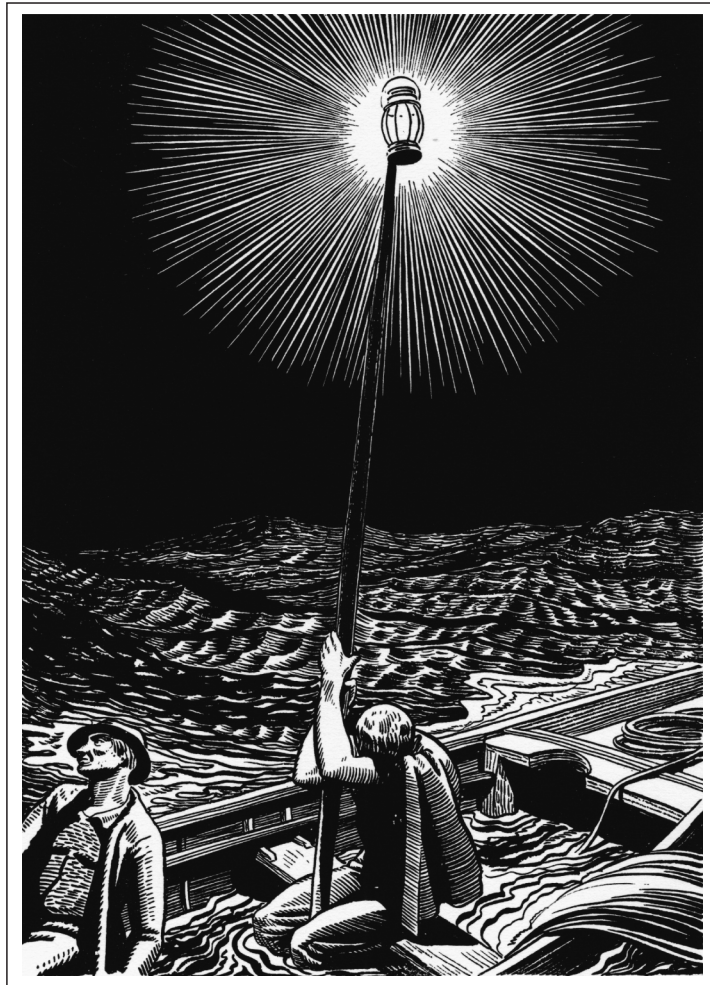


情報の海を 航海する



目次	
電子出版が「出版」になる日	2
1ヵ月で300万冊の本を読者に届けた BinB	6
EPUB制作のワークフロー	8
セルフ・パブリッシングのその次へ	12
流されてそれからの二人	14

版画 ロックウェル・ケント
波はますます高く、
ボートから水をかきだす作業も
むなしかった。
——と海の戦いの厳しさを語った、
H・メルヴィル著『白鯨』
(シカゴ/ザ・レイクサイドプレス版 第48章)
に使われた。

Rights courtesy
Plattsburgh State Art Museum,
State University of New York, USA,
Rockwell Kent Collection,
Bequest of Sally Kent Gorton.
All rights reserved.

電子出版が「出版」になる日

株式会社ボイジャー 取締役 鎌田純子

❖「電子」の護符

私は「メール」という言葉を聞くと、つくづくインターネットは一般的になったんだな、と実感します。インターネットは、30年前の日本には無かったモノです。15年前でもまだ、その実態はよく理解されておらず、ほんの一部のIT好きの人たちが熱中しているだけでした。

テレビ会議、デジタルアーカイブ、ビデオオンデマンドなど潜在的な可能性は語れても、実現するにはインフラが追いついていませんでした。時代が変わり、インターネットなら音声も映像も無料、テキストのやりとりも無料、そんな理解が定着していきました。今は誰もがパソコン、スマートフォン、タブレットなどのデジタル機器を利用し、インターネットを使っています。インターネット自身、特に意識されるモノでなくなりました。

基本的なコミュニケーションツールであった手紙や葉書は、「電子メール」に置き換わり、瞬間にその呼び名から「電子」が消えていきました。現代の若者は、単純なメッセージ交換のさらにその先、Facebook、Twitter、グリー、モバゲー、アメーバ、LinkedIn、LINEなど、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）を自然に利用しています。

電子出版はどうでしょう。そろそろ「出版」と呼んでもらえないものかと思いますが、まだまだ「電子」の護符がオデコに貼り付いています。紙の書籍の価値は社会的・経済的に私たちの生活の中にしっかりと根付いています。電子が同等の、あるいはそれを超える価値を得るためには大きな壁が残っています。

▽「出版」となるための6要素

私はeBookが一般化し、電子出版が「出版」と呼んでもらうためには、少なくとも次の6要素が必要だと考えています。

- E**TERNITY (永続性) : 将来にわたって、保管・記録・表示ができる
- B**ORDERLESS (ボーダーレス) : グローバルな市場、端末に対応する
- O**PEN (オープン) : オープンスタンダード技術、形式を採用する
- O**RIGINALITY (オリジナリティ) : 新しいコンテンツの出版を目指す
- K**NOWLEDGE (ナレッジ) : 残したい知識、経験を詰め込む
- S**Ocial (ソーシャル) : 読者と著者のソーシャルなつながりを生かす

eBookは生まれたばかりの未熟者です。機能面に目を奪われてしまうと、動画や音声を組み込み、紙とは違う表現ができることを強調した作品を作ることになりがちです。自分から「電子」の護符を貼り付けているようなものです。そしてそれは「永続性」の維持を難しくしてしまうことでもあります。その例をお話ししましょう。

❖オリジナリティを求めて

▽インターネット前夜の作品

ボイジャーは、インターネットが普及する以前からeBookを制作してきました。オリジナリティと永続性の間で実験と失敗を重ねてきたと言ってよいと思います。実際にどんなコンテンツがあったのか。ここで1980年代後半から1990年代半ばにかけて制作された作品をご紹介します。

これらの作品には共通した特徴が備わっています。

- ・ 個々の知識が作品に深く反映されている
- ・ 企画自体、独創性に溢れている
- ・ デジタルでしかできない表現を追求している

CD コンパニオン ベートーベン交響曲第九番

1989年制作。UCLAで音楽を教えていたロバート・ウィンター氏による音楽教育ソフトで、ベートーベンの作曲法を解説したもの。eBookコンテンツのCD-ROMが普及する以前の作品。音楽CDをMacintoshのCD-ROMドライブに入れ、それをHyperCardで制御していた。HyperCardのソフトはフロッピーディスクで提供した。曲を小節や音符の単位で分析し、CDの音楽と合成音声の対比や、曲のタイミングに合わせた楽譜の強調表示などを盛り込んだ。ウィンター氏自身がコンテンツのオーサリングを直接担当しなければ実現できなかった作品である。「CDコンパニオン」シリーズ続編には、シューベルト、R・シュトラウス、ドボルザーク、モーツァルト、ストラヴィンスキーなどがある。

映像資料URL <http://youtu.be/6KkM8Rx1uZI>

ポケットガイド、アナリーゼ、鑑賞の手引き、第九ゲームなど全5パートで構成

ポケットガイド 聞きたいところをクリックするだけで指定位置から再生可能

アナリーゼ 参考オーディオも使用しながらリズムや主題の特徴を解説

符点リズムの解説例 曲に合わせて楽譜を反転し、リズムの違いを解説

鑑賞の手引き 該当する箇所、文字「CONTRAST!! (対比)」が点滅

第九ゲーム ヒアリング、譜面、伝記、という3テーマで問題を用意

思い出のために／アイ・フォトグラフ・トゥ・リメンバー

1991年制作。ラテンアメリカの写真家ペドロ・メイヤー氏によるCD-ROMの写真集。メイヤー氏の両親の最期を記録した、限りなくパーソナルな作品。100枚のモノクロ写真とメイヤー氏自身によるナレーション、友人の弾くピアノ伴奏を収録。この作品が、Seybold Digital World Conference (1991年)で上映された時、会場からはすすり泣きか聞こえたという。現在メイヤー氏がFlash版を公開中。

映像資料 URL <http://youtu.be/eJnF56ihev4>

Flash版 URL http://bit.ly/iptr_flash

ビートルズがやって来る ヤァ!ヤァ!ヤァ!

1993年制作。90分の音楽映画をまるごと1枚のCD-ROMに収録。映画が進むにつれてシナリオのページをめくる、あるいはシナリオの場面から映画の頭出しを行うなど、映画とシナリオを一体化して鑑賞することができる。その他、補助機能として検索や読んだページのマークなどが可能。映画はアップル社のQuickTimeによってデジタル化、コンテンツのベースには同じくアップル社製のHyperCardが使われた。Windowsにも移植された。

ヒロシマ・ナガサキのまえに

1995年制作。ドキュメンタリー映画「The Day After Trinity」を主軸にした作品。原爆の開発「マンハッタン計画」を推進したJ・ロバート・オッペンハイマーの軌跡を紹介する他、ハンス・ベーク等の科学者への映画非収録分のインタビュー、開発当時の記録映像・写真・FBIの書類、監督ジョン・エルスによるコメントなどを収録。日本語訳は富田倫生氏(青空文庫呼びかけ人)・富田晶子氏が担当。インタビュー部分をBinB(ビー イン ビー)ストアにて入手できる。

映像資料 URL <http://youtu.be/mwIq6vKZN-8>

BinBストア URL <http://tt2.me/13632>

CD-ROM版 新潮文庫の100冊

1995年制作。100冊入って1万5000円という高額商品として制作されたエキスパンドブック形式の作品。芥川龍之介、夏目漱石、宮沢賢治といった文豪の他、村上春樹、五木寛之、野坂昭如、筒井康隆、塩野七生など現役作家作品が収録されている。販売実績は3万枚以上。4億5000万円の売上はeBookコンテンツとしては記録的である。

参考 URL http://bit.ly/shincho_cd (当時の報道資料)

ボイジャーでは、その他のCD-ROM作品の概要をビデオにし、YouTubeに公開しています。

<http://www.youtube.com/user/VoyagerLibrary>

▽道具から作る

eBookには、制作用のオーサリングツールと、読むときに利用するビューア、両方のアプリケーションが必要です。オーサリングツールで作成されたデータを販売し、読者がビューアを使ってそのデータを開く、という具合です。ボイジャーがeBookをスタートした頃は、デジタルで読むeBookを作るための基礎的なインフラが無かったので、基礎の基礎から開発していきました。

1993年にはエキスパンドブック、1998年にはドットブック(book)、T-Time(ティータイム)を開発しました。



T-Timeの書店流通用パッケージ
初代T-TimeはTXT形式ファイル、HTML形式ファイルなどデジタルテキストを読むユーティリティソフトとして発売した。電気店ルートと書店ルートの手で同時に販売。大学ノートを模したデザインは平野甲賀さんによるもの。

