

多重再編時代を迎えた 出版ビジネス 2022年の動き 「戦略編」

2022/02/25 株式会社コンテンツジャパン

堀 鉄彦

自己紹介

(株)コンテンツジャパン代表取締役

取締役1986年日経マグローウヒル社（現日経BP社）入社。日経パソコン、日経ネットナビなどの編集部を経て、2015年3月末まで日経BP社ライツセンター／コーポレート管理室マネージャーとして著作権・版權、出版業界団体関連の業務を担当。

出版業界横断組織「出版海賊版対策会議」を立ち上げ事務局長を務める。2017年ブロックチェーンを中心にコンテンツビジネスのデジタル化を推進するための会社（株）コンテンツジャパンを立ち上げ。著作権ブロックチェーンの開発実験などに参画
現在、Media Innovationの運営にかかわりつつ、文化通信では「デジタルトレンド」連載中



デジタルファースト出版の歴史

90年～00年代初頭	ホームページ連載 「ソードアートオンライン」(2002年) その他・・・
2002年	第一次ケータイ小説ブーム Deep Loveなど
2004年	「小説家になろう」サービス開始
2005年頃	ブログ発 生協の白石さん、実録鬼嫁日記 著者ネットワークによる販促協力（チャボ、ネットコミ頼母子講・・・）
2006年	第二次ケータイ小説ブーム 「魔法のiらんど」 「恋空」 など トーハン文芸ベストセラートップ3をケータイ小説が占める
2010年	「エブリスタ」
2012年	ピースオブケイク 「cakes」を開始
2013年	「comicoサービス」開始
2014年	アルファポリス上場、ピースオブケイク「note」スタート
2015年	「カクヨム」 「comicoノベル」
2017年	YouTubeコミック動画「フェルミ研究所」
2018年	ピースオブケイク「noteクリエイター支援プログラム」 講談社の編集者参加投稿プラットフォーム「DAYS NEO」
2019年	フェルミ研究所がブレイク。4月にはチャンネル登録者数が「米津玄師超え」 noteとパートナーシップを結ぶ出版社が急増。取り組みも多様化 SNS掲載の広告コミックが目立つように
2020年	ピッコマが電子コミックアプリで売上首位に。Webtoon売上がうち4割以上
2021年	Web連載を雑誌の代わりにする形で、コミック市場に進出する出版社相次ぐ
2021年	カカオピッコマ、売上700億円弱に、世界市場展開でも先行

出版ビジネスのこれまでとこれから

	紙出版中心の時代	電子出版1.0	プラットフォーム主導時代
コンテンツの比率	コミック2割強	徐々にコミック比率高まる	8割以上
価格	一律	可変	可変、プラットフォームにも主導権、ポイントなどで読者ごとの可変も始まる
コンテンツ育成・発掘	雑誌での連載、雑誌の新人賞	デジタルファースト型は少ない	デジタルファースト型出版始まる
書店の数	1万店以上	当初300以上あったが急速に減少	アマゾンのシェア高いが複数併存
物流	コストがかかる。入荷日にズレがでることも	コストはかからない同時配信	コストはかからない同時配信
新古書	ブックオフなど価格コントロール不可	デジタルに古書概念など	新古書ではないが既刊本の値下げ、読み放題メニューへの移行など実施
出版社の収入	まずは納入部数に応じて支払われる	販売部数比例	販売部数比例
読者データ	読者ハガキ、雑誌定期購読者リスト	購入履歴などは電子書店が管理	購入履歴などはプラットフォームが管理
宣伝方法	書店（帯など含む）×雑誌連載×書評×新聞などの広告	左＋価格戦略、リコメンデーション	パーソナライズプロモーション、SNS動画・・・
出版金融	取次が担う	書籍金融に依存	プラットフォーム独自の支援制度スタート

?

多重再編＝さまざまな軸の再編が同時多発的に動き出していること

流通主導だったマーケット構造はデジタルが主、紙が従になることで急速に変化

「デジタルファースト」戦略の解像度が上がり、IPファースト、ファイナンスファースト、クリエイターファースト、リテイルファースト、IDファーストなど多重な軸で行われるようになったのでは？

たとえば

- ・ Webtoonなど、「フォーマットファースト再編」
- ・ ポストクッキー時代を迎え激化する「ID間競争」と「IDファースト再編」
- ・ クリエイターエコノミーによる「D2C（ダイレクトtoクリエイター）再編」
- ・ リモート会議やメタバースやVRによる「OMO（オンラインマージオフライン）再編」
- ・ PEファンド、クラウドファンディングその他、「メディアビジネスの金融化・巨大資金流入再編」
- ・ NFTによるデジタルコンテンツの「アセット化再編」
- ・ 権利を起点にビジネスを広げる「IP（知財）ファースト再編」
- ・ リテールメディアネットワーク勃興・による、「消費ポイント主導再編」



多重再編時代を迎えた出版ビジネス、
年注目はクリエイターエコノミーとリ
ルメディア、コンテンツジャパン堀鉄
長...メディア業界2022年への展望(1

掲載日: 2021年10月14日

< Share



変革を加速した「新型コロナ」 海外巨大資金も動いた

出版以外の産業もカテゴリー大変革 どこもパンドラの箱をあけたような状況

「2020～21年という時代は、エンタメ業界の市場環境であるユーザーを取り巻く世界がドラスティックに変わった。ゲーム市場はコロナを追い風として2～3割増加し、2～3割減のアニメやテレビ番組は多チャンネル構想を推進し、4割減の映画が配信へのシフトに挑戦し、6割減の舞台演劇や8割減の音楽ライブがデジタル配信を画策した」（推しエコノミー 中山淳雄著）



コロナ禍で流入した巨大資金

- ・ ピッコマ（現カカオピッコマ）は600億円を調達。日本の株式市場に上場を計画。韓国本社はNY市場に上場、2兆円調達狙う
- ・ 独Axel Springerなど、ファンドが大株主になるメディアが続々。2月にはForbesに暗号通貨取引所大手のBinanceが20億ドル出資を発表



国内外の状況整理

日本の出版市場

■コミック市場の大変化

- ・コミック大手は空前の好決算
- ・コミック市場を韓国プラットフォームが席卷
- ・ソニーがクランチロールを買収、KADOKAWAに出資、グローバル戦略が各社のテーマに
- ・一方でテンセント、カカオがKADOKAWAに出資

■流通再編

- ・メディアドゥとトーハンが資本提携
- ・出版大手3社と丸紅が新流通PF構築のための新会社構想
- ・トーハンと大日本印刷が業務提携
- ・TRCと富士山マガジンサービスの資本提携

●雑誌ビジネスが大きな転機

- ・紙雑誌広告の激減。21年3-4月は前年比3割減、4月は4マスで唯一の減少
- ・雑誌事業の譲渡があいつぐ。エイ出版の事業分割譲渡、RAYなどの雑誌がIT企業が買収

●未来の出版 テクノロジー×流通

- ・メディアドゥなど相次ぎブロックチェーンのビジネス構想発表
- ・クリエイターエコノミーの勃興
- ・ポストクッキー時代を見据え、リテイルメディアネットワークが急成長

海外出版状況

- ・ 出版市場は好調 書籍↑、雑誌↓、デジタル↓、音声↑
- ・ 書籍出版ではPenguin Random HouseとHarperCollinsの合併が発表
- ・ 雑誌はIAC、FuturePLCが再編の核に。Meredith買収され、その後大規模な再編スタート
- ・ オーディオブックは電子書籍に迫る勢い。Spotifyがオーディオブックに参入
- ・ マンガ、ライトノベルで韓国企業の存在感強まる。NAVER、KAKAOによるマンガ・ライトノベル出版再編加速（テンセント、KAKAOはKADOKAWAに出資）
- ・ TikTokがプロモーションの基盤として定着
- ・ 独立系書店プラットフォームBookshop.orgが米国から英国、スペインに拡大、ドイツではタリアなど中小書店も参加できるプラットフォーム
- ・ NFTの利用が出版ビジネスでも始まる。米国ではベストセラーのプロモーションも

