

報道関係各位

2020年11月10日  
株式会社クロス・マーケティング

## コロナ禍で「読書量が増加」は2割 電子書籍派もジワリと拡大

－読書に関する調査（2020年）－

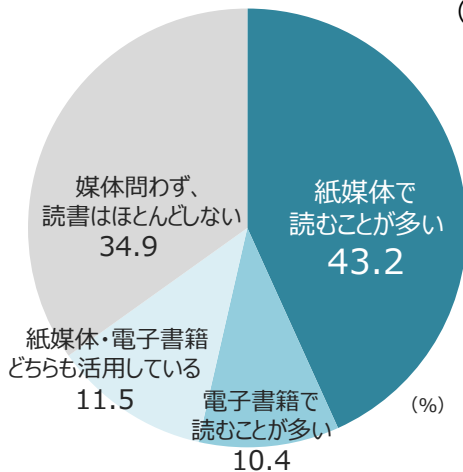
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「読書に関する調査（2020年）」を実施しました。秋の読書週間もありましたが、人々はどのように読書を楽しんでいるのでしょうか。普段の読書媒体、コロナ禍による読書量の変化、普段の読書シーンについて聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20201110dokusyo/>

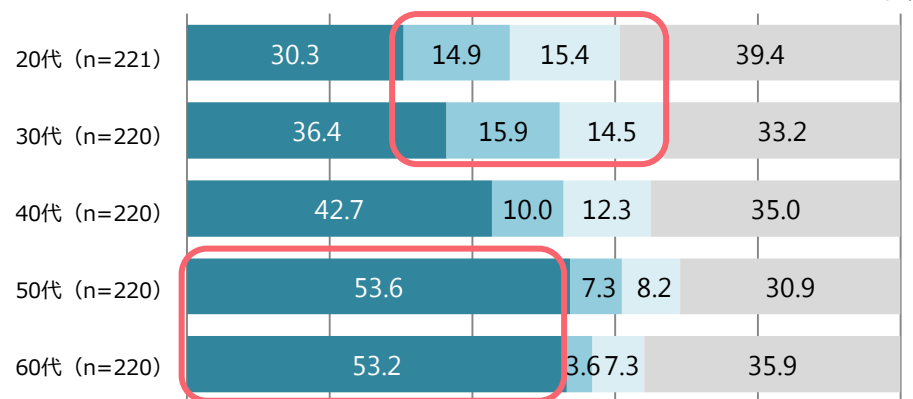
### ■調査結果

- ✓ **普段の読書（※漫画・雑誌含む）で何の媒体を使うか聴取したところ、「紙媒体で読むことが多い」が43%。**  
「電子書籍で読むことが多い」と「紙媒体・電子書籍どちらも活用している」計は22%、「読書はほとんどしない」は35%。<図1>  
主に電子書籍で読書をする人は、8.3%（2019年）→10.4%（2020年）と、やや増加傾向にある。  
年代別にみると、20-30代は「電子書籍で読むことが多い」と「紙媒体・電子書籍どちらも活用している」計がそれぞれ約3割と、若い世代ほど電子書籍の利用が進んでいることがうかがえる。一方、50-60代の約半数は「紙媒体で読むことが多い」と回答。<図2>
- ✓ **2割弱がコロナ禍により読書量は増えたと回答**  
一方、媒体別にみると、「紙媒体での読書は減った」と回答した人が約15%という結果に。紙媒体が減った要因としては、自粛期間で本屋行く機会が減ったことなどが考えられる。<図3>
- ✓ **普段、読書をするシーンは、「休日にゆっくりと」が41%でトップ。**  
次いで「就寝前、夜の時間帯に」「時間があるときにいつでも」が続く。  
年代別にみると、女性20代は「就寝前、夜の時間帯」が比較的高い。<図4>

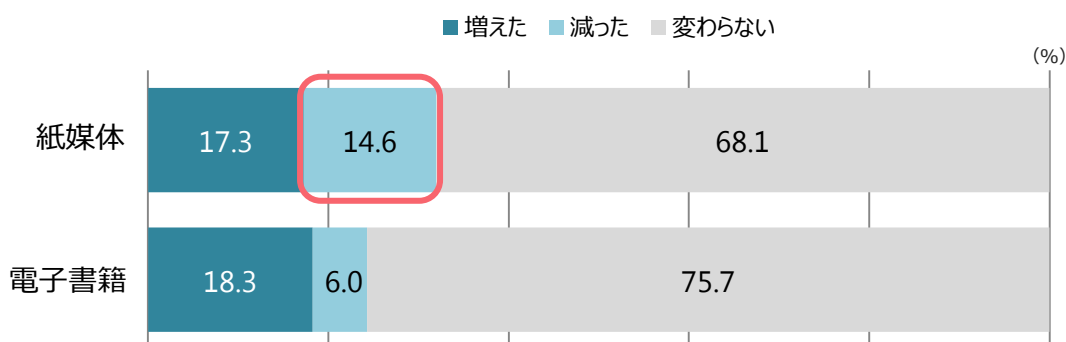
<図1> 読書で使う媒体（単一回答） ※全体  
(n=1,101)



