電子書籍 買う気誘え

楽天が「コボタッチ」を発売し、米アマゾン・ドット・コムの「キンドル」が近く日本市場に参入する見通し。電子書籍を巡る動きは慌ただしいが、大半の消費者の関心はいまひとつ。ただ、電子書籍専用端末が注目される裏でスマートフォン（高機能携帯電話＝スマホ）などの汎用端末向け環境が整い始めた。新技術に対する消費者の抵抗感を乗り越える知恵比べが始まった。

楽天が発売した書籍閲読専用端末「コボタッチ」ではトラブルが取り沙汰され物議を醸した。新しいデジタル機器に特有の不安感が広がっている。

現段階で電子書籍の普及を阻む心理的要因を要約すると▽専用端末への抵抗感▽初期設定や購入の面倒さ▽本を所有する満足感の希薄さ――の3つに分かれる。さらに街頭では「速読できるか」「記憶に残るのか」といった心配が目立つ。

こうした逆風にあらがって消費者を電子書籍市場に誘うすべはあるのか。実は「キンドル」やコボタッチといった、専用端末でコンテンツを囲い込もうとする勢力が脚光を浴びる裏で、汎用端末にコンテンツを提供する陣営の動きが活発化している。

スマホ配信／仮想の「書棚」

とっつきやすく

紀伊国屋書店が昨年5月から始めた、電子書籍の購入・閲覧・管理ができるアプリ「Ｋｉｎｏｐｐｙ（キノッピー）」。対象はスマホなどで、5万タイトルをそろえ、累計ダウンロード数は16日までに50万件を超えた。

同社の電子書籍の売上高も前月比2桁増のペースで増加、2012年8月期は5億円弱を見込む。

3月には新宿本店に「電子書籍体験コーナー」を設置。アプリの使い方やダウンロード購入の仕方など高齢者らの相談を受ける体制も整えた。

角川グループホールディングスなど出版社の直販サイト、日本出版販売の絵本アプリに加え、シャープが運営するサイトが米アップル向けに対応するなど汎用端末の電子書籍環境は整ってきた。

所有の満足感

使い慣れた機器という点で、消費者にとっては汎用端末の方が安心感がある。三菱総合研究所が3万人の生活者に調査をする「生活者市場予測システム」の今年6月のデータによると、汎用端末で電子書籍を読む人が7・8%、専用端末が4・0%、両方利用しているのが1・4%だった。「7割は汎用端末で電子書籍を読んでいる」（三菱総研）という計算になる。

読んだ本が自宅の本棚に並ぶのを眺めて楽しみたいが、電子書籍では難しい――。そんな読書家の不満を解消しようとするサービスも登場した。丸善ＣＨＩホールディングスらが手がける汎用端末向け電子書籍販売サイト「ｈｏｎｔｏ」の「書棚」機能だ。

ｈｏｎｔｏ上で購入した電子書籍はもちろん、グループで運営する「丸善」「ジュンク堂書店」などの書店で購入した紙の本も、表紙付きでサイト上の書棚に並ぶ。紙の本と電子書籍が一緒に並ぶため、実体のない電子書籍があたかも自宅の書棚に並んでいる感覚を味わうことができる。

電子書籍普及の壁とみられる心理は未体験の新技術に対する拒否反応の一種だろう。しかしSNS（交流サイト）にもスマホにも、世代を超えて多くの消費者が適応しつつあり、体験する機会を提供することで拒否反応が薄らぐ可能性は高い。

国立情報学研究所（東京・千代田）などが東京・神田神保町の書店街で運営する「ｅ読書ラボ」は、キンドル、ｉＰａｄ、リーダーなどの端末を体験できる。毎日、30人ほどが端末に触れていくという。会社員の松本徹さん(50)は偶然足を止め、端末を実際に操作して、「これは面白い」と声を上げた。

