

◆JEPA iPhone出版研究会 第3回オフ会◆

「最新デバイスと電子出版ビジネスモデル」

第二部 ビジネスモデル検討会： 司会進行：アイドックKK 成井秀樹 2010年2月10日

形式: ePub, PDF, AZW (Kindle) Amazon以外はePub採用を表明している

DRM: 各社独自、標準化は無い(それぞれのビジネスモデルに依る)

端末: PCと読書端末。Apple以外はマルチプラットフォームへ

コンテンツ: 新聞、雑誌、文芸書。(グラビア、コミックなどはこれから)

価格: \$9.99 → \$14.99 (\$0も存在する)

出版社のマージン: 30% ~ 70%

(著者、出版社、書店、読者の間で適性モデルを模索している)

ポイント:

Agent (代理人) またはProducerの役割が高まる

著者と書店の直接取引は限定的なもの

従来の出版社は変質を求められる

インターネットとデジタル技術を使ったBook Promotionが重要な役割を果たす

電子書籍が紙媒体の書籍の落ち込みを救う(合算して+になるかは疑問)

電子書籍はそれ自信の販売よりもBook Promotionのツールとしての役割の方が大きい

価格政策は模索が続くが現在の段階では、一般的な電子書籍の価格は紙媒体の書籍の半分で

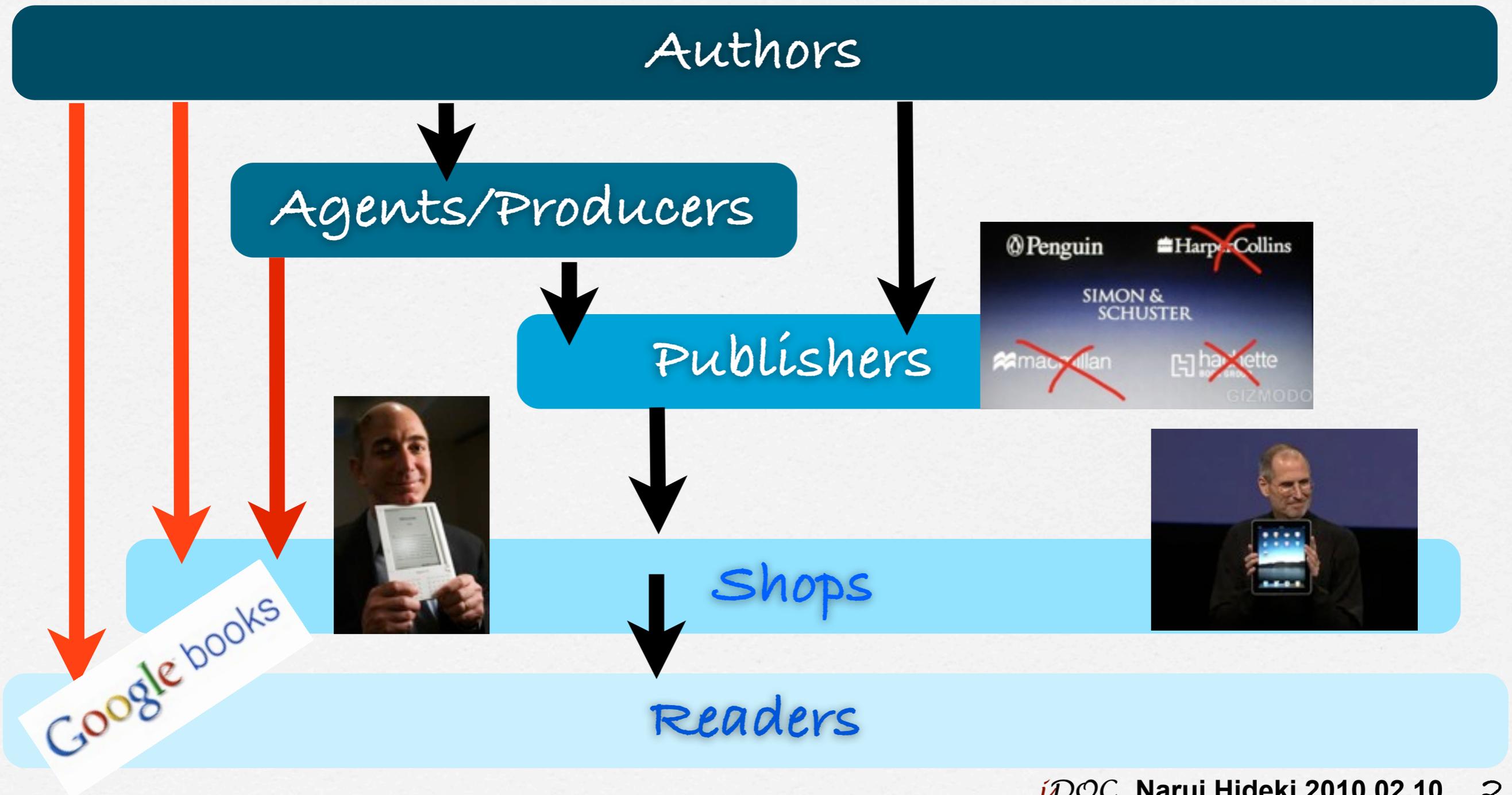
出版社への卸は50%から70%に落ち着こうとしている

紙を持っているAmazonがやはり圧倒的に有利、Barnes&NobleやSkiffなどは未知

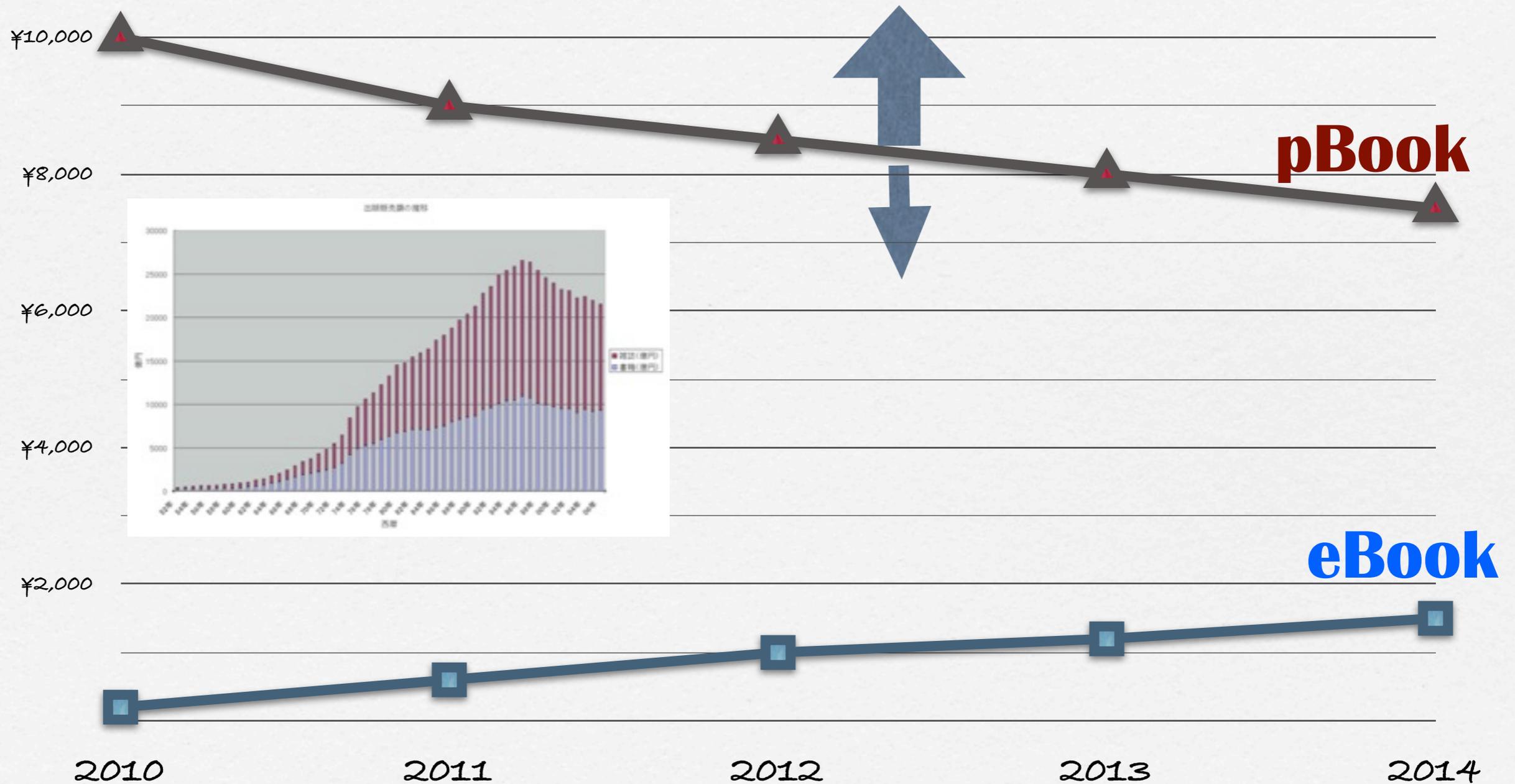
Apple iPadはKindleでカバーできない雑誌、グラビア、コミックで優位

iPadではインタラクティブな雑誌などのコンテンツが期待できる

How books are being sold.



eBook pulls pBook sales up and down



Digital Book Promotion Freemium

