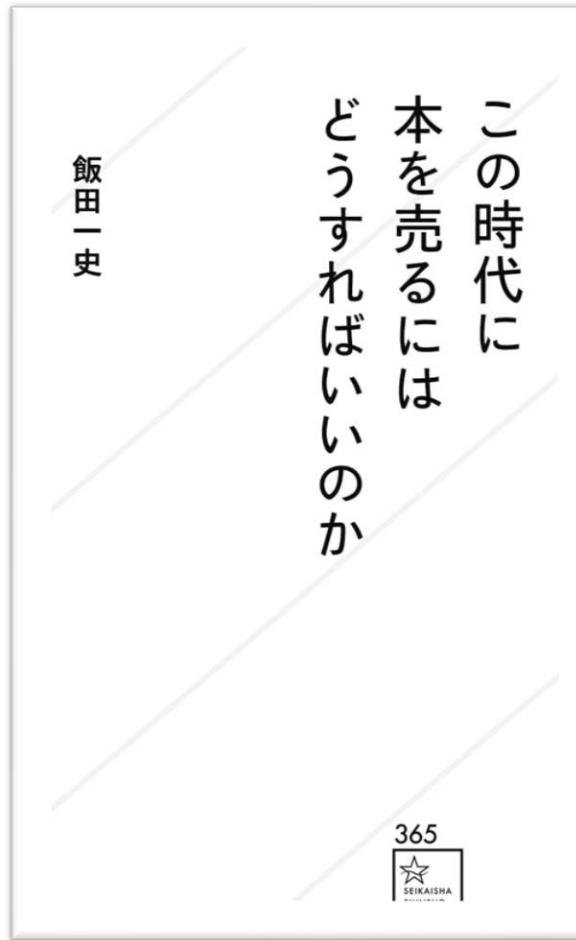


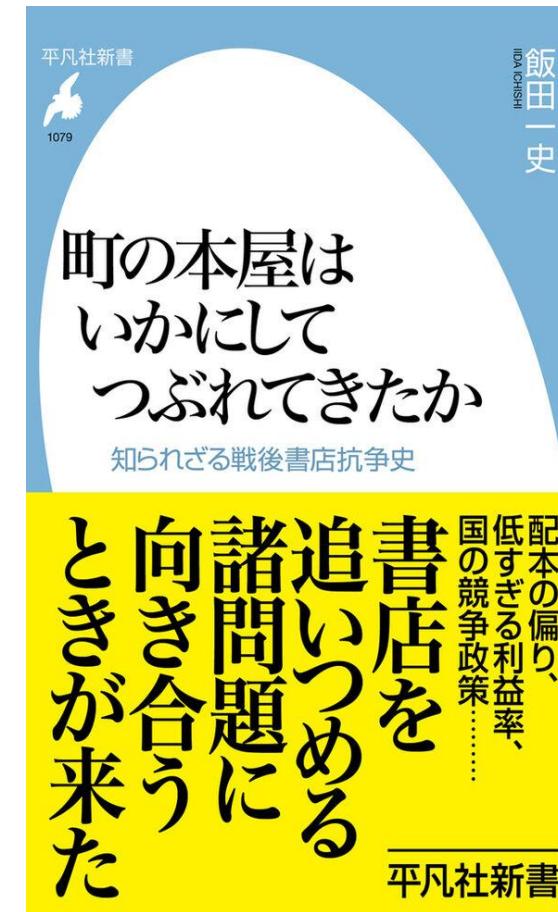
JEPA「年忘れ、電子出版放談会 2025」国内動向



Japanese Web
Novels; Media History,
Platform, and Narrative
Iida Ichishi and Scott Ma
<https://muse.jhu.edu/pub/23/article/960865>



