

일본

임프레스 종합연구소, 전자책 비즈니스 조사보고서 2022 공개

권 용 수

동지사대학 법학연구과 법학박사

임프레스 종합연구소의 전자책 시장 동향 조사 결과에 따르면, 2021년 전자책 시장 규모는 코로나19 감염 확산에 따른 야외 활동 제한, 전자 코믹 시장 성장 등의 영향으로 2020년 대비 14.3% 증가한 5,510억 엔을 기록하였음

1. 개요

시장조사업체 임프레스 종합연구소는 2022년 8월 10일 전자책 시장 동향 조사 결과를 담은 「전자책 비즈니스 조사보고서 2022(電子書籍ビジネス調査報告書2022)」를 발표함

- 조사 결과는 출판사·전자책 스토어·콘텐츠 제공자·인터넷 광고 사업자·전자 도서관 서비스 사업자 등 전자책 관련 사업자의 의견과 이용자 대상 설문조사 등을 분석한 것임

2. 전자책 시장 규모¹⁾

2021년 전자책 시장 규모는 2020년 대비 14.3% 증가한 5,510억 엔(한화 약 5조 3,845억 원)을 기록하였음

- 2021년 전반기에는 코로나19 사태에 따른 야외 활동 제한 영향으로 전자책 시장에 훈풍이 불었으나, 후반기는 야외 활동 제한이 완화되고 일상생활이 어느 정도 돌아오면서 소비 행동에 변화를 가져온 결과 시장이 안정세를 보였음
- 전자책 시장은 2026년 약 8,000억 엔(한화 약 7조 8,178억 원) 규모의 시장으로 성장할 것으로 예측됨

2021년 전자 코믹 시장 규모는 4,660억 엔(한화 약 4조 5,538억 원)으로 증가하였음

- 2021년 전자 코믹 시장은 전년도보다 658억 엔(한화 약 6,430억 원) 증가한 4,660억 엔을 기록하면서 전자책 시장의 84.6%를 차지하게 되었음
- 문예·실용서·사진집 등도 전년도보다 41억 엔(한화 약 401억 원) 증가한 597억 엔(한화 약 5,736억 원)을 기록하면서 전자책 시장의 10.8%를 차지하게 된 한편, 잡지는 10억 엔(한화 약 98억 원) 감소한 253억 엔(한화 약 2,472억 원)을 기록하면서 그 비중이 4.6%로 줄어들었음

2021년 만화 애플리케이션 광고 시장 규모는 전년도와 비슷한 수준인 260억 엔(한화 약 2,541억 원)을 기록하였음

- 무료로 만화를 읽을 수 있는 애플리케이션이나 서비스 이용은 계속해서 확대되고 있음
- 그러나 코로나19 감염 확산으로 인해 광고 지표가 악화되면서 광고단가가 하락한 것, 해적판 사이트나 개인정보 보호 강화에 따른 영향을 받은 것 등을 이유로 2021년 만화 애플리케이션 광고 시장이 전년도와 비슷한 수준을 기록하였음
- 2022년도 만화 애플리케이션 광고 시장 규모는 270억 엔(한화 약 2,638억 원) 정도로 예측되고 있음

1) 전자책 시장 규모는 일본 국내 이용자가 구매한 전자책(책이나 잡지)과 유사한 저작권 관리가 이루어지는 디지털 콘텐츠의 금액 합계를 말함. 다만 전자신문이나 교과서, 기업용 정보 제공, 게임성이 높은 것, 학술지는 제외함

COPYRIGHT
TREND

2021년 무료 전자책 이용률이 증가하면서 유료 전자책 이용률이 처음으로 감소한 한편, 최근 주목받는 오디오북 이용 경험과 이용 의향이 모두 증가하는 모습을 보임

3. 전자책 이용 현황

2021년 무료 전자책 이용률이 전년도보다 1.3% 증가한 26.1%를 기록한 가운데, 유료 전자책 이용률이 처음으로 감소세를 보이면서 전년도보다 0.7% 감소한 19.8%를 기록하였음

- 유료 이용률이 높은 층은 남성 20대(29.3%), 남성 30대(26.5%), 여성 20대(24.1%)였으며, 남녀 모두 20대와 30대의 유료 이용률이 높았음
- 무료 이용률이 높은 층은 여성 10대(41.5%), 여성 20대(30.1%), 남성 10대(28.7%)순이었음
- 2020년 조사 대비 유료 이용률이 증가한 층은 남성 40대·60세 이상, 여성 10대·40대·50대로 나타났으며, 전반적으로 유료 이용률이 낮아지고 있음

오디오북 이용률은 8.0%, 이용 의향은 19.3%로 모두 증가하였음

- 최근 주목받고 있는 오디오북 이용 경험을 조사한 결과 '자주 이용한다'가 1.9%, '가끔 이용한다'가 6.1%로 전년도 조사보다 1.9% 증가한 8.0%를 기록하였음
- 오디오북을 이용한 적은 없으나 이용 의향을 가진 사람을 조사한 결과 전년도보다 1.4% 증가한 19.3%를 기록하였음

이용 중인 서비스·애플리케이션을 조사한 결과 라인 만화(29.3%)의 비중이 가장 높았고, 픽코마(ピッコマ)(28.7%), Kindle 스토어(23.6%), 소년 점프+(17.9%)가 뒤를 이었음

- 이용 중인 전자책 서비스·애플리케이션 가운데 구매·과금 경험 여부를 조사한 결과 Kindle 스토어의 비중이 33.2%로 가장 높았고, 픽코마(20.0%), 라쿠텐 kobo 전자책 스토어(18.5%)가 뒤를 이었음

전자책 이용자의 30%는 웹툰에 호의적인 모습을 보였음

- 최근 일본에서도 한국발 웹툰 열기가 뜨거워지고 있으며, 특히 젊은 층에서 웹툰에 호의적인 사용자 비율이 높음

| 참고자료 |

- <https://research.impress.co.jp/topics/list/ebook/655>