

電子出版ビジネス—デジタル化を経て情報化へと転換する時機の到来

中島 由弘 ●インプレス イノベーションラボ編集委員

国内の電子書籍市場はコミックを中心に堅調に推移。米国でも大手はマイナス成長、インディーズはプラス成長となっている。ブロックチェーンの活用により出版ビジネスをデジタル化する取り組みも見られる。

■日本の電子書籍市場規模推移

2017年度（2017年4月～2018年3月）における日本の電子書籍市場規模は2241億円と推計され、2016年度（2016年4月～2017年3月）の1976億円から265億円（13.4%）増加している。また、2017年度の電子雑誌市場規模は315億円で、対前年比4.3%増と推計され、電子書籍と電子雑誌を合わせた電子出版市場は2556億円となった（資料1-1-7、1-1-8）。

ジャンル別に見ると、コミックが前年度から228億円増加の1845億円（市場シェア82.3%）、一般書（文芸書・実用書・写真集など）が同37億円増加の396億円（同17.7%）となっていて、本年度もコミックを中心に堅調に推移した。

ただし、最近の各種調査によると、電子雑誌市場を押し上げてきた月額定額制サービス（サブスクリプションサービス）による出版社の売り上げは頭打ちとなっているようだ。これまでは「dマガジン」（NTTドコモ）に代表されるような携帯電話通信事業者が提供するサービスが堅調であったが、本来の携帯電話通信サービスの契約と、それに付帯する情報サービスの契約を分離し、料金を明確化することなどについて、行政からの指導が進んだことが、利用者数頭打ちとなった理由と

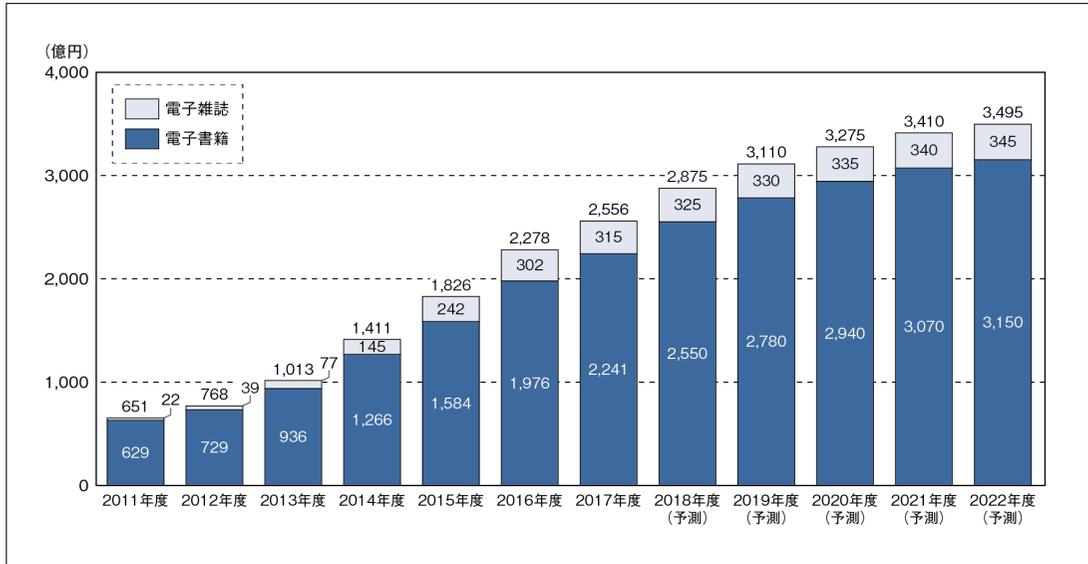
して指摘されている。

■米国の電子書籍市場規模推移

アソシエーション・オブ・アメリカン・パブリッシャーズ（米国書籍出版社協会、以下、AAP）が発表した2017年通期の米国における加盟社の電子書籍出荷額は11億ドル（1100億円）と、対前年同期の11.5億ドル（1150億円）からわずかに減少した（資料1-1-9）。また2018年1月～10月までの10か月間の集計でも、対前年同期比-3.1%（資料1-1-10）と、その後に加算される年末のホリデーシーズンの売り上げを加味したとしても、引き続き軟調な結果になると見られる¹。

