



電子書籍の可能性 ーキープレイヤーの思惑と行動ー

ジャパンケーブルネット株式会社
企画本部 マーケティング企画部 深澤亨
執筆者 (元KDDI総研 市場分析Gグループリーダー)

KDDI総研 市場分析G 田中実

🕒 記事のポイント

サマリー

日本の出版業界はデジタル化時代において、いよいよリストラクチャリングの時代に差し掛かったようだ。紙の出版物の販売額は減少の一途を辿り、大手出版社の収益は軒並み悪化、その一方で規模こそ小さいが電子書籍市場は着実に育ちつつある。

電子書籍端末市場で今一番の盛り上がりを見せているのが米国だ。Amazonのキンドルが牽引役を務めソニー、Apple、Barnes & Noble等が競って参入。Googleも書籍デジタル化ビジネスへ参入し、ハードとコンテンツの両面で電子書籍市場は激しい競争が繰り広げられている。早晩日本もこの影響を受けることは必至である。

盛り上がる米国の電子書籍端末及び電子書籍市場を概観するとともに、日本の電子書籍市場を巡る出版業界やメーカーの取組みを紹介し、Amazonのキンドルモデルの適用可能性と電子書籍市場成長のための課題を整理してみた。

主な登場者 Amazon.com、ソニー、Google、Apple、出版業界

キーワード 電子書籍、電子書籍（専用）端末、キンドル、iPad、再販制度、委託販売制度

地域 日本、米国

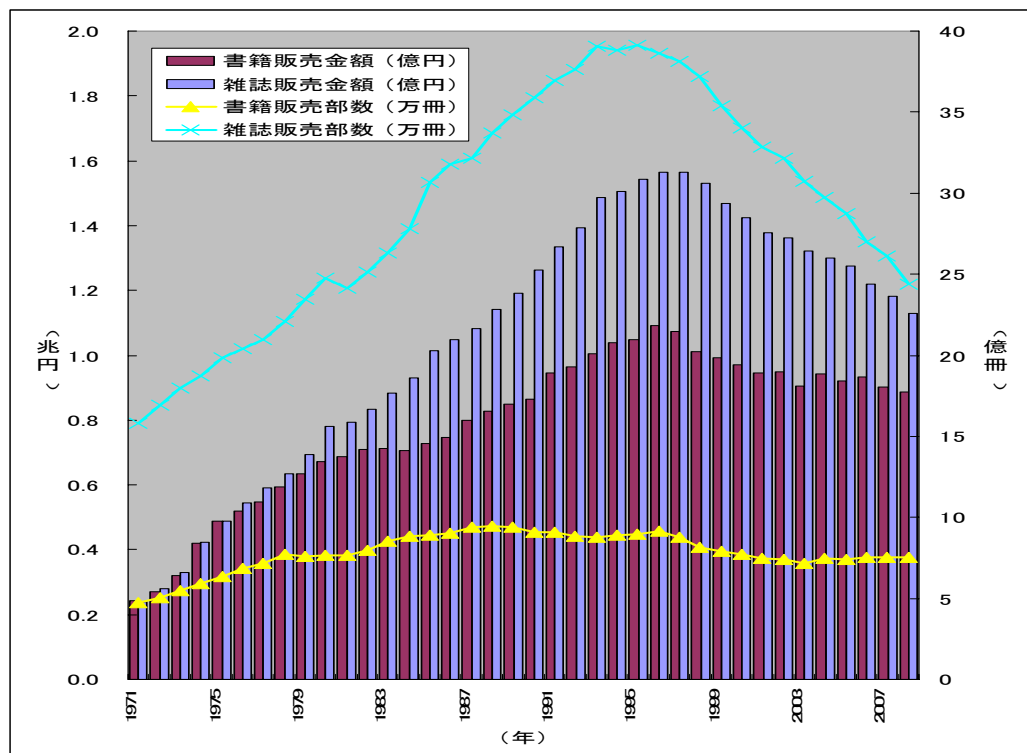
2010年1月米国ラスベガスで開催されたCESでは、新しい様々な電子書籍端末が陳列され、米国電子書籍市場は非常な賑わいを見せた。一方、日本の電子書籍端末を巡る市場環境は、米国の影響を受けつつも出版業界、端末メーカーともに様子見の感は否めなく、米国のように強いドライブが働いている状況にない。そんな中でも電子書籍端末とコンテンツが質・量ともにより充実してくれば、電子書籍市場は急拡大し、音楽・ゲームに続いて一大市場を築くと予想する者もいる。風雲急を告げる国内電子書籍市場の実態と可能性について、米国の電子書籍市場の動きを参考にしながら、今後の行方を検証する。まずは電子書籍分野においても成功の鍵を握るキープレイヤー的存在の「出版業界」の意識の変化と新たな動きから概観する。

1 出版市場の経年変化が語るもの

1-1 出版市場の変化～紙からデジタルへ～

2009年出版指標年報によると取次経由分の書籍・雑誌の販売部数と販売金額は1996年前後を境に2008年までずっと減少傾向だ（図表1）。ピーク時には書籍販売部数は915百万冊（1996年）、同販売額は10,931.1億円（1996年）にまで上ったが、2008年には販売部数751百万冊、販売額8,878.1億円に留まり、いずれも20%弱の減少を余儀なくされている。出版社にとって今も収益の柱である雑誌に至っては、ピーク時に販売部数3,910百万冊（1995年）、販売額15,644.1億円あったものが、2008年にはそれぞれ2,439百万冊（38%減）、11,299.3億円（28%減）まで減少し、その減少幅は書籍の落込みを大きく上回り、減少の流れは留まるところを知らない状況だ。

【図表1】出版市場主要指標（出典：（社）全国出版協会出版科学研究所「2009年出版指標年報」）



（出典）2009年出版指標年報よりKDDI総研にて作成

では電子書籍の市場規模はどう変化しているのだろうか。インプレス発行の「電子書籍ビジネス調査報告書2009」によると、2008年度（2009年3月時点）の売上は464億円で書籍・雑誌の売上規模の僅か2.3%を占めるにすぎないが、対前年比131%の伸びを示しており、拡大基調にある市場だ（図表2）。しかし注意深く拡大推移を見ていくと、2008年度は、本調査始まって以来の“成長の翳り”を感じさせる「変

