



小学館・秋田書店が選んだ Webマンガ誌の泥臭い運用

JEPAセミナー
2023/11/27

TikTokerやっています！

TikTok

mandy_manga
マンディー@漫画好き社長

プロフィールを編集

4 フォロー中 3419 フォロワー 97.4K いいね

【日本一マンガ好きな社長】
マンガDXのコミチ代表/web漫画誌を開発・運営
トレンド漫画が無料で読めちゃいます

x.gd/CybBk

動画 セーブ済み いいね

ピン留め済み

特に最終回がバズったマンガTOP3
2583

第1位は衝撃すぎます...#...

ピン留め済み

全1巻最凶鬱マンガTOP3
3171

第1位はTwitterで話題のA...

漫画家も憧れる天才的画力を持ったマンガ家って誰？
59.7K

一度は見たことがあるマ...

大炎上していました
41

1位の炎上内容知ってます...

打ち切り寸前のキングダムを救ったのはスラムダンク？
21

この漫画は見逃すな！...

次必ずバズるジャンプ漫画ってナニ？
73

流石に知ってますよね？...

実は打ち切り寸前だった人気マンガ3選
124

特に3つ目が意外すぎます...

衝撃の理由で移籍したマンガあるってホント？
37

移籍した理由を知ってま...

日本マンガには隠れた名作があるホント？
17

3つ目は漫画好きの大好物...

実写化がガッカリだったマンガあるってホント？
100

3つ目の実写化は批判の...

10巻以下楽しめる完結マンガTOP3
60

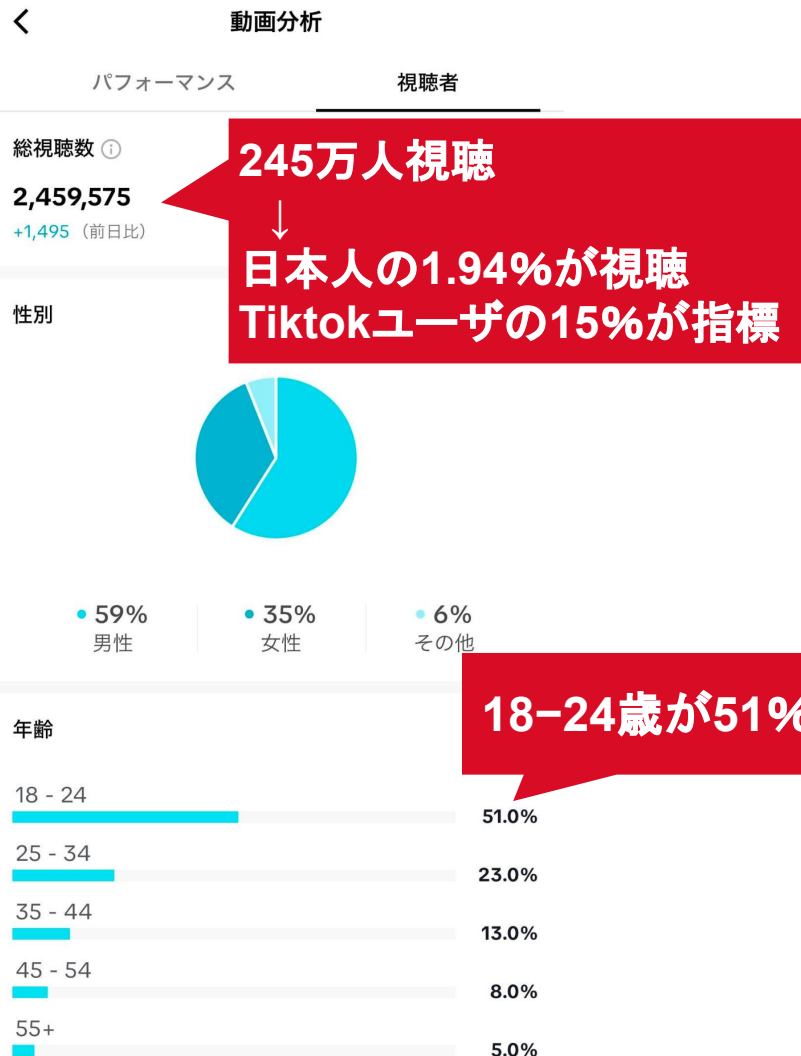
第1位は衝撃すぎます...#...

衝撃の作品はアレ...#漫画...

6月～毎月15本の
マンガ紹介動画を投稿中！

290万再生の動画

一番バズった動画 (天才的画力を持った漫画家って誰?) は?



コミチとは

**新しい技術トレンドを掴み、
出版業界に貢献するのがコミチ！**

目次

- **会社概要 P6**
- **出版業界概況 P17**
- **コミチの取組み P35**
- **『コミチ+』のご紹介 P39**

会社概要

会社概要

社名	株式会社コミチ
設立	2018年3月16日
役員	代表取締役 / 萬田大作 執行役員CPO (プロダクトマネジメント責任者) / 犬伏 洋介
株主	萬田大作、小学館、秋田書店、 Z venture capital、etc.
所在地	東京都千代田区神田神保町2-11-15 住友商事神保町ビル2F (WeWork神保町)
事業内容	<ul style="list-style-type: none">● マンガメディア制作ツール事業 (マンガSaaS)● マンガ投稿サイト事業 (マンガD2C)

コミチのオフィス。11月に今年2回目の移転をしました！



チーム構成

代表略歴

ナビタイムジャパン

創業メンバーとして、メモリ1.5MBで動作する経路検索の研究開発に従事。

フューチャーシステムコンサルティング

基幹・情報システムのITコンサルティングに従事。iPhone3Gでのアプリ開発、NPBセイバーメトリクス開発等。

リクルート

新規事業開発GMマネージャーを担当。新規サービス立ち上げ10つ以上。アプリはSDK提供で50以上。

コルク（取締役CTO）

作家サイト開発、データの統合・可視化など。

コミチ（代表取締役）※現在



萬田 大作

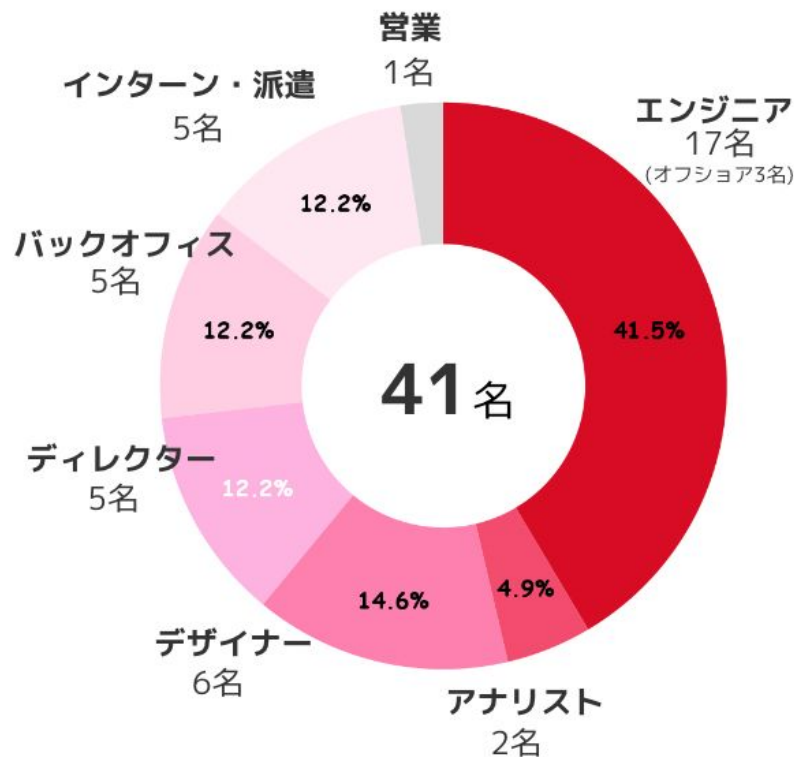
@daisakku

趣味 / 読書と分析

得意領域

技術 & データ分析

役員 + 従業員 + 業務委託



これからIT人材5~10名採用予定!

