

作家が自分で電子書籍を売るには？

(株)Jコミ代表・漫画家 赤松 健

電子書籍の現状について

- ▶ 日本の電子書籍市場は、その売り上げの殆どが、**エロ関連** (BL・TL・成人男性向け) で占められている。

「ティーンズ・ラブ」のこと。10代の男女の恋愛&セックスを描くジャンル。BLとは異なる。

【例題】

・大手電子書籍会社 [] の売り上げは、[]%がエロジャンルによるものである。

どこでも似た感じ

60%~80%

・ガラケー



- ▶ Docomo、SoftBank、AUの3キャリアで約300サイト以上。
- ▶ 全体的な会員数は500万人前後。
- ▶ 売り上げ規模では、今も**電子書籍市場の中心**である。
(市場規模の半分以上)
- ▶ 売れ筋は男女向けのエロ関連と、一部の人気タイトル。
- ▶ 黒字サイトは、全体の5%程度。
(この5%だけで、市場の売り上げのかなりを占めている)
- ▶ スマホへの移行で、会員 & 売り上げは減少傾向。

2011年の電子書籍全体の売り上げは650億円。その9割弱はガラケー。(野間社長発言)

・ スマートフォン



例えば、昨日の「ブック」カテゴリのランキング第1位は、無料アプリが『実録・昨日のエッチ』。有料アプリが『10倍感じるセックス』。

★ iPhone (iOS)

- ▶ 「ブック」カテゴリの売り上げは、全世界で100～200億。
- ▶ 表現規制が厳しく、エロ&暴力は厳禁のため、日本の漫画は展開が難しい。
- ▶ エロは禁止だが、実はエロ系書籍がランキング上位を占めている。(文字に関しては、現状では規制の範疇外。)
- ▶ 各社は総合コミック閲覧アプリを配信して、中にこっそリエロを混ぜている。

★ Android

- ▶ Androidでは「GooglePlay」と、各キャリアが展開するアプリマーケットの2種類がある。
- ▶ 「GooglePlay」上のコンテンツは、それほど読まれていない。
- ▶ キャリア主導のマーケット(ドコモは「dマーケット」、auは「auポータル」)にユーザーは集中している。主にガラケーのユーザーが、そのままキャリアマーケットに移行している。
- ▶ 電子書籍の配信会社が、ガラケー同様にキャリアマーケットにも展開しているが、意外とエロ規制が厳しく、ガラケー用ファイルをそのまま利用できないなど不便が目立つ。売り上げもイマイチ。

「ガラケー時代と同じ規制レベル」と言いながらも、実はかなり厳しくなっている。口約束だが、「性行為シーンをページ全体の30%に抑えて欲しい」と言われている。

▪ パソコン



- ▶ eBookJapan、パピレス、Yahoo!コミックなどに加え、オタク・エロ系専門サイトが多いが、全体的に利益率は低い。
- ▶ 出版社が無料マンガサイトを展開していることが多い。(=雑誌のプロモーション)
- ▶ ガラケーと同じくエロ系の売り上げが多いが、若干オタク層に強い。

▪ 電子ブックビューワー



- ▶ SonyのReader、シャープのガラパゴスなど。
- ▶ シェアは非常に小規模。
- ▶ 残念ながら、日本の「専用端末戦略」は失敗してしまった感がある。

「キンドル」と「コボタッチ」については口頭で説明。

日本の電子書籍市場の問題点（★読者）

- 現在の客層はあまり良くない。
バナー広告につられた一見さんが多く、彼らは漫画コレクターではないので（※暇つぶしで来た一般市民）、他の娯楽があればそちらへ行く。
- コンテンツが自分の所有物にならないため、**所有欲を満たせないコアな漫画ファンが、電子書籍を嫌っている。**
そのため、マニアックなジャンルがさっぱり売れない。
- 電子書籍の価格設定が高く、例えば500円のコミックスが300～400円もする。
実はブックオフなら200円以下で買える。
- ガラケーは1話単位の課金形式が多く、1話40～50円である。そのためコミックス1巻分も読むと相当高がつき、ユーザーが途中で「これは高がつく娯楽だ」と気付く。



