

各 位

2012年9月25日

株式会社インプレスR&D

<http://www.impressRD.jp/>

日本の電子コミック市場規模は 2011 年度で 514 億円  
今年で 7 年目を迎える業界の定番資料  
『電子コミックビジネス調査報告書 2012』  
9 月 27 日発行

インプレスグループで法人向け情報コミュニケーション技術関連メディア事業を手がける株式会社インプレス R&D（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：井芹昌信）のシンクタンク部門であるインターネットメディア総合研究所は、電子コミック市場を多角的に分析した『電子コミックビジネス調査報告書 2012』の販売を 9 月 27 日（木）より開始します。なお、本調査報告書は電子コミックビジネス黎明期の 2006 年に第 1 号目を発行し、今年で 7 年目を迎えます。

本書は、電子コミック市場の概要（沿革、市場規模、業界構造、価格構造、海外展開、展望と課題）や電子コミック分野で理解すべき最新動向、ユーザーの電子コミック利用実態調査や意向調査などから多角的に分析しており、この一冊で電子コミックビジネスを網羅的に理解できる調査報告書です。なお本調査報告書は、電子書籍販売ストア、取次、出版社への取材、ユーザーへのアンケート調査等をまとめたものです。

<< 調査結果の概要 >>

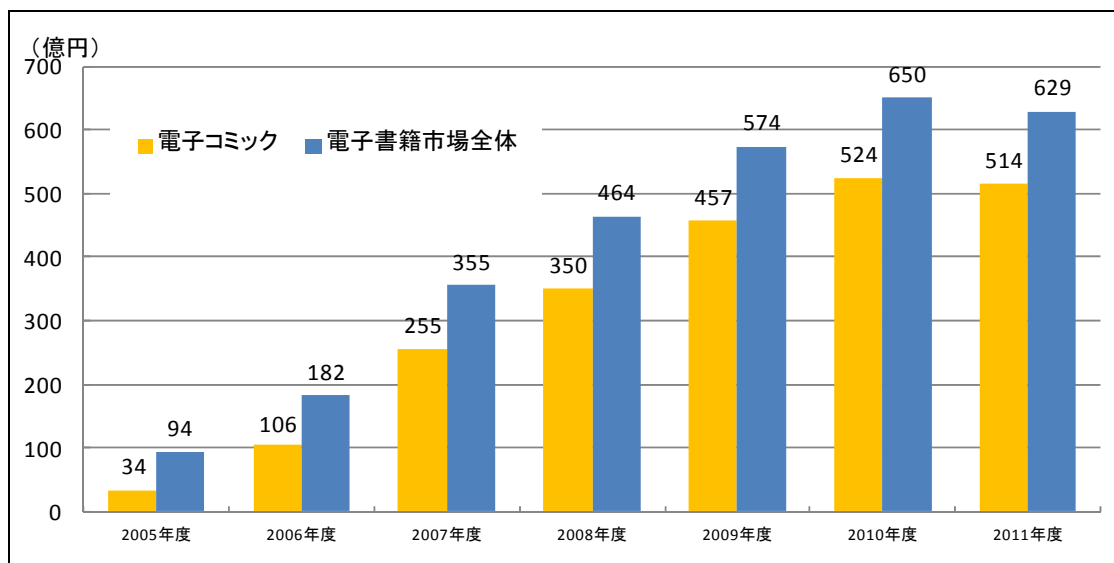
■日本の 2011 年度の電子コミック市場規模は 514 億円

電子コミック市場は、これまで順調に右肩上がりでも推移し、電子書籍市場全体を牽引してきました。しかしながら、2011 年度の電子コミック市場規模は 514 億円と推計され、2010 年度の 524 億円から 10 億円の減少となり、はじめて前年を下回りました。

なお市場規模減少の要因として、フィーチャーフォンからスマートフォンへのデジタルコンテンツのシフトがスムーズに進んでいないことやケータイ向け電子書籍市場の落ち込みを補完できていないことがあげられます。

しかしながら、電子書籍市場全体で見るとスマートフォンやタブレット端末の普及とともに、電子書籍がマルチデバイスで閲覧できる環境が広まることや、Amazon Kindle の日本上陸などが予想されており、

