

# 米国電子書籍市場の概観

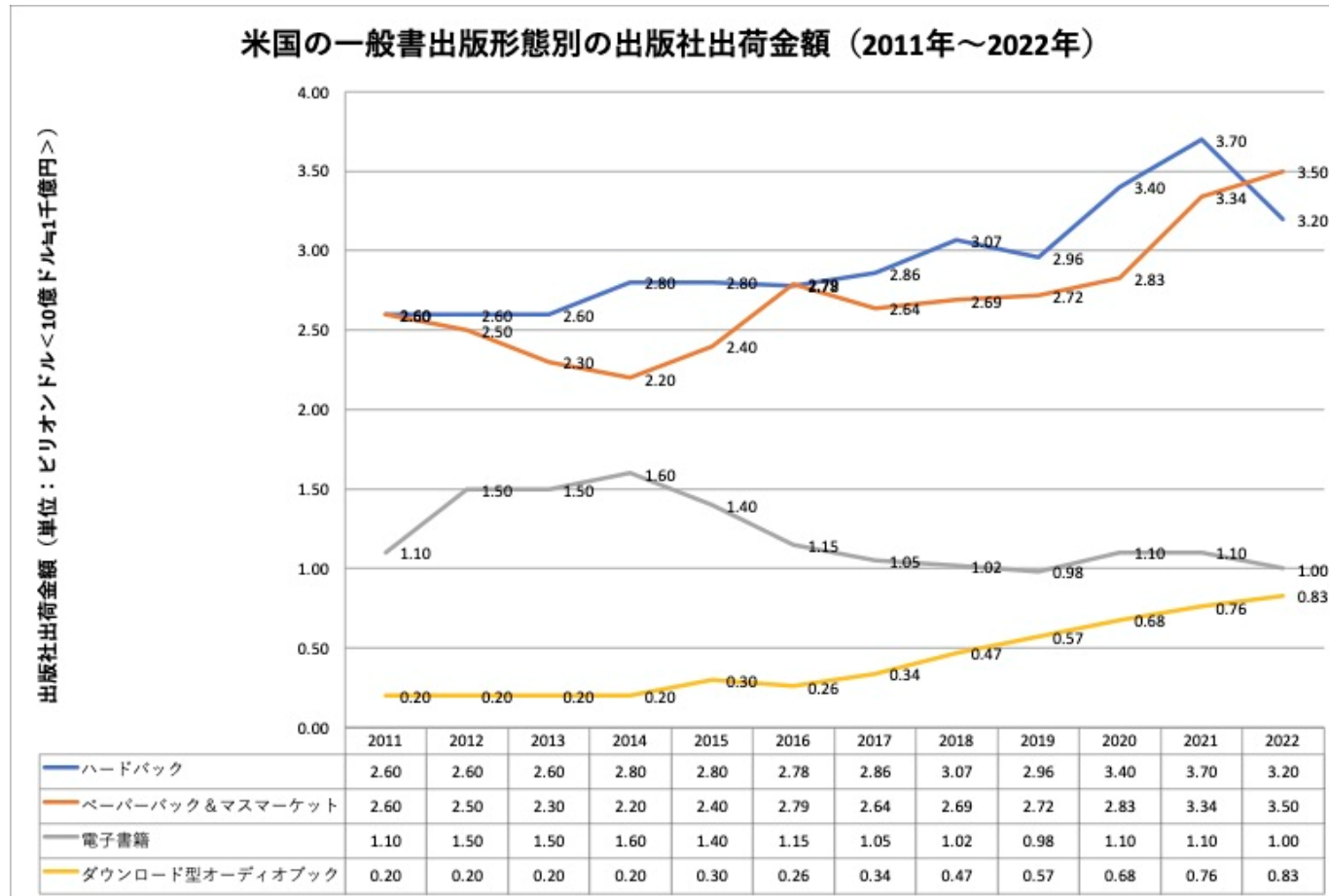
2023年12月21日

中島由弘

# アジェンダ

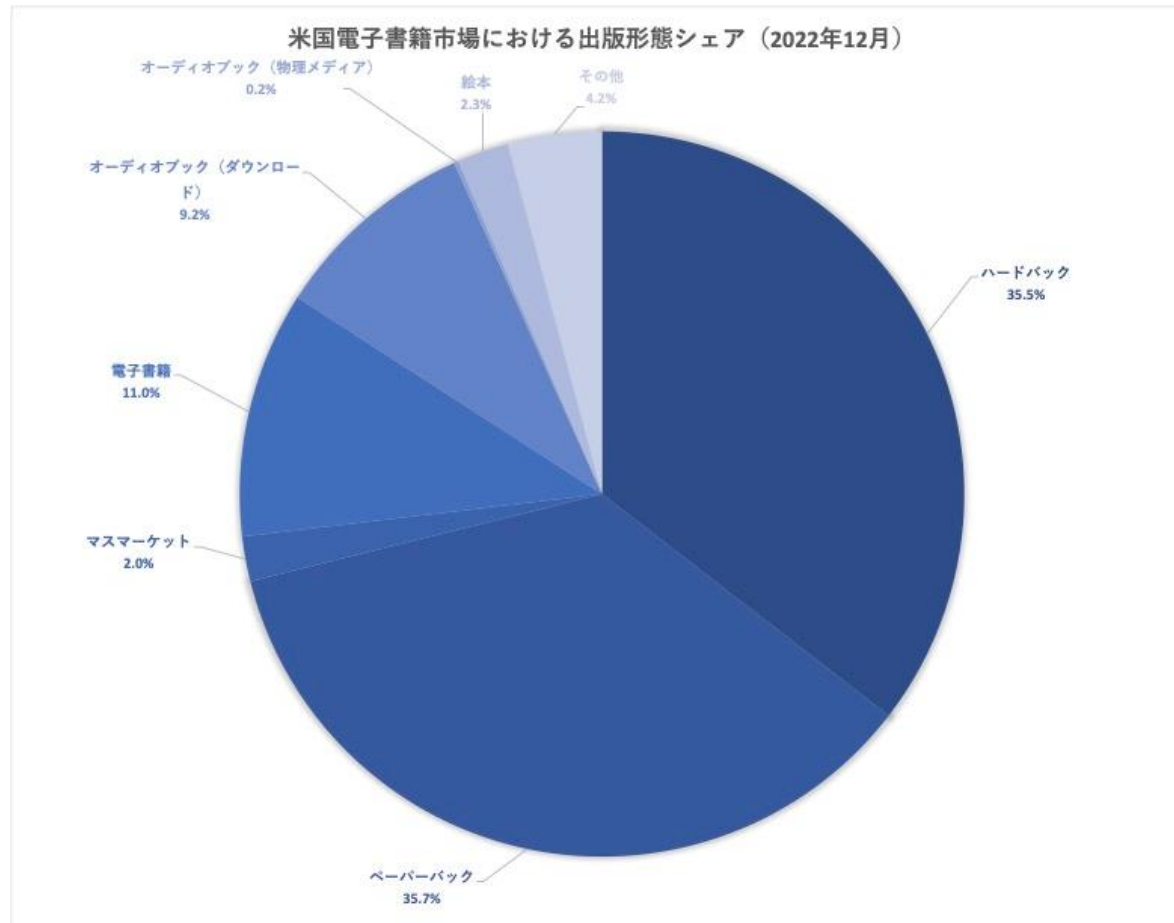
1. 2022年通期の推移
2. 2023年最新の推移
3. 出版と関係する生成AIにまつわる事件
4. チェアからの宿題「なぜ、米国の電子書籍市場は伸長しないのか？」

# 1. 2022年通期の推移



出典：AAP

## 2. 2022年通期の出版形態別シェア



出典：AAP

### 3. 2023年1月～9月の速報値

2023年1月～9月までの一般書売上は、対前年同期比で0.1%減  
(内訳)

ハードカバー	<b>2.4%増</b>
ペーパーバック	<b>2.2%減</b>
マスマーケット	<b>23.4%減</b>
特殊装丁	<b>2.7%増</b>
電子書籍	<b>1.2%減!</b>
オーディオブック	<b>14.5%増!</b>

