STRATEGIC BUSINESS INSIGHTS

VALS Insights

2010 年 10 月

今回の VALS Insight では、iPad に代表されるような「新たなデバイスに対する関心」にフォーカスを当てて、今後の浸透仮説について考えていきます。

【iPad の市場規模はどれくらい見込めるのか？】

日本でも一時期話題をさらった iPad。先んじて発売されたアメリカでは、発売開始から 2 ヶ月で 200 万台を超え、iPhone（74 日で 100 万台突破）よりも速い販売ペースをほこり、Apple 社は四半期（4－6 月）決算にて、327 万台販売したことを報告し、スティーブ・ジョブズをして“われわれの予測を上回る驚異的な四半期だった”と言わしめるほどでした。

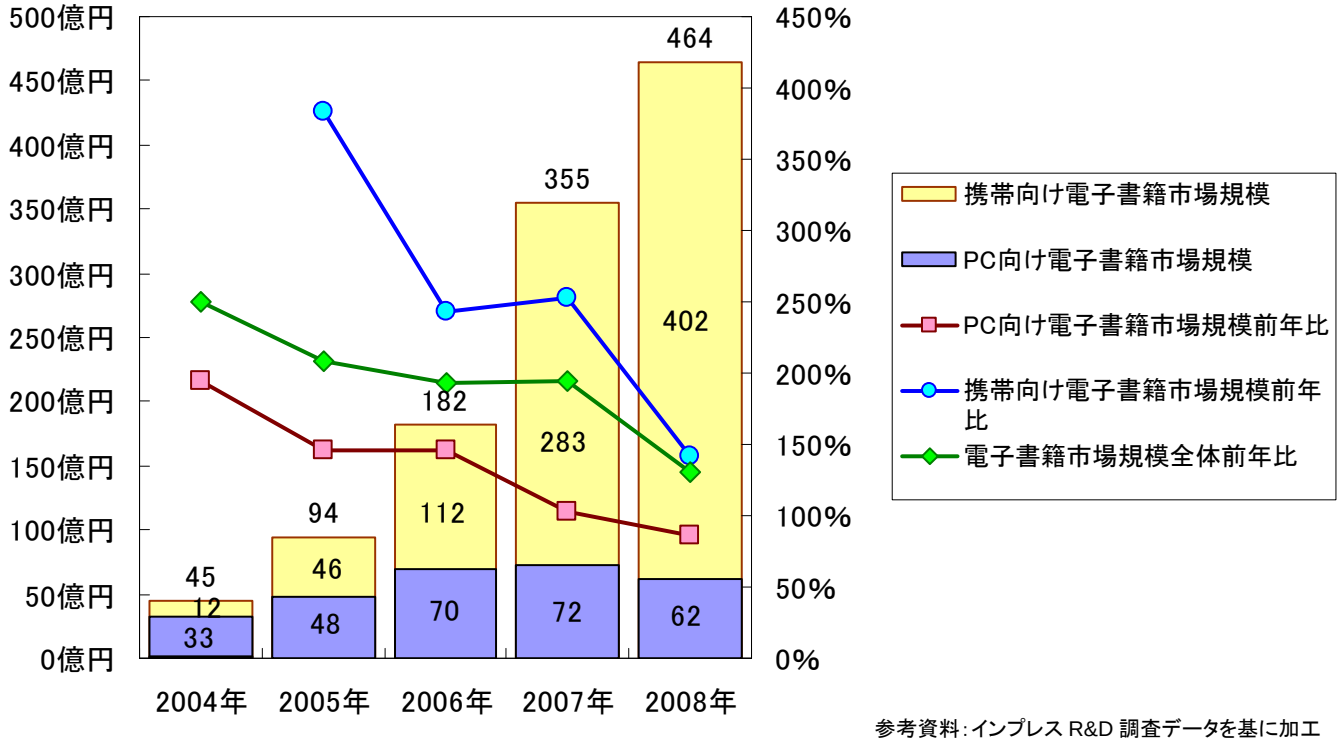
では、今後 iPad は、どれくらいの市場規模が見込まれるのでしょうか。iPad というデバイスは、電子ブックリーダー、タブレット PC、ネットブック等定義が様々あって、特定するのは大変難しいのですが、電子ブックリーダーという側面でここでは考えていきたいと思います。
iPad 発売前のアメリカにおいては、この電子ブックリーダー市場は、アマゾン社（キンドル）とソニー社の 2 強が中心となり、ある調査会社の市場予測では、600 万台程度と見込まれていたことを考えると、iPad はすでに 300 万台を超える販売台数を誇っており、電子ブックリーダー市場に大きなインパクトを与えているわけです。

