電子書籍に関する
マーケティングデータ

～利用の現状 編～

朝日大学マーケティング研究所

調査概要

■調査手法　：　ＷＥＢリサーチ

■調査期間　：　２０１４年１２月１日（月）～１２月３日（水）

■調査対象　：　・首都圏在住の２０歳～５９歳

■有効回答　：　４１４名

【内訳】

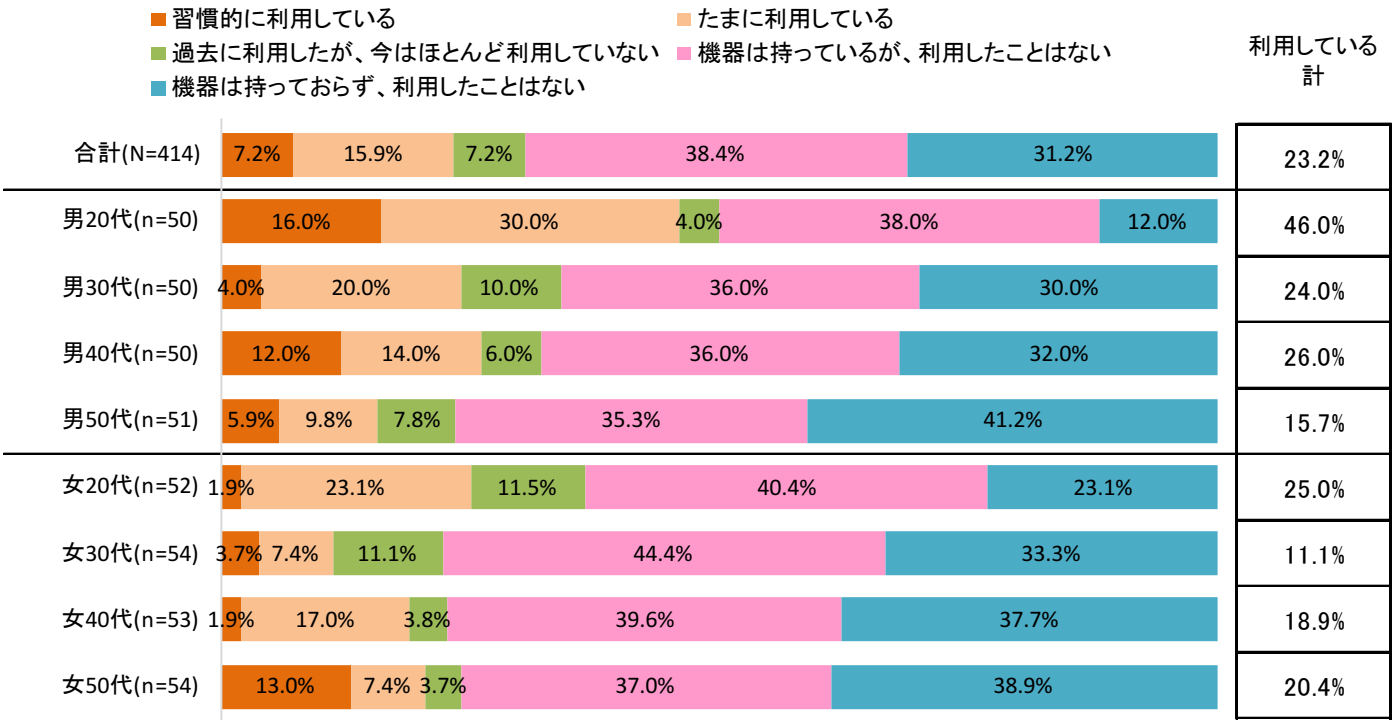
男性	２０代	５０名	女性	２０代	５２名
	３０代	５０名		３０代	５４名
	４０代	５０名		４０代	５３名
	５０代	５１名		５０代	５４名
合計		２０１名			２１３名

1. 利用状況、利用機器

- 現利用者（23.2%）に過去利用者（7.2%）を加えても、利用経験率は3割程度。
  ※現利用者：習慣的に利用＋たまに利用　※過去利用者：過去に利用したが今はほとんど利用していない
- 現在の利用率が高いのは、ほぼ半数が利用する男20代（46.0%）。
- 非利用者（69.6%）のうち、半分以上（38.4%）は利用していないだけで、閲読可能な機器は保有している。何かの「動機づけ」や「きっかけ」さえあれば、利用者が増える環境は整っている。
  ※非利用者：機器は持っているが、利用したことはない＋機器は持っておらず、利用したことはない
- 主な利用機器は、スマートフォン（50.0%）、タブレットPC（41.7%）だが、パソコン（39.6%）も女性を中心によく利用されている。専用機器（11.5%）の利用は少ない。電子書籍には携帯性のある機器をイメージしやすいが、実際は必ずしもそうとは言えない。
  ※当調査がweb調査である点には留意が必要

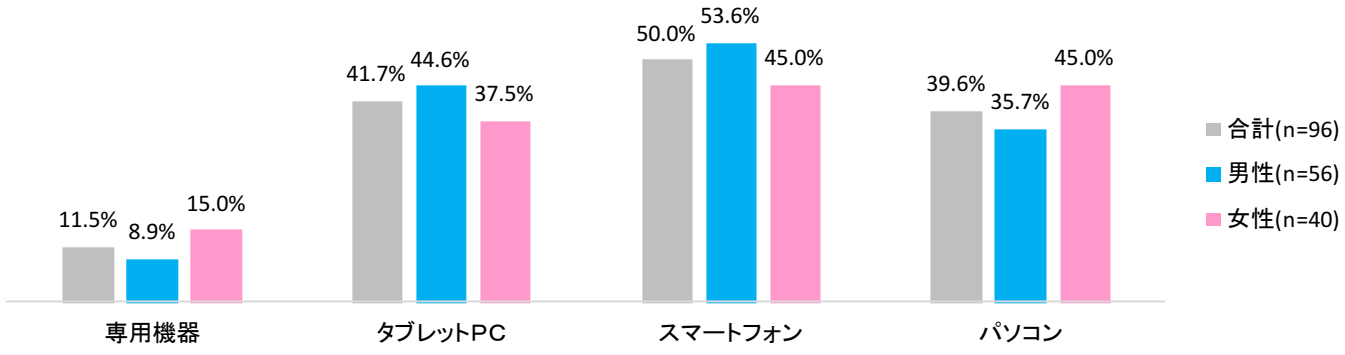
■利用状況

Q：日頃の電子書籍の利用状況に関して、あてはまるものを選んでください。（SA）



■利用機器

Q：日頃、電子書籍をどの機器で利用していますか？（MA）　**※n=現利用者（習慣的に利用＋たまに利用）**



2. 購入金額、利用環境、利用時間

【利用金額】

- 現利用者の約2／3が3ヶ月で、1千円程度しか消費しておらず、1ヶ月換算では数百円程度。今の電子書籍市場は、高額を消費する少ないユーザーと、低額しか消費しない多くのユーザーによって形成されている。

【利用環境】

- 自宅（84.4%）での利用が突出しており、これに電車やバスの中（41.7%）が続く。電子書籍は実態的には、外出先より在宅中の情報ツールとしての性格が強い。パソコンを利用するユーザーが多いことと符合する（前頁ご参照）。