ボイジャーは幸運なことに、初期の作品を作った時、作家や編集者と一緒にツール開発を行うことができました。例えば「CDコンパニオン」シリーズでは、音楽評論家の方たちと仕事をしました。その時に用意したオーサリングツールでは、音楽の再生開始位置と終了位置をデータとして記録することができました。彼らにはその位置の記録方法と再生ボタンの作成方法を覚えてもらいました。解説の文章は、はなから彼ら自身の中にあるのですから、後は音楽に従って思い切り書いてもらえばいいわけです。

『CD-ROM版 新潮文庫の100冊』に採用されたエキスパンドブックを作るときには、日本を代表するブックデザイナーである杉浦康平さんや平野甲賀さんから基本的な文字サイズ、行間、余白などの意見をいただきました。書籍のイロハを直接習い、できるだけeBookへ盛り込めるよう、つとめました。また私たちの方からはデジタルの強みや魅力を伝え、CD-ROMの容量を生かしてみよう、カラー画像を入れてみよう、呼びかけることができました。

エキスパンドブックには、基本的なeBookの要素がほぼ備わっていました。特徴をあげてみましょう。テキストデータは1ページずつ表示されていましたし、日本語特有の表現である縦組、ルビ(振り仮名)などの要素も実現できていました。その他、紙の本を超える機能として、本文内検索、検索結果の保存、ブックマークなどが可能でした。動画や音声で文章と結びつけていく表現も提供していました。

4 余韻のイザワサト
九一年の二月から九二年三月までロンドンで過ごした。その間に、ロンドンで過ごした日々を、このCD-ROMに収録した。ロンドンで過ごした日々は、ロンドンで過ごした日々を、このCD-ROMに収録した。ロンドンで過ごした日々は、ロンドンで過ごした日々を、このCD-ROMに収録した。

5 余韻のイザワサト
このCD-ROMには、本文内検索、検索結果の保存、ブックマークなどが可能でした。動画や音声で文章と結びつけていく表現も提供していました。

6 余韻のイザワサト
このCD-ROMには、本文内検索、検索結果の保存、ブックマークなどが可能でした。動画や音声で文章と結びつけていく表現も提供していました。

7 余韻のイザワサト
このCD-ROMには、本文内検索、検索結果の保存、ブックマークなどが可能でした。動画や音声で文章と結びつけていく表現も提供していました。

エキスパンドブックでの表示例

▽ OS と共に去りぬ

新しい OS が発売される時には、どれも最高の OS といわれ、新しいハードも発売されます。旧型と比較し、どれほど進化したかが耳をふさぎたくなるほど言いたてられます。進化そのものは止めようがありません。しかしハードには必ず寿命があります。ハードメーカーは巧言令色と言われようと、買い替え需要を喚起し利益を追求するものなのです。OS が進歩し、ハードウェアが変わっていく間に、どれだけ手をかけて制作したとしてもソフトウェアには不具合が出てきます。特に物理的に CD-ROM の中へ固定されてしまった CD-ROM ソフトは対応のしようもなく、20 年余りの間に次々と再生環境を失っていききました。OS が変わり、ハードが変わり、消え去っていく。あされるほどデジタルは脆いのです。

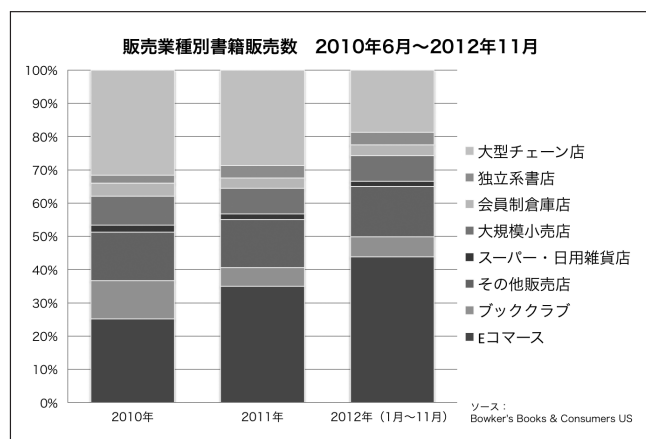
先ほどの作品は複数の幸運が重なって完成し、世に送り出されました。しかしこれらの作品は今では見ることはできません。こんな脆い土台では、何も打ち立てられないのは当然のことでしょう。私たちは再生環境を失ってからようやく、eBook の未来のためには、永続性を保った上で、オリジナリティを表現すべきなのだと気がつきました。

❖ 『マニフェスト 本の未来』

▽ ミニチュアからの脱出

今の eBook 流通は、読者と著者の間に出版社と流通会社が介在するという、既存の出版モデルを真似ています。ただ、eBook には物理的なパッケージがないので、印刷という工程はありません。そこで大手印刷会社は流通会社、つまり eBook 取次として真っ先に電子出版市場に参入し、部数に応じて売上があがる eBook の卸問屋、取次ビジネスを始めました。

2012 年から 2013 年にかけて、アマゾン、アップル、グーグルといった世界的規模の IT 企業が、日本の eBook 市場に参入しました。eBook 市場は年々伸びていますが、出版市場全体は 1996 年をピークに縮小し続けています。eBook が出版市場の一部と考えると、eBook も最終的には縮小していくことになります。既存モデルを踏襲し、そのミニチュア版のビジネスを続けていけば、本当にそうなるでしょう。eBook が成功するためには、発想の逆転が必要です。



パウカー社調査。2012 年米国のオンライン書店の売上が初めて在来型書店のそれ(計 31.6%)を上回り、43.8%を占めたという。

▽ ボイジャー、本に出会う

ボイジャーが発想のヒントを探し求めていたときに出会ったのが、オライリー社から発行された『マニフェスト 本の未来』(原題 Book: A Futurist's Manifesto) です。欧米を中心に、eBook ビジネスに本気で挑戦する人たちの実体験が詰まっている一冊でした。すぐさま翻訳権を取得し、2013 年 2 月に eBook 版、紙版の両方をボイジャーから発行しました。

eBook の世界は起業家目線で見直すと、思いもよらないビジネスチャンスに溢れているのだな、と改めて気がつきました。

その一例をご紹介します。第 20 章に、書評サイト「グッドリズ」を創設した O・チャンドラー氏が「本はどのようにして発見される?」という題名で寄稿しています。グッドリズは 2007 年 1 月にサービス開始、2012 年時点でユーザーは 750 万人、書籍は 2 億 8000 万点の登録があったといえます。2013 年 3 月にグッドリズがアマゾンに買収されるというニュースが発表されました。金額は 2 億ドルとも言われています。アマゾンはインターネット上の本屋さん。グッドリズは本の批評が集まっているところ。これ以上の組み合わせはないのかもしれませんが。2013 年 6 月現在ユーザーは前年の倍以上の 1800 万人、批評対象となる書籍は 5 億 7000 万点に増え、拡大を続けています。

このように eBook では書評サイトでビジネスすることも可能ですし、本の検索サービスや書誌の流通でビジネスすることも可能です。本のコミュニティをサポートする会社も、新たなサービスに取り組む公共図書館もあります。同時にそのチャンスは、とてもかすかなもので、目をこらしていないと見えて来ませんし、体当たりで実際にやってみないと手に入らないこともわかりました。

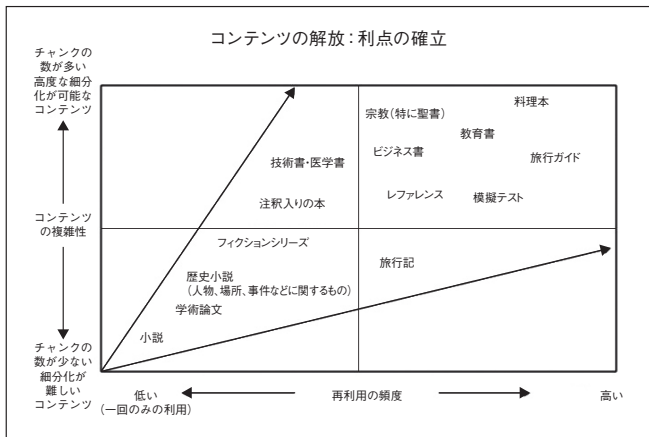
▽ コンテンツビジネスは、コンテナからコンテキストへ

読者は情報〈コンテンツ〉を得るために本を買う、と仮定してみましょう。読者は問題の解決のために、お金を払って有用な知識を求めているのだと。こう書くと、情報を得る手段はまるで本だけのようですが、実際にはもっと多くの方法があります。

私ならまず身近に知識を持つ人がいるかどうかを考えて、ひらめいたとしたら直接、電話かメールで相談します。インターネットでも情報を探します。

読者は「有用性」を求めています。本がもっとも手に入りやすい情報ならば本を買う。しかし本に代わるものがあるならば、しかも無償の情報があるならば、本を買うとは限らない。情報の源に著者がいることは間違いありませんが、情報自身が本という入れ物〈コンテナ〉に入っている必然性はないのです。今までのビジネスは読者をコンテナの消費者としてきましたが、その発想の土台が eBook では消失しているということです。インフラの基礎が整った今は、マネタイズのポイントを変えるべき時なのだと思います。

著者や編集者は、本の周りには音や映像なども含めて、もっと幅広い情報〈コンテキスト〉があったことを知っています。これから、こうしたコンテキストを読者と共有することが必要となるでしょう。読者は、本にはない情報からコンテンツにたどりつく。著者の発言からたどりつく。批評からたどりつく。課題はコンテキストをどう作るかです。



B・オレアリ氏によるコンテンツの複雑性と再利用の頻度のスケッチ
 コンテンツを細分化し、出版としての可能性、利用可能ジャンルを示している
 出典：『マニフェスト 本の未来』（B・オレアリ、H・マクガイア編 ポイジャー刊）
 BinB ストア（<http://tt2.me/15294>）他で入手可能

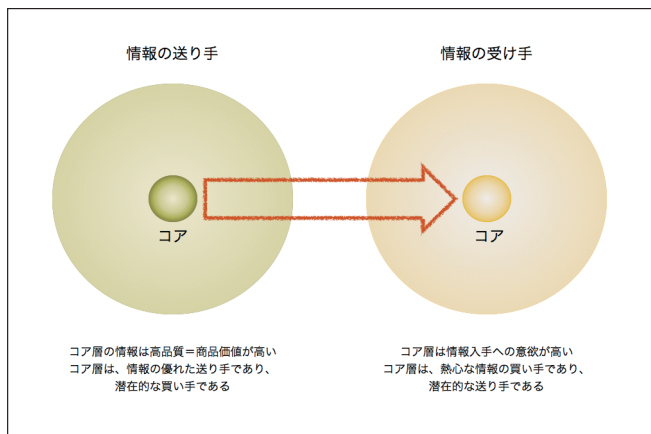
❖はじめにネットワークありき

▽読者と著者を双方向でつなぐ

本を取り巻く環境全体が大きく変わり、近いうちに、読者と著者の間に出版社と流通会社が介在するという、今までの出版のビジネスモデルが変わるでしょう。

とはいえ、コンテンツを eBook という電子的なコンテナに入れ、ネットにぶかりと浮かべるだけでは読者には届きません。リアルな本屋さんでは足を踏み入れた瞬間、数万点の本が次々と視界に入ってきます。eBook ではこうしたアピールはできません。ネットで流通するものであることを前提に、読者に eBook を発見してもらう、発見性「ディスカバナビリティ」が課題です。

