

総務省 第二回ICT新事業創出推進会議

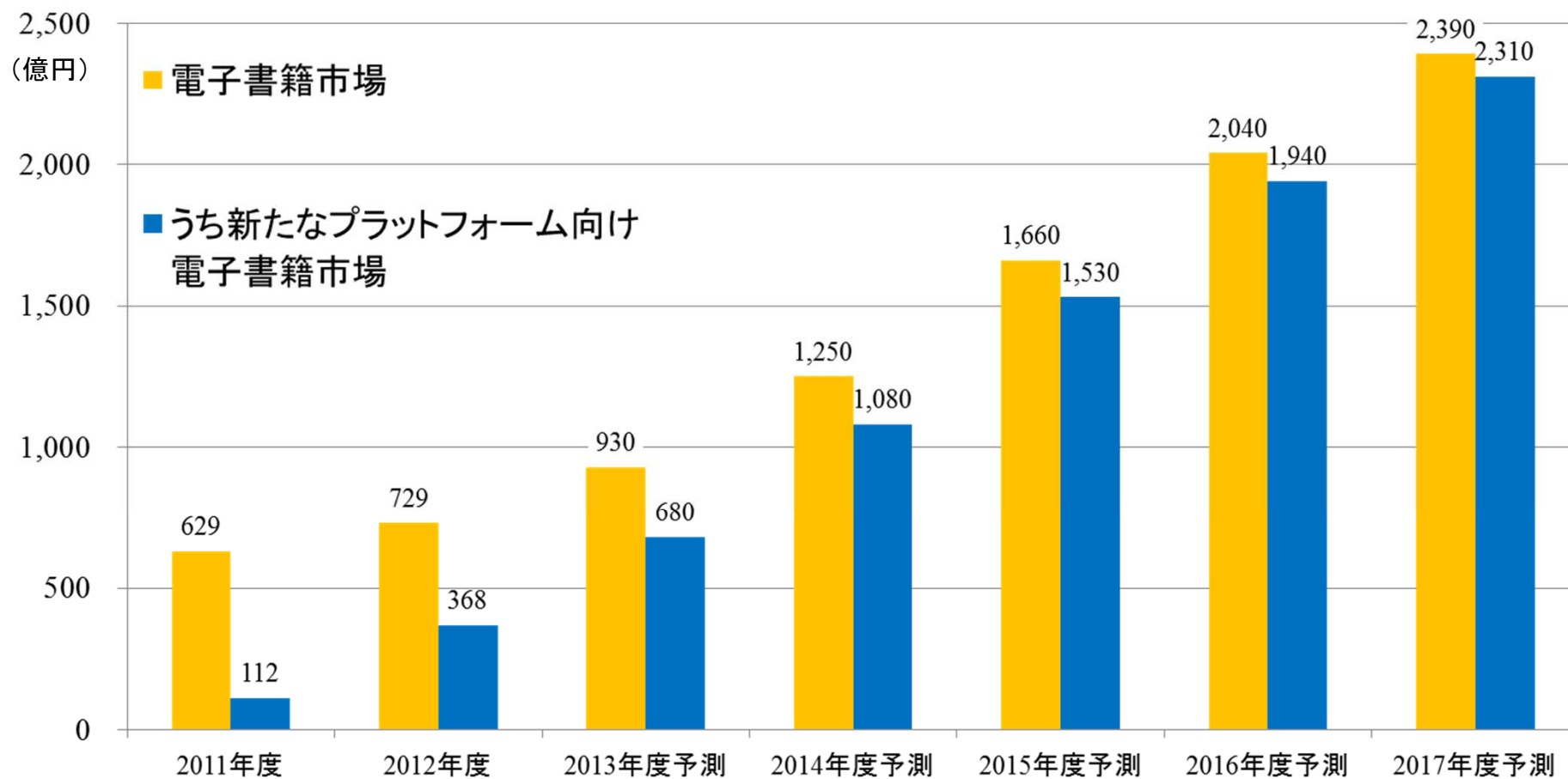
# コンテンツプラットフォームの 危機意識と未来像

2014年1月27日

 **BOOK☆WALKER**

# 電子書籍市場の推移

## 堅調に推移。スマートフォン、タブレット向け市場が急成長



出所:「インプレスビジネスメディア『電子書籍ビジネス調査報告書2013』」

# BOOK☆WALKERの概要と売上推移

## BOOK☆WALKER

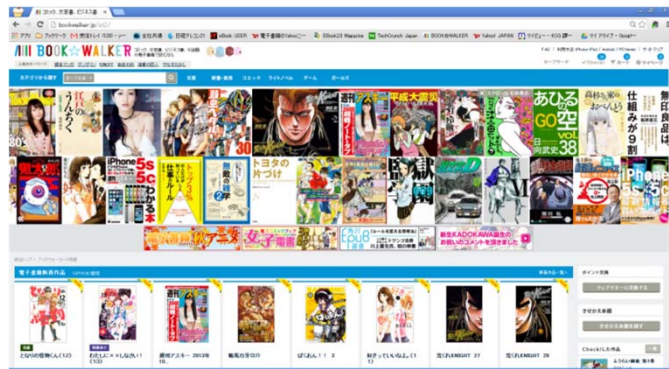
【概要】KADOKAWA直営の電子書籍プラットフォーム

【メイン価格帯】450-600円(紙の本の8割前後)

