

電子書籍専用端末利用者と汎用端末利用者の意識や行動の比較

橋口 凌[†] 渡部 和雄[‡]

東京都市大学大学院 工学研究科 システム情報工学専攻[†]

東京都市大学 知識工学部 経営システム工学科[‡]

1. はじめに

日本の出版販売額は 1996 年から減少が続いている [1]. しかし, 電子書籍市場は拡大傾向にあり, 電子書籍への期待は高い [2]. そこで, 本研究の目的は電子書籍専用端末利用者と汎用端末利用者の電子書籍に対する意識や行動を比較し, 電子書籍普及に繋がる要因を明らかにすることとする. 電子書籍専用端末 (以下, 専用端末) とは, Amazon Kindle, 楽天 Kobo のような, 電子書籍の購入または閲覧に特化した機器をいう. 汎用端末とはパソコン, スマートフォン, タブレット端末などの, 電子書籍を読む以外にも様々な用途で利用できる機器をいう.

2. 電子書籍の普及要因に関する主な先行研究

電子書籍の普及要因に関して, 渡部 [3] は消費者の電子書籍への関心と利用したい意識を高めるためには, 特に書籍コンテンツへの関心を高めるべきであると指摘している. 日本人が求める電子書籍に関して, 松浦, 森本 [4] らは読書目的なら紙の本で十分満足しているため, 日本人が求めているのは視覚・聴覚を使った本などの「遊べる本」としての電子書籍であると指摘している.

3. 研究方法

先行研究を参考に仮説を提起し, 仮説を検証するためにアンケート項目の作成後, アンケート調査を行った. アンケート調査の結果から統計的手法を用いて仮説を検証した. 得られた知見から電子書籍普及に繋がる要因を明らかにする.

4. 仮説の提起

本研究では, 専用端末の他に, 汎用端末でも電子書籍を利用している人を含めて, 専用端末利用者とした. また, 専用端末以外で電子書籍を利用している人を汎用端末利用者とした.

専用端末利用者は電子書籍を汎用端末でも読むことができるにもかかわらず, 専用端末を購入している. よって, 書籍全体への関心も高いと考えられるため, 仮説 1, 仮説 2, 仮説 3, 仮説 4 を設定した. また, Kindle Paperwhite のような専用端末からでも twitter に文章の投稿ができることから仮説 5 を設定した.

(仮説 1) 専用端末利用者は汎用端末利用者よりも, 電子書籍のメリットを評価している.

(仮説 2) 専用端末利用者は汎用端末利用者よりも, 書籍への関心が高い

(仮説 3) 専用端末利用者は汎用端末利用者よりも, 紙の書籍を読んでいる

(仮説 4) 専用端末利用者は汎用端末利用者よりも, 街の書店を利用している.

(仮説 5) 専用端末利用者は汎用端末利用者よりも, SNS を利用している.

5. アンケート概要

アンケート対象者は関東地方に住む 20 歳～69 歳の男女とし, 無作為に抽出した. 有効サンプル数は 975 であった. 専用端末利用者は 122 人であった. 汎用端末利用者は 290 人であった.

6. 仮説の検証

(仮説 1) 専用端末利用者は汎用端末利用者よりも電子書籍のメリットを評価している.

アンケートでは「電子書籍のメリット」についての質問に対して, 10 項目を用いて, 「7:非常にそう思う」～「1:まったくそう思わない」, の 7 件法で尋ねた.

そして, 専用端末利用者と汎用端末利用者との, 電子書籍のメリットに対する回答の平均値の差の検定を行った (表 1). 7 項目で専用端末利用者の平均が汎用端末利用者の平均を 5%水準で上回った. これから, 仮説 1 はおおむね成り立つと言える.

専用端末利用者の評価が特に高いのは, ③, ④の項目であった. 汎用端末利用者による評価が低い項目には①, ⑤, ⑥であった. 専用端末利用者と汎用端末利用者で評価の差が大きいのは①, ②, ⑤, ⑥であった. これらから, 汎用端末利用者には認知されていないか, 必要のな

A Comparison of Awareness and Behaviors of E-book Readers using Exclusive Terminals and General-purpose Terminals

[†] Ryo Hashiguchi : Graduate School of Engineering, Tokyo City University

[‡] Kazuo Watabe : Faculty of knowledge Engineering, Tokyo City University

い電子書籍のメリットがあることが分かった。

表 1: 専用端末利用者と汎用端末利用者の電子書籍のメリットに対する差異(一部割合)

質問項目	利用者	平均値	平均値の差	t値	有意確率(両側)
①電子書籍は何千冊も持ち運べるのが便利だ	専用端末	4.83	-.483	-2.710	.007
	汎用端末	4.34			
②電子書籍はいつでもどこでも読めて便利だ	専用端末	4.83	-.445	-2.537	.012
	汎用端末	4.38			
③電子書籍は持ち運びしやすく便利だ	専用端末	4.93	-.352	-2.112	.035
	汎用端末	4.58			
④電子書籍は画面の文字の大きさを変えられて便利だ	専用端末	4.91	-.362	-2.150	.032
	汎用端末	4.55			
⑤電子書籍は紙の書籍より値段が安いことが多く、うれしい	専用端末	4.85	-.563	-3.446	.001
	汎用端末	4.29			
⑥電子書籍は文字を検索できるのが便利だ	専用端末	4.74	-.427	-2.559	.011
	汎用端末	4.31			