第一にネット上の「検索」に対応することはもちろんです。ポイジャーでもできる限り eBook の内容を的確にネットに掲載しようとしています。普通、本の内容は一面的には切り取れないので、推薦者の言葉や書評を掲載することもあります。また、2013年からは、30人規模のお客さまを対象としたリアルなイベントを月1回ペースで行っています。その記録を編集し、ネットに掲載しています。自分たちができる規模で世界中の人たちとつながる、著者と読者のための双方向のコミュニケーションの場を創ろうとしています。



情報の送り手のコアと受け手のコアを結びつけ、ユーザー獲得に成功しているサイトにはクックパッド、TOKYO OTAKU MODE などがある。

出版という言葉に縛られず、ネットに目をやれば、すでに双方向の場所作りで成功をおさめているサイトが存在します。そこでは、コンテンツを仲立ちとして情報の送り手であるコアな層と受け手が結びついています。例えば、OTAKU (オタク) についての情報を得ようとする人が、TOKYO OTAKU MODE (<https://www.facebook.com/tokyootakumode>) にアクセスしたとしましょう。そこには OTAKU に関する最良の情報が集まっています。料理好きの方ならクックパッド (<http://cookpad.com>) を利用したことがあるでしょう。材料から、料理名から、人気のあるレシピを見ることができます。十分に実用的です。さらにこの二つのサイトでは、自分も発信ができます。サイトを発見し利用し、自らの創造へと結びついています。

利用者同士のつながり、双方向の流れが大切なのです。eBook にも生かせるはずですが。リアルな本屋さんでは手作りの POP は、新聞・雑誌の宣伝よりも販売促進に効果的だと言われています。著者と読者の間の空間を埋める効果があるのかもしれませんが。eBook は、物理的に本屋さんの店頭と並ぶものではないのですから、新しい視点を持つことが必要です。宣伝費を尽くしてネット上に eBook のバナー広告を行えばいいというものでもないでしょう。双方向を当たり前のこととして、一つ一つ活動すればよいのだと思います。

▽ネットの恵み

ポイジャーでは eBook のビューアとそのファイル形式を作ったこと、そしてそれは OS の変化に対してとても脆いものだったということをお話ししました。ここに焦点をしばらく eBook の将来がまるでも無いように思えますが、そうではありません。この間、インターネットの中核である Web ブラウザが進化を続けてきました。結果として読書システムとして機能できるレベルに到達しつつあることに注目していただきたいと思います。

Web ブラウザそのものが読書システムとなると、ネットのコンテンツとシームレスに連携することができます。ネットの恵みを本へ流し込むようなものです。ポイジャーでは 2011 年にこうした思想に基づき「BinB」という読書システムを発表しました。すでに複数の書店で利用されています。今まで読者と eBook をへだてていたアプリケーションのインストールも不要です。実際に使ってもビューアに気がつかない、理想的な形のビューアです。ここでは世界標準規格である EPUB 形式を利用できるので、技術面でも従来よりもやりやすい環境だと言えるでしょう。

こうしたインフラが整ってくると、さまざまな可能性を試すことができます。先ほどの電子出版が「出版」となるための 6 要素 EBOOKS の中で、Originality (オリジナリティ) と Knowledge (ナレッジ) が企画の柱です。誰でも語りたいテーマを持つときがあることでしょう。eBook はネットの時代の小さなメディア、ガリ版のようなものです。テーマは自由に選んでよいのです。そしてネットがあれば、アジアへ、世界へ語りかけることができます。

ポイジャーでは『マニフェスト 本の未来』に続き、eBook の未来と現代への問題提起をテーマとして出版していこうと考えています。幸いポイジャーは欧米にもアジアにも手を取り合える多くの友人に恵まれています。例えば台湾や韓国には eBook で協働できる友人がいます。同じ時代に問題を共有し、それぞれの考えをぶつけあうことで、さらに出版の電子的意義を進化させていきたいと考えています。 ■

1ヵ月で300万冊の本を読者に届けた BinB

株式会社ボイジャー 開発部部长 林 純一

❖1ヵ月で300万冊の本を読者に届けた集英社サイト

2013年4月、集英社は『週刊ヤングジャンプ』に連載中の『キングダム』10巻を、2週間限定で無料公開するというキャンペーンを行いました。『キングダム』は秦の始皇帝による中国統一前の春秋戦国時代を描いた歴史活劇で、アニメ化もされている人気漫画です。全30巻のうち1巻から10巻までをWeb上で公開したところ大変な反響を呼び、5月には2度目の無料公開キャンペーンが行われることとなりました。その結果、計4週間で300万冊以上が読者に届けられたのです。

このキャンペーンのために使われたのが、ボイジャーの読書システム「BinB（ビー イン ビー）」です。BinBを使うことで、キャンペーンサイト上からのクリックひとつで『キングダム』を読み始めることができました。300万冊の読者の方には、普段Webサイトを見るのと同じ手軽さで、作品を楽しんでもらえたのではないのでしょうか。



©キングダム 原泰久/集英社
『キングダム』10巻分無料公開サイト（2013年5月26日までの期間限定公開）

キャンペーンサイトへのアクセスは、スマートフォンやタブレットといったモバイル端末が過半数を占めていました。その多くがTwitterやFacebook等のソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）を経由したものです。『キングダム』を読んだ人がTwitterやFacebookで感動を伝え、それを見た別の人がリンクを踏むことで新たな読者になる。SNSを通じて読書の連鎖が繰り返され、300万冊分の『キングダム』が読み継がれていったことがわかります。

ここに、ネットのつながりの中で広がる本の姿が見えてくるのではないのでしょうか。Webと本の間を簡単に行き来できるBinBの仕組みが、それを可能にしています。

❖BinBとは

ボイジャーのBinBは、Webブラウザを使って本を読むシステム

です。ブラウザを本のビューアとして使うアイデアは、Books In Browsers というカンファレンスで生まれました。2010年から始まったこのカンファレンスは、毎年サンフランシスコにある Internet Archive で行われ、ボイジャーも当初からの参加メンバーに名を連ねています。



2010年にサンフランシスコの Internet Archive で開催された、Books In Browsers の会場の様子。ブラウザ型ビューアに関するワークショップが開かれた。

iBookstore や Kindle に代表されるアプリケーション型ビューアの場合、本を読むには、あらかじめアプリが組み込まれた専用デバイスを購入するか、手持ちのデバイスに専用アプリをダウンロードする必要があります。さらに本を購入した後、ファイルのダウンロードが必要です。読みたい本を見つけてから読み始めるまでに、多くの手間と時間、そして IT に関する知識を求められるわけです。

目を転じて、YouTube などの動画配信サイトや音楽配信サイト、ニュースサイトはどうでしょうか。見たい動画、聞きたい音楽、読みたい記事を見つけたら、その場ですぐに見ることができます。

電子書籍も同じくらいの気軽さで読めなければならないの思いますが、ボイジャーをブラウザベースのビューア開発へと駆り立てる原動力となりました。



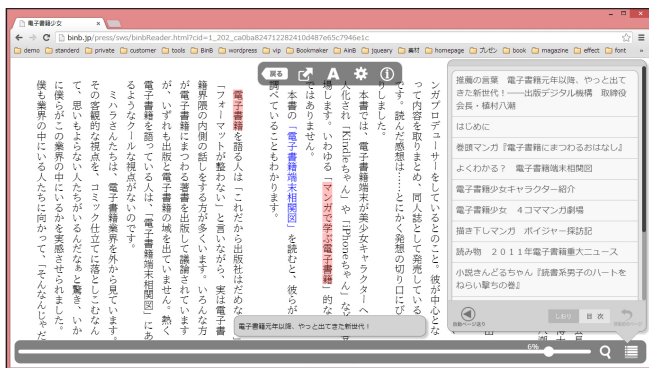
Brad Flickinger
読みたい書籍をタッチしたら、すぐに読めるビューアが電子書籍には求められている。

とはいえ、ビジネスレベルの品質を実現するには、さまざまな課題がありました。例えば、複数の電子書籍フォーマット（EPUB 3、ドットブック(.book)、PDF等）への対応。読みやすさを左右する表示の美しさや速さを追求するために、独自技術による描画エンジンや画像圧縮エンジンを実装しました。本を違法コピーから守るDRM(デジタル著作権管理)の仕組みも、手法を幾重にも組み合わせることで独自に実現しています。

HTML5の最新技術を利用することによって、iPhone、iPad、Android等のモバイル端末に加え、Windows、Macに搭載される複数ブラウザへの対応も行いました。

専用のデバイスも、専用のアプリもいらなことが、BinBの最大の利点です。現在発売されているデバイスにはHTML5対応のブラウザが搭載されていますから、スマホでも、タブレットでも、パソコンでも、試し読みから購入、読書までのすべてを手元のデバイスで行うことができます。作品中の言葉をGoogle検索で調べたり、気に入ったフレーズをTwitterに投稿できるソーシャル機能なども、ブラウザベースの得意とするところです。

BinBを使ったサービスの利点は、運用側にもあります。iPhone/iPadアプリの電子書籍では売上げの30%をアップルに支払う必要がありましたが、BinBならプラットフォーム側の制約から自由になれます。この制約の中に、プラットフォーム側による一方的なリジェクトがあることは、出版する者にとっては重大な問題です。さらにBinBでは、本やシステムのバージョンアップはサーバ上で管理されるファイルを更新するだけです。TwitterやFacebook等のWebサービスとの連携の強さは、『キングダム』の例に見るとおりです。



2012©Tetsuya Mihara, ©Voyager Japan Inc.

