日本記者クラブ
研究会「世界の新聞・メディア」⑨

Googleの電子書籍とは

佐藤　陽一

Google ブックス担当マネージャー

２０１０年9月１３日

検索大手の Google が電子書籍に乗り出す。これまでの Google ブックスは、書籍の中身がすべて検索可能だったが、閲覧には原則 20%以下という制限があった。その制限を有料で外すのが Google エディションで、日本では 2011 年からサービスを開始する予定だ。

専用端末を必要とせず、どこからでもどんな端末からでもアクセスできる強みがある。アメリカでは出版社との契約を順調に進めているものの、一方で、日本ではまだごくわずかだ。

佐藤氏は、Google エディションでは何ができるようになるのかを丁寧に説明。Google による情報の独占に対する懸念には、Google はあくまで一つの選択肢としての検索サービス会社で、排他的な独占は目指していないことを強調した。

司会　日本記者クラブ事務局長　中井良則

©社団法人　日本記者クラブ

Google ブックスを担当している佐藤と申します。きょうは、このような機会をいただきまして、ありがとうございました。1 時間ほどお時間をいただいて、Google ブックスとはそもそも何をしようとしているもので、いま現在何ができて、それから来年 Google エディションという新しいサービスで一体何ができるようになるのかを、順を追ってご説明をしていきたいと思います。

まず Google ブックスとは一体どんなものなのかという概要からお話しします。

書籍の中身すべてを検索可能にする

すでに Google ブックスは、インターネット上で利用できます。皆さんが検索してアクセスできる情報と同じように、書籍の中に書いてある情報も、インターネットで検索できるようにしたものです。いま、書籍の中に書かれている情報は基本的に、インターネットで検索しても出てきません。それをオンラインで検索できるようにすることで、書籍の中の情報をもっと多くの人たちが使えるようになるだろうと。それによって利便が上がるでしょうし、知的な生産活動の効率も上がるでしょう。書籍の中身をすべてデジタル化して、インターネット上で検索できるようにするサービスが Google ブックスです。

そのためにはいま、紙の形で定着している文字情報を、すべて一度デジタルに置きかえる必要があります。Google では、書籍の提供を出版社や図書館から受けると、その書籍のすべてのページのデジタル写真を撮る、つまりスキャニングを行います。

次に、それぞれのページの中に書いてある文字を、ＯＣＲ（光学文字認識）を使って、文字情報をデジタル化して 1 ページずつ全部起こしていきます。

その起こした文字情報は、Google の検索インデックスに格納され、通常のウェブサイトの検索と同じように、検索をする人たちがキーワードをぶつければ、この本にはこんな言葉が入っている、と探せるようにします。インデックスというのは検索対象となる文字情報、言葉の入った大きなバケツみたいなものとイメージしてください。そのインデックスの中に、本に書かれている情報を入れていきます。

一方、ページのスキャニング画像は、Google ブックスでページとして閲覧する際の表示に使われます。書いてある情報を探すときには、テキストを入れたインデックスを検索することによって、どのページに自分の必要な情報が書いてあるかを探す、表示するときにはそのページのスキャニング画像を使う。そういうふうに使い分けをしております。

こうすることによって、書籍の表紙から裏表紙に至るまで、すべてのページに書いてある内容が検索の対象になるわけです。ですから、何か検索語を使って情報を調べ始めた人は、その検索語に関連性が高いと思われる書籍を、書籍に書いてあるすべての内容を対象にして探すことができる。

この中でもたぶん多くの方が、例えばアマゾンとか紀伊國屋書店の BookWeb などの、オンラインの書店から本をお買いになったことがあるかと思います。通常インターネットで本を買おうとすると、本の題名や著者名、もしくは数行の解説文だけが検索の対象になっていて、そこにひっかかれば出てくるし、そこにひっかからなければ出てきません。つまり、現状では、本の中身を丸々、自分が探している情報の分母として探すことはできないわけです。しかし、全文をデジタル化して、全文を検索可能にすれば、本の中身すべてを対象にして本を探すことができるようになります。

例えば『民法』という分厚い本があったときに、民法の中でもどの分野を知りたいかというのは人によって異なるはずです。ところが、例えば 3,980 円で『民法』という本は売っていることはわかっても、その『民法』という本の中のどこに何が書いてあるかは、実際に書店に足を運んで中のページをみないとわからないのが現状です。Google ブックスは、その『民法』という本の中身もすべて検索可能にしようとしているのです。『民法』の中で、ある特定の分野に

ついて何かを調べたいと思った人が、オンライン上でそれが自分が必要な本かどうかをより詳しく、より的確に調べていただくことができるようにするのが、Google ブックスがやろうとしていることです。ただし、全文が検索できることと、全文が読めることとはまったく別です。このことは後ほど詳しくご説明いたします。

書籍の提供元は出版社と図書館

Google ブックスに書籍を提供いただくソースは、大きく分けると 2 つあります。

1 つは、Google と出版社の間の契約によって、出版社から Google に本を提供していただくプログラムで、パートナープログラムといいます。こちらは、Google と出版社の契約によって書籍が Google に提供されるというパターンです。

このパターンの場合は、基本的には出版社が著者と何らかの形で契約を交わすか、著者から Google に出す許諾をとって、そのうえで出版社から Google に本を提供いただくことになります。

もう 1 つのライブラリープロジェクトは、図書館との提携によって書籍のデジタル化を進めていくものです。

日本の著作権法では、著作権の保護期間内のものに関しては、だれといえども勝手にデジタル化をすることはできません。ですから、日本の場合は著作権が切れた古いものだけがデジタル化の対象となっています。

国立国会図書館の「近代デジタルライブラリー」で古い書籍だけを対象にしてデジタル化をしていますが、それと似た取り組みだと思っていただければいいと思います。

日本では、ライブラリープロジェクトのパートナーとして慶應大学の三田メディアセンターにご参加いただいており、すでに著作権が切れたものを対象に、12 万冊ぐらいのデジタル化を進めているところです。