市場が活性化することは間違いありません。また、電子コミックにおいては、電子化の遅れていた少年マンガの人気作品の電子化が進み、コンテンツが拡充されることにより、電子コミックが市場のシェアをさらに高めていくことが推察されます。



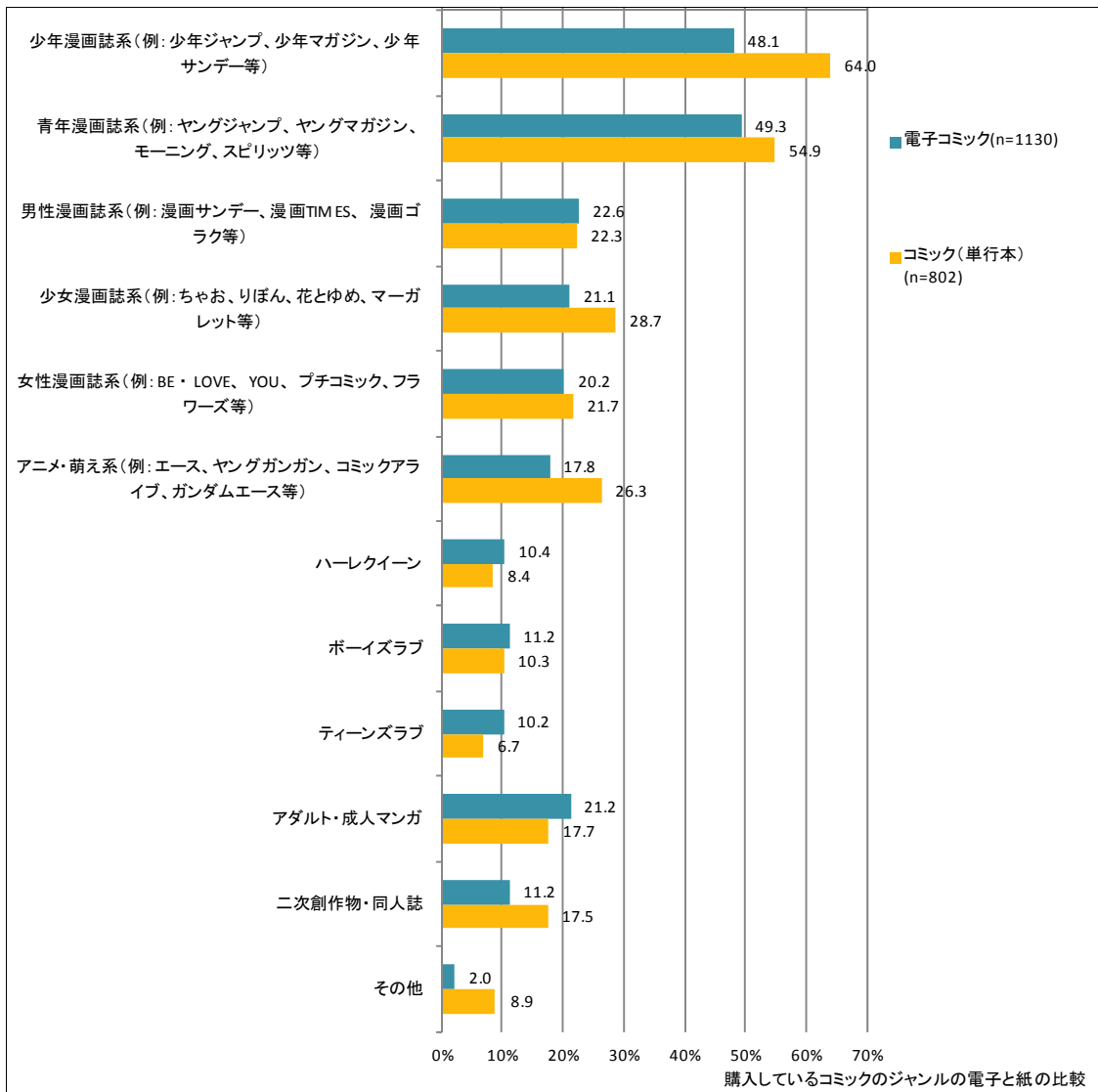
資料 電子コミック市場規模の推移

- ※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。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わる費用、オーサリングなど制作にかかわる費用、配信サイトにおける広告も含まない。
- ※2 電子コミックの市場規模の定義: 上記の電子書籍を掲載内容によって「文字もの」「コミック」「写真集」の3つのジャンルに区分し、そのうち「コミック」として配信されたものに対する、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している。