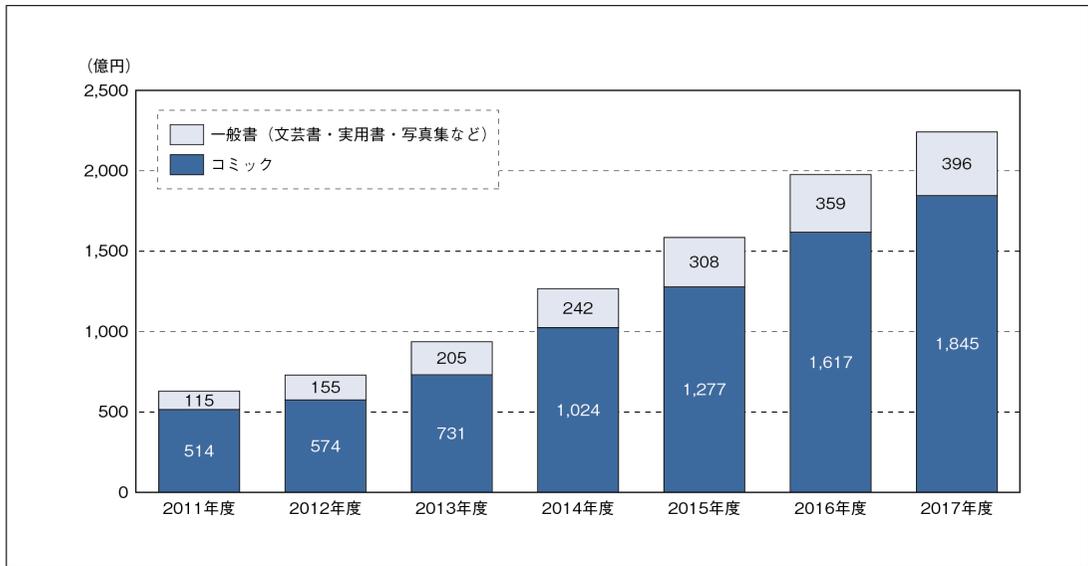
こうしたなか、米国の電子出版市場において、急成長を遂げている分野として挙げておきたいのはオーディオブックの市場である。2017年通期、および2018年1月～10月までの集計を見てもわかるとおり、対前年比37.7%の3億7900万ドル（379億6000万円）と、電子書籍のおよそ半分近くの規模になるまでの成長を見せている（資料1-1-10）。その背景には、米国には以前からカセットテープやCDなどをメディアとしたオーディオブックの市場が存在していて、主な交通手段が自動車である米国においては、通勤時に運転

