# 【レポート販売】「米国電子書籍ビジネス調査報告書2011」を販売開始

報道関係者各位

平成２３年６月１６日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

---

「米国電子書籍ビジネス調査報告書2011」を販売開始

～日本を超える急成長を遂げた電子出版産業の全貌～

---

■■ 要約 ■■

マーケティングリサーチを行う株式会社クロス・マーケティング（代表取締役社長 五十嵐 幹 東京都中央区）は、インターネットテクノロジーを核としたあらゆる分野でクロスメディア事業を展開している株式会社インプレスR&D（代表取締役 井芹 昌信 東京都千代田区）が発行した調査資料「米国電子書籍ビジネス調査報告書2011」を販売開始しました。

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=590

■■ 資料概要 ■■

kindle、iPad、nookなど新端末の拡大を受けて米国の電子書籍市場はこの1年で大きく成長した。躍進するアマゾンでは、ついに電子の売り上げが紙を超えた。それに伴い、出版社と販売プラットフォームの関係や出版のビジネスモデル、周辺ビジネスなどにおいて日本をしのぐダイナミックな変化を遂げている。米国の電子書籍市場は、いまや日本に出遅れた市場ではなく、やがて来る日本での電子出版時代を先取りした多様性を帯びた普及期に突入している。
本報告書は日本とは違う米国の出版ビジネスの構造を明らかにしながら、流通事業者、周辺事業者、大手出版社、周辺ベンチャーの現状を解説。米国電子書籍ビジネスの最前線を多角的に紹介する報告書である。

第1章では、調査結果をもとに、米国の市場規模を解説するほか、出版社の経営形態についての基礎知識をまとめている。
第2章では、日本とは違う産業構造について解説し、主要販売サイト等を紹介。
第3章では、この１年の各大手出版社の動きや戦略などのニュースをまとめる。
第4章「電子書籍に関する周辺の動向」では、最近登場してきている電子書籍に関する新しい動きについて解説する。
第5章は、注目すべき企業と新ビジネスとして、電子雑誌その他の周辺ビジネスについて解説する。

■■ 目次 ■■

第1章 米国出版産業の概略

1.1 米国の出版産業規模

1.1.1 出版産業全体の規模
1.1.2 電子書籍産業の規模

1.2 米国の大手出版社事業規模

1.2.1 出版グループとインプリント
1.2.2 ビッグ6の事業規模と経営状況

1.3 米国の出版流通構造

1.3.1 出版エージェント
1.3.2 小売価格の決定
1.3.3 書店以外での書籍の販売チャネル
1.3.4 物流業者とホールセラー
1.3.5 書店チェーンと独立系書店
1.3.6 オンライン販売
1.3.7 ブッククラブ

1.4 米国の出版社の課題

1.4.1 原価構造
1.4.2 返本
1.4.3 販売価格

1.5 出版社と著作者との関係

1.5.1 出版エージェント
1.5.2 出版にあたっての契約の慣習

■参考文献／URL

第2章 米国電子書籍市場の動向

2.1 電子書籍産業構造

2.1.1 出版社
2.1.2 DAD/DAM（電子書籍ディストリビューター）
2.1.3 販売サイト

■電子書籍リーダーデバイスのための販売サイト
■クラウド型電子書籍販売サイト
■専門書のオンライン書店

■書店系オンライン書店

2.1.4 電子書籍リーダーデバイスとビューアーソフトウェア

■多様なハードウェア環境でのシンク（同期）
■ソーシャルリーディングなどの付加価値の提供
■アプリケーション内課金の問題
■電子書籍リーダーデバイスのシェア

2.1.5 プリントオンデマンド

■出版社にとってのプリントオンデマンド
■独立系書店店頭でのプリントオンデマンド
■自費出版のためのプリントオンデマンド
■プリントオンデマンドの機器

2.1.6 図書館

2.2 電子書籍販売サイトのシェア

2.3 商用電子書籍販売サイト

2.3.1 Kindle（amazon.com）
2.3.2 iBookstore（Apple）
2.3.3 Google eBooks（Google）
2.3.4 Nook（バーンズ&ノーブル）
2.3.5 Sony Readerストアー（SONY）
2.3.6 Koboブックス（カナダKobo社）
2.3.7 Copia
2.3.8 Bookland（Pocketbook International）

2.4 自費出版販売サイト

■参考文献／URL

第3章 大手出版社の電子書籍戦略

3.1 全体動向
3.2 ビッグ6の電子書籍出版への対応

3.2.1 ランダムハウス

■トピック1：順調な売上拡大
■トピック2：ビッグ6で最後にエージェンシーモデルを採用
■トピック3：ビデオゲーム制作会社との提携
■トピック4：電子書籍の著者への印税率の改訂
■トピック5：無償（オープンソース型）電子教科書会社への投資
■トピック6：書籍をもとにしたインタラクティブなアプリケーシ

ョン開発
■参考文献／URL

3.2.2 ハーパーコリンズ

■トピック1：チーフデジタルオフィサーの招聘
■トピック2：自社の電子書籍販売サイトからの撤退
■トピック3：ターゲットマーケティングへの取り組み
■トピック4：コンテンツを使ったアプリケーション開発への取り組み
■トピック5：図書館での電子書籍貸し出し回数の制限を提起
■参考文献／URL

3.2.3 マクミラン

■トピック1：電子書籍のロイヤリティーの見直し
■トピック2：業界内の騒動による著者の逸失ロイヤリティーの支払い
■トピック3：図書館への電子書籍配信の拒絶
■トピック4：出版エージェンシーとの電子書籍化権利の争奪戦
■トピック5：電子書籍販売サイトとの直接取引の開始
■トピック6：違法コピーへの積極的な取り組み
■トピック7：電子教科書の出版プラットフォームの立ち上げ
■トピック8：電子書籍の価格施策に対して、含みを持たせた
■参考文献／URL

