



# 台湾デジタルコンテンツビジネス事情 ～電子書籍を中心に～

NPO 法人アジア IT ビジネス研究会

理事 田所陽一



台湾のデジタルコンテンツ産業は堅調な成長を遂げている。従来はオンラインゲームやアニメーションの分野が政府の主たる支援先であったが、ここ数年はアマゾンの電子書籍リーダー「キンドル」やアップルのタブレット PC「iPad」などの発売が引き起こした世界的な電子書籍ブームの波を受けて、電子書籍の分野により重点が置かれるようになった。実はキンドルや iPad は台湾の EMS メーカー鴻海によって製造されており、その他のメーカーの端末もほとんどがメイド・イン・タイワンか台湾企業が中国等で製造したものである。このことからわかるとおり、電子書籍の分野は、台湾がもともと持っているハードウェア生産能力を土台にした上で、コンテンツ産業の成長を図れる可能性があり、その点が政府が支援に乗り出す根拠ともなっている。

昨年(2010年)の『交流』5月号では、「台湾のアニメ産業」の最新事情を報告したが、今回は台湾政府のデジタルコンテンツ産業全体の振興政策を踏まえた上で、重点分野である電子書籍関連分野の最新動向を7月に台北で関連企業や団体をヒアリングした結果を交えてご報告したい。

## 1 台湾デジタルコンテンツ産業振興政策の最新事情

台湾政府内でデジタルコンテンツ産業を所轄するのは、経済部の工業局の中に2002年6月に設置された「数位内容産業推動弁公室」(Digital Content Industry Promotion Office、略称 DCIPO)である。

行政院の「6大新興産業計画」(ツーリズム、グリーンエネルギー、ヘルスケア、バイオテクノロジー、

農産物、文化創意産業)に基づき、2009年5月に「創意台湾—文化創意産業發展方案」が立案された。ここで言う文化創意産業とは、テレビ番組、映画、ポップミュージック、デジタルコンテンツ、デザイン産業、工芸品のことをいう。

この中で DCIPO が定義するデジタルコンテンツは、以下の8分野を指す。関連作業までコンテンツ産業に含めている点が日本と異なる点がある。

### (主要産業)

- ① デジタルゲーム (PC ゲーム、コンソールゲーム、携帯ゲーム)
- ② コンピュータアニメーション (テレビ・劇場用アニメ、企業宣伝アニメ、ライセンスビジネス)
- ③ eラーニング (教材制作、ソフトウェア開発、プラットフォーム開発)
- ④ デジタル出版&アーカイブ (電子出版、電子辞書、流通プラットフォーム、アーカイブデータベースなど)
- ⑤ デジタルオーディオ&ビデオ (デジタル音楽、カラオケ配信、デジタル映画&テレビ、デジタル放送)

### (関連産業)

- ⑥ モバイルアプリケーション (モバイルコンテンツ、GPS サービス)
- ⑦ ウェブサービス (インターネットコンテンツプロバイダー、インターネットサービスプロバイダー、インターネットデータセンター、インターネットアプリケーションシステム)
- ⑧ コンテンツ・プロセッシング・ソフトウェア (マルチメディアプロダクションツール、DRM、ウェブサイトコンテンツマネジメント)



写真1 胡 迪福氏(經濟部 数位内容産業推動弁公室 組長)

行政院は、台湾をエンタテインメントとマルチメディアにおける世界のトップリーダーへ発展させることをビジョンに、台湾のデジタルコンテンツ産業の発展戦略として、①産業規模を成長させるためのハードウェアとソフトウェアの統合、②海外販売と兩岸産業交流の促進、③創作の多様化と投資の奨励、④産学連携と人材育成の拡大を掲げている。これを受けて、DCIPO は、①産業発展、②人材育成、③市場拡大、④eラーニングとデジタルアーカイブの4つを柱とする様々な活動を行っている。(写真1)

とりわけ近年は、先に掲げたデジタルコンテンツ産業の8分野の中で、デジタル出版に力点を置いている。この部分については本稿の後半で詳述する。

## 2 台湾デジタルコンテンツビジネスの概況

經濟部工業局発行、財団法人資訊工業策進会編纂による「2010 数位内容産業年鑑」によれば、2010年の台湾デジタルコンテンツ産業全体の市場規模は約5225億台湾ドルとされ、前年の4603億台湾ドルと比べて約13.51%の成長を見せた。前述8分野ごとの成長率は、以下のとおりである。

### ①デジタルゲーム

422億台湾ドル (前年比19.2%増)

### ②コンピュータアニメーション

43億台湾ドル (前年比7.5%増)

### ③eラーニング

266億台湾ドル (前年比73.9%増)

### ④デジタル出版&アーカイブ

493億台湾ドル (前年比74.2%増)

