



An impress Group Company

各 位

2018年7月24日
株式会社インプレス

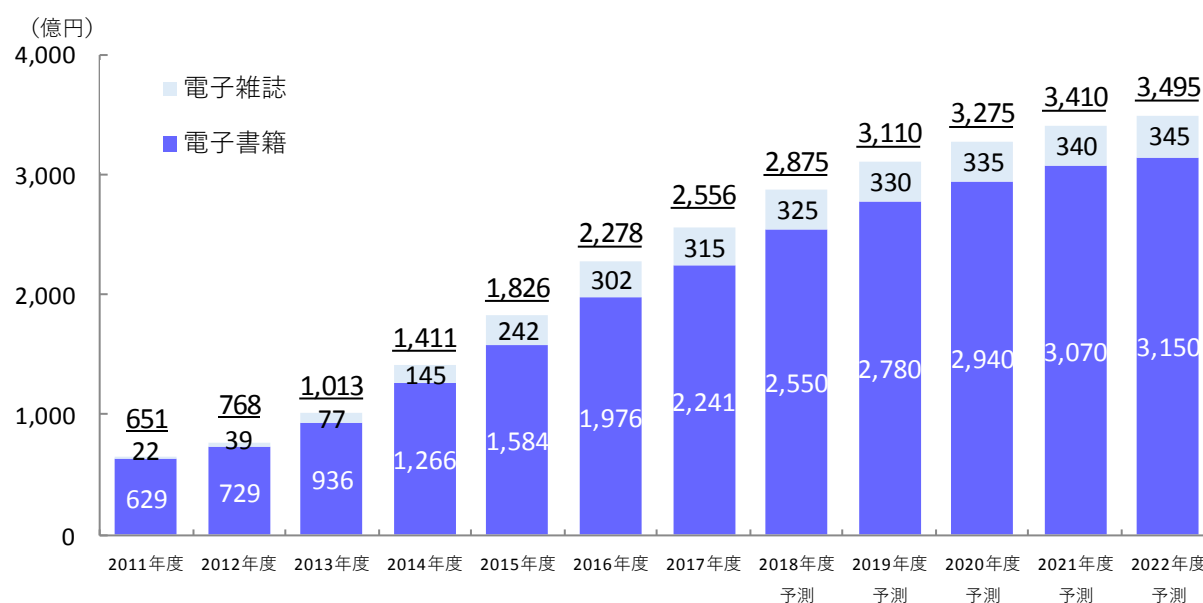
2017年度の市場規模は電子書籍、電子雑誌合わせて2500億円を突破！
2022年には3500億円規模に
『電子書籍ビジネス調査報告書2018』7月30日発売

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小川 亨）のシンクタンク部門であるインプレス総合研究所は、電子書籍市場の動向を調査し、電子書籍に関する調査結果を発表いたします。また、本調査結果の詳細は、新産業調査レポート『電子書籍ビジネス調査報告書2018』（<https://book.impress.co.jp/books/1118501010>）として発行し、2018年7月30日（月）に発売（予約受付中）いたします。

本調査は、「出版社」「電子書籍ストア」「取次事業者」「通信事業者」「ポータルサイト」「コンテンツプロバイダー」「インターネット広告事業者」等の主要な電子書籍関連事業者へのヒアリング調査、ユーザーへのアンケート等を分析したものです。なお、本調査報告書は電子書籍ビジネス黎明期の2003年に第1号目を発行し、今年で16年目を迎えます。

■2017年度の電子書籍市場規模は前年比13.4%増の2241億円、電子雑誌市場規模は前年比4.3%増の315億円

2017年度の電子書籍市場規模（※1）は2241億円と推計され、2016年度の1976億円から265億円（13.4%）増加しています。電子雑誌市場規模（※2）は315億円（対前年比4.3%増）と推計され、電子書籍と電子雑誌を合わせた電子出版市場は2556億円になりました。2018年度以降の日本の電子出版市場は今後もゆるやかな拡大基調で、2022年度には2017年度の1.4倍の3500億円程度になると予測されます。

