

MangaPlazaの挑戦

コミックシーモアのノウハウ活用による
米国の電子市場開拓！



アジェンダ

- NTTソルマーレとコミックシーモアの軌跡
- MangaPlazaの女性向けデジタルコミック市場の開拓
- 海賊版対策の取り組み
- 高品質翻訳（ローカライズ）へのこだわり
- 今後の展望

アジェンダ

- **NTTソルマーレとコミックシーモアの軌跡**
- MangaPlazaの女性向けデジタルコミック市場の開拓
- 海賊版対策の取り組み
- 高品質翻訳（ローカライズ）へのこだわり
- 今後の展望

自己紹介

炭田 真也

NTTソルマーレ（株） 取締役 電子書籍事業部長

<略歴>

1996年（平成8年） NTT 入社

ビジネス営業部門にてキャリアをスタートし、入社5年目に新規ビジネス開発部門でNTTソルマーレの立上げに参画、その後、他のグループ会社へ出向、ネットワークサービス（フレッツ光）開発部門、経営管理部門に所属し、2021年（令和3年）より現職。



NTTソルマーレについて

私たちは、世界中にマンガやゲーム等のエンターテインメントサービスを提供する会社です！

コミック
シ-モア

月間利用者**4000**万人！
取り扱い冊数 **158**万冊以上！

20周年を迎えた**国内最大級**の
総合電子書籍ストア!!

想いとテクノロジーにより、
マンガ熱を拡げていく。

Manga Plaza

シ-モア Comics
シ-モアコミックス



Obey Me!
One master to rule them all!

女性向けモバイルゲーム
800万ダウンロード！
世界**186**カ国で配信！



電子書籍事業のこれまで

なぜ、電話会社のNTTから誕生…？全ては切迫感から始まった

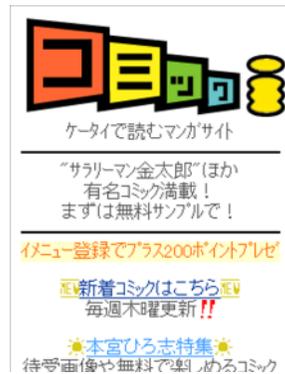
ケータイ時代・紙の漫画全盛期から躍進した『コミックシーモア』を生み出したNTTソルマーレ

2002年



街頭端末→PDA

2004年



シングルデバイス
(ケータイ)

最盛期には
月間5億DL

2012年~現在



マルチデバイス
(スマホ・PC)

月間利用者4,000万人
150万冊以上の品揃え

NTT再編成（1999年）時、NTT西日本は赤字が見込まれるなど、設立当初から苦しい状況が予想されていました。

そこで、電話など従来の主力事業の収入だけに頼らない新たな収益を獲得するためのインキュベーションを当初から意識し、当時では珍しい専担組織も組成されていました。そこで生まれたビジネスアイデア『Foobio（街頭端末を通じたコンテンツ配信代行サービス）』をローンチすべく2002年にNTTソルマーレを設立しました。

このビジネスモデル自体は大きく成長しなかったものの、その営みで得た知見や、市場環境の変化を背景にケータイによる電子コミック配信事業にシフトしていき、2004年にコミックシーモアの原型となるケータイ向け（iモード公式サイト）コミック配信サービス「コミックi」が誕生しました。

