

2018年7月10日

hontoPR 事務局

-ハイブリッド型総合書店「honto」-
【書籍購入の利用チャネル動向を調査】
半数はネットとリアル書店を、2割はリアル書店・通販・電子書籍を併用！
～「紙の本と電子書籍の使い分け」男女とも4割が「読むシーンで」と回答
生活者の書籍購入のオムニチャネル利用は進む～

大日本印刷株式会社（DNP）がDNPグループの書店及び株式会社トゥ・ディファクトと共同で運営するハイブリッド型総合書店「honto (<https://honto.jp/>)」（※1）は、この度、全国の10代～60代の1,200名を対象に「書籍の利用方法に関する調査」を実施しました。

スマートフォンの普及により様々な商品をオンラインで購入する人が増加しています。2018年4月の経産省の調査では「書籍、映像・音楽ソフト」分野のオンライン化率は26.4%（前年比4.2ポイント増）と増加傾向にあることが発表されています。

一方、2018年2月に発表された大学生協の調査報告では大学生の1日の読書時間「0分」という回答が53.1%と5年間連続増加し、読書離れが進行していることが明らかとなり、また、「書店ゼロ」の自治体数の増加がニュースになるなど、本や読書と生活者の距離が離れているような実態もあります。

今回、書籍のオンライン・オフラインでの購入実態、紙の本と電子書籍の利用動向を明らかにすることを目的に、リアル書店、本の通販、電子書籍ストアの利用状況を調査しました。

【調査結果サマリー】

1. 書籍の購入者は、半数がオンラインとオフラインのいずれかの2チャネルを、2割は店舗・通販・電子書籍の3チャネルを併用し、オムニチャネル利用が伸長
2. 男性の10代と30代は約半数、女性の10代～20代は4割が紙の本と電子書籍を併用
3. 自社で「店舗・通販・電子書籍」を運営している書店では8割のユーザーが2チャネル以上を併用
4. 紙の本と電子書籍は、全体では男女とも4割が「読むシーンで」使い分け、男性は利便性も重視、女性は紙の本への愛着が高い傾向

<調査概要>

調査タイトル：読書の状況と書店の認知と利用動向に関するアンケート

調査期間：2018年2月1日～2月2日

調査方法：インターネットリサーチ

調査対象：全国10～69歳男女（各性年代100名ずつ）合計1200名

※住民基本台帳（平成29年1月1日現在）の居住地・性・年代人口構成比に合わせてウェイトバック集計しています。

【調査結果】

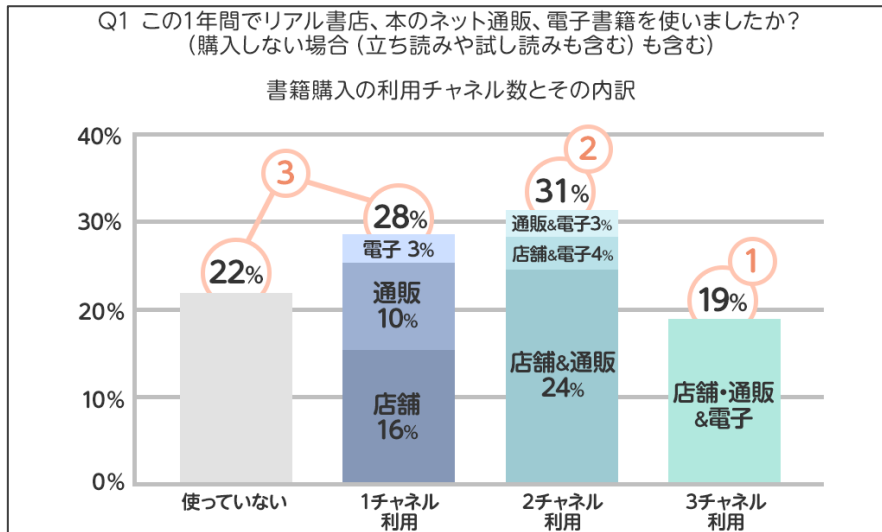
■書籍の購入者は、半数がオンラインとオフラインのいずれかの2チャンネルを、
2割は店舗・通販・電子書籍の3チャンネルを併用

