

文字・活字文化振興にかかる諸外国事情調査

(令和7年度 文化庁と大学・研究機関等との共同研究事業)

1. 調査の背景と目的

近年、我が国では、出版市場の縮小に伴い、地域の書店や出版社など、文字・活字文化を支えてきた担い手の減少が全国的に進行している。特に小規模な書店の閉店が相次いでおり、地域によっては書店へのアクセスが困難な状況も生じている¹。また、令和5年「国語に関する世論調査」では、約6割が「1か月に1冊も本を読まない」と回答するなど、日常的に本を読まない人の割合が高くなっている。

書店は書籍の販売を主たる役割とする一方で、地域住民にとって、多様な書籍を直接手に取ることができる文化拠点であり、店舗の形態や規模によっては、選書や推薦、著者と読者の交流機会の提供などを通じて、地域における文化的接点としての機能を担う例も見られる。

文化庁では、こうした問題意識の下、多様な書店振興策が実施されているフランスを中心とした諸外国において、書店の位置付けや、文字・活字文化を支える制度・施策の実態を把握し、我が国の施策の検討に資することを目的として、本調査を実施した。

2. 調査の対象と方法

本調査では、制度の内容及び背景を把握するため、アンケート調査、インタビュー調査及びデスクトップ調査を組み合わせ実施した。

フランスについては、制度や統計資料を整理するデスクトップ調査に加え、一般読者を対象としたアンケート調査²及び、公的機関・書店関係者へのインタビュー調査³を併せて実施した。

英国、ドイツ、ポルトガル、イタリア、スペイン、韓国、中国については、政府公表資料や業界統計等に基づくデスクトップ調査により、制度の概要を整理した。

1 2026年3月時点の無書店自治体数は510団体、全自治体数の29.3%（出版文化産業振興財団調べ）

2 フランス国内在住の10代～60代の一般読者200人に対するアンケートフォームによる調査

3 フランス文化省書籍・読書課、大型文化店Cultura、独立系書店2店（パリ市内、サントゥアン）へのインタビュー調査

3. フランスにおける書店事情

3-1 書籍販売拠点の概要

フランスにおいて主要な書籍販売拠点は以下のとおりである。⁴

類型	概要	店舗数
書店 librairies	書籍販売を専門とする形態のみをさす。独立系書店、チェーン書店、書籍専門大型店などがある。 独立系書店とは、大手チェーンに属さず、書店主が資本を所有し、自らの裁量で書籍の選定や店舗運営を行う書店を指す。独立系書店の中には、広い売り場面積を有し、多様な書籍を大量に取り扱う書籍専門大型店も存在する。	約 3,400-3,500。うち独立系書店が 3,000 店以上。 チェーン書店として Gibert Joseph (28 店舗)、Furet du Nord (18 店舗) など
総合大型店舗 grandes surfaces non spécialisées	ハイパーマーケットやスーパーマーケットの一部のスペースで書籍を販売する形態。 ハイパーマーケットとは、食品を中心に日用品や衣料品等を扱う大規模総合小売店を指す。	カルフルー、ルクレールなど
大型文化店 grandes surfaces spécialisées	書籍を中心に音楽・映像ソフトやデジタル機器、家電などを併せて販売、全国展開する大型チェーン店。	Fnac (約 200 店舗)、Cultura (約 100 店舗) など

これらのほか、Maison de la Presse（新聞・雑誌を中心に一般書籍や文具も販売する小規模店舗）やキヨスク（街頭や駅等に設置される新聞販売スタンド）を含め、書籍販売拠点の総数は約 20,000～25,000 店と推定される。

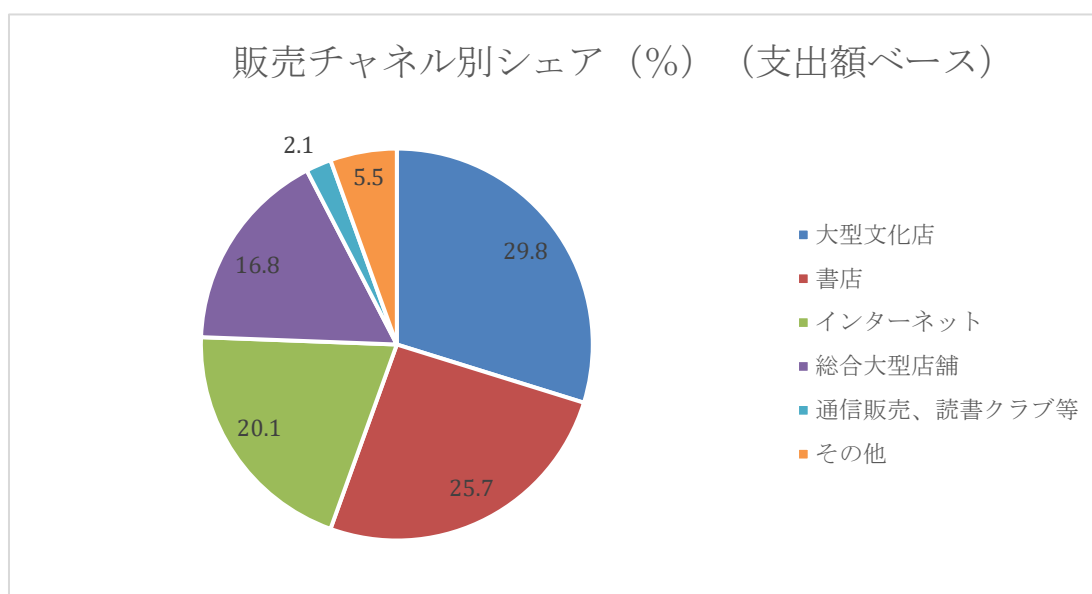
特に独立系書店については、一定の要件を満たす優良な書店を国立書籍センター（CNL）が認証する制度（LiR）が設けられており、税制優遇や財政支援の対象となっている。2026 年 5 月 1 日時点で 536 店舗が認証されている。

⁴ 出所：フランス文化省、フランス書店組合、フランス出版協会、フランス国立書籍センター

3-2 販売チャネル別シェア

フランス文化省によると、2025 年の支出額ベースのシェアは以下の通りであり、大型文化店、書店、インターネット販売が均衡している。

大型文化店	29.8%
書店	25.7%
インターネット	20.1%
総合大型店舗	16.8%
通信販売（電話・郵送等）、読書クラブ等	2.1%
その他	5.5%



4. フランスにおける書籍販売に関する制度の概要

フランスでは、書籍の販売に関し、価格や流通に関する複数の制度が整備されている。

4-1 通称「ラング法」（1981 年）

1981 年に制定された「書籍価格に関する法律（Loi n° 81-766）」、いわゆるラング法は、書籍販売制度の基盤となるものである。

本制度では、出版社が書籍の定価を設定し、小売事業者は原則として当該価格で販売することとされている。また、値引きは定価の 5% までに制限されている。さらに、出版から 2 年以上が経過し、かつ入荷から 6 か月以上経過した書籍については、定価の 5% 以上の値引きが可能となる。本制度は販売チャネルを問わず適用され、実店舗書店及びオンライン書店の双方に同一のルールが適用される。

本制度は、1970 年代における価格競争の進展に伴い、小規模書店の減少や出版物の多様性への影響が生じたことを背景に導入された。

ラング法は当初、紙書籍のみを対象としていたが、2011 年に電子書籍価格法が制定され、電子書籍にも同様の制度が適用されることとなった。

4-2 通称「反アマゾン法」（2014 年）

2014 年に制定された「書籍の遠隔販売条件を規制する法律（Loi n° 2014-779）」では、オンラインでの書籍販売において、書籍の 5 %を超える値引きと無料配送の併用が禁止されている。

この制度は、オンライン書店が価格と配送の両面で優位に立つ状況を背景として、大手プラットフォームによる書籍市場の寡占化の防止及び小規模書店の保護を目的に導入されたものである。オンライン専門事業者に限らず、書店がオンライン販売する際にも適用される。一方で、オンライン事業者において送料を極めて低額（1 ユーロセント）に設定する対応が行われたことから、制度の実効性に課題が指摘され、2021 年のダルコス法の制定につながった。

4-3 通称「ダルコス法」（2021 年）と訴訟

2021 年に制定され、2023 年から施行されている「書籍産業の強化等に関する法律（Loi n° 2021-1901）」に基づき、書籍のオンライン販売については、2023 年から一定額（35 ユーロ）未満の注文に対して最低送料（3 ユーロ）が課されている。ただし、オンラインで注文し書店で受け取る場合（click&collect）は送料無料とすることが認められている。

