

# 電子書籍ビジネスの最新動向

高木 利弘 ● 株式会社クリエイション 代表取締役

## 電子書籍市場は180億円を超える 電子コミックやケータイ小説がケータイ向け市場を牽引

2006年度の電子書籍の市場規模は、180億円を超えているのは確実である。

電子書籍市場の成長を振り返ってみると、調査を開始した2002年度は10億円と非常に小さなものであった。それが、2003年度は18億円（対前年度比の成長率80%）に成長し、2004年度は45億円（対前年度比の成長率150%）、2005年度は94億円（対前年度比の成長率109%）、そして2006年度は180億円を超える規模（対前年度比の成長率90%超）にまで成長した。

4年間で18倍という急成長ぶりであるが、とりわけ大きな成長を遂げたのはケータイ向け電子書籍市場であった。

2002年度の段階では、ケータイ向け電子書籍市場はほぼほぼに等しいと言ってよかった。ケータイ向け電子書籍市場が市場としてカウントできるようになったのは2003年度からであったが、その規模はわずか5000万円にすぎなかった。それが2004年度には12億円となり、2005年度には46億円となった。同年度のPC向け電子書籍市場の48億円にほぼ匹敵する規模である。そして、2006年度にはついに110億円超となり、PC向け電子書籍市場の推定規模70億円を大きく上回るに至ったのである。

### ■ ケータイ向け電子書籍は書籍を超えた!?

市場の勢いとしては、ケータイのほうが圧倒的に強い。その理由として考えられるのは、一言で言えば「書籍よりも便利だから」ということである。

PC向け電子書籍の場合、大きな画面で紙の書籍をそのまま再現できるという点が売りだが、大きな課題もかかえている。それは、書籍のほうが簡単に持ち運べて、いつでもどこでもさっと開いて読み始めることができるという点である。すなわち、mobility（可動性）という点で、PC向け電子書籍は紙の書籍を超えることができないでいた。しかし、ケータイ向け電子書籍は、この課題を克服してしまったのである。書籍よりももっと簡単に持ち運べて、いつでもどこでもさっと開いて読み始めることができることはもちろん、いつでもどこでも24時間365日、読みたい書籍を購入することができる。ケータイには画面が小さすぎるという課題はあるものの、いくつかの点で紙の書籍を超えるメディアが登場し市場

を拡大しつつあるということは、歴史的な事件と言って間違いない。

### ■ 市場拡大の牽引車は電子コミック

ケータイ向け電子書籍市場の急成長を牽引しているのは電子コミックである。

第三代携帯電話が普及したことで、容量の大きな画像でもストレスなく表示できるようになったこと、そして売れ筋のコミックがタイミングよく揃えられるようになったことが相まって、電子コミックはケータイコンテンツ全体の中でもゲームや着うた、デコレーションメールに次ぐ魅力的なリッチコンテンツの一つとして位置付けられるようになった。

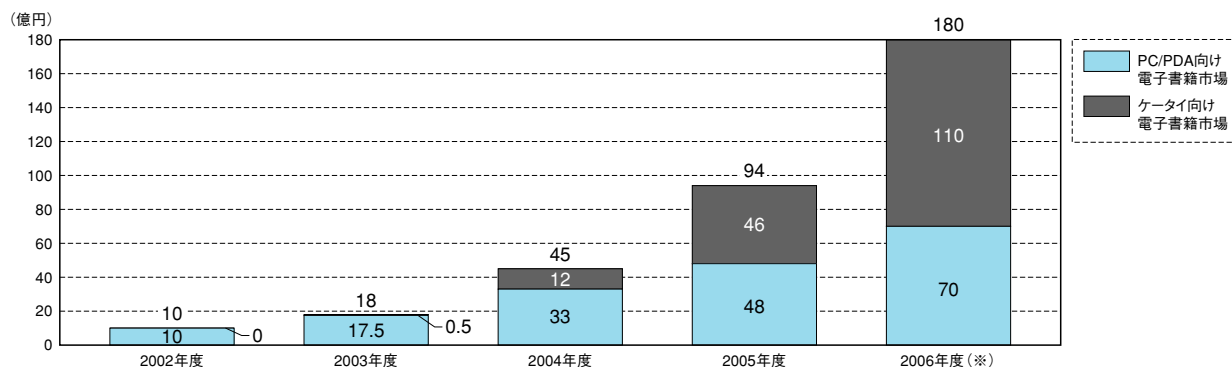
成長著しい代表的な例は、NTTソルマーレが運営するiモード向けの「コミックi」と、EZweb向けの「コミックシーモア」である。早い時期から有力なコンテンツを揃えていたこともあり、2006年9月には、3キャリア合わせた月間のダウンロード数が600万を超え、2004年8月にサービスを開始して以来の累積ダウンロード数は5000万ダウンロードに達した。電子コミックの場合、1ファイル=1冊ではないので、単純に5000万冊が売れたというわけではないが、仮に5ファイルで1冊なら1000万冊分が売れたことになり、驚異的な数字である。

「コミックi/コミックシーモア」に続くのはビットウェイが運営する「Handyコミック」である。凸版印刷を母体とするビットウェイは、出版社との太いパイプを生かして、ケータイのみならずPC向けにも売れ筋のタイトルを次々と投入している。