日本の電子書籍市場の問題点（★配信会社）

↙ 毎月、億単位。

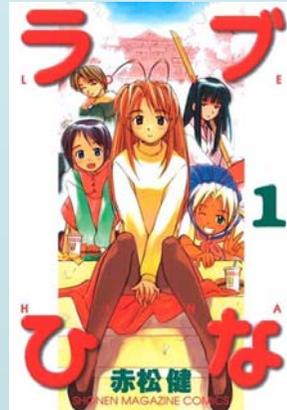
- 黒字の会社は、膨大な販促費をつぎ込んで集客している。
（しかし、主にエロ系しか売れない。）
販促費を削ると客が来なくなるので削れない。
- 高額な販促費は、著作者への戻しの少なさにも直結している。
- まだ若い業種のため、業界関係者の多くがマンガの素人で、マンガ家とのやりとりでも若干問題が発生している。
著作物を扱っているという意識は、プロの編集者より希薄である。
- ネームのチェックや下書きの直しなどをやるわけではなく、意外と単純業務が多い。その上でエロ系しか売れないことに呆れて、辞めていくケースも。



「電子マンガの売り方」について

その種別と特徴

マンガ電子化の一般的な流れ



1: 雑誌に連載

原稿料は赤松の場合、1ページ2万4千円。

1話が18ページ、月に4回だから、月収1,728,000円。

(※でもアシスタントが5人いるので赤字)

2: 単行本化

印税は定価の10%だから44円。

初版40万部だと¥44×40万だから、

印税は1巻あたり17,600,000円。

これが年4冊出るので、計70,400,000円。

3: 直営サイト

今もガラケーがメイン。待ち受けなどで、月に3~9万円程度？

電子書籍版は、はっきりしない。

レンタル(貸与権)もはっきりしない。

4: 他の電子書籍サイト

出版社がオフィシャルに横流しする。(いちいち作者には報告しないが、法的には問題無い。)

収益は、はっきりしない。

年1~2回だから？

ある金額以下だと振り込まないから？

例えば講談社は13社に提供している。作者も編集者も全貌は分からない。

ダウンロード課金制の場合



- ▶ ガラケーの場合は、基本的に1話(1ファイル)ごとの課金となる。1話の価格は平均40円か50円。コミックス1巻分読むと、紙の価格よりも高つく。
- ▶ スマホの場合はガラケーと違い、1巻ごとの販売となる。価格は定価の20～30%割引が平均。定価500円なら300～400円。
- ▶ 著者印税は、10%～20%程度。



- **結論から言うと、「一般的なマンガ」を「一般的な電子書籍サイト」でダウンロード販売しても、それだけで食っていくことは出来ない。
エロ系なら若干有利だが、現在はかなり厳しくなってきた。**

エロ系に関しては、コンテンツが少なかった初期は1作品(1ファイル)の年間DL数がどんな作品でも5万10万DLは余裕で行っていた。
しかしコンテンツの増加とともに減少し、現在は1ファイルあたり年間1万～2万DLなら御の字。
10万DLの作品は、極々一部に限られるようになった。

広告モデルの場合

- ▶ 無料なので、読者は集まりやすい。
- ▶ しかし、Jコミというサイトが手数料0%で先手を打ってしまったので(笑)、もう無料の広告モデルで電子書籍を展開するのは不可能に近い。
- ▶ ネットの広告はクリック課金で、100%を作者に渡しても、月に数百～数万円が限度。



- ▶ **絶版なら、まあアリかもしれないが、これで食っていくのは不可能。**



電子レンタルの場合

- ▶ 実際には、それほどダウンロードと変わらない。
…というか、無期限ダウンロード&無期限利用OKではない電書サイトは、ほぼレンタルに近い実態だと言える。
- ▶ レンタルは、定価は若干安めである。



