

電子書籍と紙の書籍の比較項目が
購入判断に及ぼす影響

2017年9月

201521636

縵沢奈穂美

内容

第1章 はじめに	3
1.1 研究の背景	3
1.2 研究の目的とアプローチ	3
1.3 本論文の構成	4
第2章 関連研究	5
2.1 電子書籍と紙の書籍の比較の研究について	5
2.2 コンジョイント分析に関する研究について	5
第3章 実験1：オンライン上での書籍の購入のための比較項目について	7
3.1 実験1	7
3.1.1 実験参加者	7
3.1.2 実験デザイン	7
3.1.3 実験手続き	8
3.1.4 実験材料	9
3.1.5 アンケート	9
3.1.6 項目	10
3.2 実験1の結果	11
3.2.1 事前アンケート	11
3.2.2 課題ごとのチェックリストの項目について	13
3.2.3 課題Aにおける比較項目	13
3.2.4 課題Bにおける比較項目	14
3.2.5 課題Cにおける比較項目	14
3.2.6 課題Dにおける比較項目	14
3.2.7 自由回答	15
3.3 考察	16
3.3.1 読書の目的や書籍のジャンルが同じ課題ごとの考察	16
3.3.2 実験の限界	17
第4章 実験2：提示情報が購入判断に及ぼす影響について	19
4.1 実験2	19
4.1.1 実験参加者	19
4.1.2 実験のデザイン	20
4.1.3 提示情報について	21
4.1.4 実験材料	24
4.1.5 設問と提示画面	24

4.2 実験結果.....	28
4.2.1 スクリーニングと Q1 の結果.....	28
4.2.2 課題 1 の結果(Q2 から Q5 の結果)	30
4.2.3 課題 2 の結果(Q6 から Q9 の結果)	34
4.2.4 課題 3 の結果(Q10 から Q12 の結果)	37
4.3 考察.....	39
5 章 おわりに	42
5.1 まとめ	42
5.2 今後の課題.....	42
謝辞.....	44
参考文献	45
発表論文一覧.....	46
付録 A.....	48
A-1.事前アンケート	48
A-2.事後アンケート	50
A-3 実験課題におけるストーリー条件.....	51
付録 B.....	51
B-1. スクリーニングで使用したアンケート	51
B-2. Q1 の設問文.....	52
B-3.Q2 から Q12 までの設問文と一緒に表示した画像.....	53
課題 1.....	53
課題 2.....	57
課題 3.....	62

第1章 はじめに

1.1 研究の背景

現在、電子書籍の利用率が増加しつつある[1]。出版科学研究所から発表されている2014年の紙の出版市場の推定販売金額は前年比4.5%減の1兆6065億円である。一方2014年度の電子出版市場の規模は1411億円となる。なお、集計期間に3ヶ月のズレがあり、市場規模の定義がそれぞれあるため参考程度の数字になるが、紙の前年比は758億円減少し、電子は前年度比で398億円増加している[2]。

電子書籍の利用者の中には、電子書籍と紙の書籍を併用している利用者も存在している[3]。同じ内容の作品が紙の書籍と電子書籍で出版されている場合もあるため、電子書籍と紙の書籍のどちらを買うかという選択することもでてくるだろう。

ここで問題となるのが電子書籍と紙の書籍に掲載してある情報には違いがある場合である。具体的には、紙の書籍に収録されている挿絵や表紙、画像がない場合がある。例としてAmazonで販売されているKindle版「グイン・サーガ(1)」[4]が挙げられる。この作品は紙の書籍で収録されていた挿絵がない。他にはKindle版の「anan(アンアン)2015年9月16日号」[5]では紙には収録されていたグラビアの画像が削除されており、購入者から低評価のレビューが相次いだこともあった。ここから、購入前に書籍から得られる情報や機能として期待していたものが得られないといった問題が考えられる。もしくは、購入後に購入したものは別の版に掲載されている情報について知り、そちらの版を購入すればよかったと購入者が感じる場合も考えられる。

1.2 研究の目的とアプローチ

そこで、本研究では、インターネット上で、購入者がどの情報に重点を置いて書籍の購入を決断しているか明らかにする。リサーチクエスチョンを「紙の書籍・電子書籍を購入する際の比較の判断材料としてどのような項目があるのか?」、「書籍のジャンル・読書の目的が変わると、着目する項目が変化する」とする。このリサーチクエスチョンを明らかにするために2回の実験を行う。

実験の1回目では、電子書籍と紙の書籍を比較する際にどのような項目が比較の項目として存在しているのかを調査する。実験方法としては、擬似的に電子書籍か紙の書籍を選択する状況をつくり、どういった点に着目して選択したかをチェックリストと自由解答欄を記載したアンケートに回答してもらう。

実験の2回目では、実験1で得た結果から再度実験を行う。実験の1回目で使用した比較項目の中から、いくつか選択し、情報を提示する。そして、実験参加者に提示する情報を変えると、購入判断はどのように変わるかを調べる。実験の方法としては、インターネット上でのアンケート調査を使う。実験では本のジャンルと読書の目的を設定した設問を出題し、この状況では電子書籍と紙の書籍のどちらを選択するか?という問題を出題する。設問

を具体的に述べると、読書感想文を書くために文芸小説を購入しなければならないといったものだ。

本稿での購入は自ら金銭を払い、選択した商品を買入れることと定義する。ただし、実験上の制約により実際に金銭を授受は行わず、購入行為を想起して、その判断を確認することをを行った。

また、今回は特定の端末の機能や電子書籍プラットフォームに限定した実験にせず、一般的な購入者の決断の意図を調べるために、電子書籍のプラットフォームや購入者層を絞り込まずに実験の計画を立てた。

上記の2つの実験を通して、購入者が書籍に対してどういったことが得られると想定し、比較を行って購入しているかを明らかにする。

1.3 本論文の構成

第1章では、研究の背景、目的、アプローチについて述べる。第2章では、関連研究について述べる。第3章は電子書籍と紙の書籍の購入時の比較項目に関する実験の方法や結果についてまとめる。第4章では電子書籍と紙の書籍を選択する際の判断に関する実験について述べていく。5章では結論、今後の展望についてまとめる。

第2章 関連研究

2.1 電子書籍と紙の書籍の比較の研究について

電子書籍を取り扱った研究には電子書籍と紙の書籍を比較する研究がある。この中から、関連研究として、高野らの研究 [6]を取り上げる。この研究では、タブレット・電子ペーパー・ノートパソコン・紙の書籍で小説の読みやすさを比較している。読みやすさは認知的負荷や読む速度・主観的評価といった点で測定している。結果としてはページめくりがない場合だと4つの速度は同水準、有りだと、タブレットが速く、認知的負荷は有意な差がなかった。主観的評価に関しては紙が高評価だった。本研究との違いとしては、この研究は読みに着目して比較を行っている点が挙げられる。本研究は購入に着目して行なう。

次に取り上げるのは渡部の研究 [7]である。電子書籍の利用促進を図るため、電子書籍・紙書籍利用者の意識や行動の差異を分析・比較する研究である。質問紙を用いた調査を行っている。結果としては、電子書籍利用者は書籍全般への関心が高く、紙の書籍にあまり満足していないと分かった。また、紙書籍利用者は小説への関心が高いが、紙の書籍により満足しているという結果も得られていた。渡部の研究では直接、紙の書籍と電子書籍を比較する設問の出題は行っていない。本研究との違いとしては、電子書籍と紙の書籍を比較する設問の有無が挙げられる。

2.2 コンジョイント分析に関する研究について

次にコンジョイント分析に関する研究を取り上げる。まず、コンジョイント分析についての説明を行う[8]。コンジョイント分析では属性と水準を組み合わせ、仮想的な商品を作る。その商品を回答者にいくつか提示し、購入したいと思う商品を選択してもらう。商品の組み合わせを変えて、提示を何度も繰り返し、どの商品が選択されるのかというデータを得る。このデータから回答者がどの属性をどれくらい評価しているかを推計する。コンジョイント分析に関する研究を調査したところ、調査した範囲では、紙の書籍と電子書籍の購買行動についての研究は見つからなかった。

金城らの研究 [9]を取り上げる。この研究では、書籍の購買行動において、受賞歴や全体の販売数といった外部の情報が購入にどれくらい影響するのかについて調査している。この研究では選択型実験が用いられている。これはいくつかの仮想型の商品を選択肢や購入しないという選択を提示し、それに回答することを繰り返すというものである。仮想型の商品はジャンルや受賞歴の有無、販売数といった属性と水準をいくつか用意し、組み合わせている。この手法は実際の購入状況と近い形で実験ができるとされている。研究の結果からは性別が女性で年齢が高齢になると、外部の情報の影響を受けるとことが示された。この研究は外部性の効果を検証することに重きをおいて、進められている。

次に取り上げるのは山重らの研究 [10]である。健康食品の効果に関する表示内容によっ

て、どれだけ支払意思額が変化するかを調査したものである。この研究でも選択型実験が用いられている。「トクホ・ラベル」の表示内容と価格を属性と水準として組み合わせて仮想型の商品を作り、購入しないという選択肢とともに、回答者に提示した。

このほかにも食器とその形[11]やイチゴのパッケージ[12]、たばこの増税額[13]についてコンジョイント分析を用いて調査している研究がある。ここから、いくつかの選択肢の中から、消費者の好みを探ることを目的とした研究でよく使われている手法だと分かる。以上より、実際の購入シーンでこういった情報が購買行動に影響を与えているかを調査する際の手法の1つとして、選択型の実験を行いコンジョイント分析する方法があると分かる。

第3章 実験1：オンライン上での書籍の購入のための比較項目について

本章では、「紙の書籍・電子書籍を購入する際の比較の判断材料としてどのような項目があるのか？」というリサーチクエスチョンを明らかにするために、実験を行う。実験は購入者がどの点に着目して購入時の選択を進めているか、本の購入に関するストーリーと比較項目のチェックリストを用いて調べた。

3.1 実験1

同じタイトルの作品で、電子書籍と紙の書籍を2つ用意した。それらを用いて、実験参加者が比較する項目としてどんなものが考えられるかをチェックリストと自由回答で答える課題を行う。電子書籍の利用についてのアンケートも実施する。

3.1.1 実験参加者

実験参加者は大学生14名である。対象者の概要は以下の表1の通りである。対象は電子書籍について全く知らないと知識の差によって回答の違いがでそうだと考えたため、無料・有料を問わずに電子書籍を利用した経験のある人とした。

表1 実験参加者の概要

人数	14名
性別	男性2名 女性12名
専攻	図書館情報学 心理学 情報工学 教育学
年齢	平均21歳(19歳～26歳)
国籍	日本12名 中国2名

3.1.2 実験デザイン

実験で使用する書籍のジャンルは、電子書籍のジャンルごとの販売数が多い上位3つ[14]を選択した。上位3位に入るジャンルはコミック、文芸小説、趣味・実用・ガイドである。比較をしてもらう前に、項目を出しやすくするため、電子書籍か紙の書籍のどちらを購入するかを迷っているという内容のストーリーを読んでもらうこととする。ストーリーにおけ

る、読書の目的としては、PIRLS と呼ばれる国際教育到達度評価学会が行なっている読書力調査[15]を参考に決定した。この調査で使用されている目的は「文学的体験のための読書」、「情報の獲得と使用のための読書」の2つである。2つの目的と本のジャンルを組み合わせ、課題を作成した。ただし、マンガで「情報の獲得と使用のための読書」という目的を設定したり、趣味・実用・ガイドで「文学的体験のための読書」を目的としたりすると、ストーリーを成立させることが難しかったため、その2つの組み合わせは省いた。

作成した課題の組み合わせは表2の通りである。

表2 課題の目的と使用する書籍のジャンル

課題名	目的	書籍のジャンル
A	文学的体験 のための読書	マンガ
B	情報の獲得と使用 のための読書	趣味・実用・ガイド
C	文学的体験 のための読書	文芸小説
D	情報の獲得と使用 のための読書	文芸小説

それぞれの条件で作成したストーリーを付録A-3に記載する。

3.1.3 実験手続き

実験の流れは図1に示す。事前のアンケートへの回答後、実験参加者にアプリケーションの使い方を簡単に説明する。その後、ストーリーを読んでもらい実際に電子書籍と紙の書籍を見ながら課題に取り組んでもらう。4つの課題が終了した後に事後アンケートに回答してもらおう。課題の順序は順序効果を避けるため、実験参加者間で偏りが無いよう設定した。

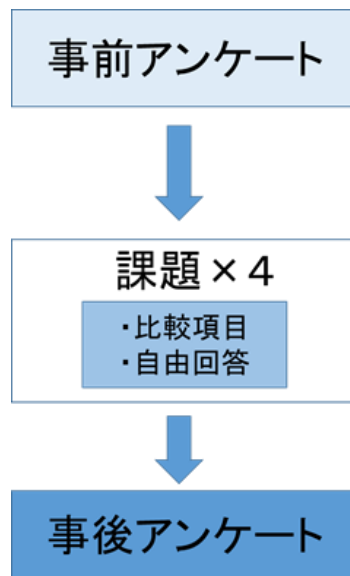


図1 実験の流れ

3.1.4 実験材料

実験で使用する書籍は4冊すべてが紙の書籍と電子書籍が存在する作品である。使用する書籍の書誌事項は表3の通りである。電子書籍端末は Fire HD 8 というタブレットを使用する。画面サイズは8インチ HD である。電子書籍としては Amazon Kindle 版を使う。

表3 書籍の書誌事項

課題名	題名	著者	出版社	出版年	ページ数	ジャンル
A	鋼の錬金術師(1)	荒川弘	スクウェア・エニックス	2002	186	マンガ
B	経理以外の人のための 日本一やさしくて使える 会計の本	久保 憂希也	ディスカヴァー・ トゥエンティワン	2010	250	趣味・ 実用・ ガイド
C	グイン・サーガ① 豹頭の仮面	栗本薫	早川書房	1983	285	文芸 小説
D	アヴェ・マリアの ヴァイオリン	香川 宜子	KADOKAWA / 角川書店	2015	269	文芸 小説

3.1.5 アンケート

実験参加者には事前アンケートと事後アンケートの2つを回答してもらう。アンケートは Google ドキュメントで作成し、パソコン上で回答する。質問文や選択肢は付録の A-1(事前アンケート)と A-2(事後アンケート)に記載した。

事前のアンケートで聞いたのは以下の項目である。

- ・所属
- ・年齢
- ・読書量
- ・電子書籍の利用の有無
- ・電子書籍を購入する際に利用するストア
- ・電子書籍を読む頻度
- ・電子書籍を読む際に使うデバイス
- ・電子書籍・紙の書籍でよく読む本のジャンル
- ・購入した経験のある電子書籍のジャンル
- ・読んでいる本の中で電子書籍の占める割合

事後アンケートで聞いたのは以下の項目である。

- ・電子書籍の機能として知っているもの
- ・電子書籍の機能でよく使用するもの
- ・課題で使用した本の中で読んだことのある作品

3.1.6 項目

比較する際に使用するチェックリストに掲載したのは以下の 11 項目である。項目は電子書籍や紙の書籍のオンライン上の販売サイトに掲載されている情報を参考にして作成した。これらに加えて自由回答ができる欄を用意した。

