

# ビジネスパーソンと「電子書籍」に関する調査 2015

～ 書籍を読むという行動の変化 ～

スマートフォンの普及が拡大し、Kindleなどの電子ペーパーが安価に手に入る近年、電子書籍の利用も増加傾向にあると言われています。最近では、紙の書籍の発行と同時に電子版が発売されることが珍しくなく、金額単価に大きな開きがないにもかかわらず、電子書籍の市場は年々大きくなっています。

では、ビジネスパーソンにおける電子書籍の利用実態は果たしてどうなっているのでしょうか。利用しているとすればどのようなジャンルの書籍なのか、利用金額はいくらなのか、いつ利用しているのか。

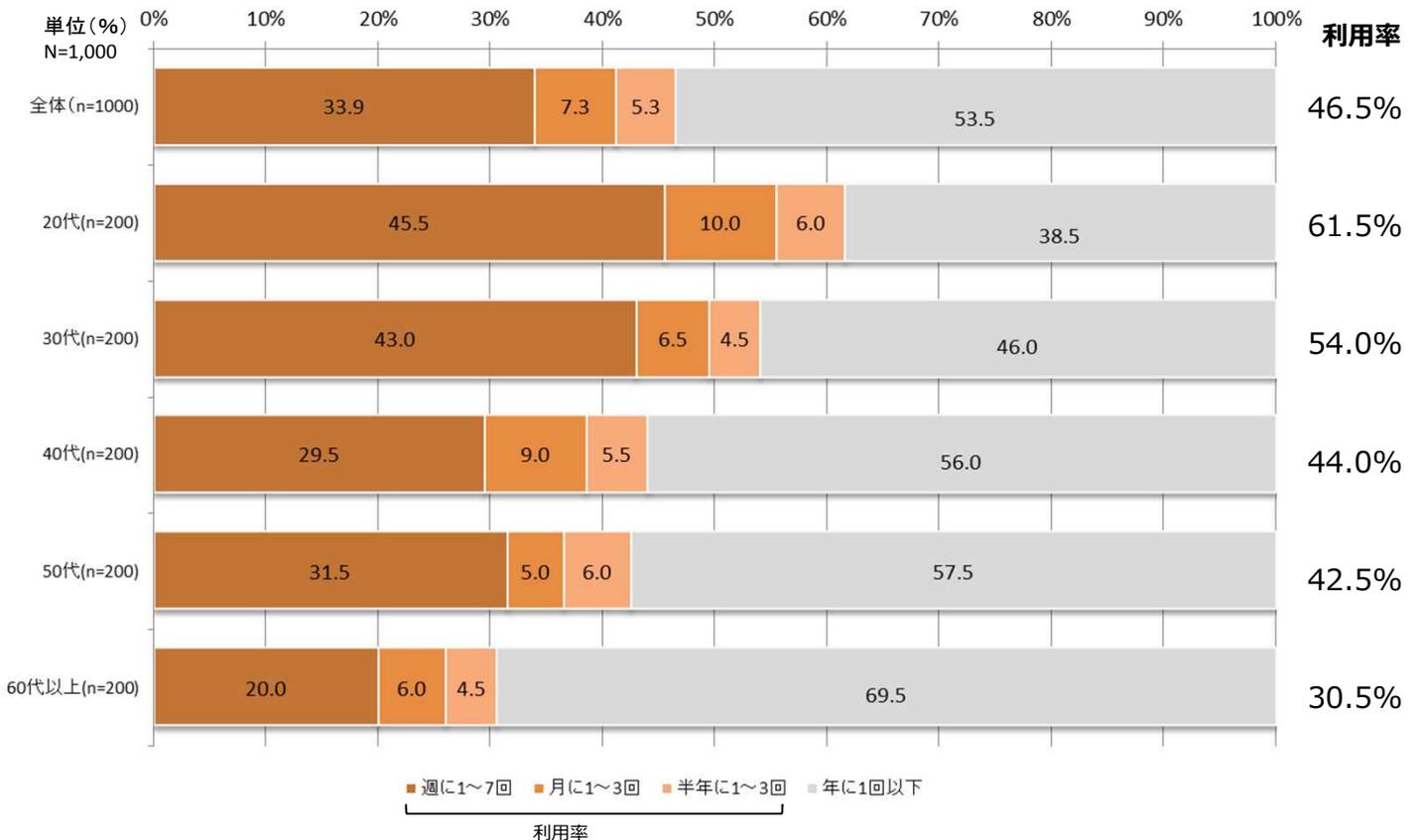
ビジネスパーソン1000人を対象とした調査からその利用実態にせまります。

## 【調査結果】

### 20代がもっとも電子書籍の利用率が高く、年代が上がるに従って利用率が下がる傾向。

半年に1回以上利用している人は全体で見ると46.5%となった。