

電子出版の流通促進のための情報共有クラウド構築と 書店店頭での同システムの活用施策プロジェクト (総務省平成22年度新ICT利活用サービス創出支援事業)

代表組織: JPIC 財団法人 出版文化産業振興財団

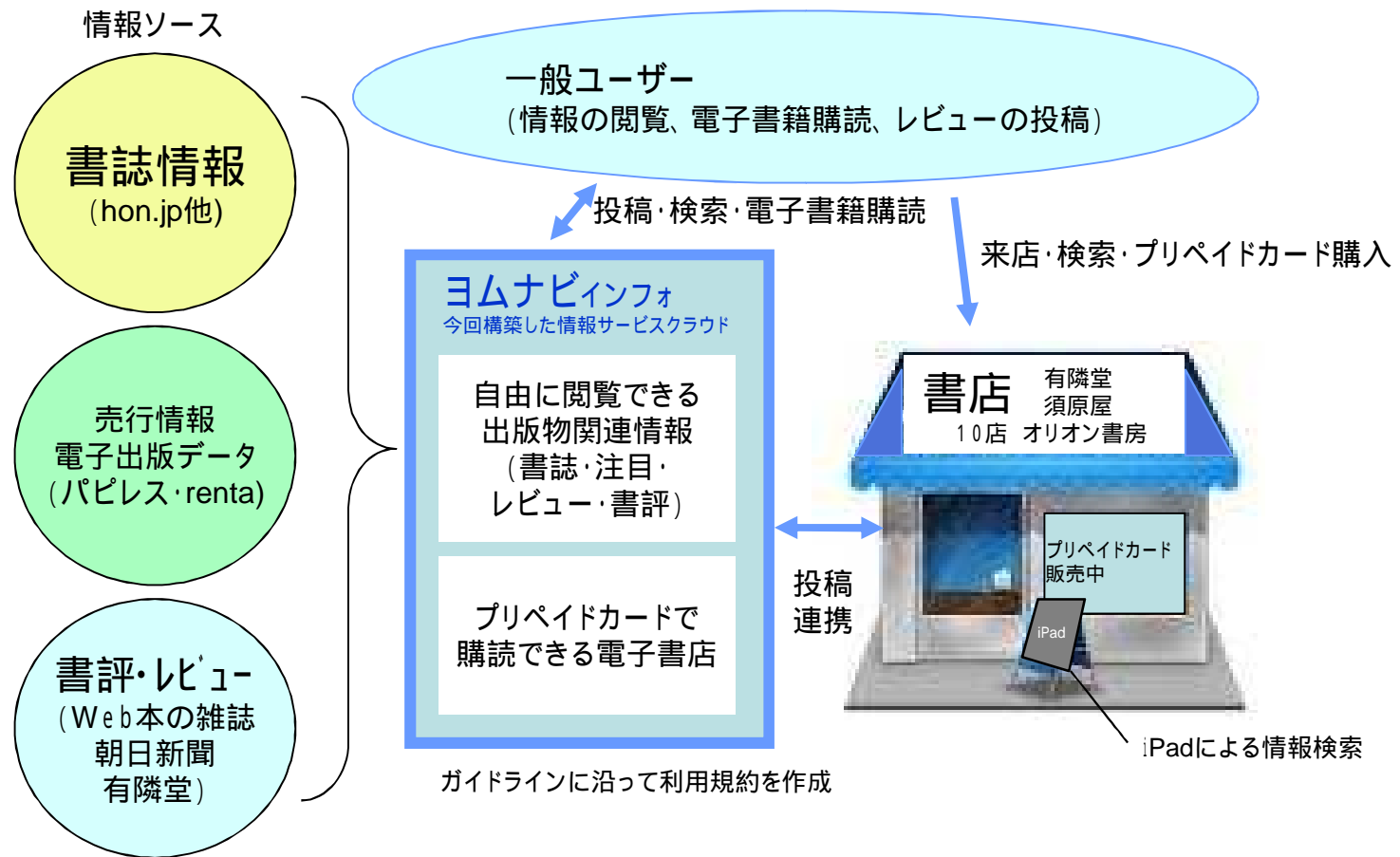
共同提案者: 日本書店商業組合連合会、(社)日本出版取次協会、(社)日本書籍出版協会、
(社)日本雑誌協会、(株)博報堂、プライマル(株)

