



KADOKAWA

PUBLISHING@W3C

テクノロジーは出版にどんな夢を見せるか

What dreams does technology show to publishing?

2019/09/19

Shin Mizushima

mizushima-s@kadokawa.jp

KADOKAWA



【現状確認】 「伝統」と「革新」は既に両立している

- [Current Status]
"Tradition" and "Innovation" are already compatible.
- 次世代出版は、既に「紙（伝統＝Book）」と「電子（革新＝Digital Content）」の【2つのパッケージ】を手に入れている→周知の事実
- Publishing in the next generation has already obtained [two packages] of "paper (tradition = Book)" and "electronic (innovation = Digital Content)" as a well-known fact.



【要再認識】 パッケージを選ぶのは市場である

- [Re-recognition Required]
It is the market that chooses the package.
- 出版ビジネス自体がどちらかの「パッケージ」を選ぶのではなく、一つの【コンテンツ】が【2つのパッケージ】で市場提供された場合、どちらを選ぶのかは、ユーザー（マーケット）である→必然の結果
- It is not the publishing business itself but THE USER(MARKET) that decides which “package” is better, especially when one [Content] is offered to the market with both of [Two Packages], as an inevitable result.



【現実の課題】 実際に起こる様々な課題

- [Practical Problems]
Various problems that actually occurs.

- ただし、【コンテンツ】が「パッケージ」を選択してしまう場合もあるし、「コスト課題」で「パッケージ」自体が「作れない」や「プア」であるという課題がある。
 - 特に「紙」はその傾向が顕著である→製造ロットの問題、オンディマンド・コスト
 - 「電子書籍」は再製造(配布)コストでは優等生だが、ファーストエディション製造技術には課題があり、別フォーマット等への変遷にも課題がある。

- However, there are cases where [Package] is selected by [Content], and there is a problem that “Package” itself is “uncreatable” or “of poor performance” when encountering “Costs issue”.
 - In particular, the tendency above “paper” is prominent on production-lot problems and on-demand costs.
 - “E-books” are a suitable format in terms of remanufacturing (distribution) costs, but there are also problems with the first-edition-manufacturing technology, as well as the transition to other formats.



【課題の再認識】 要は、加工技術とコスト

- [Re-recognition of the problems]
Essentially, such problems can be sorted by processing technology and costs.
- つまりこれは【コンテンツ＝中身】ではなく、すべて加工技術課題だと言える。
- In other words, it is not depended by [Content] itself, but can be considered as a processing-technology issue.
- 出版は、【マーケット】が望む【パッケージ】は自明のこととして製造するだろう。
ただし、その最大の障害要因は【コスト】であると考えられる。
『【マーケット】が望む【パッケージ】』とは、『かたち』や『機能』の他に『価格（ユーザー価値とバランスする）』という制約を持つ。
- Publishing will produce the [Package] desired by [Market] as is self-evident.
However, the biggest obstacle is considered to be [Costs].
“[Package] desired by [Market]” has the restriction of “Price (balanced with user value)” in addition to “form” and “function”.



【Appendix】

- まず、いくつかの前提確認が必要。
 - I)【コンテンツとは何か】
 - II)【パッケージングとは何か】
 - III)【出版とは何か】
 - IV)【デジタルコンテンツとはなにか】

- First of all, we need to make clear some assumptions.
 - I) [What is content?]
 - II) [What is packaging?]
 - III) [What is publishing?]
 - IV [What is digital content?]



【Appendix】 I)

【コンテンツ】とはつまり『中身』なので、『著作物』であると考えられます。

『中身』は、「小説」であったり、「コミック」であったり、「How to」であったり、「情報のとりまとめ」であったり、様々なものが想定できます。

しかしながら、『中身』が『著作物』であるという想定に至ると、『外側』を決めるのが『パッケージ(もしくはパッケージング)』という視点に立てます。

そういう意味では、『紙出版の判型、用紙、製本形態、ページ構成(例えば口絵が入るとか、挿し絵が入るとか)』の差異は『パッケージ』の『亜種』、『電子書籍のフォーマット』の差異も『パッケージング』の『亜種』との位置づけに整理できるのではないかと思います。

もう一步この考えを進めれば、『電子書籍の同一フォーマット内のリッチ・コンテンツ化』も『パッケージング』の『亜種』ではないかとの結論にまで至るわけです。

“Content” is a COPYRIGHTED WORK since content is the idea, text, thought, and what it stands for.

