

「電子書籍の発展要因の研究」

～コンテンツとプラットフォームの理想的関係からの乖離をキーにした考察～

前田 尚己

1、 研究の目的

- ✓ 電子書籍、電子雑誌、電子コミック、電子辞書には、それぞれ、プラットフォームとの組み合わせの中で、下の図表 1 の赤枠に記載されているような、最も成長してきている、あるいは今後成長していくと想定される「コンテンツとプラットフォームの組み合わせ」が存在している。研究の目的は、コンテンツ領域別に、こうしたコンテンツとプラットフォームとの組み合わせの優劣の要因を明らかにすることである。

図表 1

		小説	雑誌	コミック	辞書
紙媒体		9,326億円	9,750億円	2,450億円	200億円
電子媒体	PC	46億円 (前年比:128%)	小さい (事例あり)	24億円 (前年比:130%)	小さい
	携帯	37億円 (前年比:218%)	小さい	82億円 (前年比:356%)	小さい
	専用端末	小さい	小さい	小さい	665億円

データ出所：インプレス電子書籍白書 2007、および、カシオ調べ

2、 研究の内容

✓ 分析フレームワークの構築

- ・ 先行研究から、コンテンツの代替構造、プラットフォームの構造、コンテンツとプラットフォーム間のレイヤー構造、の 3 つの構造から分析フレームワークを作成すると、図表 2 のように、4×4×2 の 16 パターンのフレームワークが作成される。

図表 2

コンテンツの代替		プラットフォーム構造		コンテンツとプラットフォームのレイヤー
完全拡張代替	×	汎用型	×	分離型
部分拡張代替				
完全類似代替		特化型		一体型
部分類似代替				

- ・ コンテンツとプラットフォームの組合せの理想型のモデルとして、「コンテンツが完全拡張代替で、プラットフォームが汎用的であり、かつ、コンテンツとプラットフォームのレイヤー構造が分離型のモデル」を想定する。その理由は、仮に他の条件が同じであれば、完全拡張代替とは代替されるものよりも論理的に必ず優れているものを意味し、汎用型は論理的に広い利用範囲を必ず持ち、分離型はコンテンツ

の多様性に関して論理的に必ず優れているからである。(ただし、これらの追求によって、他のデメリットが生じる可能性があり、それが現実と理想型のギャップの理由の一つとなる。つまり、現実には「他の条件」が同じでないことが普及しているモデルや成長するモデルと「理想」のギャップの原因となると考える。)

- 分析手順：
上記の分析フレームワークから導かれる理想型と「電子書籍やその他のデジタルコンテンツ（映像、音楽、ゲーム）の現実の製品の状況」を対比することで、理論的に望ましいはずの理想型のシナリオと、現実の市場状況との乖離を分析する。そして、その乖離の理由や変化可能性について論じる。

✓ **電子書籍の通時的考察**

- 電子書籍のプラットフォームは 2 極化され、当初からの「特化型+一体型（例：ROM 型電子辞書）」のビジネスモデルと、「汎用型+分離型（例：PC+PDF ファイル）」に分かれてそれぞれが連続的な成長をしている。そのため、中間的な位置づけとなる「特化型+汎用型（例：電子ブックプレイヤー）」は成長しなかった。
- 電子書籍のコンテンツに関しては、1995 年以降に、ダウンロード販売が拡充されたことに伴って市場が大きくなったため、分離型に有利に働いたことが伺える。

✓ **デジタルコンテンツの共時的考察**

- 電子小説、電子雑誌、電子コミック、電子辞書別の、普及あるいは成長しているモデルを対比すると、図表 3 のように、パターン (A) ~パターン (C) の 3 つになる。図表 3 のパターン (D) は、電子書籍では普及あるいは成長しているコンテンツ例がないものであるが、音楽やゲームでは普及しているものである。
- 理想型のビジネスモデルは、実際には存在していない。

図表 3

	プラットフォーム	代替構造	プラットフォーム構造	レイヤー	電子書籍の事例		その他	
A	PC	部分拡張代替	汎用型	分離型	電子雑誌		映像	
B	携帯	部分拡張代替	汎用型	分離型	電子小説	電子コミック		
C	専用端末	完全拡張代替	特化型	分離型			音楽	ゲーム
D	専用端末	完全拡張代替	特化型	一体型	電子辞書			