<https://www.hanmoto.com/bd/isbn/9784065420355>



<https://www.hanmoto.com/bd/isbn/9784582860795>

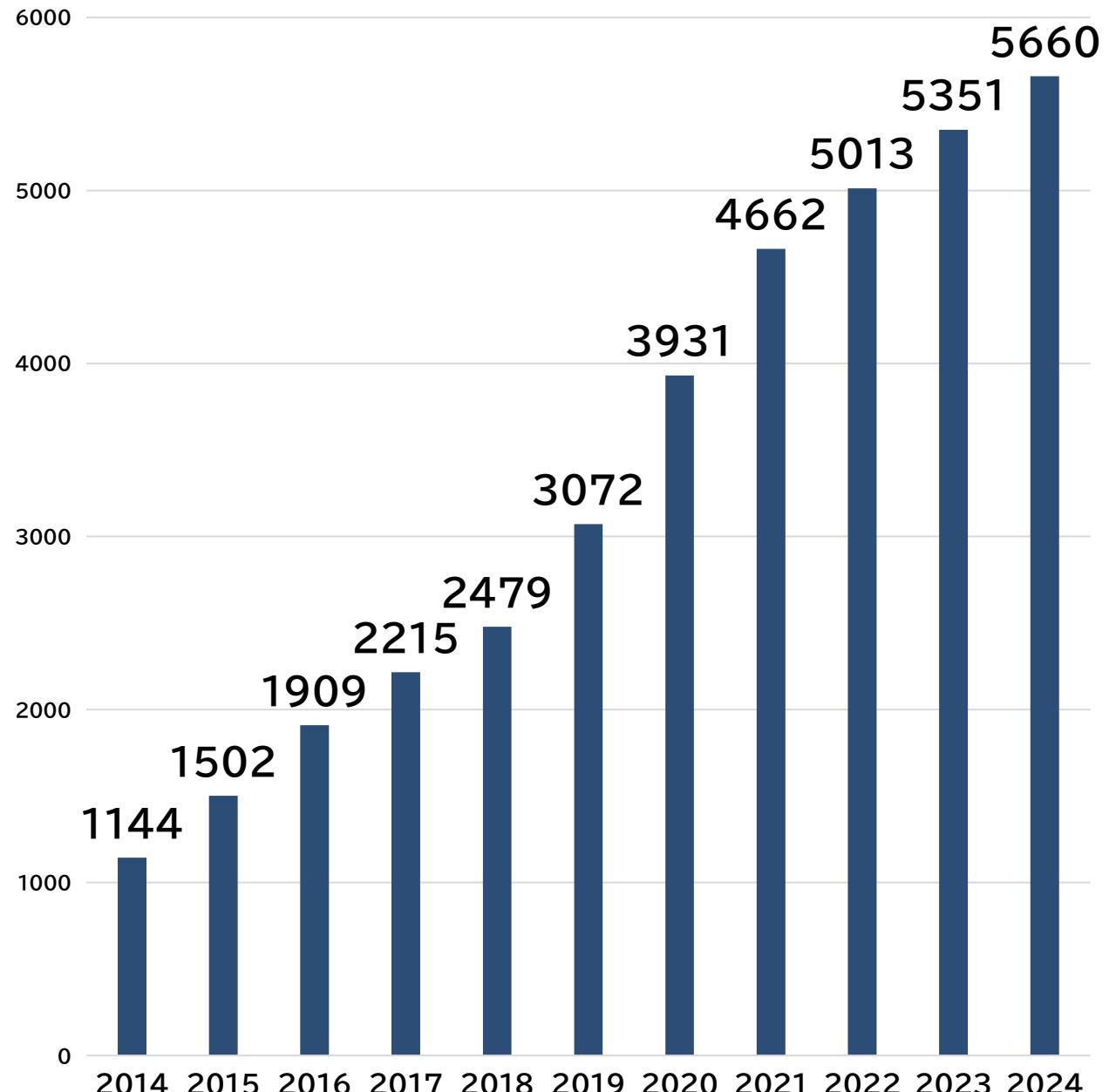


Newsletter

飯田一史

電子書籍の推定販売金額(億円)

