

-ハイブリッド型書店サービス「honto」-

2012年のサービス開始から年100万人のペースで伸長

『honto』会員 300 万人突破！

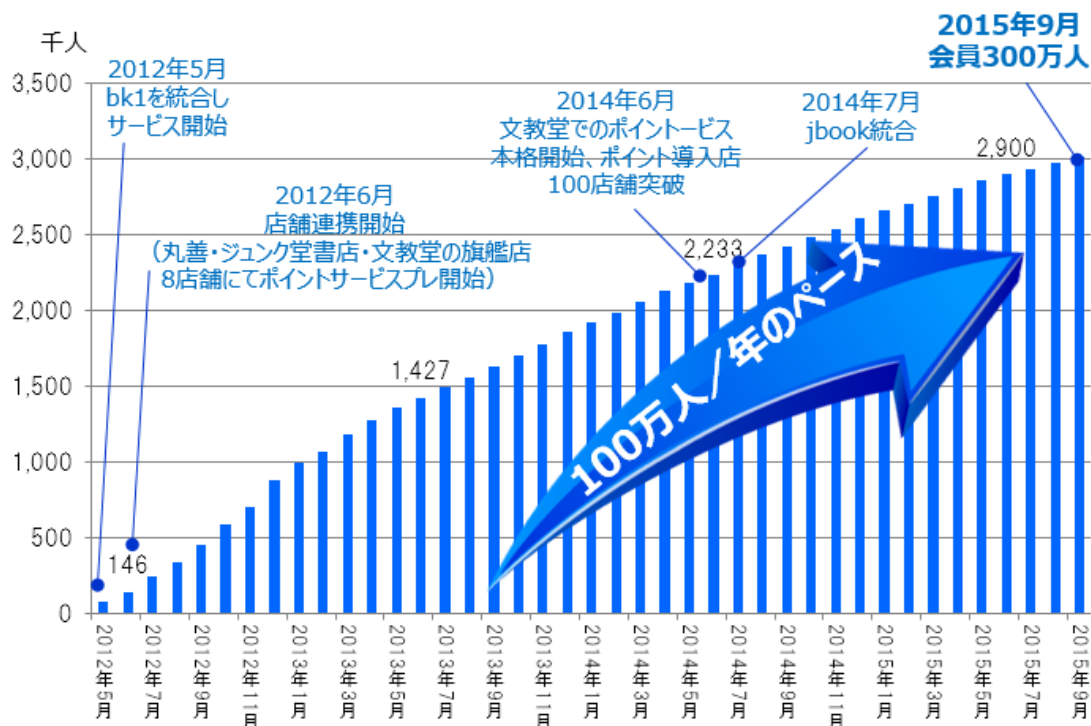
～3チャンネル連動サービスとhontoサービス実施店の増加が後押し～

大日本印刷(DNP)とDNPグループの書店およびトウ・ディファクトが共同で運営するハイブリッド型書店サービス「honto(ホント)」の会員数が300万人を突破しましたので、お知らせします。

「honto」は、顧客の多様化する読書スタイルに応えるため、リアル書店(丸善・ジュンク堂書店・文教堂)、ネットストア、電子書籍ストアの3チャンネルを連携させたハイブリッド型書店サービスとして2012年5月に開始しました。

3チャンネルを連動させた各種サービス展開とhontoサービスの導入書店の増加が後押し、会員数は年100万人のペースで成長しています。

今後は、グループ書店の丸善・ジュンク堂書店・文教堂の書店以外にもhontoサービス実施店を増やすなど、より利用者に満足いただける書店サービスを目指します。



■『honto』の会員属性と顧客動向について(次ページ)

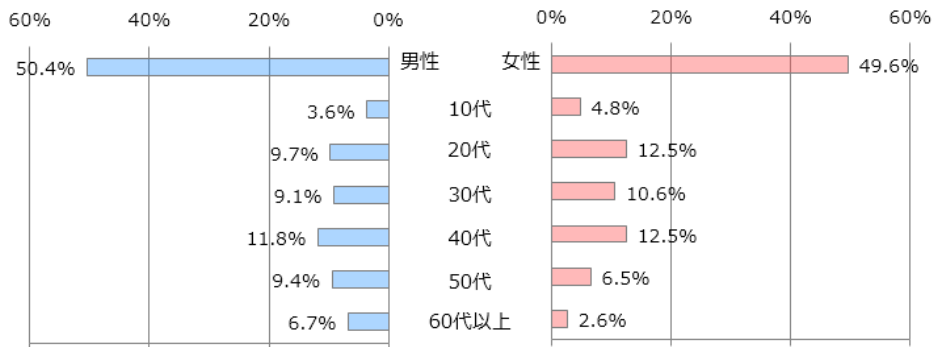
2014年7月から2015年6月の1年間のhonto会員への調査の結果、売上の8割を占める上位30%の会員は複数チャンネルを利用する傾向があり、3チャンネル利用者の購入金額は全体平均の3.4倍となることがわかりました。

今後、出版市場の電子化が進むと言われている中、「honto」が掲げるコンセプト「読みたい本を、読みたい時に、読みたい形で」を具現化していくことで日本の出版市場の発展に寄与していけると考えます。



① honto 会員の基本属性(性年代)

