

第2章 小売/仲介

オンライン書店

大手参入と競争により市場規模は約140億円で成長 さらなる再編・淘汰を超えて真の販売ルートに

アマゾン参入・その後の流れ

日本の本格的なオンライン書店は95年の丸善が最初と言われている。その後、既存書店系、ベンチャー系、セブンイレブンなどによるeSBooks、書籍宅配業者ブックサービス、図書館流通センター（TRC）など、業界内外からの参入が相次いだ。しかしその多くは「インターネットに注文窓口を設けた」レベルであった。

それが、2000年のアマゾン上陸を契機に大きく変化した。ほぼ同時に、世界屈指のメディアグループ・ベルテスマン傘下のビーオーエル（BOL）までもがサービスを開始。国内企業連合であるブックワン（bk1）を加えて、大手3社がわずか半年の間に次々と参入した。

この3社の参入は、日本のオンライン書店に新たな競争状態をもたらした。まず起きたのは、送料の競争だった。日本では再販売価格維持契約により、米国のような書籍自体の価格競争が難しかったためだ。また、アマゾンが先鞭を付けた「ワンクリック」「アフィリエイト」「リコメンド」等のサービスを各社が取り入れるなど、サービス面でも競争が起きた。

一方で、すでに業界の再編・淘汰が始まっている。BOLはベルテスマンが本社（スイス）を不採算と判断して解散したことで、日本ではbk1への業務移行という形で市場から消えた。bk1も2年連続で赤字の状態が続いており、2003年3月の単月黒字を目指してリストラと売り上げ確保への取り組みを続けている。また、いくつかの大手書店系も、他社との提携などによって事実上手を引くケースも目立っている。

2001年の市場規模は約140億円

財務内容を公開している企業が少ないため、オンライン書店の正確な市場規模

を推定することは難しい。それでも、参入者が多かった2000年は前年の倍以上の年間約100億円、2001年には140億円以上に拡大したと見られている。

この伸びは、分母が小さい上に参入者が増加しているのだから当然とも言え、これだけで市場が成立しているとは判断できない。しかし、ブックサービスの売り上げ推移を見ると、2000年度末時点のインターネット受注は月間12万冊と、年商50億円の30%以上に拡大。一方、アマゾンはサービス開始2年目にして、すでに和書の売り上げだけで30億円以上、全体では100億円（洋書、音楽CD、DVDなどを含む）を超える規模になったと言われている。

また、「オンライン書店ならではの」本の売れ方にも具体的な事例が現れている。発売前の本の予約販売は各社で一定の実績を上げており、オンライン書店発のベストセラーも生まれ始めている。サイト上で更新されるベストセラーリストに登場すると売り上げが伸びるといったマーケティング手法も効果を発揮しつつある。

伸びる市場シェア・採算性は？

現在の書籍市場は9456億円（2001年1～12月）。このうちオンライン書店のシェアは1.5%程度になっている。書籍市場はここ数年縮小傾向にあるので、相対的なシェアはさらに広がるだろう。紀伊國屋書店の松原治社長は、当初からインターネット部門が同社売り上げの5%程度（約50億円）になると述べている。またbk1の石井昭社長は2000年3月の会見で「5年程度で書籍市場の5%程度」と述べた。定価販売制度や取引システムが変化すれば、もう少し違った予想も可能になるかもしれない。

売り上げの伸びに対しては、ある程度楽観的な予想を立てることができる。し

かし実際に本だけで「儲かっているのか」となると、採算分岐点に到達しているケースは、紀伊國屋やブックサービスなど、収益モデルがしっかりしている既存の業者を除いてはほとんど無いだろう。

まず、書籍の小売マージンがきわめて低いという構造的な問題がある。自由な良品返品を前提とするリアル書店でも、利益率は全小売業中下から2番目の22%（中小企業庁調査）という水準にある。オンライン書店の場合は、ほとんどを買い取りで扱っているにもかかわらず、同じマージン体系が適用されている。しかも、荷合わせ、梱包、配送といった手間がかかるため、店舗費用が不要だと言っても、相当量の取り扱い冊数に達しなければ採算がとれないはずだ。

また、出版業界の流通インフラが、オンライン書店のサービスレベル向上を阻害している側面もある。出版取次各社はようやく単品流通に取り組み始めたが、出版社側の非効率的な在庫体制など、全体としてはまだまだECに対応するレベルにはない。さらに、送料無料競争も採算分岐点を遠ざける要因になっている。その点アマゾンは、そのブランド力とシステムの完成度の高さで売り上げを拡大し、売り上げ規模的には現時点で1人勝ち状態になりつつあると言ってもいい。

これからのオンライン書店は、もう一段の再編・淘汰を経ることになるだろう。さらに、この時期を乗り越えた業者は、新しい競争の段階に入っていくと思われる。インターネットの利用環境が向上し、ようやく日常的に利用できる書店になりつつある現在、オンライン書店ならではの売り方が出版社にも認知され始めており、商品調達や取引条件の改善が進むことが予測される。今後は、リアル書店とも競合する、本当の意味での新しい販売ルートとして定着するであろう。

（星野 渉 文化通信社）



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp