

第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ アイチシュクトクダイガク	フリガナ ビジネスガクブ	フリガナ フ
愛知淑徳大学	ビジネス学部	傅 ゼミ

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ チーム ハンバーグ	フリガナ ウチャマ ケンタ	3
チーム ハンバーグ	内山 堅太	

研究テーマ（発表タイトル）
電子書籍の新たな形の提案

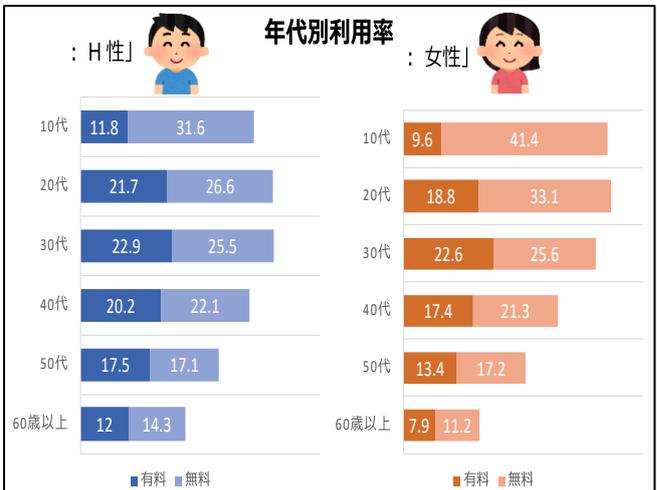
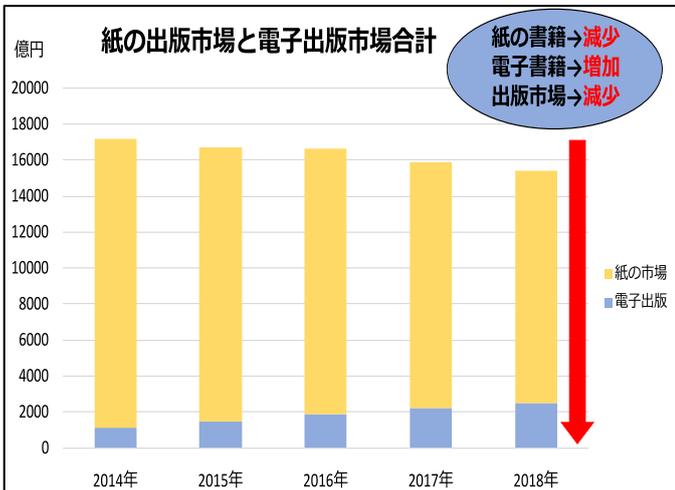
1. 研究概要（目的・狙いなど）

現在、電子出版市場は拡大しているが紙の出版市場の低下分を補うことでおらず出版市場は未だ減少傾向にある。そこで本研究の研究目的を電子書籍による本の新たな形を提案することによって出版市場全体の活性化に繋がられるのではないかと考えた。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

上記でも述べたように現在の書籍の現状として、紙の書籍は 21 年間で 1 兆 2912 億円減少しており、市場全体として半減している。それに対し電子書籍はインターネットの普及により 6 年間で 2556 億円増加していて、市場は約 4 倍に増加している。しかし、図①より電子書籍は紙書籍の低下分を補うことが期待されていたが、出版市場は未だ減少傾向にある。電子書籍には紙の書籍にないメリットとして、端末のため持ち運びしやすくかさばらないため本棚がいらない、いつでもどこでも書籍が手に入るという利点が挙げられる。