コミチの名前の由来

日本語
マンガ

英語
comic

ラテン語
comici

マンガの道を作る



コミチのミッション

マンガを世界に知らしめる

**クリエイターとエンジニアが
共創することで、
マンガ業界をより良く出来ると
強く信じている会社である**

大事にしている価値観

『マンガ愛』と『データ主義』

コミチの実績：分析とデジタルマーケティングに実績あり



4年間のコンサルティング&開発で、
月間1億PVの自動車メディアに成長



運用1年間で
WAU100万 / MAU200万

引用：絶好調の「マンガ業界」が、「さらなる飛躍」を遂げるための「2つの課題」

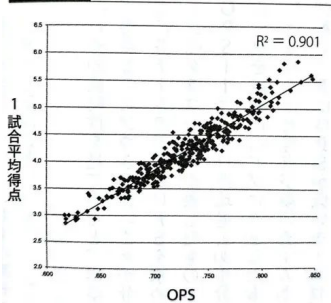
代表 / 萬田 個人実績

NPBセイバーメトリクス開発・運用

日本では日本ハムFが2005年導入。以降、千葉ロッテ等が導入。



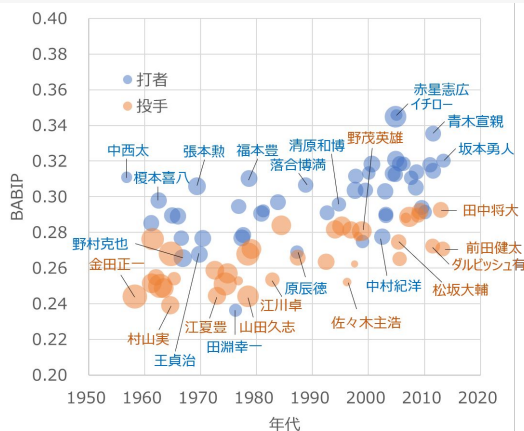
図OPS-1 NPB過去30年：
OPS・平均得点



OPS = 出塁率 + 長打率

表 1-3-3
【事象別得点価値 (2014-2018年)】

事象	得点価値
単打	0.44
二塁打	0.77
三塁打	1.12
本塁打	1.41
凡打	-0.24
併殺打	-0.76
邪飛	-0.27
空振り三振	-0.26
見逃し三振	-0.24
四球	0.29
死球	0.30
敬遠	0.17
犠打	-0.14
犠飛	0.01
盗塁	0.13
盗塁刺	-0.41



コミチサービスの導入メディア ※全12メディア運用中！

(コミチ、コミチマガジン含む)

フルスクラッチ開発+コミチViewer



運用1年間で、WAU100万/MAU200万

パッケージ開発+コミチViewer



4年間で月間1億PVの
自動車メディアへ

コミチID・ポイント
を共通で利用可能！

マンガSaaS『コミチ+』



専用インフラ版『コミチ+』



出版社様からのご評価

2023年3月30日発表

**コミチ、Webマンガ誌SaaS「コミチ+」の
展開のため、小学館・秋田書店より資金調達**

出版社・ウェブトゥーンスタジオの自力販促をDX
ネットに対応した「雑誌」の新しい形づくりに向けて、
開発投資および人員増強をトップスピードへ

小学館

秋田書店

コミチ

出版業界概況

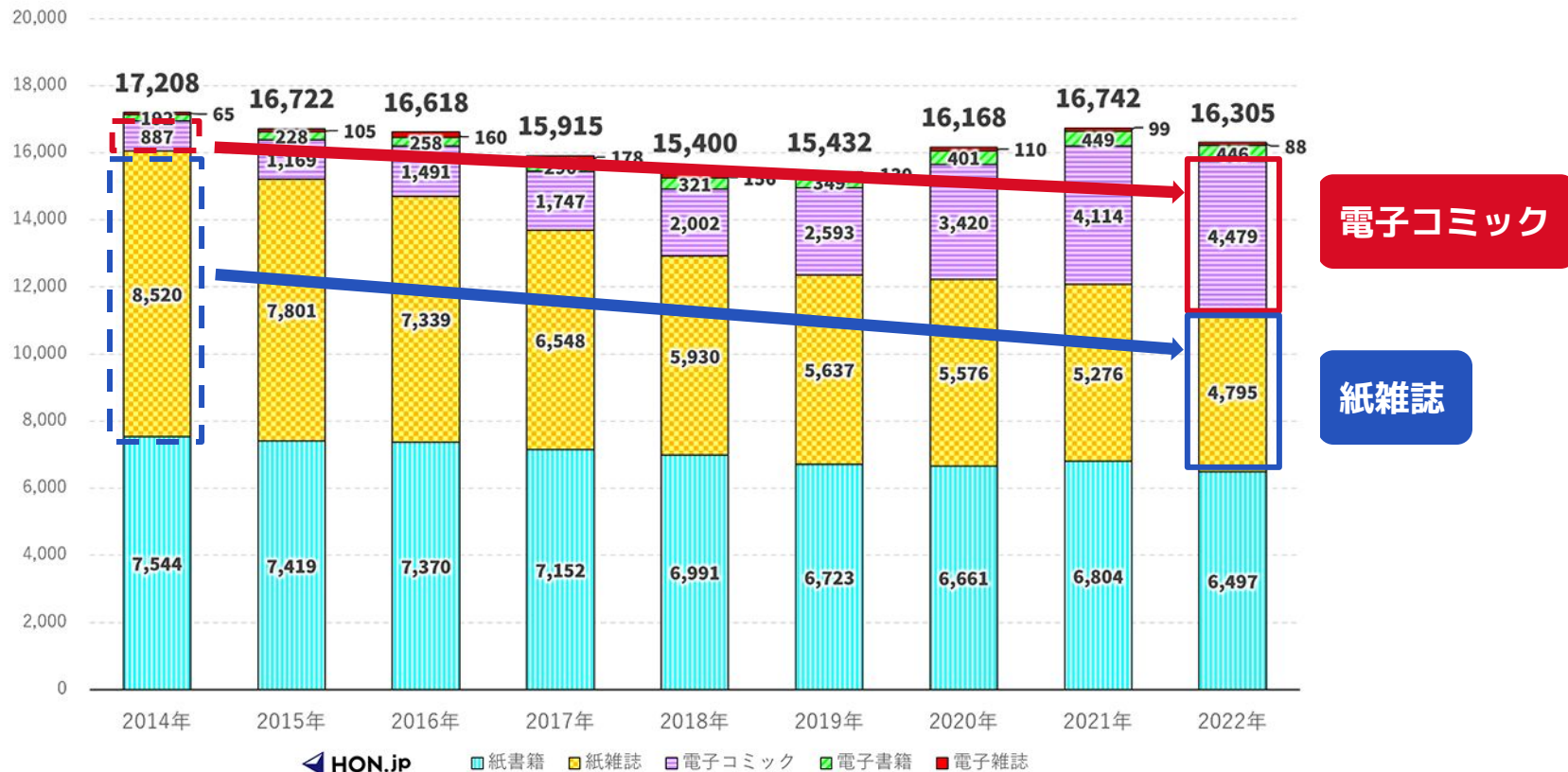


直近10年の出版市況

- 大きくくると、紙雑誌ダウン↘ 電子コミック↑
- 売上面では、マンガ出版↑、マンガの無い出版社は厳しい状況

紙 + 電子出版市場推移

出典：出版科学研究所



(言い換えると)
出版社が雑誌による発信力や読者接点を失った10年でもあった

代わりに伸びたものは『電子コミックサービス』

2022年にピッコマはマンガアプリは勿論、
ゲームアプリも含めた国内No1に。世界のアプリの中でも上位に。



“













- ・日本国内のアプリ全体（ゲームカテゴリ含む）の売上第1位
- ・グローバルマンガアプリの売上第1位
- ・グローバルアプリ全体（非ゲームカテゴリ）の売上第7位
- ・グローバルアプリ全体（ゲームカテゴリ含む）の売上第20位

