

令和 6 年 6 月 6 日現在

機関番号：32678

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2021～2023

課題番号：21K01768

研究課題名（和文）電子出版物と紙出版物の利用促進策・販売促進策の実証的研究

研究課題名（英文）Empirical research on usage promotion and sales promotion for electronic and print publications

研究代表者

渡部 和雄（Watabe, Kazuo）

東京都市大学・情報工学部・名誉教授

研究者番号：90244532

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,300,000円

研究成果の概要（和文）：研究期間中にインターネット調査を数回行い、その結果を基に量的分析およびテキスト（文字）分析により、紙出版物の長所・短所の特徴、電子出版物の長所・短所の特徴を示した。次に、今後、紙出版物と電子出版物が併存していくため、消費者が紙と電子の出版物をどのような考え方で使い分けているかを分析した。さらに、消費者が出版物を選択するきっかけをデータに基づいて分析した。そして、分析結果を基に所有による満足感などによる「愛着度」を高めたり、動画を活用したりすることによる紙出版物の利用促進策を提案した。また、電子出版物の長所を伸ばし、短所を回避したり、ジャンルを広げたりすることなどによる利用促進策を示した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

紙出版物と電子出版物の長所、短所を示し、使い分け策および利用促進策、販売促進策を提案した。研究成果の学術的意義は、研究期間中に多くの消費者調査を行い、量的分析およびテキスト（文字）分析により利用促進のための多くの知見が得られたことにある。また、分析結果に基づいて、出版・販売関連事業者らが従来メディアに加えてネットメディアも活用して消費者の出版物への関心を高めることなどを提案した。本研究の社会的意義としては、より多くの消費者が紙出版物と電子出版物を併用するようになり、リアルメディアとネットメディア、紙出版物と電子出版物の特徴を活かした、より豊かな出版文化の形成に寄与していくことだと考えている。

研究成果の概要（英文）：The authors conducted Internet surveys some times, and based on the results, we used quantitative and text analysis to show the characteristics of the advantages and disadvantages of paper publications and electronic publications. Next, as paper publications and electronic publications will coexist in the future, we analyzed how consumers think about the use of paper and electronic publications. Furthermore, we analyzed the reasons why consumers choose publications based on data.

Based on the analysis results, we proposed measures to promote the use of paper publications by increasing the degree of attachment through the satisfaction of owning them, and by using videos. We also suggested measures to promote the use of electronic publications by enhancing their strengths, avoiding their weaknesses, and expanding their genres.

研究分野：経営情報学

キーワード：電子出版物 紙出版物 統計分析 消費者調査 テキスト分析 電子マンガ

様式 C - 19、F - 19 - 1 (共通)

1. 研究開始当初の背景

(1) 本研究の社会的背景

人類が綿々と積み重ねてきた知識や文化の流布と継承，発展などに，出版物が果たしてきた役割は非常に大きい．しかし，最近の国内状況を見ると，紙出版物の販売額が2019年まで15年連続で前年割れした[出版科学研究所，2020]．一方，スマートフォンやタブレット端末，専用機などで読める電子出版物の市場は拡大を続けている(図1)[電子書籍ビジネス調査報告書，2020]．しかし，紙出版物と電子出版物の特徴を活かした利用促進の研究は非常に少なく，調査データに基づいて実証的にアプローチする研究は従来ほとんどなされていない．

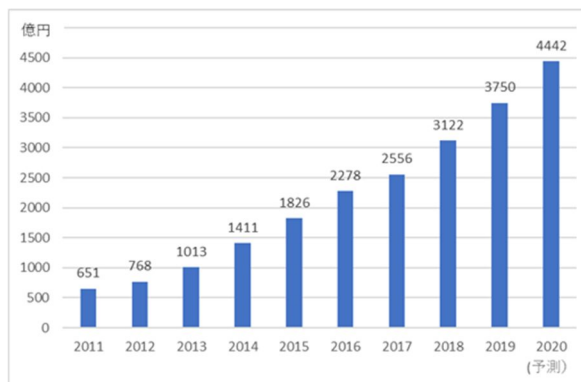


図1 電子出版市場の規模(億円)

(2) 関連する国内外の研究動向

研究手法により大きく3種類に分けて，最近の研究動向を簡潔に記述する．

消費者への調査に基づいてデータ分析し，電子書籍の普及への課題や方策を示した研究

渡部らは消費者調査により，紙出版物としては新聞，小説，実用書，趣味などが有望であり，電子出版物としてはコミック，新聞，小説，雑誌などが有望であることを示した[日本印刷学会誌，Vol.56，No.3，pp.146-152，2019]．Painén-Aravenaらは大学生の電子書籍受容行動は3分類された学習スタイルにより異なることを示した[IEEE Conf. Proc.，No. CISTI，pp.1-4，2019]．