【アプリDL数】120万DL

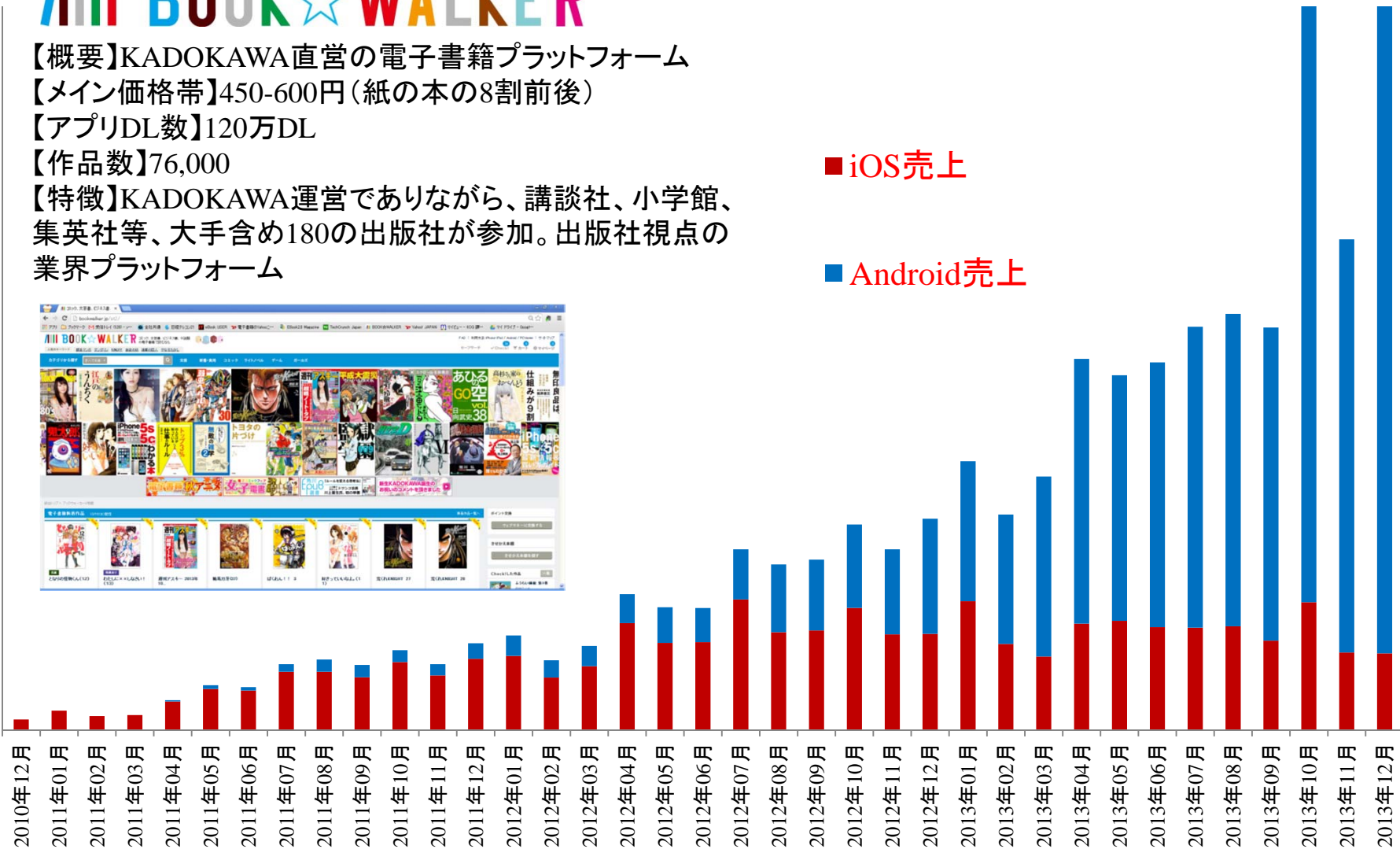
【作品数】76,000

【特徴】KADOKAWA運営でありながら、講談社、小学館、集英社等、大手含め180の出版社が参加。出版社視点の業界プラットフォーム



■ iOS売上

■ Android売上



# 電子書籍市場拡大の要因

- ①スマートフォン、タブレットの普及
- ②LTEやWiFiなどの通信環境の整備
- ③Amazon等、外資ストアが日本進出
- ④電子書籍ストアの販売戦略が浸透
- ⑤フォーマット標準化による作品の増加

# 電子書籍フォーマットEPUB3.0への流れ

- 2000年 XPDF(シャープ)、ドットブック(ボイジャー)、ブックサーフィン(セルシス)など独自フォーマットが多数存在以降
- 2010年 電子書籍の3省懇談会、統一中間フォーマットの検討
- 2011年 IDPF(=米国の電子書籍標準化団体)が普及促進するEPUB3.0において、日本語を含む多言語化に対応
- 2012年 楽天kobo、Kinoppy(紀伊国屋書店)、BOOK☆WALKER等各ストアがEPUB3.0に対応。その後、上陸するAmazonのKindle、AppleのibooksもEPUB対応で、一気に普及。出版社団体の「電書協」も、EPUB3のリフロー型の制作ガイドを公開。出版社がその仕様に基づき、電子化を促進

# 電子書籍ビジネスが抱える本質的な問題

## ▶ PFのルールに依存する怖さ

→ 決済手数料30%、作品の検閲 & リジェクト

→P.7

## ▶ 価格戦略で安売り競争激化

→ 巨大プラットフォームに日本が飲みこまれる

→P.8

## ▶ 「売れる本」以外の電子化が進まない

→ 電子化コストのROIが合わない

→P.12

## ▶ サービス中止で買った本が見られない

→ ストアが閉じたら購入履歴は引き継がれず

→P.13

## PFのルールに依存する怖さ

- ▶ **決済手数料30%**
- ▶ **作品の検閲で、続巻が出せない**
- ▶ **販売アプリで会員登録必須にするとリジェクト**
- ▶ **為替変動を理由に、一方的に価格変更**
- ▶ **1サービスが落とされたら、会社アカウント停止**
- ▶ **検索ワード対応のため、無許可で作品引用**

## 価格戦略で、安売り競争激化

- ▶ **自動で最低価格になるサービスも**
- ▶ **売れば売れるほど、料率交渉は出版社が不利に**
- ▶ **販売施策をメニュー化し、販促費を出版社に打診**
- ▶ **海外サーバからの配信で、消費税を回避し、不公正な競争になっている現状も**
- ▶ **電子書籍から、映像配信へ。**



