

拡大するコミック 市場とその将来

中京大学総合政策学部 佐藤ゼミ

河野智哉 家田貴史

目次

1. 研究背景
2. コミック市場の拡大について
3. 先行研究
4. 疑問と仮説
5. アンケート調査と分析
6. コミック市場の将来について
7. まとめと課題
8. 参考文献

1. 研究背景

1. 研究背景

2. コミック市場の拡大について

3. 先行研究

4. 疑問と仮説

5. アンケート調査と分析

6. コミック市場の将来について

7. まとめと課題

8. 参考文献

研究背景

近年、コミック作品が話題になることが増えた

- SNSのトレンドに入る
- ニュースやバラエティなどのテレビ番組で取り上げられる
- スーパーマーケットやコンビニエンスストアで関連商品が並ぶ

etc・・・

そして、コミック市場も拡大している

研究背景

コミック市場は年々拡大している。(データは後述)特に注目したいのが、2020年の急拡大である。2020年は、新型コロナウイルスの流行が始まった年である。

つまり、新型コロナウイルスの影響により、外出を控え在宅時間が増えたので、自宅でも楽しむことができる娯楽の一つであるコミックの売上が伸びたのではないか？また、その他に要因はあるのか？疑問に感じたため、研究を行った。

研究結果から、将来のコミック市場の変化・発展についても考察を行った。

研究背景

コミック市場拡大の要因を突き止める

コミック市場の将来について考察する

2. コミック市場の拡大について

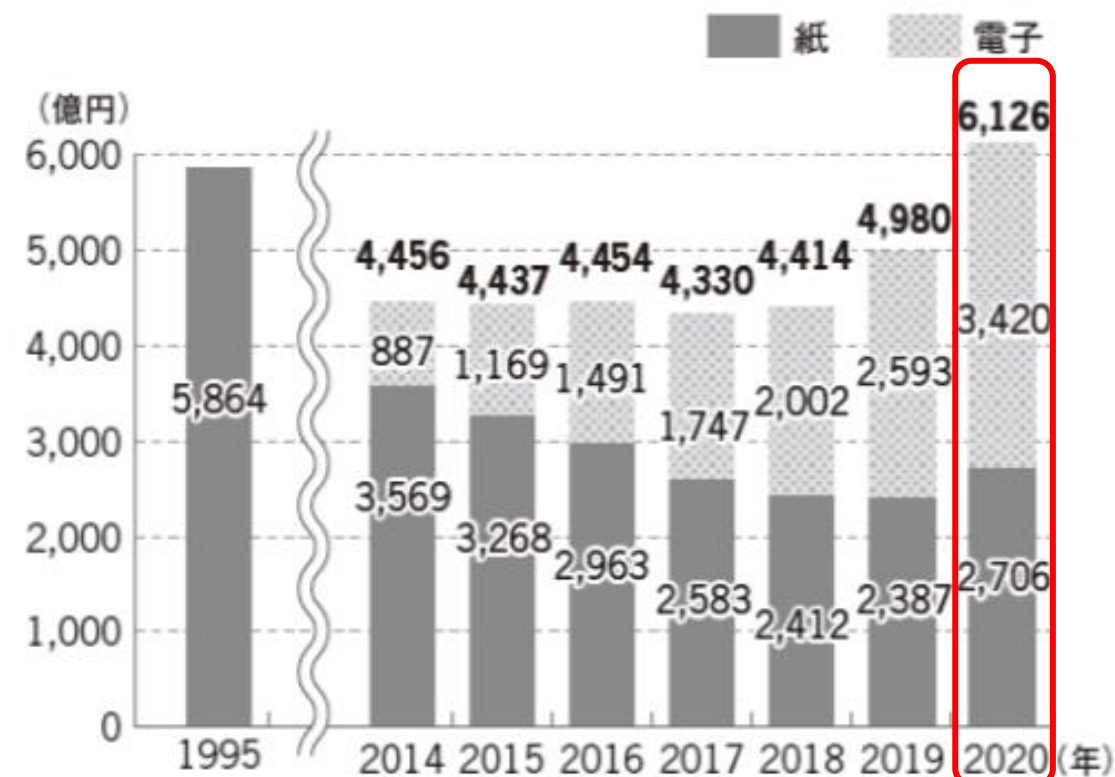
1. 研究背景
2. コミック市場の拡大について
3. 先行研究
4. 疑問と仮説
5. アンケート調査と分析
6. コミック市場の将来について
7. まとめと課題
8. 参考文献

コミック市場(紙と電子)

