

4

電子書籍をめぐる世界の潮流

—アメリカ—



林 智彦 (朝日新聞社)



米出版界の3つのトレンド

2012年に入って、米国の出版業界は、電子書籍の普及に伴い、3つの大きな変化に直面している。

- (1) 本格化したデジタルシフト
- (2) (専用) 端末戦争の終焉
- (3) 急拡大する自己出版

以下、各ポイントについて解説する。

■ 本格化したデジタルシフト

英語で電子書籍 (e-book, ebook) という用語は、コンテンツと端末の両方に使われる。

コンテンツとしての電子書籍は、出版市場全体に変動の波を及ぼしているが、2010～2011年にかけて、この動きは加速している。「デジタルシフト」がいよいよ本格化しているのだ。

このことをデータで見てみよう。図-1はIDPF

(International Digital Publishing Forum) と AAP (Association of American Publishers) による調査結果¹⁾であり、最近まで一般に引用されてきたものである。これによると、米国の電子書籍市場は、2008年から2009年にかけて立ち上がり、2011年第一四半期(Q1)まで急速に拡大してきたことが分かる(米国は日本と違い、小売段階の価格拘束がないため、小売段階の統計が取りにくい。以後の統計はすべて卸売価格に基づく)。

しかし、この調査は、12～15という限られた数の出版社を対象としており、市場全体の姿を反映したものだと言いがたかった。

こうした状況を打破するため、2010年、AAPと業界団体のBISG (Book Industry Study Group) が立ち上げた共同調査事業がBookStatsである。同調査は約2,000の出版社を対象とし、2011年8月に最初のレポートを発表した。その後BookStatsの調査結果はPublishers Weeklyなどの専門誌も含め、業界で広く使われるようになっていく。

BookStatsは出版市場を「カテゴリ(内容)」「フォーマット(紙の書籍か、電子書籍か、また紙の場合はその判型など)」「チャンネル(流通経路)」の3つの観点から調査している。カテゴリは「一般書(Trade)」「初・中等教育(K-12)」「高等教育(Higher Education)」など6つの分野からなる。

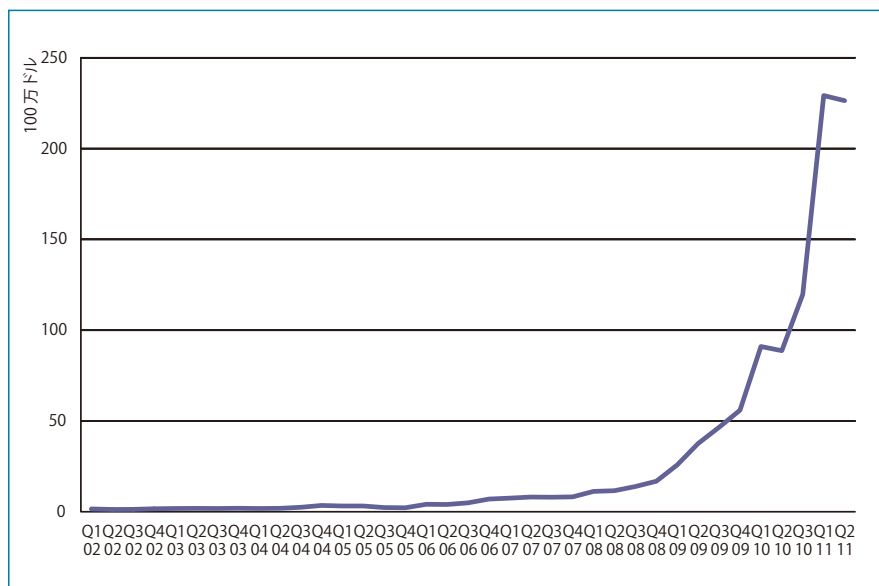


図-1 米国電子書籍市場の拡大

2012年7月に公開された *BookStats 2012*²⁾ によると、2011年の書籍市場全体の売上規模は272億ドルと、2010年の279億ドルと比較して微減(-2.5%)となった。その内訳をフォーマット別に見ると、ハードカバーが横ばいだったのに対して、「ソフトカバー(Trade Paperbackと呼ばれる)」と「ペーパーバック(Mass-Market Paperback)」は、かなりのシェア

を失った。ソフトカバーの売上は前年比9.7%減の65億ドル、ペーパーバックの売上は前年比約32%減の11億ドルになった。

このうちソフトカバーについては部数は増加している一方、ペーパーバックは部数も約32%減らしており、ソフトカバーの売上減は1冊あたりの単価の下落も一因であるが、ペーパーバックの場合は、部数減が主因と考えられる。