20代の利用率が最も高く、年代が高くなるにつれて、利用率が下がる傾向にある。40代、50代の利用率は拮抗しており、半数は超えないものの、いずれも40%を越える利用率があった。60代以上になると利用率が低くなり、「1年に1回以下」と答えた人が69.5%となった。

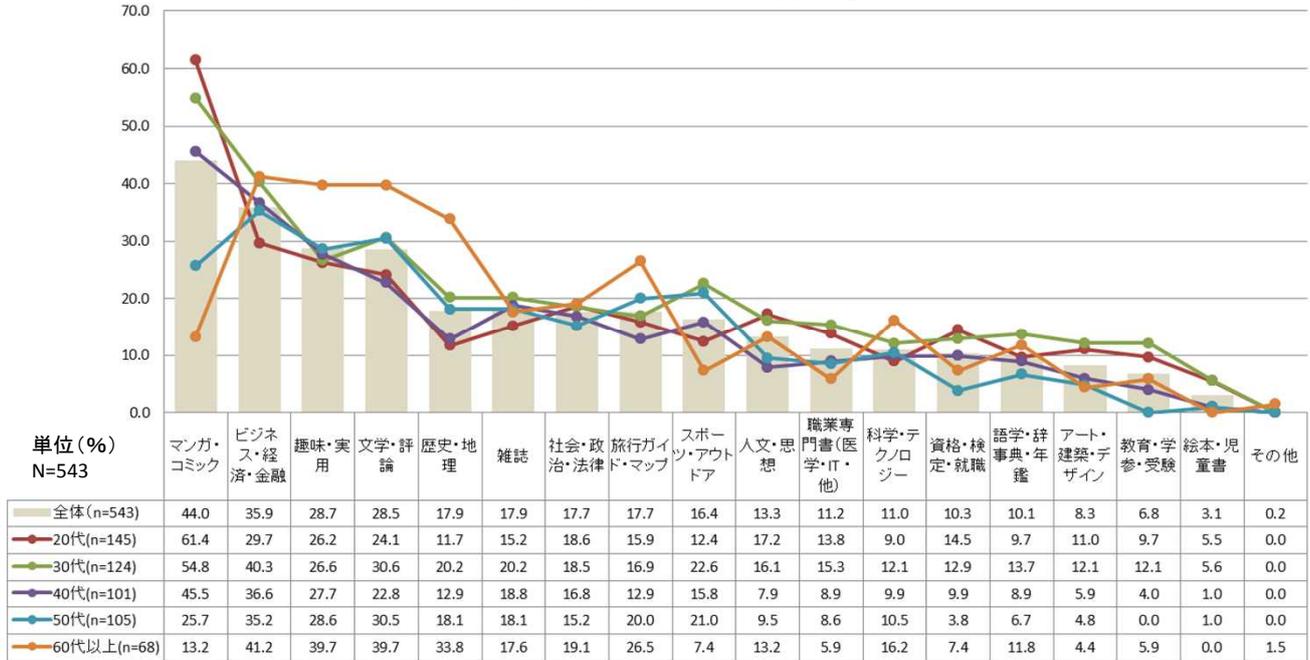
【電子書籍利用率・年代別】《SA》



## 電子書籍のよく読まれているジャンルは「マンガ・コミック」、ついで「ビジネス・経済・金融」「趣味・実用」と続く。

全体では「マンガ・コミック」「ビジネス・経済・金融」「趣味・実用」「文学・評論」の順だが、年代別に傾向が異なり、20代は1位の「マンガ・コミック」が2位の「ビジネス・金融」に31.7%の差をつけており、圧倒的に「マンガ・コミック」需要が高い。逆に50代・60代では「マンガ・コミック」を読むと答える人が他の世代に比べて少ない結果となった。

