

報道関係各位

平成27年10月28日
株式会社 クロス・マーケティング

読書の秋 到来！

全体の7割以上が読書好き

電子書籍よりも紙で読む人が大多数という結果に

<読書に関する調査>

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(東京・神奈川・千葉・埼玉)に在住する15歳~69歳の男女を対象に「読書に関する調査」を実施しました。

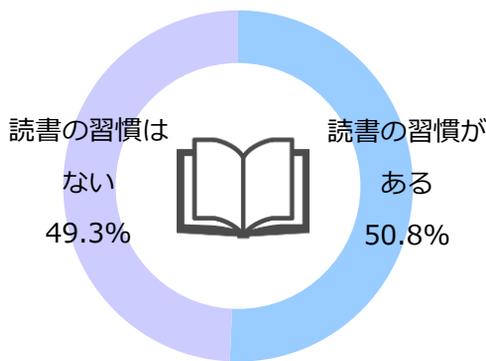
◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/rb20151028/>

■調査結果 (一部抜粋)

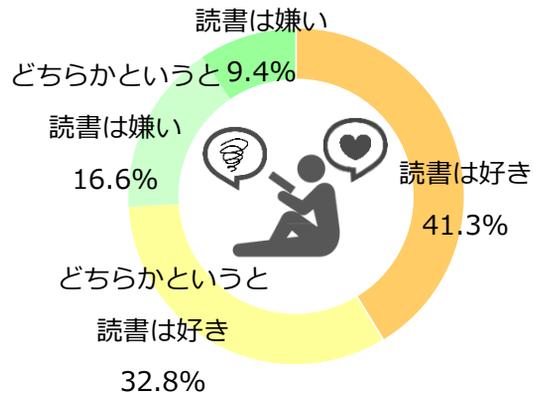
- ✓ 読書習慣の有無では【読書の習慣がある】が50.8%、【読書の習慣はない】が49.3%となり、ほぼ半数違いとなった。しかし、読書の好意度では【読書好き・計】(読書は好き+どちらかという)と読書は好きが74.1%と、読書の習慣が無くとも読書自体を好んでいる割合は高いことがうかがえる <図1>
- ✓ 読書をする理由・目的では【単純に読書が面白いから】が74.2%と最多。次いで【教養を深めるため】(40.9%)、【ストレス解消】(29.6%)と続く。読書をしない理由では【忙しい】が47.4%で半数近くを占める。次いで【読みたいと思う本がない】(24.0%)、【他の趣味の方が面白い】(23.0%)となった <図2>
- ✓ 読書手法については【主に紙の書籍で読む】が93.7%と、ほとんどの人が紙の書籍で読書をしていることが判明。主に紙の書籍で読書をする=紙の書籍派と主に電子書籍で読書をする=電子書籍派でそれぞれ違う読書手法での利用意向を聴取としたところ、紙の書籍派は57.0%が【電子書籍は知っているが、利用しようとは思わない】と回答。また【紙の書籍と電子書籍を使い分けている】と回答した人は21.6%となり、書籍の内容や読むシーンによって紙か電子かを選んでいるとみられる <図3>