出版科学研究所調べ



内訳

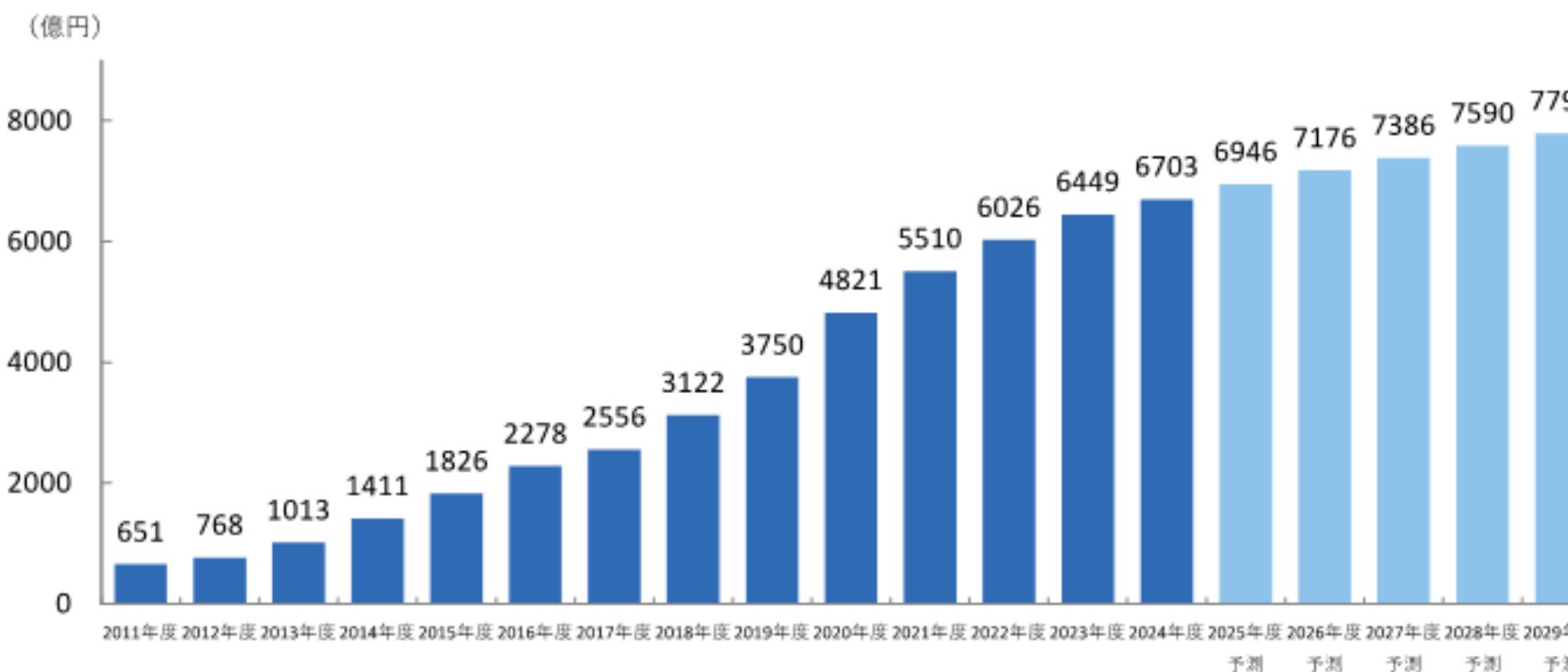
電子コミック6.0%増の5,122億円
電子書籍が2.7%増の452億円
電子雑誌が同6.2%増の86億円

インプレス『電子書籍ビジネス調査報告書』
での各社ヒアリングからは…

- ・成長の鈍化、市場競争の激化
プロモーションコストの増大
CRM施策の強化の必要性
- ・写真集分野の伸長
- ・次の成長分野の模索
オーディオブック
海外(特に北米)進出
- ・ストアサイドからのIP開発・二次展開
注力・投資のポートフォリオの悩み

