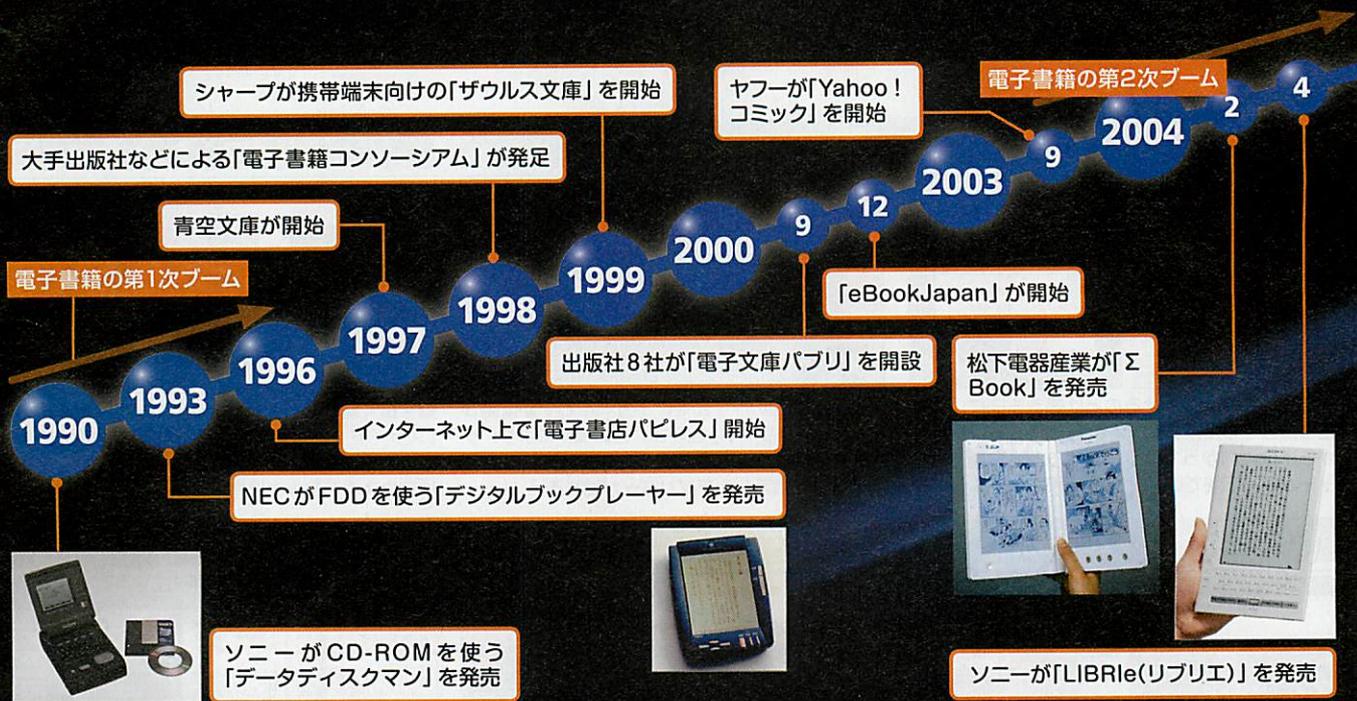


新たな大型サービスが続々登場、使い勝手も大幅に進化

# ついに来た 電子書籍ビッグバン

創刊29周年記念 特別企画

米グーグルや楽天／カナダのコボが相次ぎ日本に参入。米国で大きなシェアを獲得する米アマゾンも日本上陸は秒読み段階に入った。巨大サービスの登場は日本の電子書籍に大幅な進歩をもたらすことは必至。ユーザーの読書体験を劇的に変える電子書籍の最新事情をお届けする。  
(松元 英樹)



ステージ上のスクリーンには新型のタブレット端末が大きく映し出された。そのディスプレイには新刊書籍の表紙がずらりと並んでいる。「ハード、ソフト、クラウドをシームレスに統合するデバイスだ。電子メールでも電子書籍でもあらゆる機能を1つの窓で扱える」——。そう語ると、米グーグルのエリック・シュミット会長は薄型タブレットをポケットから取り出してみせた。

9月25日に東京都内で開催された

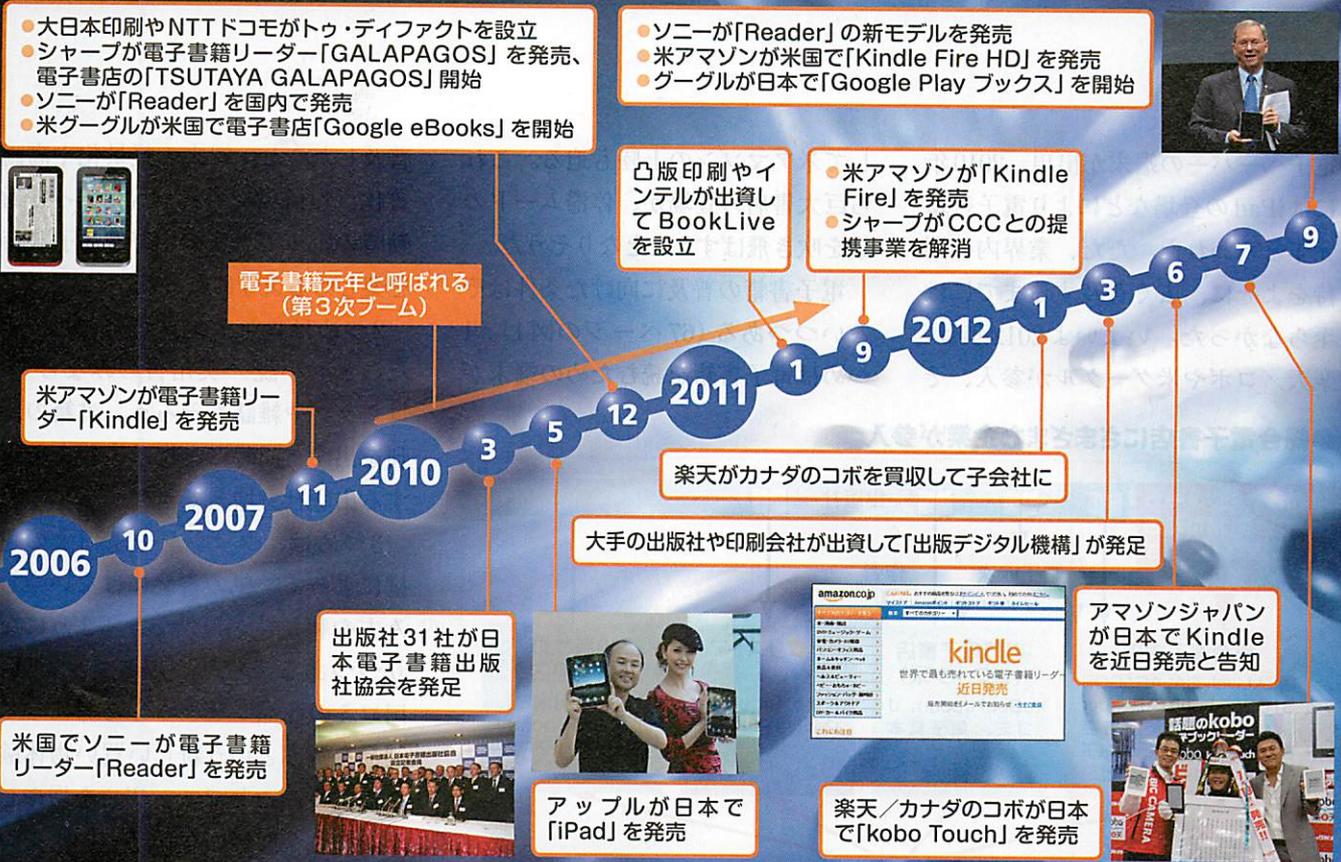
タブレット端末「Nexus 7」の発表会。もう一つの目玉は電子書店「Google Play ブックス」の国内展開だった。書籍数は明らかにしていないものの、角川グループ、翔泳社、PHP研究所などが書籍コンテンツを提供。既に海外では400万冊をそろえる巨大サービスに成長している。