化」が見える。

変化その1：前年比伸び率の低下

2008年度の電子書籍の売上は伸び率は31%増で2007年度の前年比95%に比して大きく減少した。

変化その2：ケータイ書籍の伸び率大幅低下

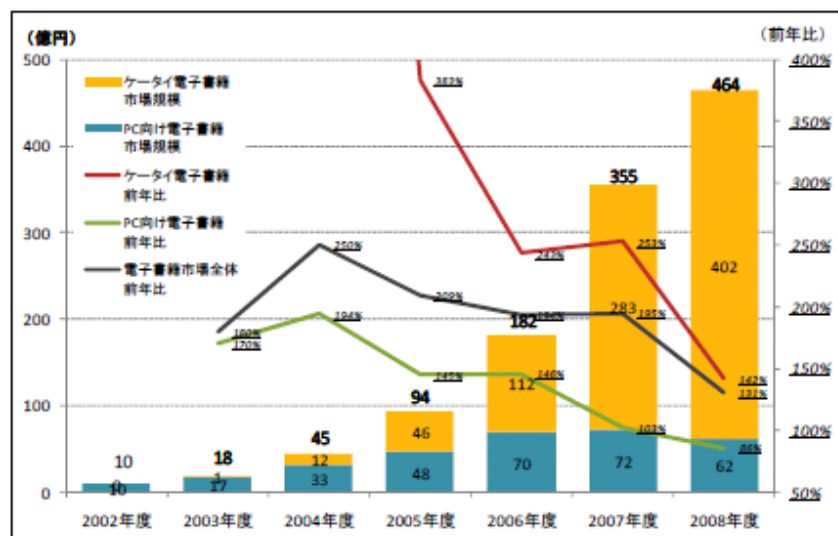
市場を牽引しているのは全体の87%を占めるケータイ書籍であるが、そのケータイの伸び率も2008年度は42%増で、前年伸び率153%増に比して大きく減少した。

変化その3：PC向け電子書籍売上が初めて減少

2007年度まで拡大基調にあったPC向け電子書籍は、2008年度は72億円→62億円へと初めて減少に転じた。2007年度の伸びも2億円程度しかなく、限界が見えてきた感じだ。

人口が減少し、携帯電話保有率、インターネット利用率ともに大きく伸びない中で、さらなる成長率アップを見込むには、“ケータイでコミック・マンガを見る（読む）”といった特定層に加えて、新たな層を取り込むべく、デバイスとコンテンツの両面から今までの延長線上にない新しい取組みをする必要がある。

【図表2】 電子書籍の市場規模の推移



(出典：電子書籍ビジネス調査報告書2009)

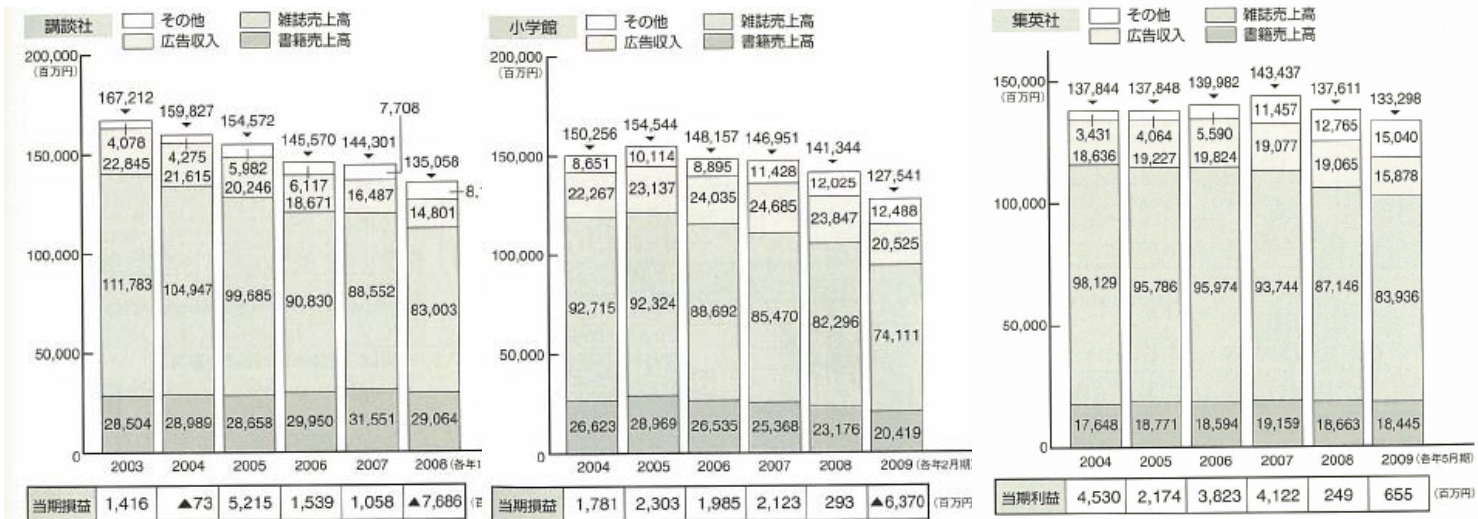
1-2 出版業界の変化

1-2-1 出版社—取次店—書店の経営・収支状況

日本の出版物の流通経路は昔から出版社→取次店→書店という経路を辿って読者へ届くケースがほとんどであり固定化していると言ってよい。出版社、取次店、書店の経営・収支状況は昨今どのように変化しているだろうか。

まずは出版社だ。図表3に示すとおり、大手3社（講談社、小学館、集英社）の2008年決算はいずれも減収減益基調にあり、特に講談社、小学館の落込みが顕著で、いずれも当期損益では赤字を計上した。収益の柱である雑誌売上が下げ止まらず、一方で、「その他（版權、ウェブ、物販）」の収入が売上こそ小さいが堅調に伸びており、収益構造の変化の芽を見ることができる。

【図表3】講談社、小学館、集英社の売上高

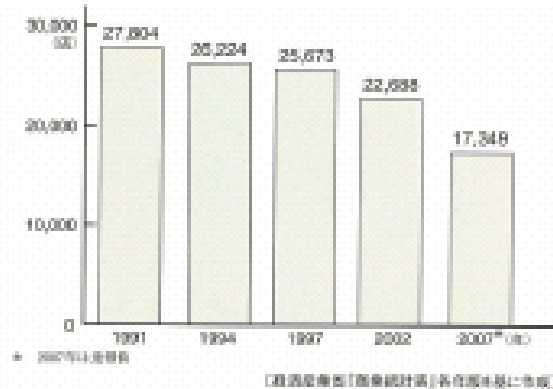


(出典) 情報メディア白書2010

次に取次店と書店はどうか。取次店は日本出版販売とトーハンの上位2社で出版流通シェア9割を占める寡占市場になっており、2009年の両社の合計売上は1,207,499百万円で2008年比では4.7%減、2007年比では6.4%減になっており、ここでも減収傾向が続いている。

書店においては、図表4に示すとおり、その数は激減しており、1991年に27,804店あったのが、2007年には17,349店へと38%も減少している。新規大型チェーン店の登場とネット通販の拡大が中小独立系書店の減少を招いたと推定される。磐石だった紙の出版流通ビジネスモデルは今まさに再考を求められているのだ。市場の流れに沿った改革も時宜を逸すると大手といえども存在基盤が危うくなってくる。

【図表4】書店数（1991～2007年）



(出典) 情報メディア白書2009

1-2-2 出版業界を震撼させたプレイヤー

2009年には、3つのデジタル化（電子化）の波が、出版業界の活動に大きな影響を与えた。米Google、米Amazon.com、そして日本の国会図書館だ。昨今の出版不況による先行きの不安に加えて、これら3者の動きが出版業界の意識と行動を変え、業界間の提携や再編を加速化させている。

