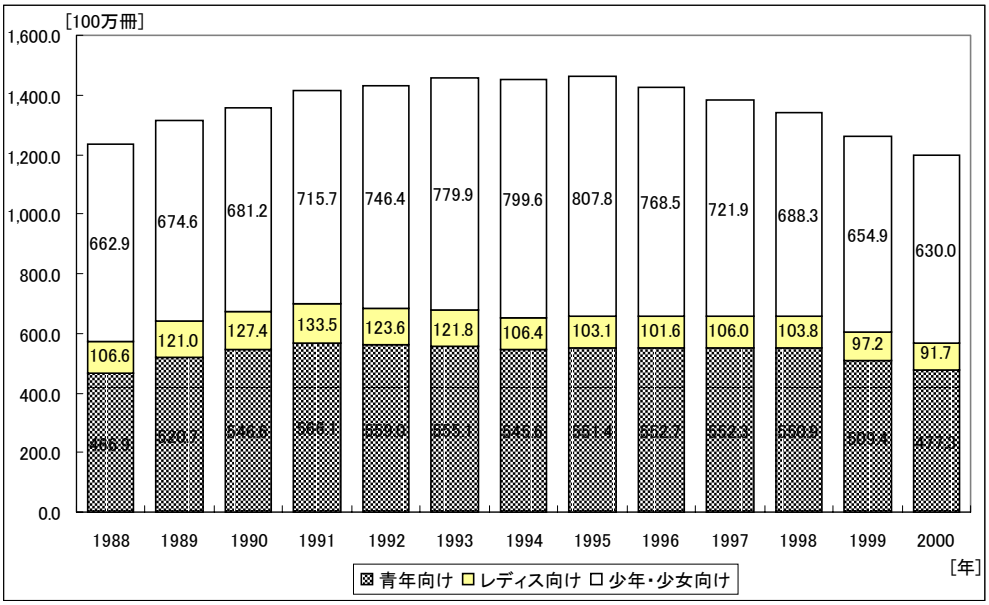
市場別		規模・量の考え方		算出方法・推定方法	典拠
ソフト輸出入	コミックの輸出	市場規模	コミック本の輸出額と海外への版権販売額の合計	（当面考えない）	
		流通量	輸出された書籍・雑誌のうちコミックの部数（版権輸出分については計量不可）	同上	
	コミックの輸入	市場規模	コミック本の輸入額と海外からの版権購入額の合計	同上	
		流通量	輸入した書籍・雑誌のうちコミックの部数	同上	

コミック市場の動向

○一次流通市場の動向

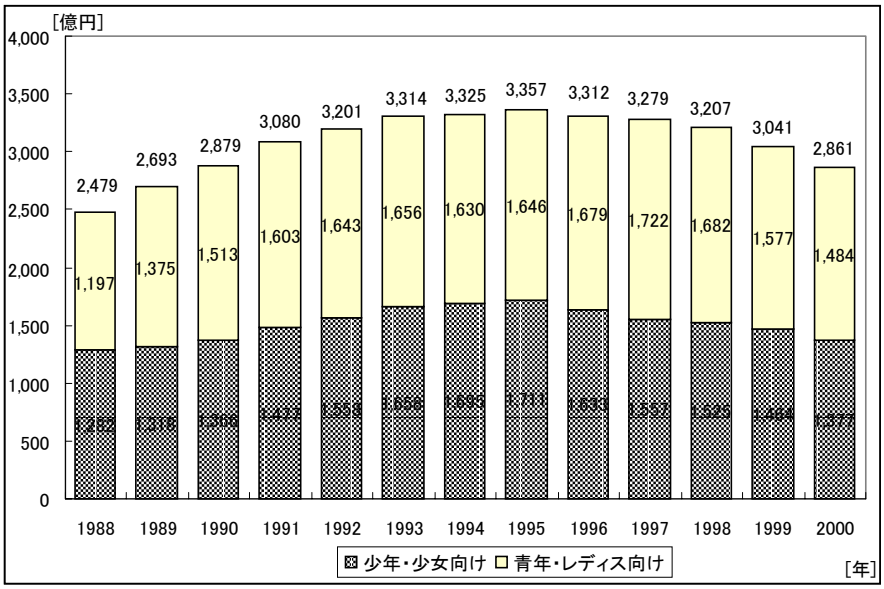
・コミック誌は、児童向けから青年向け、成人向けへと多様化しており、80 年代に急速に流通量（発行部数）、市場規模（販売金額）を伸ばしてきた。この市場拡大は 90 年代に入っても続いたが、92 年以降は伸び率が鈍化し、90 年代後半には減少に転じた。80 年代に急成長を続けた青年向け、女性向けコミック誌が 90 年代前半に減少に転じ、さらに 90 年代後半には、これまで順調であった児童向けが減少に転じたことがその要因と考えられる。（図表 3-2-1、図表 3-2-2）

