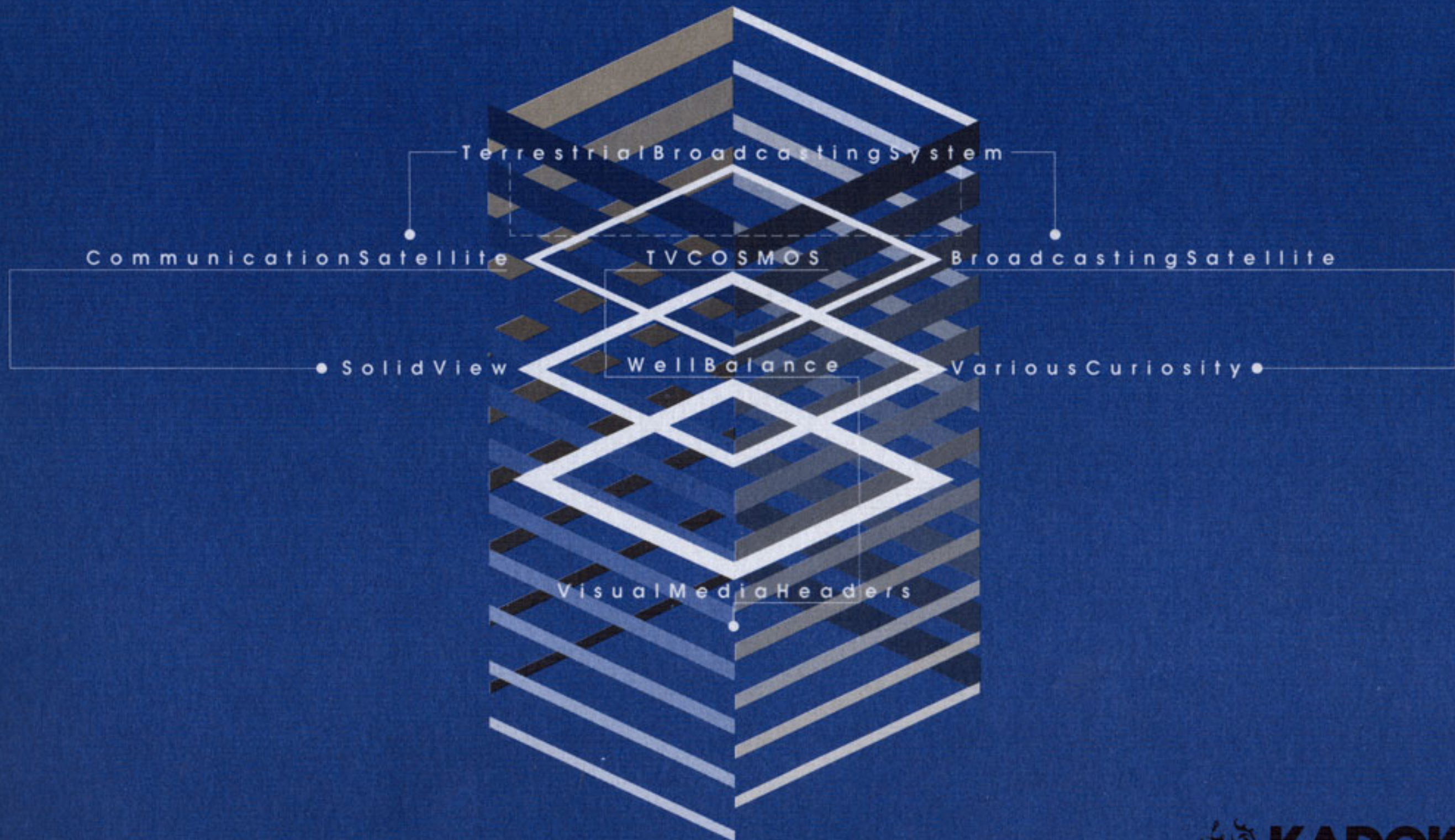


TVCOSMOS MEDIA VOICE



VOICE 1

Tendency of Readers

購買力のある、読者に読まれているTV COSMOS

雑誌読者のプロフィールは、その雑誌の性格を明確に伝えます。毎月、新しく編集されるTV COSMOSが効果的な広告媒体であることは、プロフィールからもわかります。

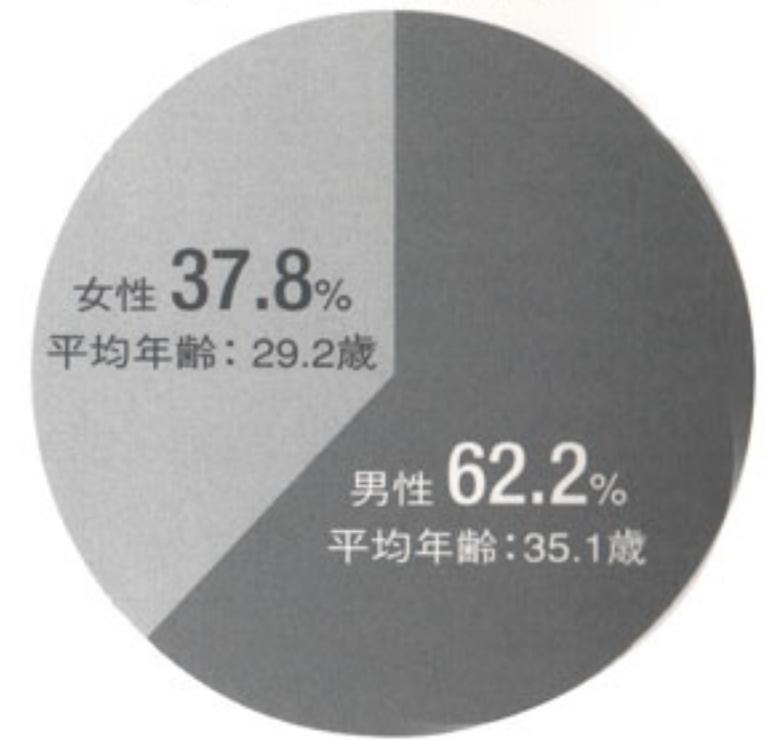
TV COSMOSの読者は男性が約6割、女性約4割で構成されています。そして、年齢は最も購買力のある世代ともいえる20～30歳代を中心に幅広い年齢層に読まれています。中でも、女性の読者に20歳代が多いことは特徴としてあげられます。