検索や地図などのWebサービスのみならず、OSや端末を含む垂直統合のプラットフォームを構築し、IT業界で確固たる地位を築いてき

た。そのグーグルが次はコンテンツ配信で影響力を高めようとしている。特に電子書籍に大きな期待を寄せていることは、端末と同時に国内配信を発表したことで明らかだ。

## 米アマゾンも秒読み段階

IT分野の巨大企業たちが電子書籍の事業拡大に向けて加速を続けている。出版業界も巻き込み、新たなサービスや端末が次々と登場し、ユーザーを取り込んでいる。



● 電子書籍の本格普及で必須となる3つの条件がそろう

**(1) 各種端末の普及と電子書籍への対応**

タブレット端末  
スマートフォン  
専用端末

**(2) 複数のジャンルにわたる書籍コンテンツの充実**

小説/実用書  
コミック  
雑誌/新聞

**(3) クラウド/SNSと連携した新しい読書体験の提供**

Facebookに投稿

図1 国内で各種サービスが登場し、選択肢が広がった。それと同時に、各社の競争により、(1) 各種端末の普及と電子書籍への対応、(2) 書籍コンテンツの充実、(3) クラウド/SNSとの連携、といった電子書籍の本格普及に向けた条件がそろいつつある

先頭を走るのは米アマゾン。9月には高解像度の「Kindle Fire HD」や、ライトを搭載して暗い場所でも読める電子ペーパー端末「Kindle Paperwhite」を米国で発表した。6月には日本でKindleを近日発売すると公表しており、サービス開始はいまや秒読み段階とみられている。

ネット通販でアマゾンとライバル関係にある楽天は1月にカナダの電子書籍会社コボを買収。7月には日本でサービスを開始した。

国内企業ではソニーが電子書籍の世界展開をしている。「今後のエンターテインメントとしてのデジタルコンテンツには、音楽・映像・ゲームに加えて電子書籍がなくてはならない存在となる」(ソニーの電子書籍事業を牽引するVAIO & Mobile事業本部の野口不二夫デジタルリーディング事業部長)と断言する。小説やコミックを原作とした映画やゲームは多い。こうしたコンテンツ間の関連性をユーザーに提示できれば、

より利便性は高まる。同社では第4のコンテンツである“書籍”を端末の種類にかかわらず楽しめる環境を構築していく。例えば、10月中旬には携帯ゲーム機「PlayStation Vita」にコミックの配信を開始する。ゲーム用の描画機能を駆使して、ページめくりなどの操作を高速化し、快適に読めるようにした。

電子書籍の歴史は長い(上表)。1990年以降にCD-ROMやFDDを使った製品が登場し、2004年以降には

電子ペーパーの端末が出現。2010年にはiPadの登場などにより電子書籍元年と言われた。ただ、業界内の期待をよそに、広く普及するまでには至らなかった。いよいよ2012年は、楽天/コボや米グーグルが参入、そ

して米アマゾンの上陸も迫る。これら巨大書店の登場が、停滞ムードの殻を吹き飛ばすこととなりそうだ。

電子書籍の普及に向けた条件はそろいつつある(67ページの図1)。1つめは電子書籍を読むための端末が

普及したこと。端末の軽量化や高画質化、通信環境の進歩も相まって通勤時の電車でも家の中でも電子書籍を楽しめるようになった。

2つめはコンテンツが充実してきたこと。小説/実用書のみならず、コミックや雑誌もそろそろ。書籍の新刊を出すと同時に、電子書籍を発売する出版社も増えてきた。

3つめは、クラウドやSNSとの連携によって、紙の書籍にはない楽しみ方や利便性が提供できるようになりつつあることだ。米アマゾンは、口コミの商品レビューを参考にして製品を選ぶという新しい買い物体験を提供することでユーザーを増やした。これと同様のユーザー同士をつなぐ新しい読書スタイルが登場するだろう。

既に日本には数多くの電子書店が存在する(図2)。この多様性も電子書籍市場の拡大を下支えするだろう。各社は互いに競争しながらアプリケーションの操作性向上、マルチ端末への対応などで改良を加えている。5万冊以上の電子書籍を扱う総合電子書店のほか、出版社独自の電子書店や、著作者である漫画家が自ら構築した配信サービスなど、裾野も広がっている。

### ●総合電子書店にさまざまな企業が参入

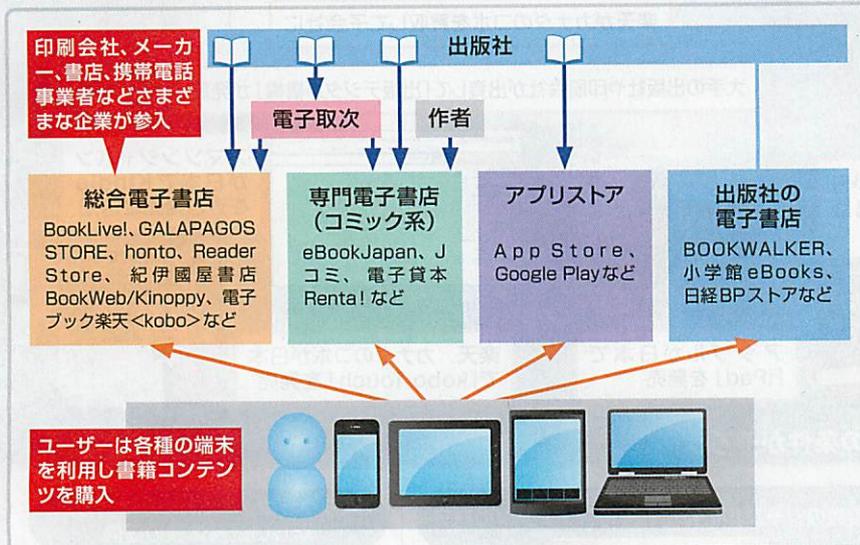


図2 電子書籍の配信形態は多岐にわたる。この中で、現在は特に総合電子書店の参入が相次いでいる。印刷会社や書店など従来から出版分野に取り組んできた企業のほか、メーカーや携帯電話事業者、IT事業者などの動きも目立つ

### ●電子書籍を紙の本と比べたときのメリット・デメリット

<p><b>メリット(1)</b> 大量の書籍を手軽に持ち運べる</p>	<p><b>メリット(2)</b> 書籍をたくさん買っても場所を取らない</p>	<p><b>メリット(3)</b> インターネット経由でいつでも買える</p>
<p><b>メリット(4)</b> 文字サイズを自由に変更できる</p>	<p><b>メリット(5)</b> さまざまな端末で読める</p>	<p><b>デメリット</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●現状で紙の本よりも書籍コンテンツの数は少ない</li> <li>●サービスや端末によっては操作に慣れが必要</li> <li>●「ふらりと訪れた本屋で面白い本を見つけた」といった書籍との出会いに乏しい</li> </ul>

図3 電子書籍には、大量の書籍コンテンツを手軽に持ち運べて、場所を取らない、インターネット経由でいつでも購入できてすぐに読めるといったメリットがある。一方で、紙の本と比べればコンテンツが少ない、操作に慣れが必要といったデメリットも残っている

### 保管の場所を取らない

電子書籍が身近になりつつある今、ユーザーにとって電子書籍を読むメリットはどこにあるのか、改めて整理しておこう(図3)。まずは、大量の書籍を手軽に持ち運べること。端末にたくさんの書籍データを記録できるので、重くてかさばるといった悩みがない。

キーパーソンが語る電子書籍の現在と未来(1)

# 米国型ではない日本の電子出版を作る

出版デジタル機構 植村八潮 会長(専修大学文学部 人文・ジャーナリズム学科博士 コミュニケーション学 教授)



「出版デジタル機構」は電子書籍市場の活性化を目的とし、主に中小出版社を対象に電子化の技術とコスト面の支援をする企業。数年後に100万冊の電子化を目標としている。植村八潮会長に現状の取り組みと展望を聞いた。

現在、出版デジタル機構では経済産業省が被災地の雇用創出を目的に立ち上げた「コンテンツ緊急電子化事業」の取り組みを強化しています。主に中小出版社の電子化を支援し、2012年に6万冊を電子化するという目標に向けて順調に作業が進んでいます。

実際に電子化を進める上では多くのハードルがあります。例えば、人手が足りない中小の出版社では電子化の許

諾を作家から取り付けるのは困難です。編集と契約の担当者が2人で作家を訪問し、契約について説明し、後日改めて訪問して許諾をもらうという手間をかけるにいくのです。メールや郵送で契約書を返信してもらうわけにもいきません。これら課題をクリアする手段を考える必要があります。

米アマゾン代表とする海外の電子書店の参入が進んでいます。ただ、それら米国型サービスが日本に合うとは限りません。米国では、ペーパーバックの小説を消費するエンターテインメントとして楽しみます。映画を見るのと同じです。そうした目的にはKindleで大いに結構となります。

一方、日本人は本を大切にします。

文庫本でも読み捨てることは悪い気がして、他の人にも読んでほしいと古本屋に持っていくのです。これまで日本では言語自体が海外からの障壁となり、独自の出版文化を生み出してきました。ガラパゴスという人もいますが、歌舞伎、着物、アニメと日本に根ざした文化こそ価値があり、海外に興味を持って受け入れられています。