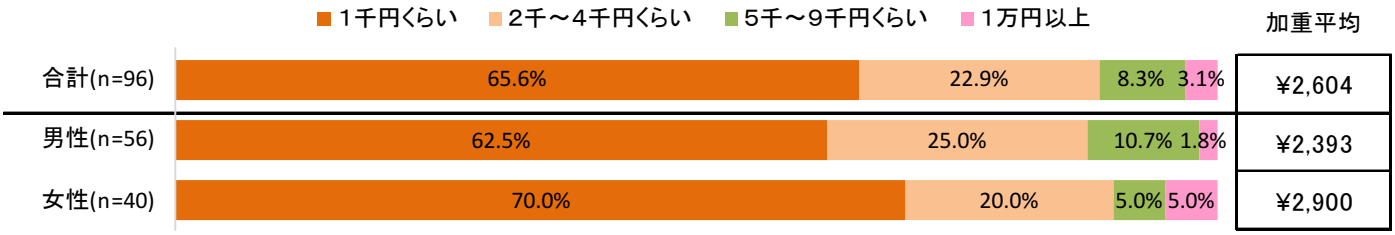
【利用時間】

- 平均利用時間は約22分、30分を超えるユーザーは少数。すき間のちょっとした時間で読まれるケースが多い。

※以下のグラフはすべて **n=現利用者（習慣的に利用＋たまに利用）**

■利用金額

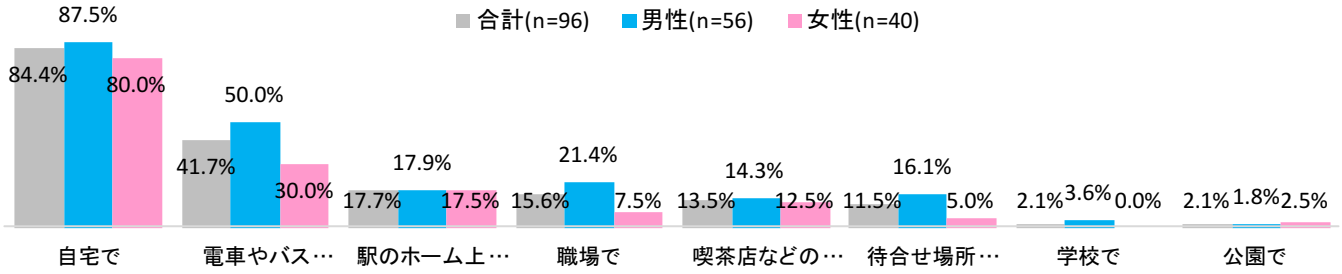
Q：最近3ヶ月で電子書籍サイトから本を購入するのに合計でどのくらいの金額を消費しましたか？（SA）



※1万円以上は「1万～1万9千円くらい」「2万～2万9千円くらい」「3万～3万9千円くらい」「4万円以上」の合計比率
※加重平均は（）内の金額にて計算・・・　1千円くらい(1000)　2千～4千円くらい(3000)　5千～9千円くらい(7000)
1万～1万9千円くらい(15000)　2万～2万9千円くらい(25000)　3万～3万9千円くらい(35000)　4万円以上(40000)

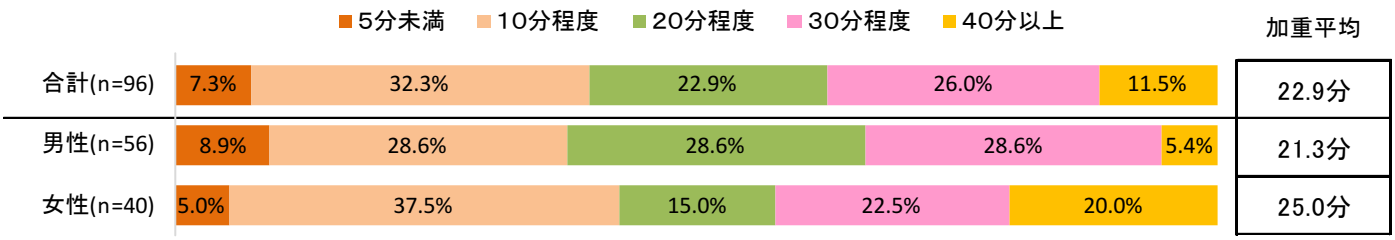
■利用環境

Q：日頃、電子書籍をよく読んでいる環境にあてはまる場所をすべて選んでください。（MA）



■利用時間

Q：日頃、電子書籍を読む際、大きな休憩をせずに連続して読む時間は1回あたりどれくらいですか？（SA）



※40分以上は「40分程度」「50分程度」「60分程度」「それ以上」の合計比率
※加重平均は右記以外は、そのままの数字にて計算・・・　それ以上（90）

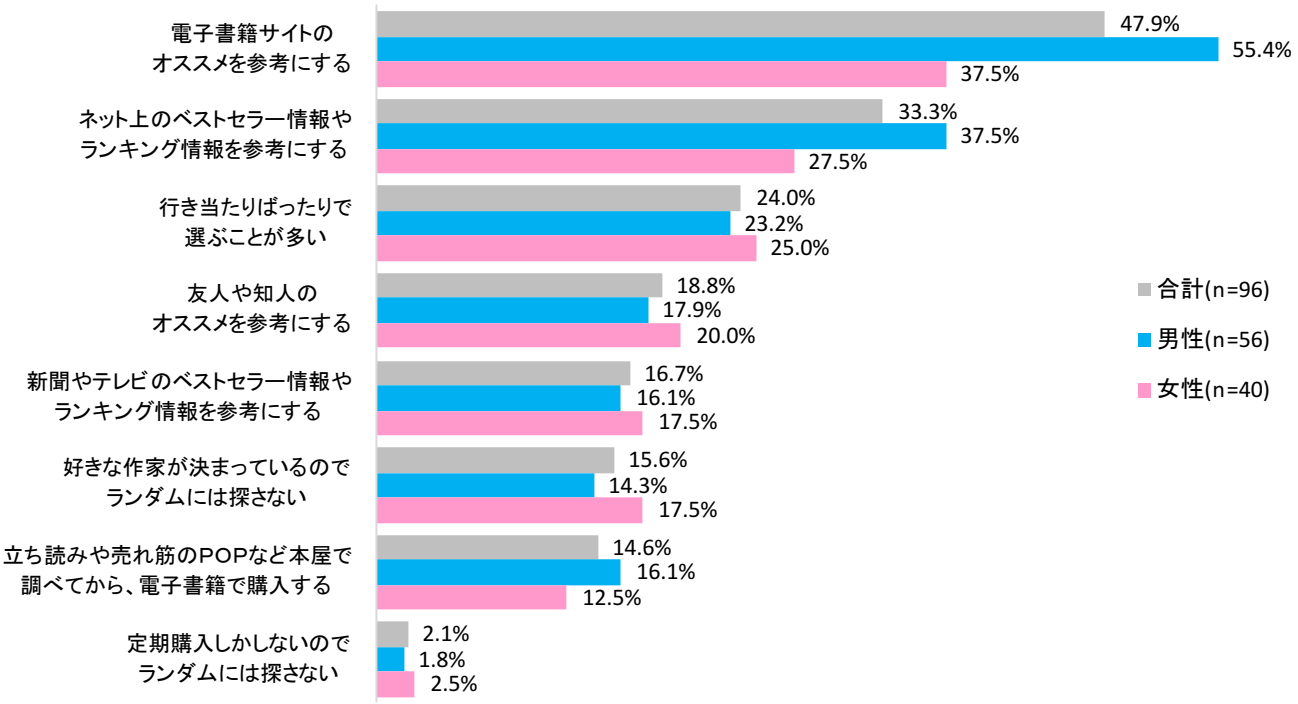
3. 本の探し方、利用している電子書籍サイト

- 男性を中心に、電子書籍サイトやネット上のオススメ情報が、最も多く参考にされている。
- リアル本屋で事前に情報を調べてから、電子書籍で購入するパターンは少ない。電子書籍の購入プロセス（検索～購入）は、ネット上で完結するのが今の主流。
- 「アマゾン」と「楽天」が良く利用されているが、少数が利用するサイトも数多く存在。電子書籍の購入場所は広く分散している。
- 一方、自分がどのサイトを利用しているのかわからないユーザーも多く、サイトに対する意識やこだわりはあまり強くない。

