

For Authors For Readers



Character © うえむら

因作家而生、為讀者而存在

目次

凝鍊純粹，一如電子書應有的姿態 鎌田純子 2

從工程師到作家 藤井太洋 5

變化莫測的時代，進化中的青文出版社 黃詠雪 8

類比與數位之間逐漸消弭的界線 大谷和利 10

凝鍊純粹，一如電子書應有的姿態

Voyager 股份有限公司 董事長 鎌田純子

有搜尋功能的書

人們會閱讀電子書嗎？怎樣的形式和模樣，才能讓讀者願意閱讀呢？什麼主題或內容最適合電子書？我們 VOYAGER 從 1992 年創立開始，便一直在追尋這些問題的答案，並且確信大眾會「閱讀」電子書。只是當年既沒有智慧型手機、也沒有平板電腦，十幾、二十年前要讀電子書的話，非得打開個人電腦不可，現實就是這麼殘酷。

初期的電子書經常被拿來和紙本書做比較，因此經常聽見不堪入耳的評語，例如：紙本書能翻頁、能在喜歡的地方畫線、還可以註記；電子書做不到這些，還需要特殊的機器才能看；此外，螢幕像素的密度低，看起來好廉價。確實，我也認為當時的電子書充滿缺點，但仍有可取之處：一張不到 20 公克的 CD 光碟可以容納 100 本文庫本的內容，還可以在裡頭搜尋。

於是我試著回想，在那個只有少數 IT 技術人員才能使用網路的年代，當時大家是怎麼買書的呢？在通勤、通學途中的書店裡隨興買個幾本；或是拿著報紙的廣告截角到附近的書店訂書，10 天後書才到貨，大概是這樣的狀況。現在又如何呢？書店數量大幅減少，僅剩 1999 年時的 62% (*1)。但這代表買書變得更不方便了嗎？不，現在只要想買書，在網路書店訂購當天就能拿到，二手書也能夠這樣買到，就連圖書館的館藏狀況，也能透過網路查詢。從書被放上網路那一刻起，就有機會透過各種方式取得。有了網路之後，我們買書和讀書的型態已然改變。

全世界都在使用網際網路，進行各種資訊的交流，網路之於現代社會，已如水和空氣般不可或缺。尤其取得資訊的簡易與便利性，儼然超越以往，在日常生活中，只要一有想知道的事情就會立刻上網查詢，然而一旦習慣了這樣令人無法招架的恩惠，便很難再轉而使用其他的方式。

數位時代的破壞式創新

舉例來說，想一想新聞的狀況吧。比起報紙、電視或廣播，藉由網路傳播的新聞逐漸增加。

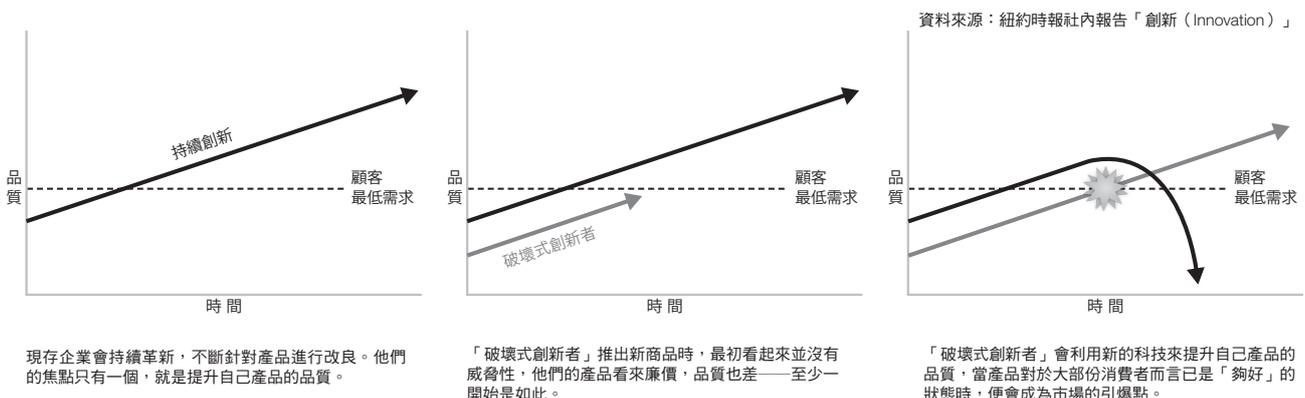
2014 年 3 月，美國大型報社紐約時報，有一份名為「Innovation（創新）」公司內部報告外洩，在網路上流傳，內容寫的是唯有公司和記者雙方都勇於改變，紐約時報才有可能繼續生存下來。讀者透過推播至社群網站和智慧型手機的新聞取得最新消息，儘管紐約時報能夠提供優質報導，讀者數量卻仍遠不及新興媒體。該報告指出，就是這些易於接觸的媒體持續搶走了讀者。

報告中以數位相機為例，說明了 disruption —— 「破壞式創新」這樣的機制如何產生影響，在此譯成中文與大家分享。

「破壞式創新者」推出新商品時，最初看起來並沒有威脅性，他們的產品看來廉價，品質也差——至少一開始是如此。（略）假以時日，「破壞式創新者」大多會利用新的科技來提升自己產品的品質，當產品對於大部份消費者而言已是「夠好」的狀態時，便會成為市場的引爆點。

以數位相機來說，對大部份顧客而言品質「夠好」，大概就是能拍攝出足以完美印出明信片大小照片的水準。最早的商品和玩具沒有兩樣，光是要印出名片大小就相當勉強，更別提要用那樣的東西替自己珍貴的回憶拍照留念。然而，當商品幾經改良，直到可以印出明信片大小的這一刻，便成了數位相機市場的「引爆點」。數位相機除了可以在拍攝時立刻確認拍出的效果，還能在家自己列印，真的非常方便。

同樣的事情也發生在電子書產業。隨著裝有高密度螢幕的智



慧型手機普及，成為令人愛不釋手的行動載具後，人們便能 24 小時隨時連線瀏覽網路書店。此外，電子書格式也朝國際標準化邁進，除了歐美的語言，日文和中文也能以 EPUB 格式製作了。例如，直排書的書本，也開始能夠以右翻的方式進行閱讀；而橫書內容則相反，可以左翻閱讀。也就是說，有了 EPUB 格式之後，就連日本的漫畫都能貫徹最初的版型設計概念，在電子書的頁面上也能數位版依序正確地顯示內容。