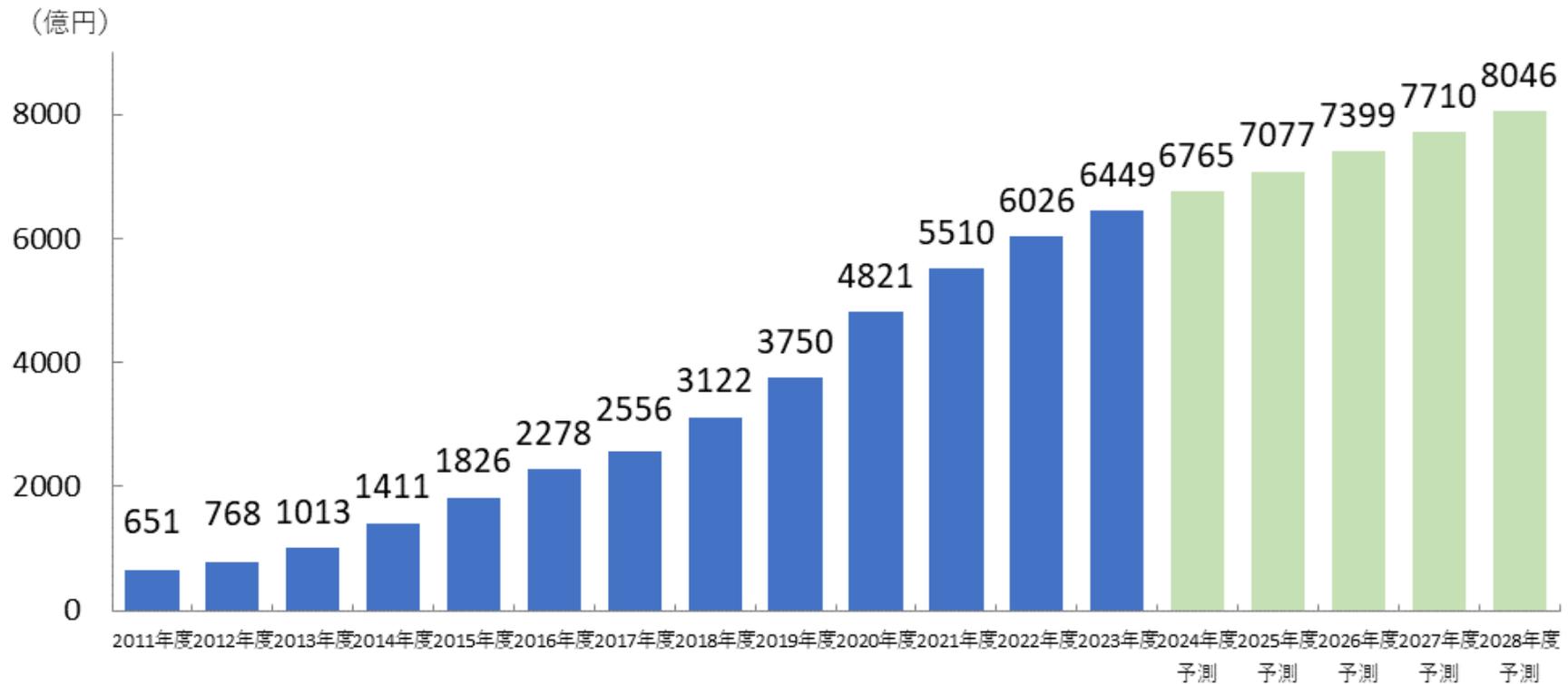
翌年には、auとVodafone（後のSoftbank）公式サイトで「コミックシーモア」が誕生し、ケータイ各社での公式サイトランキングでは、NTTドコモ82ヶ月連続1位、au302週連続1位になるなど躍進しました。2010年にサービス名称を「コミックシーモア」に統一しました。

電子書籍事業のこれまで

2023年度の市場規模は**6,449**億円、2028年度には**8,000**億円市場に

成長が見込まれる電子書籍市場

2023年度の電子書籍市場規模のうち、コミックは5,647億円で市場シェアは87.6%

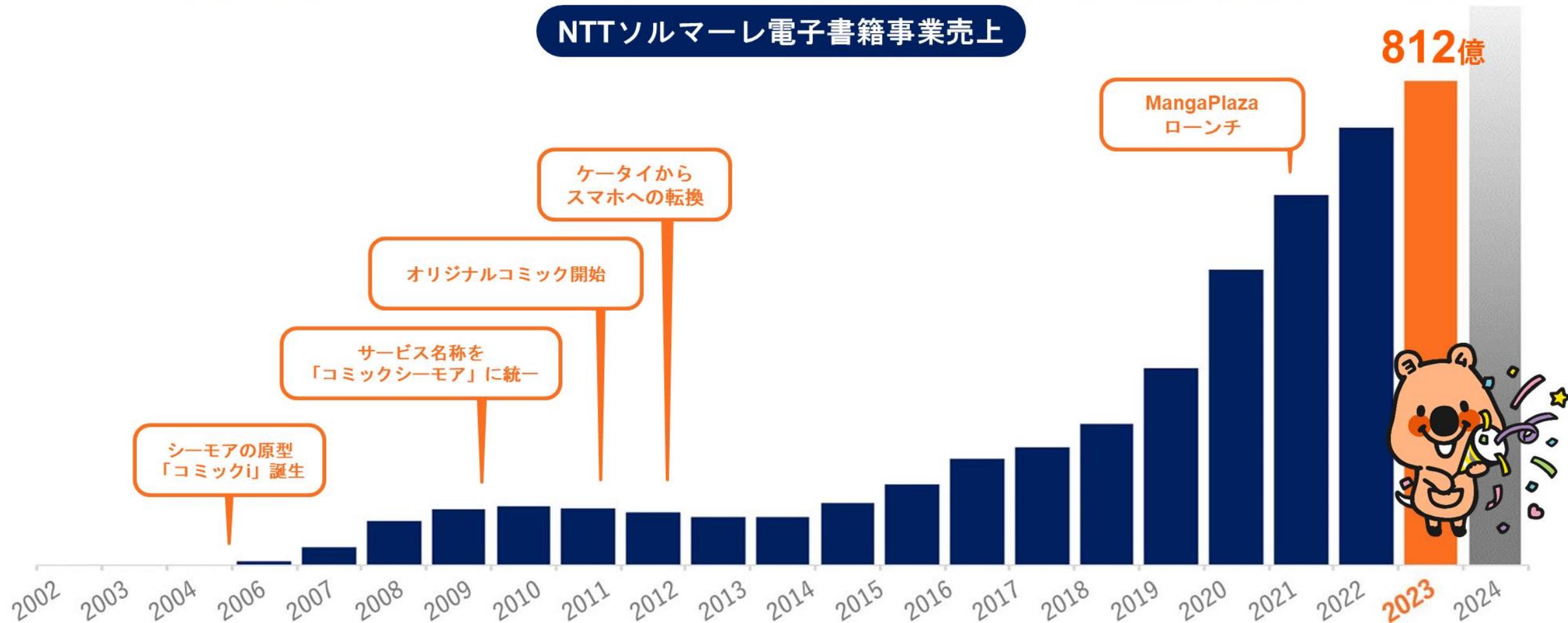


コミックシーモアについて

コミックシーモアは20周年

ケータイ黎明期から、トップランナーとして電子コミック市場を牽引し、2023年度の電子書籍事業全体売上は812億円！

NTTソルマーレ電子書籍事業売上



コミックシーモアについて

業界最大級の作品数

158万冊

以上の品ぞろえ

月間利用者4000万人！

20周年を迎えた国内最大級の総合電子書籍ストア!!



