

40th
JEPA

一般社団法人
日本電子出版協会

SINCE 1986

設立40周年記念

オンライン電子書籍市場の変遷

皆さん「こんにちは」司会者の「パピ」です。
本日は、電子書籍市場の変遷と言う題目で説明させていただきます。

「こんにちは」。アシスタントの「レス」です。
電子書籍の歴史から始まって、今後の課題も説明するそうです。



オンライン電子書籍市場の変遷

目次

1. 電子書籍配信の夜明け
2. 電子書籍配信の環境変化
3. 電子書籍市場拡大と参入企業
4. 電子書籍市場、今後の課題

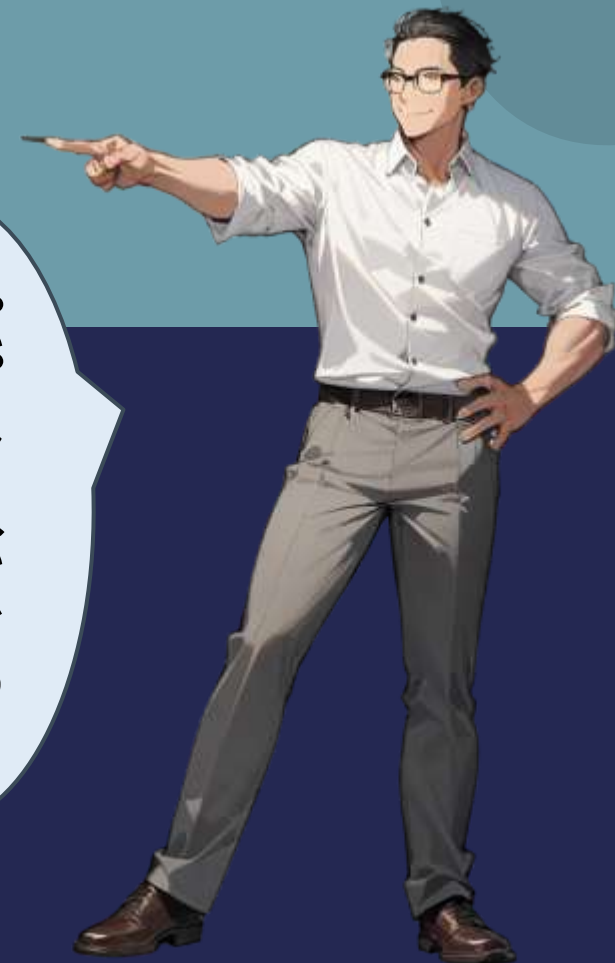
左記の項目が、
本日の講演の
目次となりま
す。



1. 電子書籍配信の夜明け

最初は、電子書籍配信の始まりの状況を、
電子書店パピレスが開始された頃の経緯を基にして
説明します。

パピレスが始め
た頃の話です。

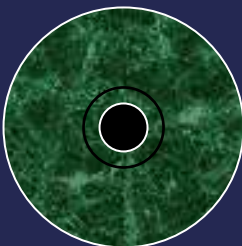


電子書籍の黎明期

1986年 日本電子出版協会創立



1972年 Alan Key
ダイナブック構
想発表



1985年
三修社 CD-ROM
電子辞書発売



1995年
パピレス 電子
書店開始

電子化の発想は、
アラン・ケイのダイナ
ブックって聞いたこと
がある。

日本最初の
電子化は、
1985年の
三修社
CD-ROM
電子辞書。
翌年、日本
電子出版協
会創立。

1995年にパ
ピレスが、
電子書籍の
オンライン
配信を開始。



オンライン電子書店パピレスの発祥地

パピレスは、
天谷幹夫が、
富士通のベンチャー
制度で創業。
最初は「フジオンラ
インシステム」と称
していました。

パピレスが始め
た頃は、パソコン
通信環境とか？



▲池袋駅10分「六ツ又交差点」



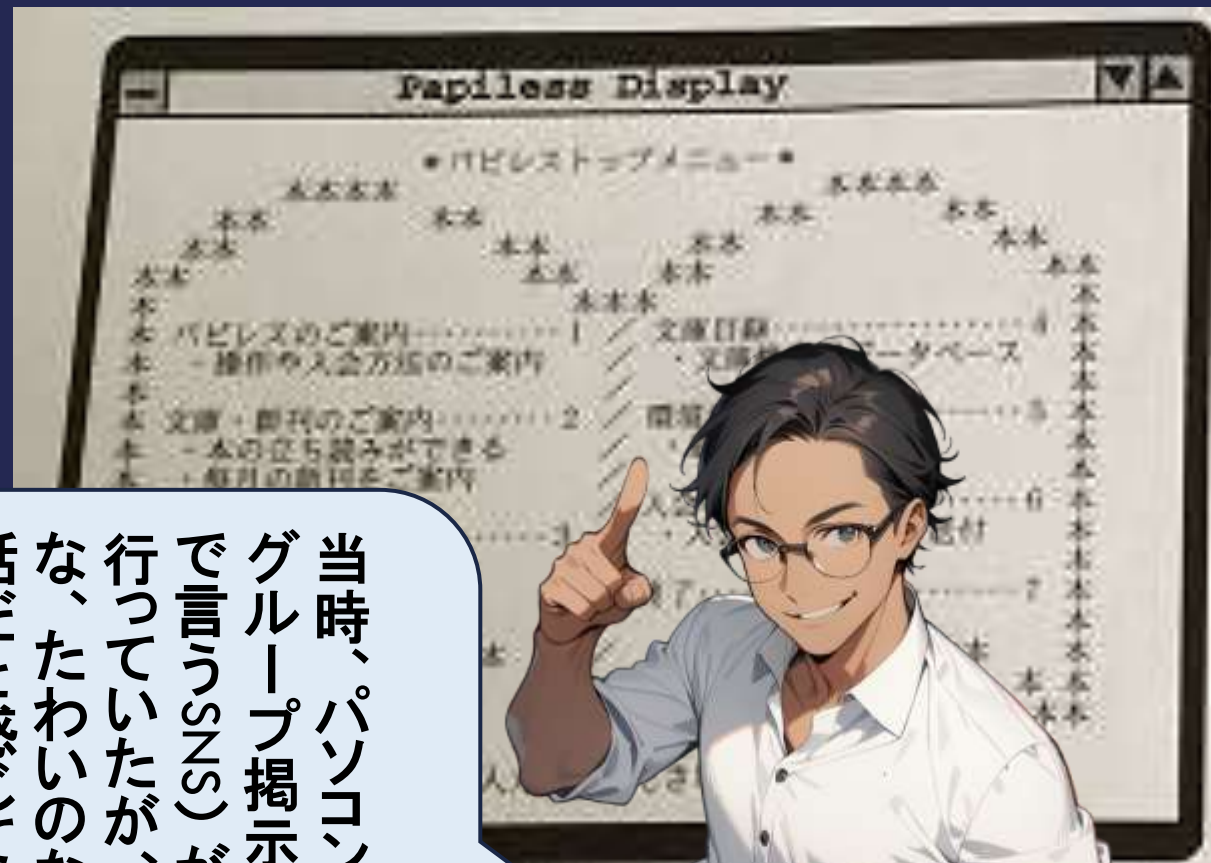
当初は、池袋の雑
居ビルで、
リクルート募集で、
6名の社員が集まっ
て開始。

▲パピレスが創業当時に入っていた「BIGオフィスプラザ池袋ビル」



パソコン通信で始めたきっかけは？

そんな頃に、
どうして電子
書籍の配信を
始めたの？



当時、パソコン通信の
グループ掲示板（今
で言うSNS）が流
行っていたが、みん
な、たわいのない会
話だと感じていた。

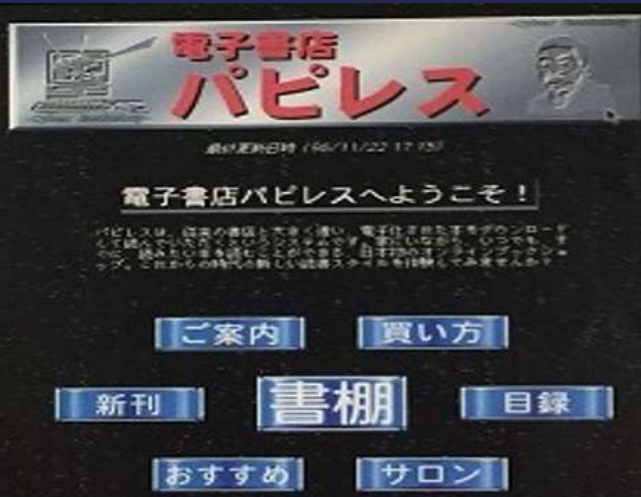
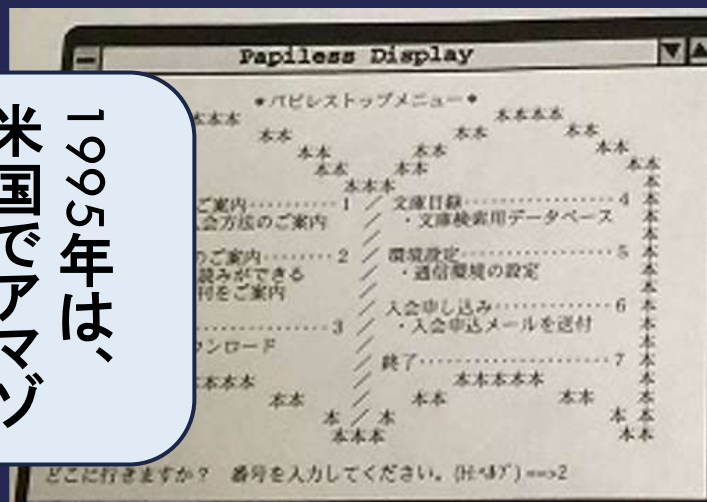
そこで、町で売ってい
る本の内容を、掲示
板に掲載することが
出来れば、有意義と
思ったのがきっかけ