### ⑤デジタルオーディオ&ビデオ

451億台湾ドル (前年比7.4%増)

### ⑥モバイルアプリケーション

522億台湾ドル (前年比16.0%増)

### ⑦ウェブサービス

1355億台湾ドル (前年比12.0%増)

### ⑧コンテンツソフトウェア

1673億台湾ドル (前年比1.2%減)

このように、高い成長率を示しているのがデジタル出版&アーカイブ分野(+74.2%)やeラーニング分野(+73.9%)であり、政府が力点を置いている裏づけとなっている。一方、デジタルゲーム分野(+19.2%)やモバイルアプリケーション分野(+16.0%)は引き続き安定した成長を見せているが、コンピュータアニメーション(+7.5%)やデジタルオーディオ&ビジュアル分野(+7.4%)は伸び悩んでおり、てこ入れが急務となっている。

なお、台湾政府が主催するコンテンツに特化したイベントとしては、2009年から始まった「デジタルタイペイ (Digital Taipei)」がある。このイベントは台湾をアジアのデジタルコンテンツビジネスの中心、特に「The Gateway to the Greater China!」のキャッチフレーズが示すように中国語圏への入り口と位置づけたものである。(写真2)具体的には台湾の様々なデジタルコンテンツ&サービスをグローバルにプロモーションする企業出展ブースのほか、中国から出展企業や参観者を招いて商談会や交流会、フォーラムを開くことである。(写真3)3回目となる今年は10月27日から28日まで開催が予定されている(公式サイ



写真2 Digital Taipei 2010 の展示会場の様子



写真3 Digital Taipei 2010 の两岸フォーラムの様子

ト：<http://www.dgtaipei.tw/>）。

### 3 台湾電子書籍ビジネス事情

前述したとおり、2010年の台湾の電子書籍&アーカイブ分野の市場規模は前年比74.2%増の約493億台湾ドルとされている。この74.2%増という数字は世界的に高まる電子書籍産業のトレンドと軌を一にするものである。

実際、冒頭に述べたとおり、世界に流通する電子書籍端末やタブレットPCのほとんどが台湾企業の製造によるか、台湾企業の海外工場で製造されたものであり、ことハードウェアに関して言えば、台湾が世界の電子書籍市場で果たしている役

割は大きい。

ところが、本稿のテーマであるコンテンツについて言えば、多くの台湾の出版社や中華電信などの通信大手が電子書籍販売サービスを展開しているにもかかわらず、台湾の電子書籍市場は先行するアメリカや日本、さらに急成長を遂げている中国の市場と比べても非常に小さく、また今後の成長を阻害する要因が多い。

その最大の要因が、コンテンツの少なさである。人口約2300万人にすぎない台湾市場で出版ビジネスを行うのはもともと困難であり、多くの台湾の出版社は日本や欧米の出版社から版權を買い取って、中国語（繁体字）へ翻訳して出版している。実際、ベストセラーの多くは海外の翻訳もので占められており、台湾の出版業界は翻訳ものへの依存度が高い。ところが、これら翻訳ものを電子出版化する権利は台湾側ではなく、オリジナル版を出版した海外の出版社にあり、権利取得に複雑なプロセスを踏まなくてはならないため、台湾の電子書籍市場で流通するコンテンツは非常に限られたものとなっている。

また、現在のところ、台湾の消費者の電子書籍に対する関心は世界的に見ても決して高いとは言えない。たとえば、ボストンコンサルティンググループが2010年12月に世界16カ国・地域の1万4000人の消費者に対して実施した「電子書籍リーダー端末の認知度」調査によると、電子書籍リーダー端末について「ある程度知識がある」「かなり知識がある」「すでに持っている」と答えた回答者の割合は中国が最も高く73%だったのに対し、台湾は16カ国・地域中10位の50%に止まり、日本（第3位68%）やアメリカ（第4位67%）、韓国（第5位59%）にも大きく引き離された。そのほか、台湾の政府系シンクタンク財団法人資訊工業策進会が2010年に行った「台湾民衆電子書閲読現況と市場商機報告」を見ても、電子書籍の認知度は「電子書籍を聞いたことがあるが使ったこ



とはない」(63.6%)、「電子書籍がどのようなものなのかまったくわからない」(26.6%)に対し、「電子書籍について十分に理解し、他人に操作方法や使用体験を説明できる」と答えたのはわずか2.7%という結果になっている。

このように、国内市場が未発達なため、台湾の電子書籍関係各社は、他のデジタルコンテンツ分野と同様、国内市場よりも海外市場、とりわけ現在は中国や他の華人市場向けのビジネスを志向する姿勢が強い。