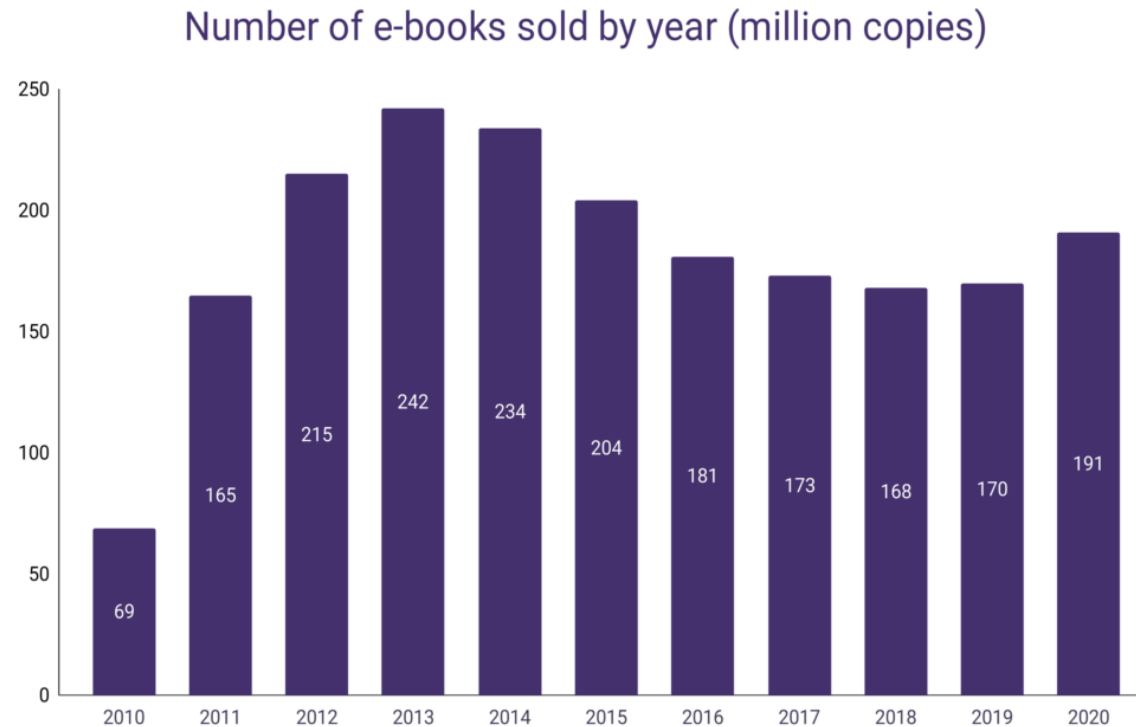
出典：AAP (<https://publishers.org/news/aap-september-2023-statshot-report-overall-publishing-industry-flat-for-month-of-september-and-up-0-8-year-to-date/>)

# (参考) 他の市場統計

## Ebooks Sales Statistics 2023(WORDSTATED)

<https://wordrated.com/ebooks-sales-statistics/>

註：2020年のデータであることと、調査方法やAAPとの整合については不明。



## 4. 出版と関係する生成AIにまつわる出来事メモ

「Amazonが運営する自費出版サービス「Kindle ダイレクト・パブリッシング(KDP)」にて、生成AIを利用して大量に書籍を出版している一部のAI作家への対策として、1日に出版可能な書籍数の上限を設定すると公式からのアナウンスが行われました。

KDPで1日に出版可能な書籍数の上限を「3冊」に制限すると発表しました。」

<https://gigazine.net/news/20230922-amazon-kindle-direct-publishing-limit/>

「米Amazonは9月7日（現地時間）、Kindle用電子書籍出版サービス「Kindleダイレクト・パブリッシング」のコンテンツガイドラインを更新し、人工知能（AI）コンテンツに関する条項を追加した。