以前我們說電子書劣於紙本書，是無可奈何的事實；但重新檢視現況，會發現時代已經大不同，許多技術上的缺失都能迎刃而解。對讀者而言，電子書早已達到「夠好」的狀態了。

書本是資訊與知識的套裝組合

電子書之於作家又如何？先列出幾個電子書對作家而言的好處。

- 可以進行個人出版
- 沒有庫存風險
- 用個人電腦就能製作

還有其他優點，這些在在顯示出電子書作為媒體在高流通性、低花費、製作方式簡易等優異特色。

現在，VOYAGER 所關注的是書本最初的功能。書本是資訊與知識的套裝組合，人們依此方式留下自己想訴說的主題，而這個套裝組合中，一字一句都被賦予了想傳達給讀者的訊息。然而如何包裝呈現是非常重要的因素，與發表在網頁或部落格的文章有很大的不同。寫下想傳達給讀者的東西，將內容重整後打包組裝成為書，若還要反覆修改書寫，為了壓低費用，電子書就相當合適。若有文字無法呈現的內容，還可以嵌入網路上的圖片、影像連結，甚至是網頁都能一併納入內容。

個人在寫書的時候，最困難的是如何判斷作品已達到能夠出版的狀態。若是商業出版，只要完成草稿，編輯說 OK 就可以了。但個人出版的話又該怎麼辦呢？

簡單用一句話說，就是下定決心展現成果罷了。只要抱著一定要讓作品問世的心態寫作，向讀者訴說意旨的強烈心情便會自然湧現。儘管文章的表達方式非常重要，但唯有統整集結成書之後，才開始擁有讀者，畢竟，願意閱讀草稿的只有編輯而已。

製作書的時候，還有一件事情非常重要，就是要注意著作權的問題。例如，引用的時候一定要明確註記出處，若在書寫時不特別留意，沒有將引文與自己寫的內容做區隔，也是犯規的行為。2015 年日本修訂了著作權法之後，制定出電子出版權的相關規範；另外，TPP（跨太平洋戰略經濟夥伴關係協議）的協商中，著作權保護期間的延長問題也浮上檯面。

在這樣的環境下，便有適合創作者閱讀的著作權入門書因而

出版，內容深入淺出，讓不太熟悉法律的人也能看懂，例如《專為想透徹了解著作權的人而寫——創作者須知的權利與法律（クリエイターが知っておくべき権利や法律を教わってきました。著作権のことをきちんと知りたい人のための本）》（著／鷹野凌、監修／福井健策、發行／impress）或《18 歲的著作權入門》（著／福井健策、發行／筑摩書房）若有電子版，不妨挑一本來讀讀看。

只要 5 分鐘就能把 Word 檔變成電子書的「Romancer」

1996 年，日本的出版營業額達到頂峰，比現在多出五成，超過 2 兆 6 千億日圓。現在，談到市場規模與書店數量萎縮的情形，若以出版社的角度來看，就會說「還是以前好」。

紙本書的製作，從將原稿印刷、裝訂、在工廠量產、透過經銷商才流通到書店，工程浩大，需要專業的經驗和組織架構才能完成，還得花上數十萬日圓以上的費用，這並非個人能夠完成的工作。然而製作電子書不需要這麼費工夫，全程都能在個人電腦上做好，也只需要少許的花費便能集結成書。如果想出版的是紙本書，就很難不依賴出版社了。

電子書，標榜的就是個人可以完成出版。只要利用 Amazon 的 Kindle Direct Publishing 或是 Apple 的 iBooks，就能將作品販賣到世界各地。然而上述的這些電子書店，都統一要求使用 EPUB 格式的檔案。而等到決定要出一本電子書時，大家可能又會因為不知道如何製作 EPUB 檔案而感到躊躇。

因此，Voyager 開發了製作電子書的網頁服務，稱為 Romancer (<https://romancervoyager.co.jp>)。在這裡，就可以將 Word 檔轉變成 EPUB 檔案。只要

- ① 準備好原稿檔案
- ② 將檔案上傳
- ③ 按下轉檔按鈕

這三個步驟即可。

您也可以在 Romancer 發表您的電子書，只要利用電子郵件或自己的部落格、Twitter、Facebook 等，告訴大家電子書的網址就完成了。只要點進網址，就能打開那本書來閱讀。

這個機制使用了我們於 2011 年開發的「BinB」電子書系統。BinB，即為 Books in Browsers 的第一個字母。這是一個用網頁瀏覽器閱讀電子書的系統，不需要下載任何專屬的閱讀應用程式。

新的出版社群

現在，人們不僅開始閱讀電子書，更有一些作家建構了自己作品的數位全集資料庫，像池澤夏樹的「impala e-books」(<http://>



登入「Romancer」之後，便顯示出會員選單，包括功能列表，作品列表，製作指南，出版支援等內容

www.impala.jp/)，在第一階段就進行了 40 多本作品的數位化。池澤先生於 2014 年開始這項企畫時，曾表示「電子版如天使一般輕盈地在紙本書沉重的軀殼上空飛舞，這可不也是美好的光景？而讀者擁有選擇的自由」(*2)。2015 年，片岡義男也建立了自己的數位全集資料庫。

「impala e-books」的出現，意味著作家自己透過網路與讀者串連的環境已然成形，新的出版社群就此成立。

以前，我孫子武丸與井上夢人等作家曾攜手合作，設立了網站 e-NOVELS，目的是為了建構能編輯彼此作品的平台，並以作者個人的身分發表小說互相交流。後來雖然 e-NOVELS 這個網站結束了，不過志同道合的人集結在網際網路，致力於打造發表創作的空間，早已不是新鮮事。

就網路上的文學社群而言，歷史最悠久的就是青空文庫 (<http://www.aozora.gr.jp>)，這個網站於 1997 年，在已故的富田倫生等人登高一呼之下誕生。著作權保護期間結束的作品，由志工將內文輸入、校對，進而發表在網路上讓大家可以免費使用。早期只有中島敦的《山月記》、二葉亭四迷的《我主張言文一致的由來》、森鷗外的《高瀨舟》、與謝野晶子的《亂髮》(明治 34 年版與昭和 8 年版) 五部，邁入第 18 年時已累積超過了 13,000 部作品。

最近還有翻譯家青山南於 2011 年發表的戶山翻譯農場 (<http://www.tttfarm.org>)，是由早稻田大學的大學生與研究生合力翻譯美國短篇小說家歐·亨利的所有著作，並發表於該網站。這些內容詳細解讀了 20 世紀初期紐約的時代背景，進一步追求著更深入的翻譯表現。他們所做的事情得到筑摩書房編輯的青睞，經過青山南的監修，於 2015 年 5 月以文庫版的形式出版了《歐·亨利紐約小說集》。

