

J:COM メディアガイド

データに見る J:COMご利用者

J:COM MEDIA GUIDE

USER'S DATA

J:COMサービスを利用されている方の
データをご紹介します。
いろいろなものへの関心が強く、
ゆとりある生活がうかがえます

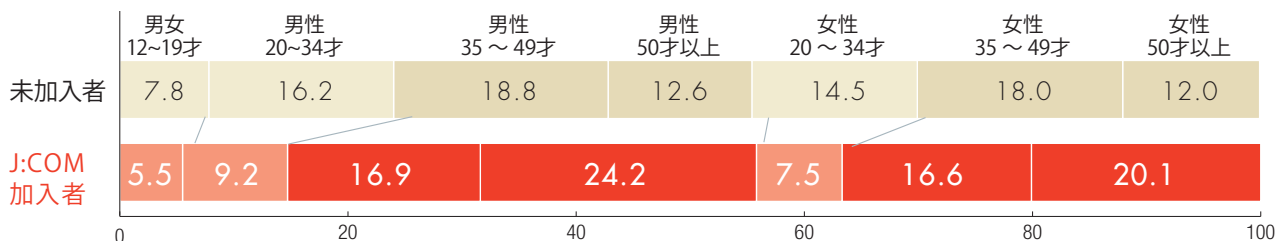
J:COM利用者の素顔

基本属性

J:COM未加入者（地上波のみご利用）と、J:COM加入者（専門チャンネルの視聴者）の基本属性を比較してみました。一戸建てが多く、高収入の世帯も一定割合存在しており、ゆとりのある層がうかがえます。男性30～50代に加え、主婦層も大きなウエイトを占めています。

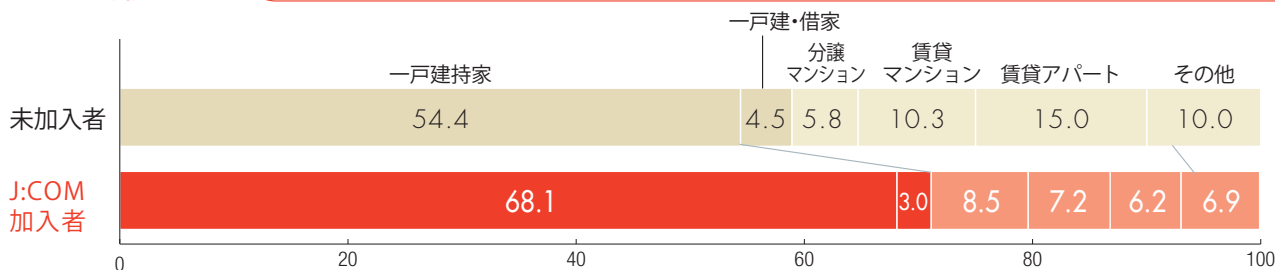
年代

男性、女性とも、35才以上の大人世代が大きなウエイトを占めています。



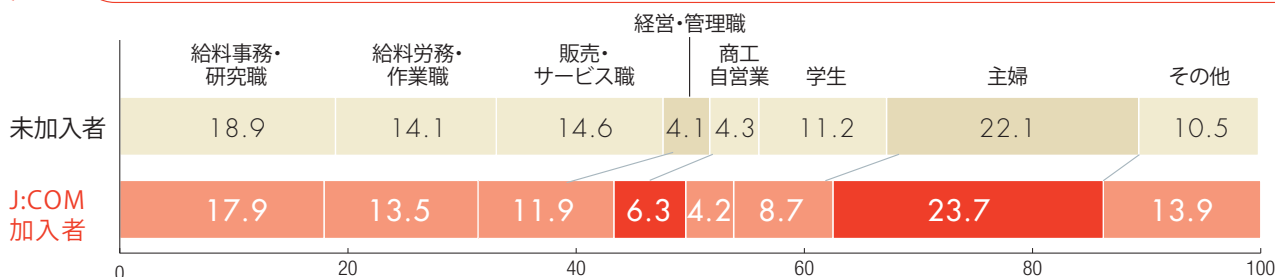
住まいの形態

住居は持家一戸建ての割合が明らかに多くなっていることが分かります。



職業

経営・管理職といったエグゼクティブな層のほか、主婦が多いことも目立っています。



世帯年収

加入者のうち1,000万円以上の高収入世帯の割合は、19.3%となっております。

J:COM加入者の高収入世帯の割合

1,000万円以上1,200万円未満	8.9%
1,200万円以上1,500万円未満	5.3%
1,500万円以上2,000万円未満	3.0%
2,000万円以上3,000万円未満	1.5%
3,000万円以上	0.6%