■購読している電子コミックのジャンルは「青年マンガ誌系」が49.3%と最も高い

有料電子コミック利用者が購読している電子コミックのジャンルでは、「青年マンガ誌系」が49.3%、「少年漫画誌系」が48.1%で並んで高く、他のジャンルの比率を大きく引き離しています。その他の主要なジャンルはおおむね2割程度であり、「アダルト・成人マンガ」(21.2%)や「ボーイズラブ」(11.2%)、「ティーンズラブ」(10.2%)なども読まれています。

紙のコミック(単行本)で購読しているジャンルと比較すると、青年マンガ誌系の比率が少年マンガ誌系の比率を逆転していますが、この背景には少年マンガの電子化が遅れていることが要因のひとつとして推察されます。



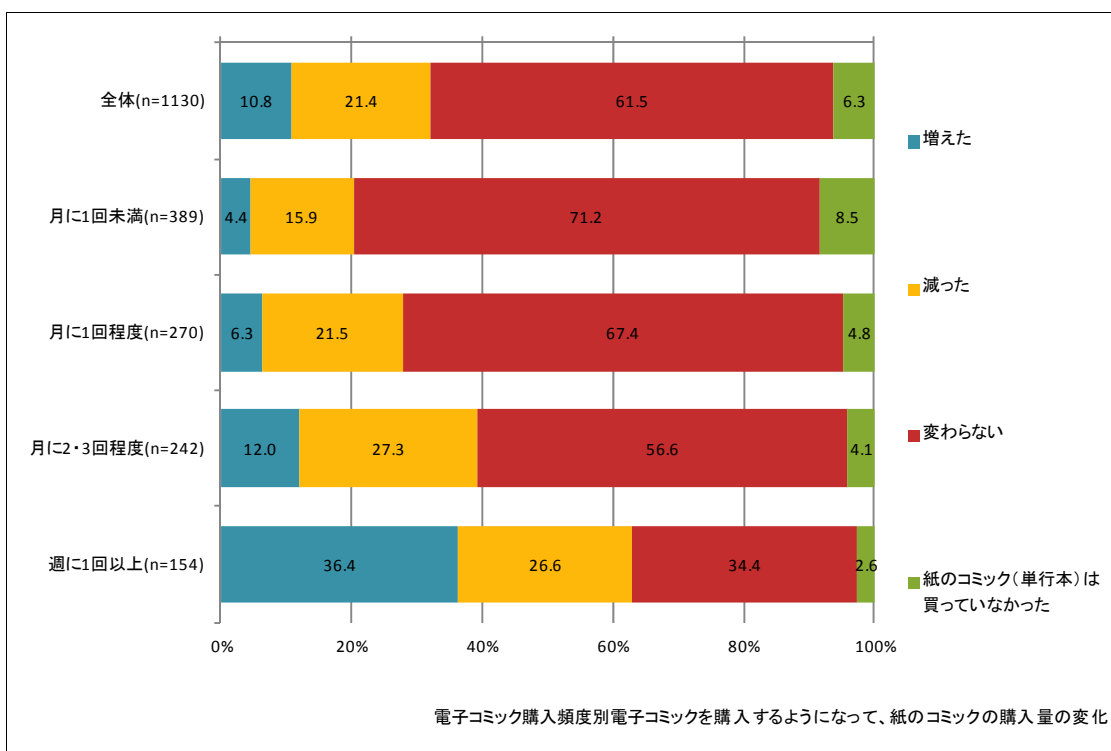
資料 購入しているコミックのジャンルの電子と紙の比較

■電子コミックを買っても、紙のコミックの購入量は「変わらない」が全体の6割

有料電子コミック利用者に対して、紙のコミック（単行本）の購入量の変化を聞いています。

最も比率が高いのは「変わらない」の61.5%で、多くのユーザーは電子コミックを利用しながらも紙のコミックをこれまでのように購入していることがうかがえます。一方で「紙のコミック（単行本）は買っていなかった」も6.3%と存在しており、電子コミックが新たなユーザー層を開拓している状況もみられます。