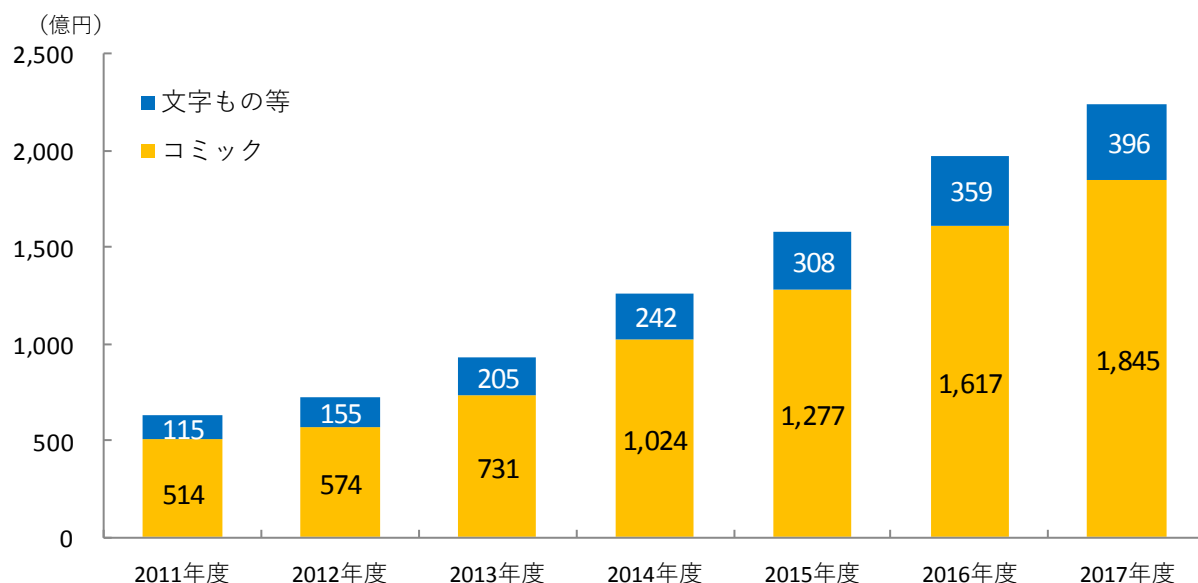


【図表1. 電子書籍・電子雑誌の市場規模予測】

- ※1 電子書籍の市場規模の定義:電子書籍を「書籍に近似した著作権管理のされたデジタルコンテンツ」とし、配信された電子書籍(電子書籍、電子コミック等)の日本国内のユーザーにおける購入金額の合計を市場規模と定義。購入金額には、個々単位の販売に加え、月額課金モデル、月額定額制の読み放題、マンガアプリの課金を含む。ただし、電子雑誌、電子新聞や、教科書、企業向け情報提供、ゲーム性の高いもの、学術ジャーナルは含まない。また、ユーザーの電子書籍コンテンツのダウンロード時の通信料やデバイスにかかる費用、オーサリングなど制作にかかる費用、配信サイトにおける広告も含まない。
- ※2 電子雑誌の市場規模の定義:電子雑誌を、紙の雑誌を電子化したものやデジタルオリジナルの商業出版物で逐次刊行物として発行されるものとし、日本国内のユーザーにおける電子雑誌の購入金額の合計を市場規模と定義。購入金額には、個々単位の販売に加え、定期購読、月額課金モデル、月額定額制の読み放題を含む。ただし、学術ジャーナル、企業向け情報提供、ゲーム性の高いものは含まない。また、ユーザーの電子雑誌コンテンツのダウンロード時の通信料やデバイスにかかる費用、オーサリングなど制作にかかる費用、配信サイトにおける広告、コンテンツ中の広告も含まない。