出版するコンテンツ（テキスト、画像、翻訳）を生成AIベースのツールによって作成した場合は、申告することを義務付ける。」

<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2309/10/news048.html>

その他、作家や団体からAIによる学習に自らの著作物が使われたことについて訴訟が起きる

## 5. 宿題：なぜ、米国の電子書籍市場は伸長しないのか？

考察の方法：

- ・（無料でアクセスできる）信頼できる定量調査や定性調査がない。
- ・現地の出版専門分野のメディアやジャーナリストらの論考を元にする。
- ・要因を整理して、仮説を立てる。
- ・日本市場との比較もしてみる。



## 6. 宿題：なぜ、米国の電子書籍市場は伸長しないのか？

(背景)

AAPの調査は加盟各社の情報を中心に構成されている。米国市場における大手出版5社のシェアは80%を超える（2022年）。

<https://wordrated.com/the-big-five-publishers-statistics/>

Amazonにおける電子書籍の部数ベースでの大手5社のシェアは、（古いデータだが）2014年2月の約40%から2016年5月には約23%に減少している。売上金額のシェアも同じ期間に約四分の一減少している。

<https://www.bookbusinessmag.com/post/big-5-financial-reports-reveal-state-traditional-book-publishing/>

結果として、AAPの統計データは大手出版5社の動向（業績）の影響を大きく受け、中小出版社の動向（業績）を反映しにくい（電子書籍に取り組んでいるのは中小出版社だったとしても）。

米国の電子書籍は「文字もの」で構成される。日本の「文字もの」との比較が必要（日本はコミックが電子書籍というパッケージにジャストミートした）。

日本市場でも、文字ものとコミックを100%としたときの文字ものの比率は10%程度

## 7. 宿題：なぜ、米国の電子書籍市場は伸長しないのか？

(大手出版社の事情・仮説)

**収益性**：大手出版社は、印刷書籍の販売からより高い利益を得ることができるため、収益性の高いパッケージを売りたい。

**市場支配力**：大手出版社は印刷書籍の市場で強い影響力を持っており、電子書籍の市場への移行によって支配力を弱める可能性がある。電子書籍市場では、セルフパブリッシングや中小出版社がより競争力を持つため、大手出版社はその市場支配力を維持するために印刷書籍に焦点を当てている可能性がある。

**著作権と海賊版**：電子書籍はコピーと共有が容易であり、著作権の侵害や海賊版の問題が発生しやすい。大手出版社は知的財産を保護するために印刷書籍を優先する可能性がある。

**読者の好み**：特定のジャンルや読者層は印刷書籍を好む傾向があり、大手出版社はそのような読者のニーズに応えるために印刷書籍を重視する。

**契約と権利**：出版契約や著作権の問題は電子書籍の場合、特に複雑になる可能性があり、新たなフォーマットや配信方法に適応するための追加的な労力やリソースが必要となる可能性がある。

出典：<https://janefriedman.com/>／ほか、業界動向を知る人への聞き取りなどによる

## 8. 宿題：なぜ、米国の電子書籍市場は伸長しないのか？

(中小出版社の事情・仮説)