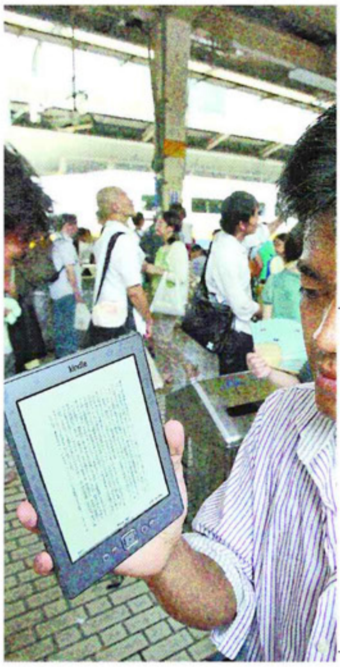
端末など続々 普及はこれから

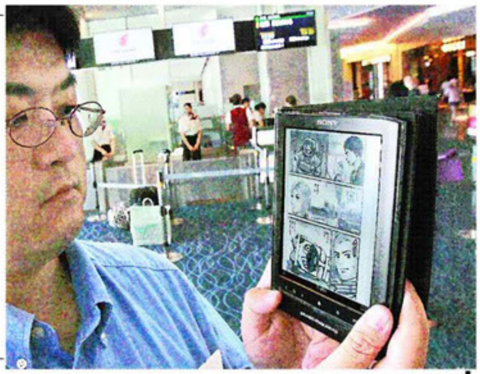
楽天が電子書籍専用端末の「コボタッチ」を発売し、電子書籍事業に参入したのは7月19日。米アマゾン・ドット・コムが同じく専用端末「キンドル」を日本で発売して事業開始を狙う中、市場での優位を保つため同社にさきがけてスタートしたとされる。

コボタッチやソニーの「リーダー」などは電子書籍の閲覧に用途を絞った専用端末と呼ばれ、ネット閲覧など多機能を備えたタブレット（多機能携帯端末）やスマホなどの汎用端末と区別される。家電量販店や書店で売り場が目立つようになった。一方で汎用端末向けにコンテンツを売る「ｈｏｎｔｏ」（丸善ＣＨＩホールディングスなどが運営）といった電子書籍サイトも相次いで登場している。

調査会社のインプレスＲ＆Ｄによると、２０１１年度の電子書籍市場は６２９億円。16年度にはこれが２０００億円に拡大する予測だ。ただ、課題とされたコンテンツの供給ははかばかしくない。

日本出版関連の業界団体で組織する出版インフラセンター（ＪＰＯ、東京・新宿）が経済産業省と進める書籍の電子化事業は来年2月までに約５００の出版社から紙の書籍の電子化作業を受託、６万点を電子書籍にする予定だ。しかし電子化は１０００タイトル弱しか進んでいない。作家の許諾や社内調整が足かせとなっている。





待ち時間に電子書籍端末を利用する男性（右は羽田空港、左は東京駅の東海道新幹線ホーム）

利用者・販売店 現状は

駅・空港では少数派

日本の本、まだ／海外赴任 契機

紙の書籍にはない、電子書籍端末の利点は多くのコンテンツをいつでもどこでも読める便利さだ。夏の帰省や旅行のシーズン、電子書籍端末を使いこなすアーリーアダプター（先行利用者）を探して歩き、声を拾った。

●東京駅

お盆の帰省ラッシュが本格化した8月11日土曜日午前10時半すぎ。ＪＲ東京駅の東海道新幹線ホームは乗客らでごった返す。ただ、待ち時間に電子書籍を読む姿はほとんど見られない。

自由席乗り場で新幹線を待っていた会社員の森戸昭等さん(27)はアマゾンの「キンドル」を眺めていた。読んでいたのは日本語のビジネス書だ。

森戸さんは昨年11月、インターネットを通じてキンドルを購入。「近いうちに日本語コンテンツも買えるようになると思い購入したが、まだ洋書しか買えない。洋書のミステリーを2冊購入したが、ほとんどは自分で電子化した日本語のコンテンツを導入し読んでいる」と話す。

●羽田空港

同日午後1時、夏休みを海外で過ごそうとする利用客で混雑する羽田空港国際線ターミナル。税関を越えた搭乗口付近でソニーの専用端末「リーダー」を片手に待っていたのは埼玉県在住の会社員、佐藤誠さん(41)。1年ほど前に購入し、コミックを中心に月10冊程度の電子書籍を買っている。