■2017年度の電子コミック市場規模は1845億円に増加、コミックが市場の8割を占める

2017年度の電子書籍市場規模のうち、コミックが前年度から228億円増加の1845億円(市場シェア82.3%)、文字もの等(文芸・実用書・写真集等)が同37億円増加の396億円(同17.7%)となっています。



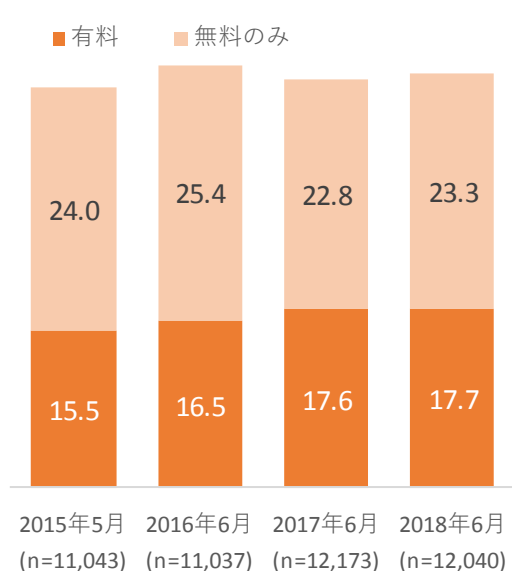
【図表2.電子書籍市場規模のジャンル別内訳】

■有料電子書籍利用率は17.7%、昨年比+0.1ポイントで横ばい

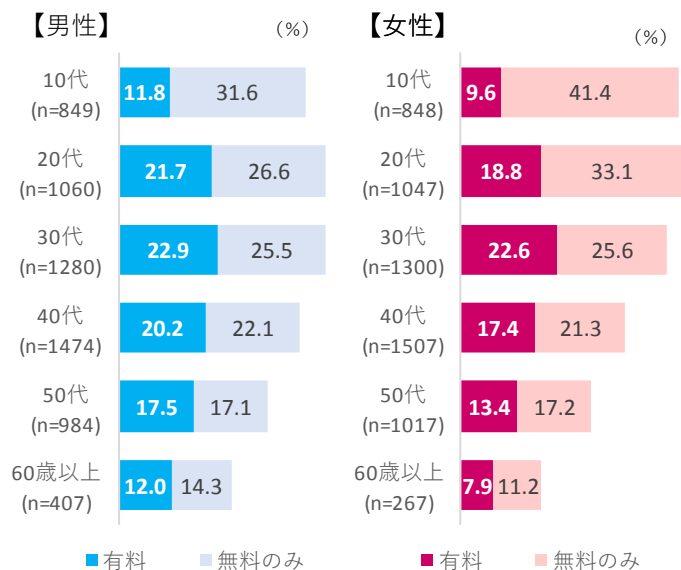
モバイル(スマートフォン・タブレット)ユーザーに対して、電子書籍の利用率を調査したところ、有料の電子書籍利用率は17.7%となり、昨年から横ばいとなりました。一方で、「無料の電子書籍のみを利用している」は23.3%となり、昨年からは0.5ポイント増加しています。

有料電子書籍の利用率が高いのは男性30代の22.9%、女性30代の22.6%、男性20代の21.7%、男性40代の20.2%であり、男女とも30代の利用率が最も高い。最も低いのは女性60代以上の7.9%、次いで女性10代の9.6%で、高齢者ほどデジタルコンテンツ全般に詳しくないことと、自由に使えるお金が限られている若年層での利用率が低いです。