問い合わせ先: JPIC 事務局長 中泉 淳 nakaizumi@jpico.or.jp

[電子出版の流通促進のための情報共有クラウド構築と書店店頭での同システムの活用施策プロジェクト]

(代表組織:財団法人 出版文化産業振興財団) { 共同提案者:日本書店商業組合連合会、(社)日本出版取次協会、(社)日本書籍出版協会、(社)日本雑誌協会、(株)博報堂、プライマル(株) }

〈 事業実施図 〉



1. プロジェクトの概要

事業実施図

事業の目的

事業の目標

実施体制

2. 実証事業の実施

出版物関連情報クラウド
の構築

リアル書店での
クラウド活用事業

実証事業の結果

3. 出版物関連情報の 共同利用ガイドラインの検討・策定

ガイドラインの目的

出版物関連情報の範囲と種類

想定される出版物関連情報の利活用

ガイドラインの検討・考え方の工程

情報利活用の方針についての説明と
利用者の同意の必要

出版物関連情報の共同利用
ガイドライン

- ・著作物として扱うあるいは許諾
が必要な出版物関連情報
- ・利活用される情報の透明性の
確保と取り扱い
- ・情報利用にあたっての著作者・
発表者の権利の扱い
- ・事業運営にあたっての事業者の
権利
- ・利用者の保護(安全対策)

4. まとめ

実証実験の
成果と課題

今後の
アクション

クラウドの
将来構想

1. プロジェクトの概要

事業の目的

仮説

「電子出版に関する情報環境の整備が電子出版市場の活性化に寄与する」

電子出版に関する情報が整理され誰でも閲覧できる。この環境整備を図る事によって、一般の読者はどのような電子出版物が出版されそれがどのような評価、評判を得ているのかを容易に理解することができるようになる。また更にこれらの情報が現在の出版マーケットを支えるリアル書店で活用されることで一般の読書家に効率的に情報が伝わり、新しい電書籍読者を生み出してゆく。このように電子出版物に関する情報環境の整備と、さらに書店でこれを利活用することが電子出版の市場拡大に繋がる。

本プロジェクトの目的

本プロジェクトの目的はこの仮説に基づいて、実際にこのような情報サービスのクラウドを構築し、書店でこれを活用することの検証にある。出版社、書店、一般読者がどのようにこれを受け止めどのような課題があるのかを確認する。またこのような情報サービスのガイドラインをこの実証を通じてつくことで、この情報サービスが安全で正しく運用されていくことを狙うものである。

事業の目標

以下の事業を通じて仮説を検証し
また情報利活用のガイドラインを策定する

出版物関連情報クラウドの構築

電子出版物に関する書誌情報、売れ行き情報、書評を蓄積したクラウドサーバを構築。クラウドを通して、

- ・リアル書店が自店の書籍販売に活用。
- ・読者が電子出版物関連情報を検索・閲覧。
- ・読者が電子出版物を購入。

リアル書店でのクラウド活用

- ・リアル書店に情報端末を設置し、ITリテラシーの低い読者にも電子出版物の流通を促進。
- ・読者はリアル書店で、電子出版物専用のプリペイドカードを購入。
- ・リアル書店は、電子出版物とプリペイドカードのプロモーションを実施。

電子出版物関連情報の共同利用のための課題抽出とガイドラインの策定

- ・電子・リアル書店、読者を対象として、情報ニーズを分析。
- ・求められる情報の質・範囲を検証し、情報サービスの利用モデル案を策定。
- ・書誌、売れ行き、書評それぞれの情報管理・情報提供についてのガイドラインを策定。
- ・本実証実験で展開されるサービスの利用規約を策定。

実施体制

共同提案組織の役割

- (財)出版文化産業振興財団(JPIC)
 - プロジェクトの全体統括
- 日本書店商業組合連合会
 - 実験展開書店のとりまとめ
- (社)日本出版取次協会
 - 書誌データのとりまとめ
- (社)日本書籍出版協会
 - 書誌データのとりまとめ
- (社)日本雑誌協会
 - 本実験事業の広報支援
- (株)博報堂
 - クラウドサービスの全体監理
- プライマル(株)
 - システム構築・監理

委員会委員(3回開催)