”

引用：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000433.000003707.html>
<https://kai-you.net/article/85238>

LINEマンガ、Amazon(Kindle)、コミックシーモア、めちゃコミックなど、
Webやアプリで出版社以上に、読者に作品を認知させる機能を持ち始める

デジタルコミック（WEB・アプリ）変遷年表

	1990年代	2000年代	2010年代	2020年代
トピックス	★[’99] iモード開始	★[’06] iモード加入者 最大4560万人	★[’09] iPhone3Gs 発売	★[’12] Kindle日本版 ローンチ
	iモード	★[’00] Google ローンチ	★[’06] Twitter ローンチ	★[’10] Instagram ローンチ
				★[’17] TikTok ローンチ
ガラケー発 サービス		 シモフリ '03.11  めちゃ コミック '06.11		
Web中心 サービス			 ガンガン オンライン '08.10  BOOK WALKER '10.10	 少年ジャンプ Web '20.7  プリンニ '23.3  ピッコマ '23.5
スマホ中心 アプリ			 LINE マンガ '13.4  COMICO '13.10  少年 ジャンプ + '14.9  マンガ + '14.12  ピッコマ '16.4	

電子コミックサービスと役割

	ブランディング		単行本販促	収益		分析	自社コスト	
	雑誌	新・旧作	新・旧作	新作	旧作		集客	開発
電子書店 	× 雑誌推しは基本しない	△ 自社作品 / 人気作推し	× 書店内課金	◎ 既存会員多い	◎ 既存会員多い	×	◎ 不要	◎ 不要
マンガアプリ 	× 雑誌推しは基本しない	△ 自社作品 / 人気作推し	× 書店内課金	◎ アプリはリピート高い	◎ アプリはリピート高い	×	◎ 不要	◎ 不要
出版社・共通アプリ 	ブランディング・販促の難易度高			◎ アプリはリピート高い	◎ アプリはリピート高い	◎ 作品傾向や読者分析可	× 広告費高騰	△ iOS Android
出版社・単体アプリ 	○ アプリ名で認知	△ アプリはDL必要	△ アプリはDL必要	◎ アプリはリピート高い	◎ アプリはリピート高い	◎ 作品傾向や読者分析可	× 広告費高騰	△ iOS Android
出版社アプリ&Web ジャンプ+だけの境地 	◎ SNS/ニュースで認知拡大	◎ SNS/ニュースで認知拡大	◎ ユーザー多いため、販促可	△ サブスク	×	◎ 作品傾向や読者分析可	◎ 読切/連載力で孤高常態	× WEB+アプリ
出版社Web雑誌（試し読み） 	◎ SNS/ニュースで認知拡大	◎ SNS/ニュースで認知拡大	◎ ユーザー多いため、販促可	×	×	○ 作品分析可	○ 安い	○ 安い
出版社Webマンガ誌（課金あり） 	次世代標準へ							
	◎ SNS/ニュースで認知拡大	◎ SNS/ニュースで認知拡大	◎ ユーザー多いため、販促可	○ 単体黒字可	○ 単体黒字可	◎ 作品傾向や読者分析可	○ 安い	○ 安い

課金のアプリ（自社書店）、作品認知のWeb（雑誌）

		WEB	アプリ
ユーザー獲得		◎ SEO・SNS・外部サイトなど 無料集客中心	×（高い） 広告費をかけた有料集客中心
マネタイズ		△ 話売	◎ 話売＋広告
操作性		○（普通） ブラウザで動作	◎（高い） スマホでサクサク動く
コスト	開発	○（安い） スマホ／PCでも 基本は同じ技術要素	△（高い） iOS/Androidの開発が必要
	マーケ	○（安い） SEO・外部サイト・メルマガ・SNS など無料集客中心	×（高い） ポイント振り出しによる集客や費用を かけた有料集客中心
	P/F利用料	○（低い） 決済代行手数料 数%程度	△（高い） P/F利用料30%
コンテンツ規制		○（少ない） 違法でなければOK	△（多） エロ・グロなどNG

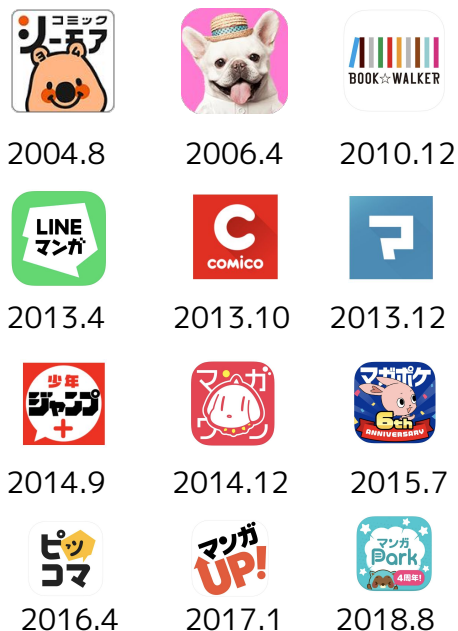
アプリは、マネタイズに強く、話課金＋広告収益が見込める → **書店向き**
Webは、ユーザー獲得に強く、作品認知や単行本販促が可能 → **雑誌向き**

なぜ、いま自社Webデジタル誌なのか？

①PCとスマホのメディア消費変化

PC	スマホ
前傾姿勢	後傾姿勢
能動的／理性的	受動的／感情的
道具的	身体的
検索エンジン	SNS／ニュースアプリ
テキスト	画像／動画

②アプリ乱立 & 広告費高騰



③SNS & ニュースアプリ発達



**SNS&ニュースアプリで集客し、
自社Web媒体でブランディング & マネタイズが可能**

SNSの成長と現在のマンガ読書の消費行動

	国内月間アクティブユーザー	ユーザー層	特徴
	9,500万	全世代が利用 幅広い	<ul style="list-style-type: none"> インフラ化したメッセージツール プッシュ通知を使った情報発信 LINE APIを使った自社サービス連携
	7,000万	年齢性別問わず幅広い	<ul style="list-style-type: none"> 動画中心のため、長尺動画も伸びやすい コロナ禍で40代以上の利用増 SEO (検索エンジン最適化) に強い
	4,500万	20代が多い 平均年齢は36歳	<ul style="list-style-type: none"> リアルタイム性と情報拡散力 興味関心でつながる 短文のコミュニケーション
	3,300万	10代と20代で半数以上を占める	<ul style="list-style-type: none"> 雑誌感覚・ビジュアル訴求 フィードとストーリーの使い分け 日本はハッシュタグからの流入が多い
	2,600万	登録者数は20代と30代が多い	<ul style="list-style-type: none"> 実名性が高くリアルなつながりを反映 ビジネスシーンでの活用 コンテンツの自由度が高い
	950万	10代と20代で半数以上を占める	<ul style="list-style-type: none"> さくっと見られる短尺動画中心 豊富な動画編集機能