なお、利用率はほぼ横ばいとなりましたが、ベースとなるスマートフォンユーザーは増加していることからスマートフォンでの電子書籍ユーザーは引き続き拡大しています。



【図表3. 電子書籍利用率の推移】

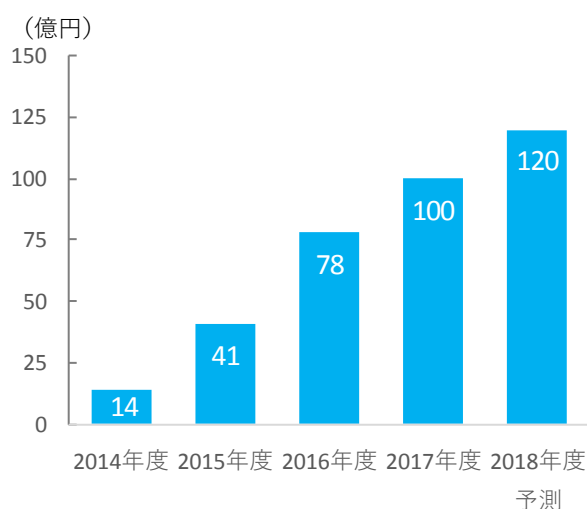


【図表4. 性年代別電子書籍利用率】

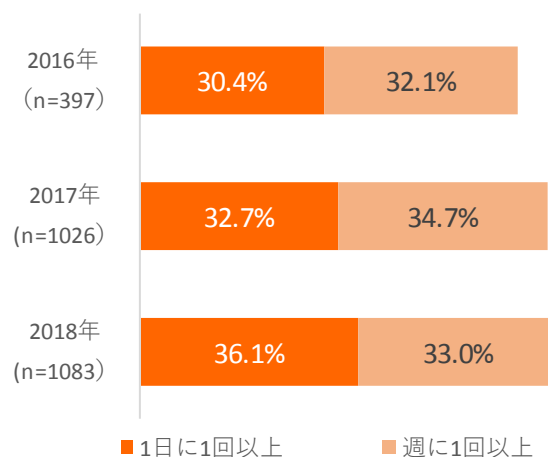
■2017年度の無料マンガアプリ広告市場は100億円、2018年度は120億円に拡大

無料でマンガを読めるアプリやサービスの利用が拡大しています。無料マンガアプリの利用率は前年比0.8ポイント増の28.4%、2017年度の無料マンガアプリ広告市場規模は100億円になりました。また、2018年度は1.2倍の120億円程度に達すると予測しています。

無料マンガアプリの利用頻度は、「1日に1回以上」が36.1%、「週に1回以上」利用するユーザーは合計で69.1%と高い結果となっており、利用頻度は昨年度調査よりも高まっています。