- 座長 植村八潮(東京電機大学)
- 委員 矢作孝志(JPIC)
- 大川哲夫(日書連)
- 鈴木薫(取次協会)
- 丸山信人(インプレス)
- 落合早苗(hon.jp)
- 事務局 中泉淳(JPIC)
- 藤本裕二(博報堂)
- アドバイザー 村瀬拓男(弁護士)

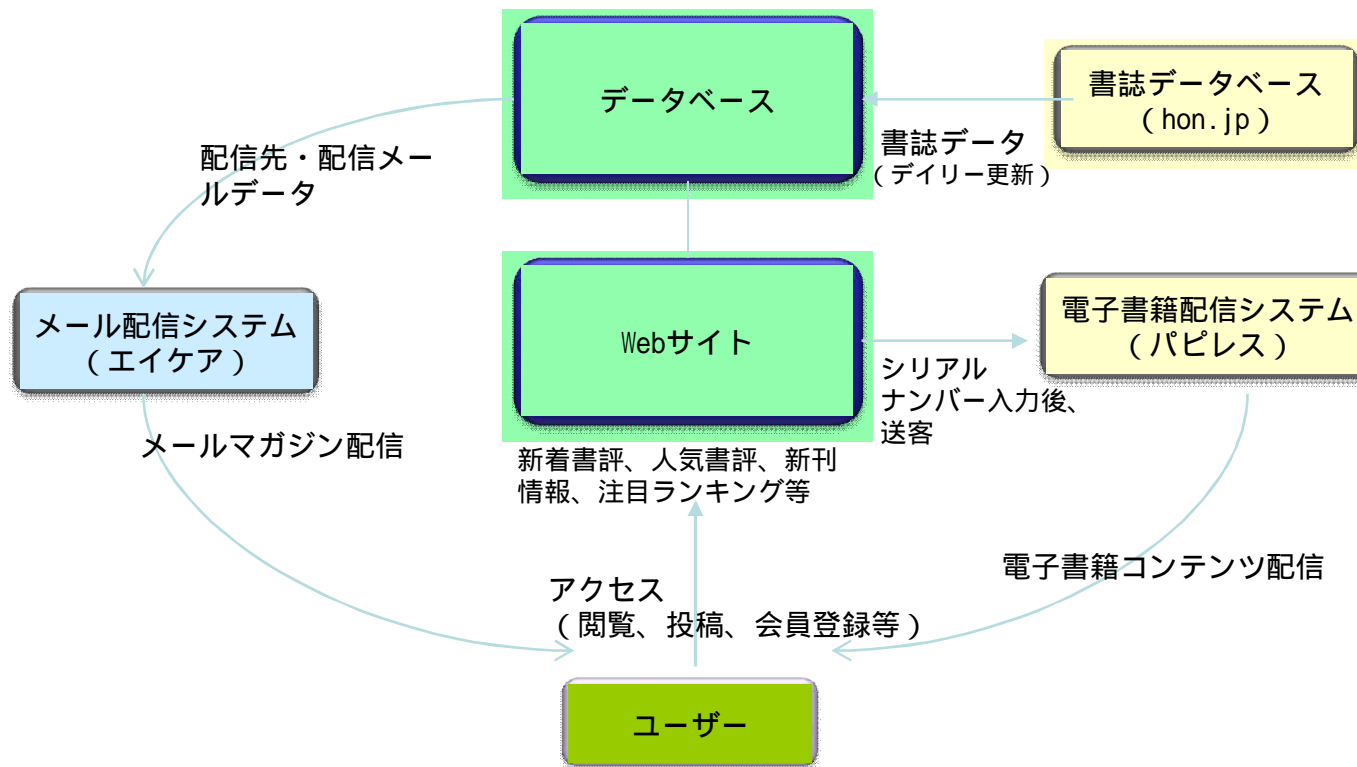
2. 実証事業の実施 - - 1. 出版物関連情報クラウドサービスの構築

出版物関連情報サービスの名称 :

『ヨムナビ.インフォ』 (<http://www.yomu-navi.info/>)

サービスの内容を名称でわかりやすく伝えることを目指した

模式図



システムの開発 :