です。



1995年11月に「電子書店パピレス」を開始

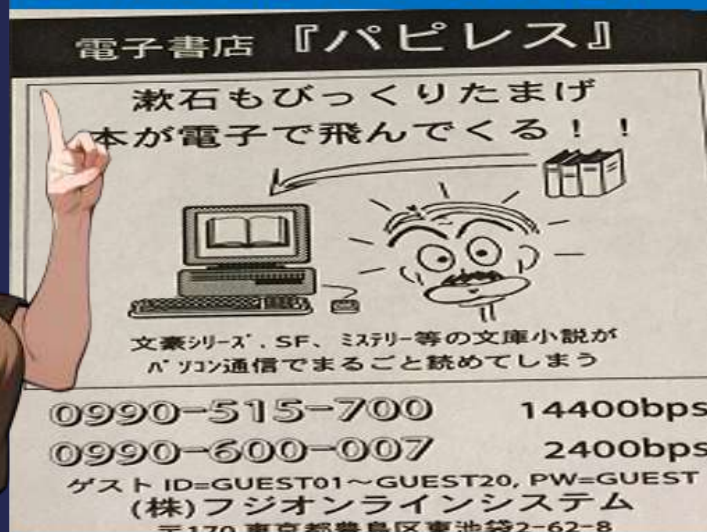
左は、パピレスが、
1995年に
パソコン通信で始
めた画面。
右は、1996年に
インターネットで
始めた画面。

1995年は、
米国でアマゾ
ンが、紙本の
販売を始め
た年でしょう。
めっちゃ早い！

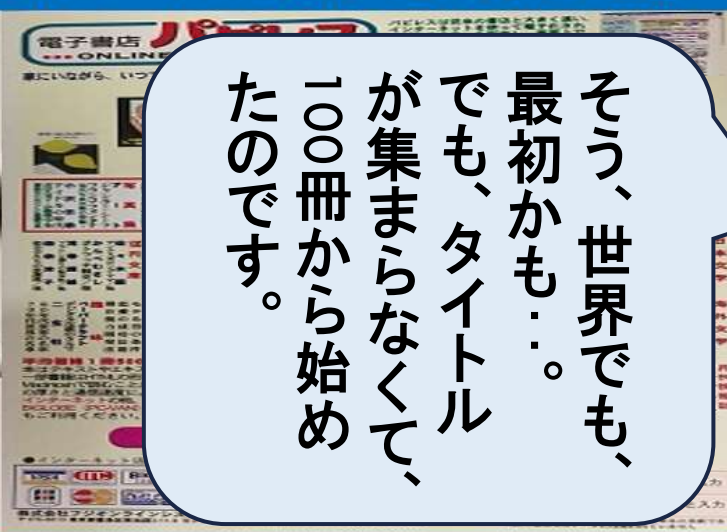


▲パソコン通信「パピレス」TOP画面

▲インターネット初期「パピレス」TOP画面



▲パソコン通信時代の広告(紙面)



▲インターネット初期の広告(紙面)

そう、世界でも、
最初かも...。
でも、タイトル
が集まらなくて、
100冊から始め
たのです。



タイトルが集まらなかった理由

何故、タイトルが○○冊しか、集まらなかったの？

一つ目は、パソコン通信の時代なので、出版社さんに、パソコンの画面で本を読むと言っても、「本当に読むかしら？」と理解して貰うのが難しかった。

二つ目は、新しいことなので、「電子化の費用がどの程度か？」、「書店さんに反対されないか？」と心配することが多かったようです。

最大の問題は後で述べる、紙との整合性でした。



電子書籍の採算は？

電子書籍は、出版社さんや著者さんへの還元は大丈夫なの？。

しかし最近では、紙を抑えて、電子で売れた方が、印刷などの初期投資がいらないので、版元さんの利幅は大きくなっています。

日本は再販制度を取っているので、出版社さんは、紙本の出版では、最初に刷り部数の紙代、印刷代、製本代、配送代を支払っています。

そのため、最初の頃は、もし、電子で売れてしまうと、紙本が戻って来てしまつて、その分損になると考えられた。



電子書籍が普及するには

パピレスの、最初の一年目は、売上が数百万円しかなかった。

三年目の1988年に、やっと年で数千万円になり、事業を続けられそうになった。

そうか、電子書籍のタイトル数だけではないのね？

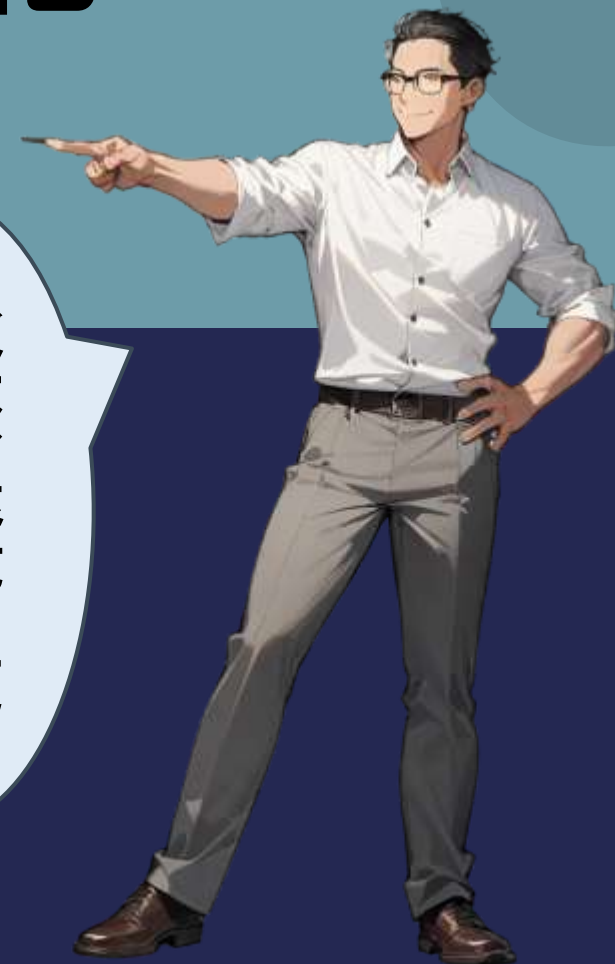
ただ、電子書籍が普及するためには、タイトル数だけでなく、次に述べる、①読書デバイスの進化や、②通信速度の発展や③ビューアソフトの開発が、不可欠でした。



2. 電子書籍配信の環境変化

電子書籍が普及するための土台となった、
読書デバイスの進化や、通信速度の発展、
読書ビューアソフトの経緯について説明。

次は、環境の
変化についてです。



電子書籍汎用デバイスの変遷

PC 電子書籍(1995-) PDA 電子書籍(1999-) 携帯電子書籍 (2000-) スマホ (2010-)



