

各 位

2026年7月23日
株式会社インプレス

電子書籍市場は前年度比 2.1%増の 6846 億円
『電子書籍ビジネス調査報告書 2026』7月28日発売
新たにデジタルパブリッシング・コンテンツ市場規模を算出

インプレスグループでIT・デザイン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：高橋隆志）は、電子書籍市場の動向を調査し、その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2026』

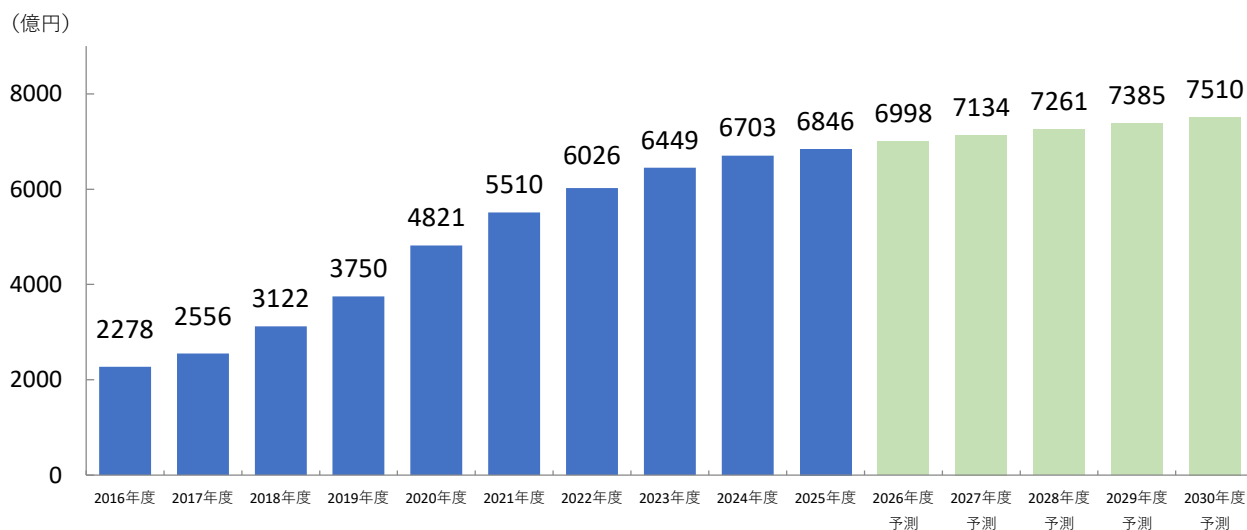
(<https://research.impress.co.jp/ebook2026>) として発行し、2026年7月28日（火）に発売いたします（予約受付中）。

本調査は、出版社、編集プロダクション、スタジオ、電子書籍ストア、取次事業者、電子図書館サービス事業者、ベン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基に、各分野の有識者とインプレス総合研究所により分析したものです。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号を発行し、本年で24年目を迎えます。

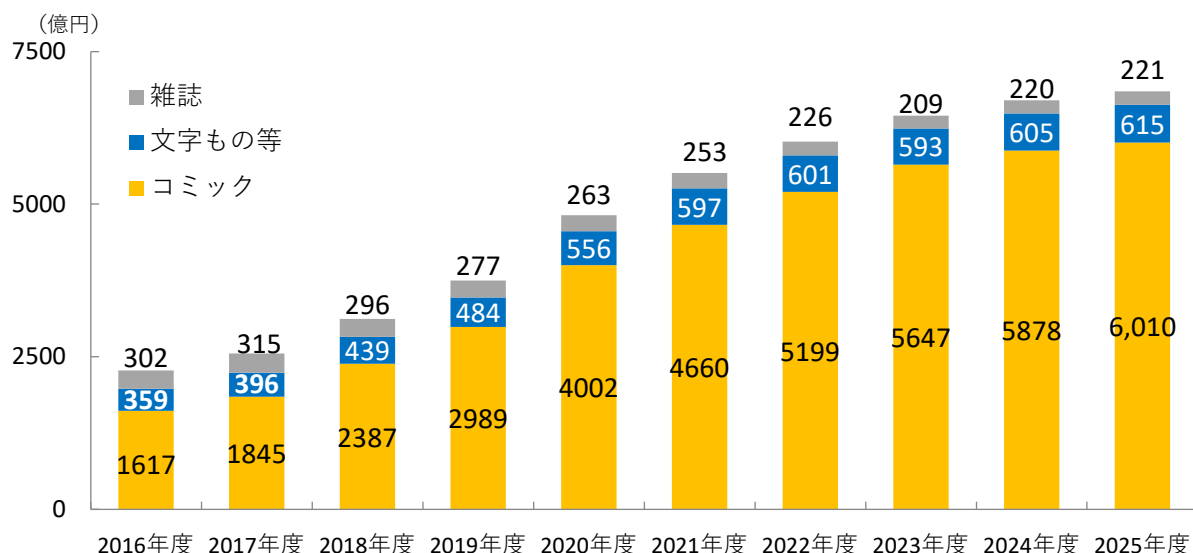
<<市場規模>>

■ 2025年度の電子書籍市場規模は前年度比2.1%増の6846億円

2025年度の電子書籍市場規模は、前年度比2.1%増の6846億円となりました。内訳をみると、市場の87.8%を占めるコミックが前年度から132億円増加の6010億円、文字もの等（文芸・実用書・写真集等）が同10億円増加の615億円、雑誌が同1億円増加の221億円となっています。市場は爆発的な急成長期から、年数%増の緩やかな拡大を続ける成熟期へと移行しています。