出版物関連情報のサービスシステムを構築した。

サービス提供の仕組みは以下の通り。

ユーザーが、パソコンや携帯でアクセス可能なWebサイトを開設。ユーザーは、会員登録、データの検索・閲覧、書評の書き込み、プリペイドカードによる電子書籍の購入ができる。

データベースには、hon.jpから書誌データが、hon.jpやパピレスから売れ行きデータが、書店や新聞社や書評サイトから書評データが配信・蓄積されている。

データベースからは、メール配信システムによって、ユーザーにメールマガジンを発信。

電子書籍プリペイドカードによって購読された電子書籍は、電子書籍配信システムによってユーザーに配信される。

2. 実証事業の実施内容 - - 2.リアル書店でのクラウド活用事業

- ・平成23年3月7日より25日に、協力書店10店舗の店頭で、実証実験を行った。
- ・協力書店店頭には、クラウドにアクセス可能な端末(iPad)1台とパネル2枚を設置して、来店客が閲覧・検索できるようにした。
- ・端末上には、書籍機能、キャンペーン告知、新着書評、話題の書評、新着図書リスト、ジャンル別注目書籍などが表示され、それぞれの画面に入力またはタッチすることにより、来店客は電子または紙の出版物についての情報を、検索または閲覧することができる。
- ・書店店頭でのもう一つの実証実験として、電子書籍プリペイドカードの販売を行った。協力書店に電子書籍プリペイドカードを配布し、店頭にて1枚200円で来店者に販売することとした。
- ・プリペイドカードで購読できる電子書籍は、小説、ビジネス書、歴史読物、鉄道読物、男性向け漫画、女性向け漫画の6ジャンルから、それぞれ1冊ずつを選んだ。



店舗設置機材イメージ



オリオン書房サザン店



実証事業の結果

クラウドの利用結果

クラウドの利用は、実験開始直後の3月8日にピークをむかえた。これは、出版業界紙「新文化」が、Webサイトに「サイトオープン」の速報を掲載した影響が大きい。その後、安定的にユーザーを集めていたが、3月11日に「東日本大震災」が勃発し、以後アクセスは低迷した。

登録会員者	73名
記載された書評数	21
総頁ビュー数	13140
ユニークユーザー数	1007
1人当りの平均頁ビュー	7.07
1人当りの滞在時間	約5分
リピート訪問率	47%

プリペイドカードの利用結果

- ・プリペイドカードの販売数は93枚、電子書籍の販売数は32冊だった。
- ・プリペイドカードの購入者は40人で、男性30人、女性10人。年代は30代16人、50代9人、40代7人の順。
- ・プリペイドカードの入手方法は、「書店で購入」が70%、「知人からプレゼント」が25%。電子書籍の購入経験は、68%が「初めて購入」と答えており、プリペイドカードの販売は、新規読者開拓に有効であることが読み取れる。
- ・クラウドサービスで便利・使いたいと感じた機能は、読みたい本の書評が検索できる、電子書籍の新刊がわかる、注目の電子書籍がわかる、の順。電子書籍のおすすめ機能が評価された。
- ・電子書籍を読もうと思った理由は、持ち運びが便利、価格が魅力、紙の本では絶版・在庫なし、の順。
- ・プリペイドカードを利用しようと思った理由は、いつも行く書店で販売していたから、カード決済の必要がないから、という回答が多かった。リアル書店への信頼感とカード決済への抵抗感が読み取れる。
- ・アクセスした端末は、スマートフォン、パソコンの順。スマートフォンと電子書籍購入の親和性が読み取れる。電子書籍の利用意向については、75%が「これからも利用してみたい」と答えた。

書店・出版社へのヒヤリング結果

リアル書店の主な意見

今回のサービスは、読者サービスとして有効だと思う。特に、自前で検索システムを持っていないような規模の書店にとっては有効である。

評価情報や評判は、出版物の売れ行きに大きな影響を持つ。いわゆる書評よりも、感想やレビューのような簡便なものが、参考にされる傾向がある。

リアル書店にとって電子出版物は共存していくべきものだ。ただ、紙と電子の値段があまりにも違うと困るし、最初はプリペイドカードで購入しても、慣れるとネットで購入してしまうのではないかという不安もある。

リアル書店も、読者のニーズや出版物の変化に対応して、変わっていくことが求められる。リアル書店の利益がきちんと計算されていれば、新しい試みには積極的に挑戦していきたい

電子書店の主な意見

リアル書店は電子書籍販売に親和性の高い場所であり、今回の取り組みには期待が持てる。レビューやクチコミは、その発信者に信頼が置ければ大きな影響力を持つので、今回の取り組みの方向性は間違っていないと思う。

出版社の主な意見

プリペイドカードによる電子書籍の販売は、面白い取り組みなので注目している。ただ、出版社にとっては、著者の納得を得ることや、価格設定など、検討すべき課題は多い。

3. 出版物関連情報の共同利用ガイドラインの検討・策定 - - 1.

