



Sports Graphic  
**Number**Web

ユーザープロフィール 2021



<https://number.bunshun.jp/>

- [基本情報](#) …P.4
- [家族・住まい](#) …P.5
- [年収・資産](#) …P.6
- [仕事・キャリア](#) …P.7
- [メディア接触](#) …P.9
- [スポーツ](#) …P.10
- [自動車](#) …P.13
- [ファッション](#) …P.14
- [ライフスタイル](#) …P.17
- [健康・美容](#) …P.21
- [社会問題](#) …P.22

- 本資料を作成する上で利用した調査ツール及び各ツールの概要は以下となります。

調査ツール	概要	分析内容
AudienceOne®	AudienceOne®で取得した3rd Party Cookieを基に、2021年8月1日～8月31日に「NumberWeb」に2回以上訪れたユーザのデモグラフィック属性を分析しております。AudienceOne®では、ユーザが訪れたWebサイト上での行動履歴を基に独自ロジックで「性別」「年齢」「居住地」「興味関心」等のデータを推計しております。	性別、年齢 居住地、子ども有無
アンケート調査	AudienceOne®で取得した3rd Party Cookieを基に、2021年8月1日～8月31日に「NumberWeb」に2回以上訪れたユーザ400名を対象にアンケート調査を実施しております。	上記以外の詳細データ

## NumberWebの読者は、こんな方々です



スポーツ好きな  
40~50代男女

高収入で金銭的な  
余裕あり

高級ブランドの  
時計を保有している

部長クラス以上の  
ビジネスマン

ランニングやジム  
など習慣的に  
体を動かしている

ビジネス・趣味に  
関するメディアを  
良く閲覧

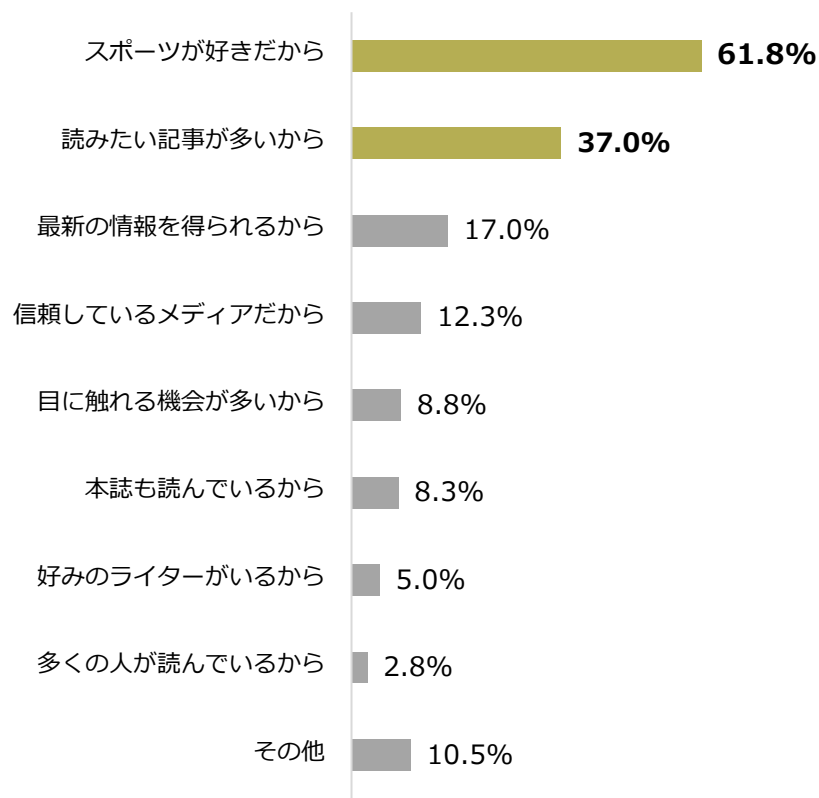
自立した子ども  
をもつ

健康・美容への  
意識が高い

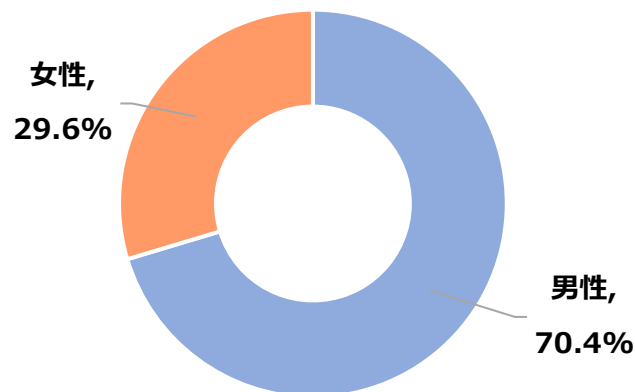
競馬などの  
ギャンブルにも  
関心あり

- スポーツメディアである「NumberWeb」らしく、**読者の半数以上が「スポーツが好き」という理由で訪れています。**
- 読者の中心は男性ですが、**女性の読者も3割近く訪れています。また年齢層は40~50代**が多くの割合を占めています。

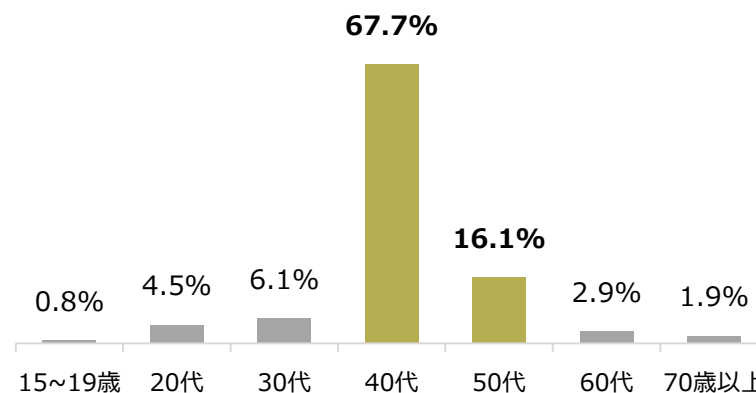
### NumberWebに訪れる目的



### 性別

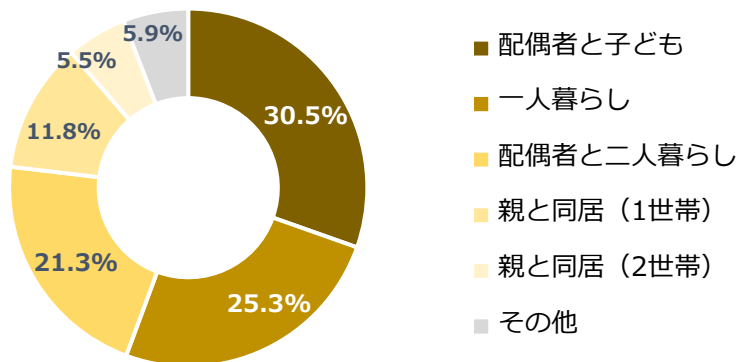


### 年齢

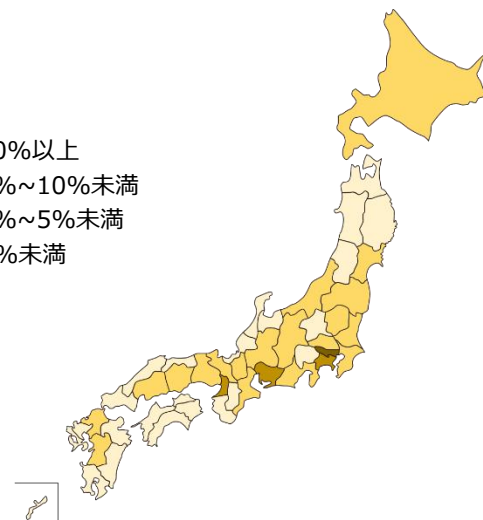
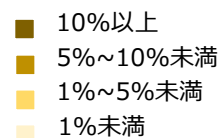


- **読者の6割が既婚者**で、自立した子どもを持つ読者が多いため、自分に時間に費やすことができます。
- 配偶者と暮らしている読者が半数を超え、居住地は人口の多い都市部が中心です。