直近1年間で書籍を購入するチャンネルを調査した結果、多数の利用者がオフライン、オンラインを併用しているオムニチャンネル利用が進んでいることが明らかになりました。

①店舗・通販・電子書籍の3チャンネルを併用する人は19%となりました。

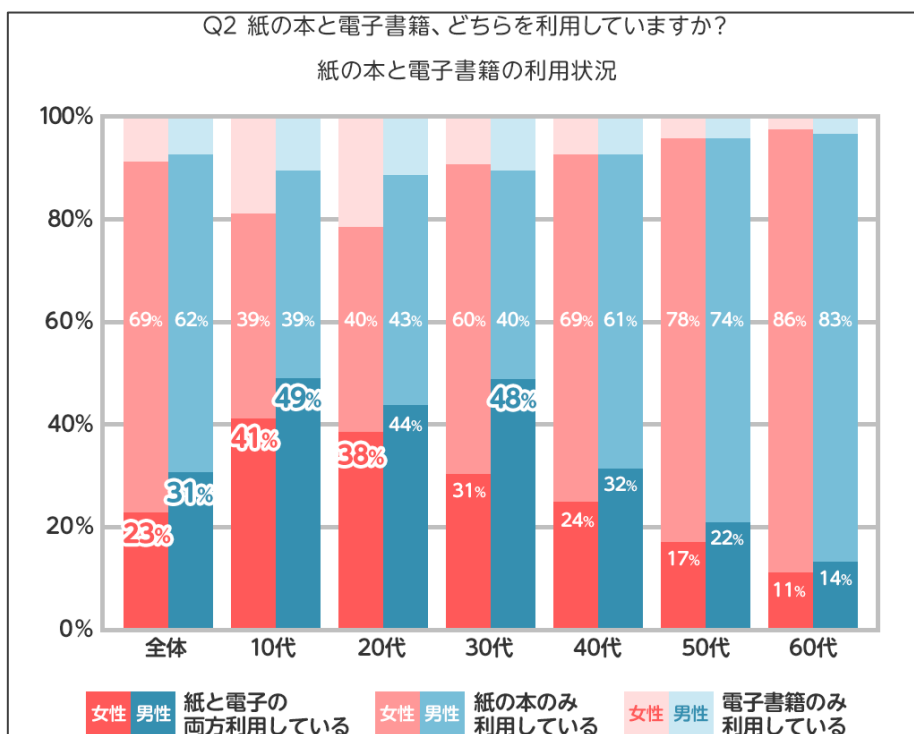
②2つのチャンネルを併用している人は31%となりました。内訳を見ると、「店舗と通販（紙の本）」を併用する方が最も多く24%で、「店舗と電子」が4%、「通販と電子」が3%となりました。

③1チャンネルのみ利用している方は、28%で、店舗のみが16%、通販のみが10%、電子のみが3%となっています。また、直近1年で書籍を購入をしていない人は5人に1人、22%となりました。



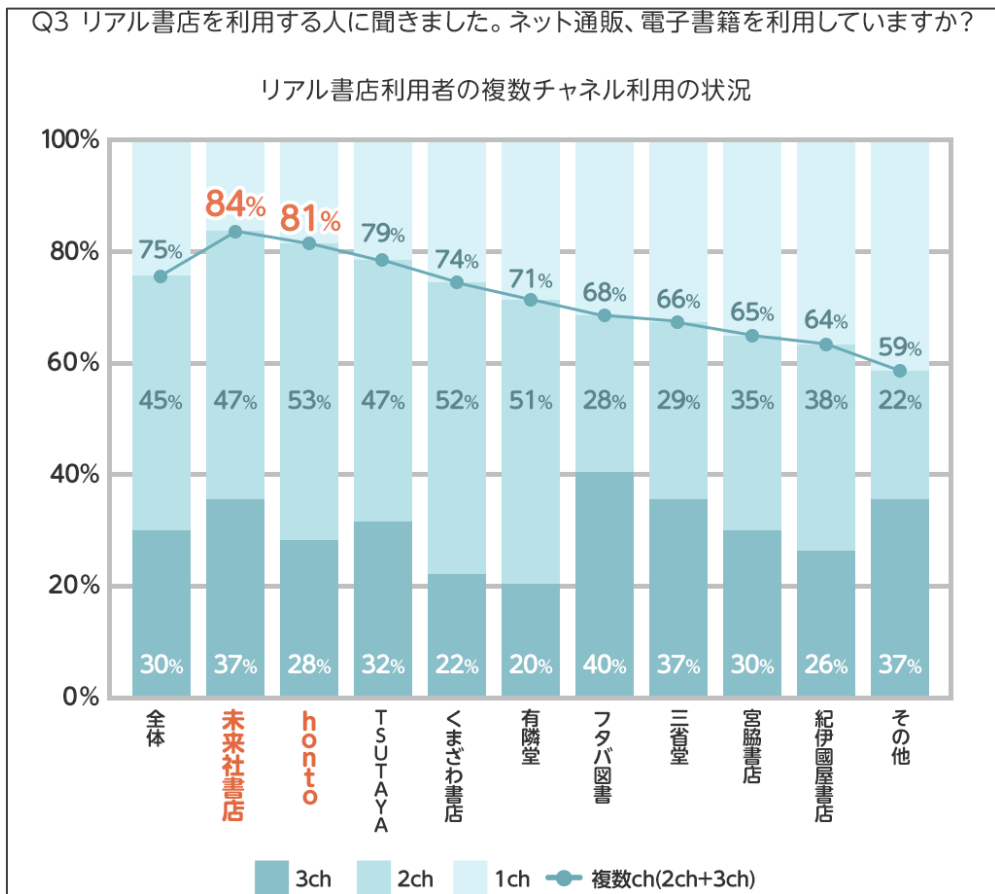
■男性の10代と30代は約半数、女性の10代～20代は4割が紙の本と電子書籍を併用