NoteBook PC



Sharp Zaurus



Sony PocketPC



Palm



世界的な
スマホ普
及で、
電子書籍
も普及し
た？



最初は、PCや日
本で開発された
PDA端末、携帯
などで電子書籍
を読んでいたが、
今は、スマホが
圧倒的に多いで
す。

電子書籍専用デバイスの変遷

専用読書端末(1993-)

NEC Digital Book (1993-)



Sony LIBRlE (2004-)



Panasonic Sigma Book (2004-)



文字物は、専用端末が、読み易そう？



電子ペーパー専用端末 (2009-)

Panasonic Words Gear (2007-)



Amazon Kindle Reader (2009-)



楽天 Kobo Reader (2012-)

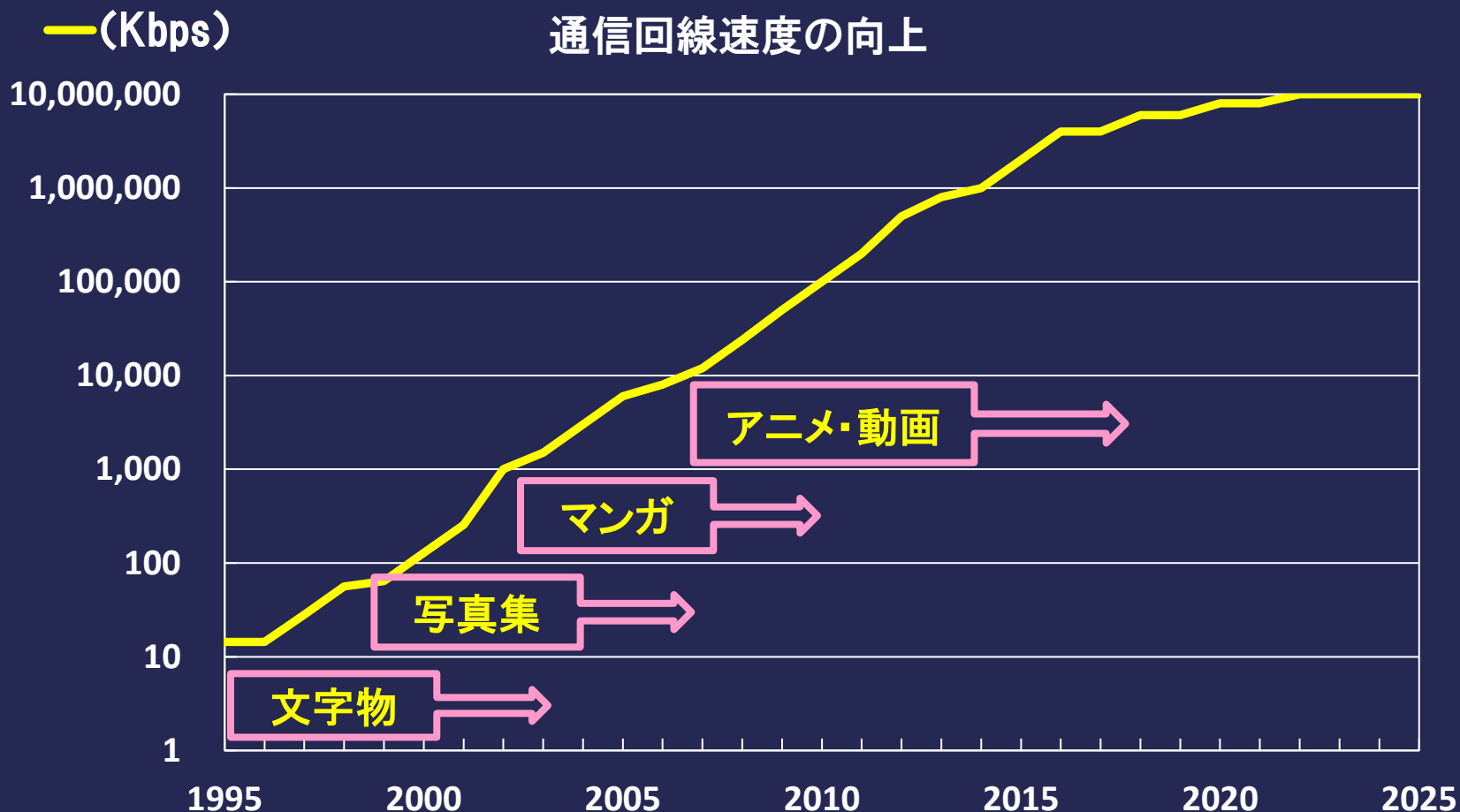


文字物の専用端末も、日本が先行していたが、現在は、アマゾンのKindleに支配されつつある。



回線速度向上とコンテンツの進化

速度が遅い1995年頃は、
文字物しか配信出来な
かったの？



そう。パソコン通信時代は、通信
速度10Kbpsで文字物。
携帯時代1.5Mbpsでマンガ。
スマホ時代20Mbpsに、アニメや
動画が見られるようになった！



文字物ビューアの進化

適用端末	PC(1995-)	PDA(1999-)	携帯(2000-)	スマホ(2010-)
ビューアの種類	Webビューア	XMDFビューア T-Timeビューア	iモードビューア	EPUBビューア
フォーマット	HTML PDF エキスパンド	XMDF, ドットブック Book Surfing	Shift-JIS 携帯書房	EPUB 3
表示形式	テキストのみ	ルビ・傍点・禁則処理	縦書きテキスト	縦書き・ルビ・組版 の国際標準化



EPUB3が国際
標準になった
のは、大成果
ね。

各種のPDA端
末が出た頃は、
多種のビュー
アが出たが、
スマホの頃は、
EPUBフォー
マット・ビュー
アに統一され
た。



マンガビューアの進化

PC 電子漫画(1995-)



携帯電子漫画 (2000-)



スマホ電子漫画 (2010-)



(C)BUICHI TERASAWA / A-GIRL RIGHTS

今は、スマホで
縦スクロールマ
ンガがあると
か？



マンガビューアは、
スマホでは、版面
開き。
携帯では、版面
漫画をコマに
切って、横スク
ロール。
スマホでは、版
面の片面表示と
進化してます。



縦スクロールマンガWebtoonの時代推移

年代	2003年	2005年	2013年	2014年	2016年	2016年
会社名	DAUM	NAVER	Comico	KaKao	ピッコマ	パピレス
地域	韓国	韓国	日本	韓国	日本	日本
名称、事象	Web縦マンガ発祥	Webtoon 広告モデル	「縦カラー 漫画」 広告モデル	Smartoon 「待てば 無料」	Smartoon 「待てば 無料」	フルカラー 「タテコミ」