■2024年度の電子書籍市場規模は前年比3.9%増の6703億円

2024年度の電子書籍市場規模¹³は6703億円と推計され、2023年度の6449億円から254億円(3.9%)の増加となった。今後、2029年度には8000億円弱に成長すると予測される。



	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
(億円)	651	768	1013	1411	1826	2278	2556	3122	3750	4821	5510	6026	6449	6703	6946	7176	7386	7590	7794
前年比	99%	118%	132%	139%	129%	125%	112%	122%	120%	129%	114%	109%	107%	104%	104%	103%	103%	103%	103%

出所：インプレス総合研究所

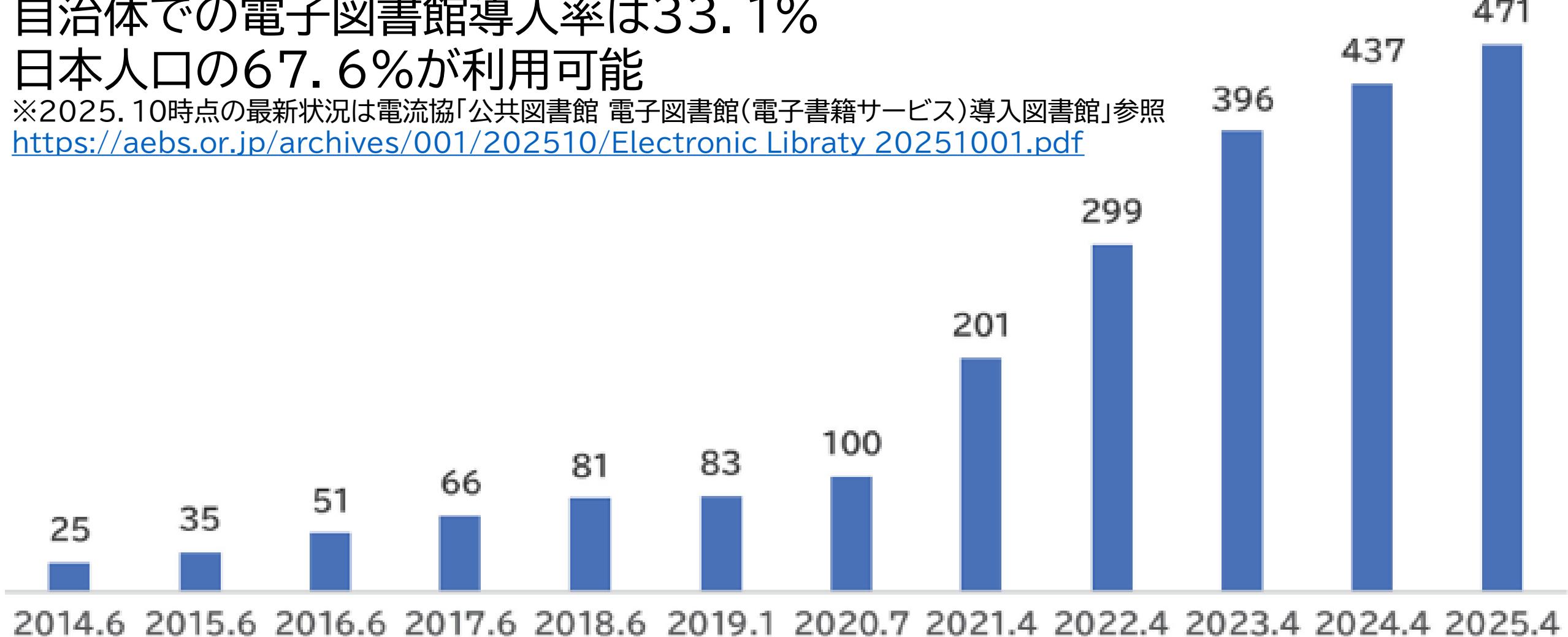
電子図書館サービスの公共図書館への導入数(471館/3319館)

