【レポート販売】「電子コミック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８月１１日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

「電子コミックビジネス調査報告書2011」を販売開始

～出版社、取次、電子書籍ストアやコンテンツプロバイダーなど20サービス以上の最新動向を掲載～

■■ 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「電子コミック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=637

■■ 資料概要 ■■

※掲載内容は変更になる場合がございます。

出版社、取次、電子書籍ストアやコンテンツプロバイダーなど20サービス以上の最新動向を掲載

本調査レポートでは、市場をけん引してきた電子コミックへ焦点を当てて、出版社、取次、コンテンツ制作会社、電子書籍販売サイトなど関係者への独自調査から最新動向を明らかにし、今後の展望を分析している。さらにケータイサイト運営事業者とケータイ電子書籍ユーザーに対して定量調査を実施している。本調査報告書の具体的な内容としては以下の通りである。

□2015年までの電子書籍市場規模&推移予測を発表。電子雑誌の市場規模を算出し分析

□出版社・通信事業者など電子取次・PC/ケータイサイト運営者など30社以上に独自調査
国内出版社、通信事業者など各プレイヤーに対して個票をもとにしたヒアリング調査を実施している。各プレイヤーの動向を明らかにし、今後の展望を分析している。

□ケータイ電子書籍ユーザーおよびケータイ電子書籍サイト運営者の実態を明らかに

ケータイ電子書籍ユーザー調査では、30問以上にわたる設問でユーザーの利用動向を明らかにしている。
主な調査トピックは「ケータイ電子書籍利用率」「スマートフォン入手後のケータイ電子書籍の購入意向」「新しいプラットフォームでの電子書籍の利用意向」など。ケータイ電子書籍サイト運営者調査では、「タイトル数」「コンテンツ提供を受けている出版社数」「AppStoreへの参入意向」などの設問で定量的に調査している。

□国内出版社に向けた「電子書籍ビジネスの現状」調査結果から、出版社が抱える課題と現状について分析する
国内出版社を対象にした本調査では、電子書籍への取り組みや電子書籍の適正価格、電子化への課題ほか20項目以上にわたりヒアリングしている。本調査結果から国内出版社のおかれている現状と課題がうかがえる。

□2010年-2011年の電子書籍関連ニュース一覧を掲載（hon.jp掲載のニュースを一覧にして掲載）
2010年7月 2011年6月 までの電子書籍ニュース一覧をApple、Amazon、Googleといった主要プレイヤー、米国、日本、中国、など各国別、時系列でカテゴリー分けし掲載する。

※一部『電子書籍ビジネス調査報告書2011』と掲載内容が重複する部分がございます。

■■ 目次 ■■

※掲載内容は変更になる場合がございます。

はじめに
第1章 電子書籍の市場規模

1.1 電子書籍市場規模の推移

1.1.1 市場規模の推移
1.1.2 市場規模の内訳
1.1.3 電子雑誌市場規模
1.1.4 電子書籍のタイトル数
1.1.5 電子書籍のプラットフォーム別平均単価

第2章 電子書籍ビジネスの業界構造と最新動向

2.1 電子書籍ビジネスの業界構造と動向

2.1.1 電子書籍市場で相次ぐ合従連衡

2.2 電子コミックビジネスの最新動向

2.2.1 予想以上に堅調だったケータイ電子コミック市場
2.2.2 日本の電子コミックにアップル審査基準の壁
2.2.3 iPad登場以来、好調なeBookJapan
2.2.4 ストリーミング配信で時代を先取りするパピレス「Renta!」
2.2.5 小学館「ノ・ゾ・キ・ア・ナ」 が1900万ダウンロードを突破
2.2.6 角川グループの配信プラットフォーム「BOOK☆WALKER」
2.2.7 EPUB 3は電子コミック世界進出にとって追い風
2.2.8 BookLive!がEPUB 3対応コミックビューワ 「BookLive!Reader」を発表

2.3 2011年の電子書籍ビジネスを展望

第3章 アプリマーケットプレースの最新動向

3.1 アプリマーケットプレース

3.1.1 App Store
3.1.2 Android Market

3.2 2011年上半期App Storeにおける 電子書籍アプリランキング

3.2.1 調査概要・目的
3.2.2 順位算出方法
3.2.3 iPhone無料アプリトップ100
3.2.4 iPhone有料アプリトップ100
3.2.5 iPhoneトップセールスアプリトップ100
3.2.6 iPad無料アプリトップ100
3.2.7 iPad有料アプリトップ100
3.2.8 iPadトップセールスアプリ トップ100

第4章 電子コミック販売ストアと電子書籍販売ストアの最新動向

4.1 電子コミック販売ストアの動向

4.1.1 電子コミック販売ストアの概要
4.1.2 地球書店
4.1.3 コミックシーモア
4.1.4 集英社社マンガカプセル
4.1.5 comic.jp
4.1.6 ケータイ★まんが王国
4.1.7 Handyコミック
4.1.8 Yahoo!コミック

