

# 音声コンテンツ

## グローバル版：オーディオブックとポッドキャストの隆盛



デロイトは、2020年には世界のオーディオブック市場は前年比25%増の35億ドル規模に成長すると予測している。オーディオブックだけではなく、ポッドキャストも音声フォーマットとして人気が高まっている。2020年の世界のポッドキャスト市場は30%増の11億ドルに達し、初めて10億ドルを上回ると試算される<sup>1\*</sup>。オーディオブックやポッドキャストがニッチな位置づけを超えて成長し、独自の市場としての地位を確立しつつあることは明らかだ。

### オーディオブックとそのリスナー：継続的な成長

米国のオーディオブック市場は世界最大の市場で、2020年には15億ドルに達すると予測され、今後数年間は毎年20%から25%のペースで成長すると見られている。それに続くのは中国の市場で、2017年の4億5000万ドル規模から2020年には約10億ドルに拡大すると推計されている<sup>2</sup>。

この2カ国以外では、市場はより初期の段階にあると考えられる。様々な情報源から集められたデータによると、北欧4カ国におけるオーディオブックの年間売上は約1億ドルである<sup>3</sup>。イギリスのオーディオブック市場は2018年に約8500万ドル<sup>4</sup>、イギリスを含むヨーロッパ全体の規模は約5億ドルとの数値もある<sup>5</sup>。これらの市場推計値に基づくと、世界のオーディオブック市場における35億ドルの試算規模は妥当であり、その7割以上を米国と中国が占めていると考えられる。

長期的にみると、オーディオブック市場の二桁成長は、2020年の25%増という急激なペースからやや減速したとしても、今後も続く予測される。その際にはスマートスピーカーの普及と、毎月の定額課金でサービスを提供するストリーミング・ブック・オンデマンド(SBOD)モデルが牽引役となる可能性が高い。世界的に見た場合、米国や中国の水準に他の国や地域が追いつくにつれて、市場の成長が加速することが想定される。

オーディオブックの消費傾向は、地域やデモグラフィックによって異なる

\*【2020年4月 COVID-19の影響を踏まえた予測値アップデート】

オーディオブック市場は40億ドル規模に拡大する一方、ポッドキャストは10億ドルを下回る。

COVID-19の影響による外出制限・ロックダウンに伴い、特に子ども向けのオーディオブックなどの需要が拡大している。一方、通勤者が減少することにより、移動中の車等でのポッドキャスト聴取が減少している。ポッドキャストの収益源である広告費も全体として落ち込んでいる。

だろう。たとえば2019年には、米国のオーディオブック聴取者の74%が車の中でオーディオブックを聴いていたという調査結果がある<sup>6</sup>。通勤・移動時間が長い国ほど、オーディオブックによる収益、市場成長率、事業機会が大きくなる可能性がある。また、各国で子供向けのオーディオブックが市場の一定割合を占めているとのデータもあり<sup>7</sup>、規模拡大のポイントになるかもしれない。現在の成長率ベースでみると、オーディオブックの収益は2023年頃までに電子書籍を追い越すほどの軌道に乗っている。

### ポッドキャストと収益化の問題

2020年のポッドキャスト市場規模の予想値は10億ドル強であるため、現時点では他の既存メディアと比較できるほどの規模には達していない。しかし、もし過去数年の高い市場成長率が将来的に続けば、ポッドキャストは2025年までに33億ドル規模のビジネスになる可能性がある<sup>8</sup>。しかし、その実現のためには、ポッドキャスト産業が世界的にさらに拡大し、新しいリスナーを獲得し、そして最も重要なこととして、その広いリスナー基盤をもとに収益を生む必要がある。

ポッドキャストのビジネスモデルでは、広告とスポンサーシップ、サブスクリプション、イベント・商品との連動、コンテンツマーケティング、ブランドコンテンツの契約、そして個々のリスナーからの寄付など、複数の収入源がある<sup>9</sup>。こうしたさまざまな収入の可能性を考えると、ポッドキャストの収益化に問題はないように見えるかもしれないが、しかしそこには未だ様々な課題がある。具体的には、ポッドキャストの広告費がラジオと比較して低い点や、無料で提供されるポッドキャストのコンテンツの質が高い中でどのように有料課金するリスナーを獲得するか、といった点の解決策が求められている。

### 企業のポッドキャスト戦略

ポッドキャストをマーケティング、ブランド構築、トレーニング、およびリクルートのための手段として有用であると捉えるなら、あらゆる種類の企業において、その顧客や現在および将来の従業員のためにも価値を創造する、ひとつの産業として見ることもできるかもしれない。

2019年の時点で、企業によるポッドキャストはすでに主流になっている。Fortune 500 (フォーチュン誌が選ぶ収益上位500社)の上位25社のうち、17社(68%)が自社のウェブサイト上でポッドキャストを提供している<sup>10</sup>。企業が主体的に制作するポッドキャストには、主に3つの用途がある。1つ目はマーケティング目的で、自社の有する知識を示し、専門知識を披露し、対外的に自社ブランドを構築することに主眼を置いている。2つ目は社内教育のサポートで、eラーニングのコンテンツを配信する方法のひとつとしてポッドキャストを採用している。最後に、多くの企業がポッドキャストを採用ツールとして使用している。

一般的にポッドキャストの制作費が安いことを考えると、企業主体のポッドキャストの投資収益率(ROI)は、かなり高くなると考えられる。オーディオ録音機器や技術は一般的に安価で、ビデオやオーディオブックに比べるとポッドキャストの編集は比較的簡単なため、一つの企業につき毎年何百ものエピソードを録音できる。

ポッドキャスト聴取者全体のデモグラフィックを考慮した際、企業ポッドキャストの成長率は、企業コンテンツではないポッドキャストの成長率をはるかに上回ると予想される。ポッドキャストをよく聞くタイプの人々(キャリアに就いている高学歴の若年層)は、企業が自社の見込み顧客としても、将来的な従業員候補としても望ましいと考える層でもある。ポッドキャストの聴取者層は多くの事業者にとって魅力的なオーディエンスとなりうる。

## BOTTOM LINE

- オーディオブックを出版している企業にとって、2020年以降のオーディオブック市場の成長見通しは、間違いなく良いニュースだろう。しかし、リスナーと収益を効果的に獲得するためには、どのタイトルをオーディオブックとしてリリースするかだけでなく、ターゲットとする聴取者層の特性を考慮した形で何本、何回リリースするかについても決める必要がある。オーディオブック化されるタイトルの割合は今後さらに増加すると予想される。
- ポッドキャスト市場では、過密化する市場でコンテンツを差別化するためにキュレーションが本格化する可能性がある。その結果、市場全体でのポッドキャストの数は少なくなるものの、質は高くなる可能性が高い。また、質が担保できず聴取者や広告を獲得できないといった観点で、ユーザー生成型ポッドキャストが減少する可能性も指摘されている。
- オーディオブックもポッドキャストも、スマートスピーカーの普及が伸びていることの恩恵を受ける可能性がある。スマートスピーカーは、オーディオブックおよびポッドキャストのリスナーとの親和性が高く、米国のスマートスピーカー所有者の66%が、毎週スマートスピーカーで少なくとも一つのオーディオブックまたはポッドキャストを聞いているとの調査結果もある<sup>11</sup>。
- ポッドキャストとオーディオブックが通勤中にラジオのような機能を提供していることを考慮した場合、ラジオ事業者は、オーディオブックやポッドキャストの市場拡大傾向を注視する必要があるかもしれない。

1. A podcast is an episodic series of digital audio files that a user can download or stream. The term “podcast” may also refer to an individual component of such a series.
2. Xinhua, “Audiobooks, e-books lift China’s book industry,” Straits Times, August 7, 2018.
3. Ed Nawotka, “Sweden’s Storytel continues its global expansion,” Publishers Weekly, May 17, 2019.
4. Mark Sweney, “New chapter? UK print book sales fall while audiobooks surge 43%,” Guardian, June 25, 2019.
5. Porter Anderson, “Books heard ‘round the world: A new survey of international audiobook markets,” Publishing Perspectives, April 11, 2019.
6. Audio Publishers Association “New survey shows 50% of Americans have listened to an audiobook,” press release, April 24, 2019.
7. Ed Nawotka, “Bologna 2019: Audiobook sales show global growth,” Publishers Weekly, April 11, 2019.
8. Assuming 25 percent annual growth.
9. Wenbin Fang, “How do podcasts make money in 2019? Here are 8 intriguing ways,” Listen Notes, August 9, 2019.
10. Deloitte analysis of the Fortune 500 list.
11. Nielsen, Q1 Nielsen total audience report, July 1, 2019, p. 13.

#### グローバル版本文

The ears have it: The rise of audiobooks and podcasting

<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions/2020/rise-of-audiobooks-podcast-industry.html>