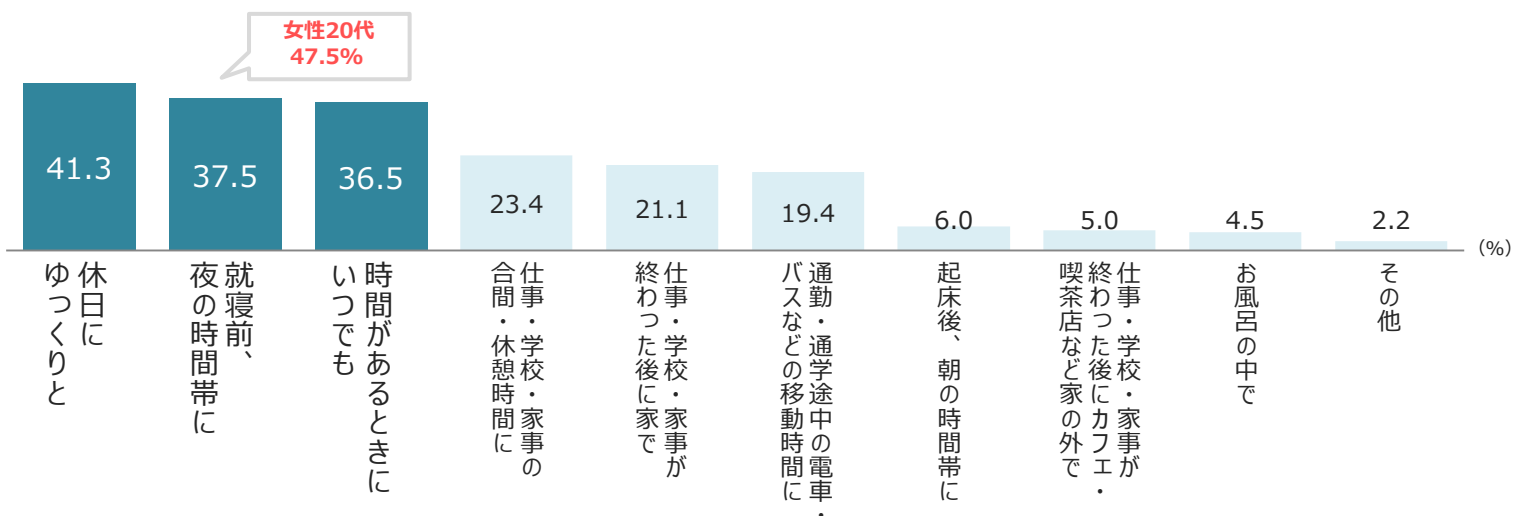
<図2> 読書で使う媒体（単一回答） ※年代別  
(n=1,101)



<図3> コロナ禍の読書量の変化（単一回答）  
※読書をしている人ベース (n=717)



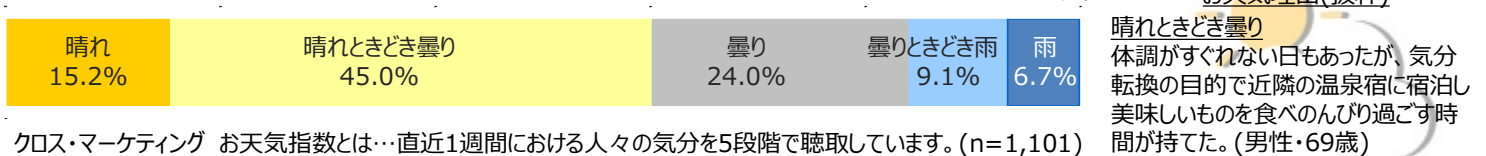
<図4> 普段の読書シーン（複数回答） ※読書をしている人ベース（n=717）



<図5> 私だけが知っているおすすめの本（自由回答抜粋）

- ✓ 『巡礼コメディ旅日記』  
四国のお遍路さんのような歩く旅のエッセイで、文化の違いや雰囲気面白くて、新しい発見がたくさんあったから。（男性30代）
- ✓ 『アナベルドールの冒険』  
小学生の時に読んだ物。面白いし、絵が優しくて気に入っているから。その後沢山の本を読んで衝撃を受けたり、感動したり、笑った本があったけれど、何故かその一冊だけ心の中に温かく残っているから。（女性20代）

クロス・マーケティング お天気指数



■ 調査項目

- 属性設問
- 直近1週間における気分とその理由
- 読書媒体
- コロナ禍の影響による読書量変化（紙媒体／電子書籍）
- 普段の読書シーン
- 私だけが知っているおすすめの本

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20201110dokusyo/>

■ 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 セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20～69歳の男女  
 調査期間 : 2020年11月6日（金）～7日（土）  
 有効回答数 : 本調査1,101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 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto: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・・・」