https://www.comico.jp/we-love-social ※2023年11月時点

誰もがSNSを利用する時代へ



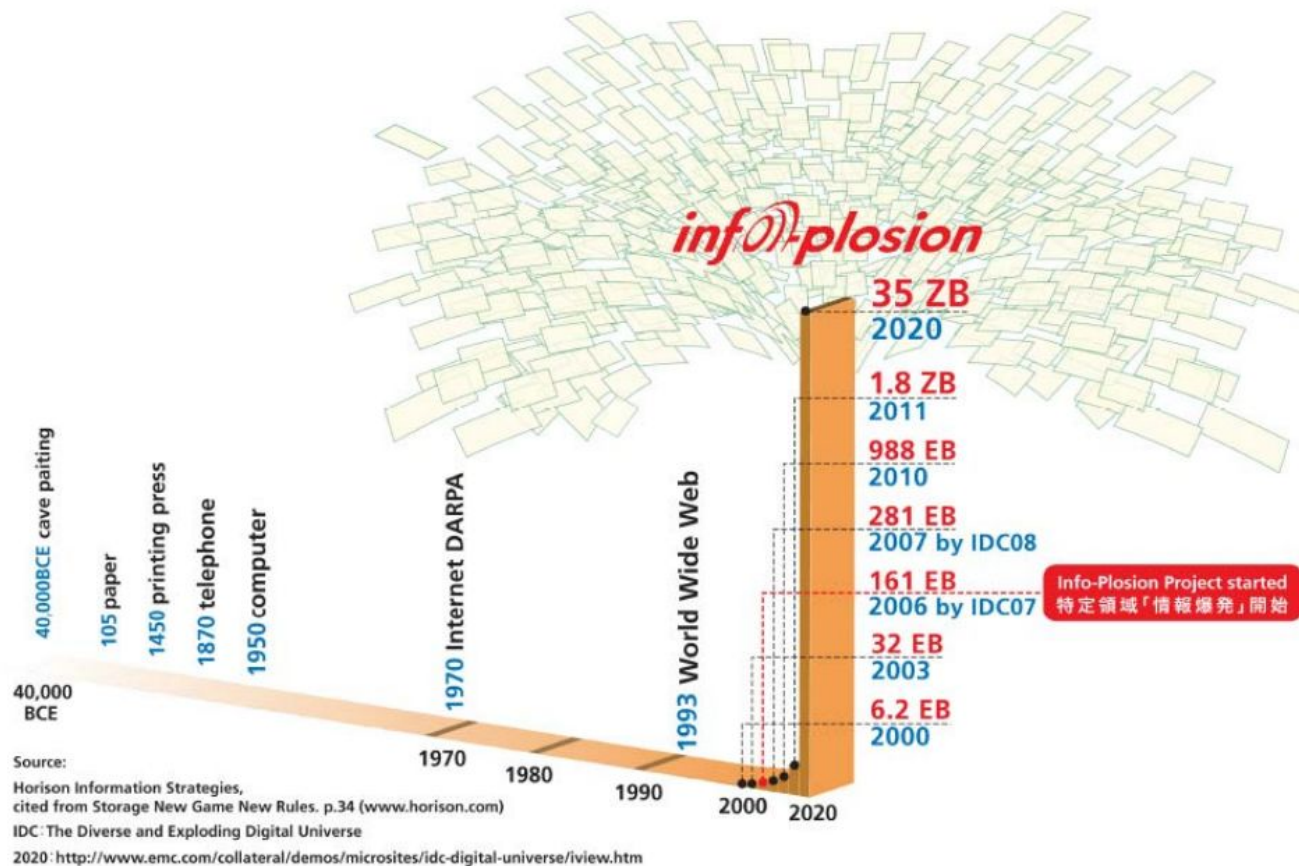
マンガ読者は、SNSを使ってWEBでマンガを発見する。
気に入ったら、自分の好きなマンガ書店・アプリで読む。

2020年35ZB = 情報爆発している . .

SNSの発達により、情報が爆発している。

だからこそ、誰が情報を伝えるか？情報を選別できるか？が大事。

→ 情報を選別する“Web雑誌”の必要性



マンガのバズとWeb雑誌の意味

アナログ全盛期・1990年代の小・中学生は、教室や友達の家など様々な場所でジャンプをはじめとした雑誌を回し読みしていました。

2023年現在、WEB2.5時代の雑誌でそれに代わる大事なことは『**同時接続性**』。

「ネット前提のマンガ雑誌」（＝「能動的に撮取るエンタメ」）に、SNSで同時接続性を補完するのが現代。いかにコンテンツをSNSに載せるかが重要な時代に。

2021年7月から
配信2日で
400万PV



'21/12-22/3までの
3ヶ月で
8000万PV



2023年七夕企画の
3日間で
膨大なPV



コミチの狙う『グローバルマンガ市場』は3.1兆円！

ポテンシャル **高**

グローバルマンガ市場 2027年 **3.1** 兆円超

ウェブトゥーン市場

2656億円

(2021年)

出版市場 **1兆6305**億円

マンガ市場

6770億円

デジタルマンガ市場

4479億円

マンガアプリ市場

1000億円?

雑誌市場

4883億円

紙：4795億円

デジタル：88億円

書籍市場

6493億円

紙：6497億円

デジタル：446億円

スマホ
ゲーム市場

9.1兆円

世界

ストリーミング
音楽市場

3兆円

世界

動画配信市場

9兆円

世界

参考: [hon.jp](https://www.hon.jp) (2022年コミック市場は6770億円前年比0.2%増で微増ながら5年連続成長で過去最大を更新 ~ 出版科学研究所調べ)、
GLOBAL WEBTOONS MARKET SIZE, STATUS AND FORECAST 2021-2027 など

ウェブトゥーンカオスマップ (制作：コミチ)

スタジオは**23社** ('21年12月) → **77社** ('23年6月) と1年半で倍以上に。
 スタートアップ・ゲーム業界・アニメ業界などから続々と異業種へ。

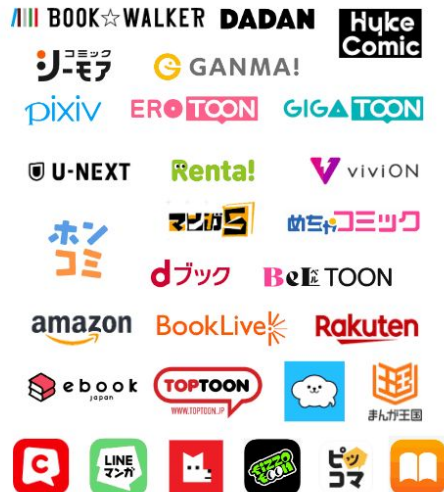
国内ウェブトゥーン業界カオスマップ2023年6月

カオスマップ制作：コミチ

出版社



電子書店・アプリ



ウェブトゥーン制作スタジオ (77社)