国内市場の状況

21年、紙書籍が15年ぶりにプラス。電子コミック20.3%増

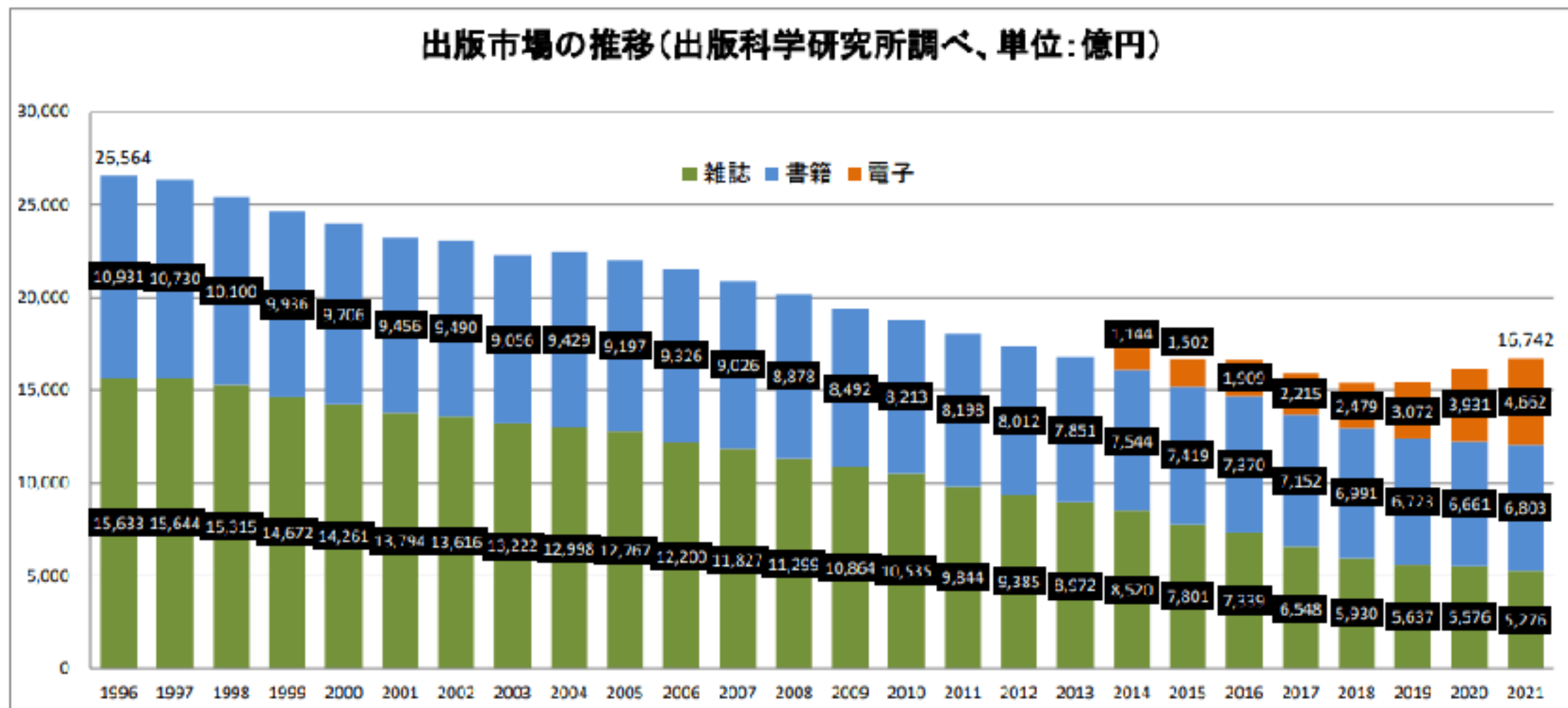
- ・紙と電子の合計は1兆6742億円。2021年の出版市場は3年連続で前年越え
- ・電子出版市場は前年比18.6%増の4,662億円と、大幅に増加。電子コミックが同20.3%増の4,114億円、電子書籍が同12.0%増の449億円、電子雑誌が同10.1%減の99億円

■紙の出版市場と電子出版市場合計

- ・紙の出版物（書籍・雑誌合計）の推定販売金額は前年比1.1%減の12,080億円。内訳は書籍が同2.1%増の6,804億円、雑誌が同0.7%減の5,276億円
- ・書籍は、児童書、文芸書、中学学参、語学・資格書が好調で、06年以来のプラス成長
- ・雑誌は、月刊誌（コミックス、ムック含む）が同0.7%減。月刊誌のうち、定期誌は約7%減。



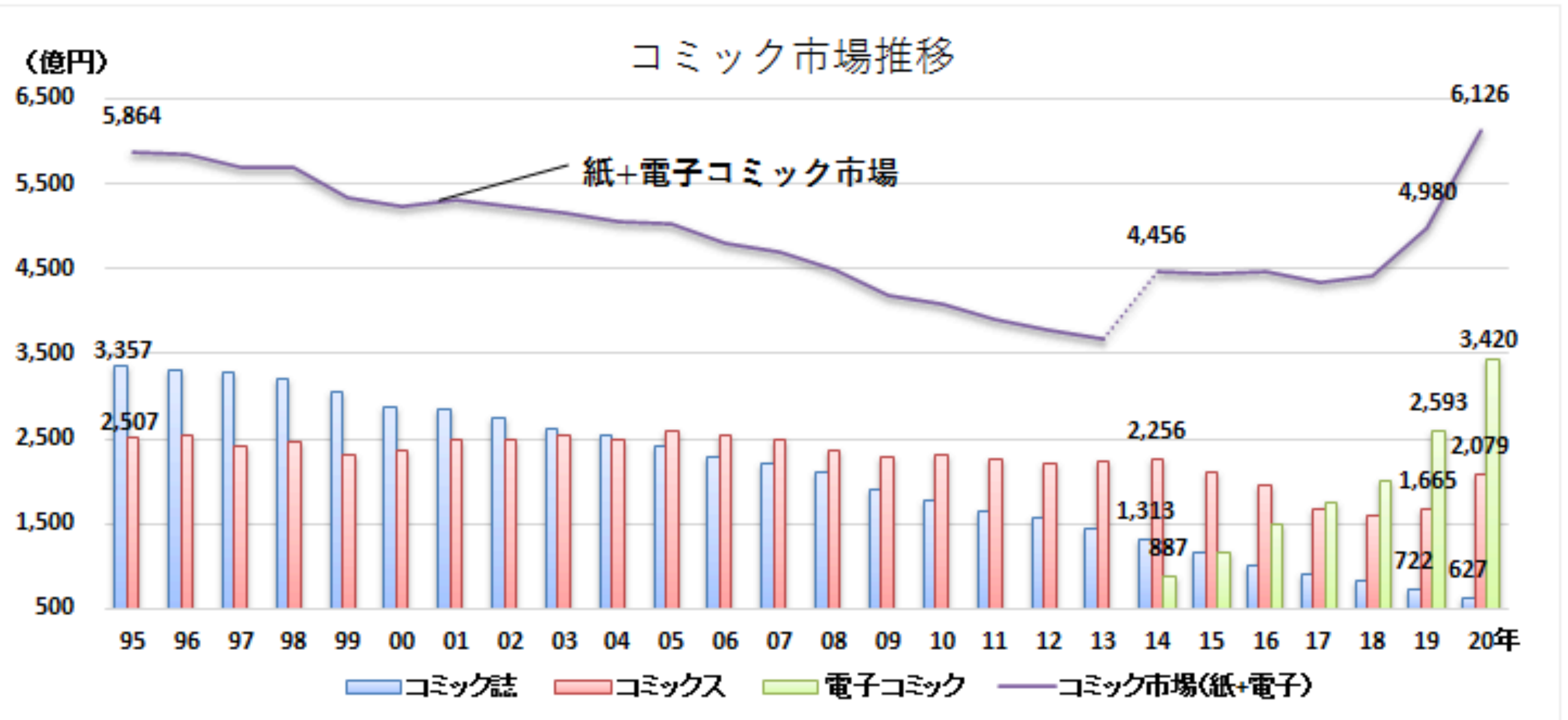
3年連続で前年超えコロナ禍下で復活した出版市場



文化通信 22/1/28記事「出版市場 2022年電子出版が紙雑誌上回る見込みに」より

2021年の出版市場は**3年連続で前年越え**となった。電子コミックを中心とする電子出版が4662億円、前年比18・6%と2桁増になったことと、児童書や学習参考書などの好調が続いた書籍が同2・1%と15年ぶりにプラスになったことが貢献