一方で、電子書籍市場という観点で見ますと、08 年のアメリカの電子書籍市場規模は、1 億 1，300 万ドル（約 101 億円）（全米出版社協会調べ）でした。それに比べて同時期の日本市場は、464 億円（図1参照）と、アメリカの約 4 倍の市場規模を有しています。しかしながら、日本の電子ブックリーダー市場は、2004 年のソニー社など各社進出したにもかかわらず、撤退したように、市場そのものはほとんど形成されていない状態です。にもかかわらず、これだけ大きな電子書籍市場を支えているのは、携帯電話（402 億円（図1参照））であり、携帯電話を通じて得られているコンテンツはコミック（333 億円（図 2 参照））であることが実態です。

では、電子書籍市場規模でアメリカを上回る日本において、iPad は、アメリカ同様ないし、それ以上に浸透する見込があるのでしょうか？

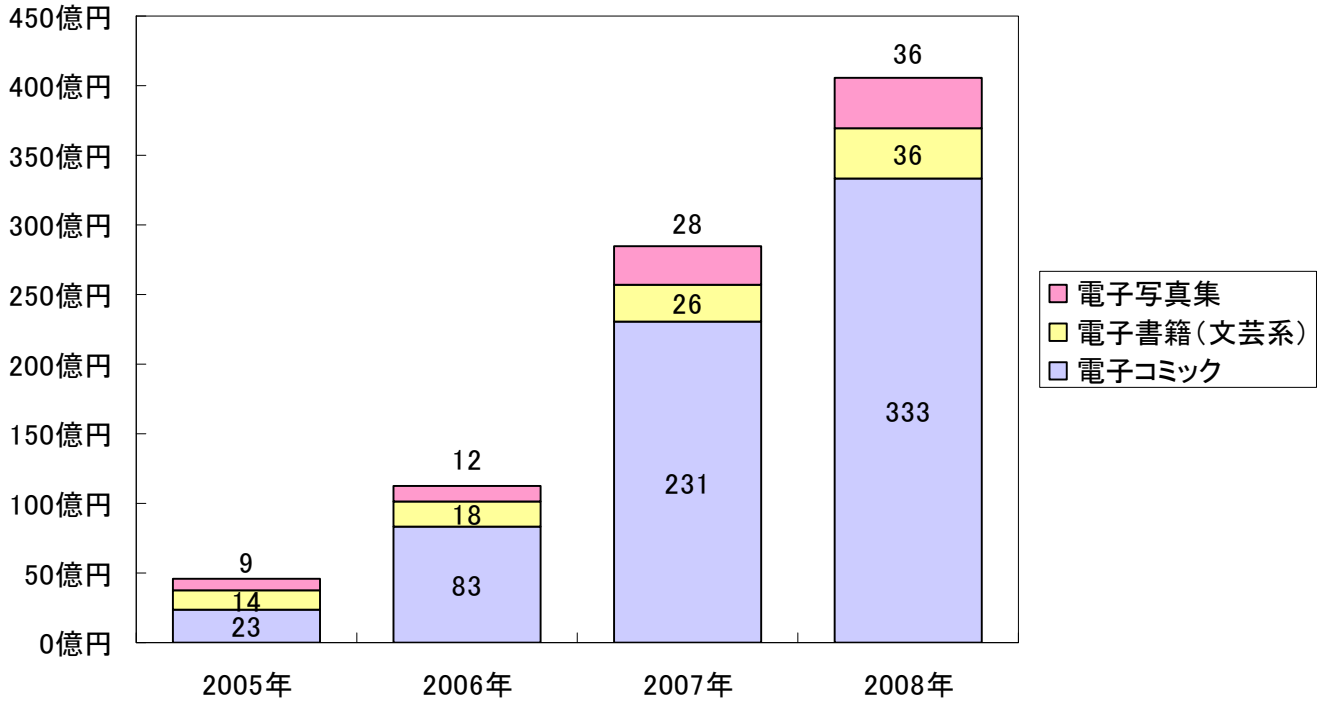
電子書籍市場の伸び自体は、前年比で 200%を越すような一時期の爆発的な伸びは見られませんが、二桁成長を遂げている魅力的な市場です。したがって、iPad の狙いどころとしては、現在携帯電話で電子書籍を購読している層からのシフト、もしくは、現在電子書籍ではなく冊子で読書をしているが、面白そうだから，電子書籍を購読してみようと考えてくれる新たな層を開拓するところにあります。