留給明天

電子書並非為了對抗紙本書而生。二十年前做不到的事情，

今天已經可以實現；未來的 20 年之後，人工智慧發達，人們或許不須執行搜尋功能，只要腦中動念就能達到目的。那樣的未來，背後肯定有高度的科技支撐。

其實書的根本，就是人們絞盡腦汁留下的一字一句。現在大部分的電子書，都是由紙本書進行電子化之後的產物，因此經常被嘲笑為「Print under glass (玻璃底下的印刷品)」。儘管如此，只要是電子書，就可以搜尋。

因為經濟考量無法出版紙本，這樣的課題若能由電子書來解決，那便是最有魅力的優點了。人們需要資訊，便會動手搜尋，而搜尋結果的其中之一，便是我們的電子書。儘管現在仍有 DRM 等阻力，以搜尋來說還稱不上是理想的環境，但相信時間可以解決這樣的困境。

ETERNITY：永續性

BORDERLESS：國際性

OPEN：開放性

ORIGINALITY：原創性

KNOWLEDGE：知識／情報

SOCIAL：社交性

秉持著電子書的這幾項特性，我們會繼續思索，並努力執行電子書能夠完成的事。

* 1 資料來源：日本著者版促センター

* 2 <http://www.impalajp/e-books/about.html>



鎌田純子 (Kamata Junko)

1957 年生，任職於 Pioneer LDC，從事 LD 市場引進與多媒體作品企劃之後，於 1992 年參與了 Voyager 公司成立。爾後負責光碟內容、網站製作規劃、電子出版相關工具製作銷售等工作。2013 年 10 月起擔任董事長。

從工程師到作家

作家 藤井太洋

「寫小說吧」

2011年，由於福島第一核能發電發生事故後限電，那年夏天規定不能開空調而悶熱不已。當時身為個人電腦軟體開發公司員工的我，心中產生了寫小說的想法。連日看著新聞報導咄咄逼人地重複著「輻射能」這個字眼，才知道高能加速器研究中心教授所談的輻射能研究，其實已經有超過100年的歷史，這個事實震懾了我的心。

我沒念過科學，也沒接受過報導寫作的訓練——但若是透過小說，用說故事的方式，我應該可以傳達些什麼。心中有了這樣的念頭之後，我便開始寫起小說。

和書有關的工作

其實我不是第一次寫書。

2003年，我替一款叫做「Shade」的3D電腦繪圖軟體寫了教學書，後來因此到開發Shade的公司e-frontier任職之後，又陸續寫了2本Shade的導覽介紹書，還有Shade的新聞稿或網站上的宣傳文字，與商品盒裝中的使用說明書等等，以一個上班族來說，我寫的文章算多了。

其實我也不是第一次做書。

1996年，我的第一份工作，是在位於飯田橋的製版公司「帆風」擔任DTP（桌面出版，desktop publishing）的工程師。當時，或許因為使用文字編輯軟體的公司還很少，所以也會接到將手寫稿製書出版的工作，因此出版從頭到尾所有的步驟，我都學過了一輪。而1999年，帆風受到航空自衛隊濱松基地的委託，製作未來要展示在廣報館（公關展示館）的寫真書。於是從規劃、採訪、撰稿、安排攝影、編輯、設計、插畫，乃至於最後印刷入庫，全由我一手包辦，累積了寶貴的經驗。另外，由於e-frontier旗下有出版社，因此任職期間我也從經營的角度，學會了出版這門生意。

事實上，只要完成小說內文，畫好封面插畫，在桌上出版軟體用文庫本版型在完成排版，印刷、製書後取得ISBN編號，就能在小通路開始銷售了。但是，我的經驗與產業知識告訴我，印刷本是一翻兩瞪眼的事，通常只有一次機會。然而這個年代，就算是專業人士做的書，也可能只賣得了幾百本，所以只能追求反覆修正的方式了。

自然而然的，我開始思考透過電子書銷售的可能性。

不過，當時就算是Kindle引進日本這樣重要的事情，也只有日經新聞做了簡單的報導。

我並不擔心Amazon、Apple，或是如Kobo等採用Adobe排版引擎的平台能否正常顯示直排日文書。早在2011年，我因為興趣而從事過HTML應用程式的開發，當時便已確認只要用Apple打造網頁瀏覽器Safari而製作出的開源Web library「WebKit」，就能顯示出直書內容。

反倒是電子書通路的狀況，才令人完全摸不著頭緒。2009年Amazon發表了使用自有格式的Kindle Direct Publishing（KDP），Apple也有iPhone與iPad可以使用的iBooks store，可以像iTunes那樣提供自力出版發行的管道。反觀日本，大出版社光顧著和國外的個人出版平台簽約，Amazon和Apple的個人出版不知道要過幾年才會進軍日本，完全無法預測，而當時加拿大的Kobo也還尚未推出具有個人出版功能的「Kobo Writing Life」。儘管我知道日本電子書自有格式「XMDF」的存在，但卻沒有供個人上架銷售的管道。

不過，倒是可以利用和青空文庫相同形式的檔案，放上iOS的「i文庫」供大家閱讀。或是用EPUB檔放進iBooks，雖然僅支援橫排，但仍可以輕鬆地打開來看。用這樣的方法，確實可以讓數位內容自由流通。

無論是青空文庫的檔案或是EPUB，都是開放格式，不需要特殊軟體，青空文庫格式轉換成EPUB的手續也很簡單。

於是我決定了用這樣的方式撰稿。

2011年9月，我開始尋找與使用青空文庫相同注記法的純文字撰寫工具。

在通勤時寫稿

因為當時還是全職上班族，我決定在通勤時寫作。一開始使用在iPhone和iPad也能撰稿的應用程式「iText Pad」。標注假名、重點字注記、直書中橫排等，都與青空文庫所使用的直書注記方式相同，因此我用得很開心。

可是，寫到4,000字左右，我便遇到了瓶頸，原來使用同一檔案撰寫下去其實是有困難的。要在橫長達數公尺的文字中移動，雖然用iPhone的滑動功能會比用PC來得輕鬆，卻很難找到想下筆的位置。

於是我開始尋找撰寫小說的應用程式，因此嘗試了許多海外的程式。

我試了好幾個評價不錯的應用程式，像「Storyist」或「A Novel Idea」等等。然而在嘗試的過程中，我發現我從這些程式裡學到了寫小說的方法、該有的心理準備，以及海外的出版文化。