チェックリストによる回答以外で、質問に記述式で回答してもらおう。1 つ目は「どんな利用方法があると想定して、項目を考えたかを教えてください。」という問いである。2 つ目は「ストーリーの内容に合わせるために、選んだ項目・選ばなかった項目があれば教えてください。」という質問である。

- ・値段
- ・カバーを外した際の表紙・裏表紙の有無
- ・挿絵の有無、写真・図版の有無
- ・あとがきの有無
- ・奥付の有無
- ・本のジャケットの折り返しの有無
- ・付属 CD に含まれているデータの有無
- ・帯の有無
- ・裏表紙の有無
- ・カラーページの有無

3.2 実験1の結果

3.2.1 事前アンケート

すべてで「なし」と回答している実験参加者は授業で電子書籍を利用した経験があるだけだったため、「なし」と回答している。

「電子書籍を利用する際に使うデバイス」という質問に対する回答を図2に示した。スマートフォンを選択した参加者が9人と、他の選択肢と比べて多かった。

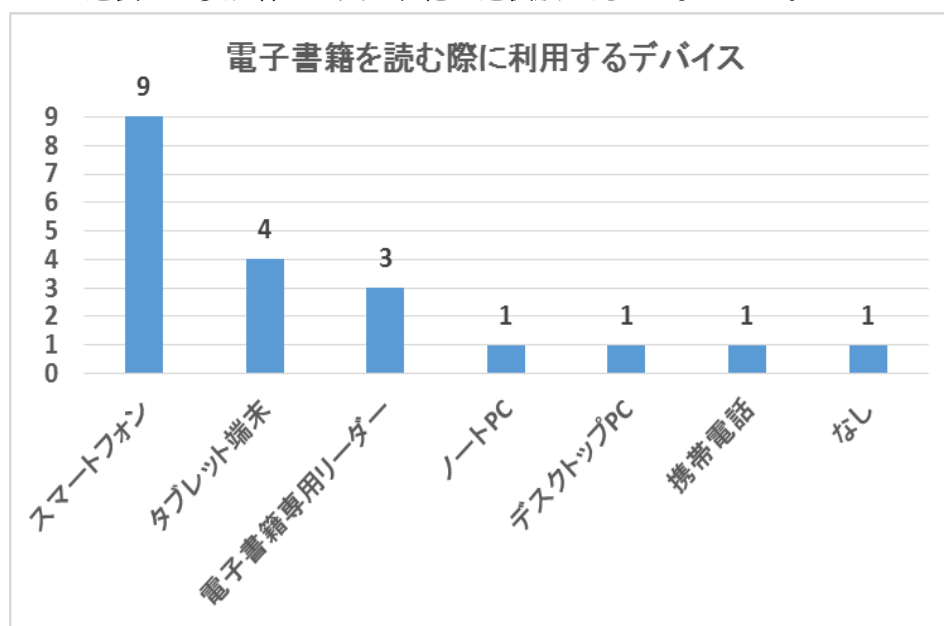


図2 電子書籍を読む際に使うデバイス(複数回答可)単位：人

「電子書籍を読む頻度」という質問に対する回答を図3に記載した。電子書籍を1週間に1度以上の頻度で使うと回答した人数は3人だった。

電子書籍を読む頻度(n=14)

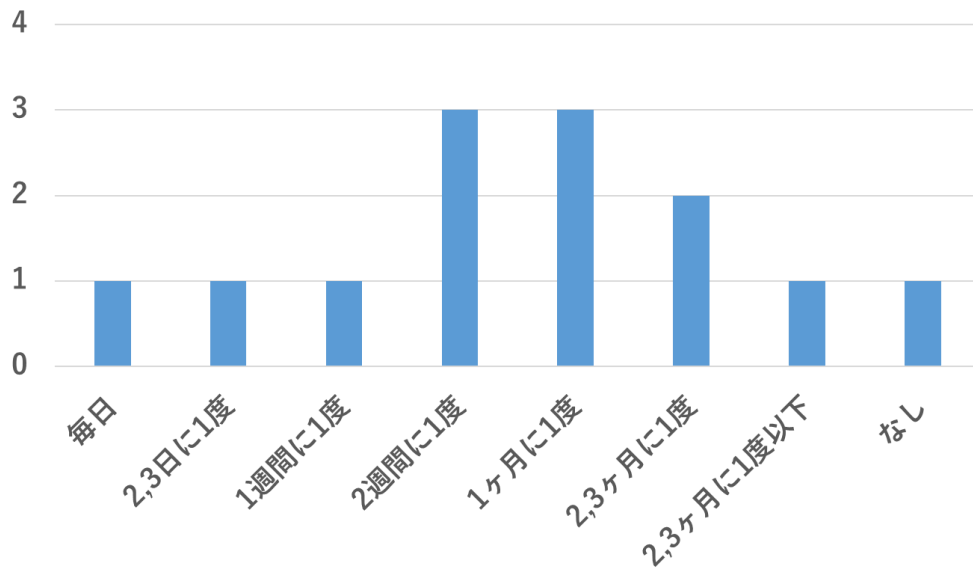


図3 電子書籍を読む頻度 単位：人

「電子書籍でよく読む本のジャンルについて」という質問の回答を図4に示した。マンガや小説をよく読むと回答した実験参加者が5人以上いた。

また、「電子書籍で購入したことがあるジャンル」という質問の回答は図5に示した。この質問に関しても、マンガや小説と回答した人数が5人を超えた。

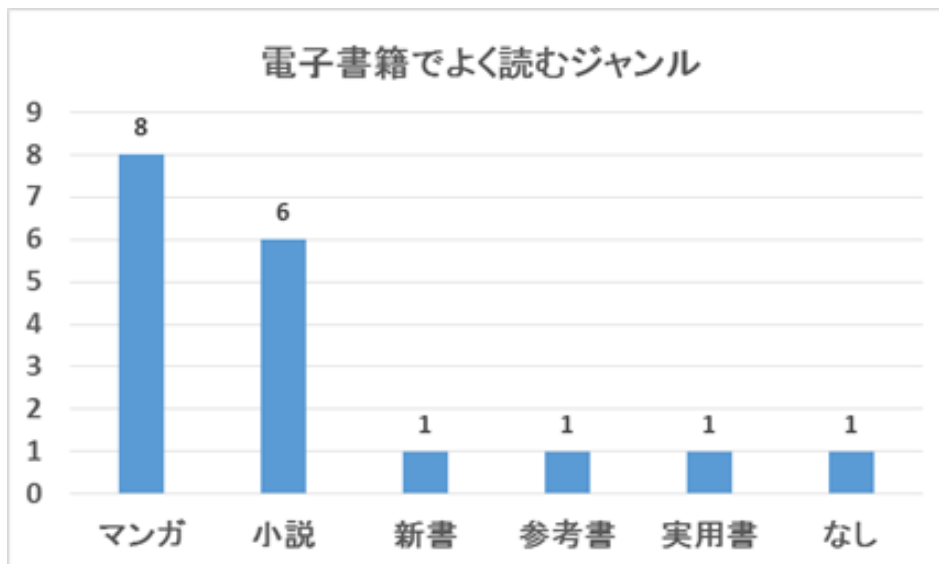


図4 電子書籍でよく読むジャンル(複数回答可) 単位：人

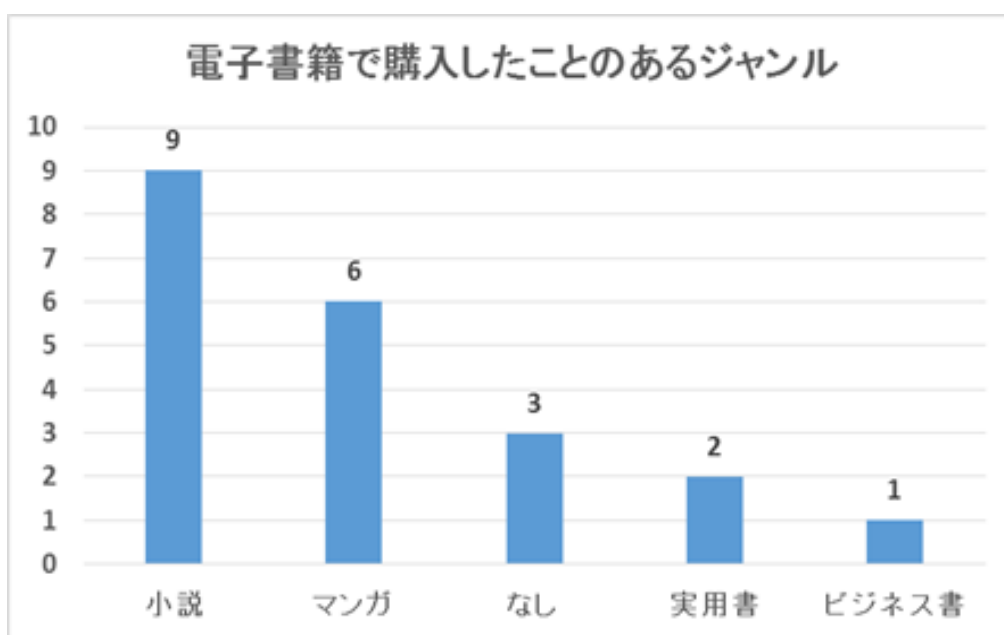


図5 電子書籍で購入したことがあるジャンル(複数回答可) 単位：人

3.2.2 課題ごとのチェックリストの項目について

表4は課題ごとのチェックリストの項目を選択した人数を表したものである。表4を参照し、結果について3.2.3から3.2.6まで詳しく述べる。

表4 課題ごとのチェックリストの項目を選択した人数

課題名	値段	カバーを外した際の表紙・裏表紙の有無	挿絵の有無	写真・図版の有無	あとがきの有無	奥付の有無	本のジャケットの折り返しの有無	付属CDのデータの有無	帯の有無	裏表紙の有無	カラーページの有無
A	14	9	2	1	5	3	5	3	7	4	8
B	8	2	6	8	2	3	1	5	1	0	2
C	12	4	7	5	3	2	2	2	2	3	4
D	7	11	9	12	7	6	5	2	5	6	1

3.2.3 課題Aにおける比較項目

課題Aは、値段、カバーを外した際の表紙、あとがきの有無、本のジャケットの折り返しの有無、帯の有無、裏表紙の折り返しの有無、カラーページの有無を回答した人数が5人以上だった。読書の目的を「文学的体験のための読書」としたので、作品を楽しむことに重点をおいて項目が選択されていると考える。

値段に関しては、「どういった利用方法を想定して項目を選択したか」の回答によれば、課題で取り扱った作品が長編作品であったので「長編シリーズものなので、全巻購入して読もうとすればそれなりにお金がかかる。なので、少しでも安く済むほうをと考えて項目を設

定した」といったものがみられた。

カバーを外した際の表紙、あとがきの有無、本のジャケットの折り返しの有無、帯の有無、裏表紙の折り返しの有無に関しては、選択した理由の回答の中では、「カバー外した下に絵だけでなく漫画を描かれることもある。あとがきもイラスト担当が漫画書きがち。ジャケットの折り返しも、作家買ひする作品なら、読者へのコメントのときは読みたい」や「特典や裏表紙など紙だからこそ楽しめる部分もあるかと思った」という回答がみられた。

カラーページに関しては、「カラーページがあったほうが楽しいと思ったので、カラーページがあるかどうか」や「漫画の醍醐味は絵を楽しむことだと思うので、カバーを外したときの裏表紙、表紙や挿絵、カラーページがある方がよいと考えて、これらの項目を設定した」といった回答がみられた。マンガは視覚的な作品であると思われるので、効果をより楽しむために選んだ人がいたと考えられる。また、マンガであるため、図版・写真の有無挿絵の有無といった項目を選択する人は少なかったと考えられる。

3.2.4 課題 B における比較項目

課題 B は実用書であることと、情報の獲得と使用のための読書という目的にしたため、勉強のしやすさを考えて、項目が選択されたと考えられる。値段、写真・図版の有無、挿絵の有無、付属 CD のデータの有無を選択する人数が 5 人以上だった。

値段に関しては「会計に関して一から勉強するならその手の本をいくつか買うだろうと考え、値段を選んだ」や「知識を得るためなので、コストがかからずかつ効率よく学べる方法を考えて項目を設定した」といった値段の安さに着目するという回答がみられた。

値段以外に関しては「初学の専門書を購入するのであれば、挿絵や図表などが見やすく、CD のデータなどがちゃんとついているものを選びたいと考えて設定した」というものや「仕事のための勉強なので、図・表があり分かりやすいものを選びたいと考えた」といった回答が見られた。

3.2.5 課題 C における比較項目

課題 C は、値段、挿絵の有無、写真・図版の有無の項目を選択する人が 5 人以上だった。値段に関しては、課題に使用した書籍が長編シリーズであるため、「50 冊も買うなら値段は抑えたい」という回答がみられた。挿絵の有無、写真・図版の有無に関しては、「物語なので、絵やカラーページがあった方がイメージしやすいと思い、項目を考えた」や「挿絵、写真はパラテキストとして外せない」といった回答があった。

3.2.6 課題 D における比較項目

課題 D は値段・カバーを外した際の表紙、裏表紙の有無・挿絵の有無・あとがきの有無・本のジャケットの折り返しの有無・帯の有無を選択する人が 5 人以上である。この課題で

扱ったのは、課題 C と同じ文芸小説ジャンルであるが、読書の目的は情報の獲得と使用のための読書と設定している。

カバーを外した際の表紙、裏表紙の有無・あとがきの有無・本のジャケットの折り返しの有無・帯の有無に関しては、課題の内容が読書感想文を作成する筋立てであったためか、「作者の意図なども参考にして感想文を書くことを想定して、あとがきがあった方が感想文を書きやすいだとうと考えて、項目を設定した」や「読書感想文なので、そのた本の情報が分かること、また本文以外からも感想文の参考になりそうな情報が得られる部分を考えて、項目を設定した」という回答がみられた。

3.2.7 自由回答

表 5 に、自由回答からあげられた比較項目を示す。

課題 A では、背表紙に絵のたぐいがあるかどうか、おまけといったマンガでみられる仕掛けや特典を気にする回答がみられた。背表紙を選んだ理由としては、「漫画の背の部分はまれに全巻並べると絵がつながるなどの仕掛けをしていることがあるため設定した」という回答がされていた。

課題 B は、ハイライトやメモ機能といった書籍の書き込みに関する回答がされていた。理由としては、課題のなかで仕事のために一から勉強するという記述があったため、メモをしたり、印をつけてしたりして知識を得たいという回答がみられた。

課題 C は、課題の中で長編シリーズであるという記述があったため、家に置けるかどうかや大きさを気にした記述がされていた。

課題 D は、書き込みやブックマークといった点に着目した回答がみられた。理由としては、読書感想文という課題を行う際に、引用や読み返しが必要だと考えたという意見がみられた。