電子コミック市場の伸びが貢献



※取次ルート／出典『[出版指標 年報 2021年版](#)』

大手出版社の決算

・ 講談社

21 年11月期 売上高は1707億7400万円（前年比17.8%増）、当期純利益は155億5900万円（同43.0%増）と大幅増益。売上高の内訳は、製品（紙の書籍・雑誌）が662億8600万円（同4.4%増）、事業収入は910億2800万円（同27.4%増）、広告収入は70億4300万円（同27.6%増）、その他が32億4300円（同147.9%増）

・ 集英社

売上高は2010億1400万円（前年比31.5%増）。内訳は、「雑誌」817億0100万円（同27.9%増）、「書籍」178億円（同72.4%増）、「広告」78億7300万円（同18.1%減）、「事業収入」936億3900万円（同35.6%増）。当期純利益は457億1800万円（同118.3%増）で、前年の約209億円から2倍以上となる大幅増益。「事業収入」のうち、「デジタル」分野は449億0900万円（同42.5%増）

大手出版社の決算

小学館

21年2月期 総売上高は943億1600万円（前年比3.5%減）。経常利益は72億4600万円（同29.9%増）、当期利益は56億7300万円（同44.5%増）。「雑誌」「コミックス」「書籍」などの出版売上げは467億7000万円（同5.9%減）、「広告収入」は90億9500万円（同15.2%減）、「デジタル収入」は305億8700万円（同23.1%増）、「著作権収入等」は78億6400万円（同36.9%減）

KADOKAWA

2022年3月期 第3四半期出版セグメント累計売上高は、（前年同期比3.7%増）、セグメント利益（営業利益）は131億27百万円（前年同期比39.2%増）。外販事業が伸長（+27%）。BOOK☆WALKERユーザー数が増加し、自社ストア事業も伸長（+17%）を中心とした海外事業が高成長を継続していることに加え、権利許諾収入の伸長、前年に引き続き返品率が良化していることが収益貢献

海外書籍出版

2020年の書籍市場は全体で8.9%増、紙↑、電子↓、 オーディオブック↑

全米出版協会（AAP）がまとめた2021年のコンシューマー向け一般書籍部門の売上高は、11.8%増（
昨年は8.5%減）の95億ドル。ハードカバーは11.3%増の37億ドル、ペーパーバックは18.8%増の31億ドル、廉価版ペーパーバックは5.5%増の2億4,090万ドル、絵本などボードブックは9.7%増の2億1,210万ドル。

電子書籍の売上高は、2020年暦年比4.7%減の11億ドル。ダウンロードオーディオは、13.4%増の7億6,620万ドル。CDブックなど物理オーディオは16.4%減の2,160万ドル

絶好調の米出版界

2021年の上半期のAAP加盟社売上は前年同期比18.1%増

●Penguin Random House

2021年上半期のペンギンランダムハウスは前年同期比で利益が55.1%増。総売上高は18億ユーロ（約21億ドル）で、前年同期比10.9%増営業EBITDA（利息、税金、減価償却および償却前利益）は億900万から3億2400万ユーロに急増

●HarperCollins

2021年6月30日に終了した会計年度の売上高は19%増の20億ドル

（19億8500万ドル）弱、収益は42%増の3億300万ドル。デジタル売上高16%増

動向

19年 独取次大手KNVが倒産

19年末 仏Vivendiは、教育出版社Santillanaの親会社であるスペインのPrisaグループを買収。

20年4月 Vivendiが仏Lagardereに資本参加し、2021年半ばまでにその持ち株比率を29%に拡大2020年秋にLagardere傘下のHachetteのCEOアルノー・ヌーリー氏を追放

20年11月ペンギン・ランダムハウスは、サイモン&シュスターを22億ドルで買収計画発表（規制当局の承認待ち）

21年6月 LagardereグループSociété Anonymeにグループ名変更。ラガルデールにおけるヴィヴェンディの影響力はさらに強まっている

21年ハーパーコリンズ社はホートン・ミフリン・ハーコート社の消費者向け書籍部門を3億4,900万ドル（約3億円）買収

21年6月 ボニエは、北欧諸国のオーディオブック事業を拡大するために、2020年にノルウェーのストロベリー・パブリッシング社へ出資

コミックビジネス

韓国アプリが席巻



ホーム メディア テクノロジー 広告 企業 M&A 特集 チャンネル 動画 DB



動画

韓国発「ピッコマ」が漫画アプリで首位に、その背景とは？ 日本企業の課題は？

Media Innovation 2020年11月24日

Share



Media Innovation Live
デジタルメディアのイノベーションを加速させる

【動画解説】韓国発「ピッコマ」が漫画アプリNo.1に、その背景とは？

韓国のネット企業、KAKAOが展開するコミックアップ「ピッコマ」が日本のコミックアプリのランキングで1位を獲得しました。漫画王国日本での快挙に韓国のネットは大きく盛り上がったそうです。

毎週実施しているライブ番組「Media Innovation Live」にて「**韓国の大手ネット企業・KAKAOが日本のコミックアプリで1位に**」と題して、出版業界に造形の深い、株式会社コンテンツジャパン代表の堀鉄彦氏が、激変したコミックアプリの状況や今後の日本企業の課題などに

f 2773 ファン

いいね

226 フォロワー

フォロー

2428 フォロワー

フォロー

【10月12日更新】メディアのサブスクリプションを学ぶための記事まとめ

【10月12日更新】音声メディア(ポッドキャスト)の最新動向を学ぶための記事まとめ

【10月12日更新】ポストCookie時代における広告の最新動向を学ぶための記事まとめ

最新ニュース

「ウェブサービスは生態系」と創えるnoteの成長戦略【Media Innovation Newsletter】10/16号
2021年10月16日

Media Innovation Newsletter
Daily Editor
日々のメディア業界ニュースをひとまとめ

日本M&Aセンター、M&Aに関する正しい情報を発信する「M&Aマガジン」の配信を開始
2021年10月15日



米アクシオスがローカルニュースレターで有料メンバーシップを開始・・・寄付モデルを新たな収入源に
2021年10月15日



6月、電子コミックアプリの中の販売シェア65%になったと報道

韓国メディアによると、今年1～5月に日本の漫画アプリの売上高は、ピックコマ（カカオジャパン）が49.79%、ラインマンガ（ネイバーライン）が21.70%、その他28.51%。

KAKAOは、タイと台湾でも6月からコミックアプリ配信を開始。ランキングでは、すでに1位になっている

その後、6月のピッコマのシェアが65%に

急展開する海外戦略米国コミック配信企業タパスも555億円で買収

・カカオは、ピッコマ（16年サービス開始、日本）、テンセントとの合併会社（21年設立、中華圏）、タパス（21年に555億円で買収）、ウェブ小説アプリ「ラディッシュ」を（約488億円で買収。8月にグローバル対応の新アプリを投入して、海外進出を加速

専門会社をつくり、作家発掘も本格化

4月、カカオジャパンは韓国に制作子会社「studio1pic（スタジオワンピック）」を設立。

ピッコマへの掲載を希望するクリエイターたちは、同社のホームページを経由してやり取りができる。

すでに、日本には「ストーリージャック（テウォンメディアの子会社）」との合併でシェルパスタジオ（SHERPA STUDIO）設立しており、相乗効果を狙う。

・韓国国内の漫画・雑誌市場の創世記を牽引してきた「IQジャンプ」の編集長だったキム・ヒョンジュ代表をはじめ、ウェブトゥーンとウェブ小説専門企画者や現職のウェブトゥーン人気脚本家などが、studio1picを牽引していく。ピッコマでの連載はもちろん、国内とグローバル進出に向けたコンテンツを本格的に製作する。

米国上場で2兆円調達狙う。グローバル市場での競争激化

- ・ ピッコマなどの事業を統括するKAKAOエンタテインメントは米国でのIPOを計画。約2兆円の調達を目論む。
- ・ 「日本のデジタルコミック市場は今後3、4年で3倍になる可能性がある」と韓国の証券会社は予測してい。
- ・ KAKAOエンタテインメントのイ代表理事「国内外の資産買収に今年だけで1兆ウォン（約900億円）を投じることを計画している」。

ピッコマを中心にしたウェブトゥーンの最近の動き

2021年

2月 韓国のコンテンツ制作会社大元メディアとの合併会社「シェルパスタジオ」を日本に設立。韓国にもスタジオを解説し、独自IPのタテコミ制作本格化

5月 エクイティファンドから600億円の資金調達を発表。企業価値は「8000億円」

8月 KAKAOエンタテインメント、東南アジア向けにウェブトゥーンアプリ展開。一気にトップクラスの売上

8月 決算発表で、7月の日本の電子コミックアプリ市場でのシェアが65%になったと報告

2022年

21年1年間の取引金額が697億円になったと発表

1月 過去最大の月間取引額となる776億ウォン（約74億8651万円）を記録

ピッコマの強み

- ①WebToonというスマホ最適化、プラットフォーム一体型の進出
- ②スタジオ組織、分業型で「週刊以上でコンテンツを供給可能な」制作態勢
- ③「話売り」で先行、「23時間待てば無料」など次から次へと生み出す新手のプロモーション。それにより生み出された。「コミックアプリ市場でのシェア6割以上」「タイトル数で1%のウェブトゥーンが売上の5割」という現実
- ④多言語化しやすいコンテンツ。先行する海外戦略、アジア市場の危機
- ⑤巨大な資金力。カカオジャパンが600億円調達済み。KAKAOエンタはNY市場上場計画しており、2兆円の調達を見込む

巻き返しの戦略は？

雑誌ビジネス

紙雑誌広告オリンピック効果などで微増、 雑誌ブランドデジタル広告3割増

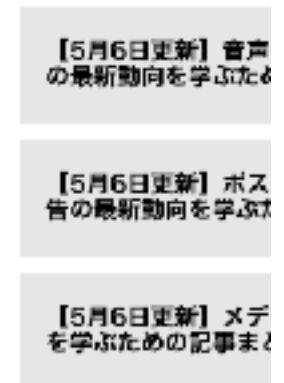
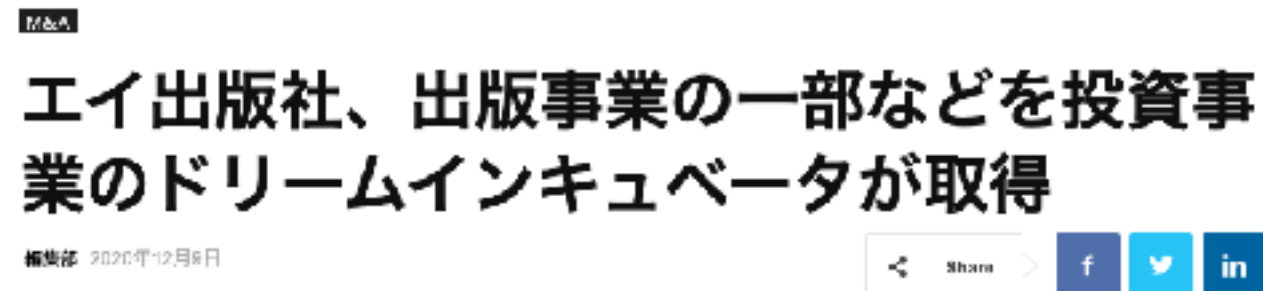
- ・ 雑誌広告費1224億円（前年比100.1%）

「家電・AV」「案内・その他（企業グループ広告など）」が前年より増加。東京2020オリンピック・パラリンピックの影響か

- ・ 雑誌デジタル広告費 580億円（同130.0%）

雑誌コンテンツをデジタル化進展。ウェビナー企画やオンラインイベント、広告主のオウンドコンテンツ制作、動画制作・配信など、出版編集のコンテンツ制作力やコミュニティへの集客力を強みとした広告企画が定着し、出版系ウェブメディアおよび雑誌ブランド・コンテンツ事業の成長を後押し

IT企業などによる雑誌事業の買収相次ぐ



最大の雑誌出版社だったMeredithが買収される

第 4587 号

(第3種郵便物認可)

The Bunka News

(毎週火曜日発行)

2021 年 (令和 3 年) 10 月 5 日 (火曜日) (2)

デジタルトレンド

35 堀

鉄彦

コンテンツジャパン代表取締役

IAC が世界最大の雑誌出版社 Meredith と買収交渉

世界最大の雑誌出版社である米 Meredith のオンラインメディアによる買収交渉が進んでいるようだ。米 Wall Street Journal など複数メディアが報じている。買収交渉をもちかけた米 Inter Active Corp (以下 IAC) とはどのような会社なのか、買収後に考えられるシナリオは？

報道によると、辺のさまざまな事業を展開する Meredith へ雑誌ブランドメディア事業の買収をもちかけているのは、米 IAC で、買収金額は現在 25 億ドルで交渉中という。IAC は、ネットサー

メディアビジネスでは、医療・健康から投資、旅行まで、さまざまな役立つ知識情報の集積サイトの Dotdash が主力だ。このほか、介護情報マッチングの Care.com や、ホー

ムサービスマッチングの Angi などのネットサービスも運営する。大阪の IR 事業者として選定された MGM Resorts もグループ企業のひとつだ。

一方、Meredith は「People」や「Better Homes & Gardens」など多数の有力女性メディアを抱えるメディア企業。

4 年前に Time Inc. を 18 億 5000 万ドルで買収し、世界最大のコンシューマー雑誌出版社になったことは記憶に新しい。

8 月に発表された 20 年度決算では、前年実績 (620 万ドルの損失) から大きく回復し、3670 万ドルの純利益を計上。売り上げも 6 億 1120 万ドルから 7 億 1790 万ドルに増加していた。今期、放送局部門を 27 億ドルで売却した資金で、Time Inc. 買収で抱えた負債を減らし、新たな成長路線に乗ることを期待されていたところだった。

米国ではポジティブな見方が多い

今回の買収話は多くの人のためになる。Meredith が持つ約 20 のメディアだったが、株式市場な

どの受け止め方は比較的正面的だ。というのも、IAC グループの Dotdash との相乗効果に期待が集まっているからだ。Meredith が持つ約 20 のメディアと、Dotdash (旧社

異例の高収益メディア「Dotdash」

Dotdash の知名度は、1900 万ドルだった。それぞれ、日本でも高くはない。しかし、米国のデジタル市場によると、Dotdash の売り上げは 7330 万ドル。四半期利益は

ファーストメディアの中でも、トップクラスの高収益企業になっている。8 月に発表された IAC の 2021 年第二四半期決算では、前年同期比で 64% 増、150% 増と考えると、Dotdash の売り上げは 7330 万ドル。四半期利益は

インテンション重視の運営で成功

Dotdash の創業は古く、インターネット黎明期の 97 年にさかのぼる。多数の個人専門家運営サイトの集合体「About.com」として運営されていた。その後、2005 年に New York Times が