資料 1-1-7 日本の電子書籍・電子雑誌の市場規模予測



出所：インプレス総合研究所

資料 1-1-8 日本の電子書籍市場規模のジャンル別内訳

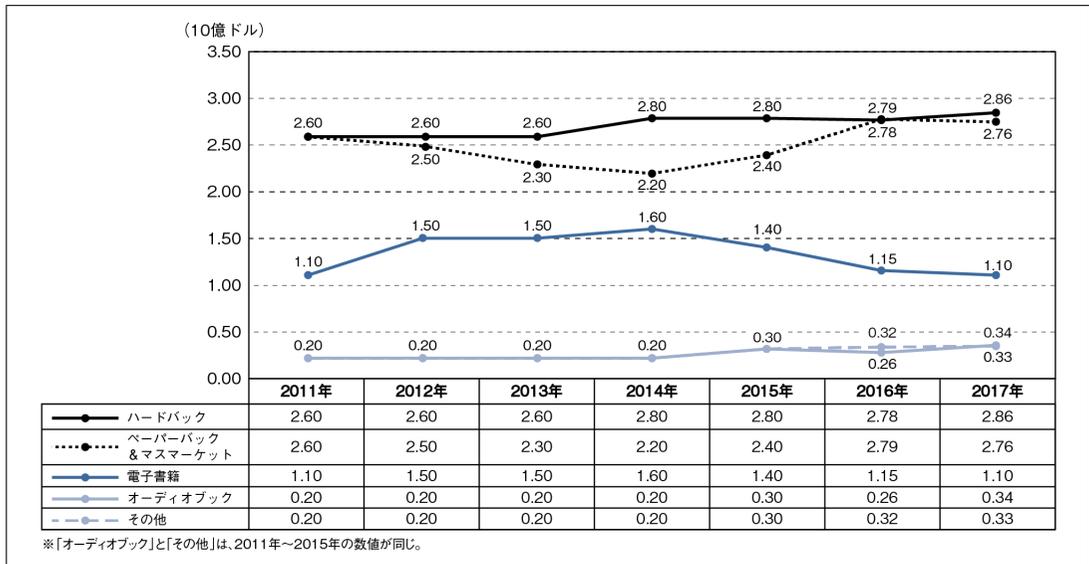


出所：インプレス総合研究所

しながら聞くという習慣があったようだ。
 今後は、スマートスピーカーといった新たな再生用デバイスの普及とともに、音声でのコンテンツが再認識されていくものと思われる。こう

したことから、今後も伸びしろのある市場といえよう。
 また、米国では、AAPに加盟している出版社を経由しない電子書籍、いわゆるインディーズ版

資料 1-1-9 米国の書籍出荷金額推移



出所：アソシエーション・オブ・アメリカン・パブリッシャーズの資料をもとに筆者作成

資料 1-1-10 2018年1月～2018年10月までの米国の書籍出荷金額一対前年同期比

	(単位：百万ドル)	2018年1月～10月	2017年1月～10月	増加率
ハードバック		2,383.7	2,302.4	3.5%
ペーパーバック&マスマーケットペーパーバック*		2,238.6	2,197.0	1.9%
電子書籍		857.2	885.1	-3.1%
オーディオブック (ダウンロード)		379.6	275.6	37.7%
オーディオブック (物理メディア)		37.3	48.0	-22.3%
ボードブック (厚紙絵本)		118.7	117.4	1.1%
その他		321.5	297.3	8.1%

※マスマーケットペーパーバックとは、小型で廉価版のペーパーバックのこと。

出所：アソシエーション・オブ・アメリカン・パブリッシャーズの資料をもとに筆者作成

の電子書籍が堅調に推移している。この市場の推移は業界団体や市場調査会社の調査結果からは見えてこないが、オーサーアーニングス²というウェブページ (<http://authorearnings.com/>) を運営する独立データサイエンティストであるデータ・ガイ氏の調査によると、従来型の統計に現れている数字のおよそ2倍の市場が存在しているという。

出版社で扱ってもらえない多くの作家が電子書籍という形態で作品を発表し、デビューのチャン

スを狙っている。

■電子出版技術：ブロックチェーン

2017年来の最大の技術的な話題といえば、ブロックチェーンだろう。ブロックチェーンというと、一般的にはビットコインなどの仮想通貨を実装するうえでの基盤技術として知られるが、その本質は「分散台帳」という考え方だ。通貨のやりとりに限らず、情報のやりとりの履歴を特定の事業者者に依存することなく、複数のサーバーに分散

して保存したり、それが改ざんされていない真正の記録であることを認証したりできる技術基盤である。そのため、各国において、通貨以外の分野での応用が盛んに模索されている段階である。

そのようななか、早速、出版ビジネス向けのブロックチェーンの実装が登場してきた。それがパブリカ (<https://publica.io/>) である。パブリカでは、1) 著者が執筆したい書籍の企画を事前に提示し、2) 出版に必要な資金を読者から調達する。3) 編集者やデザイナーなど、編集や制作に必要な協力者への支払い条件をあらかじめシステム上で変更できないように定義しておき、4) 書籍が発行されたら、記録されている取り決めどおりに、関係者へ報酬が支払われる。5) あらかじめ企画に賛同し、資金を出した読者には、コンテンツへのアクセスキーが提供され、閲覧が可能になる。閲覧の必要がなくなった場合、他の人にそのアクセスキーを譲渡することも可能だが、同時にライセンスが与えられていない複数の閲覧者で共有したり、コピーしたりすることはできない。

電子出版というと、これまで出版社が担ってきた業務のうち、編集・制作 (DTP)、製造 (プリプレス、デジタル印刷)、営業 (マーケティング)、流通 (電子配信) などがメインだった。しかし、それ以外でも、資金調達、スキルを持った人たちの組織化、そして利益分配という業務も担っていて、いよいよこの部分にもデジタル化、すなわち他の産業と同じように、デジタルトランスフォーメーションの動きが出てきたというわけだ。とりわけ、こうした分野の業務は出版社という組織体が得意としてきたところであり、そこにも風穴が開く可能性がでてきた。