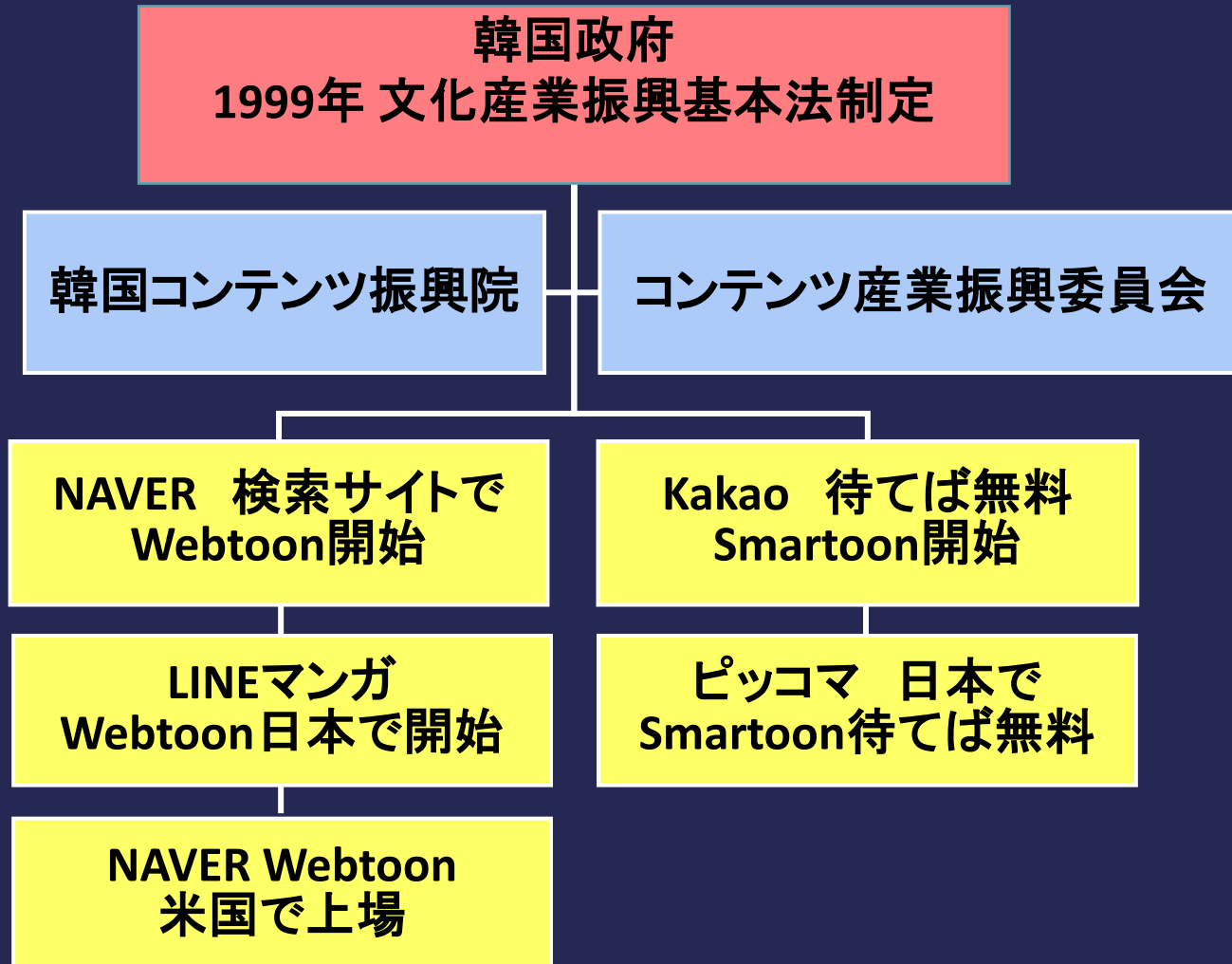


≪webtoonという用語は、NAVERが、商標登録しているため、各社は独自名称を付けているのね。

≪webtoonは、韓国が発祥で、NAVERが広めたと言われる。
日本では、Comicoが開始し、パピレスも「フルカラータテコミ」の名称で始めた。



韓国Webtoon拡大の背景について

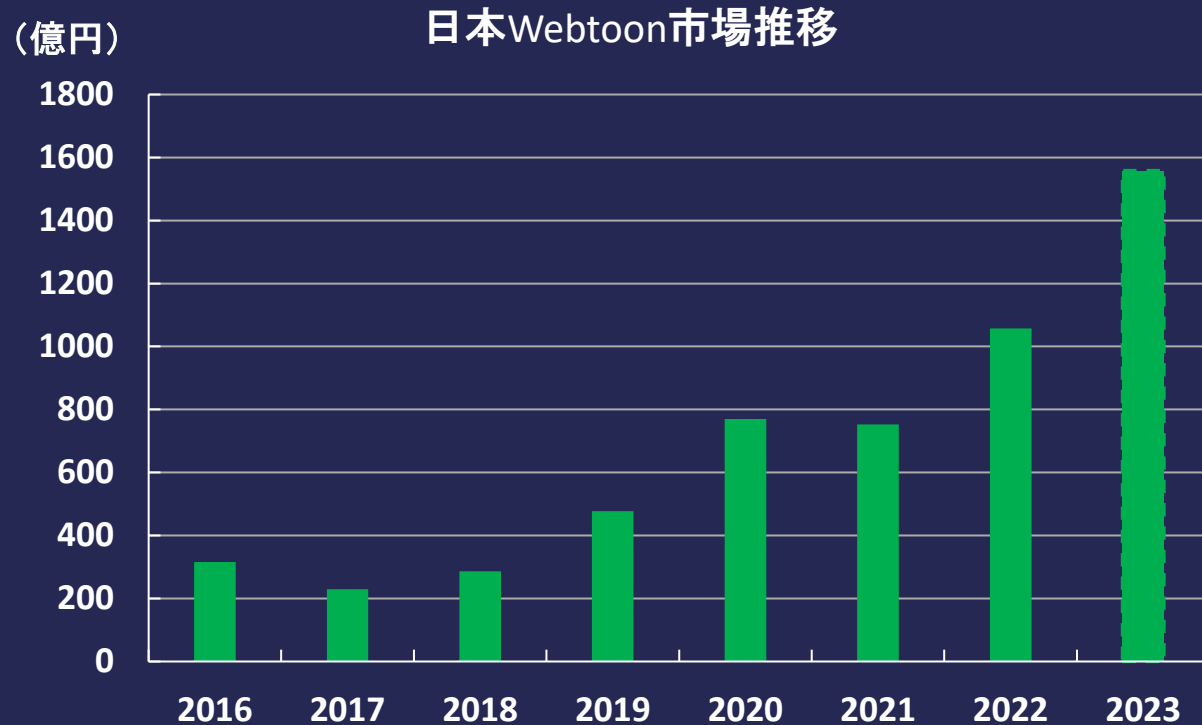


それもあるって、日本で「LINEやピッコマが、Webtoonを積極的に、拡大しているのね。」

左図に示されるように、韓国政府は、1999年に、コンテンツ産業輸出戦略を立案し、韓国コンテンツ振興院などを通して、Webtoonを世界的に広めることを進めて来た。



縦スクロールマンガWebtoon市場



資料調査: LINE+ピッコマ+めちやコミ+Comico 合算

日本におけるWebtoonの売上は、正確なデータは出ていないが、各社の発表を合計すると、2024年で1,600億円〜2,000億円程度とされ、マンガ市場の6,000億円の1/4〜1/3程度である。