2020年
コミック市場
(紙+電子)
市場規模前年比
23%増

統計以来最大
の数字

■コミック市場(紙+電子) 販売金額推移

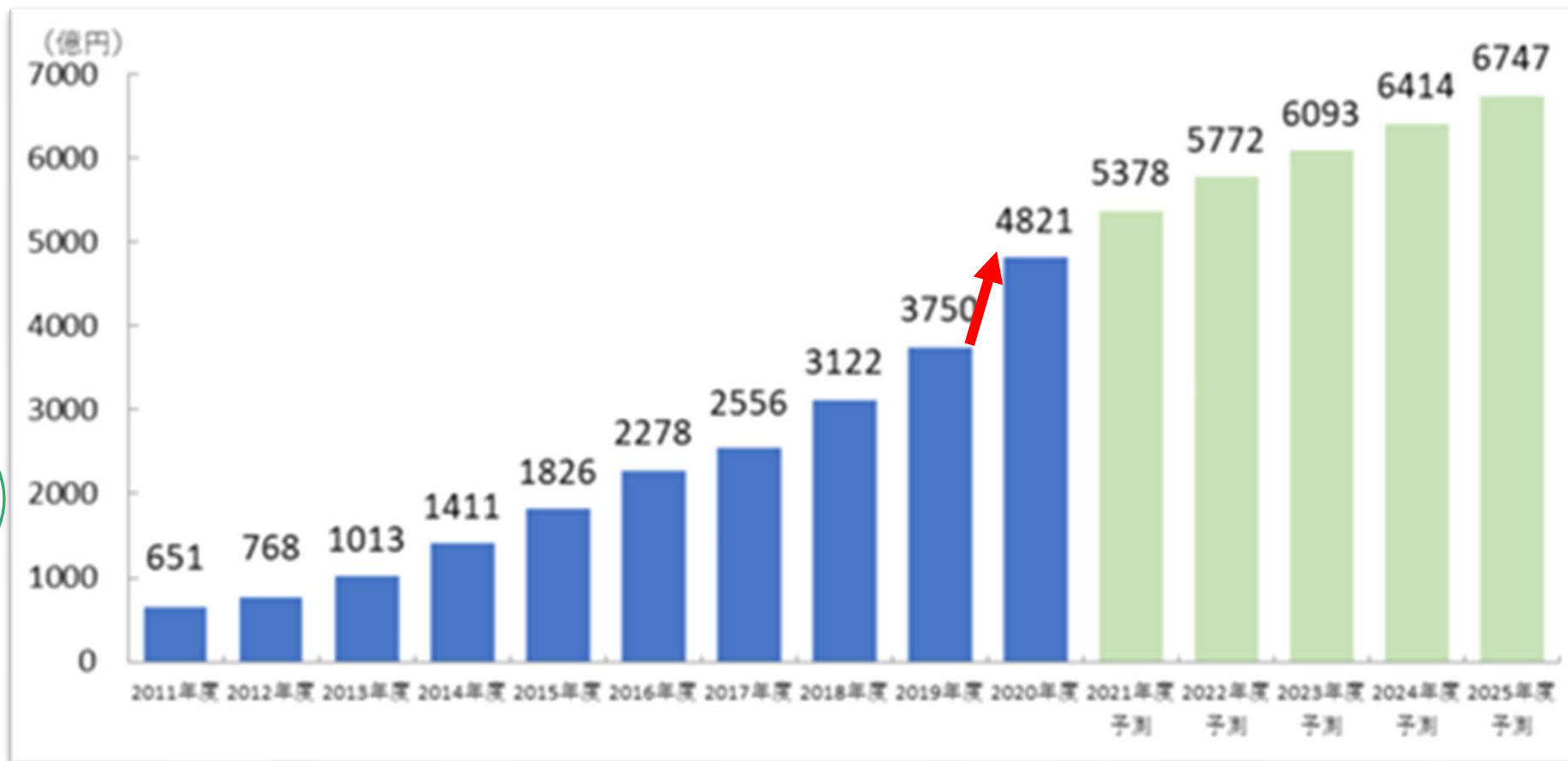


【引用】2020年のコミック市場規模発表 紙+電子で23.0%増の6,126億円、統計開始以来史上最大
紙は13.4%増、電子は31.9%増 20210225.pdf

電子書籍の普及

電子書籍
市場は
年々拡大

2020年は1076
億円（28.6%）
増加



【引用】プレスリリース 2020年度の市場規模は4821億円、巣ごもり消費で前年から1071億円的大幅増加！

『電子書籍ビジネス調査報告書2021』8月6日発売

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000003981.000005875.html>

電子コミック市場の拡大

電子書籍
市場の
詳細

2020年は
電子コミック
だけで
1000億円増加！



【引用】プレスリリース 2020年度の市場規模は4821億円、巣ごもり消費で前年から1071億円の大幅増加！

『電子書籍ビジネス調査報告書2021』8月6日発売

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000003981.000005875.html>

鬼滅の刃の圧倒的な売上

近年のコミック市場を語る上で外せない作品が『鬼滅の刃』である。

コミック売上の記録

- オリコン株式会社が発表するオリコンランキングの1つ「オリコン年間コミックランキング2020」の「作品別」で約8235万部の期間内売上を記録(2019年の1位は約1206万部)
- 単巻別のランキングでは2008年の集計以来初の1～10位独占、既刊22巻で上位22位独占

鬼滅の刃はコロナ禍以前から売上が伸びている

「オリコンコミックランキング2019」の「作品別」でも、『鬼滅の刃』が約1206万部の期間内売上を記録し、シリーズ初TOP10入りを果たしながら1位となっている。

