

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）
チュウキョウダイガク	ケイザイガクブ	ヨシノウスケゼミナール
中京大学	経済学部	吉野裕介ゼミナール

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）
サボテン	タカギタカユキ	5 人
サボテン	高木孝侑	

研究テーマ（発表タイトル）

アナログとデジタル～それぞれが共存するための取り組み～

1. 研究概要（目的・狙いなど）

私たちはデジタル社会において紙は必要なのか、**電子書籍と紙書籍、それぞれに適した使い道はないか**を目的として考察していく。スマートフォンの発展・普及のおかげで、電子書籍が普及している。一方で、「日本人は活字に触れなくなっている」や「何年後かには紙がなくなる・いらないのでは」などという声も挙がっており、紙媒体の書籍が衰退している。

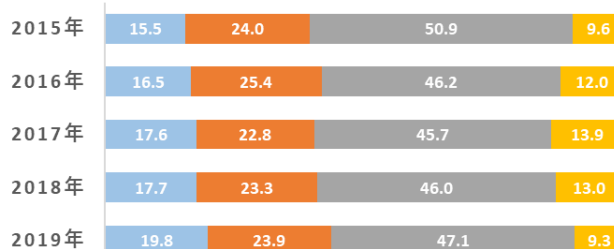
2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

2017 年のインターネット利用率は、80.9%と 2006 年からの統計データと比較すると 8.3%の増加し、スマートフォン保有率は 75.1%と 2010 年から 65.4%増加した。（参考文献 5）より）また、電子書籍の市場規模¹は 2018 年（推計）で 2826 億円の前年比 585 億円増加である。

背景としては、無料漫画アプリの増加から電子コミックが市場の中心となったことだ。電子雑誌市場規模は 296 億円で昨年比 19 億円減少した。電子書籍の主なコンテンツとしては、『Renta！』『シーモアレンタル』といった“レンタルモデル”や、『d マガジン』『Kindle ストア』『楽天マガジン』といった“サブスクリプションモデル”や『少年ジャンプ+』『comico』といった“メディア型モデル”がある。

利用率を見てみると、モバイル機器（スマートフォン・タブレット）ユーザーにおける、最近 1 年間の有料の電子書籍利用率は、17.7%から 19.8%に増加した。30 代の男女の利用率が 1 番高い。無料の電子書籍のみの利用率は、23.3%から 23.9%に増加した。10 代の男女の利用率が 1 番高い。両者を合わせた電子書籍利用者全体は 41.0%から 43.6%へ増加した。電

電子書籍利用率の推移



■ 電子書籍利用率の推移 有料の電子書籍を利用した
■ 電子書籍利用率の推移 無料の電子書籍のみ利用した
■ 電子書籍利用率の推移 知っているが利用したことはない
■ 電子書籍利用率の推移 知らない

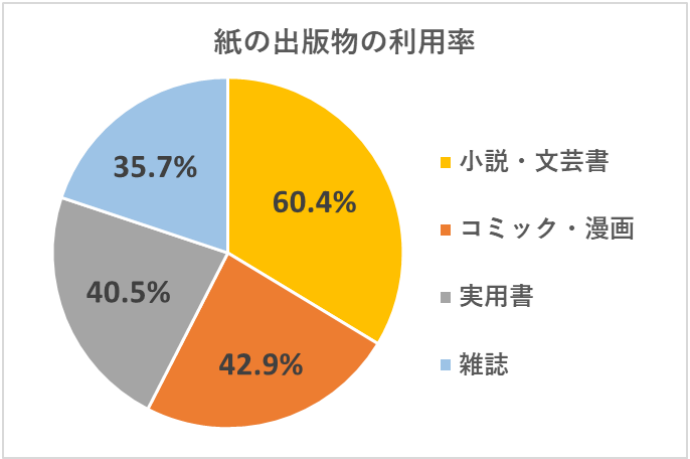
出所：公益社団法人全国出版協会

¹ 電子書籍の市場規模の定義：電子書籍を「書籍に近似した著作権管理のされたデジタルコンテンツ」とし、配信された電子書籍（電子書籍・電子コミック等）の日本国内のユーザーにおける購入金額の合計を市場規模と定義。月額定額制の利用料金や漫画アプリの課金額も含む。ただし、電子雑誌、電子新聞や学術ジャーナル等は含まない。また、電子書籍コンテンツのダウンロード時の通信料などにかかる費用なども含まない。

