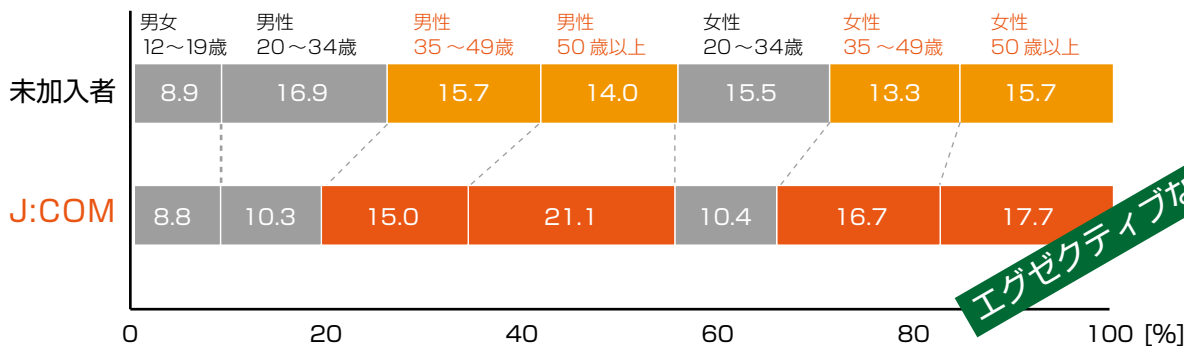


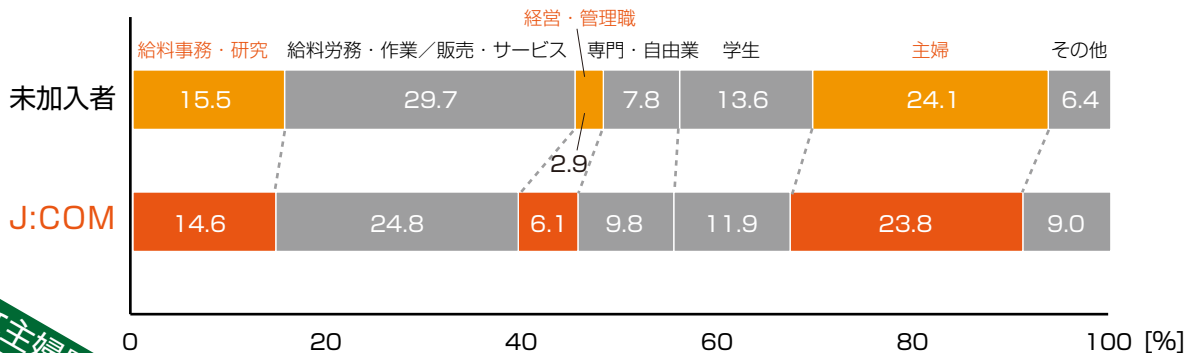
# データにみる J:COM ご利用者①

グラフ・図表は地上波のみご利用の世帯（J:COM 未加入）と J:COM ご利用世帯（J:COM）を比較したものです。これらのデータから、J:COM ご利用世帯は比較的高収入でゆとりある生活がうかがえます。J:COM ご利用者で多いのは 30～50 代の男性、エグゼクティブの割合が多いことも特徴です。一方、女性では主婦層のご利用が最も多く、テレビやインターネットの情報を駆使した活動的な女性がイメージされます。