覚えている方もいらっしゃるかもしれませんが、昨年「Google ブック検索和解」ということで、いろいろ新聞にも取り上げられました。著作権の取り扱いなど、出版社、著者を巻き込んで、物議を醸したのですが、それは、実はこのライブラリープロジェクトの中でも、アメリカの図書館でデジタル化された書籍の取り扱いをめぐる和解に関するものでした。あの和解というのは、アメリカ国内で図書館等の提携によってデジタル化された本の中に、日本人の著者も含めた世界じゅうの著者があるので、その本の扱いをどうするかを決めるための和解だったわけです。しかし、ご存じのとおりベルヌ条約などの条約で、アメリカ国内にある日本語の本でも、もとの著者の方々が著作権をお持ちです。日本の著者も、クラスアクションによって、和解案に関して、自分はどうするかという意思表明を迫られたのです。

Google ブック検索の和解訴訟は審議中

この裁判に関しては、昨年 11 月に修正された和解案が、いま、裁判所で審議をされている最中です。まだ最終的な決着はついておりません。ですから、和解の当事者である Google の私から、その見込みなどをお話することは立場上許されていないので、この件のお話はこのくらいにとどめさせていただきたいと思います。

いずれにしても、日本での図書館とのパートナーシップは、慶應大学とのものだけです。なおかつ、デジタル化をしているものは一点の例外もなく、著作権の切れた、つまりパブリックドメインになったものだけが対象だということです。

どちらかというと、日本の一般のユーザーの方が、Google ブックスを利用される場合、出版社から提供された本がどれぐらいみられるのかということのほうがはるかに重要です。慶應から出された本は、その多くが明治・大正期以前の相当古いもので、学術的な価値はもちろん高く、研究者の方にとっては非常に有用な情報ですが、一般の方にとって検索をしてみたいものかどうかは微妙です。現在も販売されている本や、最近出された本はすべて、パートナープログラムから出てくるので、一般的にはこちらの

ほうが重要かもしれません。

日本の出版社との契約はまだ少数

このパートナープログラムは、いまのところ、世界じゅうで登録されている書籍が 200 万をちょっと超えたぐらいで、3 万数千社の出版社から提供していただいています。この 3 万数千社の出版社の中で、特に北米、アメリカの出版社に限ってみると、Google ブックスのプログラムに参加していない出版社を探すほうが難しいほどになりました。

アメリカでは、このサービスをスタートしてからほぼ 5 年がたとうとしております。ペンギンであったり、サイモン＆シュースターであったり、マグロウヒルであったり、ピアソンであったりといった、いわゆる大手、中堅の出版社は、ほぼ全社ご参加いただけるまでになりました。

他方、日本の出版社は、まだまだ限られた数で、この 3 万社の中で微々たる数を占めるにすぎません。国別の数を公式には申しあげていないので、こういう表現の仕方になってしまうのをお許しいただきたいのですけれども、まだまだ少ない数です。

きょうのテーマであります電子書籍が昨今非常に盛り上がりをみせて、電子書籍に対する取り組みが出版社でも相当加速して、電子書籍に対してどういうふうに取り組めばいいのかという話が本格的になり始めています。ですので、年末か来年の早い段階までには、大手の出版社にもご参加いただけるかな、という見込みを僕自身が得られるところまでやっと来たかな、という印象を持っています。

さて、能書きが長くなりましたので、では、実際にどんな画面なのというのを、ちょっとごらんいただこうと思います。

スクリーンに映っているのが、Google の検索のトップ画面(http://www.google.co.jp)です。さきほど申しあげた慶應大学でデジタル化された本のサンプルには、例えば『学問のすゝめ』の著者蔵版などがあります。相当古いものですけれども、こういった書籍がデジタル化されております。

もちろん慶應大学ですので『学問のすゝめ』をまずデジタル化したわけですが、このように古い本もページをめくっていただくと、はじめに合本の話がちょっと書いてあり、「天は人の上に」から始まる文章が続いているのをみることができます。

それから、おもしろいところでいえば、例えば明治 45 年上巻発行の、『生理学講義』というのもあります。医学博士の宮入慶之助さんがお書きになった本でこちらも相当古いものです。これも慶應大学の蔵書として保管されていたものを、Google 側でデジタル化を行っているものです。

明治、大正の古書は手作業でデジタル化

これらの本のデジタル化というのは、実は簡単なようで意外に難しくて、明治、大正などの古い本になると、紙の状態がよくないことが普通です。非常に破れやすかったり、虫食いがあったり、状態としてはデジタル化が難しいことも多いのです。そこで、Google がデジタル化をする場合には、人の手で 1 ページずつめくりながらデジタル化していくという作業を踏みます。

皆さんも、本を見開きでコピーするときに、厚い本であれば、逆さまにしたところで本の真ん中がぐにゅっと曲がって、文字がゆがむのはご経験だと思います。そうならずに、1 ページがぴたっときれいに平面としてみえるよう、デジタル処理をして公開しています。

このような書籍がどんどん公開をされていけば、研究者の方々からすると、慶應大学に行かなければみられなかった慶應大学の蔵書が、インターネット上で自由に読むことができるようになる。その意義は非常に大きいと思っています。

以上が、さきほどご説明した、日本におけるライブラリープロジェクトの例です。

今度は、パートナープログラムという、出版

社から出されている書籍の例です。Google の検索をご利用いただいたことがある方は、検索ボックスが真ん中にある、非常にシンプルなつくりになっているトップ画面をご存じかもしれません。この画面の上のほうにある、【書籍】というところをクリックいただくと、書籍の検索画面に飛ぶことができます。この Google ブックスのトップページからは、Google ブックスに納められている書籍を対象に検索することができます。

Google ブックスの画面には、いろいろな書籍の表紙が表示されます。このページは、出版社から広告料をもらって特定の本の表紙を表示しているのではなく、検索されている数等々――アクセス数が多いものであったり、急速にアクセスが伸びたりとか、いろんな動きがあるもの――に応じて、自動的に表示がされています。

全文が検索の対象だから、みつけられる本

次は本の検索ではなくて、一般的なインターネット検索をする画面からの検索をみていただきます。ウェブ検索のトップから、例えば、ちょっと耳なれない言葉ですが、「状態名詞」という言葉を入れてみます。そうすると、状態名詞について書いてあるウェブサイトが、いろいろ出てきます。その中の、上から 2 番目に『日本語文法入門ハンドブック』という、Google ブック検索結果があらわれます。これをクリックしていただくと、Google ブックスに収録されているこの書籍の、状態名詞という言葉がたくさん書かれているページに直接飛んでいきます。これが、インターネットの検索と同じように本の中身を検索できる 1 つの例です。

