

宮田 和樹 (みやた・かずき) 先生

株式会社実業之日本社
マーケティング部/コンテンツ事業部 主任

実業之日本社 マーケティング部/コンテンツ事業部を兼務。

1972 年生まれ。慶應義塾大学政策・メディア研究科修士課程修了。

オーストラリア、ウズベキスタン、アメリカ南西部での

旅と思索を経て、2001 年からウェブ業界へ。

ヤフー株式会社、マイクロソフト株式会社にて、ポータルサイトの
トップページやパーソナライズサービスの企画を担当。

2009 年 8 月から、現職。

主な担当に、電子書籍版『志高く 孫正義正伝 完全版』の企画、
『仕事ができる人はなぜ「あそび」を大事にするのか』のマーケティング、
『ブックビジネス 2.0 ウェブ時代の新しい本の生態系』企画など。

主な作品に、「デジタル・ブーメラン」(『10+1 No.8 特集=トラヴェローグ、トライブ、
トランスレーション — 渚にて』、INAX 出版、1997 年)など。

主な論文に、「ノマディック・トラヴェロロジへの試み—ブルース・チャトウィンにみる
ノマディズムとトラヴェローグ」(『記号学研究 20』、東海大学出版会、2000 年)など。

ツイッター: @kazuqi



《講義概要》

株式会社実業之日本社マーケティング部/コンテンツ事業部主任として、出版ビジネスに携わる宮田和樹氏が、ウェブ時代の新しい本のかたちについて講義を行った。

講義では、会社概用や自身の経歴を紹介した後、近年注目を集める電子書籍について、米IT企業三社の電子書籍プラットフォームを比較し、三社三様の特徴や戦略を具体的に説明。これからの出版産業を考えるにあたり、電子書籍の発展と普及が重要なポイントとなることを提示した。

また、電子書籍やSNSを活用して読書体験を共有する「ソーシャルリーディング」について解説し、新たな読書方法の魅力を伝え、今後更にサービスが多様化していくことを示した。加えて、誰でも本を出すことが可能である「電子出版」についても具体的に説明し、様々な角度から書籍のデジタル化のメリットやその可能性を示した。「電子書籍を実際に自分も読んでみよう、作ってみようと感じてもらえたら嬉しい」と伝え、電子書籍を身近に捉えて、新たな視点で今後の出版産業を考えるきっかけを学生に与えた。

《受講生の感想》

●“電子書籍元年”と言われてはいても、私を含め電子書籍のことを詳しく知らない人は多いと思います。これほど様々な機能があり、色々なことに応用ができ、私たちにできることが増える可能性を秘めている電子コンテンツを使いこなせていないのは、とてももったいないことだと思いました。アナログには無くデジタルのコンテンツにある一番の強みは“共有”できることだと思いました。一人では深めるにも限度があるので、この強みを積極的に活用していきたいです。立命館大学・産業社会学部・1回生

●講義の中で特に興味を持ったのは「ソーシャルリーディング」です。個人がそれぞれコンテンツとネットワーク上で直接繋がっているという感覚が今後のウェブ時代の電子書籍やその他のウェブ上のコンテンツの購買力、魅力を上げる大切な要素なのだと感じました。立命館大学・映像学部・2回生

●電子書籍はただ読むだけではなく、色々な機能を使って他人と共有したり、調べたりすることができて面白いと思いました。他人が引いたアンダーラインを見ることができるポップラーハイライトという機能に興味を持ちました。

立命館大学・産業社会学部・3回生

●ご講義の中で印象深かったのは「誰でもメディアを発表できる」ということです。地方からダイレクトに出版できることや世界中に向けて発表できるということは、今まで埋まっていた才能に出会える機会が増え、多くの発見ができ、とても凄いことだと思いました。立命館大学・産業社会学部・2回生

●電子書籍の仕組みがよく分かって自分も是非使ってみたいと思いました。アマゾン、アップル、グーグル3社それぞれの電子書籍の強みを比較すると、持ち運び易さやタイトル数、購入のし易さなどで大きな差があることが分かりました。人によって書籍に対する接し方や意識が異なるので、自分のスタイルに合ったコンテンツを選ぶことが重要だと思いました。立命館大学・産業社会学部・3回生

●米IT企業のプラットフォーム戦略のお話しが印象に残りました。日本の企業にみられる、自社のデバイスでの囲い込み戦略ではなく、もっと広い視野での戦略をするという点が印象に残りました。特にKindleはKindle以外のデバイスでも使えるということが驚きでした。ユーザーの利便性がさらに重要視されつつあることが分かりました。

立命館大学・映像学部・2回生

