

電子書籍市場の最新動向

高木 利弘 株式会社クリエイション 代表取締役

2010年度の日本国内における電子書籍市場規模は650億円規模に拡大 iPad 発売や米国の動向などに刺激され国内に電子書籍ストアが続々開設

2010年度の日本の電子書籍市場規模は、主なPC向け電子書籍ストア、ケータイ向け電子書籍ストア、iPhoneなどのスマートフォン向け電子書籍ストアやアプリマーケットプレイス、iPadなどのタブレット端末向けストアの売り上げ、ユーザーへのアンケート調査結果などから分析すると、650億円と推計される(『電子書籍ビジネス調査報告書2011』(資料2-1-2))。2009年度の574億円から13.2%の増加となっており、市場は堅調に推移している。電子書籍市場を牽引しているのは依然としてコミックを中心としたケータイ向け電子書籍市場であり、2010年度は572億円と、電子書籍市場の88%を占める。

ケータイ向け市場の拡大の要因は、昨年から引き続きタイトル数の増加によってコンテンツが充実したほか、通信事業者の直営販売ストアがオープンしたことや、新たなプラットフォーム向け電子書籍が話題となり「電子書籍」の認知が拡大したことなどが考えられる。一方、新たなプラットフォーム向け電子書籍市場は約24億円と推計され、スマートフォン市場の急激な拡大や、タブレット端末や電子書籍専用端末の発売などを背景に昨年度の6億円の4倍へと成長している。しかし、専用端末の発売や販売ストアのオープンが2010年度の後半であったため現在の市場の中心はスマートフォン向けの電子書籍アプリとなっている。電子書籍市場の本格的な立ち上がりはこれからとなるだろう。

iPadで電子書籍のヒット作が続々と登場

2010年度、日本の電子書籍市場で最大のトピックは、iPadの登場であった。iPadは汎用端末であり、本来の

歴史的意義はPCに代わるタブレット端末の時代を切り開いたところにあるが、読書端末としても優れており、マスコミがさかんに「電子書籍元年」を喧伝するなどして「電子書籍」が広く一般に認知されることとなった。

iPadは、2010年4月3日にまず米国で発売された後に、日本では5月28日に発売された。そして、発売されるとともに電子書籍のヒット作を数多く出した。

その成果は、2010年12月にアップルが発表した「Re-wind 2010:iPad App」に、はっきりと表れている。これは、2010年にiPadでトップセールス、すなわち最も大きな売り上げを上げたアプリや、ダウンロード数が最も多かった有料アプリ、無料アプリを公表するものだが、トップセールスおよび有料トップの両部門で総合1位となったのは、青空文庫ビューワー「i文庫HD」であった。青空文庫は、著作権が消滅した過去の名作を中心に1万タイトルにも及ぶ電子書籍を揃えた電子図書館である。PCやケータイでも読めるが、iPadで青空文庫を読みたいと考えたユーザーが多かったことがわかる。

電子書籍タイトルで最も大きな売り上げを出したのは、『もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら(もしドラ)』(岩崎夏海/800円)であった。2010年12月末時点でのダウンロード数は12万ダウンロードで、1億円近い売り上げを上げた。なお、紙の書籍は2010年10月に100万部を突破、2011年4月には200万部を突破する大ヒットとなり、東販、日販、アマゾン、オリコンの各ランキングで2010年総合1位となった。こうした爆発的ヒットのきっかけとなったのは、iPad発売に合わせて登場した電子書籍「もしド

ラ」の話題性もあっただろう。

また、最もダウンロード数が多かった電子書籍は、『適当日記』（高田純次／350円）で、2010年12月末時点でのダウンロード数は13万ダウンロードであった。書籍版『適当日記』の刊行は2008年1月で、発売部数は累計3万5000部である。電子書籍版『適当日記』は、こうした既刊本にもチャンスがあるということを、しかも書籍よりも多く売れる可能性があることを示したと言える。このほか、講談社の『京極夏彦 死ねばいいのに』（京極夏彦／900円）や、『歌うクジラ』（村上龍／1500円）、『一步を越える勇気』（栗城史多／600円）、『これからの「正義」の話をしよう』（マイケル・サンデル／1600円）などのヒット作が続出した。また、元素周期表をふんだんな写真や3Dグラフィックスで楽しく学習できるようにした『元素図鑑』（1600円）や、画面にタッチしながら楽しく読める絵本『Alice for the iPad』（1000円）など、マルチメディアを駆使した新タイプの電子書籍も数多くヒットした。

