

2011年01月

分野：コンテンツ

担当：ロサンゼルスセンター

米国における電子書籍の流通関連情報

1. 電子端末の多様化

米国の電子書籍市場拡大の背景には、

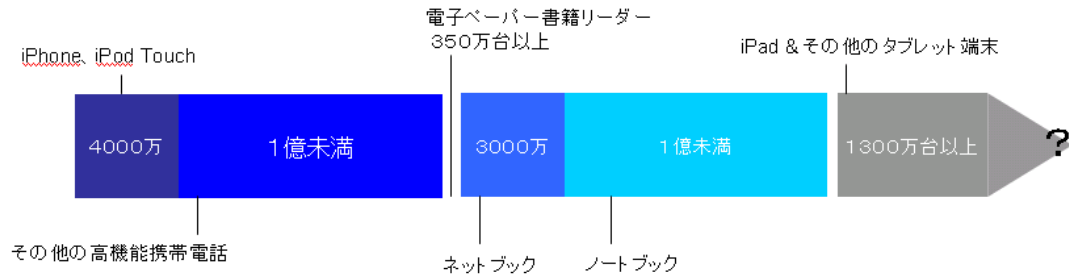
iPhone や Blackberry など高機能携帯電話（スマートフォン）、ノートブックやネットブック、デスクトップなどの各種コンピューター、Kindle や Nook など電子ペーパーを使用した電子書籍専用端末、iPad のようなタブレット型コンピューターといった多様な電子端末の存在がある。米国の電子書籍市場拡大のきっかけを作ったのは Amazon の Kindle とすれば、勢いをつけたのが Apple の iPhone と言われる。

もともと Kindle は電子ペーパーを使用した電子書籍専用端末である。Kindle は単機能で使い方が簡単であることや、何冊もの書籍を持ち運ぶのに比べて簡便であること、そして文字の拡大ができることなどから、利用者は比較的高年齢層が多い。

そこに登場したのが、Apple が発売した高機能携帯電話（スマートフォン）iPhone である。従来の携帯電話と比較して多機能でディスプレイも綺麗、しかもキーボードを廃し、画面に直接触れることで直感型に操作できる本機は、若年層を中心にヒット商品となった。iPhone は電子書籍閲覧も可能であることから、若年層への電子書籍市場拡大に大きく寄与していると言えるだろう。

さらに、2010年に Apple のタブレット型コンピューター iPad が発売され、「電子書籍革命」とか「電子書籍元年」といわれるようになった事は、記憶に新しい。米 Wowmax Media が各種調査や発表を基に推計した電子携帯端末の全世界普及台数は、iPhone、iPod Touch が4000万台、その他の高機能携帯電話（スマートフォン）が1億台未満、ネットブックとノートブックが1億3000万台、電子ペーパー利用の電子書籍専用端末が350万台、iPad に代表されるタブレット型コンピューターが1300万台以上である。