出版デジタル機構の最大の目的は、日本に合わせた新しい電子書籍のシステムを作り上げること。数年で100万冊を電子化するという目標は、あくまでも日本的な電子出版の土壌を作るためのスタートにすぎません。(談)

書籍をたくさん買って場所を取らないという長所もある。書齋の本棚がいっぱいになり、泣く泣く本を処分したという人もいるだろう。電子書籍では記録容量がある限り、いくらでも保存できる。

インターネット経由でいつでも書籍を購入できるのも大きな利点。夜に長編小説を読んでいて続きが気になって仕方がないという場合でも、次の日まで待つ必要はない。

電子書籍を読むために使う端末は主に4種類。これらの長所と短所を把握しておく、より便利に利用できるだろう(図4)。スマートフォンは小型で携帯性が高いが、画面サイズは小さめ。電子ペーパーを搭載した専用端末は、軽くて目が疲れにくい、表示はモノクロで、画面の書き換え速度は遅い。

タブレット端末は画面が大きく、コミックや雑誌を読むのに有利。今後はWindows 8を搭載した端末が登場し、グーグルのNexus 7など小型の製品もそろそろ。選択肢が増える

とともに、電子書籍を読む端末として定着していく可能性もある。

電子書店、コンテンツ、端末が急速に充実しつつある今、電子書籍は真の船出の時期を迎えている。

## ●電子書籍を読む4種類の機器とそれぞれの長所・短所

図4



# 専用端末からコンテンツ数まで、6大サービスを比較

## 電子書店を選ぶ5つのポイント

いざ電子書籍を読むとなっても、電子書店を選ぶのは案外難しい。現在、国内には数えきれないほどの電子書店が登場しており、どれが自分の用途や読書スタイルに合うのか、Webページを一見しただけでは分かりづらいからだ。購入した電子書籍はほかのサービスの端末やアプリで読むことができないため、電子書店選びには気をを使う。ここでは小説／実用書、コミック、雑誌など幅広

い電子書籍コンテンツを扱う代表的な6つの総合書店サービスを取り上げ、「(1) 専用端末」「(2) 専用アプリケーション」「(3) マルチ端末対応」「(4) 書籍の数」「(5) SNS／クラウド連携」の5つのポイントについてチェックしていく(図1)。

### Readerのボタンが便利

「専用端末」とは、電子書籍を読む機能に特化したビューワー機器の

こと。電子書籍リーダーとも呼ぶ。電子書籍はパソコン、タブレット端末、スマートフォンなどさまざまな機器で読むことができるが、専用端末は読書にちょうどいい6型程度の画面を持ち、本体も軽いのが利点。もちろん、無線LANなどを經由して端末から電子書籍を選び、購入することができる。

専用端末はソニーと楽天／コボが、自社の電子書店に対応したものを発

### ●国内展開している主な電子書籍の総合書店サービス

#### BookLive! (BookLive)



<http://booklive.jp/>  
日本語書籍：約9万8000冊

Windows Mac iPhone  
iPad Android 専用端末\*1

#### GALAPAGOS STORE (シャープ)



<http://galapagosstore.com/>  
日本語書籍：約7万4000冊

Windows Mac iPhone  
iPad Android 専用端末\*2

#### honto(トゥ・ディファクト)



<http://honto.jp/ebook.html>  
日本語書籍：非公開

Windows Mac iPhone  
iPad Android 専用端末

#### Reader Store (ソニー)



<http://ebookstore.sony.jp/>  
日本語書籍：約6万5000冊

Windows Mac iPhone  
iPad Android\*3 専用端末

#### 紀伊屋書店BookWeb/Kinoppy (紀伊屋書店)



<http://bookweb.kinokuniya.co.jp/>  
日本語書籍：約5万5000冊

Windows Mac\*4 iPhone  
iPad Android 専用端末\*5

#### 電子ブック楽天<kobo> (楽天/カナダのコボ)



<http://rakuten.kobobooks.com/>  
日本語書籍：約6万冊

Windows\*6 Mac\*6 iPhone\*6  
iPad\*6 Android\*6 専用端末

\*1 2012年秋発売予定 \*2 販売終了 \*3 ソニー製品のみ。他社の製品は2012年秋に対応予定 \*4 2012年10月対応予定 \*5 ソニーのReader \*6 対応予定  
図1 小説／実用書、コミック、雑誌とさまざまなジャンルの電子書籍を取り扱っている主な総合書店サービスを挙げた。アイコンは表示に対応している機器の種類。書籍の数は2012年9月時点

売している(図2、図3)。ソニーの「Reader PRS-T2」、楽天/コボの「kobo Touch」とも200g未満と軽量なため、通勤電車で片手で持って読書しても疲れない。ディスプレイにモノクロの電子ペーパーを採用しており、省電力設計のため、バッテリーが長持ちする点も読書家にはうれしいところだ。ただし、電子ペーパー式の画面は、ページめくりの際の画面切り替えに一瞬、時間がかかる。普段から液晶搭載のスマートフォンなどを使っていると、軽快さを欠く印象を持つかもしれない。

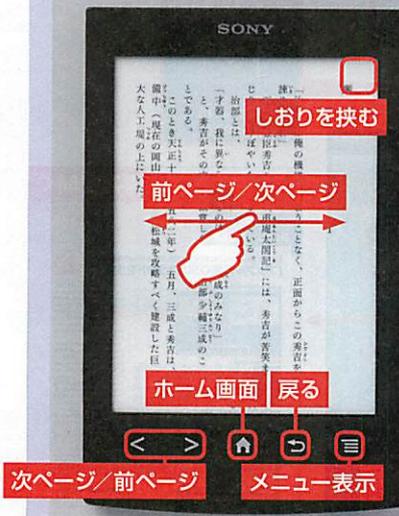
両機種はともにタッチスクリーンなので、画面を触れることでページめくりなどの操作をする。ただし、Reader PRS-T2は基本的な操作に関する専用ボタンも画面下部に設けている。実際に使ってみると、片手で端末を持ったままほとんど指を移動させずにページをめくることができる点で、快適さを感じる。

「kobo Touch」が本体に搭載するボタンは、ホーム画面に戻るためのもの1つだけ。ページをめくるには、画面をスワイプ(指で左右に長くスライド)するか、画面の左右端をタッチする。メニューを呼び出すには指を下方向になぞるといったタッチ操作の作法を覚える必要がある。画面上の文字を選択する機能が不完全でうまく辞書機能が使えないなど、現時点では完成度という点で不足を感じる部分がある。

ほかのサービスでは、BookLiveがやはり電子ペーパー搭載の専用端末を近日中に発売する予定(図4)。パソコンを使わずに初期設定ができるようにするなど、操作の簡単さを

チェック1 専用端末 ● ボタン操作が分かりやすいソニーのReader

**Reader PRS-T2 (ソニー)**  
実勢価格: 約1万円

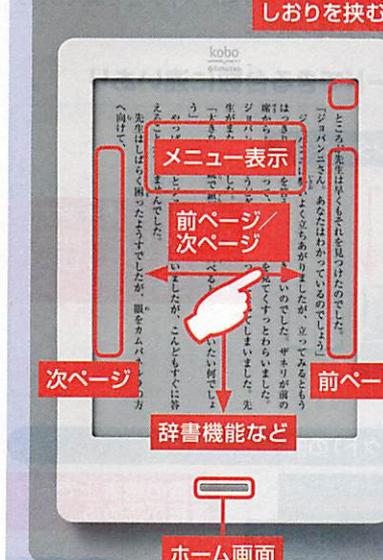


しおりを挟む  
前ページ/次ページ  
ホーム画面 戻る  
次ページ/前ページ メニュー表示

●ディスプレイ: 6型(モノクロ、タッチ機能)  
●本体サイズ: 幅110×高さ173×厚さ10mm ●重さ: 164g

図2 画面の下部に各種の操作ボタンを配置。ボタンの形で機能が類推できるので、初めて使う人でも操作が分かりやすい

**kobo Touch (楽天/カナダのコボ)**  
実勢価格: 約8000円



しおりを挟む  
メニュー表示  
前ページ/次ページ  
次ページ 前ページ  
辞書機能など  
ホーム画面

●ディスプレイ: 6型(モノクロ、タッチ機能)  
●本体サイズ: 幅114×高さ165×厚さ10mm ●重さ: 185g

図3 操作ボタンは1つだけ。主に画面を指でタッチするか、なぞる(スワイプ)ことで操作をする。操作に慣れるまでは少し時間がかかる

**その他の専用端末**



BookLiveの端末 (開発中)