この本のタイトルは『日本語文法入門ハンドブック』で、状態名詞なんていう言葉は本のタイトルの中には一回も出てきませんし、本の 5 行ぐらいの説明文の中にも状態名詞という言葉は出てきません。しかし、この本の中身がすべてデジタル化されて検索可能になっていることによって、インターネット上で単に状態名詞という言葉を調べようと検索した人が、ほかのインターネット上の情報と同じように、この本のページにたどり着くことができるようになるわけです。

別の例をみていただきます。たぶんこの中で男性のほとんどは、「まちつけ」という言葉は全く聞いたことがないと思いますが、これで検索してみます。そうすると、「まちつけ」というのは、和裁の中で使われる、着物などを仕立てるときに使われる言葉であることがわかります。さらにクリックしていただくと、今度はすごく小さいのでみにくいですが、書籍の本文中の「まちつけ、縫いしろの上部」の「まちつけ」の部分が検索にひっかかって、そのページがぽんとあらわれます。

こういったものも基本的には、本の中身がすべてデジタル化されていないと検索にはひっかからないわけです。この本もタイトルは『やさしい和裁　単衣作り方から着方、帯結びまで』と書いてありますが、「まちつけ」なんていう言葉は一切出てこない。本文が全て検索できる状態になっていないと、こういう本にたどり着くことはできなかったであろうという 1 つの例です。

また、このように検索語によって本にたどり着いた後は、前後にページを繰って、ページを閲覧することができるようになっています。

検索は 100%だが閲覧は 20%以下に制限

検索でこの本にたどり着き、ページが表示されて、前後のボタンをクリックすれば、すべてのページをみられるのであれば、別に買う必要はないじゃないかとなってしまいます。ですから、出版社から見て大事なポイントは閲覧に制限をつけていることです。

本の中身がすべてデジタル化されているので、本の中身のすべてが検索の対象にはなります。しかし、実際にページを表示できるのは、1 人のユーザーについて、1 カ月間にその本の 20%以下になるようコントロールされています。ですので、この本の中身を全部みようと思うと、1 カ月間に 20%しかみられませんから、単純にいえば 5 カ月間かかることになります。

しかしたとえ5カ月かけ、検索語が重ならないように工夫をしても全部のページがちゃんとみられるとは限りません。さらに、その他いろいろなセキュリティ上の工夫によって、100%をみるようなことはほぼ不可能なつくりになっています。ですので、基本的には、本屋さんの店頭でぱらぱらと中身をみて立ち読みをして、その中に書いてあることを確認する以上のことはできないようになっていると思っていただければいいかと思います。

さらに、その20%というのは、例えば皆さんが、さきほどのまちつけの例で出てきた本を全員が同時に閲覧してみたとしても、検索語によってどのページを開くかは人によって異なります。さきほどの『民法』の本の例でも、どの法律分野をみたいかは、人によって異なるはずです。出版社とか著者が決めた20%しかみえないということではなく、その人が使った検索語によってみえる可能性のあるページは人によって異なります。たとえ隣同士で同じ本をみていたとしても、検索語が違えば、違うページを開いている可能性が高いのです。その上で、どんなページが開こうとも、その人がみているのは、1カ月間にその本文の 20%を超えないようにコントロールされているのです。

たとえば、本の中身をみせている他の検索では、たいていの場合は、最初の10ページ分とかがみられるようになっているだけで、それ以外のところは基本的にはみることはできません。Googleブックスの場合は、全文がデジタル化されているので、すべてのページをみることができる可能性があります。ただし、1 カ月間の範囲の中では常に本文ページの 20%以下しかみることはできないのです。

このところが、著者の方なり、あまりインターネットになじみのない方によく誤解されるところです。「全文が検索対象ですよ」と申しあげた瞬間に、「全文が自由にあけられて、みんな読まれちゃうんでしょ」という印象を持たれることが非常に多いのですが、決してそうではありません。全文が検索の対象にはなりますが、あけることができるページというのは1カ月間に20%以下に制限されているのです。

これによって、出版社や著者にとっては、Google を通じて本をより多くの人に知ってもらい、その中で一定割合の人が買ってくれる期待を持つことができます。Google にとっては、その人が探している情報に関連性の高い本を紹介することによって、「Google の検索って、インターネット上にある情報だけでなく、本の中身にある情報も同時に検索できるんだね」と、Googleにより高い価値を見出していただく。そこが、出版社と我々Googleとの落としどころといいますか、接合点になるわけです。

ただし、この20%という制限は、すでに著作権の切れた本には適用がありません。すでに著作権の切れた本は、何の制限もなく 100%、すべてみることができるようになっています。

さらにもう少し機能についてお話をしようと思います。検索の結果を見て、その本に自分が必要な情報が出ていると判断して買おうと思った方は、画面の左側にある、オンライン書店のリンクをクリックしていただくと、もう1回検索し直す手間をかけずに、例えば紀伊國屋書店のBookWebに直接いって、この本を購入するところに飛んでいけます。そこで【買い物かご】というところを押せば、このまますぐ購入することができます。

オンライン書店での購入は気が進まず、実際の本を自分でみてから買いたいという方もいると思います。その方は、画面の【地域の書店を検索】というところをクリックしてください。例えば、新宿近辺の書店で買いたい方は、「新宿」と入れれば、新宿にある書店の一覧が、Google マップにあらわれます。将来的には、探している本の在庫のある書店がどこにあるかというところまで、わかるようになればいいなと思っております。

ネットで検索すれば自動的に本も探せる

書籍の全文が検索対象になる。そのことによって、インターネットユーザーが探しているキーワードの検索結果に関連性の高い本の情報が、自動的にあらわれるところが Google ブックス

の、一番大きなポイントになろうかと思います。

もう一度確認までに申しあげますと、閲覧できるのは、全体の 20%まで。1 カ月間、1 人 20%に限られています。ただし、5 回やれば単純に 100%みえるじゃないかといっても、結局 5 カ月間はかかるというのが、まず 1 つです。