ガイドラインの目的

本プロジェクトの目的は電子出版の関連情報を一般及び事業者に向けて整理・提供することで、電子出版市場の健全で公正な発展を目指すことにある。

このためには蓄積・整理された電子出版物関連情報を電子出版物の流通・普及に役立てること、またその情報の権利者を守り公正で安全な運用がなされることが重要となる。

電子出版物関連情報を利活用するサービスが情報をどのように取り扱えばよいのか示すことがガイドラインの役割であり、このガイドラインに沿って情報が扱われることでこの事業・サービスが誰にも信頼され安心できるものとして利用されることを期待する。このため先ず、扱われる電子出版関連情報の内容、範囲を定義しそれらの情報が適法に取り扱われる為の権利処理の指針及び利用指針について記すものである。これらの情報がどのように扱われ、提供されるのかということガイドラインとして整理し指針として提示する。

尚、出版物の関連情報を電子のみで扱うことは現状不合理であるため紙・電子を問わない利活用のガイドラインとした。

出版物関連情報の範囲と種類

・ 出版物関連の情報は大きく4つに大別される

書誌情報 出版社名、著者名、ISBNコード、判型、頁数などの客観情報
書影、著者写真などの意匠情報
ジャンル、簡単な内容紹介、帯などの分類・説明情報

売れ行き情報 取次・書店のランキング情報(期間別、ジャンル別など)
第3者機関による売れ行き・お勧め情報(雑誌読者アンケート、著名人の選んだ本、など)

評価情報 書評(プロ書評家、批評家、評論家、新聞社の書評員、作家などの記述)
書評(一般人のブログ書評、amazonへの投稿書評など)
感想(Tweetでの書込、著名人・一般人の愛読書リストなど)
レコメンド(編集者・関係者の推薦文、広告コピー、一般人の推薦文、書店POP)

その他 あとがき、帯、書籍内推薦文、など

は書籍に付随または含まれるものと考え、本ガイドラインでは ~ を利活用される出版関連情報とした。

想定される出版物関連情報の利活用

出版物情報の想定される利用シーンとして以下のようなものがあげられる。

特定の出版物の情報を検索・確認する。
その出版物の書評を読む・評判を確認するなど

広く出版物の情報を検索・確認する
売れている出版物がなにか知りたい(紙・電子)など

出版物について発信する(個人)
好きな出版物についてブログで感想を書くなど

出版物について発信する(著者・出版社・取次会社・書店)
出版物にレビューをつけてどのような出版物が伝えるなど
→出版物の良さ・内容を広く伝える・販売に役立てる

出版物の評判を活用する(書店)
出版物の評判を確認して仕入れに反映させたい
出版物の感想やレコメンドを売場で活用したい(POP、陳列など)
→口コミ、評判情報を販促に役立てる

これらの情報利活用は大きく以下の2つに分けられる

(出版業界関係者としての利活用)
事業者として出版物情報を提供・引用・参考とする
評価情報を販売促進に利用する

(一般読者の利活用)
情報を読書・書籍購入の参考にする
感想、書評・レビューを発表する

出版物関連情報には一般読者・出版業界関係者ともに広く利活用のニーズが存在する。出版物関連情報は広く利用されることで有益性を発揮する。

読書購入の参考にして欲しい

ガイドラインの検討・考え方の工程

今回策定するガイドラインは3つの異なる種類の情報からなる。これを整理すると

- ・「書誌情報」については出版社が自社の商品を管理し流通させ、自社のみならず事業に関わる関係事業者が共有化することでその目的が達成される。
- ・「売れ行き情報」については、基本的に書店や取次会社等の事業者から提供されるものであり、「売れ行き良好」「売れ行きランキング」等の宣伝文句や情報は、ユーザまたは事業者による評価情報と同等に取り扱うことができると考えられる。
- ・「評価情報」については、その著作権はみとめられるものの、その利活用に関して、権利者の権利は守りながら積極的に利用されるべきものとする。

