

◆総務省ICT利活用ルール整備促進事業(サイバー特区)

資料技2—3(1)

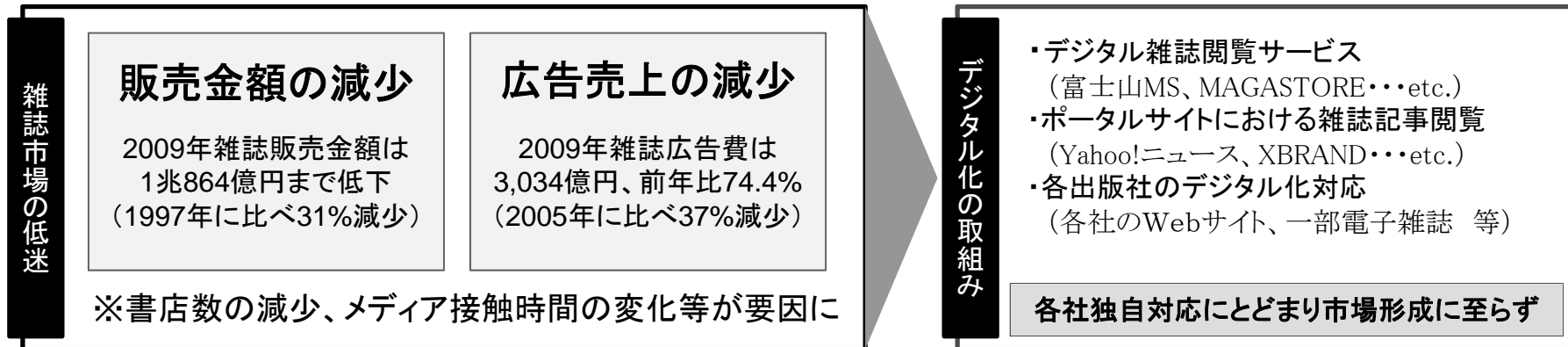
# 雑誌コンテンツの デジタル配信プラットフォーム 構築に向けた調査研究 【概要資料】

平成22年4月21日

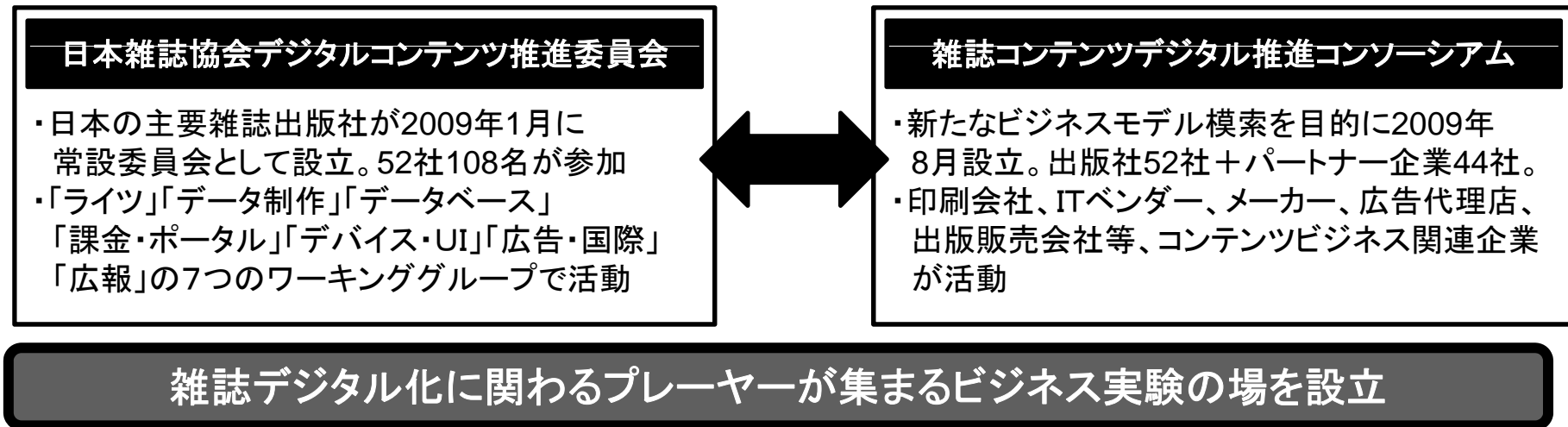
社団法人日本雑誌協会  
デジタルコンテンツ推進委員会  
JMPA Digital Contents Promotion Committee