2019年4月にTVアニメが放送開始した。

2016年2月に連載開始し、アニメ化前の売上は約315万部であった。

『鬼滅の刃』の売上が伸びたきっかけはアニメ？

爆発的に売り上げを伸ばす漫画

呪術廻戦

累計発行部数の推移

2020年5月 450万部

2020年10月2日(アニメ放送開始) 850万部

2021年1月 2000万部

アニメ放送終了

2021年4月 4500万部

2021年10月(アニメ放送から1年) 5500万部

1年で
約6.5倍

東京卍リベンジャーズ

累計発行部数の推移

2020年9月 500万部

2021年3月 1000万部

アニメ放送開始

2021年5月10日 1450万部

実写映画放映開始

2021年9月 4000万部

1年で
約8倍

元々売れていたが、アニメ放送開始以降売上が大きく伸びている

補足

発行部数≠売上

しかし、売上が多いほど発行部数も多くなるので、
発行部数は売上の指標となる

連載開始時から売れ続ける漫画

SPY×FAMILY

漫画誌アプリ「少年ジャンプ+」で連載されている人気漫画。

2019年3月 連載開始

2020年12月 累計発行部数800万部

2021年6月4日 累計発行部数1000万部

アニメ化などのメディアミックス化はされていない。

怪獣8号

漫画誌アプリ「少年ジャンプ+」で連載されている人気漫画。

2020年7月 連載開始

2021年9月 SPY×FAMILYを上回るジャンプ+史上最速で累計発行部数400万部を突破

アニメ化などのメディアミックス化はされていない。

アニメが放送されていないにもかかわらず、爆発的に売れている

3. 先行研究

1. 研究背景
2. コミック市場の拡大について
- 3. 先行研究**
4. 疑問と仮説
5. アンケート調査と分析
6. コミック市場の将来について
7. まとめと課題
8. 参考文献

先行研究

星野(2018)

電子化が進むことによるコミック市場、出版業界、書店への影響を取り上げた。

- 大手出版社の収益構造より、紙の減収、デジタルの売上増加から、漫画は紙から電子へとシフトしていると断定。
- 紙コミックの販売に悪影響→書店の収益低下、流通危機の問題を指摘。
- 雑誌では適さない表現などを掲載することができることなど、電子化によってコミック市場は広まっている点もある。

先行研究

吉田(2014)の調査

2013年7月に大学生を対象に、漫画に関する一斉調査を行った。

調査で判明したこと

- 多くの大学生は漫画が好きである。漫画が嫌いな大学生は極少数である。
- 漫画が好きな度合いによって、漫画の優先度が異なる。
- 大学生の多くは、雑誌よりも単行本を読む傾向がある。
- 大学生の多くは、1ヶ月に1～4冊漫画を読む。

2つの先行研究から

漫画の電子化が広まり、多くの人が電子でも漫画を読むようになったが、
今、漫画を好きな人がどのような層であるかをいくつかに分類し、
どういった人が今後も漫画を読んでいこうと考えているのかを先行研究を参考
にアンケートを実施し、分析した。

近年の動向から、そこには過去の結果との相違点があるかを調査した。

4. 疑問と仮説

1. 研究背景
2. コミック市場の拡大について
3. 先行研究
4. 疑問と仮説
5. アンケート調査と分析
6. コミック市場の将来について
7. まとめと課題
8. 参考文献

疑問

本当にコミック市場の急成長は、コロナ禍による巣ごもり需要なのか？

電子書籍の普及が広まっているから？

『鬼滅の刃』などの漫画が大きな売上を出したから？

またそのようなビッグタイトルが他の漫画の売上も伸ばしたから？

コミック市場拡大の本当の要因は何か？
もしくは複数あるのか？

仮説

コミック市場拡大の本当の要因は何か？
もしくは複数あるのか？



仮説

コミック市場の拡大は、新型コロナウイルス
による巣ごもり需要が主な要因である。

5. アンケート調査と分析

1. 研究背景
2. コミック市場の拡大について
3. 先行研究
4. 疑問と仮説
5. アンケート調査と分析
6. コミック市場の将来について
7. まとめと課題
8. 参考文献

実際のデータの数値を見て

- ・コロナ禍の影響
- ・紙と電子の嗜好性
- ・鬼滅の刃の流行

について調査と分析をしていく

独自でアンケート調査

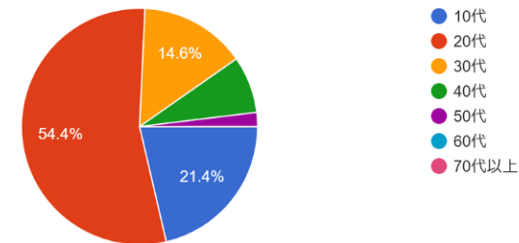
実施期間: 10月23日～11月1日まで

調査方法: Googleフォーム

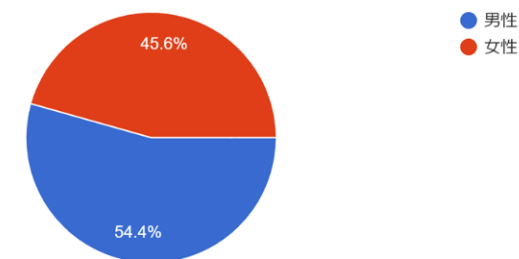
調査対象: 10代～50代までの学生、社会人
を中心とした男女(103名)