日本のユーザは、版面に慣れているため、普及に時間が掛かると思われる。

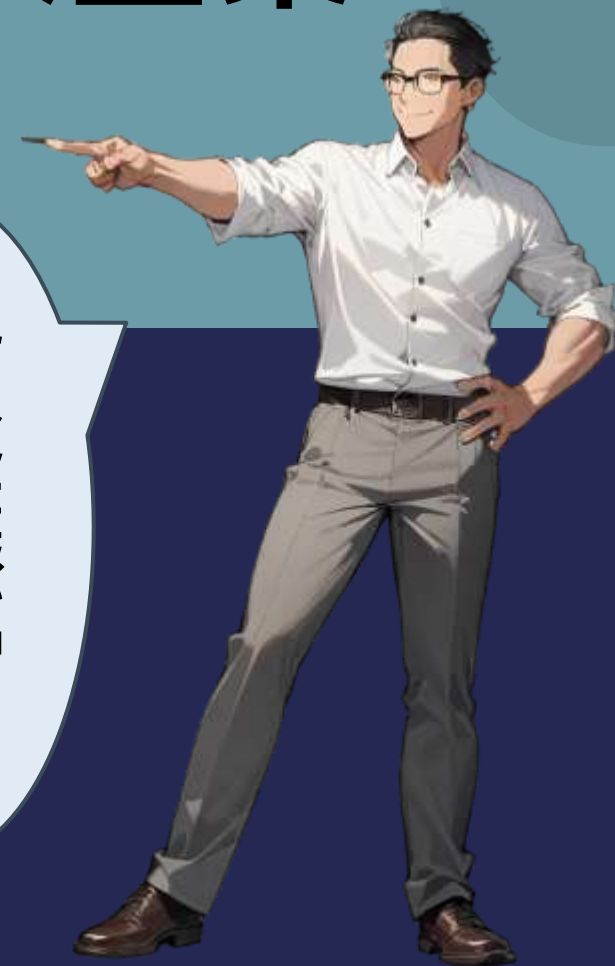
どの時代も、新しいコンテンツの普及は、時間が掛かる。



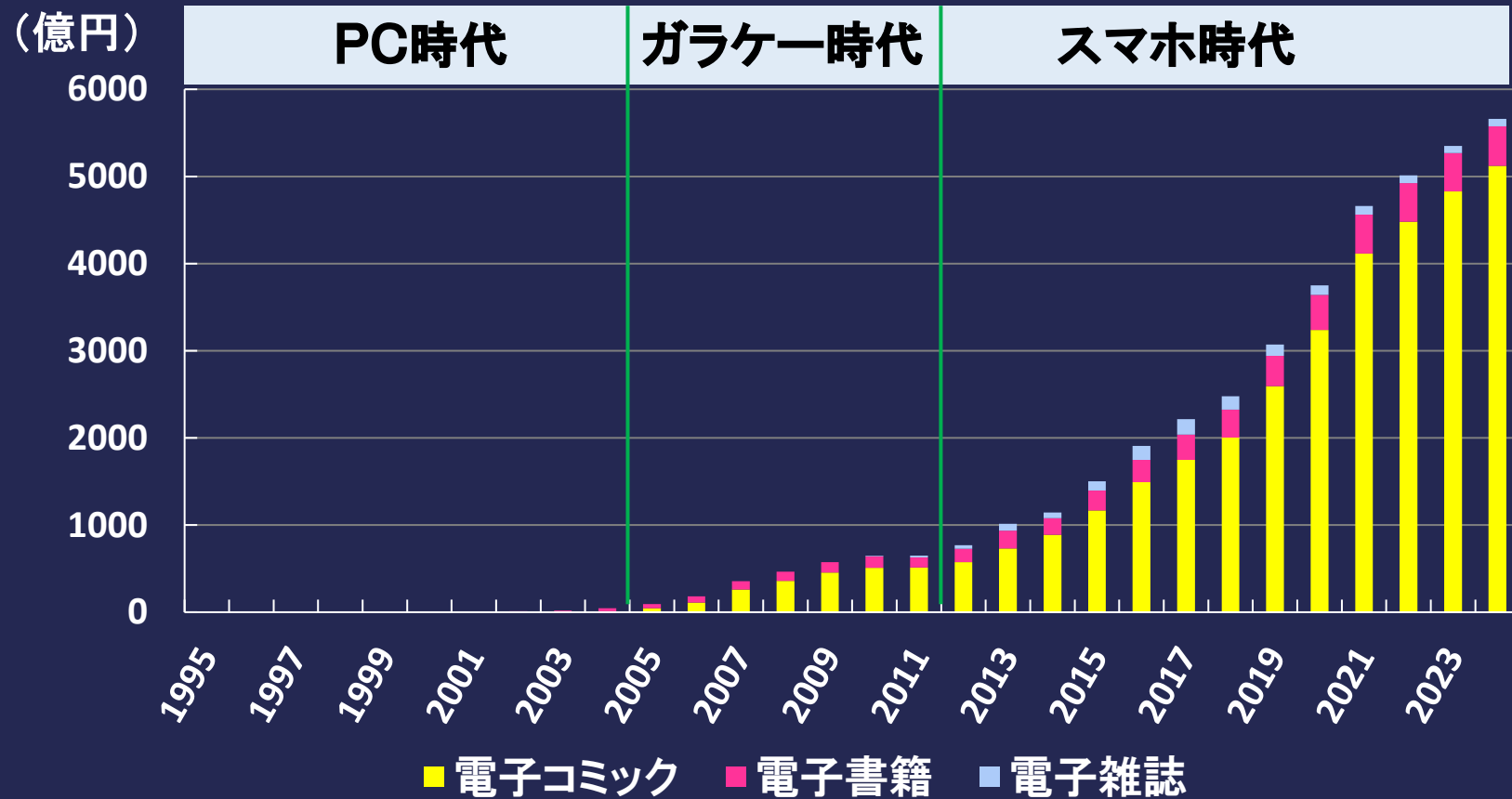
3. 電子書籍市場拡大と参入企業

電子書籍の市場環境が進化し、
売上が向上するにつれ、参入企業が増加し始め、
競争が激しくなって行く経過。

参入企業が増え
て来る様子です。



電子書籍市場規模推移



出典： 出版科学研究所2002～2024

左図に示すように、電子書籍市場は、ガラケー時代に100億円になり、スマホ時代になって1000億円市場と言われている。書籍の内訳は、電子コミックの割合が、8割以上で、文字物が伸びていない。

売上拡大に伴い、企業も増えたと聞かれます。



市場黎明期の参入電子書店(1995年～2002年)

サイト名称	電子書店 パピレス	Bitway- Books	ザウルス 文庫	電子文庫 パブリ	10days book	PDAbooks	PDA スタイル
経営母体	パピレス	凸版印刷	シャープ	電子文庫 出版社会	イーブックイ ニシアティブ	ミュージック シオージェイ ピー	ソニースタイ ル
開始時期	1995年	1999年	1999年	2000年	2000年	2001年	2001年
対象端末	PC, PDA	PC, PDA	PDA	PC	PC	PDA	PDA
タイトル数	8600	960	3300	3400	1750	670	350

2002年調査時点



今は止めてい
る書店も多い
わね。

パピレスが開
始後、2002年
までに、PDA端
末メーカー等六
社が、電子書
籍の販売を始
めた。



電子書籍市場の拡大フェーズと書店数の推移

年代	フェーズ	推定 店舗数	主な出来事
1995年～1999年	黎明期、PC、PDA	3～5	PC Webサイト電子書店、PDAメーカー電子書店開始 パピレス(1995年)、ebookJapan(2000年)
2000年～2009年	ガラケー黄金期	10～80	携帯キャリア公式の電子書店サービス開始 シーモア(2003年)、めちゃコミ(2006年)
2010年～2014年	スマホ創世期 電子書籍元年	40～60	Apple・Googleスマホ開始 BookLive(2011年)、honto(2012年)、LINEマンガ(2013年)
2015年～2019年	電子書店乱立期	100以上	アプリ電子書店増加、サブスク電子書店開始 dマガジン(2014年)、ピッコマ(2016年)、
2020年～2025年	大手寡占期	150以上	大手電子書店が市場獲得競争



課金の手段
も、カード
決済だけで
なく、アプ
リ課金や、
電子決済
が増えたと
か！

ガラケーの
時代になっ
て、電子マ
ンガが伸び
出し、書店
が増え、
スマホ時代
は、アプリ
も含めて書
店が急増し
た。



2025年現在の代表的電子書店

最近は、「レッドオーシャン」と、言われる訳ね。

Web電子書店

■ ストア型

- 個別課金: Kindle、楽天Kobo、GooglePlay、Honto、ebookjapan、LINE、
- 月額課金: めちゃコミ、シーモア、まんが王国、BookLive
- 定期購読: ZINIO、ジャンプ定期購読
- レンタル: Renta!

■ サブスクリプション

- 一般向け: dマガジン、Kindle Unlimited、ブックパス、ビューン、シーモア、U-Next、
- 電子図書館: TRC図書館流通、LibrariE図書館サービス、OverDrive、丸善

アプリ電子書店

■ 無料マンガ

- 広告モデル: Comico、マンガボックス、GANMA!、LINEマンガ、
- (出版社系) ジャンプ+、裏サンデー、講談社マガポケ、マンガリーフ、マンガDX、マンガUP、マンガPark、マンガUP、マンガJAM

■ チャージ

- 待てば無料: ピッコマ、マンガワン、マンガBANG!、LINEマンガ、マンガボックス、ジャンプ+、マンガPark、マンガUP、
- ストア併設: ジャンプ+、コミックDAYS、ComicWalker、Comico、マンガボックス、LINEマンガ、モーニング、アフタヌーン、イブニング、Kiss、BE・LOVE