(1) 米Google

米Googleは2004年に書籍本文検索プロジェクト「Google Book Search（以下「グーグルブック検索」）」を発表し、世界の大規模図書館の蔵書をスキャンして電子化し、インターネットで全文検索ができるデータベースを作成しようとした。しかし同プロジェクトは全米作家協会、全米出版社協会が著作権侵害に当たるとして2005年米Googleを提訴、2008年10月に一度は和解したものの、その和解案^④（脚注）が米国外にも効力が及ぶことが判明するやいなや日本を含む多くの国々から批判があがった。この動きに対して米Google及び先の2団体は、2009年11月に和解修正案をニューヨーク南部連邦地裁に



④（脚注） 和解案の内容

Googleは、著作権のある書籍を著作権者の許諾を得ずにデジタル化でき、2009年1月5日以前に出版された書籍のうち、Googleが入手困難、または絶版と判断した書籍のデータベースアクセス権の販売や広告集めができる。その見返りにGoogleは1)著作権所有者に対し、事業で得た収益の63%を分配する、2)これまで許諾なくデジタル化した書籍については60ドル/作品を支払う、3)データベース販売の収益は、非営利機関「著作権レジストリ」設立などのため3450万ドルを拠出する—の3点の義務を負う。（参照：IPA報告書「GOOGLE／著作者団体／米国出版協会その他 和解合意（2008）」 2008.12.12）

提出した。この修正案の最も大きな注目点は集団訴訟の参加者を米国、英国、カナダ、オーストラリアの4カ国に制限したことだ。これにより日本や多くのEU諸国は効力の範囲外となった。日本の出版業界はこれにより一時の休息を得たわけであるが、米Googleは「世界中の書籍へのアクセスを増やしていくという当社の積年の使命を実現するため、各国の著作権者とともに取り組みを続けることを楽しみにしている。」というコメントを残し、また新たな機会を探っている。日本の出版業界はこの“一時の猶予期間”を千載一遇のチャンスと捉えて、書籍デジタル化の新たな仕組み構築へ向けて、早急に具体的に動かなくてはならない。

また米Googleは、2010年中には出版社から提供を受けた書籍を電子化し有料販売する新サービス「グーグル・エディション」を導入する予定だ。日本でも秋頃に提供開始するつもりだ。一部報道によるとグーグル日本法人はサービス開始当初1万冊をそろえるべく中小出版社を中心に交渉を続けているという。これに対して日本の大手出版社は、グーグルブック検索の一件以降、米Googleとは距離を置いた慎重な対応姿勢を崩していない。

(2) 米Amazon.com

米Amazon.comは2007年に電子書籍専用端末“キンドル”を、米国電子書籍市場に投入し話題を独占した。その後も矢継ぎ早にキンドル2（図表5、特徴については2章で後述）→キンドルDX（デラックス）といった改良版を提供し、米国電子書籍市場の牽引役を果たすとともに、同市場において磐石なポジションを確立した。今も勢いを増しつつあるキンドルは、2009年10月、インターナショナル版が登場し、日本を含む100カ国で販売が開始された。このことは日本の出版業界に驚きと“黒船来襲の不安”を巻き起こした。2010年1月末現在、日本語版コンテンツの配信は実現していないが、時間の問題だと噂されている。ちなみにAmazonには「e託販売サービス」という新しい取引モデルがある。新興出版社にとって、このモデルはマージン率、支払い条件等非常に魅力的なものであり、既に1200社以上の出版社が「e託」に参加し、4万点以上の書籍が持ち込まれているという。

米国で成功しているキンドルのビジネスモデル（2章で後述）は、日本の出版業界を長らく支配してきた商慣習である再販売価格維持制度^④（用語解説）や

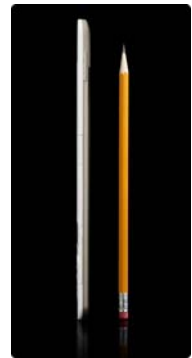
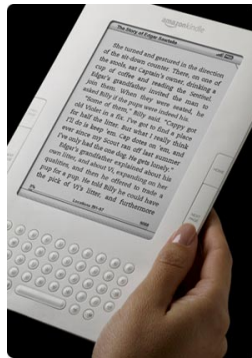


④（用語解説） 再販売価格維持制度（再販制度）

再販売価格維持制度とは、小売である書店の出版物の販売価格を出版社が決定することができる制度のこと。定価販売制度とも呼ばれている。1947年制定された独占禁止法では再販売価格維持行為は原則禁止されているが、出版物については、1953年の法改正で例外的に再販制度が認められている。本の価格が自由化されていないのはこの制度が存在しているからであり、近年、独占禁止法の適用除外の適否を問われている。

委託販売制度[㊦]（用語解説）に対立するものであり、乗り込まれる側の出版業界関係者には容易には受け入れ難いものだ。そこで講談社、小学館、集英社や新潮社など主な国内出版社21社は、2010年2月、大同団結して（社）日本電子書籍出版協会を発足し、電子書籍化のための規格づくりや著作者・販売サイトとの契約方法のモデル作りなどの活動を推進、Kindleの日本語版対応機の発売に備えた動きを展開している。

【図表5】 Kindle2



(出典) Amazon.com HP

(3) 国会図書館

国会図書館は、2009年度補正予算で過去9年間の予算の9倍にあたる126億円を投入し、蔵書の電子化を加速化させる予定だ。加えて2009年6月の著作権法改正により、国会図書館がアーカイブ目的で書籍を電子化する際、複製に著作者の許諾が不要となった。このことは電子化の取組みに追い風となり、これにより電子図書館構想が一層推進される可能性が出てきた。しかし、この電子化には出版社や著作権者の権利を侵害しないように制限がかけられており、ネット上で公開したり、地方図書館へ配信したり、広く活用することができない。あくまで保存することが主の目的となっているのである。これに対して国会図書館長尾館長は、「より多くの人に情報にアクセスする機会を提供するのは図書館の使命である。」として、国会図書館の本をネッ



㊦（用語解説） 委託販売制度

委託販売制度とは、日本の多くの出版物が出版社→取次店→書店→読者という流通経路をたどる中で、取次店は出版社から委託を受けて本の仕入れを行い、書店に対して委託扱いで本を販売してもらった販売方法のこと。書店が仕入れの際に販売に責任を持つ、責任販売制度の対語で、書店にとって売れ残り分は返品が可能のため経営リスクが小さい。

ト配信し、どこからでも閲覧できるように、権利者や出版社の利益を考慮しつつ、第三者機関を通じて有料配信したり、デジタル化コストを回収する仕組みを検討していきたいと述べた^{☞(脚注1)}。利用者の便宜を最大限図った対応を実施するには電子化予算の確保、ネット配信許諾、権利者の協力等クリアしなくてはならない難しい問題が山積み状態だが、蔵書電子化事業が軌道にのれば規模が大きいだけに出版業界に与える影響は大きい。出版業界も注目している動きの1つだ。

他にも目立った動きとして、日本雑誌協会は、2009年8月、講談社や集英社など出版社50社と大手印刷、電機メーカーなどのパートナー企業44社で構成する「雑誌コンテンツデジタル推進コンソーシアム」を立ち上げ、2011年を目処に電子雑誌の有料配信実現を目指している。2010年度には独自の電子書籍端末を開発する予定もあり、さらには著作権処理のガイドライン策定も出版業界を挙げて取り組むこととしている。1月28日から新しい雑誌の可能性を探るべくモニター3000人を対象に雑誌デジタル配信の実証実験を開始しているところだ^{☞(脚注2)}。出版業界を中心にそこかしこで新しいデジタル新秩序が生まれ育とうとしている。

