

〈高校生の購買実態調査〉学習参考書の選び方と購入方法 ～「リアル書店」^(※1)で探して買う」派が多数～

教育出版の株式会社旺文社(本社:東京都新宿区、代表取締役:生駒大壱)は、高校生がどのように学習参考書を購入しているか調査するため、2014年4月のサービス開始以来100万人以上の高校生が利用してきた^(※2)大学受験向け英単語アプリ「ターゲットの友」シリーズのユーザーを対象に、アンケートを実施いたしました。

高校生1,000人以上の回答より、学習参考書の選び方や購入方法の実態が明らかとなりましたので、調査結果を抜粋して報告いたします。

※1 実際に店舗を持ち、書籍や雑誌を店頭で並べて販売している書店。ネット書店と区別するための呼称。

※2 2018年1月末時点のユーザープロフィールの登録状況に基づく。

【調査概要】

調査期間:2018年3月26日～4月19日

調査方法:大学受験向け英単語アプリ「ターゲットの友1900」「ターゲットの友1400」「ターゲットの友1000」のユーザーに向けたWebアンケート(「ターゲットの友」シリーズについては後述しています。ご参照ください。)

調査対象:2018年4月からの高校2年生・高校3年生

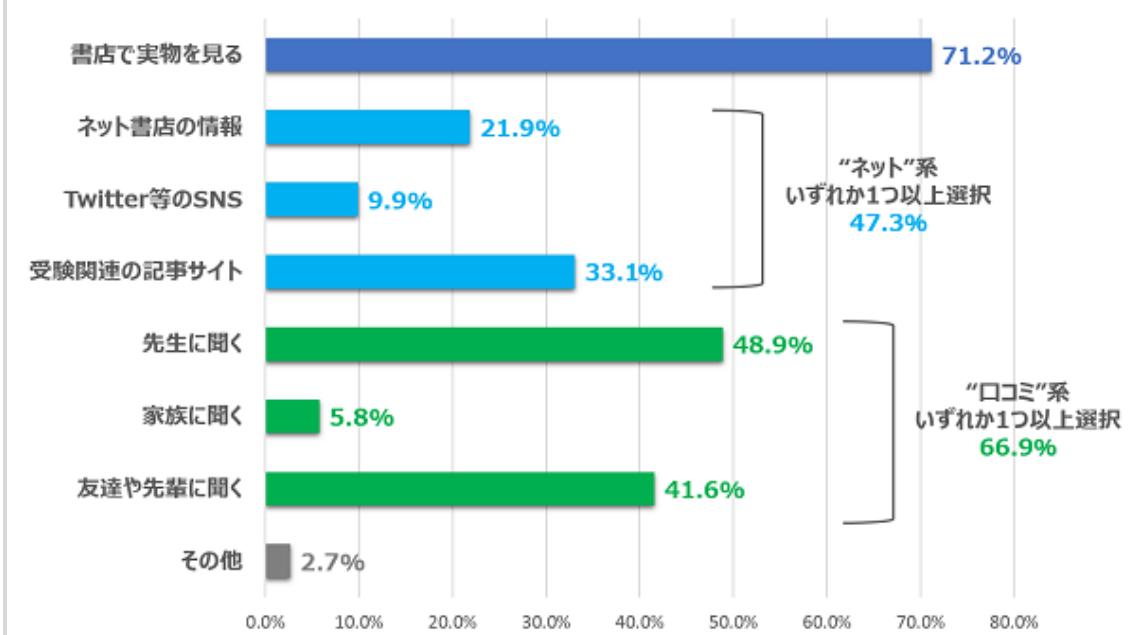
調査規模:回答総数1,025人(男女比…男43.7% 女56.3%)

