

第2章 小売・仲介

オンライン書店

2000年に登場したオンライン書店

日本のオンライン書店にとって、2000年は記憶に残る年となるだろう。これまで既存書店などが中心だったこの世界に、初めて本格的な専門プレーヤーが参入したからだ。

しかも、参入者の顔ぶれが豪華だった。オンライン書店界のカリスマともいえる米アマゾンの日本法人アマゾン・ジャパン、世界屈指のメディアグループ「ベルテルスマン」傘下のピーオーエル（BOL）・ジャパン、そして国内企業連合であるブックワン（bk1）が、わずか半年の間に次々とサービスを開始した。

各社が同時期に参入した背景には、“アマゾン日本上陸”の動きがあった。同社上陸の噂は97年頃から業界で囁かれてきた。実際、国内で書籍の小口物流や書籍データベースに関して高い評価を得ている複数の企業の経営者に、同社創業者のジェフ・ベゾス氏が企業買収を持ちかけたという話も伝わっている。また、bk1を設立した図書館流通センター（TRC）、日本経済新聞社などの企業グループによるオンライン書店構想は、もともとアマゾンの参加を前提に立ち上げられたと言われている。

参入した3社の中で最も早くサービスを開始したのはBOLだった。bk1オープン1週間前に、突然サービス開始を発表、間髪をおかず実際にサービスが始まった。BOL田中功社長はbk1への対抗意識を否定しているが、bk1が250円と発表していた送料についても当面無料を打ち出すなど、意識していなかったとは考えにくい。そのbk1にしてもアマゾン・ジャパンの参入を前提にしていたようだし、アマゾン・ジャパンも当初出版社などに説明していた2001年春のスタートを半年ほど繰り上げている。お互いに相手の出方を見ながらの参入だったと言えそうだ。

内外からプレーヤーが出そろい競争激化 2001年以降は業界再編と構造改革が課題

競争激化で全体のサービスレベル向上

日本で本格的なオンライン書店がスタートしたのは95年の丸善が最も早かったと言われている。その後、紀伊國屋書店、文教堂といった既存書店系、セブンイレブンやトーハン、ソフトバンクなどによる「eSBooks」、ベンチャー系の「本屋さん」、書籍宅配業者のブックサービス、図書館納入業者TRCなど、業界内外からの参入が相次いだ。

しかし、それぞれのサービスは未成熟だった。国内書店で最強ブランドの紀伊國屋書店は、当初オンラインの世界でもトップシェアを占めたとはいえ、商品調達をしていた店舗の単品管理が未整備という問題を抱えていた。また、宅配便による高度な書籍小口配送を誇るブックサービスは、利用者が検索するための書籍データベースを持っていなかった。

2000年の3社参入は、3社間の競争と同時に、こうした先行各社にもサービスレベルの向上を促す結果になった。さらに、送料の低額化、米アマゾンが先鞭を付けた「ワンクリック」「アソシエイトプログラム」「リコメンドサービス」などの機能を各社が採用し始めるなど、本格的な競争時代に突入したと言える。

オンライン書店の市場規模

現時点でオンライン書店の市場規模を推定することは難しい。外資系をはじめとして、財務内容を公開している社がごくわずかだからだ。それでも、市場が拡大していることは間違いない。売り上げを公表している数社の合計でも2000年は年間60億円程度、未公表社の推計値を加えれば、おそらく100億円近くには達する。これは前年の倍に当たる金額で、3年前からはほぼ毎年倍々で伸びている。

この伸びは、分母が小さいうえに参入

者が増加しているのだから、当然の動きであり、市場が確立していると判断を下す材料には足りない。しかし、以前から書籍通販を手掛けてきたブックサービスの売り上げ推移を見ると、市場は確実に成立しつつあることが読み取れる。

86年の創業からハガキ・電話・ファックスなどで書籍の注文を受けてきたブックサービスがインターネット受注を開始したのは97年。99年12月から検索用データベースを導入し、本格的なオンライン書店になった。

2000年度末時点のインターネット受注は月間12万冊。同社の年商50億円のうち、50%以上を占めるまでに拡大している。しかも、インターネットをきっかけに従来の電話やファックスによる受注も伸びており、インターネット受注のうち25%がiモードなどの携帯電話経由である。また、リピーターが多く、他社が送料無料キャンペーンを行っても移動する利用者は1割程度にとどまっている。

以上のように、同社の受注状況からはオンラインで書籍を購入するユーザー層が定着しつつあることがうかがえる。

オンライン書店の市場は成立するのか

それでは、オンライン書店全体のシェアはどこまで拡大するのだろうか。

現在の書籍市場は9706億円（2000年1～12月）。このうちオンライン書店のシェアは1%程度だ。書籍市場自体はここ数年縮小傾向にあるのでオンライン市場拡大につれてシェアはアップするだろう。

オンライン書店を運営している側の予想は、数年で5～10%が一般的だ。

紀伊國屋書店の松原治社長は、当初からインターネット部門の売り上げが同社全体の5%程度になると述べている。またオンライン書店の市場規模について、bk1の石井社長は2000年3月の会見で「5年

程度で書籍売り上げの5%程度」と述べた。一方、ブックサービスの木村社長は今年3月の「文化通信」のインタビューで、携帯での受注増なども見込み「2005年にはシェア10%程度に」と予想した。

これらの予測は現在の書籍販売スタイルが継続するという前提で語られているので、定価販売制度や取引システムが変化するならば、もう少し違った予想も可能になるかもしれない。

オンライン書店は採算がとれるのか

売り上げの伸びは、ある程度楽観視できても、はたしてこれらのオンライン書店が「儲かって」いるのかというと、はなはだ心許ない。おそらく採算分岐点まで到達しているケースは、ブックサービスや紀伊國屋書店を除き、ほとんど無いのではないだろうか。