左図に示すように、現在の電子書籍市場は、無料の広告モデルや月額サブスクも含めて配信サイトが、150以上と言われる。

出典: 電子書籍ビジネス調査報告書 インプレス

4. 電子書籍市場、今後の課題

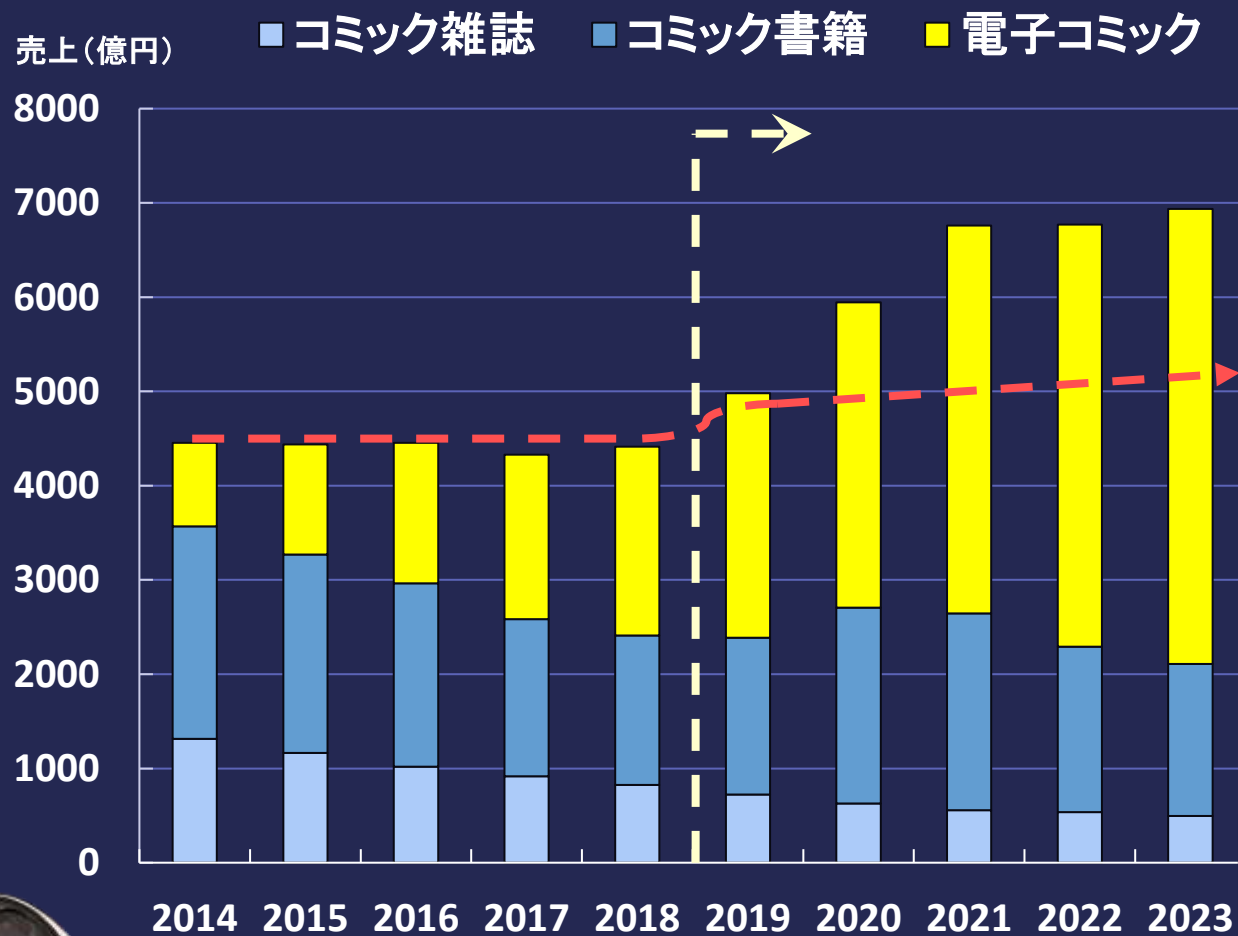
市場規模が拡大するにつれ、競争が激化して行くが、
その中で、新たな課題が生じて来る。

- ①販促競争による有料顧客の減少
- ②海賊版サイトへのアクセス増加
- ③文字物電子書籍の伸び悩み

大きくなると、
新たな課題が
出てきます。



日本の紙＋電子コミック市場の推移



出典： 出版科学研究所2014～2023

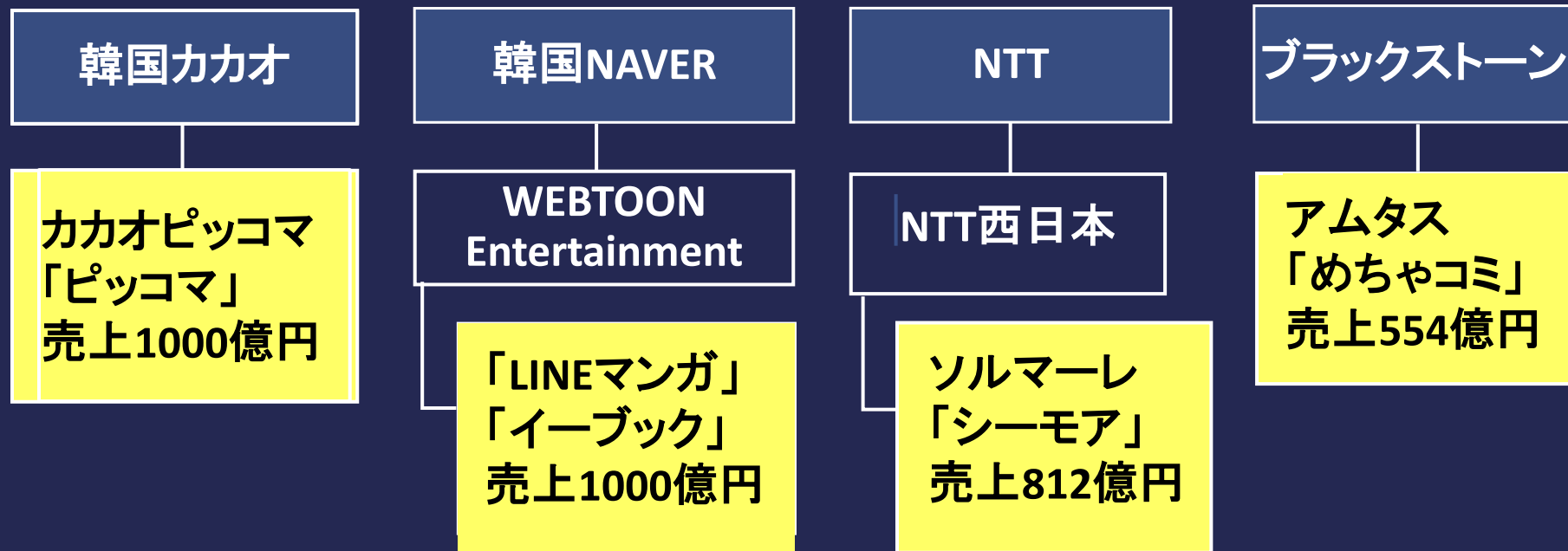
電子コミック市場の売上推移では、赤点線で示されるように2014年以降2018年までは、4,500億円程度の市場の中で、紙コミックユーザが徐々に電子コミックユーザに移り変っているのが分る。

