

## 出版業界におけるフリーミアムモデルの有効性に関する検証

### -音楽業界との比較から-

[2018・FW] 21521006 伊勢匠

#### 1. 研究の背景と意義

情報技術の進歩により多様な情報機器やクラウドコンピューティングをはじめとする新しい情報サービスが生まれ、企業のビジネスモデルは変化している。中でもフリーミアムモデルは、WEBにおけるビジネスモデルとして一般化した。フリーミアムとは、Free(無料)とPremium(有料)からなる造語である。このモデルでは、WEB上での製品複製コストが小さいことを利用し、一部の有料ユーザーからの収益が無料ユーザーを含めた全体を支えている。しかし、製品の無料化は既存製品の価格・価値の変化をもたらす。出版業界では2018年に漫画やアニメの違法コピーを掲載している海賊版サイト「漫画村」が市場への影響が指摘され、閉鎖に追い込まれた。そこで、本研究ではコンテンツビジネスに焦点を当て、中でも出版業界におけるフリーミアムモデルの有効性を検証する。先行事例として、Spotifyによるフリーミアムの成功を収めた音楽業界を取り上げ、著作者や出版社等の利害関係者間における正当なサービスの実現可能性について検証する。

#### 2. 研究目的・方法

本研究の目的は、第一にコンテンツビジネスにおけるフリーミアムモデルの成功要因を明らかにすること、第二に出版業界におけるフリーミアムモデルの有効性を検証することである。研究方法は、文献調査と事例研究の二つである。

#### 3. 研究結果・考察

音楽業界の成功事例であるSpotifyの事例研究の結果からコンテンツビジネスにおけるフリーミアムの成功要因は、第一に収益性の高いビジネスモデルの確立、第二に不正市場との差別化、第三に権利者への適切な還元である。これを基に、出版業界におけるフリーミアム導入の課題を検討すると以下の五つに集約する。

- (1) 収益性の高いビジネスモデルを確立できるか
- (2) 潤沢な情報と希少性の高い情報を差別化できるか
- (3) ユーザーにとって不正市場よりも価値あるサービスを構築できるか
- (4) ステークホルダーの役割をどのように変化させるか
- (5) 著者の利点を明確化できるか

上記の5つの課題をもとに①radiko.jp②LINEマンガ③絵本ナビについて事例研究を行った。(1)について、フ

リーミアムは単独で用いるのではなく、無料財に対して広告収入によるマネタイズで収益を確立している。(2)について、①地理的制約②時間的制約③回数制限、の他に繰り返し読み返す本である場合や紙媒体の本の価値が確立されているジャンルの場合に普遍的な無料財を希少性の高い有料財として差別化できる。(3)について、最新作の無料化が前提となるが実現の難易度が高い。(4)について、出版社の持つ企画・編集機能や書店(実店舗)の持つ紙媒体の本との接点という役割は残るが、中間業者である取次業者は従来の役割を再定義しなければサプライチェーンから除外される可能性がある。(5)について、無料化による作品の認知向上とファンの醸成が販売促進になるケースが多く、特にインディーズ作品においてその恩恵が大きい。

#### 4. 結論

考察を踏まえ、出版業界におけるフリーミアムモデルの成立要素を以下の四つに結論付ける。

- (1) 最新作を含んでいる
  - (2) 取り扱う本のジャンル・量が多い
  - (3) 収益性の高いビジネスモデルであること
  - (4) 「無料」と相性の良いジャンルであること
- (4)の項目は①繰り返し読み返す本である②紙媒体の本の価値が確立されているジャンルである③著者自らが限定的に発信する情報がある、のうち一つ以上を満たしている必要がある。

以上の結果から実現性の高い本のジャンル・分類を検討する。児童書や専門書など先行事例で取り上げた分類は、読み返しや紙媒体の需要などコンテンツの持つ特性によりフリーミアムとの相性が良い。一方で小説や漫画、実用書、ビジネス・経済・経営、雑誌などは、一度読むと既存の本の購入意義がなくなる場合や読み返しの頻度が比較的少ないため、フリーミアムと広告収入モデルのみで収益構造を確立することは適切ではない。ビジネスモデルの一部にフリーミアムを用い、課金や定額型配信との併用が可能であれば実現の可能性は高い。また、電子書籍市場における全文無料の試し読みにおいても、コンテンツのボリュームが大きい本や読み返しが前提のジャンルであるならば、無料公開における販売促進効果を期待できる。