東芝の BookPlace DB50

図4 左はBookLiveが8月に発表した電子ペーパー搭載の専用端末。2012年秋の発売予定。右は東芝の7型液晶ディスプレイを搭載した「BookPlace DB50」

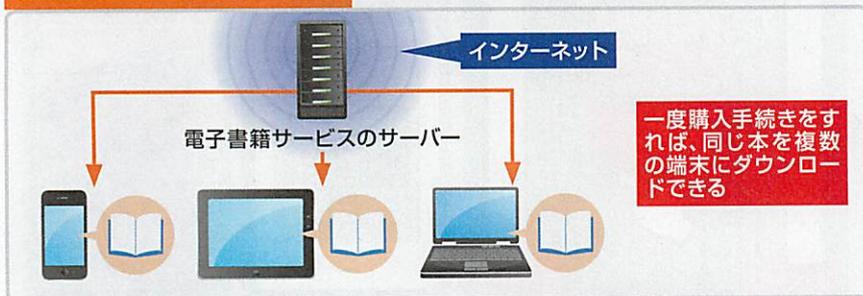
**チェック2 専用アプリケーション** ●表示機能に各社で大差はなし

GALAPAGOS STORE (シャープ) Android用アプリケーションの例



図5 スマートフォンやタブレット端末で電子書籍を読むには、専用のアプリケーションをインストールする。ストア上で購入し、データをダウンロードすると書籍が読める

**チェック3 マルチ端末対応** ●ダウンロードできる台数に違いあり



honto (トゥ・ディファクト)の例



図6 電子書店で購入した書籍は、複数の端末にダウンロードできる。ただ、1つのIDでダウンロードできる端末の数には限りがある

重視した端末にする計画だ。

一部のコミックや雑誌など、カラーのコンテンツを好む人は、液晶ディスプレイを搭載した東芝の「Book Place D850」を選ぶ手がある。この端末で利用できる電子書店はBookLive!と提携しており、書籍の品ぞろえは、ほぼ同等となっている。

**複数機器で本が読める**

スマートフォンやタブレット端末で電子書籍を読みたい場合には、電子書店の「専用アプリ」をインストールする。iPhone/iPadではApp Store、Android端末の場合はGoogle Playで入手すればよい。電子書店によってアプリの細かい使い勝手は異なるものの、電子書籍の購入・閲覧という基本機能は同様だ(図5)。ただし、iPhone/iPadのアプリからは書籍の購入ができない書店が多い。別途Webブラウザを起動し、電子書店サイトで購入手続きをする仕組みだ(Androidアプリでは購入も可能)。紀伊国屋書店のKinoppyはiOS版でもアプリ内から購入できる。

「マルチ端末対応」とは、スマートフォン、タブレット端末、パソコンなど、複数の機器に購入した書籍のデータをダウンロードできる機能のこと(図6)。通勤時はスマートフォン、リビングではタブレット端末、書斎ではパソコンなどと、状況に応じて電子書籍を読む機器を使い分けすることができる。

ここでチェックしたいのは、ダウンロードできる端末の上限数。BookLive!など3端末まで対応のサービスと、Reader Storeなど5端末

まで対応するサービスがある。

なお、BookLive!、GALAPAGOS STORE、honto、Reader Storeは購入した書籍の同期のほか「しおり」を連携する機能もある。Kinoppyも今後対応予定だ。

### ジャンルで品ぞろえに差

「書籍の数」は多ければよいというわけではない。自分が読みたいと考えているジャンルの書籍が豊富かを確認するべきだろう。現時点での6社のサービスを見比べる目安として、小説／実用書、コミック、雑誌の品ぞろえを調べたところ、小説／実用書ではBookLive!が6万5000冊を超えていて最も多かった(図7)。コミックではGALAPAGOS STOREのほかhontoやReader Storeの取り扱いも2万冊以上と多い。雑誌はGALAPAGOS STOREやReader Storeの取り扱いが多かった。

「SNS／クラウド連携」の機能を強化する電子書籍サービスも目立ってきている(図8)。kobo TouchはFacebookとの連携機能を持っている。本の一覧から「Facebookに投稿」を選ぶと読んでいる本について表紙の写真付きでコメントや感想をFacebookに投稿できる。このほか「2時間連続で読書をする」「深夜に読書をする」といった条件を満たすとバッジと呼ばれるマークが現れる。このバッジをFacebookに投稿する機能もある。

BookLive!は書店の三省堂が運営するソーシャル本棚サイト「読むコレ」との連携機能がある。サイト上では電子書籍と三省堂で購入した紙の本を同時にリスト表示可能。それ

### チェック4 書籍の数 ●いずれのサービスも総数は5万冊以上

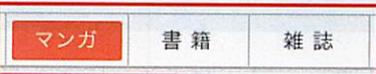


図7 総合書店サービスで取り扱っているコンテンツは主に小説／実用書、コミック、雑誌に分類できる。自分の読みたいジャンルを多く扱っているサービスを選ぶとよいだろう

サービス名	日本語の書籍数	小説／実用書	コミック	雑誌
BookLive! (BookLive)	約9万8000冊	約6万5000冊	約2万6000冊	約1900冊 (約250誌)
GALAPAGOS STORE (シャープ)	約7万4000冊	約4万6000冊	約2万5000冊	約3200冊 (約340誌)
honto (トウ・ディファクト)	約6万7000冊*	約4万6000冊*	約2万冊*	約700冊*
Reader Store (ソニー)	約6万5000冊	約4万冊	約2万3000冊	約2200冊 (約340誌)
BookWeb／Kinoppy (紀伊國屋書店)	約5万5000冊	約3万7000冊	約1万8000冊	1誌
電子ブック楽天<kobo> (楽天／カナダのコボ)	約6万冊	約5万冊	約1万冊	—

(数値は9月時点) \* 編集部調べ

### チェック5 SNS／クラウド連携 ●読書の達成度や感想を送信

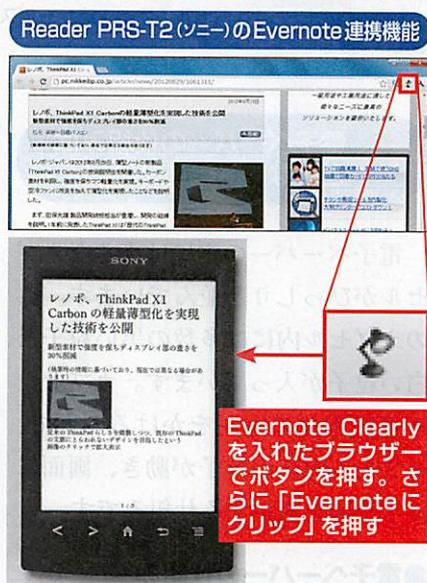


図8 SNSやクラウドとの連携機能を持つサービスが増えてきた。書籍の読み方に合わせて表示されるバッジをFacebookに送る機能、Webページをクラウドサービス上に保存して専用端末で読む機能などがある

ぞれの本にレビュー記事を書いて、ほかのユーザーに公開できる。

電子書籍とは別の機能になるが、Reader PRS-T2はEvernoteの連携機能も備える。Webページを保存す

るEvernote Clearlyと呼ぶ機能を使えば、PRS-T2で保存したWebページを表示できる。取引先に向かう際に資料や地図を保存しておくといった使い方に便利だろう。

# 知っておきたい電子書籍の素朴な疑問

## Q. 電子書籍の記録フォーマットとは？

文書ファイルに「.doc」「.docx」「.rtf」と複数の種類があるように、電子書籍にも複数の記録フォーマットがあり、電子書店によって扱うものが異なります。複数方式を扱う電子書店もあります。

日本の電子書籍サービスで長く使われてきた方式が「.book」や「XMDF」です。国際団体が定めた方式で、最新バージョンで日本語表示の機能を強化した「EPUB」方式を採用する電子書店も増えています。

### ● 主な電子書籍の記録フォーマット

フォーマット名	会社/団体名
book (ドットブック)	ポイジャー
AZW	米アマゾン
EPUB	IDPF (International Digital Publishing Forum)
MEDUSA	パピレス
XMDF	シャープ

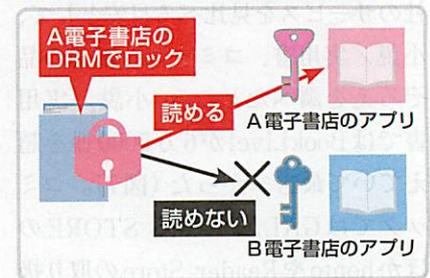
国内では「.book」「XMDF」が使われてきた。最近では国際規格のEPUBを採用する電子書籍サービスが増えつつある