HTML5の最新技術を利用した読書システム「BinB」。ブラウザがあればそのまま書籍が読める。

❖専用アプリケーションからBinBへシフトしたYahoo!ブックストア

2011年12月にBinBを発表して以来、国内外のeBook書店や書籍PRサイトでの導入が広がっています。Yahoo!ブックストアもその一つです。2012年7月の第16回「国際」電子出版EXPO開催に合わせ、ストアシステムの一部として、Yahoo!ブックストアでの

BinBサービスが始まりました。

それまでの専用アプリからWebベースのBinBへとシフトしたYahoo!ブックストアでは、立ち読みから購入、読書までのすべてをブラウザ上で行えるようになりました。アップデートも容易になったことで、販売できるタイトルも順次増えてきています。また簡単に利用できるようになった結果、読者からの問い合わせが減り、ユーザーサポートの負荷は軽くなりました。

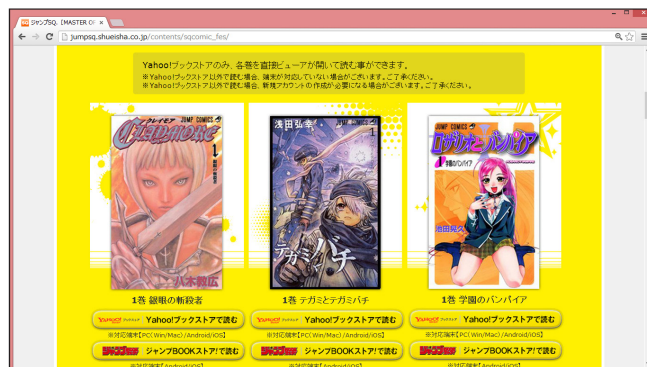
当初は専用アプリとの併用でスタートしたサービスでしたが、専用アプリよりもBinBを選択する読者が増えたことを受けて、パソコン向けのサービスではアプリの配布を打ち切り、BinBに完全にシフトするまでに至っています。

集英社の月刊漫画雑誌『ジャンプSQ』が2013年の5月から6月にかけて行った無料公開キャンペーン「MASTER OF SQ.COMIC FESTIVAL」のサイトでは、Yahoo!ブックストアを含む各書店へのリンクが紹介されていました。そこにはこんな注意書きがありました。

Yahoo!ブックストアのみ、各巻を直接ビューアが開いて読む事ができます。

※ Yahoo!ブックストア以外で読む場合、端末が対応していない場合がございます。ご了承ください。

※ Yahoo!ブックストア以外で読む場合、新規アカウントの作成が必要になる場合がございます。ご了承ください。



©集英社

集英社 MASTER OF SQ.COMIC FESTIVAL! (6月4日までの期間限定公開)

読みたい本がすぐそこにあるのに、アプリケーションのダウンロードを要求されたり、アカウントを作るよう求められたりしたら、どんな気持ちになるでしょうか。いまあなたが見ている端末では読めません、と言われた場面を想像してみてください。きっと本を読むのを諦めてしまうのではないのでしょうか。

遭遇と発見のチャンスをつかむことが、いま求められています。出会ったときに即、本を開き、読み始められる。これこそが、BinBが実現する本の世界です。

EPUB 制作のワークフロー

株式会社ボイジャー 事業部プロジェクト室 小池利明

❖はじめに

どのように EPUB 形式の電子書籍は作られるのか？

EPUB の特徴である「オープンフォーマット」について、オープンであることの何が利点なのか、その利点を生かしてどのように EPUB を作ることができるのかを説明します。それに続いて、現実の「EPUB 制作のワークフロー」についてもお話ししましょう。一般的な電子書籍制作の要点にもふれてみます。

❖プロプライエタリ（占有）とオープン（公開）

▽オープンフォーマットとは

誰かが権利を保有し、仕様が占有されているフォーマットを「プロプライエタリ」なフォーマットといいます。占有されている関係で、ビューアやオーサリングツールは権利を持つ会社以外は自由に作ることはできません。

一方、その仕様が公開され、誰もが無償で利用できるフォーマットのことを「オープン」なフォーマットといいます。EPUB はオープンなフォーマットで、管理を行っているのは非営利の標準化団体である IDPF（International Digital Publishing Forum）です。

EPUB のビューアを開発している会社は、アップル、アマゾン、グーグル等、複数存在します。ボイジャーもその一つです。IDPF 自身によっても「Radium」というビューアが提供されています。

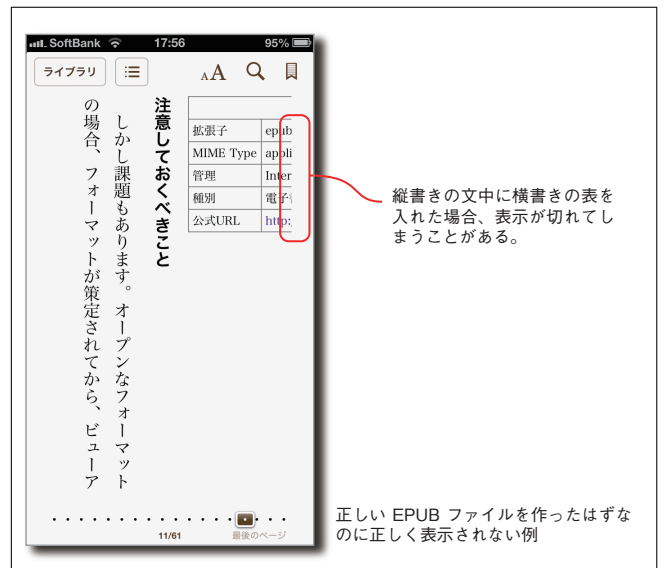
電子書籍の歴史の中で、つい最近までその多くは「プロプライエタリ」なフォーマットが主流を占めていました。この良し悪しではなく、市場そのものが大きくない状況では、世界の共通性を視野にいれた「オープン」なフォーマットが注目されることはなかったのです。ようやく市場も立ち上がり、人々が電子書籍の共通したフォーマットを求める時代になってきました。EPUB はそれ自体、長い歴史を持ってはいますが、ちょうど来るべき時代との遭遇を果たし、電子書籍のスタンダードといえる立場になってきました。この EPUB という電子書籍のフォーマットを手にしたことは大きな福音でした。私達は、少なくとも何らかのフォーマットを選ばなければ電子書籍に踏み切ることができなかった日々からは前進して、迷うことなく何を出版するのかといった内容そのものに注力していくことができるようになったのです。

▽注意しておくべきこと

しかし課題もあります。オープンなフォーマットの場合、フォーマットが策定されてから、ビューアやツールが開発され普及するまでにかなりの時間がかかります。特に EPUB 3 は普及の過渡期にあり、ビューア、ツールともに発展途上にあるといわざるをえません。

現状では、EPUB 3 として正しいファイルを作ったはずなのに、そのファイルを閲覧するビューアで正しく表示できない場合がまだあ

ります。こんなことにならないように、作る側としての対策を念頭に置いておくべきです。しばらくの間はどのビューア、どの書店でも問題なく流通できるようなシンプルな EPUB の作り方を体得することが重要です。



こういう状況は、未来永劫続くことはありません。ビューアやツールが成熟し、どれも自由に選択できるというオープンフォーマットのメリットを享受する日はそう遠いことではありません。こういった課題については、勉強会があったり、メーリングリストでの議論があったりと、利害関係を越えた活発な情報交換が行われています。そういった情報も公開されていますので、明らかに収束に向かっていく方向にあることは間違いありません。

❖ EPUB 制作のワークフロー

EPUB 制作のワークフローについて、具体的なお話に入っていきます。

一般的にオーサリングツールを使った制作方法は最も簡単な制作方法です。しかし残念ながら EPUB のオーサリングツールは各社で開発が進んでいますが、まだまだ発展途上です。これはビューア自体もまだまだ発展途上であるという事情にもよります。この状況下で、どのように EPUB が制作されるのか、一般的な電子書籍制作の要点を解説した後、実際の事例について私たちの推奨する例を紹介していきます。

▽一般的な電子書籍制作のポイント

一般的な EPUB の制作方法は大きく、以下の二つに分類されます。

- ・オーサリングツールで制作
- ・構造化されたテキストからの変換

前述のようにオーサリングツールの進化はまだ初期段階にあるので、ここでは割愛し、構造化されたテキストからの変換について説明していきます。

「構造化されたテキスト」とは、電子書籍業界ではよく聞く言葉ですが、業界以外では耳慣れないものです。簡単に言えば、見出し等を

使って、きちんと意味付けしたテキストのことです。これはテキストに変換用のマークを付与して作ることもできますし、ワープロソフトやDTPソフトで制作して出力する（XMLやHTML）こともできます。

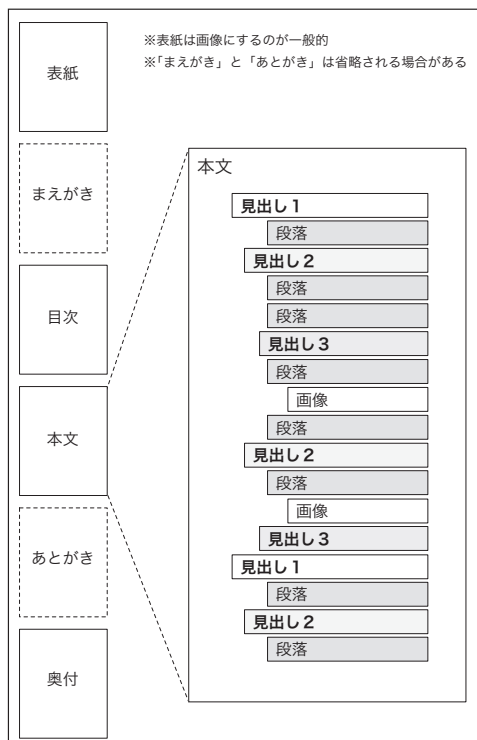
どの方法で制作する場合でも、注意すべきポイントがあります。以下の順に説明して行きましょう。

- 書籍全体の構成
- 文書の構造
- 画像の入れ方
- 文字の装飾

これらは、ご自分で初めて原稿を用意する方や、個人で電子出版をやりたいと思っている方は意識していただきたいことです。このポイントを外してしまうと、ビューアによって表示品質に大きく差がでてしまうこともあれば、そもそもEPUBとして正しく変換できない場合もあります。「リフロー型」と呼ばれるテキスト中心のEPUBの場合には特に重要です。

書籍全体の構成

電子書籍の出来上りをイメージしてみましょう。全体の構成は、標準的には以下ようになります。



電子書籍の標準的な構成

文書の構造

本文を書く場合は「見出し」を使った文書の構造を意識してください。ワープロソフトやDTPソフトであれば「スタイル」を使います。電子書籍を考えているのであれば、原稿執筆のときにスタイルを使う習慣をつけておくと、ずっと楽に、正確に電子書籍を作ることができます。

見出しのレベルを使って、構造的な文書を作ります。「章」「節」「項」と言ったり、「大見出し」「中見出し」「小見出し」と言ったりするこ

ともあります。「見出し1」「見出し2」のように番号でレベルわけすることもあります。本稿では「見出し1」「見出し2」「見出し3」という用語を使います。

文章を書く際には、見出しのレベルの順番が重要です。必ず「見出し1」からはじめます。そしてスキップはできません。

ワープロ等で文章を書く場合、単に文字サイズを大きくしたり、太字にしたりと、見た目を変えることで見出しを設定する方も多いかもしれませんが、見た目をえただけで設定が完了したとすることはできません。ワープロソフトの場合には「スタイルの設定」で「見出し1」「見出し2」を選択することで設定を完了して下さい。この設定手順を踏むことを習慣にしましょう。