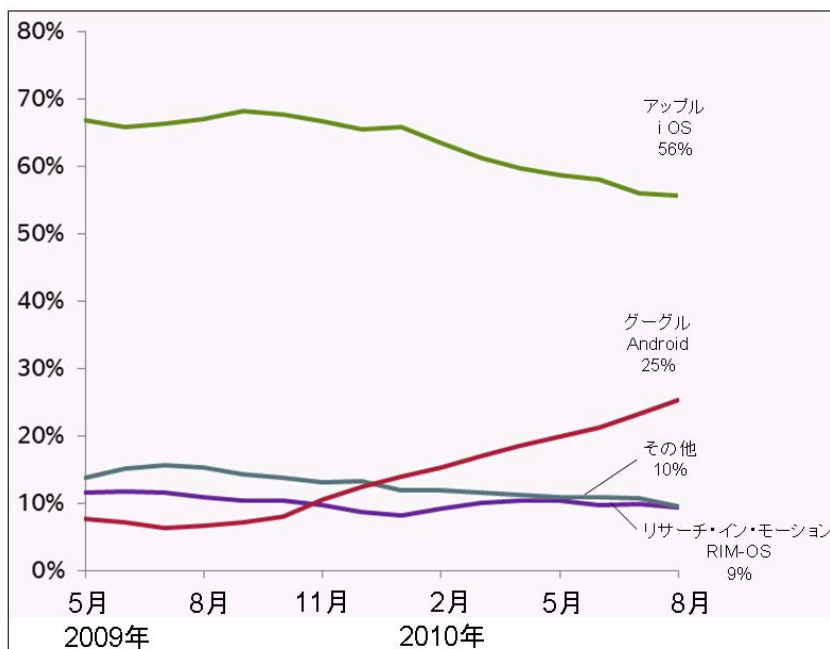
図表 1：電子書籍が閲覧可能な電子端末の推定普及台数



出所 tech.fortune.cnn.com、google、ABI Research、Displaysearch より Wowmax Media が作成。

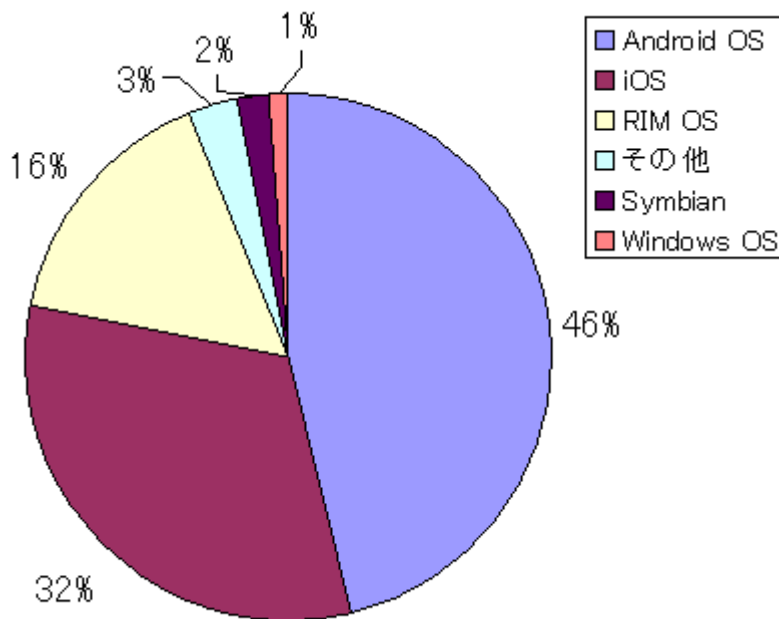
Apple 製品は iOS という Apple 専用のオペレーションシステム (OS) で動いている。Apple はこの iOS を開示していない。そのため iOS は Apple 製の端末 iPhone と iPad でのみ使用されている。これに対し、インターネット検索の最大手 Google が開発した OS の Android は、無償で公開され、多くの端末が利用している。

図表 2：スマートフォンの OS シェア推移



出所：Quantcast (appleinsider.com)

図表 3：スマートフォンの OS シェア（2010年12月。インプレッション数ベース）



出所：Millennial Media “Mobile Mix”

米インターネット調査会社 Quantcast のレポートをみても Android が急伸している事がわかる。

また米インターネット広告代理店 Millennial Media によれば、2010年1月から12月までの1年間に Android の利用数は 3130% (約 31 倍) 増え、2010年12月のインプレッション数（インターネット広告の表示回数）では Android 利用が 46% と iOS を抜いている。ちなみに同社によれば同期間の iOS 利用数は 14% の伸びであった。

2. コンテンツ供給のための審査基準

iPhone、iPad に代表される Apple 系端末への供給は、App ストアや iBook ストアなど Apple 直営のコンテンツ販売サイトから直接コンテンツアプリを購入する場合と、App ストアから専用アプリをダウンロードし、その後それぞれの電子コンテンツ販売サイトから購入する場合とに分かれている。

(1) Apple 直営サイトの場合

App ストアや iBook ストアなど Apple 直営サイトでコンテンツを売る場合、制作者＝供給者は Apple によるコンテンツの内容審査を受けなければならない。Apple はアプリの

形式でなければ審査をしないので、必ず前もってアプリは制作しなくてはならない。審査期間はまちまちであるが、2週間から3週間ほどかかるケースもある。「暴力」や「性的表現」などが審査のポイントとされていて、審査基準はAppleの判断による。

2010年9月、Appleは審査ガイドラインを発表した。そこで明示された第三者が制作し供給するアプリに対するAppleの考え方は、以下のように要約できる。

- 子供への影響を考慮したもの。
- 一過性のエンタテインメントは却下される場合がある。実用的な目的に役立つもの。
- 拙速に作ったプロフェッショナルでないアプリは却下される。
- Appleが設定した「ある一線」を越えたアプリは却下される。