日本の出版業界も今後の中国市場進出を見据えて、台湾との連携強化に乗り出している。日本の大手出版社34社を中心に2010年3月に発足した「日本電子書籍出版社協会」は同年7月に小学館や講談社、文藝春秋、中央公論新社などの幹部からなる訪台団を派遣し台湾の端末メーカーと協力関係を探った。同訪台団はこのとき馬英九総統とも面会し、馬総統は中台間の経済協力枠組協議(ECFA)の対象に電子書籍を盛り込む考えを示した。とりわけ、講談社は2011年2月に台湾の出版大手「城邦メディアグループ」と業務提携を行い、書籍や雑誌などの自社コンテンツを中国語化して、台湾経由で中国や他の華人市場向けに配信する構想を表明している。

#### 4 台湾電子書籍関係者ヒアリングレポート

以下は台湾の関係各社や業界団体に今回(2011年7月)ヒアリングした結果である。

##### (1) エイサー

台湾を代表するITベンダー。自社製PCの付加価値をつける目的で、電子書籍の分野に2004年7月にアメリカの電子雑誌販売サービス「Zinio」と提携する形で参入。Zinioの中国や香港市場を含んだ中華圏の代理店として現在までに中国語版雑誌100種類(例:『商業週刊』『天下雑誌』『経理人』)を販売し、累計販売部数は26万冊を達成。(写真4)(写真5)



写真4 徐正隆氏(エイサー 電子出版サービスプラットフォーム部 経理)



写真5 エイサーが運営するZinioのサイト画面

##### (2) 拾一本数位文化股份有限公司 BOOK11.com

液晶パネルを中核とする奇美(Chimei)実業グループの一社として2009年6月創業。電子書籍の翻訳・制作・取次・販売事業を行う。日本の出版社のコンテンツを中国語化して世界中の中国語読者(中国13億人、台湾2300万人、香港・マカオ820万人、東南アジア&その他800万人)に配信するビジネスを行う。同様のサービスを行っている台湾の競合会社には、台湾通信最大手の中華電信が運営するHamiや大手ITベンダーBenQが運営するeBookTaiwanなどがあるが、PCや各社の電子書籍端末、iPhoneなどアップルのデバイス、アンドロイドなどあらゆるデバイスに対応することで優位性を持っている。すでに日本の電子書店パピレスと提携し、主にBL(ボーイズラブ)



写真6 李 佳翰氏 (BOOK11 版權国際合作開発 協理)



写真8 翁 嘉宏氏 (台湾数位出版聯盟協会 秘書長、尚美読書網路股份有限公司 總經理)



写真7 BOOK11のサイト画面

系やレディースコミックスの提供を行っているが、これらの分野を選んでいるのは電子化の権利がとりにくい外国製コンテンツの中で比較的権利がとりやすく、なおかつまだ知られていないコンテンツが多いため独自性を出せるという戦略からだという。そのほか、日本の朝日新聞や携帯コンテンツ会社 menue、Boiled Eggs などとも提携関係にある。(写真6)(写真7)

### (3) 台湾数位出版聯盟協会 (Association of Taiwan Digital Publishing Alliance)

食品メーカーとして知られる義美 (I-mei) グループが環境保護活動の一環として社内誌の電子化を進めたことをきっかけに、中小出版社の電子化サポートのために2008年に7月30日に設立。台湾の7大出版業界団体のうち4団体(台北市出版商業同業公会、中華民國図書発行協進会、中華

民国図書出版事業協会、財団法人中華出版基金会)と台湾英字新聞が共同設立発起人である。会員出版社は現在約1000社。電子化の資金やノウハウに乏しい中小出版のために定期的に勉強会を開催している。下記の台湾数位出版聯盟とは政府支援の獲得の際にはライバル関係となる一方、業界の発展のための共同でイベントを行うこともあるという。(写真8)

### (4) 台湾数位出版聯盟 (Taiwan Digital Publishing Forum)

2008年7月7日に設立されたもう一つの業界団体。前述の台湾数位出版聯盟協会が主に中小規模の出版社で構成されているのに対し、比較的規模の大きな出版社および端末メーカーや電子書籍販売会社など100社で構成されている。

現在の理事長は台湾を代表する出版大手「城邦メディアグループ」(cite) CEOの何飛鵬氏。城邦は複数の出版社やゲーム会社、インターネット会社からなるグループであり、単行本以外に約40種類の雑誌を発行している。何氏自身もジャーナリスト出身で『商業週刊』などの発行人を務めたり、多数の著書を執筆するなど、台湾を代表する出版人の一人である。以下、今回のヒアリング内容を下記に記す。(写真9)