紙本と電子本の利用状況を聞いたところ、全体では男性は31%、女性は23%が紙本と電子本を併用しています。中でも男性の10代と30代は約5割、女性は10代～20代が4割と併用している割合が高いです。



■自社で「店舗・通販・電子書籍」を運営している書店では8割のユーザーが2チャンネル以上を併用

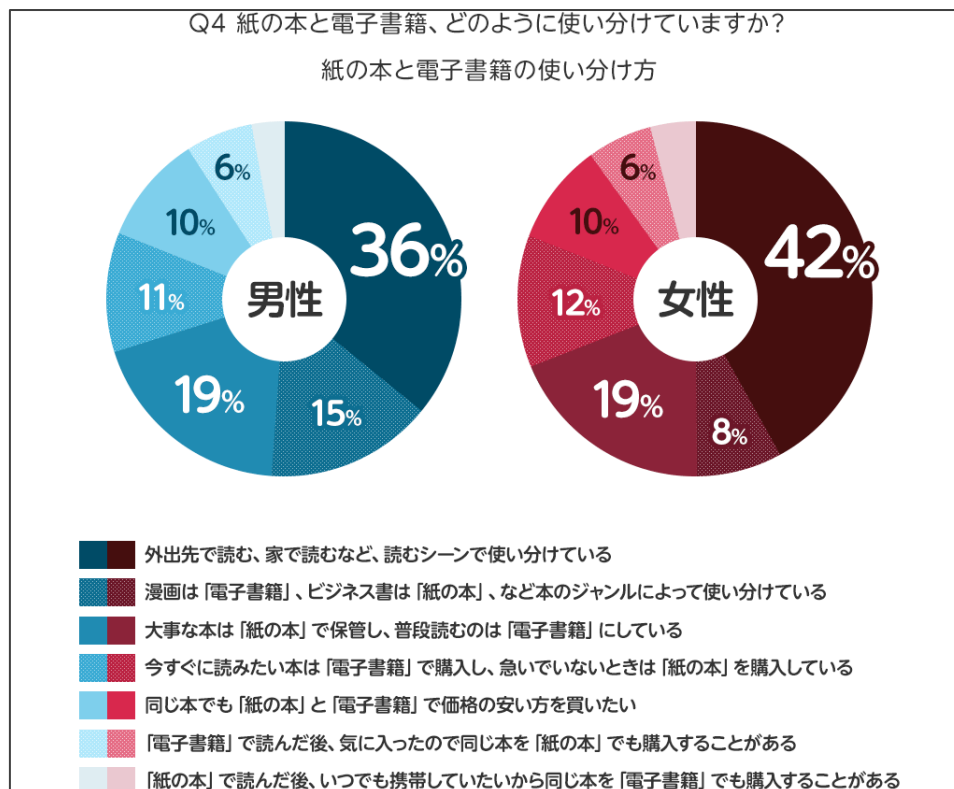
書籍購入のメインのチャンネルであるリアル書店で代表的なストアの利用者を調査したところ、自社で「店舗・通販・電子書籍ストア」を運営している「未来屋書店」、「honto」（丸善・ジュンク堂書店・文教堂・啓林堂他）などでは約8割のユーザーが2チャンネル以上を併用しています（他社サービス利用を含む）。



■紙の本と電子書籍の使い分けは、全体では男女とも4割が「読むシーンで」と回答。

男性は利便性も重視、女性は紙の本への愛着が高い傾向。

紙の本と電子書籍の使い分け理由については、①男女ともに約4割が「外出先で読む、家で読むなど、読むシーンで」使い分けています。2番目以降の理由では男性が、②「大事な本は『紙の本』、普段読むのは『電子書籍』」が19%、「ジャンルによって使い分け」が15%とやや拮抗しているのに対して、女性は、③「大事な本は『紙の本』、普段読むのは『電子書籍』」が19%、「ジャンルによって使い分け」は8%と低いです。男性はジャンルによる使い分けという利便性も重視し、女性は利便性よりも、本自体に愛着が高いように見受けられます。