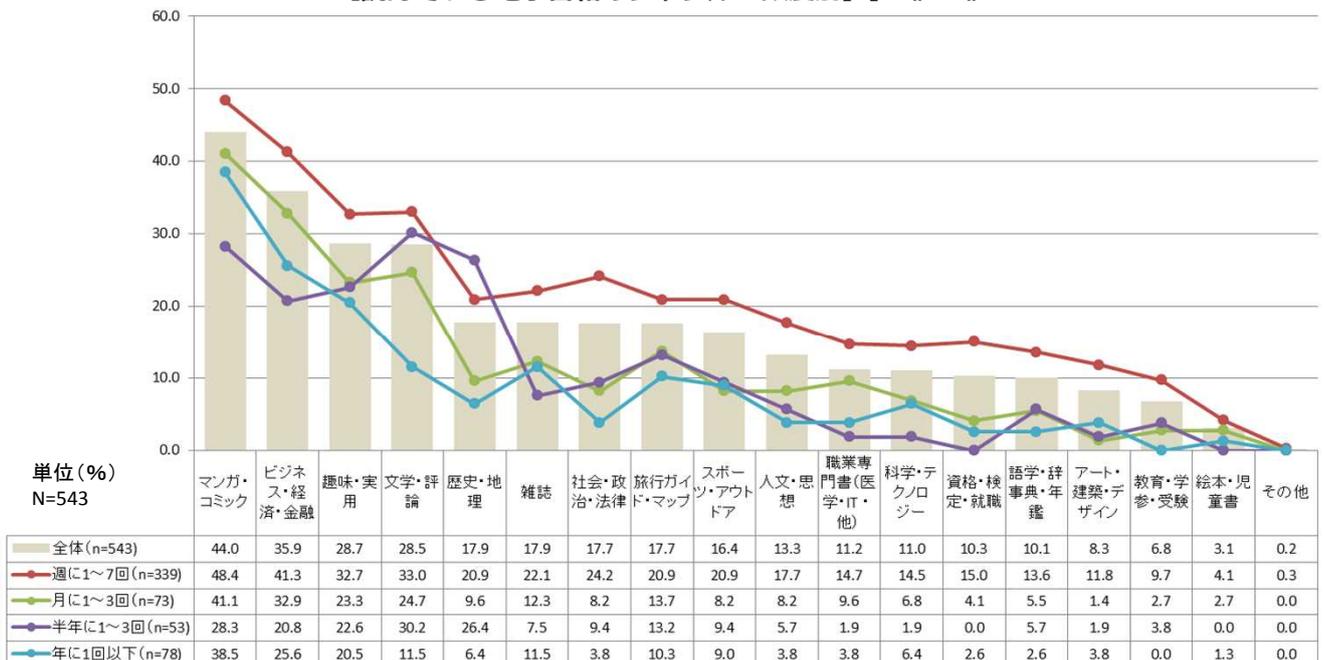
【読んでいる電子書籍のジャンル・年代別】《MA》



## 利用率が高いほど、読む電子書籍のジャンルの幅も広い。

「週に1~7回」と日常的に利用している層は、ほとんどのジャンルにおいて他の層よりも利用が上回ったが、「文学・評論」においては「半年に1~3回」利用の層が多い結果となった。

