



2019 年度
決算報告

2020 年 6 月 26 日
日本出版販売株式会社

目次

1. 経営成績
 - 1-1. 経営成績
 - 1-2. 計算書類
 - ① 貸借対照表
 - ② 損益計算書
 - 1-3. 参考数値

2. 出版流通改革
 - 2-1. 問題の背景と課題の共有
 - 2-2. 目下の課題に対して
 - 2-3. 業界三者で取り組む出版流通改革
 - 2-4. 出版流通改革完遂のために

3. 営業施策の概況

4. 補足資料
 - 4-1. 新型コロナウイルスによる影響
 - 4-2. 商品別・商品売上高と返品率の推移
 - 4-3. 増減床／出店閉店の推移

1. 経営成績

1-1. 経営成績

日本出版販売(株)は、2019年10月1日に持株会社体制へ移行し、日販グループホールディングス(株)に商号を変更しております。従来の日本出版販売(株)の事業の内、子会社管理および不動産管理以外のすべての事業を簡易吸収分割により、新設した完全子会社である日本出版販売(株)に承継しました。そのため、2019年度の日販の経営成績は、2019年10月1日～2020年3月31日の下半期のみの成績として開示いたします。

会計年度 2019年10月1日～2020年3月31日

単位：百万円

	2019年度	2018年度	前年差異	前年比
売上高	213,674	-	-	-
営業利益	▲72	-	-	-
経常利益	44	-	-	-
当期純利益	288	-	-	-

事業別損益内訳

単位：百万円

	合計	取次事業	エンタメ事業	配当金等
営業利益	▲72	▲140	67	-
経常利益	44	▲23	68	-

日販の売上高は213,674百万円、営業利益は72百万円の赤字、経常利益は営業外収益の計上もあり44百万円の黒字となりました。

1-2. 計算書類

① 貸借対照表

単位：百万円

資 産 の 部				負 債 の 部			
科 目	2019年度	2018年度	前年差異	科 目	2019年度	2018年度	前年差異
	金 額	金 額			金 額	金 額	
流 動 資 産	139,683	-	139,683	流 動 負 債	163,234	-	163,234
現金及び預金	30,424	-	30,424	支払手形	1,578	-	1,578
売掛金	93,361	-	93,361	電子記録債務	8,615	-	8,615
商金	12,175	-	12,175	買掛金	134,832	-	134,832
その他の流動資産	4,974	-	4,974	未払法人税等	247	-	247
貸倒引当金	-1,254	-	-1,254	諸引当金	5,431	-	5,431
				その他の流動負債	12,529	-	12,529
固 定 資 産	46,294	-	46,294	固 定 負 債	4,289	-	4,289
有形固定資産	1,053	-	1,053	退職給付引当金	4,002	-	4,002
無形固定資産	2,092	-	2,092	その他の固定負債	286	-	286
投資その他の資産	43,167	-	43,167				
貸倒引当金	-18	-	-18	負 債 合 計	167,523	-	167,523
				純 資 産 の 部			
				株 主 資 本	17,893	-	17,893
				資本金	100	-	100
				資本剰余金	17,505	-	17,505
				利益剰余金	288	-	288
				評価・換算差額等	559	-	559
				その他有価証券評価差額金	559	-	559
				純 資 産 合 計	18,453	-	18,453
資 産 合 計	185,977	-	185,977	負 債 及 び 純 資 産 合 計	185,977	-	185,977

② 損益計算書

単位：百万円・%

科 目	2019年度		2018年度		増 加 率	前 年 差 異
	金 額	構 成 比	金 額	構 成 比		
売 上 高 合 計	213,674	100.0	-	-	-	213,674
売 上 高	218,168	-	-	-	-	218,168
その他売上高	1,164	-	-	-	-	1,164
売上割戻	5,657	-	-	-	-	5,657
売 上 原 価	193,923	90.8	-	-	-	193,923
売 上 総 利 益	19,751	9.2	-	-	-	19,751
販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	19,824	9.3	-	-	-	19,824
販 売 費	11,297	-	-	-	-	11,297
一 般 管 理 費	8,526	-	-	-	-	8,526
営 業 利 益	-72	-0.0	-	-	-	-72
営業外収益	131	0.1	-	-	-	131
営業外費用	14	0.0	-	-	-	14
経 常 利 益	44	0.0	-	-	-	44
特別利益	-	0.0	-	-	-	-
特別損失	20	0.0	-	-	-	20
税 引 前 当 期 純 利 益	24	0.0	-	-	-	24
法人税、住民税及び事業税	247	-	-	-	-	247
法人税等調整額	-511	-	-	-	-	-511
当 期 純 利 益	288	0.1	-	-	-	288

1-3. 参考数値

参考数値として、管理会計ベースで、通期の成績を開示します。

＜管理会計ベースでの算出方法＞※取次事業（日販のみ）・エンタメ事業・配当金等の実績
 ・2019年4月1日～2019年9月30日：現日販GHD(株)の上半期実績（不動産事業を除く）
 ・2019年10月1日～2020年3月31日：日本出版販売(株)の下半期実績

会計年度 2019年4月1日～2020年3月31日

単位：百万円・%

	2019年度	2018年度	前年差異	前年比
売上高	413,931	-	-	-
営業利益	▲253	-	-	-
経常利益	▲41	-	-	-
当期純利益	▲282	-	-	-

事業別損益内訳

単位：百万円

	合計	取次事業	エンタメ事業	配当金等
営業利益	▲253	▲314	61	-
経常利益	▲41	▲140	61	37

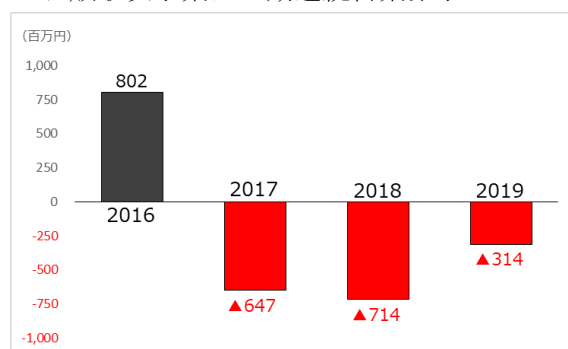
売上高は413,931百万円、営業利益は253百万円の赤字、経常利益も41百万円の赤字となりました。

日販の取次事業は、314百万円の営業赤字で、これで3期連続の営業赤字となりました。売上高の減少に対し、ITコストや物流コスト削減などの自助努力や、お取引先様との条件協議の取り組みなどを行っていますが、運賃値上げ影響が1,173百万円と非常に重く、結果として営業赤字となりました。また当期は、事業再編に伴う親会社との経費精算など特殊要因があったため、その分を差し引くと、実態としての赤字幅は前期より拡大しています。

特に売上高の落ち込みが激しい雑誌は、2018年度から営業赤字になっており、加えて、運賃の値上げ要請が現在も相次いでいるため、今後も一層厳しい状況が続いていきます。

このように、出版流通は既に崩壊状態となっており、取次の社会的使命である出版物の「安定供給・安定配送」ができない状況になりうるまで追い込まれています。しかし、この状況を打破し、将来にわたって持続可能な出版流通を再構築するため、弊社は、出版流通改革に挑戦しています。詳細については「2. 出版流通改革」をご参照ください。

＜日販取次事業は3期連続営業赤字＞



2. 出版流通改革

2-1. 問題の背景と課題の共有

○日本社会全体における物流危機

物流危機は国を挙げて解決すべき問題

今、国内のあらゆる産業が、物流危機に瀕しています。国土交通省が「総合物流施策大綱 2017 年度～2020 年度」で「今後、さらに社会構造の変化が進むことを考えると、単独の事業者での対応では限界があり、様々な関係者が連携して取り組んでいかなければ、物流の持続的な機能の発揮が困難となる。」と示している通り、物流危機は国を挙げて解決すべき問題であり、事業者同士が連携して取り組まなければ解決できない困難な状況にあります。

需要と供給のバランスが崩れ運賃高騰

物流危機として代表的なものの1つは、運賃高騰です。物流における需要と供給のバランスが崩れ、それにより運賃単価の高騰が発生しています。

ここでは、需要とは、市場の変化によって変動する「流通ニーズ」で、供給とは、「流通する力（ドライバー・物流人員）」を指しています。需要の増加要因としては、小口多頻度配送が広く一般化したことが挙げられます。「必要な商品を、必要な量、必要なときに」の考えから、店頭在庫減・多頻度配送・店着時間の指定につながり、その流れに加え、近年 EC の利用が急速に普及したことで宅配個数が爆発的に増加しました。

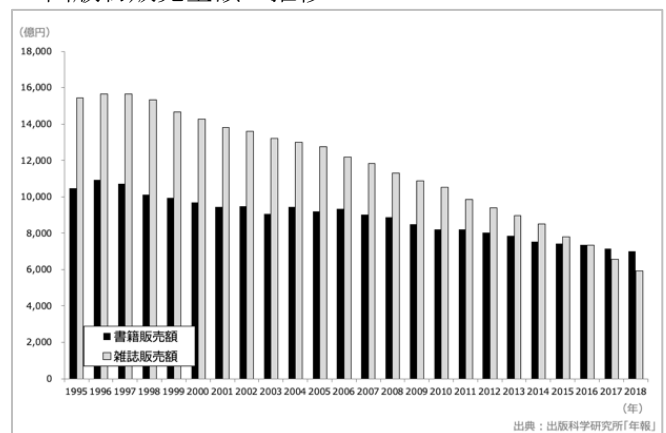
一方で、供給は減少しています。長時間労働・低賃金といったドライバーの過酷な労働環境により、新たな担い手が入ってこず、ドライバー不足と高齢化が加速し、「流通する力」の減退につながっています。

このように、需要と供給のバランスが崩れたことで運賃単価が高騰しています。

○出版業界における輸配送問題

加えて出版業界においては、ここ 20 年間の出版販売金額が、雑誌の低迷、書店の廃業、デジタル配信市場の伸張を背景に、約半分にまで縮小しており、この物流量の減少が輸配送効率の悪化という形で、出版輸配送に大きな打撃を与えています。これにより、出版流通は既に崩壊状態となっています。

< 出版物販売金額の推移 >



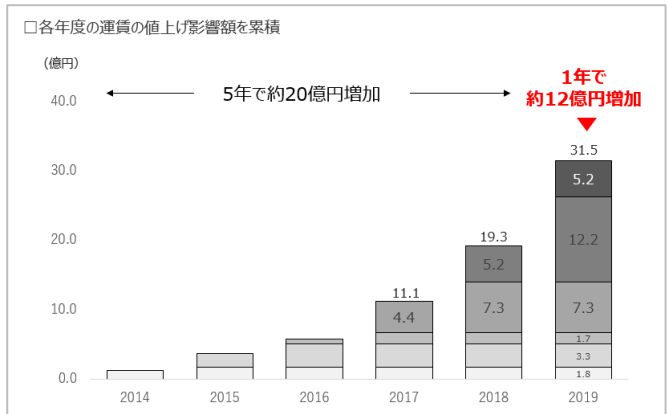
○日販における運賃問題

運送会社による運賃の値上げ要請

あらゆる産業にわたって起こっている運賃単価の高騰に加え、出版業界は、売上≒物流量の減少により、近年著しく輸配送効率が悪化し、運送会社の経営難を招いています。運送会社からは運賃の値上げ要請が相次ぎ、出版輸配送網を維持するためには、それに対応せざるを得ない状況にあります。

右図は、運送会社からの値上げ要請による影響額を各年度で積み上げたものです。2019年度の運賃値上げ影響額は約12億円でした。ITコストや物流コストなどのリサイズにより、固定費の削減に努めましたが、運賃値上げによる負担は非常に重く、取次事業は3期連続の赤字となりました。値上げ要請は現在も相次ぎ、その額は増加しています。

<運賃の値上げ要請影響>

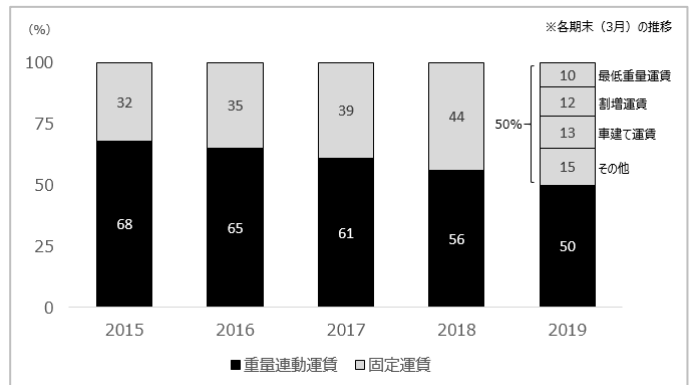


しかしながら、当社の試算によると、出版便1冊あたりのコストは、他業界の送品コストと比較するとまだ低いと考えられます。これは出版流通の経済合理性としての価値を示すものでもあります。今後も運賃の値上げ要請が続くことが予測されます。

運賃の固定化

そして、物流量の減少は、運賃契約形態にも大きな影響を及ぼしています。従量制の運賃では運送会社の採算が合わないため、物流量に連動しない運賃契約(※)の割合が増加しています。現時点で、運賃の約50%は物流量に連動して下がらない固定運賃になっています。この固定運賃の割合増加が、物流量の減少がそのまま運賃の減少に直結するわけではないということの主な原因です。

<固定運賃の割合推移>



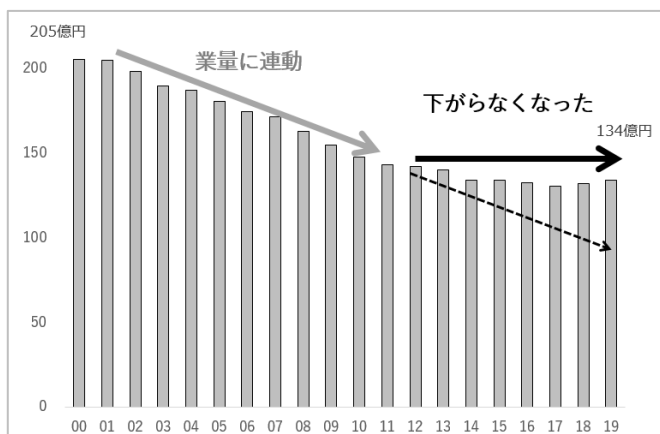
※物流量に連動しない運賃契約の例

- 最低重量運賃: 各運送会社によって設定されている重量に満たない場合に発生する保証運賃
- 車建て運賃: 重量に関わらない、1日トラック1台あたりの運賃契約
- 割増運賃: 納品時間の指定や配送場所により、既存の出版便ダイヤグラムの配送時間・ルートに組み込めない店舗の追加配送料金

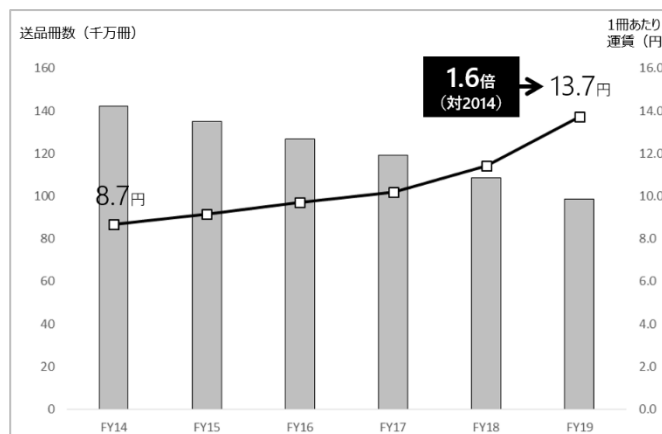
配送効率の悪化

運賃単価の値上げ、固定運賃の割合増加を要因として、減少が続いていた支払い運賃は、2012年頃から減少が鈍化し、2014年からはほぼ下がらなくなりました。結果として、物流量は年々減少し続けるのに対し、配送効率を示す1冊あたり運賃は大きく悪化しました。運賃がほぼ下がらなくなった2014年時と比較すると約1.6倍にもなります。今後も物流量は減少し、1冊あたり運賃はさらに上昇すると予測されます。

<支払い運賃の推移>



<送品冊数と1冊あたり運賃の変化>



2-2. 目下の課題に対して

日販の取次事業は、事業としての継続が危険な状態にまで及んでいます。運賃問題は即座に解決しなければならない、目下の課題ということです。明日、出版流通が崩壊してしまう可能性がある中であっても、当社は、本を待ち望んでくださるお客様がいらっしゃる限り、本を届け続けることを諦めません。そのため、明日もトラックが走り続けるための手立てとして、流通原価アップに対し、自助努力としての固定費削減や、お取引先様との条件協議など、目下の課題解決に取り組んでおります。

○2014年比較で約44億円の固定費を削減

物流量の減少という課題に対し、当社の自助努力として、ITコストや物流コストなどをリサイズした結果、2014年と2019年の比較で、約44億円の固定費を削減しました。しかし、限界利益の落ち込みはそれ以上に大きいため、固定費が限界利益を上回り、3期連続で営業赤字になっています。限界利益の主な減少要因は、売上高の減少と運賃値上げなどによる配送効率の悪化です。売上高の減少による分については、固定費削減でカバーしていますが、配送効率悪化による影響が非常に重くなっています。配送効率悪化は業界全体の流通原価アップであるという考え方から、お取引先様との条件協議を行っております。

○お取引先様との条件協議

それでも出版輸配送網を維持していくために、出版社様と仕入条件の見直しや物流コスト

の一部負担に関する協議を行っております。

多くの出版社様にご理解・ご協力をいただいておりますが、金額規模としては急激なコストアップの方が大きく上回り、事態の深刻化には歯止めがかかっていない状況です。

○同業他社との協業

取次会社の自助努力として、同業他社との協業も進めております。高騰する労働コストを削減するため、(株)トーハンとの物流協業を以下の通り進めております。

<(株)トーハンとの協業内容>

物流拠点を統廃合することによって、庫内作業コストならびに固定費の削減を実現します。協業の第一弾として、雑誌返品業務について物流拠点を統合することにつき基本的な合意に達しました。書籍返品業務・書籍新刊送品業務・雑誌送品業務の協業につきましては、協業実行委員会および各担当委員会にて引き続き検討してまいります。

合意内容

- (1) 2020 年中を目標に雑誌返品業務の業務提携を開始する。
- (2) 業務提携後の雑誌返品業務は、施設の立地や処理能力等を比較検討した結果、出版共同流通株式会社蓮田センター（所在地：埼玉県蓮田市根金 1464 番地の 1）にて実施することとし、トーハン東京ロジスティックスセンターの雑誌返品業務を順次移管する。
- (3) できるだけ早期に共同運営体制へ移行する。

2-3. 業界三者で取り組む出版流通改革

運賃の値上げと固定化は、出版輸配送網の維持のためには行わざるを得ない改定です。今後も、物流コストはさらに上昇することが予測されます。自助努力による固定費削減とともに、お取引先様との協議は引き続き行ってまいります。これはあくまで、目下の課題解決に過ぎません。出版物を作り、届け、売り続けるためには、これらの課題は、出版業界全体の共通課題であることをご理解いただき、業界三者で同じ方向を向いて、抜本的な問題解決に取り組む必要があります。

当社は、その抜本的な問題解決を、「出版流通改革」と称し、取り組みを行っています。出版流通改革により目指すのは、「業界三者のビジネスが成立し、かつ、紙の出版物を全国へ流通し続けられる状態」にすることです。

○サプライチェーンの効率化による流通コスト削減

持続可能な出版流通体制の構築に向けた、サプライチェーンの効率化による流通コスト削減も重要なテーマです。“製造・販売起点”から、業界全体の効率を重視した“流通起点”のサプライチェーンに、考え方をシフトすることが必要です。流通起点のサプライチェーン

とは、流通を最適化することによって、より効率的でコンパクトなサイクルをつくることです。そのためには、出版社様、書店様、取次が一体となって、1つの目的に向かって取り組むことが必要不可欠です。これまで検討を続け実行してきた、主な取り組みをご報告します。

配送頻度の削減

物流量が減少しても、比例して運賃が減少し続けるわけではありません。そのため、配送頻度を削減し、荷物をまとめて配送することがコスト抑制につながります。配送頻度削減の取り組みにおいては、休配日を増やす方向で協議を進めています。2020年度の土曜休配は、2019年度からプラス10日となりました。配送頻度の削減は、運送会社の労働環境の改善にもつながるため、コンプライアンス遵守の観点からも、今後も推進してまいります。

リードタイムの緩和

出版社様から取次への搬入～店着までのリードタイムに余裕を持たせるよう、改善を進めております。特に、店着日時の制約が厳密であるほど、人件費の高騰や、配送ルートの効率悪化、アイドルタイムの発生を招き、それが運賃高騰へと直結してしまいます。

状況改善のためには、取次内作業の効率化はもちろんのこと、出版社様からの搬入日の前倒し、店着時間指定のさらなる緩和といった、業界全体の協力が不可欠です。ご理解をいただきながら、引き続き改革を推進してまいります。

業量の平準化

単純に配送頻度を削減しただけでは、日ごとの物流量に大きな偏りが発生し、取次の物流コストアップだけでなく、運送会社の荷待ちや、増便の発生による運賃高騰にもつながります。したがって、業量の平準化とセットで推進していく必要があります。

1日あたりの点数でいうと平準化が進んでおりますが、冊数においては、まだ業量に大きな偏りが発生しています。今後も、出版社様にご協力いただきながら、JPROの登録データをもとに、業量の平準化を推進してまいります。

○取引構造の改革

「業界三者のビジネスが成立し、かつ、紙の出版物を全国へ流通し続けられる状態」を実現するために実行すべきことは、それぞれがビジネスとして成立する取引構造につくり変えることです。そのためにはまず、流通コストを細部まで詳らかにし、そのコストの主体を明確にしていくということが第一歩です。お取引先様にこうしたご説明をし、業界三者で同じ方向を向いて、コストの負担配分や新たな仕組み、ルールについて協議を行ってまいります。

2-4. 出版流通改革完遂のために

「サプライチェーンの効率化による流通コスト削減」と「取引構造の改革」を両輪で進める一方で、物流協業も含めた取次会社としての自助努力は、今後も継続してまいります。それらすべてをやり切ることができた先に、「業界三者のビジネスが成立し、かつ、紙の出版物を全国へ流通し続けられる状態」が実現できるのだと考えております。

当たり前だったはずの「出版物の安定供給・安定配送」は、今や当たり前ではなくなっています。既存の仕組みとルールのままでは未来を描くことはできません。出版物を作り、届け、売り続けるということを未来でも“当たり前”にするために、業界三者が一体となって、同じ方向を向いて出版流通改革を行うことを、当社は推進してまいります。

今後も、出版輸配送の課題と当社の取り組みの進捗を適宜情報開示することで、課題と事実をご認識いただきながら、業界三者が1つのゴールに向かって協議を進められる場づくりを行ってまいります。何卒、ご理解ご協力のほど、宜しくお願い申し上げます。

3. 営業施策の概況

業界三者で同じ方向を向き、出版流通改革に取り組む一方で、トップライン維持と出版社様から書店様までそれぞれの収益改善のため、店頭活性化施策やマージン改善などの取り組みを行っております。

<トップライン維持のための取り組み>

○書店様店頭施策

2019年4月～2020年3月の店頭売上は、対前年98.8%となりました。前年超えには至りませんでしたが、ビジネス書で100.7%、コミックスで110.0%と、好調を維持しているジャンルもあります。

店頭活性化施策である「書店祭」では、人気キャラクターとのコラボレーションなどを企画しました。年2回開催し、いずれも全国約1,000店舗で実施いただき、実施店における期間中の店頭売上前年比は、非実施店と比較して0.7pt高い結果となりました。

また、今後需要拡大が予想されるトレンドテーマについて、既存のジャンルや分類を超えた棚を創り出す「recommend shelf (レコメンドシェルフ)」を展開しました。中でも注力したのは「こどもプログラミング本」です。2020年度から小学校でプログラミング教育が必修化されることを受け、こども向けのプログラミング本をひとつのジャンルとして、書店様の売場に専用の棚を作り、売り伸ばしを図りました。「こどもプログラミング本大賞」という賞も設立し、ジャンルの認知拡大に取り組んでいます。

○マーケット需要に基づいた仕入施策

発売前の商品に対する書店様の申し込みを確約するサービス「アドバンスMD」は、実施銘柄と非実施銘柄を比較すると、発売2か月後の売上率は、実施銘柄の方が4.6pt高い結果となっています。

お客様に対する予約を確保する「近刊予約サービス」では、現在、全新刊の約8割の予約が可能です。リブロなどの一部のグループ書店において、専用の告知物を用いて、お客様への予約促進を実施しています。

○人と本の新たな出会いの場の創造

新たな顧客体験を生み出し、リアル書店の価値を向上させることを目的として、本との出会いの場の創造に取り組んでいます。本と出会うための本屋「文喫」は「グッドデザイン・ベスト100」を受賞し、さらに特別賞である「グッドフォーカス賞(新ビジネスデザイン)」にも選出され、高い評価をいただきました。

また、既存の販売ルートに留まらず他業種店舗への本の導入を行うことで、人と本が出会う場を拡大しております。2019年度の新規導入件数は373件となりました。

<収益改善のための取り組み>

○高料率インセンティブの仕掛け販売

過去のヒット作を集中販売し、売上の再燃に取り組む「ReB[∞]T (リブート)」では、高料率のインセンティブを付加し、店頭での多面陳列を徹底しています。例えば、『超一流の雑談力 (文響社)』や『お金が貯まるのは、どっち!? (アスコム)』は、「ReB[∞]T (リブート)」として再度展開することで売り伸ばしを図り、多くの報奨金を書店様に還元することができました。2019年度の実施銘柄の点数は116点(43社)となりました。1度実施された出版社様の多くは、2点目、3点目と続けて実施していただいております。

○低返品・高利幅スキームのトライアル

書店様のマージンを高める新しい形の取引として、「低返品・高利幅スキーム」のトライアルに(株)ポプラ社様と取り組みました。グループ書店約90店舗で、同社の児童書を対象に、返品率目標の結果に応じて、書店様のマージンを改善する仕組みです。取り組み店における同社の児童書実績を前年と比較すると、返品率は約6pt減少し11.4%、粗利は5.3%の改善となり、確かな効果が見られています。早めの新刊情報提供による適正数仕入、店頭に必要な在庫を自動で欠品補充する発注代行サービス「リリース A (エース)」の活用が、返品率削減と既刊商品の売り損じ防止に効果を発揮しました。この取り組みについては、他の出版社様にもご賛同いただいております、今後「PPIプレミアム」という名称で、拡大を進めてまいります。

○買切スキームの拡大

グループ会社の(株)MPDは、(株)蔦屋書店様とともに、書店様の粗利益率アップを目的として、書籍について、20%程度の返品枠を設けた買切スキームを開始しました。出版社様ごとの契約となっており、2020年3月末時点で6社と取り組んでおります。

雑誌については、2017年より開始した買切スキームの取組規模を拡大し、219銘柄で実施しております。実施シェアは定期誌全体の約24%を占める結果となりました。

粗利益率アップのため、書籍・雑誌ともに実施を拡大してまいります。

○高粗利商材の導入

本との親和性が高く、高粗利商材である文具・雑貨の導入を推進することで、粗利改善を行っております。文具パッケージ「Sta×2 (スタスタ)」は導入店舗数が389店に拡大し、日販オリジナルブランド「Hmmm!? (ん!?)」やカレンダー、日記・手帳などのPB商品の開発にも力を入れました。2019年12月には、「ここから始まる、大人の嗜み」をコンセプトに、大人の嗜みとして所有してみたいアイテムを安価かつ高品質で提供する新ブランド「Greeful」が始動しました。全国150店舗で販売しています。

4. 補足資料

4-1. 新型コロナウイルスによる影響

<書店様店頭影響>

新型コロナウイルス感染拡大の抑止策として政府より出された「緊急事態宣言」により、多くの書店が休業となりました（延べ約 650 店舗）。

弊社が毎月発表している「店頭売上前年比調査」の 4 月期では、そのような状況もあり、前年を大きく下回る結果となりましたが、休業店を除いた営業継続店のみでの売上を見てみると、非常に好実績となりました。

