

電子書籍ビジネスの最新動向

中島 由弘 ●株式会社インプレス R&D OnDeck 編集部 編集委員

国際的な大手電子書籍書店が国内にも一斉参入し、米国から2年遅れで成長軌道へ。今後、出版社にはより効率的な制作工程が必須。セルフパブリッシングにも期待が高まる。

2012年秋、アマゾンやアップルなど、米国の大手電子書籍プラットフォームが日本市場への参入を果たし、ようやく日本も電子書籍元年を迎えた。ここでは、この1年の電子書籍市場の動向をまとめるとともに、日本市場からは2年~3年ほど先行していると言われる米国市場の動向も紹介しながら、今後の産業の課題と展望について述べていく。

■続く出版不況のなか、急成長が期待される電子書籍市場

日本の電子書籍市場の成長性については、インプレスビジネスメディアの市場規模推計が一般的によく引用される(資料1-1-3)。それによると、2012年の日本の電子書籍市場規模は前年比15.9%増の729億円、2017年には2390億円にまで拡大するものと予測されている。

資料 1-1-3 日本の電子書籍市場規模と今後の予測



出典：『電子書籍ビジネス調査報告書2013』（インプレスビジネスメディア発行）

1
2
3
4
5

これまでは、本格的な電子書籍ビジネスがなかなか立ち上がらず、また、かねてから続くフィーチャーフォン市場縮小の影響を受けて、それまでの日本版電子書籍の中核であったケータイコミックの市場も縮小し始めたため、2011年には一時的に成長が鈍化していた。しかし今後は、スマートフォン、タブレット、eリーダーといった新プラットフォームによる電子書籍市場の大幅な成長が期待されている。

■ 2013年の日本市場の動向と今後の展望

この数年、毎年のように新聞や雑誌などのメディアで「今年こそが電子書籍元年」と言われ続けてきた。また、アマゾン、アップル、グーグル等の米国で成功を取めた大手企業による電子書籍事業が日本でサービスを開始することを指して「黒船襲来」と表現されるなど、電子書籍をめぐる動向に日本の出版業界は戦々恐々としてきた。2012年秋には、アマゾンの「Kindleストア」、アップルの「iBookstore」、そして楽天に買収されたコボ (Kobo) が、相次いで国内に本格的な電子書籍販売事業を開始した。そうした事実を考えると、実質的な電子書籍元年は2013年だったと言えるのではないだろうか。

当初は、電子書籍の点数が十分でないという指摘があったり、専用eリーダーの不具合が多かったりと、必ずしも順風満帆とはいかなかったが、各社とも改善を図り、既存の書店との連携やeリーダーの販売を始めて、状況は好転してきている。また、大手の出版社が続々と対応を進めていることから、書籍の電子化という課題は時間が解決しそうな状況とも言えよう。

こうした出版社の動向とは別に、セルフパブリッシングに対する著者やベンチャー企業の関心も高まりつつある。セルフパブリッシングと

は、著者が出版社に費用や編集・制作といった作業を頼ることなく、自身で執筆から編集・制作、場合によってはマーケティングまでも主導し、電子書籍書店などを経由して販売するものである。

日本ではアマゾンが「Kindleダイレクト・パブリッシング (KDP)」というサービスを早期から提供している。日本のベンチャー企業では、ブクログがいち早く電子書籍の制作・販売サービス「パプー」に取り組んでいた。最近では中堅出版社であるゴマブックスが「BookSpace」というサービスを開始した。これらのプラットフォームで編集・制作された電子書籍コンテンツは、Amazonや楽天などの電子書籍書店で販売もできる。しかし、いまのところ、出版社と競えるような大きな成功を取めたタイトルはあまりなく、著者にとっては実験の途中か、またはニッチな市場向けのものとして位置付けられている。将来的にはセルフパブリッシングでデビューした著者と出版社が契約をして、1人ではできないような作業をチームワークによって行い、高いレベルのコンテンツを発行するような流れになっていくだろう。

また、電子書籍の流通プラットフォームとしては、いわゆる電子書籍書店以外にも多数の参入が見られた。なかでも特筆すべきはソーシャルネットワークで有名なLINEである。2013年11月には登録ユーザーが世界で3億人、日本では5000万人をそれぞれ超えたと発表されているこの巨大なプラットフォームでコミックを流通させることには、高いポテンシャルを感じる。さらに、LINEへのコンテンツの流通を担うメディアドゥも業績が好調とされ、2013年11月20日に東証マザーズへの上場を果たした。