買収し、2012 年には IAC が買収して、現在に至っている。About.com を、分野別のさまざまなブランドサイトに再編したのは IAC だ。主力は健康医療サイトの「Verywell」、投資情報サイトの「Investopedia」、旅のアドバイスサイト「toripsavvy」など。さまざまな分野の正確な知識を提供する情報サイトを中心に、構成されている。

特徴は、読者のインテンション (関心) に沿ったメディア戦略をとっていること。ファーストパーティデータを蓄積しつつ、Facebook など SNS からの流入ではなく、Google 対策に焦点を絞って集客。読者の関心に沿った形でのコンテンツリコメンド、EC リコメンドのコンテンツを連携させつつ、収益向上を図っている。媒体資料のデータではあるが、医

者など専門家のみが執筆する健康・医療サイトの「Verywell」(月間 3880 万 UV) は訪問者の 94% が、投資メディアの「Investopedia」は同 76% が、記事を読んだ後、アクションを起こしているという。高確率で同社がアクションする事実を売り物に、広告単価の向上に成功している。

米国の広告メディア ADWEEK は「ソーシャルメディアや検索エンジンに頼るのではなく、優れたコンテンツを作成し、ユーザーがそれらを見つけられるようにすることに重点を置き、成功した」と分析している。

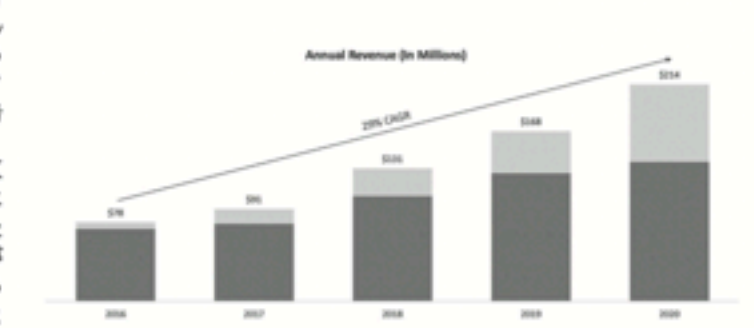
コンテンツ以外で、IAC が買収後に取り組んだ施策のひとつに、広告枠の大幅削減がある。米 Media Operator によると、「ほとんどのメディア企業は、収益が減少すると信じているため、広告の数を減らすことを恐れている。Dotdash は広告を減らすと、ページ上の残りの広告の価値が実際に上がると考え、実際にそれを実現した」という。

2019 年に開かれた「Digiday Publishing Summit」では、「We don't care about Facebook (Facebook はケアしない)」という挑戦的な表題のプ

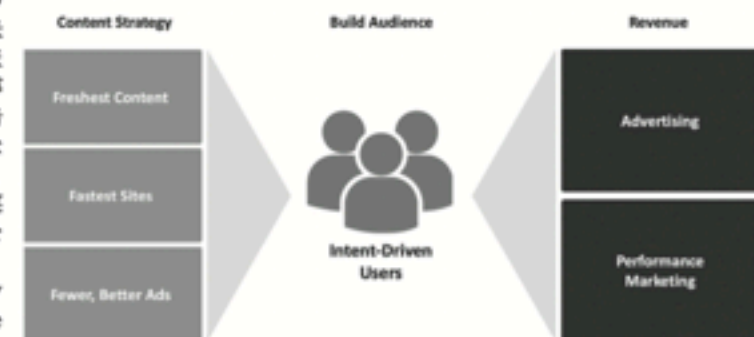


米国メディアは一斉に IAC と Meredith の買収交渉について報じている

Consistent Revenue Growth and a Diversified Revenue Stream



買収成立後は Meredith のメディアと連携することになる Dotdash のメディア群



「記事への関心 (インテンション)」で引き寄せられた読者集積を目指してきた Dotdash。「高速表示」「少ない広告表示」が基本方針

雑誌メディア進化の方向を示す

死角のない媒体展開に見えたMeredith

Our 360° Approach

Integrating insights and expertise to drive results

We provide clients and their agencies with unparalleled access to the vast portfolio of media products and services Meredith has to offer. Our turnkey programs are custom designed to meet clients' unique objectives and deliver measurable results. By leveraging the equity and influence of Meredith's trusted brands, Meredith 360 will help you acquire and build stronger, more meaningful customer relationships.



キーワード クリエイターエコノミー

クリエイターエコノミーの歴史

① インフルエンサーマーケティングの時代 ～2018年頃

ブログ、YouTube、Instagram 広告収入中心

② クリエイターのマネタイズ手法多様化の時代 ～2020年

広告に加えて、サブスクリプション、プロダクト販売、寄付／ドネーション／クラウドファンディング／サブスクリプション・コース契約／ファンコミュニティ

③ オールインワン型サービスの登場、既存プラットフォームの進出

ファンドなどの大型投資の動き広がる、コンテンツビジネスのSAAS化、D2C化が加速

SNSを使い分け、出版社にも頼らず動くクリエイターが生成するコンテンツの流通が一気に広がり始めた

クリエイター支援PFが相次ぎ大型の資金調達

社名	調達額(万 ドル)	評価額(万 ドル)	カテゴリー	説明
Kajabi	55000	200000	教育	だれでもオンライン教室を始められるプラットフォーム
MasterClass	47500	275000	教育	著名人によるオンライン教室を提供
Patreon	41000	400000	クリエイタープラット フォーム	アーティストとクリエイター支援のメンバーシッププラットフォーム
Clubhouse	31000	400000	ソーシャルメディア	ライブに特化した音声SNS
Impact	27500	150000	クリエイターサービス	インフルエンサーのマーケティングサービスを提供
Splice	21500	50000	音楽	クリエイター向けの音楽サンプルライブラリ
Cameo	16500	100000	クリエイタープラット フォーム	パーソナライズされたビデオマーケットプレイス
OpenSea	12500	150000	ブロックチェーン	NFTのマーケットプレイス
United Masters	12000	35000	音楽	アーティストのための音楽配信サービス
Rally	10800	?	ブロックチェーン	クリエイターとファンコミュニティのためのデジタル通貨発行基盤