2. 電子書籍をめぐる米国と日本の動き

2-1 激しく競い出した米国市場

米Amazon.comは、2007年、電子書籍専用端末「キンドル」を米国で発売し、今では端末市場の6割を占有していると言われている。現在はその改良型のキンドル2及びキンドルDX（デラックス）、さらにそのインターナショナル版が米国も含め世界100カ国以上で販売されており、世界的規模で電子書籍市場を活況づけている。2009年第四四半期のAmazon決算報告によると売上高は95億2000万ドル（前年同期比42%増）で過去最高を更新した。CEOのJeff Bezosは具体的な数字を示さなかったもののキンドルについて言及し、「数百万の人がキンドルで読書しており、印刷版とキンドル電子版の両方を販売しているコンテンツについて印刷版10冊に対してキ



^{☞(脚注1)} 日本経済新聞 2009.7.5

^{☞(脚注2)} 社団法人 日本雑誌協会ホームページ (<http://www.j-magazine.or.jp/parara.html>)

ンドル電子版は6冊売れている。実にエキサイティングな27ヶ月だ。」^④（脚注）とキンドルの好調ぶりを語った。

米国内でキンドルが好調を維持している（Amazon.comからの販売台数は未公表だが一部報道によると200万台前後と言われている）主な理由は以下の3つに集約することができる。

① 豊富で充実したコンテンツ

45万のコンテンツ量と新刊・ベストセラーの書籍に加えて新聞・雑誌も購読可能（2010年3月25日現在）

② 低価格なコンテンツ料

紙の書籍に比べて50%～70%で購入可能、ほとんどの価格が\$9.99と安価

③ 無線通信機能

3G通信機能を内蔵し、いつでも・どこでも・好きな時にコンテンツのダウンロードが可能。しかも回線契約や通信料金の負担は不要

このキンドルを追って、ソニー、米国書店大手チェーンのBarnes & Noble、ベンチャー企業のプラスチック・ロジック等多くの企業が相次ぎ電子書籍端末市場に参入し、Appleも新端末iPadを1月27日に満を持して電子書籍市場に投入してきた。米国電子書籍端末市場は今や群雄割拠の時代を迎えたのである。ここに主要な3つの電子書籍専用端末にiPadを加えて、端末仕様、サービスの比較をしてみた（図表6）。



^④（脚注） Amazonの2009年第四四半期の決算報告時のCEO Jeff Bezosの発言

"Millions of people now own Kindles," said Jeff Bezos, founder and CEO of Amazon.com. "And Kindle owners read, a lot. When we have both editions, we sell 6 Kindle books for every 10 physical books. This is year-to-date and includes only paid books -- free Kindle books would make the number even higher. It's been an exciting 27 months."

【図表6】米国で展開されている主要な電子書籍専用端末

モデル名	Kindle (Global Wireless)	nook	Reader Daily Edition (PRS-900BC)	iPad
メーカー (URL)	Amazon.com (www.amazon.com)	Barnes & Noble, Inc. (www.barnesandnoble.com/nook/)	Sony Electronics Inc. (www.ebookstore.sony.com/reader/)	Apple Inc (www.apple.com/ipad/)
				
発売	販売中	販売中	販売中	2010年3月下旬 3G版の海外販売は 6月以降
端末価格	\$259	\$259	\$399	\$499～\$829
販売地域	日本を含む100カ国	米国	欧米	当初は米国 6月以降海外も
無線通信	EDGE/GPRS/ W-CDMA(AT&T) (注1)	W-CDMA(AT&T) Wi-Fi 802.11 b/g	HSPA,/W-CDMA /GSM (AT&T)	①Wi-Fi model (802.11a/b/g/n) ②Wi-Fi + 3G model +HSPA,/UMTS/GSM (AT&T)
画面サイズ	6インチ Einkの電子ペーパー	6インチ Einkの電子ペーパー	7インチ Einkの電子ペーパー	9.7インチ LED液晶
タッチ スクリーン	×	○	○	○
内蔵メモリ 容量	2GB (1500冊相当)	2GB	2GB	16GB～64GB
利用 コンテンツ	40万冊＋新聞、雑誌、 ブログ	100万冊＋多様なソース から新聞、雑誌の購 入可	10万冊＋Googleを通じ て100万冊	iBookstore (注2)
対応フォー マット	AZW、TXT、MP3、 Audible、OBI、PRC	ePub、複数のDRMに 対応、PDF	ePub、PDF、JPEG、 BBeB、RTF、TXT	ePub (注3)
変換サポ ートフォー マット	PDF、HTML、DOC、 JPEG	Word編集対応	DOC、HTML	(注2)
その他	・ iPhone、PCと同期 ・ 日本語対応不可 (eBookフォーマッ ト)	・ Android OS ・ 日本語対応不可 (eBookフォーマッ ト)	・ 日本語対応不可 (eBookフォーマッ ト)	・ iPhone用の14万の ソフトが使用可能 ・ 日本語対応可 (eBookフォーマッ ト)

(注1) これまでのKindleは、Sprint NextelのCDMA網に対応。Global Wireless版ではAT&T3G網に対応。

(注2) Penguin, Harper Collins, Simon and Schuster等大手出版社と提携。

(注3) 表示可能なドキュメントの種類：.jpg、.tiff、.gif (画像) .doc、.docx (Microsoft Word) .htm、.html (ウェブページ) .key (Keynote) .numbers (Numbers) .pages (Pages) .pdf (Preview, Adobe Acrobat) .ppt、.pptx (Microsoft PowerPoint) .txt (text) .rtf (リッチテキストフォーマット) .vcf (連絡先) .xls、.xlsx (Microsoft Excel)

(写真出典) 各社ホームページ、(出典) 各社ホームページほかをもとにKDDI総研作成

電子書籍端末をめぐる開発競争は活況を呈しているが、他社戦略を意識したビジネスモデルの見直しもさかんに行われている。例えば米Amazon.comは、Appleの参入を予期して、1月20日に「Kindle」向け著作者の印税の見直しを発表^④（脚注）し、当初販売価格の35%だった印税を70%に引き上げ、Kindleプラットフォームによる著作者囲い込みとも思える戦略に出て、Apple迎撃体制を即座にとった。さらに販売価格において、\$9.99/冊をMacmillanなどの一部の出版社に対して柔軟に対応する姿勢を見せ始めた。

米国調査会社Instart社は、世界における電子書籍端末の普及台数は2008年100万台→2009年300万台→2013年2860万台と僅か5年で約30倍に達すると予測、また米国調査会社iSuppli社も、2008年100万台→2009年520万台→2013年2200万台とInstart社ほどではないが、5年で20倍に拡大すると予測し、電子書籍市場を将来性ある成長市場と見ている。



^④（脚注） [Amazon.comが1月20日にリリースした印税に関する概要](#)

