

出版の現状と今後

2019-09-17

MG6256 あすか

目次

1. 出版物の定義
2. 出版業界の現状
3. 出版の問題点
4. 出版の今後
5. 謝辞
6. 参考文献

まえがき

近年、紙媒体の書籍の売上は低下し、出版社、印刷会社、書店など多くの業界に影響を与え、衰退傾向にある。この論文では出版業界の現状と問題点から衰退傾向にある原因を考える。その結果から今後出版業界がどうなっていくのかについて論じる。

1. 出版物の定義

書籍の定義

文字、図録、写真などについて、伝達を目的として表現した内容があること
[14]。

内容が紙葉に印刷されていること[14]。

紙葉がバラバラにならないようひとまとめにされ、製本によって中身と表紙がそ
ろっていること[14]。

ある程度の分量があること[14]。

雑誌の定義

一定の編集方針のもとに種々の原稿を集め、ふつう週以上の感覚で定期的に刊行
される、原則として仮綴じ冊子形態の出版物[14]。

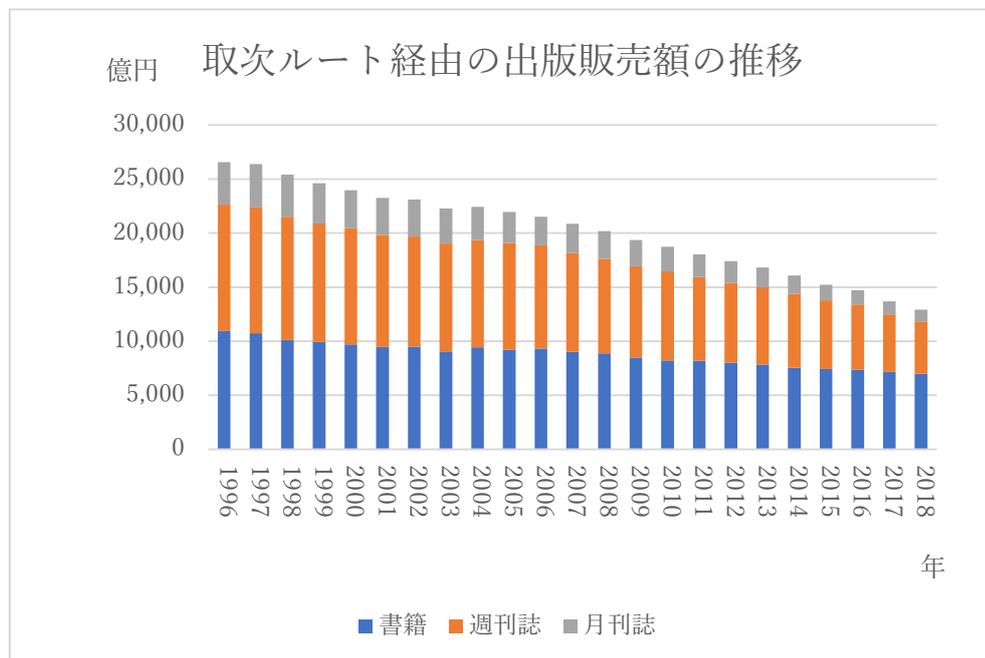
雑誌の区分

週1回定期刊行される雑誌を週刊誌、週刊誌以外の雑誌(旬刊・月2回刊・隔週
刊・月刊・隔月間・季刊・不定期刊誌及びムック・雑誌扱いコミックス本)を月刊
誌とする。

2. 出版の現状

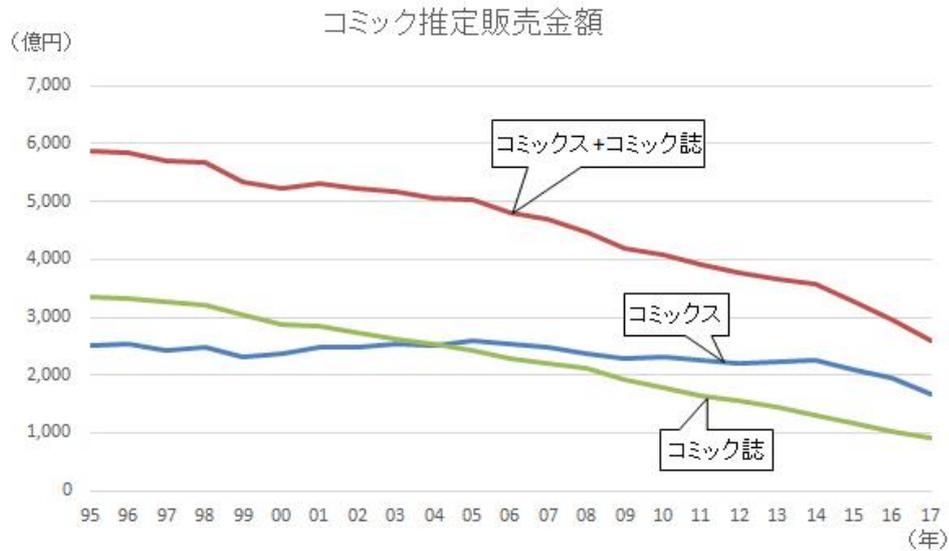
出版業界の急激な縮小傾向。書籍・雑誌の推定販売金額はピーク1996年の
26,564億円からマイナスが続く。2018年は推定販売金額が12,921億円であり、
1996年と比べると2/3以下である。対前年増減率は14年連続マイナスと厳しい状

