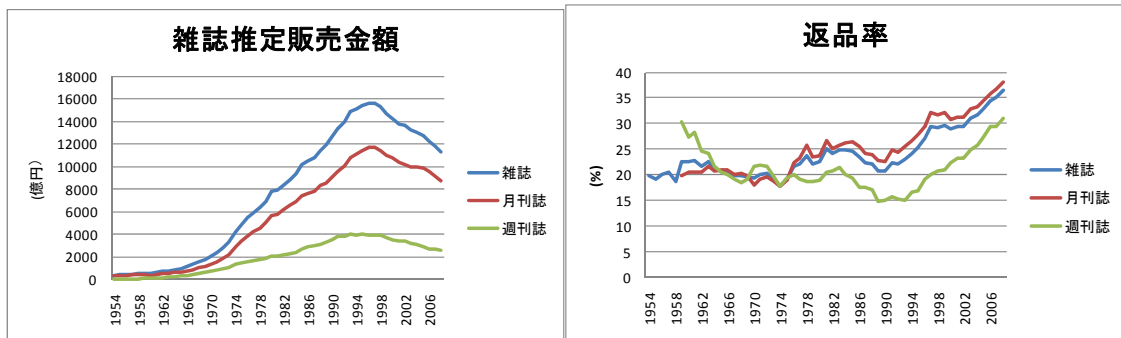


雑誌出版と販売の現状と問題点

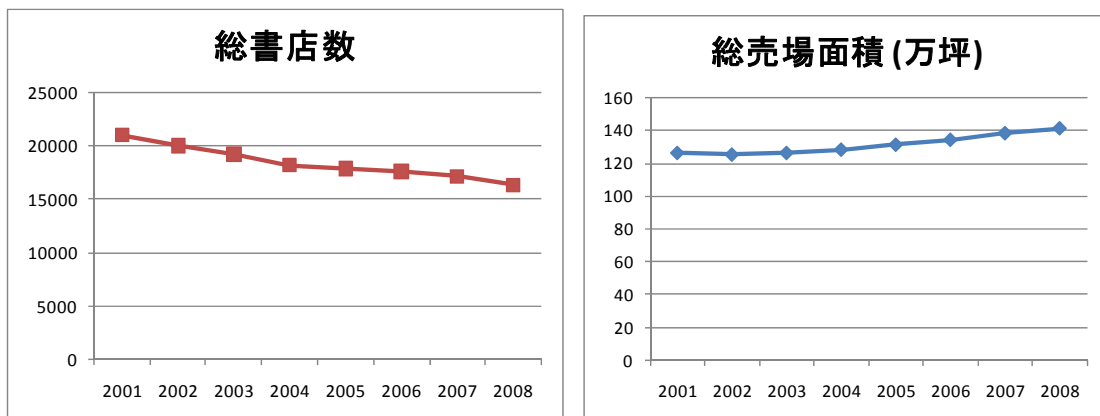
07L4370 大河内美和

1. 雑誌販売の問題点

(1) 販売金額が落ち、返品率が上がっている



(2) 書店数が減少しているが、総売場面積は増加傾向にある



(3) 出版社や書店の雑誌依存度が高い

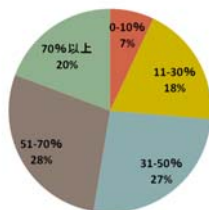
出版物全体の販売額に占める雑誌の比率が大きく、また雑誌の販売収入が広告収入を上回っている。

2. アンケート調査

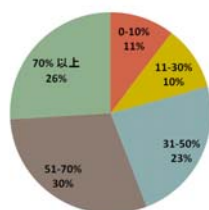
雑誌の販売動向の実態を知るため、愛知県の小売書店にアンケートをおこなった。愛知県書店商業組合から組合に加盟している書店リストをいただき、郵送ラベルを作成した。発送数 249 件、回答数 130、回収率 52.2% であった。

(1) 雑誌が売りに上げに占める割合

売りに上げに占める雑誌の比率
(雑誌500点以上の書店)

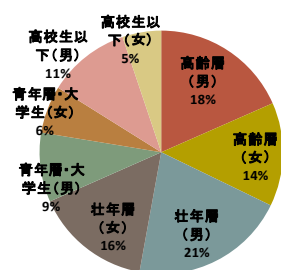


売りに上げに占める雑誌の比率
(雑誌500点未満の雑誌)

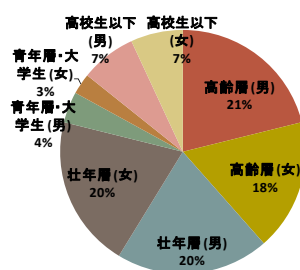


(2) 顧客層

雑誌500点以上の会社の顧客層

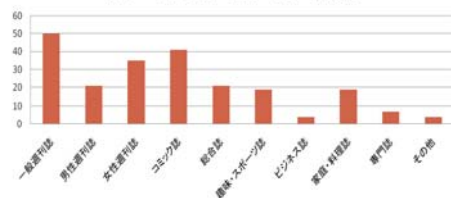


雑誌500点未満の書店の顧客層

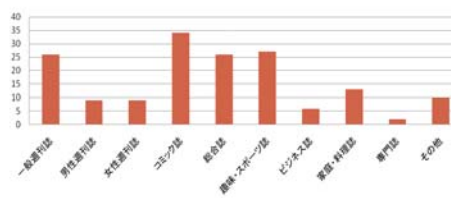


(3) 売れ筋雑誌

雑誌500点未満の書店の売れ筋雑誌



雑誌500点以上の書店の売れ筋雑誌



(4) 特徴

パソコン雑誌、情報雑誌、コミック誌の売りに上げが減り、付録付きの雑誌が売れている。特集記事が評判になった雑誌は売れる。中小書店は外商・配達でかろうじて成り立っている。大型店では併設施設もできている（ギャラリー、喫茶、レンタル DVD、ゲーム喫茶）。

3. 考察

このままでは出版業界は縮小する一方であるが、宝島社のように、他社との差別化を行い成功した例もある。出版社・取次・書店が相互に協力して販売推進が必要ではないか。

有料のデジタル雑誌が読者に受け入れられるか、今後の展開に注目したい。書店、取次はデジタル雑誌にはない付加価値、たとえば情報共有やサービスの向上、を目指してほしい。また添付付録や電子雑誌、ムックなどと上手く融合させることも重要である。