

2016年7月27日
株式会社インプレス

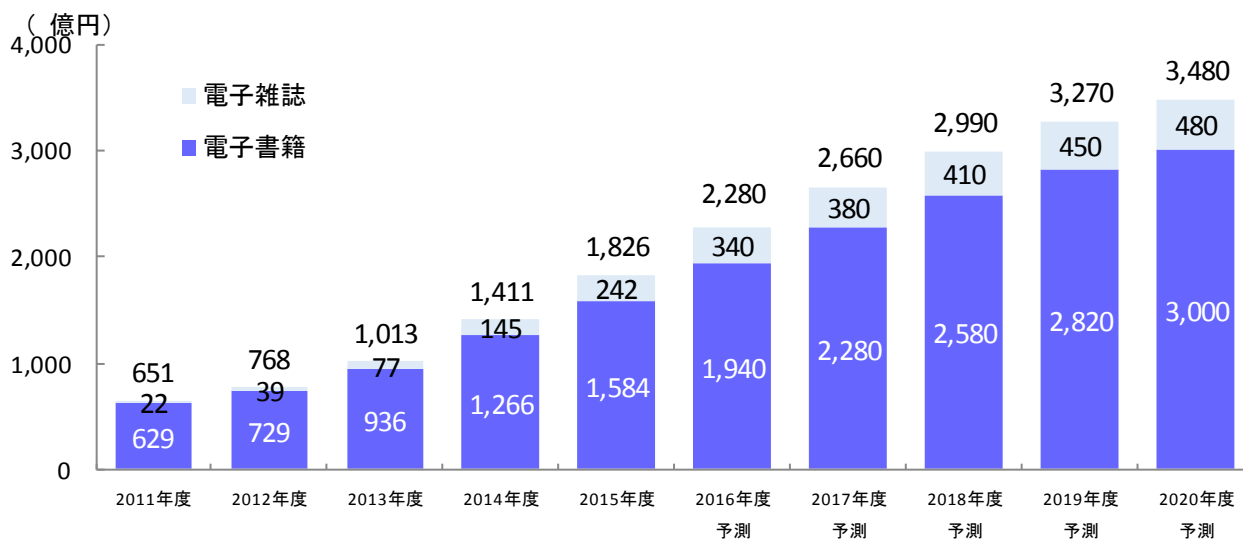
2015年度の電子書籍市場規模は前年比25.1%増の1,584億円
2020年度は3,000億円規模へと成長
『電子書籍ビジネス調査報告書2016』 7月28日発行

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。

本調査は、「通信事業者」「出版社」「電子書籍ストア」「取次事業者」「ポータルサイト」「コンテンツプロバイダー」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、本調査結果の詳細は、『電子書籍ビジネス調査報告書2016』として発行し、7月28日より販売を開始いたします。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14年目を迎えます。

■2015年度の電子書籍市場規模は前年比25.1%増の1,584億円、電子雑誌市場規模は前年比66.9%増の242億円

2015年度の電子書籍市場規模（※1）は1,584億円と推計され、2014年度の1,266億円から318億円（25.1%）増加しています。電子雑誌市場規模（※2）は242億円（対前年比66.9%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1,826億円となりました。2016年度以降の日本の電子書籍市場は今後も拡大基調で、2020年度には2015年度の1.9倍の3,000億円程度になり、電子雑誌市場規模480億円と合わせた電子出版市場は3,480億円程度と予測されます。