The meanings inside can vary, such as “novel”, “comic”, “how-to”, and “combined information”. However, when it comes to the assumption that “content” is a COPYRIGHTED WORK, the meaning outside is determined by the viewpoint of “Package” (or Packaging).

In that sense, the difference between “paper publication format, paper materials, bookbinding, and page structure (for example, whether it contains a mouthpiece or an illustration)” can be organized as “sub-species” of “Packaging”. If we take this idea one step further, we will come to the conclusion that “rich-content in the same format of e-books” is also “sub-species” of “packaging”.

【Appendix】Ⅱ)

そういう意味で【パッケージング】とは、『高付加価値化(使いやすさとか、理解のしやすさとか、より内容を楽しめるとか)』のために用意された【方策＝加工】であると思われます。

※過去からの『紙書籍』が『製本』されたのは、「バラバラの印刷紙の束ではページの順序が保てなかったから」ですし、「持ち運びに不便だったから」です。また、「カラー口絵等」が「別部品として印刷され、別丁として製本されたのは、その方がコスト上昇を最小限でユーザーに提供できたから」です。

つまり、【パッケージング】は過去から『利便性向上』と『実現コスト』のバランスのせめぎ合いの中で決定されてきた【選定方策】なのです。

もちろん【方策＝加工】である以上、『技術革新』に裏打ちされた「実現性の担保」が必要なのは言うまでもありません。

In that sense, “Packaging” is a [Policy = Process] prepared for “highly added value (ease of use, ease of understanding, much more enjoyment of content)”.

* “Paper books” from the past were “bound” by the reason that the order of the pages could not be maintained with a bunch of separate printed paper as well as they were inconvenient to carry.

In addition, “Color Pictorials” were printed as a separate part and bound as a separate book because they could be provided to the user with a minimal increase in cost.

In other words, [Packaging] is [Selecting Strategy] that has been determined by the past of keeping the balance between “improving convenience” and “real costs”.

Of course, as long as it is [Policy = Process], it goes without saying that “guarantee of feasibility” backed by “technological innovation” is necessary.

【Appendix】Ⅲ)

転じて【出版】とは、【コンテンツ＝著作物】をユーザーの『利便性と負担コスト』に考慮して上手く【パッケージング】して提供する、『ビジネス』だと言えるでしょう。

※もちろん【出版】の機能として、「文化の下支えを担う」や「新しい価値を世界に問う」といった大上段の「機能」は当然のこととして。

【出版】が『ビジネス』である以上、ユーザーの望む形での【(価格まで含めた)パッケージング】は必須です。ここで問われるのは、その【パッケージング】に【マーケット(市場)】はあるのかということなのです。

Meanwhile, “Publishing” can be considered as “Business” in which by considering user-convenience and costs , it can be provided through well packaging.

Of course, “Publishing” on the upper level such as “supporting the culture” and “asking the world for new values” are functions that goes without saying.

As long as “Publishing” is “Business”, “Packaging” (including price) in the form desired by the user is indispensable. The question is whether there is a “Market” in the “Packaging”.



【Appendix】

特に出版ビジネス領域において、「【デジタルコンテンツ】とは本質的に【コンテンツ】ではなく、【パッケージ】の一種である」ことを前提に行われていないことが、議論を混迷に導いている様な気がします。

少々独善的ですが、整理します。

【コンテンツ】=著作物:内容そのもの

【パッケージ】=コンテンツを「高付加価値化」させるための「加工(物)」

【デジタルコンテンツ】=【コンテンツ】ではなく【パッケージ】の一種

【出版】=【コンテンツ】を【マーケット】に合致した【パッケージ】にする「ビジネス」

Especially in the publishing business area, “Digital Content” is not an essential “Content”, but a kind of “Package”, which seems to lead to confusion.

It might be a little self-righteous , but let’s get it straight.

