

2011年6月29日

報道関係各位

GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社

GMO ジャパンマーケットインテリジェンス 『読書行動と電子書籍端末の利用意向に関する調査』を東アジア主要 4 カ国で実施 ～日本人の活字離れが電子書籍分野でも顕著に～

GMO インターネットグループでインターネットリサーチ事業を展開する GMO リサーチ株式会社の子会社、GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社(東京都渋谷区、代表取締役社長 細川慎一、以下 GMOJMI)は、日本、韓国、中国、台湾における「読書行動と電子書籍端末の利用意向に関する調査」を実施いたしました。

GMOJMI の保有するモニターおよび提携モニターを対象に調査を行ったところ、調査結果からは東アジア主要 4 カ国における読書行動と電子書籍に対する意識の違いや、日本人の活字離れの実態が明らかとなりました。

- 調査対象: 14～49 歳の携帯電話所有者 4,000 名
- 調査期間: 2011 年 1 月 17 日～2011 年 4 月 17 日
- 調査方法: インターネットアンケート調査

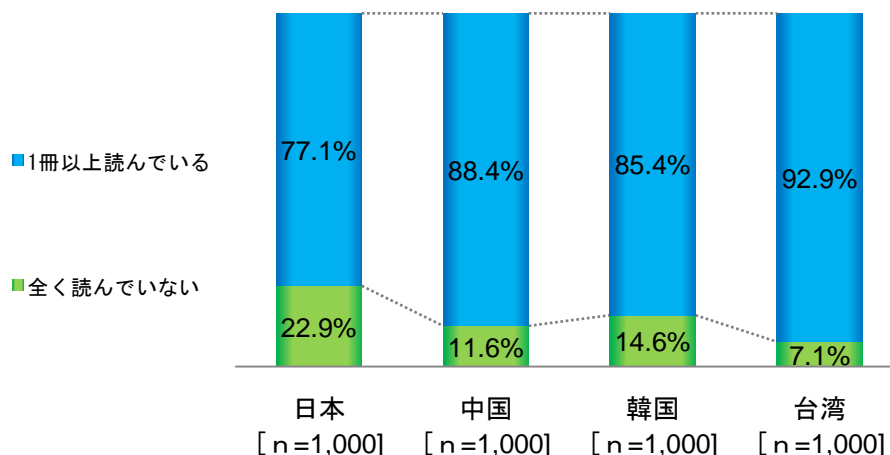
グローバル経済においてアジア新興市場への注目度が高まっており、GMOJMI では GMO リサーチと共同で東アジア主要 4 ヶ国の市場理解を目的としてオンラインアンケート調査を定期的に行っています。今回の調査では、昨年より iPad などのタブレット型端末の登場と合わせて日本においても認知度を高めつつある電子書籍を調査テーマとして、消費者が持っている電子書籍へのイメージと、その背景となる読書習慣の違いを明らかにするべく「読書行動と電子書籍端末の利用意向に関する調査」を実施いたしました。

■日本人の 2 割が読書離れ

「過去 1 年間の読書行動について」の質問では、過去 1 年間に書籍を 1 冊も読んでいないと回答した人が、中国は 11.6%、韓国は 14.6%、台湾は 7.1%という結果が出ており、それと比較して日本ではこれらの約 2 倍の 22.9 パーセントという結果となりました。この結果から、「読書離れ」は日本特有の社会問題であると言えます。

Q. 過去 1 年間の読書行動について

ベース: 全員、単位: %







■韓国では8割がオンラインブックストアで書籍を購入、日本では5割

「書籍の購入方法」についての設問では、オンラインブックストアで書籍を購入していると回答した人が、中国では68.1%、韓国では80.7%、台湾では73.1%と、大型書店での購入を上回る結果が出ております。これに対して日本では、オンラインブックストアで書籍を購入する人が53.4%、大型書店での購入が79.7%という結果が出ており、店舗に足を運んで書籍を購入している人が多いことが調査結果から明らかになりました。

MA, ベース: 過去1年間の本購入経験者、単位: %

Q 書籍の購入方法について





	日本[n=708]	中国[n=802]	韓国[n=753]	台湾[n=722]
				
大型書店	79.7%	67.3%	64.5%	71.1%
インターネット書店	53.4%	68.1%	80.7%	73.1%
小型書店	35.5%	18.3%	19.4%	10.2%
中古書店	13.7%	4.9%	0.0%	3.3%
専門書店	5.4%	21.2%	2.5%	14.8%
コンビニ	5.2%	4.0%	0.7%	10.1%
TVホームショッピング	3.5%	1.9%	2.3%	1.0%
駅構内の書店	1.0%	2.1%	0.8%	1.0%
電話販売/ブッククラブ	0.1%	1.2%	5.0%	1.0%
スーパーマーケット	0.0%	6.2%	19.9%	9.6%
その他	1.3%	0.7%	0.3%	1.1%