本制度は、反アマゾン法の下においても低額送料による販売が行われていたことを踏まえ、送料の下限を明確化することで、実店舗の競争力維持と文化的多様性の保護を目的として導入されたものである。

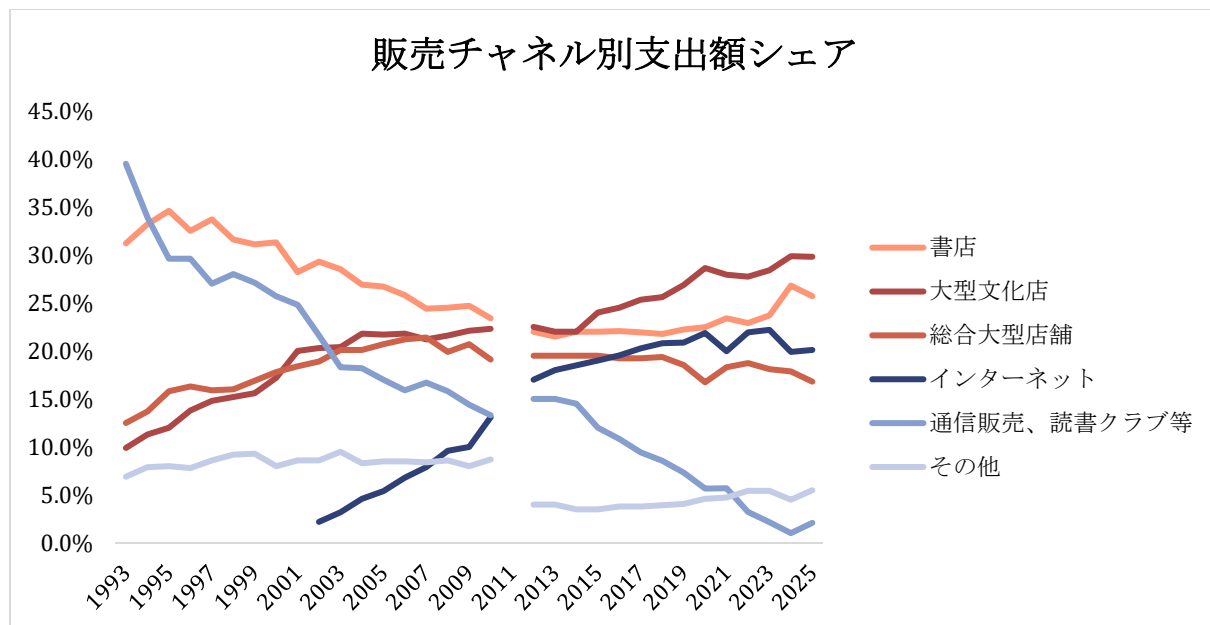
制度導入後、Amazon 社は当該規制の適用に異議を唱え、2023 年以降、フランス行政最高裁に提訴した。同裁判所は、本制度が物の自由な移動などを定める EU 法に適合するかについて欧州司法裁判所に付託した。2025 年 12 月、欧州司法裁判所は、本制度を「サービス提供の規制」ではなくより厳格な審査が求められる「商品の流通に関する規制」として検討すべきであるとの判断を示したが、違法性の最終判断はフランス行政最高裁に差し戻した。これを受けて、2026 年 5 月、フランス行政最高裁において、本制度は合法である旨の判決がだされ Amazon 社は敗訴した。

5. フランスにおける送料規制による影響と関係者による評価

ダルコス法による送料規制が、書店、出版市場及び一般読者にもたらした影響について、文化省等から入手したデータ、文化省及び書店関係者へのヒアリング並びに一般読者へのアンケート調査に基づき整理した。

5-1 出版市場における書店のシェアへの影響

販売チャネル別の支出額をみると、ダルコス法施行前の2022年と比較して、インターネット販売⁵のシェアは2024年に一時的にやや低下したものの、直近の2025年には前年比+0.2ポイントまで回復している。一方、書店販売のシェアは、2023年・2024年と増加が続いたものの、2025年には前年比-1.1ポイントと減少に転じている⁶。