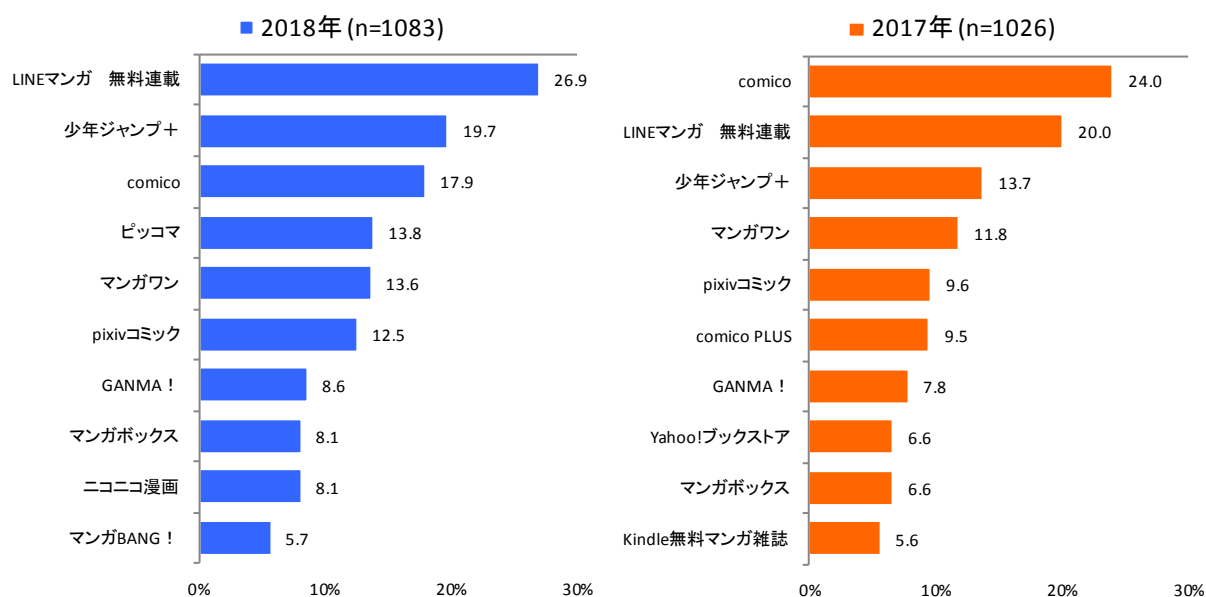


【図表5. 無料マンガアプリ広告市場規模】



【図表6. 無料マンガアプリ／サービスの利用頻度】

利用している無料マンガアプリやサービス名は、「LINEマンガ 無料連載」(26.9%)、「少年ジャンプ+」(19.7%)、「comico」(17.9%)、「ピッコマ」(13.8%)、「マンガワン」(13.6%)、「pixivコミック」(12.5%)の順となっています。



【図表7. 利用している無料マンガアプリやサービス名（複数回答、上位10位まで）】

<<調査概要>>

■電子書籍の利用率調査

調査対象：コロプラ スマートアンサーの保有するモニター

有効回答数：12,040サンプル

サンプリング：性年齢階層別スマートフォンでのインターネット利用人口構成比（総務省 通信利用動向調査）に可能な限り整合するように抽出。ただし、年代により回収率が異なっており母集団との乖離がみられるため、比重調整を行った上で分析している

調査手法：スマートフォン・タブレットのアプリ上でのアンケート

調査期間：2018年6月22日（金）～6月29日（金）

■有料電子書籍利用実態調査

調査対象：上記の利用率調査で有料の電子書籍を利用していると回答した人

有効回答数：1,477

調査手法：スマートフォン・タブレットのアプリ上でのアンケート

調査期間：2018年6月29日（金）～7月3日（火）

■無料マンガアプリ／サービス利用実態調査

調査対象：上記の利用率調査で無料マンガアプリ／サービスを利用していると回答した人

有効回答数：1,083

調査手法：スマートフォン・タブレットのアプリ上でのアンケート

調査期間：2018年6月29日（金）～7月3日（月）

<<構成・各章の概要>>

第1章 電子書籍の定義と市場規模

電子書籍の定義と多岐にわたる形態を整理。また、電子書籍の収益モデル、流通経路、価格構造を解説しています。また、電子書籍の市場規模の推移と今後の予測について、より詳細な解説を加えています。

第2章 国内の電子書籍ビジネスの最新動向

国内の電子書籍の最新動向を掲載しています。電子書籍市場を深く理解する上で必要な最新トピックスなど分析を交えながら紹介しています。また、今後の動向について展望しています。

第3章 米国の電子書籍ビジネスの最新動向

米国の電子書籍の最新動向を掲載しています。電子書籍市場を深く理解する上で必要な最新トピックスなど分析を交えながら紹介しています。

第4章 電子書籍ストア／サービスの最新動向

18の国内電子書籍ストア／サービスについて個票形式で最新動向を掲載。掲載項目は、「特徴・コンセプト」「最新トピックス」「戦略・目標」「各種戦略や施策」「タイトル数」「売上動向」「料金モデル・サービス・プラン」「ユーザープロフィール」「課題」など20項目以上にわたり掲載しています。