子化としてシェア率が好調なのは、ライトノベルや一部のビジネスや実用系の書籍のみである。（参考文献 1））

・1999 年から 2017 年の書店数の推移は、22,296 店舗から12,526店舗と、おおよそ半減している。（参考文献4））
また、2018 年の紙の出版物（書籍・雑誌合計）の推定販売金額は 1 兆 2,921 億円で前年比 5.7%減少した。内訳は、書籍が 6,991 億円の前年比 2.3%減少し、雑誌が 5,930 億円の前年比 9.4%減少した。利用率を見てみると、紙の書籍は 2018 年 9 月 25 日時点で、84.5%。中でも、小説・文芸書の割合が 60.4%と 1 番高い。（参考文献 3））

出所：公益社団法人全国出版協会→



・実際に紙の出版物と電子物を読んで感じたことは

紙の出版物（雑誌）：周りの人と共有しやすい。一目で入ってくる情報が多い。永久保存できる。など

紙の出版物（書籍）：書き込みが可能である。読んだ感がでる。厚みで今どれだけ読み終えているのか一目でわかる。

電子書籍：持ち運びがモバイル機器 1 つでいいから楽。電車とかで読むことが出来る。など

電子雑誌：登録すれば、いくつかの雑誌を読むことが出来る。

3. 研究テーマの課題

研究テーマの課題は、紙書籍のデメリット、電子書籍・電子雑誌のデメリットをどう補い使い分けていくかである。現状分析より、電子書籍より紙書籍の方が利用率が高い。しかし、紙書籍の売り上げは減少傾向なのに対し、電子書籍の売り上げは上昇傾向である。普段から慣れ親しんだ紙書籍の方が利用しやすいが、持ち運びに便利といった利便性においては電子書籍であると考えた。そこで、紙書籍と電子書籍・電子雑誌のメリット・デメリットを調べ、自分たちで実際に両方購入し体感してみた。

以下の表は、参考文献 6).7).8)

<u>(A)紙書籍（雑誌）のメリット</u> 消費者：書き込みができる、視覚情報が多い、周りの人と共有しやすい 販売者：（書店）出版社とのつながりができる 著者：芥川賞などを狙える	<u>(B)電子書籍のメリット</u> 消費者：持ち運びしやすい、様々なジャンルを読むことができる、店に行かなくてよい 販売者：スペースが空く、紙媒体に対するコスト削減 著者：コスト削減、電子出版しやすい	<u>(C)電子雑誌のメリット</u> 消費者：持ち運びしやすい、安い価格で多くの雑誌を読むことができる 販売者：コスト削減、永久に販売できる
<u>(D)紙書籍（雑誌）のデメリット</u> 消費者：保管が大変、持ち運びがづらい 販売者：在庫切れが起きる 著者：発行したら修正不可	<u>(E)電子書籍のデメリット</u> 消費者：大きくしないと見づらい、充電が必要、売ることができない 販売者：出版作業に手間がかかる 著者：電子化は紙書籍売れてから	<u>(F)電子雑誌のデメリット</u> 消費者：大きくしないと見づらい、付録付かない 販売者：付録を付けることができない、常に最新情報を探す必要がある

<u>(G) レンタルモデルのメリット</u> 消費者：モバイル機器があればいつでも読める、無料で楽しめるものもある 販売者：無料で、会員数を稼ぎやすい 著者：会員数が多いため消費者の目に留まりやすい <u>(J) レンタルモデルのデメリット</u> 消費者：人気作はコストが生じる 販売者：借り手がつかなければ即赤字	<u>(H) サブスクリプションのメリット</u> 消費者：お得に利用できる、優越感、月額定額だと安く多くの情報が得られる 販売者：継続的な売り上げとして試算できる、各種様々なデータが取れる 著者：顧客の評価をみることができる <u>(K) サブスクリプションのデメリット</u> 消費者：読まないと損 販売者：会員数が減ると赤字 著者：購読数が把握しにくい	<u>(I) メディア型モデルのメリット</u> 消費者：無料で読める漫画、新刊情報の受け取り 販売者：多くの出版社の漫画を提供できる 著者：素人でも投稿可能 <u>(L) メディア型モデルのデメリット</u> 消費者：ポイント還元がない 販売者：収入が少ない 著者：認知されにくい
---	--	--