業界最大級
158万冊の
品揃え



4.6万冊以上の
無料作品や
お得な
キャンペーン



392万件を
超える
豊富なレビュー



2,200作品を
超える
オリジナル
コミック



読み放題も
選べる

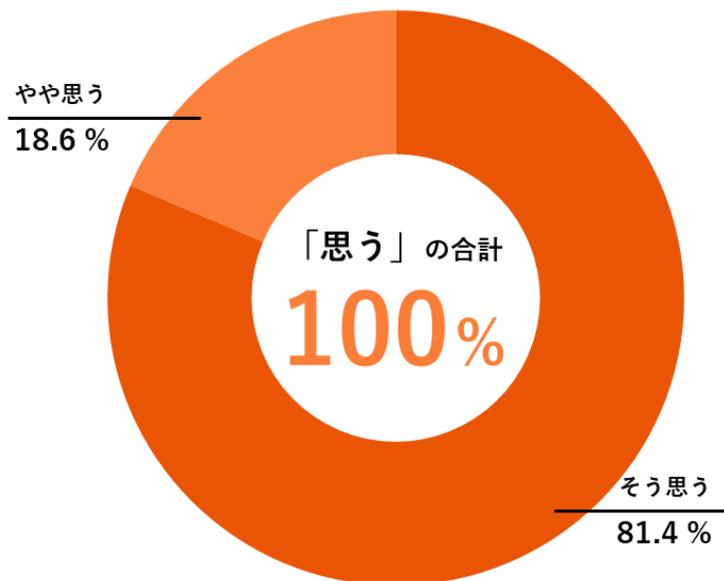
コミックシーモアについて

回答した全出版社が、電子書籍市場の拡大による好影響を実感

スマートフォンの普及やコロナ禍などを背景に、電子書籍市場は活況になっており、今回アンケートに回答した全出版社が電子書籍市場の拡大によって、マンガが売れるように（売りやすく）なったと感じていることが明らかに。

また、今後もコミックシーモアに作品を配信していきたいと思いませんか？」という問いに対しては、**全出版社がそう思う**と回答しました。

Q. 電子書籍市場の拡大によって、市場拡大前と比べてマンガが売れるように（売りやすく）なりましたと感じますか



SA/N=43社

Q. 今後もコミックシーモアに作品を配信していきたいと思いませんか？



SA/N=43社

コミックシーモアについて

コミックシーモアによって広がるマンガ熱！9割以上の出版社が 「作家の活躍の場が広がった」「新たな読者層の獲得に繋がっている」と回答

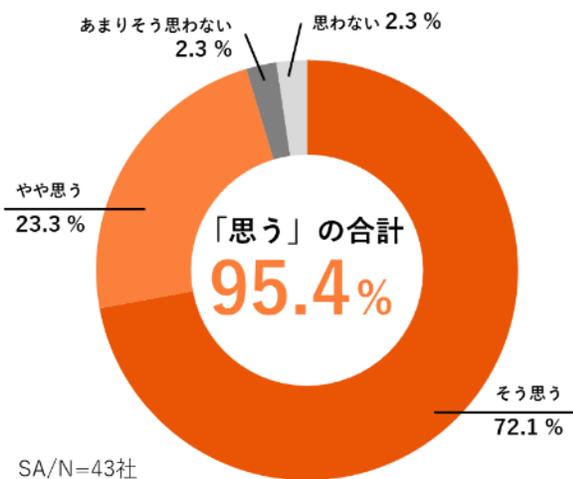
コミックシーモアに作品を配信することで感じるメリットを調査したところ、「作家の活躍の場が広がった」と回答した割合は95.4%、「新たな読者層の獲得に繋がっている」と回答した割合は93%と、どちらも**9割を超える結果**に。

また、コミックシーモアが注力している先行配信で売上を伸ばすことができているか調査したところ

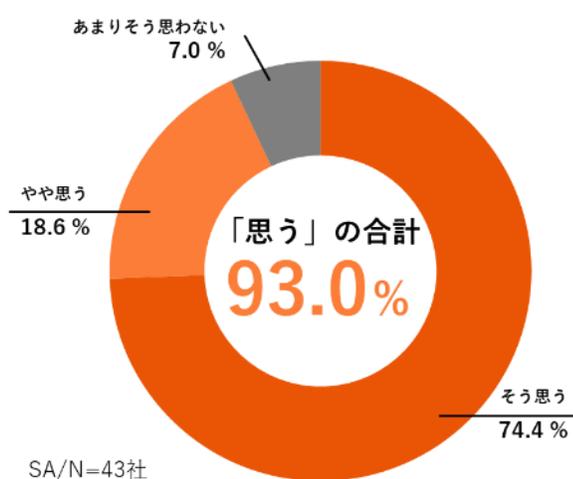
「先行作品※で売上を伸ばすことができている」と回答した割合が**95.3%**と各社効果を実感している結果となりました。