(注) なぜ見た目だけで見出しを設定してはいけないのでしょうか。文字サイズが大きいか、太字になっているとかいう見え方は、あくまでも見た目の表現にすぎません。それを見た人間は、見出しだろうと推測できます。しかし電子機器にとってはそれが見出しであるかどうかはわかりません。多くのビューアは「見出しごとにジャンプする」という機能を持っています。その機能を使うためには正しい見出しの設定が必要です。正しく設定したメリットは、読み上げソフトを使った場合などで明らかでしょう。

「段落」の注意点は「改行とスペースを使った位置揃えは行なわない」ということです。

例えば、段落全体を3文字下げたい場合に、全角スペース3つで行頭を下げ、改行を入れて、また全角スペース3つで行頭を下げる、という書き方は禁物です。ワープロソフトの場合には「スタイルの設定」で段落の字下げを行なう方法があるので、そちらを使いましょう。

画像の入れ方

作品には挿絵や説明用の図版が必要な場合が多々あります。その際、EPUBの閲覧機器の画面サイズはまちまちであること。そして、文字サイズの変更や縦置き、横置きという読者の意思で閲覧状況が変化することを考えておきましょう。画像のレイアウトにあまりこだわらずに、段落と段落の間にポンと入れておくのがいいでしょう。

PDFはレイアウトをガッチリと決めるものですから、画像のレイアウトも凝ったことができます。大きめのサイズの表示画面をもつタブレット端末などではその効果が現れても、モバイル端末の小さな表示サイズでは、レイアウトをいかに凝った（画像に対するテキストの回り込みを含む）ところで、そもそも小さすぎて閲覧できない場合があります。ある意味で、ゆるやかなレイアウトを心がけようと言えません。

文字の装飾

段落内の文章で、強調等の目的で文字を装飾したり、ルビ（振り仮名）をつけたりする場合があります。括弧で囲まれた注釈などは文字サイズを小さくする場合があります。

▽リフロー型のEPUB制作

ここで、ボイジャーが提供する「EPUB3メーカー」を例にとって、リフロー型のEPUB制作のワークフローについて説明しましょう。

「EPUB3メーカー」とは、EPUB3メーカー用入力データを、EPUB3へ変換するWebサービスです。文字系コンテンツにもマンガ系コンテンツにも対応しています。変換時、「電書協制作ガイド準拠」

そして「汎用 (Kindle/iBooks/Google/kobo/Yahoo! 対応)」の形式を指定することができます。出力された EPUB 3 は、ソースレベルで無駄がなくシンプルです。正確な構造を持つプロ向けの品質を持っています。

このサービスは現在は法人向けですが、Microsoft (MS) Word 原稿からの変換にも対応した個人向けのサービスも今秋公開予定です。

EPUB 3 メーカー自体の詳細は以下の URL をご覧ください。

https://pro.dotbook.jp/mkepub_man/manual.html

入力データ

最初の工程は、変換用の入力データを用意することです。前述の構造を意識してください。

「本文」は「見出し」と、それぞれの章の内容となる「段落」や挿入される画像等で構成されます。それぞれの段落は、中央寄せ、右寄せ (縦書きの場合には下寄せ) のように位置揃えされる場合があります。また箇条書きのようにインデントしたり、引用のように字下げを行う場合もあります。段落内の文章にはルビをつけたり、書体、文字サイズ、文字色を指定したり、圏点や傍線などで強調したりします。電子書籍ならではの機能としてハイパーリンクを指定することもできます。

EPUB 3 メーカーでは、青空文庫が使用する青空注記をベースとしたマークアップ形式「DP マークアップ」という独自の形式を用意しています。

(注) 青空注記：青空文庫で使用されているマークアップ形式。

「DP マークアップ」では、見出し、画像、段落の字下げやインデントおよび行揃え、ルビの指定やテキストに対する各種装飾 (書体、文字サイズ、文字色、縦中横、圏点、傍線)、ハイパーリンクの指定を行うことができます。

この方法に加えて、ワープロを使って EPUB に変換するために原稿を作成する具体的な例を紹介します。原稿は MS Word あるいは LibreOffice を使って作成します。

(注) LibreOffice：オープンソースのオフィススイート。ネイティブの保存形式は OpenDocument Format (ODF)。MS Office の保存形式の読み書きもできる。

「スタイル」を使って指定をしていきます。特に見出しについては、「見出し 1」「見出し 2」を使って指定します。MS Office、LibreOffice とともに標準で用意されている見出しの「スタイル」指定で行います。見出し以外の段落には、自分で自由に名前をつけたスタイルを使ってまかまかせません。

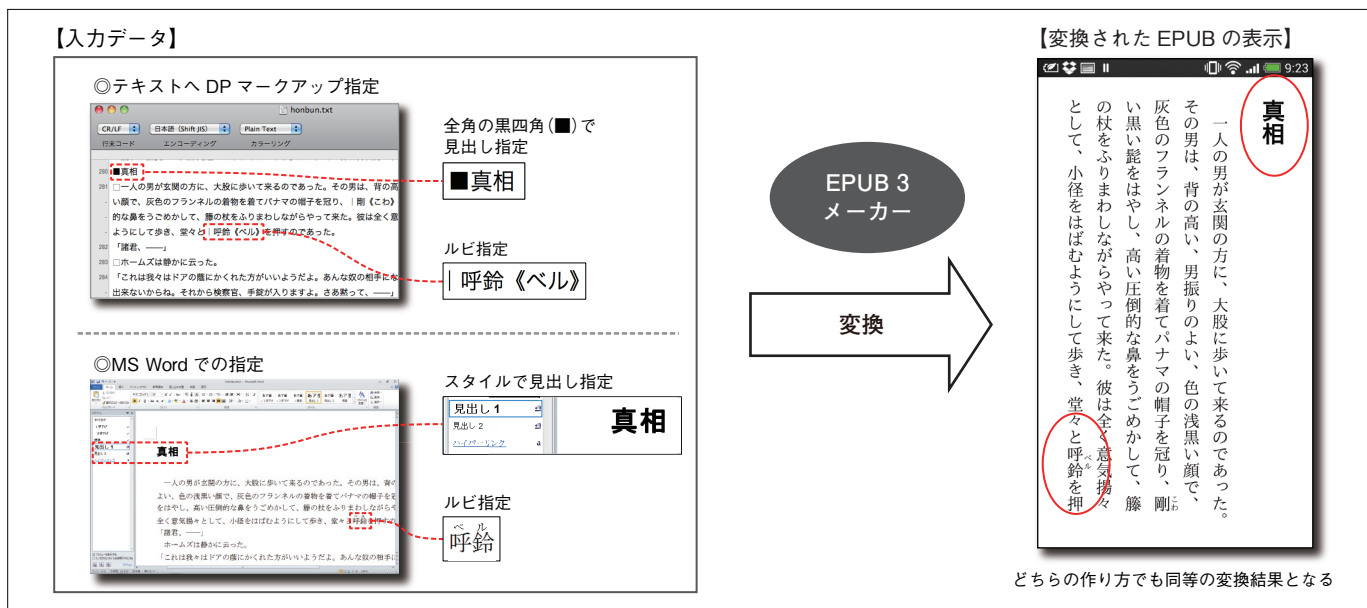
変換と変換ロジック

「EPUB 3 メーカー」の場合、目次、奥付は、入力データが最終的な EPUB ファイルに変換されるときに自動的に生成されます。表紙については、用意された表紙用の画像を EPUB の先頭ページ (および書棚表示用のカバーイメージ) として使用します。目次は、見出しとしてマークアップされた箇所から自動的に生成します。奥付は別途用意された、書籍タイトル、著者名等の書誌情報の項目から自動的に生成します。

出力形式

「出力形式」とは変換後のフォーマットです。もちろん EPUB 3 です。先に述べたように各種端末の差異を考慮した EPUB 3 に変換します。「EPUB 3 メーカー」では、「緊デジ向け (電書協制作ガイド準拠)」と「Kindle/iBooks/Google/kobo/Yahoo! 等対応」の二つの形式を出力形式に採用しています。「緊デジ向け (電書協制作ガイド準拠)」とは、その名の通り、緊デジの制作仕様に準拠したもので、電書協 EPUB 3 制作ガイドと同じものです。こちらは、プリセットの CSS (スタイルシート) が用意されています。

「Kindle/iBooks/Google/kobo/Yahoo! 等対応」は EPUBJP (EPUB 3 日本語ベーシック基準 <http://www.epubjp.com/home>) に準拠し、かつ iBooks や Kindle (KF8) に必要なメタデータも追加したものです。前項で述べたワープロ原稿からの変換の場合には、こちらの形式で出力されます。



EPUB 3 メーカーでの EPUB 変換フロー

▽画像を中心とした EPUB 制作

ここまで説明してきた内容は主としてテキスト中心の書籍のもので、これを「リフロー形式」と呼びます。これに対して、マンガや写真集のような画像中心の書籍を「フィックス型」あるいは「固定レイアウト形式」と呼んでいます。リフロー形式と固定レイアウト形式では、制作ワークフローが全く異なります。リフロー形式については前項で書きましたので、ここで固定レイアウト形式について説明していきましょう。

ここではすべてのページが画像である書籍の説明をします。

固定レイアウト形式のコンテンツとは「画像が順番に並んでいるだけ」のものですが、見開きページをきちんと表示するためには、次の設定が必要です。

- ・ページめくり方向（「右から左」あるいは「左から右」）の指定
- ・奇数ページと偶数ページ（左ページと右ページ）の指定



見開きページの表示例
ブラックジャックによるしく 作 佐藤秀峰
漫画 on web : <http://mangaonweb.com>

目次機能が必要な場合、クリックマッピングを使った目次ページを用意したり、EPUB のナビゲーション機能を使用します。

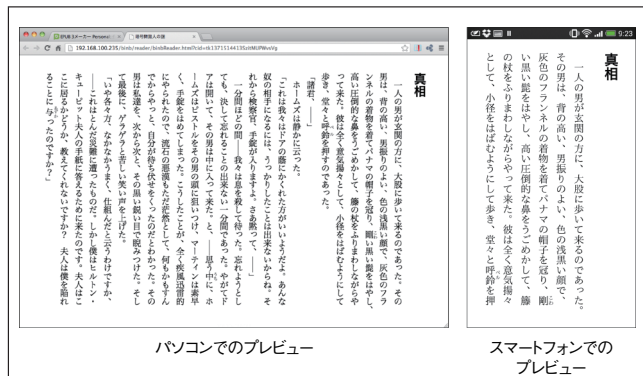


ナビゲーション機能の例
ブラックジャックによるしく 作 佐藤秀峰
漫画 on web : <http://mangaonweb.com>

▽プレビュー

EPUB には epubcheck という、EPUB のファイル形式が正しいかどうかをチェックしてくれるツールが用意されていますので、変換後にはまずこれを使ってチェックを行ないます。EPUB 3 メーカーでは、変換プロセスに epubcheck を組み込んでいますので、正常に変換された場合にはファイル形式は問題ありません。