しかし、2019年以降は、図の赤点線の上部の黄色(電子コミック)が、急激に増加している。

これは、次に述べるように、韓国の「ピッコマ」と「LINEマンガ」の競争や、これにつられた多数の日本電子書店の過当競争の結果と推測できます。



大手電子書店の顧客獲得競争



左図の電子書店の売上金額あるいは流通総額は、各社が、2023年から2024年にかけて、相次いで発表した金額です。これらは、電子書店の大手です。



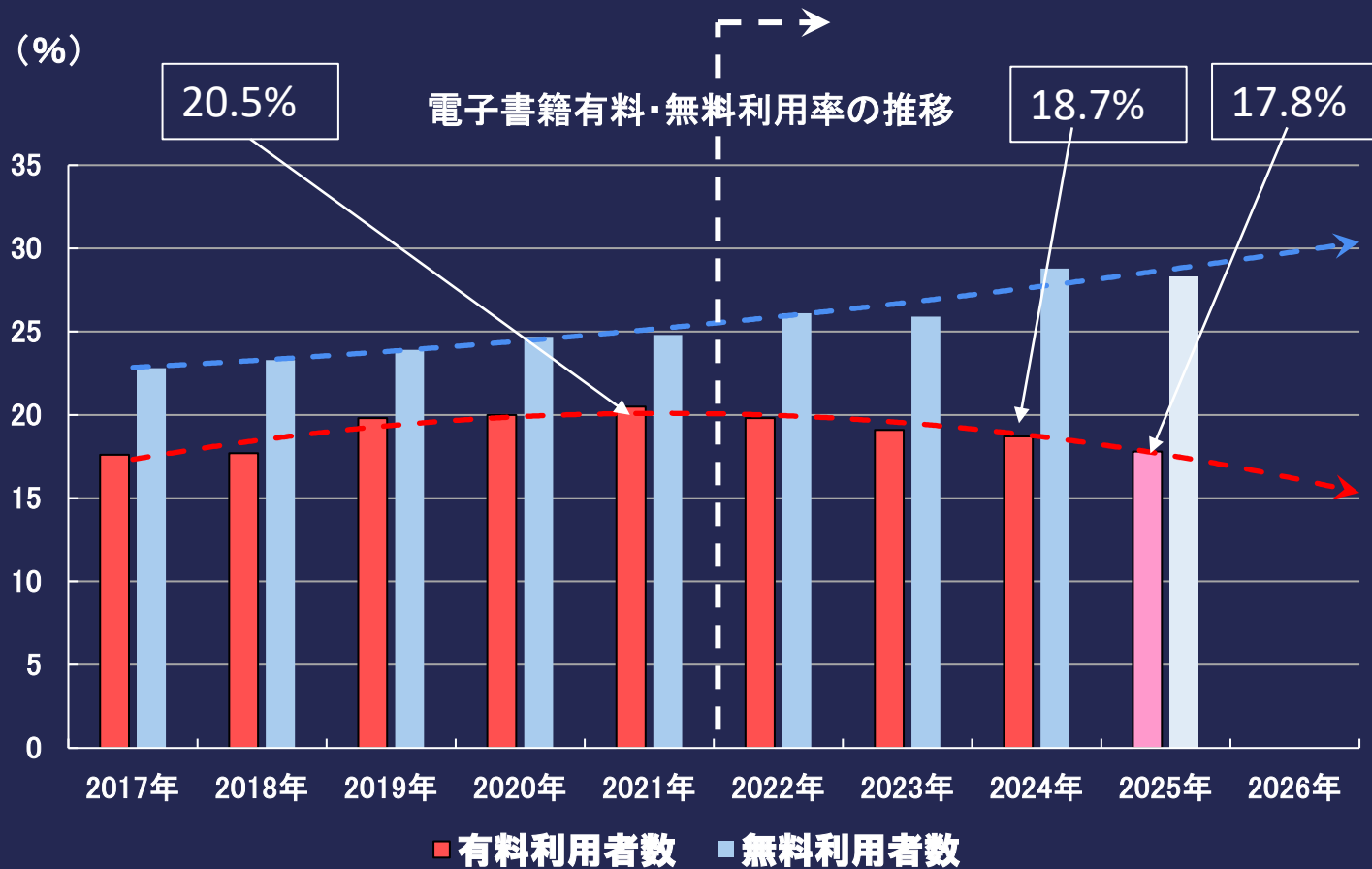
四社とも親会社は、数十兆円の企業なので、販促投資は問題ないのかも。

また、70%や100%のポイント還元などの販促競争を毎月行つて市場の寡占化を狙っています。

大手電子書店各社は、待てば無料や、期間限定大量無料を行い、顧客獲得を行つていきます。



電子書籍の有料利用者が減少



出典： 電子書籍ビジネス調査報告書2025 インプレス社

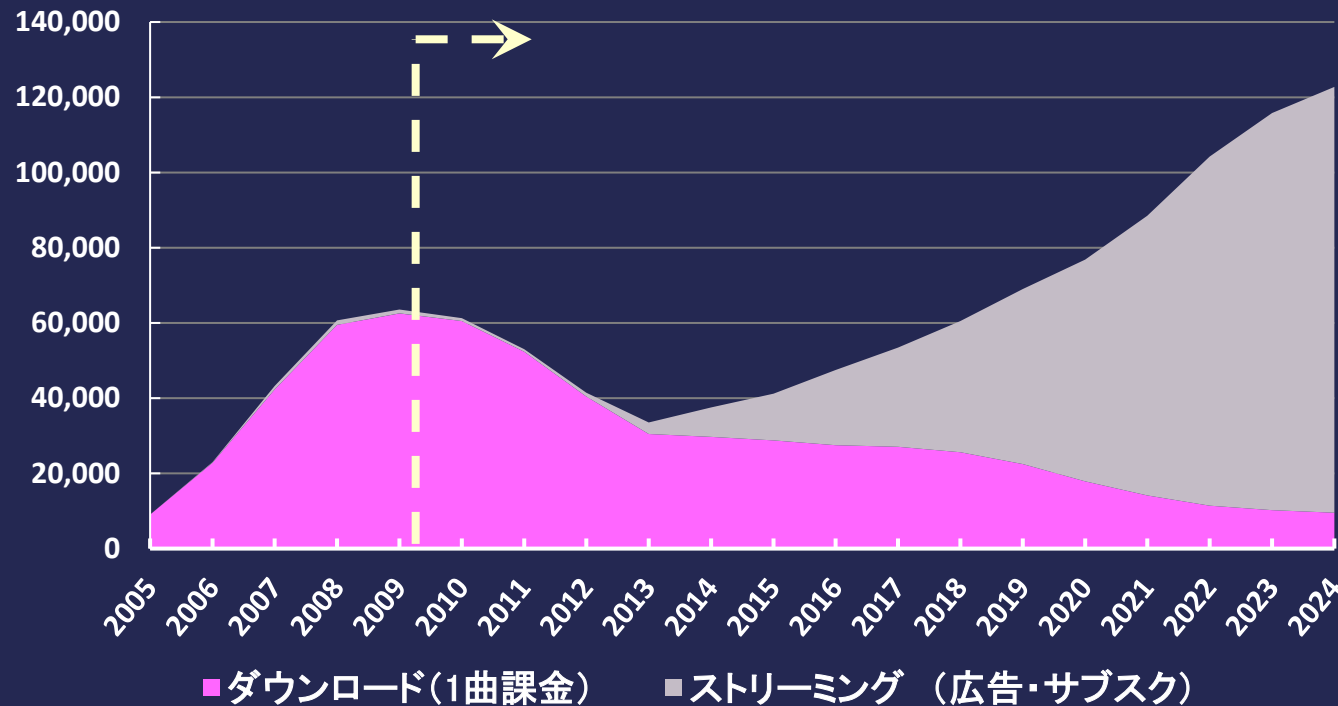
2025年の調査ではさらに減少して、17.8%になったのね。無料利用者の割合は、殆ど同じだが、有料市場は縮小ですね。

しかし、問題は左図です。電子書籍読者アンケート（一万名サンプル調査）によると、有料読者比率（赤点線）は、2021年頃の20%から、2024年には、18.7%に減少している。



課題 I . 無料読者の増加と有料読者の減少

日本音楽配信市場の推移



(出典: 日本レコード協会調査)



過大な無料や販促を止めるには、何らかのルールを決められると良いのですが。



ただ、大きな課題としては、顧客がこのまま無料に慣れてしまうと、電子コミック配信市場が音楽配信市場のようになってしまう！
音楽は無料が増加したため、左図のように、2009年頃から、曲単位ダウンロードが減少し、広告モデルやサブスクリプションが成り立たなくなり、メーカーや作曲家の収入が減少したとのこと。

課題Ⅱ 漫画海賊版サイトの影響

出典:文化庁、CODA、ABJ、MUSO

年代	日本	世界
2010～2015	小規模海賊版サイトが増加し始める	
2016～2018	「漫画村」など、大規模ビューア型サイトが台頭、アクセス数も増加	運営は日本でも、サーバは海外を利用
2019～2021	海賊版サイトの摘発強化 2019年「漫画村」の運営者逮捕	海外運営に流出、60以上の海賊版の存在
2022～2025	サイト数は減少	海賊版サイトへのアクセス数が急増 訪問数2,163億回を測定



電子コミック市場では、海賊版サイトの影響も大きいわね。

海賊版サイトの影響は、日本では、「漫画村」の逮捕以後は減少している。しかし、世界では、サイト数が増え、アクセス数が急増しているとの結果。



世界的な海賊版サイトの影響



インドネシア



フィリピン



マダガスカル



ネパール

最近、上記のように、世界の二〇カ国以上で、若者が反政府運動に、「ワンピースの旗」を掲げているのが報道されますが、みんなは、ワンピースを海賊版サイトで知ったみたいよ。

それで、日本では、「皆がスマホでコミックを読んでいるよ。」と米国の若者に言ったら、「電子は、みんな、海賊版サイトで読んでいるよ。」と言われて、びっくりしてしまった！。

最近の米国の電子書籍市場調査では、コミックの売上は、紙が90%で、電子は10%程度で、「電子の普及は遅れている」と思っていました。



海賊版サイトへの対策

項	対策	具体的手段
1	広告出稿の抑制	CODA 広告業界に働きかけ、海賊版サイトでは広告しない。
2	サイトブロッキング	プロバイダが海賊版サイトへの接続を遮断
3	検索から削除	Google等の検索エンジンに表示されないようにする。
4	法改正	他国でも、海賊版と知りながらのダウンロードを違法とする。
5	正規版マーク	ABJマークを、海外へも普及