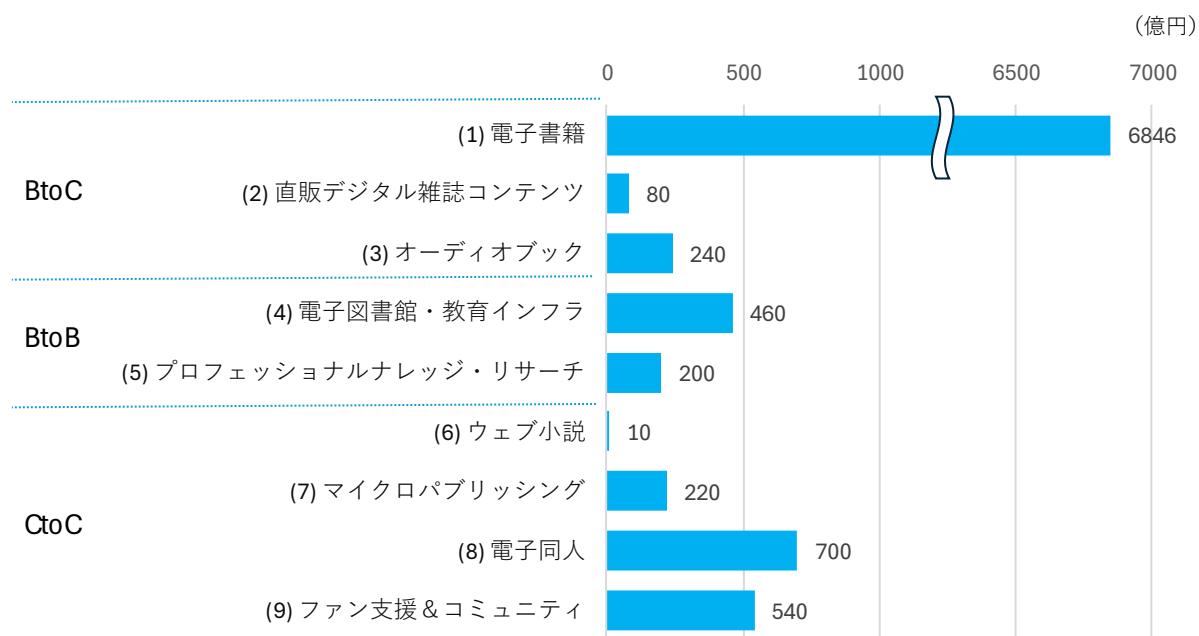
【図表1. 電子書籍の市場規模予測】



【図表2. 電子書籍市場規模のジャンル別内訳】

■デジタルパブリッシング・コンテンツ市場を初めて算出

本年度版では「デジタルパブリッシング・コンテンツ市場規模」という新たな指標を暫定で定義し算出しました。従来の電子書籍市場規模が網羅していなかった音声やウェブなども対象とし、従来のBtoCに加えBtoB、CtoC市場も推計したものです。2025年度、国内のデジタルパブリッシング・コンテンツ市場は約9300億円に達する巨大な市場になっています。BtoCでは、上記の電子書籍市場規模が大半を占めますが、それを除いても直販デジタル雑誌コンテンツやオーディオブックで約320億円、BtoBでは電子図書館などで約660億円、CtoCではファン支援や電子同人などで1470億円と、それぞれ巨大な市場を形成しています。なお、本指標は精度を高め、定期的に定義及び数値を更新していく予定です。



