

今後の電子書籍の展開と著作権

歌田明弘
作家、評論家

Written by Akihiro Utada

アマゾンがアメリカで読書端末「キンドル」を発売し、電子書籍事業を開始したときにはニューヨーク・タイムズのベストセラー・リスト112点中101作品を含む9万点のタイトルのベストセラー・リスト112点中101作品を含んだ日本での電子書籍事業では、当初の発表と違って、多いところでも2万点ほどしかなかった。

こうした違いが生じた背景には、電子化の作業に思いのほか手間がかかったなどの理由もあったようだが、日本とアメリカの権利処理の違いも大きかったと見られている。

アメリカはクルマ通勤する人が多く、運転しながら聴けるオーディオ・ブックが大きな市場になっている。そうしたこともあって、出版のさいに著者と二次利用を含む包括的な契約を交わすことが一般化している。

日本では、包括契約どころか契約書すら交わされていないこともある。書協が2006年3月に発表した「出版契約実態調査」では、書面による出版契約書が交わされた割合は45・9%にすぎなかったという。

紙の本について出版契約が交わされていたとしても、電子化にさいしてあらためて契約する必要がある。そのためタイトル数が高かくなかそろわないということが指摘されている。

こうした指摘は間違っているわけではないが、しかしそうなら

た背景には、そもそも電子書籍で十分な収益を得られるようになっていない、それどころか後述するように、電子書籍の時代が本格的にやってくる出版社や著者の多くが困窮しかねないという、より根本的な問題がある。そのため出版社も積極的に電子化を進めようとはしなかったし、著者を説得する材料も持っていなかったというのが実情だ。

インプレスR&Dの「電子書籍ビジネス調査報告書」によれば09年度の電子書籍市場は574億円とのことで、アメリカの倍以上の大きさだった。しかし、89%は携帯電話向けだ。しかも、少年の同性愛や少年少女の恋愛をあつかった特殊なジャンルのコミックスが多く、若い女性がおもな購入者だ。それ以外の電子書籍は、著名な作家のものでも劇的に売れていない。ほとんど売れないものを電子化しても利益がでないのが、著者と交渉して電子化する手間ひまをかけられないというのが出版社の本音だ。それでも小説等の電子化が少しずつ行なわれてきたのは、絶版や品切れにしたのでは著名な作家に対して申し訳が立たず、また権利を手放してIT系の企業に電子化の権利をさらわれてしまうことを懸念したためでもあった。

このように大半の電子書籍は、電子書籍市場を切り開くという積極的な理由からではなく、いわば権利の防御のために電子

化されてきた。積極的なビジネス展開を考えて電子化されたわけではないので、売れなくても不思議はないし、また逆に、売れないから積極的な展開を考えることもできなかった。

2010年末になって読書端末が相次いで発売され、配信事業も相次いで立ち上がり、電子書籍をめぐる環境はよくなった。読書端末がアメリカのようにほんとうに購入されていけば、広いジャンルの電子書籍が売れるようになるだろう。

たしかに読書以外の用途にも使えるタブレット端末やスマートフォンは売れるかもしれないが、2011年初めのいまのような限られた品揃えのままでは、もつとも電子書籍を売りやすいキンドルのような読みやすい読書専用端末の販売は厳しいと思われる。

さらに紙の本では、刊行されると、早ければ翌月、遅くても7カ月ほどのちに、本の問屋である取次から出版社はまとまった入金がある。そうした仕組みを前提に著者に対して10%ほどの印税が支払われてきた。しかし電子書籍は売れ高払いなので、いつでもぐらゐの売り上げがあるかわからない。著者も売り上げに応じてしか支払われないのでは、収入のめどが立たない。

電子書籍のウェイトが大きくなっていけば、出版社は、売り足が遅く、資金回収のしにくい専門書や地味な文芸書などの刊行に、いま以上に慎重になると思われる。売りやすい同じような本ばかり刊行される傾向がよりいっそう強まる可能性がある。実際アメリカでは、電子書籍の時代に向かい始めたことで、大手出版社が地味な文芸書を敬遠する傾向が強まったと米メディアは伝えている(ウォールストリート・ジャーナル日本版2010年9月28日「電子書籍浸透で作家に試練」)。

出版市場がネガティブな方向に変質しないためには、紙の本の市場を維持しつつ、電子書籍によって新たな読者を獲得し、出版市場を拡大していくような方策が必要だろう。

雑誌については進展も

一方、雑誌の電子化については、権利処理の面で前進もしている。

雑誌協会・文藝家協会・写真著作権協会は、刊行期間の倍、最長で1カ月、最長で3カ月の間で追加の支払いなしに雑誌を電子化して配信することを認めるガイドラインを作成している。ガイドラインに沿うことと、わかっている利用方法を権利者に告知することが条件で、この期間を越える場合は別途支払いが必要になる。

ガイドラインに沿うことを表明した雑誌は雑誌協会のサイトでリストアップされているが、2011年1月18日現在で22社67雑誌になっている。

雑誌広告市場が縮小し、雑誌は苦境に陥っているが、電子化をしやすいとして電子雑誌市場が立ち上がれば、書き手は著作の発表場所を失わずにすむ。電子化によって入手しやすくなるので、雑誌はより多くの読者と出会えるかもしれない。このような好循環が生まれることが望ましい。電子書籍についても、出版が活性化していくようなビジネスモデルが望まれる。

歌田 明弘

(うただ・あきひろ)

作家、評論家。1958年東京生まれ。82年東京大学文学部卒業後、青土社「現代思想」編集部勤務。その後、85年「ユリイカ」編集長を経て93年フリーで編集・執筆活動を開始する。主な著書は『電子書籍の時代は本当に来るのか』(筑摩書房)、『ネットはテレビをどう呑みこむのか』(アスキー・メディアワークス)、『科学大国アメリカは原爆投下によって生まれた』(平凡社)、『「ネットの未来」探検ガイド』(岩波書店)など。

CEL