ベンダー系



今年7月のComic-Con SanDiego会場

すごい熱気で、コスプレイヤーが写真を取る感じのコミケ的な感じ。

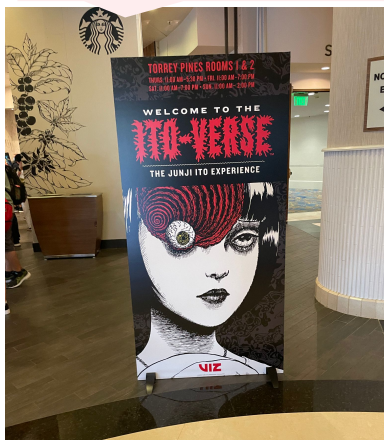


VIZ Media様ブース

伊藤潤二先生は米国で大人気とのことで、ブースや展示会場など各所で取り上げられているのが印象的。



マリOTTホテル内



BARNES&NOBLE@サンフランシスコ

右下の写真のうち、見えている範囲すべてがMANGAの棚。
立ち読みしているアメリカ人も多い。

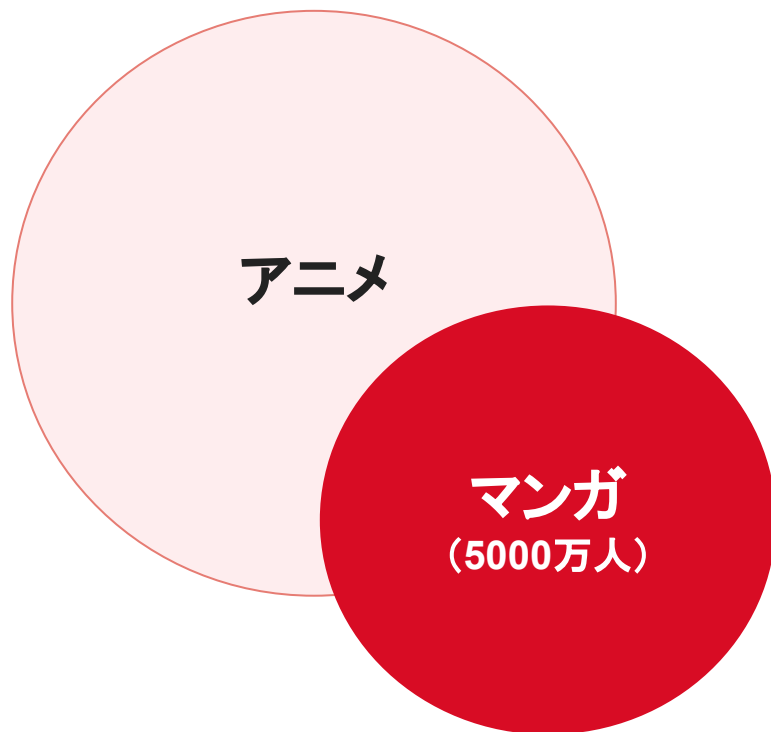


米国マンガ読者

アメリカと日本のマンガ読者の違いは、**アメリカの読者はアニメベースで、原作は興味ないユーザーが多いこと。**

また電子化比率が8-9%と、**紙ユーザーが多いのも特徴。**

<日本>



<米国>



米国マンガ市場

米国コミック市場で見ると、MANGAは30%を超えるシェアまで来ているのはでは？



※1ドル149円で計算

参考資料: ICv2 Report: U.S. Manga Sales More than Doubled in 2021
<http://animationbusiness.info/archives/15062>

韓国ウェブトゥーン視察（1/3）

■ 概要

- ✓ 韓国ウェブトゥーンの現場視察

■ 日程

- ✓ 今年11月21日～23日（先週）

■ 訪問先

- ✓ NaverWebtoon社、現地ウェブトゥーン2社、ウェブトゥーン専門学校

■ 同行者

- ✓ コミチ+クライアント中心の出版社3社、総勢10名

韓国ウェブトゥーン視察（2/3）

■ 韓国ウェブトゥーンの強さとは？

- ✓ 国の“コンテンツ産業”の理解・サポート
 - 小さい頃からコンテンツに関する教育がある。K-POPは小学校から、ウェブトゥーンは高校から学ぶ。そして、ヒットしたクリエイターがちゃんとメディアにでて、若い世代が憧れるようになっている。
 - 若い世代を教育するシステムが整っていることがすべて。

■ NaverWebtoon の強さとは？

- ✓ CEOがマンガ好き。コンテンツに理解がある
- ✓ 19年間赤字を掘ることができる資本力
- ✓ データ重視（作品選定・レコメンド）

■ ウェブトゥーンスタジオの存在とは？

- ✓ NaverかKakaoという2強書店に依存しているのが現状。
かなりリスクの高い商売
- ✓ スタジオで一番大事なものは作品見極め
- ✓ 作品制作主体の比率は、スタジオ制作：個人作家制作で半々

韓国ウェブトゥーン視察（3/3）

■ 日本のウェブトゥーン参入パターン

- ✓ ①ヒット作家がウェブトゥーンを描く
 - 日本の生命線は、作家（才能）のバラエティ
 - ただしグローバルで、ウェブトゥーンが主流になるか？マンガが主流になるかは別議論
- ✓ ②日本の名作をウェブトゥーン化する
 - ただし、時代背景などがニュートラルな世界に受け入れられる作品のみ
- ✓ ③日本従来型の低コストでウェブトゥーン作る

これからのグローバルMANGA市場は？

ウェブトゥーン

版面マンガ

スタジオ

異世界？
悪役令嬢？

読者層

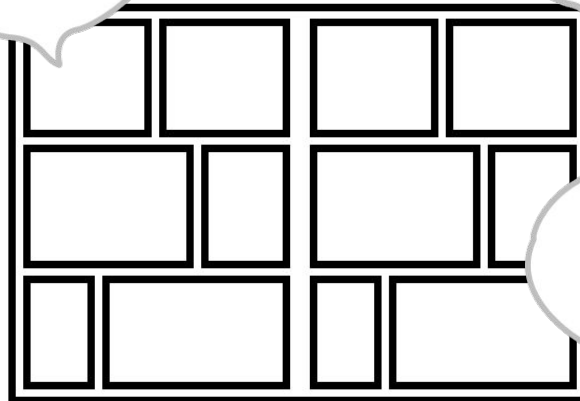


多様な
ジャンル

制作コスト？

OR

モノクロ



コミチの取組み



文字物：コミチのWeb開発・運用支援でベストカー1億PV達成

「ベストカー」愛され続けて45周年、「ベストカーWeb」愛されて1億PV突破

株式会社講談社

🕒 2022年7月21日 12時00分



自動車専門誌日本一の発行部数を誇る『ベストカー』（発行・講談社、講談社ビーシー）が、2022年12月発売号をもって創刊45周年を迎えます。また同社が運営する『ベストカーWeb』は、2022年7月に1億PV（Google Analytics調べ）を突破し、同サイト開設以来過去最高のアクセス数を記録しました(自社サイトのみ、外部配信は含まず)。



45周年を迎えるベストカー(写真は8月10日号です)