アップルの審査や海賊版の問題が浮上

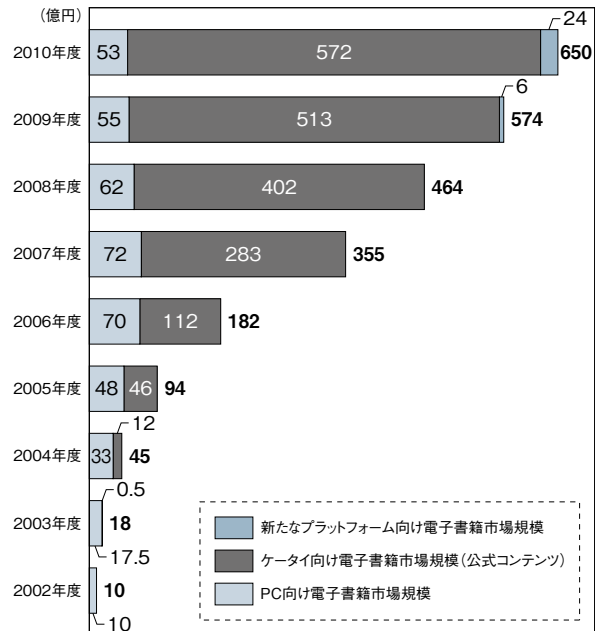
iPadの登場は、電子書籍市場を拡大する大きなチャンスになると期待されたが、そう簡単に事は運ばなかった。その1つがアップルの審査の問題である。

2010年2月、iPad発売に先だってアップルは突然、いわゆるセクシー系アプリを大量に削除した。理由は「消費者の苦情が多く寄せられたから」ということであったが、事前に何の通知もなく、いきなり削除するやり方に対して「専制的」とするという非難が高まった。

当時、iPhone向けに出回っていたそれらのアプリはランキング上位の常連であり、すでに大きな売り上げを上げていた。画面サイズの大きなiPadが出れば、売り上げが倍増するのは確実であり、アップルも儲かるに違いなかった。しかしアップルはそうした目先の利益よりも、新しく発売するiPadのブランドイメージにキズがつかないことを優先したものと推測される。

日本のマンガの多くは、暴力や性描写が過激すぎるということで、アップルの審査を通らない。つまり「AppStore」で、日本の電子書籍市場を牽引してきたいわゆるBL（ボーイズラブ）、TL（ティーンズラブ）系の電子コミックを売ることは事実上、不可能なのである。

資料2-1-2 電子書籍の市場規模の推移[2002年度-2010年度]



出所『電子書籍ビジネス調査報告書 2011』（インプレス R&D、2010年7月刊行）

さらにアップルは、日本の出版社が同一のアプリで作成した電子書籍を次々と申請してくることにに対して「ノー」を突きつけた。アップルにとって、それらは「スパム」であると言う。「スパム」というのは、「大量に送りつけられる迷惑なデータ」という意味で、相当過激な表現であるが、その一方で、アップルは、マルチメディア表現を加えた電子書籍を高く評価し、「おすすすめ」に登録するといったことをしている。

つまり、アップルは「AppStore」のブックカテゴリーに登録する電子書籍には何らかのプログラムの独創性が必要ではないかと考えている。

また、アップルと日本の出版社は、海賊版問題でも衝突をした。アップルが海賊版を放置していることに対して、出版社はすぐに削除するよう求めた。しかし、アップルは、著作権侵害の問題については原則的に当事者同士で解決すべき問題であるという主張をしている。アップルの側からすれば、「これは海賊版だ、すぐに削除せよ」と言われても、「海賊版だ」と訴えた当事者が正当な権利者なのか、それとも訴えられた当事者のほうが正当な権利者なのか、判断しかねるからである。これらの一連の問題により、アップルと日本の出版社の間に