また、図②の年代別利用率より電子書籍を使用しているのは 10 代から 20 代の若者であるため、電子書籍の新たな形の提案のターゲットを若者と考え研究を行う。



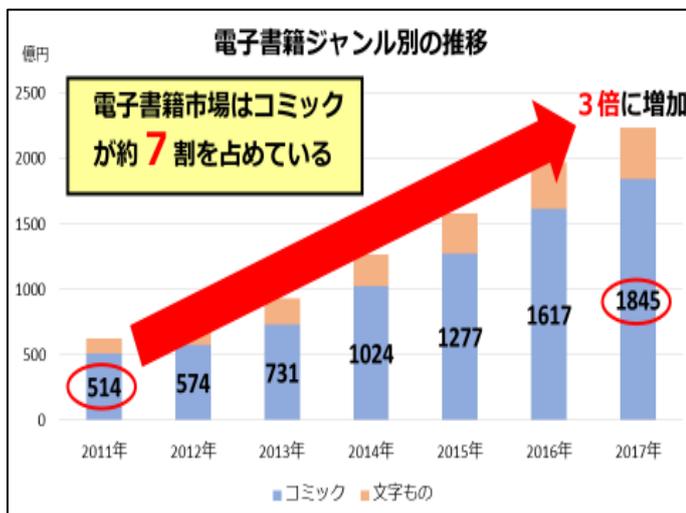
図①

図②

3. 研究テーマの課題

図③より現在、電子書籍のジャンル別推移はコミックが市場の7割を占めており、文字ものよりも高い割合を占めているといった現状がある。その理由として、ヒアリング結果より、コミックは日本で普及している、無料サンプルや定期購読サービス、品揃えが豊富といったことがわかった。しかし、文字もの(一般書)は電子書籍のサイトでは、取り扱っているサイトが少ないということ、図④より一般書の取り扱いが一部ある「Kindle Unlimited」では、一般書籍を取り扱っているが、他の電子書籍サイトの「楽天マガジン」「dマガジン」「ブック放題」では、一般書の取り扱いがない。

また、電子書籍と紙書籍利用者の意識や行動の差異に関する研究(2015年)によると書籍に関心が高く、電子書籍を利用していない人は全体の51.3%と約半数と高い数字となっており、紙書籍利用者は電子書籍の長所に理解はあるものの紙の書籍により満足しているといったことが述べられている。これらのことから、課題は未だ電子書籍を読む人よりも紙の書籍に固執する人が多く存在していることと考えた。そのため、出版市場全体の低下分を補うためには紙の書籍に固執する人、紙の書籍により満足している人、そもそも本を読まない人に対しコミック以外の一般書で読めるものを増やし電子書籍を普及させることが課題であると考えた。



	雑誌	漫画	一般書	料金
楽天マガジン	200誌以上	X	X	月額410円
dマガジン	200誌以上	X	X	月額432円
ブック放題	170誌以上	○	X	月額532円
kindle unlimited	不明	○	○	月額980円

図③

図④筆者作成

4. 課題解決策 (新たなビジネスモデル・理論など)

電子書籍が普及していない理由についてヒアリング調査を行なった際、電子書籍は読めるものが少なく電子化に取り組む出版社が増えていけば普及率が増加して市場も伸びるといったことがわかった。上記でも述べたように電子書籍においてコミックは無料サンプルや定期購読サービス、品揃えが豊富であるといったメリットがある。その一方で、一般書は取り扱っていない読み放題サービスが大半であり、種類が少ないといったことが挙げられる。そこで私たちは電子書籍を普及させるための仮説を「一般書を対象としたページ分割のサブスクリプション」とした。

このサブスクリプションによって、現在の電子書籍においての一般書籍の売り方である1冊、1冊単位で本を購入するという概念をなくし一般書籍をページ分割で売っていくことを考えた。例えば、本の3章の内容だけを読みたいといった消費者のニーズに応えることが可能になる。また、最初の数ページのみを安価で、またはサイト内のポイントによって試し読み感覚で購入することで、その本1冊を購入するかどうかを、1冊購入するより軽い気持ちで本を買うことについて考えるきっかけを作ることができ、出版市場の減少を補うことができると考えた。

5. 研究・活動内容 (アンケート調査、商品開発など)

電子書籍でどのようなサービスがあったら利用してみたいかインターネット上で Google フォームを利用し、上記で述べたように提案のターゲットである20代を主な対象としたアンケートを行った。日時は2019年10月15日から26日までである。内容は、①性別②年齢③電子書籍を利用したことがありますか?④電子書籍で一般書籍をあまり取り扱っていないことを知っていますか?⑤電子書籍でどんなサービスがあったら利用してみたいと思いますか?⑥電子書籍でページ分割のサブスクリプションがあったら利用してみたいと思いますか?という内容でアンケートをとった。有効回答数は79人でアンケートの結果、性別は男性が36.7%、