以上を考えると、3つの情報は種類は異なるが、いずれも利活用されることを前提に考えるべきであり、その関係者(出版社、取次会社、評価著作者)について、それぞれが定める許諾の条件、権利の担保を保障することで同様なガイドラインを設けることができると考えられる。

「書誌情報のガイドライン」は、基本的にはオープン＆フリーに扱われるべきものであるが、これは主として出版社等の事業者から提供されるものであり、「権利性がないこと」すなわち「利用の範囲に限定がないこと」を除けば、『評価情報のガイドライン』の中で処理できると考えられる。さらに分類等に独自性のあるものについても、「権利性がある」と考えられるため、どの範囲で利用可能かという情報を含めて提供されれば、『評価情報ガイドライン』の中で処理できると考えられる。

「売れ行き情報のガイドライン」は、正確には「売れ行き情報の処理の方向性」であり、事業者から提供されるものは、『評価情報のガイドライン』の中で処理され、ユーザーとして扱う者から提供されるものも同じく処理する形となるものと考えられる。

以上、『出版物関連情報のガイドライン』は『評価情報』をベースに『書誌情報』、『売れ行き情報』の扱いも含めて一本化することとした。

情報利活用の方針についての説明と利用者の同意の必要

ネット時代にあつては、評価・評判情報に大きな価値が生まれてくることから、その信憑性の確保や使用にあたっての適正なルール作りが必要になってくる。

本サービスのガイドラインは、既存のネット事業者の事例を参考にしながら、提供される情報・評価が電子出版物市場の健全な育成に役立つとともに情報提供者の権利が守られることが求められる。

出版物関連情報が広く利用されることは出版物の流通についてはプラスになるものと考えられるが、権利の保護、嵐や誹謗中傷などネガティブな事項への対応などの配慮も必要となる。事業者は先ず情報をどのように利用するのか情報の提供者、閲覧者に対して表明し同意を得る必要がある。

出版物関連情報の共同利用ガイドライン

本ガイドラインは紙・電子を問わず出版物を販売・流通させるにあたって参考、必要となる書誌・売れ行き・評価情報について、一定のガイドラインを設定し、関係する事業者、一般のユーザーの権利の保護と、これを利活用するうえでの公正で公平な運用を目指すものである。情報を扱う事業者は以下の事項を尊重・遵守することが求められる。

著作物として扱う、または許諾が必要な出版物関連情報

- ・書誌情報：分類、整理等に関して事業者が固有に設定し、公開を認めない情報
- ・評価情報：一般にプロのものであると認められる書評、一般人のブログ等で発表される書評・感想、関係者（編集者、著者、司書、書店員等出版に係るもの）による推薦・広告・レビュー・書評

開示される情報の透明性の確保と取り扱い

- ・情報の修正、部分引用・脱稿等改変の禁止
- ・売れ行き情報：発表者、発表の時期、その範囲等の明確化と明記
- ・関係者の紹介なのか、自発的で自由な意見であるのか、個人情報保護を考慮しつつ一定の判断情報が示されることとする
- ・出典・引用がある場合、その引用元・出所を明らかにする

情報利用にあたっての著作者・発表者の権利の扱い

- ・（情報共有サイトの性質上）対価なしで開示・閲覧されることに対する権利者の同意

- ・商業的利用（部分または全てを、販売サイトで紹介、書店でのPOPに利用、広告での紹介利用など）に関する権利者の許諾（権利者毎に一括又は個別で許諾設定をする）
- ・本クラウドサービスから直接アフィリエイト収益が発生する場合、権利者に一定の対価を保証
- ・自らの投稿はいつでも削除できる
- ・記入者の立場・考えにより扱いの設定が変更できる（開示期間の設定、商業利用の不可など）

事業運営にあたってのサービス事業者の権利

- ・事前に許諾のある投稿・著作についての商業的利用（POP・広告等への引用、部分利用）
- ・公序良俗・他への権利侵害その他問題があるものとみなされる投稿の削除
- ・個人情報保護に配慮した、閲覧情報等の履歴・評価についての分析等のマーケティング的な情報の活用
- ・クラウドサービス上での広告・プロモーションの展開（評価情報と連動する場合はその権利者との一定の許諾のもとで行う）