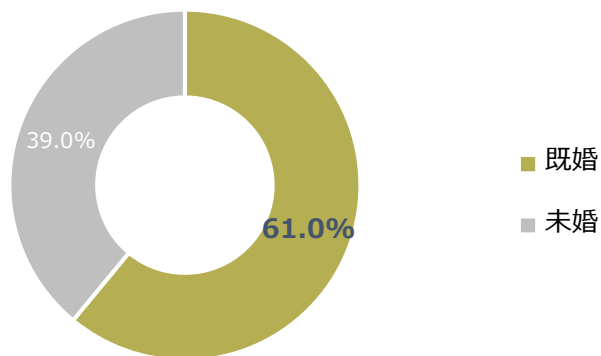
### 居住構成



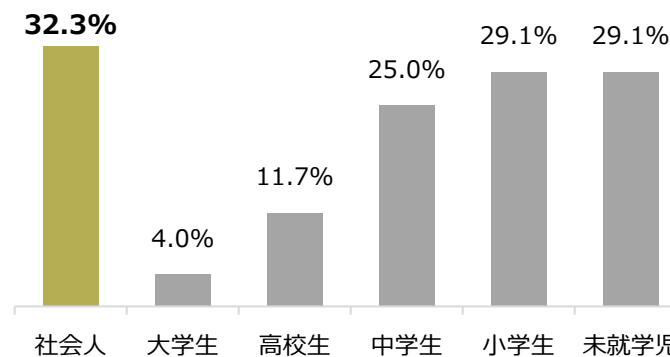
### 居住地



### 未既婚

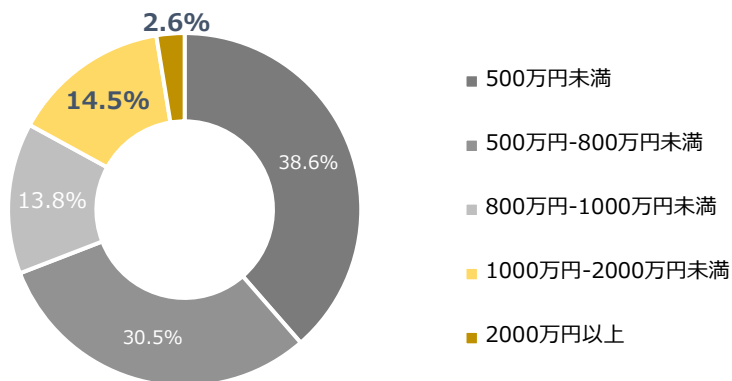


### 子ども

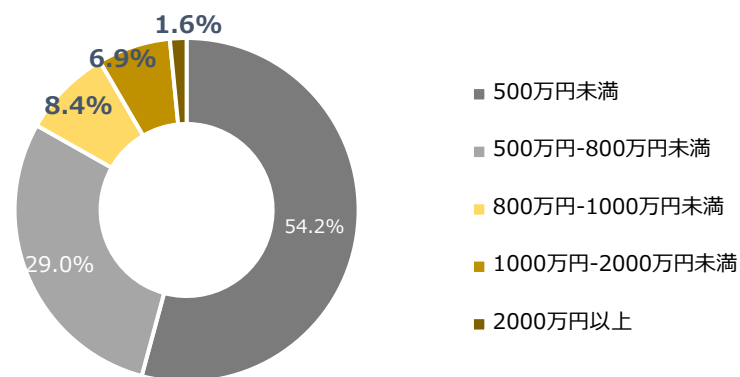


- 世帯年収が**1000万円以上の世帯が15%以上**おり、日本の平均と比較して高所得者が多く訪れています。
- 保有金融資産額が1000万円以上の読者も35%以上**占めており、金銭的余裕のある読者が多くいることが分かります。

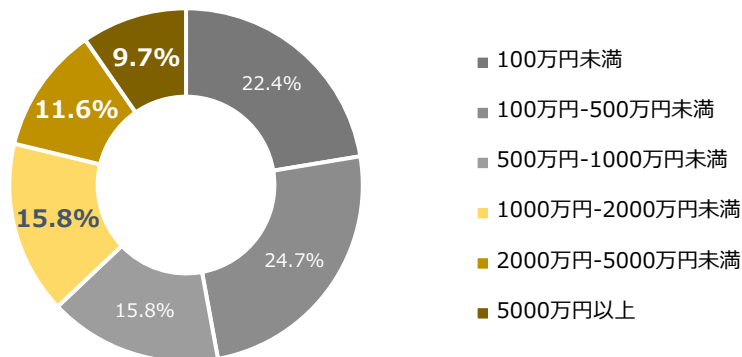
### 世帯年収



### 個人年収

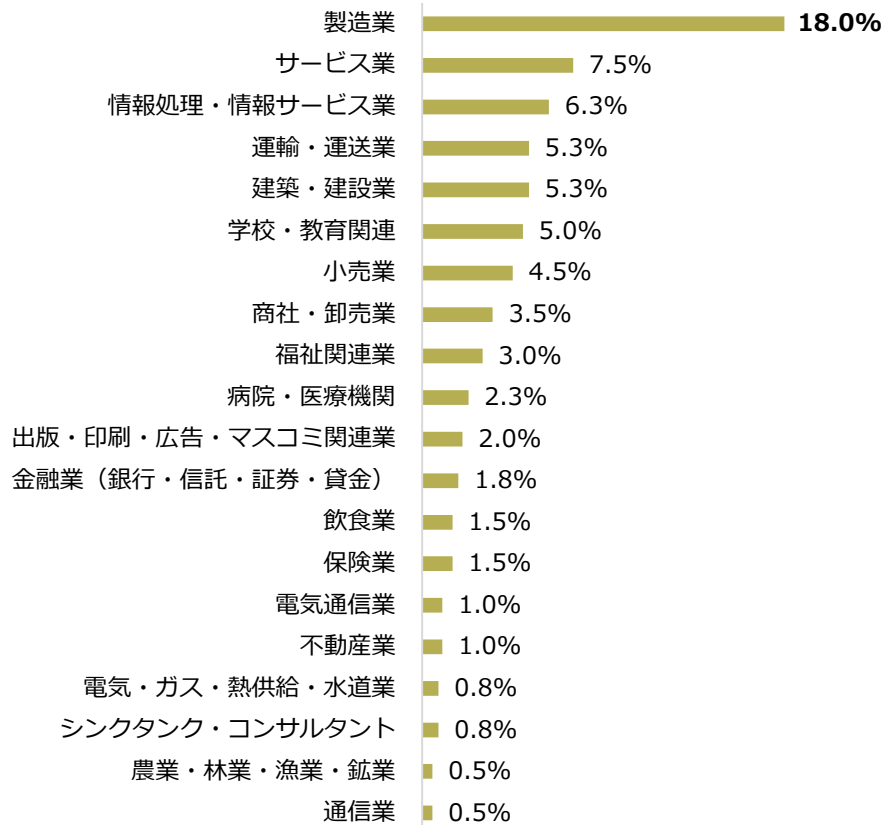


### 保有金融資産額

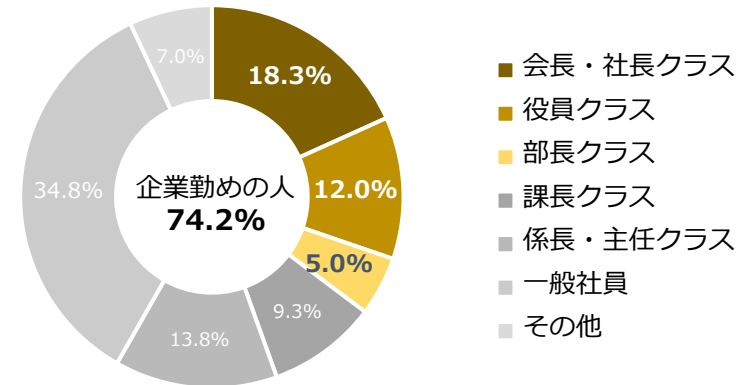


- 読者のおよそ5人に1人が製造業に勤めており、一般企業に勤める読者のうち**35%が部長クラス以上の役職に就いています。**
- 60%以上の読者が大学・大学院を卒業**しており、日本の平均との比較でも上回っています。