写真9 何飛鵬氏（台湾数位出版聯盟 理事長、城邦文化事業股份有限公司 CEO）

Q 聯盟の設立目的は何か？ また会員企業数は？

A 出版社を中心に、エイサーやHTCなどの電子書籍端末メーカーやソフトウェア会社、中華電信などの通信会社、放送局など業界に影響力の強い100社あまりからなる。電子書籍という新しい生活スタイルや文化に対し、上流（端末メーカー）から下流（出版社）までの各プレイヤーが互いの利益配分をいかに適切にしていけるかを話し合うのが主たる目的だ。政府からも支援を受けている。

Q 現在の台湾の電子出版市場の状況はどうか？

A 非常に小さい。コンテンツが少ないし、デバイスの普及もまだまだ遅れている。現在キンドルなどの電子書籍端末やiPadなどのタブレット型PCを合わせた普及台数は20万台にすぎないが、今後は30~40万台が見込まれる。また、台湾では日本と違って携帯電話で書籍を読む習慣が定着しておらず、中国と比べても低い。この状況を打開していかに台湾に電子書籍を根づかせるのも聯盟の使命である。

Q では、中国の電子出版市場をどう考えている

か？

A 今年7月に北京で行われた電子書籍フォーラムに招待され講演もしてきた。中国の伝統的な出版社は電子書籍に対して保守的な姿勢であり、むしろ漢王や盛大、中国移動などのIT関連会社がイニシアチブをとっている。海賊版などの違法コンテンツが多く、出版社から政府に対して対策を求める声が強まっている。キンドル型のモノクロタイプの端末は価格が800元（人民元）を切るものが始まっており、急速に普及が始まっている。

Q では、中国のほうが台湾より先に電子書籍の市場が出来上がりつつあると見るか？

A 中国は人口も多いので確かに市場が出来上がりつつある。ただし、業界の秩序がない。海賊版の問題もそうだが、利益の配分も疑問だ。たとえば中国移動の場合、1つのコンテンツに対する売上のうち、制作会社の取り分よりも通信会社の取り分のほうが多い。これは健全だとは思わない。端末の普及台数はもうすぐ300万台になり、電子書籍を読む習慣は着実に根づき始めているが、読まれているコンテンツの多くは海賊版や違法ダウンロードによるものだ。

Q 講談社と城邦との提携が発表されたがそのいきさつは？

A 提携内容については現在協議中なので詳しい話はできない。基本的には講談社の持つ様々なコンテンツを台湾で中国語化し、台湾から中国や華人圏へ発信していく形になると思う。これまでお互いに長いビジネス上のつきあいがあり、その中で自然に生まれた話なので、どちらかが主体的に働きかけたということではない。

Q 電子書籍における日本と台湾のコラボレーションの可能性をどう考えているか？



A これまでも出版業界における日台の関係は非常に密接だった。書籍や雑誌、コミックなど日本から台湾に入ってきたコンテンツは膨大である。今後中国語化やデジタル化の部分で台湾が日本にとって頼りにできるパートナーとなるのは間違いないと思う。ただし、お互いの利益配分をどうするかが課題だ。すでに我々の聯盟は日本の電子書籍出版社協会とパートナー関係にあり、ロイヤルティの配分などいろいろな分野で協議を進めている。共同で中国市場へ進出することももちろんテーマの1つだ。

Q 日台提携での中国進出について何か障壁はあるか？

A まだはっきりは見えてない。今後の展開で見えることもあるかと思う。共同で中国のブックフェアに出展する可能性もあるだろう。

Q 何さんが理事長を務める聯盟は日本の中小の出版社のサポートも行うのか？

A 規模の大小に関係なく、お互いに協力できる場所があればどこでも協力していきたい。

## 5. 最後に

以上、台湾の電子書籍ビジネスの最新事情について様々な観点から述べてきた。これまでの出版ビジネスにおける日台関係は、日本=コンテンツの提供者、台湾=コンテンツの消費者というのが主たる図式であったが、電子書籍については台湾の持つハードウェア（端末）生産能力や中国語化能力などの面で対等な関係の構築が可能と言える。

台湾と同じ中国語を使い同じ文化圏にある中国では、ここ1~2年、予想を超えるスピードで急速に電子書籍の市場が立ち上がりつつある。もちろん、何飛鵬氏のコメントにもあるように違法コンテンツが跋扈し、コンテンツ制作側への十分な利益配分も行われていない過渡期の状態であると言えるが、国内市場の縮小に悩む日本の出版業界にとっても中国市場の開拓は急務である。その意味で、中国と同じ言語・文化的背景を持つ一方、日本の出版コンテンツにも慣れ親しみ、ビジネス経験も長きにわたる台湾企業は、海外ビジネスノウハウの乏しい日本の出版社にとって有力なパートナーになりうるであろう。今後のさらなる関係強化が期待されるところである。