“Content” =Copyrighted Work: Content itself

“Package” = “Process (materials)” for “highly-added-value” content

“Digital Content” = not “Content” but a kind of “Package”

“Publishing” = “Business” that changes “Content” to “Package” that matches “Market”

【Appendix】

つまり、出版社にとっては、【マーケット】に合致した【パッケージ】にすることは既に自明で有り、【パッケージ】が「紙」であるか「電子」であるか、それとも「両方」であるのかさえ、【マーケット】が規定するとも言えます。

方策を採用し【パッケージ】が出版出来るかどうかの課題は、【マーケット】に合致した【コスト・コントロール下】で行えるかどうか、に集約されるとも言えます。

In other words, it is already well-known for publishers to make a “Package” that matches the “Market”, and whether the “Package” is “paper” or “electronic” or even both of them, it can be said that it is the [Market] that makes the regulations.

It can also be said that the issue of whether the “Package” can be published by adopting the strategy or not, it can be summarized as whether it can be done under “Cost Control” that matches the “Market”.

【Appendix】



KADOKAWA

そして、ここで欠落しているのは、

【コンテンツ】を容易に、なおかつ安価に【パッケージ】するための「方策＝技術」です。

方策の方向性があります。

【コンテンツ】は【マテリアル】として提供される場合が殆どです。例えば、テキストファイルや画像ファイル等です。デジタルネイティブの現場では、音声ファイルや動画ファイルの場合もあるでしょう。

これら【コンテンツ】に紐付いた【マテリアル】が「著作物としての内容を変遷せずに」【パッケージ(もしくはリパッケージ)】、それも容易に安価に行えれば良いのです。

繰り返しになりますが、【パッケージ】自体の「機能」や「見た目」は既に『選定』されている(もちろん選択肢そして実現されているものに限られますが)ので、それに「トランスフォーメーション」出来れば良いのです。

この技術的な裏付けが出来上がったときに、出版社は【マーケット】が存在する【パッケージ】を作らないという行動自体がビジネスに合致しなくなります。

And what is missing here is “Policy = Technology” to make “contents” easy and inexpensive “packages”.

There is a directed strategy.

“Content” is mostly provided as “Material” like text files and image files. In the digital-native field, it may be audio files or video files.

The “Material” associated with these “contents” is “Package(or Repackage)” without changing the meaning of the copyrighted work, and it can be done easily and inexpensively.

Again, the “function” and “appearance” of the “Package” itself has already been “selected” (although it is of course limited to the choices and implementations), so it would be just fine if it can be “transformed”.

When this technical support is completed, the act of publishers not creating a “Package” where “Market” exits will not match business.

いくつかの実現条件があります。

■【マテリアル】コントロールの重要性＝マテリアル自体が「標準仕様」により規定されていないと、「カスケード・デザイン」自体が行えません。

■【カスケード・デザイン】が実現しなければならない【パッケージ】生成プロセス＝【カスケード・デザイン】自体は【パッケージ仕様】と紐付けられて『設計』されることになるでしょう。

この時、過去の『エディトリアル・デザイン』は【パッケージ仕様】と無関係なので、『新しい設計思想』が必要です。これが最大のブレイクスルーかもしれません。

現状の「電子書籍」の延長線上では、【カスケード・デザイン】は完成しないでしょう。

それは、「元が紙」だからではありません。

「Webページ」でさえ、「紙」のようにデザインされ、「部品」と「マテリアル」の区別無く「デザイン」されている現状では、遠い道のりだと思えます。

There are several conditions that need to be improved in order to actualize the strategy.

■ “Material”→ Importance of control = Cascade Design itself cannot be performed unless the material itself is defined by the “standard specification”.

■ “Package” generating process which must be achieved by Cascade Design= Cascade Design itself will be “designed” linked to “package specification”. At this time, the past “editorial design” is not related to the “package specification”, so a “new design concept” is required. This may be the biggest breakthrough. Cascade Design will not be completed on the extension of the current “electronic books”.

That's not because of “the original is paper”.

Even “Web pages” are designed like real paper and it might be a long way to go when designed without distinction between parts and materials.