

電子書籍の最新動向

田村 健太郎 株式会社モバキッズ代表取締役社長

アマゾン Kindle、楽天 Kobo のサービス開始が待たれる一方で 月額課金型のメルマガ/SNSによるコンテンツ配信にも注目

まず電子書籍市場の全体的な動向について解説する。これまで電子書籍市場をけん引してきたフィーチャーフォン(ガラケー)向けの電子書籍は、スマートフォンの急速な普及とともに、閲覧端末であるフィーチャーフォンが減少傾向にあるため、今後、電子書籍市場における存在感も薄らいでくるだろう。

一方で、PCやスマートフォン、タブレット端末などで利用できるマルチデバイス(新たなプラットフォーム)向け電子書籍の成長が著しい。特にスマートフォンやタブレット端末向けの電子書籍においてはApp Storeで配信するためのアプリ型やIn App Purchaseを利用したストアアプリ型の電子書籍が、ストア数やタイトル数などにおいて増加傾向にある。ただし、一部のアプリが売り上げを伸ばしているが、爆発的な成長には至っていないのが現状である。

また、ソニーや東芝、パナソニック、NECなど端末メーカーが主導する読書専用閲覧端末市場については、電子書籍プラットフォームとして、圧倒的なシェアを得るには至っていない。今後は、読書好きのユーザーに対して品ぞろえや価格面で利便性を打ち出していく必要がある。

2011年はアマゾン社やアップル社など海外の巨大IT事業者が日本市場に上陸するとささやかれていた。しかしながらAmazonは端末Kindleの発売や日本版ストアをオープンするという噂だけが先行し、依然としてオープン時期が未定である。Appleの日本版iBookstoreについても同様である。

そんななか電子書籍市場で存在感を増しているのが電子書店パピレスやeBookJapanなどの老舗電子書店

である。eBookJapanのように元々PCに最適化された電子書籍を販売していた書店の場合は、フィーチャーフォン向け電子書籍への最適化が難しかった分、高解像度のデータを生かしてガラケー業者と比べてスマートフォン対応がスムーズに進んでいるようである。

eBookJapanを運営するイーブックイニシアティブジャパン社の電子書籍事業における売り上げは、2010年度から2011年度にかけて倍増(105.1%増)している(資料2-1-6)。

有料メルマガなどの 月額課金型の配信事例が増加

本格的な電子書籍以外の部分ではポジティブな動きが見られる。紙書籍を電子化するのとは異なった、デジタル発でのテキスト型有料コンテンツ配信における売り上げが2011年から大きく伸びているようである。

月額課金型の有料メールマガジンという仕組みは以前から存在したが、この1年でその数を大きく増やしている。以前は元ライブドア社長の堀江貴文氏のメルマガ(2010年創刊)が独り勝ちで他のメルマガは厳しいといわれていたが、昨年ごろからジャーナリストやプログラマーの積極的な参入が見受けられる。売り上げなどは公式に発表されていないが、月間売り上げベースで100万円を超えるものも増えてきているようである(メルマガの価格相場は月額800円程度)。