※他社に先んじて作品を配信すること

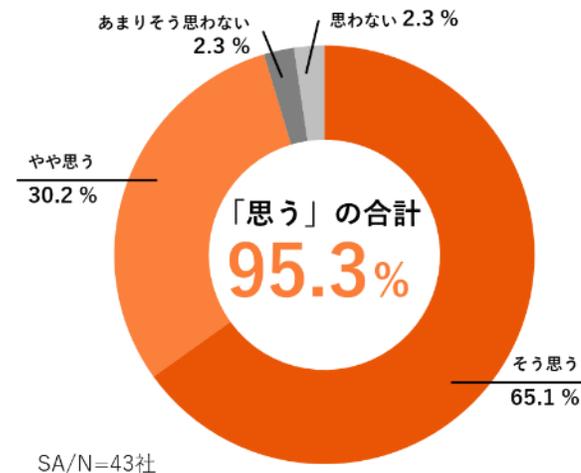
Q. コミックシーモアに作品を配信することで、作家さんの活躍の場が広がったと感じますか。



Q. コミックシーモアに作品を配信することで、新たな読者層の獲得に繋がっていると感じますか。



Q. コミックシーモアでの先行配信で売上を伸ばすことができていると感じますか？



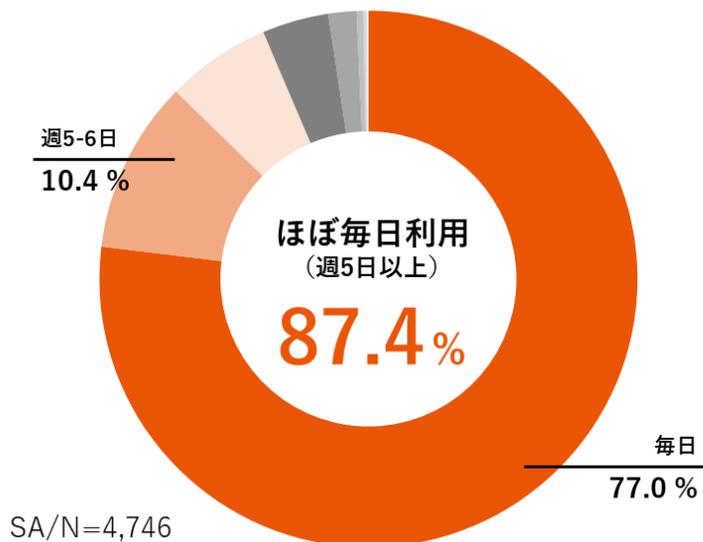
コミックシーモアについて

ユーザーの87.4%が「ほぼ毎日(週5日以上)」利用し、利用の継続意向度は85.5%

コミックシーモアの利用頻度を調査※1したところ、ユーザーの87.4%が「ほぼ毎日(週5日以上)」利用していると回答。利用理由について伺うと、「ラインアップの豊富さ」が72.1%と最も多く、次点で「お得なキャンペーンの多さ」(59.5%)、「無料作品の豊富さ」(31.4%)という結果に。また、85.5%ものユーザーが今後も利用したいと回答。業界最大級※2の作品数や、月1,000本以上ものキャンペーンの充実度にご好評いただいていることが分かりました。

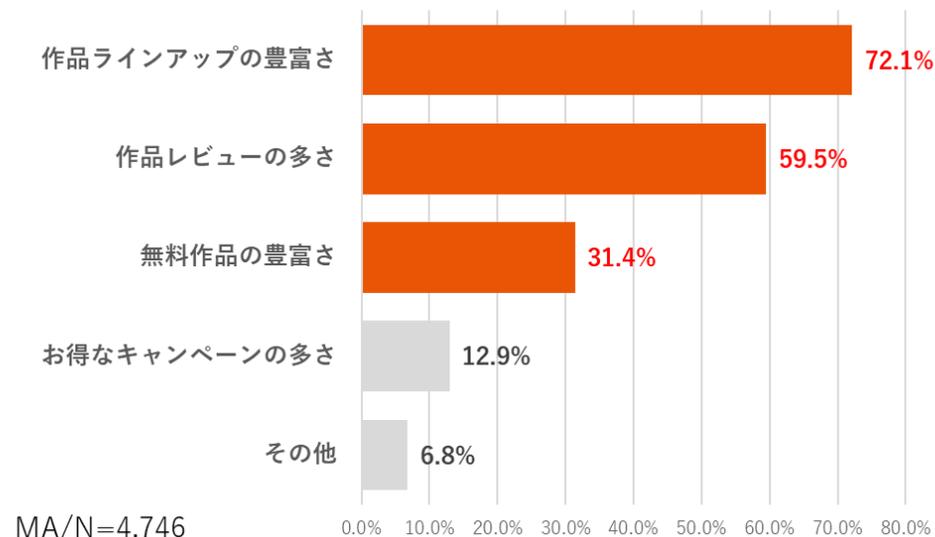
Q. どれくらいの頻度でコミックシーモアを利用しますか。

(無料立ち読み、本棚アプリでの利用を含む)