もちろん、電子書籍の流通や販売のビジネスではいまや老舗ともいえるイーブックジャパンやパピレスも好調な業績を維持していることから、

1
2
3
4
5

電子書籍は単なる話題性だけのものではなく、産業としての伸張性も裏付けられている。

そして、電子書籍を支える技術的な面でも日本企業の技術が活かされている。かつてNTTドコモの携帯電話に内蔵されていたiモードのブラウザ開発で急成長したシステムハウスのアクセスが、EPUB3に対応するレンダリングエンジンを開発した。このレンダリングエンジンは、楽天のkoboに搭載されている日本向けのブラウザで採用されている。また、アクセスは、日本語を含む国際標準仕様が盛り込まれたEPUB3のリファレンス実装となるリーディウムへの技術供与も行っている。こうした日本で培われた組み込みブラウザ技術が電子書籍で生きていることも忘れてはならない。

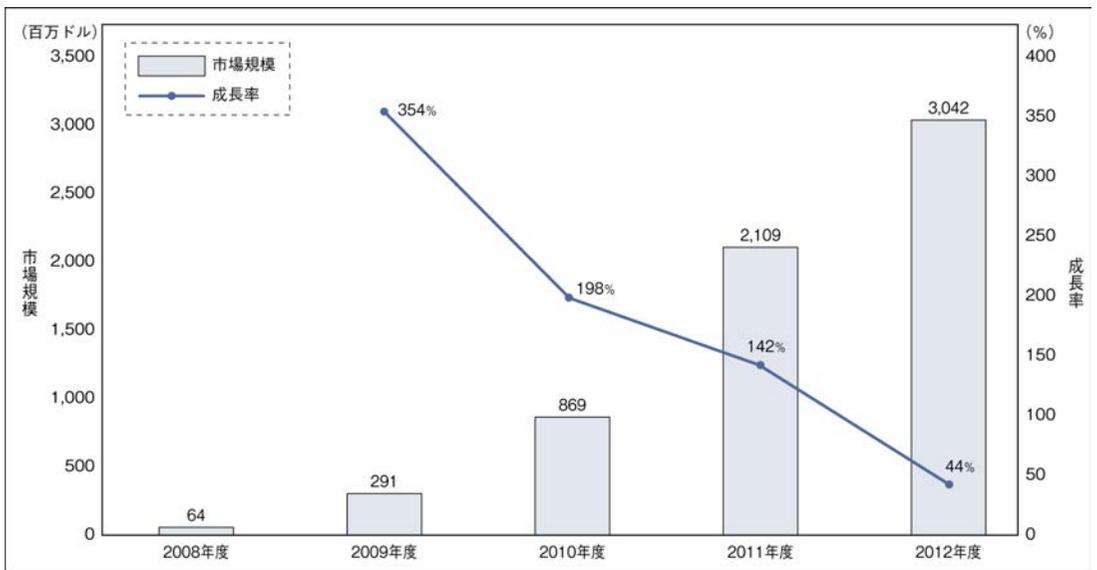
このように、電子書籍市場が立ち上がっていくなかで、その道筋はできた。しかし、多くの出版社はいまだに電子書籍のためのファイル変換と

いう課題から抜け出しているとは言えない。次の段階では米国出版業界でも起きているような、デジタル化に伴う編集・制作ワークフローの見直し（デジタルファースト）、Amazonなどの電子書籍書店に任せきりにしないデジタルマーケティングの施策、プリントオンデマンドの採用による、従来の見込生産に伴う在庫リスクの低減など、出版社が経営的に解決すべきものも多い。

■ 2013年、米大手出版社の電子書籍売上構成比率は20%超

先行する米国の電子書籍市場を見てみよう。米国の市場規模を表す標準的統計調査であるBookStats 2013によれば、2012年の米国の電子書籍市場規模（出荷ベース）は30億4200万ドル（約3000億円）で、これは前年の2011年と比較すると44%増になっている（資料1-1-4）。

資料 1-1-4 米国電子書籍市場規模（出版社出荷ベース）と成長率の推移



出典：BookStats 2013 (<http://bookstats.org/>)

また、一般書分野の書籍全体（印刷版と電子版）での市場規模（出荷ベース）は150億4900万ドル（約1兆5000億円）で、同じく前年と比較すると6.9%増となった。つまり、電子書籍は一般書籍全体の約20%を占め、5冊に1冊が電子書籍ということである。

対前年度からの成長率で見ると、2012年は44%となり、それまで3桁の成長率を続けてきたことに比べ「鈍化」していると評されているようだ。しかし、大局的な産業界の見方としては、こ