(仮説 2) 専用端末利用者は汎用端末利用者よりも、書籍への関心が高い。

アンケートでは 14 種類の「書籍ジャンル」について、「7:非常に関心がある」～「1:全く関心がない」、の 7 件法で尋ねた。

表 2: 専用端末利用者と汎用端末利用者の書籍ジャンルに対する差異(一部割合)

質問項目	利用者	平均値	平均値の差	t値	有意確率(両側)
①小説、ノンフィクション	専用端末	4.88	-.456	-2.593	.010
	汎用端末	4.42			
②趣味、スポーツ	専用端末	4.78	-.372	-2.136	.033
	汎用端末	4.41			
③実用書、ビジネス・経済書	専用端末	4.66	-.856	-5.125	.000
	汎用端末	3.80			
④絵本・児童書	専用端末	3.84	-.695	-3.861	.000
	汎用端末	3.14			
⑤教科書・参考書	専用端末	4.07	-.835	-4.901	.000
	汎用端末	3.23			
⑥洋書	専用端末	4.12	-.999	-5.574	.000
	汎用端末	3.12			

専用端末利用者と汎用端末利用者との、書籍ジャンルに対する回答の平均値の差の検定を行った(表 2)。コミック以外の専用端末利用者の平均が汎用端末利用者の平均を 5%水準で上回った。これから、仮説 2 は成り立つと言える。

専用端末利用者が最も関心の高い書籍は①、②の項目であった。汎用端末利用者に評価が低いのは④、⑤、⑥の項目であった。これらから、汎用端末利用者は絵本・児童書、教科書・参考書、洋書に関心が低いことが分かった。

(仮説 3) 専用端末利用者は汎用端末利用者よりも、紙の書籍を読んでいる。

「紙の書籍や雑誌をよく読む方だ」という質問を用いて、「7:非常にそう思う」～「1:まったくそう思わない」、の 7 件法で尋ねた。

専用端末利用者と汎用端末利用者との、紙書の書籍や雑誌をよく読むかどうかに対する回答の平均値の差の検定を行った。専用端末利用者の平均(4.75)が汎用端末利用者の平均(4.32)を 5%水準で上回った。これから、仮説 3 は成り立つと言える。

(仮説 4) 専用端末利用者は汎用端末利用者よりも、街の書店を利用している。

「街の書店をよく利用する」という質問を用いて、「7:非常にそう思う」～「1:まったくそう思わない」、の 7 件法で尋ねた。

専用端末利用者と汎用端末利用者との、街の書店をよく利用するかどうかに対する回答の平均値の差の検定を行った。専用端末利用者の平均(4.55)が汎用端末利用者の平均(3.92)を 1%水準で上回った。これから、仮説 4 は成り立つと言える。

(仮説 5) 専用端末利用者は汎用端末利用者よりも、SNS を利用している。

「SNS を利用して情報発信・収集する」という質問を用いて、「7:週に 6～7 日利用する」～「1:まったく利用しない」、の 7 件法で尋ねた。

専用端末利用者と汎用端末利用者との、情報発信、情報収集するかどうかに対する回答の平均値の差の検定を行った。専用端末利用者の平均(3.81:情報発信, 3.98:情報収集)が汎用端末利用者の平均(2.62:情報発信, 3.39:情報収集)を 5%水準で上回った。これから、仮説 5 は成り立つと言える。

7. 結論

仮説 1 から、専用端末利用者は、特に、持ち運びやすい、画面の文字の大きさを変えられる、などを評価していることが分かった。また、仮説 2 から、小説、ノンフィクション、趣味、スポーツ、などの書籍ジャンルへの関心が高いことが分かった。仮説 3～5 から、専用端末利用者は汎用端末よりも紙書籍をよく読み、街の書店を利用し、SNS を利用していることが分かった。

8. 今後の課題

今回は、企業が練るべき具体的な利用促進策の提案まではできなかったため、今後はそれらを検討したい。

参考文献

- [1] 全国出版協会出版科学研究所 「2014 出版指標 年報」全国出版科学研究所(2014)
- [2] インプレス総合研究所編 「電子書籍ビジネス調査報告書 2014」、インプレス(2014)
- [3] 渡部和雄 「電子書籍利用の要因抽出とモデル化による利用促進への示唆」 日本経営工学会論文誌, vol.66 No.1, pp.1-11, (2015)
- [4] 松浦伊織, 森本祥一 「日本の電子書籍端末市場活性化のためのビジネスモデルの提案」 経営情報学会 全国研究発表大会要旨集 2011(2011)