※発表者のSNSのフォロワーがメインなため母数の少なさや偏りも
存在すると考えられ、あくまで1つの可能性として展開する

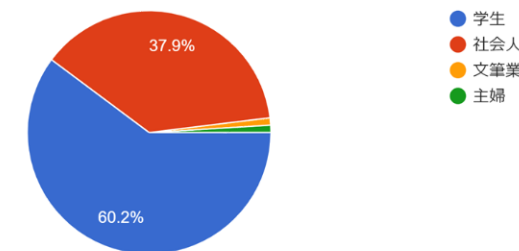
1. 年齢
103 件の回答



2. 性別
103 件の回答



3. 職業
103 件の回答



購入する頻度はコロナ禍で増えたのか

増えた (10名:9.7%)

どちらかと言えば増えた (10名:9.7%)

→増えた側 (計 20名:19.4%)

変わらない (71名:68.9%)

減った (7名:6.8%)

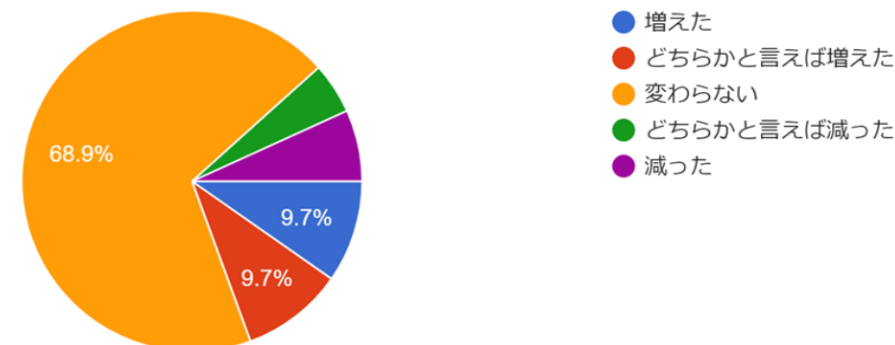
どちらかと言えば減った (5名:4.9%)

→減った側 (計 12名:11.7%)

増えた側の方が減った側よりも多く見られた

新型コロナウイルスの流行以降、漫画を購入する頻度は増えましたか？

103 件の回答



増えた側で答えた人に対して

なぜコロナ禍で増えたのかという質問には、
“家にいることで時間が増えて暇だったから”
といった回答が20件中17件と大多数を占めた

具体的な解答例

“自宅にいる時間が増えたため”、“家にいるから”、“外出する機会がより減ったため”、
“自粛で家にいる時間が増えたから”、“暇だったから”、“時間ができたから”、
“家にいる時間が増えたので 暇を潰すため”、“家にいる時間が増え、暇つぶしのため”、“暇が増えたから”、
“家にいて暇だから”、“暇だから”、“家にいる時間が長くなったから”、“アニメ、漫画に割く時間が増えた”、
“家にいる時間が増えたから”、“室内で楽しめる娯楽の一つとして”

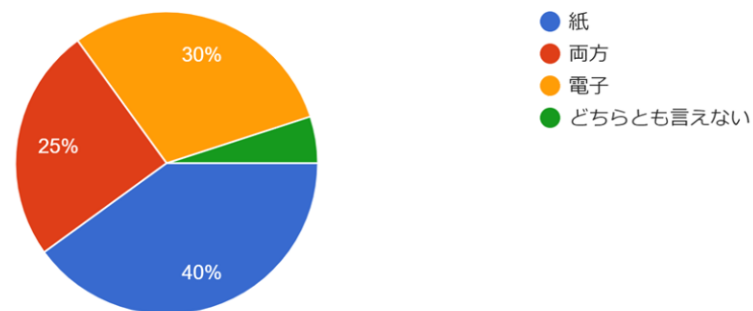
→コロナ禍の巣ごもり需要で増えたと言えるのではないか

どちらの媒体での購入が増えた？

紙と電子でどちらで購入する頻度が増えたか

- 紙 (8名:40%)
- 両方 (5名:25%)
- 電子 (6名:30%)
- どちらとも言えない (1名:5%)

紙と電子どちらの媒体で購入する頻度が増えましたか？
20件の回答



紙と電子では大きな差もなく、むしろ紙の方が多かった

ただし、これだけではあまりにもデータが少なすぎるのではないか？

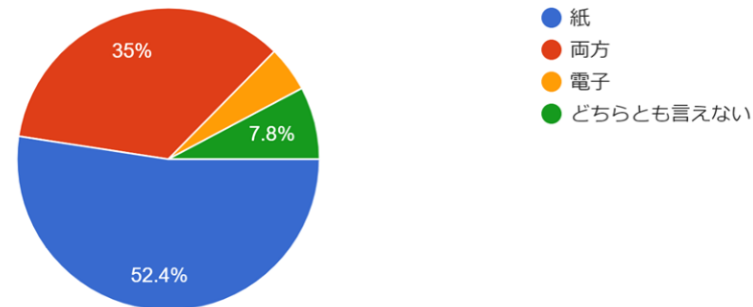
では紙と電子のどちらが好みなのか？

紙と電子のどちらで漫画を読むことが好きか

- 紙 (54名:52.4%)
- 両方 (36名:35%)
- 電子 (5名:4.9%)
- どちらとも言えない (8名:7.8%)