コミック：複数のマンガ媒体をWeb化

フルスクラッチ開発+コミチViewer



運用1年間で、WAU100万/MAU200万

パッケージ開発+コミチViewer



おとなの週末 Web

4年間で月間1億PVの
自動車メディアへ

マンガSaaS『コミチ+』

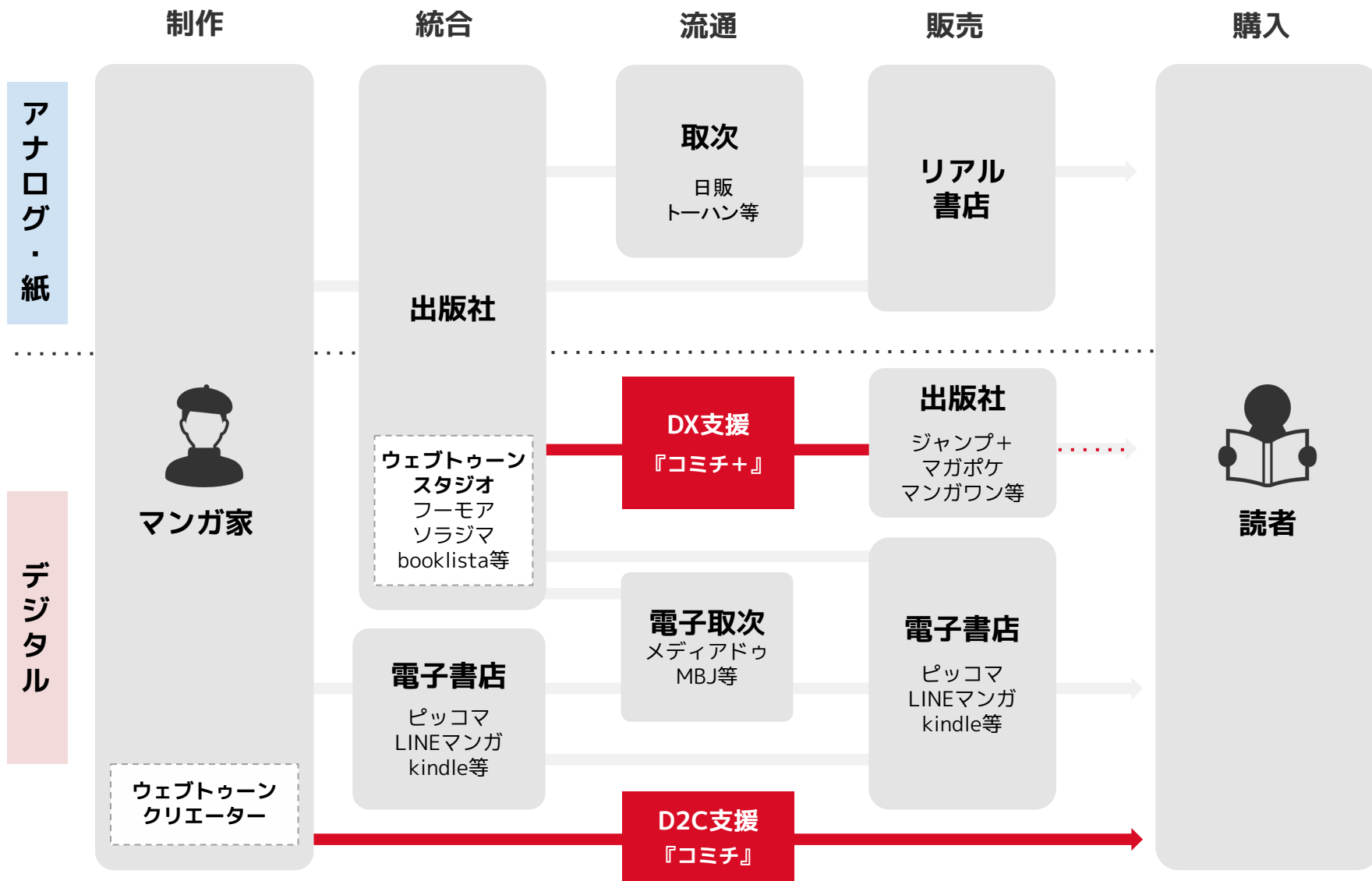
コミチID・ポイント
を共通で利用可能！



専用インフラ版『コミチ+』



マンガ出版業界バリューチェーンとプレイヤー





Webマンガ誌を今すぐ開始



コミチのプロダクト

プロダクト	マンガSaaS『コミチ+』	マンガD2C『コミチ』
サービス概要	Webマンガ誌の制作・運用支援ツール。 SaaSという形でご提供し、運用代行も行い、Webマンガ誌をご支援します。	マンガ家のマンガ作品投稿・販売ツール。 スマニュー・withnews・ねとらぼへの紹介による集客支援や作家の収入支援を実施。
利用者	出版社・ウェブトゥーンスタジオ	マンガ家（個人）
どんな課題を解決するか	<ol style="list-style-type: none"> 1. 雑誌のデジタル化 2. Web雑誌収益化 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 作品の集客・マーケティング 2. 作家の収入（作品販売・電子書籍化・広告収益化）
イメージ図	<p>マンガ SaaS</p> <p>コミチ+</p> <p>読者アンケート</p> <p>作品の販促</p> <p>雑誌DX</p> <p>ダッシュボードによる作品の育成</p> <p>雑誌</p> <p>雑誌</p> <p>雑誌</p>	<p>マンガ家が収入を得られる 作品販売 / 電子書籍化 / 広告収益化</p> <p>コミチ</p> <p>マンガ家</p> <p>ファン</p> <p>マンガ家がファンを獲得できる 作品への集客 / マーケティング</p>

マンガSaaS『コミチ+』が解決すること = 雑誌DX

	雑誌の機能	説明
1	作家の発掘	雑誌に新人作家が集まる
2	作家の育成	新人時代は、トライ&エラーを重ね成長
3	読者アンケート	連載中、作品内容のチューニングができる
4	作品の販促	単行本の発売告知など、作品の販促ができる



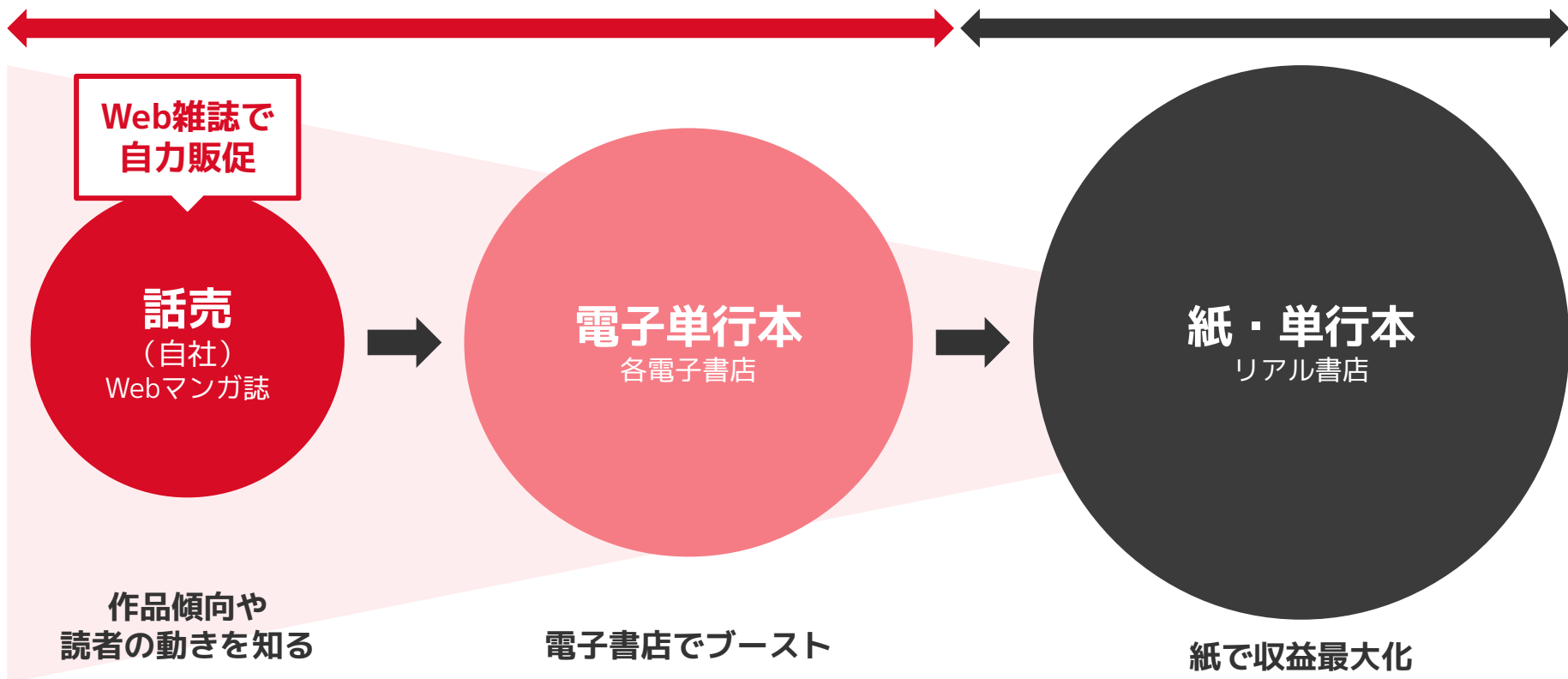
Web雑誌制作ツール『コミチ+』ですべて解決

Web雑誌の狙い 『新連載のPR & 作品販促 (旧作含む) 』

1. 自力かつ安価に作品認知を広げる地盤を自社運営
2. Web雑誌から、電子コミック販売に直接につなげ、紙への波及効果を貯める
3. ブランド向上により、作家に対する認知を上げる

自社運営だから攻められる！
デジタル売上を最大化

既存領域
(アニメ化・映画化)



コミチプラスとは？

大型予算不要、最速2-3か月で『Web雑誌』構築。

※版面マンガも、ウェブトゥーンも対応可。

独自デザイン可の雑誌ページ

The screenshot shows a magazine page with a red header for 'ヤングアニマル Web' and navigation links for 'マンガ', 'グラビア', '連載一覧', and '単行本'. A large banner features a blonde girl character with the text '全話無料!' and dates '3/24~4/14'. Below the banner, there are sections for '最近読んだ作品' (Recently read works) and a list of featured manga titles with their respective cover art and authors.

標準型の例

The screenshot displays a standard magazine page layout. It features a 'ランキング' (Ranking) section with a 'マンガ' (Manga) filter. A list of ranked manga titles is shown, including 'ハチミツとクロローパー', 'ふたりエッチ', '虐殺ハッピーエンド', 'ベルセルク', and '紫雲寺家の子供たち', each with a small cover image and author information.