# 日本進出を狙う海外プラットフォーム

## ▶ Spotify

「ストリーミングでの音楽配信」「有料サブスクリプションによる楽曲への無制限アクセス」

## ▶ ULTRA VIOLET

Blu-rayやDVDパッケージを購入した人が、デジタル配信の閲覧も可能に。「コンテンツの利用権」を販売するサービス

## ▶ OverDrive

アメリカの公共図書館の95%以上が導入している電子書籍貸出システムを運用

# ULTRA VIOLETのサービスモデルに学ぶ

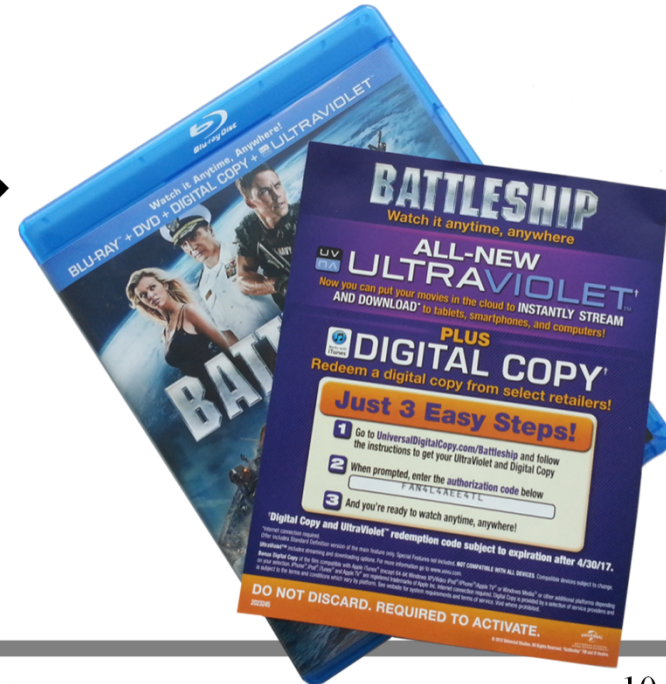
## ULTRA VIOLET

▶ 映像配信を握るAppleのitunesに対抗する策としてメーカー、映画会社らがDECEという団体を設立。業界横断型のサービスに

▶ パッケージ+クラウドサービスとしてユーザー評価は高い



日本でも可能か？



## ULTRA VIOLETに学ぶ「電子書籍の将来」は？

- ▶ どのストアで購入しても、コンテンツ閲覧は担保
- ▶ 自分の好きなビューアで閲覧が可能
- ▶ 紙の書籍を買うとデジタルもついてくる
  - 紙書籍を購入する動機づけに
  - 新しい付加価値サービスが展開



**景品表示法の壁**

# BOOK☆WALKERにおけるDRMフリーの実例

昨年末、BOOK☆WALKERで青空文庫の配信を開始

- ▶ DRMをかけないで、EPUBファイルの無料DL可
- ▶ 好きなEPUBビューアでも見られ、所有感が高い
- ▶ KADOKAWAの「きれいな」EPUB仕様公開
- ▶ ポイントで「本の未来基金」に寄付



