

印刷業界の新技术情報を三美印刷がお届けするメールニュース

## sanbi-i-com (No.176)

## 電子出版市場の成長

## 音楽市場との類似と相違

電子出版が国内出版市場全体の約 4 分の 1 を占めるに至りました。この勢いで紙と電子は逆転するのでしょうか？「逆転する」という見方をする人がよく引き合いに出すのが、音楽市場における CD と配信の逆転です。

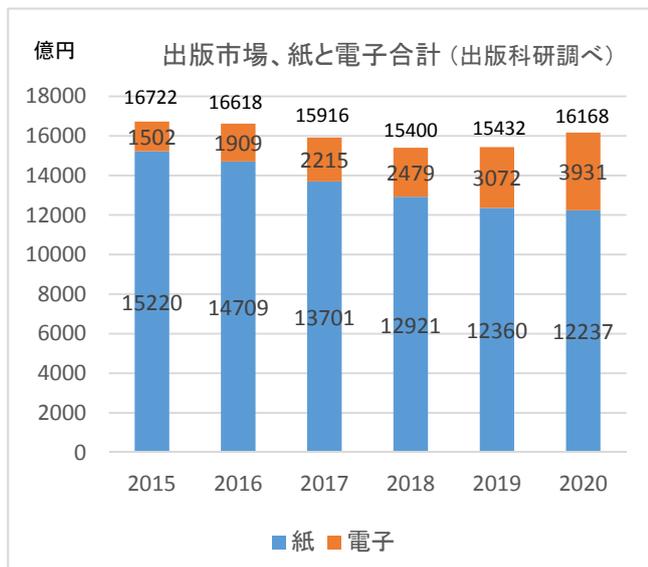
## 1. 2020 年の国内出版市場：電子の占有率は約 4 分の 1

出版科学研究所(以下、出版科研と略)より、2020 年の国内出版市場の推定が発表されました。

<https://www.ajpea.or.jp/information/20210125/index.html>

以下のグラフの通り、紙は前年の 12360 億円から 1.0%減の 12237 億円でしたが、電子出版が 3072 億円から 3931 億円へ+28.0%の大幅増となり、全体では 15432 億円から 4.8%増の 16168 億円でした。

電子の占める割合は  $3931 \div 16168$  で **24.3%**です。

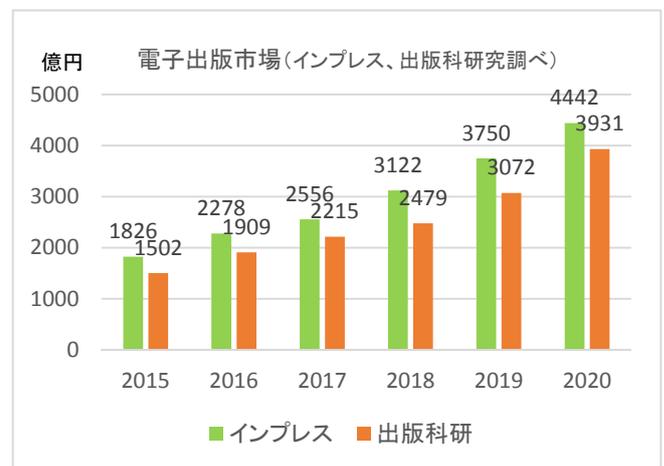


電子出版市場の調査といえば、昔からインプレスによるものが有名ですので、そちらの数字も見てみましょう。出版科研よりも金額は大きめです。

<https://research.impress.co.jp/topics/list/ebook/612>

出版科研の集計期間は年(1~12月)、インプレスは年度(4~3月)なので、インプレスの 2020 の 4442 億円はまだ予測値の段階ですが、期間の違いを無

視して、この 4442 億円を前述の出版科研の 16168 億円で割ると、電子の占有率は  $4442 \div 16168 = 27.5\%$  となります。



## 【実態に近づけるための補正計算】

ただし、出版科研の紙の額 12237 億円は、取次ルート経由の出版物が対象なので、出版社とアマゾンの直接取引分や、「日経ビジネス」のような読者への直販分が入っていません。これら非取次ルート分の額は統計がないため不明ですが、取次ルートの 1 割程度と見れば紙の市場は  $12237 \times 1.1$  で 13461 億円、2 割程度と見れば 14684 億円となり、これらに上記の 4442 億円を足すと国内出版市場全体は 17903 億円、19126 億円となります。電子の占有率は、それぞれ **24.8%**、**23.2%** となりますので、**約 4 分の 1 が電子である**と見て概ね間違いなさそうです。