自治体での電子図書館導入率は33.1%

日本人口の67.6%が利用可能

※2025.10時点の最新状況は電流協「公共図書館 電子図書館(電子書籍サービス)導入図書館」参照

<https://aebs.or.jp/archives/001/202510/Electronic Library 20251001.pdf>

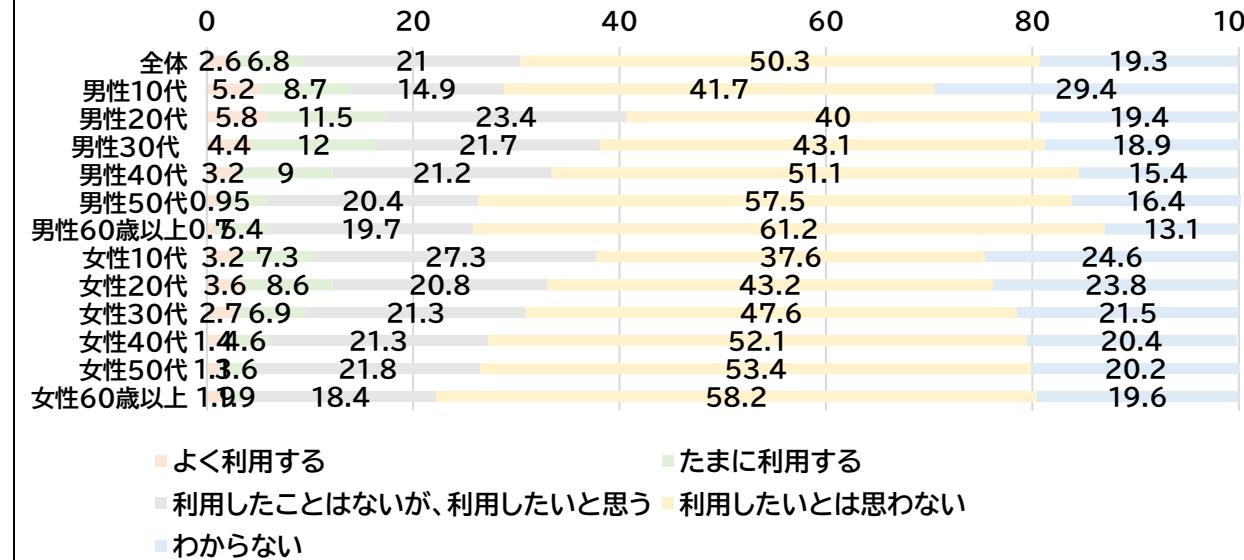


- ・自治体内で公共と学校図書館でID発行連携が進展 →利用状況には差があり
- ・児童書の読み放題, 探究学習利用等は学校向け, 一般家庭向けともに広がる

オーディオブック

オーディオブックの利用経験と利用意向

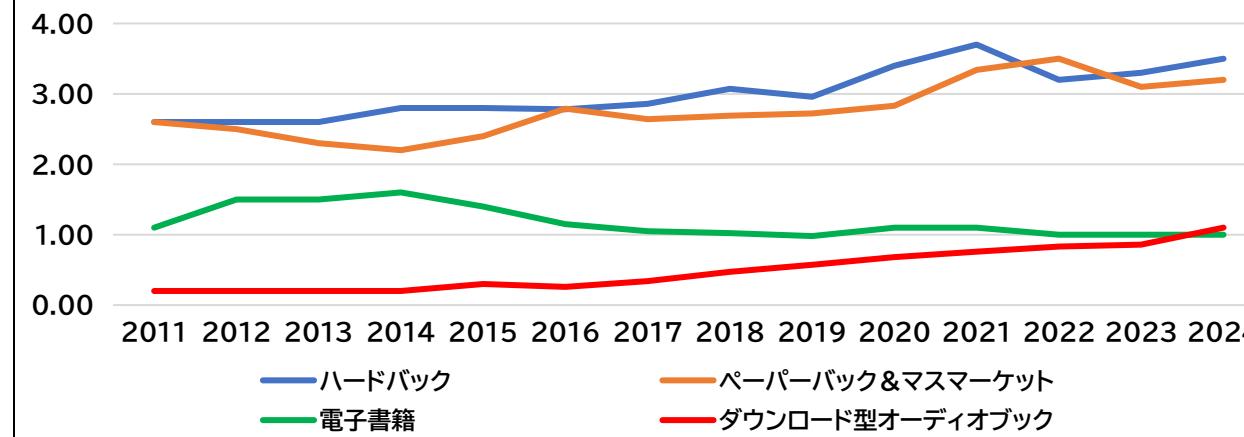
『電子書籍ビジネス調査報告書2025』インプレス総研を元に作成



- 市場規模の推計は2020年に日本能率協会総合研究所が2024年度260億円と予測したのみ。ほかに調査は乏しい状況
- アメリカやドイツでは電子書籍市場を上回る規模に成長
- 利用率を見ても米、独、仏などの調査ではオーディオブック>電子書籍

アメリカの一般書の出版形態別の出版社出荷金額

米国出版社協会(AAP)資料をもとに作成(単位:10億ドル)

