

～トレンドレポート～

「売れなくなった」わけではなく、「読み方が変わった」!?

雑誌の「つまみ読み」需要とは

検索機能、スクショ、リコメンド…雑誌の新しい楽しみ方に注目

生活者の意識・実態に関する調査をおこなうトレンド総研（東京都渋谷区）は、メディア活用のトレンドとして、新しい雑誌の楽しみ方＝雑誌の「つまみ読み」に注目し、レポートします。

1：変化する「雑誌の楽しみ方」

「雑誌が売れなくなった」と言われて久しい昨今。しかし一方で、いまなお雑誌の信頼性や、良質なコンテンツに魅力を感じている人が多いのも事実です。

紙の雑誌を定期購読する人は減っていても、デジタルの雑誌読み放題サービスは人気を集めており、利用者も増加傾向にあります。

そして、雑誌のコンテンツが紙からデジタルに移行する中で、その読み方や活用法にも変化が生じています。決まった雑誌を定期購読するのではなく、気になった記事やテーマだけをちよとずつ読むというスタイルが主流になりつつあるようです。

そこで今回、トレンド総研では、こうした新しい楽しみ方を、雑誌の「つまみ読み」と名付け、レポートします。



2：専門家に聞く、雑誌の「つまみ読み」

はじめに、「つまみ読み」という新しい雑誌の楽しみ方について、トレンドウォッチャーのくどうみやこさんにお話を伺いました。

くどうみやこ / トrendウォッチャー

「トレンドウォッチャー」として、トレンドや時流をとらえた情報をさまざまなメディアを通じて発信。テレビ・ラジオ番組の出演から企画、商品のプランニングやキュレーション、講演、執筆など、活動の幅は多岐にわたる。近年は、大人世代のライフスタイルの提案からマーケティングまで、新しい大人ライフを提唱する「大人ライフプロデューサー」としても活動している。



◆メディアとして再評価される雑誌…一方で、楽しみ方には変化が

雑誌の売れ行き低迷が続いている昨今。一方で、雑誌のもつ良質なコンテンツに魅力を感じている人は、決して少なくありません。特に昨年は、ウェブコンテンツにかかわる諸問題が取り沙汰されることも多く、あらためて雑誌の信頼性やコンテンツ力が見直されるきっかけにもなりました。

このようにメディアとして再評価されている雑誌ですが、楽しみ方自体には大きな変化が生じています。キーワードは、ずばり「つまみ読み」です。

「つまみ読み」の兆しが見えはじめたのは、**雑誌各社の「付録戦略」が強化**されるようになった2001年頃から。それとともに読者側も、毎号決まったお気に入りの雑誌を買うというそれまでのスタイルから、その月の**付録や見出しをもとに、購入する雑誌を総合的に判断する**流れが強くなりました。

さらに、2012年頃には、**購入前の本をカフェでお茶を飲みながら試し読みできる「ブックカフェ」**という形態が登場。いろいろな雑誌を「つまみ読み」する楽しさを体験する人が増加しました。

そして、2015年頃から、**雑誌の定額読み放題サービス**が急成長。これにより、気になった記事やテーマだけを、ちよつとずつ楽しむ「つまみ読み」スタイルが、ますます広がってきたといえます。

◆雑誌の「つまみ読み」とは？

雑誌の楽しみ方の変化



紙媒体を中心とした、これまでの雑誌体験では、お気に入りの雑誌を1冊ごとに定期購読するという流れが主流でした。しかし、デジタルの読み放題サービスをはじめとした近年の雑誌体験では、**気になった記事やテーマだけを少しずつ読むという楽しみ方にシフト**してきています。まさに、**「つまみ食い」ならぬ「つまみ読み」というキーワード**がぴったりでしょう。

そして近年は、**デジタル技術とデバイスの進化により、「つまみ読み」スタイルがさらに自由度を増しています。**

【1】キーワード検索

気になるキーワードで検索し、雑誌を横断して情報収集！

日常生活で気になったことや、疑問に思ったことを手軽に検索できるようになった現在。単に検索エンジンを利用するだけでなく、TwitterやInstagramといったSNS内でキーワード検索をする人も増えています。

こうした流れは、雑誌の楽しみ方にも波及。雑誌読み放題サービスのほとんどに検索機能がついていますので、気になる街の名前、好きなブランド、流行のキーワードなどを入力すると、**雑誌を横断して、関連性のある記事だけを「つまみ読み」**することができます。

<活用例>

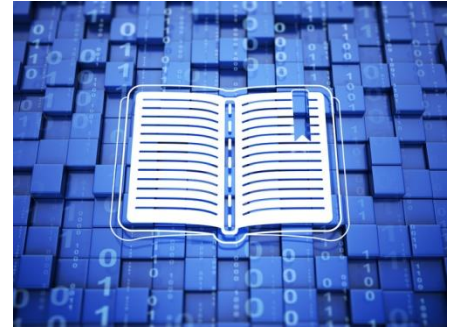
- ・「プチプラ」で検索して、お金のかからないファッションやインテリアだけを収集
- ・「表参道」など場所の名前で検索し、話題の飲食店やショップの情報を効率的に収集