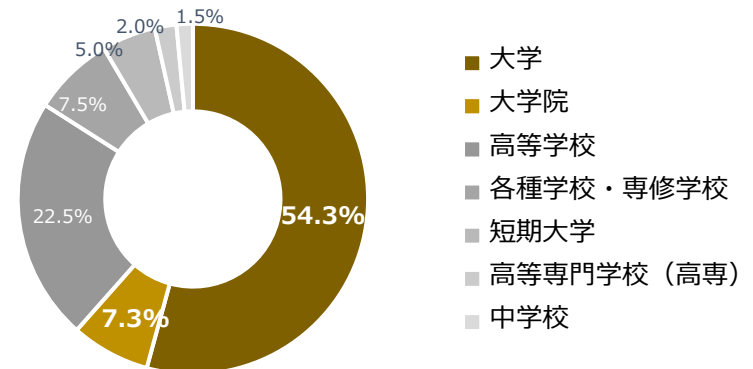
### 業種



### 役職

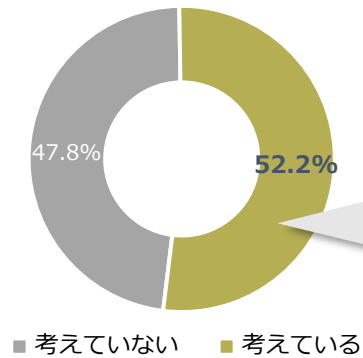


### 最終学歴

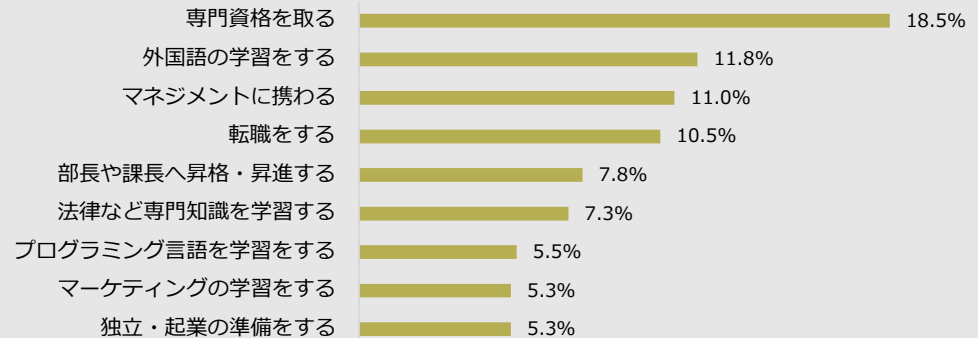


- ・ **キャリアアップについて考えている読者が半数以上と多く**、専門資格や外国語の学習などに取り組んでいます。
- ・ **40%もの読者が転職・起業について検討**しており、そのうちの3割が専門職への転職を希望しています。

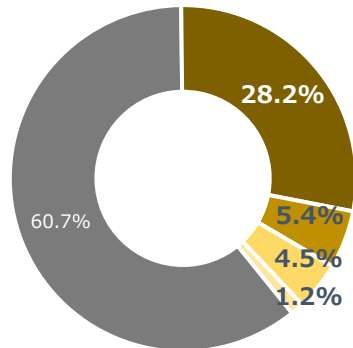
## キャリアアップについて



### キャリアアップ検討者が行っていること



## 転職について



- 転職は考えていない
- よい職場・条件があれば、転職しても良いと思う
- 転職に向けて、具体的に行動している
- 転職は考えていないが、起業を考えている
- 既に転職が決まっている

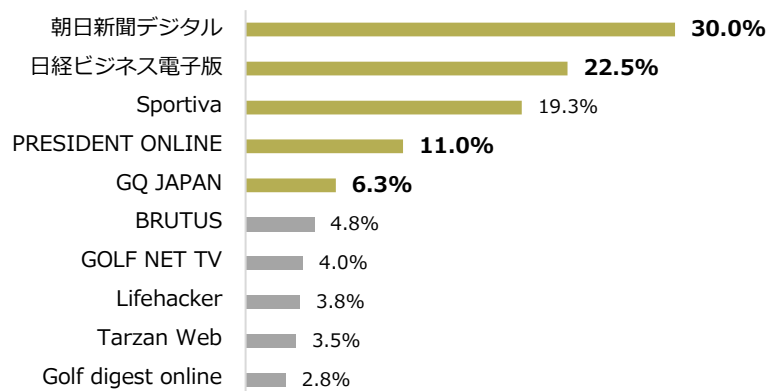
## 転職したい職種

専門職	31.8%
販売営業	11.3%
研究開発設計	7.9%
総務法務	7.9%
経理財務	7.1%
情報システム	6.3%
企画調査マーケティング	5.9%
経営企画・事業開発	5.4%

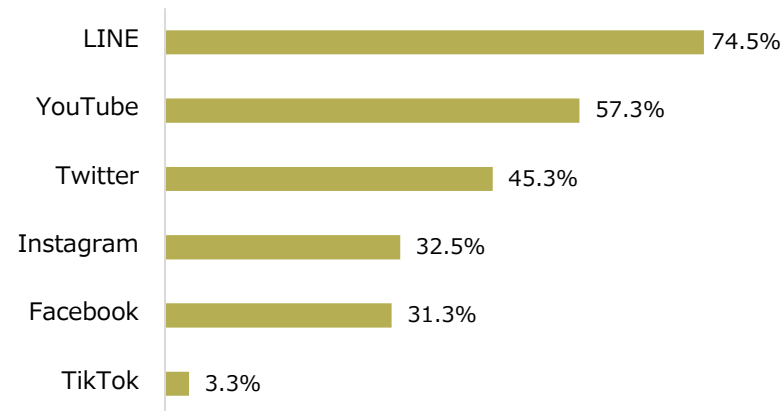


- 普段閲覧するWebサイトの上位にはビジネス関連メディアが多く、**ビジネスマン**が多く訪れていることが分かります。
- GQ JAPAN・BRUTUS・ゴルフメディアなどが上位に挙がっていることから**趣味への興味関心の高さ**も見て取れます。
- YouTubeを利用している読者が多く、利用サブスクリプションサービスからも**動画メディアに触れる習慣があります**。

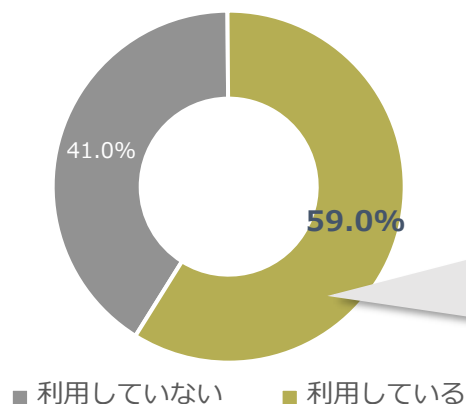
### 普段閲覧するWebサイト



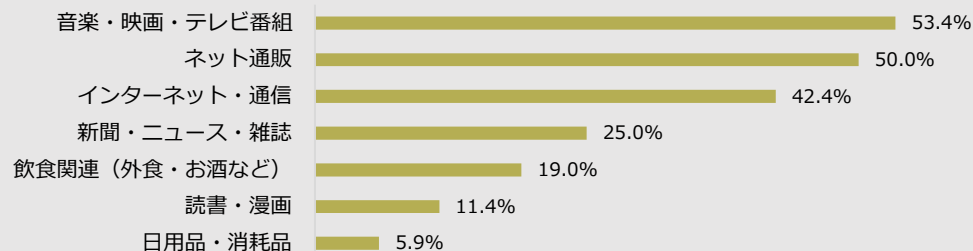
### 普段利用しているSNS



### 利用しているサブスクリプションサービス

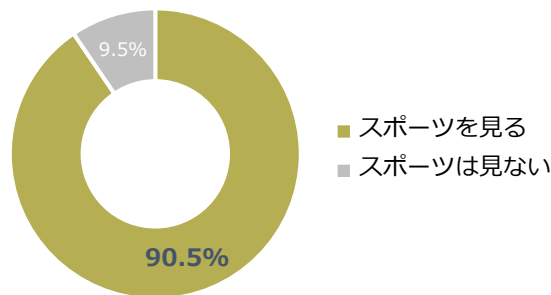


#### 利用サービス内訳

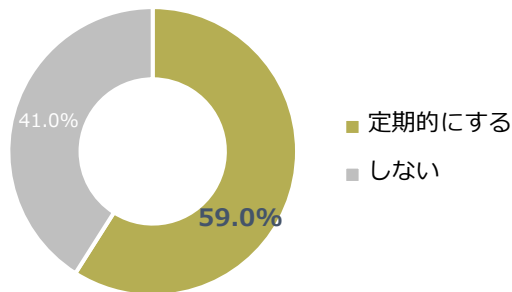


- 普段スポーツを見る読者が**90%以上**占めており、メジャースポーツだけでなく幅広いスポーツへの関心があります。
- **自らがスポーツをやる読者も6割近く**おり、ウォーキングやランニングなどの手軽な運動だけでなくジムやゴルフなどのスポーツも人気です。