# 1. 雑誌市場の現状とデジタル化への取り組み

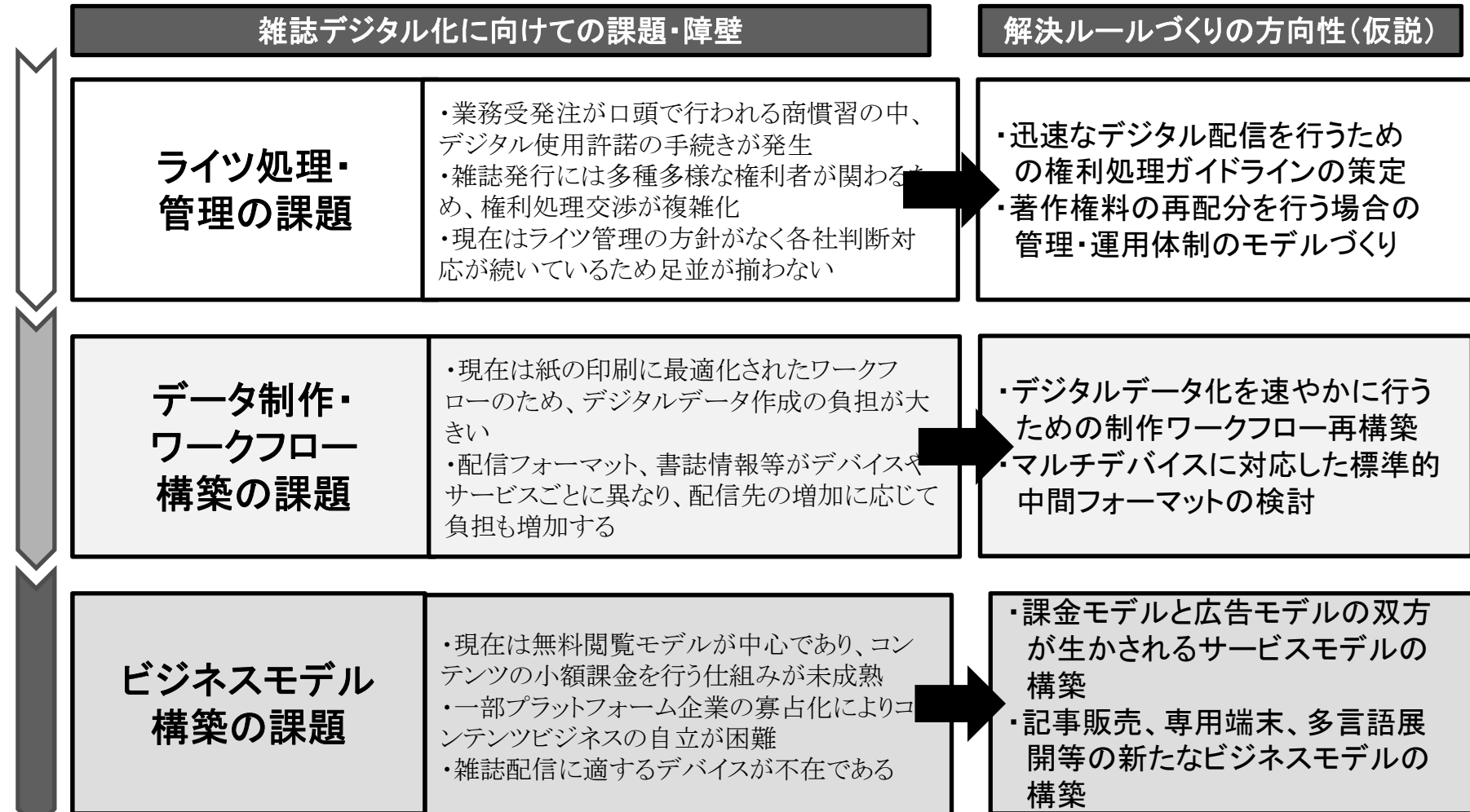
## ◆長期低落化傾向の雑誌市場とデジタル化の現状