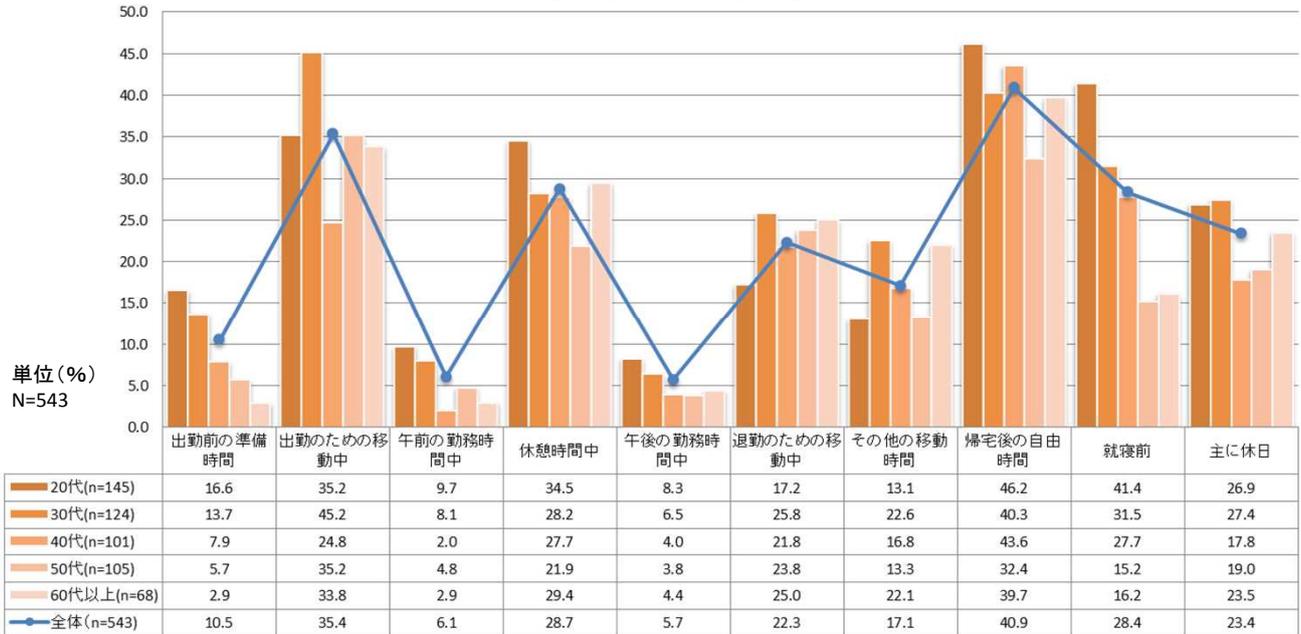
【読んでいる電子書籍のジャンル・頻度別】《MA》



## 電子書籍を利用する時間帯は「帰宅後の自由時間」が最も多く、ついで「出勤のための移動中」「休憩時間中」「就寝前」が続く。

全体的に「帰宅後の自由時間」「移動中」「休憩時間中」「就寝前」などに利用すると答えている人が多い。年代別に見ると「出勤のための移動中」に見ると答えたのが最も多かったのは30代、「休憩時間中」「帰宅後の自由時間」「就寝前」に見ると答えたのは20代が最も多かった。

