

電子書籍と電子コミックの市場動向

高木 利弘 ●株式会社クリエイション 代表取締役

国内電子書籍市場はおよそ500億円規模に達する見込み iPhone 3Gが市場を新たに開拓、アマゾン、グーグルの動きも活発に

携帯電話向けとPC向けの市場規模の差が拡大

2008年度の電子書籍の市場規模は、主なPC向け電子書籍販売サイト、携帯向け電子書籍サイトの売り上げ、タイトル数、ダウンロード数などから推計した結果、およそ500億円規模に達すると推定される。

電子書籍の市場規模は、2002年度の約10億円から2003年度の約18億円、2004年度の約45億円、2005年度の約94億円、2006年度の約182億円、2007年度の約355億円、そして2008年度の約500億円(予測)と右肩上がりで成長してきた。2002年から2008年の6年間で、およそ50倍の規模に成長したのだ。しかし、2007年度まで対前年度比2倍前後というハイペースで拡大してきたことに比べると、2008年度の成長率は約40%程度(予測)と、ややペースが落ちてきている。

2002年度の段階では、携帯向け電子書籍市場はないに等しかった。携帯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年度からであり、その規模はわずか約5000万円であった。それが2008年度には400億円を超えるのは確実に推測されるまでに拡大した。一方、PC向け電子書籍市場は、2007年度以降ほぼ横ばいが続いている。2007年度は、ちょうどインターネットに接続する情報端末の主役がPCから携帯へと切り替わった年度であり、ここ数年、PCにおけるイノベーションに停滞感があることが、PC向け電子書籍市場の停滞に繋がっているものと思われる。

電子コミックが市場拡大を牽引

携帯向け電子書籍市場の起爆剤となったのは、電子コミックである。携帯向け電子コミック市場は、第三世代携帯電話の普及、およびパケット料金定額制が普及するにしたがって大きく成長した。今や着うたフル、ゲームに次ぐ第3のリッチコンテンツとして位置づけられるまでになっている。

NTTソルマーレが運営する「コミックi/コミックシーモア」は、2004年8月にサービスを開始して以来、累積ダウンロード数が2009年4月に5億ダウンロードに達したと

発表した。

Bbmfが運営する「ケータイ★まんが王国」は、スタートが2006年4月と後発ながら、ランキングで第2位のポジションをキープするまでに急成長した。急成長の理由は、圧倒的な品揃えと圧倒的な広告宣伝費の投入であり、他電子コミックサイトがこれに追随している。

一説によれば、携帯広告売り上げ全体の半分以上を電子コミックが占めると言われるほど大量の広告投入がなされ、電子コミック市場を牽引した。

電子コミックの中でも、とりわけ大きな売り上げを示しているのは、「ボーイズラブ」という少年同士の性愛を描いた作品や、「ティーンズラブ」という少年少女の性愛を描いた作品である。いずれも、もともとは少女コミックの1ジャンルであり、書店で入手できないわけではない。しかし、女性が書店で購入しやすい作品ではなく、また読んでいることを、あまり人に知られたくはない作品である。それが、携帯であれば、気兼ねなく購入することができ、いつでも読むことができるというわけである。

「ボーイズラブ」「ティーンズラブ」の読者のほとんどは10代後半から20代後半の女性であると言われており、ケータイコンテンツを最も積極的に購入するユーザー層と一致する。こうして電子コミックは、女性の性的関心を解放する役割を果たすとともに、新たなボリュームマーケットを掘り当てたわけである。

2008年後半に入ると、「ボーイズラブ」「ティーンズラブ」の伸びは一段落し、代わって書籍でベストセラーを記録した名作や、映画化/TVドラマ化された作品の伸びが顕著になってきている。

このように携帯向け電子コミック市場は順調に拡大している一方で、テキスト中心の文芸系電子書籍や電子写真集はそれほどでもない。携帯向け電子書籍市場の9割近くを電子コミックが占め、残りを文芸系電子書籍と電子写真集が2分しているような状況である。

当然のこととはいえ、携帯は電子書籍に最適化された情報端末ではない。したがって、文芸系電子書籍や電子写真集を含めた本格的な電子書籍市場が形成されるため

には、PCでも携帯でもない、さらなる革新的な情報端末の登場が必要となってくると考えられる。

2008年「ケータイ小説」ブームは一段落

2007年は「ケータイ小説」旋風が巻き起こった年であった。「ケータイ小説」が書籍の年間総合ランキングで10位以内に複数ランクインし、文芸部門で『赤い糸』『恋空』『君空』が第1位から第3位までを独占するという異例の事態となった。2007年11月には『恋空』が新垣結衣主演で映画化され、興行収益39億円を上げる大ヒットとなった。