第1部
第2部
第3部
第4部
第5部
第6部

はある種の軋轢が生じてしまっている。しかし、これまでのアップルの主張を並べてみると、実はその主張には一貫性があることがわかる。コンピューター業界でサバイバルしてきた企業ならではの、独特な企業文化とでも呼ぶべきものである。両者の間に存在するカルチャーギャップを認識するところから始めなければ、問題解決は難しいと考えられる。

アップルは、日本の出版社に対して、同一アプリで作成した電子書籍は、まず「〇〇出版社ストア」といったストアアプリを作成し、そのストアアプリ内で販売する方式を推奨している。ところが、この方式では新刊電子書籍が「AppStore」のトップで紹介されないため、単体の電子書籍アプリとして登録できた場合に比べ、売り上げは大幅に減少するといったケースもある。

この問題に対してアップルは、新刊電子書籍のプロモーションは、各出版社が自社の責任においてすべきものというスタンスを取っているが、角川書店のように、「涼宮ハルヒのBook☆Walkerナビ」(無料)というナビゲーションアプリを出して、自社のストアアプリ「Book☆Walker」へ誘導するといった工夫をする出版社も出てきている。

米国ではアマゾンが躍進

AAP(米国出版社協会)の発表によれば、2010年の米国電子書籍市場の規模は4億4130万ドルで、2009年の1億6690万ドルに比べ164%の増加、規模にして約2.6倍に拡大している。なお、これは日本でいう卸し段階での数字である。

2010年において、米国の電子書籍市場で優位に立ったのはアマゾンであった。

2010年4月、iPadが発売された当初は、カラー液晶を搭載し、機能も豊富なiPadのほうが圧倒的に有利なように思われた。しかし、iPad発売に合わせてKindle for iPadがリリースされており、米国のiPadユーザーは「iBookstore」のみならず「Kindle Store」でも電子書籍を購入できるようになっていた。しかも品揃えは「Kindle Store」のほうが充実しており、iPadの普及は結果的に「Kindle Store」のプロモーションに役立ったものと考えられる。

2010年6月には、バーンズ&ノーブルがNookを259

ドルから199ドルに値下げしたのに続いて、アマゾンがKindleの価格を259ドルから189ドルに値下げした。

2010年8月には、より軽くなり3Gに加えてWi-Fiに対応し、かつユニバーサル言語に対応したKindle 3を発売し、同時にWi-Fiのみの廉価版を139ドルで発売した。そして、2011年5月には広告付きKindleを114ドルで発売しており、最も人気のあるモデルとなった。

アマゾンは2010年7月に「Kindle Store」における電子書籍の販売数については、電子書籍の販売数がハードカバー本を上回ったと発表した。

2010年10月には、Kindle版のトップ10作品に限って言えば、同タイトルのハードカバーとペーパーバック版の合計部数の2倍近くまで達していると発表している。そして、2011年5月には電子書籍の販売数が紙書籍を突破したと発表した。2011年1月にニューヨークで開催された「Digital Book Conference 2011」での発表によれば、米国における読書端末と電子書籍ストアのマーケットシェアは2010年5月と2010年9月の調査結果を比較したところ、いずれも第1位はKindleであった。しかも約32%から約39%へとシェアを伸ばしている。電子書籍ストアのマーケットシェアにおいては、第1位は「Kindle Store」であり、約49%(2009年11月調査)から約64%(2010年9月調査)へとシェアを伸ばしている。第2位は「Barns & Noble.com」は約25%。第3位は「Borders.com」で約12%。そして第4位が「iBookstore」であるが、シェアは約8%にすぎない。

一方グーグルは2010年12月に「Google eBookstore」をスタートした。品揃えは約300万タイトルであるが、無料のパブリックドメインが約8割を占め、有料電子書籍を数十万タイトル保有しており、参加出版社はランダムハウスやペンギンなど約4000社を数える。

日本ではさまざまな動きが活発化

こうした米国の動向に刺激され、日本ではさまざまな動きが活発化した。

2010年2月には、大手出版社が中心となって「日本電子書籍出版協会」が設立された。2010年7月には、大日本印刷、凸版印刷などが発起人となって「電子出版制作・流通協議会」を設立している。