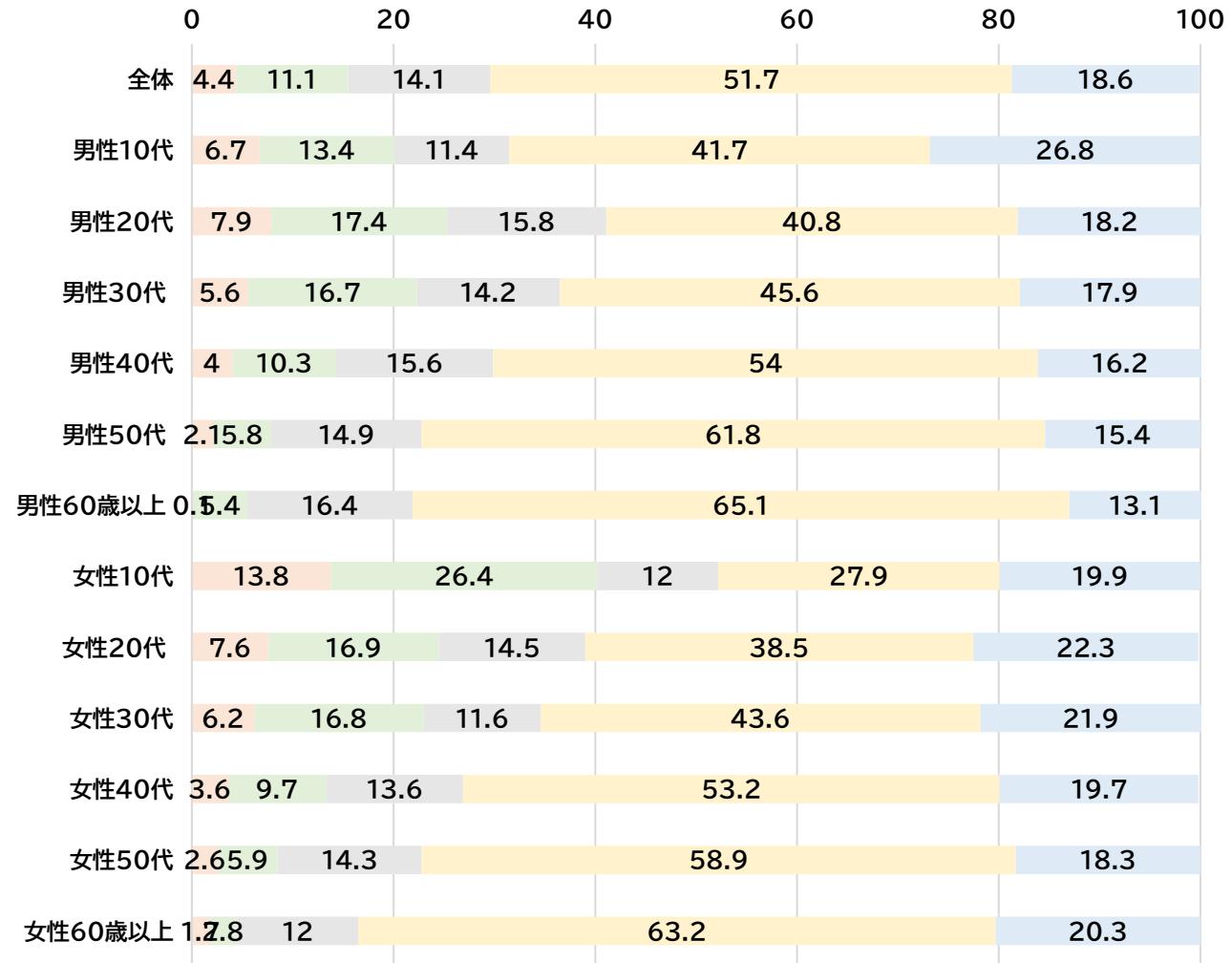


- 米国の公共図書館ではオーディオブックのみ借りる利用者が児童/YA向け 13.0%、成人向け 26.0% (LJ, SLJ, ALA調査, 2024)
- 日本は「利用経験がある人」の割合が10~20%

ウェブ小説

ウェブ小説の利用経験と利用意向