ライター支援の総合PF化進める「Substack」

**Media Innovation**
デジタルメディアのイノベーションを加速させる

ホーム メディア テクノロジー 広告 企業 M&A 特集 チャンネル 動画 DB

メディア

サブスタック、ローカルニュースを支援するプログラムを発表・・・ライターへの経済的支援など

Yuka Hirose 2021年4月17日

Share

f

2,767 フォロワー

いいね

226 フォロワー

フォロー

2,368 フォロワー

フォロー

【7月27日更新】音声メディア(ポッドキャスト)の最新動向を学ぶための記事まとめ

【7月27日更新】ポストCookie時代における広告の最新動向を学ぶための記事まとめ

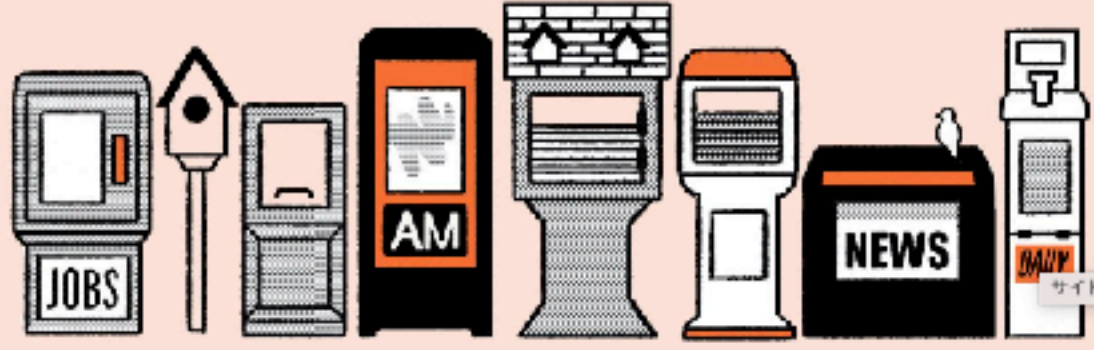
【7月27日更新】メディアのサブスクリプションを学ぶための記事まとめ

最新ニュース

豪メディア支払い法が、メディアの保護に失敗
【Media Innovation Newsletter】8/14号
2021年8月14日

Media Innovation Newsletter
Daily Editor
いまのメディア業界ニュースをひとまとめ

トレンドズ、小説家とイ



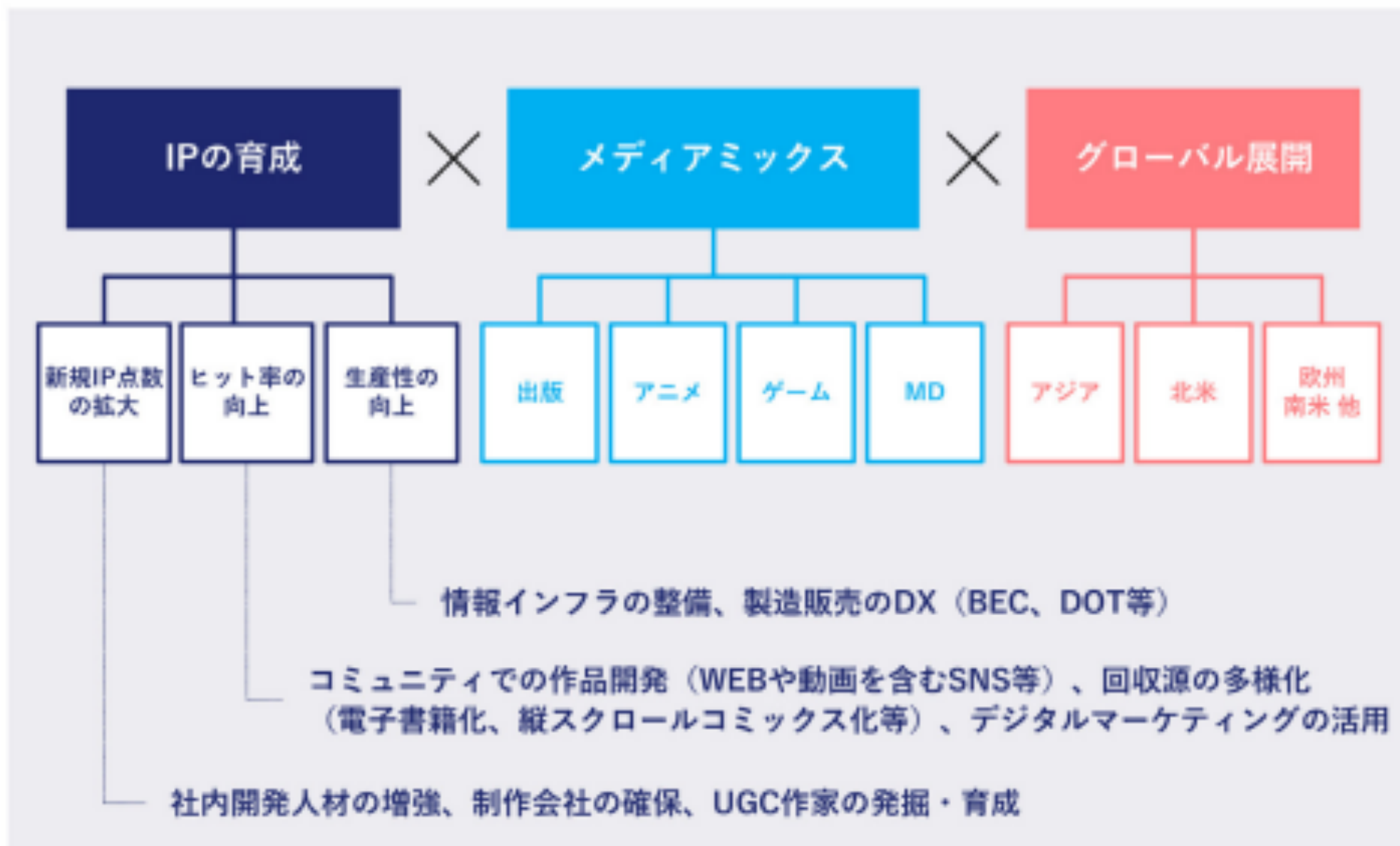
サイト情報を表示

Substack LOCAL

IPファーストから見えてくるもの

(KADOKAWAの決算発表資料から)

IP育成を起点とする成長モデル



キーワード

NFT/ブロックチェーン

メディアドゥが先陣を切ってサービス開始

2022年2月25日（金曜日）

会社概要

購読案内

文化通信
The Bunka News

マイページ

ログアウト

トップ

ニュース総合

インタビュー

新聞

出版

広告

デジタル

コラム

電子版アーカイブ

文化通信BB

検索

イベント情報

広告案内

メディアドゥ コンテンツを取引するNFTマーケットプレイス 「FanTop」のサービスを開始

デジタル ニュース 出版 | FanTop, NFT, ダッパラバ, トーハン, ブロックチェーン, メディアドゥ
2021年10月13日



マンガ・アニメ世界展開の基盤としても期待

メディアドゥは10月12日、東京都千代田区の本社で報道関係者やIPホルダー向けの説明会を開催し、同日ブロックチェーン技術を基盤とするメディアドゥ開発のNFTマーケットプレイス「FanTop（ファントップ）」（以下、FanTop）のサービスを開始したと、トーハンと共同で「NFTデジタル特典」付き出版物の販売を始めたことを発表した。

【堀鉄彦】



GIFT BOOK CAMPAIGN

ほんのきもちです
2022



文化通信社
セミナー/フォーラム

BJB 文化通信ジョブボード

出版・書店・新聞・業界の求人・転職

【速報（ヘッドライン）】

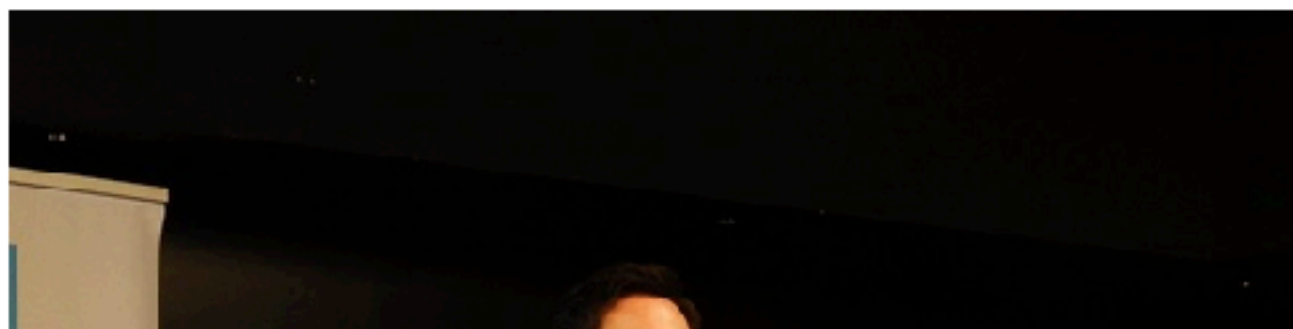
ニュース | 人事 | 決算 | 訃報 |

2/25 徳間書店 電子書籍制作会社を承継
NEW

2/25 秀和システムHD解散 船井電機が承継へ
NEW

2/25 葦屋書店 代官山・梅田で「SFカーニバル 2022」開催 NEW

2/25 第26回手塚治虫文化賞 「マンガ大賞」
最終候補に『【推しの子】』など9作品
NEW



今後の成長方針③

ブロックチェーン技術は コンテンツ業界に多くの変革をもたらす

ブロックチェーンがもつ特徴

安全性の高さ（改竄が困難）

透明性（情報共有）

トレーサビリティ（追跡可能）

安価な運用費用（高速処理）

Media Do



→コンテンツ提供者と利用者の双方に利便性

MBJはロイヤリティバンクと資本提携してNFT事業に

報道関係各位



2021年12月24日
株式会社モバイルブック・ジェーピー
株式会社ロイヤリティバンク

モバイルブック・ジェーピーとロイヤリティバンクが NFT＋IP 事業を軸に資本業務提携！

～NFT＋IP 価値創造事業を始めます～

株式会社モバイルブック・ジェーピー（以下 MBJ。本社：東京都千代田区、代表取締役：小林亨）と株式会社ロイヤリティバンク（本社：東京都千代田区、代表取締役：佐々木隆一）は、NFT＋IP 事業を軸に本日、資本業務提携を締結いたしました。今後は MBJ の持つ出版業界の IP と、ロイヤリティバンクのもつ NFT 発行技術のコラボレーションを実現して行きます。

