売、図書館や企業との提携販売などです。こうしたパターンの混在は、日本とのライセンス交渉の際に壁となりました。

さらに各プラットフォームが採用するフォーマットの不一致のため、コンテンツ提供者の出版社にとってはまた一苦勞です。現在、台湾の電子書籍の市場規模を見ると、いくら力を入れても相応の利益を回収できません。台湾オリジナル作品でない場合、流通側の厳しい条件に加え、海外の版元に払う電子版のライセンス料も考慮しなければならぬという過酷な試練が待っています。それが原因で電子出版市場に進出する出版社は極めて少なく、結果的にコンテンツ不足の状態が続き、読者が利用しにくい環境となっています。電子書籍市場を成長させるには、解決すべき重要な課題が多くあります。

青文の電子出版での展開

しかし何を言っても、誰もデジタル化の波から逃れることはできません。目の前の利益にすがり印刷本のことしか見ようとしないのであれば、デジタルの時代に出版業界が生き延びるきっかけも見えなくなります。デジタルに潜んでいる可能性を、思い切っずべて試してみることもできません。古代文明で使われていた縄文字や、その後使われた竹簡や紙は、すべて情報を伝えるためのメディアに過ぎません。コンテンツを載せる形が変わっても中身の価値は変わらず、伝える人が必要であることも変わりありません。デジタル時代の現在、読書は受け身型から交流型になりました。従来の形式が持つ機能だけでは、実現できなかったのではないのでしょうか。

改革の第一歩として取り組んだのは、小学館と連携してきた台湾版『コロコロ』を、オンラインコミック誌『無限誌』として無料配信することでした。当社のアンケート調査の結果、コミックの読者が毎日スマホやタブレットで1時間ほど読書していることがわかりました。そして日本の出版業界では総売り上げの30%を電子本が占めているのに、台湾では1%しか占めていないことから、私たちはこの市場が成長することを確信しました。そこで2015年2月から、日本の電子書籍の第一人者であるボイジャーと提携して、ストリーミング方式で電子書籍を提供し始めました。専用アプリをインストールしなくても、パソコン、スマホ、タブレットなどで変幻自



在にいつでも漫画が読めるようになりました。

制作会社とも提携して、すべての電子コンテンツをEPUB3.0に統一しています。このフォーマットを青文の直営プラットフォームだけでなく、より多くの読者へ届くように各プラットフォームに提供して配信していきます。青文の公式サイトでは印刷版の購入のほか、今後は電子書籍の試し読みと購入もできるようになり、さらに電子版と印刷版の同時刊行も計画しています。こうして販売ルートを増やすことで、増えた収入を日本の版元へ還元することができずし、今後の版權売買にも良い刺激になると考えています。

もちろんこれらの改革は、サポートも準備も何もない状態では、とても始められません。そこで青文はほかの出版社と違う決断をしました。それは既存の制作フローを変更することです。今までの編集作業は印刷本のみを前提としていましたが、今後は「EP共通（平網合一）」計画を実施します。印刷版の制作と同時に、markdown、CSS、HTMLなどで同時に電子版を制作するというものです。そのために社内でWBS（Work Breakdown Structure）を使って何度も打ち合わせし、テストしてきました。決して楽なことではなかったのです。社内ではもちろん反論の声があがりました。しかし経営者としては、粘り強く主張し続けることで社員に改革の根性を見せ、社員が付いてくるようにするしか方法はないと思います。

一企業として目の前の利益に夢中になるよりも、業界のシステムと行方を把握し、効率的に管理をするべきだと思います。青文は、今は出版社ですが、明日に向けてさまざまな形でコンテンツを提供するサービス業に変わります。広告や二次使用のライセンスなどコンテンツから派生する利益に注目することが、今後は重要だと考えます。当社初のデジタル雑誌『無限誌』の名前は、まさにこのことを象徴しています。「無限」とは、infinity、永久、死と再生を意味します。インターネットが欠かせない存在となった今、電子出版市場の成長は必然です。印刷本は限られた数の読者にしか届きませんが、デジタルでなら、世界中の隅々まで届きます。

日本語翻訳：蔡君平（Cindy Tsai）



黃詠雪(ホアン・ヨンシュエ / Suzy Huang)

台湾国立成功大学 AMBA 経営管理修士。青文出版グループ代表。就任以来、青文を台湾の女性ファッション誌のトップブランドに導く。中華漫画アニメ同業共進会、台北市雑誌商業同業組合の理事も務める。2014年に台湾 TOP100MVP 經理人大賞を受賞。

消えゆくアナログとデジタルの境界線

フリーランス・テクノロジーライター 大谷和利

二元論からの脱却

ここでは、すでに始まっている、アナログとデジタルの2つの概念の融合について、思うところを書き綴りたいと思う。

人は、様々な事象を2つの対立する概念で捉える二元論的な思考を好む。そうすることで、複雑な世の中をある程度単純化して捉えることができるからだろう。そこで、自然と人工、文系と理系、リアルとバーチャル、アナログとデジタル、アトム（物理的世界）とビット（コンピュータが扱うデータ）のような対比の中で物事を考えようとする。確かに、それらの片方しか存在しなかったところに新たな概念や価値観が持ち込まれたとき、元々あったものとの比較対照によって理解を試みるのは有効な手段といえる。