3、 分析

- パターン (A) ~パターン (D) の 4 つの現実の製品カテゴリーについて、理想型モデルからの乖離の理由を「魅力」と「犠牲」の概念を使い分析する (図表 4)。

図表 4

	コンテンツ		プラットフォーム		レイヤー	
	魅力	犠牲	魅力	犠牲	魅力	犠牲
パターン(A) (電子雑誌、映像)	豊かな表現力	作品の隔たり	表現力の高さ	携行性の悪さ		
パターン(B) (電子小説、電子コミック)	ページ送り	読む作業の増加	利便性、携行性の高さ	画面の小ささ、画質の悪さ		
パターン(C) (音楽、ゲーム)			操作性の高さ 用途への追求	拡張性の低さ		
パターン(D) (電子辞書)	マルチメディア性	カスタマイズ	操作性の高さ	拡張性の低さ		拡張性の低さ

- ・ パターン (A : PC)、(B : 携帯電話) の電子小説や電子コミック、電子雑誌の分野は、「部分拡張」性を持っており理想型 (完全拡張) からのギャップがある。しかし、コンテンツとして利用者が「基本的に一度だけ見る」ものであり、こうしたコンテンツの場合には、コンテンツ自身の表現力の高さ (例 : 電子雑誌における動画利用)、という魅力が、上記のギャップを補いつている。PC や携帯電話という汎用プラットフォーム上でのコンテンツは、「携行性の悪さ」(PC)や画面の小ささ (携帯電話) という犠牲を払いながらも、汎用的な PF 上で、上記の魅力を持つコンテンツの増加とともに成長している。
- ・ パターン (C) の電子辞書は、「特化型」という性質があり、理想型 (汎用型) からのギャップがある。しかし、辞書コンテンツのように、コンテンツとして利用者が「繰り返し利用するもの」に関しては、コンテンツを利用するためのプラットフォームの操作性の高さが魅力となり、上記のギャップを補って、成長している。特化型であり、かつ一体型の電子辞書では、プラットフォーム、コンテンツともに拡張性が低いという犠牲を払いながらも、市場は成長していつている。
- ・ パターン (C) である電子ブックが成功しなかった理由として、コンテンツを差し替えるなどの操作性の手間をかけてしまったため、プラットフォームの利便性を損なった。コンテンツの拡張性の高さという魅力を高めようとしたが、プラットフォームの利便性という犠牲の方がまさっているため、「特化型」のギャップを補うことが出来なかったと考えられる。
- ・ パターン (D) の音楽・ゲームは、電子書籍ではないが、上記の電子ブックとの対比のために表に掲げている。パターン (D) は、パターン (C) と同様に「特化型」

という理想型（汎用型）からのギャップがあるが、コンテンツが繰り返し利用されるものであるため、操作性の高さという魅力がそれを補って普及したと考えられる。

- ・ パターン（D）の1種である電子書籍専用端末が成功してこなかった理由として、「特化型」のギャップを補う魅力が十分ないことが挙げられる。専用端末は繰り返し利用されるコンテンツを高い操作性のプラットフォームで見ることができ、特化型 PF のコストを抑えるために、コンテンツ（電子小説やコミック）に汎用型 PF を凌ぐ豊かな表現力を持たせることが十分できていない。そのため、プラットフォームの操作性の高さは魅力にならず、特化型 PF の「拡張性の低さ」や犠牲となり、コンテンツの表現力の低さも同様に犠牲となったため、成功することが出来なかった。ただし、アメリカでは、amazon が

4、 結論

		(ア) ↓	(イ) ↓	(ウ) ↓	(エ) ↓	
		小説	雑誌	コミック	辞書	
紙媒体		9,326億円	9,750億円	2,450億円	200億円	
電子媒体	PC	46億円 (前年比:128%)	小さい (事例あり)	24億円 (前年比:130%)	小さい	← (オ)
	携帯	37億円 (前年比:218%)	小さい	82億円 (前年比:356%)	小さい	← (カ)
	専用端末	小さい	小さい	小さい	665億円	← (キ)