(参照：APP-Store-Guidelines

<http://www.scribd.com/doc/37160201/App-Store-Guidelines>)

内容審査を通過し、承認を得たコンテンツアプリは晴れてAppストアやiBookストアに並び、Apple製品の利用者に配布されることになる。

Apple直営サイトで販売する場合、同社の決済手数料は販売価格の30%で、70%が供給者の売上となる。

(2) Amazon Kindle Booksの場合

AmazonのKindle Booksの場合を見てみよう。アマゾンでは、「KDP(Kindle Direct Publishing)」というサービスを提供している。

(https://kdp.amazon.com/self-publishing/signin?openid.assoc_handle=amzn_dtp&openid.claimed_id=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0%2Fidentifier_select&openid.identity=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0%2Fidentifier_select&openid.mode=logout&openid.ns=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0&openid.return_to=https%3A%2F%2Fkdp.amazon.com%2Fself-publishing%2Fsignin&)

KDPにて出版を希望する場合、まずアカウント(取引口座)の開設が必要だ。これは米amazonのHPで取得することが必要だが、このオンライン登録は日本からでも可能である。また法人だけでなく、個人でも可能だ。

その後、amazon.com が提供するソフトを使用して、書籍データを Kindle フォーマットに変換し取得したアカウントにアップロードする。これで終わりである。

amazon.com は Apple のように内容審査をしないので、アップロード後 2～3 日以内に販売が開始される。書籍データが適正に Kindle フォーマット化されているかどうか、つまり専用端末やアプリで読むことができるかどうかを検査するだけである。

Kindle は電子書籍閲覧専用端末であると同時に、Amazon の電子書籍配信アプリでもある。Apple 製品の利用者が App ストアで「Kindle for iPad」や「Kindle for iPhone」などの専用アプリを無償で入手できる。これにより Amazon.com の Kindle Books から電子書籍を購入できるようになる。

App ストアや iBook ストアで販売されているコンテンツは Apple 製品でしか買えないのに対して、Kindle は Amazon 以外でも買うことができる。これもビジネスモデルの違いで、ハードを売る Apple に対して、もともとオンラインショップの Amazon は電子データ化された「書籍」を売ることが目的であり、そのために、より多くの端末からアクセスできることが望ましいということである。

米国 Amazon.com の KDP の 70%印税は、今のところ(2011 年 1 月 23 日の時点)米国、カナダ、英国での販売に限定されている。価格は Amazon.com の決めた範囲であれば、販売者が決定できる。この 70%印税オプション利用には、いくつかの条件がある。その例として、

- ① 販売価格は \$2.99 から \$9.99 の間であること。
- ② 書籍の場合、電子版やプリント版を問わず、Kindle での販売価格が最も低い設定となっていること。

などがある。

(3) その他の電子書店

それ以外に、専用閲覧ソフト（ビューワー）を配布する電子書籍販売サイト、いわゆる電子書店がある。自らの公式サイトや App ストアなどでビューワーを配布している。

米国における英語翻訳版マンガ出版社が運営するものや、アメリカンコミックスを中心としたコミック専門の電子書店がある。印税率は書店運営者により異なる。

3. 北米電子コミックス市場の主要プレイヤーの動き

米国のポップカルチャー専門サイト ICV2 は、2010 年度の北米の電子コミックス市場についての分析を発表した。それによると 2010 年度の北米の電子コミックス市場は 600 万ドルから 800 万ドルの規模になる見込みだという。この数字はダウンロード販売のみで、定期購読などの収益は含まれていない。このデータは iTunes や PSP、Kindle、Android 携帯、そしてウェブサイトを通じての売上げの合計である。携帯漫画市場が発達している日本に比べるとまだ小規模ではあるが、それでも 2009 年度の市場規模がわずか 50 万ドルから 100 万ドルだったのに対して 10 倍以上のペースで拡大している。