打開這些應用程式，第一個映入眼簾的便是這個畫面。

“偉大的故事 藤井太平洋著”

雖然一開始覺得很想笑，但這也讓我了解到，原來國外的人是以這樣的氣魄在寫作的。於是我決定向他們看齊。

接下來，就要使用者輸入「Pitch（梗概）」。不是要你輸入篇章名稱，也不是要你開始撰寫內文，而是要你先說明打算寫出怎樣的小說。這個步驟出乎了我的意料，然而接下來還會教你「Amazon 商品介紹說明風格」等寫法，更讓我驚訝不已。

這些小說撰稿應用程式，都將內容分成章（chapter），再細分成節（session），檔案都個別獨立，無一例外。或許一方面是為了方便做編輯置換，但同時也要求撰稿人以這樣的單位書寫，讓每一段落的文章更具完整性。

使用這些寫小說的應用程式，讓我學到很多，然而其中「在撰寫梗概的階段就要明確定下 SW1H」這一項指南，直到今天對我來說都還相當受用。雖然是後話，不過我與出版《Gene Mapper 基因設計師》英語版的 Haikasoru 編輯聊天時，他說到：「（日本作家經常寫的）連作短篇集很難賣啊。」聽到這樣的話，便覺得感觸很深，因為這都是無法將所有情節轉折統整在一個短的篇幅所致。

何人？何時？何地？何事？為何發生？如何發生？——這些就是情節內容，在開始下筆的階段，明確規範出這幾點是非常重要的。

原來不知不覺中，我從這些應用程式當中學到了好重要的事。

總之，我在通勤的電車上面對著 iPhone，開始以較短的小節篇幅寫作。換了好幾個寫作的應用程式，也一邊接受朋友的建議，原本只打算寫成短篇的《Gene Mapper 基因設計師》，花了

六個月改寫後，終於有了較短長篇「初稿」的模樣。那是 2012 年 3 月的事了。

用稿紙版型確認之後，已經有 200 張的篇幅。

接著，轉換成日文電子書時，情況有了很大的變化。

編輯 / EPUB

請朋友讀草稿的這段時間，我一邊開始準備進行出版。

一如以往，除了日經新聞有 Kindle 的觀察報導以外，日本完全沒有個人出版平台相關的任何動作，因此我決定靠自己的力量來銷售《Gene Mapper 基因設計師》的電子書。

我在 e-frontier 任職期間，對於數位內容的銷售已有了相關經驗，知道需要準備什麼。我需要電子書檔案、信用卡結帳方式、還需要具有獨立網域的網站。

信用卡結帳的方式，我決定使用剛推出的「Gumroad」服務。

在 Gumroad 上的營收，會轉匯到 PayPal。雖然這樣會被收取兩次手續費，但我已決定將《Gene Mapper 基因設計師》的價格訂為 500 日圓，這樣一來 Gumroad 與 PayPal 的手續費加起來也不超過 100 日圓。比起國內其他信用卡結帳平台，不但費率低廉，使用介面又很舒適，當然也感謝時代變遷，讓讀者無須登錄會員也能使用信用卡結帳，減輕了許多負擔。



Gumroad 的購買畫面。購買時並不需要登錄會員，讓消費者可以脫離那些沒必要的姓名地址輸入畫面。

在我撰寫《Gene Mapper 基因設計師》這段時間，EPUB 的技術與環境已經大幅改善。橫排書可以用 iBooks；樂天 Kobo、紀伊國屋書店的 Kinoppy 等也開始可以在 iOS 顯示出直排的 EPUB。

對於能夠在電子書上閱讀直書內容，讓我感到非常振奮。於是，我開始著手打造讓剛寫好的《Gene Mapper 基因設計師》能夠轉成 EPUB 的程式。

我的原稿本來就使用了可以轉換成 XHTML 的青空文庫注記法，因此轉出 HTML 的標記並不難。但若要做成只下一個指令就轉換完成的程式，得花上一個月開發才行。原稿只有 200 頁左右，其實用手動製作幾個小時就能完成，當時我還是上班族，



（左）Gene Mapper 的初稿。出現在故事裡的公司名等名稱，在出版後有異動。
（右）應用程式 Manuscript 的 metadata 編輯畫面。

能運用的時間有限，所以非得用自動排版不可。

為了更輕鬆而給自己找麻煩，這種稱為駭客精神的心態，對於現今以職業作家身分持續寫作的我而言，仍是很大的助力。雖然撰稿時使用青空文庫的注記方式，但只要將注記轉成 InDesign 用的標註文字，就能用已在 InDesign 設定好未來成書的版型讀取，這樣簡便的作法，對於讓原稿在各軟體間的轉換過程減輕不少作業上的壓力。

準備過程中，我聽到了一個重要的消息。

收購 Kobo 的樂天，要開始在日本銷售電子書，並且在 7 月開始啟用以 EPUB 為基礎的自助出版平台 Kobo Writing Life。

我之前就想過，等這個平台進軍日本就要試試看，因此我決定以此為中心開始銷售工作。

開始銷售、在 Kindle 排行第一

2012 年 6 月，我著手準備在美國 Amazon 和 iTunes 的電子書銷售。透過電話取得雇主身份識別號碼（EIN），並將製成 EPUB 的稿子上傳，確認使用方式。上述兩個網站，都不是很適合銷售日文書，甚至 iTunes 根本上傳不了日文的 EPUB。至於 Amazon 的 KDP，我倒是參考了使用波蘭語等系統不支援的人提供的 Tips，嘗試之後確認可以用橫排的方式銷售《Gene Mapper 基因設計師》。

在我做這些事情的時候，Kobo Writing Life 在 7 月的第二周啟用了。由於我在 Amazon 和 iTunes 都已登錄過，因此在這個平台上登錄《Gene Mapper 基因設計師》的初版資料時毫無障礙。

為了確認通路狀況，我檢視了一下已經正式上線的樂天 Kobo 網站，然而卻感到了難以言喻的壓力，因為我看到了《羅馬浴場》、《冰雨》，而在科幻類別有《銀翼殺手》等等，一大堆「書」擺在上頭，而我生平寫的第一本小說《Gene Mapper 基因設計師》也會成為這書海中的一本。並非我害怕自己的身分曝光，我擔心的是眾人對自助出版作品的看法，或許就會成為定見。

