

シニア・ミドルシニア世代×電子コミックの 距離感をひもとく意識調査

マンガに興味のあるシニア・ミドルシニア世代の7割以上が
『電子コミック』利用経験あり

NTT ソルマーレ株式会社(本社:大阪市中央区、代表取締役社長:朝日利彰、以下 NTT ソルマーレ)は、国際高齢者デーにあわせて、マンガに興味を持つ全国のシニア(60代)・ミドルシニア(50代)世代1,050名を対象※に調査を実施しました。近年の『電子コミック』市場の成長を背景に、「シニア・ミドルシニア世代と『電子コミック』の距離感」について探りました。

※今回の調査対象は、PC やスマートフォン、タブレットを所有しており、月一回以上使用していて、マンガに興味があるシニア(60代)・ミドルシニア(50代)世代の1,050名です。



【調査サマリー】

1. シニア・ミドルシニア世代における『電子コミック』の浸透

- 7割以上のシニア・ミドルシニア世代が『電子コミック』の利用経験あり。そのうち約8割は連載中の新刊や最新巻の作品を読んでおり、シニア・ミドルシニア世代でもマンガトレンドへの高い関心がうかがえる。

2. 『電子コミック』の魅力とシニア・ミドルシニア世代のニーズ

- 『電子コミック』利用者が最も魅力に感じる機能は「保管スペースを取らないこと」。『紙マンガ』の最大の課題である「保管スペース問題」に対して、『電子コミック』の有用性が高く評価されていることを示唆している。
- 昔読んでいたマンガを読み返したいシニア・ミドルシニア世代は8割超で、高い再読意欲が明らかに。「読み返し」需要に対し、過去作品も豊富で手軽に読める『電子コ

ミック』は、そのニーズに応えるプラットフォームとして機能していると推測できる。

3. シニア・ミドルシニア世代における『電子コミック』利用意向と市場の広がり

- 『電子コミック』を利用していない理由は「画面だと読みづらそう（目が疲れる、文字が小さいなど）」が最多（特になしを除く）。シニア・ミドルシニア世代においては、視認性や操作性の向上が利用拡大の鍵になると考えられる。
- 『電子コミック』を「継続利用したい/今後利用したい」と回答したシニア・ミドルシニア世代は約7割。今後、シニア・ミドルシニア世代×『電子コミック』市場は更なる拡大が期待できる結果に。

1. シニア・ミドルシニア世代における『電子コミック』の浸透

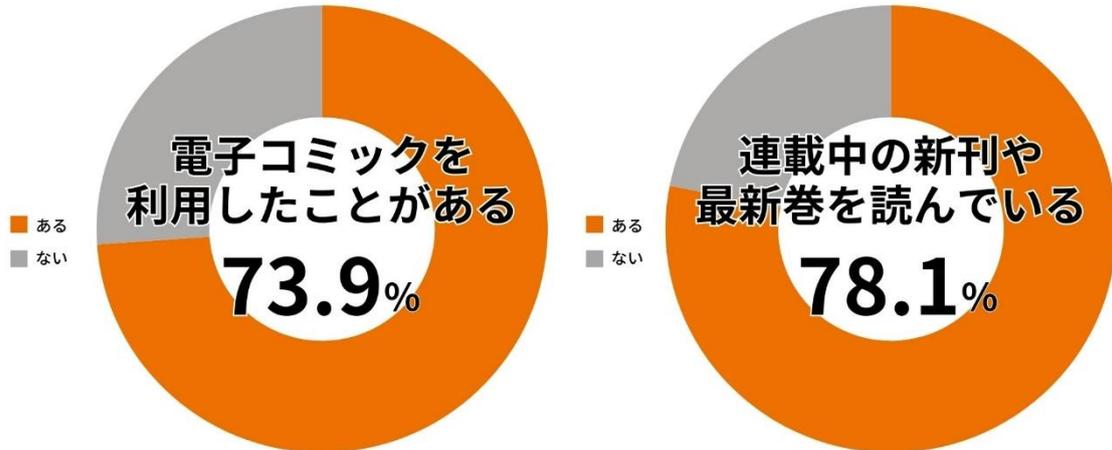
今回の調査対象である「マンガに関心があるシニア・ミドルシニア世代」に対して、『電子コミック』の読書状況を調査。その結果、7割以上(73.9%)が『電子コミック』を利用したことがあり、そのうち半数以上(52.5%)は週に数回以上の高い頻度で利用していることが分かりました。さらに、約8割(78.1%)の利用者が連載中の新刊や最新巻の作品を読んでおり、シニア・ミドルシニア世代においてもマンガトレンドへの高い関心がうかがえます。

Q. これまでに電子コミック（スマホやタブレットで読めるマンガ）を利用したことはありますか？

SA/N=50-69歳 1050名

Q. 現在、定期的に読んでいる連載中の新刊や新冊のマンガ作品（紙・電子コミックを問わず）はありますか？

SA/N=50-69歳 1050名

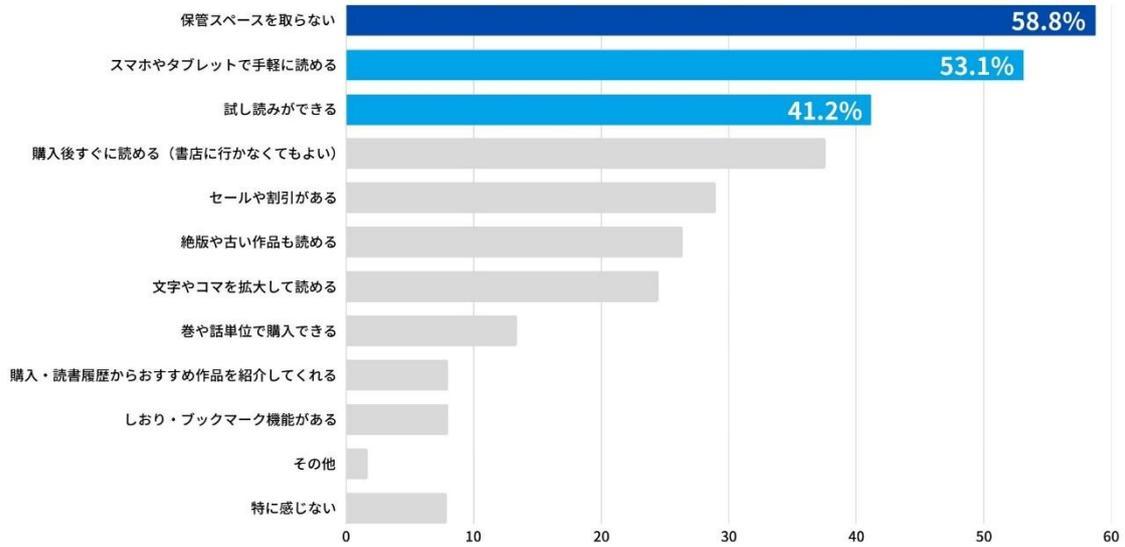


2. 『電子コミック』の魅力とシニア・ミドルシニア世代のニーズ

また、『電子コミック』が魅力的だと感じる理由については、「保管スペースを取らない(58.8%)」が最多。次いで「スマホやタブレットで手軽に読める(53.1%)」、「試し読みができる(41.2%)」が挙げられました。調査結果を踏まえると、電子化によって『紙マンガ』特有の「保管スペース」や「作品の劣化」という物理的な制約から解消され、いつでもどこでも好きな時にマンガを楽しめる便利さが、利用満足度の向上に寄与していると考えられます。