文化省担当者へのヒアリングでは、ダルコス法により海外大手EC事業者の価格優位性が弱まった結果、オンライン販売から実店舗への売上回帰が進み、オンライン販売への集中は一定程度抑制されたと評価されている⁷。他方、書店団体の調査によれば、書店全体の売上高（実店舗・オンライン販売の合計）は横ばい又は微増にとどまっている。これには出版市場全体の縮小が大きく影響しているとみられる。

以上を踏まえると、ダルコス法の導入が書店のシェアをある程度押し上げたとする見方もあるが、制度導入からの期間はまだ3年にとどまっており、最新データで

5 オンライン専門事業者による販売のほか、書店のウェブサイトを通じた販売を含む。

6 文化省データ

7 インタビューの時点では2025年のデータが公表されていなかったため、2025年時の数字の変化についての見解はこの調査では聴取できていない。

は書店販売シェアが再び減少に転じる動きも見られることから、現時点で政策効果を確定的に評価することは困難である。今後も継続して市場の動向を注視していく必要がある。

5-2 click&collect の普及

ダルコス法による送料規制は、オンライン専門事業者だけでなく、実店舗を持つ書店が自社サイトやプラットフォームを通じて行うオンライン販売についても適用される。一方で、同法ではオンライン注文であっても書店で受け取る場合は送料無料とすることが認められている。これは、消費者にとってのオンラインの利便性を維持しつつ、書店への来店を促すための例外措置と考えられる。結果として、多くの書店において「click&collect」（オンラインで注文し店頭で受け取るサービス）の利用が増加し、自宅への配送は減少した。チェーン書店及び独立系書店を含め、約 1,500 店が当該サービスを導入している。⁸⁹

なお、一般読者に対するアンケート調査では、ダルコス法施行後における書店への来店頻度について、「変わらない」との回答が最多（約 4 割）であり、「増えた」と「減った」はほぼ同程度であった。

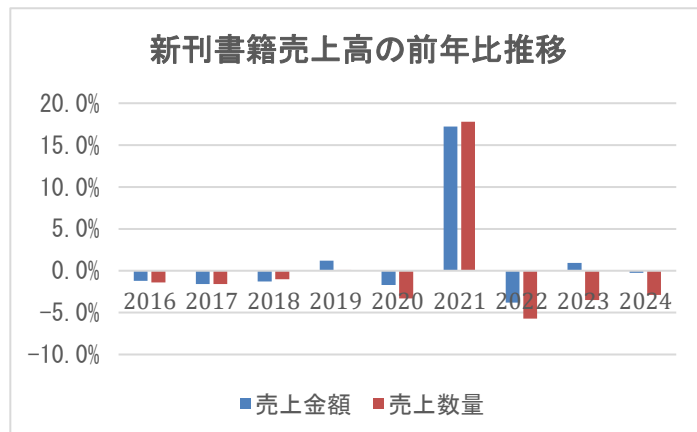
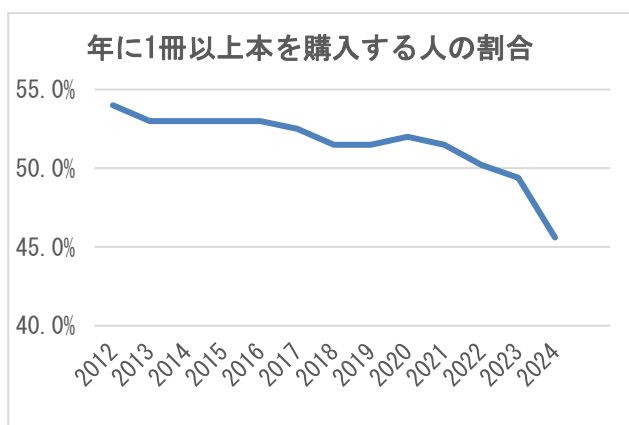
5-3 一般読者の書籍購入や読書頻度への影響