それから、一部の内容は、どんな場合にも表示されないことがあります。例えば、何人もの人が寄ってたかって、同じ本をワーッといろんな検索語を使って検索し、その中身を全部引っ張り出そうとした場合に備えて、セキュリティー上、一部の内容は表示しない設定になっていますので、どんなに頑張っても、オンライン上で本の中身を全部引っ張り出すことは基本的にはできません。

それから、表示されている書籍のページを、印刷、保存、コピーすることは一切できません。オンライン上でみるだけというのが基本です。

それから、出版社は、提供している本をいつでも載せたり、取り下げたりすることができます。1 回上げた本は、Google に出しちゃったら、下げることができないのではなく、いつでも本を足したり、引き上げたりすることができる。著者からの依頼によって本が上がってくることもありますし、逆に下げてほしいとの申請があれば、本を取り下げることもあります。基本的には、本を出す、出さないのコントロールは、Google 側が持っているのではなく、出版社や著者の側が持っています。

ユーザーにみられるほど購入率は上がる

「20%もみせちゃったらみせ過ぎだろう。ユーザーの必要なページが数ページであって、20%の中でその数ページが読めるのなら、もう買わないんじゃないか」というのが、当初、出版社、著者のご心配の結構大きな部分でありました。そこで、Google 側で、ユーザーがどういうふうにページをみて、次にどういうふうな行動に移るのかを統計的に調べました。すると実はページがみられればみられるほど、オンライン書店がクリックされる率は上がっていくということがわかりました。つまり、みられればみられるほど買われなくなるのではなくて、逆に、みられればみられるほど買ってもらえる確立が高くなるのです。

これはある種、当たり前の話です。書店である本を買おうか買うまいか迷って、何回も手にとってページをめくる。結局その時間が長ければ長いほど、その本を持ってレジに行く確率が上がる。基本はこれと全く同じことが起きています。ページ数が多くみられる、つまり多くの人が訪れて、多くの人がそれをクリックすればするほど、購入される確率も上がっていく。こうしたことが、統計的にみてとれます。

実際、旅行のガイドや、辞書、料理本などの実用書は「必要なところだけみられちゃったらもう買わないじゃないか」という感覚が非常に強く、アメリカの出版社も当初はそういう懸念を非常に強く持っていました。ところが、本を Google ブックスに上げてみて、実際にユーザーがどういうふうに動くかというのを自分で確認をしてみたところ、全く心配していることは起きなかった。むしろ、本がクリックされて、みられればみられるほど、オンライン書店に人が飛んでいく率が上がったのです。

検索の世界というのはおもしろいものです。さきほど閲覧は 20%までというお話をしましたが、出版社が望めば、20%以上みせることもできます。例えば顕著な例では、フランスのある旅行書（レストランガイドで有名なところといえば、すぐおわかりになると思いますが、そのレストランガイドではなく、旅行ガイドのほう）は、この Google ブックス上で、100%みれるようになっています。結局、100%本の閲覧を許しても、売り上げには全然影響がなかったのです。むしろ、みせればみせるほど売り上げにプラスの影響があったという結果を、自社の実験により確認したので、20%ではなく 100%みせちゃえということになったそうです。

これも考えようによってはわかりやすい話です。旅行の本などは、その本に出ている情報が Google ブックスですべてみられない、という理由によっては買われません。おそらく、その人は無料の情報が載っているウェブサイトを探

すので、本の購入には必ずしも結びつかない。逆に、本のなかをすべてみせてしまえば、人は安心して、旅行中はどっちみちオンラインで何かを調べることはできないのだし、本を1冊買って持っていこう、という需要をちゃんと引っ張り出すことができるのです。

さらに似たような話は、ウェブスターの辞書にもあります。ウェブスターの辞書はかなりのタイトルがGoogleブックス内に入っています。辞書が入っていれば、電子辞書のように検索されて終わりじゃないかと思うかもしれません。しかし、電子辞書として使うには、Googleブックスはそれほど使いやすいものではありません。20%までの閲覧制限がありますし、検索の仕組みが、電子辞書のように至れり尽くせりにできているわけではないからです。ですので、ウェブスターの辞書も、その多くがGoogleブックスに入っていて、中身がみれるようになっています。あくまでも紙の辞書というパッケージの価値をうまくオンライン上で訴求できているので、Google ブックス上で見えるといっても紙の辞書の売り上げが落ちてはいないのです。

さらに、世界じゅうの出版社からパートナープログラムを通じて Google に提供されている書籍は200万タイトル以上ありますが、この200万タイトルの中で、だれからも1度もアクセスされたことのない本、つまり、だれにもみられたことのない本というのは、実は1冊もありません。200万タイトル以上入っているのですが、必ずだれかがみています。

しかも、この 200 万を越すタイトルの中で、80～90%は、毎月だれかが必ずみに来ています。情報に対する需要とか、どんな情報をどんな形で知りたいかという、検索ユーザーのニーズというのはものすごく多岐にわたっているのです。「こんな本を入れたからって、別にだれもみに来やしないだろう」と、よく出版社の方はおっしゃるのですけれども、実はそんなことは全くない。それほどに、人の興味なり、人の知識欲なり、知りたいという欲求から発した検索キーワードは多岐にわたっており、何らかの形でいろんな情報に結びつくのです。Googleに提供された書籍は強力にそういったニーズにこたえる媒体として機能することになります。

検索はリアルタイムに反応する

また検索とは、いまリアルタイムで起きつつあることに対して、素早く反応する仕組みでもあります。例えば以前、ベネズエラのチャベス大統領がオバマ大統領に何か本をプレゼントするというのが、テレビニュースで流れたことがありました。そのときに、チャベス大統領からオバマ大統領にプレゼントされた本がちらっとニュースに映りました。するとその本のタイトルの検索は、そのニュースとともに、それまでの1,000倍ぐらいにボンと上がります。それがたまたまGoogleブックスに入っていれば、どんな本であったかとか、だれが書いたかとか、中身はどんなものなのかということまで、みることができる。書店に行ってまでどんな本だか見てみようという人は限られると思いますが、何かニュースで目にしたときに Google で検索してみたところ、その本がGoogleブックス内にあれば、内容を確認したうえで、そのまま買うという行動に入ることができるのです。

どんなにすご腕のマーケティングマネジャーであっても、チャベス大統領がオバマ大統領に渡す本というのを事前に仕込んでおくなどということは、基本的にはできないでしょう。検索という、人々の興味を如実に反映する道具・ツールにより、日々リアルタイムで起こるいろいろな出来事と、本の情報とを結びつけることができた1つの好例だと思います。