## 2. 近い将来に紙と電子の逆転はあるか？：インプレスの予測

コミックに限れば、出版科研調査では2019年に既に電子が紙を上回っています。では、今後コミックだけでなく文字ものの電子書籍も伸びて、出版市場全体の紙と電子の逆転は起こるのでしょうか？

インプレスによる2020年度～2024年度の電子出版市場の予測値は下表の通りです。右肩上がりの成長予測ですが、まだまだこの程度の数字では、先述

の国内出版市場全体の額と比べると、2024年度までの逆転は難しいでしょう。インプレスは、紙も含む市場全体を予測している訳ではありませんが、今のところ、近い将来での逆転はないと見ています。

2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
4442億円	4812億円	5124億円	5398億円	5669億円

## 3. 「音楽におけるCDと配信」との類似と相違

「逆転する」と言う人がよく引き合いに出すのが、世界の音楽市場におけるCDから配信への移行による売上の逆転です。日本の音楽市場は特殊で、今でもCDやDVD等の物理メディアでの販売(以下、代表してCDと表します)が主流ですが(日本レコード協会の統計によれば、2019年のシェアはCDが約4分の3、配信が約4分の1)、世界全体では、2014年～2015年頃に逆転済みです。2019年に至っては、日本とは逆に、CDが約4分の1、配信が約4分の3になっています(IFPI-国際レコード産業連盟の統計)。

紙の本も物理メディアであり、電子書籍も配信ですので、確かにこの点で紙とCD、電子書籍と音楽配信は似ています。そこだけを見れば「紙と電子も逆転する」と思うのも無理はありません。しかしながら、下表に示す通り、「音楽におけるCDと配信」と「書籍における紙と電子」には明白な相違点があります。

		入手手段	データ種類	最終出力デバイス
音楽	CD	物理メディア	デジタル	スピーカー、イヤホン/ヘッドホン
	配信	通信		
書籍	紙書籍	物理メディア	アナログ	紙面
	電子書籍	通信	デジタル	画面(ディスプレイ)

### ●音楽CDと音楽配信

- ①入手手段が異なる(物理メディアと通信)
- ②データ種類が共通(どちらもデジタル)
- ③最終出力デバイスが共通(スピーカー等)

### ●紙書籍と電子書籍

- ①入手手段が異なる(物理メディアと通信)
- ②データ種類が異なる(アナログとデジタル)
- ③最終出力デバイスが異なる(紙面と画面)

紙と電子書籍は最終出力デバイスが異なるので、ユーザ体験も異質のものになります。一方の音楽CDと配信はスピーカーやイヤホンといった出力デバイスが共通であり、「音を聞く」というユーザ体験自体に本質的な違いはありません。

書籍側から見れば、CDと配信は同類の似たもの同士です。なんとなれば、電子書籍はCDに入れて売ることも可能ですので、それも表に書き加えれば、以下のようになります。音楽におけるCDは、書籍で言えば、紙相当ではなく、もともと電子書籍相当の一種であることが、お分かりいただけると思います。

		入手手段	データ種類	最終出力デバイス
音楽	CD	物理メディア	デジタル	スピーカー、イヤホン/ヘッドホン
	配信	通信		
書籍	紙書籍	物理メディア	アナログ	紙面
	電子書籍/CD	物理メディア	デジタル	画面(ディスプレイ)
電子書籍/配信	通信			

音楽ではアナログのレコードですら最終出力デバイスは共通ですので、音楽で紙の書籍にぴったり当てはまるものはありません。

「音楽CDと配信が逆転したのだから、紙書籍も電子に置き換わる」というのは、似ていないものによる粗雑な類推だと言わざるを得ません。筆者には、ディスプレイの技術によほどのブレークスルーでも起こらない限り(現行技術の延長線上の改善、改良程度では)、電子が紙を逆転できるとは思えません。

(第176回：2021年2月9日)