【図表3. デジタルパブリッシング・コンテンツ市場規模（暫定算出）】

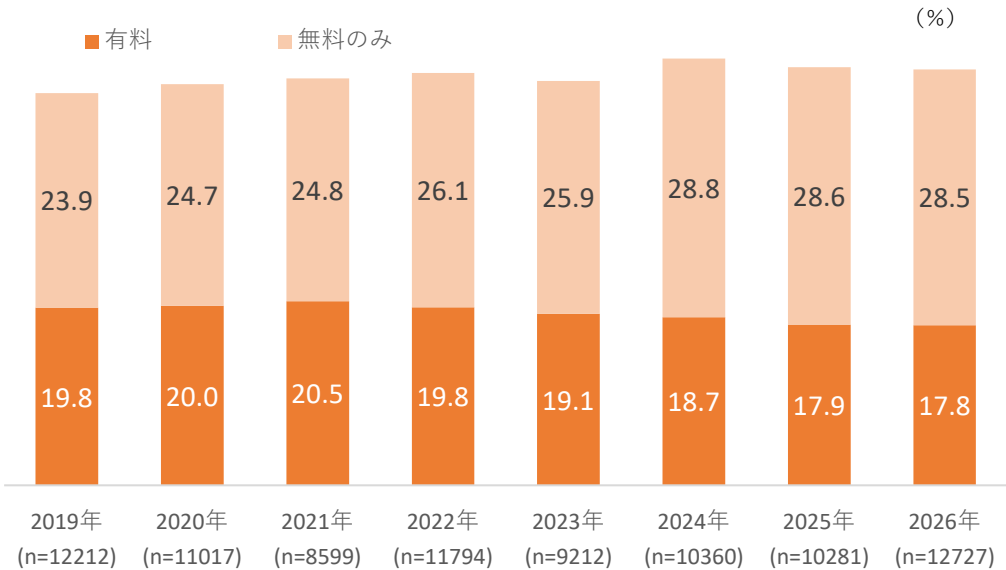
市場区分	分類	定義・概要
BtoC	(1) 電子書籍	書籍や雑誌に近似した著作権管理のされたデジタルコンテンツ。従来、当研究所が「電子書籍市場規模」として発表してきた領域。
	(2) 直販デジタル雑誌コンテンツ	出版社やメディア企業が外部の大手電子書籍ストアや雑誌読み放題サービスを介さず、自社のWebサイトやアプリを通じてユーザーを直接囲い込む有料WEB会員・デジタル定期購読・サブスクリプションの決済総額。単なる紙の雑誌のPDF配信ではなく、デジタル独自の深掘り記事、限定特集、専門家コラムなども含む。
	(3) オーディオブック	書籍やテキストをプロのナレーターや声優が朗読した音声コンテンツを、定額サブスクリプションや単品購入の形式で消費する市場。
BtoB	(4) 電子図書館・教育インフラ	公共図書館、大学図書館、学校等の教育・公共機関が、在籍する閲覧者向けに電子書籍やデジタル文献の閲覧ライセンスをパブリッシャーから直接購入・契約し提供するもの。利用者はインターネット経由で貸出・閲覧ができる。電子ジャーナルや、小・中学校向け読み放題型サブスクリプションも含む。例外的に、BtoCの家庭向けの児童生徒を対象とした読み放題型サービスも含む。
	(5) プロフェッショナルナレッジ・リサーチ	弁護士、医師、税理士などの高度専門職や法人の管理部門が、法務・財務・医療・技術等の重大な業務判断やリスクコントロールを行う拠り所として契約する専門文献データベースの決済総額。市販の専門書籍、学術書、定期刊行物などを含むことを条件としている。純粋なシステム利用料や属人的なコンサルティング商材、法令や判例のみのものは除く。
CtoC	(6) ウェブ小説	ウェブ小説等の投稿サイト内において、読者が先読みや話レンタルを行うためにコイン等を消費した決済額。広告を非掲載にする有料会員も含む。
	(7) マイクロパブリッシング	個人や独立系クリエイター、専門家が自身の記事や創作物、ノウハウ、コラム等を、出版社等を介さずに読者にダイレクトに定期・単品販売する市場。音声コンテンツ（ポッドキャスト等）も含む。
	(8) 電子同人	同人専門のプラットフォームを通じて、クリエイターが自ら制作したマンガ・イラスト・小説・音声等のデジタル同人作品を単品ダウンロード形式で買い切り消費する市場。※ゲーム・動画・紙は除く
	(9) ファン支援＆コミュニティ	マンガ・イラスト・テキスト・音声等のデジタル成果物の消費、およびクリエイターの活動維持を目的にファンが直接支払う月額会員費の総和。※動画・ゲーム・物理グッズは除く