『電子書籍ビジネス調査報告書2025』インプレス総研を元に作成



よく利用する

利用したことはないが、利用したいと思う

わからない

たまに利用する

利用したいとは思わない

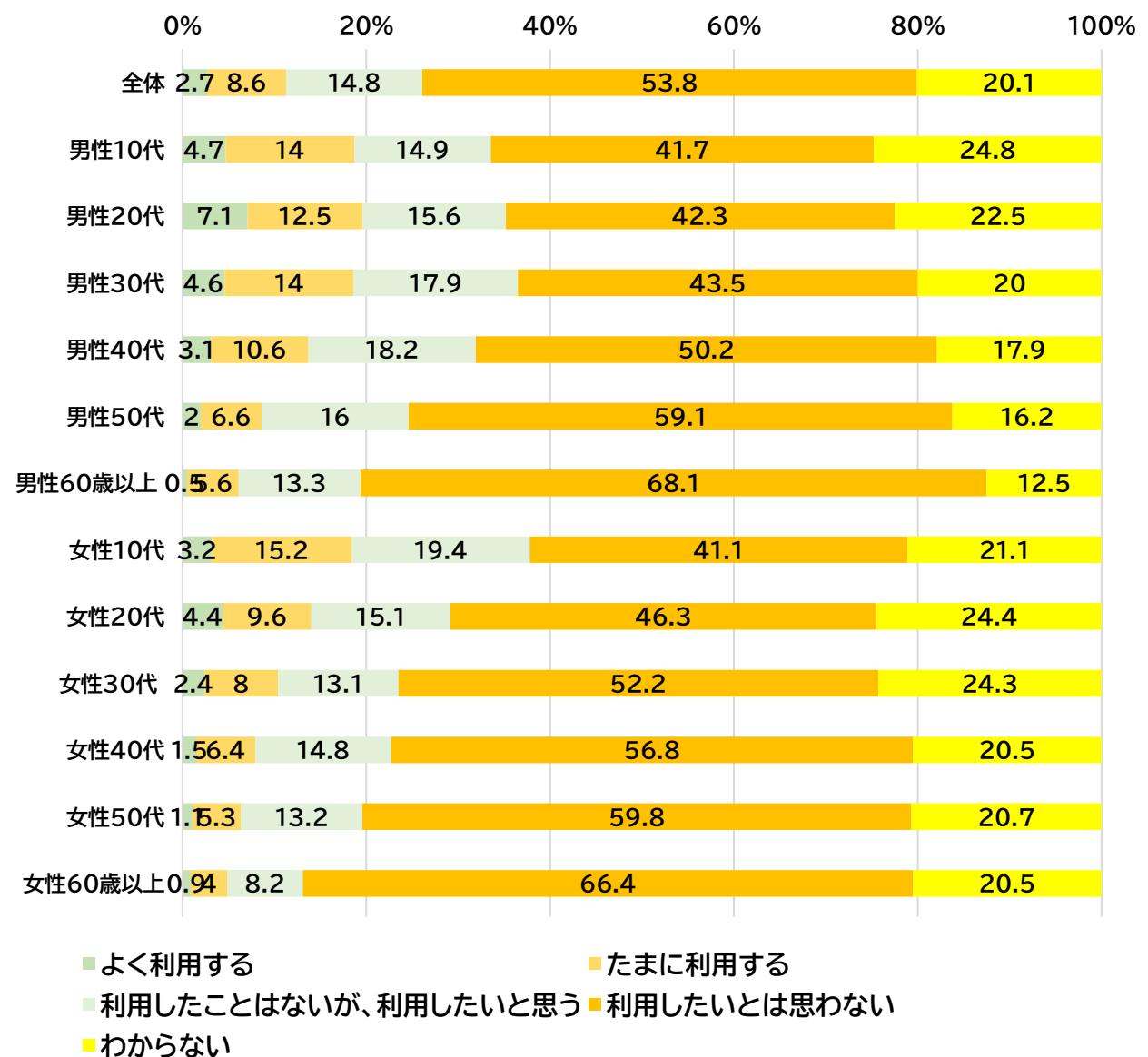
・『電子書籍ビジネス調査報告書』で初の利用調査を実施
10代女性は約4割が利用！
30代までは最低2割, 50代も1割