以上が、日本では過去3年にわたって――英語版では5年近く――ご提供している、いまでもすぐにお使いいただける Google ブックスのご紹介です。

Googleエディションとは何か

Googleでは、電子ブックに相当する、より正確には電子ブックのプラットホームとして使える機能を、Googleブックスの中で提供しようと

して準備を進めています。仮の名称ですが、「Google エディション」といいます。この半年ぐらい、新聞各紙などで何度か取り上げていただきました。直近では、2010 年の 7 月初めに行った東京国際ブックフェアで、Google エディションについて、初めて正式にお話しいたしました。一体それは何かというのを、これからご紹介したいと思います。

Google ブックスは、人がキーワードを使って情報を検索し、その結果、何かの本のリンクが現れ、本が発見される。そしてその本は、20%までは閲覧できる。閲覧された本は、オンライン書店のリンクをクリックして購入するか、もしくは、書店に行って自分で買う、という流れがあったわけです。しかし、検索→発見→閲覧→購入といった流れの中で、閲覧と購入がつながるためには、ユーザーがオンライン書店をクリックするとか、実際に本屋さんに行くという行動をしないと、購入には結びつかなかったわけです。

２０%の閲覧制限を有料で外す

無料で閲覧できる制限である 20%を有料で外す。つまり、「100%みせてあげるから、いくら払ってね」と、現在は検索と 20%までの閲覧に使ってる仕組みをそのまま電子ブックとして利用できるようにするのが、Google エディションです。

買いに行ってすぐに買える、あるいは注文してすぐに届く本ならいいですけれども、例えば刷り部数が少なかったり、増刷していない本だったりして、入手が難しいケースもあります。記者の皆様は、締め切りが迫っていて、いますぐある書籍の内容をすべて確認しなければならないというような場合があるかもしれません。そういうときに、有料で 20%の制限が外れ、その場で 100%みられるようになる。それが Google エディションです。

電子ブックというと、何かファイルがあり、それを購入し、ファイルをダウンロードして、自分のパソコンや、そのほか自分の使っている iPad やキンドルなどに入れて読むのが一般的です。しかし、我々が提供しようとしているのは、いますでに Google ブックス上でみられる 20%の制限を外して 100%みられるようにするという、至ってシンプルでストレートなやり方です。

まだ実際にお見せできる画面がないので、仮の説明になりますが、例えば【書籍を購入】というリンクのあるあたりに、【Google エディションで購入】というリンクがあらわれて、それをクリックすると、定価――基本的には、出版社に決めていただく販売価格――があらわれます。その価格に対して、クレジットカードなどでお金を払っていただく。すると、そのお金を払った人のアカウント――アカウントというのは、その人が固有に持っているインターネット上の情報口座みたいなもの――に、本を買ったという情報が紐づけられて、その人はいつでもオンライン上でその本がみられるようになる。そういうつくりがGoogleエディションなのです。

インターネット上でみる以外に、出版社からＰＤＦやＥＰＵＢファイルが提供されれば、そのファイルをダウンロードして使うことも可能です。キンドルや iPad など、別のソフトを使って読みたい人は、そのファイルをダウンロードして使うことになります。

電子ブックというと、これから出版される新しい作品では、音楽がついていたり、絵が動いたり、ビデオが流れたりと、いろいろなことを工夫してつくられていくと思います。しかし一方で、過去に発行された古い本を、いまからお金をかけて、そのような新しいファイルにデジタル化したり、デジタルで何かをつくり直したりするのは、あまり現実的ではないと思います。

物理的に消えていく本もネット上に残る

その点、Google エディションを使っていただければ、出版社は紙の本を 1 冊 Google 側に提供するだけです。デジタルなページのイメージ（画像）と検索可能な状態にするのは、我々の側で行います。ですから、余計な投資をせずに、い

ままで出した古い本がそのままデジタル化され、販売可能な状態になります。その意味ではハードルが低く、もう絶版になった本や、書店を通じて流通しなくなった本でも、Google エディションで販売できる。たとえ図書館には収蔵される可能性があるとしても、人の目の前からどんどん消えていってしまう本が、本当に消えていってしまうのではなく、インターネット上のどこかにちゃんと残すことができる。そして検索でその本に行き当たった人は、その本の内容が自分に必要な内容であれば、すぐに購入できることになります。

毎年7万8,000から8万弱の本が出ています。1 日当たり何冊の本が発行されているのでしょうか。ものすごい数の本が発行されていることになります。その本のすべてが書店の店頭に並べられるわけではありません。スペースに限界があるからです。つまり、物理的な紙の流通の限界によって、人の目に触れる状態で本屋さんに並ぶのは、一部のベストセラーや人気作家を除くと、本当にごく限られた期間になります。しかも、書店から返品されると、後はほとんど人目に触れずに、存在に気づかれることなく消えていってしまう本が大半なのです。この Google エディションの仕組みを使うことによって、それらの本にもっと長い寿命を与えることができ、本を必要とする人たちに対して、常にそれを提供できる環境を維持できることになります。

電子書籍専用の端末はいらない

Google の電子ブックで必要なのはウェブブラウザだけです。パソコンでもいいですし、いわゆるスマートフォンでもいいですし、iPad のようなものでもいいのです。ウェブブラウザが搭載された機器であれば、基本的には Google ブックスにアクセスすることができます。特定の何かの機器というのは必要ありません。

特定の機器や仕組みに縛りつけるのではなくて、ブラウザさえ搭載していれば、どんな機器でも使えるというのが Google の考え方の大きな特徴のひとつです。

もう 1 つの特徴は、Google エディションを、Google から売るだけではなくて、一般のオンライン書店からも売ってもらえるようにしようとしていることです。特定のデバイスが必要でないということと全く同じように、いろんな書店から購入できるようにしたいのです。Google のサイトからだけでなく、例えば紀伊國屋書店のサイトからも Google エディションは買えるようになるということです。

電子ブックのプラットホームを徹底的にオープンにして、だれでも参加できる仕組みをつくる。それによって、電子ブックの市場そのものを活性化し、より多くのプレーヤーが参入し、いろいろ魅力的なサービスを読者に提供できるようにするのが、我々の戦略であり目指しているところです。