課題全体としては、実験参加者によって回答の種類にバラつきがあった。

表 5 課題ごとの自由回答記述 ()の中は記述した人数を示す

課題名	自由回答記述
A	<ul style="list-style-type: none"> ・次回予告ページの有無 ・版表示 ・完全版の有無 ・読みやすさ ・ページをめくる作業 ・おまけ ・書籍として集めたいかどうか ・背表紙に絵のたぐいがあるか

	<ul style="list-style-type: none"> ・背表紙の有無
B	<ul style="list-style-type: none"> ・同じ著者、または同じシリーズの本の紹介ページ?のようなものの有無 ・ハイライトの有無(2人) ・メモ機能の有無(3人) ・重量、大きさ ・太字など強調されている部分のわかりやすさ
C	<ul style="list-style-type: none"> ・章・節ごとのスキップ機能 ・検索機能 ・重量、軽さ(2人) ・大きさ(3人) ・厚さ ・場所をとるかどうか、家に置いておくことができるか(3人) ・好み ・背表紙の有無 ・装丁 ・電子書籍の端末の値段 ・読みやすさ ・ハイライト ・しおり ・本の入手しやすさ
D	<ul style="list-style-type: none"> ・戻りやすいか ・探しやすいか ・気になった部分を開きやすいかどうか ・ブックマーク(2人) ・ノート機能の有無 ・作者の情報 ・書き込みやすいかどうか

3.3 考察

3.3.1 読書の目的や書籍のジャンルが同じ課題ごとの考察

課題 A と C は読書の目的は同じである。2 つの結果の違いは、「カバーを外した際の表紙・裏表紙の有無」や「帯の有無」という項目を選択した人数が A は 5 人以上であるのに対し、C は 5 人以下であることが挙げられる。「どういった利用方法を想定して項目を選択したか」の回答によれば、マンガの裏表紙や表紙におまけのマンガが描かれていたり、帯の作者コメントを楽しみしていたりするそうなので、選択した人数が多かったのではと考え

られる。留意点としては、実験で利用したマンガ作品を読んでいた実験参加者は 8 人であったので、その影響が出ている可能性もある。共通点としては、値段を選択する人数が、10 人を超えている点が挙げられる。自由回答では、共通点として背表紙といった本の装丁に関する項目がみられた。

課題 B と D は読書の目的が同じである。しかし 2 つの課題の結果には違いがある。D では帯の有無、あとがきの有無、裏表紙の有無といった項目を選択する人数が 5 人を超えているが、B では 5 人以下である。逆に、付属 CD のデータの有無は B において選択した人数は 5 人以上だが、D では 5 人以下である。理由としては、「どういった利用方法を想定して項目を選択したか」の回答によれば、D は読書感想文を書くというストーリーに合わせて、感想文を書きやすくするために項目を選んだをいう回答がみられた。しかし B では、帯の有無、あとがきの有無、裏表紙の有無はストーリー上での知識を得るという目的の達成にはあまり関係がないと判断されたため、選択がされていなかったと思われる。付属 CD のデータの有無に関しては、B においては知識を得るために必要だと判断され、選択されたという回答がみられた。自由回答では目的を情報の獲得としたため、検索機能やメモ機能といった電子書籍の機能に着目した回答がみられた。加えて、情報を得るために読み返しといった作業が必要と考え、ブックマークや気になった箇所印をつけることができるかを気にする参加者もいた。

課題 C と D は書籍のジャンルが同じである。B と D の組み合わせと同じく、裏表紙の有無といった読書感想文を書く際に役立ちそうな項目を選択する人数が 5 人を超えているが、C では 5 人以下である。ここから、ジャンルが同じでも目的が異なると着目する項目が変わると考えられ、本を読む目的は比較する際に着目する項目に影響を与えるのではないかと思われる。共通点としては、挿絵、写真・図版の有無を選択した人数が 5 人以上である点が挙げられる。

4 つの課題でいずれも選択されていた人数が 5 人以上であったのは値段である。また書籍のジャンルや読書の目的を変更すると、着目する項目が変化すると考えられる。

3.3.2 実験の限界

今回の実験の限界点として 2 つの点が挙げられる。1 点目は、参加者層の偏りである。今回実験に参加した人々の電子書籍の利用頻度はあまり高いとはいえない。加えて、電子書籍を利用しているデバイスはスマートフォンの利用率が高かった。しかし、今回実験で使用したデバイスはタブレット端末である。これらの点から、実際に電子書籍を購入する際とは違った結果になっていると考えられる。

2 点目は今回設定した目的・ジャンル以外の書籍のもつ独自性や属性の影響、課題のストーリーの設定の影響が出ている点である。例えば、課題 A であればマンガであるので、次回予告が存在しており、その有無を気にするという回答者もいた。また、課題 C は長編小

説を取り扱ったため、家に置けるかどうかを気にする回答もみられた。

第4章 実験2：提示情報が購入判断に及ぼす影響について

本章では、「インターネット上で、購入者がどの情報に重点を置いて書籍の購入を決断しているか明らかにする」という研究目的を明らかにするために行った2回目の実験について述べる。リサーチクエスチョンとして、「書籍のジャンル・読書の目的が変わると、着目する項目が変化する」を設定し、実験を行った。実験1で得られた比較項目に関する結果を用いて、実験2の設問や提示画面を作成した。実験にはWEBアンケートを用いた。得られたデータをコンジョイント分析し、提示情報が購入判断にどのような影響を与えているかを明らかにする。

4.1 実験2

実験概要は以下の通りである。実験は調査会社であるマクロミルに委託した。

- 1.日時：2016年12月28日(水)から2016年12月29日(木)まで
- 2.実験対象者：株式会社マクロミルのモニター、かつ有料の電子書籍を購入した経験のある人
- 3.方法：マクロミルのWEBアンケート上で実施する。問題は13問出題する。内訳は固定して出題する問題が1問と60問の中からランダムで選択して出題する12問である。

4.1.1 実験参加者

マクロミルのモニターの中でスクリーニングを行い、実験参加者を選定した。スクリーニングの目的は有料の電子書籍を購入した経験のある人を抽出することである。モニターに出題した問題は「1.どのくらいの頻度で電子書籍を読んでいますか？」と「2.あなたの電子書籍の月間平均購入金額を教えてください。」の2問である。除外される回答を選択しなかった人を参加者とした。

実験参加者の人数は412人である。男女の割付は同数になるようにした。回答者に占めるは10代、20代、30代、40代、50代、60代以上の割合はそれぞれ、1%、8.3%、21.4%、27.7%、28.4%、13.3%である。詳しくは表6のとおりである。

表6 実験参加者の年齢(単位：人・パーセント)

年齢	人数	パーセント
10代	4	1
20代	34	8.3
30代	88	21.4
40代	114	27.7
50代	117	28.4
60才以上	55	13.3

4.1.2 実験のデザイン

本実験で使用する書籍のジャンルは、電子書籍のジャンルごとの販売数を調べ、上位3位に入るジャンルの中から選択した[14]。文芸小説、趣味・実用・ガイド(以下、実用書と呼ぶ)の2つのジャンルを設定した。そのジャンルに該当する書籍を3つ選び、実験に使用する。読書の目的は、PIRLSと呼ばれる国際教育到達度評価学会が行なっている読書力調査[15]を参考に「文学的体験のための読書」、「情報の獲得と使用のための読書」を採用した。2つの読書の目的と書籍のジャンルを組み合わせ、課題を作成した(表7を参照)。

表7 課題の目的と使用する書籍のジャンル

課題名	ジャンル, 目的
課題 1	文芸小説, 情報の獲得と使用のための読書
課題 2	文芸小説, 文学的体験のための読書
課題 3	実用書, 文学的体験のための読書

実験結果の分析にはコンジョイント分析(選択型実験)[8]を用いる。この手法では属性と水準を組み合わせ、仮想的な商品を作る。その商品を回答者に複数提示し、購入したいと思う商品を選択してもらおう。商品の組み合わせを変えて、提示を何度も繰り返し、どの商品が選択されるのかというデータを得る。そして、このデータから回答者がどの属

性をどれくらい評価しているかを推計する。分析には多項ロジットモデルを使用した。統計処理にはXLSTAT2016を用いた。コンジョイント分析では効用値[16]と重要度[17]という値が算出される。効用値とは正の値であると回答者から好まれており、負の値であると、回答者から好まれていないという指標である。重要度は今回実験で使用した4つの属性の中で、相対的にどの情報が重視されているかをみる指標である。

4.1.3 提示情報について

オンライン上で書籍が販売されている画像を作成し、実験参加者に提示した。実験で使用した画像は付録B-3に記載した。WEBアンケートをする際に、画像を表示し、電子書籍と紙の書籍のどちらを購入するかを判断してもらう。画像に提示する情報はどの問題でも共通に提示される情報と問題ごとに変化する情報の2つが存在する。問題ごとに変化する情報は「書籍のジャンル」、「挿絵」、「あとがき」、「電子書籍の機能」の4つである。こういった構成要素を属性、それぞれの属性の細かい設定を水準と呼ぶ[8]。それらを組み合わせた選択肢をプロファイルとする。「書籍のジャンル」以外は、実験1で使用した比較項目と実験1の結果を参考にし、設定した。選択した人数が4人以上であった項目の中から選択した。水準に関しては、書籍の種類は「電子書籍」と「紙の書籍」、他の属性は有無を設定した。「電子書籍」の「機能なし」といった実験参加者の想像しづらい商品になる組み合わせを排除すると、プロファイルは電子書籍が5つ、紙の書籍が4つとなった。

どの問題でも共通に提示される情報は書籍の販売サイトを調査し、「Amazon」と「honto」「紀伊國屋書店ウェブストア」の3つのサイト[18][19][20]で共通して提示されていた情報を選び、表8にまとめた。なお、前回の実験で、価格に差があると、価格の影響が強く出る可能性があることが分かった。そのため、価格以外の属性の影響が測りにくくなると考えて、紙の書籍と電子書籍を同じ価格にした。そのため、表8には同じ価格と表記した。

作成した9つのプロファイルは表9にまとめた。今回は電子書籍と紙の書籍を比較する条件に絞って、課題の作成を行った。そのため、4つの紙の書籍のプロファイルと5つの電子書籍のプロファイルを掛け合わせて、20個の組み合わせを作成した。この20ペアをもとに電子書籍か紙の書籍を選択する問題を作成した。プロファイルとペアの関係については図7に示した。

表8 どの問題にも共通で表示される情報

共通の情報	本のタイトル	価格(同じ価格)
	販売開始日	あらすじ
	筆者	出版社
	表紙	フォーマット情報 (電子書籍のみ)

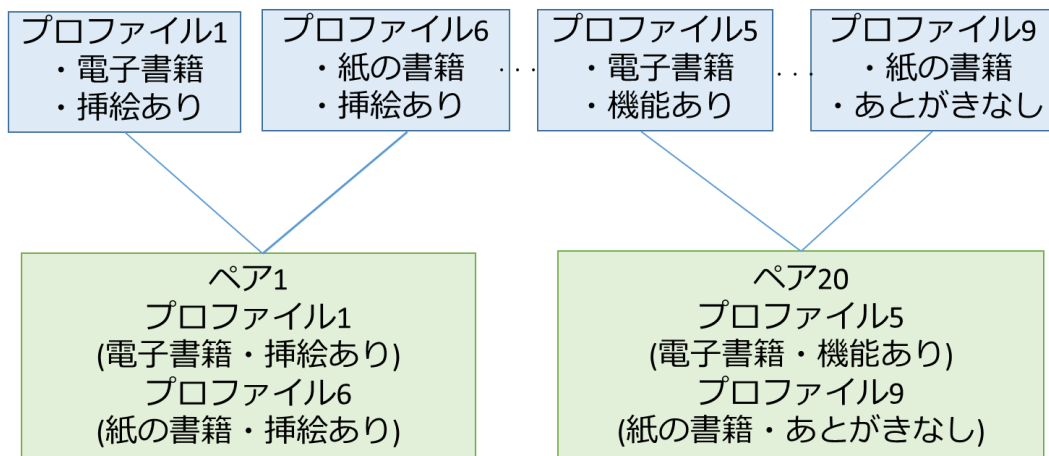


図7 プロファイルとペアの関係を表した図

表9 プロファイル

NO.1	NO.2	NO.3
電子・挿絵あり	電子・挿絵なし	電子・あとがきあり
NO.4	NO.5	
電子・あとがきなし	電子・機能あり	
NO.6	NO.7	NO.8
紙・挿絵あり	紙・挿絵なし	紙・あとがきあり
No.9		
紙・あとがきなし		

この20ペアのうち、ランダムで4問を選択して、出題する。1つの課題ごとに4問の出題をした。3冊の書籍でその出題形式をすることにし、1人につき12問と設定した。課題1ではQ2からQ5まで、課題2ではQ6からQ9まで、課題3ではQ10からQ13までを出題する。出題形式に関しては図8に示した。

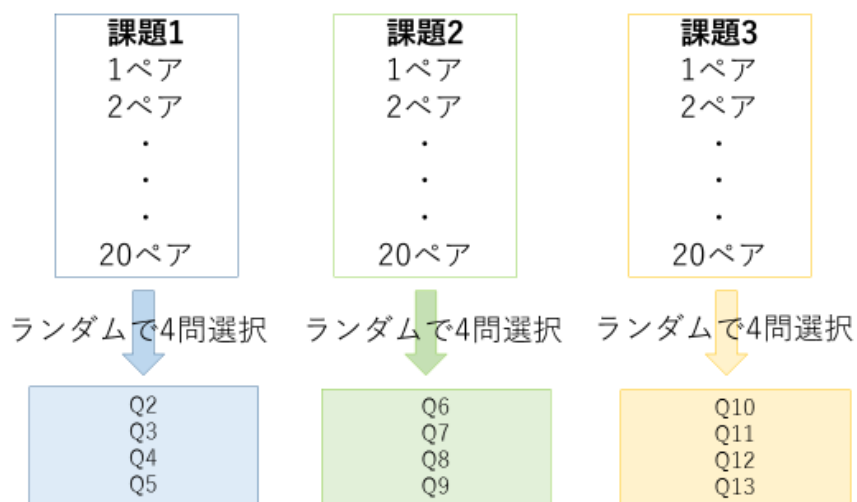


図8 問題の出題形式

4.1.4 実験材料

実験で使用する書籍はすべて紙の書籍と電子書籍が存在する作品である。書誌事項に関しては表10に示した。

提示画面はhonto[21][22][23][24][25][26]のサイトのHTMLを改変して、使用した。

表10 書籍の書誌事項

題名	筆者	出版社	出版年	ページ数	ジャンル
オン・ザ・ライン	朽木洋	小学館	2015	335	文芸小説
アルスラーン戦記1 王都炎上	田中芳樹	光文社(紙の書籍) らいとすたっふ (電子書籍)	2012	253	文芸小説
知らないとゼツタイ 恥をかく 社会人のマナー188	なるほど 倶楽部	KADOKAWA / 角川学芸出版	2007	158	実用書