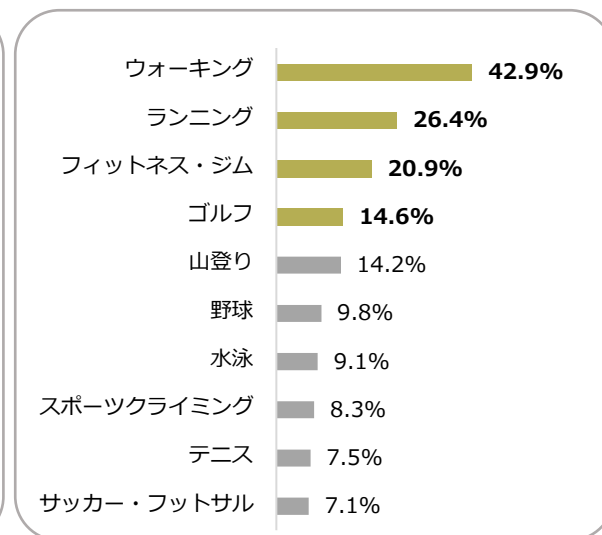
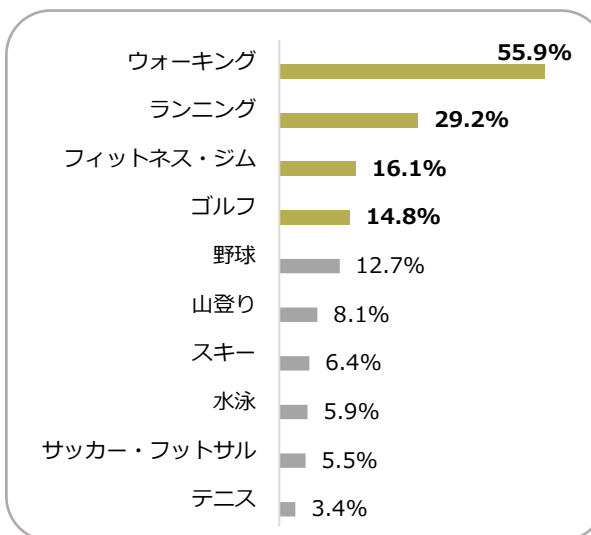
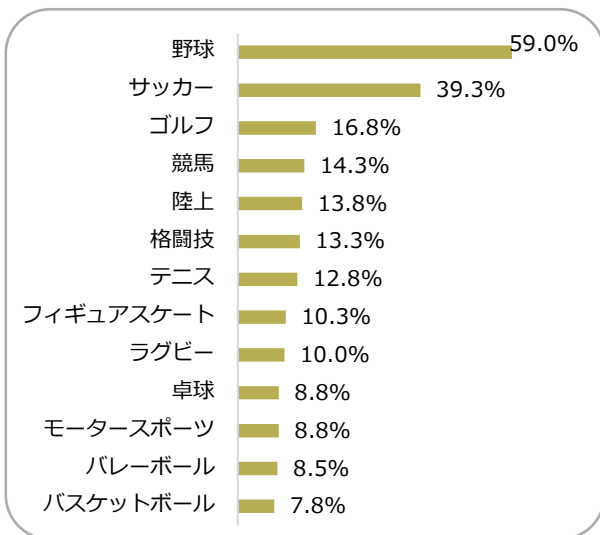
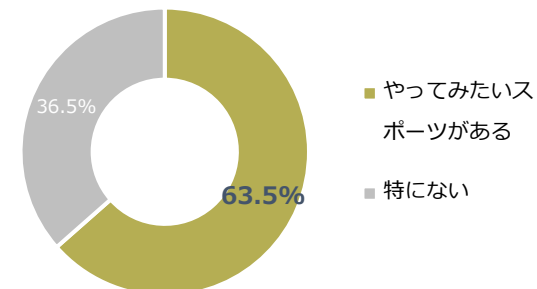
### よく見るスポーツ



### よくやるスポーツ

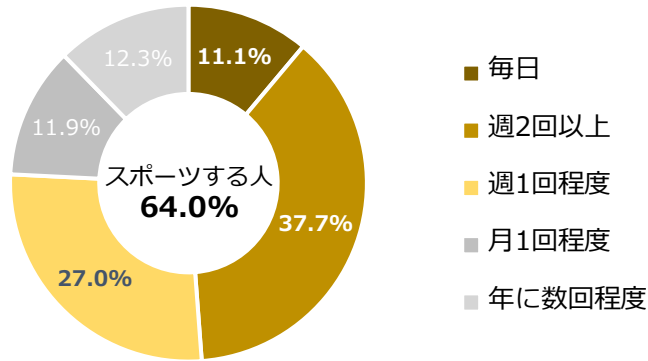


### やってみたいスポーツ

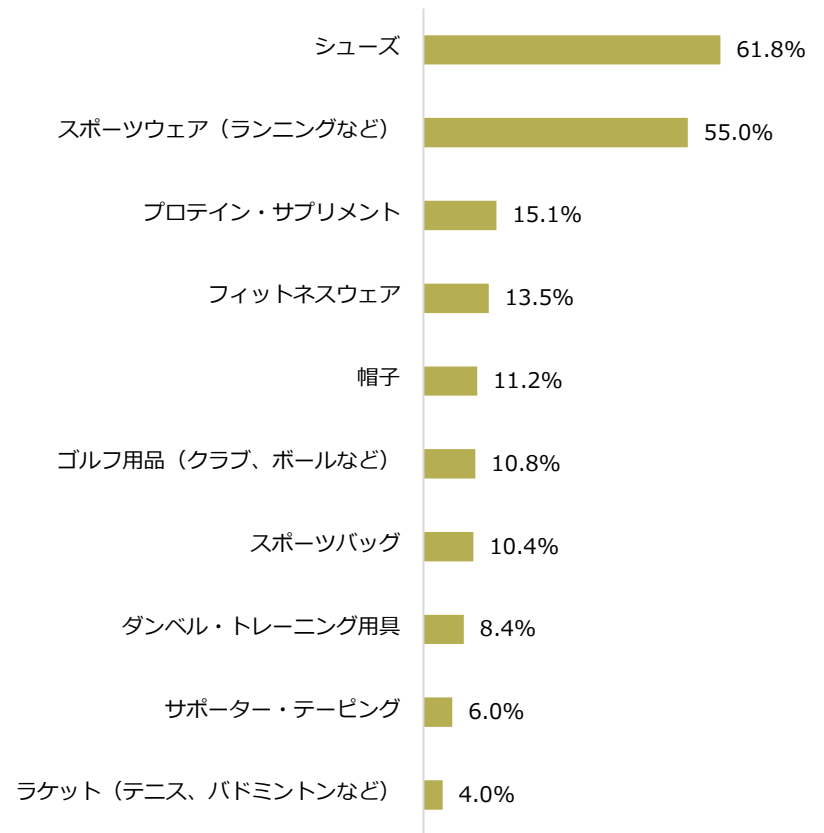


- スポーツをする人のうち週に1回以上する読者が75%以上いることから、見るだけでなくスポーツをすることが習慣化されている読者が多いことが分かります。
- 1か月に5000円以上スポーツに費やしている読者も30%以上おり、運動に対して意欲が高い読者が多いです。

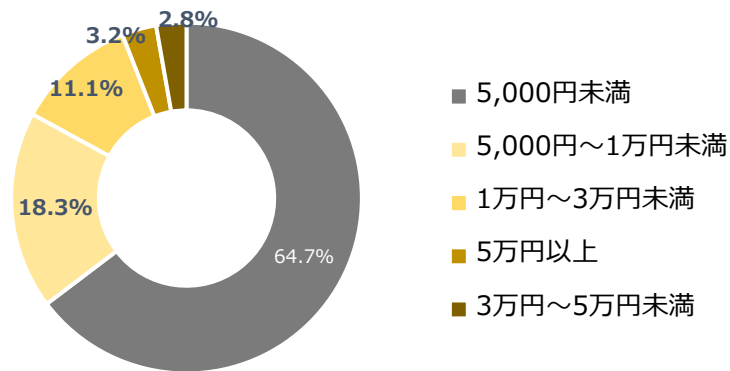
### スポーツをする頻度



### 購入したいスポーツ用品

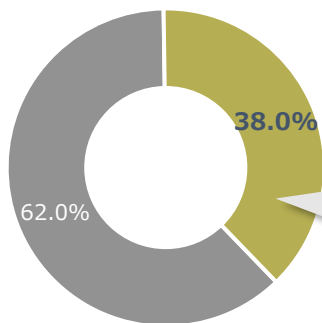


### スポーツにかける金額 (1カ月あたり)



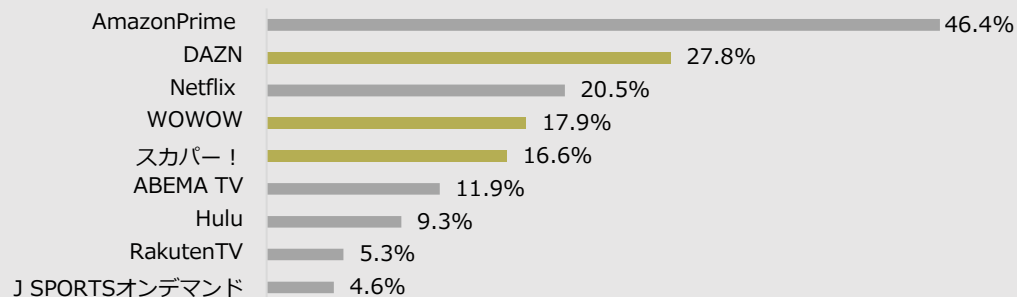
- ・ **スポーツ配信メディアでスポーツ観戦する読者が4割近く**います。
- ・ 今後新たにスポーツ配信メディアに加入したいと考えている読者が3割以上いることから興味関心の高さが伺えます。