以下に、北米の電子コミックス市場の主要プレイヤーの動きを見てみよう。

Comixology : <http://www.Comixology.com/>

電子コミック販売サイトである。ICV2 によると、同社の電子コミックス・アプリの累計ダウンロード数が 100 万回を突破したことを明らかにした。現在 Comixology の提供するアプリで読めるコミックスの数は 5,000 タイトルを超えており、電子コミックスを代表する販売サイトとなった。現在 Comixology 社が独自でリリースしているアプリのほかに、米大手コミック出版社の Marvel や DC Comics のアプリ制作にも技術提供をしており、同社の 2010 年のクリスマス期間（12 月 25 日から 28 日）の売上げは前年比 1200% となる好調ぶりだった。Apple は iTunes ストアの 2010 年度の iPhone 用と iPad 用の人気アプリランキングを発表したが、そこでも Comixology のコミックアプリは iPhone 用でトップ 5 にランクインするなどの好調ぶりだ。

また画面が大きく電子書籍に適しているとされるタブレットコンピューター iPad 対応の人気アプリのトップ 5 のうち、3 つが電子コミックスで、Marvel Comics アプリ、Comics アプリ、DC Comics アプリであった。このうち Comics アプリとは iPhone 用も提供している Comixology 社の自社アプリのこと。そして他の 2 アプリも Comixology 社が技術提供しているアプリである。

Dark Horse Comics : <http://www.darkhorse.com/>

2010 年 10 月、米コミック出版社 Dark Horse は、Apple の iOS ベースでの電子出版戦略を発表した。多くのコミック出版社が Apple 系での販売に躊躇する中で、独自の路線を進もうとしている。同社によれば App ストアで無料の Dark Horse アプリを入手、その後は同社のサイトから直接購入できるようにするというものである。

Dark Horse はコミックアプリの価格を業界平均の1アプリ\$1.99 より 50¢低い\$1.49で販売する計画も発表している。

Tokyopop : <http://www.tokyopop.com/>

米コミック出版社 Tokyopop は米国のコミックス配信サービスで急成長している Comixology と提携して新作漫画『Axis powers ヘタリア』英語版のリリースをこれまでの単行本版と電子書籍版の両方を同時にリリースすると発表した。この試みは同社のプリント版と電子書籍版ビジネスの新たな流れになると見られる。電子書籍版では1巻を6パートにわけ、最初の1話を無料で配信して残りの5話を1話99セントで販売する。これでコミックス1巻分が\$4.95になる。ちなみにプリント版の単行本は倍近い\$10.99で発売される。

IDW Publishing : <http://www.idwpublishing.com/>

北米のコミックス出版社である IDW がデジタルコミックスのラインナップの増加を発表した。まず IDW はアップルの iPad 用にデジタルグラフィックノベルの新ラインナップを発表した。IDW はタイトルごとに専用アプリを提供しており、12月末になってあらたに6タイトルがリリースされた。そのうち『After the Fire』は現時点ではデジタル版のみのタイトルとなっている。また以前からグラフィックノベルのデジタル配信に積極的だった IDW は、新たにスマートフォン Blackberry 向けにもデジタルコミックスの配信を開始した。

なお、Viz Media も11月から iPad 向けにデジタルコミックス専用のアプリを提供しており、今回新たに『ヴァンパイア騎士』、『るろうに剣心』、『桜蘭高校ホスト部』、『オトメン』などのタイトルを追加した。

4. 電子書籍関連の新たなビジネス

DAM (デジタル・アセット・マネジメント)

電子書籍化が進む中で、多様化するフォーマットや端末、さまざまな電子書店などの販売ルートにコンテンツを効率的に配布するためのデータ管理、配信業務のサービスである。

この事業に米出版取次会社イングラムのデジタル部門である、イングラムデジタル、オライリーメディアなどが参入している。

DAM 企業の業務内容は以下のようなものとなる。

- 電子化されたコンテンツ・データの変換。販路ごとの閲覧ソフト（ビューワー）対応や、新しいフォーマットへの対応など。
- 電子書籍サイトなどへの配信
- コンテンツのホスティング

電子書籍エージェント

- 電子書籍は、翻訳ができれば日本の出版社や企業が国内から欧米電子書籍販売サイトと直接取引することも可能である。しかし、実際に欧米の電子書籍販売サイトへの取引口座開設やマーケティング活動など、実際にビジネスベースで行うとなれば、それなりにハードルは高い。このようなニーズに対応した、日本国内の出版社や関連事業者が取引口座開設、審査手続などの代行に対応するエージェントサービスも開始されており、在米コミュニティメディアやエンタテインメントマーケティング会社などが参入を開始している。