印税をこれまでの35%から70%へ変更するという新プログラムの適用を受けるには以下の条件を満たしていなくてはならない。

- (1) 対象著作物の販売価格は\$2.99～\$9.99の範囲内であること
- (2) 販売価格は紙の書籍の最低市場価格よりも20%以上安くなくてはならない。
- (3) 対象著作物は、著作権の効力が認められるあらゆる地域で販売可能とする。
- (4) 対象著作物の価格はAmazonの競合他社の設定する価格と同等か低くなくてはいけない。

日本で1400円の書籍を例に考えてみよう。著者の印税が10%の場合140円。これがKindle新プログラムだと、書籍を\$9.99ドル（\$1=90円）で売ると仮定して、販売価格は900円になり印税は70%の630円。490円も収入増となるのである。

【コラム】日本語対応版「キンドル」が出たら買いますか？

一般的には財やサービスの購入決定は、購入検討者が「求める価値（期待値）≦得られる効用」と判断した時に購買行動となって表れる。キンドル端末を購入するか否かは、経済価値と使用価値の2つの側面から考えるのが妥当だ。

(1) 経済価値からの検討

2年程度で購入コスト（ここでは端末代＝\$259＝23,310円：\$1＝90円）を回収することができるなら“買い”と判断していいだろう。米国のように電子書籍コンテンツのほとんどを紙の本の60～70%割引で購入することは、再販制度のある日本ではまだ難しいと思えるので米国の約半分の30%引きと仮定してみる。2年間で77,700円以上の書籍・雑誌・コミックを購入する必要がある。1000円の文庫本だと年間38.8冊を購入する計算だ。なかなかの読書量である。これではキンドル購入者は限られてきそうな感じだ。しかし新聞が購読対象に入ってくるとコスト回収は一気に容易になる。同じく月額料金の30%引きで購読可能と仮定すると、2年で十分におつりがきてしまう。但し、経済価値の視点は**購入するに値するコンテンツが質・量ともに十分にある**ことを所与としている。

(2) 使用価値の検討

キンドルの3つの特徴（①いつでもどこでも読みたい時に配信代を気にせず電子書籍コンテンツをダウンロードできること、②目に優しい疲れにくい電子ペーパーディスプレイ、③画面サイズが読むのに適した大きさである）にメリットを見出し、さらに、例えば大きい文字で読む、言葉の意味を調べながら読む、書き込みやアンダーラインを引きながら読む、TPOや気分にあわせて数冊の本を読みわけるといったユーザーの普段の読書慣習や癖が、キンドルの付加価値機能で「簡単に」できて「便利だ」と思えるなら“買い”。

読者のみなさんはいかがだろうか？買う前に一度、自身の読書ジャンル、量、そして習慣をよく考えてみることだ。

2-2 2004年の失敗とキンドル

Google、Amazon.com、Appleと米国デジタル社会の申し子たちが米国内のみならず世界を舞台に自社戦略のデファクトスタンダード化を図ってしのぎを削っている動きに比べて、出版業界を始めとする日本の電子書籍を巡る関係者の動きは緩慢に映る。実は2004年当時、日本の電子書籍端末は世界のトップを走っていたのである。ソニーの「LIBRie（リブリエ）」やパナソニックの「ΣBook（シグマブック）」は、最新の機能を備えた先進的な電子書籍専用端末であった。しかし残念ながらビジネスは成功せず、ソニーは2006年、パナソニックは2008年末に端末製造を中止し電子書籍市場からの撤退を余儀なくされた。その原因は以下の通りと分析される。

- ① 携帯電話による電子書籍サービスが急成長期にあり、競合関係にあった。
(携帯電話による電子書籍に比較優位があった)
- ② 端末価格が4万円前後と高かった。
- ③ 提供されるコンテンツが1000～5000と非常に少なく魅力的なものがなかった。
- ④ 書籍フォーマットは独自仕様であり互換性がなかった。
- ⑤ いつでも、どこでもコンテンツを購入できる仕組みになっていなかった。

(一端PCにダウンロードしてから電子書籍端末へデータ転送する仕組みだった。)

2004年当時のビジネスモデルを今米国で成功しているキンドルモデルと比較してみたのが図表7である。キンドルモデルとの歴然とした差に「撤退」は当然の帰結だった。

【図表 7】 2004 年の失敗(ソニー&パナソニック)と「キンドル」の比較

	2004 年の失敗	キンドル
競合サービスの有無	携帯電話による電子書籍	Apple、ソニー等の電子書籍端末
端末価格	40,000円前後	23,000円 (\$1=90円)
書籍コンテンツの数	1000～5000	400,000
書籍コンテンツの質	コミック・マンガ中心 売れ筋なし	新刊書、ベストセラーあり 新聞、雑誌も安価に購読可能
フォーマット	独自仕様で互換性なし	独自であるが「キンドル for iPhone」や「キンドル for PC」で普及化
便利さ、使いやすさ	・ PCに一端ダウンロードし、メモリカードでデータ移行。 ・ 購入コンテンツは1ヶ月間のみ保有	・ 通信機能搭載でいつでもどこでもダウンロードが無料で可。 ・ 購入コンテンツは恒久的に保有

(KDDI 総研作成)

2-3 キンドルモデルの日本における実現可能性

アマゾンジャパンのVice Presidentである渡辺一文氏は、日本でのキンドル事業の開始について「新作やベストセラーを含めまずは9万タイトルを集めることが大前

提」と述べている^④(脚注)。当初米国でAmazonがキンドルを始めた時も9万タイトルからのスタートだった。コンテンツの品揃えは生命線であると認識しているのだ。しかし日本の業界特殊事情を斟酌すると新作・ベストセラーを含む9万タイトルの収集実現は容易ではないだろう。

課題の一つ目は、コンテンツ価格についてだ。米国のように電子書籍コンテンツを紙の書籍価格から大幅値引きをして販売することは、再販制度が常識化している日本では簡単なことではない。紙の書籍において価格設定権を持ってきた出版社が自らの利益を損なう可能性がある提供形態を快く思わないからである。しかし電子書籍に関する著作権を権利者である著者と直接締結してしまえば、独自の価格設定をすることは可能である。著者と出版社とAmazonの間で今後微妙な駆け引きがありそうだ。日本の電子書籍市場へ早期に参入することを考えるなら業界との摩擦は少ないにこしたことはない。多くのコンテンツを配信してもらえるような新たな利益配分の仕組みを検討する必要があるだろう。最近になって米国においてはキンドルの書籍販売価格を値上げするMacmillanなどの大手出版社が出てきている。Amazonも柔軟な対応を見せ始めているのだ。

二つ目の課題は現状の書籍流通網の問題だ。キンドルモデルは紙の書籍市場で大きな影響力を有する取次店や書店をスキップしてユーザーと出版社または著者がキンドルを介して直につながる。そのため、取次店や書店の抵抗は強くなり電子書籍の速やかな普及にブレーキがかかってしまう可能性がある。紙の書籍の流通経路における収益配分とAmazonの新プログラムの収益配分を図表8に比較してみた。著者にはAmazonの新プログラムは経済的に非常に魅力的に映るが、出版社、取次店、書店にとっては決して看過できるものではないことがわかる。著者—出版社—取次店—書店間の構造変革は避けて通れそうにない。