## スポーツ配信メディア

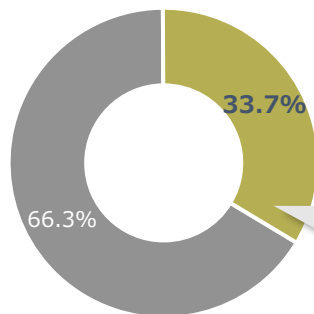


■ 加入していない ■ 加入している

### 利用メディア内訳

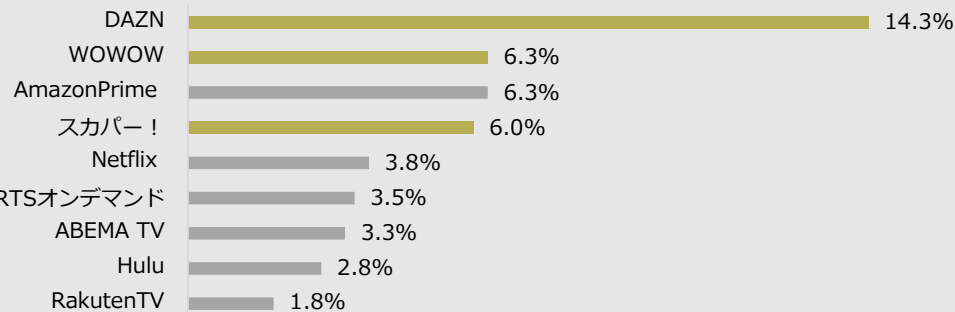


## 今後加入したいスポーツ配信メディア



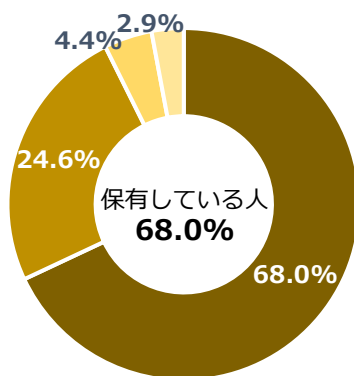
■ 加入しない ■ 加入したい

### 加入したいメディア



- 車を保有する読者は7割近くおり、そのうち9割以上が国産車を保有しています。
- 車の買い替えを検討している人は50%以上もおり、1年以内の買い替え検討者も10%以上います。

### 保有している車



- 国産車（新車）
- 国産車（中古）
- 輸入車（新車）
- 輸入車（中古）

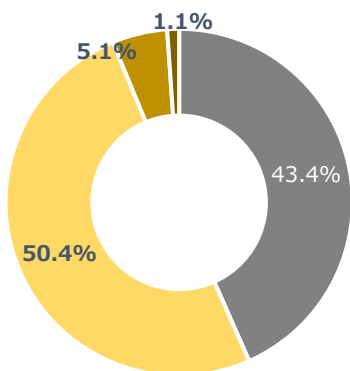
### 自動車保有者 メーカー内訳

1	トヨタ	30.9%
2	ホンダ	16.5%
3	日産	14.0%
4	スズキ	8.8%
5	ダイハツ	8.1%

### ※上位のみ抜粋

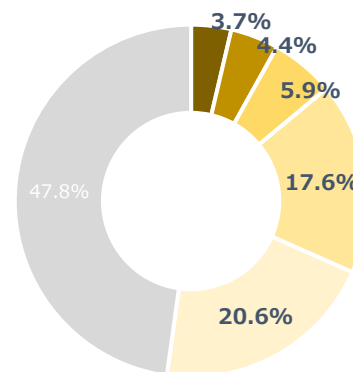
6	スバル	5.9%
7	マツダ	5.1%
8	レクサス	3.7%
9	アウディ	1.5%
10	メルセデス・ベンツ	1.1%

### 保有車の価格帯



- 200万円未満
- 200万円-500万円未満
- 500万円-1000万円未満
- 1000万円以上

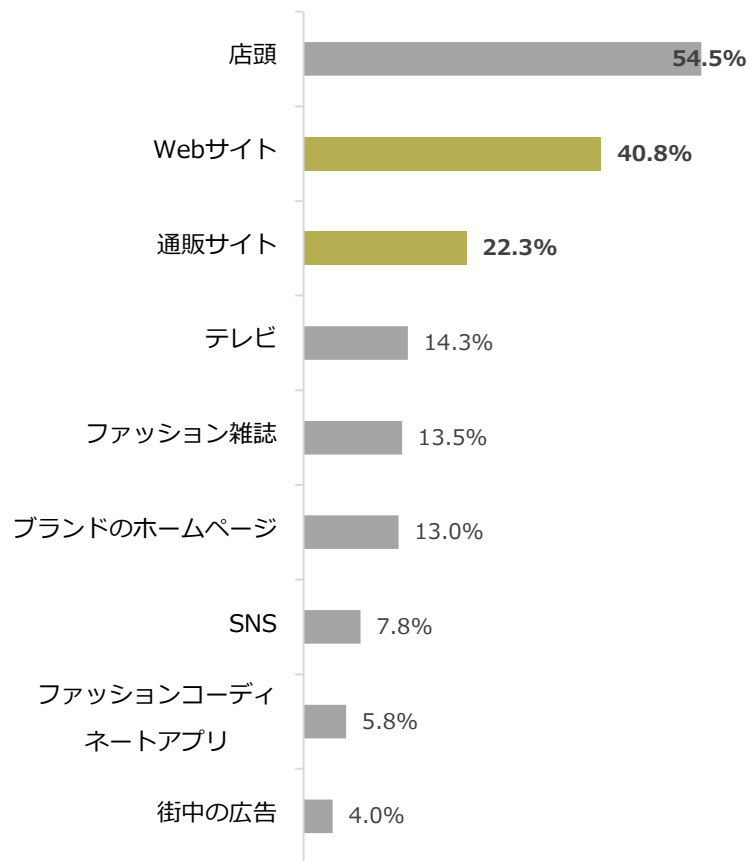
### 買い替え予定時期



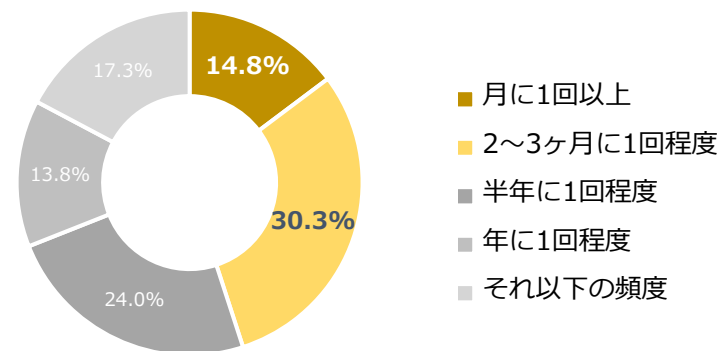
- 今すぐの買い替えを検討している
- 半年以内
- 1年以内
- 3年以内
- 5年以内
- 買い替える・購入する予定はない

- ファッション関連の情報収集手段としては店頭が最も多いものの、**Webサイトや通販サイトを利用する読者も多くいます。**
- 3か月に1回以上ファッションアイテムを購入する読者は4割以上**いることから、季節のサイクルに合わせて服を購入する習慣がある読者が半数近く占めています。

