

池田敬二

デジタル化がもたらす市場拡大の展望



出版コンテンツがデジタル化されることによってさまざまなビジネス展開が可能になる。従来の紙の出版物での表現方法や商行為をデジタルで「模倣」するだけではなく、デジタルだからこそできるサービスを探索することによって、出版市場の秘められた可能性がみえてくる。出版コンテンツが持つ可能性を検証してみる。

「グーグル・ミュージック」にみる SNS の市場拡大の可能性

米グーグルは、11月16日に音楽配信サービス「グーグル・ミュージック」を開始した。いち早く音楽

配信を始めたアップルの iPod が発売されてから10周年を迎えたことを考えると、後発であることは否めない。しかし、グーグルのスマートフォン、タブレット PC のプラットフォームであるアンドロイドは、スマートフォンの OS として日本およびアメリカにおいてはトップシェアを誇っている。全世界で2億台を超えたアンドロイド端末の普及が、今回のサービスインの背景にあるといわれている。当面のあいだはアメリカのみでの運営であるとのことだが、ユニバーサル ミュージック グループ、EMI、ソニー・ミュージックエンタテインメントという音楽ソフト大手3社の1,300万曲がそろつ。

グーグルのアンドロイドマーケットで楽曲を購入したユーザーが、同社の SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) である「Google+」で、曲を推薦したいと思うコミュニティを選択すると、そこに所属している友人は初回だけはフルで試聴できる。これには驚いた。2回目以降は半分程度が聴ける。

これまでも SNS で従来型のビジネスを拡大させる指針や展望は数々提案されていたが、大きな実績を残したものは少ないように思う。しかし、このグーグル・ミュージックの試みは、電子書籍での応用やレコメンドがもたらす市場拡大という観点でも大変興味深い。

リアルタイムで感想を共有しあう「ソーシャルリーディング」

自分の最近の書籍の購買、読書行動を振り返ってみると、ユーザー数が8億人(2011年9月現在)の SNS であるフェイスブック経由で書籍の存在を知り、購入、読了。感想をツイッターとフェイスブックで

書籍名	著者	出版社	閲覧数	コメント数
秘帖 源氏物語 翁 - OKINA	文芸 夢枕 龍舟 レーベル 角川文庫	角川	143	68
ログ・ホライズン2 キャメロットの騎士たち	文芸 香月 美夜 (著) 梶尾 明 (監修) ハラカズロ (イラスト) レーベル 角川文庫	角川	29	1
まおゆう魔王勇者! 「この我のものとなれ、勇者よ!」 「断る!」	文芸 香月 美夜 (著) 梶尾 明 (監修) ハラカズロ (イラスト) 水玉 麗 (イラスト) 仲野 梨 (イラスト) 山本 崇 (イラスト) 梶尾 明 (監修) 梶尾 明 (監修) レーベル 角川文庫	角川	407	18
粘人間	文芸 野村 浩将 レーベル 角川文庫	角川	55	1
こんべいどう[中]	文芸 美高 英 (著) レーベル 角川文庫	角川	22	1

ニコニコ動画 <http://seiga.nicovideo.jp/>

発信して、「友人」同士で刺激し合うのが習慣になっている。

リアルタイムで読書の感想を共有できるソーシャルリーディングの分野でも、近頃は新サービスが登場している。角川グループの電子書籍配信プラットフォーム「BOOK☆WALKER」配信のライトノベル、コミック、文芸作品などを、ドワンゴ運営の「ニコニコ動画(電子書籍)」で閲覧しながら、同時にコメント投稿機能を使って読者同士の感想などの共有も楽しめるようになった。すべての出版コンテンツがこのようなサービスに適しているとは思えないが、一定のジャンルに対しては親和性が高く、読書という行為のエンターテインメント性をより向上させることもできるはずである。

思えば、自身のソーシャルリーディングの初体験は「シェア(共有)からビジネスを生み出す新戦略」(NHK出版)だった。電子書籍版の「シェア」には、読者が気に入ったフレーズをマーキングしコメントを添えると、特設サイト上でリアルタイムに表示され、読者みんなで「シェア」できる「SHARE READER」という機能が施されていた。まず紙の書籍版で読み始めたが、途中からこのソーシャル機能がおもしろくなって iPhone 経由で購入した電子書籍版に乗り換えてしまった。読者同士がリアルタイムに感想を共有できることに興奮しながら読了した。

電子書籍の特性をつかめば 市場の拡大にさらなる展望がみえる

現状の電子書籍のヒット作品でも、電子書籍ならではの特性をうまく利用しているものが多い。たとえば、紙の書籍は再販売価格維持制度(再販制)があつて新刊市場ではディスカウントできない。しかし、電子書籍に再販制は適用されないため、柔軟な値付けが可能である。iPhone のベストセラー辞書アプリ「大辞林」が売り上げを伸ばしたのは、通常2,500円を期間限定で1,000円にしたことが要因とされている。発売翌年の2009年にはグッドデザイン賞、電子出版アワード大賞をダブル受賞している。

インプレス R&D では2020年に電子書籍市場は2,000億円(2010年650億円)と予測しているが、これはあくまでも紙の書籍のように一冊ずつダウンロードする販売モデルが前提だろう。しかし、出版コンテンツがデジタル化されると、単に書籍または雑誌の購入、定期購読というこれまでの通り一遍な販売以外のビジネスモデルも考えられる。一般企業でいえば総務、法務、経理、人事など各セクション向けに有用な最新の出版コンテンツサービスを、リーズナブルな定額制で提供することも可能だ。紙ではできなかったことも実行すれば、アイデア次第で市場規模を拡大していけるはずだ。デジタル化の波をチャンスと捉えて、クロスメディアに展開していけるかが、いま問われている。

池田敬二 [いけだ・けいじ]
大日本印刷(株)
電子出版ソリューション本部
1994年東京都立大学人文学部卒業後、大日本印刷に入社。入社以来、出版印刷の営業、企画部門を歴任。「混迷の時代こそおもしろい」がモットー。趣味はジャズと空手。JAGAT 認証クロスメディアエキスパート。日本電子出版協会 クロスメディア委員会委員長。JPM 認定プロモーションマーケティングター。