



2011年5月

株式会社三井住友銀行 企業調査部

久角 政徳

成長が注目される国内電子書籍市場

書籍や雑誌を電子化し、インターネット経由でPCや携帯用電子機器向けに配信する電子書籍については、米国ではアマゾン社の「Kindle」等の電子書籍専用端末やアップル社の「iPad」等のタブレットPCの普及拡大もあり、米国電子書籍市場が急成長を遂げています。わが国においても、昨年来タブレットPCやスマートフォンの販売台数が急増していることから、今後の各社の取り組みや電子書籍市場の成長性が注目されています。

日米電子書籍市場の動向

米国電子書籍市場は、07年にアマゾン社が専用端末「Kindle」を発売して以降、同社の電子書籍販売数が既に紙媒体を上回っている等、前年比2倍以上の成長を続けています(10年市場規模で約8億ドル強)。今後もタブレットPCを含めた電子書籍端末に加えて、スマートフォンの普及拡大もあり、電子書籍化が急速に進展していくとみられます。今後数年間で米国書籍市場に占める電子書籍の割合が3~5割見当(冊数ベース)まで伸長するとの見方も出てきています。

一方、日本の電子書籍市場は、日本特有の携帯電話向けコミックが牽引し、09年に約

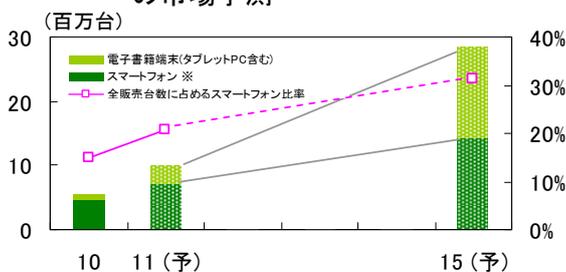
580億円と米国に匹敵する規模となっておりますが、書籍・雑誌に限れば、現状電子化はあまり進んでいません。もっとも、タブレットPCやスマートフォンの国内販売台数が、足元5百万台強から今後5年程度で30百万台見当まで急増するとも言われており(図表1)、若年層を含めた幅広い層に利用者が拡大するとみられます。こうしたなか、わが国でも電子書籍市場の成長期待が高まっており、今後5年程度で出版市場の1割弱(1.5千億円程度)に増加するとの見方が出てきています(図表2)。

国内電子書籍市場の課題

しかしながら、日本において電子書籍が普及拡大するためには大きく2つの課題点があります。

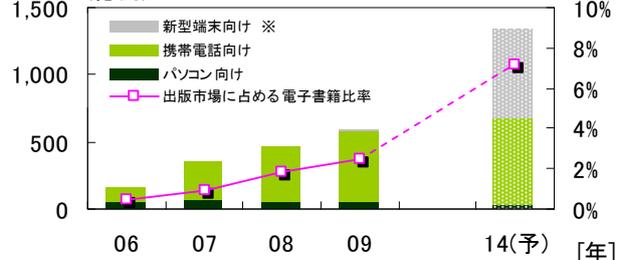
第1に、電子書籍コンテンツ数に関しては、米国ではすでにアマゾン社が80万点以上(10年末時点)を確保し、新刊の多くが電子書籍で手に入るのに対し、日本では依然数万点、かつ人気作品の電子化は一部にとどまる状況です。これは、米国に比べて日本では著作権関係が十分には整備されておらず、出版社が独自で電子書籍化出来るコンテンツが

図表1 国内スマートフォン・電子書籍端末の市場予測



(資料) 野村総合研究所「IT市場ナビゲーター2011」に基づき、弊社作成
※ スマートフォンの定義は、タッチパネル且つオープンプラットフォームの狭義のスマートフォンを指す。

図表2 国内電子書籍市場規模



(資料) インプレスR&D「電子書籍ビジネス調査報告書2010」に基づき、弊社作成

※ 新型端末とは、スマートフォンやタブレットPCを指す。

(注) 14年における電子書籍の割合は、09年出版市場を基に算出

本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時点で弊行が一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いいただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。