紙と電子どちらの媒体で漫画を読むことが好きですか？

103 件の回答



ここでは意外にも、紙を単独で支持する人の割合が圧倒的に多かった

紙と電子の購入と好みの関係

行:紙と電子どちらで読むのが好きか

列:どちらの媒体で購入する頻度が増えたか

(空白)の部分は、購入頻度が増えていない人を表す

	列						
行	紙	両方	電子	どちらとも言えない	(空白)	総計	
紙		6.80%	2.91%	1.94%	0.97%	39.81%	52.43%
両方		0.97%	1.94%	1.94%	0.0%	30.10%	34.95%
電子		0.0%	0.0%	1.94%	0.0%	2.91%	4.85%
どちらとも言えない		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.77%	7.77%
総計		7.77%	4.85%	5.83%	0.97%	80.58%	100.00%

紙の方が好きでも、電子で購入する頻度が増えた人がわずかに存在している

→紙で読む方が好きな人も電子で購入しているのではないかな？

電子で購入する人が増えていくのか？

紙が好きな人でも電子で購入する場合

→今後も紙で読むことが好きな人でも電子で購入するのではないか？

電子での漫画の販売促進をしていくべきであるかもしれない

SPY×FAMILY、怪獣8号など電子媒体のジャンプ+で連載されている作品も人気になり、大ヒットを記録している

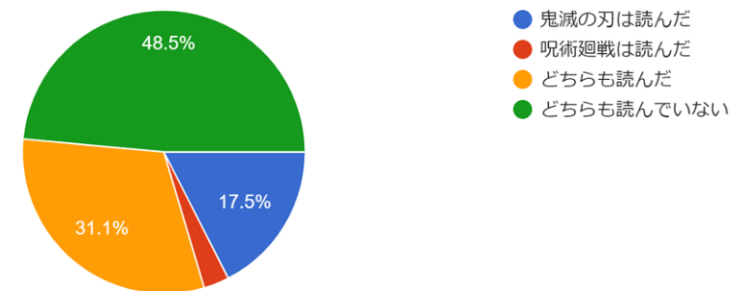
紙媒体で連載している漫画にも工夫が必要になってくるのだろうか？

話題の人気作品は読まれているのか

最近話題のヒット作品である”鬼滅の刃”、”呪術廻戦”を読んだか

- 鬼滅の刃は読んだ (18名:17.5%)
- 呪術廻戦は読んだ (3名:2.9%)
- どちらも読んだ (32名:31.1%)
- どちらも読んでいない (50名:48.5%)

“鬼滅の刃”、“呪術廻戦”などのヒット作品の漫画は読みましたか？
103 件の回答



鬼滅の刃を読んだ人は半数近くを占めた (計 50名:48.6%)

→鬼滅の刃を読んだ人が多いことがわかる

鬼滅の刃のアニメの影響力

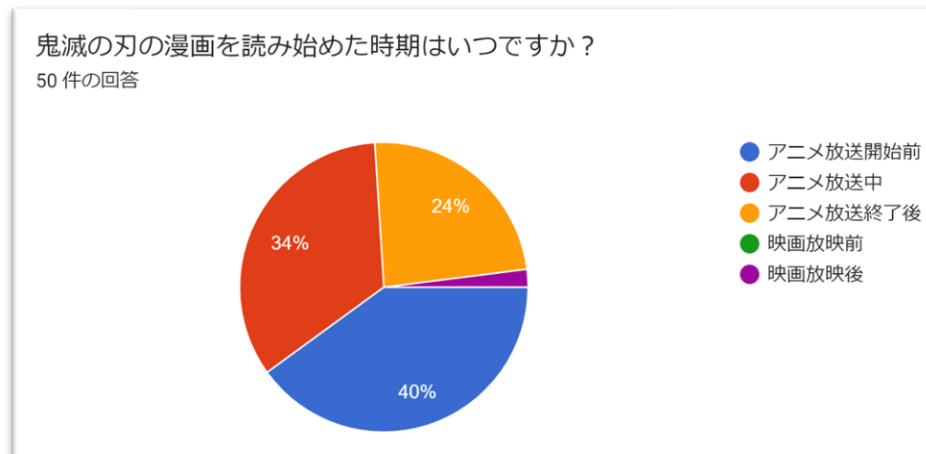
鬼滅の刃を読んだ人に対して、読み始めた時期について質問

アニメ放送開始前から読んでいた人が
一番多かった (20名:40%)

アニメ放送中と放送終了後に読み始めた人
も多かった (計 29名:58%)

その理由には、“アニメの続きを読みたかったから”という回答が多く見られた
また、“友達に勧められた”、“流行していたから”という声もあった

→鬼滅の刃の売上増加にはアニメの大ヒットが影響している

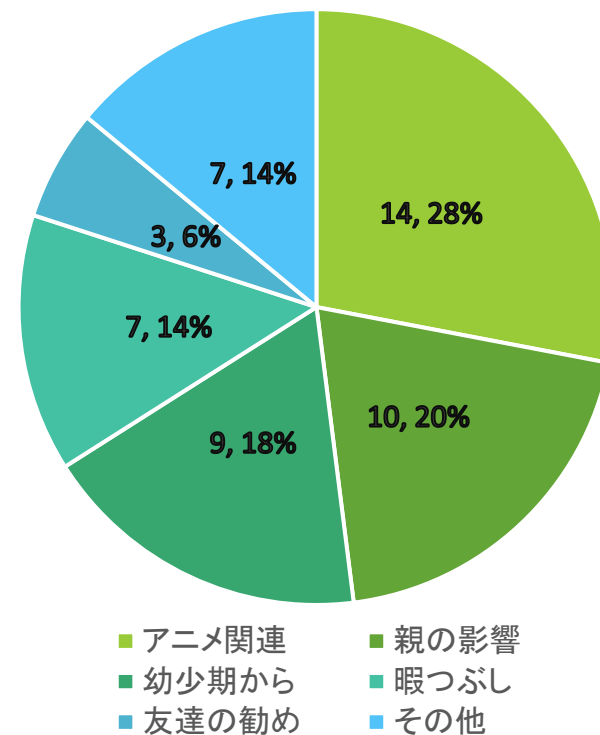


補強材料として

別枠で設けていた、鬼滅の刃に限らず、漫画そのものを読み始めたきっかけを尋ねた自由回答の質問では、

51名のうち、14名がアニメから原作の漫画を購入するようになった等の趣旨の回答をした

このことからアニメ化されることの影響力は大きいと考えられる



しかし、一概にアニメの影響で読者が増えたと言えるのか

アニメ放送開始前から読んでいた人も4割を占めるほどに多かった

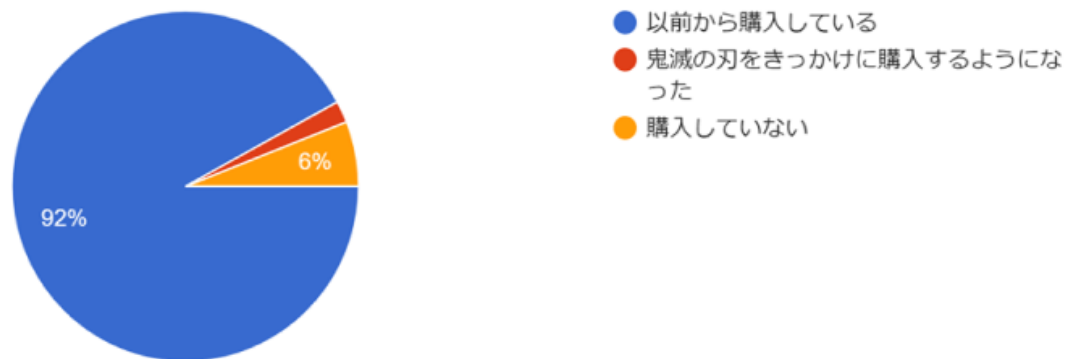
また、鬼滅の刃を読み始めた理由の中には、

“週刊少年ジャンプ本誌に掲載されていたから”という回答も幾つか見られた

さらに、鬼滅の刃を購入する以前から他の漫画も購入していると回答した人が多数

鬼滅の刃以外の他の漫画作品も購入していますか？

50 件の回答



コロナ禍で漫画の購入頻度が増えた層

行: 漫画を読むことは好きか？

列: コロナ禍で漫画の購入頻度は増えたか？

行	列						総計
	増えた	どちらかと言えば 増えた	変わらない	どちらかと言えば 減った	減った		
好き		9	10	49	5	6	79
どちらかと言えば好き		1		14		1	16
どちらでもない				6			6
嫌い				2			2
総計	10	10	71	5	7		103

購入頻度が増えたのは、漫画を読むことが好きな人に見られた

人気タイトルによる市場全体への売上増加効果

行:鬼滅の刃、呪術廻戦を読んだか？

列:鬼滅の刃以外の漫画を購入しているか？

行	列				総計
	以前から購入している	鬼滅の刃をきっかけに購入するようになった	購入していない	(空白)	
どちらも読んだ	31		1		32
鬼滅の刃は読んだ	15	1	2		18
呪術廻戦は読んだ				3	3
どちらも読んでいない				50	50
総計	46	1	3	53	103

(空白)の部分は鬼滅の刃を読んでいない人を表す

鬼滅の刃を読んだ層は、以前から他の漫画も購入していた層である

総括

- アンケートでは紙の方が高かったが、紙と電子では電子がやはり伸びていると言える
- コロナ禍の巣ごもり需要で漫画の売上は増えたと言える
- 漫画好きに読みたいと思わせることに成功したため、鬼滅の刃のアニメのブームが人気に火をつけたと言える
- 鬼滅の刃から新規層を取り込み、コミック市場全体に影響を与えたと言えるかは判断不可

ロジスティック回帰分析を行う

ロジスティック回帰分析とは？

複数の変数から分析を行う「多変量解析」の一種で、
質的確率を予想することができ、説明変数、質的変数を
ダミー変数にして計算を行うことができる
この分析で、「ある事象の発生率」を判別することができる