図表3-2-1　コミック誌発行部数の推移



出典：（社）全国出版協会・出版科学研究所「出版指標年報」

図表3-2-2　コミック誌販売金額の推移



出典：（社）全国出版協会・出版科学研究所「出版指標年報」

○二次利用市場（コミック本）の動向

・90 年代半ばから減少に転じたコミック誌とは異なり、コミック本（コミックス）の市場は、減少しているもののほぼ横這いで推移し、そのウェイトを増している。年間発行部数は、95 年の 7 億冊をピークに 2000 年には 6 億 5 千万冊に減少、販売金額は、96 年の 2,535 億円をピークに 2000 年には 2,372 億円に減少している（図表 3-2-3）。

・電子化したコミックコンテンツを、PDA（携帯情報端末）や PC を通じて利用できる電子コミックの取り組みが始められている。

～　電子コミック　～

小学館や凸版印刷が出資したイーブックイニシアティブでは、コミック紙面をそのままスキャンした電子データを販売している。データ容量が大きくなるが、もとの紙面のままの書体、レイアウトで楽しむことができる。

シャープ「ザウルス文庫」では、同社の PDA「ザウルス」で利用できる電子コミックを販売している。電子コミックを読むためには、無料で提供されている「マンガビューア」を利用する。

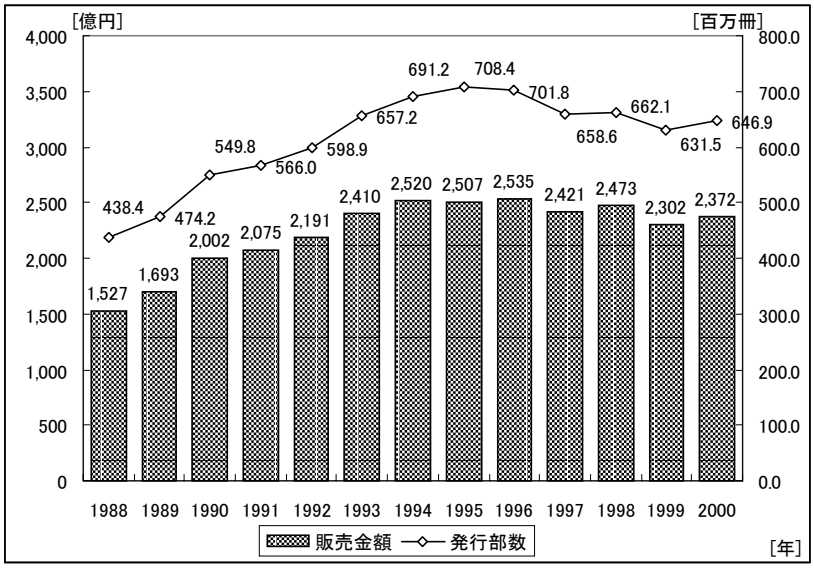
小学館、講談社、富士ゼロックスが運営する「まんがの国」では、特定の PC で，一定期間内（数日～数十日など）だけ利用できる仕組み（アクセスチケット）を採用し、コミック誌に連載中のコミックのダウンロードサービスを展開している。