■自由回答の声では、「紙の本で買いたい<漫画の試し読み>に電子書籍ストアへアクセスする」という声も

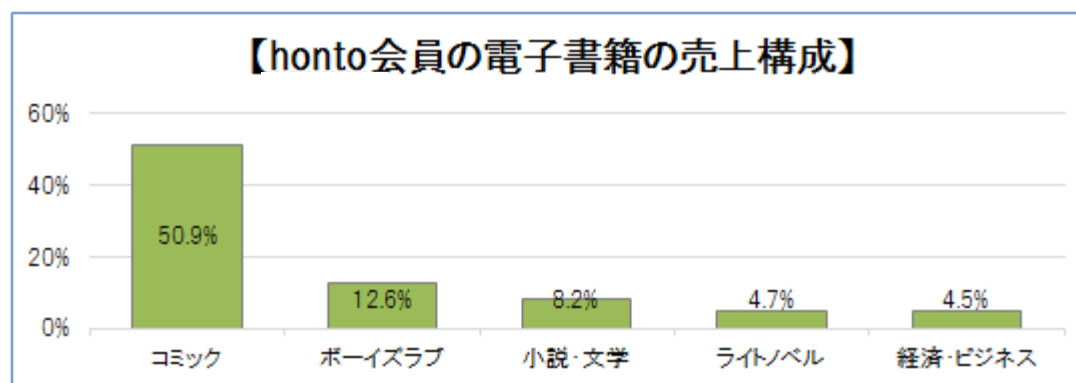
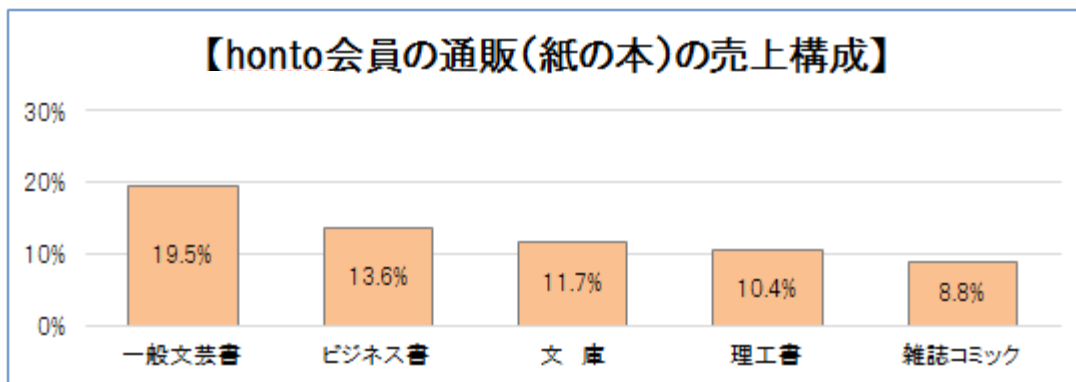
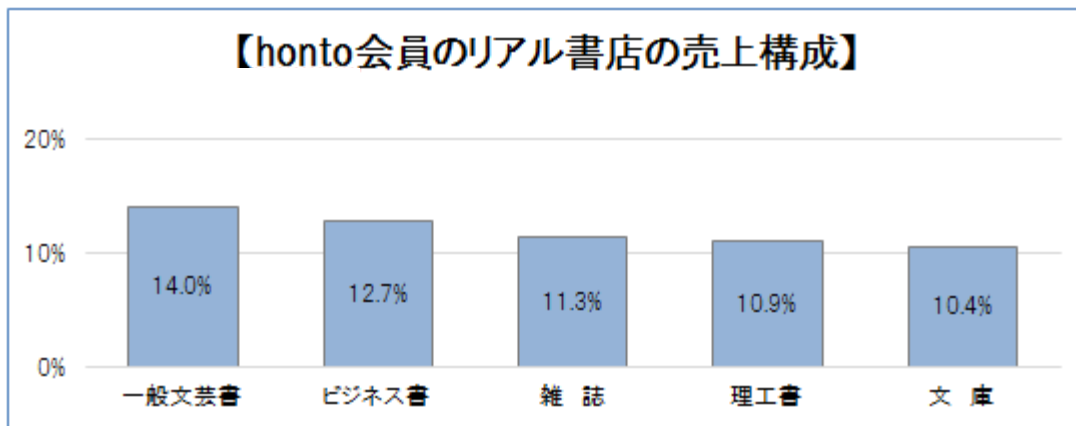
自由回答の中には、『「書籍（紙の本）で買おうか悩んでいる漫画を試し読みしたい時に」電子書籍ストアにアクセスする』、『「漫画は紙の本で<書籍>の形で読みたいから」、電子書籍ストアでは無料利用が多い』などの回答がみられました。漫画は紙の本で読みたい人、購入前のショールーミング機能として電子書籍ストア活用する人がいるようです。