コミチの機能

The screenshot shows the '作品販売' (Work Sales) interface. It displays a manga cover for 'ベルセルク' (Berserk) by '三浦建太郎' (Kentaro Miura). The page includes a star rating, a heart icon, and a share icon. Below the cover, there are buttons for 'はじめから読む' (Start reading from the beginning) and 'チャージ済' (Charged). A list of chapters is visible, including '1.黒い剣士①', '1.黒い剣士②', and '1.黒い剣士③'.

試し読み

The screenshot shows the '試し読み' (Preview) interface. It features a large, detailed illustration of a character from the 'ベルセルク' (Berserk) series. The page includes a progress indicator '25/30' and navigation controls for '次の話' (Next chapter), '戻る' (Back), '進む' (Next), '拡大' (Enlarge), and '縮小' (Shrink).

単行本紹介

The screenshot shows the '単行本紹介' (Manga Introduction) interface. It features a cover image for 'ベルセルク 第41巻' (Berserk Volume 41) by '三浦建太郎' (Kentaro Miura). The page includes the author's name, the release date '2021年12月24日', and the ISBN. A red button labeled '試し読み' (Preview) is prominently displayed. Below the button, there are links for '電子書籍・アプリでさがす' (Find on e-books/apps) and various retailers like 'amazon', 'ebook japan', 'コミックシーモア', 'dブック', 'LINEマンガ', and 'Rental'.

集客：コミチプラスからすぐに集客可能

コミチプラスの機能により、すぐに集客も可能 → **広告以外の読者獲得へ！**



最近読んだ作品



ベルセルク
三浦建太郎



ハチミツとクローバー
羽海野チカ



ふたりエッチ
克・亜樹



虐殺ハッピーエンド～蒼の章～
宮月新 (原作) 向浦宏和 (作画)



みゃこグラビア
みゃこ



雪平莉左グラビア
雪平莉左

SEO最適化



検索ポータル

SNS配信



SNS

記事・作品の
自動連携



*:現在受付停止中

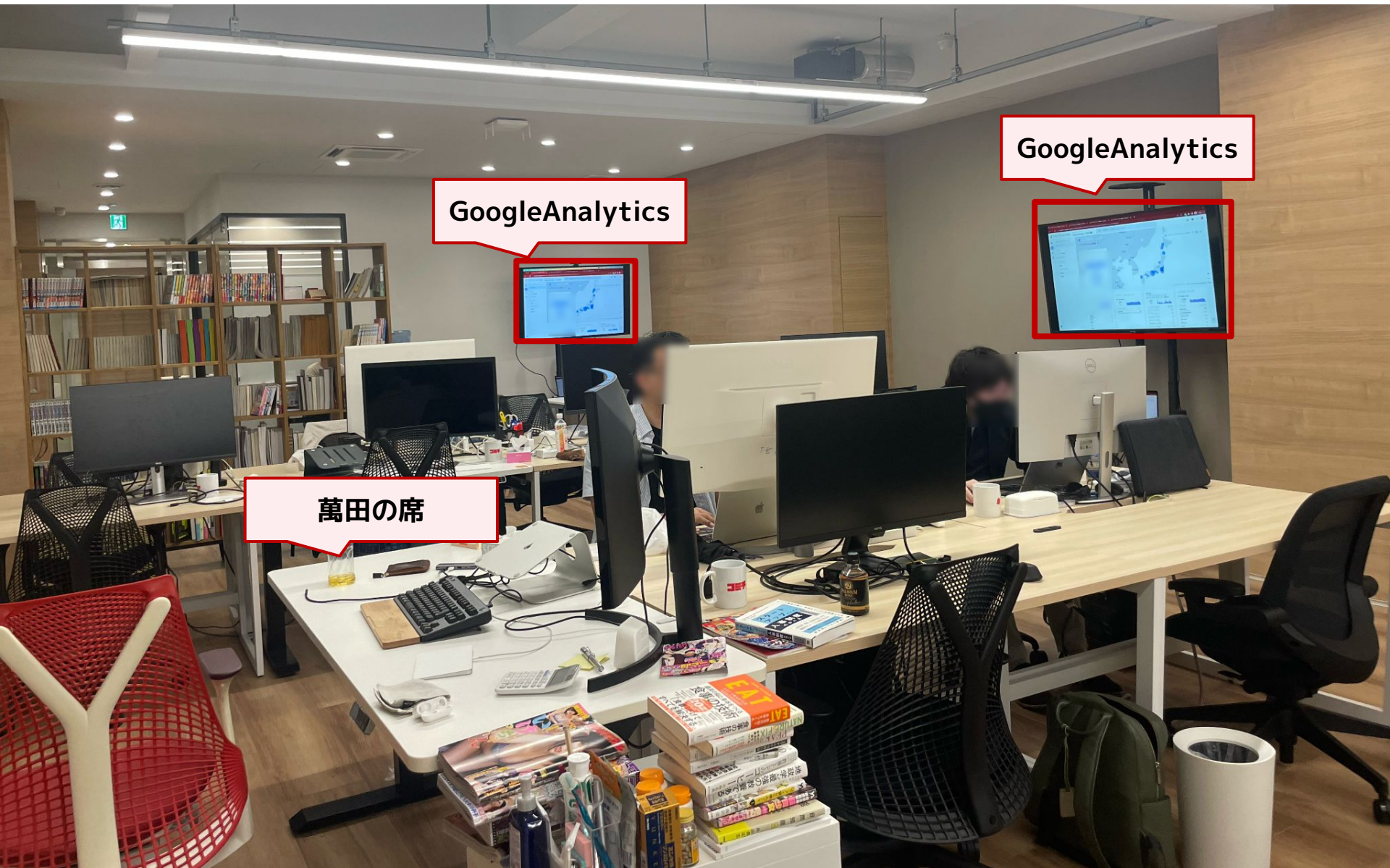


PR (手動)



マンガ系メディア

オフィスの風景



GoogleAnalytics

GoogleAnalytics

萬田の席

SNS集客事例：1話ツイート & 少額広告出稿

1話分ツイリーツイート

続きへサイトリンク

広告出稿追い打ち



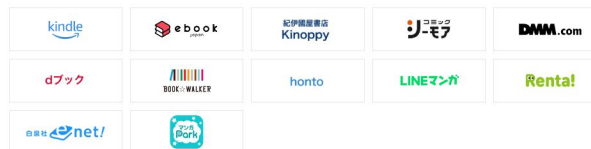
「単行本発売前」から
認知爆増



WebはSNSで認知増やして、新作が売れる！話題になる！

TikTokで350万再生 → 認知爆増

電子の単行本が売れる！



ヤングアニマル副部長
安藤 三四郎 様

『動物人間』は1巻で様子見てと思ってたタイトルだったのですが、**新作としてめちゃくちゃ売れた**作品です。

1巻の電子売上がすごかったので、続編を作ることになりました。

また、ヤングアニマルWebを始めてから**1巻ででないタイトル**のメディア化が決定するなど問い合わせが凄く増えました。

ヤングアニマルWebの**社内の評価は凄く高い**です。

自社サイトの話売りと外部サイトの単行本販促

ユーザーは、好きな書店で好きな形で好きな時に作品を購入できる

The screenshot shows the 'Anichan Web' website interface. At the top, there are navigation tabs for 'マンガ', 'グラフィア', and '単行本'. Below this, the title 'スカベンジャーズアナザースカイ' is displayed. A list of chapters is shown, with columns for chapter number, date, and heart count. A red box highlights the '無料' (Free) status for chapters 1 through 8. At the bottom right of the list, there is a 'C 70' icon.