【2】スクリーンショット／ブックマーク保存

紙の時代における“ドッグイヤー”は、デジタル時代ならではの形へ

近頃は、「つまみ読み」して気になった記事を、そのままスクリーンショット（キャプチャ）やブックマーク機能で保存する人も多いようです。「つまみ読み」でコンテンツを横断的に見ていくと、どの記事で得た情報なのかが、後からわかりづらくなる懸念がありますが、スクリーンショットやブックマークをしておけば、自分だけのお気に入りコンテンツがストックできるようになり、使い勝手が向上します。紙の時代における“ドッグイヤー”は、デジタル時代ならではの形へと進化しているのです。



<活用例>

- ・マネしたいファッションコーディネートを保存しておき、買い物の参考に
- ・好きな芸能人の記事は、紙でとっておくとかさばるので、データで保存

【3】リコメンド活用

どの雑誌を読むかは決めず、おすすめ・人気の記事から読みたいものを選ぶ新しいスタイル

さらに、どの雑誌を読むかを決めずに、おすすめ・人気の記事から読みたいものを選ぶ人も増えている様子。キーワードやランキングを活用した「つまみ読み」をすると、世の中の流れを効率的に知ることが可能になります。また、こうした「リコメンド」機能は、これまでチェックしていなかった雑誌との新たな出会いのきっかけにつながるのも魅力の1つです。



<活用例>

- ・雑誌・記事の人気ランキングを通じて、世間の関心が高い内容の記事だけチェック
- ・おすすめ情報や新着情報を通じて、これまで読む機会のなかった記事や雑誌をチェック

デジタル時代の「つまみ読み」スタイルは、雑誌の良質なコンテンツを活かし、新たな価値へとつなげる楽しみ方であると言えます。

3：「雑誌の楽しみ方」に関する生活者の実態

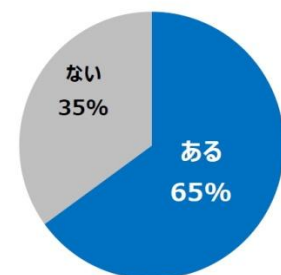
続いて、20～40代の男女500名を対象に、「雑誌の楽しみ方」に関する意識・実態調査をおこないました。

◆約7割が「つまみ読み」を経験！ デジタル派も約3人に1人

まず、「あなたは雑誌を読むことが好きですか？」と聞いたところ、73%と大多数が「好き」と回答。しかし、その一方で、「毎号必ず購入している雑誌がある」と答えた人は15%とわずか1割台にとどまりました。

一方で、気になった記事やテーマだけを少しずつ楽しむ雑誌の「つまみ読み」をしたことがあるかという質問では、約7割（65%）が「ある」という結果に。具体的な「つまみ読み」の方法として、よくやっていること・やりたいと思っていることを聞くと、「美容室でいろいろな雑誌を読む」（58%）、「試し読みができるブックカフェなどのお店に行く」（56%）に続いて、「雑誌のデジタル購読サービスを使う」と答えた人も約3人に1人（34%）となりました。リアルな場での「つまみ読み」だけでなく、デジタルでの「つまみ読み」も需要を集めている様子がうかがえます。

Q：気になった記事やテーマだけを少しずつ楽しむ雑誌の「つまみ読み」をしたことがありますか？



◆経験者に聞く、デジタル時代の「つまみ読み」テクニックとは？

そこで、すでにデジタルでの「つまみ読み」を実践している人に、具体的な楽しみ方を聞いたところ、下記のような結果に。

- 気になるキーワードを検索入力して、該当する記事・コンテンツを読む…53%
- 後から見返したい記事・コンテンツはブックマークやスクリーンショットをして保存する…58%
- おすすめで表示された記事やコンテンツを読む…64%

ブックマークやスクリーンショット、キーワード検索など、デジタルの「つまみ読み」ならではの新しい雑誌体験が楽しまっているようです。

具体的な声としても、「キーワード検索で、気になるコンテンツのみ効率的に収集する」（37歳・男性）、「ざっと見て気に入ったものをブックマークしておいて、通勤中の電車で詳しく読んでいる」（29歳・女性）、「欲しい日用品や家電が載っているページにブックマークをしておき、売場で確認している」（37歳・女性）など、効率化や隙間時間の活用、買い物での検討など、さまざまな活用につなげている様子が見られました。

【調査概要】・調査対象：20～40代 男女500名 ・調査期間：2017年9月15日～9月19日 ・調査方法：インターネット調査

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンド総研 <http://www.trendsoken.com/> 担当：山口（やまぐち）
TEL：03-5774-8896 / FAX：03-5774-8872 / mail：info@trendsoken.com