図１　日本の電子書籍市場



参考資料：インプレス R&D 調査データを基に加工

図２　携帯電話における電子書籍市場内訳



参考資料：2010年　AMD 白書を基に加工

【誰から、iPad にシフトしていくのか？】

現段階で最も有力なプロスペクツとして考えられるのは、現在携帯電話で電子書籍を購読している人々であり、特に“コミック”を購読している層が考えられます。ちなみに弊社調べによると、購読している雑誌として一番多く回答が寄せられたのは、“少年ジャンプ”でした（表 1 参照）。また、各 VALS タイプでみると、“少年ジャンプ”を比較的高い割合で購読している層は、革新創造派、自己派、同調派でした。従って、これらの VALS タイプをターゲットとする場合には、例えば“コミック”を電車の中などで、雑誌そのものや携帯電話で読むのではなく、iPad で読むことで新鮮さが発見できたり、カッコいいことであるという認識を、常識にまで発展させる必要があります。そのためには“どのようなプロモーションやメッセージが必要なのか？”を考える必要があるように考えられます。

表 1 各 VALS タイプの購読雑誌（2009年）

（単位：%）

#	全体		革新創造派		自己派		社会派		伝統派		同調派		雷同・つましい派	
1	少年ジャンプ	7.7	少年ジャンプ	18.9	少年ジャンプ	17.1	週刊文春	7.2	週刊新潮	7.0	少年ジャンプ	8.7	オレンジページ	6.0
2	オレンジページ	6.4	ＶＯＣＥ	10.8	ＶｉＶｉ	11.8	オレンジページ	6.7	オレンジページ	6.2	少年マガジン	7.5	女性自身	5.5
3	少年マガジン	5.3	週刊新潮	10.8	少年マガジン	10.5	週刊現代	5.1	週刊現代	6.2	オレンジページ	6.8	女性セブン	5.2
4	ヤングジャンプ	3.7	ＶｉＶｉ	8.1	ヤングジャンプ	8.6	少年ジャンプ	5.1	週刊文春	5.4	ヤングジャンプ	6.0	少年ジャンプ	5.0
5	ヤングマガジン	3.7	オレンジページ	8.1	ａｎ・ａｎ	6.6	クロワッサン	4.6	女性セブン	5.4	ヤングマガジン	4.9	少年マガジン	3.7

参考資料：プロダクト診断プログラム 2009 を基に加工

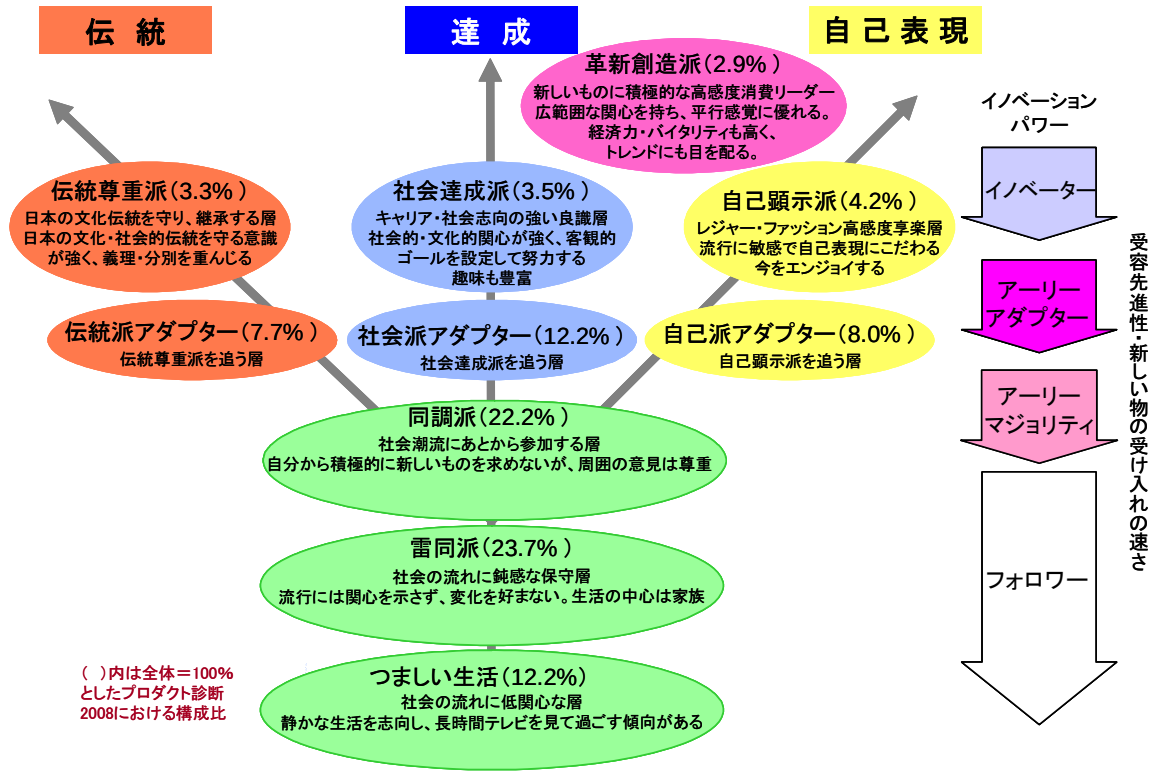
しかしながら、日本の電子書籍市場は成長期にあるとはいえ、出版業界全体で約2兆円産業と言われる中で、現段階では約3%程度の市場規模に過ぎません。したがって、現在電子書籍に触れておらず、且つ“コミック”以外のコンテンツも読む層を無視するわけにはいきません。その代表として、VALS タイプで言うところの、社会派、伝統派といった活字に対する親和性が比較的高い層がターゲット候補となります。彼らは活字に対する親和性が高いと同時に、知的好奇心も強いのですが、特に伝統派は保守的な考え方を持っているため、“本は冊子で読むもの”という考えに囚われがちです。そのため、単に字が大きくなって読みやすいとか、何冊もの本が一つにまとまるといったような機能的なベネフィットでは、平均約 4 万円／月といわれるサラリーマンのお小遣いの約 1.5～2 ヶ月分を払ってまで、試してみようと思うに至るのはなかなか難しいことでしょう。したがってむしろ、コストパフォーマンスの算出が難しい、“知的好奇心をいかに満足させられるか？”といった情緒的なベネフィットに訴えかけることが得策だと思われます。例えば、歴史小説の内容から、関連する歴史事実の情報にリンクが貼られていたり、野球の試合結果から Wikipedia や youtube などで各選手のプロフィールや名場面を確認できることで、関心のある分野について深く理解できたり、家庭や職場などでの話題を提供できたりと、冊子の雑誌・書籍では出来ないところを乗り越えられる新たなベネフィットが見いだせれば、電子書籍の突破口の一つになり得ると推察されます。

