

電子書籍ビジネスの現状と展望

高木 利弘 ● 株式会社クリエイション代表取締役

紙も電子も揃えるクロスメディア販売が一般化の兆し 携帯電話向けが牽引し、市場規模はようやく40億～50億円へ

2004年度の電子書籍の市場規模は、40億円～50億円であったと推定される。

2003年度の市場規模が推定18億円であったので、対前年度比220%～270%（成長率120%～170%）の規模に成長したことになる。

このように電子書籍市場が大きく伸びた理由は、大きく分けて2つ考えられる。ひとつは、PCインターネットの世界ではブロードバンド常時接続のさらなる普及によって、電子書籍に限らずコンテンツのダウンロード販売の市場全体が伸びたことである。そしてもうひとつは、PCインターネットをはるかに上回る勢いでケータイ・インターネット、すなわち携帯電話向けの電子書籍市場が成長したことである。

■ オンライン書店と電子書籍の有力サイトが提携

PCインターネットの世界で成長率が高かった代表例は「eBook Japan」と「電子書店パピレス」である。

「eBook Japan」は、『北斗の拳』『沈黙の艦隊』をはじめとするマンガが大ブレイクしたこと、販売チャネルを広げたことが功を奏し、月平均のダウンロード数が12万件に達して対前年度比240%（成長率140%）の規模に成長した。

「電子書店パピレス」は、総タイトル数4万4599点を揃える日本最大規模の電子書籍販売サイトであるが、月平均のダウンロード数は8万4000件、対前年度比200%（成長率100%）の規模に成長した。同サイトを運営するパピレスは、2004年12月に紀伊國屋書店へeBookBank販売支援サービスの提供を開始。これにより、オンライン書店「Kinokuniya BookWeb」では、紙の書籍と電子書籍のどちらも購入できるようになった。

このように「オンライン書店で紙の書籍と電子書籍のどちらも購入できる」というスタイルは、今後一般化していくと考えられる。楽天も電子書籍を販売する「楽天ダウンロード」と書籍を販売する「楽天ブックス」との統合を準備しており、「Amazon.co.jp」が電子書籍を扱い始めるのも時間の問題であろう。

■ 電子書籍の技術が携帯電話の公式ビューアーに

ケータイ・インターネット、すなわち携帯電話向けの電子

書籍市場が本格的にスタートしたのは2003年度であったが、2004年度にはPC向けの電子書籍販売に追いつき、追い抜く勢いで成長を遂げた。たとえば『蹴りたい背中』（綿矢りさ／河出書房新社）や、『指先の花 映画『世界の中心で、愛をさけぶ』 律子の物語』（益子昌一／小学館eBOOKS）といったベストセラー電子書籍の場合は、PC向けと携帯電話向けでは文字通り「桁違い」な売れ行きを示している。

EZweb版およびVodafone live!版の電子書籍配信サイト「ケータイ電子書店Space Town ブックス」、iモード版電子書籍配信サイト「ケータイ読書館Space Town ブックス」を運営するシャープの場合は、まだPC/PDA向けの売り上げのほうが大きいものの、2005年度中に逆転すると予測している。

一方、EZweb版およびVodafone live!版の電子書籍配信サイト「Handyブックショップ」、iモード版電子書籍配信サイト「まんが稲妻大革命」を運営する凸版印刷の場合は、2004年末の時点で携帯電話向けがPC/PDA向けの売り上げを上回ったのであった。

携帯電話向けの電子書籍市場にとってとりわけ大きな前進といえるのは、2004年7月にauがシャープの電子書籍フォーマットXMDFをBREW端末の公式ビューアーに採用したことであった。これにより、携帯電話でもPCと同様に電子書籍を1冊まるごとダウンロードして閲覧できるようになった。

■ Adobe eBook 脱落、ドコモのM-stage撤退

2004年度は、明暗が分かれた1年でもあった。2004年11月には、AdobeがAdobe Contents Serverの発売を終了したことで、有力な電子書籍フォーマットのひとつと見なされていたAdobe eBookが、電子書籍フォーマット標準化競争から脱落することとなった。2005年1月には、NTTドコモが「M-stage book」のサービスを6月で終了すると発表した。「M-stage Visual」「M-stage Music」の終了に続いてコンテンツ市場からいったん撤退することを決めたのであった。2004年前半には松下電器産業と東芝がΣ Bookを発売し、ソニーがLIBRIeを発売したが、いずれの読書用端末もあまり芳しい売れ行きではなかった。携帯電話の「明」に対する読書用端末の「暗」。その理由として考えられるのは、「モバイル」というコンセプトに対する理解の差であると考えられる。

携帯電話は、すでに数千万台も普及しており、生活の中でいつでも身につけて持ち歩く存在になっている。そして、インターネットにいつでもどこでもすぐに接続することができるわけである。このため携帯電話向けの電子書籍ビジネスは、こうしたインフラの整備されたチャンネルに向かってコンテンツを流すだけでよく、ユーザー側も着信メロディやゲームを購入するのと同じ感覚、操作で電子書籍を購入し、すぐに読み始めることができる。一方、読書用端末は、PCよりは「モバイル」な「読書」に特化したデバイスとして登場したものの、まずはじめにユーザーに読書用端末を買ってもらわなければならないというハードルがあり、次に読書用端末が直接インターネットに接続できないため、PC経由で電子書籍を購入し、メモリーカードまたはケーブル経由で読書用端末に入れてもらわなければならないというハードルがあった。カラー表示ではなくモノクロ表示であるという点も、大きなハードルのひとつであろう。読書用端末がこうしたハードルを超えられるだけの明確なメリットをユーザーに提示できれば結果は違ったとも考えられるが、ブロードバンド・ケータイとも呼ばれる第3世代携帯電話の普及が急速に進んだため、読書用端末は普及のタイミングを逸してしまったと考えられる。