調査発表日:2018年6月1日

■高校生が学習参考書を探す方法「書店」がトップ

●図1 Q. 学習参考書をどのように探しますか？

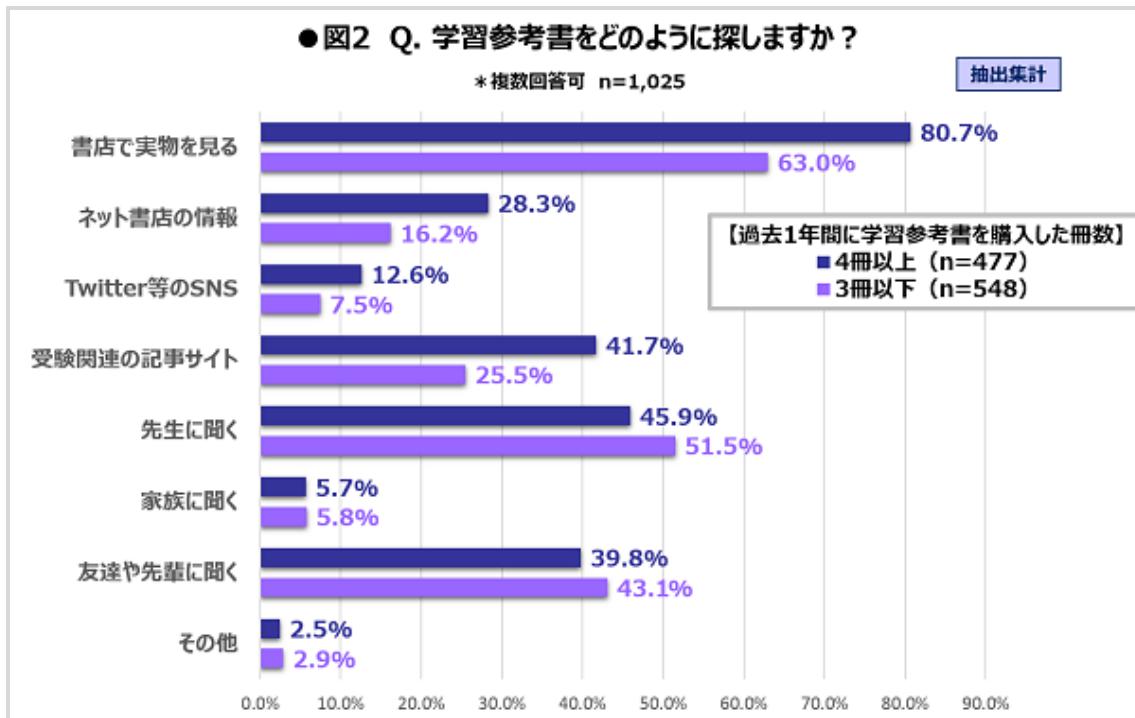
*複数回答可 n=1,025



高校生が学習参考書を探す方法として最も多かった回答が、「書店で実物を見る」(71.2%)でした。書店まで足を運んで実際に書籍を手に取り、自分の目で利用する参考書を選ぶといった方法が、スタンダードであることがわかります。

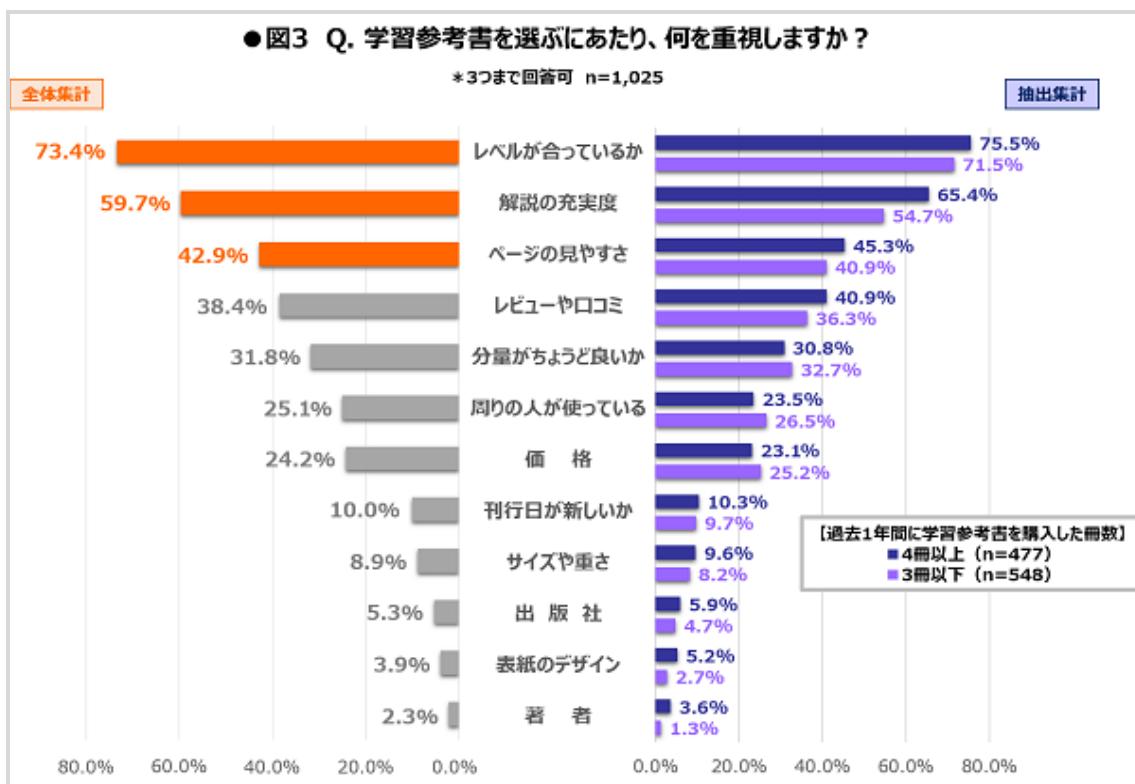
一方、“口コミ”的な情報に頼るといった選択肢も、多数の回答を集めました。「先生聞く」「友達や先輩聞く」「家族聞く」の重複回答を統合した、”誰か聞く”回答の割合は全体の66.9%に上り、高校生が身近な人からの情報を重視している傾向が見て取れます。なかでも、全体の半数近くが「先生聞く」(48.9%)と回答しており、学校や塾の先生への信頼度の高さがうかがえました。(図1)