2010年10月、NTTドコモはサムスンのAndroid搭載

スマートフォンGALAXY Sを発売、11月にはAndroid搭載タブレット端末GALAXY tabを発売した。

2010年11月には、ソニー、凸版印刷、KDDI、朝日新聞社の4社が共同で電子書籍プラットフォーム事業を展開する事業会社ブックリスタを設立した。

2010年12月10日、ソニーはSony Readerの発売と同時に「Reader Store」をサービス開始しており、シャープはGALAPAGOSの発売と同時にCCCと共同で電子書籍ストア「TSUTAYA GALAPAGOS」をスタートした。そして、2010年12月25日には、KDDIがbiblio Leaf SP02を発売するとともに、「Lismo Bookstore」を開始し、2011年1月にはトゥ・ディファクトがNTTドコモのスマートフォン向け電子書籍販売ストア「2Dfacto」を開始した。2011年2月には、ビットウェイの100%子会社であるBookLiveが電子書籍販売ストア「BookLive!」をスタートしている。

電子雑誌や電子新聞の配信が本格化

2010年度は、電子雑誌や電子新聞の配信が本格化した年でもあった。2010年3月には、日本経済新聞が「日本経済新聞電子版」を開始し、2010年12月には有料会員数が10万人を突破した。

また電通とヤッパは、2009年9月にiPhone向けに電子雑誌ストア「マガストア」をスタートしていたが、2010年5月にiPadとPC向けにサービスを拡張している。同じく2010年5月、世界最大の電子雑誌、新聞配信サービス会社ZinioはiPhone/iPad向けアプリ「Zinio Magazine Newsstand & Reader」をリリースした。

2010年6月には、ソフトバンクグループのビューンが、定額制の電子雑誌、新聞などの配信サービス「ビューン」をスタートした。そして、2010年7月には、日本の雑誌定期購読サービスおよび電子雑誌配信サービスでは老舗の富士山マガジンサービスがiPhone/iPad向けアプリ「FujisanReader」をリリースした。

2010年12月の「Rewind 2010:iPad App トップセールス」で「マガストア」が総合6位、「産経新聞HD」が総合7位にランクインした。同月、インプレスR&DがEPUB電子雑誌『OnDeck』を創刊している。

2011年度に入ると、2011年5月に朝日新聞社が有料電子版『朝日新聞デジタル』をスタートした。

東日本大震災の影響

2011年3月11日に発生した東日本大震災は、日本の出版および電子書籍市場にも大きな影響をもたらした。

書店や流通の被害はもとより、紙やインクといった印刷資材の被害もあった。そして、『週刊少年ジャンプ』『週刊少年サンデー』『週間少年マガジン』などの主要コミック誌や『週刊アスキー』などが急きょ、ネットで無料配信を行った。

また、震災対策コンテンツの電子配信や、電子書籍のチャリティー企画も活発に行われた。『PRAY FOR JAPAN』など、Twitterでつぶやかれた祈りのメッセージを書籍化するチャリティー企画も行われた。

2010年は「電子書籍」が一般に認知された元年

「電子書籍元年」というのは、実は以前にも何度か言われたことがあったが、一般に認知されたという意味において、2010年はまさしく「電子書籍元年」であった。

その背景にあったのは、電子書籍の閲覧環境をめぐるパラダイムシフトであった。従来のPCやケータイといった、もともと電子書籍に適しているとは言えない端末に代わって、スマートフォンやタブレット端末、読書専用端末といった、より電子書籍に適した端末が普及し始めた。そして、Wi-Fiに代表されるワイヤレスブロードバンドの普及が、いつでもどこでもすぐに電子書籍を購入でき、閲覧できる環境を実現した。

アマゾン、アップル、グーグルといった世界的な巨大IT企業をはじめ、通信キャリアや端末メーカー、印刷会社、出版社、ITベンチャーなど、さまざまなプレーヤーが相次いで電子書籍市場に本格参入し、かつてない「電子書籍ブーム」が沸き起こった。とはいえ、まだまだ解決すべき課題が山積している。端末の性能の問題、品揃えの問題、買いやすさや読みやすさの問題、DRMの問題、電子書籍化コストや効率化の問題、そして、電子書籍フォーマットをはじめとするグローバルスタンダードの問題などさまざまである。

しかしながら、それらの課題を解決した暁には、本格的な電子書籍市場の拡大が見えてくる。2011年から2012年にかけての電子書籍市場は、そうした歴史的な局面を迎えていると言えよう。



[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