【図表 1. 電子書籍・電子雑誌の市場規模予測】

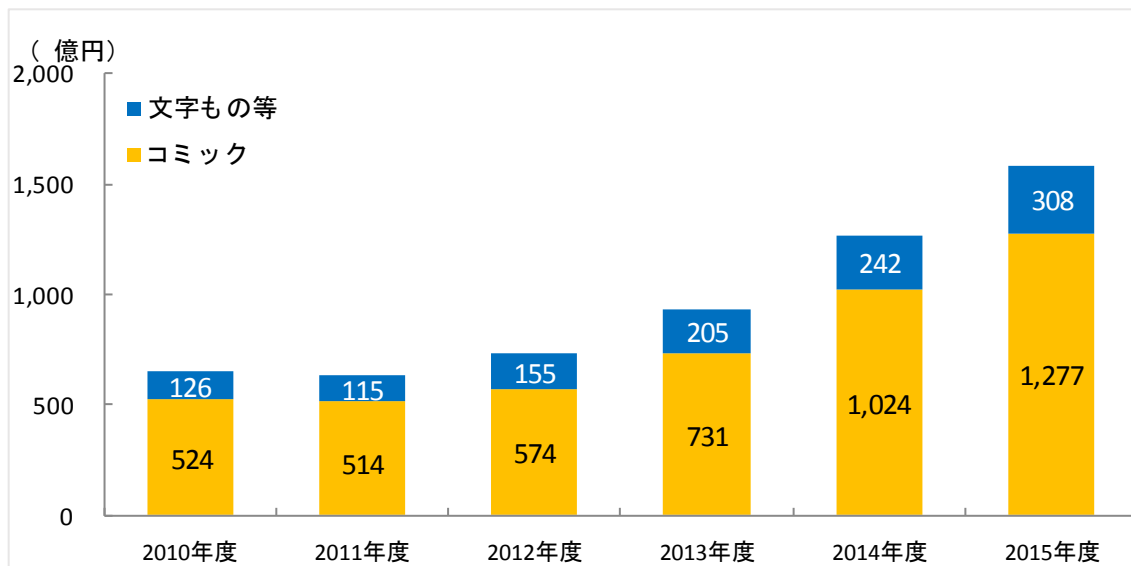
※1 電子書籍の市場規模の定義：電子書籍を「書籍に近似した著作権管理のされたデジタルコンテンツ」とし、配信された電子書籍（電子書籍、電子コミック等）の日本国内のユーザーにおける購入金額の合計を市場規模と定義。購入金額には、個々単位の販売に加え、月額課金モデル、月額定額制の読み放題を含む。ただし、電子雑誌、電子新聞や、教科書、企業向け情報提供、ゲーム性の高いもの、学術ジャーナ

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、コンテンツ中の広告も含まない。

■2015年度の電子コミック市場規模は1277億円に増加、コミックが市場の8割を占める

2015年度の電子書籍市場規模のうち、コミックが前年度から254億円増加の1,277億円（市場シェア81%）、文字もの等（文芸・実用書・写真集等）が同65億円増加の308億円（同19%）となっています。

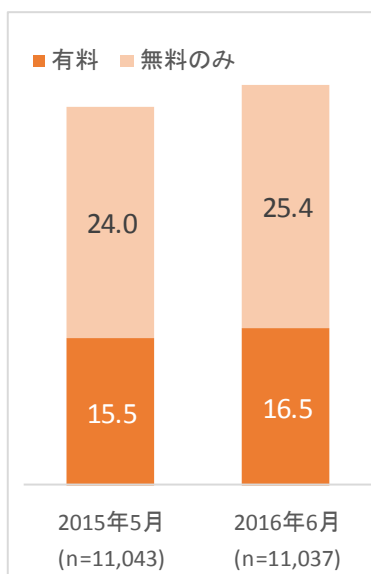


【図表2. 電子書籍市場規模のジャンル別内訳】

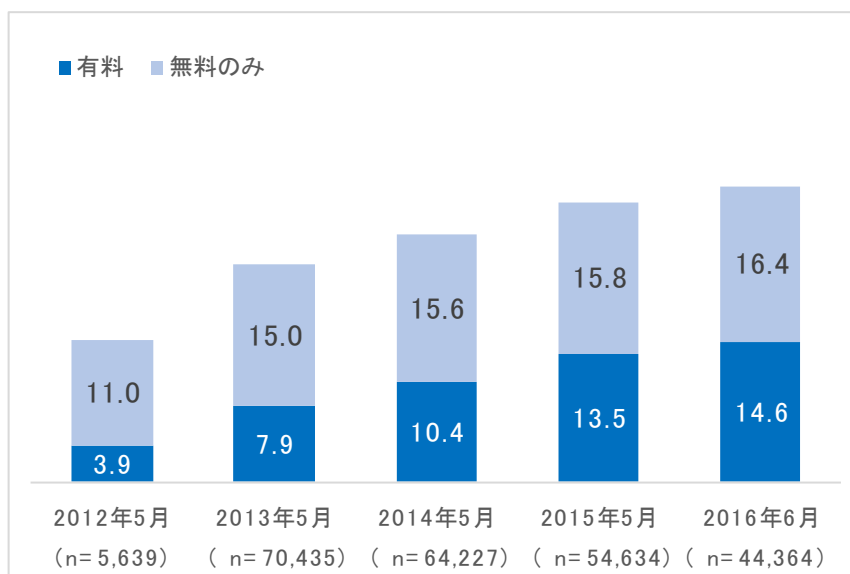
■有料電子書籍利用率は昨年から1.1ポイント増の14.6%、スマホユーザーでは16.5%