電子書籍自体や出版社の動向を調査・考察し，普及への課題や方策を示した研究

手束らは幼児向け電子書籍の普及率が低い原因を調査し，絵本だけでなく，仕掛けや英語教育に着目した電子書籍を提案した[映像情報メディア学会技術報告，Vol.43，No.2，2019]．Liらはオンラインレビューが電子書籍の価格決定に及ぼす影響を調べて，電子書籍販売業者が売り上げ増大のために価格を動的に調整することを提案した[IEEE Conf. Proc.，No.BESC，2019]．盛田は高等教育で利用が進んでいる教科書のデジタル化を紙との共存性の観点から考察し，デジタル教科書が求められる要因を示した[印刷雑誌，Vol.101，No.7，pp.37-42，2018]．

実験により，紙書籍と電子書籍端末の違いを探った研究

國田は大学生にeインクを使った電子書籍リーダーと文庫本で同一の文章を読ませた結果，読みやすさや読み時間に差がないことを報告した[中国学園紀要，No.15，pp.87-93，2016]．Mangenらは実験により，紙書籍と電子書籍で長い推理小説の読み取りと理解に関してはほとんど差がないことを示した[Frontiers in Psychology，Vol.10，p.38，2019]．

2. 研究の目的

本研究の目的は，1)消費者は紙と電子の特徴をどのようにとらえているのか，2)それらの特徴を活かして，どのように出版物を使い分けるのが良いか，3)紙出版物および電子出版物の市場を拡大するための方策の3点を明らかにすること，そして，紙出版物と電子出版物の利用促進策・販売促進策を独自の調査データに基づいて実証的に提案することである．これにより，出版市場

の活性化に役立ちたい。

3. 研究の方法

消費者の紙出版物および電子出版物に対する意識・行動の調査と分析を行い、消費者側の利用促進要因および利用阻害要因を探る。これにより、消費者の出版物利用目的や利用場所、関心の高いジャンル、情報収集・発信の手段や頻度、紙出版物や電子出版物への意識などの様々な要因が、紙出版物および電子出版物の利用頻度や利用意向にそれぞれどの程度の影響を及ぼすかを解明する。

4. 研究成果

(1)消費者がとらえている紙出版物や電子出版物の長所や短所

筆者らは消費者が紙出版物や電子出版物の長所や短所をどのようにとらえているか、また出版物の利用者と非利用者の意識や行動の差異を探りたいと考えた。そして、それらを出版物の利用促進策を検討する手がかりとしたいと考えた。そこで、一般の消費者に出版物の利用状況や意識について調査し、結果を分析した。

筆者らは従来も同様の調査と分析を数回行っているが^{1),2)}、今回は調査方法として、回答者が筆者らの用意した選択肢から選ぶよりも、テキスト(文字)で自由回答する質問を主として、回答のテキスト分析を行ったことに特徴がある。

消費者が考える紙出版物の長所についての記述をテキスト分析し、出現パターンの似通った語を線で結んだ共起ネットワークを作成した(図2)。出現頻度の高い語を中心に見て、7つのクラスターに注目し、それらを赤い楕円で囲んだ。回答者は紙出版物の長所として主に以下の7点を挙げている。いつでもどこでも手軽に読める、目に優しく疲れにくい、本棚に並べて、表紙のデザインを楽しめて、手に取れる、手元に残る、残せる、内容が頭に入り易い、記憶