第5章 ユーザーの電子書籍利用実態

3つのテーマの調査を、モバイルユーザー（スマートフォン・タブレット）を対象にウェブアンケートを行い、その結果を掲載しています。

利用率調査では、有料電子書籍の利用率や無料マンガアプリやサービスの利用率等を掲載しています。

有料電子書籍利用実態調査では、有料電子書籍利用者の利用実態を詳細に調査。購入先の電子書籍ストア、ジャンル、利用金額、購入冊数、不満点、満足度、最も利用しているストアに対する評価（5項目）、月額課金の読み放題制に対する利用意向等、今年の調査結果からの変化も交えて分析しています。

無料マンガアプリ／サービス利用実態調査では、無料マンガアプリ等の利用者を対象に利用実態を調査。利用しているアプリ／サービス名や利用頻度、課金の有無などの調査結果を掲載しています。

特別付録

5章に掲載したユーザーの電子書籍利用実態調査のグラフ・表をExcel形式で収録しています。

■調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内

書名 : 電子書籍ビジネス調査報告書2018
著・編 : インプレス総合研究所
発行所 : 株式会社インプレス
発売日 : 2018年7月30日（月）
価格 : CD（PDF）版、ダウンロード版 68,000円（税別）
CD（PDF）＋冊子版 78,000円（税別）
判型 : A4判
ページ数 : 316ページ
詳細、ご予約は右よりご覧ください。 <https://book.impress.co.jp/books/1118501010>

以上

【株式会社インプレス】 <http://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 7,000 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、及びデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <http://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：唐島夏生、証券コード：東証1部 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ＋サービスを提供するメディア事業を展開しています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

TEL：03-6837-5034 E-mail：pr-info@impress.co.jp URL：<http://www.impress.co.jp/>

■ 『電子書籍ビジネス調査報告書2018』目次

- 第1章 電子書籍の定義と市場規模
 - 1.1 電子書籍ビジネスの定義
 - 1.2 電子書籍ビジネスの構造
 - 1.2.1 電子書籍の収益モデル
 - 1.2.2 電子書籍の価格構造
 - 1.2.3 電子書籍の流通経路
 - 1.3 電子書籍ビジネスの沿革
 - 1.4 電子書籍／電子雑誌市場規模の推移
 - 1.4.1 市場規模の推移
 - 1.4.2 今後の予測
 - 1.4.3 ジャンル別市場規模の内訳
 - 1.5 マンガアプリ広告市場
 - 1.6 紙の出版市場規模との比較

- 第2章 国内の電子書籍ビジネスの最新動向
 - 2.1 電子書籍市場のこの1年間の主な出来事
 - 2.2 電子書籍のビジネスモデル
 - 2.2.1 有料モデル
 - 2.2.2 無料モデル
 - 2.3 無料マンガアプリの動向
 - 2.4 投稿サイト・セルフパブリッシングの動向
 - 2.4.1 新人マンガ家発掘に向けての動き
 - 2.4.2 小説投稿サイトの動向
 - 2.4.3 セルフパブリッシングの動向
 - 2.5 ストアの動向
 - 2.6 電子雑誌の動向
 - 2.7 取次事業者の動向
 - 2.7.1 取次事業者のグループ化
 - 2.7.2 変わりゆく取次事業者のビジネスモデル
 - 2.8 紙書籍のベストセラー作品からみる電子化状況
 - 2.9 オンラインとオフライン／電子と紙の連携
 - 2.9.1 書籍取次事業者による集客施策
 - 2.9.2 出版社の取り組み
 - 2.9.3 リアル書店の取り組み
 - 2.10 電子図書館サービス提供に向けての動き
 - 2.11 電子書籍向け端末の動向
 - 2.12 国内市場における課題と今後の方向性

- 第3章 米国の電子書籍ビジネスの最新動向
 - 3.1 市場規模
 - 3.1.1 商業出版市場における市場規模
 - 3.1.2 オーサーアーニングスによる出版市場の俯瞰
 - 3.2 技術と標準化動向
 - 3.2.1 IDPFとW3Cによる初の国際会議開催
 - 3.2.2 新たな電子出版のアイデア
 - 3.3 これまでの電子出版発展の歴史と今後の課題