紙の書籍の減少を補っているのが電子書籍だ。電子書籍の97%が売られる一般書のカテゴリでは、前年比約3倍以上(210%)の部数で、売上は2倍以上に伸び、21億ドルとなった。

この結果、「一般書」のサブカテゴリである「大人向けのフィクション」では、同カテゴリを構成するすべてのフォーマットのうち、電子書籍が最も大きな売上シェア(30%)を獲得した。なお、同サブカテゴリでの印刷フォーマットのシェアは66%、残りは主にオーディオブックと考えられる。

フィクションだけでなく、ノンフィクションも含んだ「大人向け一般書」全体では、電子書籍のシェアは「大人向けのフィクション」におけるほどではないが、その差も急速に縮まりつつあるようだ。AAPは2012年6月15日、別の速報データによる「大人向け一般書」全体のレポートもまとめた。Media Bistroによる報道³⁾を図示したのが図-2である。

この図を見ると、電子書籍が「ソフトカバー」と「ペーパーバック」の売上を浸食し、ハードカバーを上回っていることが分かる。

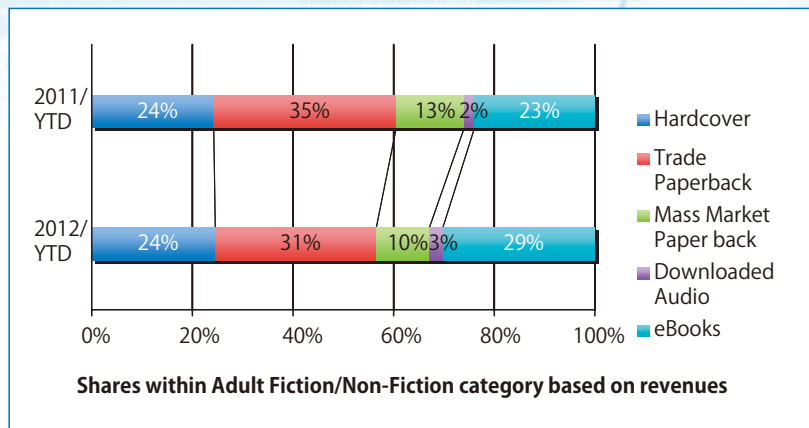


図-2 大人向け書籍の売上シェア

実際、世界最大の一般書出版社であるランダムハウスは、2012年8月、同社の2012年上半期の総売上のうち電子書籍が占めるシェアが、前年同期の20%に対して27%となったと発表した。ライバルの1つであるアシェットも、同じく27%という数字を発表している⁴⁾。

長い間、出版界は電子書籍が紙の書籍を駆逐する「カニバリズム」のシナリオを怖れてきた。*BookStats*の調査結果は、ある面でこの懸念が現実化していることを示している。

だが、それは出版界にとって、あるいは広く読者にとって、一概に悪いことなのだろうか。次項では、別の調査を引きながら、少しこの問題について深めてみたい。

【「カニバリズム」の意味】

一口にカニバリズムといっても、その効果については、いくつかのシナリオが考えられる。1つは電子書籍が出版という産業カテゴリを破壊し、出版市場が縮小してしまうケース(縮小仮説)、もう1つは、電子書籍が既存の出版産業を構成してきた特定のフォーマットやビジネスモデルを破壊するが、そのことにより、あるいは並行して新たな出版の可能性が開かれ、出版市場全体は現状維持か、むしろ拡大するシナリオ(拡大仮説)だ。

この点について専門的に検討した興味深い調査・研究結果が、2012年4月に相次いで発表された。米国の著名な世論調査機関であるPew Research Centerが公開した*The rise of e-reading*⁵⁾と、フ

ランスのグラン・ゼコール、TELECOM Paris Techの研究者が公開した *Superstars and Outsiders in Online Markets*⁶⁾ だ。

The rise of e-reading は、16歳以上のアメリカ人約3,000人を対象に実施した世論調査に基づくもので、それによると、2012年2月の時点で、21%の米国人が過去1年間に電子書籍で読書を経験している。電子書籍の経験者のうち30%は、以前と比べて読書時間が増えたと回答しており、電子リーダー所有者が年間平均24冊読むのに対し、非所有者は16冊にとどまること、タブレットの所有者と非所有者にはそのような差は見られないことが分かった。また、特に50歳未満の男性電子書籍利用者の読書量の増大が顕著だ、という。