れからも電子書籍市場の拡大は続くという見解が多く、安定成長期に向かいつつあると言ってよいのではないだろうか。

さらに、大手出版社の決算発表を見ると、各社の売上に対するデジタル製品（電子書籍とオーディオブック）の売上構成比が20%前後を占めるまでに成長している（資料1-1-5）。今後の注目される市場の転換点は、出版社の電子書籍売上構成比が50%を超えるのがいつになるか、ということだ。

資料1-1-5 決算を発表している大手出版社の電子書籍の売上構成比

出版社名	直近の発表による電子書籍の売上構成比
ランダムハウス（ワールドワイド）※	22%（米国内だけでは30%近いと見込まれる）
ペンギン※	17%
アシェットブックグループ	26%
サイモンアンドシュースター	20%以上
ハーバーコリンズ	15%

※ランダムハウス(ワールドワイド)とペンギンは合併したため、電子書籍の売上構成比は米国内のみで20%超えと推測される。

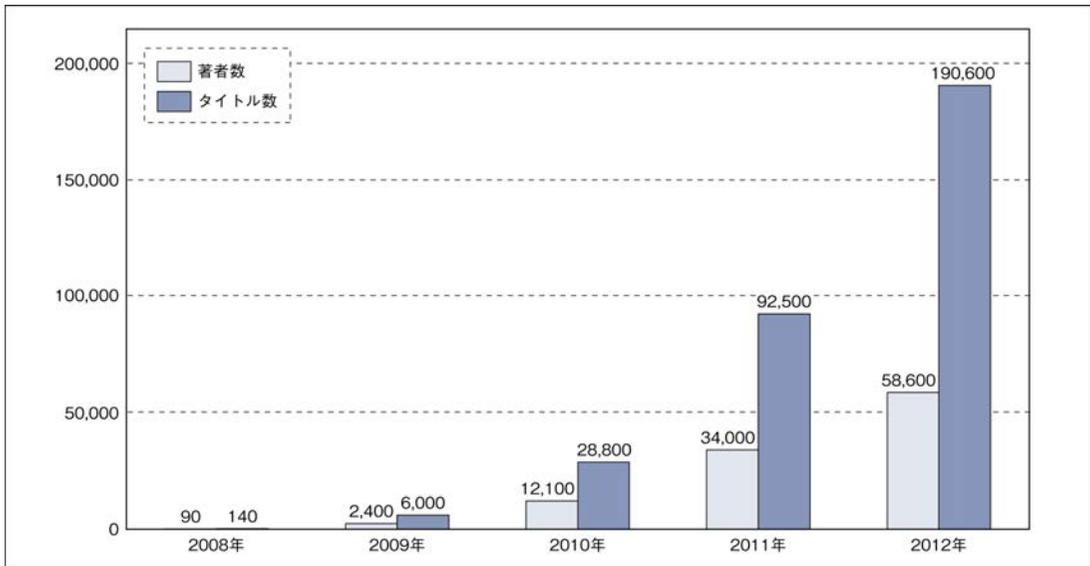
出典：『電子書籍ビジネス調査報告書2014』（インプレスビジネスメディア発行）

また、この1年で顕著なのはセルフパブリッシング市場の伸びだ。いまのところ、セルフパブリッシング市場の規模を示す標準的な指標はないが、米国のセルフパブリッシングプラットフォーム大手であるスマッシュワーズの発表では大きな伸びを見せている（資料1-1-6）。また、図書コードであるISBNの発行エージェントであるパウカーによると、米国でのセルフパブリッシング著者へのISBN付番比率がついに40%を突破し

たという。これは作品数にすると39万1000作品で、前年比59%の増加となっている。しかし、ISBNコードのない出版物もKindleダイレクト・パブリッシングには多数あることから、実際に発行されたものはこれよりさらに多いと推測できる。セルフパブリッシングが、商業出版社も無視することのできない規模になっていることは間違いないさそうだ。

1
2
3
4
5

資料 1-1-6 米スマッシュワーズのセルフパブリッシング著者数と取り扱いタイトル数の推移



出典：スマッシュワーズ公式ブログ (<http://blog.smashwords.com/2012/12/smashwords-year-in-review-2012-power-in.html>)

2013年後半のトピックスとしては、アマゾンが買収したことで脚光を浴びたグッドリーズに代表される書評コミュニティサイトの登場、そして月額定額制の電子書籍購読サービス（いわゆるサブスクリプションサービス）として相次いで開始されたオイスターやイーリアタ（eReatah）のサービスである。