このように、“電子書籍”という視点からだけで見ても、iPad という商品を浸透させるアプローチは、いくつかの方向性が考えられます。更に、“電子書籍”という枠組みを取り払うことで、アプローチの選択肢は更に増幅します。しかしながら、枠組みを取り払うことで、“iPad はどんなキャラクターなのか？”、“何者なのか？”が理解されないままに、生活者の選択肢から消えてしまう危険性もはらんでいます。

果たして、iPad とは、スティーブ・ジョブズが先の決算報告で話したような“年内にはさらに驚くような新製品を出す”ための布石の商品なのか。それとも iPad 自体が更なる進化を遂げるのか。シャープの“GALAPAGOS”等の iPad 対抗商品も発表される中、今後も動向に目が離せない状況であることには変わりません。

＜了＞

図 3　Japan－VALS の構造



「各 VALS セグメントの特徴」

革新創造派　：
いつまでもバイタリティに溢れる自分でありたい。時間やお金は、家族だけでなく、自分への投資として、なくてはならないモノ。だけど、自己投資はキャリアアップのためではなく、自分の興味への投資が主な目的。仕事だけの人生なんてありえない。

自己顕示派（自己派アダプター）　：
いつまでも「若くて、カッコいい」と思われたい。だから、カッコ悪いものは周りから排除したい。趣味にお金や時間を費やせる生活には憧れるけど、そのためには、貯蓄や資産形成、もしくは技能、資格が必要とも思い始めている。

社会達成派（社会派アダプター）　：
飽くなき知的向上心で自分を高めたい。自己研鑽の時間は欠かせない。通勤電車では日経新聞。仕事でも家庭でも「あるべき自分」の役割をきっちり果たしたい。だから、企業も社会的責任をきっちと果たしてほしい。感性よりも理性重視のストイックな良識タイプ派。

伝統尊重派（伝統派アダプター）　：
型破りなことはせずに、常識や古きよき日本人としての価値観に従って生きていきたい。目の前の家族・ご近所との付き合いを大切にし、意見を尊重しながら穏便に事を運びたいと思っている。

同調派　：
周りのみんなが楽しんでいることに自分も参加しておきたい。一度しかない人生だから、仕事よりも自分の生活（家族との時間）を大切にしたいと思っている。

雷同派・つましい派　：
地道が一番。争いのない穏やかな生活が出来れば幸せを感じる。日々の生活に小さな幸せを見つけるご隠居タイプ。

FUTURE SQUARE EXTRA EDITION **– VALS Insights vol. 2**
発行元：　ストラテジック・ビジネス・インサイツ・インク
〒102-0082 東京都千代田区一番町2パークサイドハウス3階
TEL：　03-3222-6501
URL: http://www.tokyo.strategicbusinessinsights.com
発行人：　山本　公亮　(kyamamoto@sbi-i.com)
Japan-VALS Web : http://www.japan-vals.jp/