【図表4. デジタルパブリッシング・コンテンツ市場の定義（暫定）】

<<利用率調査の結果>>

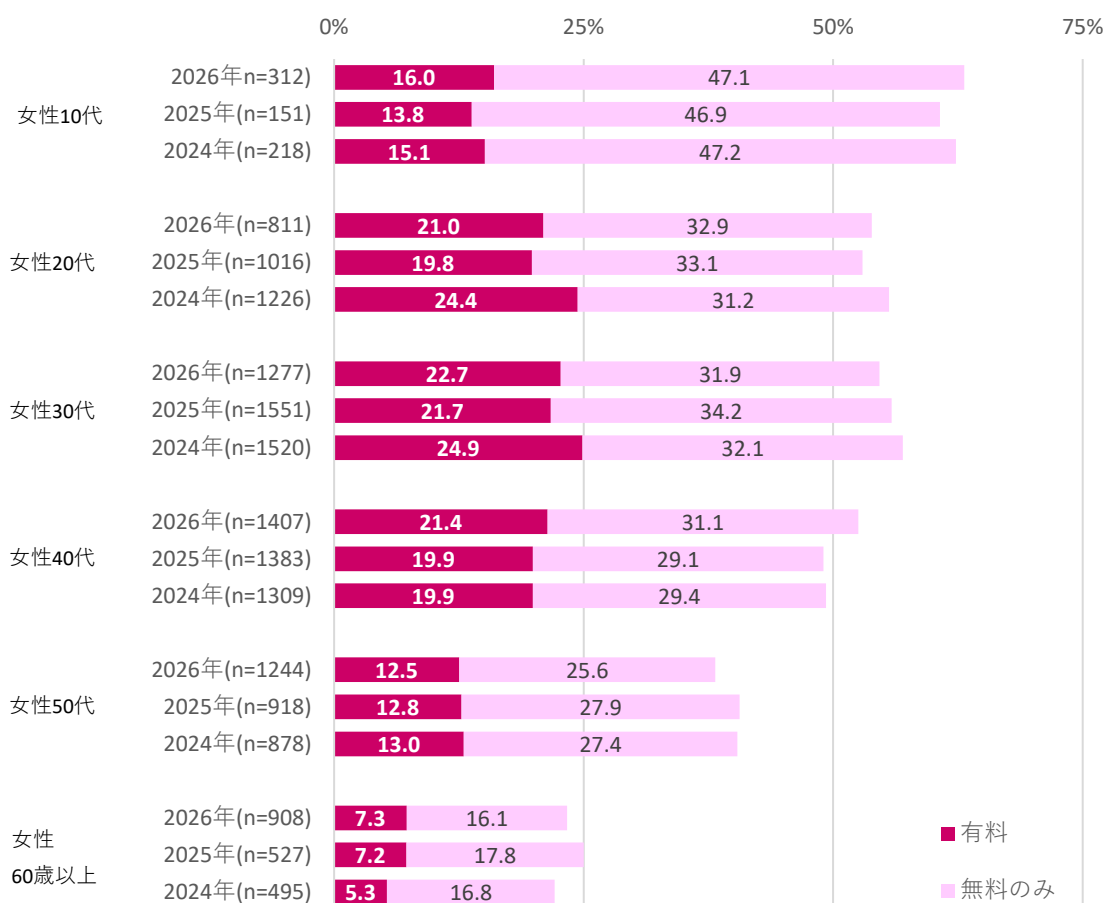
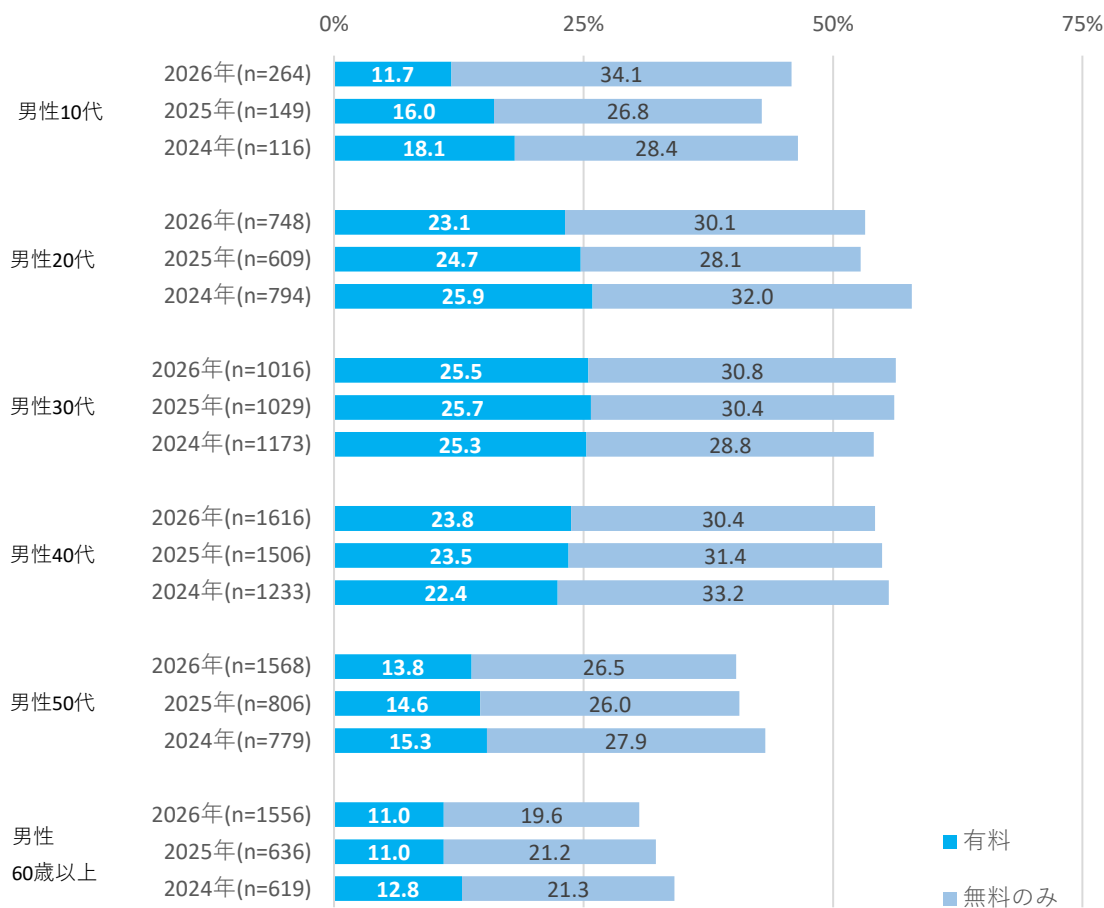
■有料の電子書籍利用率は17.8%、5年連続で低下