※以下のグラフはすべて **n=現利用者（習慣的に利用＋たまに利用）**

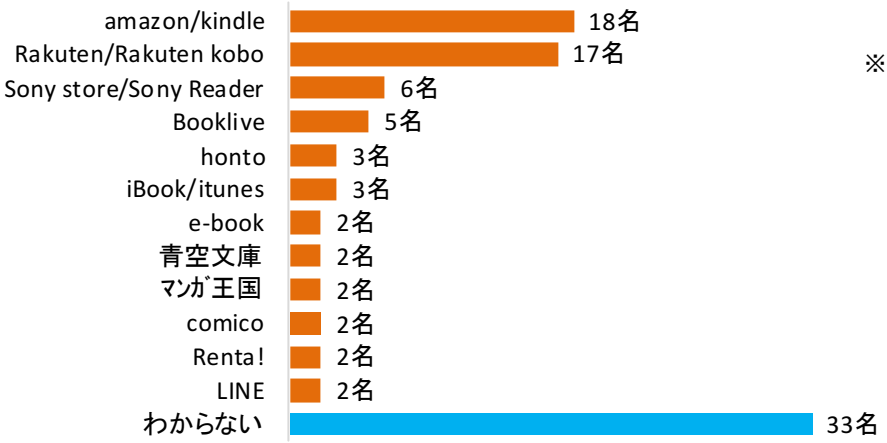
■本の探し方

Q：日頃、電子書籍で読む本はどのように探しますか？あてはまるものをすべて選んでください。（MA）



■利用している電子書籍サイト

Q：日頃、どの電子書籍サイトから本をダウンロードしていますか？具体的なサイト名を教えてください。（FA）



※以下１票のサイト

DMM,Fujisan,nikkei,Handyｺﾐｯｸ

ｺﾐｯｸｼｰﾓｱ,週刊ﾌﾟﾚｲﾎﾞｰｲ

ひかりTVBOOK,めちゃｺﾐｯｸ,集英社

4. リアル本屋と電子書籍の利用頻度の変化

【リアル本屋の利用頻度の変化】

- 電子書籍の利用によって、約3割がリアル本屋の利用頻度が減った（27.1%）と回答。増えた（3.1%）は僅かであり、電子書籍は、リアル本屋にはマイナス効果のほうが断然に大きい。特に男性ユーザーでマイナス効果が大きい。

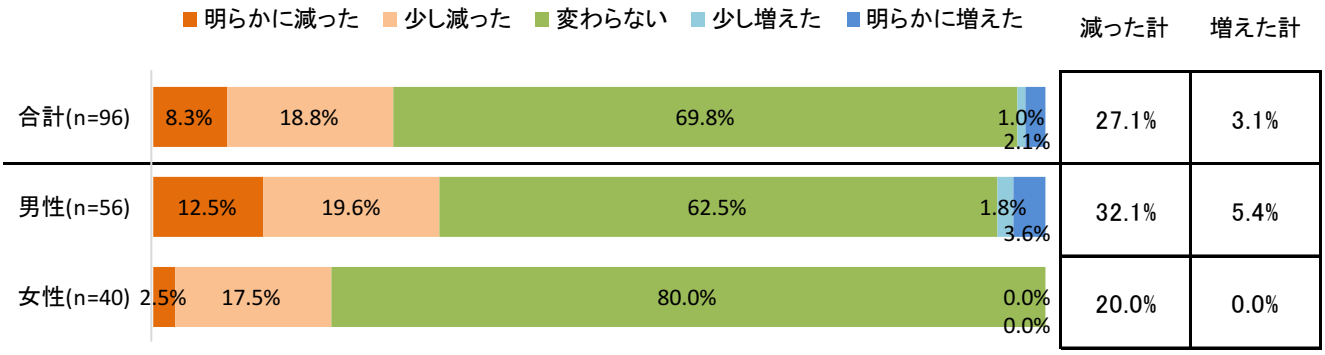
【電子書籍の利用頻度の変化】

- 女性を中心に現ユーザーには、最近の電子書籍の利用が増えたと感じている人が多い。今後も電子書籍市場は拡大することはあっても、縮むことはないと思われる。
- 女性は電子書籍の閲読にパソコンをよく利用しており、パソコンでの操作性の向上は、ひとつの課題になっていくものと思われる。