【参考】

honto 会員では、リアル書店・本の通販ストア（紙の本）では、一般文芸書、ビジネス書等の売上構成比が高く、電子書籍ストアでは、コミックの売上構成比が著しく高く、コミックが全売上の約 5 割を占有

参考までにリアル書店（丸善・ジュンク堂書店・文教堂・啓林堂他）、本の通販ストア（紙の本）、電子書籍ストアの honto 会員（総会員数 450 万人）の実際の購買状況は、リアル書店・本の通販ストア（紙の本）では、一般文芸書、ビジネス書等の売上比率が高く、上位 5 ジャンルの売上が全体の約 6~7 割、電子書籍ストアでは、コミックの売上比率が著しく高く、コミックが全売上の約 5 割となっています。

【ハイブリッド型総合書店「honto」のチャンネル別の購買品目（上位 5 カテゴリ）】



※集計期間：2017年1月～2017年12月の1年間

■今回の調査結果から

ショールーミング、ウェブルーミングといった生活者の購買行動での情報収集、購買パターンの多様化が各商品で見受けられています。実際の中身を見ないと買いづらいと思われる書籍の購入でも生活者は、オンライン、オフラインを併用する「オムニチャンネル利用」(チャンネル併用)を多数の方が行っていることが分かりました。

hontoは、ネット書店(本の通販ストア、電子書籍ストア)と、丸善・ジュンク堂書店・文教堂・啓林堂などのリアル書店を連携させた総合書店サービスとして、各チャンネルをご利用いただくことでより便利になるサービスを提供しています。

2カ月間の利用チャンネル数に応じて翌月のポイントが最大4倍になる「hontoクラブ」は、サービス提供から2018年7月で一周年を迎えました。おかげさまで多くのお客様からご好評をいただいております。3チャンネル全てを利用するお客様の人数はサービス提供開始前に比べ約1.5倍に増加しました。また、3チャンネル利用者数だけでなく、各チャンネルでのご利用金額(客単価)も増加傾向にあり、本好きのお客様には3チャンネル利用が着実に浸透しています。

hontoはこれからも本サービスの提供により、本好きのお客さまが本に触れる機会を増やし、「読みたい本を、

読みたいときに、読みたい形で」楽しんでいただけるサービスの向上を図ります。

※honto アンケート調査レポート特設ページ：<https://honto.jp/article/multichannel.html>

<honto クラブとは>

<https://honto.jp/service/club.html>

ハイブリッド型総合書店「honto」（電子書籍ストア、本の通販ストア、リアル書店）の利用ストア数と期間中の累計購入金額に応じて、honto ポイント※の付与率がアップし、紙の本でも電子書籍でも、ネットストアでもリアル書店でも、よりお得に書籍を購入いただけるサービスです。

※honto ポイントとは、「honto」でのお買い物で、1 ポイント=1 円相当でご利用いただけるポイントです。
(<https://honto.jp/cp/about-hontopoint.html>)

<ハイブリッド型総合書店「honto」について> (※1)

「honto」は、ネット書店（本の通販ストア、電子書籍ストア）と、丸善、ジュンク堂書店、文教堂、啓林堂などのリアル書店を連携させた総合書店です。「読みたい本を、読みたいときに、読みたい形で」提供するサービスで、本を愛する人をサポートします。

2018年7月現在、honto会員は約470万人、hontoサイトと共通で利用できるhontoポイントサービスは187店舗で展開しています。

《ハイブリッド型総合書店「honto」公式サイト <https://honto.jp/>》



<大日本印刷株式会社 会社概要>

- ・会社名：大日本印刷株式会社 (Dai Nippon Printing Co., Ltd.)
- ・社長：北島義斉
- ・所在地：〒162-8001 東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号

<http://www.dnp.co.jp/>

<株式会社トゥ・ディファクト 会社概要>

- ・会社名：株式会社トゥ・ディファクト (2Dfacto, Inc.)
- ・社長：加藤 嘉則
- ・株主：大日本印刷株式会社
- ・所在地：〒141-8001 東京都品川区西五反田3-5-20

<http://www.2dfacto.co.jp/>