○ソフト制作の動向

・コミック本の新刊点数は 90 年代初頭に一時横這い傾向となったが、近年は再び増加傾向となっている。既存のコミックスを文庫本化した二次利用の拡大、特に往年の人気作品をテーマやジャンル等で再編集した廉価版コミックスが近年増えている（図表 3-2-4）。

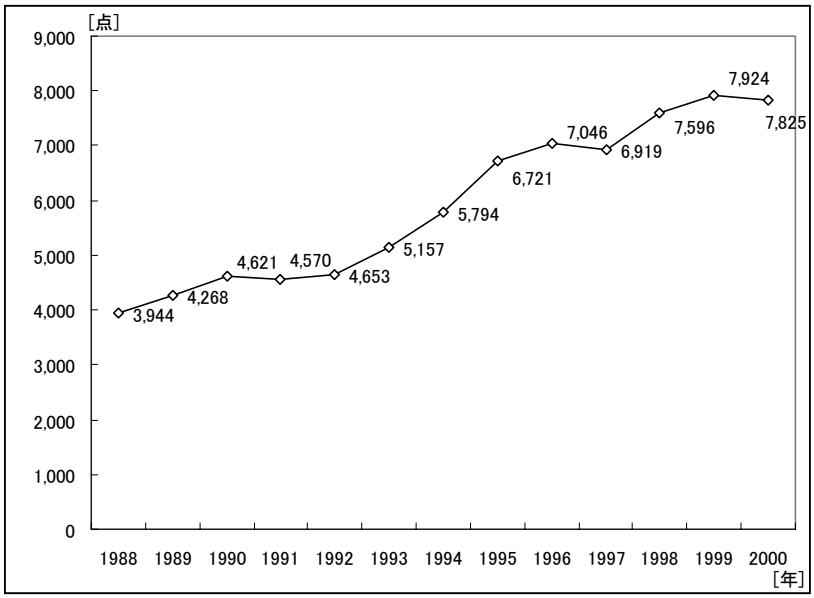
・コミック誌で連載した作品を効率よくコミックスに二次利用できるシステムの導入が始まっている。作品の原画とせりふの文字を別々にデジタル化して管理することにより、作品のせりふを英語に直して海外版コミックスを制作したり、DVD 等の電子媒体に加工することが従来よりも簡単に行える。

図表3-2-3　コミックス市場の推移



出典：（社）全国出版協会・出版科学研究所「出版指標年報」

図表3-2-4　コミックス新刊点数の推移



出典：（社）全国出版協会・出版科学研究所「出版指標年報」

３－３　雑誌ソフト

雑誌ソフトの定義

○「雑誌ソフト」とは、雑誌掲載用に作成された記事・広告等のうち、コミックを除いたものを指す。テキスト（文章）が中心であるが、写真やイラストが大きな比重を占める場合もある。