Q. 電子コミックを利用して、魅力的だと感じる機能はありますか？

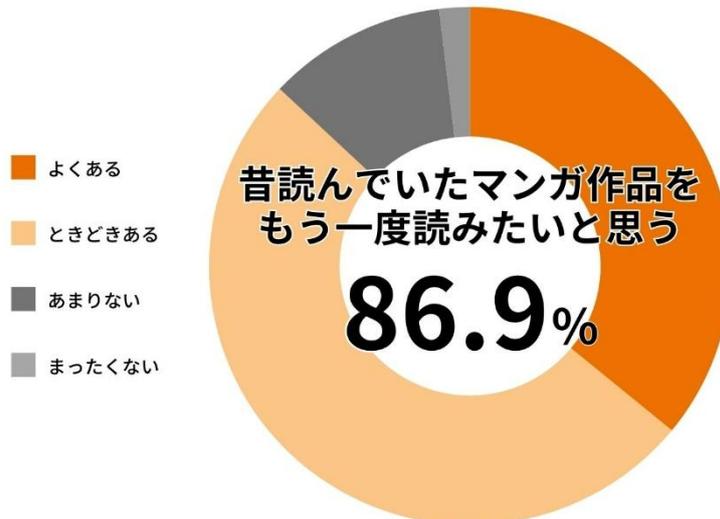
SA / N=50-69歳 1050名



さらに「昔読んでいたマンガ作品を、もう一度読みたい」シニア・ミドルシニア世代は 8 割超(86.9%)にのびりました。その理由として、「好きなキャラクターや物語をもう一度楽しみたい」「当時の内容を再確認したい／新しい発見をしたい」などが挙げられ、懐かしさや再発見を求めた「読み返し」のニーズがあることがわかりました。こうした「読み返し」ニーズに応えるプラットフォームとして、過去作品も豊富に揃い、手軽にアクセスできる『電子コミック』が効果的に機能していることが推察されます。

Q. 昔読んでいたマンガ作品を、もう一度読みたいと思うことはありますか？

SA / N=50-69歳 1050名



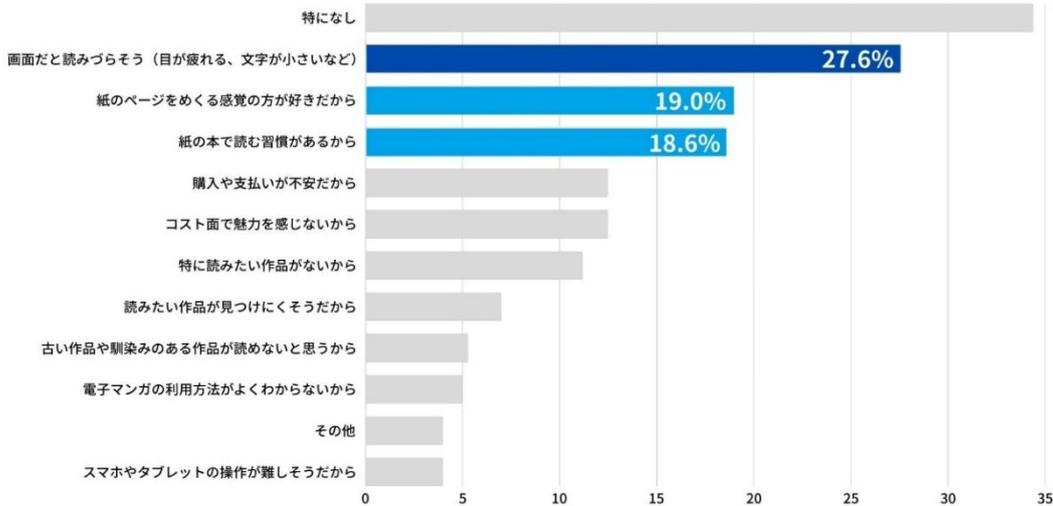
なお、世代を超えて共有したい、または紹介したいと思うマンガがあると回答したシニア・ミドルシニア世代からは、具体的な作品として『ブラック・ジャック』『火の鳥』『DRAGON BALL』『北斗の拳』『SLAM DUNK』『鬼滅の刃』『ONE PIECE』『キングダム』など、懐かしの名作から最新のヒット作までが挙げられました。

3. シニア・ミドルシニア世代における『電子コミック』利用意向と市場の広がり

『電子コミック』を利用していない理由として最も多く上がったのは「画面だと読みづらそう（目が疲れる、文字が小さいなど）」という点でした（※特になしを除く）。この結果から、視認性や操作性の向上が利用拡大の鍵になると考えられます。大画面デバイスでの閲覧や文字サイズ調整機能といった工夫が広がれば、利用していない層の利用意向を喚起できる可能性があります。特にシニア・ミドルシニア世代では「読みやすさ」が重要視されているため、その課題を解消することで電子コミック市場の更なる成長が期待されます。