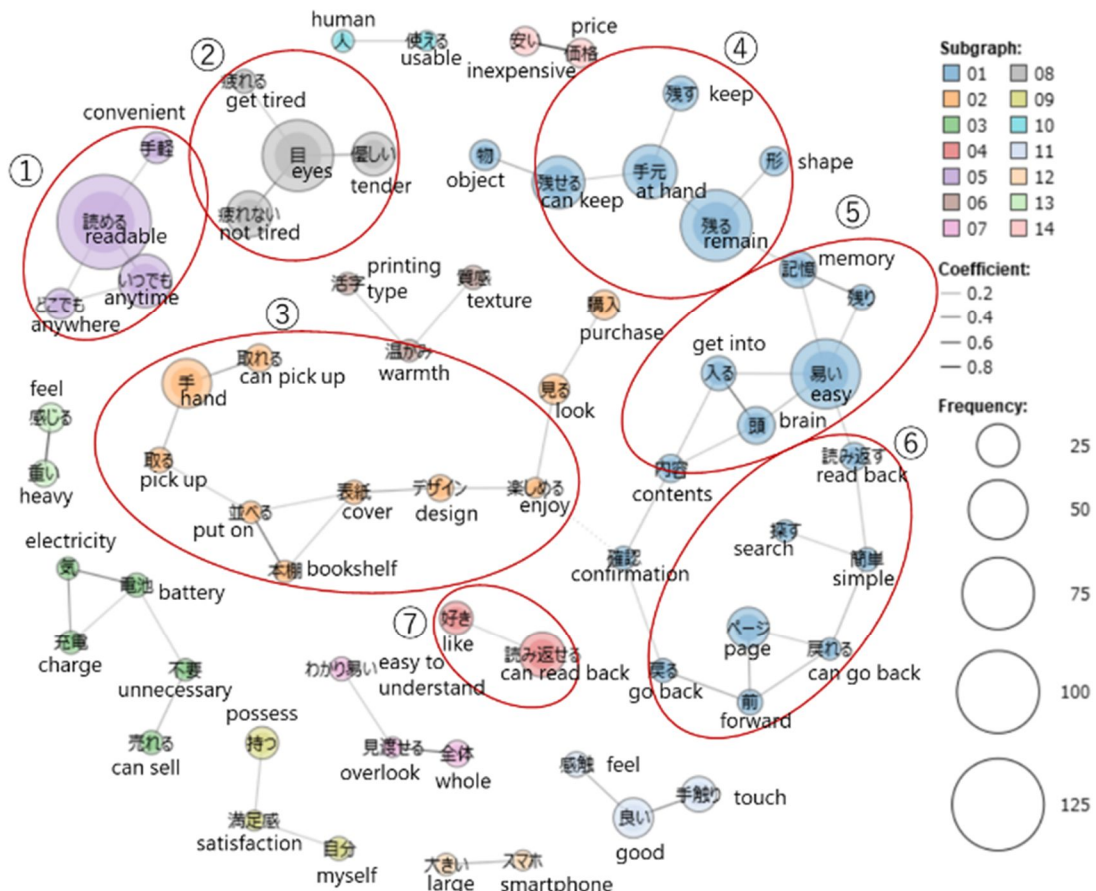


図2 紙出版物の長所の共起ネットワーク

に残り易い，前のページに戻ったり簡単に探したりでき，読み返せる，好きな出版物を読み返せる．同様に，紙出版物の短所として，保管場所を取る，保管場所が必要となり困る，経年劣化する，汚れたり傷んだり濡れたりして読めなくなる，価格が高い，重くて持ち運びに不便，などが抽出された．

一方，電子出版物の長所には，いつでもどこでも手軽に読める，場所を取らない，持ち運びや保管が楽，価格が安い，購入し易い，などがある．電子出版物の短所は，目が疲れる，目に悪い，画面が小さくて読み難い，電子機器が無かったり電池が切れたりすると読めない，データが消える可能性がある，機器に充電する電気が必要，記憶に残らない，ページを探すのが面倒，などが挙げられた．その他にもここには書き切れない多くの特徴が抽出された．詳細は参考文献 1)～3)を参照されたい．

(2)紙出版物と電子出版物の使い分けの分析

消費者に「紙出版物と電子出版物をどのように使い分けていますか」と質問し，文字により自由に回答してもらった．そして，回答をテキスト分析した．

その結果，紙出版物を利用する場合は主なものとして，手元に残しておきたいもの，自宅でじっくり読み込む場合，新聞と雑誌，漫画や趣味のものなど好きでお気に入り紙出版物を購入して所有，写真集のように自分にとって大切なもの，文字が多いものが抽出された．

電子出版物を利用する場合は主なものとして，外出する場合など移動時間，お気に入りの漫画や雑誌など巻数やページ数が多いもの，無料で読めるもの，価格によっては自分用に購入，情報を知りたいだけの時やいつでも気軽に試し読みして趣味が合いそうなら利用，などが挙げられる．

(3)紙出版物利用促進策

長所をさらに伸ばしたり，長所の周知を図ったりする一方で，短所を補いたい．紙出版物の長所が挙げられた図 2 や他の結果で，読者が紙出版物を本棚に並べて装丁やデザインを楽しんだり，所有する満足感を持ったり，紙の手触りや感触を楽しんだりする様子が浮かんでくる．さらに，電子出版物にはない「愛着度」を高めることなどで利用者の情緒に訴えることが電子出版物との差別化になり，紙出版物の価値を高め，選んでもらうことにつながるだろう．