三つ目の課題はフォーマットの問題だ。Amazonは「AZW」というキンドル独自のフォーマットを使用しており、日本ではeBookフォーマットとしてこれに対応した電子書籍はまだない。iPhoneユーザーは「キンドル for iPhone」アプリ、PCユーザーは「キンドルfor PC」アプリをそれぞれダウンロードしてキンドルコンテンツを利用することは可能だ。Amazonはアプリのダウンロードを通じて端末の多様化を図っている。日本ではシャープが採用し、アジア圏で拡大展開を目指している「XMDF」や日本の電子書籍の世界を長く牽引してきたボイジャー社が採用している「ドットブック (.book)」があるが、いずれも日本内で閉じておりオープンではない。今一番グローバルスタンダードに近いフォーマットと目されているのが米国の電子出版関連の団体IDPF (International Digital Publishing Forum) の「ePub」だ。多くの米国出版社が既にこれを採用して電子書籍を配信しており、ソニーの電子書籍端末への配信やGoogleの電子書籍販売もePubを採用している。

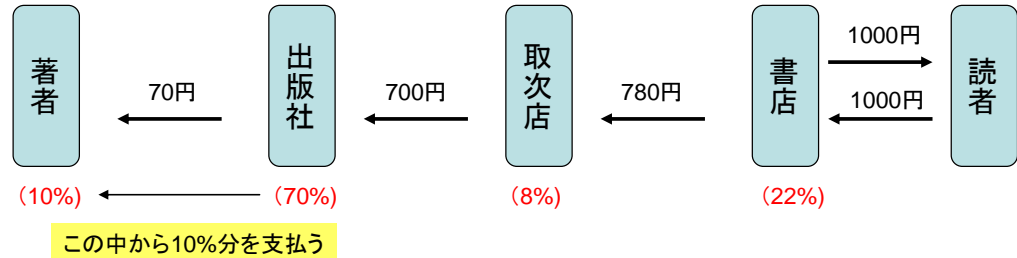


④(脚注) 出所：朝日新聞社「月刊Journalism」6月号

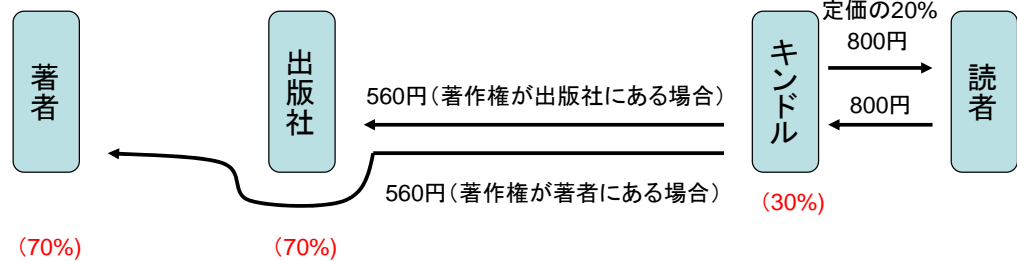
【図表8】 流通経路の収益配分について

(仮定) 定価1000円で販売した場合

【従来型出版流通配分】



【キンドル新プログラム】



図表注: 収益配分の数値は野村総研総合研究所「知的資産創造 2007年6月号」
及び週刊東洋経済 2009.8.29 「出版業界の仕組み」を参考

(出典) KDDI総研にて作成

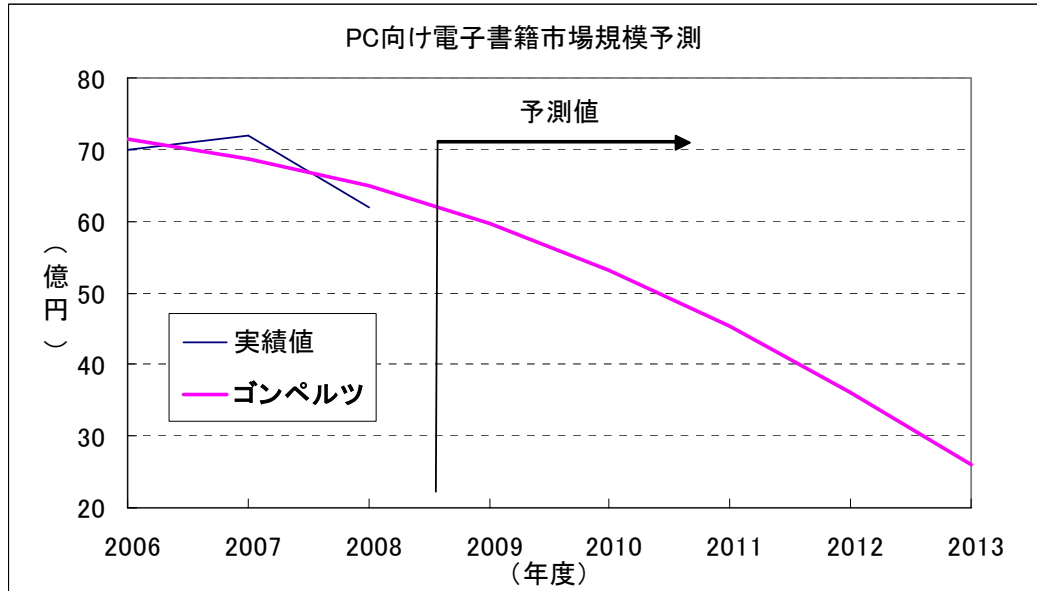
2-4 日本の電子書籍市場のこれから

PCによる電子書籍市場

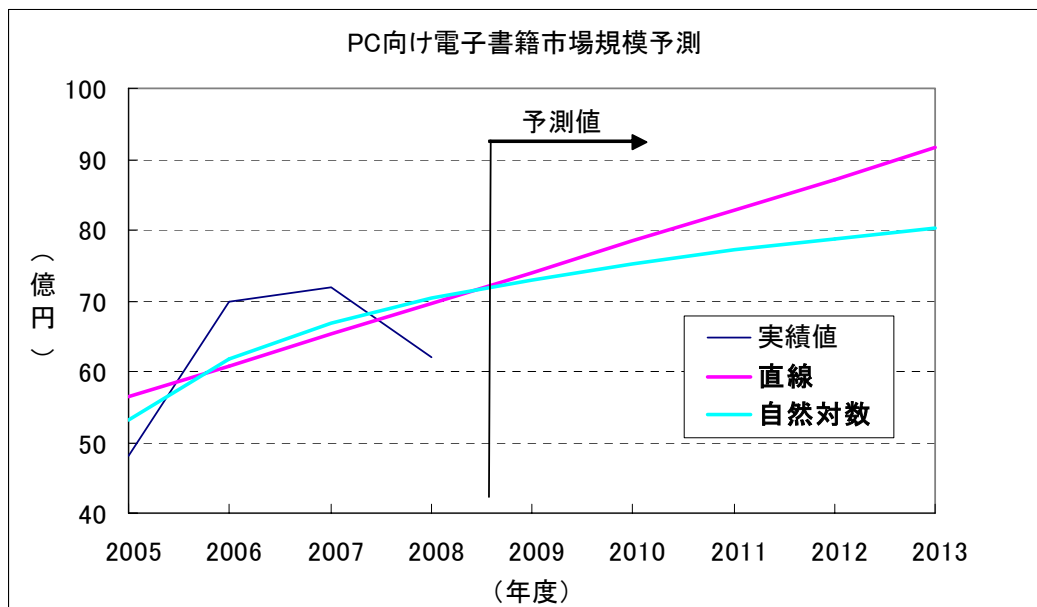
インプレス社の調査によると電子書籍の市場規模は図表2で示すように70億円(06年)→72億円(07年)→62億円(08年)と、2008年ついに減少へと転じてしまった。これまでの延長線で、コンテンツはコミック・マンガが中心で取扱ジャンルの広がりを見せず、端末も機能性や携帯性の点で代わり映えしないものであるならシナリオ1(図表9)に示すように今後も引き続き減少傾向を辿るだろう。しかしこのケースは考えにくいだろう。なぜなら、書籍市場電子化の流れは止められない状況にあり、環境も着々と整備される方向で動いているからだ。この流れは、新刊本、ベストセラー本、雑誌、新聞といったコンテンツの質・量の充実を推進し、あわせて電子書籍端末もユーザーの求める価値に応じて多様化していくだろう。キンドル型電子書籍専用端末やiPad型汎用端末を持って、Amazon、Google、Appleが日本に本格的に参入すれば電子書籍市場の需要は新たな段階を迎えることだろう。