Superstars and Outsiders in Online Markets は、カニバリズムが本当に起きているかどうかを、米アマゾン Kindle ストアのベストセラー書籍のリスト(1~100位)を使って経験的に確認した調査だ。2007年11月~2010年7月まで、同リストを自動プログラムで取得し、1,861の書籍についてランキング、平均レビュー評価などを調べたところ、次のような結果を得たという。

すなわち、紙でも電子でもベストセラー入りする「スーパースター (superstars)」書籍については、電子書籍による紙の書籍のカニバリゼーションは起きやすい。他方、絵本のような、カラー、グラフィック、直線的に読みにくい内容のため、電子書籍では扱いにくい「紙が好まれる (print preferred)」書籍では、電子書籍は売れないのでカニバリゼーションは起きない。

一方で同調査は、「デジタル・アウトサイダーズ (digital outsiders)」と呼ばれる新しいジャンルの書籍が勃興していることを発見したという。デジタル・アウトサイダーズは Kindle ストアがなければ、人気上位には上がってこられなかったような書籍である。ここには電子書籍オリジナルの本、刊行日時の古い本も含まれる。同調査は、古い紙版書籍の電子書籍版が刊行されることで、その古い紙版書籍の売上も向上する、と論じている。

また同調査は、いわゆる「ディレイ刊行」、紙版

の書籍の刊行から遅れて電子版を刊行する施策の効果も検証している。それによると、ディレイ刊行はハードカバーの書籍の売上にはささいな変化しか及ぼさず、電子書籍の売上には顕著な減少をもたらさず、全体の売上も減らしてしまう、ということが分かった。

Pew Research Center と TELECOM Paris Tech の調査結果をまとめると、電子書籍による紙版書籍のカニバリゼーションは出版市場の縮小ではなく、現状維持や拡大をもたらす可能性が見えてきている。その意味で、米出版界の現状はカニバリゼーションというより、デジタルシフトのより大きな動きのただ中にあるということがいえよう。

■ (専用) 端末戦争の終焉

次に「電子書籍」のもう1つの側面、電子書籍を読む端末(電子リーダー=電子書籍専用端末とタブレット)について見てみよう。

米国の電子書籍市場は、2007年のアマゾンによる Kindle の発売で普及が始まり、その後世界最大の書店チェーンである Barnes & Noble (B&N) の NOOK (ヌック)、アップルの iPad により加速した。

そのため、これまで電子書籍の議論は、端末や端末メーカーが提供するプラットフォームの議論と、前節で触れたコンテンツの議論が両輪となって進んできた。

しかし、端末で電子書籍を語る時代は、どうやらもう終焉しつつあるかもしれない。そのことが、前述の Pew Research Center の調査結果から読み取れる。

図-3は2012年2月時点で電子リーダー所有者に所有機種を尋ねた質問の回答である。

これを見ると、アマゾンの Kindle、そして B&N の NOOK で、市場の8割が押さえられていることが分かる。

なお、電子リーダーの所有率は、2010年11月時点で5%だったのが、2011年12月には10%、2012年1月には19%と急増している。

2012年2月時点の、タブレット所有者の所有機種をまとめたのが次の図-4である。

図-4からは、アップルの iPad とアマゾンの Kindle Fire の強さが読み取れる。なお、タブレット

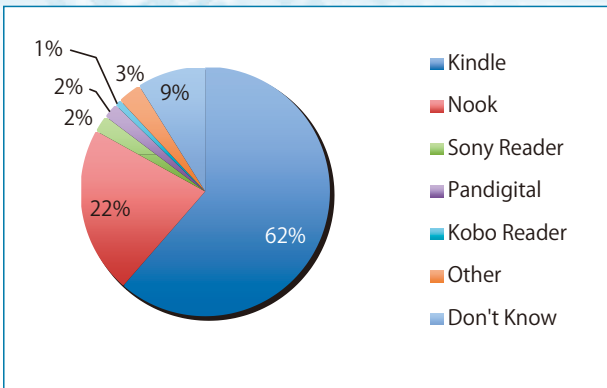


図-3 電子リーダーシェア

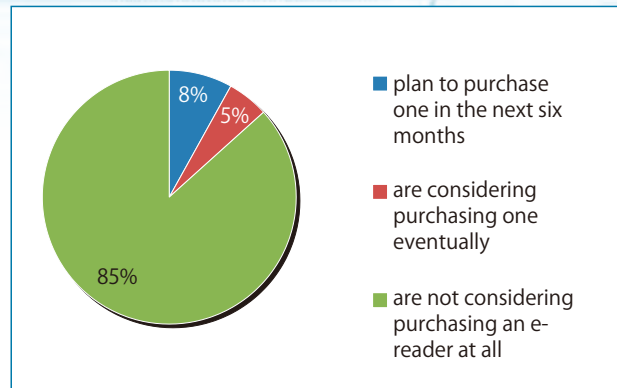


図-5 今後の電子リーダー購入意向 (非所有者)