4.2 電子書籍販売ストアの動向

4.2.1 電子書籍販売ストアの概要
4.2.2 honto＆2Dfacto
4.2.3 LISMO Book Store
4.2.4 Reader Store

4.2.5 Book Live！
4.2.6 BOOK☆WALKER
4.2.7 Book Gate
4.2.8 eBookJapan
4.2.9 TSUTAYA GALAPAGOS
4.2.10 DMM.com
4.2.11 Voyager Store
4.2.12 電子書店パピレス
4.2.13 電子貸本Renta!
4.2.14 パブー
4.2.15 ブックパブ
4.2.16 楽天ダウンロード

第5章 電子コミックにおける出版社の最新動向

5.1 出版社の動向

5.1.1 出版社の概要
5.1.2 講談社
5.1.3 集英社
5.1.4 角川グループ
5.1.5 主婦の友社
5.1.6 双葉社
5.1.7 白泉社
5.1.8 少年画報社
5.1.9 徳間書店

第6章 電子取次の最新動向

6.1 電子取次の動向

6.1.1 ビットウェイ
6.1.2 モバイルブック・ジェーピー

第7章 国内出版社の電子書籍ビジネスに関する現状と課題調査

7.1 調査概要

7.1.1 調査概要
7.1.2 回答者のプロフィール

7.2 調査総括

7.3 電子書籍の実態

7.3.1 電子書籍の有無
7.3.2 電子書籍のジャンル
7.3.3 電子書籍の販売チャネル

7.3.4 電子書籍の総タイトル数
7.3.5 電子書籍化されたタイトルのオリジナル
7.3.6 電子書籍のファイル形式
7.3.7 App Storeへのアプリの提供状況
7.3.8 紙と電子の同時発売の有無
7.3.9 電子書籍化の実作業の担当
7.3.10 電子書籍に対して実施したマーケティング手法
7.3.11 ソーシャルリーディングへの取り組み

7.4 電子書籍に対する意向

7.4.1 電子書籍商品の企画立案者
7.4.2 書籍（紙）と比較して適正だと思う電子書籍の価格
7.4.3 出版契約書における電子書籍化についての条項の有無
7.4.4 強化すべきと思う電子書籍における出版社の役割
7.4.5 EPUBへの対応方針
7.4.6 DRMへの考え方
7.4.7 電子書籍によって広がると思うビジネスの可能性
7.4.8 アマゾンPODサービスに対する意向
7.4.9 電子書籍ビジネスにおけるハードル
7.4.10 現在と3年後における書籍（紙）と電子書籍の売上比率や利益比率（自由意見）
7.4.11 電子書籍に対する自由意見

第8章 ケータイ電子書籍ユーザー利用実態調査

8.1 調査概要

8.1.1 調査概要

8.2 認知度と利用率

8.2.1 認知度
8.2.2 利用率
8.2.3 利用者構成
8.2.4 パソコン電子書籍の利用率

8.3 利用者の利用実態

8.3.1 購読するジャンル
8.3.2 入手サイト
8.3.3 サイトの選択理由
8.3.4 電子書籍の探し方
8.3.5 電子書籍の購読場所
8.3.6 紙の書籍での続きの購入経験

8.4 購入者の実態

8.4.1 1か月あたりの入手冊数（タイトル）

8.4.2 １か月あたりの平均購入金額
8.4.3 販売サイトへのアクセス頻度
8.4.4 購入形式
8.4.5 大人買いの経験有無
8.4.6 今後の電子書籍の購入金額の予想

8.5 電子書籍に対する意見

8.5.1 満足度
8.5.2 ケータイ電子書籍の便利だと思う点
8.5.3 ケータイ電子書籍の不便だと思う点

8.6 新たなプラットフォーム向け電子書籍への意向

8.6.1 電子ブックリーダーの認知度
8.6.2 タブレット端末の所有状況
8.6.3 スマートフォンの所有状況
8.6.4 スマートフォンの電子書籍アプリの購入経験
8.6.5 スマートフォン入手後のケータイ電子書籍の購入意向
8.6.6 新しいプラットフォームでの電子書籍の利用意向
8.6.7 新たなプラットフォームでの電子書籍で読みたいジャンル
8.6.8 新たなプラットフォームの電子書籍利用の場合、ケータイ電子書籍の利用意向