Q. コミックシーモアを現在利用いただいている理由で

あてはまるものを教えてください。(複数選択可)



コミックシーモアについて

「コミックシーモア」で新しいマンガと出会った人は96.6%！

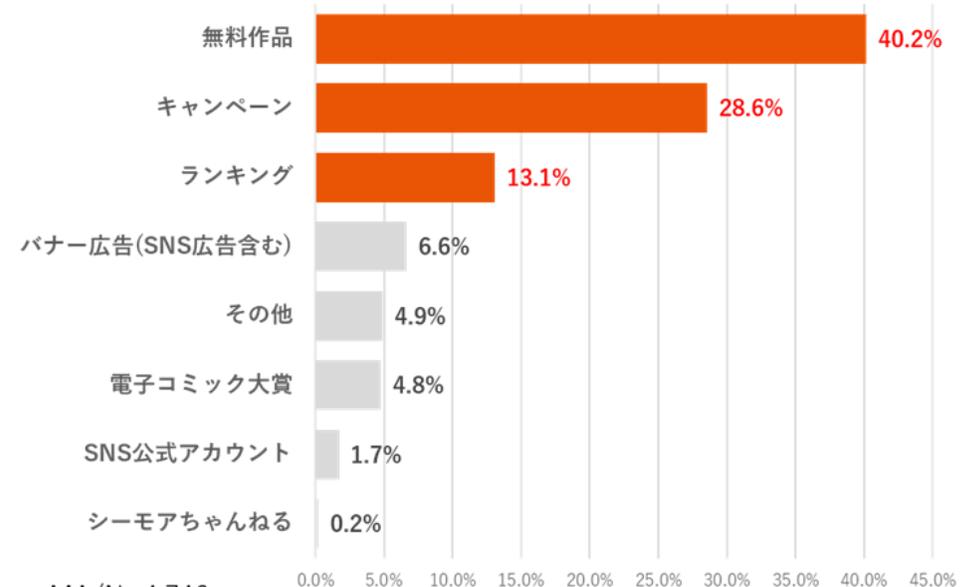
96.6%のユーザーが「新しいマンガとの出会いがあった」と回答し、77.5%のユーザーが「今まで読まなかったジャンルのマンガを読むようになった」という結果に。出会いのきっかけとしては、「無料作品」「キャンペーン」「ランキング」が多く、毎年1月に開催されるコミックシーモア主催「みんなが選ぶ!! 電子コミック大賞」や、その他の回答の中ではお困りごとを解決するQ&Aコミュニティサイト「シーモア島」でのお客様からの作品紹介も好評を得ていることが明らかになりました。また、コミックシーモアの販売企画力や広告宣伝力によって、ユーザーとあらゆるジャンルのマンガが繋がり、ユーザーの利用動機となっていることが推察されます。

Q. コミックシーモアで新しいマンガとの出会いがありましたか。



SA/N=4,746

Q. 新しいマンガとの出会いについて、きっかけとしてあてはまるものを教えてください。



MA/N=4,746

コミックシーモアについて

想いとテクノロジーで日本マンガをメインカルチャーに

コミックシーモアはマンガ熱を想いとテクノロジーによって拡張させてきた第一人者
マンガという“究極のガラパゴス”をあらゆる人に届け、広げてきました

新たなマンガとの
出会い創出

作品の魅力を伝える
プロモーション

テクノロジーによる
顧客体験最大化

オリジナルコミック
創出

マンガ文化の
海外発信

コミックシーモアについて

データ分析×書店員のマンガ熱で新しいマンガとの出会いを創出

月に1,000本を超えるキャンペーンは、作品とお客様をつなぐ架け橋

データ分析によるマッチングに加えて、シーモア書店員ならではの幅広い提案がおお客様の心を動かしています。



作品

少年マンガ
青年マンガ
少女マンガ
女性マンガ
異世界
BL
TL
...