J:COM加入者の平均世帯年収

730万円

※未加入者は587万円

J:COM加入者の平均家族人数

3.2人

生活について

普段の生活からも、さまざまなメディアなどで情報を集め、行動をおこす、向上心が高くアクティブな層であることが分かります。

最近1年でやったことは…

	J:COM 加入者	未 加入者		J:COM 加入者	未 加入者
ゴルフ(コース)	10.9%	6.0%	映画鑑賞(アニメ以外の外国映画)	27.1%	19.1%
ウォーキング	36.0%	27.8%	映画鑑賞(アニメ以外の邦画)	25.3%	19.5%
ペット飼育	22.4%	16.7%	スポーツ観戦(TVを除く)	21.4%	12.8%
園芸・庭いじり(ガーデニング)	24.2%	18.8%	宝くじ(ロト・ナンバーズ含む)	29.4%	23.4%
演劇・芝居・ミュージカル鑑賞	15.4%	8.2%	1泊以上の国内旅行(出張除く)	53.8%	46.1%
コンサート(日本人アーティスト)	22.1%	14.9%	日帰り旅行	45.9%	38.0%

日常生活について…

食事や食品、料理	J:COM 加入者	未 加入者	商品の買い方、情報・広告	J:COM 加入者	未 加入者
塩分のとり過ぎに注意している	61.7%	53.9%	衝動買いをするほうだ	44.4%	38.3%
食品の安全性に注意している	65.0%	56.5%	社会貢献支援の商品を買う	24.3%	16.0%
無農薬・有機野菜を買う	24.3%	18.1%	広告はよく見るほう	58.6%	51.4%
できるだけ無添加食品を使う	36.8%	31.4%	教育		
食材は国産のものを使う	65.9%	60.0%	教育にはお金を惜しまない	43.7%	36.0%
健康			教育にお金がかかっても仕方ない	62.5%	55.9%
健康に強い関心を持っている	64.1%	56.6%	外国留学をさせたい(したい)	43.4%	35.6%
歯や歯ぐきの健康に気を配る	68.5%	57.8%	仕事・勉強・日常、スポーツ		
ダイエットに関心がある	57.6%	50.4%	絵画や写真などの鑑賞に関心	39.5%	32.2%
くらし、お金			定期的に音楽を聴く時間を持つ	47.1%	39.0%
趣味やライフワークに時間をさく	40.9%	32.0%	定期的にスポーツをしている	38.2%	30.3%
食の面でぜいたくをしている	37.3%	30.3%	スポーツは健康な体作りのため	34.4%	27.2%
今の生活を楽しむために消費する	59.2%	52.1%	海外		
環境・社会活動			海外旅行に行ったことがある	69.5%	56.0%
地球の自然環境に強い関心	53.9%	45.6%	合計2週間以上海外に滞在	33.6%	23.9%
エネルギー問題について強い関心	49.9%	41.8%	テレビの海外報道に関心がある	56.4%	44.7%
居住地の環境問題に強い関心	44.8%	37.0%	新聞の海外報道に関心がある	38.0%	28.6%
リサイクルや環境保護のために工夫	50.9%	43.5%			
環境保護を考えた商品を買う	38.2%	31.6%			
人道支援活動への資金協力に関心	24.3%	19.0%			
防災・地域安全保持に関心がある	46.6%	39.7%			
介護問題に強い関心がある	41.9%	35.5%			
企業の社会的責任に関心がある	30.7%	22.0%			

ビデオリサーチ社による定量調査・2016年ACR調査にて、J:COMサービスエリア(札幌・仙台・東京50km圏・関西・九州北部)を抽出。
【J:COM加入者】CATV契約世帯で、調査日直近1週間に専門チャンネルを視聴した方をJ:COM利用者と想定。【未加入者】地上波のみ視聴可能世帯。

☐ 商品に対する嗜好

関心のある広告や、持っているものについての調査です。旅行や乗用車など高額商品から、身近なものまで、価値のあるものを常に求めている、広い興味・関心を持っている層であることが分かります。

関心のある商品	J:COM 加入者	未 加入者
サプリメント(健康食品)	25.4%	18.9%
医薬品	18.8%	14.7%
スキンケア化粧品	30.5%	26.0%
ペット関連用品	10.3%	6.2%
スポーツ用品	24.4%	18.6%
テレビ	29.1%	22.2%
音楽ソフト・映像ソフト	26.6%	22.4%
家電量販店の案内	18.3%	13.1%
国内旅行案内	33.8%	26.8%
海外旅行案内	20.5%	15.4%
ホテル・旅館	22.3%	17.7%
映画・演劇などの案内	30.9%	22.3%
書籍・雑誌	33.0%	26.7%
スポーツ・フィットネスクラブ	15.5%	11.2%
宝くじ・サッカーくじ	19.7%	15.5%
テレビ番組の案内	19.4%	13.5%
イベント情報(コンサートなど)	15.9%	10.8%

所有しているものは…	J:COM 加入者	未 加入者
宝飾品	32.0%	28.0%
ゴルフクラブセット	18.3%	11.1%
ウォーキングシューズ	35.1%	24.5%
映像ソフト	54.9%	43.1%
音楽ソフト(CDなど)	60.5%	47.8%
電子血圧計	40.8%	23.9%
住宅用火災警報器	38.7%	30.4%
浴室暖房乾燥機	30.6%	20.8%
土地・建物	36.7%	24.6%
仏壇・仏具・神棚	26.4%	17.8%
墓所	24.4%	12.7%
高級ブランドのコート	17.8%	10.8%
高級ブランドのスーツ	14.9%	8.9%
高級ブランドの時計	29.5%	22.4%