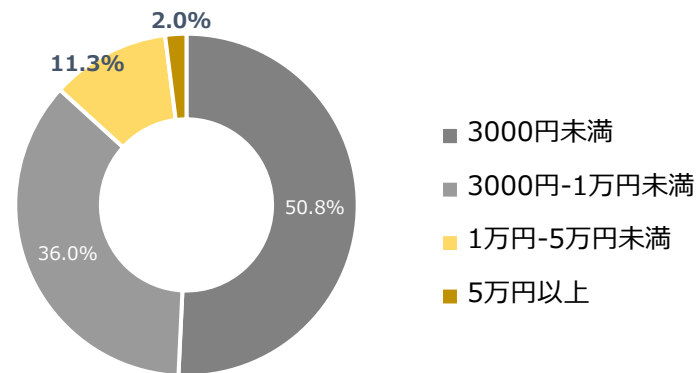
### ファッション情報収集の手段



### 購入頻度

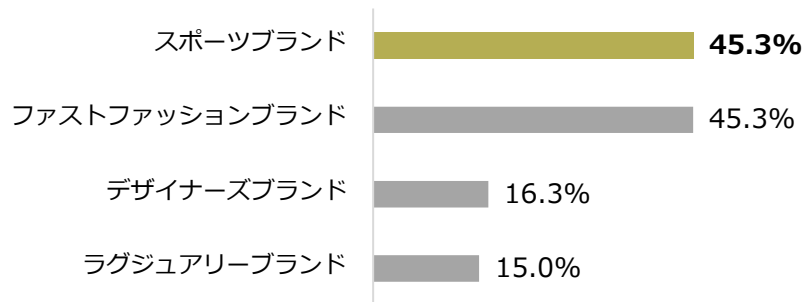


### 購入金額（1カ月あたり）

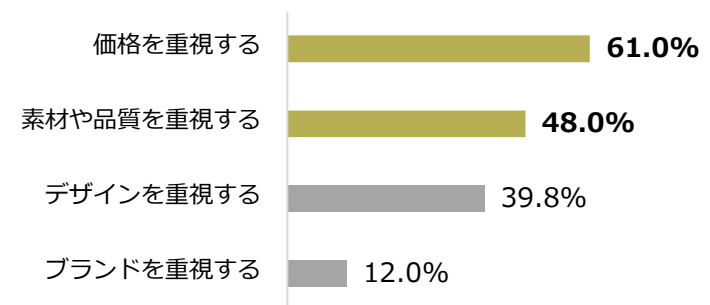


- ・ **スポーツブランドを好む読者が全体の半数近くおり**、ナイキやアディダスなどのブランドを好む読者が多いです。
- ・ 購入の際には**2人に1人が素材や品質を重視**しています。

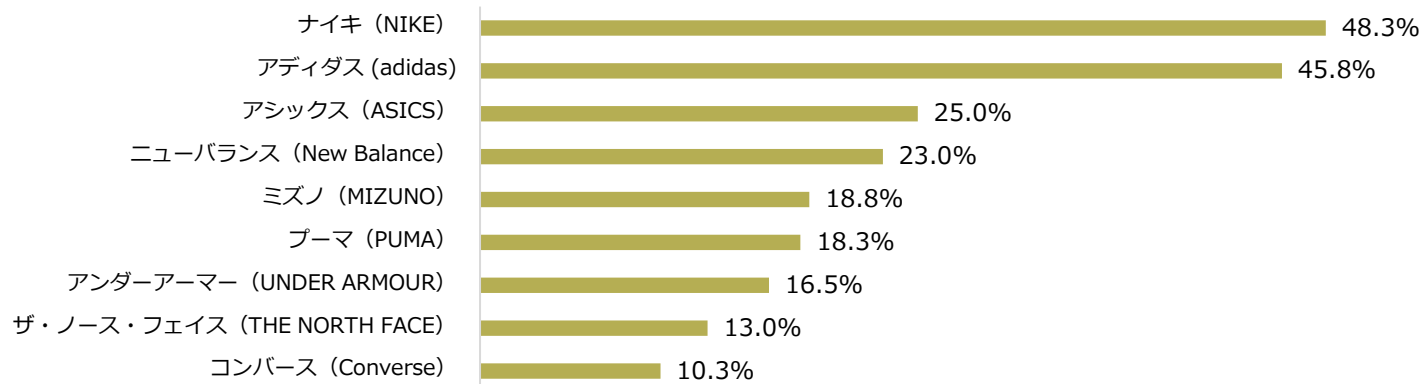
## 好きなブランドジャンル



## 購入の際の選定基準

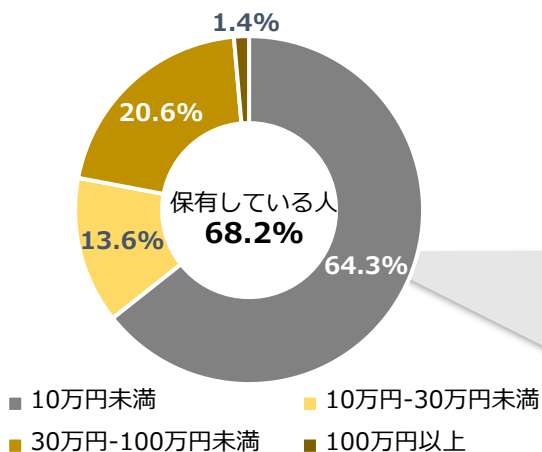


## 好きなスポーツブランド

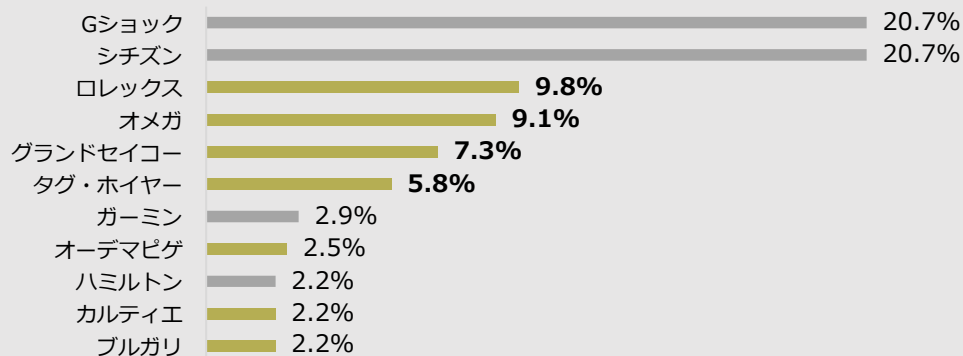


- 時計を保有している7割の読者のうち**10万円以上の時計を保有している読者は3割以上います。**
- ロレックスなどの高級時計ブランドを保有・購入検討している読者も一定数います。