2500万人ものウォレットユーザーがいる米国 NFT連携での書籍ベストセラーも

第4597号

米書籍、NFT を付加価値に 100 万部超の予約を獲得

予約段階で100万部を突破…。米国で「NFT」を使った出版プロモーションにより前例のないベストセラーが生まれ、話題を呼んでいる。プロモーションの切り口は大量購入者への「NFT」プレゼント、NFTを使ったプロモーションとしては世界でも初めての大成事例となった。NFTがなぜ機能したのか？ ブロックチェーン技術が出版プロモーションの道具として当たり前に使われる時は来るのだろうか？

店頭に並ぶ前にミリオン達成という、異例のベストセラーとなったのは、HarperCollinsのインプリントであるHarper Businessが発行する「Twelve and a Half」だ。

11月30日に発売される予定の作品だが、8月31日の予約受付開始からわずか1日で、10万部以上の販売実績を作った。NFTを使った予約プロモーションとしてはもちろん、全米出版史上最大の成果となった。

NFTはデジタル資産を改ざん不能な証明書と付け付いて取引可能にするソリューション。

ブロックチェーンに取引の履歴などを記録することで、デジタルコンテンツとそのビジネスに新たな付加価値をつけるものとして期待されている。

今回のケースの成功から、何が読みとれるのだろうか。

12部購入するとNFT
が入手可能となる仕掛け

著者のゲイリー・ベイ
ノチャックは、Twitter
で200万人以上のフォ
ロワーを抱える有名人。ソーシャ
ルメディアを使ったインフルエン
サーマーケティングの専門家とし
て活躍している。

「SNSマーケティング」である
ソーシャリー・メディアである
MediaやWaynerXを経営
する企業であり、Facebook
(fb)やTwitter、Tumblr
、アパライザ（アパライザ）としても
活動している。そして、6冊の著
書、ベストセラーも何冊か

出したのは内容の評価ではない。
NFTを使ったプロモーションの
成果だ。

「プロモーションの内容は動画と
ブログで告知した。ペイナタック
は、紙の本を12冊購入するこ
とにNFTを使った「サブライ
ズ」なプレゼントを提供する」と約束
し、それは「非代替性トークン
(NFT)」であることが明らかだ
った。

予約開始時点で、NFTの詳
細は明らかされなかったが、ペイ
ナタックのプロジェクトに対する
期待感から人気が火がつき、24

NFT 付予約で100万
突破した「TWELVE
AND A HALF」

開票早らでのうちに予約数100万部突破という快挙をなしたとげた。さらに上ずりを加速したのは、著者がすでにNFTプロジェクトでいくつもの成功例を作っており「価値が上がるのでは」という期待感が醸成されていたこともあろうだろう。

ペイナテックは5月に、NFT いる NFT の分野で数々の賞をコレクションとコミュニティ権 獲得するほどの存在でもある。

NFT 活用プロモーションの
専門会社を立ちあげた著者

7月にはNFTを使ったマーケティング施策の専門会社「VaynerNFT」を立ちあげた。バンドワザーなどを筆頭に持つアンハイザーブッシュグループを手に、さまざまなクライアントを獲得、すでにNFTを使ったユニークなプロモーションをいくつも手がけ始めている。

NFTの専門家であり、ソーシャルマーケティングの権威でもあり、「読者を金持ちにしたい」と言い切るバイロチャックへの期待感が、11月30日発売で店頭に

Amazon Best Sellers
Our most popular products based on sales. Updated hourly.

Best Sellers in Books

Departments
 Children's Books
 Christian & Religious
 Crafts & Hobbies
 Cookbooks
 Comics & Manga
 Computers & Technology
 Fiction
 Health & Fitness
 Home & Garden
 Humor
 Juvenile Fiction
 Juvenile Non-Fiction
 Law
 Medical
 Mystery, Thriller & Suspense
 Non-Fiction
 Parenting
 Romance
 Science Fiction & Fantasy
 Science & Technology
 Self-Help
 Sports & Outdoors
 Teen & Young Adult
 Travel
 Video Games
 Westerns

Twelve
by James Patterson

Glossary, Index, Help Home, About Us, Contact Us Privacy Policy, Terms of Use Feedback	Home About Us Contact Us Privacy Policy Terms of Use Feedback
--	--

被100万 箱プロジェクト「VeeFriends」
上げた。を立ちあげた。VeeFriendsで
のは、著 5.6月で1億円近いNFT
エクトで の販売量を達成するなど成果を
っており めた。作品は、世界最大のNFT
という期 マーケットのトアブレイスである
ともある OpenSeaでのNFT取引額で
すでに上位10以内に入っ
て、NFT いるNFTの分野で数々の賞を
エディ賞 獲得するほどの存在でもある。

モーシヨンの ちあげた著者

今回の企画はかつて日本でも行われていた「AKB総選挙」系と似ている。「本の価値」関係なく売れたことに賞与がある。

プロモーションツ NFTを知り尽く

プロモーションが成功した際には、NFTの価値を評価し、消費してくれるコミュニティを育てていたことも見逃せない。

圖解「一」

Print
Up/Down
File/Folder
Search
Help
Exit

481

ル
て

[illegible]

As promised, we give you control: the choice of how (or if) you're featured in both mailings. Our engine will deliver our engine advertisement and a 100% FREE 100% 100% 100% and

	Twitterのサマリアルウォッシュレットなどの海外のRTアート系にフォーカスし、積極的に反響が得られる投稿。プロフェッショナル側面でも自分が好きなRTアートを得られるという満足のこまを満ちた内容「オールドデジタリズ」である「Rage (ragers)」の動画。漫画、「漫画(コミック)」をデジタル・アートとし、交差可能とする。RT自由の人気がクリエイターがRTアーティストとコラボレーションして作られた。関連可能とする「TikTok Tap Icons」を発表。
エンジニア	「オールドデジタリズ」(Rage)と関連する人々をトピックに設定。Google (s)とアットマークアブストラクションゲームで、リーグとラウンド・スラム・スラム・スラム・スラムの選手と対戦、対戦可能。ユーザーは各々のユーザー・トピックと自分のプロフィールを共有し、対戦可能。
	海外マーケットプレイスであるAmazonのRTを立ち上げを準備。ブロックチェーンの会社のSaaSと提携。

写真、映像、音楽など	画像やコラムをWeb記事として掲載
ウェブページ	Webメディアの特集頁・山形物産館を開設、株式会社山形の文化伝ふりや山形県民生活の向上に貢献
	ロケやイベントなどお見せし、高精細画像技術「グラフィック」を活用し山形県民生活の向上に貢献
	山形県民生活の向上に貢献

、時代を象徴する出来事、NFTを使ったプロモーションと協働したNFTが生まれ、その価値が上がる。将感がコミュニティを強めよう。コミュニティとしてその付加価値を上げ、コミュニティそのものを強化しようという巧みな戦略がポイントではないか。

VaynerNFTではピープル・イン・アスリート・エンタテインメント・テクノロジー・メディア・ハイパー・アッシュン・NFT ビジネスの取り組みをしているが、その動きがコミュニティが中心だ。