先行作品

オリジナル
コミック

マッチング

書店員の”目利き”を活かしたキャンペーン



データ分析に基づいたキャンペーン



お客様参加型キャンペーン



お客様

購入ジャンル

来店頻度

性年代別

購入価格帯

コミックシーモアについて

作品の魅力を最大化しヒット作を創出

コミックシーモアおよび広告出稿の膨大な販売データからヒット要素を言語化・ノウハウを蓄積

定性的な広告クリエイティブ設計

- キャラクターの表情のギャップでユーザーの興味を引き付け
- 課金獲得効率が他クリエイティブ比で約2倍に

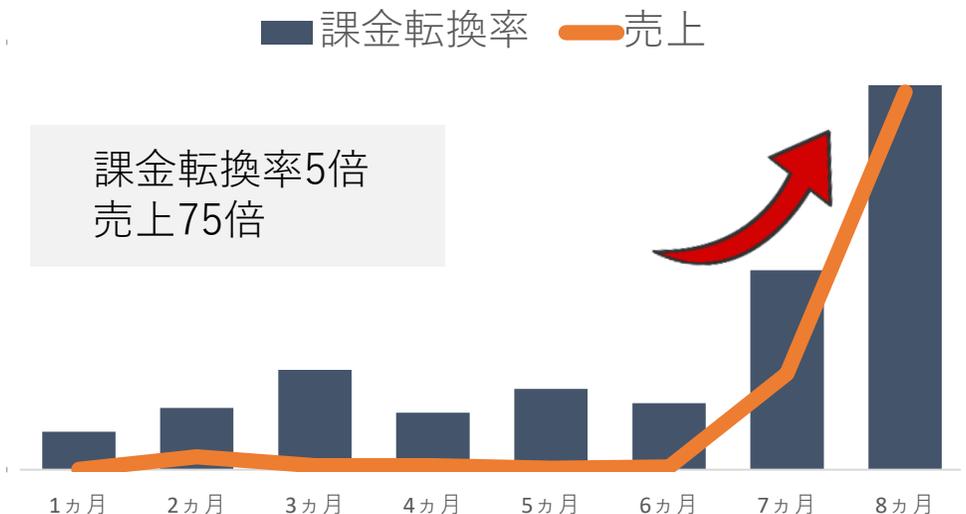


陰湿な手段で婚約者（彼）を奪おうとする嫌な表情

悪事をみんなの前で公開し逆転できるスカッと展開

定量的なキャンペーン設計

- 新作の配信話数がたまったタイミングで、ユーザーの購買率（課金転換率）が上がるシーンを盛り込んだ無料話数設定
- 無料話数に合わせ、チューニングしたクリエイティブをあらゆるメディアに多面展開し、広告出力を最大化



※横軸は配信開始からの経過月

コミックシーモアについて

顧客体験の最大化に向け、パーソナライズ化や機械学習の活用を推進

膨大なデータを活用し、お客様個々に合わせたパーソナライズマーケティング施策の自動化を実施
また、機械学習の活用も推進し、作品情報の充実化などに活用

パーソナライズ通知の配信

- 個々人の興味・関心・嗜好に沿ってパーソナライズされた通知（メール・PUSH・LINE）を適切なタイミングで配信

作品購入

① サイト上で作品を購入



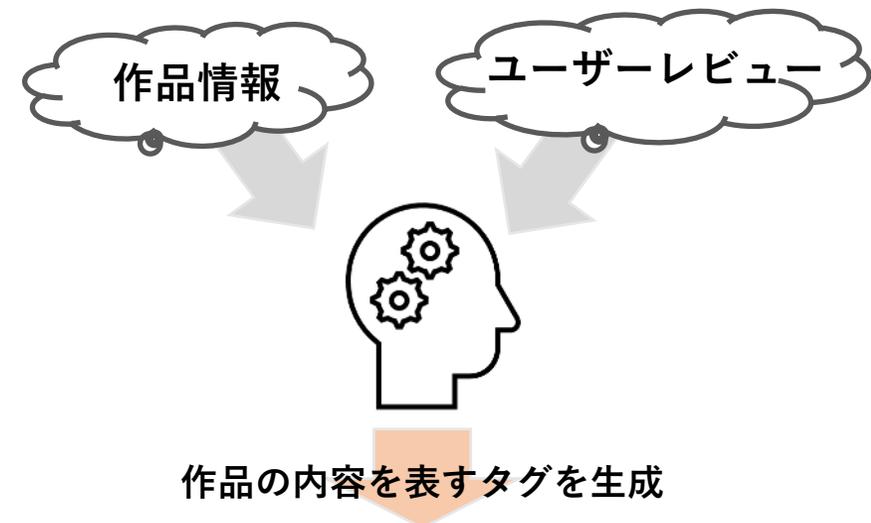
新刊(続刊)発売日

② メール・PUSH・LINEでお知らせ
サイト訪問時にはポップアップ



機械学習による作品タグの生成

- 作品情報やユーザーレビューなどを元に、機械学習を用いて作品タグを自動生成し、そのタグを用いて作品検索が可能に



大切な存在/意外な展開/特殊な能力/キャラが魅力的/
ギャグとシリアス/設定が面白い/可愛いワンコ/殺し屋/スパイ

コミックシーモアについて

多様な手段を使ったマンガ熱を広げる独自の取組み

「コミックシーモア⇒お客様」のコミュニケーションのみならず、
「お客様⇒コミックシーモア」や「お客様同士」のコミュニケーションが図れるよう独自の取組みを推進

みんなが選ぶ!! 電子コミック大賞

出版社のイチオシ作品を、ユーザーが「次に来るヒット作品はこれだ!」と思う作品に投票し、一緒にネクストブレイク作品を創る、電子ならではのマンガ賞です。



みんなで疑問解決! シーモア島

コミックシーモアでわからないことについてユーザー同士で解決するコミュニティサービスです。好きなジャンルや作品を語り合う場としても人気のサービスです。



オウンドメディア

人気マンガの世界観や魅力を音楽と映像で表現し発信する「ONGA」やシーモアオリジナルバラエティ「ぼる塾の夜更かしトーク」、BL朗読イベント「FicusParty」等を発信しています。



コミックシーモアについて

コミックシーモアを運営している強みを活かしたオリジナルコミック事業

8つのオリジナルレーベルで「少女マンガ」や「女性マンガ」を中心に2,200作品を超えるオリジナルコミックを展開。コミックシーモアに蓄積された販売ノウハウやビッグデータを活用して「面白い作品」を制作。Web広告を通じた大ヒット作品や映像化作品(15作品をドラマ化※1)も多数輩出し、2025年秋(予定)にはオリジナルコミック初となるアニメ化※2も決定!