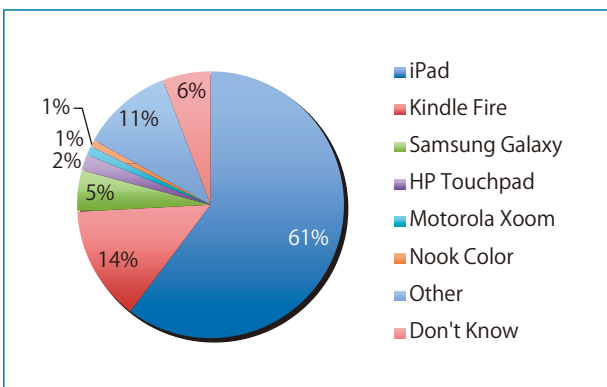


図-4 タブレットのシェア

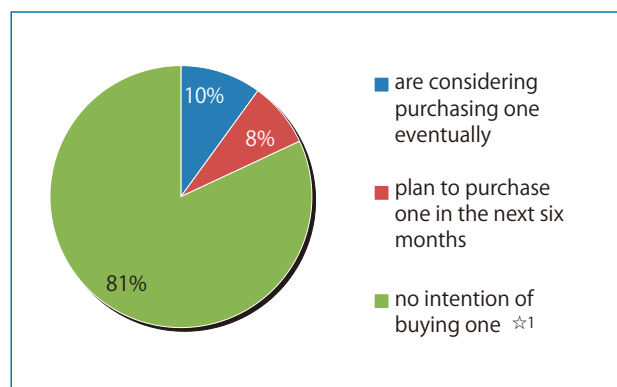


図-6 今後のタブレット購入意向 (非所有者)

の所有率は、2010年11月時点で6%、2011年12月に10%、2012年1月には19%と、電子リーダーと同じような推移で伸びている。また2011年12月から2012年1月にかけて、タブレット市場全体も2倍に拡大した。

このように、電子リーダーとタブレットは、順調に普及率を伸ばしてきているが、今後はどうだろうか？ 非所有者に今後の購入意向を聞いたのが、次の図-5、図-6である。

これらを見ると、特に電子リーダーに関しては、「伸び代」があまりないことが分かる。買いたい人はすでを買ってしまっており、今後の伸びは期待できないかもしれない。

2012年4月、B&NはMicrosoftと提携、新たに新設するNOOK MediaにNOOK事業を移管、その企業にMicrosoftが3億ドルを出資すると発表した。各種報道では、提携の背景要因として端末販売の不振が挙げられている。

今後電子書籍は端末での競争のフェーズが終わり、

スマートフォンやスマートTVなど、隣接するセグメントのデバイスでのサービス展開が勝負になるかもしれない。

そのことをうかがわせる調査結果であった。

■ 急拡大する自己出版

*Superstars and Outsiders in Online Markets*において、出版市場拡大のカギと見なされた「デジタル・アウトサイダーズ」、それを体現すると思われるのが、自己出版である。self publishingは「自主出版」とも訳される。従来、紙の書籍では、「自費出版」があったが、電子書籍やPOD＝プリント・オン・デマンドにおけるself publishingでは刊行・配信自体には初期費用を必要としない場合が一般的なため、「自己出版」「自主出版」と訳す方が適当だと考えられる。

この点で特記すべきは、「Fifty Shades of Grey」

☆1 資料には欠落しているが、前後の文脈から明らかであるので補った。

だろう。英国の自己出版作家、E. L. James が 2011 年 5 月、電子書籍と POD でのみ売り出した三部作のポルノ小説であり、2012 年 8 月までに、全世界で約 4,000 万部を売り上げたと言われている。

この作品のおかげで、発売元のランダムハウスは、2012 年前半期に、記録的な好業績をあげた⁴⁾。総売上が前年同期の 7 億 8,700 万ユーロに対し 9 億 4,700 万ユーロに、総利益が前年同期 6,900 万ユーロに対し 1 億 1,300 万ユーロへと急伸したのだ。

日本での報道は多いとはいえませんが、実は James 以外にも、自己出版のベストセラーが英米の出版界では続々と出現している。表-1 は 2010 年以降の主な動きをまとめたものである。

書籍市場のうち、どの程度が自己出版による本で占められているのか知りたいところだが、包括的に調べた統計はまだないようだ。

ただし、Book In Print という部数ベースの出版統計を発表している Bowker の Vice President, Kelly Gallagher の BookExpo America における発言⁷⁾によると、自己出版による出版物は ISBN ベースで 2010 年に 133,036 点、2011 年には 211,269 点刊行されたという。

Bowker が 5 月に発表した統計によると、2010 年の書籍の総刊行点数は 328,259 点、2011 年は 347,178 点とされている（2011 年は推計値）。

つまり自己出版物の点数が総刊行点数に占める割合は、単純計算では 2010 年には 41%、2011 年には 61%にもものぼると考えられる。

出版界のデジタルシフト、自己出版の急拡大を目撃した 2012 年は、電子書籍という現象を駆動する主要な要因が「端末、プラットフォームからコンテンツへ」という転換を遂げた年として記録されるかもしれない。それほどドラスティックな変化を経験しているのが米国の出版界である。

参考文献

- 1) Thompson, J. B. : *Merchants of Culture 2nd edn.* pp.320-321 (2012).
- 2) Association of American Publishers and the Book Industry Study Group : *BookStats Summary Report* (2012).
- 3) Mediabistro : eBook Revenues Top Hardcover, <http://www.mediabistro.com/galleycat/ebooks-top-hardcover->

2010 年 4 月	米国の Amanda Hocking が 4 つの作品を Kindle で自己出版する。
2011 年 3 月	Hocking の著書の売上が 100 万部を超え、マクミラン傘下のセント・マーチンズ・プレスと新刊の出版契約。契約金額は 200 万ドルと推定される。
2011 年 5 月	英国の E. L. James がデビュー作「Fifty Shades of Grey」をオーストラリアのオンライン出版社から刊行。同作と続編 2 巻は、ほとんど宣伝されなかったが、口コミでベストセラーになる。
2011 年 6 月	英国の John Locke がミステリースリラー「ドノバン・クリード」シリーズで、自己出版筆者として初めて「キンドル・ミリオン・クラブ」(100 万部以上を売り上げた著者のリスト) 入り。
2011 年 8 月	John Locke, 著書の紙版出版契約を大手出版社サイモン&シュスターと結ぶ。
2012 年 3 月	E. L. James がランダムハウス傘下のピンテージブックスと契約、ピンテージは「Fifty……」の電子書籍版を全世界で再発売する一方で、4 月にペーパーバックとしても発売。映画化も決定。
2012 年 5 月	「Fifty……」の売上が米国での発売 6 週間で 1,000 万部を突破した、とピンテージブックスが発表。
2012 年 6 月	Kobo のブックストアの売上部数の 7% は自己出版によるもので、これは大手出版社一社に相当する、と Kobo の幹部が BookExpo 会場で発言したとの報道あり (paidContent.org)。
2012 年 7 月	「Fifty……」の米国内販売部数がペーパーバックで 980 万部、電子書籍で 960 万部を突破、とピンテージブックスが発表。
2012 年 8 月	英アマゾン、同サイトでの「Fifty……」の売上が一巻単体で「ハリ・ポッター」全巻の売上を上回った、と発表。 ニューヨークタイムズ・ベストセラーリストに 4 人の自己出版作家による 7 つの作品が掲載された、と自己出版支援サービス大手のスマッシュワーズが発表。

表-1 自己出版をめぐる最近の主な動き

- revenues-in-q1_b53090 (2012).
- 4) Digital Book World : E-Books and Fifty Shades Drive Random House to Record Profits, <http://www.digitalbookworld.com/2012/e-books-and-fifty-shades-drive-random-house-to-record-profits/> retrieved on Sep. 3 (2012).
 - 5) Rainie, L., Zickuhr, K., Purcell, K., Madden, M. and Brenner, J. : *The Rise of E-reading* (2012).
 - 6) Bounie, D. and Sirbu, M. : *Superstars and Outsiders in Online Markets : An Empirical Analysis of Electronic Books Working Paper 12-TS-01 Superstars and Outsiders in Online Markets : An Empirical Analysis of Electronic Books* (2012).
 - 7) Publishers Weekly : PW Select July 2012 : Taking the Measure of Self-Publishing, <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/authors/pw-select/article/52881-pw-select-july-2012-taking-the-measure-of-self-publishing.html>, retrieved on Sep. 3 (2012).

(2012 年 9 月 3 日受付)

引用した図において合計が 100% とならないものがあるが、原典のママとした。

● 林 智彦 hayashi-t@asahi.com
 朝日新聞社デジタル事業本部ビジネス企画開発セクション。1993 年早大政経学部政治学科卒業、2007 年英国立リーズ大学大学院修士課程修了 (国際研究修士)。