また、電子コミックの購入頻度別に見た場合、購入頻度が高いユーザーほど紙のコミックの購入量が「増えた」ユーザーの比率が高くなる傾向がみられます。週に1回以上電子コミックを購入するヘビーユーザーでは紙のコミックの購入が「増えた」が36.4%と「減った」の26.6%を上回っており、電子コミックの購入により、紙のコミックの購入量が増えるという相乗効果も表れはじめています。



資料 電子コミックの購入頻度別 電子コミックを購入するようになって、紙のコミックの購入量の変化

## << 『電子コミックビジネス調査報告書 2012』の構成・各章の概要 >>

### 第1章 電子コミックビジネスの概要

電子コミックビジネスの沿革や市場規模、業界構造や価格構造、海外展開、展望と課題について解説しています。電子コミックビジネスの概要を理解する上で必要な情報をまとめています。

### 第2章 電子コミックビジネスの最新動向

電子コミック市場のトレンドを理解するための7つの最新トピックスに対して分析を交えながら紹介しています。

### 第3章 電子コミックに関するユーザー利用実態調査

電子コミックの利用率を調査する電子コミック利用率調査、有料電子コミックの利用実態を調査する有料電子コミック利用者実態調査、非利用者の今後の利用意向を調査する有料電子コミック非利用者意向調査の3つの調査から構成されています。なお、回答数は電子コミック利用率調査が42,926、有料電子コミック利用者実態調査は回答数1,130、有料電子コミック非利用者意向調査は回答数1,118となっています。

特別付録 ユーザーの電子コミック利用実態調査のクロス集計結果をExcel(csv形式)で提供します。

Excelで、電子コミック利用者の実態調査(単純集計、性年代別集計、頻度集計)、電子コミック非利用者の実態調査(単純集計、性年代別集計)、電子コミック利用率調査(単純集計、性年代別集計)の集計結果を収録しています。

<<調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内>>

『電子コミックビジネス調査報告書 2012』

インターネットメディア総合研究所 編

<<製品形態・販売価格一覧 >>

発売日 :2012年9月27日(木)(予約受付中)

価格 :CD(PDF)版 60,800円(税込)

CD(PDF)+冊子版 71,400円(税込)

判型 :A4判

ページ数 :124ページ

詳細、ご予約は右よりご覧ください。 →<http://r.impressrd.jp/iil/ecomick2012>

弊社の調査報告書は「libura PRO(ライブラ・プロ)」からもご購入いただけます(新刊は近日登録予定)。

→<https://libura-pro.com/>

※libura PROでは、誌面イメージを確認してから、ダウンロード版/CD版/冊子版を購入していただけるだけでなく、商品の興味のある一部分(現在は章単位)だけを選んで購入したり、選んだ部分をPOD(プリント・オン・デマンド)で製本してご購入いただくことができます。

インプレス R&D インターネットメディア総合研究所の調査報告書は、お客様のご利用ニーズに合わせ、簡易製本の冊子版、CD(PDF)版をご用意しております。

<<目次 >>

はじめに

目次

第1章 電子コミックビジネスの概要

- 1.1 電子コミックビジネスの沿革
- 1.2 電子書籍(電子コミック)市場規模
- 1.3 電子コミック市場の業界構造とプレイヤー
- 1.4 電子コミックの制作手法について
- 1.5 電子コミックビジネスの価格構造
- 1.6 電子コミックビジネスの海外展開
- 1.7 今後の展望と課題

第2章 電子コミックビジネスの最新動向

- 2.1 大手出版社が利用する電子コミックアプリ
- 2.2 クラウドファンディングで盛り上がる米国電子コミックビジネス
- 2.3 増加する電子コミック雑誌
- 2.4 電子コミックとソーシャルメディア
- 2.5 App Store と Google Play の動向
- 2.6 ユーザーから支持される電子書籍ストア
- 2.7 BL・TLの今後