## ◆雑誌コンテンツデジタル化に向けた推進組織の設立



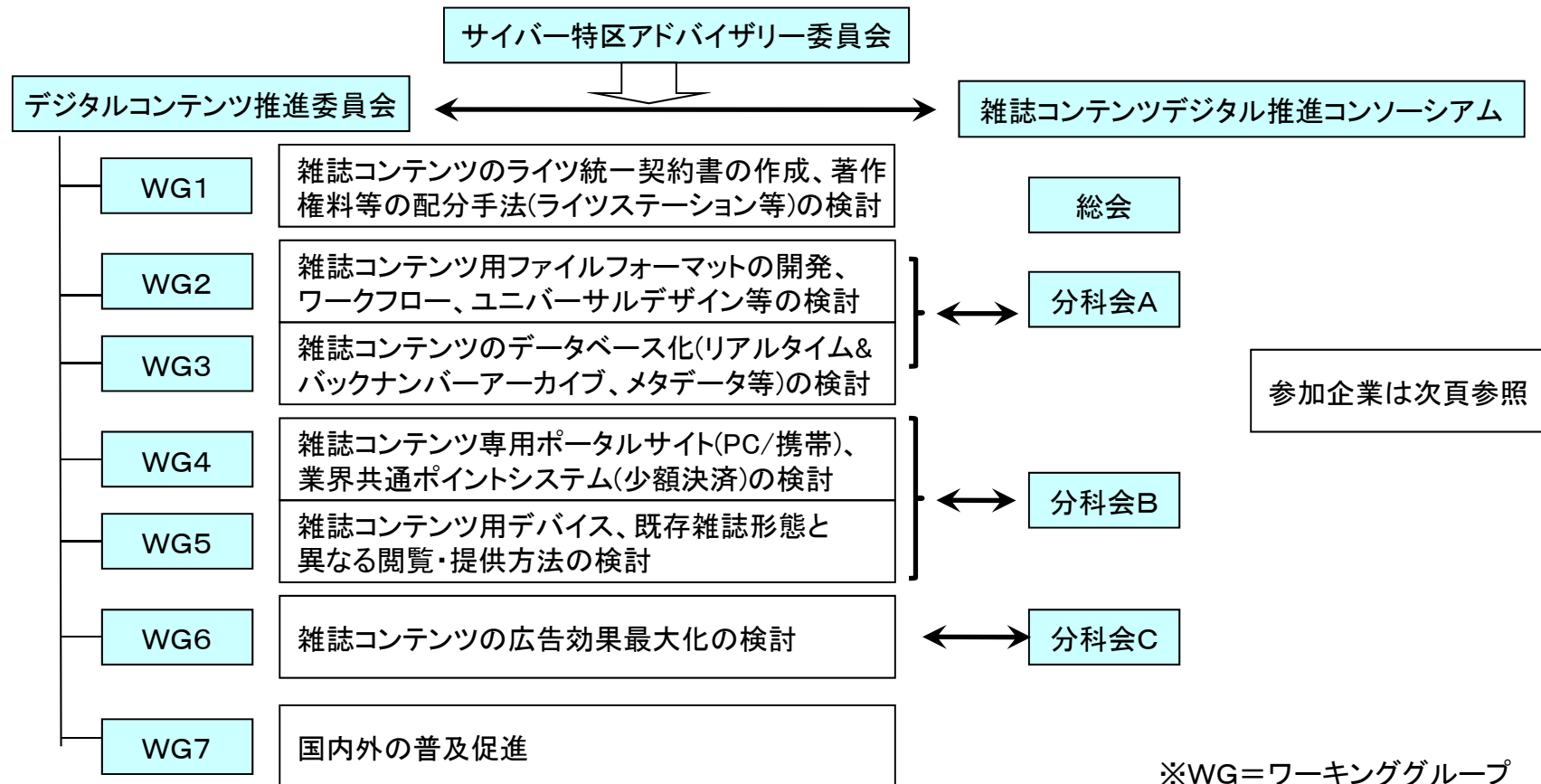
## 2. デジタル化の課題・障壁と解決の方向性(仮説)