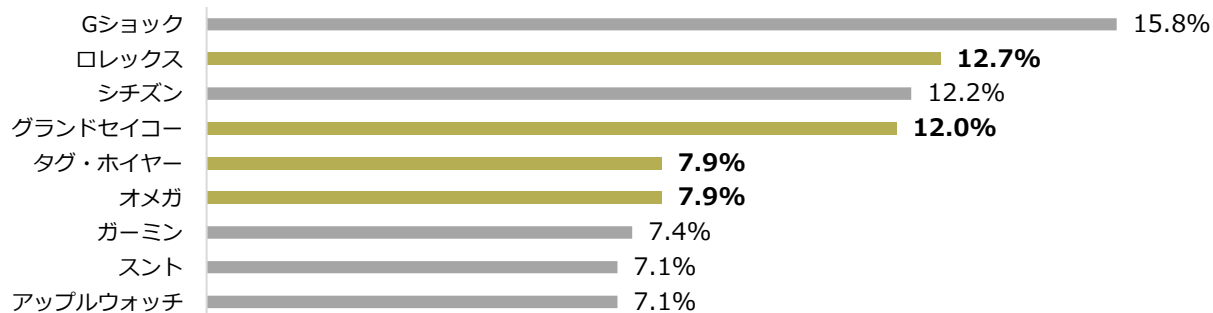
### 保有している腕時計の価格帯



### ブランド内訳



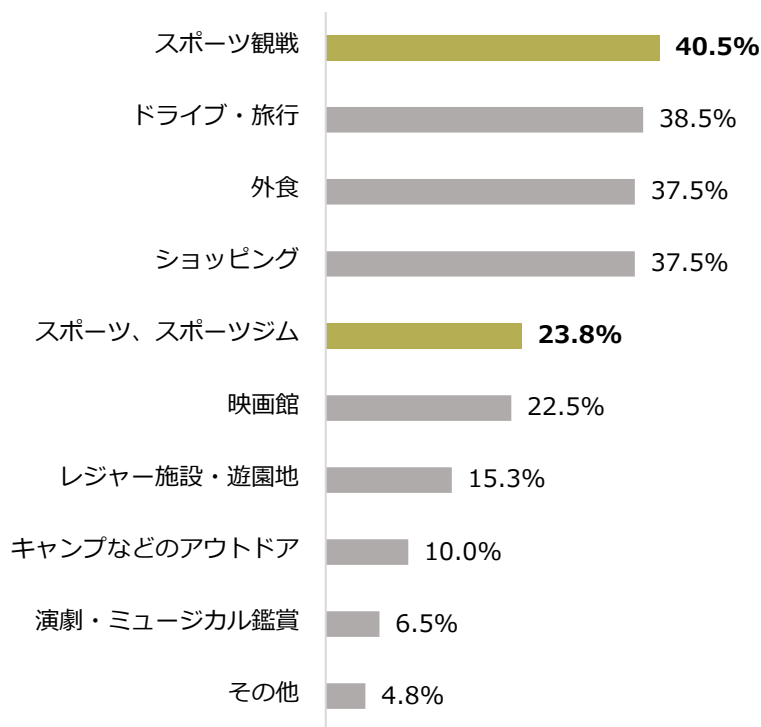
### 今後購入したい腕時計ブランド





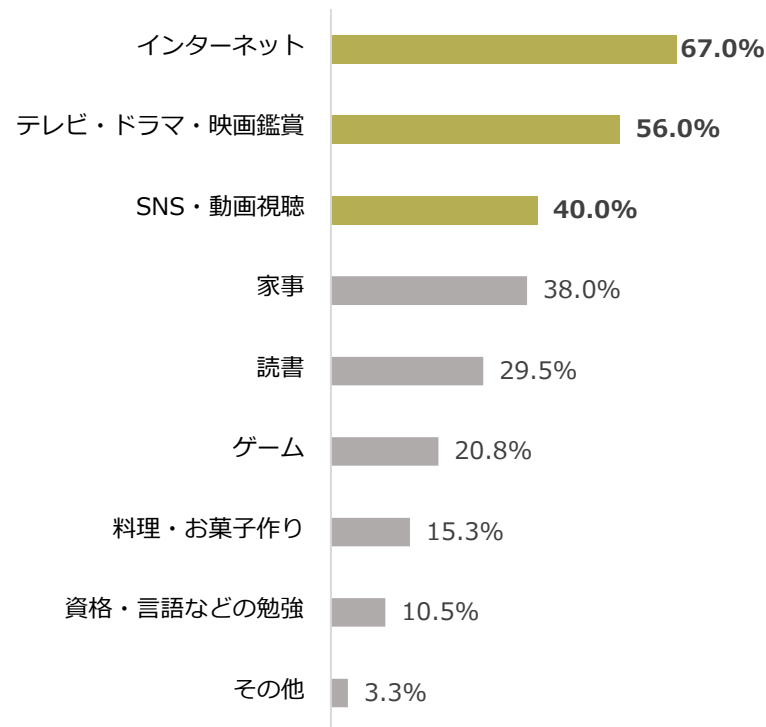
- ・ スポーツメディアの読者らしく、オフの日に**スポーツ観戦をする読者が4割以上**います。
- ・ また**5人に1人がスポーツをしたり、スポーツジムなどで体を動かす**休日を過ごしています。

## オフの日に外ですること



その他の回答： 散歩・ウォーキング、子どもと遊ぶ、DIYなど

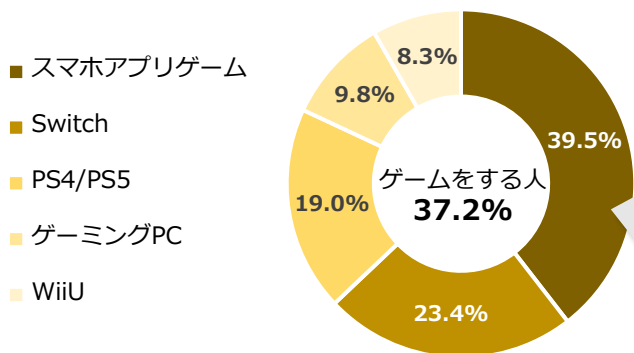
## オフの日に家ですること



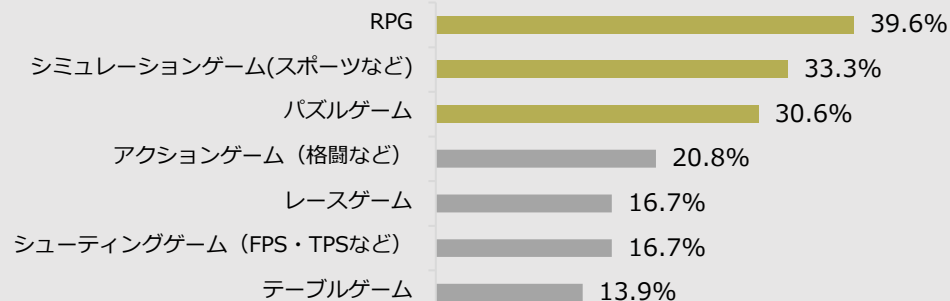
その他の回答： 筋トレ、ガーデニング・家庭菜園など

- ・ **ゲームを好む読者は4割ほど**で、スマホアプリゲームだけでなくゲーム機器を利用している読者も多くいます。
- ・ **週1回以上お酒を飲む読者は6割以上**おり、中でもビールや発泡酒などが人気です。

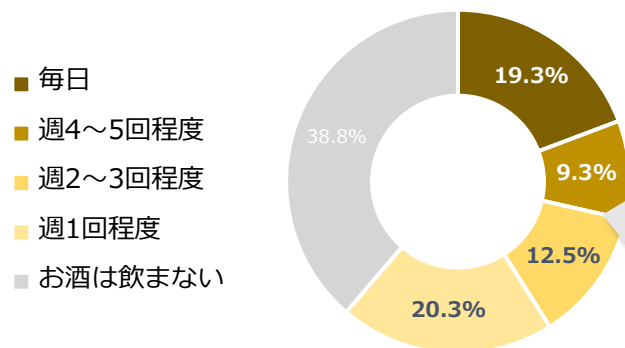
## 好きなゲームの種類



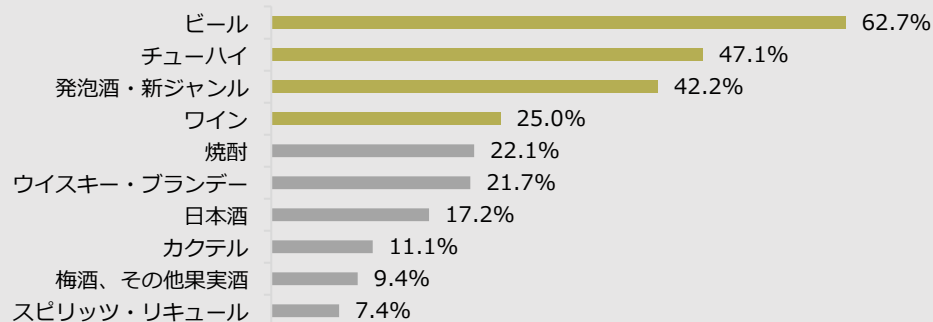
### ゲームジャンル 内訳



## お酒を飲む頻度

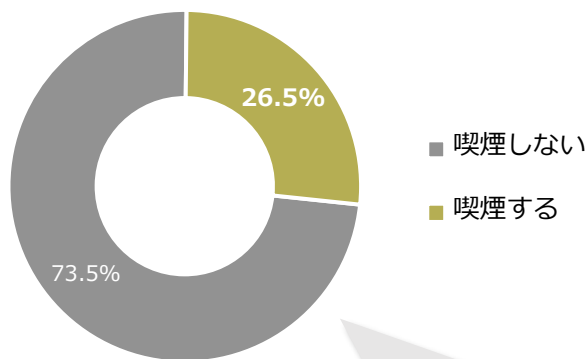


### お酒の種別内訳

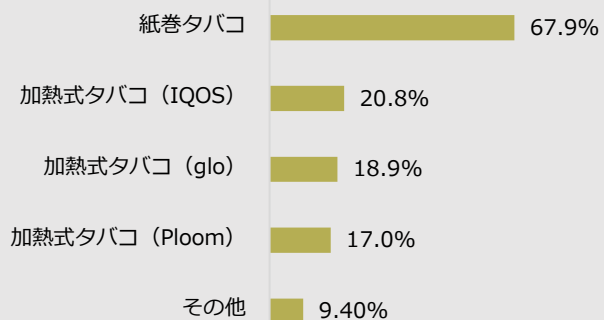


- およそ4人に1人が喫煙しており、喫煙率としては日本の平均的な傾向と同等です。
- 喫煙者のなかでも**加熱式タバコ**を利用している読者はそれぞれ**20%近く**おり、普及が広がっていることが見て取れます。