《Gene Mapper 基因設計師》恐怕是日本人第一次嘗試使用個人出版的方式上架電子書，我能預見，會有幾位朋友捧場購買。內容應該是不錯，所以他們或許會替我推薦，或許會幫我寫書評——然而，我不希望這些感想看起來像別有居心。

看來要做的事越來越多了。

販售必須公正進行，意思就是不得不將這些交易的數據透明化，因此我決定開始《Gene Mapper 基因設計師》的市場行銷工作。就像在公司銷售數位內容時一樣，我在官方網站設計上費了不少心思，並且撰寫新聞稿，在網路上登出廣告。為了賣一本書就做到這種程度，是有些誇張，然而每當我多做一件事、增加了行銷規模，就更安心了一點。因為採取這樣循序漸進的方式，只要出現非法、令人覺得不舒服的因素，立刻就能發現。

就這樣，7 月 25 日上架的《Gene Mapper 基因設計師》，在開始銷售後不久便在 Kobo 上名列前茅；Amazon 於 10 月底開賣的 Kindle Store，也有不少讀者下單，爾後更在各主流出版社的作品中脫穎而出，留下 2012 年文藝類別中銷售第一的紀錄。

變身專業作家

2013 年 3 月，我將書上架在 Apple 銷售平台 iBooks Store 的同時，亦辭去了長年服務的公司職務。因為自從《Gene Mapper 基因設計師》在 Kobo 和 Amazon Kindle 獲得好評開始，公司業務量激增，於是我把身體搞壞了。

深居簡出的這段時間，我花了一個 month 把和早川書房約定的《Gene Mapper -full build-》完成之後，便決定好好休養身體。原本想等身心靈都調整好之後再找工作，便開始寫《Orbital Cloud》當成復健，寫了一個 month、兩個 month、進入第四個月之後，我發現情況有了轉變。

出社會之後，我從事了舞台美術、DTP、多媒體內容與網頁製作、設計師、插畫家、軟體開發等等經歷了各種職務內容；在待了將近 10 年的公司裡，也幾乎每年都會經手不同的企劃工作。早已習慣目不暇給多變生活的我，竟然每天只坐在書桌前，寫著同一個故事《Orbital Cloud》。

雖然不知道可以持續多久，但就繼續寫故事吧——下此決定的時候，距離《Gene Mapper 基因設計師》問世已經過了一年。

這時電子書相關的環境也有了很大的改變。除了 Amazon，擁有 Kobo 電子書店的樂天、Apple 等平台商之外，日本也已經有許多出版社與製作公司投入電子書的行列，電子書和紙書同時發行的狀況，也開始成為常態。

由於有好幾家出版社願意銷售我所寫的故事，讓我感到非常榮幸，因此現階段暫時沒有自助出版的計畫。

然而，我思考的是要做出電子書才能呈現的作品。

根據翻頁速度，Ruby（日文假名標音）的數量也會隨之變化。隔一陣子再看，就能看見新增的導讀文字或敘述說明。

既然是因電腦而生的書籍，就一定能用音樂、影像以外的方式提供讀者新的閱讀體驗。等到書籍再次以不同的面貌重生之時，我期許自己仍以「現任作家」的身分，繼續在第一線從事執筆工作。

今天，我也一邊思考這些，一邊寫著小說。



藤井太洋（Fujii Taiyo）

1971 年生。2012 年以個人身分出版電子書《Gene Mapper 基因設計師》，造成話題；隔年，由早川書房出版發行增補改訂版《Gene Mapper -full build-》。2014 年發表《Orbital Cloud》，獲得第 35 屆日本 SF 小說大賞。最新作品為描寫個人資訊危機的警察小說《Big Data Connect》。

變化莫測的時代，進化中的青文出版社

青文出版社 總經理 黃詠雪

過去的青文出版

「青文出版社股份有限公司」成立於1964年，儘管青文直至1990年才正式踏入漫畫市場，仍是台灣漫畫市場中佼佼者。小學館與講談社是當時青文透過授權引進兒童向漫畫作品的出版社，青文從一家出版文史哲學專業著作的出版社，逐步轉型為漫畫出版社，廣為周知的長銷漫畫計有《哆啦A夢》、《神奇寶貝》、《名偵探柯南》、《聖闘士星矢》、《網球王子》等等。如果將青文出版過的作品數做一統計，大約有3,000萬冊漫畫作品數曾在市場上流通，光《名偵探柯南》單期最高銷量就可達11萬冊。漫畫雜誌發行量的最高紀錄是與小學館共同合作的《快樂快樂月刊》創刊號，其發行冊數達15萬冊，這些數字無疑證明了台灣人有多麼喜歡日本漫畫。

除此之外，青文也積極努力經營本土創作，漫畫家周顯宗作品《摺紙戰士》，在國內外榮獲多項大獎，同時授權出版到韓國、中國大陸、香港、新加坡、馬來西亞等地區，進而拍成電視動畫，在亞洲各國播映，是臺灣第一部本土漫畫改編為動畫，馳名於國際間播映的作品。插畫家VOFAN的作品，授權日本enterbrain出版，甚至於被封為「光之魔術師」，獲日本寶島社《2013年度最厲害輕小說》票選為最受矚目的前三十位插畫家，同時擔任日本電玩遊戲「時之永遠（時と永遠～トキトワ～，萬代）」的角色設定繪師。

1999年青文更積極跨足海外市場，設立「香港青文」，除了出版漫畫之外，也增加日系電玩雜誌、電玩攻略本、日系模型雜誌與日系流行雜誌，奠定在台的日系流行娛樂情報出版市場龍頭地位。而出版發行量與銷售量均名列前茅的流行雜誌《mina》、《ViVi》、《with》，在台灣最強大的7-11便利商店體系中，女性時尚雜誌市占率最高接近50%，堪稱臺灣、香港兩地，首家開創日系國際中文版雜誌出版與廣告市場的出版集團。

台灣出版市場的榮景與劇變

許多人可能會想台灣人口約2,200萬人，約是日本人口的五分之一不到，日本漫畫在台灣能有多紅？事實上，台灣是日本漫畫授權海外數量最多、授權金額最高的地區。然而這樣的光環隨著近十年出版市場日趨萎縮，漫畫市場也遭遇到了巨大的衝擊！根據台灣財政部營利事業家數及銷售額資料庫統計，2014年出版家數比起2013年減少了24家，營業產值衰退43億元（一元＝4日圓：2015年6月資料），成長率是-15.94%。2010年以來，衰退率總共是驚人的38.25%。但這只是平均數，有相當比例的