2008年に入ると、さすがに「ケータイ小説」ブームも下火となったが、ブームが去ったというわけではない。「ケータイ小説」の火付け役となった「魔法のiらんど」では、相変わらず女子高生を中心とするティーンエージャーたちの投稿熱が続いているという。一方、PCでは、「pixiv」「手がきぶろぐ」といったイラスト投稿サイトが人気を集めている。彼女たちは、旺盛な表現意欲を持ち、自分たちが読みたい作品、見たい作品を強く求めている。そうしたトレンドは、衰えるどころかますます盛んになってきているのである。

iPhone 3Gが新たな電子書籍市場を開拓

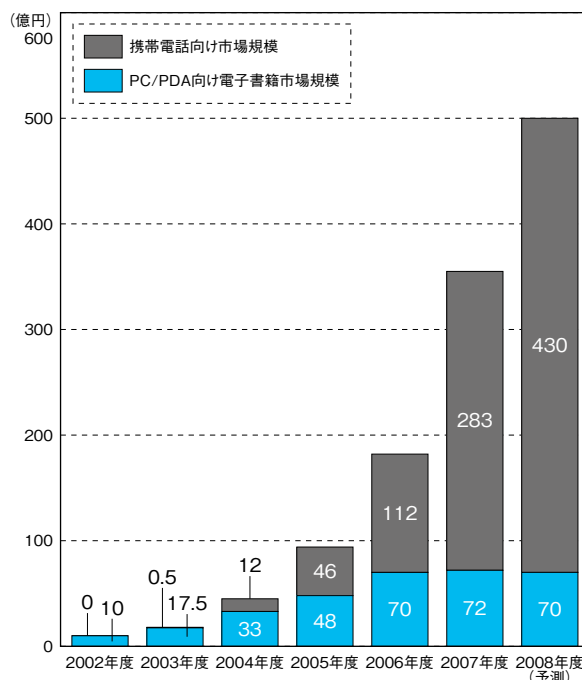
2008年7月、アップルはiPhone 3Gを日本を含む世界22か国で発売するとともに、iPhone/iPod touch向けのアプリ配信サービスAppStoreを開始した。その中のひとつの категорияとして電子書籍の配信もスタートしている。

iPhone/iPod touch向け電子書籍の特徴は、携帯よりも、ひとまわり大きい画面サイズとマルチタッチスクリーン技術を生かしていることである。2009年5月現在、有料無料合わせて約4000点以上の電子書籍が公開されている。『神の雫』などベストセラーコミックの人気も高いが、有料アプリのランキングの第1位は、「青空文庫」に収録された往年の名作を読むことができる「i文庫」となっている。特筆されるのは、「レファレンス」のカテゴリーで『i英辞郎』や『大辞林』といった数千円もする辞書類や、「メディカル」のカテゴリーで1万8000円もする『南山堂医学大事典第19版』が売れていることである。

アマゾン、グーグルの動きが波紋を広げる

2007年11月、アマゾンは「Kindle」（キンドル）を発売したのに続いて、2009年2月に第2弾となる「Kindle 2」を米国で発売した。「Kindle」の時には9万点であったKindle対応電子書籍のタイトル数は26万点に増えており、これは2007年度の日本の電子書籍の総タイトル数15万点

資料1-2-5 電子書籍の市場規模の推移（2002年度-2008年度）



※ 2008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2009』（インプレス R&D）で正式発表の予定

出所 各社資料をもとに筆者作成

を軽く超えている。

2009年2月、「Googleブック検索和解」をめぐって、日本をはじめベルヌ条約に加盟している各国の著作権者に対して、この和解案に同意するかどうか、5月5日までに意思表示をするようにという告知がなされた。こうした一方的なやり方に対しては、世界中から非難の声が上がり、回答期限は9月4日まで延長された。

「Googleブック検索」は、もともと大学図書館などの蔵書を電子化するプロジェクトとしてスタートしたが、絶版書籍の公開をめぐって訴訟が起これ、グーグルと米国の出版社協会、著者組合などの間で著作権料の支払い条件などで合意が成立したのであった。この和解が成立すれば、グーグルは米国において、700万点にも及ぶ著作権切れ書籍、および絶版電子書籍の全文を公開することが可能になる。この問題は、やがて絶版になっていない書籍にまで波及することは必至であろう。

世界の電子書籍市場にはグーグル、アマゾン、アップルに加えてマイクロソフトも参入を表明しており、今後、電子書籍市場をめぐって世界規模での覇権争いが激化していくと予測される。



[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