Q. 電子コミックを利用していない理由について、当てはまるものを教えてください。
利用している方は、使いづらい・デメリットだと感じる点を教えてください。

MA/N=50-69歳 1050名



最後に『電子コミック』の今後の利用意向に関する調査では、66.9%のシニア・ミドルシニア世代が「継続利用したい/今後利用したい」と回答。『電子コミック』市場が今後、シニア・ミドルシニア世代を巻き込んでさらに拡大する余地が十分にあることを示しています。

また、『電子コミック』の利用にあたっては、「文字サイズや明るさを調整して読みやすくするサポート」や「初めてでも理解しやすい使い方ガイド(紙冊子・動画チュートリアルなど)」を求める声が多く寄せられました。デジタルに不慣れな方でも安心して利用できる環境を整えることが、シニア・ミドルシニア世代の新たな利用促進につながる事が期待されます。

Q. 電子コミックを、今後利用したいと思いますか。(すでに利用している方は、継続して利用したいかお答えください)

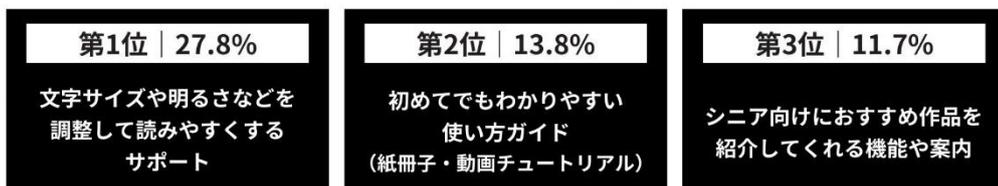
SA/N=50-69歳 1050名

● ぜひ利用したい/継続したい ● 興味があるので利用してみたい/継続して使いたい ● あまり利用する気はない/継続はしない ● 利用するつもりはない/継続はしない ● わからない



あるといいと思うサポートトップ3

MA/N=50-69歳 1050名



国内最大級の総合電子書籍ストア「コミックシーモア」では、今回の調査結果を踏まえ、シニア・ミドルシニア世代の方々にもより快適に電子書籍を楽しんでいただけるよう、読みやすさへの配慮やサポート体制の充実に引き続き取り組んでまいります。

また、懐かしの名作から最新のヒット作まで幅広いラインナップを通じて、世代を超えてマンガに親しめる環境づくりを進め、読書体験の新たな価値を提供してまいります。

【調査概要】

※本調査をご利用の場合は、「コミックシーモア調べ」のクレジット表記をお願いいたします。

- ・調査対象: PC やスマートフォン、タブレットを所有しており、月一回以上使用していて、マンガに興味があるシニア（60代）・ミドルシニア（50代）世代
- ・回答数: 1,050名
- ・調査期間: 2025年8月27日～9月3日
- ・調査方法: インターネット調査

4. NTT ソルマーレ株式会社について

NTT ソルマーレは、「お客様に新鮮な驚きと多くの感動を提供し、豊かな社会づくりに貢献すること」を目標として、国内最大級の総合電子書籍ストアである「コミックシーモア」の運営、オリジナルブランド「シーモアコミックス」によるコミック制作、全米最大級の電子コミック配信ストア「MangaPlaza」の運営、人気モバイルゲーム「Obey Me!シリーズ」などを展開しています。

公式サイト: <https://www.nttsolmare.com/>

事業紹介サイト: <https://www.nttsolmare.com/about/>

■ 電子書籍事業

- ・国内最大級の総合電子書籍ストア「コミックシーモア」の運営

公式サイト: <https://www.cmoa.jp/>

- ・デジタル出版を牽引するオリジナルブランド「シーモアコミックス」の展開

公式サイト: <https://www.cmoa.jp/cmocomics/>

- ・コミックシーモア CM「マンガ多すぎ!業界最大級!!」

公式サイト: <https://www.cmoa.jp/cm/>

- ・全米最大級の電子コミック配信ストア「MangaPlaza」の運営

公式サイト: <https://mangaplaza.com/>