青空文庫

AOZORA BUNKO

青空文庫の夏目漱石、芥川龍之介、太宰治など、日本文学作品、近代文学の電子書籍が無料で読める。



ポイントによる  
寄付のお願い

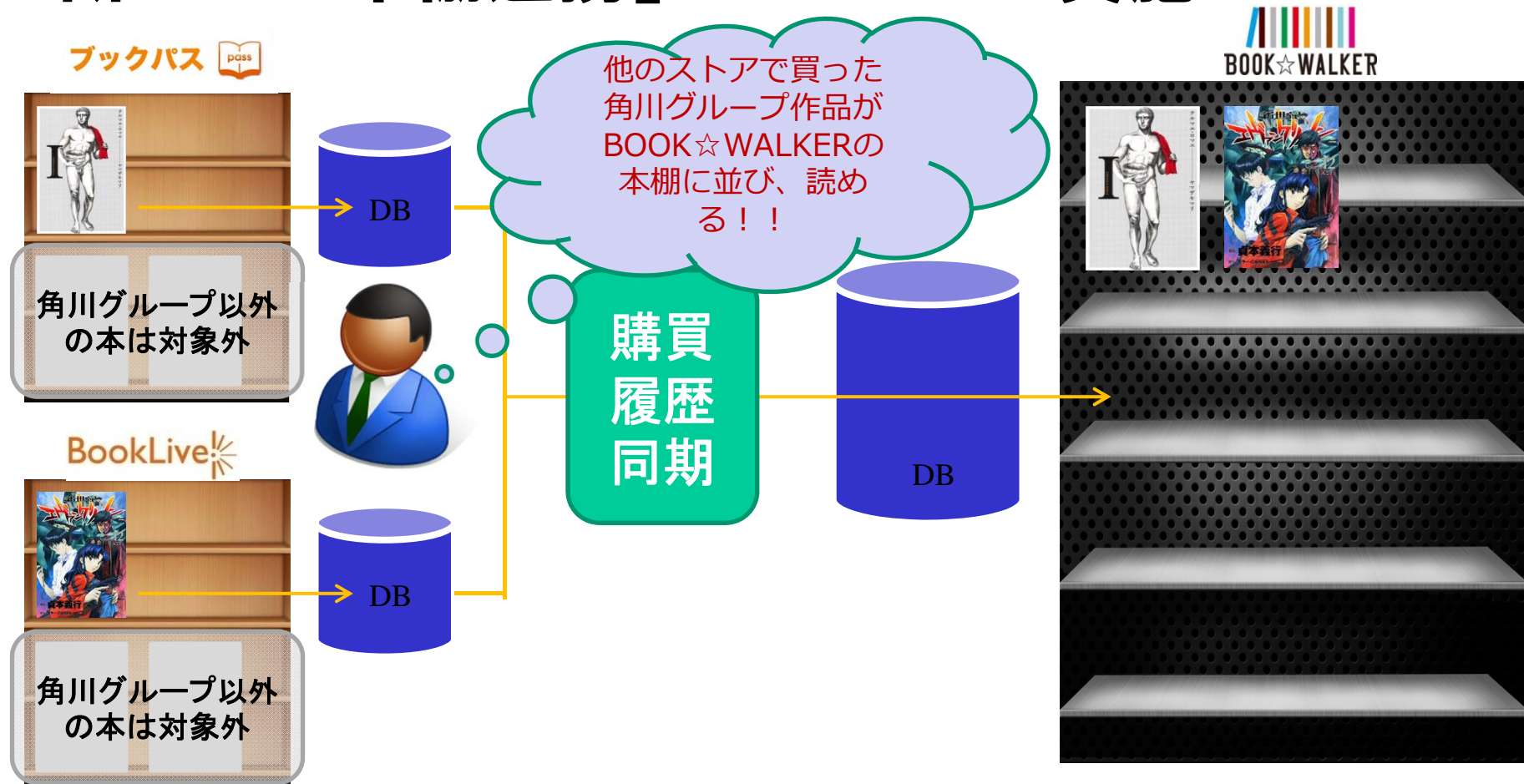


特製きせかえ本棚  
プレゼント



# BOOK☆WALKERの独自サービス「本棚連携」

DRMフリーの前段階。各電子書籍ストアを横断した「本棚連携」サービスを実施



## 2013年10月 日本電子図書館サービスを設立



### ▶ 電子書籍サービス導入済み公共図書館の割合

導入済み 22館 / 公共図書館の数 3234館 = 0.6%

### ▶ コンテンツの多くはパブリックドメインの出版物

▶ 市場では売りにくい作品でも、公共図書館では需要が高いものが存在。「売れない本」の電子化を促進するきっかけに

## 出版デジタル機構の役割

2012年4月、講談社、集英社、小学館、凸版印刷、大日本印刷らが出資。産業革新機構(INCJ)は総額150億円を上限とする投資を行う形で設立。デジタルデータの保管や、電子書店・電子取次への配信など、電子出版における公共的なインフラとして機能するサービスを提供。図書館への電子書籍利用も検討



**お互い共通メリットがある形なら、団結すべきだが？**

## 次世代ブラウザと電子書籍の可能性

- ▶ **OS依存のネイティブアプリからWebアプリへ**
  - **アップル、グーグル依存からの脱却**
  - **アプリの閉鎖性からwebのオープン性へ**
  - **これまでできなかったリッチな表現が可能に**
  
- ▶ **電子書籍はまだ黎明期。**
  - 次の波は、パッケージからサービスへの転換**
  - **コモディティ化からの脱却**



## 次世代ブラウザの課題

- ▶ **出版社がどこまでリッチ化する体力があるか**
- ▶ **ブラウザビューアなので、DRMを懸念**
- ▶ **ビューア等、テクノロジーの進化にコンテンツの進化が追いついていかない現状**
- ▶ **作家が「オープンであること」をどれだけ許容できるか？**
- ▶ **決済手数料の低い決済プラットフォームの出現？**

# BOOK☆WALKERの付加価値戦略「Gift Code」

## 低価格戦略に対抗する付加価値戦略

### ▶付録つきギフトコードの配布

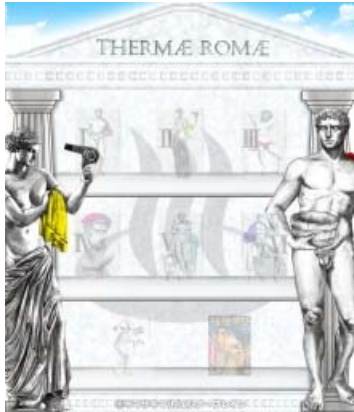


→書店で電子書籍を購入するサービスへ

→狭域のWiFi網を使ったその書店のその時間に  
しか手に入らない特典もあり

# BOOK☆WALKERの付加価値戦略「本棚 & 付録」

## ▶ きせかえ本棚



「テルマエ・  
ロマエVI」  
(完結巻)  
購入特典



「進撃の巨人  
(11)」  
購入特典



「機動戦士  
ガンダムI」  
購入特典

## ▶ 付録付電子書籍



電子書籍を購入すると、人気ソーシャルゲームやテレビゲームで使える「レアキャラクター」や「武器」がダウンロードできる、ワンタイムプロダクトコードを配布。  
通常号より売上は4-5倍に

## プラットフォーム連携施策「ガイドブック」

▶外国人向けの「おもてなしガイドブック」を全ストアでDRMフリーにして無料配布。オリンピック競技スケジュール、観光案内、人気コミック、お得なクーポンコードも配布し、日本のインバウンドにも、クールジャパンコンテンツの世界進出も促進する

▶オール1認証のフリーWiFiの設備強化も