有料の電子書籍利用率はスマートフォン調査(※3)で16.5%、PC調査(※3)で14.6%となりました。それぞれ、昨年から1.0ポイント、1.1ポイント増加しています。

[スマートフォン調査]



[PC調査]



【図表3. 電子書籍利用率の推移】

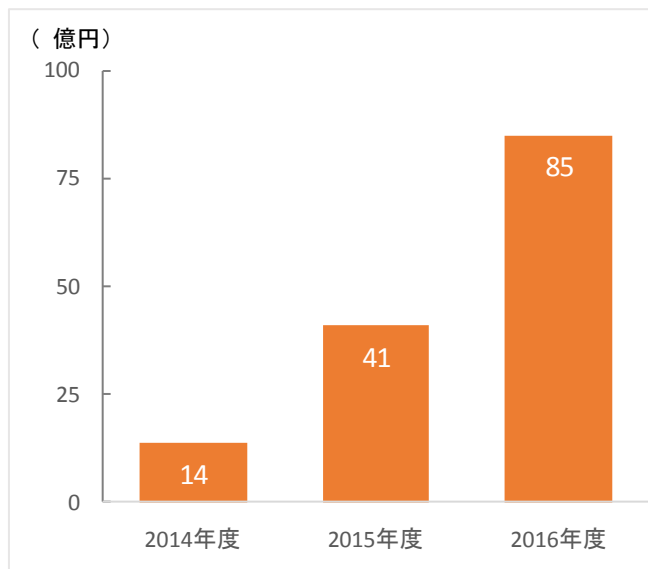
※3 本調査報告書では、①パソコン上でのインターネット調査(「PC調査」とする)と、②スマートフォン上でのインターネット調査(「スマートフォン調査」とする)をそれぞれ実施し、その両方の結果を掲載しています。

■2015年度の無料マンガアプリ広告市場は41億円、2016年度は85億円に拡大

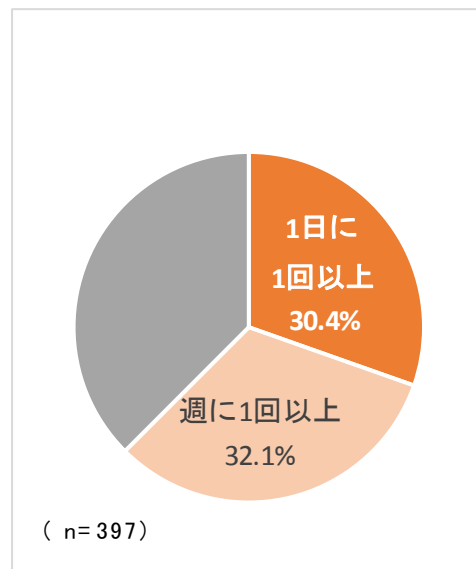
無料でマンガを読むアプリやサービスの利用が拡大しています。無料マンガアプリ／サービスの利用率は、スマートフォン調査で28.6%（前年から3.2ポイント増）、PC調査で14.1%（前年から0.8ポイント増）となっています。

こうしたアプリは、無料連載でユーザーを集め、広告収入と有料販売や課金でマネタイズするなど、いくつかのビジネスモデルを組み合わせて設計されています。2015年度のマンガアプリ広告市場規模は前年の2.9倍である41億円になりました。引き続き無料マンガアプリの広告市場は拡大が見込まれ、2016年度は2015年度の約2倍の85億円に達すると予測しています。