ロジスティック回帰分析とは

ダミー変数

質的変数を多変量分析に使用する際に0と1で表す方法

偏回帰係数

説明変数が1増加するときに、目的変数がどれだけ増加/減少するかを示す

対数尤度

ある結果に対しての尤もらしさを表す

推定値

1に近いほどに目的変数起きる確率が高い

ロジスティック回帰分析とは

オッズ

事象が起こる確率(Y)と事象が起こらない確率($1-Y$)の比のことで、
事象が起こる確実性を表す

オッズ比

ひとつの説明変数の値が異なる場合の2つのオッズの比のこと

説明変数が目的変数に与える影響力を調べることができる

オッズ比の値が大きくなると、その説明変数によって目的変数が大きく変動することを表す

ダミー変数を用いて

説明変数

x_1 : 漫画を読むことは好きですか？

(1=好き、0=好きではない)

x_2 : 新型コロナウイルスの流行以降、漫画を購入する頻度は増えましたか？

(1=増えた、0=増えていない)

x_3 : 紙と電子どちらの媒体で漫画を読むことが好きですか？

(1=紙、0=電子)

x_4 : “鬼滅の刃”、“呪術廻戦”などのヒット作品の漫画は読みましたか？

(1=鬼滅の刃を読んだ、0=読んでいない)

x_5 : 鬼滅の刃以外の他の漫画作品も購入していますか？

(1=購入している、0=購入していない)

目的変数

Y : これから漫画を読むことを続けるとおもいますか？

(1=思う、0=思わない)

ロジスティック回帰分析結果

偏回帰係数

- x_1 : 3.458663
- x_2 : 18.17927
- x_3 : 1.303614
- x_4 : 8.632505
- x_5 : -7.3611

対数尤度 31.0036

ロジスティックモデルは、

$$Y = 1 / (1 + \exp(-(-3.46 * x_1 + 18.18 * x_2 + 1.30 * x_3 + 8.63 * x_4 - 7.36 * x_5 - 1.91)))$$

ロジスティック回帰分析
「特定の現象の有無」であり、Yが1になる
確率を判別する

全体のデータの結果を見て

$x_1 \sim x_5$ の回答がすべて1のとき、

推定値は1を示した

Y	定数項	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	推定値	データごとの対数尤度
1	1	1	1	1	1	1	1	-2.0748E-10

x_4, x_5 が0の場合であっても、

推定値は1であった

Y	定数項	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	推定値	データごとの対数尤度
1	1	1	1	1	0	0	1	-7.39843E-10

→ x_1, x_2, x_3 が大きく影響し、 x_4, x_5 は影響が少ないのではないか？

オッズ比を求めた結果

想像とは違う形で数値の差が大きく分かれた

Y	定数項	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	推定値	データごとの対数尤度		オッズ		オッズ比
1	1	1	1	1	1	1	0.969488	-0.030986711		31.77448		
1	1		0	1	1	1	0.5	-0.693147181		1		31.7744805
1	1	1	1	1	1	1	1	-1.27304E-08		78552169		
1	1	1	0	1	1	1	0.5	-0.693147181		1		78552168.9
1	1	1	1	1	1	1	0.786443	-0.240235634		3.68258		
1	1	1	1	0	1	1	0.5	-0.693147181		1		3.68258022
1	1	1	1	1	1	1	0.999822	-0.000178202		5611.117		
1	1	1	1	1	0	1	0.5	-0.693147181		1		5611.11702
1	1	1	1	1	1	1	0.000635	-7.36173732		0.000635		
1	1	1	1	1	1	0	0.5	-0.693147181		1		0.0006355

オッズ比によると

オッズ比の値が極めて大きくなった

- x_2 :新型コロナウイルスの流行以降、漫画を購入する頻度は増えましたか？ (78552168.93)
- x_4 :“鬼滅の刃”、“呪術廻戦”などのヒット作品の漫画は読みましたか？ (5611.117018)

オッズ比の値は小さかった

- x_1 :漫画を読むことは好きですか？ (31.77448051)
- x_3 :紙と電子どちらの媒体で漫画を読むことが好きですか？ (3.682580223)
- x_5 :鬼滅の刃以外の他の漫画作品も購入していますか？ (0.000635498)

アンケートの分析結果から

結果

- 漫画を読むことが好き △
- 新型コロナウイルスの流行以降、漫画を購入する頻度は増えた ○
- 紙で漫画を読むことが好き △
- 鬼滅の刃を読んだ ○
- 鬼滅の刃以外の他の漫画作品も購入している △

これらの要素から、
これから漫画を読むことを続けると思うことに大きく影響を与えた
のは一部だった

6. コミック市場の将来について

1. 研究背景
2. コミック市場の拡大について
3. 先行研究
4. 疑問と仮説
5. アンケート調査と分析
6. コミック市場の将来について
7. まとめと課題
8. 参考文献

今後のコミック市場の考察

巣ごもり需要の終了

ワクチンの接種などもあり、新型コロナウイルスの脅威は低下。巣ごもり需要が低下し、急な成長は期待できない。

電子媒体の更なる普及

アニメ市場と相互に成長

アニメの影響によって売上を大きく伸ばす漫画が登場したことで、原作を売り込むための、高品質のアニメや、SNSなどで話題になりやすい工夫が施されたアニメが増える。その結果、原作の売上が伸びやすくなり、アニメ側も大きな利益が見込みやすくなる。