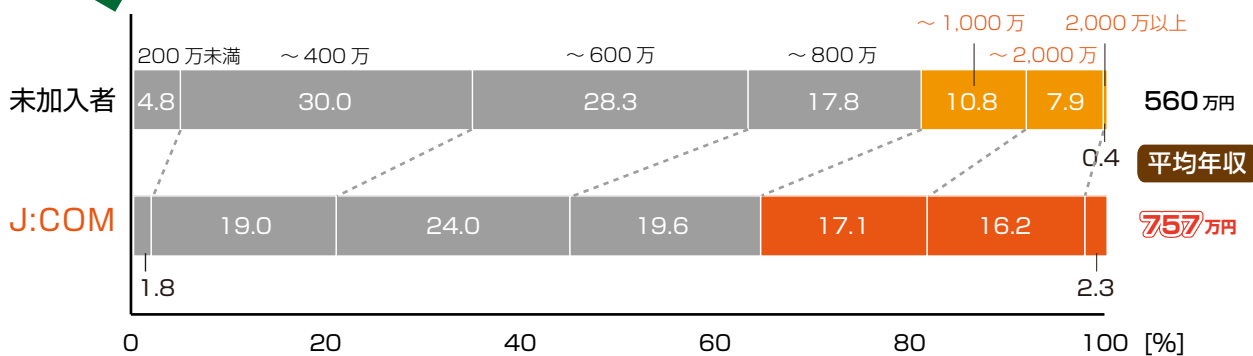
## 年代別



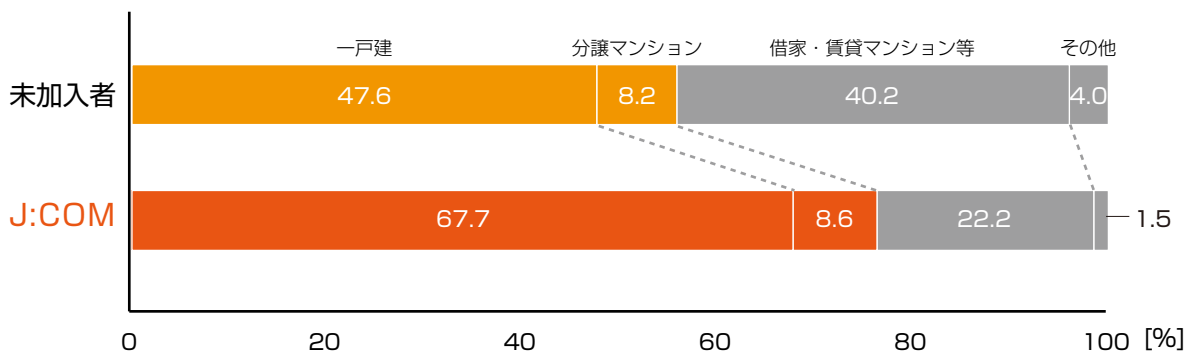
## 職業



## 世帯年収額



## 住宅



ビデオリサーチ社による定量調査・2010年 ACR サービスエリア（札幌・仙台・関東・関西・九州北部）を抽出。  
 【J:COM】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。

## データにみる J:COM ご利用者②\_1

以下の表は、J:COM ご利用者の生活スタイルを垣間みるアンケート結果です。J:COM ご利用者は、旅行やドライブなどで余暇を過ごすことも多く、それらに関連した商品・情報にも興味を持っています。

また向上心が高く、語学などの習得にも積極的。最新の AV 機器や家電製品も欠かしません。テレビやパソコンを最大限に活用して情報を収集。常に価値有るものを求める高感度の持ち主ということがうかがえます。

### 旅行・語学



関心商品広告	未加入者	J:COM
国内旅行案内	28.3%	33.4%
海外旅行案内	16.0%	24.0%
最近 1 年間でやったことのあるもの	未加入者	J:COM
日帰り旅行	34.9%	42.0%
1 泊以上の国内旅行（出張を除く）	39.8%	48.1%
海外旅行（出張を除く）	8.8%	11.8%
温泉浴	30.0%	34.2%
ドライブ・ツーリング	28.3%	32.7%
日常生活について	未加入者	J:COM
2 週間以上の海外滞在経験がある	20.9%	26.5%
テレビの海外報道に関心がある	38.2%	50.2%
新聞の海外報道に関心がある	28.8%	42.2%
雑誌の海外特集記事に関心がある	22.3%	30.3%
英語を学びたい（学んでいる）	44.4%	48.9%
英語以外の外国語を学びたい（学んでいる）	24.5%	29.3%
日常会話ぐらい英語で話せる	13.8%	17.8%

### パソコン関連品



関心商品広告	未加入者	J:COM
パソコン・パソコンソフト	13.3%	19.6%
プリンター	4.6%	6.0%
日頃よくやっているもの	未加入者	J:COM
パソコン（メール）	28.6%	39.1%
パソコン（インターネット）	44.8%	59.2%
パソコン（文書作成）	21.2%	26.9%
パソコン（画像編集）	12.6%	14.7%
パソコン（動画視聴）	21.4%	26.9%

### AV・デジタル機器



所有商品	未加入者	J:COM
液晶テレビ	40.2%	52.8%
ブルーレイディスクプレーヤー・レコーダー	10.8%	15.4%
映像ソフト（ビデオ・DVD・ブルーレイなど）	39.0%	50.1%
音楽ソフト（CDなど）	54.0%	65.5%
コンパクトデジタルカメラ	53.8%	63.3%
関心商品広告	未加入者	J:COM
オーディオ製品	9.4%	13.3%
ブルーレイディスクプレーヤー・レコーダー	13.2%	18.9%
プラズマ・液晶テレビ	25.3%	29.3%
映像ソフト（ビデオ・DVD・ブルーレイなど）	15.4%	20.0%
音楽ソフト（CDなど）	19.9%	25.9%
日頃よくやっているもの	未加入者	J:COM
音楽鑑賞（レコード・CD・MDなど）	28.9%	36.3%
ビデオ鑑賞（映画のビデオ・DVDなど）	25.3%	31.9%