出版社，衰退率比這個數字更慘。

2013、2014年台灣出版社家數與銷售額統計

	出版社數	營業額（千元）	成長率（%）
2009年	1,729	32,190,576	—
2010年	1,752	31,366,056	▽2.56
2011年	1,771	36,751,031	17.17
2012年	1,740	35,244,446	▽4.10
2013年	1,750	35,236,761	▽0.02
2014年	1,745	26,995,482	▽23.39
2015年	1,721	22,692,176	▽15.94

資料來源：台灣財政部「營利事業家數及銷售額資料庫」

而2015年1月，另一方面，出版量也持續減少。由台灣國家圖書館發布的數據看來，2013年到2014年間，共減少了502種，幅度非常大。

台灣的出版量

	出版量	前年比
2010年	43,209	—
2011年	42,570	▽639
2012年	42,305	▽265
2013年	42,118	▽187
2014年	41,598	▽520

資料來源：台灣國家圖書館「台灣圖書出版現況及其趨勢分析」

追根究柢，漫畫出版衰退之最主要原因就是消費者閱讀習慣的改變，隨著智慧型手機、平板電腦的普及化及行動上網時代來臨。雖然既有紙本書仍然有死忠讀者擁護，但對行動載具重度使用的年輕族群而言，電子書攜帶方便、隨時隨地可閱讀，又不像紙本需要較大儲放空間的特性，是較具吸引力的。加上大陸網站大量推出所謂的「漢化版」，將未取得版權的日本雜誌或單行本內容發行的隔日就可以快速翻譯成中文版，免費供人閱讀。而台灣取得合法版權的出版社需要經歷授權簽約與製作審查的時間，難以與這種快速又免費的「漢化版」相抗衡。

為了對抗以上趨勢，我們亟思改革。正逢此時，日本出版社對數位授權策略也開始轉變。根據小學館所提供的資料，2013年日本出版的整體產值（漫畫占其中的80%），紙本是1兆7千億日圓，電子書則成長到1千億日圓。既然漫畫電子書在日本國內如此蓬勃發展，各家出版社也轉而思考海外的情況是否也大有可為？因此，對於台灣的數位授權亦轉趨開放。

根據台灣遠見天下出版的《遠見》雜誌2014年針對電子書的調查，仍有53.4%的人知道電子書但沒有讀過，46.4%讀過電子書，尚有0.2%表示不知道有電子書。當紙本書與電子書價格接近時，77%會選擇紙本書，18%選電子書，5%表示不一定。閱

讀電子書的裝置，28.6% 為手機，28.3% 為平板，36.5% 為個人電腦，6.2% 為專用閱讀器，最後的 0.3% 為其它載體。通路銷售比上，30% 為 google play，b2b 和 b2L 共佔 40%，專案佔 20%，其他零售僅佔 10%。熱門種類排行如下：第一，財經企管、理財、言情小說、輕小說；第二，飲食、興趣、宗教、語言、電腦；第三，漫畫、文學小說、類型小說。

然而現行架上的漫畫品項數其實相當少，此外，台灣電子書的定價邏輯也各有不同，有仿照大陸的包月制，以月租定額無限閱讀；也有單本計價，在單本計費的價格上從五折到七折不等；更有圖書館的專案採購，因應公家機關需求以 B2B 的方法供應；這造成了台灣出版社在跟日本爭取電子版權後作二次授權的困難。

而各家所需的檔案格式也不盡相同，原有紙本出版權利的出版社得花一定的人力和物力才能符合各種平台的規格。以台灣出版的消費市場來看，無疑是出力而不討好的事。若電子的出版並非本土原生內容，在版權上的費用無法降低，加上數位發展中電子平台的強勢壓力，擔任架接角色的紙本書版商只會面臨更嚴苛的微利時代。也因為這個原因，能下定決心投入數位發展的出版社微乎其微，在大環境中沒有足夠的品項數和吸引人的內容可以讓消費者向電子書靠攏，也是在推廣過程中要面對的困難。

青文的電子書變革

然而全球數位化絕對是無法逃避的狂潮，但若繼續停留只發行紙本，留戀於有形的實際利益數字，便無法看到無形的數位化可能性。同時發展電子與平面兩種版本的話，亦無法全力專注發展數位。人類古文明的結繩記事，到竹簡到紙張的傳遞，在在都只是為了知識流通的方便。無論何種形式的閱讀方式，不變的是讀者要讀好書，以及如何讓好書被讀者所知道。電子書只是更方便和即時的知識傳遞和推廣的一種形式，不論以什麼方法流傳，都無損於知識的價值。過去的單向閱讀，轉化為互動的閱讀模式，這絕對是紙本所無法滿足的。

於是青文出版改革的第一步，就是將原本與小學館共同合作的《快樂快樂》月刊改為免費閱讀的線上漫畫雜誌《無限誌》。根據我們為期半年的問卷調查，已經有百分之八十以上的漫畫讀者適應了數位閱讀型態，每天花至少一小時使用智慧型手機或平板來進行閱讀。根據日本電子書收益可占出版全體營收的 30%，而 2014 年統計台灣電子書收益僅佔全體收益的 1%，也讓我們更相信電子書在台灣有很大的成長空間。因此，於 2015 年 2 月開始與日本最大的電子書系統公司 VOYAGER 合作，以串流的方式提供線上閱讀，讓讀者不必先下載專屬軟體，只要使用 PC、手機、平板等各種習慣的載具，可以隨時隨地自由自在欣賞漫畫！

另外，青文將計畫與出版產業上游廠商合作，將旗下所有出



《無限誌》首頁

版品產製格式統一轉為 EPUB3.0。此格式並將可統一電子書提供給下游電子書販售廠商，提供給更多消費者閱讀與購買。未來在青文出版的電子書平台，除了購買及租看紙本外，也多了電子書籍試閱與單本購買的選擇。此外，也計畫推出 EP 同步（紙本與電子版同時發行）。電子版販售外，並再授權給其他電子書平台，藉此，讓原授權方日本出版社可多出數個管道增加版權收入，以活絡數位版權採購。