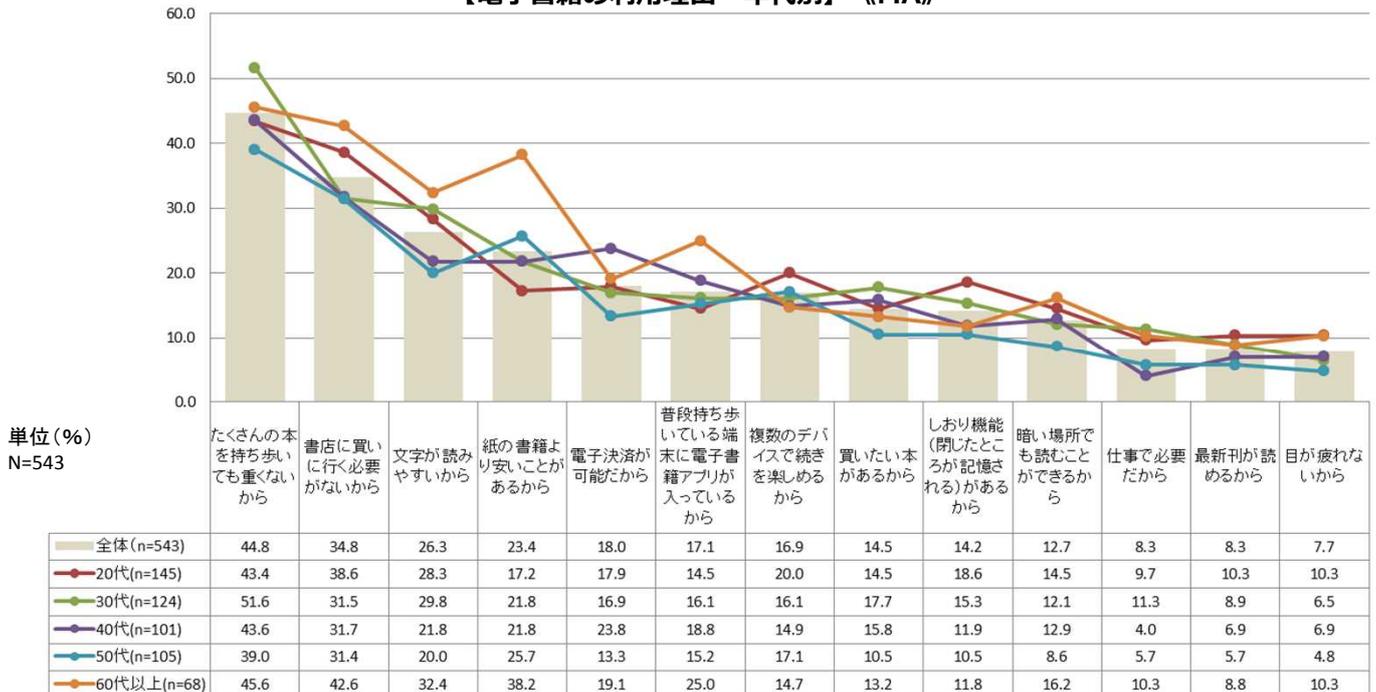
【電子書籍をよく利用する時間帯】《MA》



## 電子書籍を利用する理由で最も多かったのは「たくさんの本を持ち歩いても重くないから」。ついで「書店に買いに行く必要がないから」「文字が読みやすいから」と続く。

全体に携帯のしやすさ、利便性に魅力を感じる人が多い。年代別に見ると、60代では「紙の書籍より安いことがある」という金額面での優位性をあげる人が他の年代に比べて多く見られた。