これらは一見電子書籍とは別の市場のようだが、一部の有料メルマガでは読者サービスとしてEPUB電子書籍版の配信を行っており、限りなく電子書籍に近い

マーケットになりつつある。

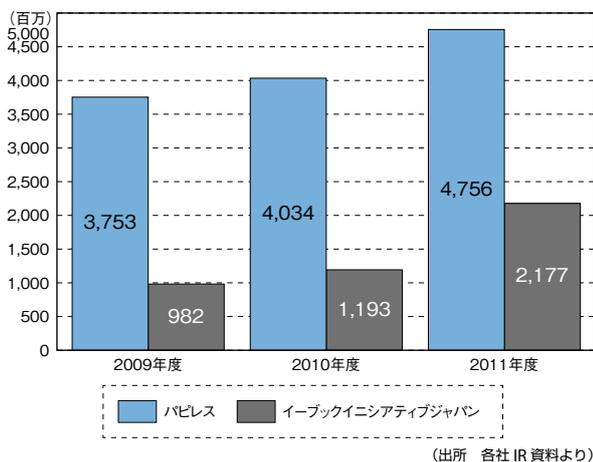
また、有名ジャーナリストやブロガーが独自SNSやFacebookグループの仕組みを活用して月額課金型のオンラインサロンを作り、そこでプレミアム記事の配信や読者との議論を行うといった取り組みも始まっている。こちらはメルマガとは異なり読者数を増やしすぎると難しくなるが、よりインタラクティブな電子コンテンツ配信の形として捉えることもできる。作家の岡田斗司夫氏はこの分野の先駆者で、自身の原稿料や印税などを一切放棄した上で、岡田氏と一緒に仕事ができるコミュニティー「FREEex」(年額12万円)、岡田氏のイベント動画や日記などが読めるクローズドなSNS「クラウドシティ」(月額1万円)などを運営して、原稿収入の代わりにしている。

このように、単純に紙の書籍を電子化して配信する王道の電子書籍だけでなく、デジタルならではのメリットを付与する形でのオンラインコンテンツが増えており、2011年から2012年現在にかけて大きく伸びている状況であると考えられる。こういった実験的な取り組みが一般化していくのか、あるいはこれらで得られた知見が王道的な電子書籍マーケットの立ち上がりにはフィードバックされていくのか、今後注目される場所である。

スマートフォンのアプリプラットフォームに最適化した電子書籍が躍進

電子書籍専門のプラットフォームが不在の中、すでに多くのユーザーからの支持を受けているiPhoneアプリプラットフォームを通じた電子書籍配信が一定の成果

資料 2-1-6 電子書籍販売企業の売上高



を上げている。iPhoneアプリはAppleによる厳しい審査が有名であったが、2011年に入ってから文章に関する規制は緩やかになったようで、多くの書籍アプリが有料アプリランキングの上位を確保している。

スマートフォンアプリの世界では価格が高いアプリは強く敬遠される傾向にあり、紙書籍として大きな売上げが期待できるタイトルについては、アプリ化しても価格面で敬遠されるケースが多く見られる。一方、紙書籍において、すでに十分な売上げを上げていたり、逆に売上げがそれほどではなかったりするタイトルに関して、大幅な値引きを行い、お得感を演出することで、ランキング上位に躍り出るケースがしばしば見られる。有料アプリの総合トップをこのようなタイプの電子書籍が占めることも、決して珍しくない。

この流れから考えると、紙書籍としてのピークを過ぎた既刊本の廉価版をスマートフォンアプリとして出すというのが、出版社の電子書籍戦略のひとつになっていく可能性もある。

一方で、出版社による単体電子書籍アプリは依然としてリジェクトされる傾向にあり、紙書籍に近い価格で販売される新刊書籍については昨年同様ストア型アプリ^(*)にて販売される状況が続いている。これらはアプリ内課金によって一定の売上げが上がっていることが予想されるが、単体アプリとして出せないことでマーケティング方法が限定されるという苦戦を強いられている。

日本版のiBookstoreがオープンすればこの状況の変化も期待できるが、米国のiBookstoreがかなり苦戦していることもあり、その時期はいまだ予測できない。

ソーシャルリーダーが普及の兆し

ここまで電子配信に最適化したコンテンツの進化についてまとめてきたが、ユーザーエクスペリエンスの改善が進んでいることも忘れてはならない。スマートフォンが注目され始めたころ、紙書籍における読書体験を再現するページめくりアニメーションなどが注目されていたが、ページをめくる速度や感触などで紙書籍の再現には至らない部分が多く、ともすれば紙書籍のユーザー体験の劣化版と考えられなくもないレベルにとどまっていた。