ところが、そういう状態がしばらく続いた後に改めて考え直してみると、二元論ではフォローしきれない状況に気づく場合がある。たとえば筆者は、自然と人工物の対比について、不思議に感じることがあった。それは、動物のビーバーに関するものだ。

ご存知のように、ビーバーは自らかじり倒した水辺の木々を泥などと組み合わせ、川を横断するように堰を作って大規模なダムを作る。Wikipediaによれば、現在確認されている世界最大のビーバーのダムはカナダのアルバータ州の国立公園内にあって堰の長さが850メートル。今後もさらに拡大していく可能性がある。

しかし、筆者の疑問は「ビーバーがダムを作る」という事実に対してのものではなかった。「ビーバーがダムを作れば自然の一部であるのに、人間が作ったダムは人工物として扱われる」ことに違和感を感じたのだ。

つまり、ビーバーが進化の過程で「発明」したダムが自然の一部ならば、動物の一種であるところの人間が必要に応じて「発明」してきたダムやそれを作るための道具や素材、あるいは都市や建物や自動車なども自然の一部ではないのだろうか？ ちなみにビーバーのダムも、ときに環境破壊につながることもあり、自然を壊すものとして人工物を捉える考え方はあてはまらない。

これは少し極端な例としても、最近では文系と理系という垣根を取り払った学際的な人材育成や、リアルな風景に電子機器で生成されたバーチャルなイメージを重ねて情報表示を行うAR（拡張現実）技術、3Dプリンタなどを活用してビットとアトムの間の壁を取り除くリアリティコンピューティング、あるいは身の回りのすべてのデバイスがインターネットを介してつながることで処理が自動化されていくIoT（モノのインターネット）なども一般化しつつあり、二元論を支えてきた境界線が曖昧になってきている。

紙の本のライバルは電子書籍か？

ここで書籍に話を移すと、かつては、デジタル（電子）出版物の台頭によってアナログ（紙）の本（商業的な印刷物）は消滅するとも言われていた。確かに、出版科学研究所が2015年1月26日に発表した取次ルートにおける2014年の出版物推定販売金額（電子書籍含まず）のデータでも、前年比4.5%減の1兆6,065億円と発表され、これは1950年の調査開始以来、最大の落ち込みにあたる。

しかし、実のところ日本における紙の本の販売金額は、1996年をピークにずっと減少傾向にあった。このピーク年を基準に考えると2014年の数字は実に約40%減に相当する。1996年といえばCD-ROMによる辞書やマルチメディアコンテンツの出版が注目されていたとはいえ、大きな勢力となっていたわけではない。であるなら、90年代半ばからの紙媒体による出版の不振は、電子書籍の台頭が直接の原因というよりも、日本人の書籍離れ、もしくは乱立気味だった書籍や雑誌の自然淘汰の時代が始まり、2000年代以降もそれが継続している、あるいは加速しつつあると考えるべきだろう。

ICT総研の調査によると、電子書籍コンテンツの市場は2011年度に671億円だったものが2013年度には963億円になり、2017年度には2000億円規模（2011年度比で約3倍）になるものと予測されている。したがって、電子書籍自体は有望だが、紙の本の販売金額減を相殺してはならず、市場を直接奪っているわけではないことが理解できる。

そして、書籍に関しては、新刊発売のたびにミリオンセラーを記録した「ハリー・ポッター」シリーズや村上春樹の作品群など爆発的な人気を得るものがあり、全体の販売金額が減少する中でも雑誌を除いた書籍単体では前年比がプラスに転じた年も見られたことから、不振の原因はコンテンツの企画や発掘の問題とも言えよう。

逆に広告収入に頼る雑誌は、フリーペーパーやインターネットに出稿企業を奪われる傾向にあり、特に消費者のニーズや嗜好が多様化する中で、それに対応する細分化された広告を提示できるオンラインマガジンやニュースサイトとの競合が痛手となっている。

また、生まれたときから電子機器に囲まれて育ってきたデジタルネイティブの世代は、可処分所得を通信料やアプリの支払いに回す傾向にあり、旧世代が読書に費やしていた余暇をSNSやゲーム、YouTubeなどでの動画視聴に割くなど、お金と時間の使い方が大きく変化している。

その意味では「紙の本のライバルが電子書籍」なのではなく「出版ビジネス自体がデジタル系のエンターテインメント全体と対峙」していると捉えるべきであり、かつてメディアの世界に君臨したテレビや、耐久消費財の王者的存在だった自動車さえも同列にある。

紙と電子の融合が生む新読書体験

これまで本の未来に関して、紙の書籍は生き残れるのか？ あるいは、紙と比べて電子書籍のここは良いけれど、あそこはダメというような、対立構造を前提とする文脈で語られることが多かった。