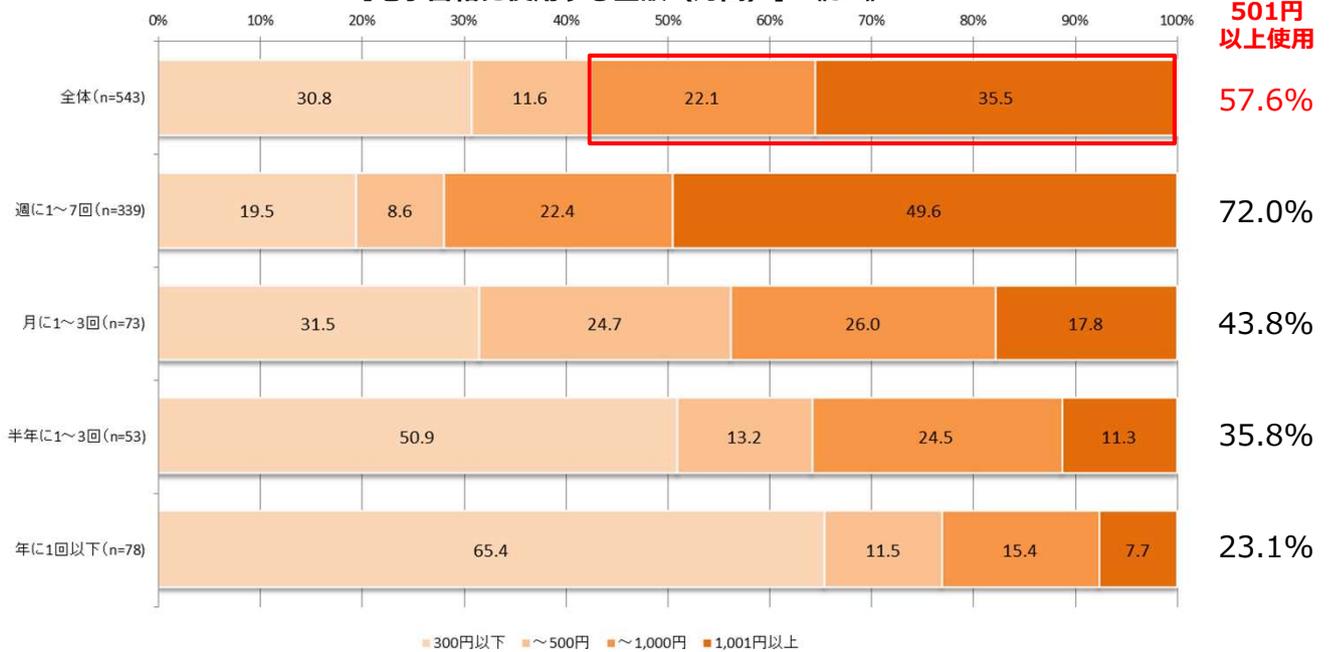
【電子書籍の利用理由・年代別】《MA》



**全体を見ると月に501円以上電子書籍を購入する人は57%超。「週に1〜7回」利用する層では、501円以上購入する人が72%、1,001円以上購入する人でもほぼ50%という結果に。**

週に1〜7回と、日常的に電子書籍を利用する層は月間の使用金額も多い結果となった。利用率が下がるほど使用金額も少なくなる傾向にあるが、全体で見ると月間501円以上使用している人が半数を超えるなど、定期的に利用する人が一定数いることが分かる。