この「モバイル」という問題は、PC/PDAにも大きな影を投げかけた。まず、PDAについてであるが、PDA向けの電子書籍市場は、2003年度には大きく伸びたものの、2004年度にはマイナス成長に転じた。2004年7月には、ソニーが「CLIE」の生産を中止。PDAという情報端末は、PCと携帯

電話の間にはさまれて中途半端な存在となり、消滅の危機に瀕している。

一方、PCについては、確かにPC向けの電子書籍市場は相変わらず成長してはいるものの、携帯電話向けの電子書籍市場の成長に比べると、力強さに欠ける印象は否めない。

PCと携帯電話で、どちらがより紙の書籍に近い表現ができるかといえば、それはPCであることは間違いない。しかし、PCのモニター上に表示された電子書籍は、紙の書籍に比べて「モバイル」という点で劣るわけである。ユーザーが電子書籍に求めているのは、見かけが紙の書籍に近いということよりも、紙の書籍に比べてもっと「モバイル」であることであった。そのことが、携帯電話向けの電子書籍市場の急成長によって明確になった1年であったということができるのではないだろうか。

■ 電子コンテンツが紙のベストセラーに

電子から紙の書籍へという流れも特筆される。2003年度には携帯電話向けに無料で配信していた『Deep Love』（Yoshi/スターツ出版）が書籍でベストセラーとなり、映画化されるというケースがあったが、2004年度には「2ちゃんねる」の書き込みを書籍化した『電車男』（中野独人/新潮社）がベストセラーになり、映画化されるに至った。

紙の書籍と電子書籍をはじめとするネット上にある電子コンテンツのクロスオーバーは、今後ますます加速化していくと考えられる。

「パピレス」「eBookJapan」「フービオ」は前年比200%超

資料5-3-4 主な電子書籍販売サイト

サイト名	売上(対前年度比)	総タイトル数	新刊/月	ダウンロード数/月	特徴
電子書店パピレス	200%	44,599	600	84,000	パピレスが運営する日本初、日本最大規模の電子書籍販売サイト
電子文庫パブリ	-	6,454	92	-	出版社が共同で運営する電子書籍販売サイト
eBookJapan	240%	7,674	250	120,000	EBJが運営する電子書籍販売サイト、PCとΣbookで閲覧できる
ビットウェイブックス	140%	10,000	300~400	-	凸版印刷が運営する電子書籍販売サイト
ウェブの書齋	121%	3,449	65	-	大日本印刷が運営する電子書籍販売サイト
Space Town ブックス	-	8,810	250	20,000	シャープが運営するPDA向け電子書籍販売サイト
PDABOOK.JP	-	11,000	325	-	MBJが運営するPDA向け電子書籍販売サイト
楽天ダウンロード	130%	13,000	400~500	40,000	楽天市場のコンテンツ販売サイト・独自の「楽天ダウンロード」
フービオ	200%	5,000	200~300	20,000	NTTソルマーレが運営。サイトと街頭端末で販売

資料5-3-5 携帯電話向け電子書籍販売サイト

年	月	携帯電話向け電子書籍販売サイト	運営会社	iモード	EZweb	Vodafone live!	年	月	携帯電話向け電子書籍販売サイト	運営会社	iモード	EZweb	Vodafone live!
2002年	2月	新潮ケータイ文庫 (V)	新潮社			○	2004年	11月	凸版印刷/ Handyブックショップ (E)	凸版印刷		○WIN	
	3月	新潮ケータイ文庫 (E)	新潮社		○			2月	どこでも読書 (E)	MBJ		○WIN	
2003年	4月	新潮ケータイ文庫 (i)	新潮社	○			2月	電子書店パピレス/携帯版 (i)	パピレス	○			
	6月	ケータイ電子書店 SpaceTown ブックス (V)	シャープ			○	3月	ケータイ電子書店 SpaceTown ブックス (i)	シャープ	○			
	6月	快読!ケータイBook クラブ (E)	MBJ		○		4月	携帯版電子書店パピレス (V)	パピレス				○
	8月	文庫読み放題 (i)	創元デジックス	○			6月	まんが稲妻大革命 (i /FOMA)	凸版印刷	○			
	10月	電子書店パピレス/ 携帯版 (E)	パピレス		○		7月	どこでも読書 (i)	MBJ	○			
	11月	ケータイ電子書店 SpaceTown ブックス (E)	シャープ		○WIN		7月	theどくしょ	集英社	○	○		○
	11月	MCJニュースチャンネル (E)	MBJ		EZチャンネル		2005年	2月	電子書店パピレスDX	パピレス		○WIN	
							4月	eBookJapanコミック	EBJ		○WIN		
							4月	よみまち	大日本印刷		○WIN		

出所 各社へのヒアリングを元に筆者作成



[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