4.1.5 設問と提示画面

設問は全部で13問である。設問文と回答の例は図7から図13のようになっている。電子書籍か紙の書籍かを選ぶ設問は20問の中からランダムでペアの異なる4問を選択し、3タイトル分の問題を出題する形式とした。

画面で提示されている価格情報に関しては、実験1の結果より、価格に差があると、価格の影響が強くなって、ほかの要因の影響が図りにくくなると考えて、紙の書籍と電子書籍を同じ価格にした。また、電子書籍の機能に関しては、回答者が具体的にどんな機能があるか想像しやすいように「メモ、検索、ハイライトへの対応」という表記にした。

次に設問文と回答について説明する。1問目は「購入したことのある電子書籍のジャンルを教えてください。(複数回答可)」というものである。回答として表示される項目は「小説」、「新書」、「ビジネス書」、「実用書」、「マンガ」、「その他」の6つである。実際に提示した画面を図9に示した。

画面で提示されている価格情報に関しては、紙の書籍と電子書籍を同じ価格にした。

Q1 購入したことのある電子書籍のジャンルを教えてください。(複数回答可)

- 1. 小説
- 2. 新書
- 3. ビジネス書
- 4. 実用書
- 5. マンガ
- 6. その他

図9 電子書籍のジャンルに関する問題の提示画面

次に課題1の設問文と選択肢である。課題1では感想文を書く際に使う書籍として、紙の書籍と電子書籍のどちらを購入するかという設問文を作成した(図10を参照)。図11のような画面を提示し、質問文と書籍の販売サイトをみてもらい、回答してもらった。

質問：問題文で書かれた状況を想定して、回答してください。
あなたは課題で指定された文芸小説の感想文を書かなくてはなりません。このとき、以下の電子書籍と紙の書籍のどちらを購入しますか？
購入はウェブサイトを利用して行います。画像で提示された情報を参考にしてみてください。
※各問題の画像は下部の「挿絵」「あとがき」「メモ、検索、ハイライトへの対応」の有無が異なります。

回答：
電子書籍を購入する
紙の書籍を購入する

図10 課題1の設問文と選択肢

Q4 問題文で書かれた状況を想定して、回答してください。

あなたは読書が趣味です。最近、メディアミックスされて話題になった長編シリーズ作品を読み始めようかと考えています。このとき、以下の電子書籍と紙の書籍のどちらを購入しますか？購入はウェブサイトを利用して行います。画像で提示された情報を参考にしてみてください。

※各問題の画像は下部の「挿絵」「あとがき」「メモ、検索、ハイライトへの対応」の有無が異なります。



図 11 課題 1 の提示画面例

次に課題 2 の設問文と選択肢である。課題 2 では長編シリーズ読むために購入する書籍として、紙の書籍と電子書籍のどちらを購入するかという設問文を作成した(図 12 を参照)。図 13 のような画面を提示し、質問文と書籍の販売サイトをみてもらい、回答してもらった。

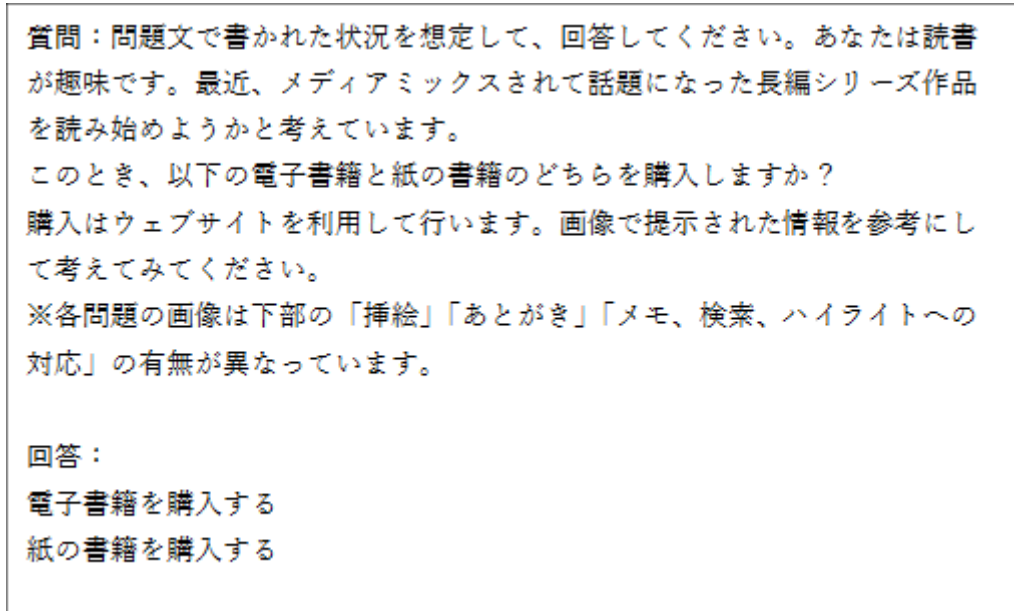


図 12 課題 2 の設問文と選択肢

Q7 問題文で書かれた状況を想定して、回答してください。あなたは読書が趣味です。最近、メディアミックスされて話題になった長編シリーズ作品を読み始めようかと考えています。このとき、以下の電子書籍と紙の書籍のどちらを購入しますか？購入はウェブサイトを利用して行います。画像で提示された情報を参考にして考えてください。

※各問題の画像は下部の「挿絵」「あとがき」「メモ、検索、ハイライトへの対応」の有無が異なります。



図 13 課題 2 の提示画面例

次に課題 3 の設問文と選択肢である。課題 2 では長編シリーズ読むために購入する書籍として、紙の書籍と電子書籍のどちらを購入するかという質問文を作成した(図 14 を参照)。図 15 のような画面を提示し、質問文と書籍の販売サイトをみてもらい、回答してもらった。

質問：問題文で書かれた状況を想定して、回答してください。あなたは読書が趣味です。最近、メディアミックスされて話題になった長編シリーズ作品を読み始めようかと考えています。このとき、以下の電子書籍と紙の書籍のどちらを購入しますか？購入はウェブサイトを利用して行います。画像で提示された情報を参考にして考えてみてください。

※各問題の画像は下部の「挿絵」「あとがき」「メモ、検索、ハイライトへの対応」の有無が異なります。

回答：

電子書籍を購入する

紙の書籍を購入する

図 14 課題 3 の設問文と選択肢

Q11 問題文で書かれた状況を想定して、回答してください。

あなたは読者が興味です。最近、メディアミックスされて話題になった長編シリーズ作品を読み始めようかと考えています。このとき、以下の電子書籍と紙の書籍のどちらを購入しますか？
購入はウェブサイトを利用して行います。画像で表示された情報を参考に考えてみてください。

※各問題の画像は下部の「挿絵」あとがき「P.6、後巻、ハイライトへの対応の有無が異なります。

図 15 課題 3 の提示画面例

スクリーニングの設問文は付録 B-1、Q1(購入したことのある電子書籍のジャンルについての設問)の設問文と選択肢は B-2 に記載した。

4.2 実験結果

4.2.1 スクリーニングと Q1 の結果

スクリーニングでは電子書籍の読む頻度と購入金額について質問した。「あなたはどのくらいの頻度で電子書籍を読んでいますか。」という質問の結果を図16に示した。「4～6ヶ月に1度」という回答する人が一番多かった。また、1週間に1度以上は読むと回答した人が412人中166人で、全体の約40%を占めている。

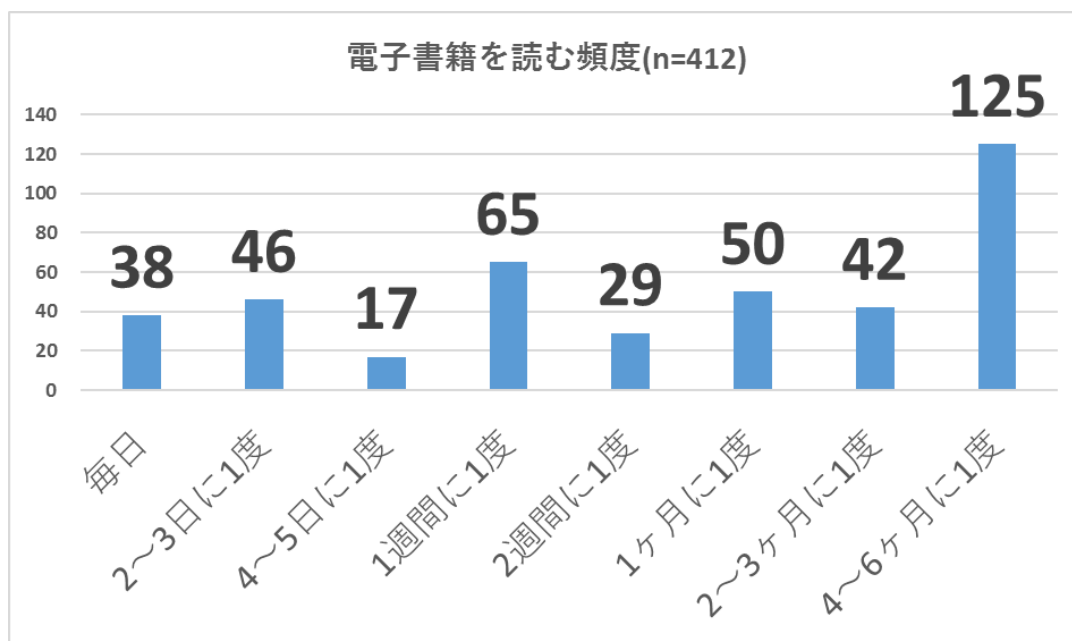


図16 電子書籍を読む頻度 単位：人

また、「あなたの月の電子書籍の平均購入金額を教えてください。」という質問をしたところ、図17のような結果が得られた。200円未満と回答した人数が一番多く、1000円以上の金額を使うと回答した人数は412人中84人ほどで、全体の約20%を占めている。

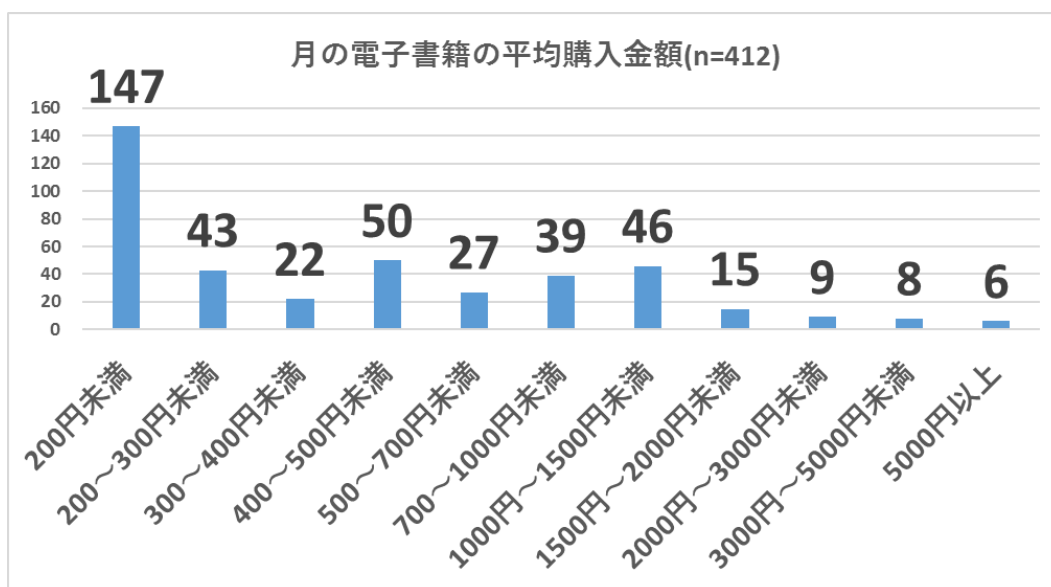


図17 月の電子書籍の平均購入金額 単位：人

本実験では、「購入したことのある電子書籍のジャンルを教えてください。(複数回答可)」という質問をし、図18のような結果を得た。回答した人数が多いのは、1位はマンガ、2位は小説、3位は実用書だった。この3位までの順位は、実験で使用する書籍のジャンルを決める際に参考にした「電子書籍ビジネス調査報告書2015」の結果と同じである。これより、Q2からQ13で使用するジャンルの書籍を購入した経験がある実験参加者が存在すると分かった。

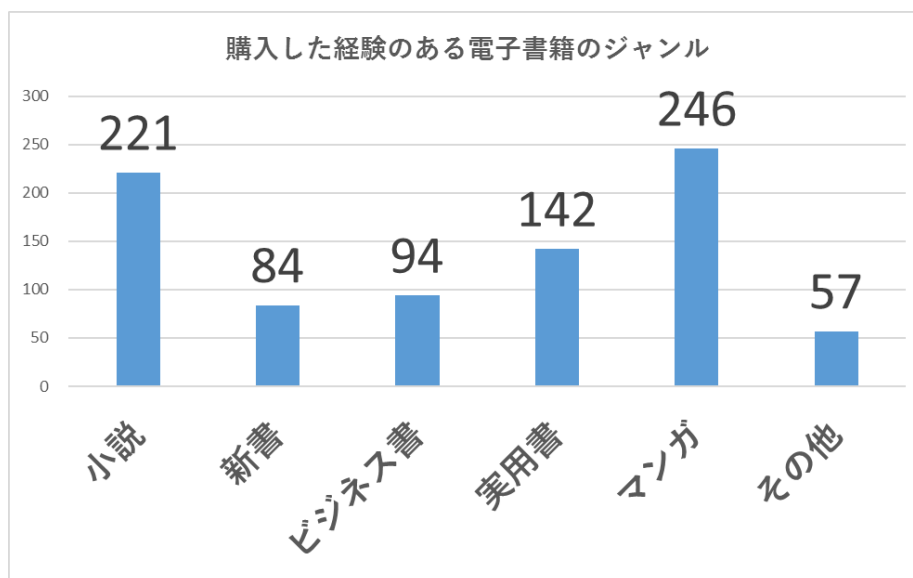


図18 購入した経験のある電子書籍のジャンル 単位：人

4.2.2 課題1の結果(Q2からQ5の結果)

課題1の結果について述べる。この課題では、小説を取り扱った。課題1では、紙の書籍を選択した人数の平均は262人、電子書籍を選択した人数の平均は150人だった。選択した人数だけみると、紙の書籍を選ぶ実験参加者が多かった。

購入したことのある電子書籍のジャンルのアンケート結果と課題1で電子書籍と紙の書籍のどちらを選択したかのクロス集計結果について述べる。表11で示した結果をみると、どのジャンルでも、紙の本を購入すると回答した人が50%を超えていた。電子書籍を購入すると回答する人が45%以上だったのは「小説」・「新書」・「実用書」である。

表11 課題1：購入したことのある電子書籍のアンケート結果とのクロス集計

課題1			
ジャンル	人数	電子書籍を 購入する(%)	紙の本を 購入する(%)
小説	221	45.9	54.1
新書	84	48.2	51.8
ビジネス書	94	40.7	59.3
実用書	142	46.3	53.7
マンガ	246	38.3	61.7
その他	57	38.2	61.8