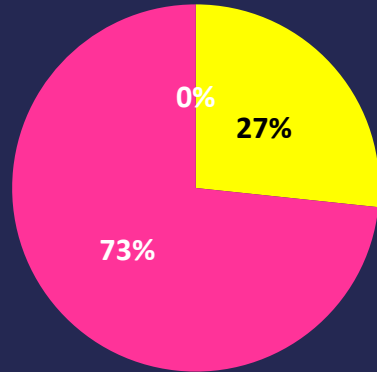
今後、日本は
世界に漫画
を広めよう
としているの
に！
他国でも、
日本みたいに
法制化し、取
り締まって欲
しいわ。

海賊版サイ
トへの対策と
して、上記の
項目が挙げ
られる。



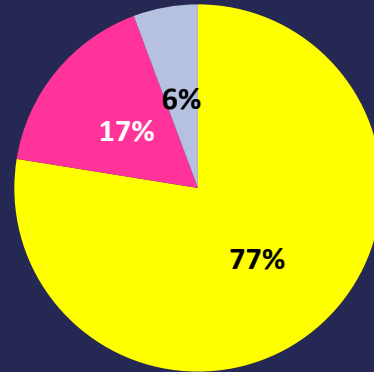
課題Ⅲ. 文字物電子書籍の伸び悩み

2004年 電子書籍市場



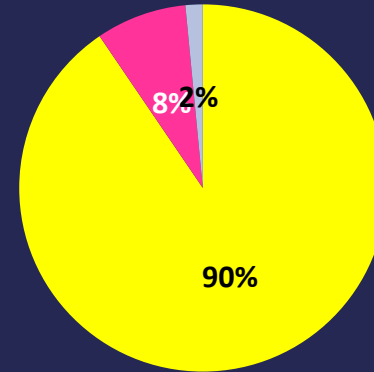
■ 電子コミック ■ 電子書籍 ■ 電子雑誌

2014年 電子書籍市場



■ 電子コミック ■ 電子書籍 ■ 電子雑誌

2024年 電子書籍市場



■ 電子コミック ■ 電子書籍 ■ 電子雑誌

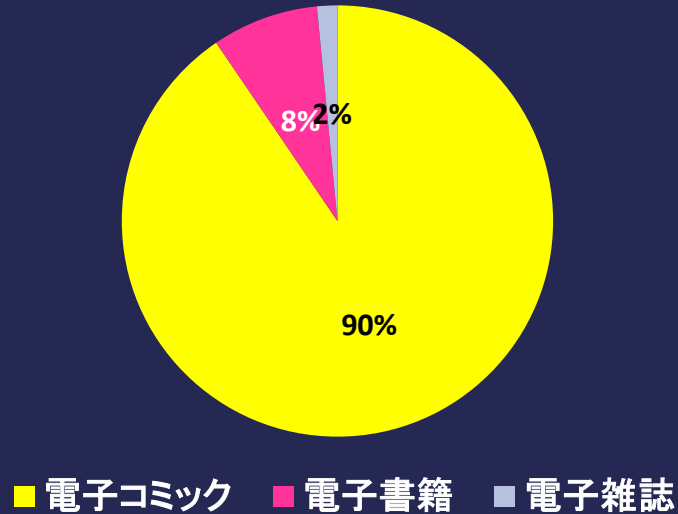
出典： 出版科学研究所2002～2024

通信速度が速くても、文字物は何故伸びにくいのかな？

上の図は各電子書籍の比率を10年単位で、比較したものです、
2004年頃は、通信速度が遅く、文字物が中心でした。
しかし、2014年頃通信速度が向上し、携帯やスマホになると、電子コミックの圧倒的な伸びに対して、書籍や雑誌など文字物が伸び悩む様子が分かります。

文字物電子書籍が伸びにくい理由

2024年 電子書籍市場



電子雑誌が伸びにくいのは、スマホの普及により、SNSや動画、ニュースサイト等、Webから情報を得ることが多くなり、書籍として読む必要が少なくなっただけでしょう。

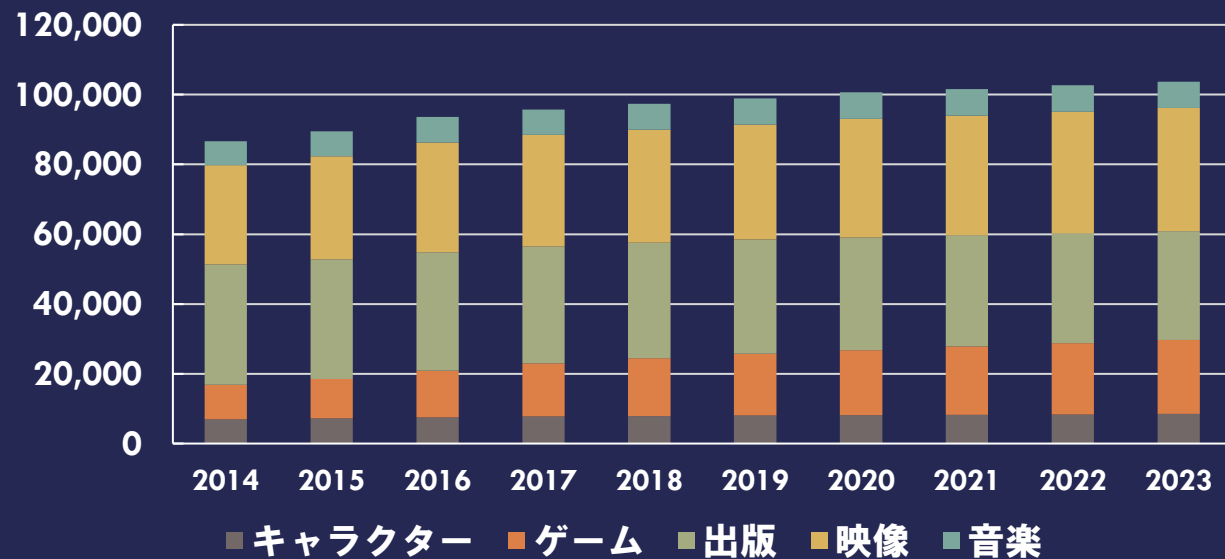
小説等の文字物が伸びにくい理由の一つは、スマホ画面などの発光性ディスプレイは、紙に比べて視認性が低いからと言われています。そのため、ペーパーディスプレイを採用したKindle等が文字物に向いていると言われます。

ただ、この他にも次に述べるような、本質的な課題もあります。

文字物電子書籍が伸びにくい理由

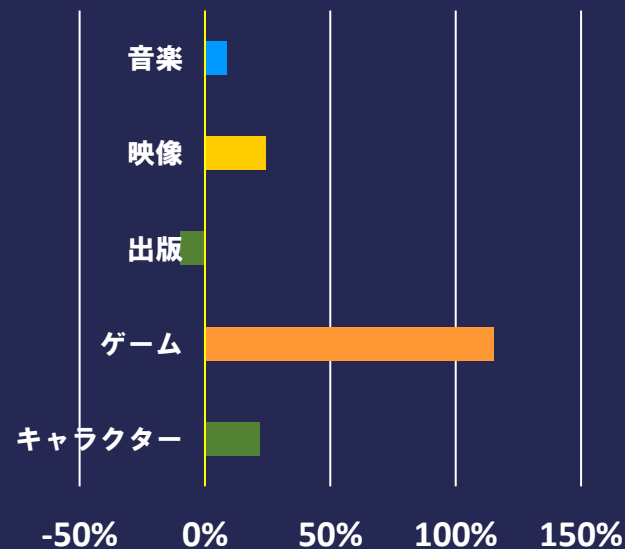
市場規模(百万ドル)

日本コンテンツ市場推移



出典: 経済産業省 コンテンツの世界・日本市場

伸び率(2023/2014)



文字物の電子化
は大きな課題で
すね。

理由の二つ目は、
物販と電子を
合わせた、日本
コンテンツ市場
全体から見ると、
上図のように、
ゲームや映像は
二〇年比で伸び
ているが、出版
は二〇%の減少
となっている。
このことから、「
現代の若者は
文字を読まな
くなっているの
では？」との推
論も出ています。



まとめ

課題は多いですが、電子出版協会の皆様と一緒に考えて行きましょう！

本日は長い間、ご清聴いただき、ありがとうございました。ごさいました。今後とも電子書籍市場を広げて行くのに、ご協力ください。