モバイル機器（スマートフォン・タブレット）ユーザーに対して、直近1年間の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17.8%となりました。コロナ禍の2021年（20.5%）をピークに5年連続して低下しています。一方、無料の電子書籍のみを利用した割合は28.5%となりました。有料・無料を合わせた電子書籍利用者全体は46.3%となっています。



※図表5において、前年（2025年）調査時の集計値を一部訂正いたしました

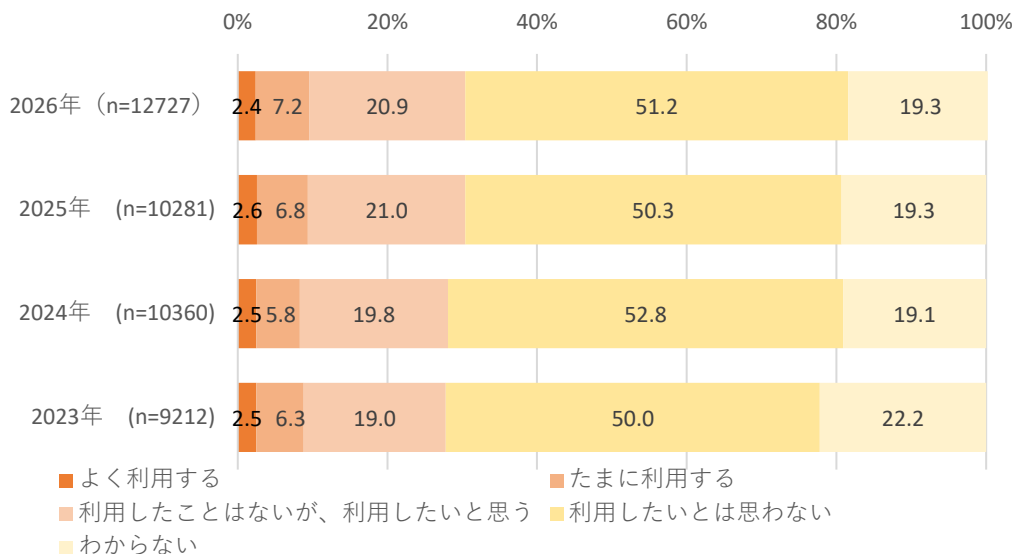
【図表5. 電子書籍利用率の推移】



【図表6. 性年代別電子書籍利用率の推移】

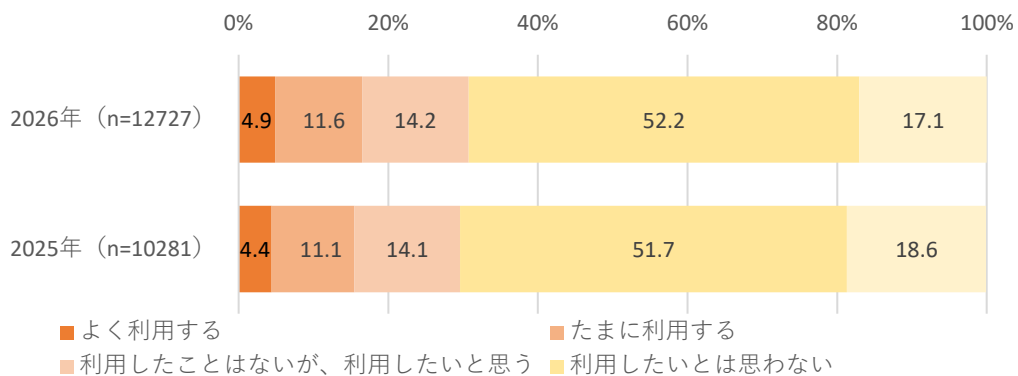
■オーディオブックの利用率は9.6%に拡大、ウェブ小説の利用率は16.5%に

オーディオブックの利用経験と利用意向を聞いたところ、「よく利用する」が2.4%、「たまに利用する」が7.2%となり、合わせた利用率は9.6%と堅調に拡大しています。「利用したことはないが、利用したいと思う」と回答した利用意向を持つ人は20.9%となりました。



【図表7. オーディオブックの利用率の推移】

また、ウェブ小説の利用率については、「よく利用する」が4.9%、「たまに利用する」が11.6%となり、合わせた利用率は前年の15.5%から1.0ポイント増の16.5%となりました。利用意向を持つ人は14.2%となっています。