- **あんまり食えないことでは変わらない。**

しかし、ダウンロードだろうがレンタルだろうが広告だろうが、「描き下ろし新作」ではなく、既刊や絶版本であれば、食えなくてもまあ特に問題は無い。



エロ系サイトの場合

売れるもの。

- ・絵がリアル
- ・パッと見でエロそうな表紙
- ・オタク絵は案外ダメ
タイトルがエロい

- ▶ DMMの2012年上半期ランキング。
「エロ・電子コミック部門」1位は、葵ヒトリ先生の『人妻を輪姦す8つの方法』。
電子書籍なのに定価1000円。実は紙の本も1000円。これは自信と実績のあらわれ。
- ▶ DMMはダウンロード無期限、ストリーミング期限も無期限、利用期限も無期限。
- ▶ コミックとらのあな（エロ同人誌）
- ▶ 期間・回数ともに無制限で再ダウンロード可能。
- ▶ 定価の7掛けが作者の取り分。（ただし製作費は全て作者）
卸値800円なら価格1143円（税別）。店頭での販売時の価格1200円（税込）。
- ▶ とらのあなダウンロードストアは、卸値800円なら価格1260円（税込）。



- ▶ エロ系は、とにかく作者の儲けが凄い。
- ▶ 紙の書籍で売った後、割とすぐに電子でも売るのが正解。
- ▶ 同人誌なら即売会で売って、同人書店でもすぐ現物を売る。電子版も。

身もふたもない結論

1. 描き下ろしの(一般)マンガ作品は、電子書籍として黒字化するのには不可能。
2. エロ系であっても、描き下ろし作品は相当厳しくなってきた。
3. もし描き下ろしてしまったならば、同人誌としても展開すべき。
4. そもそも電子書籍は、売れた分しか儲からない契約も多く、食いブチとして手を出すべきではない。

まず「エロ」を「紙の雑誌」で連載し、
「紙で単行本化」してから、
「どエロなタイトルで電子化」
する一手である。

自分で電子書籍を売るとき

その心構えについて

作家が個人で売るには

★ プラットホームの特性を理解する

- ▶ 配信サイトまたはメディアによってユーザー層が違っており、売れ筋も微妙に違う。プラットフォームの特性を生かした作風にすべきである。

★ 売れ筋ジャンルを理解する

- ▶ 基本は、エロやお色気モノ、エッチなHowToモノにすべし。
- ▶ オタク向け・ファンタジー・ギャグ・4コマ・ホラーは避けるべき。紙とは全く違うのだ。

★ 著作者個人でできることをやる

- ▶ 印税は出版社経由だと10~20%前後。しかし個人でやれば40%以上は可能。そこで、販促(告知等)は率先してやる。
 - ▶ なるべく間に会社を介さない。
 - ▶ 販路は厳選する。(やたらと販路を広げても、集計の手間がかかるだけ)
-



今後について

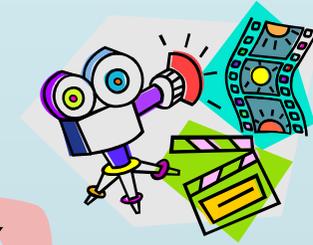
将来的には、恐らく音楽や映画と同じように、

Hulu（フールー）やバンダイチャンネル等

A) 定額制（で読み放題）

B) 基本無料（でフリーミアム）

スポティファイやグループシャーク等



のどちらかに移行すると思われる。

そうなれば、（儲けは少ないが）新人も「読んでもらえる機会」は増えるので、マンガ最盛期の雰囲気になづくかもしれない。

「表紙がエロい絵だから」とか「タイトルがエロそうだから」という理由ではなく、「面白い電子マンガ」が口コミで広がり、多くの人に読まれる時代が来ることを願っている。