2010-2011年電子書籍ニュース一覧

≪掲載資料一覧≫

資料 1.1.1 電子書籍の市場規模の推移と予測（2002年度～2015年度）
資料 1.1.2 スマートフォンの契約数予測
資料 1.1.3 タブレット端末の出荷台数予測
資料 1.1.4 電子書籍の市場規模の内訳
資料 1.1.5 電子出版市場規模の予測
資料 1.1.6 電子書籍の刊行点数推移予測
資料 1.1.7
電子書籍のプラットフォーム別平均単価（ケータイ・PC・iPhoneアプリ・iPadアプリ）
資料 2.1.1 主な電子書籍プレイヤーの関係図（サービス連携や出資状況）
資料 3.2.1 iPhone無料アプリトップ100
資料 3.2.2 iPhone有料アプリトップ100
資料 3.2.3 iPhoneトップセールスアプリトップ100
資料 3.2.4 iPad無料アプリトップ100
資料 3.2.5 iPad有料アプリトップ100
資料 3.2.6 iPadトップセールスアプリ トップ100
資料 7.1.1 従業員規模
資料 7.1.2 売り上げ規模
資料 7.1.3 業態
資料 7.1.4 書籍（紙）の年間発行点数
資料 7.3.1 電子書籍の有無

資料 7.3.2 電子書籍のジャンル（複数回答）
資料 7.3.3 電子書籍の販売チャネル（複数回答）
資料 7.3.4 電子書籍の総タイトル数
資料 7.3.5 電子書籍化されたタイトルのオリジナル（複数回答）
資料 7.3.6 電子書籍化のフォーマット（複数回答）
資料 7.3.7 App Storeへのアプリの提供状況（複数回答）
資料 7.3.8 紙と電子の同時発売の有無
資料 7.3.9 電子書籍化の実作業の担当（複数回答）
資料 7.3.10 電子書籍に対して実施したマーケティング手法（複数回答）
資料 7.3.11 ソーシャルリーディングに対する取り組み
資料 7.4.1 電子書籍商品の企画立案者（複数回答）
資料 7.4.2 書籍（紙）と比較して適正だと思う電子書籍の価格
資料 7.4.3 書籍（紙）と比較して適正だと思う電子書籍の価格-その他の自由回答
資料 7.4.4 出版契約書における電子書籍化についての条項の有無
資料 7.4.5 強化すべきと思う電子書籍における出版社の役割（複数回答）
資料 7.4.6 EPUBへの対応方針
資料 7.4.7 DRMへの考え方（複数回答）
資料 7.4.8 電子書籍によって広がると思うビジネスの可能性（複数回答）
資料 7.4.9 アマゾンPODサービスに対する意向
資料 7.4.10 電子書籍ビジネスにおけるハードル（複数回答）
資料 7.4.11 3年後における書籍（紙）と電子書籍の売上比率や利益比率（自由意見）
資料 7.4.12 電子書籍に対する自由意見
資料 8.1.1 プレ調査性年代構成
資料 8.1.2 性年代構成
資料 8.1.3 居住地域
資料 8.1.4 職業構成
資料 8.1.5 1か月あたりの（紙の）書籍やコミックの購入金額
資料 8.2.1 ケータイ電子書籍の認知度の推移
資料 8.2.2 性年代別 ケータイ電子書籍の認知度
資料 8.2.3 ケータイ電子書籍の利用率の推移
資料 8.2.4 性年代別 ケータイ電子書籍の利用率
資料 8.2.5 ケータイ電子書籍利用者の性年代構成
資料 8.2.6 有料のパソコン電子書籍利用者の推移
資料 8.3.1 購読する電子書籍のジャンル
資料 8.3.2 属性別 購読する電子書籍のジャンル
資料 8.3.3 性年代別 購読する電子書籍のジャンル
資料 8.3.4 購読するテキスト系の読み物の電子書籍のジャンル
資料 8.3.5 属性別 購読するテキスト系の読み物の電子書籍のジャンル
資料 8.3.6 性年代別 購読するテキスト系の読み物の電子書籍のジャンル
資料 8.3.7 購読する電子コミックのジャンル
資料 8.3.8 属性別 購読する電子コミックのジャンル
資料 8.3.9 性年代別 購読する電子コミックのジャンル
資料 8.3.10 購読する写真集のジャンル
資料 8.3.11 属性別 購読する写真集のジャンル
資料 8.3.12 購読する実用書の電子書籍のジャンル
資料 8.3.13 属性別 購読する実用書の電子書籍のジャンル
資料 8.3.14 性年代別 購読する実用書の電子書籍のジャンル
資料 8.3.15 ドコモ利用者の利用サイト