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

- ・(D)紙書籍のデメリット：持ち運びしにくい→電子だとモバイル機器1つだけで本を持ち運ばなくて良い。旅行の時の観光地調べにモバイル機器を使う。荷物減る。
- ・(E)電子書籍のデメリット：字が小さくて見づらい→本だと字が大きいため見やすい。参考書・説明書を読む時は紙書籍利用。見えやすく、書き込み・マーカーがしやすい。
- ・(F)電子雑誌のデメリット：付録つかない→雑誌（紙）だと付録がついてきて得した気分になる。付録がほしい人は紙雑誌を利用。（例）美的（紙雑誌）730円付録あり / （電子）600円付録なし

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- ・インターネット普及率、スマートフォン保有率、電子書籍・電子雑誌の利用率、売り上げ推移、電子書籍・電子雑誌を読む手段→電子書籍・電子雑誌のメリット・デメリット（手段の中のメリット・デメリット）
- ・書店数の推移、書籍や雑誌の利用率、売り上げ推移→紙媒体のメリット・デメリット
- ・周囲の人の紙媒体と電子物への感じ方調査
- ・電子書籍・電子雑誌のコンテンツ利用と紙雑誌を購入し実際に読んだ

6. 結果や今後の取り組み

- ・活動結果から電子雑誌・電子書籍・紙書籍それぞれにメリット・デメリットがあることが分かる
- ・電子版のメリット・デメリット：モバイル機器1つで多様な種類を閲覧できる。持ち運びが容易である。字が小さく閲覧しにくい。
- ・紙書籍のメリット・デメリット：電子版に比べて、視覚情報が多い。保管や携帯に場所を取る。在庫切れの可能性もある。
- ・初めて分かったこととして、電子書籍の出版には著作権の問題など、手間がかかってしまうことが分かった。
- ・今後の取り組み：引き続きそれぞれのメリット・デメリットを考え、目的に応じた使い分けが必要だと考えた。
- ・紙と電子の共存を明確化するため、紙版は小説の市場が大きいので、これを促進させる取り組みとして、**政府が「ベストセラーやロングセラーのみを電子版化させることができる」と**いうような法整備をする。これによってあまり売れ行きのよろしくない小説は電子化されず、無駄なコストカットが期待できる。また、電子版は漫画の市場が一番高いことから、これを促進させるための取り組みとして、**出版社や配信サービス企業が電子版を3日程早く発売する**。よってより電子版マンガの市場拡大に繋がると考えた。
- ・これらによって、紙版は小説の市場を、電子版はマンガの市場を拡大できる。よってアナログとデジタルの共存に繋がると考えた。

7. 参考文献

1)インプレス総合研究所『電子書籍ビジネス調査報告書 2019』2019年8月1日発行 P17～P21, P29～P32, P201～P228

file:///C:/Users/keisuke/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/500711_sample.pdf

2)公益社団法人全国出版協会 <https://www.ajpea.or.jp/information/20190125/index.html> （最終閲覧

日：2019年11月4日)

3)「本や書店の利用意識 電子書籍利用率は36%」 織研新聞電子版, 2018年10月29日(最終閲覧日:2019年11月4日) <https://senken.co.jp/posts/data-181029>

4)日本著者促進センター「書店数の推移」(最終閲覧日:2019年11月4日) <http://1book.co.jp/001166.html>

5)総務省平成30年度版情報通信白書「インターネット利用率」(最終閲覧日:2019年11月4日) <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd252120.html>

6)ROBOT PAYMENT「サブスクリプションのメリット」(最終閲覧日:2019年11月4日) <https://www.robotpayment.co.jp/blog/6691/>

7)トレデン〜電子書籍トレンド情報局〜「LINE漫画のメリット・デメリット」(最終閲覧日:2019年11月4日) <https://ebook-trend.com/line-manga-review/>

8)ビギナーズ「書籍レンタルモデルメリット」(最終閲覧日:2019年11月5日) <https://www.rere.jp/beginners/31662/>

9)『ウイズ』講談社, 2019年10月28日販売, 全p217

10)『楽天マガジン』(最終閲覧日:2019年11月5日)

●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。

●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)

【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ご確認をさせていただく場合がございます。
- ・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↑