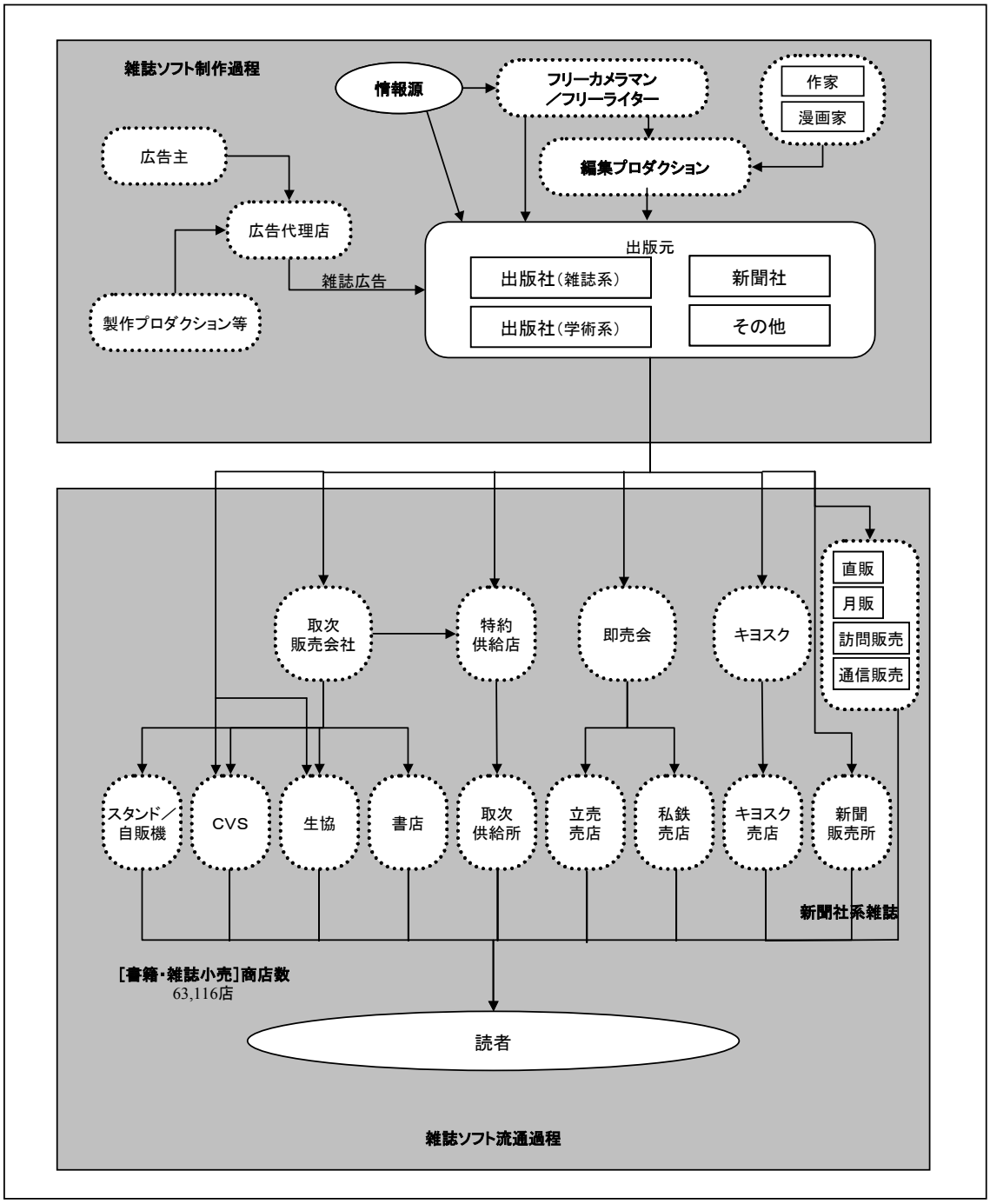
○雑誌には、いわゆる商業誌の他、広義には各種会員誌や同人誌も含めることができるが、ここではビジネスとして出版社が発行し、出版市場で流通しているものを対象とする。また、最近ではムックなど雑誌扱いの書籍が増加しているが、コミックを除き出版統計上の分類に合わせて考える。

業界の概要

○雑誌の出版・流通業界は、書籍出版とほぼ重なるが、ソフトの制作形態は大きく異なっている。すなわち、書籍出版の場合は、ほとんどが出版社の外に制作者（作者）がいるのに対し、雑誌記事の場合は、出版社の中の編集スタッフ自らが作成する割合が高い。

○雑誌の流通ルートは、書店など書籍とほぼ重なるが、コンビニエンスストアや駅売店なども主要な流通ルートとなっており、書籍に比べてより幅広いルートがあると言える。

雑誌業界構造


雑誌ソフト制作過程
情報源
フリーカメラマン
／フリーライター
作家
漫画家
広告主
編集プロダクション
広告代理店
出版元
雑誌広告
出版社（雑誌系）
新聞社
出版社（学術系）
その他
製作プロダクション等
直販
月販
訪問販売
通信販売
取次
販売会社
特約
供給店
即売会
キヨスク
スタンド／
自販機
CVS
生協
書店
取次
供給所
立売
売店
私鉄
売店
キヨスク
売店
新聞
販売所
新聞社系雑誌
[書籍・雑誌小売]商店数
63,116店
読者
雑誌ソフト流通過程