コミック市場のさらなる発展には

電子媒体での市場のさらなる拡大

- 漫画の売上はどんどん伸び続けている
- 紙よりも電子で伸びは顕著である
- 電子発のヒット作品の台頭も見られる

新規層に購入させる取り組み

- 漫画を購入する層が拡大しているとは限らない
- 鬼滅の刃を以てしてでもアンケート結果に反映されるほどではなかった
- 何かのきっかけで漫画購入へと一歩を踏み出させる必要がある

7. まとめと課題

1. 研究背景
2. コミック市場の拡大について
3. 先行研究
4. 疑問と仮説
5. アンケート調査と分析
6. コミック市場の将来について
7. まとめと課題
8. 参考文献

仮説の検証

仮説

コミック市場の拡大は、新型コロナウイルスによる巣ごもり需要が主な要因である。



新規で購入する層が増えたとは結論付けられなかったため、一概には言えないが、新型コロナウイルスの流行以降、漫画を購入する頻度は増えたとする人が、これからも漫画を購入していくものだと推測できるため、仮説は正しいと考えられる。

まとめ

- 紙や電子などの媒体に問わない
- 新型コロナウイルス流行後以降に新たに漫画を購入した
- ヒットしている作品などを積極的に読む



このような人たちがこれからの漫画市場を支えていく

今後の課題

実際の数値のデータとアンケートで得られたデータでは違う部分がいくつも現れ、うまくいかなかった点も多くあった。

また、想定していたものとは違う結果が現れ、根本から考え直すこともあった。

今後はあらかじめもっと計画してアンケートを実施するなどをし、有効な分析を行い、信頼性の高い結果を出したい。

8. 参考文献

1. 研究背景
2. コミック市場の拡大について
3. 先行研究
4. 疑問と仮説
5. アンケート調査と分析
6. コミック市場の将来について
7. まとめと課題
8. 参考文献

参考文献

オリコンニュース, 「【年間本ランキング】『鬼滅の刃』1～22位を独占、「史上初」づくしの”鬼滅旋風”吹き荒れる」(2020-11-30, 閲覧日 2021-11-09)

<https://www.oricon.co.jp/news/2177872/full/>

オリコンニュース, 「【年間本ランキング】アニメ人気で売り切れ続出『鬼滅の刃』が初の年間1位」(2019-11-28, 閲覧日 2021-11-10)

<https://www.oricon.co.jp/news/2149737/full/>

オリコンニュース, 「『鬼滅の刃』アニメ経て原作売上6.5倍に大化け 2019年データから見る異例のブーム化」(2019-12-26, 閲覧日 2021-11-10)

<https://www.oricon.co.jp/news/2151957/full/>

オリコン, 「『呪術廻戦』累計5500万部突破、新刊17巻の初版215万部 アニメ放送1年で6.5倍に」, YAHOO!JAPANニュース(2021-10-04, 閲覧日 2021-11-10)

<https://news.yahoo.co.jp/articles/9aa9eb77d2e0a10b46d5b44f1be2b778c8e08f58>

参考文献

株式会社インプレスホールディングス, 「2020年度の市場規模は4821億円、巣ごもり消費で前年から1071億円的大幅増加! 『電子書籍ビジネス調査報告書2021』 8月6日発売」 PR TIMES (2021-08-03, 閲覧日 2021-11-08)

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000003981.000005875.html>

コミックナタリー, 「「怪獣8号」新刊記念のPVが公開に、少年ジャンプ+史上最速で400万部突破」 ナタリー (2021-09-03, 閲覧日 2021-11-10)

<https://natalie.mu/comic/news/443591>

出版科学研究所, 「2020年のコミック市場規模発表 紙+電子で23.0%増の6,126億円、統計開始以来史上最大 紙は13.4%増、電子は31.9%増」 (2021-02-25, 閲覧日 2021-11-08)

<https://shuppankagaku.com/wp/wp-content/uploads/2021/03/20210225.pdf>

星野渉 電子化によるコミック市場縮小と流通危機の顕在化 『メディア・レポート』 (2018-05, 閲覧日 2021-11-12)

https://www.publication.law.nihon-u.ac.jp/pdf/journalism/journalism_11/each/19.pdf

参考文献

平野亜矢・稲垣宗彦, 「『SPY×FAMILY』の快進撃 ウェブ発で累計発行部数800万部突破」 日経XTREND (2021-03-27, 閲覧日 2021-11-10)

<https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/casestudy/00012/0055>

マイナビニュース, 「『SPY×FAMILY』、6/4発売の最新第7巻で累計発行部数が1,000万部を突破」 (2021-05-27, 閲覧日 2021-11-10)

<https://news.mynavi.jp/article/20210517-1889281/1/>

MANTANWEB, 「＜東京卍リベンジャーズ＞累計4000万部突破 1年で8倍に急増 アニメ、実写映画人気追い風に」 YAHOO!JAPANニュース (2021-09-26, 閲覧日 2021-11-10)

<https://news.yahoo.co.jp/articles/40aeb9b1c7ca28e4dff4dd37fb3bce78e5fdf338>

吉田佐治子 大学生はどのようにマンガを読んでいるのか 摂南大学教育学研究Vol.10 (2014, 閲覧日 2021-11-12)

[2014_000_10_003yoshida.pdf](#)



ご清聴ありがとうございました