3.2.4 サイモン&シュースター（S&S）

■トピック1：縮小する出版売上を補う電子書籍の売上
■トピック2：デジタルファーストの出版事業の推進
■トピック3：コンテンツのアプリケーション化への取り組み
■トピック4：マーケティングやツールのアプリケーションプログ
ラムへの取り組み
■トピック5：電子書籍の図書館での貸し出し制限
■トピック6：著者と読者の交流サイトの展開
■トピック7：ティーンエージャーのためのブッククラブの展開
■参考文献／URL

3.2.5 ピアソン

■トピック1：電子書籍の販売による子供のための書籍寄付サイト
の展開
■トピック2：オンラインのブッククラブの展開
■トピック3：電子教科書プラットフォーム会社への出資
■トピック4：電子書籍の売上の増大
■参考文献／URL

3.2.6 アシェットブックグループ

■トピック1：電子書籍の売上構成比率は約8%
■トピック2：米国市場における電子書籍の発行部数割合は23%
■トピック3：ソーシャルネットワークへの積極的な取り組み
■トピック4：報道機関向けの情報提供システムの展開
■トピック5：アプリケーション型コンテンツの開発
■参考資料／URL

第4章 電子書籍に関する動向

4.1 市場動向

4.1.1 電子書籍の販売ランキング
4.1.2 読者動向調査

■電子書籍読者が利用しているデバイス
■電子書籍リーダー（キンドル、iPad）の所有者割合の推移
■キンドル、iPad、iPhone/iPodの所有者の重複
■キンドル、Nook、iPadを使い勝手の点での評価
■今後、3か月のあいだに買いたいデバイス
■電子書籍のパワーバイヤーのプロフィール
■所有デバイスによる「最近より多くのタイトルを買った」割合
■所有デバイス別の書籍タイトルを購入割合
■読書デバイス別に見た読むジャンルのタイトル数増減
■電子書籍の人気のジャンル
■キンドル所有者と普通の書籍の購入者の作家に対する評価の違い

4.1.3 出版社と著者の関係の変化

4.2 マーケティング

4.2.1 ソーシャルリーディングとコミュニティー
4.2.2 電子書籍ギフトカード（プレゼント）
4.2.3 定期購読モデル
4.2.4 レンディング（貸本モデル）とソーシャルレンディング
4.2.5 デジタルマーケティング
4.2.6 プリントオンデマンド

■参考文献／URL

第5章 注目すべき企業と新ビジネス

5.1 電子書籍専業出版社

5.1.1 オープンロード・インテグレイティッド・メディア
5.1.2 カリーナプレス
5.1.3 イーリーズ
5.1.4 ロゼッタブックス

5.2 マルチメディア化する出版物

■電子雑誌に対する読者からの課題の指摘
■電子雑誌に対する出版社からの課題の指摘

5.3 新コンセプトの出版物

5.4 公共図書館と大学図書館の動向

5.4.1 公共図書館向け電子書籍配信事業者オーバードライブ社の動向
5.4.2 図書館での電子書籍の貸し出しに関わる課題

■参考文献/URL

第6章 注目製品と技術の動向

6.1 電子書籍リーダーとビューアー

6.1.1 広告が表示されるアマゾン社のキンドル
6.1.2 電子書籍リーダーの低価格化、無料化
6.1.3 タブレット機化する電子書籍リーダー
6.1.4 デュアルスクリーンで教科書市場をターゲットとする電子書籍リーダー
6.1.5 フリップボード

6.2 電子書籍販売サイトとファイル形式やDRMの関係

6.3 OPDS

6.4 メタデータフォーマット

■参考文献/URL

付録 最近の米国における電子書籍・電子雑誌に関連するニュース一覧

■■ 資料概要 ■■

商 品 名：米国電子書籍ビジネス調査報告書2011
発 刊 日：2011年06月09日
執 筆 者：インターネットメディア総合研究所編
取材・執筆協力 瀧口範子
発 行：株式会社インプレスR＆D
販 売：株式会社クロス・マーケティング
版 型：A4 / 156ページ
■CD-ROM 89,250円（税抜85,000円＋消費税4,250円）
■製本＋CD-ROM 99,750円（税抜95,000円＋消費税4,750円）

※各別途送料500円

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=590

【お申し込み方法】
上記URLよりお申し込みください。

【お支払い方法】
法人様・・銀行振込みの後払いとなります。
商品と同封、または別送にて請求書と納品書をお送りいたしますので、振込み期日までに指定口座へお振込みください。

個人様・・銀行振込みの前払いとなります。
お申し込み後に請求書をお送りいたします。
ご入金が確認されましてから、商品を発送いたします。

■■ 株式会社クロス・マーケティング 会社概要 ■■

名称：株式会社クロス・マーケティング
本社所在地：東京都中央区銀座8丁目15番2号 銀座COMビル6Ｆ
代表者：代表取締役社長 五十嵐 幹
設立：2003年4月
URL：http://www.cross-m.co.jp/

■■ 株式会社クロス・マーケティングについて ■■

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に生活者の「生」の声を主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。
生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。
調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

■■ 本件に関するお問い合わせ先 ■■

株式会社クロス・マーケティング
Cross Shop 販売窓口担当
Tel：03-3549-1319
Fax：03-5565-5458
Mail：cs-info@cross-m.co.jp
Facebook：http://www.facebook.com/pages/Cross-Shop/164004066984033
twitter：http://twitter.com/cross_CS

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com