幅広いジャンル展開

女性向けを中心に、幅広く多様な読者のニーズに対応するジャンルを展開

データ×クリエイティビティ

コミックシーモアに蓄積された販売データに作家・編集者等のクリエイティビティを掛け合わせた『今、読者が読みたい』作品を創出

業界最大級のユーザーリーチと販売力

業界最大規模のユーザーが利用するコミックシーモアにて作品に触れていただく機会を最大化

※1 2025年1月末現在。
※2 2025年秋頃、アニメ「デブとラブと過ちと！」TOKYO MXほかにて放送開始予定。
(<https://www.nttsolmare.com/press/2023/1117.html>)

- NTTソルマーレとコミックシーモアの軌跡
- **MangaPlazaの女性向けデジタルコミック市場の開拓**
- 海賊版対策の取り組み
- 高品質翻訳（ローカライズ）へのこだわり
- 今後の展望

自己紹介

鳥嶋祐嗣

NTTソルマーレ 電子書籍事業部 グローバルビジネスグループ長

<略歴>

平成10年にNTT入社し、主に新規ビジネス開発に従事。
IoTセンサーを活用した牡蠣やウニの養殖ビジネスや
食品残渣をリサイクルして有機野菜を栽培する資源循環ビジネスを
立ち上げ全国展開したのち、2024年より現職

<その他>

休日はコーヒー焙煎士として自家焙煎コーヒーを販売中



MangaPlazaのサービス概要

2022年3月に米国向けのデジタルマンガストア

MangaPlaza

4年目突入！

をリリース！

1 サービスモデルはアラカルト(都度課金)×プレミアムプラン(サブスクリプション)
→冒頭部分話をサブスクリプションで定額で読んでいただき、続話をアラカルトで都度課金いただくモデル
プレミアムプランでは\$6.99で対象作品・対象話が読み放題!

2 アラカルトでは約150,000話、プレミアム対象は約45,000話
→プレミアム作品は作品単位で話毎のCVRをもとにプレミアムでの配信話数をコントロールし、定期的に作品の入れ替えを実施

3 MangaPlazaでしか読めない魅力的なマンガを多数配信
→弊社の編集部作品のほか、一部の作品においては出版社様作品を弊社にて翻訳配信しております

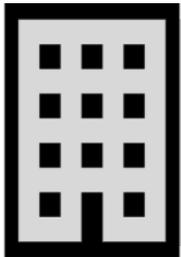
4 有償ポイントメニューの開始 (2025年3月～)
→これまで1話ずつ購入頂く販売方法としていたが、MangaPlazaで使えるポイントを一度にまとめて購入(最大500USD分)できる機能を導入しARPPUが向上中



MangaPlazaの強み

コミックシーモアでの売れ筋傾向を分析し、定量的観点×定性的観点×現地の信条・文化を踏まえた作品の選定・翻訳配信とプロモーションを展開！

出版社様



作品許諾



Webプロモーション



ストア販売

リアルイベント

AnimeExpo出展
(ロサンゼルス)