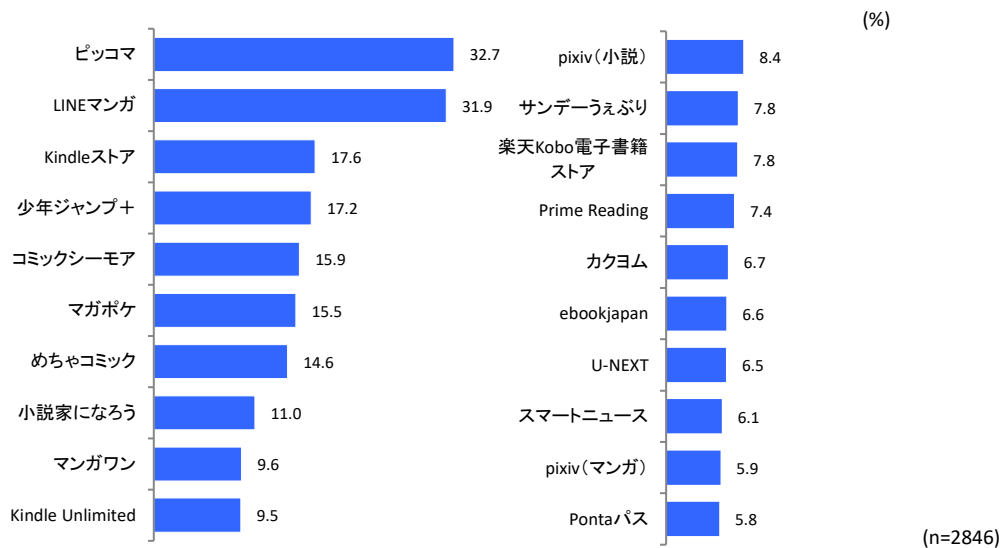
【図表8. ウェブ小説の利用率】

<<電子書籍利用者実態調査の結果>>

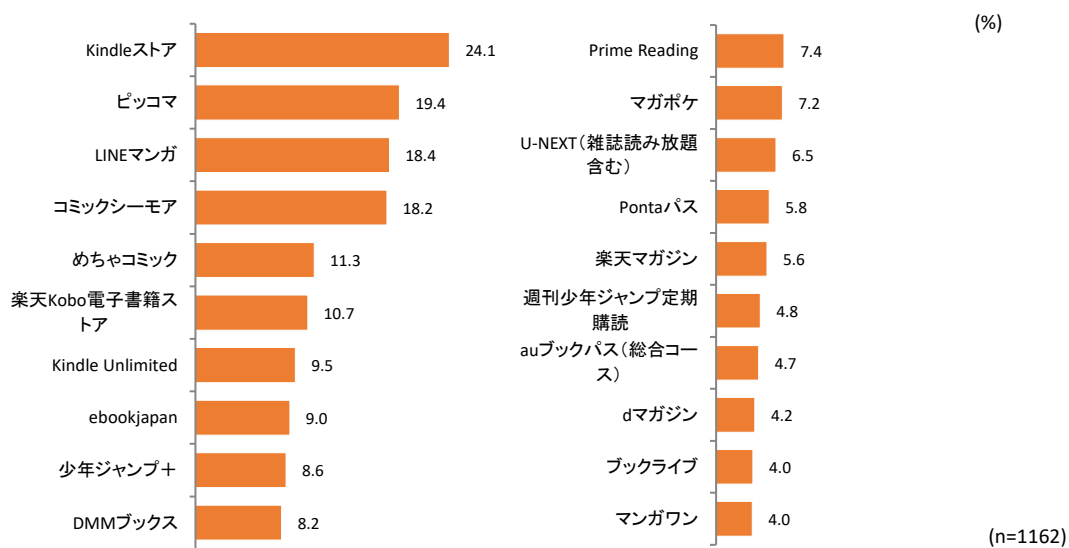
■利用率トップは「ピッコマ」、購入・課金率トップは「Kindleストア」

電子書籍利用者に対して利用している電子書籍ストアやアプリを聞いたところ、有料・無料問わず「ピッコマ」が32.7%で最も高く、次いで「LINEマンガ」が31.9%と僅差で続きました。以下、3位「Kindleストア」17.6%、4位「少年ジャンプ+」17.2%、5位「コミックシーモア」15.9%という結果になりました。

一方、利用している電子書籍ストアやアプリのうち、購入・課金したことのある電子書籍ストアやアプリに関する設問では、「Kindleストア」が24.1%で最も高く、2位に「ピッコマ」が19.4%、3位に「LINEマンガ」が18.4%で続きました。



【図表9. 利用している電子書籍サービスやアプリ名（複数回答、上位20位まで）】



※有料電子書籍利用者のうち、当該設問の無効回答を除いて集計している

【図表10. 利用している電子書籍サービスやアプリのうち購入・課金したことのあるサービスやアプリ（複数回答、上位20位まで）】

<< 調査概要 >>

■ 電子書籍の利用率調査

調査対象 : atocos株式会社 スマートアンサーの保有するアンケートパネル

有効回答数 : 12,727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見られるため、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 : 2026年5月21日～31日

■ 電子書籍利用実態調査

調査対象 : 利用率調査で電子書籍を利用していると回答した人

有効回答数 : 3,385サンプル（うち有料利用者1,434）

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 : 2026年6月3日～6月9日

<<構成・各章の概要>>

本調査報告書は、電子書籍市場について、市場規模、各関連プレイヤーの動向、ビジネストrend、社会制度やテクノロジーの動向、海外市場、ユーザーの電子書籍の利用動向などを多角的に分析しています。紙・電子にかかわらず「IP（知的財産）を多角的に活用する」ビジネスへの構造転換、さらには海外展開に活路を見出そうとする動きを鮮明に描き出しています。