スマートフォン調査によると、無料マンガアプリの利用頻度は、「1日に1回以上」が30.4%、「週に1回以上」利用するユーザーは62.5%と高く、ユーザーが習慣として利用していると考えられます。



【図表4. 無料マンガアプリ広告市場規模】



【図表5. 無料マンガアプリ／サービスの利用頻度】

また、利用している無料マンガアプリやサービス名は、スマートフォン調査においては「comico」が30.7%で最も高く、「LINEマンガ」が27.0%、「少年ジャンプ+」が12.8%、「マンガボックス」が12.3%が続いています。

一方、PC調査では「LINEマンガ」が31.0%で最も高く、「comico」が27.3%、「Yahoo!ブックストア」が24.4%、「少年ジャンプ+」が16.5%と続いています。

スマートフォン調査 (n=397)			PC調査(n=4,026)		
1	comico	30.7%	1	LINEマンガ 無料連載	31.0%
2	LINEマンガ 無料連載	27.0%	2	comico	27.3%
3	少年ジャンプ+	12.8%	3	Yahoo!ブックストア	24.4%
4	マンガボックス	12.3%	4	少年ジャンプ+	16.5%
5	マンガワン	10.3%	5	ニコニコ漫画	11.9%
6	comico PLUS	8.6%	6	comico PLUS	10.8%
7	グノシー	7.8%	7	pixivマンガ	10.7%
8	pixivコミック	7.8%	8	マンガボックス	10.3%
9	ニコニコ漫画	7.3%	9	マンガワン	7.7%
10	Yahoo!ブックストア	6.8%	10	Kindle無料マンガ雑誌	7.1%

【図表6. 利用している無料マンガアプリやサービス名（上位10位まで）】

■電子書籍の利用率調査

調査対象 : ①NTT コム リサーチの保有する消費者モニター
②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 : ①44,364 サンプル、②11,037 サンプル
サンプリング : 性年齢階層別インターネット利用人口構成比に可能な限り整合するように抽出
調査手法 : ①パソコン上でのウェブアンケート、②スマートフォン上でのウェブアンケート
調査期間 : ①2016年6月3日(金)～6月13日(月)、②2016年6月14日(火)～6月16日(木)

■有料電子書籍利用実態調査

調査対象 : パソコン上及びスマートフォン上のそれぞれ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 : ①1,120 サンプル、②405 サンプル
調査手法 : ①パソコン上でのウェブアンケート、②スマートフォン上でのウェブアンケート
調査期間 : ①2016年6月13日(月)～6月19日(日)、②2016年6月17日(金)～6月18日(土)

■無料マンガアプリ／サービス利用実態調査

調査対象 : パソコン上及びスマートフォン上のそれぞれ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 : ①4,026 サンプル、②397 サンプル
調査手法 : ①パソコン上でのウェブアンケート、②スマートフォン上でのウェブアンケート
調査期間 : ①2016年6月3日(金)～6月13日(月) ②2016年6月17日(金)～6月18日(土)

<<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 電子書籍販売ストア／サービスの最新動向

23 の国内および海外の電子書籍ストア／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、パソコン上及びスマートフォン上のそれぞれのウェブアンケートで行い、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スマートデバイスの所有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。利用端末や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)等、昨年調査結果からの変化も交えて分析しています。また、非利用者の利用意向も掲載しています。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。

第6章 2015-2016年電子書籍ニュース一覧

2015年-2016年の電子書籍関連ニュース（hon.jpにて掲載された1年間のニュース）を、国内・海外、分野別に整理して掲載しています。

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クロス集計結果を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>>

『電子書籍ビジネス調査報告書2016』製品形態・販売価格 一覧

編者 : インプレス総合研究所
発売日 : 2016年7月28日(木)(予約受付中)
価格 : CD(PDF)版 68,000円(税別)
 CD(PDF)+冊子版 78,000円(税別)

判型 : A4判

ページ数 : 384p

詳細、ご予約は右よりご覧ください。 <http://r.impressrd.jp/iil/ebook2016>

インプレス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。

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/>

本リリースの調査結果を利用される場合は、出所の明記をお願い致します。

出所表記例：「インプレス総合研究所『電子書籍ビジネス調査報告書2016』」