Google は、この Google ブックスのプログラムによって、ここで何か大きな収益を上げようという意図は一切ありません。著者、出版社、そのほかのオンラインの書店が、なるべくこの Google エディションというプラットホームを使ってくれる。そしてそこで、それぞれがちゃんと収益を上げることにより、さらにインセンティブが生まれ、著者や出版社が、より多くの本をデジタル化しようと考えてくれれば一番いいと思っています。

出版社にとって、コストをかけずに電子書籍のマーケットに参入するテストケースとして、Google がたぶん一番とっかかりやすく、やりやすいと思います。

オンライン書店からすれば、例えば『坊ちゃん』という本は、何々書店版、文庫版、ハードカバー版など、いろいろあるのと同様に、電子書籍だからといって一個に限定する必要は全くありません。例えばある本の Google エディション版も、Apple 版も、キンドル版も、パピレス版もあっていいわけです。ポイントをためているから紀伊國屋書店で買いたいというお客さんにしてみたら、紀伊國屋書店で買えるほうが便利です。また、それらいろいろな電子書籍のラインナップを取りそろえて販売できることは、

オンライン書店、電子書籍ストアの側からみたときは大きなメリットになろうかと思います。

読者からみれば、自分が買った本は、個人の電子ライブラリーみたいなものになります。つまり、どこからでもアクセスできる。Google のサービス上に、いってみれば電子書棚がつくられて、そこに自分の買った電子書籍が蓄積されていくようなイメージです。例えば、いまこの場で皆さんがお持ちのノートパソコンからみることもできるし、家のデスクトップや、会社のデスクトップ、はたまた出張先でももしパソコンを持っていくのを忘れたり、電源がなくなったりしたとき、ネットカフェに行けば、そこにあるパソコンからみることもできる。つまり、ウェブメールと同じように、自分のアカウントにアクセスしさえすれば、いつでも自分が買った電子書籍がみられるのです。何かファイルをダウンロードする場合だと、自分のパソコン以外ではみれませんが、Google の仕組みではどこにいようが、どんな機器を持っていようが、インターネットをみるソフトウエアさえあれば、自分の買った電子書籍がみられるのです。

この Google エディションという電子書籍の仕組みは、英語版では、年内にスタートさせる予定です。日本語は 2011 年の初めぐらいまでに提供することを目標に、準備を進めています。

最近の電子書籍の盛り上がりやいろいろな動きは非常に活発になっているわけですが、その中で僕としては、出版社に Google エディションを 1 つの現実的な選択肢として、電子書籍への取り組み全体のストラテジーの中で使っていただければ、一番いいと思っています。ユーザーの立場からしても、何か 1 つのフォーマットだけではなくて、いろいろな選択肢がいろいろな本に対してより多くあったほうが、もちろん利便性は増すわけです。そういった状態をつくることによって、おそらく書籍全体のマーケット、紙の書籍に限っていえば、長期間に渡って右肩下がりで、ずっと縮小しつつあるマーケットですが、その再成長への起爆剤になってくれることを期待しています。

以上、Google ブックスと、そこに新たに加わる予定の Google エディションというサービスについて、ご紹介をさせていただきました。

＜ 質 疑 応 答 ＞

司会（中井良則　日本記者クラブ事務局長）
どうもありがとうございました。それでは、これから質疑応答に移りたいと思います。

質問　お話をうかがっていると、大変いいことばかりのように聞こえるわけでありますが、日本の出版社は 3 万社云々の中で非常に少なく、たじろいでいると。それは出版社がまだ理解してないからということなんでしょうか。

日本の書籍が増えないわけ

佐藤　理由は、たぶん大きく分けると 2 つあると思います。1 つは、著作権法が日本とアメリカで大きく違っていることですね。実は、電子書籍の売買の前に、Google に書籍を提供して全文をデジタル化し、インターネットでアクセスできるようにする行為に対して、日本の著作権法の場合は、著者の許諾が必要になります。ですので、出版社からすると、売買をする手前の、検索にかかるようにするだけでも、著者一人一人に許諾をとる作業が必要になります。そこが非常に煩雑です。さらに日本の出版慣行として、あまり細かく一個一個の契約を結んでいないケースが多いのです。契約を結んでいないところに、さらに許諾をくださいというのも難しい側面があって、なかなか進まないのです。

一方、アメリカの場合は、出版社が Google などに本を渡して、検索可能にし、人により知らしめるようにするのは、通常の販売行為の一環であり、当たり前のこととしてやっていいと、業界の慣習として認識されています。ですので、アメリカの出版社が Google のパートナープログラムに参加した場合は、いちいち著者に許諾をとることなく――契約書がしっかり整備されているということはもちろんあるのですが――いっぺんに数千冊とか数万冊をボンと提供して

くるケースが非常に多いのです。しかし日本だと、それができない。著者の許諾を得たものから順に、数冊から十数冊単位で上げていただくケースが多いのです。これが、なかなか日本の冊数がふえない１つの原因です。

もう１つは、アメリカのＩＴ企業であるGoogleに、本のデジタル・データを持たせて大丈夫かというおそれを持つ出版社が少なくないのも事実です。もちろん我々は、ちゃんと契約書に基づいて本をお預かりします。もちろん、その本にある著作権や知的財産権が、Google側に移転することはない。あくまで、本をGoogleのサーバーの中に入れて検索可能にさせてくださいという契約です。そうはいっても、ほかにどう使われるかわからんじゃないか、というおそれを抱かれるケースが非常に多かったのです。

そこに、昨年の和解みたいな騒動がありますと、ほれみろ、いわんこっちゃない、みたいな反応になってしまうケースが非常に多い。しかし昨年の和解は相当、誤解された内容でした。こういう場で申しあげるのもなんですが、初期の新聞報道も、不正確きわまりないものがたくさんありました。そういうのを読まれた著者の方が、Googleに対して警戒される気持ちがなかなか解けないのも事実です。

それが、ことしに入り電子書籍のブームがきて、電子書籍にしても権利を持っている著者にちゃんと利が入ってくるのであればいいのではないかと、急に前向きにご検討いただける環境になってきました。これから先は随分スピードが上がって進んでいくものと、僕自身は期待をしています。