現地マンガファン

リアルイベント（Anime Expo）

毎年、Anime Expo に出展してリアルユーザーにもデジタルマンガのプロモーションやユーザーインタビューを実施！インタビュー結果はサイトの改善に繋げる！



■会場で配布したノベルティ



MPギフトコード



福引き

MangaPlazaの販売促進施策



お客様からの要望が多かった「有償ポイント」メニューを追加！

➔さらにお得になる販促施策機能も今後実装予定



プレミアム会員向けの特典リニューアル

➔読み放題に加えて、ポイント購入時のボーナスポイント増量



お得なキャンペーンを続々展開！

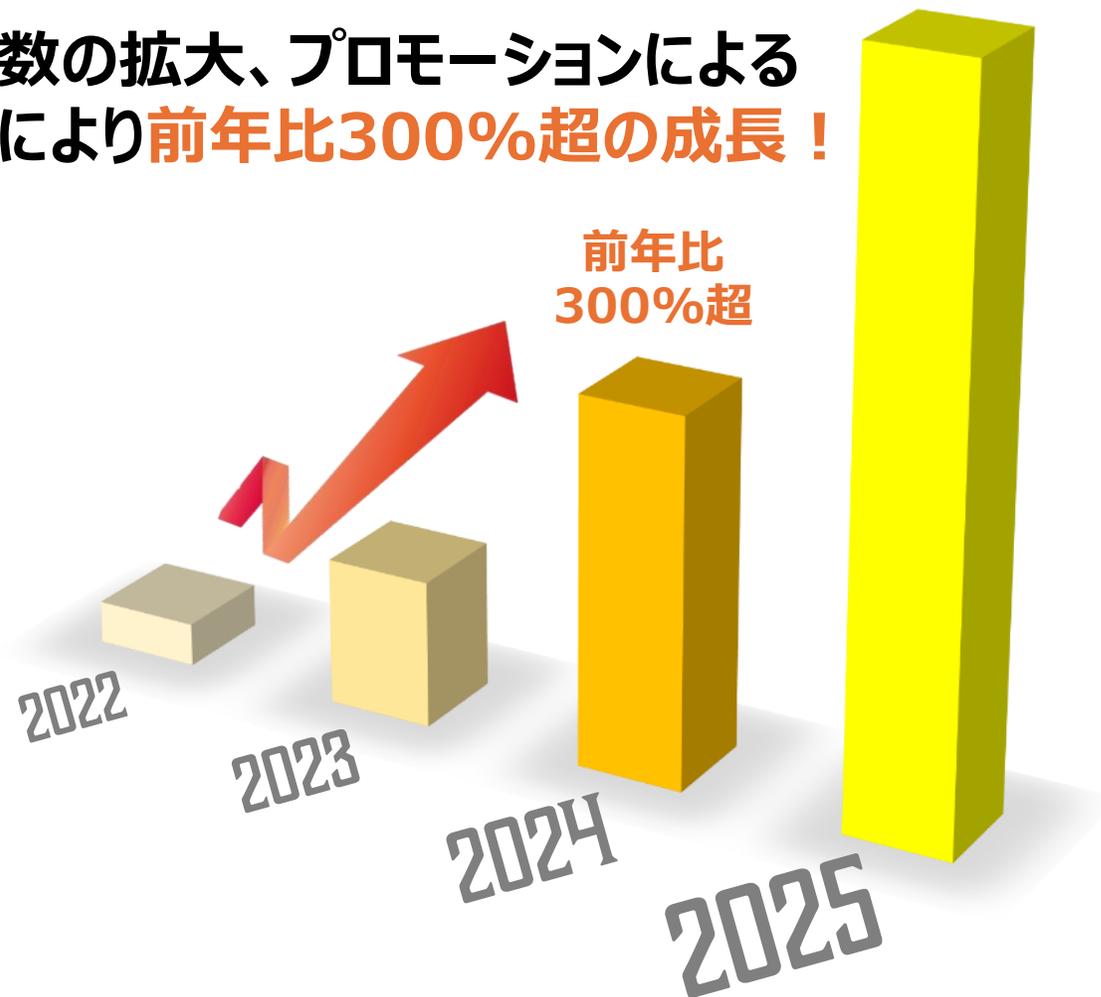
➔読み放題増量やポイント増量キャンペーンなど



- NTTソルマーレとコミックシーモアの軌跡
- MangaPlazaの成長戦略
- 女性向けマンガによる新たな市場開拓
- 海賊版対策の取り組み
- 高品質翻訳（ローカライズ）へのこだわり
- **今後の展望**

MangaPlazaの成長拡大

コミックシーモアのノウハウ活用をベースに、作品数の拡大、プロモーションによる新規課金会員の獲得、販促力強化・機能開発により**前年比300%超の成長!**



1st STEP
女性市場開拓



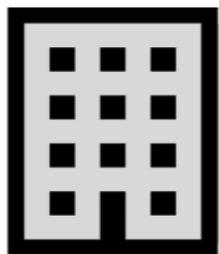
2nd STEP
総合書店化

MangaPlazaの目指す姿

日本マンガのファーストマーケティングの場としてMangaPlazaを活用頂き、SNSプロモーション等によりデジタルでの売上を創出、認知拡大をした後、紙出版化、IP展開をしていくことで**米国マンガ市場の拡大・ジャパンコンテンツの発展に貢献させて頂きたい！**

STEP1

デジタルでのファーストマーケティング



出版社様



MangaPlaza



SNSプロモーション

Instagram facebook X Google TikTok

STEP2

紙出版、IP展開等



紙出版



アニメ（多言語）



グッズ

米国マンガ市場
の拡大！

MangaPlaza

最後に…

日本の宝である『マンガ』を各出版社様・業界団体様と一緒に
市場を広げていきたいと考えておりますので
引き続き皆様のお力添えの程、よろしくお願いいたします！

オールジャパン体制で皆様と一緒に世界にマンガを届けましょう！

また、現在、英語圏展開に興味はあるが、市場の状況がわからない・教えてほしい
といったご要望のある出版社様はぜひともご連絡ください

本日はご清聴いただき、ありがとうございました！

✉ お問い合わせ先

◆ライツビジネスグループ

平井 雅人 : m.hirai@nttsolmare.com

香月 大地 : katsuki@nttsolmare.com

◆グローバルビジネスグループ

鳥嶋 祐嗣 : y.torishima@nttsolmare.com

想いとテクノロジーにより、
マンガ熱を拡げていく。



solmare