當然在這項計畫就如同前面所說，在沒有支援的狀況下，幾乎沒有出版社能夠執行電子書的計畫，因此青文下了一個跟其他出版社不同的決定，也就是青文 2015 年「平網合一」計畫的誕生，意思是，必須將既有的產製流程進行變革。過去的文字編輯與美術編輯工作內容不能再只是顧及紙本，未來青文的文字編輯必須在編輯的同時使用 markdown 語法同時產生出電子書，美術編輯也必須使用 CSS 或 html 製作出電子書。為了做到這點，部門間必須不斷進行討論與實測，甚至於要做「工作流程分解」(workflow breakdown)。過程是痛苦的，有些許編輯因為不能適應而表達反彈，而這些身為最高管理者，更重要的則是以身作則「堅持」下去，並讓員工看到改變的「決心」。唯有這樣，員工才能團結一致地跟隨公司。

一個企業必須想到未來的「系統」與「生態」在哪，並做有效的管理，而非沉醉於短暫的「機會財」結果當中。青文雖然目前僅做為一家出版社，但對於未來，青文期望能由傳統出版產業轉向服務產業，從單純販售內容轉換到內容加值服務的服務業，以提供閱讀大眾閱讀的服務來獲取廣告或授權之利益為未來獲利模式。就像我們轉型後的雜誌名稱一樣：無限，英文即 infinity，意味著永恆與無限、死亡與重生。隨著網路速度的加快，我們相信數位閱讀的成長已然蓄勢待發、勢在必行，發行紙本能接觸到的讀者有限，而發展數位能接觸的讀者卻是全世界！



黃詠雪 (Suzy Huang)

成功大學 AMBA 經營管理碩士，青文出版集團總經理。就任後將青文打造為台灣女性雜誌第一品牌，並擔任中華動漫畫版同業協進會、台北市雜誌商業同業公會理事多年。於 2014 年獲頒台灣前 100 名 MVP 經理人獎。

類比與數位之間逐漸消弭的界線

獨立撰稿人、科技作家 大谷和利

跳脫二元論

在此，我想花一些篇幅深入談談，現已發生的「類比」與「數位」兩個概念的融合。

人們在各方面，總喜歡用二元論的思考模式定義兩個對立的概念，只要這麼做，就能把複雜的世界稍微單純化。因此，人們在思考時，開始會將事物分成天然與人工、文科與理科、現實與虛擬、類比與數位、原子（物理的世界）與位元（電腦所使用的數據）。的確，遇上了新的概念或價值觀時，透過既有立場和原有的東西作對照與比較，較能有效理解新的事物。

然而，這樣的狀態持續不了多久，重新思考之後，有時候會發現無法用二元論來解釋的狀況。例如筆者就對於某件事情竟以天然或人工來劃分，感到很不可思議。這件事情，與河狸（beaver）有關。

誠如各位所知，河狸會將河邊的樹木咬斷，與泥土混和，製作成阻擋河流的大型水壩。根據維基百科的資料，目前已確認世界最大規模的河狸水壩，就在加拿大亞伯達省的國家公園境內，該水壩長達 850 公尺，未來還可能持續擴大。

但，筆者的疑問並非質疑「河狸築起水壩」一事的真實性，而是對於「河狸所築的水壩被視為自然的一部份，人類所蓋的水壩卻被視為人工產物」這個概念感到奇怪。

也就是說，若將水壩視為河狸進化過程中所產生的「發明」為自然的一部份，那麼同樣身為動物的人類，因應自身需求而「發明」出水壩以及相關的工具與材料，或是都市、建築物、汽車等等，不也是自然的一部份嗎？順帶一提，河狸所築的水壩，有時也會成為破壞環境的原因之一，卻不會因此被當成同樣可能破壞環境的人工產物。

儘管這算是比較極端的例子，但近來打破文科與理科疆界的跨學際人才養成；在真實的風景疊上電子機器產出虛擬圖像的 AR（擴增實境）技術；活用 3D 列印消弭位元與元素隔閡，用電腦直接控制實物生成過程；或者是將周遭所有裝置透過網路串連處理，進行自動化的 IoT（物聯網，internet of things）等，也都變得相當普遍。支撐二元論的界線，已經越來越模糊。

紙本書的對手是電子書嗎？

試將上述話題帶入書籍市場，從前，人們說類比（紙）的書籍（商業印刷品）會因為數位（電子）出版品的崛起而消滅。

的確，根據出版科學研究所於 2015 年 1 月 26 日發表透過經銷商販賣的 2014 年出版品推測銷售金額（不含電子書）的數據看來，比前一年少了 4.5%，共計 1 兆 6,065 億日圓，自 1950 年起開始調查以來，萎縮達到最大幅度。

然而，實際上日本的紙本書銷售金額，自 1996 年的高峰之後，便一直有減少的趨勢。與高峰的年度數據相比，2014 年的金額整整縮減了 40%。而說到 1996 年，雖然光碟技術普及，字典等多媒體內容出版開始受到矚目，但仍未佔有龐大勢力。因此，90 年代後期開始紙媒出版不景氣直接的原因，與其說是電子書崛起，不如說起因於日本人遠離閱讀，或是說原本就有些氾濫的書籍與雜誌終於進入自然淘汰的時代，而且這樣的狀況持續到 2000 年以後，甚至有加速進化的傾向。

根據市調公司 ICT 總研的調查指出，2011 年電子書市場規模約 671 億日圓，2013 年則擴大至 963 億日圓，並預估 2017 年會達到 2000 億日圓的規模（約為 2011 年的三倍）。由此可見，電子書市場本身雖然前景看好，但與紙書銷售金額減少的幅度相比之後，就能理解並不是電子書搶走了紙本書市場。

再說，若深究書籍本身就會發現，只要出版新作必寫下百萬銷售紀錄的「哈利波特」系列與村上春樹各作品，爆炸性的受歡迎程度在日漸萎縮的整體出版銷售金額當中，仍能創下比前一年更高的收入。這麼一來就很清楚，不景氣的原因其實是內容企劃與發掘市場能力的問題。

反觀仰賴廣告收入的雜誌，倒是真的因為免費報或網路內容產業的競爭而逐漸失去市場。尤其現今消費者需求與嗜好變得多樣化，能將族群劃分得更細、更精準呈現廣告與各種內容的線上雜誌或新聞網站，更讓印刷的期刊吃足了苦頭。

另外，對於一出生就在電子器材環繞下成長的 E 世代而言，他們傾向將身上能動用的金錢拿來繳通訊費或購買應用程式，而舊世代用來閱讀的閒暇時間，他們則花在社群網站、遊戲，或使用 YouTube 觀賞影片等等，金錢與時間的消費方式都有很大的不同。

因此，與其說「紙本書的對手是電子書」，不如說是「出版產業與數位娛樂產業的全面對抗」更為正確，其實不只有紙本書，就連曾在媒體界呼風喚雨的電視產業、被稱為耐久財之王的汽車產業，也正面臨相同的狀況。

