

出版不況と出版流通の変動

06L4071 小泉友香

1. 現在の出版流通

主に出版社、出版取次、書店の三者が出版流通に関係している。

出版流通では次の制度に特徴がある。

- (1)委託制…出版社が出版物の販売を書店に返品条件付で委託する制度
- (2)再販制（再販売価格維持制度）…出版社が、取次、小売店、消費者への販売価格(卸価格)を決定しその価格での販売を守らせる制度

2. 出版業界の現状

1990 年代後半から書籍、雑誌ともに販売額は減少している。一方で、返品率は書籍、雑誌ともに 1990 年代初頭から 10%ほど増加している。出版流通に関わる出版社、取次、書店の数は年々減少の一途を辿っている。

3. 出版流通の諸問題

- (1)委託制からくる問題…返品率が高くなり出版社が利益を享受できなくなっていること、必要な書店に必要なだけという適正配本がなされていないことなど。
- (2)再販制からくる問題…書店間の価格競争ができないことなど。
- (3)出版社にとっての問題…返品率の増加による収益の悪化や不況やインターネット広告の隆盛による広告収入の減少など。
- (4)取次にとっての問題…新規店の増加に伴う売掛金の増加及び廃業店の増加に伴う売掛金の未回収金の増加（※開店口座問題）。
- (5)書店にとっての問題…書店数の増加に伴う廃業店の増加、配本の書店間格差、万引きなど。

4. 調査結果

2005 年日本書店商業組合連合会の「全国小売書店経営実態調査」のデータを用い、売場面積ごとのグラフを作成し検討した結果、以下の点がわかった。

1	本店支店構成	売場面積が大きいと支店割合が多くなり、売場面積が小さいと本店割合が多くなる。
2	立地環境	100 坪以上ではビル駅前、郊外の割合が高いのに対し、40 坪以下では商店街、住宅地の順で多い。

3	電子機器の使用状況	売場面積が大きいと使用している電子機器が多くなる。
4	商品催事、読書推進活動の実施状況	売場面積が大きいと積極的に行っていることが多い。
5	商品入荷状況	売場面積が大きいと小規模書店に比べ希望通り商品が入荷することが多い傾向にある。
6	経営状態の変化	売場面積が大きいと小規模書店に比べ少し「よくなった」「ややよくなった」の割合は多くなる。しかし全体の80%以上の書店で「やや悪くなった」「悪くなった」と回答している。
7	日書連（注：日本書店商業組合連合会）に望む対応	比較すると売場面積が大きいと「支払いサイトの延長」「万引き問題への対応」が、売場面積が小さいと「客注への迅速確実化」が目立つ。
8	書店の生き残り策	比較すると売場面積が大きいと「専門店化」「複合店化」「売場拡大・リニューアル」が、売場面積が小さいと「外商強化」が目立つ。

また中日新聞・東京新聞記事検索サービス、ヨミダス文書館／歴史館（読売新聞データベース）、聞蔵Ⅱ（朝日新聞DNA）の中から2006年以降の出版流通に関わる記事を検索したところ、以下のような傾向が見られた。

(1)大会社の合併・提携

印刷会社を中心とした業界再編が目立つ。出版業界の再編は取次会社を中心に行われることが多かったため、今までとは異なった形で出版業界の再編が進むと目されている。

(2)看板雑誌休刊

全体的な雑誌不況や広告収入の減収などを理由とする出版社を代表する看板雑誌の休刊が頻出している。

(3)書店戦争

大型書店は新規出店によって売上増を目指す傾向にあり、書店の乱立が起こっている。

5. 考察

(1) 出版流通界はアマゾンやブックオフといった勝ち組と、昔からの小規模書店や出版社といった負け組みにわかれる。

(2) トリプル WIN プロジェクト、責任販売委託販売併用性など、新しい試みも見られる。