※以下のグラフはすべて **n=現利用者（習慣的に利用＋たまに利用）**

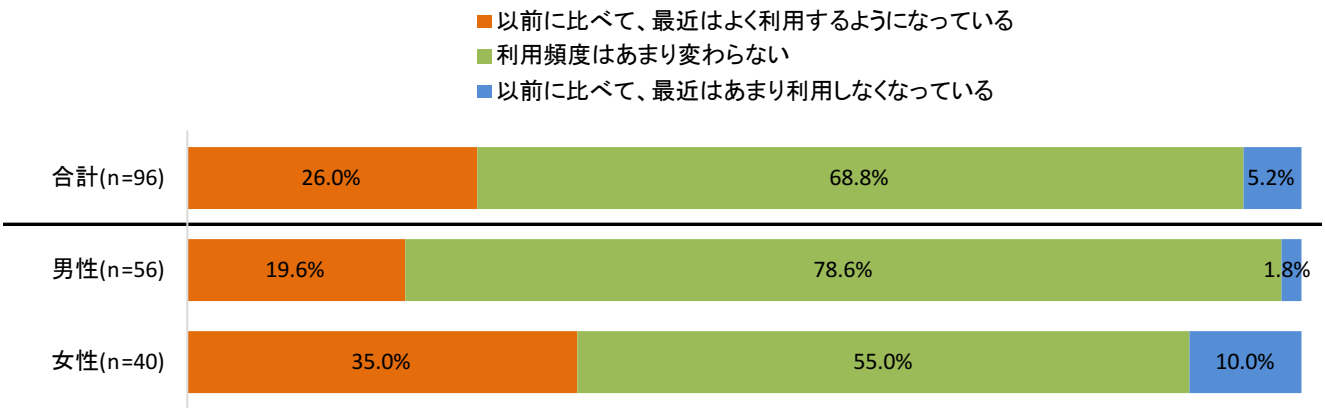
■リアル本屋の利用頻度の変化

Q：電子書籍を利用するようになってから、現実の本屋さんを訪れる回数に変化はありましたか？（SA）



■電子書籍の利用頻度の変化

Q：電子書籍の最近の利用頻度に関して、あなたご自身の以前と比べて、あてはまる状況を選んでください。（SA）



● 利用経験率は3割程度、パソコンで読むユーザーも多い

スマートフォンやタブレットPCなどの情報機器の普及に伴って、有力な娯楽コンテンツとして注目されている電子書籍であるが、その利用経験率は今のところ30．5%である。このうち、7．2%はすでに利用を中止しており、利用経験者の2割以上が脱落している。残りの23．2%で現在の電子書籍市場は形成されている。

一方で、これまでに利用経験を持たない69．6%のうちの38．4%は電子書籍を利用できる機器は保有しており、何かの「きっかけ」や「動機づけ」があれば、ユーザーが増える環境は整っている。新規参入を促すための働きかけが課題である。

スマートフォンやタブレットPCは携帯性が強く、それ故に電子書籍との相性も良いと思われるが、パソコンを通じて電子書籍を利用するユーザーも女性を中心に多く見られる。電子書籍の主な利用場所として、「自宅」を挙げたユーザーが84．4%と突出しており、実態的には外出先より在宅中での利用が主流である。スマートフォンやタブレットPCの普及で電子書籍の利用は増えているが、それは必ずしも「外に簡単に本を持ち運べる」といった携帯性が1番の利点となっているわけではないようだ。

● 平均利用金額は3ヶ月で2,604円、平均利用時間は1回あたり22.9分

最近3ヶ月の電子書籍に対する消費金額について、現ユーザーの65．6%が「1千円くらい」と回答した。一方で、「5千円以上」としたのは11．4%に留まった。平均消費金額を計算すると2，604円であり、月あたりでは1千円に満たなかった。ゲーム市場などと同様に電子書籍市場も、少額しか消費しない多数のユーザーと高額を消費する少数のユーザーに二分できる。

電子書籍は液晶画面のため集中的に読んだ場合の目の疲れが懸念されるが、現ユーザーの平均利用時間は22．9分とそれほど長くなかった。30分を超えて読むユーザーは11．5%に留まった。20分ほどで一区切りできるなど、テンポ良く読める形式の書籍であれば、今のユーザーのニーズに合致しやすい。

● 「アマゾン」「楽天」が大手だが、電子書籍サイトは乱立状態にある

多くの現ユーザーが利用する際とは「アマゾン」「楽天」だが、いずれのシェアも2割に満たず、圧倒的なレベルにはない。少数ユーザーが利用するサイトが多数あり、乱立状態である。また、自らが利用するサイトについて「わからない」と回答したユーザーは3割を超えており、電子書籍サイトに対する意識は弱い。

● 電子書籍はリアル本屋にはマイナス効果

電子書籍で読む本の検索方法としては、電子書籍サイトやインターネット上のオススメが最も多く利用されており、「リアル本屋で事前に本を探して、電子書籍でダウンロードする」というパターンは少ない。また、電子書籍の利用によって、現ユーザーの27．1%がリアル本屋の利用が減ったと回答している。

本の情報を調べるために来店するという点でも、本を購入するために来店するという点でも、電子書籍の出現はリアル本屋にプラスには働いていない。

トピックスリサーチ

電子書籍に関するマーケティングデータ

～利用の現状 編～

発行日　2014年12月26日

発行・調査分析　朝日大学　マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL：058-326-1173

お問い合わせ　marketing@alice.asahi-u.ac.jp