集英社が2006年5月にYahoo!ケータイ向け、そして6月にEZwebとiモード向けに「集英社マンガカプセル」をスタートしたのも大きい。スタート時は、『ナナ-NANA-』（矢沢あい）、『花より男子』（神尾葉子）、『神風怪盗ジャンヌ』（種村有菜）、『おいしい関係』（楨村さとる）、『ごくせん』（森本梢子）など、集英社の少女コミック誌『Cookie』や『マーガレット』『りぼん』『YOU』から誕生したベストセラー作品中心の品揃えであったが、その後、『DRAGON BALL』（鳥山明）、『ONEPIECE』（尾田栄一郎）、『NARUTO-ナルト-』（岸本斉史）、『BLEACH』（久保帯人）、

## ケータイ向け電子書籍が牽引役となって急成長した日本の電子書籍市場

資料5-5-2 電子書籍の市場規模の推移 (2002年度～2006年度)



※2006年度の市場規模は暫定的な推定値。近日刊の『電子書籍ビジネス調査報告書2007』(インプレスR&D)で正式発表予定。

日本の電子書籍市場は、2002年度の10億円から2006年度の180億円超と4年間で18倍の規模に成長した。一方、米国の電子書籍標準化団体の1つであるIDPF (International Digital Publishing Forum) の発表によれば、2005年の米国の電子書籍市場規模は約13億円であったという。日本よりも後発ながら、米国でも第三代携帯電話が普及するにつれ、電子書籍市場の成長にはずみがつくのは確実であろう。

出所 各社資料により筆者作成

『DEATHNOTE』(原作:大場つぐみ/漫画:小畑健)、『D.Gray-man』(星野桂)など『週刊少年ジャンプ』のベストセラー作品を相次いで投入し、コンテンツの力で上位をキープしている。

### ■ 取次サービスが販路を拡大

2006年に入って、モバイルブック・ジーピーとビットウェイの2社が電子書籍の取次サービスに相次いで参入、以前から取次サービスを行っているデジブックジャパンと合わせて3社による競争が始まった。

従来、電子書籍市場においては、電子書籍販売サイトと出版社が直接取引するのが一般的であった。これは、電子書籍販売サイトの数が少なく、取次サービスが成立するような市場規模ではなかったからである。

しかし、電子コミックの躍進などで電子書籍市場全体が大きく成長したことで、ようやく取次サービスが普及する環境が整ってきたわけである。

取次サービスが本格化したことで、出版社はそれぞれの電子書籍販売サイトとの煩雑なやりとりをしなくてもよくなった。一方、販売サイトにとっても、取次を通すことで効率的にコンテンツを集められるようになり、電子書籍化のコストと手間を省くことができるようになった。とりわけ大きな変化は、販路が拡大したことである。着うたやゲームなど、電子書籍以外のケータイコンテンツを主に販売してきたプロバイダーは新規参入がしやすくなり、そうしたプロバイダーがかかえている何百万人という顧客にリーチできるようになったことが、市場拡大に拍車をかけたと考えられる。

### ■ 「ケータイ小説」からミリオンセラーが誕生

一方で、小説系の電子書籍では、「ケータイ小説」とい

う言葉が定着したことが特筆される。「ケータイ小説」とは、ケータイで執筆し、ケータイで閲覧する小説のことであるが、単にそれだけにとどまらず、新人作家の登竜門をも意味する言葉である。

従来の、出版社が紙の本を電子書籍化するという流れとはまったく正反対で、女子高生など若い女性を中心としたアマチュア作家が、自分の作品をケータイで執筆して投稿する。投稿した作品は無料で閲覧でき、そうした中から数百万アクセスを記録する作品が出てきて、それを出版社が書籍化して販売、ミリオンセラーになって作家デビューを果たす、というケータイドリームが現実のものとなっている。

こうした「ケータイ小説」の代表的な投稿サイトは「魔法のiランド」である。2007年4月現在の会員数は522万人、月間PVは17億という巨大サイトで、投稿作品を集めた「ケータイ小説」総合サイト「魔法の図書館」には75万タイトルが収蔵されている。2006年10月に書籍化された『恋空? 切ナイ恋物語?』(上・下)(美嘉著/スターツ出版刊)は1か月で100万部を突破、映画化が決定し、2007年秋に東宝系で全国ロードショーされる予定である。また、2007年1月に書籍化された『赤い糸』(メイ著/ゴマブックス刊)は、発売から1週間で100万部を突破した。

「ケータイ小説」の「はしり」は、2000年にケータイの勝手サイト「ザブン」で連載、女子高生を中心に話題となり2002年に書籍化された『Deep Love アユの物語』(YOSHI著/スターツ出版刊)であった。同書のシリーズ4部作の累計販売部数は270万部に達し、映画化もされている。

2007年4月には、集英社が「ケータイ小説」の『TOKYO REAL』(RYU著)を書籍化した。表現が稚拙であるなどの酷評がある一方で、「ケータイ小説」は小説の1ジャンルとして確固たる地位を築きつつある。



## [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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)