■参考書を多く購入する高校生ほどネット情報を活用



同じ質問を、回答者が過去 1 年間で購入した学習参考書の冊数をもとに切り分けたデータで見てみると、購入冊数が多い高校生ほど、「書店で実物を見る」(80.7%)割合が、より高い結果となりました。このほか、「受験関連の記事サイト」(41.7%)、「ネット書店の情報」(28.3%)など、インターネットを利用した探し方の回答割合も総じて高くなっています。幅広い情報に触れる機会の多さと、高校生が学習参考書を購入する冊数に相関があることがわかりました。(図 2)

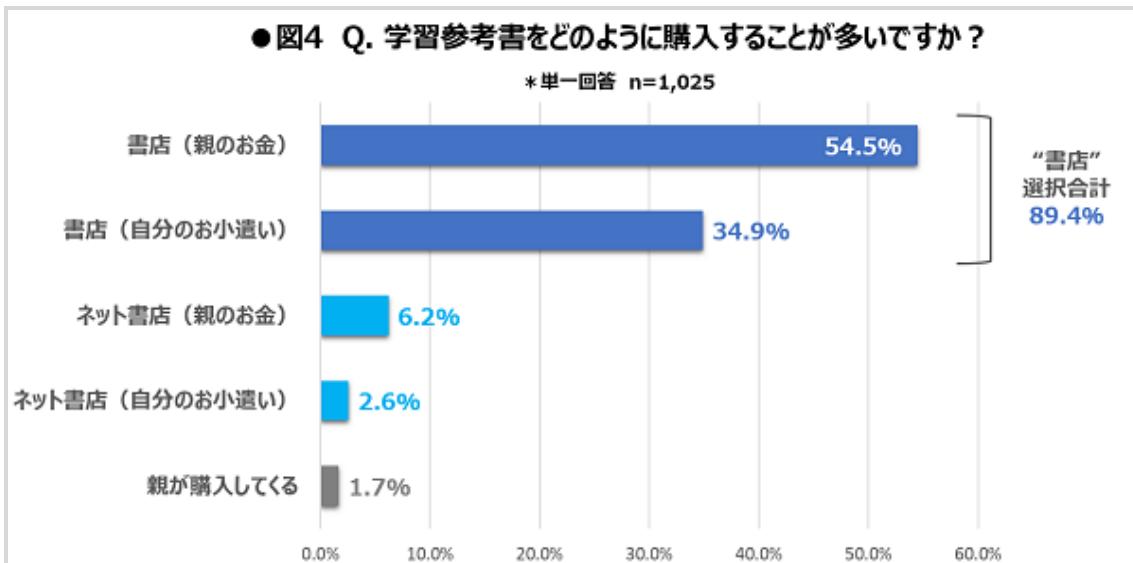
■参考書を選ぶ時に重視するのは「レベル」と「解説の充実度」



高校生が学習参考書を選ぶにあたり重視するポイントについて、最も多かった回答は、「レベルが合っているか」(73.4%)でした。次いで、「解説の充実度」(59.7%)、「ページの見やすさ」(42.9%)が続きました。