読者の家族人数は2～3人という核家族が約5割、3～4人が約4割を占めています。職業は男女とも会社員が多く、一戸建ての持家が多いのが特徴です。読者の居住している地域は首都圏が約4割に対して首都圏以外の読者が約6割と多く、日本のどのような場所においても、同じプログラムを同じ時間に受信することができる、衛星放送の特性を反映しています。

●読者の男女比は6:4

【NOTE1】TV COSMOSの読者の男女比は約6対4であり、男性にも、女性にも幅広く読まれています。

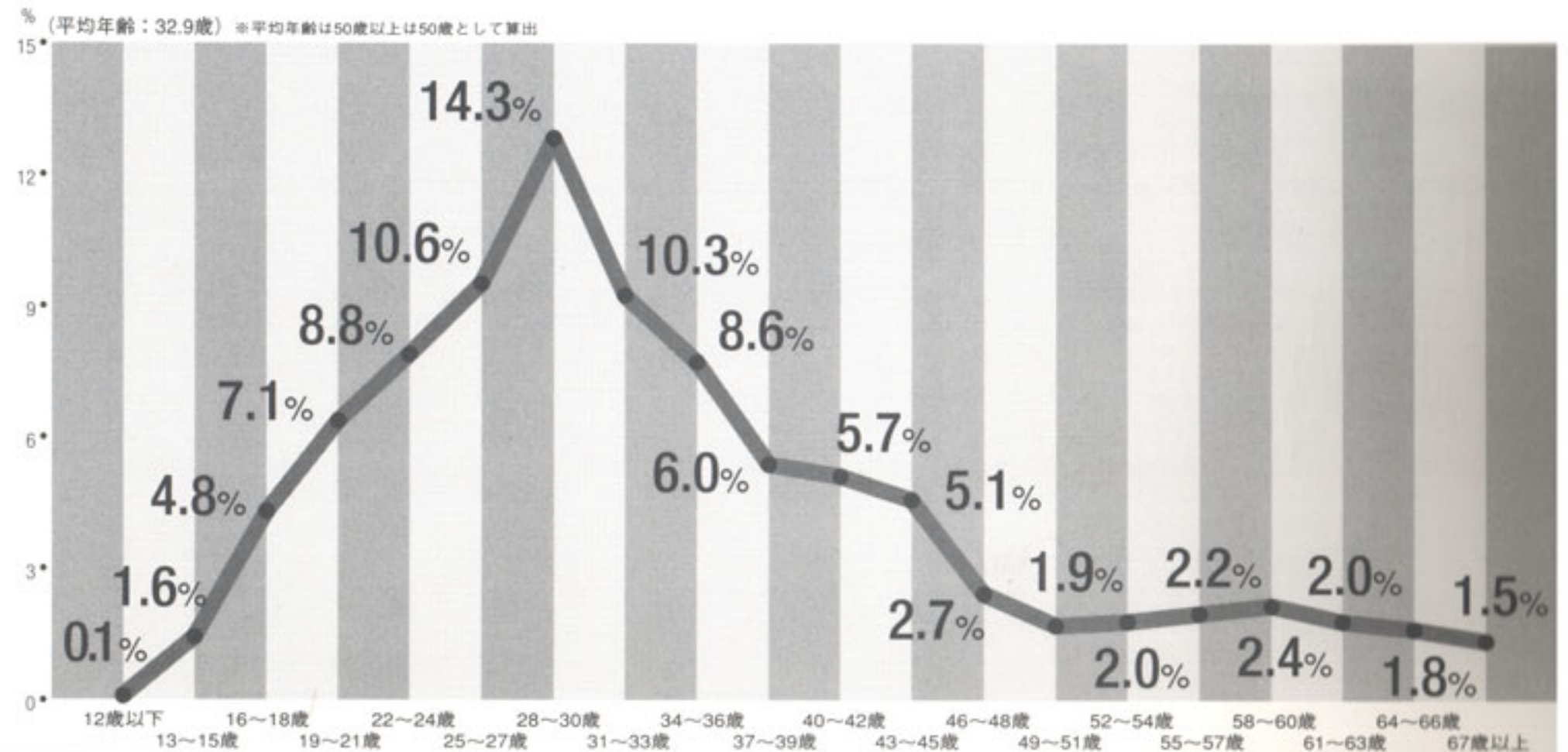
Figure：性別の構成(全体)