もう1つの事例を紹介しておこう。それは独自のトークン (仮想通貨) をメディア記者と読者でやりとりするスティーム (<https://smt.steem.io/>) である。これは、投稿型メディアにおいて、読者

からの「いいね！」が付いた記事の記者 (投稿者) にあらかじめ発行してあるトークンを付与する仕組みである。これだけだと、SNSと同様、組織的に「いいね！」を乱発されたりすることもあるため、影響力を持つ良質な読者 (キュレーター) であると評価されると、インセンティブとして新たにトークンが獲得できる。

ここに例示したような、法定通貨以外の方法によって価値を可視化したり、その価値の蓄積をしたり、価値の交換を行ったりする、いわゆる「トークンエコノミー」は、メディアビジネスでも実装され始めている。

さらに、2018年1月に開催されたCES (コンシューマー・エレクトロニクス・ショー) では、写真器材メーカー大手のコダックが、ストックフォトの著作権管理と印税分配をブロックチェーンで行うというアイデアを発表している。また、2018年6月には、マイクロソフトもブロックチェーンを使った印税分配システムを開発したことが報じられている。このようなブロックチェーンの応用事例は今後も登場してくると予測される。

■課題：インターネットメディアの課題と解決

2018年に顕在化した電子出版市場最大の問題は「漫画村」などに代表される海賊版サイトの登場である。こうした海賊版サイトによって、コミックを発行する出版社や著作権者が大きな打撃を受けたとされた出来事だ。しかも、海賊版サイトの運営者は海外のサーバーや海外のCDN (Content Delivery Network) などを經由して配信を行い、その運営実態をわかりにくくし、日本の法律や捜査の手が及びにくい手法を使っている。さらに、配信経路が複雑になっているアドネットワークを悪用することによって広告を掲出することでの収益を得ている。

これに対処するため、インターネット接続事業者（ISP）が管理するDNSを操作することで違法サイトへのアクセスを遮断する「サイトブロッキング」という手法を導入するというアイデアが浮上した。その法制化をめぐつて、内閣府知的財産戦略本部では「インターネット上の海賊版対策に関する検討会議」を6月～10月までの間に計9回開催した。しかし、サイトブロッキングが憲法の「通信の自由」に抵触する可能性などが法律の専門家から指摘され、その賛否の意見の溝は埋まることなく、検討会議の報告書も採択されないという結果に終わった。

その後、慶應義塾大学SFC研究所内にあるAPL（アドバンスド・パブリッシング・ラボ）において、海賊版を排除するための技術的な方策についての検討が開始された。APLは、電子書籍ファイル形式の国際標準を策定したIDPF（インターナショナル・デジタル・パブリッシング・フォーラム）とウェブの標準技術を策定するW3C（ワールド・ワイド・ウェブ・コンソーシアム）が合併したことをきっかけに、国際標準化活動に対する日本の発言力を高めることを目的として設立された。出版業界とインターネット技術を総合的に研究する機関である。

また、出版業界団体であるデジタルコミック協議会と一般社団法人日本電子書籍出版社協会は、正規版マーク事業組合を立ち上げ、海賊版ではない真正のコンテンツを扱っているサイトであることを示すABJマーク（オーソライズド・ボックス・オブ・ジャパン）を策定し、正規のコンテンツを販売するサイトに表示することを開始した。そして出版広報センターでは、加盟出版各社の主力キャラクターを登場させて、読者が海賊版を利用することをやめさせたりするキャンペーンも行った。

さらに、漫画家の赤松健氏が取り組む絶版漫画

の無料配信サイト「マンガ図書館Z」を運営するJコミックテラスは、「海賊版サイトを全滅させる」として、実業之日本社とともに新たなビジネスモデルの実証実験を開始した。この実証実験は、著作者である作家本人や著作権を持つ出版社ではない「第三者」による作品のオンライン投稿を許諾しようというものである。すなわち、第三者が作品をデジタル化してアップロードすると、販売サイトが得た広告収入から、その一部を著作者や出版社だけでなく第三者にまでも報酬として支払うという仕組みである。