雑誌デジタル化に向けた業界横断的な「ルール整備」の必要性

### 3. プロジェクト運営体制

デジタルコンテンツ推進委員会では、次のワーキングを設置し活動している。本活動をより実効性の高いものとするためにコンソーシアムを設立し、業界外のICT等の専門知識を有する企業の協力を得ながら調査研究を進めている。



# 4. 実証実験：実証サイト構築・配信実験

**目的**

- ・ポイント擬似購読による雑誌コンテンツの有料配信に関する可能性を検証する
- ・雑誌ポータルサイトを構築するためのフォーマット等の配信方法を検証する



**実験の概要**

- ・91誌、約5,000記事を集約し、約3,200人のモニターに対し配信実験を実施
- ・擬似通貨(ポイント)を付与し、コンテンツの購買行動を調査する
- ・雑誌単位、記事単位の購入動向を測定しユーザーニーズを探る
- ・検索精度やレコメンドに対するユーザーの反応等を調査する
- ・PDFダウンロード、ビューワー等における閲覧形態の比較を行う
- ・バナー広告を配信し、広告に対する受容度や効果を調査する

**考察・次期への課題**

- ・参加率90%以上、アンケート回答率60%以上と非常に高い反応
- ・90%が「雑誌名」で選択。「検索」の利用者は45%
- ・約60%が有料サービスの利用意向あり。特に紙媒体を購読しないユーザーの約70%がデジタル雑誌の購入意向あり
- ・「ビジネス」「一般男性」「生活情報」のジャンルの閲覧数が多い
- ・女性は雑誌単位、男性は記事単位購入の傾向あり
- ・ラインアップは満足だが「最新記事がない」不満が多数
- ・雑誌誌面そのままの見せ方には厳しい評価
- ・一般のWEB広告より高い効果が出るが掲出場所は課題
- ・サービスの質と提供の仕方の工夫で課金モデルは十分に可能
- ・デジタル化で読者と雑誌の新たな出会いの期待感が向上

技術的課題はあるが有料配信サービスに関するユーザーの期待は高い

# 5. 実証実験:オフサイトによるデバイス実験

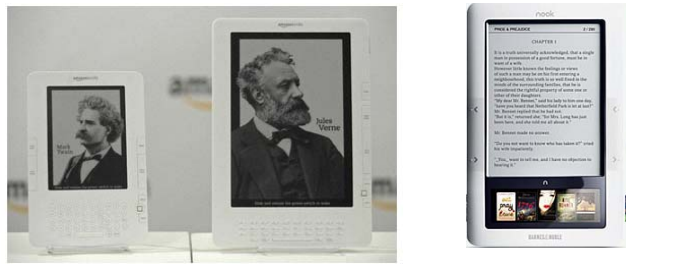
**目的**

- ・電子ブックリーダーやスレート型デバイス等を用いた雑誌配信の可能性を検証する
- ・デジタルデバイスに適した記事レイアウト、ユーザーインターフェースを検討する



**実験の概要**

- ・国内及び欧米で発売された電子書籍専用端末、およびゲーム機、スマートフォン等を用いて、雑誌コンテンツの表示実験を行う
- ・デジタルデバイスに対するユーザーのニーズや利用したいシーン、値ごろ感等に関する調査を行う
- ・雑誌そのままのレイアウトとデバイスに合わせたオリジナルインターフェースを用意し、ユーザーの受容性を調査する