ダルコス法の導入に際しては、書籍コストの上昇による買い控えと市場縮小を懸念する声が一部の業界関係者から上がっていた。この点について、文化省担当者へのヒアリングでは、消費者の送料負担が増加したことは否定できないとしつつも、その影響を定量的に把握することは困難であり、出版市場全体への負の影響は確認されていないとの見解が示された。また、同担当者は、年間 1 冊以上の本の購入者割合及び市場全体の売上はいずれも減少傾向にあるものの、法施行後に急激な落ち込みは見られないことから、デジタル化や余暇行動の変化といった長期的なトレンドによるものである可能性が高いと述べた。

データ上では、年間 1 冊以上の購入者割合の対前年比変化を見ると、法施行前は概ね 0～マイナス 1 ポイント程度で推移していたのに対し、法施行後の 2024 年にはマイナス 3.8 ポイントと減少幅が拡大している。ただし、これがダルコス法に起因するものかは現時点では不明である。

8 実店舗を持たない Amazon 社では、書籍販売実績のあるスーパーマーケット等と連携し、店舗受取を無料とするサービスを行って対応している。

9 日本でも多くの書店や EC 事業者が、書店や店舗での受け取りを無料とするサービスを導入している。主な導入例：トーハン系列の e-hon（約 3,000 店）、日本出版販売社系列の Honya.Club.com、大手書店の自社サイト（紀伊國屋書店、丸善ジュンク堂書店、蔦屋書店（TSUTAYA）等）、セブンネット（コンビニ受け取り）



一般読者へのアンケートでは、約7割が「オンライン販売により本に触れる機会が増える」と回答しており、利便性や選択肢の豊富さといったオンライン販売の利点が読書機会の拡大に寄与していることがうかがえる。送料規制がこうした消費者行動に与える影響については、引き続き慎重に見極めていく必要がある。

書店関係者へのヒアリングでは、ダルコス法の一定の効果を認めつつも、「書店と読者の接点を維持・回復する効果はあるが、全国的な読書頻度の低下傾向を覆すには至らない」「読書人口や可処分時間の減少といった長期的課題は解消されておらず、送料規制は市場成長をもたらす政策ではない」との指摘がなされた。

以上を総合すると、ダルコス法が出版市場全体に負の影響を与えたとの認識は関係者間に広がっていないものの、一般読者への影響については引き続き注視が必要である。また、データが示すとおり、長期的な読書頻度の低下による市場縮小を食い止めるほどの効果は確認されておらず、書店売上の顕著な増加にも結びついていない。送料規制という手段がもたらし得る効果には一定の限界があるとの認識は、関係者間においても共通したものと思われる。

5-4 書店が少ない地域における課題

農村部や過疎地など、書店が少ない地域においては、送料規制により実店舗への需要移転が起こりにくく、読者の利便性の低下や新たな費用負担を招いた可能性がある¹⁰。フランス文化省においても、この点は課題として認識されており、定量的なデータはないものの、これらの地域への配慮や一般読者のアクセス低下への対応は今後の検討課題とされている。

10 Amazon 社は、本制度が「生活費の圧迫に直面している読者や近隣に書店がない何千万人もフランス国民に影響を与えるものであり、読者に1億ユーロ以上のコストを負担させる」と述べている。
https://www.reuters.com/legal/government/top-french-court-rejects-amazon-challenge-over-french-book-delivery-fees-2026-05-13/?utm_source=chatgpt.com

また、一般読者に対して行ったアンケート調査では、送料規制に関する評価について、「どちらともいえない」との回答が約4割で最多であったが、小都市や地方に住む回答者は、大都市及び中規模都市として比較して、「賛成」の割合が低い結果となった。

6. フランスにおけるその他の文字・活字文化振興の取組

フランスでは、書籍販売に関する価格規制等の制度が整備されているほか、文字・活字文化や読書文化の振興に向けて、書店、公共図書館、教育機関、地方自治体等により多様な取組が実施されている。これらの取組は官民の幅広い主体により社会全体で展開されている点に特徴がある。

6-1 書店における読書文化振興と読書文化を支える書店のあり方

フランスの書店の多くで、店舗の規模や形態に応じて、本と読者との接点を拡大するための多様な取組が行われている¹¹。例えば、サイン会やトークイベント、読書会や著者による講演などのイベントが開催されているほか、新刊の紹介やテーマ別の特設コーナーの設置など来店者の関心を喚起する工夫が幅広く見られる。

また、一部の大規模な書店や大型文化店においては、書籍に関連した展示や企画に加え、音楽や映像作品など他分野と融合した大型の催しを実施される例も見られる。

このように、フランスの書店は、単に書籍を販売する場にとどまらず、本と読者との接点を拡大するための文化的活動が継続的に展開され、読書の契機を積極的に提供する場として機能している。フランスでは、書店は「本を売る場所」だけではなく、本と人、作者と読者をつなぐ交流の場であることが期待されており、このために公共的・文化的な機能を担う存在として認識されている。このような考え方を背景として、関係者へのヒアリングにおいても、書店の役割は、単なる価格や利便性の競争ではなく、店員による独自の選書や空間の魅力を通じて読者を惹きつけること、人による推薦や対話を提供すること、人々が集い交流する場であること、さらに、こうした営みを通じて読書を「共有できる体験」へと転換することが重要で

¹¹ SLF（フランス書店組合）の2019年調査Les animations en librairie - 2019 資料によると、書店の98%がイベントを実施。平均5.5種類、年間平均45回実施。実施割合の多い順にサイン会（88%）、トークイベント（77%）、全国又は地域イベントに関連した企画（63%）、ブックフェア（48%）、講演会（44%）、読書会（40%）。書店規模が大きいほど開催回数も増えるが、店員1人の書店でも年間平均23回のイベントを実施。
https://www.guide.syndicat-librairie.fr/sites/default/files/upload/report/etude_les_animations_en_librairie_2019.pdf?utm_source=chatgpt.com

あるとの見方が示されている。利用者においても、単なる販売にとどまらない交流や体験価値を書店に期待している。¹²

ダルコス法などの書店保護政策が、文化的多様性の維持を目的とした施策として位置づけられている背景には、このような書店観が国民の間で共有されていることがあると考えられる。制度上も、例えば、国立書籍センター（CNL）が認証し公的な支援の対象としている「優良独立系書店（LiR : Librairie indépendante de référence）」の要件には、資本の独立性（これは選書や店舗運営に完全な決定権を有することを意味する）¹³や、年間を通じて定期的に質の高い文化的活動を実施することが含まれている¹⁴。これは、書店に求められる公共的・文化的役割として「選書」「推薦」「文化的キュレーション」が重視されていることを制度的に示しているものといえる。

6-2 公共図書館・自治体による取組

フランスでは、公共図書館や地方自治体も読書文化の振興において重要な役割を担っている。

公共図書館では、子ども向けの読み聞かせや読書イベント、ワークショップ等が実施されており、地域住民が書籍に接する機会が提供されている。また、学生や若年層を対象とした読書促進プログラムが実施される場合もある。さらに、地方自治体によっては、一定期間に読んだ本を記録する仕組み（いわゆる「読書パスポート」等）を活用した取組が行われており、これにより、継続的な読書習慣の形成を促す試みが行われている。

6-3 教育分野との連携

教育分野においても、読書文化の振興に資する取組が展開されている。

学校における読書活動の一環として、一定時間を読書に充てる取組を大型文化店と連携して行う事例や、書店及び図書館への訪問プログラムが実施されている。ま

12 一般読者へのアンケートでは、50%が書店に書籍販売以外の機能が必要であると回答。83%が書店を訪れる際に店員等の人と「よく話す」又は「たまに話す」と回答。51%が書店での会話で新たなアイデアが生まれることがあると回答。44%が1年に1回以上書店でのイベントに参加すると回答。

13 国立書籍センター(CNL)では、独立性の要件を緩和した「LR (Librairie de référence)」という認証制度も設けされており、チェーン書店なども申請できる。ただし、この場合も、選書や店舗運営に完全な決定権が求められており、本部によって購入する本が管理されるような店舗は認められていない。

<https://centrenationaldulivre.fr/aides-financement/label-lir>

14 その他の認証要件として、在庫タイトル数の最低基準や売上に対する人件費比率の最低基準などが定められており、多様な品ぞろえや充実したスタッフの配置が優良な書店の条件とされている。

<https://centrenationaldulivre.fr/aides-financement/label-lir>

た、書店員や作家が学校を訪問し、読書の意義について説明する活動も行われている。さらに、マンガやグラフィックノベルなど、若年層に関心の高い媒体を活用した教育的取組も進められており、多様な形で読書への関心を高める試みが見られる。