当初検討されていたサイトブロッキングのように、憲法に抵触することが多少なりとも懸念されるような立法措置をいきなり議論する前に、ここで例示したような業界内の各種施策や実証実験、さらには出版業界とインターネット技術の関係者間での議論を進めることは、まさに健全なプロセスといえるだろう。おそらく、音楽や映画などの業界でも、過去には同じように海賊版の対策に悩みながら、だんだんと現在のビジネスモデルを実現させてきているのだから、出版も同じような道筋での検討を進めるべきかと思われる。

■課題：ティム・バーナーズ=リーが提唱する個人情報の管理

ウェブ（ワールド・ワイド・ウェブ）の発明者であり、W3Cでは技術の標準化についてのリーダーシップをとるティム・バーナーズ=リー氏は、近年、一部の大手IT企業らによって個人情報が取得され、その情報は提供した本人ですらコントロールすることが不可能になっている、ということを問題点として指摘している。

現在のインターネット上のコンテンツは、閲覧者の個人情報、アクセス履歴、それらの情報に基づく広告掲出によって経済システムが成り立っている。もちろん、有料コンテンツも存在はする

が、全体のごく一部であり、無料のモデルを否定することは難しいのが事実である。今後、何らかの技術的な手法によって個人が自分の情報をコントロールできるようにすることは、検討すべき段階にあるだろう。とりわけ、2018年はグーグルやフェイスブックなどの大手IT企業からの個人情報漏えいはもとより、その他の国際的な企業からも断続的な個人情報漏えいが発生していることが報じられていることから、これまでと同じやり方では、蓄積されている情報量やそれらを利用者する人の規模をみても、そろそろ企業が管理しきれない限界がきているともいえそうだ。

欧州では、GDPR（一般データ保護規則）を法制化し、より厳しい罰則を設けるという方法をとっている。ただし、サービス提供者側が萎縮することで産業の停滞を招くのではないかという指摘もある。それ以外の国においても、2019年は、なんらかの方法による個人情報の管理とコンテンツビジネス（広告技術）との関係を作り出す新たな技術の進歩が期待される。

■ 出版市場の縮小とデジタルメディアの応用

2018年12月末に出版科学研究所が発表した2018年の出版市場規模（書籍と雑誌を合わせた印刷ベースの出版物の市場規模）は、最盛期のおよそ半分の1兆2000億円にまで縮小したという。理由は、スマートフォンなどのデジタルデバイス

にコンテンツ消費時間を奪われた結果であると考えられている。

一方、スマートフォンで消費されるコンテンツとして、電子コミックは成長を続けていることや、電子雑誌も頭打ちといいつつも、まだまだビジネスとしては成立していることを考えると、魅力あるコンテンツであれば、消費活動の中心的なプラットフォームであるスマートフォン上に展開することで、これからも伸び代が期待できる市場であるということもできるだろう。

しかし、出版社にとっては、編集・制作部門に蓄積された作業手順やスキルの変更、これまでの営業やマーケティング手法とは異なること、さらには既存の出版市場をないがしろにすることで本末転倒になることなどへの危惧から、なかなかデジタル化への思い切った転換が難しいという事情もある。さらに、出版という業界ではデジタル化を積極的に推進するための有能な技術人材の確保に苦慮する状況もあるようだ。

今年、海賊版が出版市場に与えた経済的な損失は確かに無視できないものであるが、既存のビジネスモデルをいかに回復し、維持するかという観点だけでなく、これまでの音楽産業や映画産業が海賊版と戦いながらデジタルトランスフォーメーションを進めてきた経緯なども踏まえて、出版業界も次のプラットフォームへの対応を進めるべき時期に来たといえるだろう。

1. この統計は、米国書籍出版社協会に加盟する出版社の出荷額を集計した数字なので、日本の調査機関が発表している小売り金額による市場規模とは単純には比較できない。一般に、米国の出荷額の数字を2倍にすると日本の小売額に近い数字になるといわれている。
2. オーサーアーニングスは、アマゾンなどの電子書籍販売サイトのデータをクロールし、自動取得して、さらに協力者となる筆者からの印税レポートなどを加味した統計処理を行うことで、より実態に近い統計を目指している。業界の国際会議など

でもプレゼンテーションが行われていて、統計としては信頼できる数字であるといわれている。



1996, 1997, 1998, 1999, 2000...

[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～2019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。

<https://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の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