●コアとなる読者は20～30歳代

【NOTE2】20～30歳代を中心に、10歳代から50歳代以上にまで幅広く読まれています。

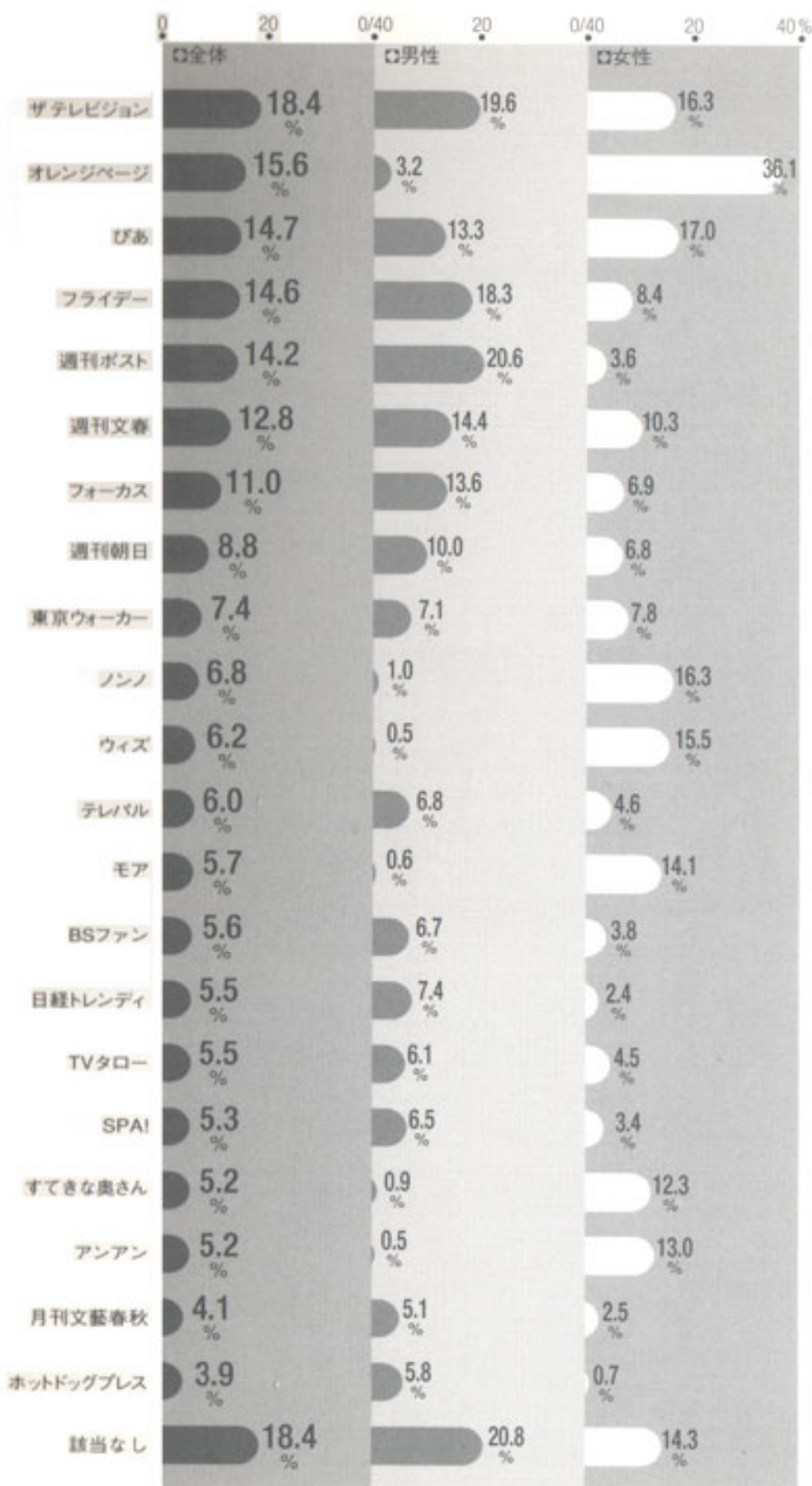
Figure：年齢の分布(全体)