## Q. サービス間でデータを移行できる？

同じ記録フォーマットであったとしても、異なる電子書店の間で電子書籍のデータを移行することはできません。不正利用を防ぐためにDRM (digital rights management) で保護され、その電子書店の専用端末またはアプリケーションだけで表示できる仕組みになっています。

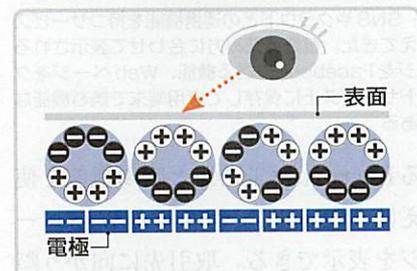
### ● 書籍データは著作権保護付き



## Q. 電子ペーパーの仕組みはどうなっている？

電子ペーパーの中には小さなカプセルがびっしりと並んでいます。このカプセル内には多数の黒い粒子と白い粒子が入っています。カプセル下部の電極に電圧をかけることで、カプセル内部の粒子が動き、画面に文字や図を表示する仕組みです。

### ● 電子ペーパーの仕組み



下部の電極に電圧をかけて、カプセル内部に入った黒い粒子と白い粒子の位置を動かすことで文字や図を表示する

## Q. 電子書籍のデータは期限なく保存できる？

一般に電子書籍を購入すると、そのデータをスマートフォンや専用端末などにダウンロードできます。一度データをダウンロードすれば、その機器を使っている限り制限なしで何度でも電子書籍を読めます。

その機器が古くなったといった理由で買い替えるときは注意が必要です。72ページで紹介したように、1つのユーザーIDで利用できる機器の数には制限があるので、古い機器の登録を外します。その上で、新しい機器を新たに登録し、購入した電子書籍をダウンロードします。

このほか、電子書店によっては出版社との契約上の理由で、書籍をダウンロードできる期間を1年間に制

### ● ダウンロード期限は撤廃の傾向



hontoは従来、上図のように書籍データを購入してから365日というダウンロードの期間制限を設けていたが、9月末には解除した

限している場合があります。この場合、電子書籍の購入から1年を経過すると、新しい機器に移行できないことになります。ただ、大手の電子書店を中心にこの制限を撤廃する傾向にあります。例えば、hontoは9月末にその制限を解除しました。

キーパーソンが語る電子書籍の現在と未来(2)

リアルとネットの融合で新たな利便性を

トゥ・ディファクト 小城武彦社長



大日本印刷、NTTドコモ、丸善CHIの共同事業会社であるトゥ・ディファクトは、2012年5月にオンライン書店の「bk1」を電子書店「honto」に統合。ジュンク堂書店、丸善、文教堂との共通ポイントを導入した。小城武彦社長に同社の狙いを聞いた。

「電子と紙」「ネットとリアル」という2つの側面でハイブリッド化を目指す理由は、より日本の読書スタイルに合ったサービス基盤が必要だと考えたからです。米国と比べて、日本は圧倒的に書店が多い。人口に対する書店の数を比べると日本は米国の4倍になります。米国では車で出かけないと書店には行きませんが、日本では駅前に書店

がたくさんあります。

ネット上のアンケートでどこで本を買っているかと聞くと、「通販のみ」という回答は5.7%だけ。40.4%が「書店だけ」でした。やはり日本では書店の存在は大きいのです。ネット書店で本を買うときに検索できるのは便利ですが、自分の好みに合う本ばかり選んでしまいがちです。ネット書店の推薦機能も同じジャンルの本ばかり表示する傾向があります。リアル書店であれば、多様なジャンルの書籍が並び、思いがけない本との出会いが得られます。

そこでhontoには、リアルの書店との連携機能を持たせました。ジュンク堂書店などで「hontoカード」を配布します。紙の本を買うときにこのカード

を提示すると、データが記録され、hontoの画面では、電子書籍のほかに、リアル書店で購入した紙の本の記録も確認できるのです。今後はソーシャル機能も強化し、似たような好みを持つ人の本棚を見ることができるといった機能も追加する予定です。

スマートフォンの普及もあり、若い人を中心に電子書籍を読む人が増えてきています。とはいえ、電子書籍の認知度が低いことが市場を拡大する上では大きな課題です。リアル書店との連携やソーシャル機能の強化などで、従来の本の利便性を超える新たな媒体の力を出していきます。(談)

Q. 欲しい電子書籍がどこで売っているか分からない

欲しい本がどこの電子書店で売っているのか分からないことがあります。複数の電子書店でキーワード検索する手もありますが、手間がかかり面倒です。そんなときは電子書籍の検索サービス「hon.jp」を使うと便利。本のタイトルや著者などキーワードを入力すると取り扱っている電子書店を表示してくれます。

●電子書店を横断検索できる



hon.jp <http://hon.jp/>

Q. 電子書籍は紙の書籍よりも安い？

電子書籍は印刷や製本または流通の費用がかかっていないので、紙の本より安くなると言われていました。ただ、実際のところは出版社の販売戦略上の理由などによって紙と電子で価格差がないこともあります。

例として、一部の書籍で値段を見比べてみました。紙と電子で全く値段が変わらない本もあれば、実用書などでは紙の本の約6割になっている本もあります。電子書店の間で価格差はほぼありませんでした。

●紙の書籍よりも少し安い価格を付けた電子書籍が多い

※9月下旬時点

	スティーブ・ジョブズ (講談社)	のぼうの城上 (小学館)	営業マンは「お願い」するな! (サンマーク出版)	テルマエ・ロマエI (エンターブレイン)	宇宙兄弟(1) (講談社)
BookLive!	1995円	473円	800円	450円	525円
GALAPAGOS STORE	1995円	472円	800円	—	525円
honto	1995円	473円	—	450円	525円
Reader Store	1995円	473円	—	450円	525円
BookWeb/Kinoppy	1995円	472円	800円	450円	525円
電子ブック楽天 <kobo>	1995円	473円	800円	429円	525円
紙の本 (Amazon.co.jp)	1995円	文庫: 480円、ハードカバー: 1575円	1365円	714円	580円

# アマゾンの「店頭」になるKindle

米国で電子書籍事業をリードする米アマゾン。専用端末「Kindle」と電子書店「Kindle Store」で切り開いた強さとは何か。日本でのサービス開始を目前に控え、最新の米国事情をレポートする。

米アマゾンと電子書籍については、最近立て続けにニュースが流れた。一つはもちろん、新型 Kindle (キンドル) の発表だ。アマゾンは、電子ペーパー搭載の電子書籍リーダー「Kindle」と、汎用タブレットに近い「Kindle Fire」を発売しているが、去る9月6日には「ローラー作戦」ともいえるような多種類の機種同時発表を敢行した。

廉価版の Kindle は 69 ドル、新型タブレット端末の「Kindle Fire HD」の 8.9 型 LTE 版は 499 ドル。その間の価格帯に電子ペーパーが白く読みやすくなった機種、Wi-Fi 機能搭載機種、3G 通信が可能な機種など多様なモデルを用意し、どんな財布事情の消費者にもアピールする製品を並べてみせた。アマゾンの Kindle に対する意気込みがうかがわれる。

ところが一方で、大型量販チェーンの米ウォルマートは Kindle の取り扱い中止を発表。路面店を持たないアマゾンにとって小売りの販売経路がまた1つ断たれたのは痛手だ。既に量販チェーンの米ターゲットも販売を中止している。その背景には日

用品販売で競合するアマゾンへの対抗意識に加えて、Kindle の低マージンがあるとされている。アマゾンは前モデルの Kindle Fire を、製造コスト 209 ドル以上のところを 10 ドルも低い 199 ドルで販売していた。今回の新機種でも、マージンを切り詰めていることは想像に難くない。

「安売り」のアマゾンが勝利したニュースもある。司法省が、米アップルと出版大手 5 社を相手取った「電子書籍の価格操作に関する訴訟」で、3 社が和解したのだ。これは、アマゾンの電子書籍安売りによって印刷書籍の売り上げが下がると危惧した出版社と、2010 年春の iPad 発売を控えたアップルが手を組み、電子書籍の価格を一斉に押し上げたと独占禁止法違反に問われたもの。和解によって、アマゾンは再び独自の価格を設定できるようになった。