次に電子書籍を読む頻度と課題1で電子書籍と紙の書籍のどちらを選択したかの結果とのクロス集計をみる。クロス集計結果は表12に示した。課題1では全体を通して、電子書籍を選んだ人が36.4%、紙の書籍を選んだ人が63.6%となった。また、電子書籍を購入する頻度が低い人ほど、紙の書籍を購入すると選択する人の割合が大きい。回答している人数が一番多いのが、4～6ヶ月に1度である。そこでは79.4%の人が紙の書籍を購入すると回答している。頻度が「毎日」～「4～5日に1度」の間と回答している人は、電子書籍を購入する人の割合が50%を超えている。

表12 課題1：電子書籍を読む頻度とのクロス集計

頻度	人数	電子書籍を 購入する(%)	紙の本を 購入する(%)
毎日	38	53.3	46.7
2～3日に 1度	46	51.1	48.9
4～5日に 1度	17	64.7	35.3
1週間に1度	65	36.5	63.5
2週間に1度	29	39.7	60.3
1ヶ月に1度	50	34.5	65.5
2～3ヶ月に 1度	42	40.5	59.5
4～6ヶ月に 1度	125	20.6	79.4

次にコンジョイント分析の結果である。分析に使用した属性の数は4つ、それぞれに2つの水準がある。属性と水準の組み合わせは表13に示した。XLSTATで分析を行う際に、属性のもつ水準の数を同じにする必要があった。そのため、電子書籍の機能において水準「なし」を追加し、分析を行った。

表13 属性情報

属性	水準
書籍の種類	電子
	紙
挿絵	あり
	なし
あとがき	あり
	なし
電子書籍の機能	あり
	なし

課題1の効用値は表14のようになった。Zeroというのは回答者に出題されなかった課題のことである。まず、書籍の種類については、紙の効用値のほうが高く、紙の書籍が好まれていると考えられる、次に挿絵、あとがき、機能については、3つとも「なし」が正の値になっており、好まれていることが分かる。

表14 課題1の効用値

属性と水準	効用値
書籍種類-紙	0.279
書籍種類-電子	-0.279
挿絵-あり	-0.021
挿絵-なし	0.021
あとがき-あり	-0.011
あとがき-なし	0.011
機能-あり	-0.008
機能-なし	0.008
Zero	2.142

次に重要度をみていく。課題1の重要度に関しては、図19に示した。4つの属性の中で重要度が1番高いのが書籍の種類、2番目が機能、3番目があとがき、4番目が挿絵となっている。この結果より、書籍のジャンルを文芸小説とし、読書の目的を情報と知識の獲得のための読書とした際は、あとがきや挿絵、機能といった属性は購買を決める際にはあまり重視されない可能性があると考えられる。

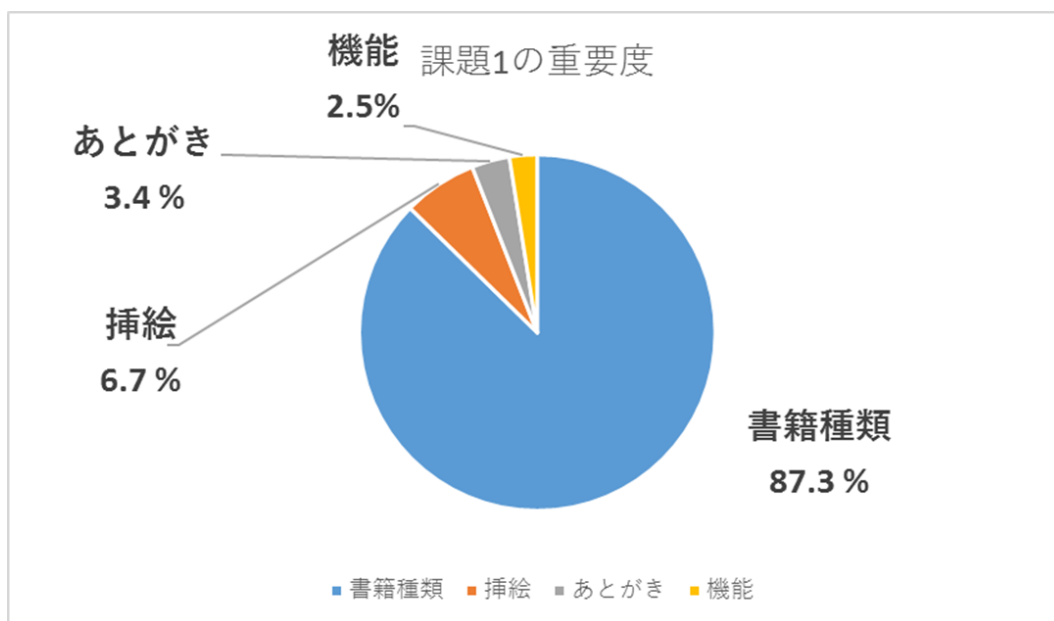


図19 課題1の重要度

4.2.3 課題2の結果(Q6からQ9の結果)

次に課題2の結果についてである。この課題でも、小説を取り扱った。紙の書籍を選択した人数の平均は232人、電子書籍を選択した人数の平均は180人だった。

購入したことのある電子書籍のジャンルのアンケート結果と課題2で電子書籍と紙の書籍のどちらを選択したかのクロス集計結果について述べる。課題2でも小説を使用した。読書の目的が課題1とは異なっていた。表15をみると、小説と回答した人の中では、電子書籍と回答した人の数が多いと分かる。また、実用書と新書でも電子書籍と回答した人が多かった。

表15 課題2：購入したことがある電子書籍のジャンルの結果とのクロス集計

課題2			
ジャンル	人数	電子書籍を 購入する(%)	紙の本を 購入する(%)
小説	221	52.9	47.1
新書	84	55.1	44.9
ビジネス 書	94	42.8	57.2
実用書	142	50.7	49.3
マンガ	246	40.7	59.3
その他	57	50.0	50.0

次に電子書籍を読む頻度と課題2で電子書籍と紙の書籍のどちらを選択したかのクロス集計結果について述べる。クロス集計結果は表16に示した。課題2では全体を通して、電子書籍を選んだ人が43.7%、紙の書籍を選んだ人が56.3%となった。表17を参照すると、課題1の結果と似ており、電子書籍を購入する頻度が少ない実験参加者ほど、「紙の書籍を購入する」と選択する割合が大きいと分かる。しかし、4～6ヶ月に1度と回答している人が「紙の書籍を購入する」を選択する割合は課題1よりは減少している。

表16 課題2：電子書籍を読む頻度とのクロス集計

課題2			
頻度	人数	電子書籍を 購入する(%)	紙の本を 購入する(%)
毎日	38	53.3	46.7
2～3日に 1度	46	56.5	43.5
4～5日に 1度	17	54.4	45.6
1週間に 1度	65	52.3	47.7
2週間に 1度	29	47.4	52.6
1ヶ月に1度	50	40.5	59.5
2～3ヶ月に 1度	42	48.2	51.8
4～6ヶ月に 1度	125	29.0	71.0

課題2の効用値を表17に示す。書籍の種類では紙の書籍を好むという回答がみられた。挿絵・あとがき・機能については「あり」を好むという結果になった。

表17 課題2の効用値

属性と水準	効用値
書籍種類-紙	0.131
書籍種類-電子	-0.131
挿絵-あり	0.014
挿絵-なし	-0.014
あとがき-あり	0.013
あとがき-なし	-0.013
機能-あり	0.026
機能-なし	-0.026
Zero	2.052

次に重要度についてである。図20に示した課題2の重要度をみると、書籍の種類が1番高く、2番目に高いのが機能、3番目は挿絵、4番目があとがきという順番になっている。書籍の種類が全体の7割を占めており、書籍のジャンルを文芸小説とし、読書の目的を文学的体験のための読書とした場合でも、あとがきや挿絵、機能といった属性は購買を決める際にはあまり重視されないと考えられる。

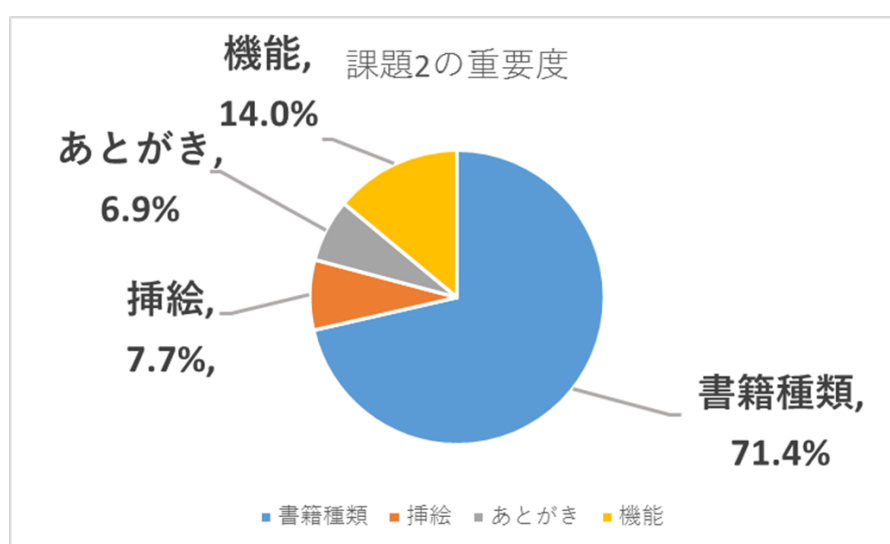


図20 課題2の重要度

4.2.4 課題3の結果(Q10からQ12の結果)

最後に課題3である。課題3は実用書を取り扱った。全体を通して、電子書籍を選んだ人数の平均が219.5人、紙の書籍を選んだ人数の平均192.5人だった。購入したことのある電子書籍のジャンルのアンケート結果と課題3で電子書籍と紙の書籍のどちらを選択したかの結果のクロス集計をみていく。表18で示したように、3つの課題のなかで電子書籍と選択した人が一番多かった。どのジャンルでも55%以上の人が電子書籍を購入すると回答している。また、新書を読んだ経験のある人が電子書籍を選ぶ比率が高かった。しかし、マンガを読んだ経験のある人の比率は他のジャンルの書籍に比べると、低かった。

表18 課題3：購入したことのある電子書籍のジャンルの結果とのクロス集計

課題3			
ジャンル	人数	電子書籍を購入する(%)	紙の本を購入する(%)
小説	221	60.9	39.1
新書	84	65.5	34.5
ビジネス書	94	58.5	41.5
実用書	142	60.9	39.1
マンガ	246	55.9	44.1
その他	57	63.2	36.8

次に電子書籍を読む頻度と課題3で電子書籍と紙の書籍のどちらを選択したかの結果のクロス集計をみる。結果は表19に示しており、電子書籍を選んだ人が53.3%、紙の書籍を選んだ人が46.7%となった。課題1と課題2の結果とは異なった。課題3では4~6ヶ月に1度と回答した層の63.2%が紙の本を購入すると回答した。しかし、頻度が「毎日」~「2~3ヶ月に1度」と回答した層では50%以上が電子書籍を購入すると回答していた。

表19 課題3：電子書籍を読む頻度とのクロス集計

課題3			
頻度	人数	電子書籍を 購入する(%)	紙の本を 購入する(%)
毎日	38	71.1	28.9
2～3日に 1度	46	70.1	29.9
4～5日に 1度	17	58.8	41.2
1週間に 1度	65	56.5	43.5
2週間に 1度	29	54.3	45.7
1ヶ月に1度	50	54.0	46.0
2～3ヶ月に 1度	42	58.9	41.1
4～6ヶ月に 1度	125	36.8	63.2

課題3の効用値を表20に示す。書籍の種類では電子書籍が好まれていることが分かる。また、挿絵・あとがき・機能といった属性も「あり」のほうが好まれている。

表20 課題3の効用値

属性と水準	効用値
書籍種類-紙	-0.049
書籍種類-電子	0.049
挿絵-あり	0.067
挿絵-なし	-0.067
あとがき-あり	0.039
あとがき-なし	-0.039
機能-あり	0.106
機能-なし	-0.106
Zero	1.940

課題3の重要度に関しては、図21に示した。4つの属性の中で重要度が1番高いのが機能、2番目が書籍の種類、3番目が挿絵、4番目があとがきとなっている。この結果より、書籍のジャンルを実用書とし、読書の目的を情報と知識の獲得のための読書とした際は、機能や挿絵といった属性が重要視される可能性があると考えられる。

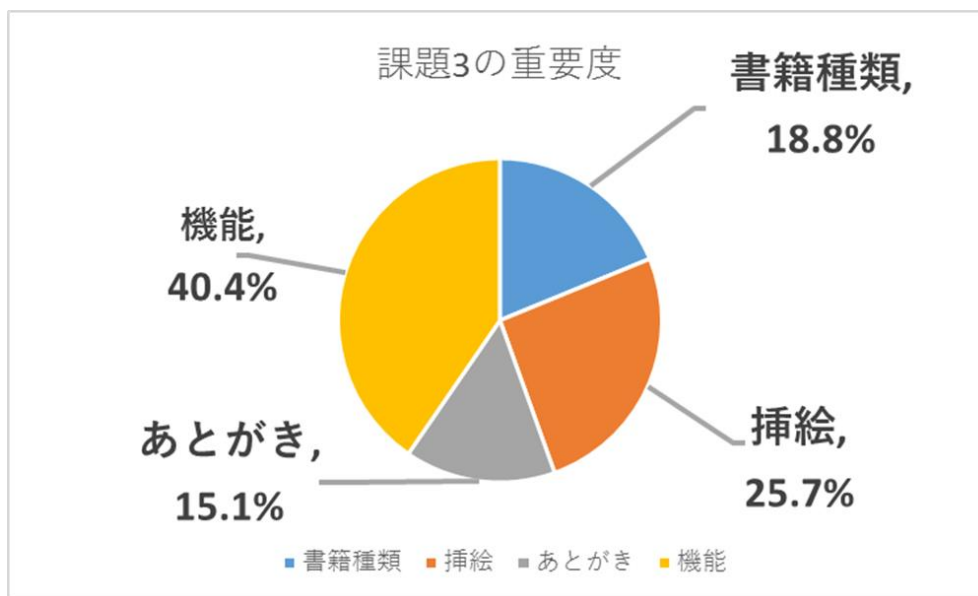


図21 課題3の重要度

4.3 考察

全体の結果より、提示する属性や水準を変化させることで、電子書籍か紙の書籍のどちらを購入するかという決断が変化する可能性があると考えられる。加えて、書籍のジャンルや読書の目的を変化させると、購入の決断の際に重要視する属性と水準も変化する。ここから、「書籍のジャンル・読書の目的が変わると、着目する項目が変化する」というリサーチクエスションはある程度支持されるのではないかと考える。