そのように考える根拠は、まず書籍の小売りマージンがきわめて低いという構造的な問題にある。通常の書籍取引は自由

な良品返品を前提に組み立てられているため、書店の利益率は全小売業中下から2番目の22%（中小企業庁調査）という水準にある。オンライン書店の場合はほとんどの商品を「買い取り」で扱っているうえに、梱包・配送といった通常の書店にはない手間がかかるため、店舗費用が不要だといっても、相当の売り上げ冊数でなければ採算がとれないはずだ。

また、出版業界の流通インフラが、オンライン書店のサービスレベル向上を阻害している側面もある。出版社の在庫管理の遅れや、管理できていても情報公開の意識が低いために、在庫状況が不明なままに発注するケースが極めて多いためだ。出版取次各社がようやく昨年頃から単品流通に取り組み始めたが、依然Eコマースに対応するレベルにはない。

これからのオンライン書店

しかしながら、戦後50年間ほとんど自浄作用を発揮しなかった書籍流通も、デ

ジタル技術の進展で徐々に改善の兆しを見せている。むしろ、オンライン書店の登場が、制度疲労を起こしている書籍流通を突き動かしているというのが、ここ数年の動きであろう。

また、昨年参入したオンライン書店各社は今年、初年度の決算を迎える。多くは相当の先行投資を覚悟しているだろうが、企業として収益をあげ得るのかという問いかけは、日を追って厳しくなる。

今春、米アマゾンが大手書店チェーンのボーダーズと提携したというニュースがアメリカから入ってきた。日本でもbk1と丸善との提携が発表された。各社ともオンラインという手法をいかにビジネスとして成立させるか、多様な手を打ってこよう。立ち上がったばかりの日本のオンライン書店だが、年内にもドラスティックな業界再編が行われることが予想される。そのことは、構造的問題を抱えている書籍流通全体の再編も伴った、大きな動きに発展する可能性も孕んでいる。

（星野 渉 文化通信）

資料2-2-7 主なオンライン書店とその特徴

紀伊國屋書店「BookWeb」 bookweb.kinokuniya.co.jp	アマゾン・ジャパン www.amazon.co.jp	BOLジャパン www.jp.bol.com	ブックワン「bk1」 www.bk1.co.jp
日本最大手の書籍販売量を誇るだけに、ブランド力・商品調達力は群を抜いている。POSレジと連動した店舗のリアルタイム単品管理の整備を進めたことで、在庫活用が容易になっている。特に大型店舗の在庫をインターネットで公開している「ハイブリッドWebサービス」は、スタート時点で世界的にも例を見ないものだった。	米アマゾンが100%出資した日本人。千葉県塩浜に4000坪の物流センター、札幌には100名規模の顧客サービスセンターを設置している。システム面やウェブサイトの作り込みはさすがにこの世界第一人者というレベル。売り上げ数字等は一切明らかにしないが、すでに国内図書の販売でもオンライン書店界で1、2を争うレベルにあると見られる。	2001年5月にブッククラブとの統合が発表されたBOL（本社：スイス）の日本法人。商品調達は日販WebBookセンター、ロジスティクスは大日本印刷、配送は佐川急便、決済はオリエン特コーポレーションとダイヤモンドファクター、顧客サービスはプレスステージインターナショナルと業務をアウトソースしているのが特徴。一部CDも取り扱う。	TRC、日経BP、アスクル、富士通、日本経済新聞社、電通、NTT-Xの7社が出資して設立。国内で最高水準の書誌情報を持つTRCと、アスクルの配送力、富士通の技術力などをあわせることで、一気に本格的なオンライン書店を立ち上げる構想。書籍にこだわったコンテンツが豊富。設立当初の会見で石井昭社長は、数年以内にオンライン書店界の60%のシェアを取ると宣言した。
ブックサービス www.bookservice.co.jp	三省堂書店 www.books-sanseido.co.jp	J-Book www.jbook.co.jp	イーエスブックス「eSBooks」 www.esbooks.co.jp
ヤマト運輸と出版取次中堅・栗田出版販売との合併企業として86年に創業。ハガキ・電話・ファックスで受けた書籍の注文を、ヤマト運輸の宅急便トラックが直接出版社から集品して顧客に届ける。業界初の代引き配送を実現。99年12月に書籍データベースを公開。現在全受注の約55%がネット受注。2000年度の売り上げ見込みは約50億円。	神田神保町の本店在庫を利用したオンライン書店。注文した書籍をJR駅コンビニ78駅84店舗、小田急線58駅61店舗で引き渡したり、メールボックス・エトセトラが運営するメールボックスでの受け取りなど、商品提供方法に特徴がある。科学雑誌「Newton」と提携して理系専門「NewtonSanseido.com」も運営。	全国に200店舗を展開する直営チェーン書店最大手の文教堂が中心に運営。書籍のほかCD、ゲームなども扱い、郊外型・駅前型の複合型書店のイメージだ。CD新譜の予約販売なども行っている。また、購入額の3%のポイント還元など、斬新な顧客サービスに取り組んでいる。	ソフトバンク、セブンイレブン・ジャパン、書籍取次大手トーハン、ヤフーが協同出資で設立。注文した本をセブンイレブンの店舗で受け取り、決済できるという点が特徴。日本的ECの新ビジネスモデルとして注目された。トーハンの参加に書店からの反発もあったという黎明期ならではの逸話も残した。

出所 星野 渉氏による資料を元に作成



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容（技術解説、データ、URL、名称など）は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者（執筆者、写真・図の作成者、編集部など）が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元（株式会社インプレスR&D）などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D（初期は株式会社インプレス）と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp