



倒産・廃業が相次いでいるのに書店でM&Aが進まない理由



書店の減少が止まらない。東京商工リサーチによると、2014年以降に書店の倒産・休廃業が新設を上回る状態が続き、10年間で764社が姿を消した。政府も危機感を強めている。一方で、M&Aによる業界再編は進まない。なぜ書店のM&Aは進まないのか？

倒産・休廃業が相次ぐのに進まない書店の再編

負債額1000万円以上の書店倒産は、2014年から2023年の10年間で140社に達している。ピークの2016年には25社が倒産。その後は倒産は小康状態にある。2023年の書店倒産は13社だった。だが、休廃業や解散を含めると年間60社前後での高止まりの状況が続く。2023年の倒産と休廃業・廃業社数は67社だった。

出版文化産業振興財団の調査によると、書店が一つもない無書店自治体は、全市町村のおよそ4分の1にのぼる。地域の文化基盤となる書店の激減に危機感を抱いた経済産業省は5日、大臣直属の「書店振興プロジェクトチーム」を設置すると発表。全国で減少する地域密着型書店の支援に乗り出した。

一般に市場が縮小した場合は、M&Aによる業界再編が進む。ところが書店業界では、事業者が激減しているにもかかわらず動きが鈍い。上場企業による書店関連の買収は、電子書籍などを含めても2008年以降で11件しかない。とりわけ倒産のピークだった2016年以降の8年間では、わずか3件だ。

No.公開日取得金額案件内容

 1

2008年11月4日

 250

ブックオフコーポレーション<3313>、青山ブックセンターなど書店12店舗を取得

 2

2009年7月28日

 20

ngi group<2497>、オンライン書店運営の富士山マガジンサービスを経営陣に譲渡

 3

2012年3月28日

非公表

近鉄百貨店<8244>、書籍販売のビッグウィルをジュンク堂書店に譲渡

 4

2013年6月27日

非公表

イマジカ・ロボット

ホールディングス＜6789＞、編集プロダクションの角川エディトリアルを子会社化

 5

2014年7月31日

 ー

スタートトゥデイ＜3092＞、電子書店「マガストア」運営のヤッパを子会社化

 6

2014年9月29日

非公表

文教堂グループホールディングス＜9978＞、関西のキャップ書店から8店舗を取得

 7

2015年3月12日

 186

イーブックイニシアティブジャパン＜3658＞、オンライン書店運営のブックスを完全子会社化

 8

2015年8月18日

非公表

[中止]TAC＜4319＞、教科書出版の桐原書店から全事業を取得

 9

2016年9月12日

非公表

大日本印刷＜7912＞、傘下の文教堂グループホールディングス＜9978＞を日本出版販売へ譲渡

10

2017年10月30日

1,174

図書印刷＜7913＞、高校生向け教科書発行の桐原書店を子会社化

11

2023年6月5日

非公表

トップカルチャー＜7640＞、蔦屋書店内で「タリーズコーヒー」を運営するメソッドカイザーを子会社化

再編による「規模のメリット」が見えない書店業界

もはや、業界再編の意欲をなくしてしまったようにも見える状況だ。ここまでM&Aが進まないのには、書店ならではの事情もある。第一に書籍は再販売価格維持制度で定価販売が認められており、価格競争がないこと。そのためM&Aで店舗網を拡大しても、大量仕入れ・大量販売による安売りで集客するという販売面での「規模のメリット」が活かせない。

第二に寡占化が進んで大手書店が巨大化した結果、経営難に苦しむ中小書店を買収したところでビジネスモデルが合わないこと。売場面積数千坪の大型店舗が当たり前の大手書店が、同100坪未満の中小店舗を運営するのは規模が違いすぎる。全く別立てで運営するにしても、大手が中小書店を傘下に入れるメリットはほとんどない。売り上げはそれほど伸びず、店舗運営も煩雑になってオペレーションコストが上昇するだけだ。

中小書店の場合は、店主の感性や知識などのキュレーション力を発揮した、他の書店にない独自の品揃えで専門書店として生き残るビジネスモデルが注目されている。中小書店が生き残るには、M&Aによる救済よりも個性化が得策だろう。

個性派書店として人気の「本屋ルヌガンガ」（高松市、同社ホームページより）

ただ、ネット書店経由の販売や電子出版が増える傾向は続き、リアル書店の経営環境はさらに厳しくなる。今後、巨大書店同士の業界再編が進む可能性は高い。丸善CHIホールディングス<3159>や紀伊國屋書店、カルチュア・コンビニエンス・クラブといった年商1000億円超の巨大書店の再編が、次の目玉だろう。

文：M&A Online

関連記事はこちら・街の書店に「とどめ」を刺すのは、アマゾンではなく物流業者・【カルチュア・コンビニエンス・クラブ】「衰退期」ビジネスで生き残る買収戦略