

本、この野蛮なモノと闘うには……

ベゾスの起業理念

我が家の収支は月を追って逼迫しているけれど、デフレなんていう暢気なものではない。癪に触るくらい順調に増加しているのは書籍購入費だ。読みたい本は際限なく増える一方で、本屋に立ち寄って5冊、ウェブでチェックして3冊、古本屋で4冊と、いったぐあいに家の中が本で埋もれていく。読む速度はタカが知れているから、読まれずじまいの本がどんどん増えていく。

それぞれの部屋に読みかけの本が散乱していて、いつの間にかその上に新しい本が積み重ねられ、気づくと読みかけの山と未読の山がせめぎ合っている。ちょっと乱暴な表現をすると、読書欲に生活を乱されている。精神を高揚させつつ金を消尽するという意味では、ギャンブル欲とさして変わらないのではないかとも思う。空間が占拠されるので、ギャンブル欲より質が悪いかもかもしれない。空間のミニマル化が趨勢の時代にあっては、まるきりの逆行である。

そんなこんなで、私は読書をこよなく愛してはいるけれど、形態としての本にはほとんどウンザリしている。さかのぼれば印刷は1350年以上の歴史があり、世に知られたグーテンベルクの42行聖書でさえ550年前だというのに、2002年の私たちは相変わらず頁をめくっている。西暦225年頃にウルピウスが作った保険料率を決める平均余命の表が、その後、盲目的に1400年という長きにわたって使われ続けたのと同じくらいに、形態としての本は盲目的に受け入れられている。誰もが内心では本にほとんど嫌気がさしているはずなのに、焚書坑儒になりやしないかと危惧して声に出さない(と、私はにらんでいる)。

これまたひどく乱暴な表現をするけれど、

本という形態はとてつもなく野蛮である。重いし、生来の集塵マシンだし、書き換えられないし、始末が容易ではないし、欲しい部分が見つからないし、自然破壊的であるし、何よりも場所を占拠する。形態としては、まったくもって最低のモノである。出版社に勤める人間がこういう物言いをすると波風が立つのだが、字を読むことと、本のページをめくることは本質的に異なるはずなのに、それを同義に扱っているなんて始皇帝のあざ笑いさえ聞こえてくる感じだ。

4500社といわれる日本の出版社が1年間に売り上げるのはわずかに2兆2000億円である。三洋電機の年間売上くらいしかないのだ。その出版社が刊行する年間総点数は6万3000点で、平均冊数を5000部とすれば年間に3億1500万冊が書店に並ぶ計算になるけれど、すべてを網羅している本屋は街角にもネット上にも存在していない。点数と内容という点では、少量多品種の極致が本であることは、ジェフ・ベゾスの起業理念を紐解くまでもないことだが、読まれるべき人の手元にその本が届く確率は宝くじの3等に当たるのと同じくらいになっている。

教育が悪いのだろうか？

問題は1つしかない。本の流通が破綻しているのだ。不思議なことに、本は今日1日に何冊売れたのか誰も正確な数字はわからない。POSがあるではないかとあなたは思うかもしれないが、本物のPOSが導入されているのは、日本中に1万5000店あるといわれる本屋のうち、たぶん5%にも満たないだろう。リアルタイム集計をしていると思ったら大間違いで、ほとんどはPOS

の衣をまとったただのキャッシュレジスターなのだ。

どの店にどんな本が何冊配本されているのか、そんな数字さえ誰ひとりとして正確には知らない。だから、今日のあなたの嗜好や興味がどうなっているのかなんて知らないし、今日いちばん売れた本は誰も知らない。恐ろしい話だが、本の流通は産業の中でもっとも遅れているのだ。そんなこんなだから、出版社の経営は気が遠くなるくらいに前近代的である。売り上げが確定しないので、毎月が出たとこ勝負である。今どき、足元の不確かなこんな産業は出版以外には存在しない。

今さらではあるけれど、ネット上の文化はひとまとめにしてコンテンツと呼ばれている。出版社の多くは忸怩たる思いをしているフシがあるけれど(私も大嫌いな人間のひとりなのだが)、この呼称こそ慧眼である。「本は本だ。コンテンツなどではない」と啖呵を切る出版人もいるけれど、私はほとんど愛想が尽きているので、早いところ電子化されないうらさうかと伸びきった首をさらに伸ばして待っている。

経営らしい経営ができない土壤にあるから、出版社の多くは電子化の何たるかについてほとんど無頓着である。PDFにした電子書籍が売れないと嘆くのがせいぜいで、デバイスやフォーマット、ネットワークの進化とはおよそ縁遠いところで生きている。読むことと頁を繰ることが同義だとかたくなに信じていると、悲しいかな電子書籍とか電子ペーパーという陳腐な言葉が生まれるのかもしれないが、それさえ盲目的に信じているのが現状だ。