6-4 カルチャーパス

カルチャーパスの目的は、書店振興にとどまらず、若者に広く文化体験の機会を提供することを目的とした施策であるが、結果として書店の経営にも一定の影響を与えていることから、本調査の対象とした。

(1) 概要¹⁵

カルチャーパスは、2019年に試行が開始され、2021年に本格導入された制度である。本制度は若年層（15歳～18歳）に対し、書籍、コンサート、映画、美術館、舞台芸術等の文化活動に利用可能なクレジット¹⁶を、専用アプリ上で付与するものである。

導入の背景には、若年層の文化活動参加の格差や、家庭環境・地域条件による文化アクセスの差が課題として認識されたことがある。

本制度では利用対象が幅広く、どの活動に利用するかは利用者本人が自由に選択できる。実際の利用状況については、書籍、特にマンガへの利用が最も多く、音楽、映画等の分野にも広く利用されていることが確認されている。

(2) 制度の評価と改善の動き

公的支出が非常に大きいため、費用対効果について厳しい議論が行われており、政策効果については、国会や会計検査院等により外部評価が実施されている。

2023年7月に公表された上院財務委員会の報告書では、利用率は高いものの、利用が書籍購入に集中し、舞台芸術の鑑賞や美術館・博物館の利用が少ないなど、文化芸術実践の多様化を促すという本来の政策目的からほど遠い実態が問題とされた。

2024年7月に公表された文化省 IGAC（文化問題総監）による報告書においても、若者の芸術文化実践の拡大と多様化という本来の政策目標に照らし、その有効性に疑問が投げかけられている。すなわち、地域や都市部・農村部といった地域特性に

¹⁵ 制度の詳細や（2）で述べる評価の動向については、令和5年度・令和6年度文化庁と大学・研究機関等との共同研究「諸外国の文化政策等に関する調査・研究」も参照

¹⁶ 現在は、15～16歳は専用アプリ上で無料の文化体験を予約可能とされており、17歳には50ユーロ、18歳には150ユーロのクレジットが付与されている。

よる利用率の差や、社会的出自や親の教育水準の違いによる利用実態の差が明らかとなり、利用者間の効果の差が大きいことが課題として指摘された。また、利用者が書籍や音楽など既になじみのある分野を利用している実態についても、文化的実践の多様化という政策目標に照らして改善の必要性が指摘され、これを受けてアプリにおける推薦機能の強化が図られている。

2024 年 12 月に公表されたフランス会計検査院 (Cour des comptes) の報告書においても、様々な課題が指摘がされるとともに、それを受けて、支給額の削減や、財政的・社会的・地理的条件を踏まえた受給対象の見直しを含む制度改善が勧告された¹⁷。主な課題として、利用が特定の分野（書籍、マンガ、映画、音楽等）に偏り、「多様な文化活動の促進」という目的が十分に達成されていないことや、既に文化活動に親しんでいる層で利用率が高く、低所得者層の利用率が相対的に低いこと、さらに長期的な効果は限定的であること¹⁸などが指摘されている。これを受け、文化省において制度の見直しが行われ、現在は 18 歳に対する付与額が 300 ユーロから 150 ユーロへ削減されるとともに、所得に応じた傾斜配分が行われている。

今回実施した文化省へのヒアリングにおいても、若者が文化に触れる機会を創出した点や、一時的な消費促進効果については一定の評価があるものの、高コストであることや、これまでの評価報告書で指摘されているような課題を踏まえ、現時点では慎重に評価されるべき制度であるとの認識が示された。

また、書店へのヒアリングでは、若者にとって書店への来訪契機を提供した点や、一時的に書店の売上を押し上げた効果が評価される一方で、カルチャーパスのみで読書習慣が自動的に定着するものではなく、持続的な効果を得るためには書店での体験が伴うことが重要であるとの指摘があった。さらに、カルチャーパスへの依存度が高い一部の書店では、予算縮減により収益面での影響が生じているとの指摘があり、持続性の観点から課題があるものと認識されている。