■オンラインブックストアでの購入メリットは「時間短縮」「ディスカウント価格」

「オンラインブックストアで書籍を購入する理由」についての設問では、時間を節約できると回答した人が、中国では83.8%、韓国では83.2%、台湾では87.7%。大幅な値引きがあると回答した人が、中国では82.8%、韓国では86.3%、台湾では76.9%と、オンラインブックストアでの書籍購入者が多い中国、韓国、台湾で、オンラインブックストアでの購入メリットとして、購入時間が短縮できることや、ディスカウント価格で購入できることが多く挙げられています。また中国や台湾では、多くの人がオンラインで紹介されている読者レビューを書籍購入時の参考として利用していることが調査結果からわかりました。

MA, ベース: インターネット書店での購入者、単位: %

Q オンラインブックストアで書籍を購入する理由

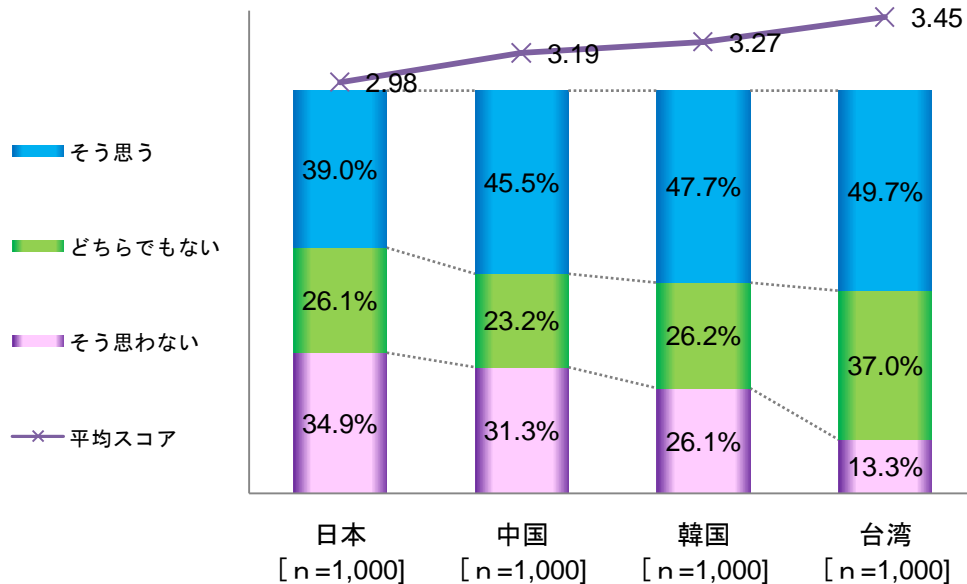
	日本[n=378]	中国[n=546]	韓国[n=608]	台湾[n=528]
				
時間を節約できる	82.3%	83.3%	83.2%	87.7%
会員向けのポイントがある	59.3%	11.7%	51.6%	25.0%
大幅な値引きがある	41.0%	82.8%	86.3%	76.9%
書籍や音楽アルバムについての沢山のコメントがある	39.9%	63.7%	36.0%	53.2%
購入状況を管理できる	37.3%	16.7%	17.3%	28.0%
音楽アルバムや映画ソフトと一緒に購入できる	19.3%	19.6%	6.7%	11.2%
ブログとつながられる	4.2%	7.0%	3.1%	5.1%
その他	10.8%	0.7%	2.6%	2.1%

■4 カ国中で最も電子書籍利用に消極的な日本人

今後、紙版書籍を読む人は減ると思うと回答した人が中国、韓国、台湾では 45%以上という結果が出たのに対して、日本では 39%と、これから紙版書籍を読む人が減少するとは思わない、もしくはどちらでもないと回答した人が多数を占めていることが調査結果から明らかになりました。また、今後電子書籍を利用したいと回答した人は日本が4カ国中で一番少なく、電子書籍の分野においても日本人の「読書離れ」の影響が垣間見られる結果となりました。