### 自動車関連品



所有商品	未加入者	J:COM
ハイブリッドカー	1.0%	2.2%
1BOXワゴン	6.8%	9.0%
4WD乗用車	3.6%	5.0%
スポーツタイプ乗用車	1.6%	2.6%
セダン型乗用車	7.6%	9.4%
コンパクトカー	4.4%	6.0%
ミニバン	6.6%	8.7%
E T Cシステム	23.3%	33.5%
カーナビゲーションシステム	29.1%	41.8%
関心商品広告	未加入者	J:COM
普通乗用車（国産）（軽乗用車は除く）	15.8%	18.7%
輸入乗用車	5.4%	7.7%

## 住 まい・住宅商品



所有商品	未加入者	J:COM
空気清浄機	28.8%	40.2%
加湿器	31.9%	41.5%
関心商品広告	未加入者	J:COM
家具・インテリア	23.0%	27.9%
台所用電気製品	13.6%	16.2%
住宅設備機器	4.7%	6.9%

## 趣 味・嗜好商品



所有商品	未加入者	J:COM
ゴルフクラブセット	14.6%	23.8%
ゴルフウェア	9.7%	17.9%
ウォーキングシューズ	23.6%	34.2%
フィルムカメラ	20.0%	31.2%
和服	29.9%	37.8%
関心商品広告	未加入者	J:COM
スポーツ用品	18.5%	25.2%
映画・演劇などの案内	43.8%	56.3%
イベント情報（コンサートなど）	19.9%	30.0%
有料放送（衛星放送・ケーブルテレビなど）	1.6%	9.4%
本・書籍	32.6%	43.8%
最近 1 年間でやったことのあるもの	未加入者	J:COM
ゴルフ（コース）	7.2%	14.4%
ゴルフ（練習場）	8.9%	16.6%
水泳（プールなど）	17.8%	23.2%
ウォーキング	26.4%	32.6%
映画鑑賞（テレビ・DVDなどの視聴を除く）	54.3%	64.0%
スポーツ観戦（TVを除く）	26.9%	37.1%
美術・博物鑑賞	14.6%	22.0%
演劇・芝居・ミュージカル鑑賞	12.2%	17.8%

## 暮 らし・買い物



所有商品	未加入者	J:COM
エコバッグ	46.5%	54.3%
マイボトル・水筒・タンブラー	43.5%	54.6%
充電式電池	26.7%	36.5%
関心商品広告	未加入者	J:COM
デパート・百貨店の案内	20.2%	25.2%
スーパーの案内	32.0%	36.2%
ディスカウントストア・ホームセンターの案内	25.7%	29.9%
家電量販店の案内	25.5%	31.1%
日常生活について	未加入者	J:COM
定期的に健康食品を利用している	22.5%	29.0%
味にはうるさいほう	41.8%	47.9%
ダイエットに関心がある	52.5%	57.0%
栄養補助食品（サプリメント）をよく利用する	18.3%	22.6%
新聞の朝刊は必ずその日の朝に読む	32.4%	39.2%
新聞の内容を話題にすることがよくある	31.8%	41.7%
インターネットで情報を収集することがよくある	54.6%	65.5%
広告は買物をする際に大いに役立っている	48.8%	55.3%
興味のある商品の広告はきちんと見るようにしている	62.7%	70.6%
今の生活を楽しむためにお金を使うほうだ	57.9%	66.6%
万一の際の保障については日頃から考えているほうだ	49.1%	55.5%
よりよい教育を受けるためにはお金がかかっても仕方がない	52.2%	61.8%
資産運用に関心がある	24.9%	31.6%
自分が住んでいる町の環境問題に強い関心がある	42.4%	50.4%
防災・地域安全保持に強い関心がある	34.1%	40.5%
ふだんできるだけ無添加食品を使うようにしている	38.5%	45.3%
買い物意識	未加入者	J:COM
新製品には興味がある	58.0%	65.5%
事前にインターネット・カタログ・パンフレットで調べてから買いに行くことが多い	37.0%	43.4%
欲しいものがあれば通信販売（インターネットによるものを除く）を抵抗なく使える	41.9%	51.0%
一度好きになったブランドは長い間好き	51.4%	59.6%

ビデオリサーチ社による定量調査・2009年 ACR 調査にて、J:COM サービスエリア（札幌・関東・関西・九州北部）を抽出。

**J:COM** 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。