資料 8.3.16 au利用者の入手サイト
資料 8.3.17 ソフトバンク利用者の入手サイト
資料 8.3.18 サイトの選択理由
資料 8.3.19 属性別 サイトの選択理由
資料 8.3.20 性年代別 サイトの選択理由
資料 8.3.21 電子書籍の探し方
資料 8.3.22 属性別 電子書籍の探し方
資料 8.3.23 性年代別 電子書籍の探し方
資料 8.3.24 電子書籍の購読場所
資料 8.3.25 属性別 電子書籍の購読場所
資料 8.3.26 性年代別 電子書籍の購読場所
資料 8.3.27 紙の書籍で続きの購入経験有無
資料 8.3.28 属性別 紙の書籍で続きの購入経験有無
資料 8.3.29 性年代別 紙の書籍で続きの購入経験有無
資料 8.4.1 電子書籍の1ヶ月あたりの平均的な入手冊数
資料 8.4.2 属性別 電子書籍の1ヶ月あたりの平均的な入手冊数
資料 8.4.3 性年代別 電子書籍の1ヶ月あたりの平均的な入手冊数
資料 8.4.4 電子書籍の1ヶ月あたりの平均的な購入金額
資料 8.4.5 属性別 電子書籍の1ヶ月あたりの平均的な購入金額
資料 8.4.6 性年代別 電子書籍の1ヶ月あたりの平均的な購入金額
資料 8.4.7 電子書籍の販売サイトへのアクセス頻度
資料 8.4.8 属性別 電子書籍の販売サイトへのアクセス頻度
資料 8.4.9 性年代別 電子書籍の販売サイトへのアクセス頻度
資料 8.4.10 電子書籍を購入形式
資料 8.4.11 属性別 電子書籍を購入形式
資料 8.4.12 性年代別 電子書籍を購入形式
資料 8.4.13 大人買いの経験有無
資料 8.4.14 属性別 大人買いの経験有無
資料 8.4.15 性年代別 大人買いの経験有無
資料 8.4.16 今後の電子書籍の購入金額の予想
資料 8.4.17 属性別 今後の電子書籍の購入金額の予想
資料 8.4.18 性年代別 今後の電子書籍の購入金額の予想
資料 8.5.1 電子書籍の満足度
資料 8.5.2 属性別 電子書籍の満足度
資料 8.5.3 性年代別電子書籍の満足度
資料 8.5.4 電子書籍の便利な点
資料 8.5.5 属性別 電子書籍の便利な点
資料 8.5.6 性年代別 電子書籍の便利な点
資料 8.5.7 電子書籍の不便な点
資料 8.5.8 属性別 電子書籍の不便な点
資料 8.5.9 性年代別 電子書籍の不便な点
資料 8.6.1 電子ブックリーダーの認知
資料 8.6.2 属性別 電子ブックリーダーの認知
資料 8.6.3 性年代別 電子ブックリーダーの認知
資料 8.6.4 タブレット端末の所有状況
資料 8.6.5 属性別 タブレット端末の所有状況
資料 8.6.6 性年代別 タブレット端末の所有状況
資料 8.6.7 スマートフォンの所有状況

資料 8.6.8 属性別 スマートフォンの所有状況
資料 8.6.9 性年代別 スマートフォンの所有状況
資料 8.6.10 スマートフォンの電子書籍アプリの購入経験
資料 8.6.11 属性別 スマートフォンの電子書籍アプリの購入経験
資料 8.6.12 性年代別 スマートフォンの電子書籍アプリの購入経験
資料 8.6.13 スマートフォン入手後のケータイ電子書籍の購入意向
資料 8.6.14 属性別 スマートフォン入手後のケータイ電子書籍の購入意向
資料 8.6.15 性年代別 スマートフォン入手後のケータイ電子書籍の購入意向
資料 8.6.16 新しいプラットフォームでの電子書籍の利用意向
資料 8.6.17 属性別 新しいプラットフォームでの電子書籍の利用意向
資料 8.6.18 性年代別 新しいプラットフォームでの電子書籍の利用意向
資料 8.6.19 新たなプラットフォームでの電子書籍で読みたいジャンル
資料 8.6.20 属性別 新たなプラットフォームでの電子書籍で読みたいジャンル
資料 8.6.21 性年代別 新たなプラットフォームでの電子書籍で読みたいジャンル
資料 8.6.22 新たなプラットフォームの電子書籍利用の場合、ケータイ電子書籍の利用意向
資料 8.6.23 属性別
新たなプラットフォームの電子書籍利用の場合、ケータイ電子書籍の利用意向
資料 8.6.24 性年代別
新たなプラットフォームの電子書籍利用の場合、ケータイ電子書籍の利用意向

※一部『電子書籍ビジネス調査報告書2011』と掲載内容が重複する部分がございます。

■■ 資料概要 ■■

商 品 名：電子コミックビジネス調査報告書2011
発 刊 日：2011年07月28日
執 筆 者：【監修】OnDeck編集部
【編】インターネットメディア総合研究所
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 / 280ページ
■CD-ROM 60,900円（税抜58,000円＋消費税2,900円）
■製本＋CD-ROM 71,400円（税抜68,000円＋消費税3,400円）
※各別途送料500円

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=637

【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