女性が 63.3%、年代は 20 代以下が 87.3%であった。「電子書籍を利用したことがありますか？」という質問には、「はい」が 64.6%であり、半数以上の方が電子書籍を利用したことがあると回答した。そして、「電子書籍で一般書籍をあまり取り扱っていないことを知っていますか？」という質問には 88.6%の人が「知らなかった」と回答し、半数以上の方が電子書籍を利用したことがあるにも関わらず、ほとんどの人が一般書籍を取り扱っているサイトが少ないという現状が知られていなかった。その事に対して電子書籍を利用している人のほとんどが漫画のみを読むために利用しているのではないかと考える。「ページ分割のサブスクリプションがあったら利用してみたいか」という質問には、58.2%が「はい」と回答し、過半数を上回っていたため、需要は高いと考えられる。また、「電子書籍でどんなサービスがあったら利用してみたいか」という質問に記述式で回答してもらった結果、「広告が要らない」「安く利用したい」「PayPay チャージなど電子マネーを利用したい」という意見があった。

以下のヒアリング調査を実施した

- 愛知淑徳大学人間情報学部 村主教授(2019年8月30日)
- 丸善ジュンク堂 大森様(2019年10月17日)
- 日本電子出版協会事務局 清水様(10月23日)
- 風詠社(返答待ち)

6. 結果や今後の取り組み

実施したヒアリング調査、現状分析によって出版市場の減少を現在の電子書籍の売り方では補えていないことを知った。その結果、電子書籍であまり取り扱われていない一般書を対象としたページ分割のサブスクリプションを仮説とした。この仮説はアンケート結果から 58.2%の人に利用してみたいと回答があり需要が高いことがわかった。そのため、課題解決案であるページ分割のサブスクリプションの内容(料金・ジャンル・ページ分割)について詳細に検討していくことや、仮説によって出版市場の減少を補えるのか、サブスクリプションを行う企業にどのようなメリットがあるのか調査していく必要がある。また、電子書籍は著作者又は著作権の管理団体から改めて許諾を得る必要があることから著作権について、課題解決案が行えるのかについて今後考えていく必要がある。

7. 参考文献

公益社会法人全国出版協会

<https://www.ajpea.or.jp/information/20170125/index.html> (最終アクセス日 10月23日)

株式会社インプレス

<https://www.impress.co.jp/newsrelease/2018/07/20180724-01.html> (最終アクセス日 10月30日)

日本電子出版協会

https://www.jepa.or.jp/ebookpedia/201507_2513/ (最終アクセス日 10月30日)

電子書籍に関する調査市場メディアホノテ

<https://honote.macromill.com/report/20160830/> (最終アクセス日 10月16日)

電子書籍が変える読書世界市場で急成長：日本経済新聞

<https://vdata.nikkei.com/datadiscovery/21book/> (最終アクセス日 10月30日)

緊デジ、出版社の電子書籍化申請の低迷で補助金

<https://markezine.jp/article/detail/16131>(最終アクセス日 10月30日)

電子書籍に関するアンケート調査 10月15日～10月26日実施

渡辺和雄(2015年)「電子書籍利用者と紙書籍利用者の意識や行動の差異に関する研究」,日本印刷学会誌

鈴木秀顕(2016年)「電子書籍の事業モデルに関する研究 Research on the model of the electronic book business」

博士論文

大橋弘(2013年)「電子書籍市場の動向について」公正取引委員会競争政策研究センター

電子書籍に関する利用状況についての調査研究報告書-総務省(平成22年度)

国語に関する世論調査-文化庁(平成25年度)

日経コンピュータ 2019年2月21日号

- パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

該当なし

●発表時に使用する成果物（例. 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

6.仮説の確証方法

アンケート概要

- ◆テーマ:電子書籍についてのアンケート
- ◆有効回答数:79
- ◆アンケート期間:2019年10月15日から10月26日
- ◆対象者:20代の男女
- ◆使用媒体:Googleフォーム

【企画シート作成上の注意】 ※「第10回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、翌年3月に公開予定の「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経BP社・日経BPマーケティングは一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただきます。
- ・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

↑ここまでを4ページ以内に収めて、提出してください↑