出版物選択のきっかけは，「書店の店頭で実物を手に取ってみて」の平均値が非常に高く，書店で出版物を選ぶことは現在も非常に重要な選択要因となっている．書店に入って気になる出版物を見つけて，手に取った時の期待感，ワクワク感を高めて購入してもらい，読んでもらうことが重要である．今や人々はスマートフォンやパソコンなどでインターネットにより，Web や動画を見たり，SNS や電子メールのやり取りをしたりして，多様で大量の情報を日常的に受発信している．筆者らによる調査では，紙出版物利用者は 1 か月当たりの平均で，電子メール受信は 20 日，検索エンジンは 21 日，Web ページは 17 日，Facebook，X（旧 Twitter），Instagram などの SNS は延べ 14 日，動画配信は 13 日も利用している．このこともあり，出版物を選択するきっかけを強化する一環として，最近は SNS や YouTube 動画などを通じて情報発信する書店が増えてきた．街の書店や紙出版物をより多くの人に知ってもらうために今後は SNS や動画配信などがますます役立っていくと考えられる．

(4)電子出版物利用促進策

紙出版物利用者は紙出版物の「保管場所に困る」ことを短所として挙げているが，電子出版物は「場所を取らない」ことを長所としている．また，出版物非利用者は紙出版物では「ゴミ・荷物になる」としているが，電子出版物は「ゴミが出ない」ことを長所としている．他にも紙出版物の短所である「劣化する・傷む」ことや「重い」ことも電子出版物ならばない．他に共通に挙

げられた「手軽にどこでも読める」、「持ち運びが楽」などの長所も相まって、電子出版物は今後、紙出版物利用者や出版物非利用者等、今まで電子出版物をあまり利用しなかった層にも徐々に浸透することが期待できる。

挙げられた電子出版物の短所のうち、機器の使い方で避けられる短所もある。例えば、文字が小さいことは大きな文字で表示するように機器を設定したり画面を拡大したりと、多くの機器で対応できる。液晶画面は目が疲れる、ブルーライトが気になるという人には電子ペーパーのように紙と同様の反射光で読める機器を使ってもらおうと良いだろう。端末は薄型軽量で比較的低価格という長所もある。さらには、紙出版物ではなく電子出版物を利用する理由は「愛着」よりも「利用シーン」と「ジャンル」が主となる。外出時に読み易い、知りたいことを簡単に知ることができる構成、気軽に試し読みして購入できるようにするなどの対応が必要であろう。また、紙で出版されているが電子では出版されていない作品も多いので、作品のジャンルを広げたり、電子出版独自で質の高い作品を増やしたりすることも必要であろう。

なお、本研究の代表者、研究分担者らによる上述内容を含む下記論文は、日本印刷学会の2023年最優秀論文賞を受賞した。

渡部和雄，梅原英一，岩崎邦彦：“消費者の紙の出版物，電子出版物への意識と行動の分析と利用促進策 - テキストでの回答の分析を中心として - ”，日本印刷学会誌，Vol.60，No.5，pp.305-313（2023）

(5)読者調査に見る紙マンガと電子マンガの嗜好の違い⁴⁾

本研究では、マンガの紙メディアと電子メディアがどのように読者に受け入れられているかを解明するために、読者の意識と行動を分析した。読者層を調べたところ、紙派は50～60歳代の男性が多かった。だが紙派は今後高齢化が進む可能性もある。そこで20～40歳代のマンガ読者層を増やすためには、電子マンガを一層サポートする必要がある。この購買層を満足させるために、紙マンガと同様に電子マンガのコンテンツを揃える必要がある。また、電子マンガはジャンルの偏りがあるとされる。有名作品は、執筆者の意向もあろうが、今後一層、電子化が進んでいくと考えられる。また、出版日から年数がたった作品も、電子マンガとして出版すべきである。古くなったマンガや作品は、電子化を検討するべきである。例えば、シリーズ物で古くなった作品を無償で公開している事業者が存在する。これにより、読者の関心を引くことができ、新刊が有料で売れる可能性が考えられる。

記憶に残したい、じっくり読みたいマンガは紙で読みたいことが分かった。この点は紙マンガの方向性の一つとなると考えられる。また、暇なときや何かをしながら読む電子マンガと記憶に残したいときに読む紙マンガという区分けも重要な視点である。