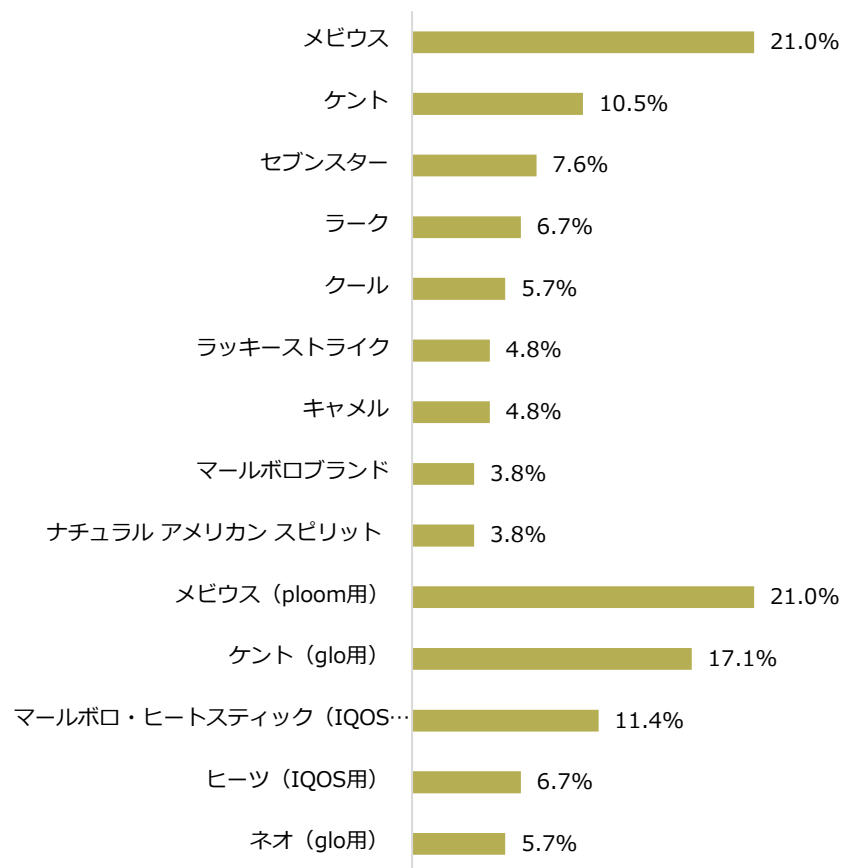
### 喫煙状況



#### タバコ種類別の利用内訳

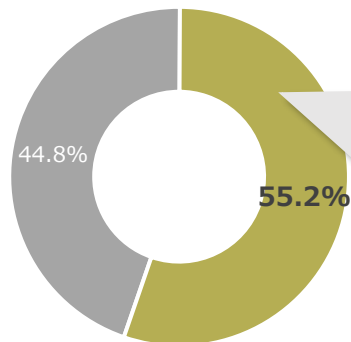


### 好きなタバコの銘柄



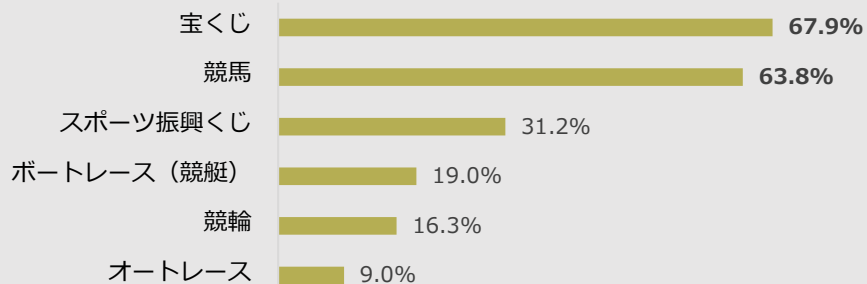
- 読者の半数以上がギャンブルを行った経験があり、1回あたりの使用額が5000円を超える読者も3割以上います。
- サイト内にジャンル設定されている競馬に関してはギャンブル経験者の6割以上が行っています。

## ギャンブル

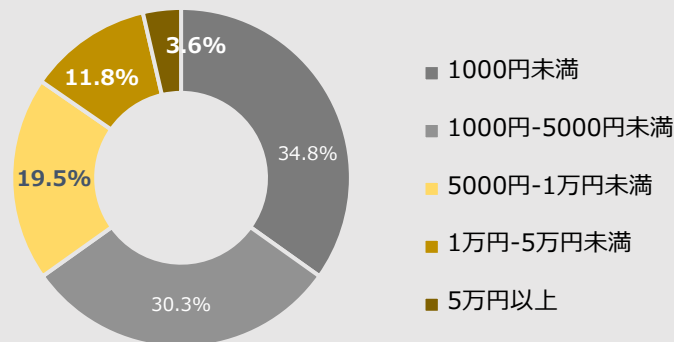


■ したことがない ■ したことがある

### ギャンブル内訳

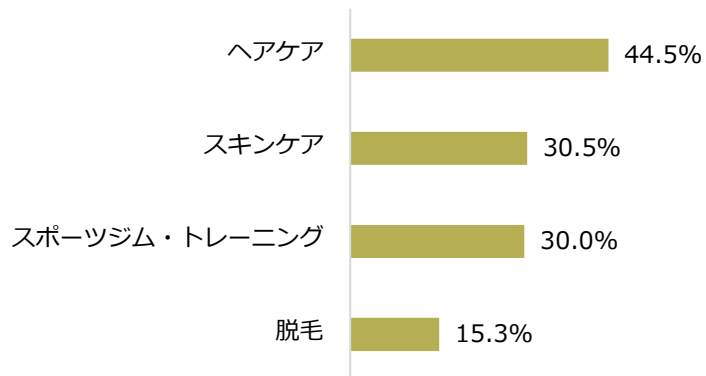


### 1回あたりの使用額

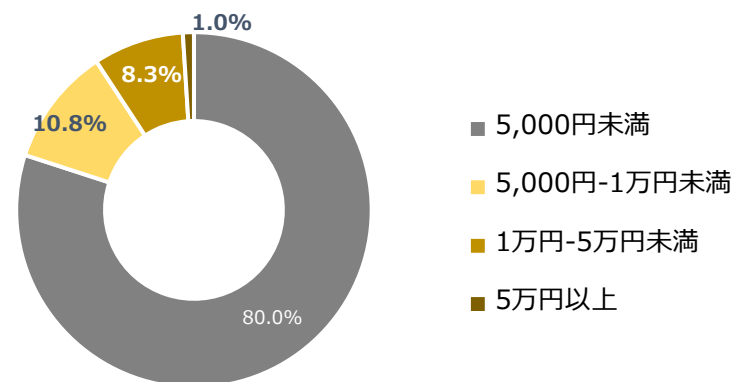


- 健康・美容へ毎月5000円以上投資している読者が全体の2割もあり、健康・美容への意識が高い読者も訪れています。
- 関心の高まっている新型コロナウイルスだけでなく、生活習慣や食生活などを意識している読者が4割近くいます。

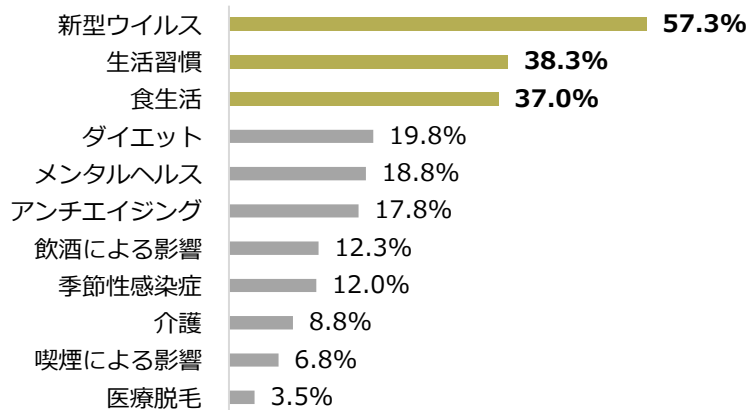
### 関心のある美容トピック



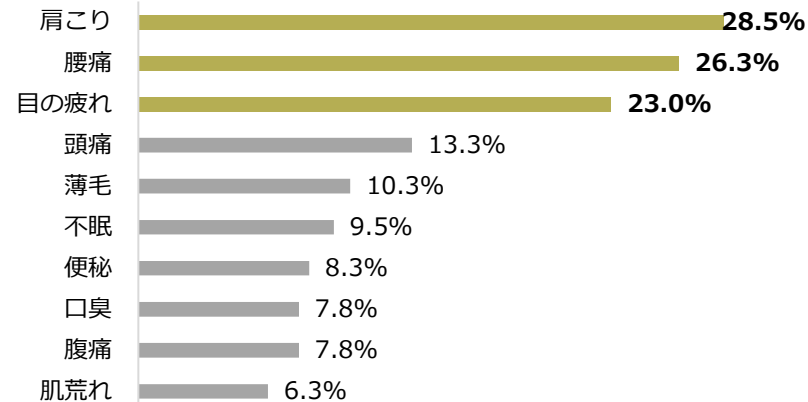
### 健康・美容への投資額（1カ月あたり）



### 関心のある医療・ヘルストピック



### 現在抱えている不調・疾病



- 経済への関心を持つ読者が半数以上と高いことから、**ビジネスマンやビジネス関連メディアとの親和性が高い**ことが想定できます。

## 関心のある社会問題