課題1から3までを比較して、結果について考察し、表21としてまとめた。課題1の効用値では、書籍の種類に関しては「紙の書籍」、挿絵・あとがき・機能に関しては「なし」が好まれているという結果がでた。課題2と課題3では、挿絵・あとがき・機能に関しては「あり」が好まれている。課題1は課題2と書籍のジャンルが同じで、課題3とは書籍を読書の目的が同じである。ここから、ジャンルと読書の目的を組み合わせた際の違いが結果に影響している可能性があると考えられる。また、書籍のジャンルを文芸小説と設定した

課題では、紙の書籍を好む傾向がある。次に課題1の重要度についてである。課題1では重要度のおよそ8割を「書籍の種類」が占めているが、課題2でも同様の傾向がみられる。

次に課題2では、課題2の効用値では、書籍の種類に関しては「紙の書籍」、挿絵・あとがき・機能に関しては「あり」が好まれているという結果がでた。この結果は「あり」か「なし」という基準だけでみると、課題3と似た傾向があるといえる。ただ、重要度をみても、課題2で重要度が1番高い属性は「書籍の種類」、課題3では「機能」であるので、重要度の点からは違う結果だと考えられる。

最後に課題3の効用値では、書籍の種類に関しては「電子書籍」、挿絵・あとがき・機能に関しては「あり」が好まれているという結果がでた。課題1から課題3の中では唯一「電子書籍」が好まれるという結果が出た。この電子書籍を好むという結果は、書籍のジャンルが実用書であることが影響しているのではないかと推察する。理由としては、課題1と課題2では設定した目的が違うが、紙の書籍を好むという結果になった。課題2と課題3では目的は同じだが、本のジャンルが違い、電子書籍を好むという結果がでていいる。ここから、ジャンルが影響しているのではないかと考える。重要度に関しては、課題1と課題2と異なる結果がでた。1番値が高いのが、「機能」、2番目が「挿絵」、3番目が「書籍の種類」、4番目が「あとがき」である。課題1と課題2の重要度の割合は7～8割であったが、課題3では約2割だった。ここから、書籍のジャンルが購入の決断の際に重要視する属性と水準に与える影響が大きいのではないかと推察できる。

また、目的やジャンル以外の要因も結果に影響しているのではないかと考える。3.2.7の実験1の自由回答で長編シリーズだと記述したことで、書籍の置き場所について考えて、回答した実験参加者がいた。ここから、課題2と課題3の設問文においても長編シリーズと記述した影響があるのではないかと考えられる。

クロス集計の結果からも検討を加える。実験2の参加者のうち電子書籍を購入する頻度が高くない層は「紙の書籍を購入する」を選択する割合が高いと分かった。ここから、課題1と課題2の重要度の値において、書籍の種類の値がより高くなっているのではないかと考えられる。また、課題3の重要度の値の構成が課題1・課題2と大きく違うのも、この部分が影響しているのではないかと考えられる。

課題3で取り扱った書籍と読書の目的の組み合わせが現実の読書であまりみられない組み合わせになっていた。そのため、課題3の結果についてはその点を考慮する必要がある。

表21 課題ごとの効用値

課題名	ジャンル	目的	属性	水準	値
課題1	小説	情報の獲得 と 使用	書籍種類	紙の書籍	正
			書籍種類	電子書籍	負
			挿絵	あり	負
			挿絵	なし	正
			あとがき	あり	負
			あとがき	なし	正
			機能	あり	負
			機能	なし	正
課題2	小説	文学的体験	書籍種類	紙の書籍	正
			書籍種類	電子書籍	負
			挿絵	あり	正
			挿絵	なし	負
			あとがき	あり	正
			あとがき	なし	負
			機能	あり	正
			機能	なし	負
課題3	実用書	文学的体験	書籍種類	紙の書籍	負
			書籍種類	電子書籍	正
			挿絵	あり	正
			挿絵	なし	負
			あとがき	あり	正
			あとがき	なし	負
			機能	あり	正
			機能	なし	負

5章 おわりに

5.1 まとめ

本研究では、リサーチクエスチョンを「紙の書籍・電子書籍を購入する際の比較の判断材料としてどのような項目があるのか?」、「書籍のジャンル・読書の目的が変わると、着目する項目が変化する」と設定した。「紙の書籍・電子書籍を購入する際の比較の判断材料としてどのような項目があるのか?」を明らかにするために、実験1を行った。結果より、今回の課題で設定した書籍のジャンルや読書の目的の場合は、値段が重視されていることが分かった。また、こちらが事前に設定した項目以外にも比較の判断材料として様々な項目が存在することも分かった。

実験2では「書籍のジャンル・読書の目的が変わると、着目する項目が変化する」を調査した。小説を取り扱った課題では紙の書籍を選択した人数が多く、実用書では電子書籍を選択する人数が多いという結果が得られた。また、読書の目的を変更すると、項目の重要度の値が変化していた。ここから、今回実験で設定した条件のもとでは、「書籍のジャンル・読書の目的が変わると、着目する項目が変化する」可能性があるのではないかと考えられる。

研究の限界点としては以下のような点が挙げられる。実験1では参加者層の偏りや書籍のもつ独自性や属性の影響、課題のストーリーの設定の影響が結果にでた。実験2の課題3の問題文で取り扱った書籍と読書の目的の組み合わせが現実の読書であまりみられない組み合わせになっていた。そのため、課題3の結果についてはその点を考慮する必要がある。

5.2 今後の課題

1点目に今回実験で使用した書籍のジャンルは3種類だけだった。そのため、それ以外のジャンルを使用した場合、どのような結果が得られるかを明らかにすることが今後の課題とする。

2点目に実験2で使用した比較項目は実験1で使用したものよりも少ない。そのため、項目を追加してどのような結果が得られるかについて検証を行うことが課題として挙げられる。数が少ない理由としては、コンジョイント分析では使用する属性と水準を多くすると、回答者に出題する問題が増えすぎてしまうため、数を絞った。

3点目は実験2の課題1で得られた結果はどの比較項目でも「なし」を好む人が多かった。しかし、どのような要素の影響を受けて「なし」が好まれたのかが、明らかにならなかった。この点は今後の課題として残った。

4つ目は電子書籍の購入判断をする際に項目の有無以外の要素も影響する場合もあり、購入者の背景も影響していると考えられる。具体的に述べると、書籍を置くスペースや書籍の在庫がない際に、購入者が電子書籍の購入を選択するしかない場合である。そのため、購入者の背景についても検討の余地があると考えられる。

5つ目は単行本や文庫といった紙の書籍のフォーマットとさまざまな条件との電子書籍の比較についてである。本研究では本の内容情報に重点をおき、紙の書籍のフォーマットに着目して、書籍の比較を行う課題設定を行わなかった。今後の課題として、紙の書籍のフォーマットの違いという側面から比較や調査を行うことが考えられる。

6つ目は電子書籍のプラットフォームや購入者層を絞って、実験を行うという課題である。電子書籍を読む媒体や利用者の年齢層などを絞ると、本研究とは違った結果が得られるのではないかと考える。

謝辞

研究指導教員の高久雅生先生には研究の方向性や実施方法、分析に関することや論文の執筆など、多くの点において丁寧で温かいご指導とご助言をいただきました。松村敦先生、松林麻実子先生にも分析方法などに関するご助言いただきました。厚く御礼申し上げます。また、議論の中でたくさんのご指摘・ご意見をくださいました高久研究室の皆様にも感謝申し上げます。さらに、忙しい時期にもかかわらず、本研究の実験に協力していただいた方々に深い感謝の意を表します。ありがとうございました。

参考文献

- [1]インプレス総合研究所：電子書籍ビジネス調査報告書 2016，初版．東京，株式会社インプレス． 381p.， pp.29, 2016.
- [2] インプレス総合研究所:電子書籍ビジネス調査報告書 2015,，初版．東京，株式会社インプレス． 388p.， pp.36, 2015.
- [3] 株式会社 BookLive：「≪20～50 代に聞いた電子書籍の利用実態調査≫電子書籍ユーザー、紙と電子の”使い分け派“は 9 割以上！」BookLive プレスリリース」,
<https://booklive.co.jp/release/2014/11/260952.html> (2017 年 4 月 11 日参照)
- [4]Amazon Kindle ストア：「グイン・サーガ 1 豹頭の仮面 Kindle 版」,
<https://www.amazon.co.jp/dp/B009DELJAO/>,(2017 年 1 月 2 日参照)
- [5]Amazon 本:「anan (アンアン) 2015/09/16 [雑誌]」,
<https://www.amazon.co.jp/dp/B0147C9T7G>,(2017 年 1 月 2 日参照)
- [6]高野健太郎，大村賢悟，柴田博仁：短編小説の読みにおける紙の書籍と電子書籍端末の比較．研究報告ヒューマンコンピュータインタラクション，Vol.141, No.4, pp.1-8, 2011.
- [7]渡部和雄:電子書籍利用者と紙書籍利用者の意識や行動の差異に関する研究．日本印刷学会誌，Vol.52, No.1, pp.61-68, 2015.
- [8]栗山浩一，柘植隆弘，庄子康：初心者のための環境評価入門，第 1 版．東京，勁草書房．pp.175-199，第 10 章コンジョイント分析，2013.
- [9]金城敬太，海老名剛：消費の外部性を考慮した書籍市場の分析—階層ベイズモデリングと市場シミュレーション．知能と情報(日本知能情報学会誌)，Vol.25, No.2, pp.690-700, 2013.
- [10]山重慎二，田中康就，阿部道和:「トクホ・ラベル」への支払意思額の推計 健康食品の表示制度のあり方を考える．医療と社会，2015, Vol.3, No.3, pp.305-319.
- [11] 伊藤有紀，福留奈美，香西みどり：一汁三菜の食事における好ましい食器の大きさおよび形の組み合わせの検討．日本調理科学会誌，Vol.48, No.5, pp.351-358, 2015.
- [12] 大西千絵，後藤一寿：消費目的別のイチゴとパッケージに対する消費者ニーズ．農業経営研究，Vol.50, No.3, pp.96-101, 2012.
- [13]五十嵐中，福田敬，後藤励：FCTC 6 条 たばこ税増税の経済評価とたばこによる経済損失——たばこ税の影響と禁煙政策の医療経済評価にまつわる諸問題——．保健医療科学，Vol.64, No.5, pp.426-432, 2015.
- [14] インプレス総合研究所：電子書籍ビジネス調査報告書 2015，初版．東京，株式会社インプレス． 381p.， 2015, pp. 246.
- [15]足立幸子：“海外の読書調査と読書文化から何を学ぶか——読解力は豊潤な読書文化にこそ育まれる——”ベネッセ教育総合研究所 情報誌ライブラリ (研究者向け) BERD バックナンバー 2006 年度 6 号：海外の読書調査と読書文化から何を学ぶか，

http://berd.benesse.jp/berd/center/open/berd/backnumber/2006_06/fea_adachi_01.html
(2016年12月31日参照)

[16]真城知己:教育・心理・福祉分野での活用法 SPSSによるコンジョイント分析, 第1版. 東京, 東京図書株式会社. 193p., pp. 168, 2001.

[17]真城知己:教育・心理・福祉分野での活用法 SPSSによるコンジョイント分析, 第1版. 東京, 東京図書株式会社. 193p., pp. 120, 2001.

[18] Amazon.co.jp : Amazon.co.jp「本・コミック・雑誌 & Audible」,
https://www.amazon.co.jp/b/ref=nav__jb?ie=UTF8&node=465392 (2017年1月10日参照)

[19] 2Dfacto,Inc. : ハイブリッド総合書店 honto, <https://honto.jp/>(2017年1月10日参照)

[20]株式会社紀伊国屋書店 : 紀伊国屋書店ウェブサイト,
<https://www.kinokuniya.co.jp/>(2017年1月10日参照)

[21] 2Dfacto,Inc. : ハイブリッド総合書店 honto「紙の本 オン・ザ・ライン」,
https://honto.jp/netstore/pd-book_27189912.html (2017年1月10日参照)

[22] 2Dfacto,Inc. : ハイブリッド総合書店 honto「電子書籍 オン・ザ・ライン」,
https://honto.jp/ebook/pd_27271356.html (2017年1月10日参照)

[23] 2Dfacto,Inc. : ハイブリッド総合書店 honto「紙の本 アルスラーン戦記1 王都炎上」,
https://honto.jp/netstore/pd-book_03541662.html (2017年1月10日参照)

[24] 2Dfacto,Inc. : ハイブリッド総合書店 honto「電子書籍 アルスラーン戦記1 王都炎上」,
https://honto.jp/ebook/pd_26503031.html (2017年1月10日参照)

[25] 2Dfacto,Inc. : ハイブリッド総合書店 honto「紙の本 知らないとゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ188」,
https://honto.jp/netstore/pd-book_02750235.html
(2017年1月10日参照)

[26] 2Dfacto,Inc. : ハイブリッド総合書店 honto「電子書籍 知らないとゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ188」,
https://honto.jp/ebook/pd_10141121.html (2017年1月10日参照)

発表論文一覧

1. 縷沢奈穂美, 高久雅生 : 電子書籍と紙の書籍の購入のための比較項目. 情報知識学会誌, Vol.26, No.2, pp.165-173, 2016, 情報知識学会第24回年次大会, つくば

2. 縷沢奈穂美, 高久雅生 : 電子書籍と紙の書籍の比較項目が購入判断に及ぼす影響－提示する比較項目と選好の関係から－. 情報知識学会誌, Vol.27, No.2, pp.161-174, 2017, 情報知識学会第25回年次大会, 京都

付録 A

A-1.事前アンケート

このアンケートは電子書籍(出版されている一般書・雑誌・週刊誌・漫画を電子データ化したもの)の利用状況を調査するものです。ここでいう電子書籍の利用とは電子書籍をダウンロードし、1冊を読み終えることを指します。

※ここでいう読み終わるというのは雑誌や週刊誌などで読みたい記事だけ読んだなどの部分的に読む行為も含まれます。

「*」がついている問題は回答が必須

1.現在の年齢を教えてください(半角英数字で入力してください) *

2.現在、所属している学類・研究科を教えてください *

3.先月読み終わった本(出版されている一般書・雑誌・週刊誌・漫画)は何冊ですか？(紙版または電子版両方含む) *

4冊以上

1-3冊

読んでいない

4.あなたは有料の電子書籍を利用したことがありますか？ ※電子書籍の利用とは電子書籍をダウンロードし、1冊を読み終えることを指します。 *

はい

いいえ

5.一番よく利用するストアはどこですか？(複数回答可) *

iBooks Store

Kobo

eBookJapan

紀伊国屋 BookWeb

パピレス

Yahoo!ブックストア

honto

Reader Store

Kindle ストア

その他:

6.あなたが電子書籍を読む際に使うデバイスはどれですか？(複数回答可)*

タブレット端末

スマートフォン

電子書籍専用リーダー

デスクトップ PC

ノート PC

携帯電話

その他

7.どのくらいの頻度で電子書籍を読んでいますか？ *

毎日

2,3日に1度

1週間に1度

2週間に1度

1ヶ月に1度

2,3か月に1度

その他:

8.電子書籍でよく読むジャンルは何ですか？(複数回答可)*

小説

新書

ビジネス書

実用書

漫画

参考書

その他:

9.紙の書籍でよく読むジャンルは何ですか？*

小説

新書

ビジネス書

実用書

漫画

参考書

その他:

10.購入したのことある電子書籍のジャンルを教えてください（複数回答可）

小説

新書

ビジネス書

実用書

漫画

参考書

その他:

11.読んでいる本の中で電子書籍を読む割合はどれくらいを占めていますか？ *
大体でよいので、百分率で記入してください。

A-2.事後アンケート

1.電子書籍の機能としてどんなものがあるか知っているものを教えてください *

しおり

ハイライト

メモ

辞書

検索

知らない

その他:

2.普段、電子書籍の機能としてどんなものをよく使いますか？ *

しおり

ハイライト

メモ

辞書

検索

使わない

その他:

3.課題で使用した本の中で読んだことのある作品があれば教えてください *

鋼の錬金術師

日本一やさしくて使える会計の本

グインサーガ
アヴェマリアのヴァイオリン
鋼の錬金術師(電子書籍)
日本一やさしくて使える会計の本(電子書籍)
グインサーガ 豹頭の仮面(電子書籍)
アヴェマリアのヴァイオリン(電子書籍)
なし

A-3 実験課題におけるストーリー条件

課題 A 「マンガと文学的体験のための読書」

あなたは長編シリーズものの漫画を読んでみようと考えています。あなたは同じガンガンコミックスで出版された、別の作者が描いていた作品を読んだことがあります。この作品を楽しむには、紙の書籍か電子書籍どちらで読むか検討してみることにしました。

課題 B 「趣味・実用・ガイドと情報の獲得と使用のための読書」

あなたは新しく始まる仕事のために、会計の本を読もうと考え、購入することにしました。調べると、その本は電子書籍版も販売されていることがわかりました。会計に関する知識を得るためには、紙の書籍か電子書籍どちらで読むのがよいのか、検討してみることにしました。

課題 C 「文芸小説と文学的体験のための読書」

あなたは読書が趣味です。最近では巻数が 50 巻を超えている長編作品を読み始めようかと考えています。この作品を自分の環境で楽しむためには、紙の書籍か電子書籍どちらで読むのがよいのか、検討してみることにしました。

課題 D 「文芸小説と情報の獲得と使用のための読書」

あなたは課題で指定された文芸小説の感想文を書かなくてはなりません。自分が読書感想文を書くためには、紙の書籍か電子書籍どちらで読むのがよいのか、検討してみることにしました。

付録 B

B-1. スクリーニングで使用したアンケート

・傍線が引いてある選択肢を選択した対象者は除外した

scQ1 あなたは有料の電子書籍を利用したことがありますか。

1 はい

2 いいえ

scQ2 あなたはどのくらいの頻度で電子書籍を読んでいますか。

- 1 毎日
- 2 2～3日に1度
- 3 4～5日に1度
- 4 1週間に1度
- 5 2週間に1度
- 6 1ヶ月に1度
- 7 2～3ヶ月に1度
- 8 4～6ヶ月に1度
- 9 読んだことがない

scQ3 あなたの月の電子書籍の平均購入金額を教えてください。

- 1 200円未満
- 2 200～300円未満
- 3 300～400円未満
- 4 400～500円未満
- 5 500～700円未満
- 6 700～1000円未満
- 7 1000円～1500円未満
- 8 1500円～2000円未満
- 9 2000円～3000円未満
- 10 3000円～5000円未満
- 11 5000円以上
- 12 買ったことがない

B-2. Q1 の設問文

Q1 購入したことがある電子書籍のジャンルを教えてください。(複数回答可)

- 1 小説
- 2 新書
- 3 ビジネス書
- 4 実用書
- 5 マンガ
- 6 その他

B-3.Q2 から Q12 までの設問文と一緒に表示した画像

課題 1

課題 1-画像 1 電子書籍(機能あり)



電子書籍

オン・ザ・ライン

著者 朽木祥

ウルトラ体育会系だけれども活字中毒でもある文学少年、侃は、高校入学後、仲良くなった友だちに誘われて、テニス部に入ることになった。初めて手にするラケットだったが、あっという間にテニスの虜になり、仲間と一緒に熱中した。テニス三昧の明るく脳天気な高校生活が、いつでも続くように思えたが…。ある日の出来事を境に、少年たちは、自己を見つめ、自分の生き方を模索し始める。少年たちのあつい友情と避けがたい人生の悲しみ。切ないほどにきらめく少年たちの日々の物語。本作品は、青少年読書感想文全国コンクールの課題図書となる。待望の文庫化！

販売開始日：2015/07/24

出版社：小学館

オン・ザ・ライン

702円 (税込)

メモ、検索、ハイライトへの対応：あり

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS | Android | Win | Mac

課題 1-画像 2 電子書籍(あとがきあり)



電子書籍

オン・ザ・ライン

著者 朽木祥

ウルトラ体育会系だけれども活字中毒でもある文学少年、侃は、高校入学後、仲良くなった友だちに誘われて、テニス部に入ることになった。初めて手にするラケットだったが、あっという間にテニスの虜になり、仲間と一緒に熱中した。テニス三昧の明るく脳天気な高校生活が、いつでも続くように思えたが…。ある日の出来事を境に、少年たちは、自己を見つめ、自分の生き方を模索し始める。少年たちのあつい友情と避けがたい人生の悲しみ。切ないほどにきらめく少年たちの日々の物語。本作品は、青少年読書感想文全国コンクールの課題図書となる。待望の文庫化！

販売開始日：2015/07/24

出版社：小学館

オン・ザ・ライン

702円 (税込)

あとがき：あり

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS | Android | Win | Mac

課題 1-画像 3 電子書籍(あとがきなし)



販売開始日：2015/07/24

出版社：小学館

電子書籍

オン・ザ・ライン

著者 朽木祥

ウルトラ体育会系だけれども活字中毒でもある文学少年、侃は、高校入学後、仲良くなった友だちに誘われて、テニス部に入るようになった。初めて手にするラケットだったが、あっという間にテニスの虜になり、仲間と一緒に熱中した。テニス三昧の明るく脳天気な高校生活が、いつでも続くように思えたが…。ある日の出来事を境に、少年たちは、自己を見つめ、自分の生き方を模索し始める。少年たちのあつい友情と避けがたい人生の悲しみ。切ないほどにきらめく少年たちの日々の物語。本作品は、青少年読書感想文全国コンクールの課題図書となる。待望の文庫化！

オン・ザ・ライン

702円 (税込)

あとがき：なし

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS Android Win Mac

課題 1-画像 4 電子書籍(挿絵あり)



販売開始日：2015/07/24

出版社：小学館

電子書籍

オン・ザ・ライン

著者 朽木祥

ウルトラ体育会系だけれども活字中毒でもある文学少年、侃は、高校入学後、仲良くなった友だちに誘われて、テニス部に入るようになった。初めて手にするラケットだったが、あっという間にテニスの虜になり、仲間と一緒に熱中した。テニス三昧の明るく脳天気な高校生活が、いつでも続くように思えたが…。ある日の出来事を境に、少年たちは、自己を見つめ、自分の生き方を模索し始める。少年たちのあつい友情と避けがたい人生の悲しみ。切ないほどにきらめく少年たちの日々の物語。本作品は、青少年読書感想文全国コンクールの課題図書となる。待望の文庫化！

オン・ザ・ライン

702円 (税込)

挿絵：あり

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS Android Win Mac

課題 1-画像 5 電子書籍(挿絵なし)



販売開始日：2015/07/24

出版社：小学館

電子書籍

オン・ザ・ライン

著者 朽木祥

ウルトラ体育会系だけれども活字中毒でもある文学少年、侃は、高校入学後、仲良くなった友だちに誘われて、テニス部に入ることになった。初めて手にするラケットだったが、あっという間にテニスの虜になり、仲間と一緒に熱中した。テニス三昧の明るく脳天気な高校生活が、いつでも続くように思えたが…。ある日の出来事を境に、少年たちは、自己を見つめ、自分の生き方を模索し始める。少年たちのあつい友情と避けがたい人生の悲しみ。切ないほどにきらめく少年たちの日々の物語。本作品は、青少年読書感想文全国コンクールの課題図書となる。待望の文庫化！

オン・ザ・ライン

702円 (税込)

挿絵：なし

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS Android Win Mac

課題 1-画像 6 紙の書籍(あとがきあり)



販売開始日：2015/07/07

出版社：小学館

紙の本

オン・ザ・ライン

著者 朽木祥

ウルトラ体育会系だけれども活字中毒でもある文学少年、侃は、高校入学後、仲良くなった友だちに誘われて、テニス部に入ることになった。初めて手にするラケットだったが、あっという間にテニスの虜になり、仲間と一緒に熱中した。テニス三昧の明るく脳天気な高校生活が、いつでも続くように思えたが…。ある日の出来事を境に、少年たちは、自己を見つめ、自分の生き方を模索し始める。少年たちのあつい友情と避けがたい人生の悲しみ。切ないほどにきらめく少年たちの日々の物語。本作品は、青少年読書感想文全国コンクールの課題図書となる。待望の文庫化！

オン・ザ・ライン

702円 (税込)

あとがき：あり

課題 1-画像 7 紙の書籍(あとがきなし)



販売開始日：2015/07/07

出版社：小学館

紙の本

オン・ザ・ライン

著者 朽木祥

ウルトラ体育会系だけれども活字中毒でもある文学少年、侃は、高校入学後、仲良くなった友だちに誘われて、テニス部に入るようになった。初めて手にするラケットだったが、あっという間にテニスの虜になり、仲間と一緒に熱中した。テニス三昧の明るく脳天気な高校生活が、いつでも続くように思えたが…。ある日の出来事を境に、少年たちは、自己を見つめ、自分の生き方を模索し始める。少年たちのあつい友情と避けがたい人生の悲しみ。切ないほどにきらめく少年たちの日々の物語。本作品は、青少年読書感想文全国コンクールの課題図書となる。待望の文庫化！

オン・ザ・ライン

702円 (税込)

あとがき：なし

課題 1-画像 8 紙の書籍(挿絵あり)



販売開始日：2015/07/07

出版社：小学館

紙の本

オン・ザ・ライン

著者 朽木祥

ウルトラ体育会系だけれども活字中毒でもある文学少年、侃は、高校入学後、仲良くなった友だちに誘われて、テニス部に入るようになった。初めて手にするラケットだったが、あっという間にテニスの虜になり、仲間と一緒に熱中した。テニス三昧の明るく脳天気な高校生活が、いつでも続くように思えたが…。ある日の出来事を境に、少年たちは、自己を見つめ、自分の生き方を模索し始める。少年たちのあつい友情と避けがたい人生の悲しみ。切ないほどにきらめく少年たちの日々の物語。本作品は、青少年読書感想文全国コンクールの課題図書となる。待望の文庫化！

オン・ザ・ライン

702円 (税込)

挿絵：あり

課題 1-画像 9 紙の書籍(挿絵なし)



販売開始日：2015/07/07

出版社：小学館

紙の本

オン・ザ・ライン

著者 朽木祥

ウルトラ体育会系だけれども活字中毒でもある文学少年、侃は、高校入学後、仲良くなった友だちに誘われて、テニス部に入ることになった。初めて手にするラケットだったが、あっという間にテニスの虜になり、仲間と一緒に熱中した。テニス三昧の明るく脳天気な高校生活が、いつでも続くように思えたが…。ある日の出来事を境に、少年たちは、自己を見つめ、自分の生き方を模索し始める。少年たちのあつい友情と避けがたい人生の悲しみ。切ないほどにきらめく少年たちの日々の物語。本作品は、青少年読書感想文全国コンクールの課題図書となる。待望の文庫化！

オン・ザ・ライン

702円 (税込)

挿絵：なし

課題 2

課題 2-画像 1 電子書籍(機能あり)



販売開始日：2014/12/26

出版社：らいとすたっふ

電子書籍

アルスラーン戦記 1 王都炎上

著者 田中芳樹

大陸公路に君臨するパルス王国は不敗の騎兵隊を持つ強国だったが、蛮族ルシタニアの侵攻を受け、味方の裏切りによって滅亡の危機に瀕する。王子アルスラーンは無敵の騎士ダリユーンや天才軍師ナルサスの助けを借りて、故国奪還に乗り出すが……。中世ペルシア風の異世界を舞台にした壮大なファンタジー第一弾！

アルスラーン戦記 1 王都炎上

535円 (税込)

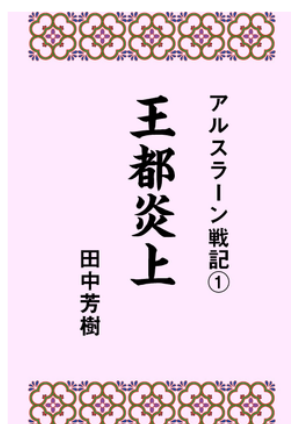
メモ、検索、ハイライトへの対応：あり

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS Android Win Mac

対応デバイスごとのコンテンツタイプやファイルサイズ

課題 2-画像 2 電子書籍(あとがきあり)



販売開始日：2014/12/26

出版社：らいとすたっふ

電子書籍

アルスラーン戦記 1 王都炎上

著者 田中芳樹

大陸公路に君臨するパルス王国は不敗の騎兵隊を持つ強国だったが、蛮族ルシタニアの侵攻を受け、味方の裏切りによって滅亡の危機に瀕する。王太子アルスラーンは無敵の騎士ダリューンや天才軍師ナルサスの助けを借りて、故国奪還に乗り出すが……。中世ペルシア風の異世界を舞台にした壮大なファンタジー第一弾！

アルスラーン戦記 1 王都炎上

535円 (税込)

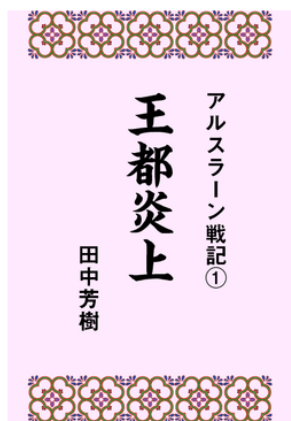
あとがき：あり

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS | Android | Win | Mac

対応デバイスごとのコンテンツタイプやファイルサイズ

課題 2-画像 3 電子書籍(あとがきなし)



販売開始日：2014/12/26

出版社：らいとすたっふ

電子書籍

アルスラーン戦記 1 王都炎上

著者 田中芳樹

大陸公路に君臨するパルス王国は不敗の騎兵隊を持つ強国だったが、蛮族ルシタニアの侵攻を受け、味方の裏切りによって滅亡の危機に瀕する。王太子アルスラーンは無敵の騎士ダリューンや天才軍師ナルサスの助けを借りて、故国奪還に乗り出すが……。中世ペルシア風の異世界を舞台にした壮大なファンタジー第一弾！

アルスラーン戦記 1 王都炎上

535円 (税込)