質問　閲覧できるのが20%と100%があるというところが気になりまして。アメリカは100%のほうに向いているのですか。日本も、その 100%のほうに向いていくのか。そのあたりはどういうふうに発展していくのでしょうか。

佐藤　インターネットの無料の情報と書籍との間で、競争の激しい分野はあります。例に挙げました旅行やレシピのようなものは、20%でも 100%でも紙のパッケージとしての魅力は変わらないのなら、100%みせてしまおうというほうに挑戦される出版社はこれからも出てくると思います。ただ、それがマジョリティーになるとも正直思えません。全部みせてしまうことに対しては、著者側からの抵抗も非常に強いですし、全部みせなくたって、それは同じ効果じゃないかと。つまり、20%であれ、30%であれ、その間のいくつかの落としどころを出版社や著者がみていく中で、調整されていくだろうと思っています。

ただし、本の中ではいくつか、隠したい部分がある場合もあります。典型的にはミステリーなどで、最後の10%は隠したいという作家もいらっしゃいます。最後の10%だけ隠せる機能を提供せよという出版社もいます。ある書籍の分野に関しては、無料で見せられる範囲を最初から固定することを選べるようにしたほうがいいのではないかと、Googleでも議論してきました。ですので、書籍のみせ方は、出版社や著者の意向をなるべく反映するような形で、いくつかのオプションをつくっていきます。著者と出版社が実験しながら、その中で売り上げが最大になるポイントはどこかをみていただくというながれになっていくだろうと思っています。

質問　国立国会図書館の長尾館長が、出版業界とも連携しながら、国立国会図書館の本を料金を取りながらネット上で読んでもらうとの構想がありますね。それは実現するのかどうかわかりませんけれども、そういう動きについてどういうふうにごらんになっていらっしゃるのか。強力なライバルというふうにごらんになっているのか、そのあたりをうかがえればと思います。

誰であれデジタル化を進めることは歓迎

佐藤　国立国会図書館のデジタル化を、Googleはライバルとは全く思っていません。そもそもGoogleブックスには、「ライバル」という関係はほとんどありません。国会図書館であれ、出版社であれ、書籍がデジタル化されれば、

それは検索可能になるということでもありますので、Google の検索という機能を利用してもらえる場面もふえると思います。

なかなかほかでデジタル化が進まないので、Google が自分でデジタル化のプロジェクトそのものを始めたという経緯もあります。本の中身の情報がデジタル化されれば、つまり、検索可能になるという土台ができることになりますから、国会図書館なり出版社なり著者の方なり、どんな方であれ、デジタル化が進むならばだれが進めても構いません。国立国会図書館のデジタル化のプロジェクトが進めば、どんな本が、どこに、どういうふうにあるのというのは、国会図書館が検索の機能を提供されるとは思います。しかしいずれにしても、Google が貢献できることというのは、その後からも出てくるだろうと思っています。

質問　最初におっしゃっていた慶應大学の 12 万冊というのは、明治・大正の本を入力されていますよね。その場合は、旧漢字、旧仮名、旧平仮名ですよね。それを自動的に現代漢字なり仮名なり、認識するような Google 独自のソフトというものを開発されたのでしょうか。それとも、人間がもう一度チェックし、キーワードづけをやっているのかどうか。それと、著者は Google に、自分の出した本を Google ブックスに入れてほしいという申し出はできるのでしょうか。

まだまだ読み取りの技術に課題はある

佐藤　ご質問いただいたとおり、旧仮名遣いであったり、旧漢字であったりするので、写真を撮ってデジタル化することはできても、その文字を読み取ろうとすると相当大変です。その正確さは、正直、現代の活字ほどは期待できません。人の手でもう一度読み取り直すことはしていません。ただ、機械的に読み取る技術そのものは、どんどん日々、よくなっています。読み取り技術がよくなった場合には、すべての本に対して、再度 OCR し直します。とはいえ、英語の 26 文字の世界と比べて、漢字は相当大変ですので、まだまだ課題はたくさんあります。

例えば検索をする方は新しい漢字で検索をするけれども、実際には旧漢字で書かれているといった、新旧の漢字の違いについても、まだまだやらなければいけないことはたくさんあります。『学問のすゝめ』の「学」の字も、もとは旧の「學」なんです。これを、新しいほうの「学」で検索しても出てくるのは、慶應大学から提供いただいているデータに、新しい文字が入っているからです。

さらに古いもの、例えば木版などを読むためには相当技術的なチャレンジが必要でしょう。ただ、Google は世界的にも技術力では、おそらく世界ナンバーワン、ツーを争う会社だと思います。ですので、何かしら読み取れる技術は開発していきたいとは思います。

作家が直接契約することもできる

もう 1 つ、作家の方が直接参加をしたいといわれた場合に参加できるのかというご質問ですが、これは参加できます。例えば、自費出版をされた作家で、何十部、何百部の本が売れずに手元にある。しかし、もう本屋では売ってくれない場合、人に知ってもらう手段として、この Google ブックスをご利用いただいているケースは非常に多いです。

さらに、作家の方が直接契約することもできます。例えばブックフェアのときにもお話があったのですが、時代小説をお書きになっている著者の方で、シリーズで何作か書いたのだけれど、出版社の側から「すみません、先生、ちょっとここから先は出せません」といわれ、その先のシリーズが中断となってしまった。だけど、愛読者の方から「先生、この続きはどうなっているのでしょうか」というメールがいっぱい来ているので、どうしてもその続きを書いて、読者に届けたい。そういう需要にこたえるために、著作者が読者に直接届ける仕組みとして Google ブックスを使っていただくことも可能です。

質問　2 点だけ教えてください。1 点目は

Google エディションで本を購入した場合に、まず紙代も印刷代も送料もかからないということで、書店で買うよりも安く買える可能性が高いのかどうか。たぶん出版社の値づけによるのでしょうけれども。2 点目は、Google はこれで大きな利益を上げる気はないと明言されましたけれど、では一体どこでもうけられるのか。例えば場所代ですか。Google を通じて買うことで、アマゾンのように場所代みたいなものを取られるのか。もしくは、アドセンス的なものをべたべた張りつけて、そこで収益を上げられるのか。どういう形でビジネスとされるのか。