利用者の保護（安全対策）

- ・クラウド事業者の個人情報保護に関する取り扱い規定の開示（安全対策）

以上のガイドラインに沿って実証事業『ヨムナビインフォ』の「利用規約」「事業者との情報共有に関する利用規約」「サービスポリシー」「プライバシーポリシー」を策定。同様の情報サービス事業の参考とできるようにした。

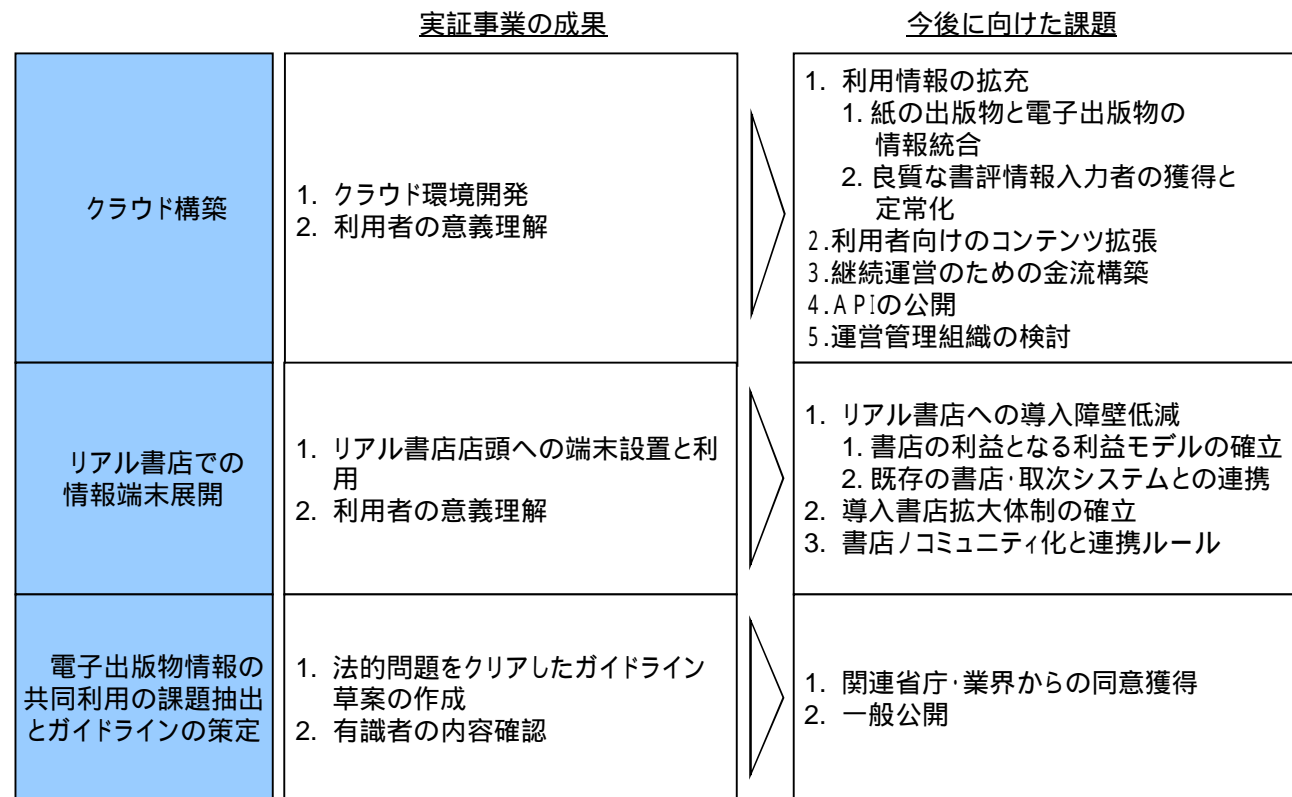
4.まとめ - - 1.プロジェクトの成果と課題

実証事業の成果

本プロジェクトの目的である クラウド構築、リアル書店での情報端末展開、電子出版物関連情報の共同利用の課題抽出とガイドラインの策定のそれぞれにおいて、当初計画通り、必要機能を具備した情報利用環境の実現と利用者における意義理解、情報活用ガイドライン草案の作成と各方面有識者からの妥当性確認を達成した。基盤としてのクラウドの実現性と有用性は検証された。