5 月に入ると多くの休業店が営業を再開し、「店頭売上前年比調査」の 5 月期では、店頭売上は大きく回復し、2008 年 7 月の集計開始以来、初めて 110% を超えました。

□店頭売上前年比

単位：%

	4 月		5 月	
	調査対象全店	営業継続店のみ	調査対象全店	営業継続店のみ
雑誌	83.9	98.7	89.8	103.4
書籍	89.3	115.7	102.3	131.5
コミック	116.6	135.1	157.6	177.1
開発品	87.4	107.3	102.0	123.1
合計	93.9	115.3	111.2	134.2

※調査対象店：当年・前年共に売上データが取得できている店舗（休業店を含む）

営業継続店：2020 年 4 月以降、休業せずに営業を継続していた店舗

調査対象軒数：約 1,750 店

ジャンル別に見てみると、「2020 年上半期ベストセラー」でコミック部門第 1 位を獲得した「鬼滅の刃」によりコミックが大きく前年超えとなるほか、学参や児童書も好実績となっています。学参については、小中学校等の一斉休校要請が出た影響で学習ドリルの売上が増大したことが要因として挙げられます。児童書については、在宅時間の増えた子どもが楽しみながら学べるものとして、親からの需要が増加したためではないかと分析しています。以上より、4、5 月の店頭売上は、巣ごもり需要の高さが窺える結果となりました。

<ジャンル別実績（調査対象全店）>

ジャンル	4月	5月
月刊誌等	90.7	95.4
週刊誌等	83.7	79.3
定期誌計	88.9	91.4
ムック	72.6	85.7
雑誌計	83.9	89.8
総記	60.5	110.0
文芸書	85.0	98.4
実用書	72.6	90.6
ビジネス書	90.0	107.7
専門書	84.8	101.6
学参	128.7	105.8
児童書	101.0	129.8
文庫	87.1	99.1
新書	77.1	98.2
書籍計	89.3	102.3
雑誌コミック	124.6	167.7
書籍コミック	84.6	114.4
開発品他	69.2	96.3
コミック計	116.6	157.6
開発品計	87.4	102.0
合計	93.9	111.2

<当社の対応>

2020年3月より、政府関係機関の方針を鑑み、感染拡大抑止の対応を行ってまいりました。

- ・予防行為の徹底（ソーシャルディスタンスの確保、マスク着用）
- ・テレワーク、時差出勤、リモート会議の推進
- ・社内相談窓口の設置 など

当社は、従業員とお取引先の健康・安全を最優先としながらも、取次会社の使命として流通機能を止めないことを念頭に、業務を継続してまいりました。結果、上記の感染拡大抑止の対応を徹底することで、流通を止めることなく、お客様のもとに本を届け続けることができています。しかし、それを可能にしているのは、当社だけの努力によるものではありません。出版流通に関わるすべてのお取引先様のおかげであります。そのため、休業された書店様の支援も行ってまいります。

当社は今後も、政府の方針、社会の状況に迅速に対応してまいります。

4-2. 商品別・商品売上高と返品率の推移 ※2019年度は旧日販と新日販の合算

商品売上高の推移

単位：百万円

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
書籍	238,887	239,763	227,948	216,858	204,916
雑誌	175,399	167,122	150,440	137,603	123,462
コミックス	78,232	73,371	64,706	65,137	67,401
開発品	31,309	31,577	27,535	26,915	26,909
合計	523,829	511,834	470,631	446,515	422,690

返品率の推移

単位：%

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
書籍	30.8	30.4	31.3	31.9	30.9
雑誌	44.9	43.3	45.5	45.8	47.4
コミックス	27.0	29.0	33.0	29.2	25.8
開発品	35.4	41.6	45.0	41.5	40.8
合計	36.1	35.7	37.6	37.1	36.7

4-3. 増減床／出店閉店の推移

単位：坪

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
増床坪数	30,387	32,270	17,537	12,079	12,064
減床坪数	22,608	17,720	23,098	35,094	28,431
差引坪数	7,779	14,550	-5,561	-23,015	-16,367

単位：店

新規出店数	297	210	156	174	197
閉店数	278	250	324	282	277
差引店数	19	-40	-168	-108	-80