況が続いている。2018年総販売額12,921億円の内訳は、書籍は54.1%で6,991億円、雑誌は45.9%で5,930億円。雑誌の内訳は、月刊誌は37.5%で4,844億円、週刊誌は8.4%で1,086億円である。書籍も雑誌もマイナスが続くが、対前年増減率をみると、ここ5年間で書籍が0.7~4.0%減に対し、雑誌は5.0~10.8%減。特に2017年10.8%減、2018年9.4%減と急激に減少している。



月刊誌をジャンル別にみると、月間定期誌、ムック、コミックス（単行本）ともに減少している。コミックスは2018年上半期約15%減と激減していたが、4月に海賊版サイト「漫画村」の閉鎖し、4月以降講談社や集英社など大手出版社が主要レーベルの新刊の価格を順次値上げ。また、1話ずつ読ませる“話売り”や無料試し読みなど、集客のためのキャンペーンを積極的に行ったり、映画化作品のヒットが続くなど下半期に上向いて、減少幅は縮小した。





書籍はベストセラー商品の有無によって年間の販売実績の変動は大きい。

1996年10,931億円から2018年は6,991億円と縮小している。対前年増減率の増減幅は雑誌よりも小さい。2018年は前年比2.3%減と減少幅は縮まったが冊数ベースで見ると3.4%減と金額以上に落ち込みが大きい。文庫本の大幅減が毎年続いている。新刊点数を抑制し、効率的な販売を模索する文庫出版社が増えているが年々文庫本離れが進んでいる。定番人気作家作品や映画作品以外は不振、という状況が続いた。

一方で児童書やビジネス書が微増。またプロモーションを強化した書籍が爆発的に売れる傾向がある。特にテレビの情報番組の訴求力は高い。

電子書籍市場は2014年1,114億円から2018年は2,479億円と約2.2倍になり、5年間で大きく成長した。毎年販売額は増加しているが、対前年増減率で見ると増加幅は減少している。2018年電子書籍市場の内訳は、電子コミックが1,965億円、電子書籍が321億円、電子雑誌が193億円で電子コミックのシェアが

79.3%である。対前年増減率は電子コミックが14.8%、電子書籍が10.7%増加したが、電子雑誌が9.8%減となった。成長を続けていた電子雑誌は2018年に初めて前年割れとなった。

紙の出版市場と電子出版市場を合算すると、1兆5,400億円、前年比3.2%減。紙のみの市場は同5.7%減であり、落ち込み幅は2.5%抑えられた。

3. 出版の問題点

流通システムの出現。

輸配送問題の深刻化。雑誌市場減少に伴う業量の減少、運賃の値上げ、ドライバー不足。

2018年は取次会社が雑誌の運賃負担の要請や書籍正味の改定を出版社に求め、本格的に交渉を開始。

雑誌の広告収入の低下。

また出版社のコスト見直しのなかで、出版物に売上スリップを入れずに出荷するスリップレスの動きが進み、約40社の出版社が導入。

4. 出版の今後

5. 謝辞

6. 参考文献

7. [1]湯浅俊彦, 電子出版学入門: 出版メディアのデジタル化と紙の本のゆくえ<改

訂3版>, 出版メディアパル, 2013-03-10

[2]柳本浩市, 共創がメディアを変える: コミュニケーションで紡ぐ新しい電子出版, 中村堂, 2014-12-10

[3]沢辺均, 電子書籍の制作と販売: 出版社は、どう作り、どう売るのが、ポット出版, 2018-03-30

[4]野口武悟, 電子書籍アクセシビリティの研究: 視覚障害者等への対応からユニバーサルデザインへ

[5]日本の出版統計, 公益団法人全国出版協会, 閲覧日 2018-09-19

<https://www.ajpea.or.jp/information/20180226/index.html>

[6]日本の出版統計, 公益団法人全国出版協会, 閲覧日 2019-09-12

<https://www.ajpea.or.jp/statistics/index.html>

[7]平成29年度版 情報通信白書, 総務省, 閲覧日 2018-09-25

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc262110.html>

[8]大河原 克行, 絶版本も買える。必要ときだけ製本するアマゾンの「プリント・オン・デマンド」の仕組み, 2018-09-13, 閲覧日 2018-09-24

<https://pc.watch.impress.co.jp/docs/news/1142921.html>

[9]小田光雄, 出版状況クロニクル, 論創社, 2009-05-15

[10]小田光雄, 出版状況クロニクルII, 論創社, 2010-07-15

[11]小田光雄, 出版状況クロニクルIII, 論創社, 2012-03-25

[12]小田光雄, 出版状況クロニクルIV, 論創社, 2016-05-20

[13]小田光雄, 出版状況クロニクルV, 論創社, 2018-05-20

[14]出版辞典, 出版ニュース社, 1971 年刊行

[15]「雑誌」の定義と出版統計, 公益団法人全国出版協会 コラム, 2006-09-11

[16]堀川嘉一, 出版指標 年報 2019 年度版, 公益社団法人 全国出版協会 出版科学研究所, 2019-04-25