だが、これからはそうした二元論から離れ、アナログとデジタルの双方のメリットを融合できるソリューションによって、雑誌も書籍も紙も電子も、書籍という大きな枠組みの中で、他のメディアやエンターテインメントと伍していけるようなシステムを考えるべき時が来たと感じる。その鍵を握るツールの1つが、スマートペンだ。

ここに未来の書籍があるとしよう。それは紙の本で、同じ内容の電子書籍がスマートデバイス（筆者の場合はiPhoneだが、Android ケータイなどでも同様だ）向けにも用意されており、両方セットで購入できる。

筆者は、iPhoneをバッグ（ポケットでも良い）の中に入れてまま、紙の本を読み始める。その手触りや読み進めたページの厚みが読書の喜びにつながり、パラパラとページをめくっては、以前に読んだ箇所を確認してみる。すると気になるフレーズがあったので、スマートペンで傍線を引いた。この傍線は、その瞬間にiPhone内の電子書籍のほうにも付与されるが、わざわざデバイスを取り出して確認する必要はなく、読書に没頭できる。

またしばらく読み進むと、今度は見慣れない熟語が出てきた。スマートペンでその言葉を丸で囲み、手首のApple Watchを覗き込むと、画面に意味が表示されていた。

さらに読むうちに、心に残る一文があり、これを友人とシェアしたいと思った。そこで、その箇所を四角で囲み、感想をメモして、ページの隅の共有アイコンにチェックを入れる。今頃は、自分のiPhone内の対応するページにはもちろん、同じ本を所有する友人全員の電子書籍上に、筆者が記したことがわかるカラーで、同じような囲みとメモが記されているはずだ。

夢中で読んでいると、アッと言う間に読了してしまった。素晴らしい内容だったので、読後感を作家に送りたいと思い、感想欄に書き綴ってチェックを入れる。これで、作家のメールアドレスに送られた。もし本人に会う機会があれば、ぜひスマートペンでサインをもらおう。それは、電子書籍にも残り、良い記念となる。



熟語を丸で囲めば Apple Watch に意味が表示され、感想をメモすれば友人の電子書籍にもシェアされる



様々な応用可能性を秘めたスマートペン (NeoLAB Convergence 社のサイトより)

ふと、iPhoneを取り出して画面を見ると、さっき共有した部分に友人たちのコメントも書き加えられていた。

……というように、筆者が思い描く未来の本のイメージを記してみたら、読者の皆さんは、これを絵空事だと思うだろうか？

実は筆者は、しばらく前から Neo Smartpen N2（以下、N2）という筆記システムを使っており、その応用を考えたときに、このような本の姿が浮かび上がってきた。

N2は、韓国の NeoLAB Convergence 社が開発した、同社にとって第2世代のデジタルペン製品であり、現在、iOS デバイスと Android 製品に対応している。

ペン先のカメラ機能が、専用ノートの表面に印刷された微細な特殊パターンを読み取って座標に変換し、ペアリングされたスマートフォンやタブレットのノートアプリ上に、リアルタイムで同じ軌跡を描き出すことができる。また、ページの隅にあるメールアイコンをチェックすると、あらかじめ設定してあったメールアドレスに、メモやイラストを送信することも可能だ。

筆圧も256段階で感知され、データはストローク形式で保存されるので、拡大・縮小してもディテールが保たれる（解像度は最大1,100dpi）。

同種の技術は従来から存在したが、N2のハードウェアの完成度とソフトウェアの柔軟性があれば、書籍に応用することで前述のようなシナリオは十分可能と思える。しかも実際にはN2本体だけでA4換算にして1,000ページ分のストロークデータを保存でき、後からスマートデバイスとの同期が可能のため、紙の本とペンだけを持って散歩に出たとしても同じ体験が味わえる。

まだ越えるべき壁はあるとしても、こうした環境の実現によって本の世界はアナログかデジタルかを超え、次の段階へと進むことができるのではないだろうか。



大谷和利（おおたに・かずとし）

1958年生まれ。テクノロジーライターとして様々な媒体で活躍。スティーブ・ジョブズ、ビル・ゲイツ、スティーブ・ウォズニアクらへのインタビュー経験を持つ。原宿「アシストオン」取締役、NPO 法人「MOSA」副会長も務める。著書に『アップルの未来』『成功する会社はなぜ「写真」を大事にするのか』など。

ボイジャーの本

片岡義男 100 冊の電子本 2015年7月1日、いよいよ刊行スタート!



池澤夏樹 電子個人全集 「impala e-books」シリーズとして続々刊行中!



TEXT: the next frontier 本と出版のこれからを見つめる



作家のために 読者のために

2015年7月1日 第1刷発行

表紙デザイン 平野甲賀

表紙イラスト うえむら

本文デザイン 株式会社丸井工文社

発行所 株式会社ボイジャー

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-41-14

<http://www.voyager.co.jp/>

tel. 03-5467-7070 fax. 03-5467-7080

e-mail. infomgr@voyager.co.jp

- ・本カタログ記載の内容、金額などは予告なく変更することがあります。
- ・T-Time、.book/ドットブック、BinB、Romancerおよびそのロゴは、株式会社ボイジャーの登録商標です。
- ・その他、記載されている会社名、製品名は、各社の登録商標または商標です。