●情報誌の併読は日常的

【NOTE4】TV COSMOSは月刊の総合的なテレビ・衛星放送情報誌ですが、読者は、ザテレビジョンをはじめとして、さまざまな情報誌も併読しています。

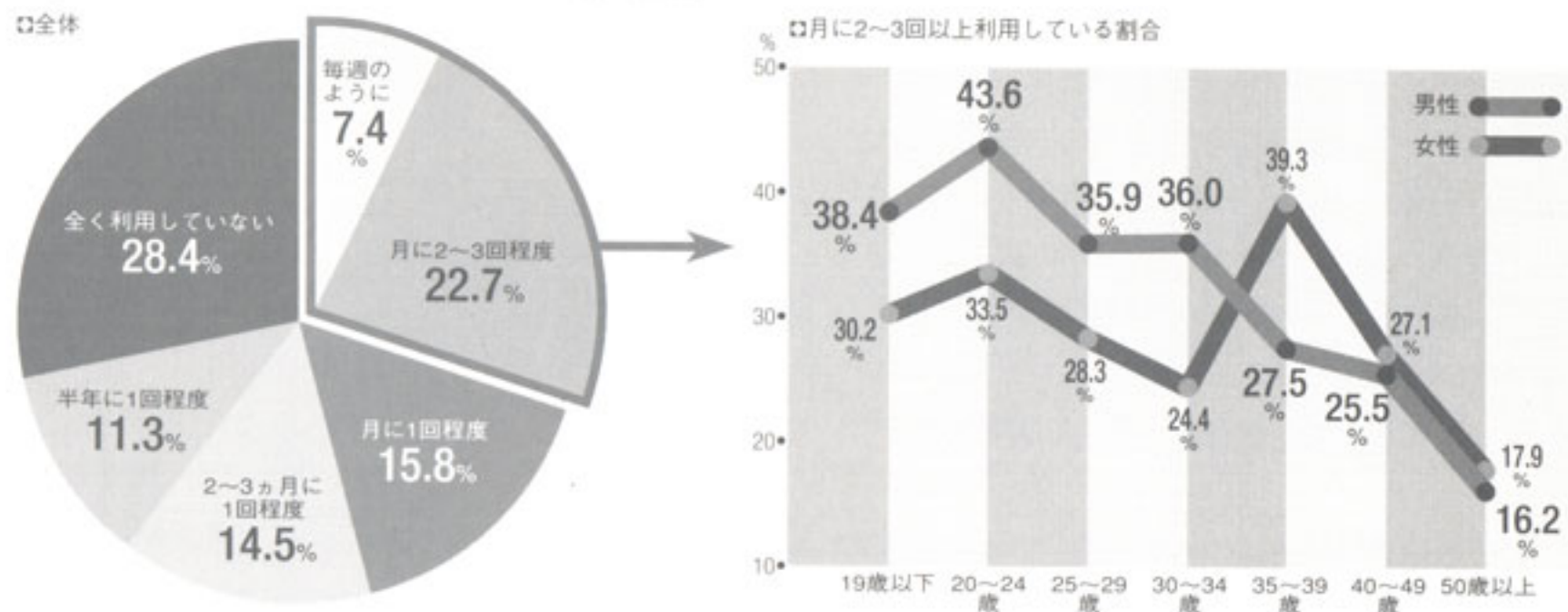
Figure：併読雑誌(全体&性別)



●レンタルビデオ店の利用は月に2~3回

【NOTE5】レンタルビデオ店を月に2~3回以上利用している読者は男性では20~24歳に多く、女性では35~39歳の人たちです。

Figure：レンタルビデオ店の利用頻度(全体&性別)



●コンビニへは6割以上が週に1回以上訪れる

【NOTE6】男性では20~24歳の6割近くが週に3~4回以上コンビニエンスストアの扉を開く。そして女性では40歳以上の人たちが男性よりもよく利用しているのが特徴です。

Figure：コンビニエンスストアの利用頻度(全体&性別)