いずれのニュースも、アマゾンの存在感や影響力の大きさを物語る。

今や米国の消費者にとって、アマゾンや Kindle は実に身近な存在になっている。オンライン書店で捉えたユーザーをそのまま書籍以外の日

用品のショッピングに誘い込み、さらに電子書籍へと向かわせた。その流れは非常にスムーズだった。

## 買いやすさ・安さが武器

では、実際に Kindle の読書体験とはどんなものなのか。Kindle は 2007 年の発売以来いくつも代替わりしてきたが、どの機種にも共通しているのは「コンテンツの買いやすさ」である。当時、先行していたソニーの「Reader」やアップルの「iPhone」がパソコンに接続しなければコンテンツを導入できなかったのに対して、Kindle は最初から通信機能を内蔵し、デバイスから直接無線で電子書籍を購入できた。これがユーザー獲得に寄与したことは間違いない。

「買いやすさ」は最新型の Kindle Fire HD にも受け継がれている。アマゾンのジェフ・ベゾス CEO は 2011 年、初代 Kindle Fire の発表会で「皆さんはタブレット端末と呼んでいるが、私にしてみれば店頭だ」と説明した。Kindle Fire HD もアマゾンのサービスを利用する「店頭」として最適化されている。

例えばホーム画面にまず出てくるのは、これまでに購入したコンテンツだ。画面下部には「同じ製品を買った人はこちらも買っています」というお薦めがひっきりなしに表示される。目障りだという評もあるが、情報を得るには便利な機能だ。電子書店「Kindle Store」への移行はタツ1つ。書籍に限らず、映画も音楽も雑誌も、すぐさま店頭に引っ張り出せる手軽さだ。パソコンから購

## ● Kindle Store で幅広くコンテンツを販売

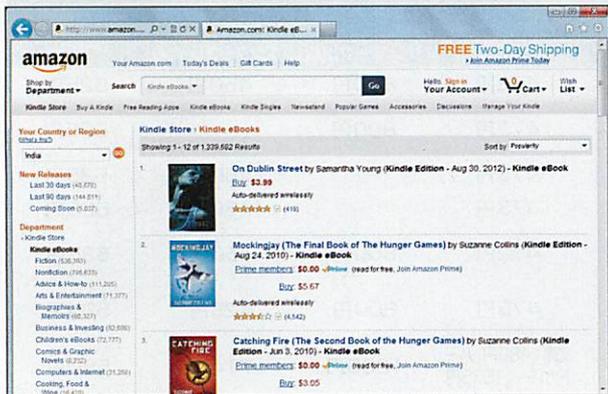


図1 米アマゾンが展開する電子書店「Kindle Store」。端末から小説、雑誌などの販売まで扱う商品は幅広い。取り扱った書籍は、Webの表示によれば133万冊にも上る

●Kindle Fire HDでは書籍のほかゲーム、音楽も扱える



図2 Kindle Fire HDはアマゾンが最も押し出すモデルだ。Androidをベースにした7型/8.9型タブレット端末で、高解像度スクリーンやデュアルスピーカーを搭載する進化を遂げた。電子書籍はもちろん、雑誌、新聞、読み上げ機能のあるオーディオブック、ゲーム、音楽、各種アプリと多彩なコンテンツを購入・閲覧できる。価格は7型(写真)で1280×800ドット表示、199ドル

入してもすぐにKindle側で表示、ダウンロードが可能になり、書籍はいったん読み始めると読んだ箇所が複数のデバイス間でシンクロされるなど、使い勝手もよく考えられている。

そして、何と言っても、電子書籍の価格が安い。例えば新刊書なら、Kindleの電子書籍はハードカバーの3分の1以下ということも珍しくない。アマゾンはこちらでも身を削っての出血サービスを行っているわけだ。Kindleが伸びたのはユーザーがこれを大いに享受したからである。

読書のための気の利いた小技も数々ある。単語をタップすれば辞書が呼び出せたり、「X-Ray」という機能で登場人物や場所などをおさらいしたりできる。オーディオブックの音声と統合させて、耳で聴きながら読み進めていく「イマーシブ・リーディング」機能にも1万5000冊のKindle書籍が対応している。

### プラットフォームを構築

現在米国では電子書籍プラットフォームの競争が始まっている。プラットフォームとは、デバイスとコンテンツ、クラウドサービスを統合し

たエコシステム(生態系)のこと。デバイスの性能が良くても、コンテンツが不ぞろいならば使えないし、コンテンツが十分でも、クラウドを利用する手順がモタつくようでは、モバイルのうま味を十分に生かせない。

つまりは、各要素が互いに相乗効果を発揮することによってプラットフォームの使い勝手が高まるわけだ。アマゾンはその点をかなり意識している。「買いやすさ」をはじめ、Kindle Fire以降は電子書籍以外の映画や音楽、雑誌などのコンテンツ整備に急速に取り組んでいる。クラウドとの連携もほぼ自動化されていて、購入したコンテンツはまずクラウドに置かれ、必要に応じてデバイス側にダウンロードする。もちろんクラウド上で読書したり、映画をストリーミングしたりすることも可能だ。

アマゾンがそのプラットフォームにユーザーを囲い込むために行っているのが、プライム会員への手厚いサービスである。年間79ドルの会費を払うプライム会員には、無料で提供されるストリーミングの映画やコンテンツが数多くある。

Kindleのユーザーにも、Kindle

からしか買えない格安コンテンツや無料貸本などが用意されており、出した金額以上の特典がしっかり付いてくる仕組みだ。

### アプリで他の端末にも進出

Kindleのアプリもプラットフォームを確立させるのに重要な戦略だろう。KindleアプリはアップルやAndroidのモバイル端末にもダウンロードが可能のため、たとえKindleを持っていなくてもアマゾンの電子書籍を利用できる。アマゾンはこのデバイスに進出することでユーザーの裾野を広げ、ユーザーは多様なデバイスでアマゾンの電子書籍を読む。

アマゾンに対して米国の消費者が抱いているイメージは、顧客のためには出血サービスもいとわない商人魂。苦情には丁寧に対応し、返品も受け入れる。「アマゾン=安い」「アマゾン=顧客サービス」という定式は、既に定着している。Kindleの人気は、書籍から物流、デジタルコンテンツまで、今や全方位的にユーザーにサービスするアマゾンへの共鳴のようなものも手伝っているのだ。

(瀧口 範子=ジャーナリスト/シリコンバレー在住)

# ジャンル別読み方指南(1) ●「小説／実用書」を読む 紙の書籍と似た感覚で読める専用端末

## ●専用端末の画面サイズは文庫本に近い



図1 スマートフォン(NTTドコモのGALAXY S II LTE SC-03D)、専用端末(ソニーのReader PRS-T2)、タブレット端末(アップルのiPad)で小説を表示したところ。専用端末は文庫本の1ページを少し小さくした程度。タブレット端末は横置きにすると見開きで読める

## ●屋外なら電子ペーパー、暗い場所では液晶表示が有利



図2 液晶ディスプレイを搭載したスマートフォンは屋外の明るい場所では読みづらい。外光を反射する電子ペーパーを備えた専用端末の方が格段に読みやすい。暗い場所ではバックライトが付いている液晶ディスプレイが視認性に優れる

## ●小説／実用書を取り扱っている主な電子書店

表1

電子書店	Windows	Mac	iPhone	iPad	Android	その他	小説／実用書の数
BookGate (廣済堂) <a href="http://bookgate.info/">http://bookgate.info/</a>	—	—	○	○	○	—	約1000冊
BookLive! (BookLive) <a href="http://booklive.jp/">http://booklive.jp/</a>	○	—	○	○	○	Windows Phone	約6万5000冊
BooksV (富士通) <a href="http://booksv.fmworld.net/">http://booksv.fmworld.net/</a>	○	—	○	○	○	—	約4万冊
BookWeb/Kinoppy (紀伊國屋書店) <a href="http://bookweb.kinokuniya.co.jp/">http://bookweb.kinokuniya.co.jp/</a>	○	— 2012年秋対応予定	○	○	○	Reader (ソニー)	約3万7000冊
GALAPAGOS STORE (シャープ) <a href="http://galapagosstore.com/">http://galapagosstore.com/</a>	—	—	○	○	○	—	約4万6000冊
honto (トゥ・ディファクト) <a href="http://honto.jp/ebook.html">http://honto.jp/ebook.html</a>	○	—	○	○	○	—	未公開
Reader Store (ソニー) <a href="http://ebookstore.sony.jp/">http://ebookstore.sony.jp/</a>	—	—	—	—	○ 2012年秋対応予定	Reader (ソニー)	約4万冊
電子書店パピレス (パピレス) <a href="http://www.papy.co.jp/">http://www.papy.co.jp/</a>	○	○*	○*	○*	○*	Reader (ソニー)*	約4万冊
電子ブック楽天 <kobo> (楽天/カナダのコボ) <a href="http://rakuten.kobobooks.com/">http://rakuten.kobobooks.com/</a>	—	—	—	—	—	kobo Touch	約5万冊
電子文庫パブリ (日本電子書籍出版協会) <a href="http://www.paburi.com/">http://www.paburi.com/</a>	○	—	○	○	○	—	約2万4000冊

