

LESSON 38

ご提示いただいた「出版・メディア業界 動向調査ノート（初稿・未レビュー）」の要約は以下の通りです。この資料は、経営企画部の担当者（三浦氏）が中期経営計画策定に向けて業界構造を整理した個人的なメモであり、まだ関係部門のレビューを経ておらず、定量的なデータによる裏付けが不足している点が強調されています。

1. 市場の現状

- ・ 国内出版市場の規模は約1.2兆円（2025年推計）で、紙媒体の販売は1996年のピーク時から約47%まで縮小しています。
- ・ 一方で、電子出版の市場全体における比率は直近10年で20%程度まで上昇していますが、統計によって電子出版の定義にばらつきがあり、確認が必要です。

2. 競争環境と参入障壁

- ・ 競争環境: 大手5〜6社が市場を寡占していますが、競争の激しさについては社内の部門間で見解が分かれています。電子書籍プラットフォームの手数料構造が新たな競争要因となっています。
- ・ 新規参入: 紙媒体の出版は流通や著者との関係構築コストが高く参入障壁が高いですが、電子書籍領域ではプラットフォームの普及により個人や異業種からの参入が容易になっています。
- ・ 代替手段の脅威: 動画配信、SNS、ウェブメディアなどの普及により若年層の活字離れが進行しており、特に雑誌や実用書が大きな影響を受けています。

3. コスト・交渉力の構造

- ・ 著者の交渉力: エージェント制の普及やオファー競争により、有名著者などの交渉力が非常に高まっています。
- ・ コスト上昇: 印刷・用紙コストが毎年2〜5%のペースで値上がりしており、コスト上昇圧力が続いています。
- ・ 流通・プラットフォーム: 書店側の在庫リスクが出版社に転嫁される返本制度が依然として標準である一方、電子書籍プラットフォームは手数料率の設定権を握っており、出版社への圧力が強まっています。

4. 自社への示唆（暫定）と課題

- デジタル化や直販チャンネル（自社アプリ）の検討、有力著者囲い込みのための編集力強化、オンデマンド印刷や海外展開などが暫定的な課題として挙げられていますが、明確な根拠に欠ける状態です。
- 今後の課題とステップ: 定量的なデータによる根拠の補強、各部門長へのヒアリングによる現状評価の検証を行い、4月の経営会議での報告を目指しています。ただし、スケジュールが非常にタイトであるため、経営企画室長への相談が必要とされています。

より詳細な分析のために、この資料をもとにレポート等を作成することも可能ですが、いかがでしょうか？