## 第3章 電子コミックに関するユーザー利用実態調査

### 3.1 調査概要

#### 3.1.1 調査概要

#### 3.1.2 回答者のプロフィール

### 3.2 調査結果の総括

### 3.3 電子コミックの利用状況

#### 3.3.1 電子コミックの利用率

#### 3.3.2 購読端末

### 3.4 有料電子コミックの利用者と非利用者の比較

#### 3.4.1 個人で利用可能な端末

#### 3.4.2 紙の出版物の購読状況

#### 3.4.3 紙の出版物の購入状況

#### 3.4.4 紙の出版物の購入頻度

#### 3.4.5 紙の出版物の一月あたり購入金額

#### 3.4.6 読んでいるコミック（単行本）のジャンル

#### 3.4.7 購入しているコミック（単行本）のジャンル

#### 3.4.8 読んでいるコミック誌のジャンル

#### 3.4.9 購入するコミック誌のジャンル

#### 3.4.10 購読するコミック（単行本）の入手方法

#### 3.4.11 購読するコミック誌の入手方法

#### 3.4.12 コミックの所蔵冊数

#### 3.4.13 マンガへの興味

#### 3.4.14 他のデジタルコンテンツの購入状況

### 3.5 電子コミックの利用実態

#### 3.5.1 電子コミックの購読場所

#### 3.5.2 電子コミックの購入先

#### 3.5.3 購読している電子コミックのジャンル

#### 3.5.4 購入している電子コミックの発売時期

#### 3.5.5 電子コミックの購入頻度

#### 3.5.6 電子コミックの購入冊数

#### 3.5.7 電子コミックの購入金額

#### 3.5.8 電子コミックの購入形態

#### 3.5.9 電子コミックのマルチデバイスでの購読状況

#### 3.5.10 電子コミックを購入するようになって、紙のコミックの購入量の変化

#### 3.5.11 電子コミックの見つけ方

#### 3.5.12 電子コミック購入のきっかけ

#### 3.5.13 電子コミックの決済手段

#### 3.5.14 フィーチャーフォンでの電子コミック購入状況

#### 3.5.15 電子コミックの満足度

#### 3.5.16 電子コミックの購読量に対する今後の意向

- 3.5.17 電子コミックの不満点
- 3.5.18 あったらいいと思う付加価値
- 3.5.19 電子コミック誌への意向
- 3.6 非利用者の意向
  - 3.6.1 電子コミックの購入意向
  - 3.6.2 購読したい電子コミックのジャンル
  - 3.6.3 購入したい電子コミックの発売時期
  - 3.6.4 電子コミックを購読したい端末
  - 3.6.5 電子コミックを購入したくない理由
  - 3.6.6 電子コミック購読の阻害要因
  - 3.6.7 電子コミック誌の購入意向

※一部「電子書籍ビジネス調査報告書 2012」と重複した内容があります。

---

【株式会社インプレスR&D】 <http://www.impressRD.jp/>

インプレス R&D は、Web ビジネス関係者、ワイヤレスブロードバンド技術者、放送・通信融合およびデジタル家電関係者、ICT を活用するビジネスマンなど、インターネットテクノロジーを核としたあらゆる分野の革新をいち早くキャッチし、これからの産業・社会の発展を作り出す人々に向けて、クロスメディア事業を展開しています。

【インプレスグループ】 <http://impress.jp/>

**impress  
group  
20<sup>th</sup>**

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：関本彰大、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」「医療」「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。2012 年 4 月 1 日に創設 20 周年を迎えました。

【購入に関するお問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D オンライン販売部

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

フリーダイヤル:0120-350-995(平日 11 時～12 時、13 時～17 時) FAX:03-5213-6297

電子メール: [report-sales@impress.co.jp](mailto:report-sales@impress.co.jp)

【内容に関するお問い合わせ先、報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D インターネットメディア総合研究所 担当:河野

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

TEL:03-5275-1087 FAX:03-5275-9018

電子メール: [im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)、URL: <http://www.impressRD.jp/>