

オンデマンド出版「コミックパーク」についての元担当のトーク 池川佳宏

1. 簡単なサービス説明と「なにが読めなくなるのか」についての紹介

- ・単行本をデータ化しておき、オンデマンド印刷機を使用して1冊から印刷・製本して送付するサービス(=オンデマンド出版)
- ・2002年6月に開始、2022年9月にサービス終了
- ・絶版コミックス約10000冊以上・3208作品を絶版から読めるようにした

※具体的に読めなくなるものの紹介

↓クリックしてリストを表示してください

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1HuO2TAFiea55IEewzklptaGVYJcsgRvH/edit?usp=sharing&ouid=104439735834613537088&rtpof=true&sd=true>

★なぜ、オンデマンド版はあるのに電子書籍販売がない作品があるのか？

2. オンデマンド出版「コミックパーク」はどうやって誕生したのか？ ビジネスとしてはどうだったのか？

■コミックパークを運営していた「コンテンツワークス」

- (コピー機で有名な)富士ゼロックス、講談社、小学館が30%ずつ、マイクロソフトが10%の株を持つ会社として2001年に設立
- 富士ゼロックスの社内ベンチャーとして、ダイヤモンド社の「ハーバードビジネスレビュー」などの論文誌を受注印刷・販売する部署があり、そこが独立してコンテンツを持つ講談社・小学館と組んで会社を作った
- なお、富士ゼロックスは、「アクセスチケットシステムズ」という、CD-ROMからソフトを立ち上げて、プリペイドカードから承認をして電子書籍をダウンロードして閲覧する電子書籍のハシリのようなサービスを展開している(1999～2002年)
- 2002年6月に「コミックパーク」を立ち上げ、講談社・小学館・青林堂の3社の出版物を販売開始。夏目房之介・いしかわじゅん・ヤマダトモコ・奥田鉄人のエッセイもWeb連載した

★同時期の別の会社

- 「ブッキング」・・・1999年ごろ、日販出身の創業者が子会社として「復刊ドットコム」を立ち上げ、こちらも当初はオンデマンド出版を目指していたが、「100票集めたら復刊交渉」というオンデマンド出版ではない形態にシフトした
- リクエストからの復刊は現在ほぼなく、固く売れるオリジナル復刊企画(手塚治虫の初出版など)を進めている
- 「ebookJapan」・・・2000年に開始。小学館出身の創業者が開始。当時は「10daysbook」手塚全集のデジタル版など巨匠の電子書籍を集めて、懐かし系を含めた電子書籍販売サービスとして電子書籍最初期の大手となる

★「コミックパーク」が目指したことは「講談社・小学館の過去単行本のアーカイブ化」

- デジタル化しておき、オンデマンドにも電子配信にも使用できるようにする
- 大半のコミックパーク販売作品は電子も販売している
- コミックパークは「紙で読みたい」人向け(それなりにニーズはあった)
- 株主のコンテンツを、株主の機械でビジネスにすることの「わかりやすさ(対外アピール)」に会社としての意義があり、コミックパーク自体は大儲けできなくともよいものと当初は考えられていた(ビジネス書や個人写真製本サービスで利益を上げていた)

★2000年当時の背景として、レアな「新書版コミックス」が古書店やヤフオクにおいて数千円で取引されており、商品として1000円弱の価格帯なら勝てるのではないかとの考えがあった

★Amazonが提唱していた「ロングテールビジネス」

→ひとつのアイテムが多数売れるのではなく、多数のアイテムが1つずつ売れて全体でビジネスになるというweb特有の仕組み。恐竜に見立てて、テール(しっぽ)の部分で儲けるということ。
→実際にやってみて、これは「嘘」であることがわかった。結局テールでは商売にならず、頭があることが前提のモデルであり、大量に売れるものに付随している概念だった

→売れないものが集まっても、ビジネスにならない

→そもそも売れないから「絶版」になっているわけで、それを1000冊集めても一人を食べさせるだけの給料は捻出できなかった

★復刊ビジネスの厳しさ

「アーカイブだから、いつでも買える」ことを売りにした

→「いつでも買えるものは、いま買わなくてもいいから、いつまでも買われない」という悪循環のループに陥った。別サービスで限定品が出るとそちらにお金を使う。

→皮肉なことに、「閉鎖」が決まるとあわてて売れる。

★誠実な商売の難しさ

900円+税で販売をしていたが、このうち500円が原価(うち製本代が250円くらい)。のこり400円を著者印税や出版社に払う分を引くと、100数十円しか残らない

→原価率が高いので、サービス(期間限定割引など)にお金を割くことができない。

→普段は1500円にして、期間限定で900円にする、あるいはずっと販売しないなどでレア感を出すなどで売る方法もあったが、価格を低くしてアーカイブ性を高めたいと考えていたのでできなかった。

★「本を買う」とはなにか

→リアルな本は、情報ではなくイベントを買う、ということがより強化されている時代になった

→「お祭り」として、雰囲気を買うものになりつつある

★ジュンク堂に置く

★特許を申請したおすすめサービス「カココミ」