・力クヨムネクストなど課金モデルの導入もわずかに進展？(基本は慎重)
・運営が介入しないと女性向けが強くなりすぎてランキングが偏る問題
・AI大量投稿問題と各社対応の相違

その他のデジタルパブリッシング,Multimodal Expanded Readingの状況

マンガ動画の利用経験と利用意向

『電子書籍ビジネス調査報告書2025』インプレス総研を元に作成



・欧米ではAI検索の影響(?)もあり
メディア各社がアクセス数減少のなか
唯一Substackのみが前年比増加。
日本では国産Newsletterサービス
theLetterが朝日新聞社によりMA

・Chronicle野村高文『プロ目線の
Podcastのつくり方』発売などポッド
キャストの価値に改めて注目が集まる。
日本ではNarrative Podcastは低調

・TikTokショッピング機能が日本でも導入。
が、本の動画売れの衝撃大だったのは
有隣堂が知らない世界、積読チャンネル

提言

① 本や読書のアクセシブル化+マルチモーダル化は
マイノリティのためもあるし、マジョリティのためもある
より多くの人に、よりたくさん
読書、文字/ことば原作のコンテンツに親しんでもらうためには
音声やビジュアライズ、デジタル化 & 通知を送れる状態にすることが不可欠。

② リアル/EC/デジタルコンテンツのハイブリッドメディア化および連携

- ・電子書籍、電子図書館、オーディオブックは体験しないとよさがわからない。
実空間である書店(小売店)や図書館、学校等での場づくり、周知が必要。
- ・ディスプレイだけで目に入るコンテンツ数は少ない。もっと実空間への露出を
デジタルだけでリーチできる範囲、認知獲得には限界がある。
リアル書店等でのプロモーションの価値、イベントの体験価値を再認識すべき。

③ CRM、リテンションの強化

新規獲得後には個別最適化された定期的な提案を届け、関係性の維持・強化を