参考文献

- 1)岩崎邦彦，渡部和雄：“紙書籍と電子書籍の”使い分け“に関する消費者分析”，日本印刷学会誌，Vol.58，No.1，pp.12-17（2021）。
- 2)渡部和雄，梅原英一，岩崎邦彦：“紙出版物と紙・電子出版物の利用者の意識や行動の定量分析”，日本印刷学会誌，Vol.56，No.3，pp.146-152（2019）。
- 3)渡部和雄，梅原英一，岩崎邦彦：“消費者の紙の出版物，電子出版物への意識と行動の分析と利用促進策 - テキストでの回答の分析を中心として - ”，日本印刷学会誌，Vol.60，No.5，pp.305-313（2023）。
- 4)梅原英一，渡部和雄，岩崎邦彦：“読者調査に見る紙マンガと電子マンガの嗜好の違い”，日本印刷学会誌，Vol.61，No1，pp.8-14（2024）。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計5件（うち査読付論文 1件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 4件）

1. 著者名 岩崎邦彦, 渡部和雄	4. 巻 58-1
2. 論文標題 紙書籍と電子書籍の“使い分け”に関する消費者分析	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 日本印刷学会誌	6. 最初と最後の頁 12-17
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.11413/nig.58.12	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -
1. 著者名 梅原 英一	4. 巻 58-1
2. 論文標題 大学図書館のデジタル・トランスフォーメーションに対する組織のIT活用能力	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 日本印刷学会誌	6. 最初と最後の頁 18-22
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.11413/nig.58.18	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -
1. 著者名 岩崎邦彦	4. 巻 10
2. 論文標題 中小企業のブランドづくり	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 中小企業支援研究	6. 最初と最後の頁 2-7
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 渡部 和雄、梅原 英一、岩崎 邦彦	4. 巻 60-5
2. 論文標題 消費者の紙の出版物、電子出版物への意識と行動の分析と利用促進策 テキストでの回答の分析を中心として	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 日本印刷学会誌	6. 最初と最後の頁 305-313
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.11413/nig.60.305	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 梅原英一, 渡部和雄, 岩崎邦彦	4. 巻 61-1
2. 論文標題 読者調査に見る紙マンガと電子マンガの嗜好の違い	5. 発行年 2024年
3. 雑誌名 日本印刷学会誌	6. 最初と最後の頁 8-14
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.11413/nig.61.8	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

[学会発表] 計7件(うち招待講演 1件/うち国際学会 0件)

1. 発表者名 吉田直人, 渡部和雄
2. 発表標題 消費者調査に基づくキャッシュレス決済推進策の提案
3. 学会等名 情報処理学会第83回全国大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 梅原英一, 富岡雄大
2. 発表標題 東京都市大学の電子図書館のTCO
3. 学会等名 経営情報学会2021年全国研究発表大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 梅原英一, 富岡雄大
2. 発表標題 電子図書館のビジネスモデルとTCO予測シミュレーション
3. 学会等名 日本印刷学会研究発表大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 岩崎邦彦
2. 発表標題 人を引きつける“引き算”の経営
3. 学会等名 日本栄養学教育学会 学術総会 特別講演（招待講演）
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 梅原英一，渡部和雄，岩崎邦彦
2. 発表標題 紙マンガと電子マンガの読者動向
3. 学会等名 経営情報学会2023年全国研究発表大会
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 梅原英一，渡部和雄，岩崎邦彦
2. 発表標題 紙と電子マンガのインタビュー調査
3. 学会等名 日本印刷学会第150回研究発表会
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 梅原英一，渡部和雄，岩崎邦彦
2. 発表標題 マンガの紙利用者と電子利用者の調査
3. 学会等名 2023年度社会情報学会全国大会
4. 発表年 2023年

〔図書〕 計2件

1. 著者名 岩崎 邦彦	4. 発行年 2021年
2. 出版社 日経BP 日本経済新聞出版本部	5. 総ページ数 288
3. 書名 世界で勝つブランドをつくる	

1. 著者名 Umehara, E.	4. 発行年 2022年
2. 出版社 springer	5. 総ページ数 259
3. 書名 Systems Research II	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究分担者	岩崎 邦彦 (Iwasaki Kunihiko) (40315213)	静岡県立大学・経営情報学部・教授 (23803)	
研究分担者	梅原 英一 (Umehara Eiichi) (00645426)	新潟国際情報大学・経営情報学部・教授 (33107)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------