少なかったこと等にも起因しています。

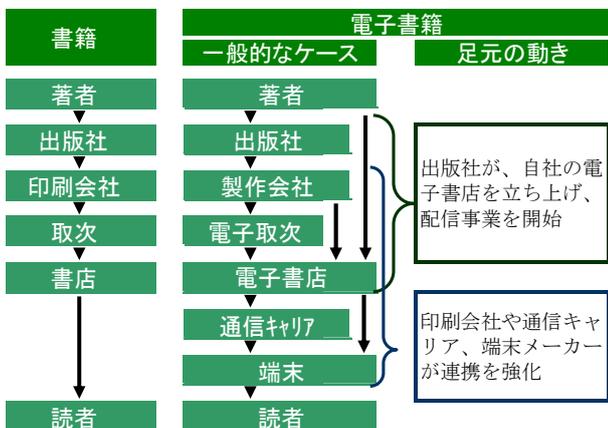
第2に、現状電子書籍の配信事業を収益化出来ている出版社が少ないことに加え、急速な電子書籍化の進展は、書店や取次業者等既存の紙媒体の流通量を大幅に減少させるだけでなく、さらには書店から出版社への返品増に繋がることも懸念されています。実際に、米国では、顧客の書店離れに拍車がかかり、足元では米国の大手書店チェーンが破綻するといった影響も出始めています。

各社の取組みと今後の方向性

こうしたなか、日本の出版社と著者の間でも、昨年来電子化に関する著作権関係や売り上げ配分等の調整が進んでいるほか、10年後半より、電子書籍の流通経路(図表3)上でプレゼンスを確保すべく、各社が様々な取組みを始めています。

具体的には、出版社、印刷会社、書店等が、それぞれに自社の電子書店を立ち上げているほか、印刷会社や通信会社、端末メーカー等が協業して、プラットフォーム(製作、配信、決済等の共通基盤)を構築する動きが増えています。

図表3 電子書籍の流通経路



(資料)各種資料に基づき弊社作成

また、電子書籍ならではのコンテンツの魅力を高めるため、動画等を活用した見せ方を工夫する取り組みに加え、SNS(ソーシャル・ネットワークキング・サービス)と呼ばれる会員同士が交流する場を提供する事業者との協業により、読者同士のコミュニケーションツールや、読者と書籍の出会いの場等を提供する動きも出てきており、書籍市場を活性化する取り組みが広がっています。

さらには、国内出版市場が成熟化するなか、アジアをはじめとした海外市場では、日本の書籍やコミックの人気が高いこともあり、大手出版社では、海外企業とのアライアンスも活用しながら、書籍やコミックを中国市場等に配信する試みも出てきています。ただし、単価が安いこともあり、大手出版社を除き、複数の出版社等が共同でプラットフォームを構築することも、今後必要になるとみられます。

このように国内電子書籍市場については、新たな読者層の開拓による需要創出効果や、海外市場開拓のチャンスともみられます。一方、米国の事例にみられるように、既存流通システムとの共存、収益化等の面で多くの課題もあり、国内外市場での普及拡大に向け、今後の関係各社の取り組みや動向から目が離せません。(久角)

図表4 関連事業者の主な取組み内容

主体	主な取組みの一例
出版社	A社：台湾出版最大手と提携し、中国市場向けに中国語の自社電子書籍を販売予定(11/2月)
印刷(電子取次)	B社：電子書店及び電子コンテンツ制作支援事業等を開始(11/2月) C社：グループ傘下の書店や通信キャリア等との連携による電子書店事業開始(11/1月)
通信キャリア	D社：印刷会社との協業により、スマートフォン等の自社ユーザー向けに電子書店を開設(11/1月) E社：印刷会社、端末メーカー、新聞社と電子書籍プラットフォーム構築に向け提携(10/5月)
端末メーカー	F社：タブレット端末発売、同端末向け電子書店を大手レンタルチェーンとの提携により開始(10/12月)

(資料)各種ニュースリリース等に基づき弊社作成

本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時時点で弊行が一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取り扱いいただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。