※本調査における「読書」には、漫画や雑誌等は除いております

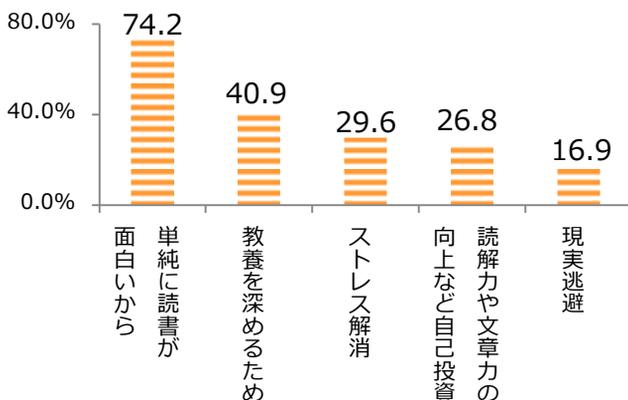
<図1-1> 読書習慣の有無



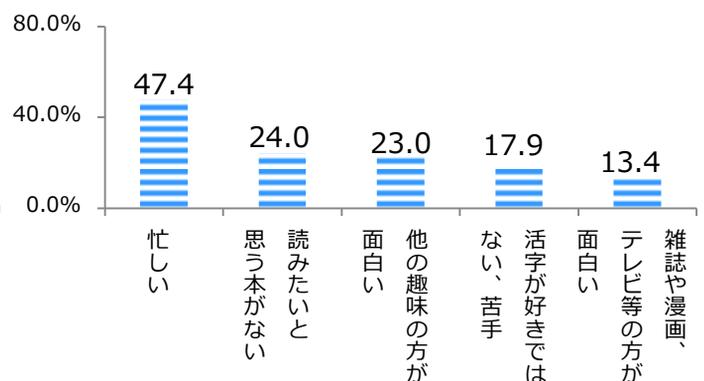
<図1-2> 読書の好意度



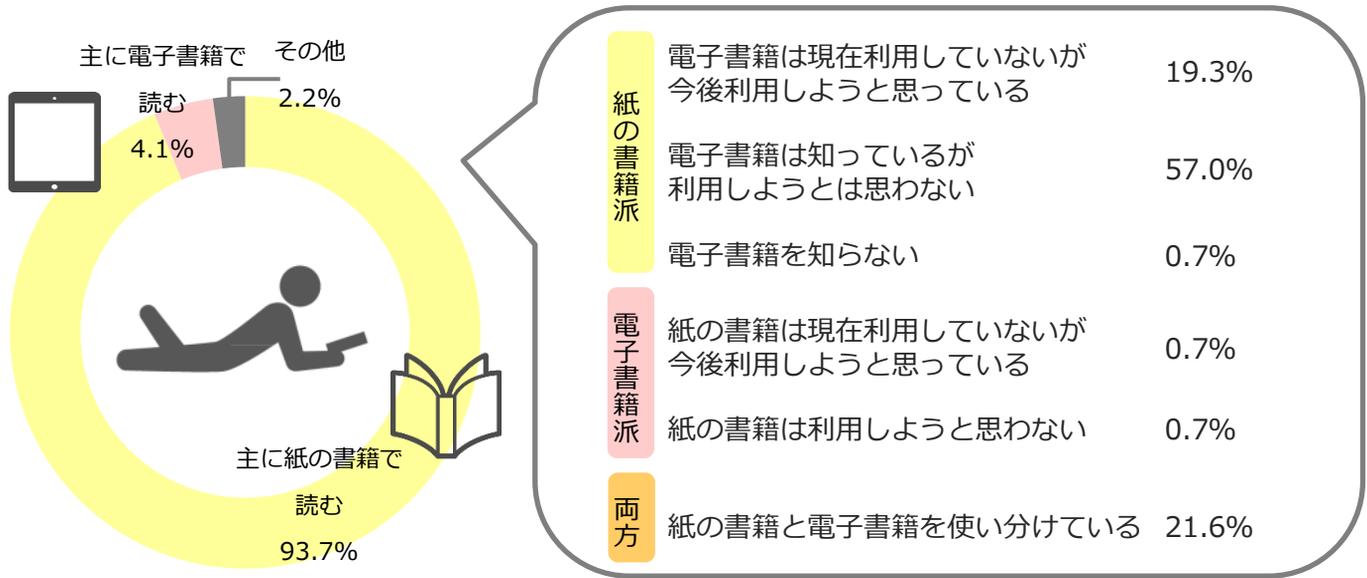
<図2-1> 読書をする理由・目的



<図2-2> 読書をしない理由



<図3> 読書手法／紙の書籍と電子書籍の利用意向



■調査内容

- 属性設問(性別・年齢・居住地・婚姻状況・子の有無・職業、勤務形態・役職・職種・個人年収)
- 読んだことのある書籍のジャンル(MA)
- 最もよく読む書籍のジャンル(SA)
- 好きな小説のジャンル(MA)
- 読書習慣の有無(SA)
- 読書に対する好意度(SA)
- 直近3カ月で読んだ書籍の冊数(SA)
- 読書歴(SA)
- 読書の目的・理由(MA)
- 読書手法(SA)
- 書籍の購入方法(MA)
- 書店への来店頻度(SA)
- 紙の書籍と電子書籍の利用意向(SA)
- 読書に掛ける金額(SA)
- 書籍を購入する基準(MA)
- 読書を好きになったきっかけ(MA)
- 1年前と比べた読書数の変化(SA)
- 読書をする場面(MA)
- 書籍の情報入手経路(MA)
- 紙の書籍で読書をする理由(MA)
- 電子書籍で読書をする理由(MA)
- 紙と電子書籍の使い分け方(FA)
- 読書をしない理由(MA)
- 購入した書籍の保管方法(SA)
- 読書に関するエピソード(FA)
- ソーシャルリーディングサービスの認知率(SA)
- ソーシャルリーディングサービスで知っているサービス・機能(MA)
- ソーシャルリーディングサービスで使ったサービス・機能(MA)
- ソーシャルリーディングサービスの利用意向(SA)

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査地域 : 一都三県(東京・神奈川・千葉・埼玉)
 調査対象 : 15~69歳の男女
 調査期間 : 2015年9月26日(土)~9月29日(火)
 有効回答数 : 1,200サンプル

【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 : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

《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・・・」