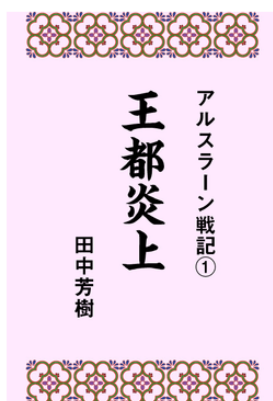
あとがき：なし

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS | Android | Win | Mac

対応デバイスごとのコンテンツタイプやファイルサイズ

課題 2-画像 4 電子書籍(挿絵あり)



販売開始日：2014/12/26

出版社：らいとすたっふ

電子書籍

アルスラーン戦記 1 王都炎上

著者 田中芳樹

大陸公路に君臨するパルス王国は不敗の騎兵隊を持つ強国だったが、蛮族ルシタニアの侵攻を受け、味方の裏切りによって滅亡の危機に瀕する。王太子アルスラーンは無敵の騎士ダリューンや天才軍師ナルサスの助けを借りて、故国奪還に乗り出すが……。中世ペルシア風の異世界を舞台にした壮大なファンタジー第一弾！

アルスラーン戦記 1 王都炎上

535円 (税込)

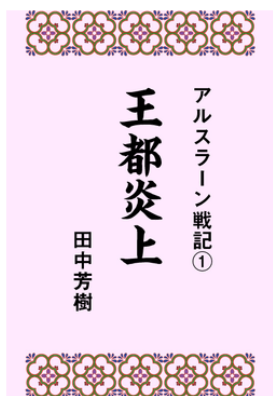
挿絵：あり

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS | Android | Win | Mac

対応デバイスごとのコンテンツタイプやファイルサイズ

課題 2-画像 5 電子書籍(挿絵なし)



販売開始日：2014/12/26

出版社：らいとすたっふ

電子書籍

アルスラーン戦記 1 王都炎上

著者 田中芳樹

大陸公路に君臨するパルス王国は不敗の騎兵隊を持つ強国だったが、蛮族ルシタニアの侵攻を受け、味方の裏切りによって滅亡の危機に瀕する。王太子アルスラーンは無敵の騎士ダリューンや天才軍師ナルサスの助けを借りて、故国奪還に乗り出すが……。中世ペルシア風の異世界を舞台にした壮大なファンタジー第一弾！

アルスラーン戦記 1 王都炎上

535円 (税込)

挿絵：なし

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS | Android | Win | Mac

対応デバイスごとのコンテンツタイプやファイルサイズ

課題 2-画像 6 紙の書籍(あとがきあり)



取扱開始日：2012/04/13

出版社：光文社

紙の本

アルスラーン戦記 1 王都炎上

著者 田中 芳樹 (著)

大陸公路に君臨するパルス王国は不敗の騎兵隊を持つ強国だったが、蛮族ルシタニアの侵攻を受け、味方の裏切りによって滅亡の危機に瀕する。王太子アルスラーンは無敵の騎士ダリューンや天才軍師ナルサスの助けを借りて、故国奪還に乗り出すが……。中世ペルシア風の異世界を舞台にした壮大なファンタジー第一弾！

アルスラーン戦記 1 王都炎上

535円 (税込)

あとがき：あり

課題 2-画像 7 紙の書籍(あとがきなし)



取扱開始日：2012/04/13

出版社：光文社

紙の本

アルスラーン戦記 1 王都炎上

著者 田中 芳樹 (著)

大陸公路に君臨するパルス王国は不敗の騎兵隊を持つ強国だったが、蛮族ルシタニアの侵攻を受け、味方の裏切りによって滅亡の危機に瀕する。王太子アルスラーンは無敵の騎士ダリューンや天才軍師ナルサスの助けを借りて、故国奪還に乗り出すが……。中世ペルシア風の異世界を舞台にした壮大なファンタジー第一弾！

アルスラーン戦記 1 王都炎上

535円 (税込)

あとがき：なし

課題 2-画像 8 紙の書籍(挿絵あり)



取扱開始日：2012/04/13

出版社：光文社

紙の本

アルスラーン戦記 1 王都炎上

著者 田中 芳樹 (著)

大陸公路に君臨するパルス王国は不敗の騎兵隊を持つ強国だったが、蛮族ルシタニアの侵攻を受け、味方の裏切りによって滅亡の危機に瀕する。王太子アルスラーンは無敵の騎士ダリューンや天才軍師ナルサスの助けを借りて、故国奪還に乗り出すが……。中世ペルシア風の異世界を舞台にした壮大なファンタジー第一弾！

アルスラーン戦記 1 王都炎上

535円 (税込)

挿絵：あり

課題 2-画像 9 紙の書籍(挿絵なし)



取扱開始日：2012/04/13

出版社：光文社

紙の本

アルスラーン戦記 1 王都炎上

著者 田中 芳樹 (著)

大陸公路に君臨するパルス王国は不敗の騎兵隊を持つ強国だったが、蛮族ルシタニアの侵攻を受け、味方の裏切りによって滅亡の危機に瀕する。王太子アルスラーンは無敵の騎士ダリューンや天才軍師ナルサスの助けを借りて、故国奪還に乗り出すが……。中世ペルシア風の異世界を舞台にした壮大なファンタジー第一弾！

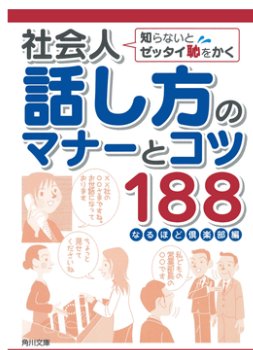
アルスラーン戦記 1 王都炎上

535円 (税込)

挿絵：なし

課題 3

課題 3-画像 1 電子書籍(機能あり)



販売開始日：2008/03/15
出版社：KADOKAWA/角川学芸出版

電子書籍

知らないでゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ 1 8 8

著者なるほど倶楽部 (編)

これから社会に出る人、もうベテラン社会人の人も必見！ ビジネスシーンや日常生活で欠かせない会話のちょっとした気遣い・気配り教えます。まずは会話の基本。人の話を横取りしたり、腰を折ったりしていませんか？ 敬語は三つの表現法をマスターし、上手に使い分けましょう。ビジネスシーンでの自己紹介。相手の目をちゃんとみて話していますか？ 社会に出たら誰でもすぐに役立つ具体的な実例満載！

知らないでゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ 1 8 8

432円 (税込)

メモ、検索、ハイライトへの対応：あり

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS | Android | Win

対応デバイスごとのコンテンツタイプやファイルサイズ

課題 3-画像 2 電子書籍(あとがきあり)



販売開始日：2008/03/15
出版社：KADOKAWA/角川学芸出版

電子書籍

知らないでゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ 1 8 8

著者なるほど倶楽部 (編)

これから社会に出る人、もうベテラン社会人の人も必見！ ビジネスシーンや日常生活で欠かせない会話のちょっとした気遣い・気配り教えます。まずは会話の基本。人の話を横取りしたり、腰を折ったりしていませんか？ 敬語は三つの表現法をマスターし、上手に使い分けましょう。ビジネスシーンでの自己紹介。相手の目をちゃんとみて話していますか？ 社会に出たら誰でもすぐに役立つ具体的な実例満載！

知らないでゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ 1 8 8

432円 (税込)

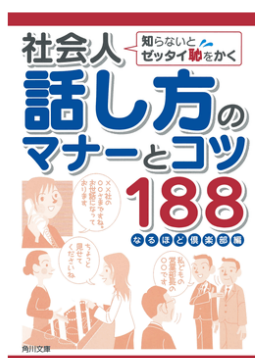
あとがき：あり

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS | Android | Win

対応デバイスごとのコンテンツタイプやファイルサイズ

課題3-画像3 電子書籍(あとがきなし)



販売開始日：2008/03/15
出版社：KADOKAWA/角川学芸出版

電子書籍

知らない! ゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ 188

著者なるほど倶楽部 (編)

これから社会に出る人、もうベテラン社会人の人も必見! ビジネスシーンや日常生活で欠かせない会話のちょっとした気遣い・気配り教えます。まずは会話の基本。人の話を横取りしたり、腰を折ったりしていませんか? 敬語は三つの表現法をマスターし、上手に使い分けましょう。ビジネスシーンでの自己紹介。相手の目をちゃんとみて話していますか? 社会に出たら誰でもすぐに役立つ具体的な実例満載!

知らない! ゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ 188 **432円** (税込)

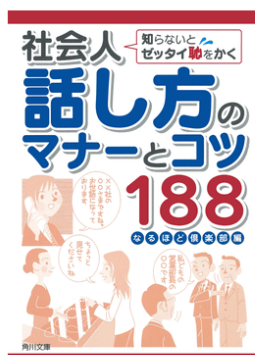
あとがき：なし

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS Android Win

対応デバイスごとのコンテンツタイプやファイルサイズ

課題3-画像4 電子書籍(挿絵あり)



販売開始日：2008/03/15
出版社：KADOKAWA/角川学芸出版

電子書籍

知らない! ゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ 188

著者なるほど倶楽部 (編)

これから社会に出る人、もうベテラン社会人の人も必見! ビジネスシーンや日常生活で欠かせない会話のちょっとした気遣い・気配り教えます。まずは会話の基本。人の話を横取りしたり、腰を折ったりしていませんか? 敬語は三つの表現法をマスターし、上手に使い分けましょう。ビジネスシーンでの自己紹介。相手の目をちゃんとみて話していますか? 社会に出たら誰でもすぐに役立つ具体的な実例満載!

知らない! ゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ 188 **432円** (税込)

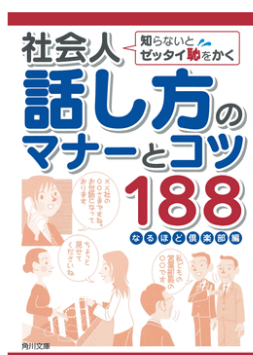
挿絵：あり

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS Android Win

対応デバイスごとのコンテンツタイプやファイルサイズ

課題3-画像5 電子書籍(挿絵なし)



販売開始日：2008/03/15
出版社：KADOKAWA/角川学芸出版

電子書籍

知らないとゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ188

著者なるほど倶楽部 (編)

これから社会に出る人、もうベテラン社会人の人も必見！ ビジネスシーンや日常生活で欠かせない会話のちょっとした気遣い・気配り教えます。まずは会話の基本。人の話を横取りしたり、腰を折ったりしていませんか？ 敬語は三つの表現法をマスターし、上手に使い分けましょう。ビジネスシーンでの自己紹介。相手の目をちゃんとみて話していますか？ 社会に出たら誰でもすぐに役立つ具体的な実例満載！

知らないとゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ188 **432円** (税込)

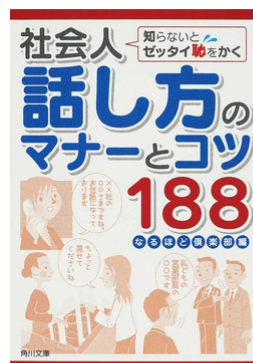
挿絵：なし

ご利用中のデバイスが対応しているかご確認ください

iOS | Android | Win

対応デバイスごとのコンテンツタイプやファイルサイズ

課題3-画像6 紙の書籍(あとがきあり)



販売開始月：2007/02
出版社：KADOKAWA/角川学芸出版

紙の本

知らないとゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ188

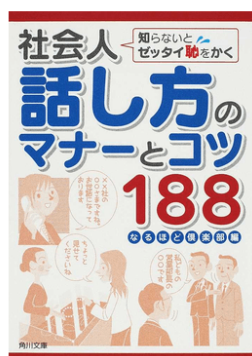
著者なるほど倶楽部 (編)

これから社会に出る人、もうベテラン社会人の人も必見！ ビジネスシーンや日常生活で欠かせない会話のちょっとした気遣い・気配り教えます。まずは会話の基本。人の話を横取りしたり、腰を折ったりしていませんか？ 敬語は三つの表現法をマスターし、上手に使い分けましょう。ビジネスシーンでの自己紹介。相手の目をちゃんとみて話していますか？ 社会に出たら誰でもすぐに役立つ具体的な実例満載！

知らないとゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ188 **432円** (税込)

あとがき：あり

課題3-画像7 紙の書籍(あとがきなし)



販売開始月：2007/02
出版社：KADOKAWA/角川学芸出版

紙の本

知らないでゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ188

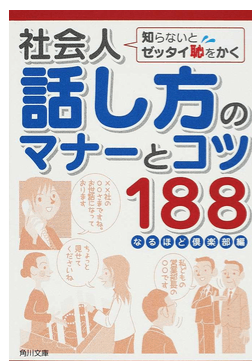
著者なるほど倶楽部 (編)

これから社会に出る人、もうベテラン社会人の人も必見！ ビジネスシーンや日常生活で欠かせない会話のちょっとした気遣い・気配り教えます。まずは会話の基本。人の話を横取りしたり、腰を折ったりしていませんか？ 敬語は三つの表現法をマスターし、上手に使い分けましょう。ビジネスシーンでの自己紹介。相手の目をちゃんとみて話していますか？ 社会に出たら誰でもすぐに役立つ具体的な実例満載！

知らないでゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ188 **432円** (税込)

あとがき：なし

課題3-画像8 紙の書籍(挿絵あり)



販売開始月：2007/02
出版社：KADOKAWA/角川学芸出版

紙の本

知らないでゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ188

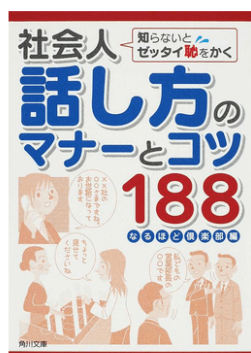
著者なるほど倶楽部 (編)

これから社会に出る人、もうベテラン社会人の人も必見！ ビジネスシーンや日常生活で欠かせない会話のちょっとした気遣い・気配り教えます。まずは会話の基本。人の話を横取りしたり、腰を折ったりしていませんか？ 敬語は三つの表現法をマスターし、上手に使い分けましょう。ビジネスシーンでの自己紹介。相手の目をちゃんとみて話していますか？ 社会に出たら誰でもすぐに役立つ具体的な実例満載！

知らないでゼツタイ恥をかく社会人話し方のマナーとコツ188 **432円** (税込)

挿絵：あり

課題 3-画像 9 紙の書籍(挿絵なし)



販売開始月：2007/02
出版社：KADOKAWA/角川学芸出版

紙の本

知らないと言わずにゼツタイ恥をかく社会人話しかたのマナーとコツ188

著者なるほど倶楽部 (編)

これから社会に出る人、もうベテラン社会人の人も必見！ ビジネスシーンや日常生活で欠かせない会話のちょっとした気遣い・気配り教えます。まずは会話の基本。人の話を横取りしたり、腰を折ったりしていませんか？ 敬語は三つの表現法をマスターし、上手に使い分けましょう。ビジネスシーンでの自己紹介。相手の目をちゃんとみて話していますか？ 社会に出たら誰でもすぐに役立つ具体的な実例満載！

知らないと言わずにゼツタイ恥をかく社会人話しかたのマナーとコツ188 **432円** (税込)

挿絵：なし