「さあ、さういふので購入者に告知」

1. 1 巻	
2. 2 巻	
3. 3 巻	
4. 4 巻	
5. 5 巻	
6. 6 巻	
7. 7 巻	
8. 8 巻	
9. 9 巻	
10. 10 巻	
11. 11 巻	
12. 12 巻	
13. 13 巻	
14. 14 巻	
15. 15 巻	
16. 16 巻	
17. 17 巻	
18. 18 巻	
19. 19 巻	
20. 20 巻	
21. 21 巻	
22. 22 巻	
23. 23 巻	
24. 24 巻	
25. 25 巻	
26. 26 巻	
27. 27 巻	
28. 28 巻	
29. 29 巻	
30. 30 巻	
31. 31 巻	
32. 32 巻	
33. 33 巻	
34. 34 巻	
35. 35 巻	
36. 36 巻	
37. 37 巻	
38. 38 巻	
39. 39 巻	
40. 40 巻	
41. 41 巻	
42. 42 巻	
43. 43 巻	
44. 44 巻	
45. 45 巻	
46. 46 巻	
47. 47 巻	
48. 48 巻	
49. 49 巻	
50. 50 巻	
51. 51 巻	
52. 52 巻	
53. 53 巻	
54. 54 巻	
55. 55 巻	
56. 56 巻	
57. 57 巻	
58. 58 巻	
59. 59 巻	
60. 60 巻	
61. 61 巻	
62. 62 巻	
63. 63 巻	
64. 64 巻	
65. 65 巻	
66. 66 巻	
67. 67 巻	
68. 68 巻	
69. 69 巻	
70. 70 巻	
71. 71 巻	
72. 72 巻	
73. 73 巻	
74. 74 巻	
75. 75 巻	
76. 76 巻	
77. 77 巻	
78. 78 巻	
79. 79 巻	
80. 80 巻	
81. 81 巻	
82. 82 巻	
83. 83 巻	
84. 84 巻	
85. 85 巻	
86. 86 巻	
87. 87 巻	
88. 88 巻	
89. 89 巻	
90. 90 巻	
91. 91 巻	
92. 92 巻	
93. 93 巻	
94. 94 巻	
95. 95 巻	
96. 96 巻	
97. 97 巻	
98. 98 巻	
99. 99 巻	
100. 100 巻	

ベストセラーの周辺から見てくる「コミュニティ強化ツ

プロモーションツールとしての
NFTを知り尽くしてから展開

プロモーションが成功した背景には、NFTの価値を評価し、かつ消滅してくれるコミュニティを育てていたことも見逃せない。

主筆バスクワットボール倶楽部がブロックチェーンの価値を育てた上でのプロモーションでもあったのである。

グループのNFTビジネス専門会社 VaynerNFT の社長であるイェノリー・アキネニ氏は米国でNFT専門メディア

コミュニティ。そこに書籍館プロモーションと連動した NFT が収められ、その価値が上がるといふ期待感がコミュニティを強化しているようだ。コミュニティを利用してその付加価値を上げ、コミュニティそのものも強化していくという巧かな戦略が読み取れるのではない。

VaynerNFT はビール大手のアンハイザー・ブッシュと多角的な NFT ビジネスの取り組みで提携しているが、その動きもコミュニティ戦略が中心だ。すでにスポーツイベントのチケットとして NFT を提供するプロジェクトが

メディア企業の主な取り組み

Twitter	Twitterがデジタルウォレットとの連携やNFTアートをプロフィール画像に設定する機能が提供する計画。プロフィール画面で自身が所有するNFTアートを見せられる機能など
MyAnimeList	漫画のコマを用いたNFTおよびデジタルグッズである「Manga Fragments」の取り扱いを開始。「漫画コマ」をデジタルアイテム化し、交換可能とする
TikTok	TikTokの人気クリエイターがNFTアーティストとコラボレーションして作られた動画を販売可能とする「TikTok Top Momentsを発表
SBIホールディングス	NFTマーケット「nanakusa」を運営するスマートアプリを子会社化
Jリーグ	OneSportsとアクセルマークがブロックチェーンゲームでJリーグとライセンス契約。全42クラブ800名以上の選手が実名実写で登場し、ユーザーはクラブのオーナー兼監督となって自分自身のクラブを作り上げる
Maxim	NFTマーケットプレイスであるMaximNFTの立ち上げを発表。ブロックチェーン技術開発会社のxSigma社と提携
楽天	IPホルダーがワンストップでNFTを発行したり、販売サイトを構築したりできる独自のプラットフォームをあわせ持つ「Rakuten NFT」の提供を2022年春に開始
New York Times、 Forbes、Time Inc. など	表紙やコラムをNFT記事として販売
トーハン／メディアドゥ	NFTデジタル特典付き出版物流通を実現。扶桑社や主婦の友社などが参画
MBJ	ロイヤリティバンクと契約し、高精彩出力技術「プリモアート」を活用した複製画をNFTが付与された形で販売

巨大ファンドがメディアまでを持ち始め 暗号通貨企業まで触手

- ・ 21年6月 米VC大手のアンドリーセンホロビッツが自らメディアを立ち上げ
- ・ KKRがAxel Springerの株式を4割取得
- ・ BinanceがForbesに2億ドル出資・・・



他社メディア、ゲームクリエイターも参加する PFに進化した講談社DAYS NEO、 出版が持つB2Bコミュニティの力をネットで再構築

新時代のマンガは、あなたの腕の中に。

講談社 7誌 100人以上の編集者と出逢える場所

DAYS NEO デイズ ネオ

YOUNG モーター デジモン イコニク Kiss BELOVE コミックDAYS

作品ランキング 作品を探す 編集者一覧 お気に入り 投稿作品管理 マッチング 設定

DAYS NEO デイズ ネオ
とは？

はじめて
投稿
する方へ

コミックDAYS
無料で読める人気作品&オリジナル作品
毎日配信!!

➡ ようこそ！よくあるご質問コーナーは、こちらです。

➡ いよいよオープン！マスコットキャラクターのデイズネオも登場します。

— 人気のマンガ

1

おつかれ背景さん
なつみん

2

黒魔の契約
もやし

3

口を弁ぜぬ
前編
黒白を弁ぜぬ
蓮谷 裕一

4

ラブフルグレイ
ゼッドマール 6
カラフルグレイ
亜咲ムクロ【むくるさきむく】

マンガを投稿する

ログイン

よくあるご質問

公式お知らせ

キーワード オーディオファースト

注目はオーディオブック市場

- ・ 2020年の売上は13億ドルを超え、2019年に比べて12%増加
- ・ 2021年上半期ダウンロード型オーディオブックの売上は、前年同期19%増加
- ・ オーディオブックの売上は2021年上半期の成人向け書籍売上高の12.4%を占め、昨年の12.1%から増加。電子書籍は2020年の20.4%から17%に減少
- ・ 18歳以上のアメリカ人でオーディオブックを聴いたことがある人の割合は、2019年の44%から46%に
- ・ 新型コロナで家庭内利用が増えたほか、ワイヤレスイヤホンの市場普及が2020年世界で196億ドルが26年には334億ドルに（米調査会社ReportLinker調べ）と加速、スマートスピーカーでの利用も増えた

アマゾンオーディブルが日本で聴き放題



アマゾンオーディブルが「戦略発表会」 オーディオブック12万点を「聴き放題」対象に 村上春樹作品も配信を計画

デジタル ニュース 出版 | アマゾンオーディブル
2022年1月27日



アマゾンオーディブル（以下オーディブル）は1月26日、「Amazon オーディオブック 戦略発表会 2022」を開き、オーディオブック聴き放題サービスを同27日から開始すると発表した。



デジタルファースト



プラットフォームファースト



クリエイターエコノミーファースト？

リテイルメディアファースト？

IPプラットフォームファースト？

クリエイターとの関係、売り場との関係など、あらゆる関係を
よりよいものに再構築。そのための出版DX

ご清聴ありがとうございました

thori@contentsjapan.com