話数	公開日	♡	状態
第1話	2022年8月16日	904	無料
第2話	2022年9月20日	3699	無料
第3話	2022年10月18日	2933	無料
第4話	2022年11月15日	1905	待つと無料
第5話	2022年12月20日	1541	待つと無料
第6話	1月17日	2014	無料
第7話	3月28日	2185	無料
第8話			

無料、待つと無料、有料と任意に設定

The screenshot shows the 'Young Animal Web' website interface. At the top, there is a search bar and navigation tabs for 'マンガ', 'グラフィア', '連載一覧', and '単行本'. The main content area displays the cover of 'ベルセルク 第41巻' (Berserk Volume 41) by Miya Motoko. A red box highlights the '試し読み' (Preview) button. Below the preview, there are links to purchase the book on various platforms: amazon, ebook japan, コミックシーモア, dブック, LINEマンガ, Rental!, 白泉社enet!, and マンガPark. There are also links to purchase the book on paper (書籍(紙)をさがす) from amazon, Rakutenブックス, and 7net shopping. The page also includes a '作品詳細' (Work Details) section with a synopsis and a 'ベルセルクのページ' (Berserk's Page) button.

ページ遷移数はもちろん
一部販売数も把握可能

徹底した『データ主義』

作品ごとに、作品人気データ（読了率や次話遷移率等）や読者の属性など読者アンケートがリアルタイムに取得可能

分析サマリ



2021年6月

トップ3エピソード



トップ作品



作品

作品	閲覧	サムネ クリック率	読了平均 ページ数
総計	212,342	1.5%	12.2
	123,323	0.2%	2.5
	82,433	1.5%	10.2
	43,222	2.2%	10.1
	3,443	0.1%	8.0

読者の属性

性別



女性	65.5%
男性	32.2%
不明	2.3%

年代



10代	15.5%
20代	32.2%
30代	12.3%
40代	12.4%
50代～	10.9%

流入元



Twitter	212,342
Instagram	123,323
Smartnews	82,433
直接（ブックマーク等）	43,222
検索（google）	124

編集部は雑誌統括とマンガ制作。雑誌運用はコミチで実施。

統括

編集部

- 方針策定



ほか

- キャンペーン
施策設計
- 記事やサムネ
イル画像の
チェック

コンテンツ制作

- マンガ / Webtoon
- (Epub)書誌制作

サイト運用

- 作品入稿
- 特集キャンペーン
- C/Vサムネイル制作

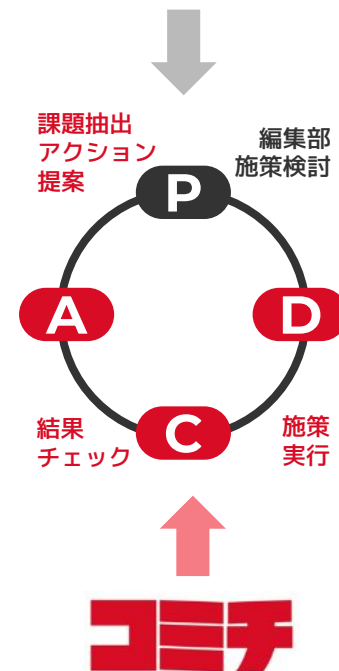
マーケ

- SEO
- Direct (ML/LINE)
- Referral (Smartnews)
- SNS
- 広告
- PR(ショートリリース)
- 分析

開発

- フロント & CMS & 書誌
- Viewer

編集部



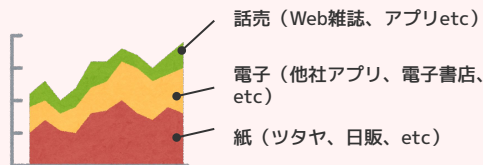
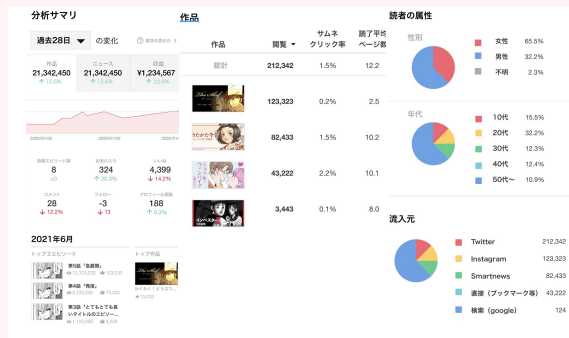
データを活かす体制を、システム・人員両面で構築

読者データ

行動データ

販売データ

誰が、どんな風に、
どれくらい
読んだのか？
データを蓄積



- ・ データ整理/把握
- ・ 施策立案



作品制作・
キャンペーンなどに
データを活かす

泥臭く、泥臭く、運用することが一番大事！

秋田書店

A K I T A S H O T E N



梅澤丈文 様

新作は連載即SNSでバズり、人気作品はより高く昇り、新人には読切でチャンスを作る。ヤンチャンWebは盛り上がってきました！

コミチ+導入の目的は、作家さんに損が無いように「待つと無料」などで販促をし、最終的には書店で単行本を購入してもらうことです。

導入半年、狙い通り新連載から中堅作品まで、電子コミックが初動好調だったり、紙単行本が重版するなど、編集部はちょっとしたお祭り騒ぎです(笑)

新作は連載即SNSでバズり、人気作品はより高く昇り、新人には読切でチャンスを作る。ヤンチャンWebは盛り上がってきました！

(秋田書店 梅澤様、続き)

世間からはなぜか(!?)アウトローとお色気イメージの強いヤンチャンでしたが、次は、女性読者にも少女・女性漫画や男性グラビアを展開して、新しい読者も狙っていきます。

最終的には紙の雑誌の部数を上げるべく、Webで出港した「ノアの箱舟」で今の時代に合った新しいヤンチャンを目指していきます。



安藤三四郎 様

コミチ+の仕組みでWebマンガ誌を運用して作品をPRすることに成功すれば、その後単行本がしっかり売れることが分かってきています。

今の時代、TwitterやTikTokは読者が新しいマンガに一番出会う場所となっています。

アプリの場合、ここから直接リンクすることが出来ない弱点があるが、Webだと直接リンクが出来るので、作品を知ってもらう場として非常に有効です。

(白泉社 安藤様続き)

ヤンマガWebの成功を見てコミチのことを知りましたが、
コミチ+の仕組みでWebマンガ誌を運用して作品をPRすることに成功すれば、その後単行本がしっかり売れることが分かってきています。

SNSを入り口に、Webをこれまでの雑誌代わりに活用して作品を知ってもらい、作品全体の販売向上につながる新しい形が今後の流れだと思います。

小学館

SHOGAKUKAN



山内菜緒子 様

作家さんや編集部発案の企画をフレキシブルに行うことができることも、自社WEBメディアならではの利点だと思います。

「ビッコミ」を立ち上げた目的は、従来の雑誌制作では追いつけなかったスピード感です。

SNSで話題になった瞬間、時事性のある出来事、世の中に求められた瞬間に漫画作品を提案することが読者の方々の満足感につながるわけですが、コミチのスタッフの皆さんはそのスピード感を編集部と共有してくださり、目標に向かって分析と対策を一緒に練ってくださるので非常にスピーディーにジャッジが出来ます。

(小学館 山内様つづき)

7月7日に浅野いにお先生の『おやすみプンプン』全話無料キャンペーンを行いました。『プンプン』の愛読者たちがキャンペーンを拡散してくださり、新規読者も流入、サーバが何度もダウン。

7日（金）0時スタートで夜中のうちに土日まで3日間の開放を作家と相談。
結果、**3日で3,000万PV**となりました。

全話無料企画でしたが、キャンペーンの成果として該当月の電子単行本売上は通常の3倍となりました。

また先日の阪神優勝の際には、阪神の優勝シーンが出てくる作品を「アレしたら無料キャンペーンします」と事前告知し、リーグ優勝した時からキャンペーン開催しました。

このように**作家さんや編集部発案の企画をフレキシブルに行うことができることも、自社WEBメディアならではの利点**だと思います。

最後に

お気軽にお問い合わせください。

コミチ



<https://comici.co.jp>

✉ info@comici.jp

第17回 電子出版アワード
どなたでも投票できます。



エキサイティング・ツール賞に
『コミチ+』ノミネート！
ぜひ投票をお願いします！