さらに購入した書籍コンテンツがPCでもケータイでも書籍端末でも読むことができ、かつ同期が図れるような端末間連携サービスが充実してくれば、ユーザーの利便性は一層高まり電子書籍市場のさらなる拡大が期待できる。2011年以降、シナリオ2(図表10)のような右肩上がりの売上曲線の軌道に再び近づいてくる可能性は否定できな

い。

【図表9】 シナリオ1



【図表10】 シナリオ2



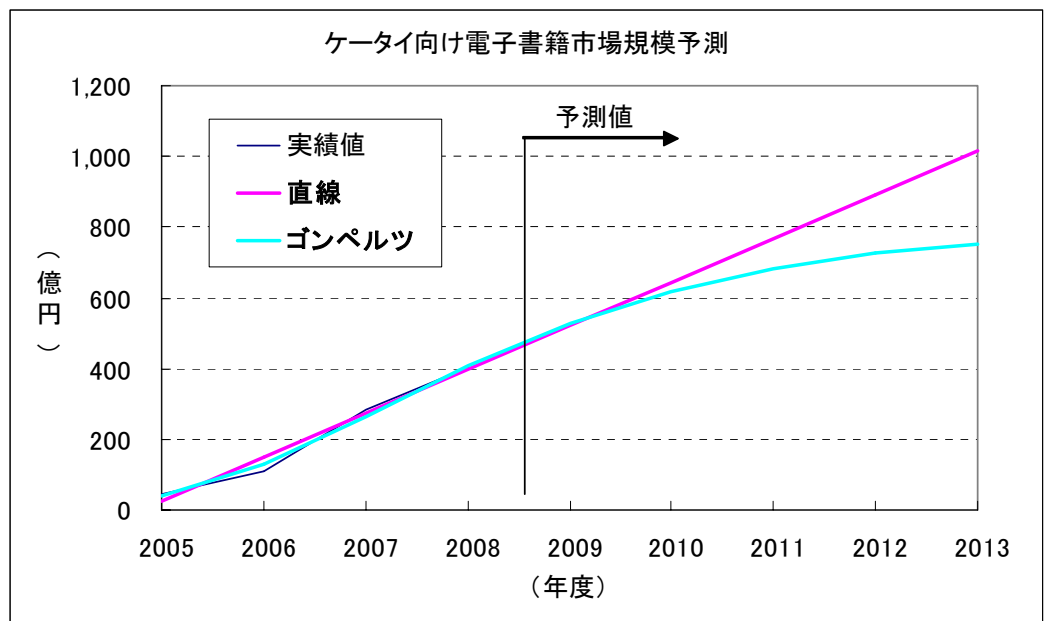
【グラフ注】

- ① 「実績値」は、インプレス社「電子書籍ビジネス調査報告書2009」より
- ② 「ゴンペルツ」「直線」「自然対数」はEXCEL予測ソフトを用いて導出した成長曲線の1つでKDDI総研にて推計

ケータイによる電子書籍市場

一方のケータイによる電子書籍は112億円（06年）→283億円（07年）→402億円（08年）と順調に伸びているものの伸び率は減少している。携帯電話の普及率は既に頭打ちにあり、PC同様コンテンツ供給や端末開発がこれまでの延長線上にあるものだと伸び率は段々小さくなっていくだろう（図表11）。さらにキンドルやiPadのような携帯性に優れた電子書籍端末が出現してくると、ケータイからのユーザーシフトは少なからず発生し、さらに伸びを鈍化させだろう。しかし、PC市場でも述べたとおり、出版物の電子化環境は今後益々整備されていくことは趨勢的な流れであり、配信コンテンツの質・量の充実、コンテンツの特性（テキストか写真か絵か）にあった端末の開発、ユーザーの利便性を高めるサービスの開発（例えば既述の端末間連携）が進めば、ユーザー層はより拡大し、直線的な伸びを期待することもできる。

【図表11】ケータイ向け電子書籍市場規模予測



【グラフ注】

- ① 「実績値」は、インプレス社「電子書籍ビジネス調査報告書2009」より
- ② 「ゴンペルツ」「直線」はEXCEL予測ソフトを用いて導出した成長曲線の1つでKDDI総研にて推計

電子書籍の有望市場

電子書籍普及の可能性が最も高い分野として教科書市場を挙げることができる。総務省原口大臣は、2009年12月22日、原口ビジョンを発表し、「ICT維新ビジョン」の「地域の絆の再生」の中で、「フューチャースクールによる協働型教育改革」を掲げ、2015年を目標に「デジタル教科書を全ての小中学校全生徒に配備」することを

謳った。2015年の小中学校の生徒・児童数は約1000万で、目標どおりに進めば、端末代、デジタル教科書代、運用費用等周辺関連分野のソリューションビジネスまで含めると非常に大きな市場が出現することになる。実現には機器の配布やメンテ、教育プログラムの策定、コンテンツの配信方法、セキュリティの確保、全国レベルでの運用共通化など文科省、教育委員会、教育現場間の様々な調整等負荷の高い時間を要する準備が待っている。