**低廉なコスト**：作家や小規模な出版社にとって、電子版は印刷や流通にかかるコストを回避することができる。

**セルフパブリッシング**：技術の進化とプラットフォームの普及により、作家が直接読者にリーチすることが可能になり、出版のハードルが低くなっている。

**デジタルプラットフォーム**：AmazonのKindle Direct Publishing (KDP) などのデジタルプラットフォームは、セルフパブリッシングや中小出版社にとっての重要な販売チャネルになる。

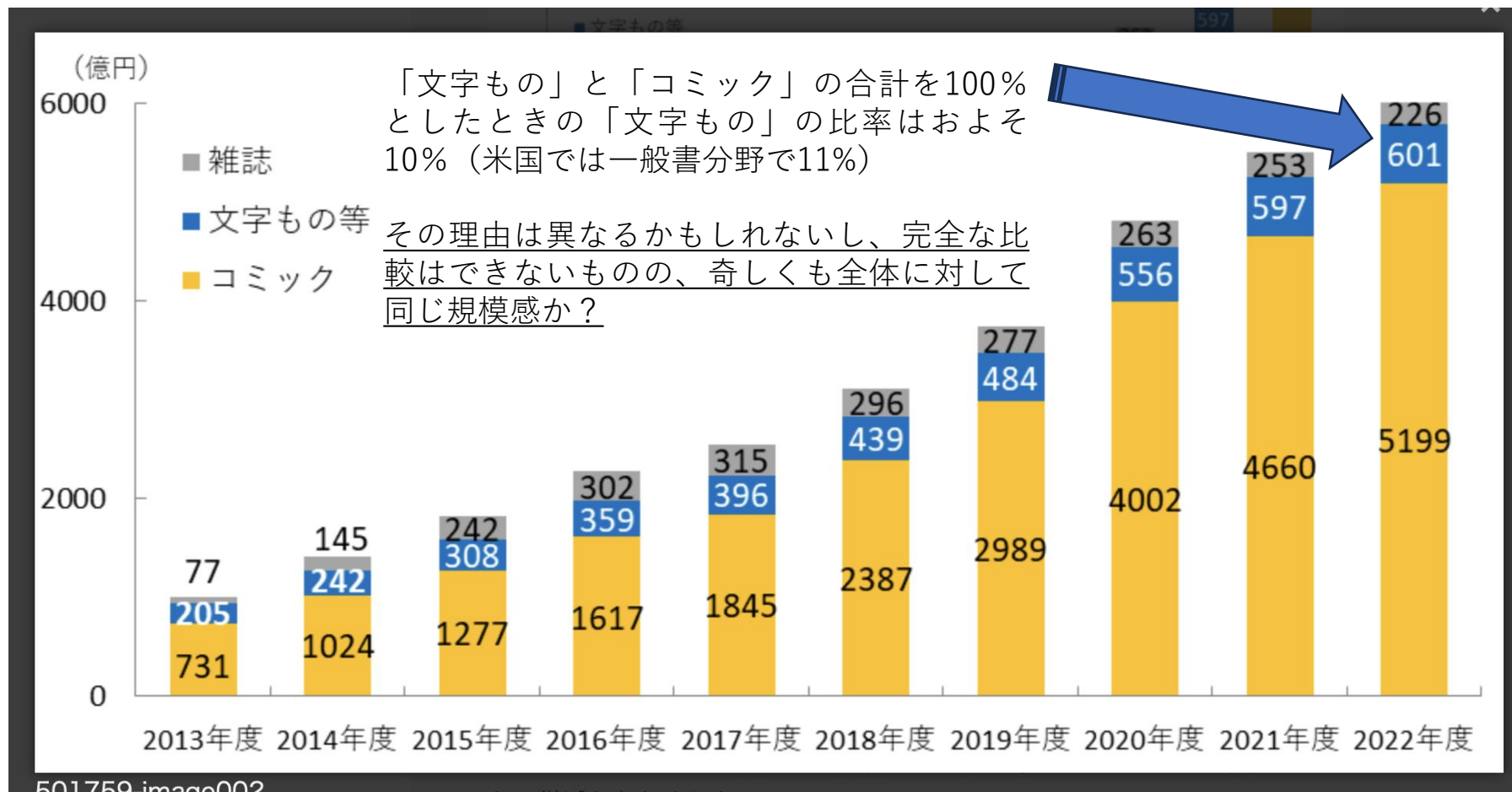
**市場の多様化**：中小出版社やセルフパブリッシングの作家はニッチなジャンルや実験的なコンテンツに取り組む。結果として、電子版は、少部数・多品種のロングテール化に寄与する。

**プロモーション**：中小規模の出版社や自己出版作家は、価格設定とプロモーション戦略において柔軟性を持っていて、消費者の需要に合わせて効果的に売上を伸ばすこともできる。

出典：<https://janefriedman.com>／ほか、業界動向を知る人への聞き取りなどによる

## 9.宿題：なぜ、米国の電子書籍市場は伸長しないのか？

日本でも「文字もの」電子書籍の伸長率は鈍っているのではないか？その理由は？



出典：インプレス総合研究所「電子書籍ビジネス調査報告書2023」