- **第1章 電子書籍の市場規模**：電子書籍ビジネスの定義と沿革を整理。電子書籍市場規模の推移に加え、新たな指標「デジタルパブリッシング・コンテンツ市場（暫定算出）」について解説。
- **第2章 主要事業者の動向と戦略**：電子書籍ストア・アプリ、出版社、コンテンツプロバイダーと制作スタジオ、取次事業者、ソリューション提供、電子図書館、オーディオブックなど、各分野の事業者の最新動向と戦略を詳解。
- **第3章 ビジネストrend**：縦スクロールマンガの生存戦略、大手事業者による海外流通網の整備などのIP戦略、TL・BLの躍進、新人発掘の構造変化、テキスト系UGCなど、最前線の潮流を網羅。
- **第4章 社会制度とテクノロジー**：生成AIと出版ビジネス、国の施策と法制度、アクセシビリティ対応、海賊版対策の最新状況を総括。
- **第5章 海外動向とグローバル展開**：大手資本による流通掌握をめぐる欧米市場の同時進行や、韓国マンガ市場の動向、米国の電子書籍市場のトレンドを解説。
- **第6章 モバイルユーザーの電子書籍利用実態**：スマートフォン・タブレットユーザーを対象としたアンケートから、電子書籍の利用率や購読状況、購入・課金実態、AIへの意識などを多角的に分析。

■調査報告書の製品形態、及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2026
著 : 飯田一史／池上真之／落合早苗／菊池健／鷹野凌／芳賀佑介／平柳竜樹／真柴涼／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 : 2026年7月28日（火）
価格 : CD（PDF）版、電子版 96,800円（本体 88,000円＋税10%）
CD（PDF）＋冊子版 107,800円（本体 98,000円＋税10%）
判型 : A4判
ページ数 : 414ページ
ISBN : 9784295024996
詳細、ご予約は右よりご覧ください。<https://research.impress.co.jp/ebook2026>

以上

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

シリーズ累計 8,000 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、デザイン・グラフィック関連の書籍ブランド「MdN」、「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 シリーズ」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」をはじめとする企業向け IT 関連メディアなどを総合的に展開・運営する事業会社です。IT・デザイン関連出版メディア事業、およ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】 <https://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：塚本由紀）を持株会社とするメディアグループ。「IT・デザイン」「音楽」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工

学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【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

E-mail: pr-info@impress.co.jp URL : <https://www.impress.co.jp/>

■『電子書籍ビジネス調査報告書 2026』目次

はじめに

第1章 電子書籍の市場規模

- 1.1 電子書籍ビジネスの定義
- 1.2 電子書籍ビジネスの沿革
- 1.3 電子書籍市場規模の推移
 - 1.3.1 市場規模の推移
 - 1.3.2 ジャンル別市場規模の内訳
- 1.4 デジタルパブリッシング・コンテンツ市場（暫定算出）
 - 1.4.1 デジタルパブリッシング・コンテンツとは
 - 1.4.2 市場規模（暫定算出）

第2章 主要事業者の動向と戦略

- 2.1 電子書籍ストア・アプリ
 - 2.1.1 概況
 - 2.1.2 各ストア・アプリの動向
 - 2.1.3 ユーザーのストア利用率
 - 2.1.4 小括
- 2.2 出版社
 - 2.2.1 概況
 - 2.2.2 各出版社の動向
- 2.3 コンテンツプロバイダーと制作スタジオ
 - 2.3.1 概況
 - 2.3.2 各社の動向
- 2.4 取次事業者の動向
- 2.5 ソリューション提供
 - 2.5.1 AI 翻訳
 - 2.5.2 システム支援
- 2.6 各社の海外展開
 - 2.6.1 海外市場の概況
 - 2.6.2 国内事業者の海外展開状況
- 2.7 電子図書館サービスの動向
 - 2.7.1 国立国会図書館の動向
 - 2.7.2 公共図書館・機関向け電子図書館の動向
 - 2.7.3 公共図書館と学校との連携
 - 2.7.4 子ども向け読み放題サービス（一般家庭向け）
 - 2.7.5 企業向け電子図書館／専門分野の読み放題サービス（民間向け）
- 2.8 オーディオブックの動向

第3章 ビジネストレンド

- 3.1 縦スクロールマンガの現在地—プラットフォームとスタジオの生存戦略—
 - 3.1.1 プラットフォームの動向
 - 3.1.2 製作スタジオの現在
- 3.2 IP（知的財産）戦略
 - 3.2.1 「国家戦略」としての IP 戦略
 - 3.2.2 大手事業者による海外流通網の整備
 - 3.2.3 金融資本の IP 参入
 - 3.2.4 アニメ事業の垂直統合
 - 3.2.5 「原作」の重要性
 - 3.2.6 UGC による原作供給の発展