佐藤　まず 1 点目のご質問ですが、値段に関しては、出版社の値づけ次第です。我々のほうで値づけをすることはありません。基本的には出版社側の値づけに従います。例えば紙代、印刷代などがかからないので電子書籍は安いはずだと、一般のユーザーの方は思われているようですが、実際の制作現場で本当に安くできるかどうかは、その本によります。電子ブックとしてつくられた本であっても、ファイルをつくったり、校正読みをしたりとか、いろんな作業があり、相当なコストがかかっているケースもあります。安くできるかどうかは必ずしも一様ではありません。出版社の制作体制にも相当程度よります。いままで出版社とお話しをしている中では、エンターテインメント系の読み物であれば、紙の書籍の値段よりも 20～30％ぐらい安い値づけが妥当かな、と思っていらっしゃる出版社が多い印象を受けます。実際には始まってみないとわかりませんが、それくらいの値づけをする出版社が多いかなと予想しています。

一方、例えば医学書や学術書のような、非常に限られた人たちが限られた需要の中で買うことがわかっている書籍は、安ければ買うというものではありません。アメリカでは、ＳＴＭといわれる、Science、Technology、Medical といった分野の本に関しては、紙の本と電子の本はほぼ同じ値づけというケースが非常に多いです。そのところは、たぶん日本でも同じようなことが起きるかと予想されますので、電子版、紙版の間に価格で大きな差はないと思います。

Google の収益源はあくまで広告

それから、2 点目のどこでもうけるのかという話ですが、Google の収益の 97％は、広告から来ています。Google が、ほかに新しい収益源を求めているのではないかという議論はよくされています。しかし、実は広告のマーケットは、書籍の販売のマーケットよりはるかに大きいのです。ですので、広告マーケットで収益を得るためにまだまだやらなければいけないことがあります。Google の収益源は依然として広告マーケットにあるということは、Google エディションが提供されても変わらない事実だと思います。

僕自身が Google に入って驚いたことで、入った後でも人に説明するのに苦慮するところではあるのですが、Google エディションの取り組みに、普通の会社でいう“Ｐ/Ｌ”（Profit and Loss Statement：損益計算書）という考え方はほとんど存在しません。これだけコストをかけたからいくらもうけろ、というような軸はほとんどありません。にわかには信用していただけない説明にはなりますが、Google の検索エンジン全体としての価値を上げることで、より多くの人が Google を利用してくれる。なおかつ、より多くの人に利用していただければ、より多くの広告を提供する余地も生まれますし、より多くの広告主が来ていただける余地も生まれます。その Google 検索の機能の付加価値をあげ、オンラインの情報だけでなく、本というオフラインの情報も含めた幅広い情報へのアクセスを可能にするものとして、Google ブックスは位置づけられているのです。

どこで収益を上げるのかという質問に対しては、収益は上がらないというのが答えです。いまのところは、まさにそういう位置づけで、Google ブックスは運営されています。日本だけではなくて、世界じゅうそういう位置づけで運営されています。

質問　同じ本で、ダウンロードした場合の価格と、Google エディションでアクセスできる価格は、どちらが安くなりますか。

佐藤　Google エディションの場合は、ファイルがダウンロードできる版とできない版で値段を変えることはできません。ですから、Google エディションで売る場合は、それを Google エディションでブラウザを通じて読むサービスと、そのファイルのダウンロードができるサービスの両方が同時に提供されます。ですので、出版社としては、ファイルのダウンロードがついているものは、ついてないものよりも多少高くしても大丈夫と判断する社もあると思います。そのあたりは、出版社がユーザーに対してどれだけの利便性を提供していると判断するかによって、値づけが変わると思います。

質問　出版社が価格を Google エディションで設定しますけれども、そのうち Google は何%を取って、出版社は何%を取るのですか。

出版社の取り分は価格の５１%以上

佐藤　いま、公式に外に向けて発信しているメッセージとしては、どんなに悪い場合でも、権利者の側、つまり Google ではなく、出版社側は、出版社が決めた値づけに対して 51%以上は取っていただく。残りの 49%以下は Google 側としています。この以上、以下というのは、どのぐらいの本を Google ブックスに提供していただけるかによって、51%以上の高いパーセントで出版社に割り戻しできる仕組みにしようとしています。たくさん本をコミットメントいただけたところは、なるべく高いパーセントでお戻しをします。逆に、1 冊であっても 51%は確実にお戻しするということです。

司会　Google は地球にあるあらゆるものを検索可能な対象にしようとしている、地図も本も、何でもかんでもやろうとしていることに対して、一企業、民間企業がそうやってすべての情報を独占することを心配する人、懸念する人がいますが、それに対しては全然心配ないと考えていますか。それとも、もっともな点もあると思いますか。

佐藤　僕個人としては正直、心配ないと思っています。とりわけ Google ブックスに関しては、国立国会図書館の質問と同じで、どこがデジタル化するかはあまり関係がないと思っています。我々の Google ブックスの契約というのは、エクスクルーシブ（排他）の契約ではありません。Google ブックスで契約したら、ほかのオンライン、デジタル系のところとは契約しないでくださいというのではありません。あくまで選択肢のひとつとして出版社、著者に選択をいただく仕組みです。独占という言葉は当たらないと思います。

国会図書館がデジタル化するもよし、我々がデジタル化するもよし、そのデジタル化したものがたとえダブってもいいのです。いくつものソースを、いろんなところが持てば、それだけ多くのところが、その独占を防ぐ大事な役割を負うわけです。

それから、検索というのは、例えば皆さんがきょうの夜飲みに行くのに、どこかいい飲み屋を探すときに、Google よりも、食べログなどの、ほかの検索サービスから探すといった、検索サービスの中でもいろんな細分化が起きています。そのほかにもツイッターなどのいろんな新しいメディアが次から次へと存在します。ですので、Google が世界じゅうの情報を独占するという、お気持ちや懸念といった感情的なものはわからなくはないですけれど、実際にはそういうことは起きないと思います。

なおかつ、Google の場合は、あくまで検索サービスです。検索したら、その検索した結果、コンテンツの持ち主のところに一刻も早く飛んでいただくのが仕事です。Google の中にとどまっていただいてもしかたありません。そういった意味からも、Google の独占云々といった批判は、多くの場合は当たらないと考えています。

司会　では、これで終わります。どうもありがとうございました。（拍手）

（文責・編集部）