男女とも 20代~40代の割合が高い。

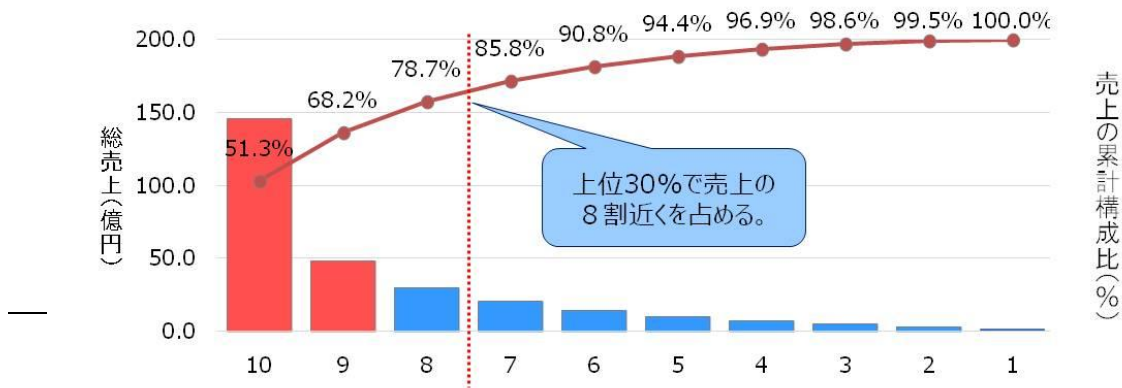


②会員の購入金額 (1)ハイブリッドデシル分析※

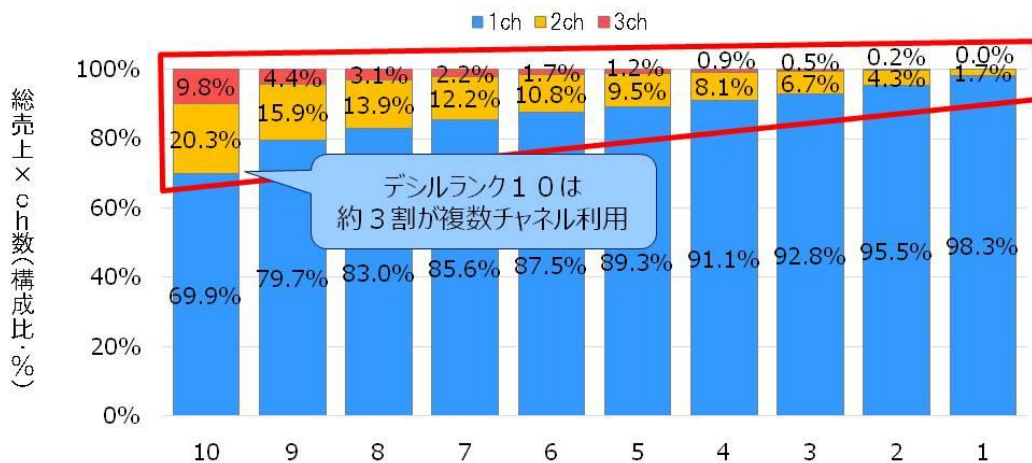
売上の8割近くは上位30%の会員が生み出している。

上位客ほどリアル書店・ネットストア・電子書籍ストアを組み合わせたハイブリッド利用の比率が高まる。

■3チャンネル利用会員のデシル分析と売上構成比



■デシル分析とチャンネル利用数



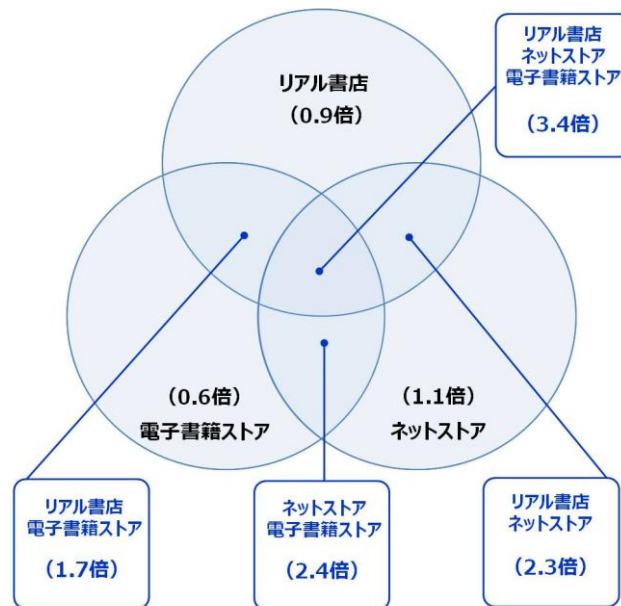
※デシル分析:顧客の購買歴の分析方法のひとつ。顧客を累積購買額の多い順に並べ、10等分し、10のグループに分けたもの。「デシル」は、十分位数の意味。

※ハイブリッドデシル分析:リアル書店の店舗、ネットストア、電子書籍ストアの利用者の総購入金額を合計し、人数で10等分にした集計値(2014年7月~2015年6月の合計)。



③会員の購入金額 (2)チャネル別年間利用額

チャネル別の利用者の年間の利用金額は、3チャネル利用者の1人当たり売上が最も高く、全体平均を1とした場合、3.4倍となる。



※集計期間：2014年7月～2015年6月の1年間

■honto(ホント)サービスについて

電子書籍と紙の本を購入できる honto.jp サイト(<http://honto.jp/>)と DNP グループの丸善・ジュンク堂書店・文教堂の書店の店頭販売を連携させた、「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す。リアル書店、ネットストア、電子書籍ストアのどこで購入しても共通の honto ポイントが貯まるほか、共通 ID による各書店での利用情報の一元管理や、専用アプリによる検索した本の店舗在庫の状況や棚の位置などの確認、推奨情報の入手などができます。2015年9月時点、honto 会員は300万人超、honto.jp サイトと共通で利用できるポイントサービス導入書店は約150店に広がっており、DNP は生活者ニーズに応じて電子書籍と紙の書籍の品揃えを強化しています。honto.jp サイトでは、2015年9月時点で、紙の本などのネット通販は100万点以上、電子書籍販売サービスでは国内最大規模の約51万点の文芸書やコミック、ビジネス書を取り扱っています。