結合紙本與電子應運而生的全新閱讀體驗

未來紙本書是否能繼續生存下去？或者說，比起紙本書，電子書有某某優點，卻也有某某缺點——以往人們總是習慣使用對立結構來討論這個議題。

然而，無論是雜誌或書籍，亦無關紙本書或電子書，今後只要是「書籍」這個大項目之下的產物，該如何發展出與其他媒體或娛樂產業並駕齊驅的系統架構？我覺得跳脫二元論，找出融合類比與數位雙方優點的解決之道的時代已經來臨。握有改變現況的工具之一，就是智慧筆 Smartpen。

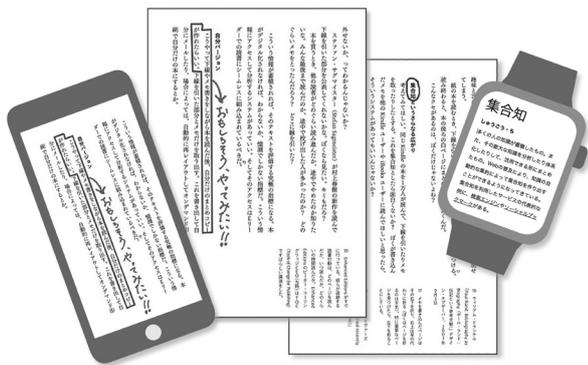
假設現在有本未來的書籍，而這書有紙本，以及支援智慧型載具（筆者使用的是 iPhone，不過 Android 手機等也是一樣的）相同內容的電子書，而且有同時購買兩種版本的優惠組合。

筆者會將 iPhone 放進包包（口袋也可以），開始閱讀紙本版。紙本書的觸感，還有閱讀時所感受頁數的厚度，都是令人喜歡紙書的原因，於是我快速地翻著書頁，確認著自己讀到什麼地方。要是看到喜歡的句子，我就在旁邊用智慧筆畫線，而這手繪的標線，同時也會顯示在 iPhone 裡的電子版，因此我不需要特地将電子載具取出確認，可以繼續埋頭閱讀。

讀了一會兒，看見了不熟悉的語句，我就用智慧筆把這個單詞圈起來，再看一眼手腕上的 Apple Watch 畫面上所顯示出那個單詞的意思。

又讀了一陣子，出現令我感同身受的句子，想和朋友分享，這時我把這個地方的用方框標起，寫下感想，再從書頁角落按下分享按鍵。而現在，除了我自己的 iPhone 裡同樣的頁面，擁有同一本書電子版的所有朋友，書上都會顯示出與筆者所標記相同顏色、相同框線方式的筆記。

因為讀得很投入，一下子就讀完了。內容非常精采，想寫讀後感寄給作者，便在感想欄寫下內容便按下分享按鍵，這麼一來，感想文就會寄到作者的電子信箱。要是有機會見到本人，一定要請作者用智慧筆簽名，這樣也能留在電子書上，成為很棒的紀念。



圈起生詞，Apple Watch 上會顯示出詞意；寫下感想，就可以分享在朋友的電子書上。



運用上蘊藏各種可能性的智慧筆（照片取自 NeoLAB Convergence 公司網站）。

無意間拿出 iPhone 確認畫面，發現剛才分享的內容已經有朋友來留言了。

……如此這般，筆者將自己對未來書籍的想像稍微描繪出來，各位讀者覺得這是天馬行空嗎？

其實，筆者在不久之前，就已經開始使用 Neo Smartpen N2（以下稱 N2）的筆記系統，在思考如何加以運用時，以上所述書本的新樣貌便浮現了出來。

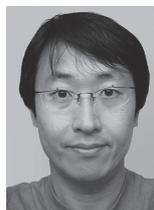
N2 是韓國 NeoLAB Convergence 公司所開發，是該公司數位筆的第二代產品，現在已可支援 iOS 與 Android 系統產品。

筆尖具有相機功能，可以讀取印在專用筆記本上的特殊紋路並轉換成座標，在已配對的智慧型手機或平板電腦的筆記本應用程式上，便會同時出現一模一樣的筆跡。另外，只要在書頁的角落按下郵件圖示，就可以將筆記或插圖傳送到事先指定好的電子郵件地址。

筆尖還可以做到 256 段壓力感應，透過筆畫方式儲存資料，無論放大、縮小都能保有細節（解析度為 1,100dpi）。

同樣的技術其實早已存在，不過一旦擁有如 N2 一般硬體的完整性以及軟體運用上的彈性，要實現上述應用在書本上的情節是非常有可能的。況且，N2 本身就能儲存 1,000 頁 A4 的資料，還可以隨時將資料同步在其他數位載具上，光是帶著紙本書和筆外出散步，也能有相同體驗。

儘管還有許多障礙需要突破，然而各種科技讓環境更加友善，或許讓書本的世界超越類比或數位，進入下一階段的日子已不遠矣。



大谷和利（Otani Kazutoshi）

1958 年生。以科技作家的身分活躍於各大媒體，曾經採訪過賈伯斯、比爾·蓋茲、沃茲尼克等人。現任原宿「AssistOn」董事、NPO 法人「MOSA」副會長。著有《Apple 的未來（アップルの未来）》、《為何成功的公司那麼重視「照片」（成功する会社はなぜ「写真」を大事にするのか）》等書。

VOYAGER 的書

片岡義男的 100 本電子書 2015年7月1日開賣!



池澤夏樹 數位個人全集 「impala e-books」系列持續推出新作



TEXT: the next frontier 凝望書與出版的未來



因作家而生、為讀者而存在

2015年 7月1日 日文第一刷發行
 2015年10月1日 中文（繁體字版）第一刷發行
 封面設計 平野甲賀
 封面插圖 うえむら
 內文設計 丸井工文社股份有限公司
 中文翻譯 蔡君平
 中文版排版 奧嘟嘟工作室
 發行所 Voyager股份有限公司 / Voyager Japan, Inc.
 〒150-0001 東京都澀谷區神宮前5-41-14
<http://www.voyager.co.jp/>
 tel. +81-3-5467-7070 fax. +81-3-5467-7080
 e-mail. infomgr@voyager.co.jp

- ・本型錄所記載的內容、金額等可能無預告變更。
- ・T-Time、.book/dotBook、BinB、Romancer以及其標誌是株式會社Voyager的註冊商標。
- ・其他記載的公司名稱、產品名稱為各公司的商標或註冊商標。