そして EPUB 3 メーカーには、正常に変換された EPUB を確認するためのプレビュー機能が用意されています。Web サービスですので、PC だけでなく、スマートフォンやタブレットでも見ることができます。誤字脱字はもちろん、指定したレイアウトの確認などを行い、問題があれば、原稿を修正して再度変換します。問題無ければダウンロードして完了です。



EPUB 3 メーカーのプレビュー機能

◆ EPUB の未来

▽さらに進んだ拡張固定レイアウト

文字系リフローテキストと固定レイアウトが混在した型式についても EPUB では「固定レイアウト」として定義されています。現状では「Radium」以外でこれに対応したビューアはまだ少ないですが、今後は対応ビューアも増えてくるでしょう。

さらに「拡張固定レイアウト (Advanced/Hybrid Fixed Layouts)」というフォーマットも策定されつつあります。ケータイコミックのようなコマからコマにスクロールする表現や、ふきだしの部分がバイリンガルになるコミック、固定レイアウトで読んでいて、部分的にリフローで表示する部分を呼び出すことができるような雑誌の表現などが可能になります。

▽オープンフォーマットのメリットはこれから

今回は、「発展途上」の現状を踏まえて、各種端末の差異を考慮した制作ワークフローについて紹介しました。いろいろな不統一や混在が残っているという印象があるかもしれません。しかしそれはもう少しの辛抱です。オープンでスタンダードなフォーマットには、各社・各自が自由にソリューションを開発できる余地がひろがっています。だから、いろいろなサービスが生まれてくることでしょう。そこからより良いサービスが成長し、私たちに新たな力を与えてくれることを期待します。

より良いものを選択する自由も残されています。ひたすら多機能なツールに心血を注ぐ開発者もいるでしょう。機能は少ないが安定して使いやすく、不変・永続を視野に入れたツールの開発を重視する人もいます。特定書店で売っただけでいい、リッチなコンテンツを配信したいと思うのか、どの書店向けにも配信できる安定と広汎を望むのか、何を求めるかによって最適なソリューションは変わってくるはず。最適なソリューションが見つからなければ、自分で作ってしまえと行動することもできるのです。

そんな時代はすぐそこにまで来ています。忘れてはならないのは、ここへ至るまでの長い試行錯誤の歴史のあったことです。数限りないトライアルが世界の共通性に近づける努力につながっていったのです。どうかあなたもまた新しいトライに果敢に挑戦してみてください。

セルフ・パブリッシングのその次へ

電子雑誌トルタル編集長 古田 靖

❖電子出版とセルフ・パブリッシング

『トルタル』というタイトルの電子雑誌をつくっている古田と申します。本職はライターです。1995年にライターを始めた自分は、原稿をペンで「書いた」という経験がほとんどありません。最初からワープロやパソコンにデジタルで「入力」していたからです。すでに印刷工程もかなりの部分がデジタル化されていたと思いますが、当時はまだ通信環境や互換性といった条件が整っておらず、パソコンのない編集部も少なくありませんでした。そのため、多くの場合は自宅のプリンタで原稿を出力し、編集部にはFAX送信していました。その後メールで送信することが当たり前になり、出力の場は編集部に移ります。この頃になっても、まだどこかの段階で、誰かが出力された紙を見ながら、もう一度デジタルデータとして入力し直していたのでしょう。でも、やがて編集行程のデジタル化も進行し、この二度手間は解消されます。おおまかにいえば、いまでは紙出力は印刷所でだけおこなえば良い、ということになっていると思います。

この流れでいうと、電子書籍というのは、読者さえも紙に出力する必要のないカタチにまで行き着いた新しい本だといえます。もし、これが広く受け入れられるのなら、これまで「出版」に必須だとされてきた舞台装置は大きく変化していくはずですよ。

具体的に何が変わるんだろう。そう思った僕は、2010年からアマゾンやiOSアプリ、パペーといったサービスをつかって何冊か電子書籍をつくり、出版してみました。売上はほどほどでしたが、これまでとまったく違うアプローチでもちゃんと本を出すことができました。とくに強く感じたのはカジュアルさです。「出版」という行為とほとんど同じことが、パソコン上で自由に出来てしまう。文章を書くことを生業としてきた人間にとって、これは大変な魅力でした。いわゆるセルフ・パブリッシングの可能性に惹かれたのです。

❖1人きりで「良い本」をつくるのは難しい

ボーン・デジタルな本なら、誰でもすぐに出版ができる。これは本当のことです。でも、すぐにその限界にも気づきました。

例えば表紙です。電子書籍は手にとって見れない分、表紙アイコンが大きなアピールポイントになります。これは誰かに頼む必要がありました。またデザインやレイアウトに凝るためには、やはりプログラマーやデザイナーの力を借りた方がいい。また電子書籍の宣伝にはWebの知識も必要だと感じていました。そして、これら以上に欲しかったのが、第三者の目です。従来の出版には編集者や校正者という存在がいます。企画意図を把握している彼ら彼女らが「最初の読者」として原稿を読み、チェックしてくれることで品質を一定以上にする

よう引き上げてくれている。じつは普通のライター仕事で、大きな修正指示を受けることは滅多にありません。昨今の出版不況のせいとか、校正作業も簡略化されてしまうケースも増えています。しかし、それでも編集者は読んで、指摘をしてくれる。ところがセルフ・パブリッシングでは、内容をチェックする人間がいません。これは、ひどく不安なものでした。

1人で良い本をつくるのはとても難しい。出版に携わってきた人間なので、余計に強くそう思ったのかもしれませんが。強い意志と知識、技術があればクリアできた問題かもしれませんが、それよりもセルフ・パブリッシングの身軽さを生かしながら、作り手同士がサポートしあえる場が必要だと思うようになりました。そこで考えたのが、連載コラムを集めた「電子雑誌」というメディアです。

基本的なイメージはバンドです。歌、楽器、曲、歌詞などを寄せ集めて、定期的に1冊の電子書籍をつくる。電子書籍はさまざまなコンテンツを格納できる可能性がありますから、興味がある方は得意分野問わずにすべて受け入れることにしました。ようするに「当方ライター。それ以外のパート全員募集」という張り紙を近所のレコード店にするような感覚でFacebookで呼びかけをおこなったのです。そして、2012年4月1日電子雑誌『トルタル』の創刊 (http://bit.ly/toru_1) にこぎつきました。その後4号までリリースし、別冊2タイトルを合わせた総ダウンロード数は累計で1万2000を越えたぐらいです。(2013年5月末現在)

❖ソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) とクラウドサービスをつかえば、集団で電子出版ができる

『トルタル』はEPUB 3の電子書籍ですが、フォーマットだけでなく、制作環境もほぼすべてデジタル化されているのが特徴だと思います。そもそもFacebookで集まったメンバーの所在地は最初からバラバラでした。北は北海道、南は鹿児島、アメリカ、フランスにも連載陣がいるのでリアルに集まったり、素材をやりとりすることは不可能なのです。

編集部はFacebookのグループ機能を利用し、文字原稿と進行状況はGoogle Driveで共有しています。校正や編集作業もクラウド上でおこなうことができるのがこのサービスの利点です。画像や動画、音楽のデータのようなデータサイズの大きいものは同じくクラウドストレージのSkyDriveに上げ、連載ごとに作成したフォルダで管理。完成した原稿もここに放り込むので、最後はここが素材倉庫になります。これをプログラマーやエンジニア、コーダーといったメンバーが取り出してマークアップし、GitHubで公開されているEPUB生成プログラムgepubに上げ、試作版のデータを生成。これをFacebookの編集部を持っていき、各自がダウンロードして、それぞれの端末やOSなどでチェック。校正やバグがあれば報告し、修正を加えた新たな試作版を生成して、再び確認という作業を何度か繰り返して、出来上がり。リリース日を決め、各メンバーはそれぞれ時間のあるときに、共有素材や他のメンバーの投稿をつかって、FacebookやTwitter、ブログなどで告知をする。これが基本の流れです。

こうした制作が可能になったのは、SNSの機能充実はもちろんですが、素材を共有し・編集することの可能なクラウドストレージサービスがこの時期に急速に進化したことが大きかったと思います。2年前だったら、こんなことを個人の集まりだけでやることはできなかったでしょう。1年前でも、もっと現場は混乱した気がします。その意味では、Webの進化が可能にした電子出版のカタチだといえると思います。

この制作工程は、試行錯誤を繰り返しているうちに、自然に生まれたものに過ぎません。ですが、色々な方に面白がっていただいているようです。それで「CROWDパブリッシング」と名付けてみました。CLOUDサービスをつかった製作者集団(CROWD)による出版というぐらいの意味なのですが、このような集団による電子出版にはセルフ・パブリッシングをさらに発展させる可能性があると思っています。

❖集団で電子出版をすることの意義と可能性

『トルタル』は現在無料で配布(http://bit.ly/toru_k)しているので、ビジネス的な部分についてはまだこれからです。今後は連載をまとめた単行本を販売するなどの試行錯誤を始める予定ですが、上手くいくかは分かりません。

しかし、それでも、CROWDパブリッシングには多くのメリットがあると実感しています。クリエイター同士が互いのスキルを提供しあえるのももちろんのこと、それ以上に大きいのは、ソーシャルメディアをつかった宣伝効果でした。電子コンテンツを多くの方に知ってもらうにはWebプロモーションが肝心だとよくいわれますが、CROWDパブリッシングでは日常的にシェアやリツイートなどで協力しあえる仲間を持つことができるのです。

そして最大の利点は、制作工程のあちこちに「第三者」が介在することだと思います。『トルタル』の制作では従来の編集者的な役割も導入していますが、それ以外のメンバーにも、制作の大部分がシェアされています。その気になれば、誰でも、あらゆる工程にもタッチできるのです。意外なところから「こうした方がいいんじゃない？」という新しいアイデアが出てくるし、Twitterで打ち合っているときに、知らない方からズバリな指摘を受けることも少なくありません。脇から意見が出るのは面倒くさい面もありますが、会議やブレインストーミングの機会をイチイチ設けなくても、自然に偶有性が高まるような仕組みが組み込めるのは、この制作スタイルの大きなメリットだと考えています。