- 3.2.7 新たなフォーマット・メディアの探索
- 3.2.8 まとめ
- 3.3 ガラパゴスな生態系が示す IP 創出の新潮流
 - 3.3.1 市場原理にさらされ続けながらも、独自のコンテンツ生態系を深化させていく TL (ティーンズラブ) という世界
 - 3.3.2 カルチャーの最前線に立つ BL (ボーイズラブ)
 - 3.3.3 成年 (メンズアダルト) コミッカーR-18 からの越境と生成 AI が問い直す創作の本質
- 3.4 新人発掘の構造変化 IP 創出時代のクリエイター獲得競争
 - 3.4.1 はじめに
 - 3.4.2 完成作品から「IP の種」へ——募集単位の変化
 - 3.4.3 新人賞から新人発掘へ——「表彰」から「採用・IP 開発システム」へ
 - 3.4.4 育成主体の多様化——出版社だけではない新人発掘の時代へ
 - 3.4.5 まとめ
- 3.5 テキスト系 UGC プラットフォーム、ウェブ小説投稿サイト
 - 3.5.1 ウェブ小説
 - 3.5.2 有料テキスト配信サービス、newsletter
 - 3.5.3 ポッドキャスト
 - 3.5.4 クリエイターエコノミー、クリエイター支援
- 3.6 その他のデジタルパブリッシング/IP 展開
 - 3.6.1 ショートドラマ
 - 3.6.2 YouTube アニメ、ショートアニメ
 - 3.6.3 デジタル印刷
- 3.7 成熟期における新しいマーケティング手法
 - 3.7.1 ライブコマース
 - 3.7.2 VTuber×書店/本
- 3.8 総括
 - 3.8.1 去年見え始めた変化は、この一年でどう姿を現したか
 - 3.8.2 市場成熟という共通の環境の中で
 - 3.8.3 現場で積み重ねられた取り組みが、一つの潮流となって現れた
 - 3.8.4 マンガ産業を取り巻くプレイヤーはさらに広がった
 - 3.8.5 今年見えた潮流は、来年どこへ向かうのか

第4章 社会制度とテクノロジー

- 4.1 生成 AI と出版ビジネス
 - 4.1.1 ゼロクリック問題と AI 最適化
 - 4.1.2 著作権訴訟と権利保護の動き
 - 4.1.3 ライセンシングと新しい収益モデル
 - 4.1.4 倫理的課題と品質管理
 - 4.1.5 出版実務の効率化と制作支援
 - 4.1.6 読書体験とプラットフォームへの AI 統合
 - 4.1.7 総括
- 4.2 国の施策と法制度
 - 4.2.1 文化庁の施策
 - 4.2.2 公正取引委員会の施策
 - 4.2.3 財務省の施策
 - 4.2.4 経済産業省の施策
 - 4.2.5 文部科学省の施策
 - 4.2.6 総務省の施策
 - 4.2.7 総括
- 4.3 アクセシブルな読書環境の整備
- 4.4 海賊版対策

- 4.4.1 被害の全体像：10.4兆円の衝撃
- 4.4.2 「BAT0.T0」事件とCODAの日中連携
- 4.4.3 フランスの動き：Japscan判決と業界連合AMWの始動
- 4.4.4 日本政府の方針：正規版展開と対策の両輪
- 4.5 AI翻訳等の技術支援：サイマル展開に向けた技術と摩擦
- 4.5.1 「時間差」を埋めるサイマル展開
- 4.5.2 マンガAI翻訳に固有の技術課題
- 4.5.3 AIによる検知と排除
- 4.5.4 翻訳者コミュニティからの懸念
- 4.5.5 配信プラットフォームの現場から見たAI翻訳
- 4.5.6 AI翻訳は海賊版対策にどう効くか
- 4.5.7 政策的位置づけ：20兆円目標との整合

第5章 海外動向とグローバル展開

- 5.1 海外マンガ市場の動向
 - 5.1.1 大手資本の動向：流通掌握をめぐる日欧米の同時進行
 - 5.1.2 海外流通とアクセシビリティ：欧州アクセシビリティ法（EAA）への対応
 - 5.1.3 各国の中小・新興出版社の動向
 - 5.1.4 韓国の動向
 - 5.1.5 むすびにかえて一変化の渦の中で
- 5.2 米国電子書籍市場動向
 - 5.2.1 米国の電子書籍市場規模
 - 5.2.2 米国大手出版5社のデジタル戦略
 - 5.2.3 米国の電子書籍・電子出版のトピックス
 - 5.2.4 標準化・技術動向
 - 5.2.5 今後の展望

第6章 モバイルユーザーの電子書籍利用実態

- 6.1 調査概要
 - 6.1.1 調査概要
 - 6.1.2 留意事項
 - 6.1.3 回答者のプロフィール
- 6.2 モバイルユーザーの電子書籍利用状況
 - 6.2.1 モバイル機器利用者の電子書籍の利用率
 - 6.2.2 マンガ・書籍・雑誌の購読状況（紙及び電子）
 - 6.2.3 オーディオブック利用率
 - 6.2.4 電子書籍利用者数の増加率
 - 6.2.5 利用者のプロフィール
 - 6.2.6 ウェブ小説の利用率
 - 6.2.7 利用しているデジタルパブリッシング・コンテンツ
 - 6.2.8 利用している機関向けの電子出版コンテンツ
- 6.3 電子書籍利用者の利用実態
 - 6.3.1 読む電子書籍のジャンル
 - 6.3.2 利用しているサービスやアプリと購入・課金しているサービスやアプリ
 - 6.3.3 電子書籍を読む量と手段
 - 6.3.4 評価
 - 6.3.5 購入・課金状況
 - 6.3.6 他メディアによる影響
 - 6.3.7 縦スクロールのマンガの利用状況
 - 6.3.8 AIへの意識
- 6.4 総括