17 Rapport public thématique Premier bilan du pass Culture

18 フランス会計検査院による報告書によれば、カルチャーパスの利用後も新たな文化活動を継続している利用者は 38%とされている。

項目	内容
制度概要	若年層に対して、文化活動に利用可能なクレジットを付与する制度であり、利用者は対象となる活動を自由に選択できる。
主な利用分野	書籍（特にマンガ）、映画、音楽等
利用傾向	エンターテインメント分野への利用が多い
利用者の特徴	既に文化活動に比較的親しんでいる層で利用が多い
主な課題	利用分野の偏り、利用者層の偏り、持続性、高コスト等

7. その他諸外国の書籍販売に関する制度の概観

フランス以外の諸外国における制度をみると、書籍販売に関する規制の内容には各国ごとに違いが見られる。ヨーロッパの複数の国や韓国では、フランスと同様に価格固定制度が導入されている一方、送料規制を導入している国は、今回の調査対象国の中には見られなかった。

価格規制に関する各国の状況を概観すると、以下のとおりである。

ドイツでは、書店間の価格競争の防止等を目的として書籍価格固定制度が設けられており、出版社が設定した価格での販売が義務付けられ、割引は原則として禁止されている。スペイン、ポルトガル、イタリアにおいても、書店保護等を目的として価格固定や割引制限、またはこれに類する制度が設けられている。

英国では、かつては小規模書店の経営安定等を目的として業界協定による再販売価格維持制度が存在していたが、1997年に裁判所により違法と判断されたことから廃止され、現在は市場原理に委ねられている。この結果、書店市場における競争は激化したが、廃止後も出版点数や書店数は増加している。

韓国では図書定価制が導入されており、割引率の上限が15%に定められている。また、2021年に「地域書店活性化条項」が新設され、法律に基づく地域書店支援制度が設けられている。これにより、書店を市民との交流の場として支援する取組が広がっている。

中国では文化保護を目的とした価格固定制度は存在せず、近年はオンライン販売の拡大に伴い、価格競争が進展しているとされている。

◎諸外国における書籍販売に関する規制の概要

国	価格規制	送料規制	主な特徴
フランス	○	○	価格規制に加え、送料規制を導入。
ドイツ	○	×	厳格な書籍価格固定制度。電子書籍にも適用。
ポルトガル	○	×	定価より最大 10%、特例で 20%の割引が可。出版後 18 か月間は価格固定。
イタリア	○	×	最大 15%、特定イベントや公共機関向けに最大 20%割引。電子書籍は対象外。
スペイン	○	×	固定価格制で割引制限あり。
英国	×	×	以前は業界協定として値引禁止されていたが、1997 年に裁判所で違法とされ廃止。現在は市場競争に委ねられている。個性的で専門性の高い書店、イベント企画による差別化で書店数は概ね堅調に推移。
韓国	○	×	図書定価制(15%までの割引は可)。「地域書店活性化条項」に基づき地域書店支援制度を整備。書店を市民との交流の場として支援。
中国	×	×	オンライン販売の拡大に伴い、価格競争が進展。

8. まとめ

本調査では、フランスを中心に分析を行ったが、政策導入の背景には、各国における書店を取り巻く環境や業界構造、書店の在り方に関する社会的認識などが影響しており、書店及び書籍販売に関する制度は国ごとに異なる形で構築されていることが確認された。特にフランスでは、独立系書店が主要な保護対象として位置づけられており、店員の裁量と責任に基づく特色ある選書や、読書会等の文化的活動を書店の場で継続的に行うことが期待されている。このように、書店に求められる役割や機能を前提とした制度設計がなされている点は、日本との大きな相違点であり、施策を検討する際にはこうした前提条件の違いを踏まえて整理することが必要である。

また、フランスの書店支援施策は、国立書籍センター（CNL）による各種支援をはじめとして本調査で取り上げた制度以外にも多様に展開されている。このため、これらの施策についても今後一層の調査・分析が求められる。さらに、他国における制度や施策についても、引き続き把握を進め、比較検討を行うことが必要である。

文字・活字文化振興にかかる諸外国事情調査

(令和7年度 文化庁と大学・研究機関等との共同研究事業)

発行：文化庁

発行年月：令和8年8月

本報告書は、文化庁が委託して実施した調査の成果を基に、同庁において内容の整理及び再構成を行い、とりまとめたものである。

報告書の内容は、出典を明記の上、引用することができる。

ただし、無断での転載・複製はこれを禁ずる。