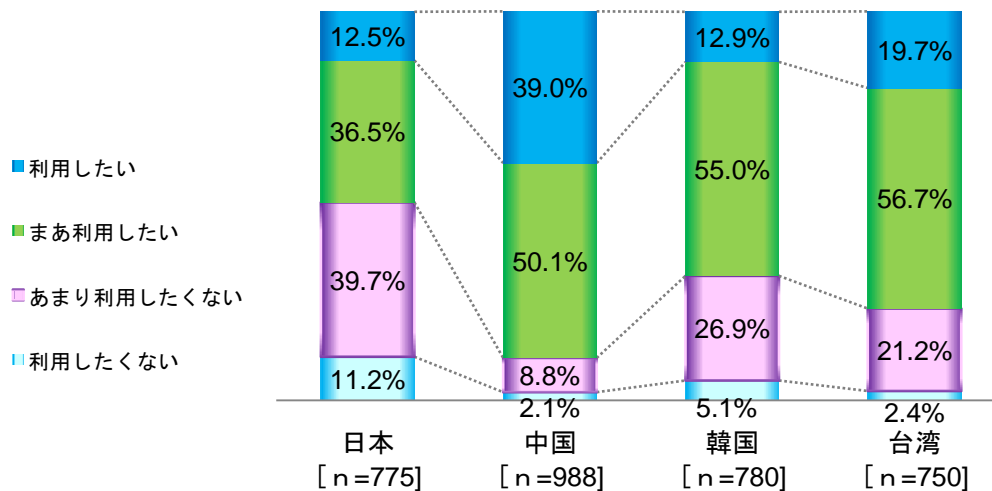
Q 今後、紙版書籍を読む人は減ると思いますか？

ベース: 全員 単位: %



Q 今後電子書籍コンテンツをどの程度利用したいと思われますか。

ベース: 全員、単位: %



近年日本では Reader や Biblio Leaf、FLEPIa など、軽量化や大画面化を通じてより使い勝手の良い電子書籍端末が開発され、市場拡大を狙っています。しかし、既存コンテンツには出版を前提とした契約など、関係者間での利権が多く存在し、電子化の妨げとなっています。この問題について一例を挙げると、日本を除く 3 カ国で、オンラインブックストアで書籍を購入するメリットとして「ディスカウント価格で購入できること」が挙げられていましたが、日本では電子書籍の価格が紙の書籍とほぼ変わらない理由が利権問題にあります。

コンテンツの電子化に向けて、これらの利権を整備していくことが日本における電子書籍や電子書籍端末の普及には欠かせません。今後、さらなるハード、ソフト両面の技術開発が進めば、音楽をオンラインストアからダウンロードして購入することが普及したように、電子書籍市場も大きく成長していくことが見込めます。

震災後の経営環境の変化の中で、海外市場の売上拡大あるいは新興国への進出といった日本企業の海外進出の動きが活発化しています。中でも特にアジア新興市場は注目を集める存在になっています。文化的な背景や経済成長のステージが異なるアジア新興市場において日本企業が成長を遂げるためには、各市場のニーズの把握など、詳細な市場理解が不可欠です。

【調査概要】

調 査 テ ー マ	読書行動と電子書籍端末の利用動向に関する調査
調 査 項 目	年齢・性別 電子書籍の購入意向
調 査 手 法	インターネット調査(クローズド調査)
調 査 地 域	日本、中国、韓国、台湾
調 査 対 象	14-49 歳の携帯電話所有者
回 収 サ ン プ ル 数	各国 1000 サンプル 計:4000 サンプル
実 施 日 程	日本:2011 年 4 月 4 日～15 日 中国:2011 年 4 月 1 日～14 日 韓国:2011 年 1 月 17 日～21 日 台湾:2011 年 4 月 1 日～14 日
販 売 価 格	105,000 円(税抜き 100,000 円)

※本調査結果の引用・転載の際は「GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社調べ」などのクレジット記載をお願いいたします。

【GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社について】

GMO インターネットグループの GMO リサーチの子会社で、市場調査・分析および調査データを基にしたコンサルティングサービスを提供しております。市場調査方法においては、従来どおりの市場調査はもちろん、CAPI/CATI、オンライン調査や携帯電話を通じての調査など、市場調査のスピードを大幅に短縮する方法を積極的に取り入れています。また、CVG(Consumer Vision Goggles)やウェブ・アイ(Web Eye)等、弊社独自の調査手法を用いた視覚的リサーチ(アイトラッキング)も提供しております。

最先端の技術を駆使した GMOJMI の市場調査は、迅速かつ最適な意思決定のお手伝いをいたします。

以上

【調査に関するお問い合わせ先】

- GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社 ビジネスディベロップメント部 山田
TEL : 03-5784-1100 FAX : 03-5784-1105 E-mail : takatoshi.yamada@gmo-jmi.jp

【報道関係お問い合わせ先】

- GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社 社長室 田野
TEL : 03-5784-1100 FAX : 03-5784-1105 E-mail : info@gmo-jmi.jp
- GMO インターネット株式会社 グループ広報部 細田・石井
TEL : 03-5456-2695 FAX : 03-3780-2611 E-mail : pr@gmo.jp

- GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社 (URL: <http://www.gmo-jmi.jp/jp/index.php>)

会社名	GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 細川慎一
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ■市場調査分析、広告、宣伝、出版に関する業務 ■市場の調査並びにマーケティング調査に関するコンサルタント業務 ■マーケティングリサーチ及び経営情報の調査、収集、提供 ■各種市場調査の企画、実施
資本金	5,000 万円

- GMO インターネット株式会社 (URL: <http://www.gmo.jp/>)

会社名	GMO インターネット株式会社 (東証第一部 証券コード: 9449)	
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー	
代表者	代表取締役会長兼社長 熊谷 正寿	
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ■WEB インフラ・EC 事業 ■インターネットメディア事業 ■インターネット証券事業 ■ソーシャル・スマートフォン関連事業 	
資本金	20 億円	