**考察・次期への課題**

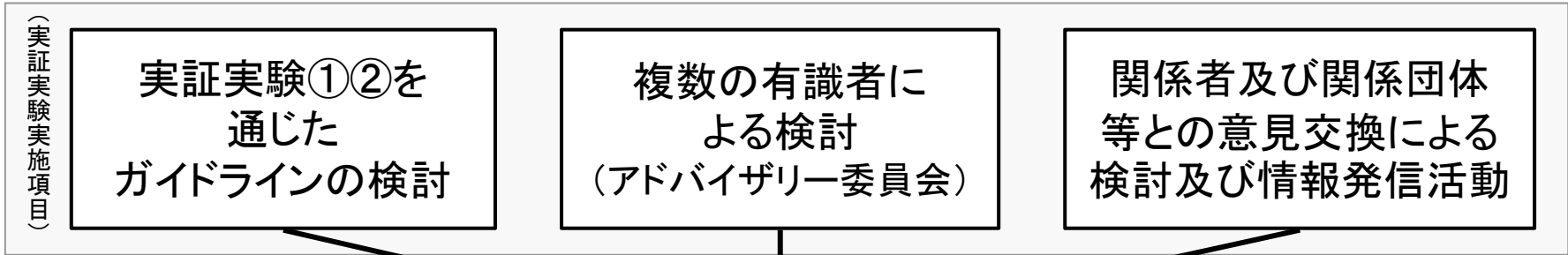
- ・雑誌閲覧に必要なのは「カラー表示」「適切な画面サイズ」等
- ・通勤等での持ち運びや、お風呂読書で利用したいとのニーズあり
- ・「端末価格」と「配信コンテンツ価格」のバランスが重要
- ・特に「紙の雑誌を購入していないがデジタルのリテラシーが高い」ユーザー層に対しては、デジタル配信が新たな消費喚起となることが期待できる
- ・「紙の雑誌が好きだけど、デジタルも便利で面白そう」という層が、年齢、性別を問わずに増えつつある
- ・デバイスに適する読みやすいレイアウトが必要。紙媒体の誌面そのままよりもデバイスに適したオリジナルインターフェースに高評価



専用端末等への期待は高く、デバイスに適したUIが求められている

# 6. 調査研究: ライツルールのガイドライン検討

**目的**  
・雑誌の業界標準的なライツの権利処理ガイドライン整備の必要性と可能性を検証する



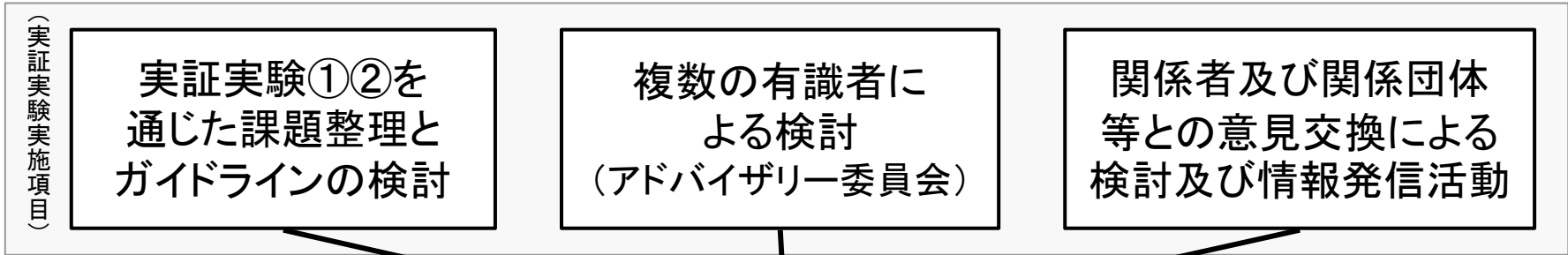
**ライセンス管理の方向性**

- ◆ 出版コンテンツの中で、書籍やコミックと雑誌のビジネスモデルは異なるため、関係諸団体との協議による雑誌独自の権利処理ガイドラインが必要
- ◆ 著作権者及び出版社への適正な配分と多岐にわたるアウトプットを前提にした、一元的な権利処理と利益配分の仕組みとルールづくりを目指し、体制作りが必要
- ◆ 不正配信に対する対抗等を行うためにも出版社側にも権利保有が必要