特に「解説の充実度」については、過去 1 年間に参考書を「4 冊以上」購入した高校生の抽出集計データでも、高い回答比率が示されており、体裁や価格よりも、内容面に重きが置かれている傾向が見て取れます。(図 3)

■学習参考書の購入は「リアル書店」派が圧倒的



高校生が学習参考書を購入する方法として最も多かった回答は、「書店(親のお金)」(54.5%)でした。半数以上が”参考書代”を保護者から預かり、書店で購入している状況です。次いで多かった回答は「書店(自分のお小遣い)」(34.9%)となり、費用の出どころにかかわらず、リアル書店で学習参考書を購入すると回答した高校生は、全体の9割近くに上りました。

一方、ネット書店での購入割合は1割以下にとどまりました。インターネット上の情報を参考にしつつも、高校生自身がネット書店で学習参考書を購入するケースは少ないことがわかります。(図4)

全国的に書店の店舗数が減少している情勢の中、高校生が学習参考書を探し、実際に入手する場として、リアル書店は不可欠なチャネルであるようです。

■高校生の意識——数ある学習参考書選びの悩み

一方で、参考書選びで悩んでいることについての質問にも、多くの回答が集まりました。代表的な内容の回答をピックアップして紹介します(原文のまま)。

<Q. 参考書選びで悩んでいることを教えてください>

- 「自分のレベルに合っているのかが、購入前にわからないこと」(高2・男)
- 「参考書の種類が多すぎて比較が難しく、何がベストなのか分からず」(高3・男)
- 「沢山ありすぎて、実物をみてもみんないいものばかりで、実際なにをやればいいのか分かんなくて困ります」(高3・女)
- 「たくさん買いすぎて手がつけられない、終わらせる気になれない」(高2・女)
- 「時間がない中、自分に何が合っているのか分からず」(高2・男)
- 「いつからどのレベルの問題集をいつまでに終わらせるかがわからない」(高3・女)

このように、「参考書の種類が多すぎて選ぶのが大変」や「自分に合う参考書をピッタリと決められるかが心配」といった声が多く、大学受験までの時間が限られた中で、利用すべき学習参考書の選定に、悩みを抱える高校生が多いことがわかります。

身近な人にアドバイスを求めて、書店の店頭で実物を見るなどの方法を通して、なかなか自分と相性の良い1冊にめぐり会えない、といったことがあるようです。

今回のアンケート調査は、受験勉強に関わるさまざまな行動傾向や課題意識の集約を企図し、スマートフォン用の学習アプリという、高校生が勉強のために普段利用するツールを通じて実施いたしました。

今後も旺文社は、提供商品・サービスをご利用いただく方々とのタッチポイントを継続的に創出し、意識の共有や調査結果から得られたリソースを、受験生を支える各種サービスや開発商品の品質向上に還元してまいります。

◆大学受験向け英単語アプリ「ターゲットの友」シリーズ

旺文社が配信・運営するスマートフォン用の学習応援アプリ。書店売上 No.1^(※3)の大学受験用英単語集『英単語ターゲット 1900』をはじめとする、書籍「英単語ターゲット」シリーズの学習をサポート。本で学習した成果をアプリの確認テストでチェックする、英単語の音声をアプリで聞きながら本で覚えるなど、書籍とアプリを連動させた学習法が可能です。

※3 日販オープンネットワーク「WIN」約 2700 書店調べ(高校学参ジャンル 2016 年 4 月 - 2017 年 3 月)



〈シリーズ公式サイト〉 <https://www.obunsha.co.jp/pr/tg30/>

【会社概要】

社　　名：株式会社 旺文社

代　表　者：代表取締役社長 生駒大壱

設　　立：1931 年 10 月 1 日

本　　社：〒162-8680 東京都新宿区横寺町 55 ／ TEL: 03-3266-6400

事業内容：教育・情報をメインとした総合出版と事業

U　R　L：<https://www.obunsha.co.jp/>

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社旺文社 総務グループ 広報担当

TEL:03-3266-6400 FAX:03-3266-6849 E-mail : pr@obunsha.co.jp