電子書籍のマーケティング施策としては、どのような方法が決定的な効果をもたらすかはまだ試行錯誤の段階にあるが、読書愛好家同士のコミュニティを活性化させることが重要な1つであることは間違いのないだろう。出版社は、影響力のある読者や書評家（書評を投稿するユーザー）にいかにか話題にしてもらうかについても工夫している。サブスクリプション型サービスはすでに動画配信の分野でネットフリックスが成功を収めたことが知られているが、同じデジタルコンテンツとして、電子書籍でもこのモデルへの対応が試みられている。先述したオイスター社はセルフパブリッシング大手のスマッシュワ

ーズ社とも提携を発表し、セルフパブリッシング作品を定額で読めるサービスを提供するようだ。

一方で、出版社の内部の変革も求められている。すでに、出版社の売り上げの大きな柱となっている電子書籍に対応する組織改革や、編集・制作ワークフローの見直しも発表されている。その中にはソーシャルメディアの専門家の採用なども含まれている。また、従来からの書籍流通事業の大手であるイングラム社では、出版社から書籍のマスターファイルを預かり、電子書籍形式に変換して電子書籍書店に配信するだけでなく、デジタル印刷機を使って必要部数だけ印刷して書店に配本する、出版社向けのプリントオンデマンド（POD）のサービスを開始している。このソリューションをいち早く利用している出版社には、コンピューター技術書で知られるオライリーメディアがある。同社は、従来の印刷により書籍の見込生産をして在庫を持つよりも、その資金をコンテンツ開発などに振り向けることで、出版社の体質を大きく変えることができる、としてい

1
2
3
4
5

る。このことは、電子書籍が電子ファイルの配信だけでなく、電子化によるワークフローの改革をも迫る「電子出版ソリューション」の一部でもあることを示している。

そして、2013年秋に、アマゾン は「KindleMatchBook」というプログラムを発表した。これは、Amazonで印刷版書籍を購入した顧客に対し、同タイトルの電子版を安価に提供するというものだ。日本では始まっていないサービスであるが、日本でも、いわゆる「自炊」と呼ばれる、印刷版の光学的読み取りのニーズも高いことから、期待の高まるサービスである。ただし、これには出版社と著者がこのプログラムに参加していることが必要であり、出版社にとってはまたもや多くの課題が突きつけられたことになる。

■国内出版業界にさらに変革を迫るデジタル化の波

2年～3年前の日本の電子書籍ビジネスの論点といえば、ファイル形式などの技術仕様についてであり、しかも過去から利用されてきた日本独自仕様との整合性をどう取るかということや、ガジェットとしてのタブレットや専用eリーダーなどのハードウェアの仕様や価格といった表面的な問題に終始することも多かった。一方で、そもそも本は紙に印刷され、装丁も作品性が高いものなので、電子版には本としての価値を見出せない、という否定的な見方も少なからずあった。さらには、原著者からは、電子書籍版の印税率は何%が適切かという議論も起こった。材料費のかからない電子版なら、より高い印税率が期待できるのではないかという主張だったが、こうした論争もかなり収束したものと思われる。

現在は、海外で大きな成功を収め、マーケティングメニューも充実した大手電子書籍書店が日本市場に参入を果たしたことで、論点は、出版社

がいかにコンテンツを揃え、遅滞なく市場に投入できるかということに移った感がある。その中でいまだ解決に至っていないのは、原著者からいかに電子版の出版許諾を得るかという問題だろう。2013年秋には文化庁が電子出版権を新設する方針を決め、法案を2014年の通常国会に提出するとしていて、執筆時点ではそれに対するパブリックコメントの募集を行っている段階である。作家団体はこれに反対する姿勢も見せていて、これからの議論にも注目すべきである。

また、先行市場である米国の動向を見ると、次の課題としては、先述した日本での課題とも共通するが、出版社内部のワークフロー改革や、デジタルマーケティングのノウハウを持つスタッフの育成、そして優良なセルフパブリッシングコンテンツの権利獲得などが挙げられている。

さらには、英語作品の場合、国際市場での販売体制の確立も関心事であるようだ。国際的な販売体制という点には、日本でもいずれ対応が迫られるだろう。ネットワークで世界中に配信ができるようになれば、出版社にとっては従来のように国ごとの著作権ライセンス先を見つけて契約をしなくても、翻訳さえできれば流通が可能になるということなのだ。すでにゴマブックスは在外邦人向けに日本語コンテンツの世界中での販売に乗り出した。今後は、コミックのような競争力の高い日本の作品をいかに国際化できるか、ということも試されていくだろう。



1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014

[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～2014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