このような融通性の高い環境で制作を続けてきたおかげで、メンバーの構成についても新しい可能性が見えてきました。従来の出版の感覚で考えれば、文・絵・写真・編集・デザイン・組版・プログラムのできるプロがそろえば、最低限のユニットになるはずですが、さらにWebマーケティングに詳しい人も加えれば最強にみえるかもしれません。でもこの発想は、従来の本づくりの延長に過ぎないと思います。そこから出来上がるものは、ただの「電子(での)出版」で終わってしまう気がするのです。Webの進化を、電子書籍の普及を、ただそれだけで終わらせるのはもったいないのではないのでしょうか。「これからの本」という未知のメディアを考えるためには、さらに間口を広く、さま

ざまな人が入ってこられるような場にする必要があると思います。

現在『トルタル』には80名ほどのメンバーがいますが、そのなかにはこれまで出版とは無縁だったミュージシャン、作曲家、映像クリエイター、ダンサーといった方々がいます。彼らが参加することで、映像作品を連載したり、宣伝ビデオをつくったりといったことが可能になりました。また従来はコンテンツの中身にタッチしないことが常だった印刷、DTP関連の人たちにも積極的に関わってもらっています。ボーン・デジタルの本を考える上で、従来の本の現場を知り尽くしている彼らのアイデアや感覚は非常に参考になっています。またデザイナーがつくったオリジナルフォントを実装した電子書籍の試作といった実験も、こうしたメンバーの協力のおかげで進められるようになりました。

しかし、これだけではまだ足りない。じつは、そう感じています。現状は、以前から「コンテンツ」と呼ばれたものを、ただパッケージしているだけに過ぎません。これだけじゃ、おもしろくない。実際、『トルタル』の編集部内では、これまで交わることのなかったクリエイター同士が交錯することで、新しいアイデアがすでに生まれ始めています。例えばコラムを執筆してくださっている万年筆職人さんからは、ペンそのものにインターネット連携、アプリの機能などを持たせた「次世代筆記インターフェース」の構想について教えてもらいました。ワープロの登場以降「入力」するものになっていた筆記の現場が、再び変わるかもしれません。ニューヨークで修行中の若手ダンサーからは、ダンスフィルムとして制作された短編映画が送られてきました。彼らは映像とダンスをつかったホールやストリートでのイベントを構想しているようです。また将棋の指導員をするライターとピクニック団体主宰者が連携して「将棋やボードゲームを楽しむピクニックイベント」が企画され、全国各地に広がりつつあります。こうした構想やイベントすらも「コンテンツ」として、本の中で見せられないか。読んでもらえないか。生まれるアイデアが、どんどん落とし込まれていく「本」を、ほくは夢想しています。

もしかしたら、妄想が膨らみすぎているのかもしれませんが、でも「これからの本」の最終形なんて、まだ誰にも分からないでしょう。だったらやってみる価値はあるはず。それは「本」を拡張するだけでなく、「コンテンツ」という概念も拡張することにつながるのではないかと思うのです。

繰り返しになってしまいますが、「電子書籍」というメディアは、本を電子化しただけのものではないと思います。あらゆるクリエイターが集える場になり、制作の現場も、コンテンツの概念も変えていく可能性を秘めているのです。『トルタル』をやってみて、そんなふうに見えるようになりました。僭越かもしれませんが、今後もそのためにできることをやっつけていこうと思っています。 ■



古田 靖

1969年愛知県生。ライターとして活動する傍ら、2010年より電子書籍を手がける個人レーベルカナカナ書房をスタート。2012年4月、EPUB3の電子雑誌『トルタル』を創刊。
カナカナ書房 <http://kanakanabooks.com/>

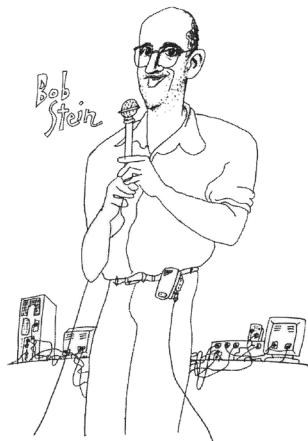
流されて それからの二人

株式会社ボイジャー 代表取締役 萩野正昭

❖不思議な縁のはじまり

ここに自分が立っているのは理由がある。そして自分が頼った、あるいは継^{すが}った人の姿がある。私にとってボブ・スタイン (Bob Stein) は、新しい出版という仕事の海を渡った30年の同志であり、相棒であり、生きていく支えだった。この男がいなければ、私は今、ここにいることはなかった。

いや、はじめて会ったのは32年前のことだよと、ボブは妙にこだわる。1年たりとも疎^{おろそ}かにしたくないと思ったのかもしれない。なぜなら彼にとっても私との出会いが全ての出発だった。私たちは決して航跡を残して走り去る船に乗ったわけではなかった。流されて、漂って、それでも声を張り上げて励まし合い、小舟で海を渡ろうとした。一時たりとも共にいることを忘れられない必死の航海だった。



イラストレーション 小島武

二人の出会いを今でも覚えている。ロサンゼルスのみずばらしいファストフード店で私たちは飲み物だけを注文して小一時間を過ごした。道路を隔てた向こう側に新装のショッピングモールが見えていた。車の出入りはひっきりなしで、消費をむさぼる幸福のかおりがこちら側にも届いていた。

語るボブは襟のすり切れたシャツを着ていた。すでに禿げ上がった額を突き出し、やるべきことの偉大さを語った。偉大なのはわかったが、それでどうだというのだ、と私は切り返した。お前は分かっている、必要なものが何なのかを。金だよ、お金だよ、丁寧に資金と言ってもいい、と。

深い理解の出来る英語の力は持っていなかった。しかし、そんな風に聞こえたような気がした。あるならくれてやりたいところだが、生憎自分にそんな金は持ち合わせがない。こんなところで詐欺師のように食下がられてお金が出てくると思ったら大間違い、第一お金が工面できるのは君の大そう偉大なアイデアを実現させる提案が形を成していなければならんだろう。

そうか、それなら提案とやらをつくってみようか。そしてボブはこう言った。「未来のランダムハウス」になろうじゃないか。随分妙なヤツだな、常識というものがないのだろうか。結局、話はここまでのことだった。私はただ常軌を越えた何かをやりたくて仕方がなかった。それだけが彼との接点だった。ある意味で資格ありと相手に見込まれたようで、気分は悪くはなかった。不思議な縁のはじまりだった。

32年の後、「未来のランダムハウス」さえ至らない現実をまえに、目標は最初の頃より複雑なものになったとボブは伏し目がちにもらす。「未来の出版社」になるだけでは不十分だと気がついたからだ、と。どんな言い訳にせよ、流されて漂う長い長い時間が私たちの前には広がっていきばかりだった。

❖出版社になる前に

やっておくべきことがあるだろう。オレたちの仕事には道具というものが必要だ。鉛筆と紙があれば事足りるなんていうものじゃない。けれど、コンピューターの使い手にしか操作できないものじゃダメだ。いちいちお伺いを立て、ああだこうだと指図される窮屈は承服しかねる。自由でなさいいけない。テクノロジーの力を持たざる者が手にすることだ、だから現状を突き抜けるおおらかな基盤を構築するには、創造のためのしたたかなツール（道具）が必要だ。

お前はジーン・ヤングブラッドを知っているだろう。彼の「エキスパンデッド・シネマ」は、映像の可能性にチャレンジした幾多の実験映画を詳しく紹介している。そしてここが重要だと思うが、ハリウッド映像産業の大成の前に、憤死したおびただしい数の映像パイオニアがいたことだ。

私はボブと出会った当時、レーザーディスクの制作担当として、この手の実験映画を収録する「映像の先駆者」シリーズをプロデュースしていた。私にとってはメジャーな娯楽映画など何の興味もなかった。映像を止めて、一コマ送ったり、戻ったりできる機能を実装したレーザーディスクに、憤死した先駆者の深い意図を読み取らせることこそ、表現の可能性を見つめることであり、メディアの使命ではないかと信じきっていた。たかが百数十年の映像の歴史、フィルムに結像するイリュージョンにあの手この手で取っ組み合った試みは、新しい創造そのものだった。

私はボブと映像の歴史を話し合った。フランスでの「シネマ・ヴェリテ*1」、英国ドキュメンタリー運動*2、ドイツの「エンサイクロペディア・シネマトグラフィカ (EC)*3」など。世界には映像に関わるさまざまな運動が存在してきた。空想ではなく現実が映像の一方の使命だった。けれど映像が現実を掴むためには目で見える姿だけではなく耳で聞こえる音が必要だった。

映像にとって音声のシンクロ（同時録音）がいかに大きな高い壁であったかは、映画そのものが無声映画として発祥したことから分かることだろう。絵と音のシンクロを手にするまでには長い時間がかかっている。映像に音が加わることで開かれた世界の躍動、真実、あの新鮮な感動の体験を知る人は、デジカメにさえ動画録音機能が常識として備わった現在では見つけようがないだろう。

ボブと私の話はヨリス・イヴェンスの映画「世界の河はひとつの歌をうたう」に及んだ。お互いを見つめ合うのではなく、もろともに一つの方向を見るような心地よい錯覚を二人は感じていた。身はどこにありとも、目を世界へ、心を祖国へ。思わず肩を組まんという気持ちだった。

正直、シネマ・ヴェリテや映像人類学の話をも日本人のオマエから聞かされるとは思わなかった。ボブの反応には、日本人への意外性が見てとれた。ジーン・ヤングブラッドの話が出てきたから、額^{うなず}だけでことを済ますわけにはいかなかった。日本人を甘く見るなどという気持

ちは確かにあった。その「エキスパンデッド・シネマ」のエキスパンドをとって、私たちのツールは「エキスパンドブック」と命名されたのだ。出版を考える前に、私たちは映像の歴史から未来を見ようとしたり、道具としてのコンピューターを印刷に置き換えていた。

❖ばかばかしさと哀しみと

ツール開発に全てのエネルギーを費した。消費したと言った方が正直なところだろう。さすがに浪費とは言いたくないが、現実には翻弄される毎日だった。

例によって私たちは「エキスパンドブック」をこう宣伝した。何でもできる、誰もが、簡単に……。このスローガンは今でも誰かが繰り返している。リアルに言い直せば、できることは限定され、一部の人間だけが、困難を乗り越えて掴むもの……に過ぎない。もちろん資金的バックアップがあり、好意的な支持者に恵まれ、忍耐強い長い時間をかけたケーススタディを経ることができれば、スローガンは現実のものにもなるだろう。そんな幸運が舞い降りることは、だがありえない。結局は騙しのスローガンとして潰れていく。

裏切られるのは読者／ユーザーばかりではない。コンピューターに、よって、もって、立つ、私たちは、コンピューターの基準に則り開発を進めることになる。この基準はれっきとした私企業が決めるのであり、私企業が変更するものだ。何時何時、こちらの勝手な思い込みが裏切られたって文句の言える筋合いではない。