- (ア) 電子小説の分野で、携帯電話をプラットフォームとする市場の成長率が高く、今後も成長していくであろう理由として、以下が考えられる。
- ・ 小説コンテンツが基本的には一度だけ見られるコンテンツである
 - ・ 携帯電話の携行性の高さがこのコンテンツでは魅力的でありえる
 - ・ コンテンツ自身がテキスト形式のシンプルなものであり、画面が小さく画質も十分でない携帯電話でも十分まかなえる
- (イ) 電子雑誌の分野で、PC をプラットフォームとする市場に事例が存在し、今後も成長していくであろう理由としては、以下が考えられる。
- ・ 雑誌コンテンツが基本的には一度だけ見られるコンテンツである
 - ・ 特に画像の鮮明さや、動画などの表現力の高いコンテンツとそれを見ることが出来るだけのプラットフォームがこの分野では重要である
- (ウ) 電子コミックの分野で、携帯電話をプラットフォームとする市場が普及し、今後も成長していくであろう理由は、以下が考えられる。
- ・ コミックコンテンツは、基本的には一度だけ見られるコンテンツである
 - ・ 携帯電話の携行性の高さが、このコンテンツでは魅力になりえる
 - ・ ページ送りなどのコミック特有のコマ割を携帯電話でうまく表現できる
- (エ) 電子辞書コンテンツの中で、専用端末をプラットフォームとする市場が成長し、今後

も成長していくであろう理由は、以下が考えられる。

- 辞書コンテンツは、繰り返し見られるコンテンツである
- コンテンツの表現力の高さや、プラットフォーム多目的性よりも、プラットフォーム自身の操作性の高さが重要な要因となっている

(オ) PC をプラットフォームとした場合のコンテンツの中で、雑誌コンテンツが他のコンテンツに比較してこの分野で普及あるいは成長している理由は、以下が考えられる。

PC のプラットフォームが、表現力の高いコンテンツにとって動画や映像、高い画質の画像などを表現することが出来ることが魅力のプラットフォームである

- PC の携帯性の低さという犠牲をカバーしている

(カ) 携帯電話をプラットフォームとした場合のコンテンツの中で、小説とコミックのコンテンツが他のコンテンツに比較してこの分野で普及あるいは成長している理由は、以下が考えられる。

- 携帯電話のプラットフォームが、上記のコンテンツについては、利便性や携帯性が高い、という魅力がある
- 画面の小ささや画質の低さといった犠牲をカバーしている

(キ) 専用端末をプラットフォームとした場合のコンテンツの中で、辞書コンテンツが他のコンテンツに比較してこの分野で普及あるいは成長している理由は、以下が考えられる。

- 専用端末のプラットフォームが、上記のコンテンツについては、高い操作性やシンプルな操作性を発揮しえる、という魅力がある
- 多目的性の低さといった犠牲をカバーしている

3、 今後の課題

- ✓ プラットフォーム、特に通信回線の進化が、各ビジネスモデルのデメリットを変える可能性については、十分議論できていなかった。技術の進歩という観点に基づき、インターネット通信回線速度の向上をあわせることで、よりリッチで大容量のコンテンツを配信できるようになるため、より将来的な示唆が可能になるのではないかと考えられる。
- ✓ コンテンツの購入方法に関しても議論することが出来なかった。利用者から見たコストの観点に基づくと、購入方法としては、一括での購入、サブスクリプションによる購入、そして購入の必要はなく無料で入手することが出来るが広告が入っているようなスタイル、の3タイプがあると考えられる。コンテンツとプラットフォームの関係を通して、最適な入手方法を検討でき、将来的な示唆も可能ではないかと考える。
- ✓ 本研究は、コンテンツをジャンル別にプラットフォームと組合せて論じるという構造での議論になっている。そのため、同一コンテンツが異なるプラットフォームで並行利用（流用）されやすいかどうか、流用がもたらす魅力などについての議論が行われていない。たとえば、本研究では対象外とした新聞ビジネスでは、この流用性が大き

な意味を持つかもしれない。

以上