デジタル化に適したライツルールのガイドラインの検討を継続

# 7. 調査研究:ワークフローの検討

**目的**  
・共通ワークフロー、フォーマット、書誌情報等の仕様の必要性と可能性を検証する



**ワークフローの方向性**

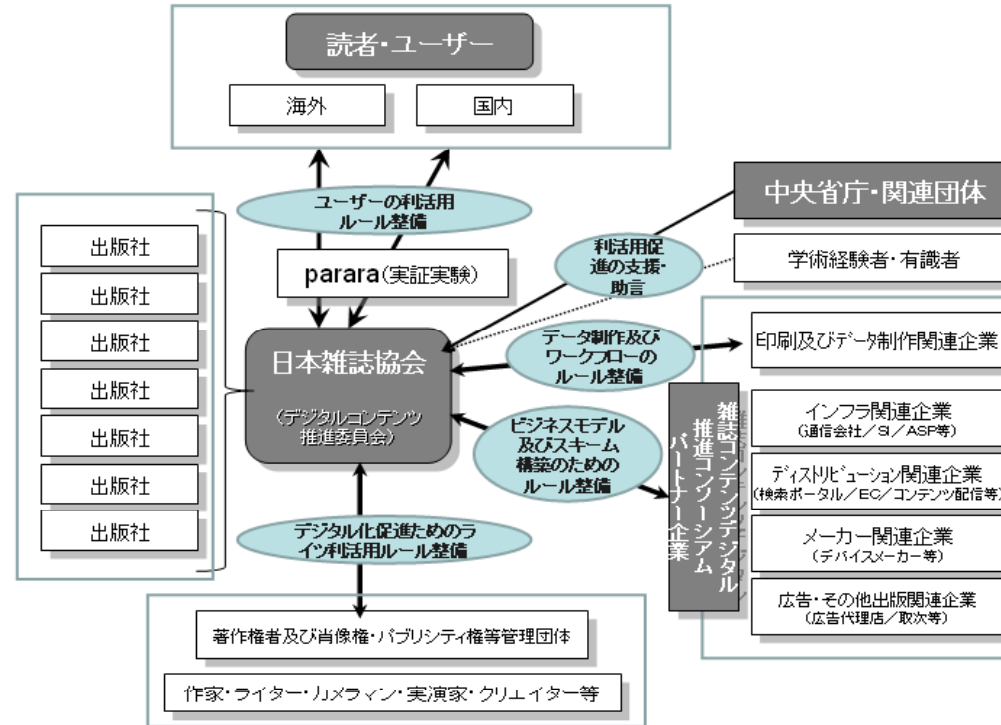
- ◆各種デバイスに適した見せ方に対応するために、また、リアルタイム及びアーカイブ配信の両方に対応するためには、可変性の高い雑誌独自の中間フォーマットが必要
- ◆印刷フローとデジタル配信フローが同時進行するためのルール及び体制づくりが必要
- ◆既存の雑誌コードを含め、デジタルコンテンツ配信用の書誌コード・書誌情報等の共通ルールの策定が必要