今後に向けた課題

目的である情報活用を推進するために、クラウド構築、リアル書店での情報端末展開、電子出版物情報の共同利用の課題抽出とガイドラインの策定のそれぞれにおいて、右の図のような解決すべき課題が存在する。



4.まとめ - - 2.今後のアクション

今後に向けた課題を解決し、本クラウド活用拡大による電子出版物の流通促進を実現するために、3つのアクションが有効と考える。

A. クラウド継続運営モデルの確立

- ・継続運営のための金流構築ならびに書店の利益になる利益モデル確立
- ・運営事業者・管理組織の確保
- ・利用情報の拡充
(紙の出版物と電子出版物の情報統合、良質な書評情報入力者の獲得の定常化)
- ・利用者向けのコンテンツ拡充
- ・利用者の認知獲得ならびに利用登録の獲得
- ・APIの公開

B. 導入書店の拡大

- ・継続運営のための金流構築ならびに書店の利益になる利益モデル確立
- ・書店・取次の既存システムとの連携
- ・導入書店拡大体制の確立
- ・書店の認知獲得ならびに導入書店の獲得

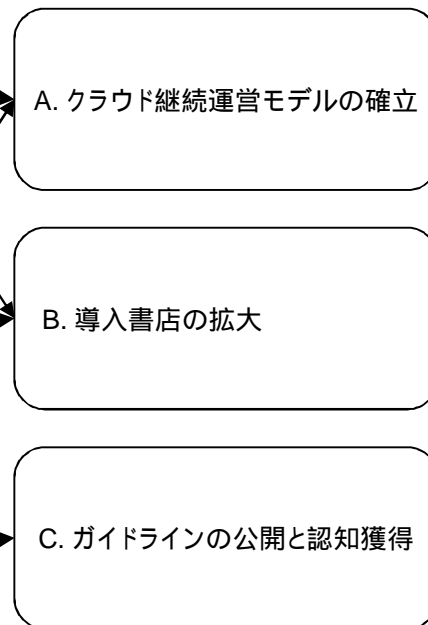
C. ガイドラインの公開と認知獲得

- ・関連省庁・業界からの同意獲得
- ・一般公開

今後に向けた課題

1. 利用情報の拡充 1. 紙の出版物と電子出版物の出版情報統合 2. 良質な書評情報入力者の獲得と定常化 2. 利用者向けのコンテンツ拡張 3. 継続運営のための金流構築
1. 書店への導入障壁低減 1. 書店の利益になる利益モデルの確立 2. 既存の書店・取次システムとの連携 2. 導入書店拡大体制の確立
1. 関連省庁・業界からの同意獲得 2. 一般公開

今後のアクション(案)



4.まとめ - - 3.クラウドの将来構想

電子出版物の流通促進を主目的とした出版物関連情報提供サービスは、当初構想通り有効であることが示唆された。今後は利用拡大に向けた運営モデルの確立や導入書店の拡大が求められるが、本クラウドが普及することで出版界全体への以下のような波及効果を期待できる。

コミュニティ育成によるリアル書店の活性化

本クラウド上の出版物情報を活用する窓口として、クラウド上にリアル書店ごとのコミュニティ(Web上の書店)を開設する。このコミュニティでは、リアル書店ごとの個性的なコンテンツを展開し、ファン作りに役立てていく。読者は、読みたい本の情報が店頭になくても、クラウド上のコミュニティを経由して、紙および電子出版物の情報にアクセスすることができる。クラウド上から、直接販売サイトにアクセスできるようにすれば、読者の利便性はさらに高まり、リアル書店の活性化、ひいては出版市場の活性化につながっていく。

良質な出版物制作につながる流れ

本クラウド上の出版物関連情報が広く活用されれば、書評を中心とした出版物情報はさらに充実し、それが著者や編集者へもフィードバックされていく。このことは、出版物の流通促進だけでなく、出版物の内容の充実にもつながっていく。このような二次的波及効果も視野に入れて、サービスの将来構想を練っていくべきだと考える。