そんななか、スマートフォンやタブレット端末に最適化したコンテンツ閲覧の形を実現したのが「Flipboard」

である。FlipboardはiPadやiPhone向けのアプリとして開発されたソーシャルリーダーで、電子雑誌、インターネットのニュース、ブログのほか、FacebookやTwitterなどで友人が進めるコンテンツ、投稿された写真などが自動的に集め、それらを雑誌のようなレイアウトで見やすく構成するソーシャルマガジンアプリである。各端末のサイズやユーザーの嗜好に合わせて、内容やレイアウトが最適化されるのが特徴だ。

Flipboardはもともと米国で大きく注目されていたが、2012年5月に日本のニュースサイトに対応した日本語版が発表され、今後日本オフィスを設立して日本の出版社との連携を図っていくと発表されている。すでに「USA TODAY」「National Geographic」「The Guardian」「Vanity Fair」など世界75以上の出版社と提携し、日本でも「日経ビジネス Digital」との連携が決まっている。これからの1年は、ただ書籍が電子化されるだけでなく、ユーザーの電子書籍に対する体験が大きく変化する年になりそうである。

新聞電子版が好調 ニュースサイトからの転換が目立つ

出版社が主体となった電子版展開が比較的伸び悩んでいる一方で、新聞の電子版の売り上げは順調に伸びているようである。いち早く有料の電子版展開を開始した日本経済新聞 電子版は、2012年4月(創刊から2年)の時点で有料会員が20万人を突破したと発表されている。これは印刷版(約300万部)の約7%に当たり、世界的にも「The New York Times」「The Financial Times」に続く規模になっている。

日経新聞の電子版は無料ニュースサイトを改組する形でスタートし、多くの記事は「冒頭のみ無料」という形になっているが、それでもソーシャルメディア上でニュースを紹介する際の参考URLとして頻繁に利用されている。購読者／非購読者問わずURLをソーシャルで拡散し、それを見たユーザーが新規入会する、という流れがあることが推測される。

これに刺激を受けてか、朝日新聞も2012年1月に無料ニュースサイトのアサヒ・コムを閉鎖、有料版との統合を行っている。一方、読売新聞などは印刷版の購読者限定で有料電子版を格安(月額157円)で提供しており、どの

方式がスタンダードとなるのか今後注目されている。

2012年度の展望 紙書籍の電子化点数が急増見込み

紙の書籍をそのまま電子化して販売するという点に関しては、電子書籍の点数不足や、新刊の電子書籍化が進んでいないことなどから、売り上げがまだあまり伸びていないようである。2011年におけるベストセラーの電子化成功例としては、緊急出版で紙書籍在庫が枯渇した『スティーブ・ジョブズ』(講談社刊)など数点にとどまっている。

一方で各プラットフォームでは独自のバナーやメルマガによる誘導により、既刊ベストセラーの掘り起こしなどに成功しており、オンラインでのマーケティング力はむしろ強くなりつつあるとも捉えられる。

今後新刊の電子書籍化が進むことにより、売り上げが大きく伸びる可能性は十分考えられるだろう。

2012年に入ってから、これらの点について前向きな動きがしばしば見られる。例えば講談社は2012年6月以降の新刊について、原則的に電子書籍と紙書籍を同時刊行することを発表した。また講談社、集英社、小学館など出版社11社による書籍電子化代行組織「出版デジタル機構」が立ち上がり、大手出版社や大手印刷会社などから20億円、産業革新機構が最大150億円をそれぞれ出資する。

そのため2012年度は少なくとも、電子書籍の点数に関しては急増する年になることが見込まれている。

また本稿執筆時にはまだ発表されていないが、出版社との契約を徐々に進めていると噂されるAmazonのKindleが日本展開を近いうちに始めることは間違いなさだろう。サービス開始時にどの程度のコンテンツがそろえるのかはまだ予想がつかないが、おそらくこれが電子書籍マーケットを主導していくことになるだろう。

あるいは、楽天が買収したKoboが電子書籍市場において主役になる可能性も十分考えられる。現段階では表立った動きはないが、楽天ブックスで一定のシェアを持っていることなどを考えると期待が持てる。

(*1) ストア型アプリとは、ビューアーアプリのみ配布し、アプリ内で書籍を購入・管理する形式。



[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