

ITと出版の融合が 5年後、10年後の 出版界を創っていく

書籍ビジネスの世界が激変している。

これまでも「本が古く読まされずにはいけない」という考え方が通用しなくなり、コンテンツの伸張やメディア化やセミナーの集客。または確証のみに基づく録音にするなど、新しい方法で読者を獲得しなくてはならない状況となっている。

ここで「本」に代わり、新しい書籍ビジネスを展開しなくてはならない。

ビジネス・発行人 出版界の第一人者 小早川幸一郎氏に話を聞いた。

メディアを多用し コンテンツごとに画を進める

出版とITの連携が模索されるなか、紙媒体だけに頼らない出版社が出てきた。ビジネス系出版社のクロスメディア・パブリッシングは、出版業を営業チャネルと位置付け、一つのコンテンツをセミナー、映像に広げるというビジネスを展開しようとしている。

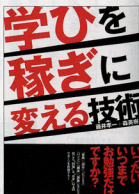
「最初から紙媒体にはこだわっていませんでした」と語る代表取締役の小早川幸一郎氏は、出版社

の編集者時代に、発売時期のタイミングのずれでヒットを逃したり、書籍では売れなかったテーマが他の媒体でヒットするといったことを経験した。そのため書籍ビジネスの構造自体を変えるべきではないかと考えたという。

「書籍単体の企画ではなく、多メディアに展開可能なコンテンツビジネスに発着点が必要」と感じました。そこでビジネスのはいゆるコンテンツ・マルチメディアというテーマを色々とメディアで展開しようとい

う考え方。その中で書籍は伸介役といった存在です。現状、Webに比べ紙のほうが信頼性が高く、著者の方に執筆を依頼しやすい。そのため出版を営業チャネルと位置付けました。

では、書籍を伸介役としたような展開を行うのか。「すでに多くの出版社が行っていることですが、著者のセミナーを企画する、その模様をDVD化して販売するといったことを考えています。また、仮に著者がコン



(クロスメディア・パブリッシングの第一弾書籍)
【学びを稼ぎに変える技術】(藤井孝一・森英樹著)

C R O S S M E D I A

けることも可能だと思います。ファンが多い書籍の通信講座を実施することもできると思います。と広がるある企画を考えています。

「利用方法については、低コストで機能性があり、ユーザー環境にマッチした媒体で展開したいと考えています。自社で制作すればコストも低く抑えられますし、オンデマンドで作ることもできるのです。利益率の高いビジネスが可能です。」

「ロケット」最終的に 利益の出るビジネス

小早川氏が最近「これだ!」と感じたのは、IT業界で使われているロングテールと呼ばれる考え方。「たとえ書籍がゼロだったとしても、そこから派生する他の商品の利益で穴埋めをして、一つのコンテンツとして総合的に売っていく。そして、以前は売れなくなっていた商品を捨ててなくなり、長い時間をかけて在庫を完く切り、最終的にヒット商品に負けない先上げをする」という方法です。

例えば、同社第一の書籍「学

びを稼ぎに変える技術」藤井孝一・森英樹著の場合、資格ごとに細分化しロングポイント・セミナーの開催やセミナー向けのコンテンツの展開を検討中だ。

「DVDをCDのデータに変換するのは簡単ですから、セミナーをCDムービーで見ることができれば利用しやすいのではないかと考えています。あと、それをどういう手法で販売していくかだ。

「特別な」とは、どのようなコンテンツから派生した商品を組み合わせることで、新しい売り方ができるのではないのでしょうか。

「今後、キーになってくるのは、IT業界と出版界をつなぐプロデューサーの人材、違う業界のノウハウが入れれば、出版界の流通形態も変わるでしょう。当社もその流れに乗り、最新鋭の高速船のように小回りを利かせたビジネスを行いたいと思います。」

クロスメディア・パブリッシング
代表取締役

小早川幸一郎氏

明治出版でビジネス大衆編集者として(業界では新卒のことを知らない)、[読者の声]担当で2年ほどを過ごし、その後2005年1月にクロスメディア・パブリッシングを設立。