マレーシアに赴任していた際、海外でも日本語のコンテンツを購入できるリーダーを利用する習慣がついたという。

ただ、2人のような利用者はまだ少数派。東京駅、羽田空港ともに、電子書籍を読んでいることを確認できたのは、スマートフォンやタブレットを使う人を含めてもほんの数人だ。

スマホでメールやネットを見ている人が大半で、紙の書籍を読む人、携帯ゲーム機に熱中する人が多かった。

低価格「コボ」で注目

家電・書店に広がる

低価格の「コボタッチ」は電子書籍普及の起爆剤となるか

電子書籍端末の普及を促す場は家電量販店や書店に広がっている。楽天が投入した低価格端末「コボタッチ」は電子書籍に消費者の目を向けさせるのに一役買っているようだ。ただ「紙の書籍派」が集まる書店では、売り手と読書家の間で意識のすれ違いがみられる。

○家電量販店

東京・秋葉原の「ヨドバシカメラマルチメディアＡｋｉｂａ」。1階の売り場には、スマホやタブレットを物色する来店客が多数訪れていた。その一画にある、楽天のコボタッチなどが並ぶ電子書籍端末売り場では、端末を実際に手にとって試す顧客は10分間に1人程度。タブレットの売り場と比べ、人影がまばらな印象は否めない。

ただ、コボタッチを見に来たという会社員、関根雄介さん(36)は「4万円以上するタブレットに比べ、７９８０円だから買いやすい」と話す。売り場の担当者は「コボの低価格が注目を集め、価格が2倍のソニーのリーダーも売れ始めた」と手応えを感じている。

○書店

三省堂書店有楽町店は8月初めから凸版印刷グループで電子書籍販売サイトを運営するブックライブ（東京・台東）と組み、電子書籍の店頭決済を始めた。「電子書籍が店頭で購入できる」といった店頭告知が店内のあちこちに躍る。

ところが客の態度は素っ気ない。男子大学生(20)は「『書店で電子書籍が買える』と言われても、本を買えばいい、と思ってしまう」と率直に漏らす。娘と来店した主婦(51)も「もともと（電子書籍について）よく知らないからポスターに気づかなかった」という。紙の書籍に愛着のある層を取り込むのは容易ではなさそうだ。

（戸田健太郎、高橋徹、大島有美子）

電子書籍に対して消費者は…

購入経験あり

- 「リーダー」を利用。毎週金曜日更新の新作リストを見て、**読む分野や作家が増えた**。本屋では好きな本だけ見ていた（42、男性、ヨドバシ）
- 通勤中、**電車内にある広告を見て**、サンマーク出版のアプリをiPhoneにダウンロード。やはり広告をみて6冊ほど買った（37、男性、電話）
- このほど「コボ」を購入。音楽配信などダウンロードにお金を払った経験はなかったが、**いっきに5冊買ってしまった**（30、女性、電話）

これから購入するつもり

- **各専用端末のコンテンツをチェックしており**、NHKの韓国語・中国語講座テキストを売り始めたらその端末をすぐ買う（49、男性、羽田空港）
- 紙の書籍を買いに来たが、**電子書籍コーナーで説明を受け興味が出た**。「iPad」で購入するつもり（28、男性、紀伊国屋書店新宿本店）
- コンテンツ数の少なさがネックで購入を見送っていたが、**最近は充実してきたと聞くので**（37、男性、ヨドバシ）

購入するつもりはない

- **電子書籍は存在感がない**。紙の本なら本棚で目につきもったいないから読むかとなるが電子書籍は違う気がする（53、男性、ヨドバシ）
- パソコンは持っているしネットも見るが、**電子書籍の初期設定が面倒そう**なので買う気にならない（74、男性、神田神保町）
- 読書好きの人はともかく、私は普段から月1冊読むかどうかなので、**移動中も文庫を1冊持ち歩けば十分**（44、女性、羽田空港）
- これからは電子書籍の時代になるとは思うが、**自分には紙の方が読みやすく合っており**、今後も紙の本を買い続ける（35、男性、丸善日本橋店）
- 洋食のシェフをしており料理書の内容を覚えるようにしているが、電子書籍だと**頭に残らないような気がする**（40、男性、神田神保町）

（注）カッコ内は年齢、性別、取材場所。ヨドバシはヨドバシカメラマルチメディアAkiba、電話は電話取材