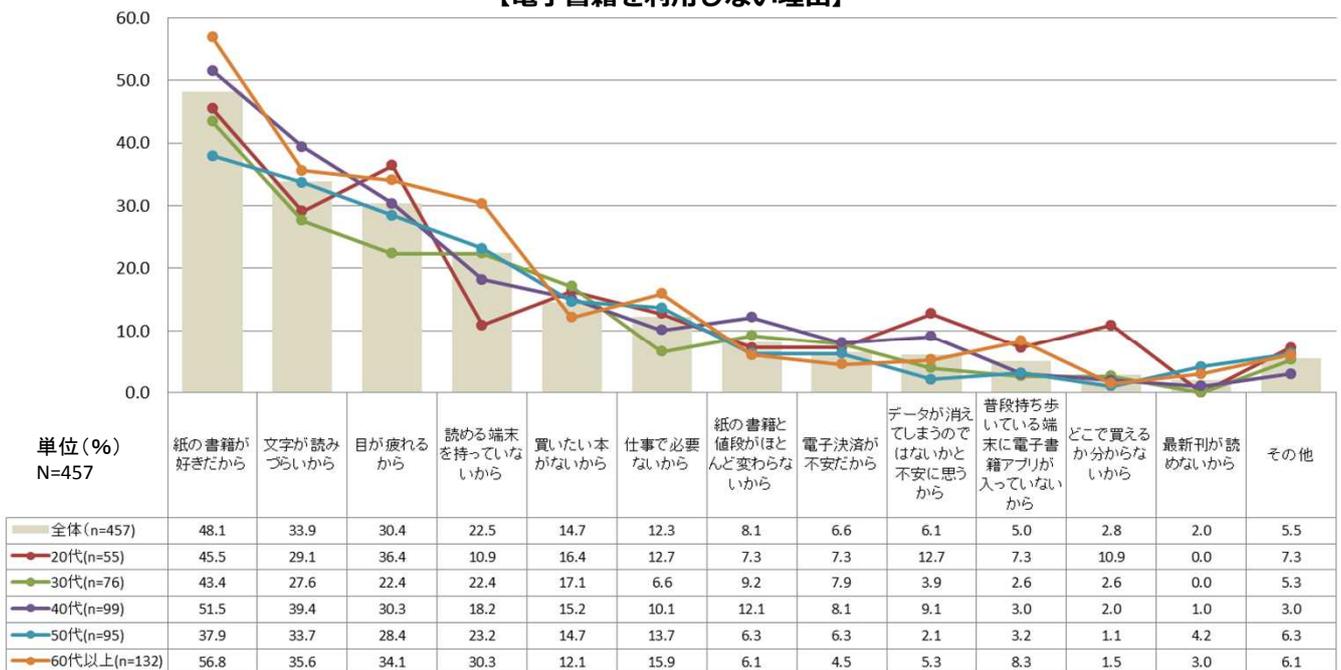
【電子書籍に使用する金額（月間）】《SA》



**電子書籍を利用しない理由については「紙の書籍が好きだから」が最も多く48.1%。ついで「文字が読みづらい」「目が疲れる」などが続く。**

全体に「紙の書籍が好きだから」という嗜好的な理由を挙げる人が多く、ついで「文字が読みづらい」「目が疲れる」など視認に関わる項目が続いた。「読める端末を持っていない」という回答は60代が多く挙げ、逆に20代は少なかった。20代は「どこで買えるか分からない」という回答も他の年代と比べて多かった。フリーアンサーでは「そもそも本を読まない」という回答も散見された。

【電子書籍を利用しない理由】



## ● 調査結果から

電子書籍の利用率（半年に1回以上利用している人の割合）は、全体で46.5%という結果になりました。60代においては利用率が30.5%に留まりましたが、20代・30代の利用率が半数を超えているため、今後緩やかに利用率は伸び続けるのではないかと考えられます。

電子書籍の利用が多いジャンルは「マンガ・コミック」について「ビジネス・経済・金融」「趣味・実用」「文学・評論」と続きました。また、利用率が高い人ほど多様なジャンルの本を持ち歩いていました。電子書籍を利用する理由で最も多いのが「たくさんの本を持ち歩いても重くないから」であることから、使い慣れている人は幅広いジャンルの本を電子書籍で読んでいることが分かります。

1ヶ月あたりの利用金額については、全体で見ると約半数が月に501円以上電子書籍を購入していて、定期的、習慣的な電子書籍利用が見て取れます。利用率が高い人の方が多くの金額を使っており、「週に1～7回」利用する層はその半数近くが月に1,001円以上電子書籍の購入にあてていました。

今後電子書籍市場がどうなるかはまだ未知数ですが、電子書籍が読めるデバイスの種類が多くなり、またコンテンツの種類などがこれからさらに充実していくのであれば、電子書籍はますます身近な存在となり、その利用率は堅調に伸びていくでしょう。

### 調査概要

調査方法	インターネットリサーチ
調査地域	首都圏(東京都, 神奈川県, 埼玉県, 千葉県) 東海圏(愛知県, 岐阜県, 三重県) 関西圏(大阪府, 京都府, 兵庫県, 奈良県, 和歌山県)
調査対象	20歳～69歳の男女ビジネスパーソン(マクロミルモニタ会員)
割付方法	エリア(首都圏, 東海圏, 関西圏) × 年代(20, 30, 40, 50, 60代)を均等に回収 / 合計1,000サンプル
調査日時	2016年03月16日(水)～2016年03月17日(木)
調査機関	株式会社ゼイアール東海エージェンシー 株式会社マクロミル
その他調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電子書籍を利用するデバイスについて</li> <li>・電子書籍を利用するストアについて</li> <li>・電子書籍に希望する改善点</li> <li>・今後電子書籍がどうなっていくかの展望予想</li> </ul>

＜調査結果の引用・転載、取材などに関するお問い合わせ先＞

株式会社ゼイアール東海エージェンシー コミュニケーションデザイン部 担当：近間・大橋  
TEL: 03-6688-5009 e-mail: a-chikama@jrta.co.jp