\* 一部コンテンツを除く

小説／実用書はタイトル数が充実しており、電子書店によっては5万冊以上をそろえる(表1)。バッグやポケットから取り出せばすぐに読めるという文庫本と同様の読書スタイルを実現するなら、端末の選択肢はスマートフォン、専用端末、タブレット端末の3つになる(図1)。

スマートフォンの優位点は、既に所有しているのであれば機器を追加購入する必要がないこと。ただ、小さくて発光する画面を長時間見ていると目が疲れるという人もいる。

見やすさを重視するなら電子ペーパーを使った専用端末が有利。画面は文庫本の1ページを一回り小さくした程度。液晶と比べると目が疲れにくく、屋外でも読みやすい(図2)。10型前後のタブレット端末であれば2ページ分の見開きで読める。ただ、通勤電車などで片手で長時間持って読むにはさすがに重く感じる。

いずれの機器でも、文字が小さくて読みづらいと感じる場合には大き

キーパーソンが語る電子書籍の現在と未来(3)

音楽や映像に加え書籍がコンテンツの柱

ソニー VAIO & Mobile 事業本部デジタルリーディング事業部 野口不二夫 事業部長



ソニーは2004年にいち早く電子ペーパー搭載の端末を投入した電子書籍の草分け的な存在。最近では9月に「Reader PRS-T2」を発売した。今後何をめざすのか、電子書籍事業を統括する野口不二夫事業部長に話を聞いた。

新機種種のPRS-T2では本を読むことにフォーカスしたシンプルな改良を目指しました。例えば、ページを切り替えた際のゴーストを低減して画面を全面的に書き換えるリフレッシュの間隔を長くしたこと、バッテリー駆動時間を最大2カ月と長くしたことなどです。スマートフォンなどの多機能端末は既にユーザーの手元に普及しており、それらと同時に使う機器としてどんな機

能が必要かを考えた結果です。

マルチ端末への対応も進めていきます。従来はソニー製品のスマートフォンやタブレットのみで電子書籍を表示できる方式でしたが、今後は他社のAndroid端末でも表示できるようにします。これはさまざまな場所で電子書籍を楽しみたいというユーザーの声を反映したものです。既に海外では対応しています。日本では.book、XPDF、EPUBと多数のフォーマットに対応させる必要があるため時間がかかっていますが、まもなく対応します。

日本の書籍文化は他国とは大きく違っています。コミックを読む読者が多く、文章を縦書きにしてルビをふることを重視するのも日本だけ。こうした

文化や地域に合わせた機能をしっかりと提供していくことが、メーカーとしてのこだわりです。

海外を見ると、米国のほか欧州でも電子書籍の市場が急速に立ち上がっています。電器店など店頭には、多様なメーカーの電子ペーパーの端末が並んでいます。日本でも海外から多数の大手サービスが参入することが本格普及のきっかけとなるでしょう。今後は音楽・映像・ゲームに加え、電子書籍がエンターテインメントの柱を担う存在になります。そのときに、これらをトータルで楽しめる提案ができることがソニーの優位性だと考えています。(談)

な文字サイズに変更できる。

書店の中で好みの本を探そうが楽しみという読書家もいる。電子書店のWebサイトには売れ筋の本だけが並び、本との出会いが得にくいと言われる。こうした弱点を解消するため、電子書店ではWebページ内に特集ページを作ってさまざまな書籍を紹介している。推奨する書籍を自動抽出するシステムを開発しているサービスもある(図3)。

現在は紙の本をベースとする電子書籍が大半だが、一部でデジタル発祥の書籍コンテンツも登場している。アマチュア作家が書いた小説をスマートフォンやパソコンのWebブラウザ上で電子書籍として読める「E☆エブリスタ」では毎日1万人が小説を更新し続けており、累計190万もの作品が集まっている(図4)。

●書籍との「出会い」を演出する電子書店の工夫



図3 大量の書籍の中から、思いがけない良書との出会いを演出する取り組みを実施する電子書店もある。Reader Storeは著者インタビューやテーマごとの特集ページを定期的に配信。BooksVは関連書籍を自動抽出してグラフ表示するシステムを開発中

●若者を中心に浸透するデジタル・ファーストの書籍



図4 アマチュア作家が書くケータイ小説はスマホの時代になっても根強い人気を持っている。E☆エブリスタはケータイ小説を漫画化するなど、スマホの特性に合わせた配信をしている。大規模なコンテストも開催し、新たな人気作品を掘り起こしている

# ジャンル別読み方指南(2) ●「コミック」を読む

## 大きな画面のタブレット端末が快適

### ●大型画面のタブレットなら見開きで楽しめる



図5 スマートフォンや電子ペーパーの専用端末では基本的に1ページごとの表示となる。10型前後と画面の大きなタブレット端末であれば、ページを見開きにして楽しめる。画面上で2本の指を広げるピンチ操作をすれば、拡大の操作も楽にできる

### ●原作はモノクロだった作品をカラー化して電子配信



BookLive!、GALAPAGOS STORE、Reader Storeなど複数の電子書店で配信

図6 集英社は「ジョジョの奇妙な冒険」『ONE PIECE』『NARUTO -ナルト-』といった人気のコミックをカラー化し、電子書店を通して販売している。1冊丸ごとカラー化しているため、かつてモノクロの作品を読んだ読者でも新鮮な読書体験が得られる



© 荒木飛呂彦 & LUCKY LAND COMMUNICATIONS / 集英社

小説や実用書と並び、電子書籍ユーザーの利用比率が高いジャンルはコミック(表2)。楽天リサーチが2012年6月に実施した調査では、電子書籍でコミックを読みたいという比率は31.1%と人気は根強い。

コミックを読むなら単にストーリーを追うだけでなく、作者が描いた線のタッチといった細部から、コマの割り振り方といったページ全体の構成までを楽しみたい。快適に読むには10型前後の画面の大きなタブレット端末が良い。このサイズであれば見開きページを表示できる。左右ページにまたがる大きな絵柄も違和感なく表示できる(図5)。

パソコンを使って電子書籍のコミックを読む手もある。15.6型のノートパソコンなどで全画面表示すれば迫力のある描写を楽しめる。

画面の小さなスマートフォンで読む場合は、ページの全体を見て、細部を確認するためにその部分を拡大して、また全体表示に戻す……といった作業を繰り返すことになる。

電子ペーパー搭載の専用端末でも

表2

### ●コミックを取り扱っている主な電子書店

電子書店	Windows	Mac	iPhone	iPad	Android	その他	コミックの数
BookLive! (BookLive) http://booklive.jp/	○	—	○	○	○	Windows Phone	約2万6000冊
BooksV (富士通) http://booksv.fmworld.net/	○	—	○	○	○	—	約1万6000冊
GALAPAGOS STORE (シャープ) http://galapagosstore.com/	—	—	○	○	○	—	約2万5000冊
Jコミ (Jコミ) http://www.j-comi.jp/	Webブラウザで表示			○	○	—	約850冊
Reader Store (ソニー) http://ebookstore.sony.jp/	—	—	—	—	○ 2012年秋対応予定	Reader (ソニー)	約2万3000冊
eBookJapan (イーブックイニシアティブジャパン) http://www.ebookjapan.jp/	○	○	○	○	○	Windows Phone	約5万8000冊
電子貸本Renta! (パピレス) http://renta.papy.co.jp/	Webブラウザで表示			○	○	—	約1万9000冊
漫画 on Web (佐藤漫画製作所) http://mangaonweb.com/welcome.do	Webブラウザで表示					—	約2700冊
Yahoo! ブックストア (ヤフー) http://bookstore.yahoo.co.jp/	○	○	○	○	○	—	約3万8000冊

キーパーソンが語る電子書籍の現在と未来(4)

# 漫画を手元に置きたいという要求に応える

漫画家/Jコミ社長 赤松 健氏



漫画家が収益を得る新たな仕組みとして、漫画家の赤松健氏が構築した「Jコミ」。9月には単行本未収録作品や直筆サインなどの特典付きで作品を提供する「JコミFANディング」を開始した。新サービスの狙いや今後の方向性を赤松氏に聞いた。

2年前にJコミを始めた当初は、絶版コミックを無料のPDFデータとして提供していました。PDFに広告を入れて収益を得ることを考えたのです。しかし、広告が集まりませんでした。広告代理店に聞くと、内容を固定した広告をPDFに収めたい広告主はいないといいます。Webバナーのように動的に変わる仕組みが必要ということです。