強い誰かのもとに寄りかかりビジネスを成立させていく。君子は豹変し、こっちの勝手な思い込みはもの見事に覆される。徒労感、ばかばかしさと哀しみの辛酸をなめること、どうしようもない。

「エキスパンドブック」はもともとアップルの「HyperCard」に依存した。その後アップルの「QuickTime」への注力に従ってそっちへ流され、アップルの経営判断による「QuickTime」チームの解散によって、進路を失い路頭に迷うことになった。

「エキスパンドブック」は頓挫した。しかしボブはへこたれなかった。計画は「Publishing on the Web」へと進み、「TK2／TK3（ツールキット2/3）」という開発に深化した。ニューヨークの制作チーム、ブルガリアのプログラマー、サンフランシスコのデザイナーという陣容が見事な見栄えを実現させた。開発には時間を要した。その間の経済を支えたものは、成功者による基金や支援を惜しまない鷹揚な財団からの出資だった。ボブは金策にあたっては「グル」として振る舞った。

どこからそんな金が出てくるのだろうか？ ボブ、あなたはメディアの荒海を進む労働者・兵士たろうとしたんじゃないのか。額に汗して働き、儉しく夜はテーブルで思索者になるはずじゃなかったのか。端で見る限り、それは優雅なものだった。いつのまにか有名大学の講師におさまり、あてがわれた門番付きの専用宿舎に鎮座まじまし、家に大きな犬など飼って、夜な夜なインテリアを集めて食卓を囲む。

何度か招かれて私もそのテーブルについてことがある。交わされる難解な英語に嫌気がさして私は窓辺に逃げのように立った。眼下にワシントン広場が見えている。おおい、ここはニューヨークのど真ん中じゃないか。

どうすりゃいいのか。親に勘当受け身の上のごとく、寄る辺ない極貧の有様。ここでしゃあしゃあと未来を語る資格の一片もなく、明

日の米びつを思うことしきりだった。貧しくていいじゃないか。少なくともオレはそうするよ。人のお金に頼ってそこで何かができたのならば、優しい言葉でも掛けてくれよな。ボブの背中に無言の挨拶をして私はその場を退くしかなかった。

❖好きな言葉は「諦め」

頼ることはやめよう。一人で行くしかない。自分のできること、それに殉じよう。自分が話す、書く、日本語だけ考えればいい。世界だなんてどうでもいい、勝手にやってくれ。オレが使えるとしたら日本語でしかないのだから。好きな言葉は何ですかと問われたら、日本語で「諦め」ですと答えよう。それっきゃない。

何もかもが無くなった気がした。しかし考えないわけにはいかなかった。意地もあった。成功者による基金も鷹揚な財団もない日本の現実から資金を得ることも無理な以上、素朴な道具に依拠するしかないだろう。ボブが潤沢な栄養価をもったビーフシチューを煮込んでいるのなら、私はさっと湯がいた蕎麦で対抗しよう。どっちがいいかなど判断はできない。

捨てた。やるべきことは一つしかない。文字だ。その究極の太古から使い続けられた真実の道具に向かい合い、これを最も進んだ現代の技術のどこかに引っ掛けてみたかった。持たざる者が手にする力、私は忘れてはいない。笑わば笑えである。

快適に読めればいい。ネットの上に、自分たちの書いたシンプルな文章を縦書きで、もちろん横書きだって瞬時に表示する。日本語である以上、ルビや禁則や字下げなどの基本ルールは備わっている。こうしたもっとも基底にある原則を大切に、それ以上の余計な虚飾は捨て去って向かい合うことが「諦め」の中から生まれていった。

このソフトを私たちはT-Time（ティータイム）と呼んだ。そしてT-Timeという閲覧ビューアで最適に読める電子書籍フォーマットとしてドットブック(.book)をつくった。.bookは講談社を中心とした多くの出版社に採用され、出版社が販売する電子書籍のフォーマットとして浸透していった。

一方で、ビーフシチューを煮込んでいたボブは、むせ返る厨房で苦しんでいた。あれもできる、これもできるが結局は脚を掬うことになった。沸き立つ鍋をいくつも前にして、今はできない、もうすぐ必ず。分かっている、バージョンアップで、を連発した。

とうとう「TK2／TK3」は完成しなかった。「私は時代の先を進みすぎている。この戦いは短期決戦ではありえない。時間と共に少しずつ、そして確実に進行する現象……」。何とでも言え。できなかったことは厳然とした事実ではないか。そして、これまで開発に投じられた資金は「グル」に捧げられた信頼と期待だったんじゃないのか。

大きな賭けの華々しさと結末の冷酷さを知った。地道な努力と一握りの糧のあまりの軽さを知った。どちらが正しいのかは分からない。どちらも人を生かすには間尺にあっていないことだけは確かだった。

❖誰も分かってくれない

時を経て、電子出版の状況も激変した。アマゾンはこの市場の圧倒的優位を確立しはじめた。ことの次第が明らかになるに従って、出版

社と流通を仕切る書店の力関係には大きな差が生じることを誰もが認識するようになった。その具体例として、出版社はアマゾンをはじめとする大型ネット書店での販売を通して、自社売上情報以外の何ものも手にできないでいる現実を改めて知ることになった。

「TK2 / TK3」の失敗から、ポブは盛んに「ソーシャル」を語りはじめた。本というものの本質は固まったパッケージだ。本がネットへ流れ出ることによって不定形の情報に即していくのだと直感したのだ。そんなインフラストラクチャは独自に構築するしかない。

テキストをオンラインにアップロードし、ページ両端のマージンに読者が集い話し合えるようにする。そのビジョンを実現するためにポブは「SocialBook」を起業した。ソーシャルブックとは、分かりやすく言えば知り合いと読書ができるシステムだ。

英文学のクラスでの実験、高校のスペイン語の授業で実施された使用例、ドイツのベストセラー小説を対象にしたもの、映画を「読む」メカニズムとしてソーシャルブックを利用した例。

ただし、これはなにがしかの教育的効果を目的とする試みである。誰もが映画の教育、あるいは映画を通じた読書のようなものを映画に期待したい訳ではない。これは映画に向き合わされる強制が加わった視聴形態だ。そういうことを本当に人はしたいのだろうか？ 意見や感想はあったとしても、再び映画のシーンへ自分を戻し、そこにコメントとして自分の足跡を残していきたいと思う人も、思う映画も極めて少ないものではないか。所詮、人は映画というメディアを消費するにすぎない存在だと思う。ポブ、そうじゃないのか？

このテクノロジーの開発を促進し、市場に参入するための資金集めに走り回った時にいくつかのことが分かってきた。ポブはこう私に言い、続けた。私はソーシャルブックはすごいプラットフォームだと信じている、同時にユーザーに実際に使ってもらうにはある程度の時間がかかることだろう。そこまでの道のりは険しい坂だ。投資家が興味を持つにはその成長速度が遅すぎることにも気がついた。

なんてヤツだと私は思った。懲りないヤツだとも。そしてほつり「誰も分かってくれない」とポブは独りごとをもらした。

❖二人はひとつ

抱きしめてやりたかった。誰も分かってくれないなんて、ここにオレがいるじゃないか。どんなに意見や立場が異なっていようとずっと一緒にやってきた。姿が見えなかった時もある。けれど、どこかで、世界のどこかで同志は必死に戦っているとずっと思いつづけてきた。

「上を向いて歩こう」をつくった中村八大は、散々生きてくたびれた命へのメッセージを書く時期がきたと、晩年になってある曲を残した。この唄はどのCDにも入っていない。うろ覚えに記してみた。

生きるということは、誰かに借りをつくることだ。生きるということは、その借りを返していくことだ。誰かにそうして貰ったように、誰かにそうしてあげよう……

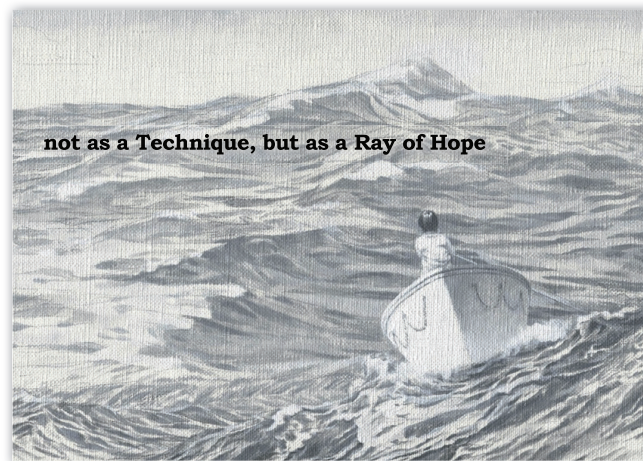
私は電子出版という現代の新たな産業の芽をとにかく語ることに関心があるわけではない。私は単に常軌を逸したことがしたくてたまら

なかっただけだ。そこにたまたまポブとの出会いがあり、二人して「出帆」したに過ぎない。ただ、一度未知なる航海に出た以上、遭遇する雨も風も日照りさえも受けとめていかねばならない。

電子出版に限ったことじゃない。この世の中の何を生業としようと、そこには自ずと人としての責任と誇りがあるはずだ。たとえ私がそしてポブが、出版という仕事から遠く離れていたとしても、今ある自分の向かい合う対象に真摯たる気持ちでいたであろうし、いたいと願うだろう。その意味において、新しい時代を築こうテクノロジーやビジネスで、大きな役割を演じねばならないのは個々としての人の品格ではないか。大きな波やうねりに翻弄される藻くずのような人の影、ただかちつけな存在としての身体、これをもってなお、挫けることないまっすぐな人の意志の何たる尊いことかと思う。ポブは私に、私はポブに、お互い流されてか弱く儂い身の上を思い知らされながら、そこにかすかに光る鋼の心を認め合ったのだろう。二人はひとつだった。

- * 1 シネマ・ヴェリテ：フランス語で「真実映画」の意味。映像の作り手が被写体の人々と関わる記録手法。作り手の存在が映画から排除される虚構上のトリックを排した。フランスの映像人類学者ジャン・ルーシュが推進者として有名。
- * 2 英国ドキュメンタリー運動：イギリスの記録映画作家ポール・ローサ、ジョン・グリアスンらが提唱した映画の教育効果、宣伝効果を利用した社会変革をめざす運動。「ドキュメンタリー」という用語の起源となった。
- * 3 エンサイクロペディア・シネマトグラフィカ (EC)：ドイツ、ゲッチンゲンの科学映画研究所のG・ウォルフ教授の提唱で創設された国際的な学術研究と大学教育用の科学映像資料の収集運動。

イラストレーション 成瀬 修



VOYAGER

情報の海を航海する

2013年7月3日 第1版第1刷発行
2013年7月10日 第1版第2刷発行

表紙デザイン 平野甲賀
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。

2013.7.10