まえがき 009

第1章 電子書籍の問題はどこにあるのか？ 021

1 最初の「電子書籍の時代が来る」 022
本はやっぱり消える？／一九九八年のカラーの電子書籍端末／コロンブスの卵／「電子書籍の夢」／実験への疑問／電子書籍実証実験の帰結と新たな始まり

2 「紙の本がなくなる」――二度目の「騒ぎ」 032
PDA電子書籍／増え始めた電子書籍／「iPhoneの前身」の実証実験

3 「リブリエ」の失敗――何度目かの「電子書籍元年」 037
中国市場の影／「教育特需」のおこぼれの電子書籍市場／読書端末をただで配る？／ソニーの読書端末／反射型表示のゆくえ／あきらめない端末メーカー二社

4　ケータイ小説とブログの意味　049
集団的著作と個人メディア／ケータイ電子書籍の可能性と限界／ケータイ小説ブームを支えたネット・メディアの性質／完成度の高いものはかならずしも必要ではない
5　キンドルはなぜ成功したのか　057
アマゾンの「逆さや商法」／十分に準備したアマゾン／キンドルを買ったのは誰か？／キンドル2の発売／小売価格をつけるのは誰か？／「安売り」への懸念／印刷版も電子版もつくればコストは増える／アマゾンとアップルのソフト戦争／キンドルの問題点
6　iPadは「本」の破壊をもたらす？　077
iPadはネットのコンテンツを使う装置／アップルの「検閲」／iPadと雑誌／iPadとハリウッド型コンテンツ／読書端末としてのiPadの問題点
7　激化する読書端末戦争とキンドル3の登場　090
読書端末の価格引き下げ競争が始まった／大手書店からさらに一一九ドルの端末が……／日本語表示可能なキンドル3が出たものの……
8　電子書籍をめぐる状況は変わったか？　096
電子書籍市場が成長するには読書端末が必要／日本でも端末がいろいろ出れば……

第2章 グーグルは電子書籍を変えるか？ 103
1 あらゆる書籍のデジタル化に乗り出したグーグル 104
騒動の始まり——図書館の本をまるごと電子化し始めたグーグル／本の全文検索の登場——先行するアマゾン／あと追いするグーグル／追いついたグーグル／グーグル・ブック検索の意味／グーグルの「使命」／「グーグル・プリント」の限界とグーグルが見つけた解決方法／図書館プロジェクト／新しい検索を立ち上げるさいの四条件
2 グーグルの「誤算」——ブック検索裁判 122
グーグルという特殊で不思議な会社／記者会見に現われた無邪気なグーグルの二人の創立者／フェア・ユース／苦衷の米出版社協会長／グーグルの言い分
3 グーグルによって生まれる新たな電子データ市場 133
和解案の詳細／グレイな解決がグーグルにとってベスト／グーグルがブック検索訴訟で得たもの／オプト・アウトの出版物への適用／孤児本とオプト・アウト／和解案の問題点／グーグルの経営がうまくいかなくなったら、どうなる？
4 日本語版グーグル・ブック検索の誕生 145

書店との連携の可能性を示唆したグーグル／いち早く提携した慶応大学
5　猛反発されたグーグル　148
突然出されたグーグルの「公告」／米国での和解に拘束される理由／グーグルと和解管理者の大失敗／日本の著作権者の選択肢／和解案に対する作家団体の反発／ハーバード大学図書館長の懸念／グーグルがヨーロッパにもたらした不安／「人気ランキング」の弊害／デジタル化プロジェクトを左右する国民性
6　「グーグル撃退」のツケは誰が負うのか？　163
グーグル訴訟・修正和解案の問題点／ツケを払うのは結局、社会全体／「黒船」を撃退して
7　膨大な既刊本の電子化を誰がやる？　173
長尾真氏の電子図書館構想／長尾構想の問題点／韓国の電子図書館／図書館の「商業化」？／進展し始めた長尾構想
8　グーグル「再上陸」　182
グーグル・エディション誕生／グーグル・エディションの特徴――コスト負担なしの電子化／多様なオンライン書店、多様な導線／街の書店との連携を模索しているグーグル／グーグル・エディションの小売価格を決めるのは誰か？／グーグル・エディション日本語版の問題点／修正和解

案にもあった「リセール」の項目／「電子書籍貯蔵庫」の方向に一歩踏み出したグーグル／競争が激しくなってきた電子書籍取次／グーグルがアマゾンや楽天のライバルになる／グーグル・エディションはウェブを変える

第3章 「ネットは無料」の潮目が変わろうとしている？ 201

1 「ニュース記事は無料」の時代は終わるのか？ 202

新聞の携帯端末配信がウェブを変える／ネットに完全移行した新聞社の収入は一〇〇分の一？

2 サイトに高額課金すると新聞読者は戻ってくる？ 205

ニュースが私を見つけてくれる時代の始まり／毎日読む人が二年ごとに一〇％ずつ減っている三〇歳代／印刷版からウェブへのニュース講読の移行はどのようなものになる？／「歳をとれば新聞を読む」というのはウソ／「オンライン版は割高」という常識はずれの価格設定／「ネットは無料」の魔法が解けた？／長期的にはやはりジリ貧になる／有料と無料の混在（フリーミアム）がニュース・サイトの生きる道？／ニュース・サイトの課金ネットワーク――「ジャーナリズム・オンライン」の試み

3 メディア王マードックの野望――読者が減っても収入は増える？ 220

九割が支払い拒否にもかかわらず課金を始める新聞／九五％のアクセスを失っても収入は増える
4　ウェブで融合するニュース記事と書籍　225
予想を超える購読者がいても不思議ではない日経の電子版／課金プラットフォームを握るのは誰か？／日経のやらないことをやった朝日／本の山のなかから探しているものに出会う新たな方法／セルフ・パブリッシングに必要なのは課金プラットフォーム／ノンフィクションや調査報道を救うウェブ新書／携帯端末向きのあら手の電子書籍
5　電子書籍がウェブの構造変化を引き起こす？　238
「ウェブのコンテンツは無料」になぜなったのか／「オープン＝無料ではない」と主張するグーグル／市場破壊の低価格商品／「新聞崩壊」を心配するグーグル／読書端末の登場でウェブが変わる？
あとがき——再販制崩壊を導く電子書籍　251