

読書手段は紙か電子か 紙の書籍で読む派が大多数だが、 4年間で電子書籍派の微増続く

<読書に関する調査（2019年版）>

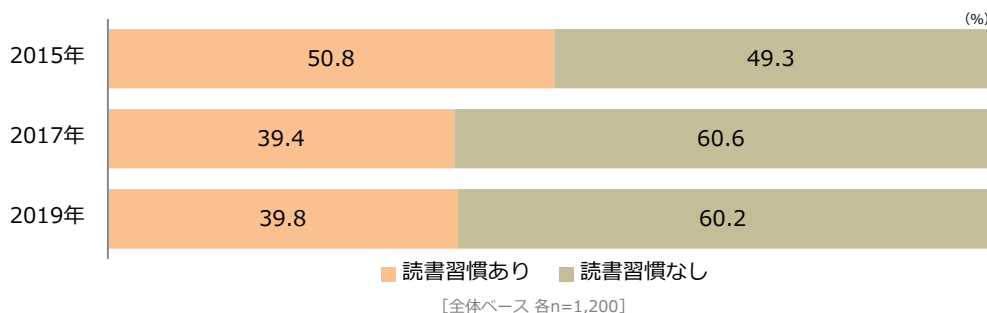
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、一都三県（埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県）に在住する15歳～69歳の男女を対象に「読書に関する調査（2019年版）」を実施しました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/rb20191024/>

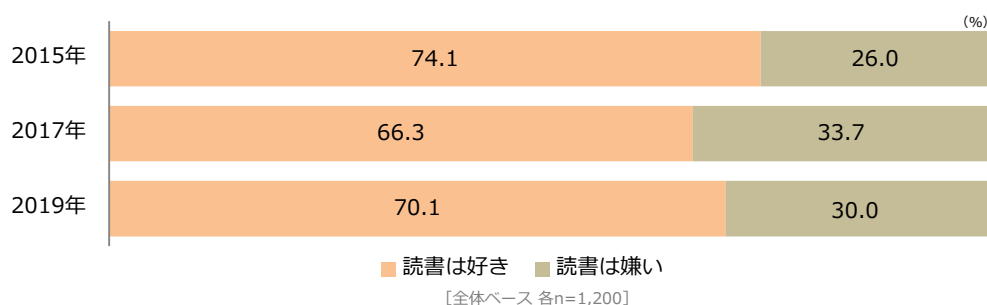
■ 調査結果（一部抜粋）

- ☑ 読書習慣の有無では、2015年調査時点では「読書習慣あり」と「読書習慣なし」が約半数ずつだったが、2017年調査時点で「読書習慣あり」が2015年の50.8%から39.4%となり、11.4pt減少。今回の2019年調査では「読書習慣あり」が39.8%と2017年からほぼ横ばいという結果になった。<図1>
- ☑ 読書が好きか嫌いかの好意度では、2015年・2017年・2019年とも「読書は好き」が多い。2015年から2017年にかけて「読書が好き」と回答した人は減少したが、2019年調査ではわずかに増加した。読書を頻繁にするような“習慣化”には至っていないが、読書自体は好きという層の存在が見られる。<図2>
- ☑ 読書の手段では2015年から今回まで変わらず「主に紙の書籍で読む」という紙の書籍派が大多数を占めた。しかし、今回初めて紙の書籍派の割合が9割を切り、「主に電子書籍で読む」という電子書籍派が2015年調査からの4年間で4.2ptアップと微増。2015年の調査以降、少しずつだが電子書籍派の割合が増えてきていることから、今後も伸びていくことも予想される。<図3>
- ☑ 1年前と比較した読書数の変化を年代別に見ると、男性15歳-19歳と、女性20-29歳の「増えた」の割合が高く、若年層の読書数増加が目立つ結果となった。<図4>

<図1> 読書習慣の有無（2015年・2017年調査実施時との比較）

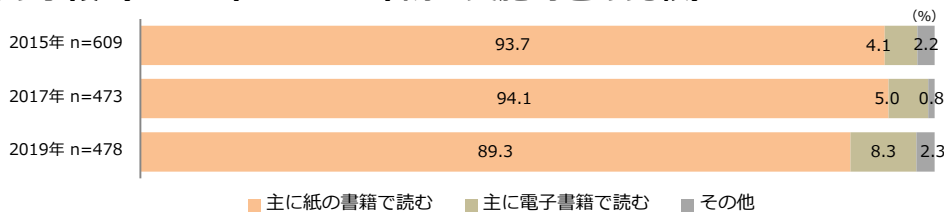


<図2> 読書の好意度（2015年・2017年調査実施時との比較）

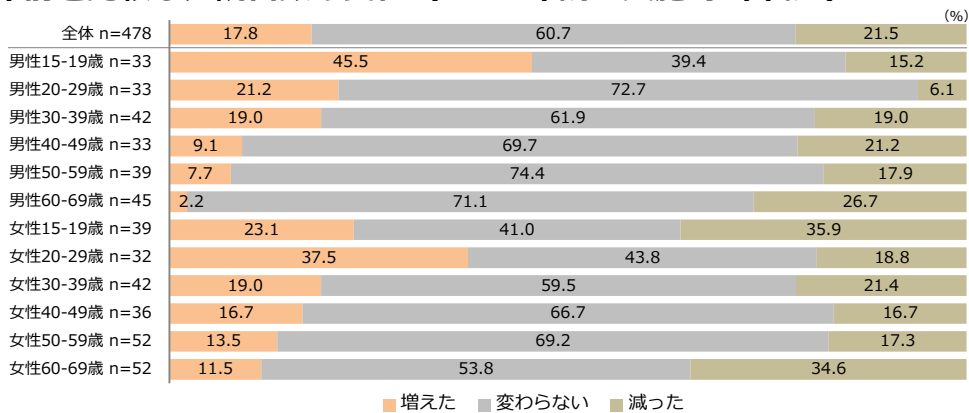


■ 2015年の読書に関する調査の詳細はこちら <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/rb20151028/>
 ■ 2017年の読書に関する調査の詳細はこちら <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/dk20171024/>

<図3> 読書の手段（2015年・2017年調査実施時との比較）



<図4> 1年前と比較した読書数の変化（2019年調査実施時 年代別）



■ 全調査項目

- 属性設問（性別／年代／婚姻状況／子の有無／職業／勤務形態／居住地／個人年収）
- 今までに読んだことのある本のジャンル／最もよく読む本のジャンル
- 好きな小説のジャンル
- 読書習慣の有無
- 読書の好意度
- 読書をする理由・目的・読書をしない理由
- 読書歴
- 読書の手段
- 読書をするシーン
- 本の購入基準・購入手段・読書に使う金額
- 本の情報入手経路
- 1年前と比較した読書数の変化・増減の理由
- 書店への来店頻度
- 紙の書籍と電子書籍の利用方法・利用意向・使い分け方
- 紙の書籍と電子書籍それぞれでの読書が多い理由
- 電子書籍の利用媒体
- 読書の実生活での役立ち有無・読書にまつわるエピソード

◆全調査項目結果DLはこちら ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/rb20191024/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 一都三県（埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県）
 調査対象 : 15～69歳の男女
 調査期間 : 2019年10月11日（金）～10月14日（月）
 有効回答数 : 1,200サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

■ 会社概要

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/
 <<引用・転載時のクレジット表記のお願い>>
 本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」