そこでWebブラウザで作品と広告を表示する現在のJコミの形が出来上がりました。とはいえ、その方法では「コミックを手元に置きたい」という読者の所有欲を満たせません。JコミFANディングはそれを満たしつつ、漫画家が更に大きな収益を得ることを目指したビジネスモデルです。具体的には単行本未収録作品やサイン色紙など特典付きのPDFを購入してくれる人を募ります。人数は計100人までと制限を付け、価格は1000~2000円。ネット上で出資金を募るクラウドファンディングからアイデアを得ました。

第1弾としてJコミで人気の高い、がっさん先生の作品セットと、私の「ラブひな」のセットを用意したところ、

20分であつという間に定員に達しました。手応えを得たので、今後は価格の選択肢を更に増やすなど一歩進んだ販売方法の研究をしていきます。

ファイル交換ソフト上で海賊版コミックが広がったことは大きな問題となりました。こうした違法アップロードを防ぎ、同時に漫画家が収益を得るには無料または定額で複数のコミックを読める仕組みが必要です。さらに熱狂的なファンに対しては、特別な限定版コンテンツを提供する。既に音楽の分野では定額制の配信サービスが広がりつつあります。コミックも同様の道をたどる可能性は高いでしょう。(談)

コミックを表示できる。スマートフォンに比べれば、画面が大きく、ページ全体が読みやすい。ただ、ページめくりの際に画面全体を書き換える(リフレッシュする)ため、切り替えが遅くなる。この点に不満を感じる人はいるかもしれない。

電子書籍ならではの特別な味付けをしたコミックも登場している。集英社は同社の人気のコミックをコンピュータ上で着色し、全ページをカラー化したコンテンツを配信している(図6)。もともとは「アメコミなどのカラー化されたコミックの人気が高い海外に向けて制作した」(集英社)ものだったが、国内でも携帯電話向けコンテンツとして好評を得た。2012年6月からは電子書店各社がカラー版コミックの取り扱いを開始している。着色の作業は、専門のオペ

## ●漫画家が自らの作品を配信するプラットフォームを構築

「ラブひな」「魔法先生ネギま!」の赤松健氏が立ち上げた「Jコミ」



「ブラックジャックによるしく」「海猿」の佐藤秀峰氏が立ち上げた「漫画 on Web」



図7 漫画家が自らの作品を配信し、広告や電子データの販売による収入を得るためのプラットフォームが登場している。赤松健氏が立ち上げた「Jコミ」と佐藤秀峰氏による「漫画 on Web」がある

レーターが当たり、原作者が描いたカラー原稿を参考にしながら色使いを再現。完成後は原作者が彩色に問題がないかチェックをした上で配信しているという。

書店では手に入らない貴重なコミックを読むこともできる。赤松健氏は絶版コミックを配信するWebサイ

ト「Jコミ」を開設している(図7)。利用料は無料。広告から得た収益を漫画家に還元する仕組みだ。このほか佐藤秀峰氏は漫画家が自由に作品を配信できる「漫画 on Web」を開設。作品「ブラックジャックによるしく」を無料配信するほか、多数の作品をそろえて注目を集めている。

# ジャンル別読み方指南(3) ●「新聞／雑誌」を読む

## 高解像度のタブレット端末が最適解

### ●タブレットなら1ページ丸ごと表示でも読みやすい



図8 雑誌の場合、本文を読みながら同時に写真や図を見ることが多い。画面の大きなタブレット端末の方がページ全体を大きく表示できるので格段に読みやすい。さらに画面の解像度が高い製品を使うと細かい文字や図がくっきり見える

### ●タブレットやスマートフォンで新聞を読む



図9 新聞を電子配信するサービスも複数登場している。「日本経済新聞 電子版」はiPadアプリでは紙面をそのまま表示し、スマートフォン用アプリではWebページのようなテキスト表示で読める

多くの雑誌を取りそろえる電子書店も増えてきた(表3)。好みの号を1冊ずつ購入できるほか、「Fujisan.co.jp」「GALAPAGOS STORE」のように定期購読が可能な書店もある。「ビューン」は月額(315～450円)で約40誌を毎月読むことができる。

雑誌の記事を読むには、画面が大きくて一覧性のあるタブレット端末が便利(図8)。10型前後の製品であれば、1ページを画面全体に表示した状態でも本文を十分に読める。図を説明する説明(キャプション)は小さな文字で書かれている。2048×1536ドットの最新型iPadなど、高解像度の液晶なら読みやすい。

スマートフォンは画面が小さいので1ページ全体を画面に表示すると文字が判読しづらい。このため、実際には画面を拡大して表示の場所を動かしながら読むことになる。

電子新聞も画面の広いタブレット端末向きだ。日本経済新聞はiPad用アプリを使うと紙面をそのまま表示できる(図9)。産経新聞も同様のアプリ(iOS/Android)がある。朝日新聞のアプリではWeb風にデザインされた専用紙面を閲覧可能だ。

### ●雑誌を取り扱っている主な電子書店

表3

電子書店	Windows	Mac	iPhone	iPad	Android	その他	雑誌タイトルの数
BookLive! (BookLive) http://booklive.jp/	○	—	○	○	○	Windows Phone	約250誌
BooksV (富士通) http://booksv.fmworld.net/	○	—	○	○	○	—	約200誌
Fujisan.co.jp (富士山マガジンサービス) http://www.fujisan.co.jp/	Webブラウザで表示	—	○	○	—	—	約450誌
GALAPAGOS STORE (シャープ) http://galapagosstore.com/	—	—	○	○	○	—	約340誌
MAGASTORE (電通、ヤッパ) http://www.magastore.jp/	Webブラウザで表示	—	○	○	○	—	約180誌
Reader Store (ソニー) http://ebookstore.sony.jp/	—	—	—	—	○ 2012年秋対応予定	Reader (ソニー)	約340誌
ビューン(ビューン) http://www.viewn.co.jp/	—	—	○	○	○ ソフトバンクのみ	—	約40誌

# パソコン・スマートフォン・タブレットで読める「日経パソコンDigital」 日経パソコンの電子版、最新号を発行日にお届け

日経パソコンは誌面の内容をパソコン、スマートフォン、タブレットでそのまま読めるデジタル版「日経パソコンDigital」を配信している。紙の雑誌の発行日と同時に配信されるので、最新号の読み逃しが無い。定期購読料金は日経パソコンの読者の場合、月額250円となる(10月31日までのキャンペーン価格、それ以降は月額380円)。

パソコンの場合、Webブラウザで「日経BPストア」の「My本棚」を開けば誌面を読むことができる(図1)。画面下部のボタンをクリックするとページの切り替えや拡大率の変更が可能。図版なども拡大して詳しく見ることができる。画面右下のボタンを押せば、目次が表示される。記事のタイトルをクリックすると、そのページが表示される仕組みだ。

スマートフォンやタブレットにも対応(図2)。iOS用アプリ「日経BPストアMy本棚ビューワ」、Android用アプリ「日経BPストア」があり、それぞれApp StoreやGoogle Playからアプリをダウンロードする。利用申し込みは日経BP社の専用サイトを参照していただきたい(図3)。

## ●スマホやタブレットでも読める



図2 スマートフォンやタブレットでも日経パソコンDigitalが読める。Androidの場合は「日経BPストア」、iPhone/iPadの場合は「日経BPストアMy本棚ビューワ」をアプリ配信サービスから入手する

## ●本誌の誌面をパソコンのWebブラウザで表示

日経BPストア (<http://netstore.nikkeibp.co.jp/>) のMy本棚

目次を表示

読みたい雑誌を選ぶ

誌面をそのまま表示

拡大表示 (400%)

拡大率を選択

図1 パソコンで読む場合はWebブラウザで「日経BPストア」の「My本棚」を開く。本誌の内容が全て画面上で閲覧できる。画面の下部にあるボタンで拡大率の選択やページめくりなどの操作をする

## ●申し込みから利用するまでの3つのステップ

- 1 日経パソコンDigitalの申し込みサイト (<http://pc.nikkeibp.co.jp/pc/npcs/NPCD/>) を開いて「お申込みはこちら」を選ぶ
- 2 申し込み項目を選択し、画面の指示に従ってメールアドレスやクレジットカード番号など必要な項目を入力
- 3 パソコンの場合はWebブラウザで「日経BPストア」の「My本棚」を開く。スマートフォン/タブレットの場合はアプリをインストールする

図3 利用申し込みの際にはメールアドレスや「日経BPパスポート」のユーザーIDなどを入力する