- 第4章 電子書籍ストア／サービスの動向
 - 4.1 Kindleストア
 - 4.2 楽天Kobo電子書籍ストア
 - 4.3 BookLive!
 - 4.4 dブック

- 4.5 ブックパス
- 4.6 honto
- 4.7 BOOK☆WALKER
- 4.8 めちゃコミック
- 4.9 コミックシーモア
- 4.10 Renta!
- 4.11 eBookJapan
- 4.12 LINEマンガ
- 4.13 少年ジャンプ+ (プラス)
- 4.14 マンガワン
- 4.15 comico
- 4.16 BookLive!コミック
- 4.17 dマガジン
- 4.18 楽天マガジン

- 第5章 モバイルユーザーの電子書籍利用実態
 - 5.1 調査概要
 - 5.2 留意事項
 - 5.2.1 集計方法について
 - 5.2.2 誤差について
 - 5.3 回答者のプロフィール
 - 5.3.1 利用率調査
 - 5.3.2 有料電子書籍利用実態調査
 - 5.3.3 無料マンガアプリ／サービス利用実態調査
 - 5.4 モバイルユーザーの電子書籍利用状況
 - 5.4.1 モバイル機器利用者の電子書籍の利用率
 - 5.4.2 無料マンガアプリやサービスの利用率
 - 5.4.3 電子書籍利用者数の増加率
 - 5.4.4 利用者のプロフィール
 - 5.5 モバイルユーザーの有料電子書籍利用実態
 - 5.5.1 利用機器
 - 5.5.2 購入している電子書籍のジャンル
 - 5.5.3 利用場所
 - 5.5.4 購入するストア
 - 5.5.5 利用している電子書籍ストアを知ったきっかけ
 - 5.5.6 購入先の選択理由
 - 5.5.7 半年以内に購入した電子書籍ストア数
 - 5.5.8 電子書籍ストアの使い分け方
 - 5.5.9 電子書籍ストアへのアクセス頻度
 - 5.5.10 電子書籍ストアへアクセスするきっかけ
 - 5.5.11 1か月の平均利用金額
 - 5.5.12 1か月の平均購入冊数
 - 5.5.13 大人買いの経験
 - 5.5.14 購入形態
 - 5.5.15 電子書籍購入時の支払い方法
 - 5.5.16 マルチデバイスでの利用
 - 5.5.17 キャンペーンの利用状況
 - 5.5.18 利用したことのあるキャンペーン
 - 5.5.19 満足度
 - 5.5.20 不満点
 - 5.5.21 最もよく利用しているストアに対する評価
 - 5.5.22 月額課金の読み放題制の利用意向
 - 5.5.23 無料マンガアプリの利用状況
 - 5.5.24 電子と紙のどちらの購入が多いか

- 5.6 無料マンガアプリ／サービスの利用実態
 - 5.6.1 利用している無料マンガアプリやサービス名
 - 5.6.2 利用している無料マンガアプリやサービス数
 - 5.6.3 無料マンガアプリやサービスの利用頻度
 - 5.6.4 無料マンガアプリやサービスの1回あたりの利用時間
 - 5.6.5 無料マンガアプリやサービスの利用のきっかけ
 - 5.6.6 無料マンガアプリやサービスを利用する理由
 - 5.6.7 利用している無料マンガアプリやサービスを選んだ理由
 - 5.6.8 無料マンガアプリやサービスを利用するタイミング
 - 5.6.9 無料マンガアプリやサービスでの1か月の課金金額
 - 5.6.10 無料マンガアプリやサービスで読んだマンガの単行本購入経験
 - 5.6.11 無料マンガアプリやサービスで経験のある行動
 - 5.6.12 ポイント獲得のための動画広告視聴に関する意向
 - 5.6.13 多数の作品を読むのと特定の作品を読むのどちらのタイプか

特別付録 第5章のユーザー調査結果のグラフ・図表データ（EXCEL形式）