端末メーカーの取組み

電子書籍端末における日本メーカーの動きはどうか。ソニーは既述のとおり米国市場を中心に欧米で電子書籍端末を展開しているし、他の日本メーカーも事業参入の機会を着々とすすめている。シャープは、「クラウドブックサービス構想」を掲げ、同じ電子書籍データを液晶を搭載する様々な機器（液晶テレビ、携帯電話、電子辞書、モバイルPC等）のレイアウトやユーザーインターフェースにあわせて変換・配信する計画を持っている^{☞(脚注1)}。さらに独自の電子書籍端末の開発も進めている。サービスの開始は未定ようだ。ブリヂストンは、2009年10月、「超薄型オールフレキシブル電子ペーパー端末」の開発に成功したと発表し、世界発の“しなる”電子ペーパー端末を披露した。まだ信頼性評価の段階で、製品化の予定はまだないという。同社はさらに4096色のフルカラー表示電子ペーパー端末も開発中である^{☞(脚注2)}。NECも2009年12月、「クラウドデバイス&サービス事業」の取組みの中で、PCの閲覧性の高さや携帯電話のモビリティの高さを融合したAndroid搭載新端末を開発したと発表した。独自のマーケットプレイス「andronavi」も立ち上げ、2012年までに10万アプリ/コンテンツを目指し、2012年度の年間売上げ目標を100億円に設定、クラウドデバイス、サービス、アプリ/コンテンツでそれぞれ30億円程度を見込んでいる^{☞(脚注3)}。このように国内3社も商機を狙って動いているが、まだいずれも市場の評価を実際に受けていない。米国、韓国の電子書籍端末市場への具体的な取組みに比べて出遅れ感は否めない。

端末は専用型か汎用型か？

電子書籍端末として市場に受け入れられるのはどんな端末なのだろうか。米国ではAmazonのキンドル、ソニーのリーダー、Barnes & Nobleのヌークを始め専用型端末の勢いが市場を席捲している感じだ。しかしiPadの登場で流れは変わってくるかもしれない。ユーザーの用途（いつ、どこで、だれが、何を見るか、どのくらいの



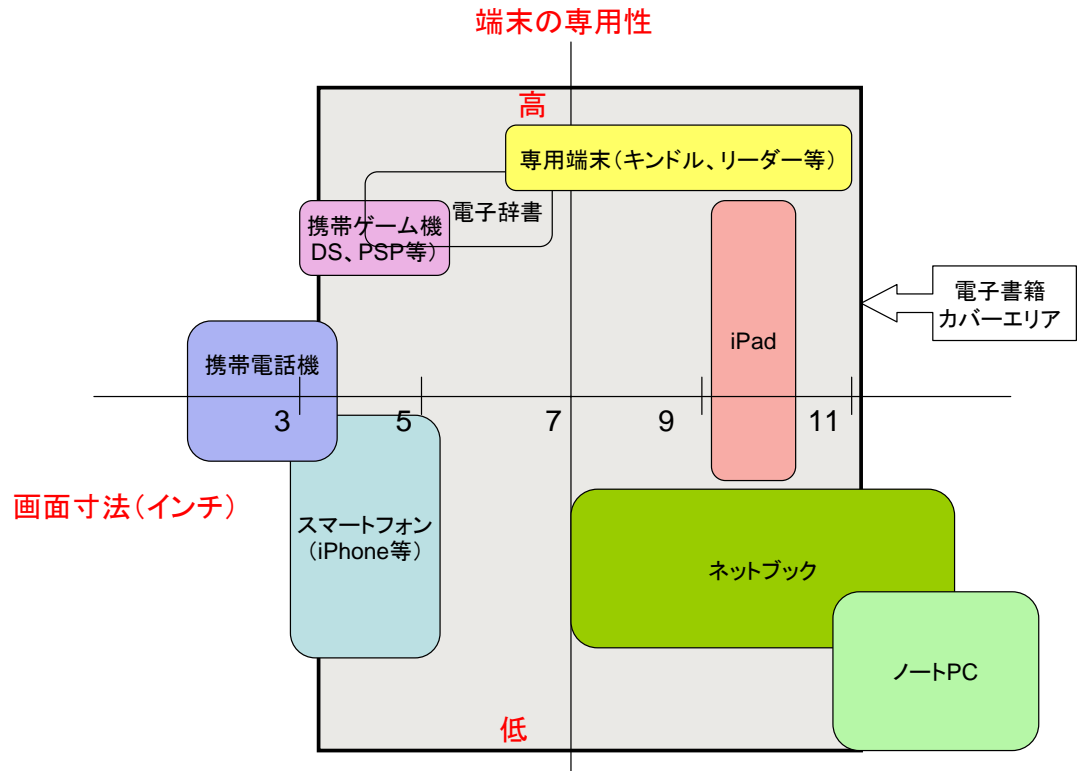
☞(脚注1) 月刊ビジネスアスキー2010年2月号 P80

☞(脚注2) 同上

☞(脚注3) NECビックローブ株式会社 プレスリリース（2009年12月17日）

時間使うか)によって求められる価値の優先順位は異なるので1機種のみが独占的地位を享受することはなさそうだ。図表12に示すとおり、一定の範囲内で様々な端末が並存すると思われる。

【図表12】情報機器のポジションマップと電子書籍端末の可能性



(日経エレクトロニクス (2009.6.29) をもとにKDDI総研で編集作成)

📖 執筆者コメント

今回の電子書籍を巡る内外の動きを見ていると、バブル崩壊時の金融ビックバンの衝撃が脳裏をかすめた。日本の高度経済成長を支えた長期信用銀行の経営が立ち行かなくなり、有力な都市銀行が、生き残りをかけて系列・グループを越えて合併を繰り返した。それは長年、護送船団方式による安定した銀行経営を続けて来た当時の常識では考えられない再編劇だった。当時多くの銀行はできるだけ痛みの伴わない小さな？変革を試みてはいたが、自由化とバブル崩壊の大波はこの小さな変革を一気に飲み込んでしまった。

出版業界には今デジタルの大波が押し寄せている。「変わらなきゃ持たない！」という意識を持っていながら、未だ旧来の商慣習に浸っており、行動の足取りが重い。デジタル時代のビジネスの時間軸は速く、意思決定の遅れと緩慢な行動は命取りになる時代だ。出版関連業界の経営状況は年々厳しくなり、Amazon、Google、Apple

といった黒船が矢継ぎ早に來襲する昨今、デジタル化社会を生き延び、勝ち抜くための“待ったなし”の構造改革が求められている。

近いうちに日本語対応のキンドルが日本でも販売されるだろう。その参入時期と提供内容は、日本で力を増しつつあるAmazonと日本の出版業界との力関係を投影したものと見えよう。興味のあるところだ。

📖 出典・参考文献

情報メディア白書2009及び2010（電通総研）

電子書籍ビジネス調査報告書2009（インプレス R&D）

電子ブック革命（日経BP 横山三四郎著）

デジタルコンテンツをめぐる現状報告（ポット出版 出版コンテンツ研究会）

モバイル・コンピューティング（PHP 小林雅一著）

出版・マンガビジネスの著作権（CRIC 桑野雄一郎著）

キンドルの衝撃（毎日新聞社 石川幸憲）

週刊東洋経済（2009.8.29）

日経エレクトロニクス（2009.6.29）

月刊ビジネスアスキー（2010年2月号）

日経ビジネス（2010.2.8）

【執筆者プロフィール】

氏名：深澤 亨（ふかさわ とおる）

所属：ジャパンケーブルネット株式会社 企画本部 マーケティング企画部
（元KDDI総研市場分析グループ グループリーダー）

専門：通信・情報分野に関する市場動向調査、需要予測、災害・防災と情報通信

氏名：田中 実（たなか みのる）

所属：市場分析グループ

専門：通信・情報分野に関する市場動向調査、需要予測