デジタル化に適したワークフローの検討を継続



# 8. 今後の継続検討スキーム

**目的** ・雑誌コンテンツにおけるデジタル利活用のためのライセンス・管理の円滑化、デジタルデータ制作促進のためのワークフローの共通化、ビジネスモデルの新しいルールづくりの継続的推進



雑誌コンテンツのデジタル推進については、出版社の共同体による推進と同時に、中央省庁及び出版業界を取り巻く全てのステークホルダーによる円滑促進化施策が必要

# 参考：雑誌コンテンツデジタル推進コンソーシアム参加企業一覧

◆社団法人 日本雑誌協会  
デジタルコンテンツ推進委員会  
JMPA Digital Contents Promotion Committee

## ■ 出版社

※平成22年3月末現在、社名五十音順

	社名
1	秋田書店
2	朝日新聞出版
3	アシェット婦人画報社
4	インプレスホールディングス
5	潮出版社
6	榊出版社
7	NHK出版
8	宙出版
9	オレンジページ
10	角川グループパブリッシング
11	角川コンテンツゲート
12	角川書店
13	学習研究社
14	学研パブリッシング
15	近代映画社
16	暮しの手帖社
17	京阪神エルマガジン社
18	講談社
19	講談社インターナショナル
20	光文社
21	ゴルフダイジェスト社
22	三栄書房
23	集英社
24	主婦と生活社
25	主婦の友社
26	小学館

	社名
27	少年画報社
28	シンコーミュージックエンタテイメント
29	新潮社
30	実業之日本社
31	世界文化社
32	ダイヤモンド社
33	中央公論新社
34	東京ニュース通信社
35	東洋経済新報社
36	徳間書店
37	日経BP社
38	阪急コミュニケーションズ
39	ぴあ
40	PHP研究所
41	日之出出版
42	扶桑社
43	双葉社
44	ぶんか社
45	文藝春秋
46	ベストセラーズ
47	ベネッセコーポレーション
48	毎日コミュニケーションズ
49	毎日新聞社
50	マガジンハウス
51	八重洲出版
52	リイド社

# 参考：雑誌コンテンツデジタル推進コンソーシアム参加企業一覧

◆社団法人 日本雑誌協会  
デジタルコンテンツ推進委員会  
JMPA Digital Contents Promotion Committee

## ■ パートナー企業

※平成22年3月末現在、社名五十音順

	社名
1	株式会社IMJモバイル
2	株式会社アサツーディ・ケイ
3	アドビシステムズ株式会社
4	イースト株式会社
5	株式会社ISA O
6	伊藤忠テクノソリューションズ株式会社
7	株式会社ウェイズジャパン
8	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社
9	株式会社NTTドコモ
10	エヌ・ティ・ティ レゾナント株式会社
11	エルピーダメモリ株式会社
12	京セラ丸善システムインテグレーション株式会社
13	共同印刷株式会社
14	KDDI株式会社
15	株式会社サイバーコミュニケーションズ
16	株式会社ジー・サーチ
17	シャープ株式会社
18	株式会社数理計画
19	ソニー株式会社
20	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
21	大日本印刷株式会社
22	デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

	社名
23	株式会社電通
24	株式会社トーハン
25	図書印刷株式会社
26	凸版印刷株式会社
27	豊国印刷株式会社
28	日本出版販売株式会社
29	ニフティ株式会社
30	日本ワムネット株式会社
31	株式会社博報堂
32	パナソニック株式会社
33	株式会社日立製作所
34	株式会社ビデオリサーチ
35	株式会社ビデオリサーチインタラクティブ
36	株式会社富士山マガジンサービス
37	富士ゼロックス株式会社
38	富士通株式会社
39	富士フイルムグラフィックシステムズ株式会社
40	ブラザー工業株式会社
41	メディアキュート株式会社
42	株式会社メディアドゥ
43	ヤフー株式会社
44	楽天株式会社

2010. 4. 21 版

出版物に関する種類区分について

2010年4月13日配布資料「資料技1-3」のⅡ-1-(2)の検討の方法において、「電子書籍に関わる技術的課題を検討するにあたっては、検討対象の範囲を定め、電子書籍の種類を別を意識しつつ議論を深めることが必要ではないか」との検討提起に関して、以下のように、出版物の種類区分を提案いたします。

## 【電子出版】

## 1. 書籍

- (1) 一般書（文藝、教養、実用 等）
- (2) 専門書（自然科学・社会科学・人文科学 等）
- (3) 児童書（絵本 等）

## 2. 雑誌

## 3. コミック（マンガ雑誌、マンガ単行本 等）

## 4. 芸術（写真集、画集 等）

## 5. 教育（学習参考、副読本 等）

## 6. 辞書・辞典

## 7. その他（法令集、判例集、地図、楽譜 等）

以 上