デバイスを開発しているメーカーも出版の文化性に畏怖の念を抱いているフシが

あって、せっかくの研究成果を本の形態性のシミュレーションに費やしてしまうという時間の浪費を重ねている。形態がダメなのだから、それを模倣してどうする気だと思ってしまうのだが、この期に及んでも形態としての本の素晴らしさを本気で説く専門家が絶えないのは、受けた教育に根源的な問題があると思えない。困ったものである。

様変わりして羨ましい

米国の携帯電話キャリアでVoiceStream改めのT-Mobile社が、またぞろ新しいデバイスをリリースした。携帯電話にウェブブラウザやメール機能を盛り込んだPDA「SideKick」である。もともとは米Danger社が開発した「HipTop」というモノで、240×160ピクセルの2.5インチモノクロ液晶をズルッと上にスライドさせると、その下からキーボードが現れる。右端に付いているダイヤルをクルクル回すと、HTMLのウェブ画面やPOP3のメール画面がスクロールする。11×6.5×3センチというサイズは、日本のケータイなみに小さい。価格は199ドルで、月額料金は通話200分+無制限のデータ通信で39.99ドルだから思い切った設定というべきだろう。

Danger社は、Appleの役員だったアンディー・ルービンやジョー・ブリットらが2000年1月に設立したばかりのメーカーだが、驚くべきことにかのステーブ・ウォズニアックが役員として名を連ねている。数年前に「わくわくするような小さなデバイスを開発中で、世の中がガラリと変わる可能性を秘めている」と彼が語っていたのは、このSideKickらしい。

物欲人間としては、GSM / GPRS対応なので日本では使えないという点が悲しいけれど、すぐにでも手にしてみたいモノではある。一目でわかることだが、どう見て

もこれは電話の形態をしていない。日本のメーカーもショーで次世代ケータイのモックアップを発表しているけれど、一足お先にといいわけである。1876年にベルが発明してからわずか126年にして、電話はおよそそれらからぬ形態に進化した。それでも、SideKickはほんのとば口に立ったばかりのモノであろうことはどんな素人の目にも明らかだ。

翻って、本は本のまま在り続けていて、



ウェブブラウザと携帯電話の機能を合体させたPDA「SideKick」(旧名HIP TOP)。「発売するぞ、発売するぞ」といいながら、いつまでたっても登場せず、あたらしモノ好きをやきもきさせていたが、無事10月2日に米国発売にこぎつけた。発売日にはT-Mobileショップに行列ができたそうだ。欧州では来年春発売、日本では発売未定だ。

頁を繰る毎日に明日からお分かれというわけにはいきそうにない。

笑えないジョーク……

今春にお披露目のあったE-Inkの電子ペーパーは、日本では凸版印刷が工場を建設して来春にもデバイスの出荷が始まろうとしている。目論見では、来年の夏までには実装した機器が家電メーカーからリリースされるというスケジュールになっている。内外のメーカーからこれに類したデバイス

が次々に登場するのは来年以降だが、この数年の内に本の形態は様変わりするかもしれない。そんな暢気なことでは出版社はやっていけないので、私は本の電子化をとっとと推し進めておくしかないと思っている。SideKickよりも使い勝手の良い機器を待つよりも、今のPCで読めるのが先決である。

日経新聞の記者とよもやま話をしていた時のこと、新聞社は紙にいつまで依存する気なのかという議論になった。彼はその時、

面白いことを言った。朝刊は時間とともに安くすべきだということである。8時をすぎたら50円、昼を過ぎたら20円という具合に情報の鮮度を価格に反映させなければ早晚潰れるだろうと彼は語った。本も似たようなものだと私は思う。売れずに帰ってきた本を断裁するくらいなら、割り引いて売の方がいい。それが建設的な意見だとはまったく思わないけれど、紙をベースにしている出版業界の議論はそれくらい後ろ向きなのだ。

どーでもいい話を1つ。英国のお笑い研究所である「Laugh Lab」(Jump)のサイトが、世界一のジョークを発表した。とは言っても70カ国、4万人の人気調査なので念のため。あなたはこの小話、笑えるかな? A couple of New Jersey hunters are out in the woods when one of them falls to the ground. He doesn't seem to be breathing, his eyes

are rolled back in his head. The other guy whips out his cell phone and calls the emergency services. He gasps to the operator: "My friend is dead! What can I do?" The operator, in a calm soothing voice says: "Just take it easy. I can help. First, let's make sure he's dead." There is a silence, then a shot is heard. The guy's voice comes back on the line. He says: "OK, now what?"

IM

Jump www.laughlab.co.uk



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp