



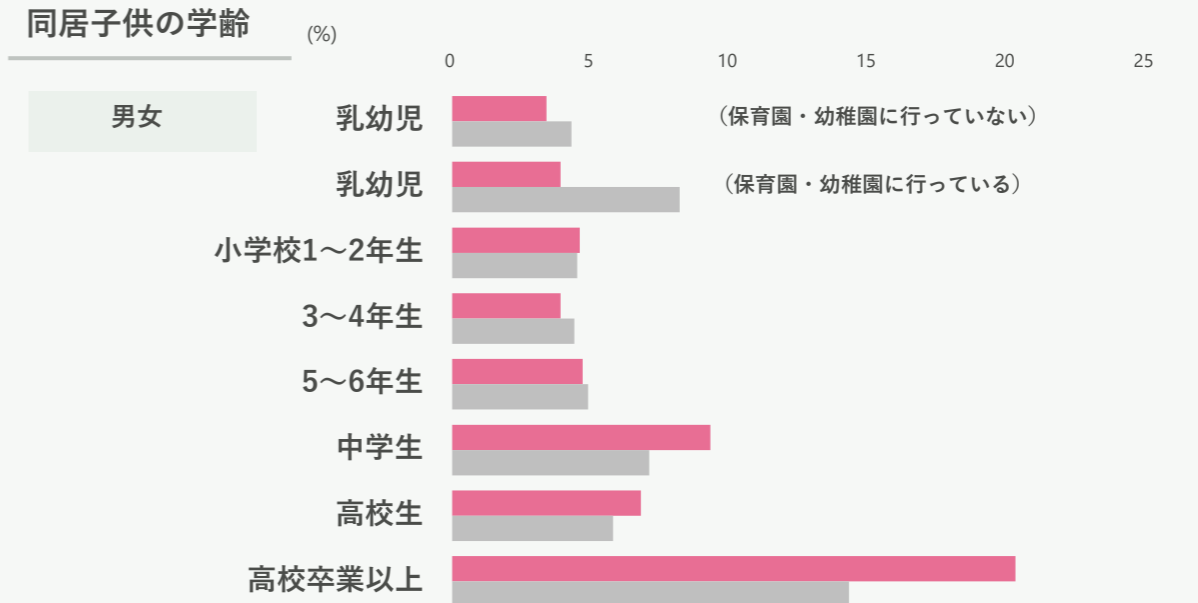
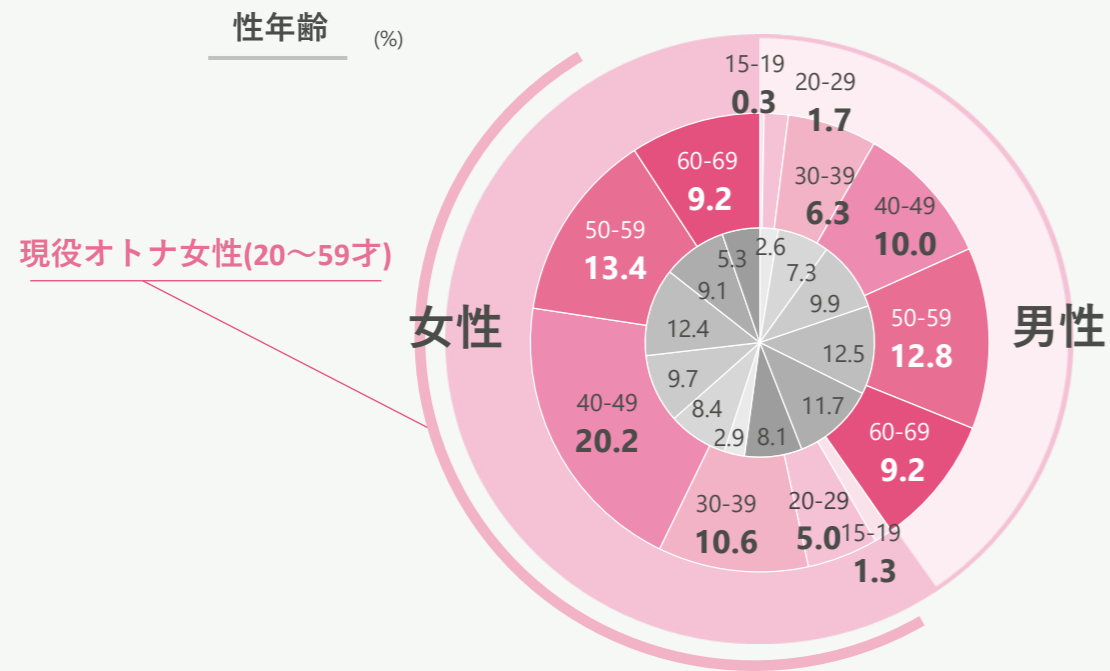
フジテレビ ヘビー視聴者 プロフィール

July 2021

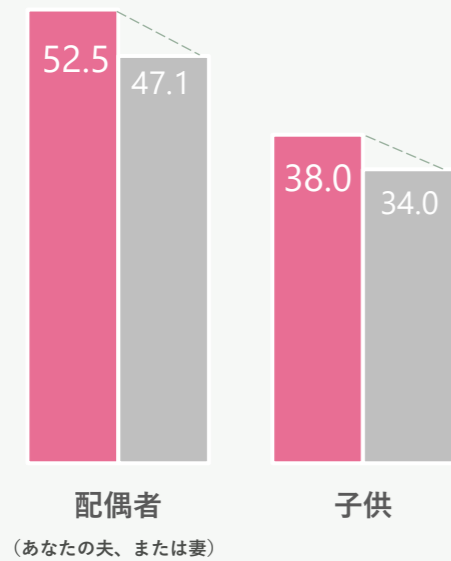
FUJI TELEVISION NETWORK, INC.

フジテレビをよく見ている人たちは

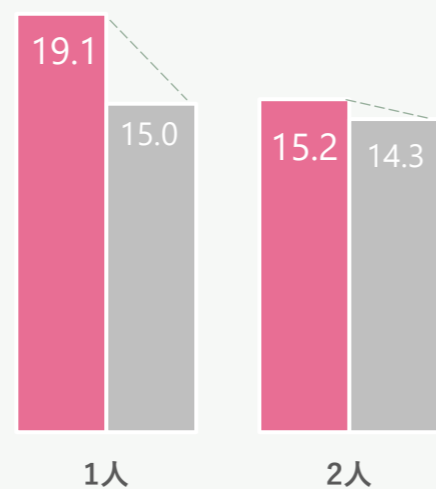
"F2"をはじめとした『現役オトナ女性(20～59才)』を中心に、
 "夫婦+子供"の『ファミリー世帯』がメイン。



同居家族 (あなた自身の) (%)



同居子供の人数 (%)



"F2"は家族のハブ役として「妻・母・嫁・娘」など担う役割が多く、
 他の年代に比べ、もっともブランドの選択や購入に関わっていることから(※)、
 まさに"家庭消費のキーパーソン"といえます。

※ビデオリサーチ社ACR/ex2020年10-12月調査より

情報感度が高く、流行に敏感な視聴者

一般生活者に比べて、流行への感度が高く、広告を大いに活用している。
 自分が得た情報を周囲に伝える発信力も持っている



差分		※差分降順ソート (%)	
		フジテレビ	全体
+	4.7	43.4	38.7
+	3.3	22.3	19.0
+	1.8	39.4	37.6
+	1.7	22.3	20.6

・生活者タイプ：情報・購買特性（あてはまる・ややあてはまる）
 ・日常生活における意識（「はい」と回答したのみ）

テレビが消費生活の中心にあると同時に、インターネットとの親和性も高い

テレビコンテンツを心から楽しみ、テレビCMもよく見て家族や友人とも話題にするなど
 実生活に役立っている。ネット利用頻度が高く、ネットショッピングにも積極的。

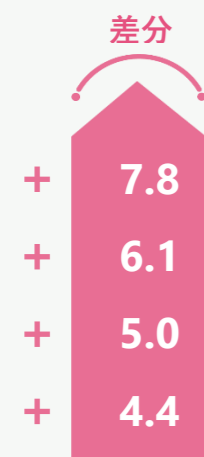


差分		※差分降順ソート (%)	
		フジテレビ	全体
+	12.4	57.5	45.1
+	10.6	64.2	53.6
+	10.1	31.9	21.8
+	6.8	23.8	17.0
+	5.9	24.8	18.9
+	4.6	60.6	56.0
+	2.0	67.3	65.3

・テレビに関する意識（「はい」と回答したのみ）
 ・ネット利用状況／通信販売・オンラインショッピング利用種類（最近1年間）

さまざまな日用消費財からスマートフォン・保険・乗用車まで 幅広い商品ジャンルに高関与

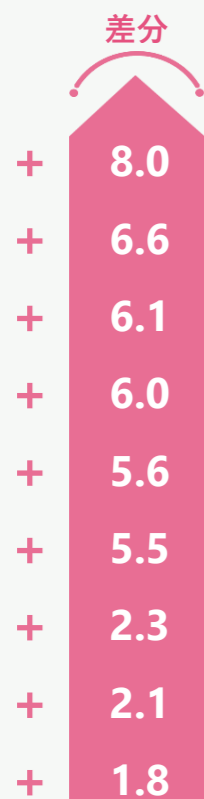
洗剤や調味料、各種日用品、アルコール飲料を自分で選んで購入する人が多い。
 利用したい商品・サービスでは、芳香・消臭剤やスキンケア・ヘアケア用品、
 医薬品・飲料・お菓子に加え、耐久消費財や保険サービスも一般生活者より高い。



自分で選んで購入している商品

※差分降順ソート (%)

	フジテレビ	全体
洗剤（食器・洗濯など）	43.8	36.0
食料品（調味料）	41.3	35.2
日用品（ハミガキ・シャンプー・洗顔料など）	47.2	42.2
アルコール飲料	36.9	32.5

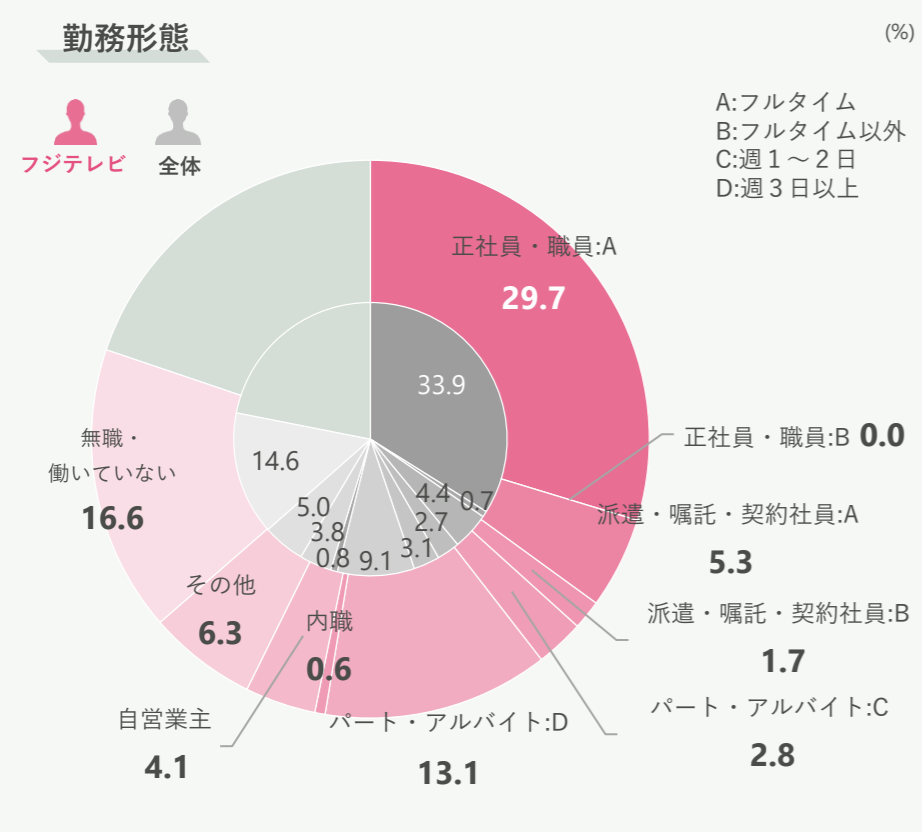
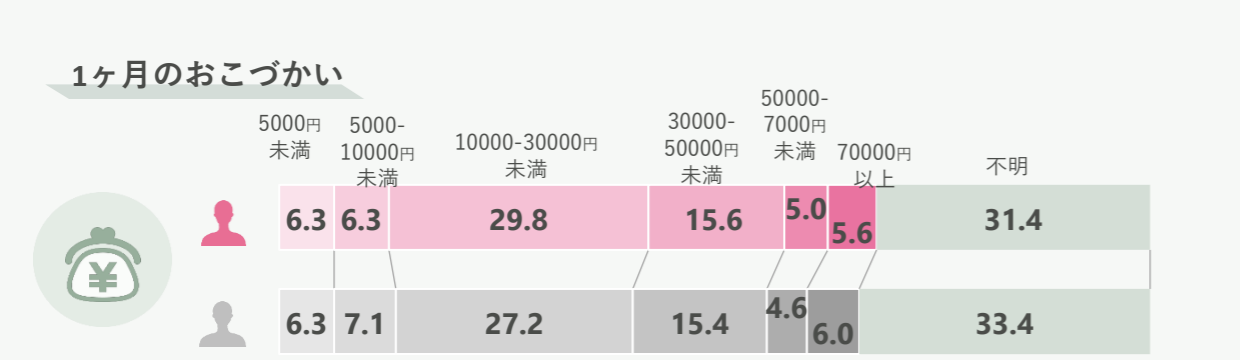
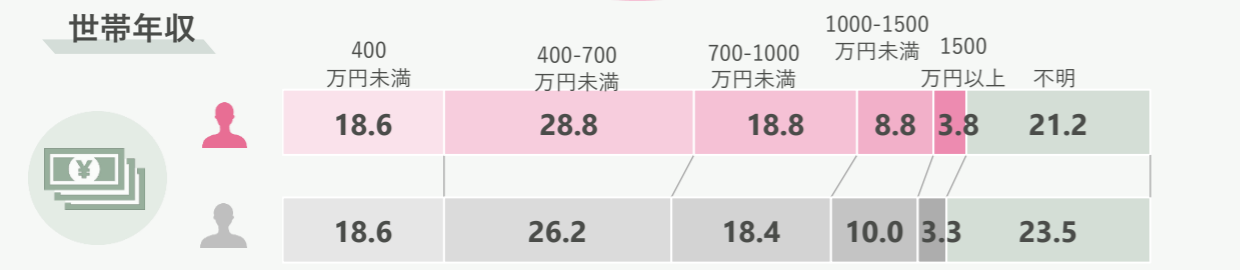
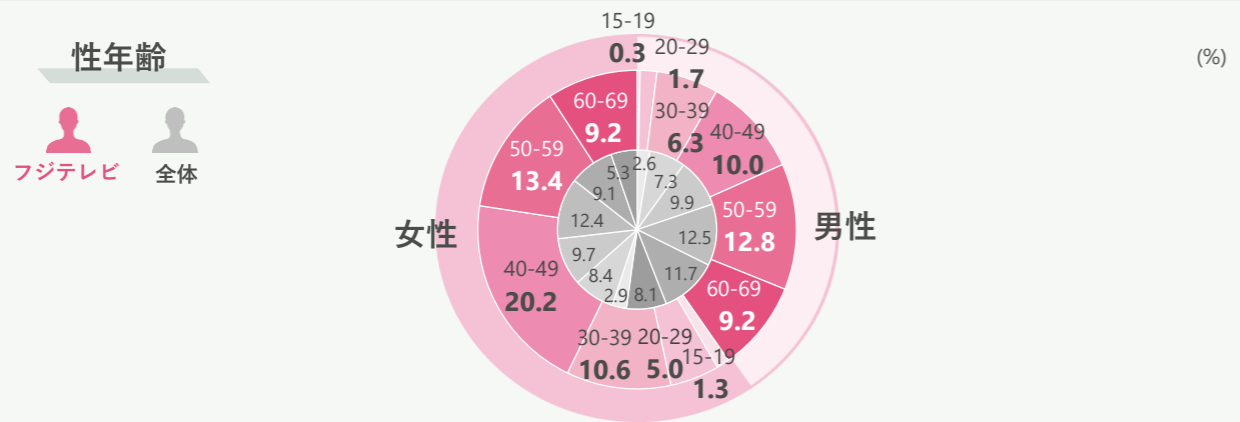


利用したい商品・サービス

※差分降順ソート (%)

	フジテレビ	全体
芳香・消臭剤	33.8	25.8
スキンケア化粧品	32.3	25.7
ヘアケア商品	44.5	38.4
医薬品	40.8	34.8
お茶・ミネラルウォーター	49.8	44.2
お菓子	60.3	54.8
スマートフォン	45.8	43.5
普通乗用車	26.9	24.8
生命保険・医療保険	24.4	22.6



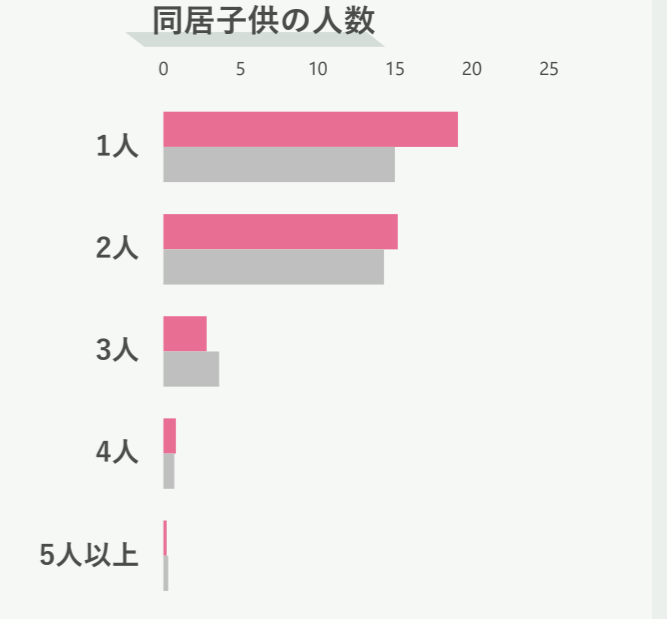
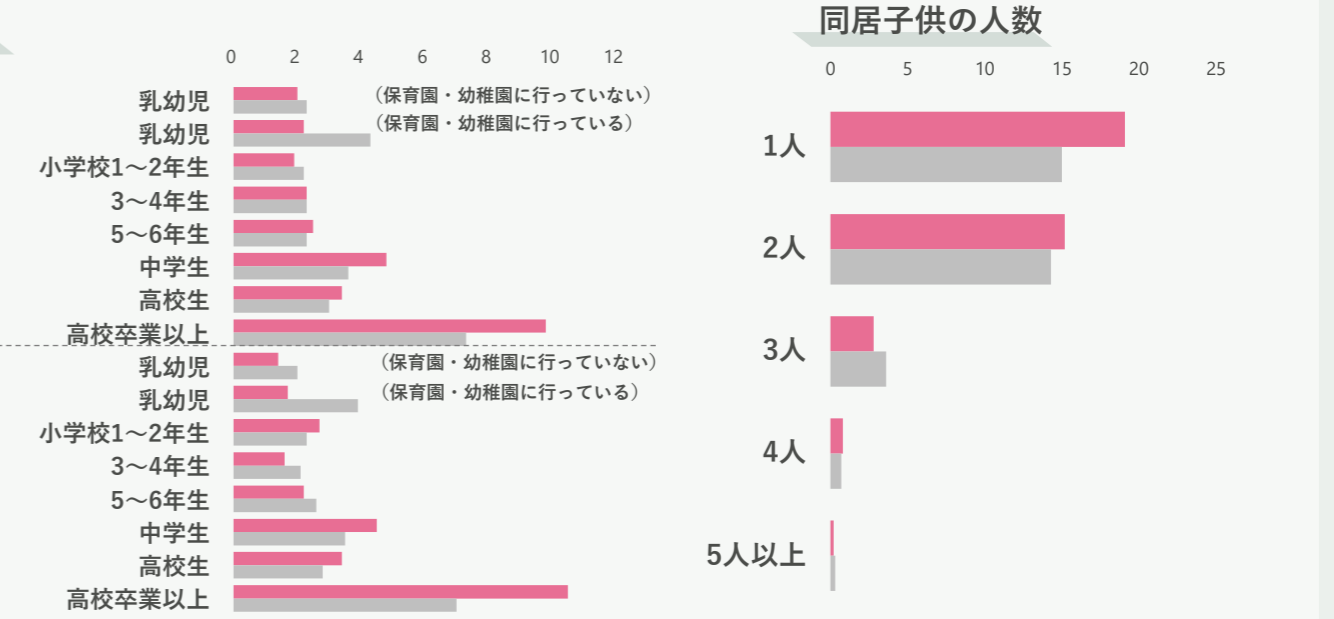
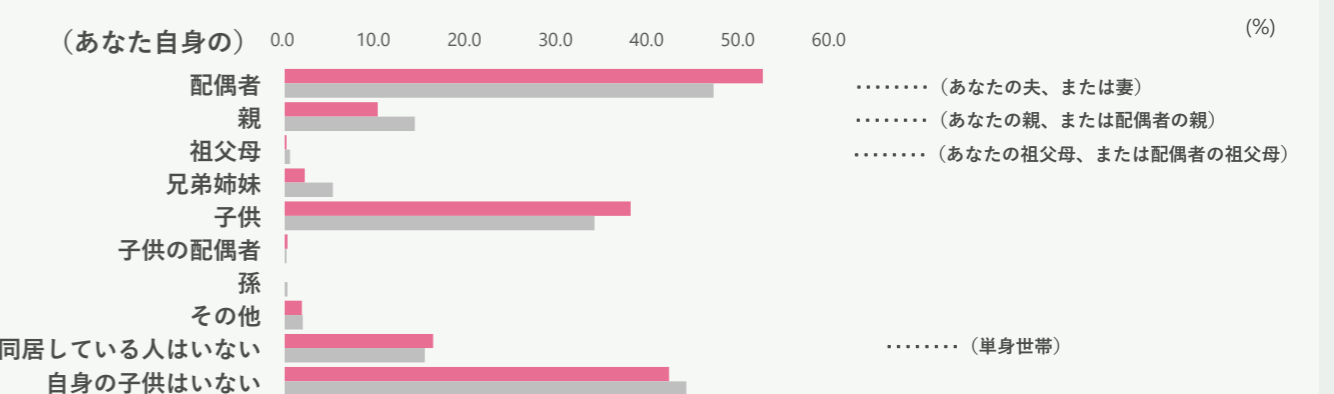
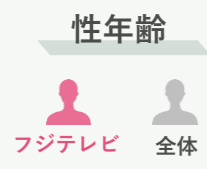
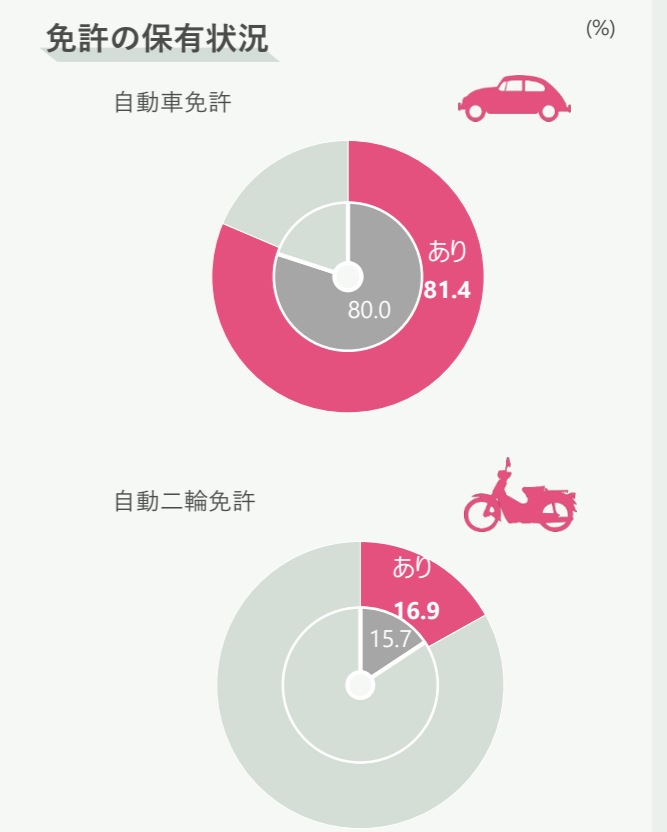


勤務先の業種

業種	女性 (%)	男性 (%)
食品・飲料メーカー	1.6	1.5
繊維・衣料メーカー	0.5	0.3
化学・石油メーカー	0.5	0.6
医薬品メーカー	1.1	0.6
鉄鋼・金属メーカー	0.3	0.4
自動車・輸送機器メーカー	0.9	1.0
機械メーカー	0.5	0.6
精密機械・電機・電子メーカー	2.7	2.3
上記以外のメーカー	2.0	1.8
卸売・小売業	5.0	5.4
飲食業	1.4	1.9
金融・証券・保険業	2.8	2.7
運輸業・倉庫業	3.0	3.3
通信業・情報サービス業	4.4	5.1
不動産業（住宅メーカーを含む）	2.5	1.8
旅行・ホテル・レジャー業	1.7	1.0
上記以外のサービス業	5.8	5.9
農・漁・林業	0.0	0.2
建設・土木・建築業	2.3	2.8
商社	0.5	0.4
公共企業	0.3	0.7
医療・福祉	5.9	5.0
教育	3.9	3.9
政府・公共機関	3.1	2.5
法人・団体・農協	1.4	1.5
上記以外の業種	8.9	9.5

勤務先での職種

職種	女性 (%)	男性 (%)
経営・経営企画・社業全般	4.4	3.8
営業・販売	10.0	10.8
企画・調査・マーケティング	1.6	1.3
広報・宣伝	0.3	0.2
総務	4.2	3.6
経理・財務	2.2	2.6
人事	0.6	0.9
製造・生産	2.8	3.5
研究・技術開発	3.3	3.8
情報システム	3.6	3.7
その他	30.0	28.5
役員クラス	3.6	2.9
本部長・事業部長・局長クラス	0.2	0.4
部長クラス	2.7	2.2
部次長・部長代理クラス	1.3	1.0
課長クラス	4.4	5.2
課長代理・係長クラス	5.6	5.8
一般社員	22.5	26.7
その他	22.8	18.4



生活者タイプ

情報・購買特性 (あてはまる・ややあてはまる)

※差分降順ソート (%)

順位	差分		フジテレビ	全体
1	+ 3.3	「限定モノ」や「流行モノ」に弱く、すぐ欲しくなる	22.3	19.0
2	+ 1.8	面白いと思った情報は周りの人に話したくなる	39.4	37.6
3	+ 1.7	周りの人がみんな買っているならその商品は間違いなく良いモノだと思う	15.9	14.2
3	+ 1.7	情報は人より早く知っていることが多い	22.3	20.6
3	+ 1.7	一流・有名ブランド、メーカーの商品を買うのが好きだ (衣料品、バッグ、時計など)	20.2	18.5
6	+ 1.3	最低限の情報を持っていれば十分だ	23.0	21.7
7	+ 0.9	周りのみんなが持っているモノを自分だけ持っていないと不安を感じる	9.4	8.5
8	+ 0.6	周りの人が持っているモノなどを見て思わず自分も欲しくなってしまうことが多い	18.4	17.8

生活者タイプ

シニア価値観 (あてはまる・ややあてはまる)

※差分降順ソート (%)

順位	差分		フジテレビ	全体
1	+ 2.6	夫は家長として尊敬されるべきだ	25.5	22.9
2	+ 1.9	お金の有無が幸せを左右すると思う	48.8	46.9
3	+ 1.8	お金に恵まれた生活がしたい	58.8	57.0
4	+ 1.6	平均よりも上の生活がしたい	48.0	46.4
5	+ 1.4	昔の友人との旧交を温めたい	36.3	34.9
6	+ 1.0	のんびりとマイペースな生活がしたい	58.9	57.9
7	+ 0.4	長男・長女は家を継ぐべきだ	9.1	8.7
7	+ 0.4	夫は外で働き、妻は家事や育児に専念した方がよい	12.2	11.8

生活者タイプ

表現嗜好 (あてはまる・ややあてはまる)

※差分降順ソート (%)

順位	差分		フジテレビ	全体
1	+ 6.4	好きなタレントを起用しているCMや広告の商品は試してみたい	28.0	21.6
2	+ 6.3	ドラマ（物語）仕立ての表現をしているCMが好き	38.1	31.8
3	+ 6.1	シリーズもののCMや広告は続きが気になる	42.0	35.9
4	+ 5.0	お笑い、ユーモアをまじえたものをもっとあってもよいと思う	44.4	39.4
5	+ 4.8	シリーズもののCMや広告に注目してしまうことが多い	40.9	36.1
6	+ 4.7	好きなタレントを起用しているCMや広告に注目してしまうことが多い	39.7	35.0
7	+ 4.3	子供や動物が登場するCMに注目してしまうことが多い	25.3	21.0
8	+ 3.7	キャラクターを用いたCMや広告は親しみを感じるものが多い	29.4	25.7
9	+ 3.0	美しい風景や大自然の映像をつかったCMに注目してしまうことが多い	32.2	29.2
10	+ 2.8	商品の特徴（効用）を実際に見せているCMや広告は信用できる	32.0	29.2
10	+ 2.8	好きなタレントを起用している企業には好感を持つことが多い	33.6	30.8
12	+ 2.4	理屈よりも印象的な映像（画像）や音楽などで感性に訴えてくるCMや広告が好き	27.5	25.1
13	+ 2.0	自社商品を他社商品と比較したCMや広告はわかりやすくよい	27.7	25.7
14	+ 1.7	自分のライフスタイルに合った内容のCMや広告は注目してしまうことが多い	40.2	38.5
15	+ 1.6	実際の利用者の声には説得力があると思う	26.3	24.7
15	+ 1.6	自分の好きな楽曲を使っている企業には好感を持つことが多い	34.8	33.2
17	+ 1.3	目や耳にとまるフレーズ（コピー）があると印象に残っていることが多い	45.0	43.7
18	+ 0.9	商品を生ろうという意図を感じると商品自体を敬遠してしまう	26.9	26.0
19	+ 0.7	説明的なCMや広告よりも「何これ？」と思えるCMや広告の方が好き	26.1	25.4
20	+ 0.5	タレントよりも一般人の感想の方が信頼感がある	20.0	19.5
21	+ 0.3	過度に作りこんだ映像（画像）には説得力を感じない	20.2	19.9
22	+ 0.1	商品について必要最小限の説明でシンプルなCMや広告が好き	31.6	31.5
22	+ 0.1	商品の特徴や性能を実験データで示しているCMや広告は信用できる	26.4	26.3

知っていましたか？

日本人の1日におけるメディア接触時間はテレビが最も長く（※1）、全国視聴率10%の番組でCMを1回放送した場合、約1,200万人にリーチできます。また商品購買の情報源としてもテレビが最も重宝（※2）されており、テレビCMはビジネスの成長に欠かせないメディアとなっています。

（※1）「ビデオリサーチMCR調査2020年」より

（※2）「ビデオリサーチConnect/ex調査(ACR/ex追加調査枠)2020年」より



食に対する考え方・行動 (あてはまる・ややあてはまる)

※差分降順ソート (%)

順位	差分		フジテレビ	全体
1	+ 9.0	グルメ雑誌やテレビのグルメ番組を見るのが好きだ	50.9	41.9
2	+ 6.6	塩分を取り過ぎないようにしている	48.0	41.4
3	+ 6.0	TVや新聞・雑誌で紹介されている料理を参考に、料理を作ることがある	43.9	37.9
4	+ 5.7	市販の惣菜はおいしいと思う	58.4	52.7
5	+ 5.4	油脂類はなるべく少なくするようにしている	37.8	32.4
5	+ 5.4	調理済み冷凍食品は、手間がかからず便利だと思う	66.6	61.2
7	+ 5.3	カロリーが高くないようにしている	41.7	36.4
8	+ 4.8	糖分を取り過ぎないようにしている	42.5	37.7
9	+ 4.5	調理の下処理（洗う、切る）はおっくうだ	52.7	48.2
10	+ 4.2	新しい料理を作ることに関心がある	39.7	35.5
10	+ 4.2	自分は料理が上手だと思う	32.0	27.8
12	+ 3.8	飲用水に気をを使うほうだ	34.5	30.7
13	+ 3.7	味付けは薄味にするようにしている	42.3	38.6
14	+ 3.5	食器や鍋などの洗い物をするのはおっくうだ	53.3	49.8
15	+ 3.3	ミネラル分摂取のためワカメやひじきなどの海藻をとるようにしている	43.6	40.3
15	+ 3.3	めずらしい料理や食材に関心がある	34.4	31.1
17	+ 3.2	休日に家族揃って外食することがよくある	33.4	30.2
18	+ 3.1	友人から聞いた話を参考に、料理を作ることがある	30.3	27.2
19	+ 2.7	カルシウム摂取のため牛乳や乳製品、小魚類をとるようにしている	48.8	46.1
20	+ 2.6	ビタミン摂取のため野菜や果物をとるようにしている	51.7	49.1
20	+ 2.6	評判のお店に食べに出掛けることがある	29.2	26.6
22	+ 2.0	生ゴミを処理するのはおっくうだ	50.9	48.9
23	+ 1.4	野菜は出来るだけ有機野菜、無農薬野菜を使うようにしている	19.1	17.7
23	+ 1.4	料理を作るのは好きだ	40.5	39.1
25	+ 1.2	食事の支度をするのが面倒なときは、外食で済ませることがよくある	34.2	33.0

日常生活における意識 (「はい」と回答した項目のみ)

※差分降順ソート (%)

順位	差分		フジテレビ	全体
1	+ 4.7	広告は買い物をする際に大いに役立っている	43.4	38.7
2	+ 3.8	インスタントや冷凍食品を抵抗なく使える	64.8	61.0
3	+ 3.1	洗濯の仕方にはこだわりがある	24.2	21.1
4	+ 2.6	自分をより魅力的に見せるためにおしゃれをする	35.2	32.6
5	+ 0.9	値段に関わらずいろいろなアイテムを持っておしゃれを楽しむほうだ	26.9	26.0
6	+ 0.7	防災・地域安全保持に強い関心がある	33.0	32.3
7	+ 0.2	定期的に健康食品を利用している	25.5	25.3
8	+ 0.1	仕事とプライベートなど、気分を切り替えるためにおしゃれをする	32.0	31.9

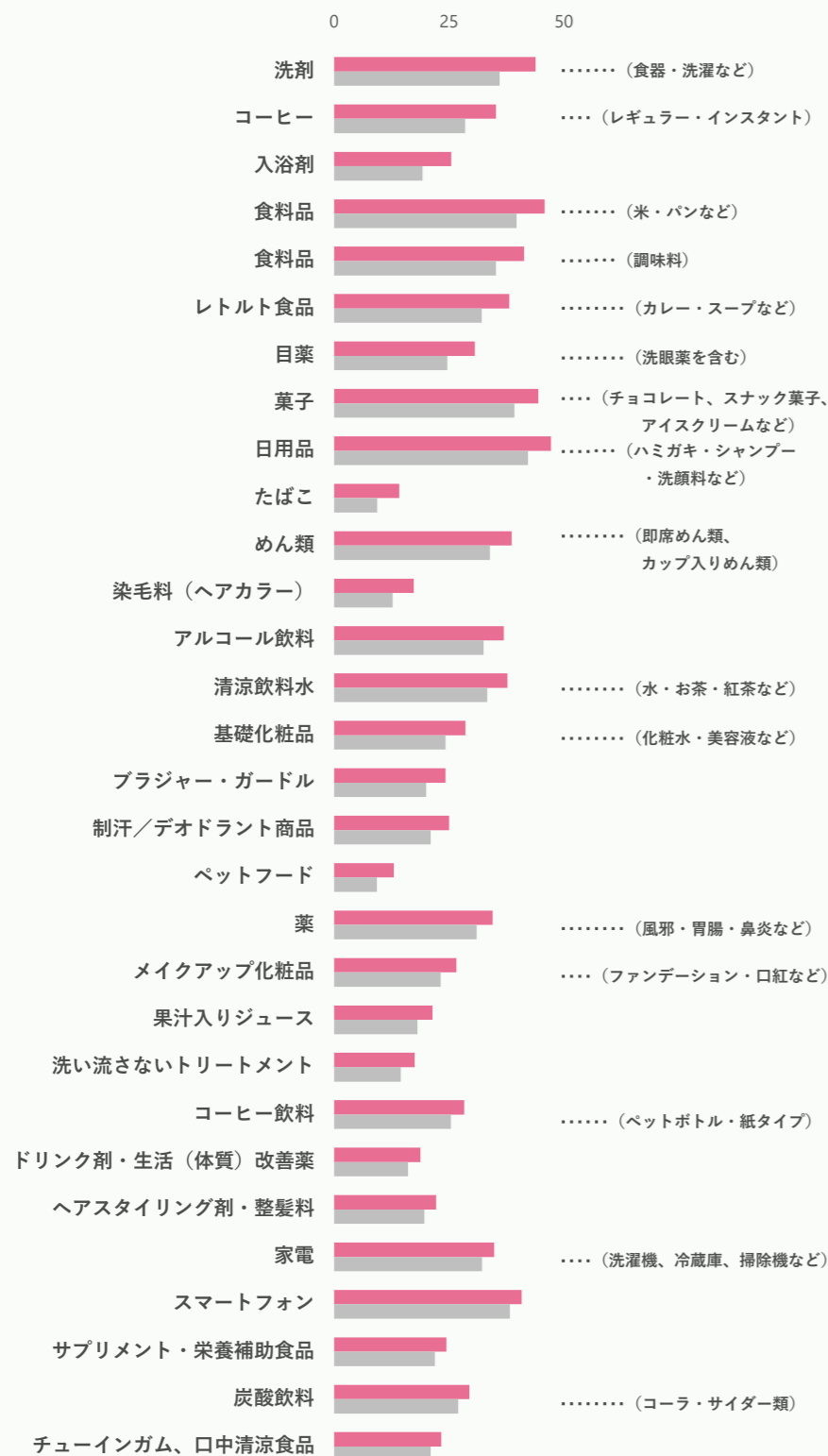


自分で選んで購入している商品

全ジャンル合計

TOP30

※差分降順ソート (%)



ジャンル別ランキング

※差分降順ソート (%)

食品・飲料

順位	差分	商品名	フジテレビ (%)	全体 (%)
1	+ 6.7	レギュラーコーヒー・インスタントコーヒー	35.2	28.5
2	+ 6.1	食料品 (米・パンなど)	45.8	39.7
2	+ 6.1	食料品 (調味料)	41.3	35.2
4	+ 6.0	レトルト食品 (カレー・スープなど)	38.1	32.1
5	+ 5.2	菓子 (チョコレート、スナック菓子、アイスクリームなど)	44.4	39.2
6	+ 4.7	即席めん類、カップ入りめん類	38.6	33.9
7	+ 4.4	アルコール飲料	36.9	32.5
7	+ 4.4	清涼飲料水 (水・お茶・紅茶など)	37.7	33.3
9	+ 3.3	果汁入りジュース	21.4	18.1
10	+ 2.9	ペットボトル/紙タイプコーヒー飲料	28.3	25.4
11	+ 2.4	炭酸飲料 (コーラ・サイダー類)	29.4	27.0
12	+ 2.3	チューインガム、口中清涼食品	23.3	21.0
13	+ 1.9	トマトジュース・野菜ジュース	21.9	20.0
13	+ 1.9	缶コーヒー	20.0	18.1

家庭用品

順位	差分	商品名	フジテレビ (%)	全体 (%)
1	+ 7.8	洗剤 (食器・洗濯など)	43.8	36.0
2	+ 6.3	入浴剤	25.5	19.2
3	+ 6.0	目薬 (洗眼薬を含む)	30.6	24.6
4	+ 5.0	日用品 (ハミガキ・シャンプー・洗顔料など)	47.2	42.2
5	+ 4.6	染毛料 (ヘアカラー)	17.3	12.7
6	+ 4.4	基礎化粧品 (化粧水・美容液など)	28.6	24.2
7	+ 4.2	ブラジャー・ガードル	24.2	20.0
8	+ 4.0	制汗/デオドラント商品	25.0	21.0
9	+ 3.7	ペットフード	13.0	9.3
10	+ 3.5	薬 (風邪・胃腸・鼻炎など)	34.5	31.0
11	+ 3.4	メイクアップ化粧品 (ファンデーション・口紅など)	26.6	23.2
12	+ 3.0	洗い流さないトリートメント	17.5	14.5
13	+ 2.7	ドリンク剤・生活(体質)改善薬	18.8	16.1
14	+ 2.6	ヘアスタイリング剤・整髪料	22.2	19.6
15	+ 2.5	サプリメント・栄養補助食品	24.4	21.9
16	+ 0.8	生理用品	18.3	17.5
17	+ 0.5	育毛剤・養毛剤・育毛トニック	7.3	6.8

家電製品・耐久財

※差分降順ソート (%)

順位	差分	商品名	フジテレビ (%)	全体 (%)
1	+ 2.6	家電 (洗濯機、冷蔵庫、掃除機など)	34.8	32.2
1	+ 2.6	スマートフォン	40.8	38.2
3	+ 1.2	自家用乗用車	16.3	15.1
4	+ 0.3	携帯電話・PHS	8.3	8.0

金融・娯楽・教養・その他

順位	差分	商品名	フジテレビ (%)	全体 (%)
1	+ 4.8	たばこ	14.2	9.4
2	+ 1.8	新聞の月極め購読	11.4	9.6
2	+ 1.8	映画	24.2	22.4
4	+ 0.8	自動車保険	19.5	18.7
4	+ 0.8	貯蓄・債権・金融商品	22.3	21.5
6	+ 0.6	保険 (生命・火災・損害など)	25.6	25.0
6	+ 0.6	腕時計	19.4	18.8
8	+ 0.5	通信教育、各種スクール	6.7	6.2
9	+ 0.1	国内・海外旅行	25.9	25.8

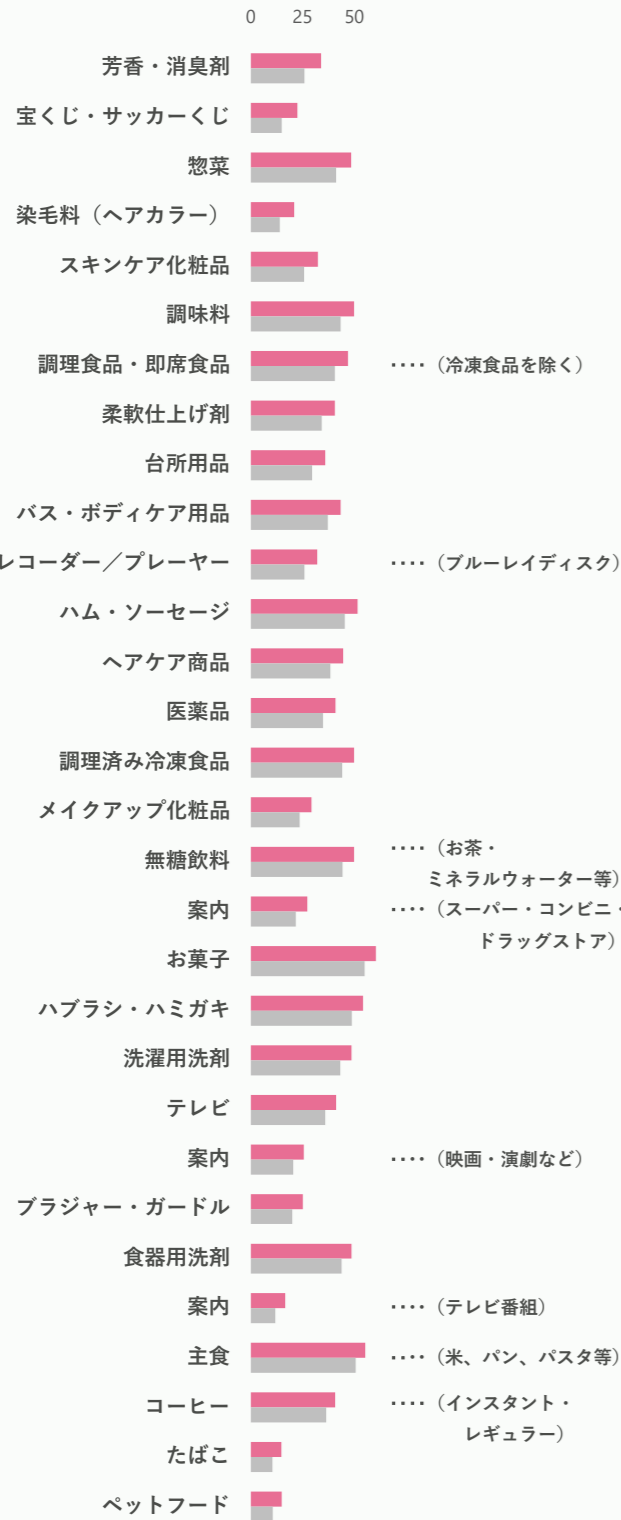


利用したい商品・サービス

全ジャンル合計

TOP30

※差分降順ソート (%)



ジャンル別ランキング

食品・飲料

※差分降順ソート (%)

順位	差分	ジャンル	フジテレビ	全体
1	+ 7.2	惣菜	48.4	41.2
2	+ 6.5	調味料	49.8	43.3
3	+ 6.4	調理食品・即席食品 (冷凍食品を除く)	46.9	40.5
4	+ 6.1	ハム・ソーセージ	51.4	45.3
5	+ 5.7	調理済み冷凍食品	49.7	44.0
6	+ 5.6	お茶・ミネラルウォーター等の無糖飲料	49.8	44.2
7	+ 5.5	お菓子	60.3	54.8
8	+ 4.7	主食 (米、パン、パスタ等)	55.2	50.5
9	+ 4.3	コーヒー (インスタント・レギュラータイプ)	40.6	36.3
10	+ 4.0	ワイン (炭酸入り・甘味ブドウ酒を除く)	25.8	21.8
11	+ 3.7	ドリンク剤 (滋養強壮)	21.3	17.6
11	+ 3.7	名産品・特産品	34.4	30.7
13	+ 3.5	乳製品	48.1	44.6
14	+ 3.3	新ジャンル飲料 (第三のビール)	20.6	17.3
14	+ 3.3	チューハイ (缶入りなど)	25.8	22.5
16	+ 3.2	ジュース・コーラ等の清涼飲料	39.1	35.9
16	+ 3.2	サプリメント (健康食品)	27.5	24.3
18	+ 2.6	ペットボトル/紙パックタイプコーヒー	29.7	27.1
19	+ 2.2	焼酎 (果実酒にしたものは除く)	17.3	15.1
20	+ 2.0	ビール (発泡酒を除く)	30.5	28.5
21	+ 1.7	缶コーヒー	25.5	23.8
22	+ 1.5	カクテル・梅酒	16.3	14.8
23	+ 1.1	ノンアルコール飲料	10.6	9.5
23	+ 1.1	栄養補助食品 (サプリメントを除く)	18.8	17.7
25	+ 0.4	発泡酒	15.3	14.9

情報サービス

順位	差分	ジャンル	フジテレビ	全体
1	+ 2.3	有料放送 (衛星放送・ケーブルテレビなど)	14.4	12.1
2	+ 2.2	固定電話・携帯電話サービス	21.1	18.9
3	+ 1.9	情報通信サービス (インターネット回線等)	22.0	20.1
4	+ 1.8	スマートフォン・携帯電話のゲームアプリ	22.2	20.4



家電製品・耐久財

※差分降順ソート (%)

順位	差分	ジャンル	フジテレビ	全体
1	+ 6.2	ブルーレイディスクレコーダー・プレーヤー	32.0	25.8
2	+ 5.2	テレビ	41.1	35.9
3	+ 3.1	空気清浄機	24.5	21.4
4	+ 2.9	加湿器	19.2	16.3
5	+ 2.4	4K・8Kテレビ/チューナー	19.5	17.1
6	+ 2.3	スマートフォン	45.8	43.5
7	+ 2.2	オートバイ・スクーター	7.7	5.5
7	+ 2.2	家具・インテリア	21.1	18.9
9	+ 2.1	普通乗用車 (国産) (軽乗用車は除く)	26.9	24.8
9	+ 2.1	音楽ソフト (CDなど)・映像ソフト (DVD・ブルーレイなど)	23.8	22.1
10	+ 1.7	デジタルオーディオプレーヤー	11.4	10.4
11	+ 1.0	自転車 (電動補助付き除く)	13.6	12.7
12	+ 0.9	除湿器	13.0	12.1
12	+ 0.9	電動補助付き自転車	10.6	9.8
14	+ 0.8	住宅設備機器・リフォーム	7.8	7.0
16	+ 0.7	その他家庭用電化製品	9.8	9.1
17	+ 0.6	軽乗用車 (国産)	10.2	9.6
17	+ 0.6	輸入乗用車	6.3	5.7

金融・教養・子育て・レジャー・娯楽

順位	差分	ジャンル	フジテレビ	全体
1	+ 7.7	宝くじ・サッカーくじ	22.5	14.8
2	+ 5.1	映画・演劇などの案内	25.6	20.5
3	+ 4.8	テレビ番組の案内	16.6	11.8
4	+ 4.0	国内旅行案内	30.8	26.8
5	+ 3.7	レジャー施設 (遊園地など)	20.0	16.3
6	+ 2.8	ファーストフード・レストラン・居酒屋	30.5	27.7
7	+ 2.1	その他のスポーツ用品	8.8	6.7
7	+ 2.1	イベント情報 (コンサートなど)	13.9	11.8
9	+ 1.8	生命保険・医療保険	24.4	22.6
10	+ 1.6	競馬・競輪・ポートレース	6.6	5.0
11	+ 1.5	スポーツクラブ・フィットネスクラブ	11.3	9.8
12	+ 1.2	海外旅行案内	17.3	16.1
13	+ 1.0	ホテル・旅館	27.0	26.0
14	+ 0.9	貯蓄・債券・金融商品	22.8	21.9
15	+ 0.8	スキー (板・ビンディング・ストックなど)	5.3	4.5
16	+ 0.6	パチンコ・パチスロ	4.2	3.6
17	+ 0.4	学習塾	2.8	2.4
18	+ 0.3	自動車保険・損害保険	17.2	16.9
19	+ 0.2	ゴルフクラブセット	4.1	3.9
20	+ 0.1	銀行・証券	25.6	25.5

家庭用品

※差分降順ソート (%)

順位	差分	ジャンル	フジテレビ	全体
1	+ 8.0	芳香・消臭剤	33.8	25.8
2	+ 7.0	染毛料 (ヘアカラー)	20.9	13.9
3	+ 6.6	スキンケア化粧品	32.3	25.7
4	+ 6.4	柔軟仕上げ剤	40.5	34.1
5	+ 6.3	台所用品	35.8	29.5
6	+ 6.2	バス・ボディケア用品	43.3	37.1
7	+ 6.1	ヘアケア用品	44.5	38.4
8	+ 6.0	医薬品	40.8	34.8
9	+ 5.7	メイクアップ化粧品	29.2	23.5
10	+ 5.4	ハブラシ・ハミガキ	54.1	48.7
10	+ 5.4	洗濯用洗剤	48.6	43.2
12	+ 4.9	食器用洗剤	48.6	43.7
13	+ 4.2	ペットフード	14.8	10.6
14	+ 3.9	ペット関連用品	13.3	9.4
15	+ 1.2	生理用品	19.1	17.9
16	+ 0.7	育毛剤・養毛剤・育毛トニック	9.5	8.8

衣料・身の回り品

順位	差分	ジャンル	フジテレビ	全体
1	+ 5.0	ブラジャー・ガードル	25.0	20.0
2	+ 3.8	インナーウェア・アンダーウェア	39.4	35.6
3	+ 3.6	衣料品	41.7	38.1
4	+ 3.4	眼鏡・コンタクトレンズ	35.2	31.8
5	+ 2.0	宝飾品・高級ブランド品	13.8	11.8
6	+ 1.6	腕時計	30.5	28.9
7	+ 0.3	かつら・増毛用品	1.1	0.8
8	+ 0.2	ウィッグ・ヘアピース	2.0	1.8

その他

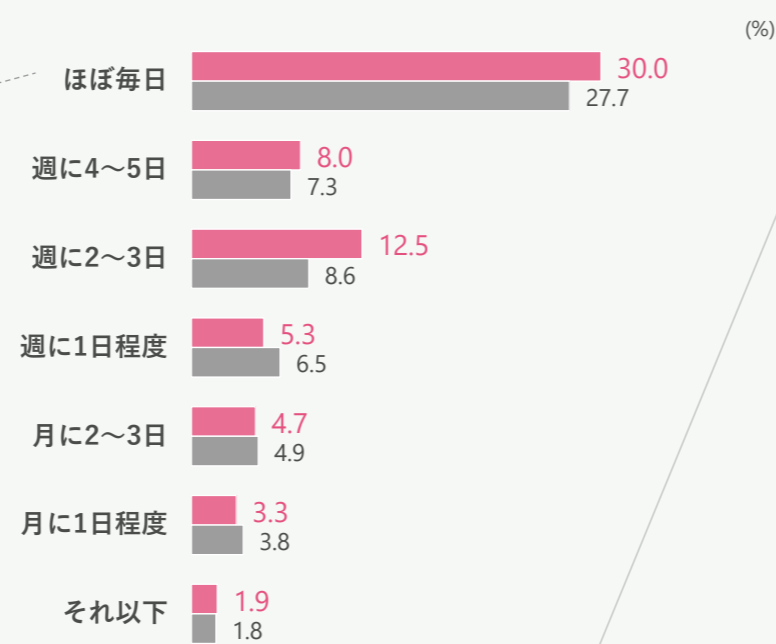
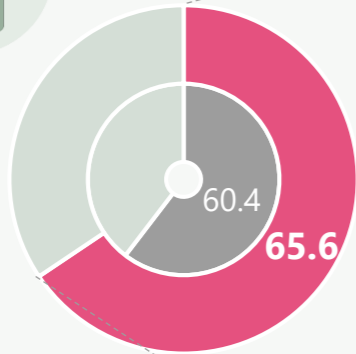
順位	差分	ジャンル	フジテレビ	全体
1	+ 5.6	スーパー・コンビニ・ドラッグストアの案内	27.3	21.7
2	+ 4.3	たばこ	14.7	10.4
3	+ 3.8	医療機関・医療サービス	21.3	17.5
4	+ 3.2	家電量販店の案内	20.3	17.1
5	+ 2.8	通信販売	21.3	18.5
6	+ 2.0	デパート・百貨店の案内	19.5	17.5
7	+ 1.5	葬儀・葬祭サービス	3.8	2.3
7	+ 1.5	防災グッズ	10.3	8.8
9	+ 1.1	人材派遣・紹介業	3.8	2.7
10	+ 0.5	墓所	2.8	2.3
11	+ 0.3	法律事務所	2.0	1.7
12	+ 0.1	介護サービス・介護用品・介護施設	3.4	3.3

飲用経験 (最近3ヶ月)



お茶

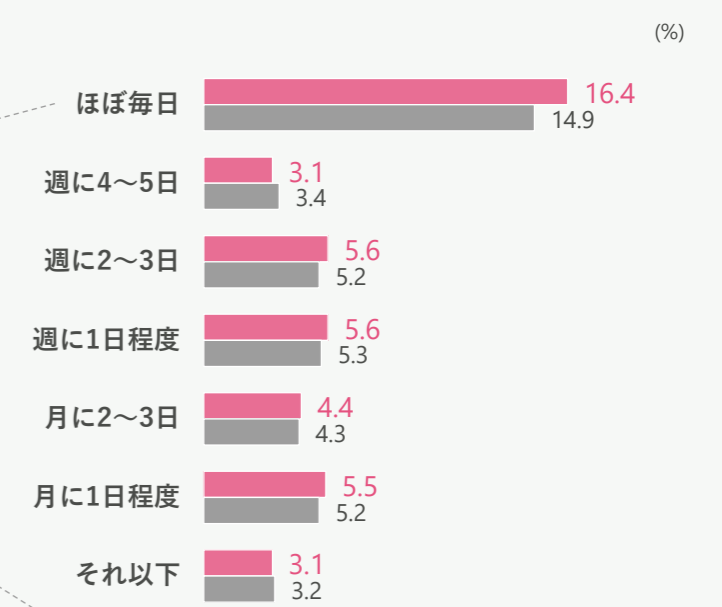
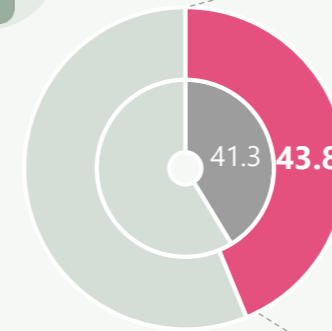
飲用している



ミネラルウォーター



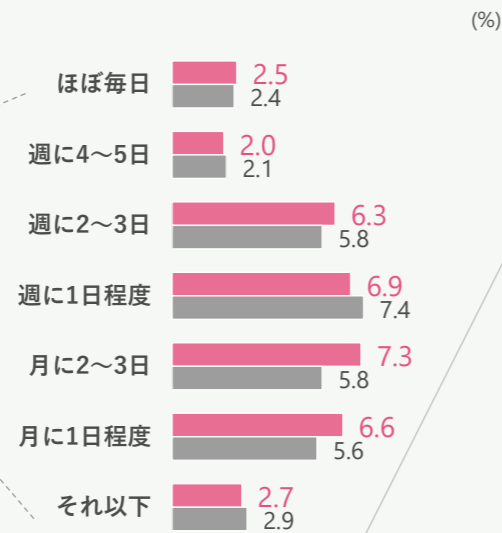
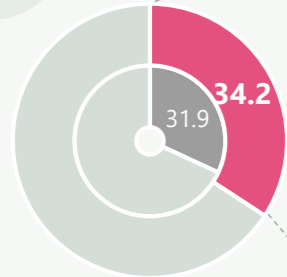
飲用している



ビール



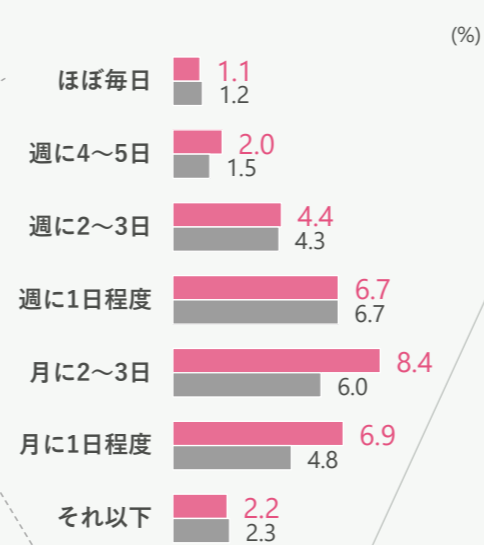
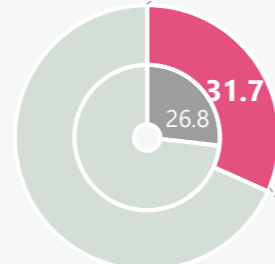
飲用している



コンビニコーヒー



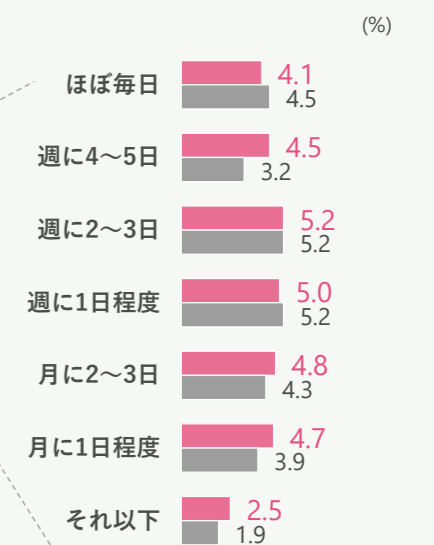
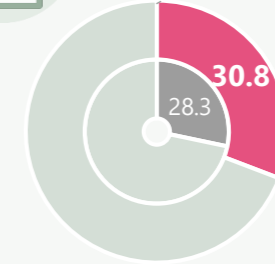
飲用している



缶コーヒー



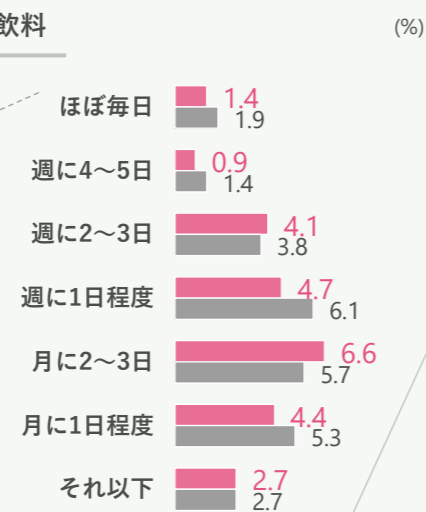
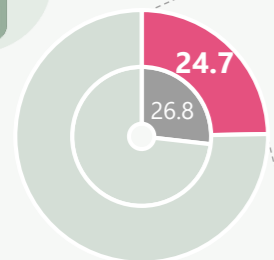
飲用している



スポーツドリンク・機能性飲料



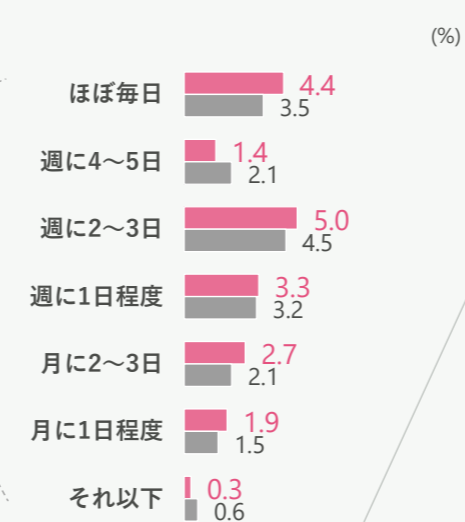
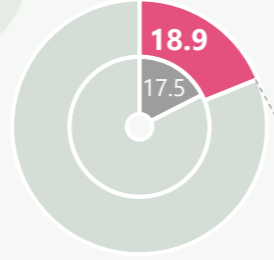
飲用している



新ジャンル飲料



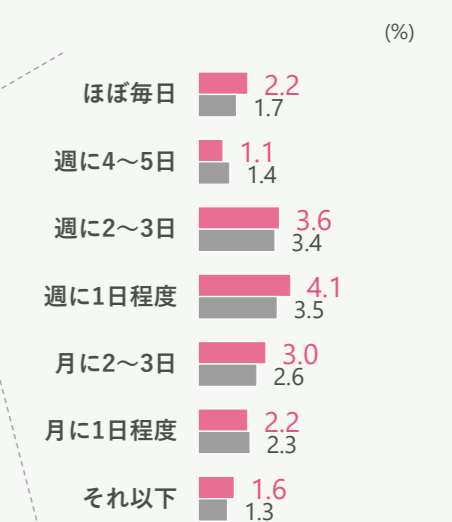
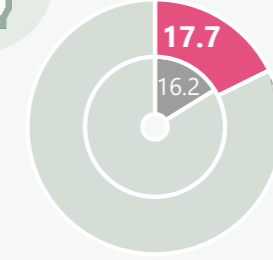
飲用している



発泡酒

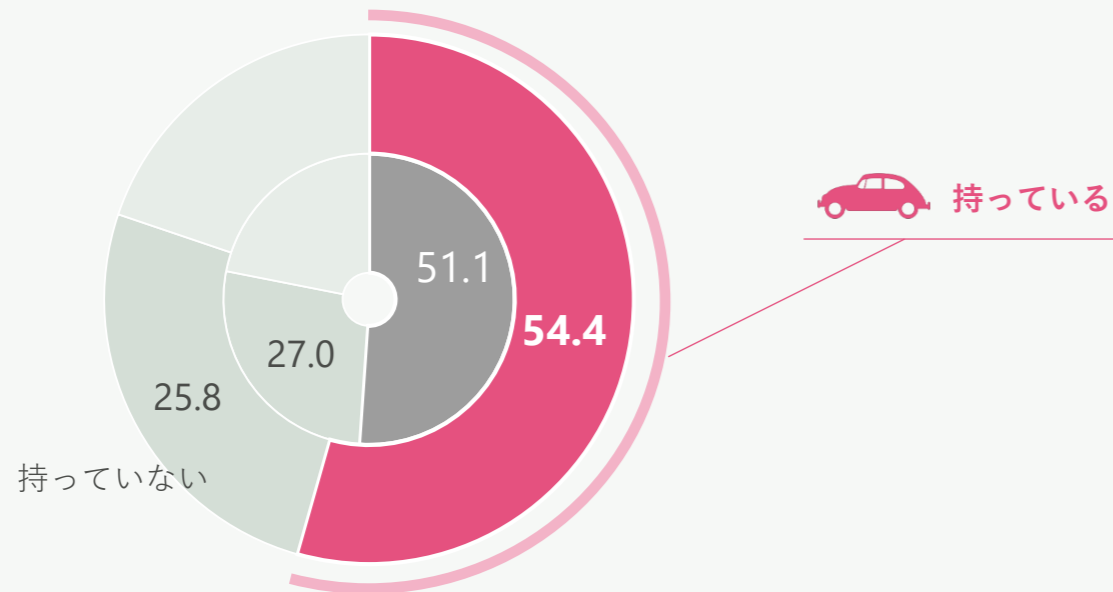


飲用している



自家用乗用車 (%)

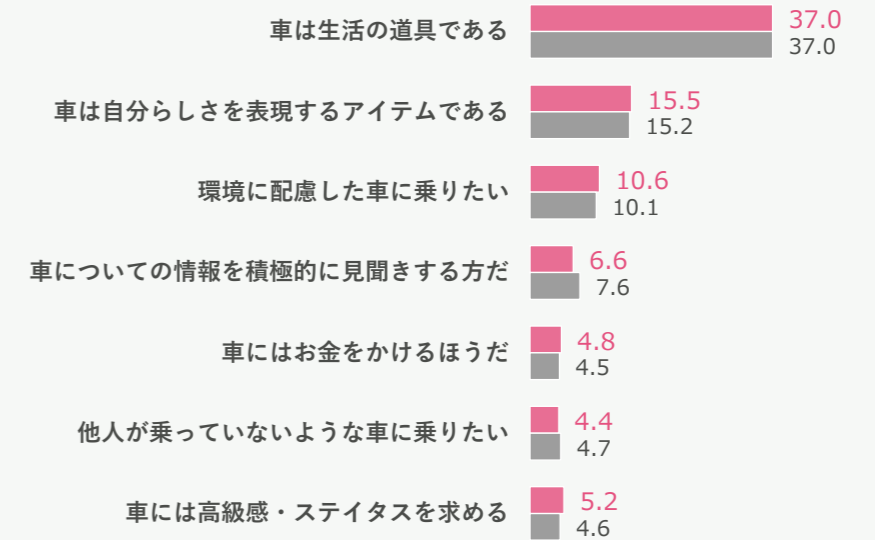
所有有無



車に関する意識 (%)



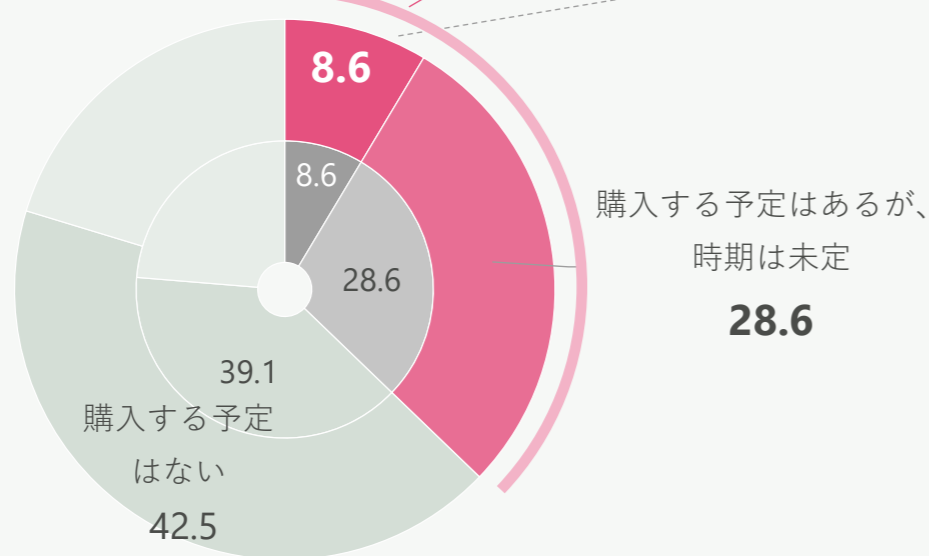
0.0 20.0 40.0 60.0



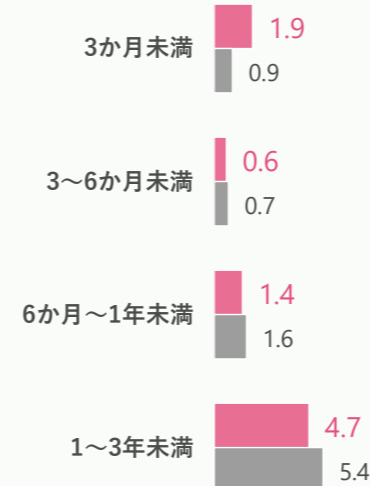
購入意向

購入する予定 **37.2%**

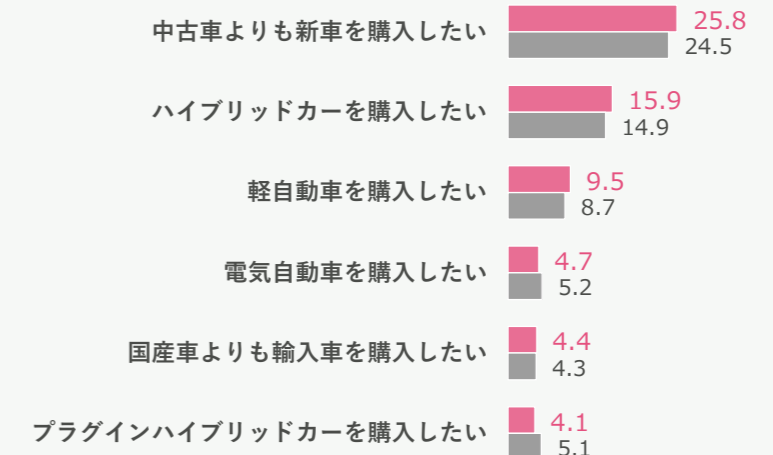
購入する予定で時期が決まっている



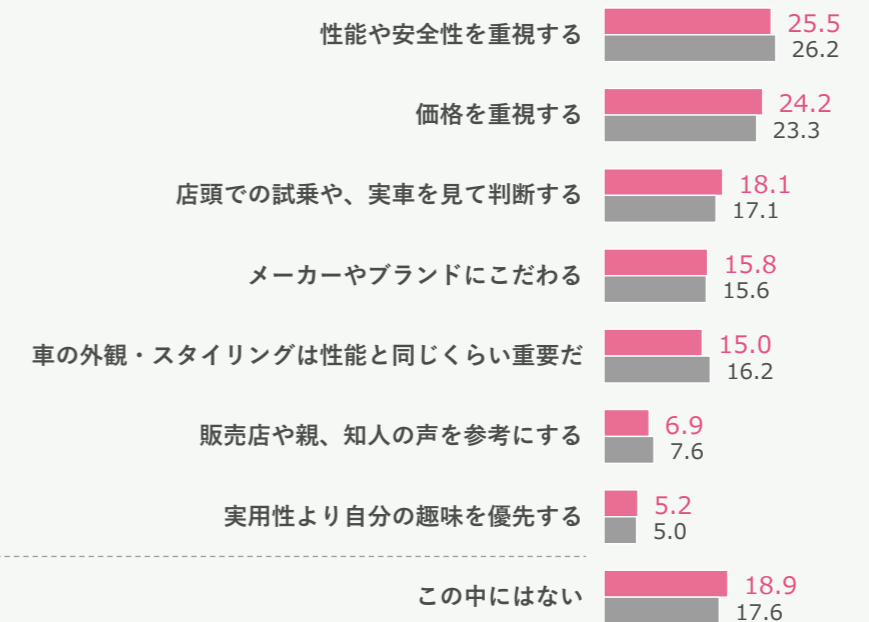
購入予定時期 (%)



購入するならば



車を選ぶ際は



テレビに関する意識（「はい」と回答した項目のみ）

※差分降順ソート（%）

順位	差分		フジテレビ	全体
1	+ 20.3	家に帰ってくると、何となくテレビのスイッチを入れてしまう	63.8	43.5
2	+ 19.5	特に見たい番組がなくてもテレビをつける	62.7	43.2
3	+ 14.5	しなければならないことがあっても、ついテレビを見てしまう	43.8	29.3
4	+ 12.4	今のテレビは自分にとって楽しめるものである	57.5	45.1
5	+ 12.2	話題になった番組は、なるべく見るようにしている	36.3	24.1
6	+ 12.1	何かをしながらテレビを見ることが多い	69.4	57.3
7	+ 11.0	見たい番組があるとき、その時間が来るのが待ち遠しい	49.2	38.2
7	+ 11.0	テレビの新番組の情報をよく知っているほう	25.2	14.2
9	+ 10.6	毎週見るのを楽しみにしている番組がある	64.2	53.6
10	+ 10.1	テレビCMをよく見るほうだ	31.9	21.8
11	+ 10.0	今どんな番組が話題になっているかよく知っている	26.9	16.9
12	+ 9.7	家族や友人とテレビ番組のことをよく話題にする	37.3	27.6
13	+ 8.8	見たい番組がある時は、時間をやりくりする	39.2	30.4
14	+ 8.1	データ放送（リモコンのdボタン）をよく見る	26.3	18.2
15	+ 7.8	録画したテレビ番組を見て、次の放送ではテレビでリアルタイムに（放送時に）見るようになったことがある	31.3	23.5
16	+ 7.4	テレビ番組を録画して見るのがよくある	58.8	51.4
17	+ 7.2	見なかった番組の話の後から聞いたりすると、見逃したことを後悔することがよくある	33.1	25.9
18	+ 6.8	家族や友人とテレビCMのことをよく話題にする	23.8	17.0
19	+ 6.5	テレビに番組表を表示させたり、録画予約が簡単な電子番組ガイド（EPG）をよく利用する	46.9	40.4
20	+ 5.9	テレビCMが実生活に役立つことが多い	24.8	18.9
21	+ 5.7	自分が占有して見られるテレビがある	43.4	37.7
22	+ 5.6	車での移動中に、テレビをよく見る	16.9	11.3
23	+ 5.5	新聞・雑誌のテレビ番組欄や紹介記事をよく読む	22.0	16.5
24	+ 4.3	テレビCMの出演者を検索することがある	28.0	23.7
25	+ 4.1	テレビ局のホームページで番組情報を見る	18.8	14.7
26	+ 3.7	テレビ番組は始めからおわりまでチャンネルを変えずに見るほうだ	33.3	29.6
27	+ 3.6	見逃した番組をインターネットの動画で見て、次の放送ではテレビでリアルタイムに（放送時に）見るようになったことがある	21.7	18.1
28	+ 2.5	音声のみで番組を楽しむことがある	18.0	15.5
29	+ 2.1	見逃した番組をインターネットの動画で見ることがある	31.1	29.0
30	+ 1.8	パソコンでテレビをリアルタイム視聴することがある	8.1	6.3
31	+ 1.7	スマートフォン・携帯電話・タブレット端末で、録画したテレビ番組を見ることがある	10.2	8.5
32	+ 1.6	スマートフォン・携帯電話・タブレット端末で、自宅に録画したテレビ番組をインターネット経由で外出先で見ることがある	8.0	6.4
33	+ 1.3	自宅に録画したテレビ番組をスマートフォン・携帯電話・タブレット端末に転送して見ることがある	7.7	6.4
34	+ 1.2	スマートフォン・タブレット端末で番組録画予約をするなど、リモコン代わりに使うことがある	7.5	6.3
35	+ 0.9	スマートフォン・携帯電話・タブレット端末でテレビをリアルタイム視聴することがある（ワンセグなど）	9.4	8.5
36	+ 0.8	テレビ情報誌を定期的には買っている	5.3	4.5
36	+ 0.8	（公共の交通機関での）通勤・通学の移動中に、ワンセグなどでテレビをよく見る	5.3	4.5
38	+ 0.5	録画したテレビ番組を再生する際にはCMをよく見るほうだ	8.6	8.1
39	+ 0.4	パソコンで、録画したテレビ番組を見ることがある	8.4	8.0
40	+ 0.2	SNS上のテレビ番組の内容についての書き込みがきっかけで、その番組を見る（他局からチャンネルを変える）ことがある	16.3	16.1

テレビ番組嗜好ジャンル

※差分降順ソート（%）

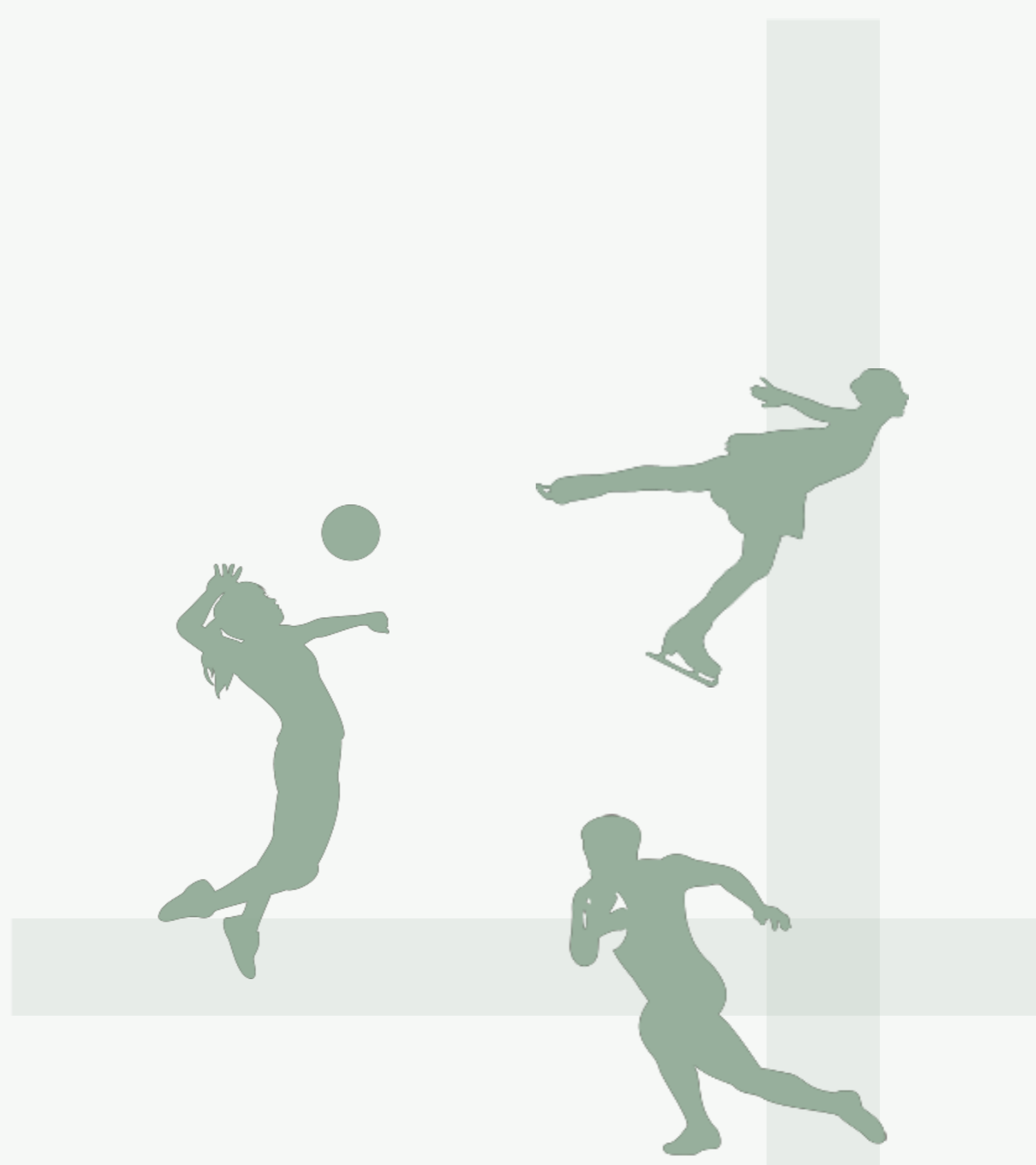
順位	差分		フジテレビ	全体
1	+ 16.8	国内ドラマ	61.6	44.8
2	+ 13.8	ワイドショー	32.2	18.4
3	+ 12.2	情報バラエティー	48.1	35.9
4	+ 11.1	クイズ・ゲーム	34.1	23.0
5	+ 10.0	娯楽バラエティー	34.7	24.7
6	+ 9.2	邦画	35.9	26.7
7	+ 7.8	お笑い番組	29.8	22.0
8	+ 7.5	ポップス中心の音楽番組	28.3	20.8
9	+ 6.7	グルメ番組（食べ歩き・店紹介）	32.7	26.0
10	+ 6.6	洋画（欧米）	33.9	27.3
11	+ 6.2	気象情報・天気予報	35.9	29.7
12	+ 6.1	フィギュアスケート	17.0	10.9
13	+ 5.3	スポーツニュース・スポーツ情報番組	20.9	15.6
14	+ 5.1	ペット情報	12.8	7.7
15	+ 5.0	インタビュー・トーク番組	13.4	8.4
16	+ 4.8	ドキュメンタリー・ノンフィクション	29.5	24.7
17	+ 4.5	料理番組（料理実演・献立レシピ）	18.6	14.1
18	+ 4.0	国内ニュース	47.2	43.2
19	+ 3.7	テニス	11.1	7.4
20	+ 3.6	健康・医療関係	15.6	12.0
21	+ 3.3	卓球	8.9	5.6
21	+ 3.3	旅行・紀行番組	28.0	24.7
23	+ 3.1	アニメ映画	18.8	15.7
24	+ 2.6	バレーボール	7.5	4.9
25	+ 2.5	サッカー（日本代表戦）	14.4	11.9
26	+ 2.4	野球日本代表戦	11.6	9.2
26	+ 2.4	マラソン・駅伝	11.3	8.9
26	+ 2.4	歌謡曲中心の音楽番組	9.1	6.7
29	+ 2.3	報道解説（討論会等も含む）	13.9	11.6
30	+ 2.2	海外ドラマ（欧米）	17.5	15.3
31	+ 1.9	プロボクシング	6.6	4.7
32	+ 1.6	テレビショッピング	3.9	2.3
32	+ 1.6	競馬	5.8	4.2
34	+ 1.4	海外ドラマ（アジア）	7.5	6.1
34	+ 1.4	格闘技	5.5	4.1
36	+ 1.2	水泳	5.6	4.4
37	+ 1.1	プロ野球／セ・リーグ	13.4	12.3
37	+ 1.1	コンサート・ライブ中継	13.1	12.0
39	+ 0.9	柔道	4.1	3.2
39	+ 0.9	F1などのモータースポーツ	6.3	5.4
41	+ 0.6	MLB（メジャーリーグ）	5.3	4.7
42	+ 0.4	プロ野球交流戦	9.2	8.8
43	+ 0.3	ゴルフ	5.3	5.0
43	+ 0.3	寄席・演芸	6.7	6.4



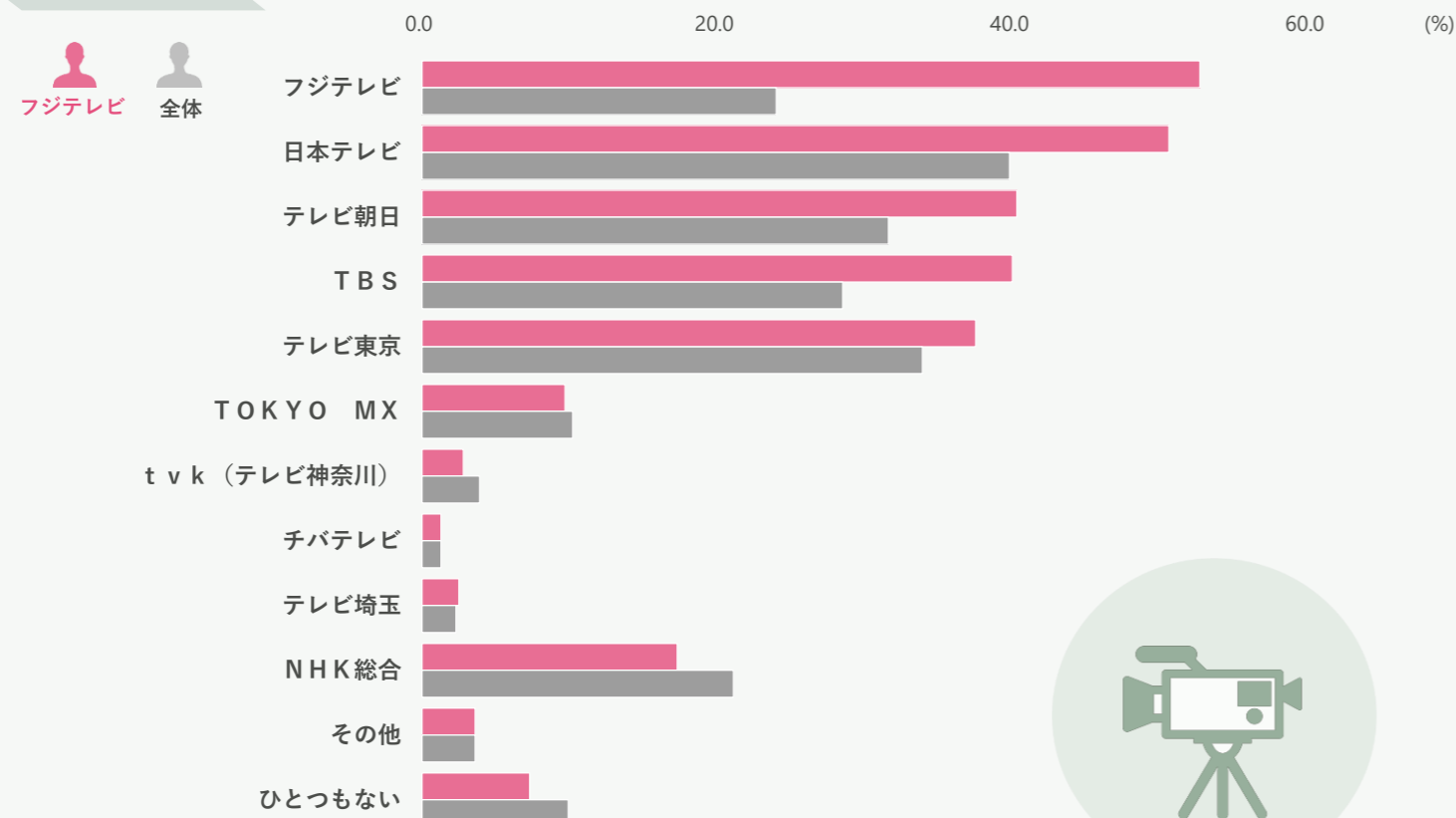
最近1年間で観戦したスポーツ

※差分降順ソート (%)

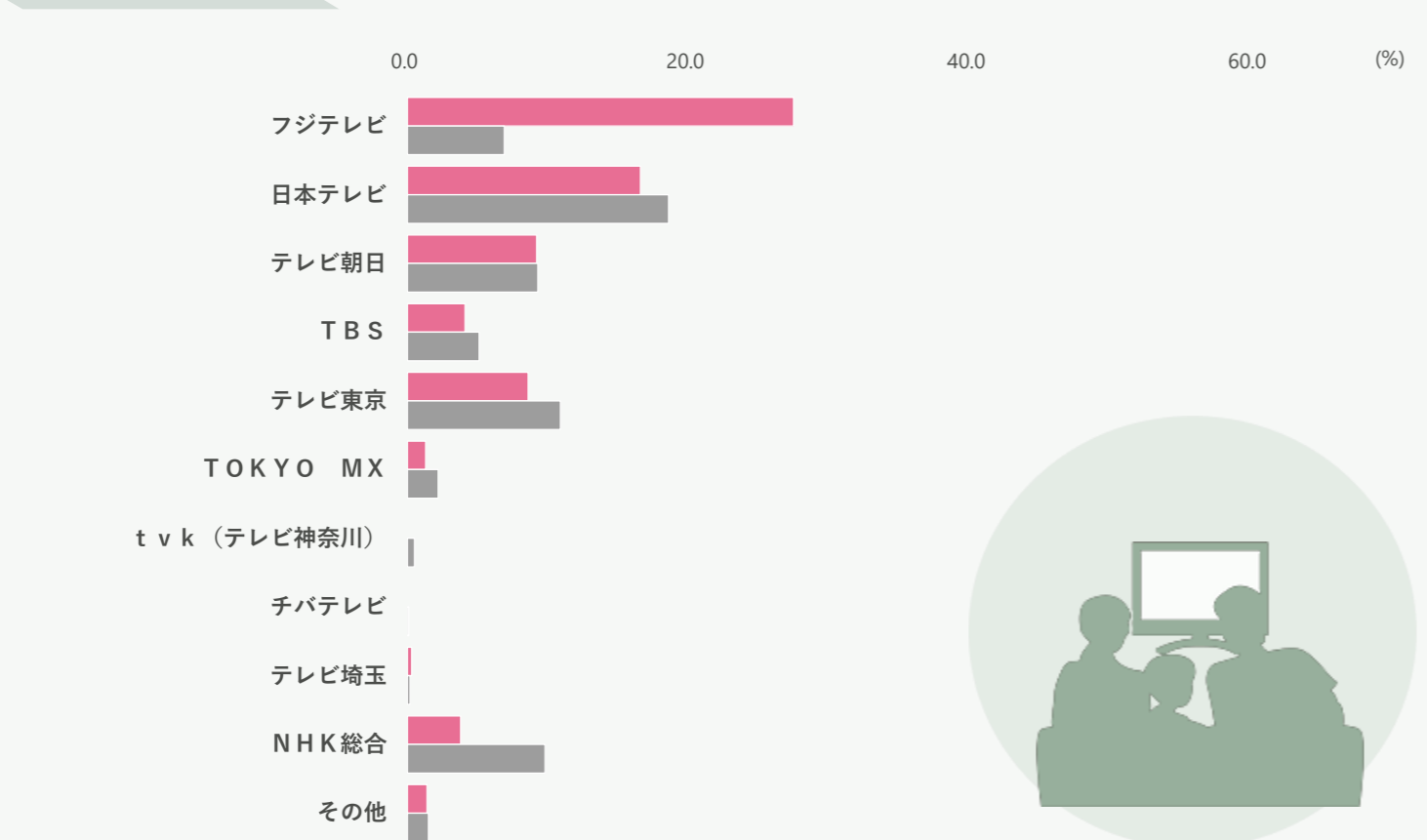
順位	差分		フジテレビ	全体
1	+ 5.8	フィギュアスケート	22.0	16.2
2	+ 4.8	バレーボール	11.3	6.5
3	+ 4.5	ラグビー	22.5	18.0
4	+ 4.0	卓球	14.1	10.1
5	+ 3.6	ボクシング	9.4	5.8
6	+ 3.4	マラソン・駅伝	21.4	18.0
7	+ 3.1	サッカー	21.6	18.5
8	+ 2.4	陸上（トラック・フィールド）	9.4	7.0
9	+ 1.9	体操	6.7	4.8
9	+ 1.9	相撲	15.3	13.4
11	+ 1.6	バドミントン	7.5	5.9
12	+ 1.5	テニス	15.9	14.4
13	+ 1.4	カーリング	4.8	3.4
14	+ 1.3	柔道	6.7	5.4
15	+ 0.9	レスリング	2.5	1.6
16	+ 0.8	スキージャンプ	5.3	4.5
16	+ 0.8	バスケットボール	5.5	4.7
18	+ 0.7	モータースポーツ（自動車）	5.5	4.8
19	+ 0.7	競歩	2.0	1.3
20	+ 0.6	新体操	2.5	1.9
21	+ 0.5	アルペンスキー	2.2	1.7
22	+ 0.5	ゴルフ	11.1	10.6
22	+ 0.5	ボウリング	2.5	2.0
22	+ 0.5	水泳	7.8	7.3
22	+ 0.5	ソフトボール	1.6	1.1
22	+ 0.5	サーフィン・ボディボード	0.9	0.4
22	+ 0.5	アーチェリー	0.8	0.3
22	+ 0.5	ロッククライミング・ボルダリング	2.0	1.5
29	+ 0.4	空手	1.6	1.2
30	+ 0.4	社交ダンス・バレエ・フラメンコ	1.3	0.9
30	+ 0.4	フェンシング	0.8	0.4
32	+ 0.4	スピードスケート	3.6	3.2
33	+ 0.3	その他のダンス・踊り	0.8	0.5
34	+ 0.3	馬術	0.6	0.3
35	+ 0.2	スキューバダイビング	0.5	0.3
36	+ 0.2	モータースポーツ（バイク）	2.0	1.8
37	+ 0.1	ノルディック複合	1.1	1.0
38	+ 0.1	アイスホッケー	0.9	0.8
38	+ 0.1	ヨット・ボート	0.6	0.5
38	+ 0.1	フラダンス	0.5	0.4
38	+ 0.1	テコンドー	0.3	0.2
	+ 0.7	その他のスポーツ	1.7	1.0



好きなテレビ局



最も好きなテレビ局



テレビ局イメージ

※差分降順ソート (%)

順位	差分	イメージ	フジテレビ (%)	全体 (%)
1	+ 19.1	面白い	38.6	19.5
2	+ 14.9	朝の番組が面白い	22.0	7.1
3	+ 13.6	気楽に見られる	30.0	16.4
4	+ 13.5	親しみを感じる	26.1	12.6
5	+ 13.2	情報・ワイドショー番組が面白い	21.4	8.2
6	+ 13.1	明るい	30.3	17.2
7	+ 11.2	好きな番組が多い	17.0	5.8
8	+ 9.4	バラエティ番組が面白い	19.5	10.1
9	+ 9.2	活気がある	19.7	10.5
10	+ 8.6	ドラマが面白い	18.8	10.2
11	+ 8.4	華やか	20.9	12.5
12	+ 7.4	プライムタイム（19時～23時）の番組が面白い	14.4	7.0
13	+ 7.2	アナウンサーに好感がもてる	12.7	5.5
14	+ 6.7	昼の番組が面白い	10.9	4.2
15	+ 5.8	旅・グルメ番組が面白い	10.0	4.2
16	+ 5.7	周りの人も見ている番組が多い	9.8	4.1
16	+ 5.7	夕方の番組が面白い	9.5	3.8
18	+ 5.1	家族で見たい番組が多い	8.8	3.7
19	+ 4.9	ニュース・報道番組がよい	8.8	3.9
20	+ 4.7	ドキュメンタリー番組が面白い	10.6	5.9
21	+ 4.6	アニメ番組が面白い	11.3	6.7
22	+ 4.5	信頼できる	8.4	3.9
23	+ 4.2	局のキャラクター、マスコットがよい	6.9	2.7
24	+ 4.0	チャレンジ精神が旺盛	8.8	4.8
25	+ 3.8	インターネットを通じた動画配信サービスが充実している	7.2	3.4
26	+ 3.7	イベントが魅力的	7.7	4.0
27	+ 3.0	映画番組が面白い	7.3	4.3
28	+ 2.9	落ち着いて見られる	7.5	4.6
29	+ 2.8	スポーツ番組が面白い	7.5	4.7
30	+ 2.5	制作している映画が魅力的	6.3	3.8
31	+ 2.4	子供に見せたい番組が多い	4.4	2.0
32	+ 2.0	ためになる番組が多い	3.6	1.6
33	+ 1.8	深夜番組（23時以降）が面白い	5.8	4.0
34	+ 1.4	音楽番組が面白い	5.6	4.2
35	+ 1.0	知的な	3.1	2.1
35	+ 1.0	真面目	2.5	1.5
	+ 0.4	その他	1.3	0.9

インターネットに関する意識（「はい」と回答した項目のみ）

※差分降順ソート（%）

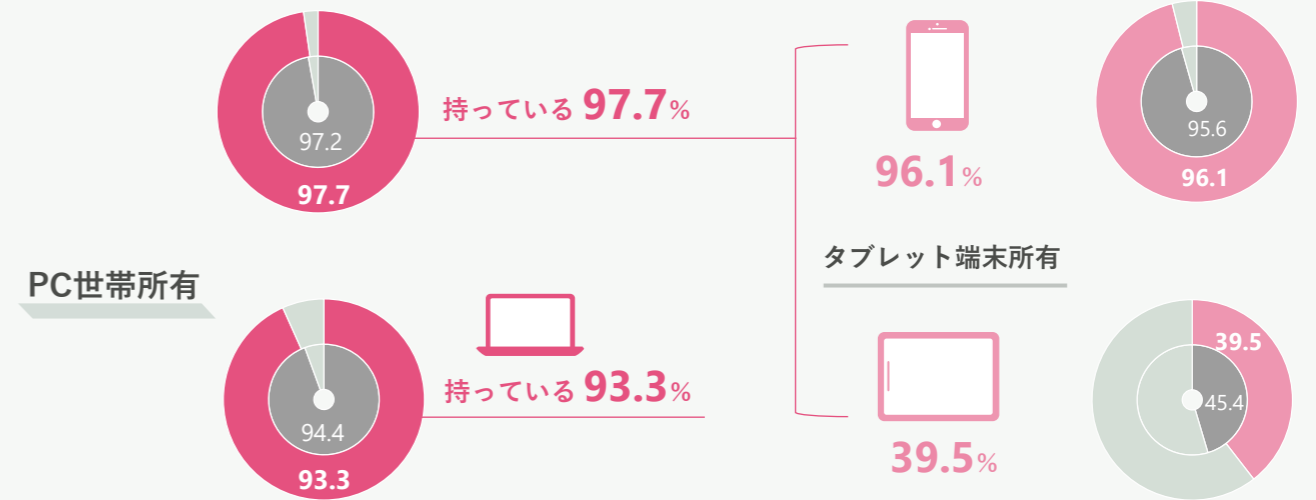
順位	差分	フジテレビ	全体
1	+ 0.7	68.3	67.6
2	+ 0.5	30.0	29.5

インターネットは自分の生活に欠かせない

インターネット上の広告をクリックすることがある

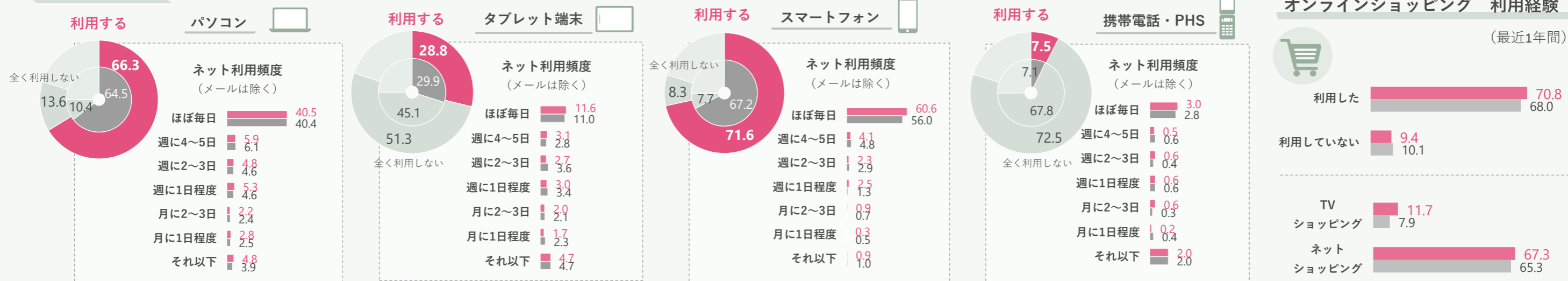
スマートデバイスの所有状況（括り）

(%)



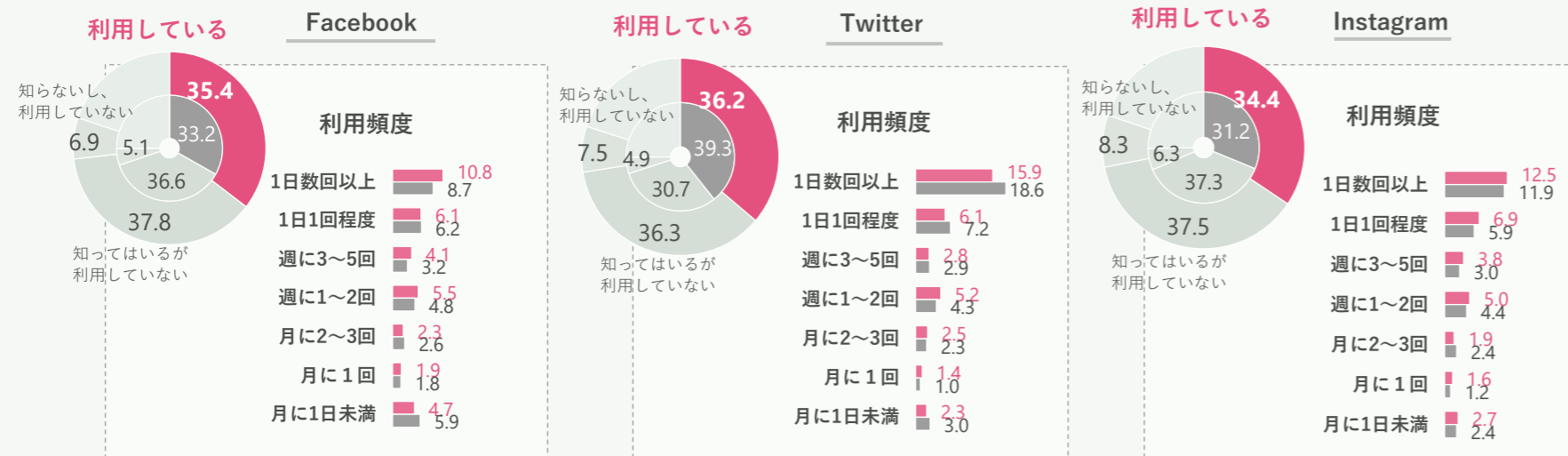
ネット利用状況

(%)



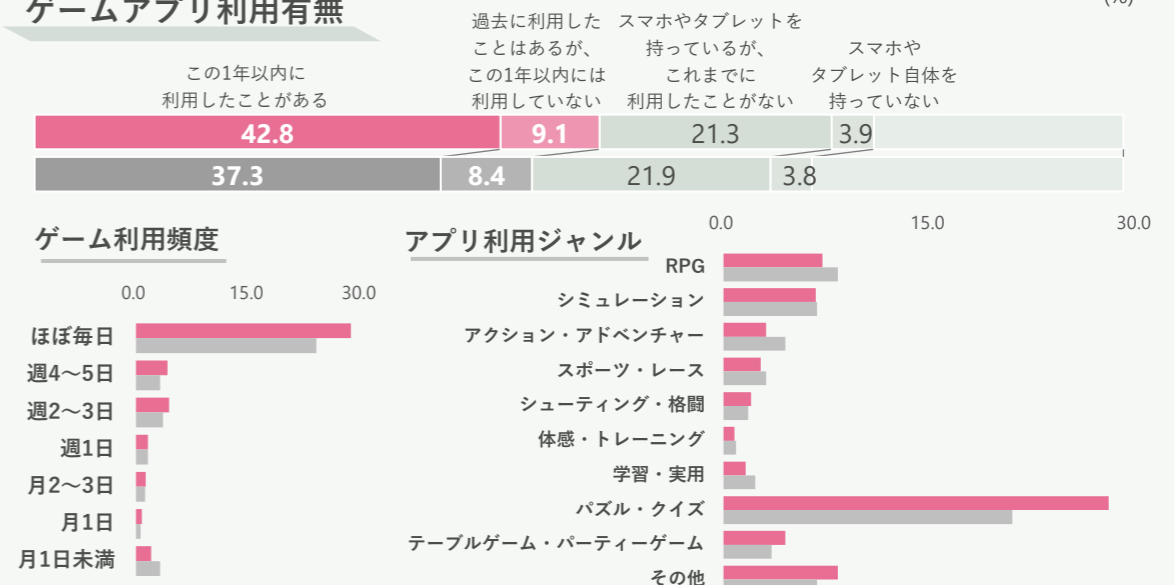
SNS利用

(%)



ゲームアプリ利用有無

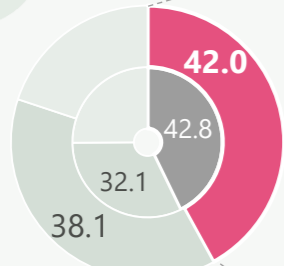
(%)



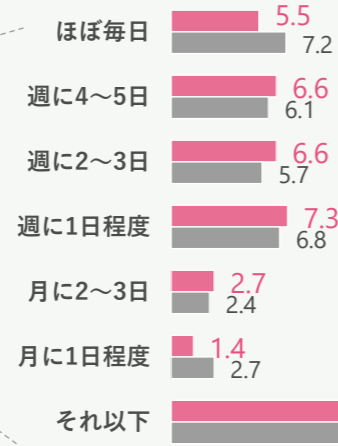
ラジオ聴取頻度



聴取する



全く聴取しない

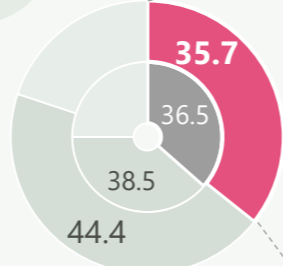


(%)

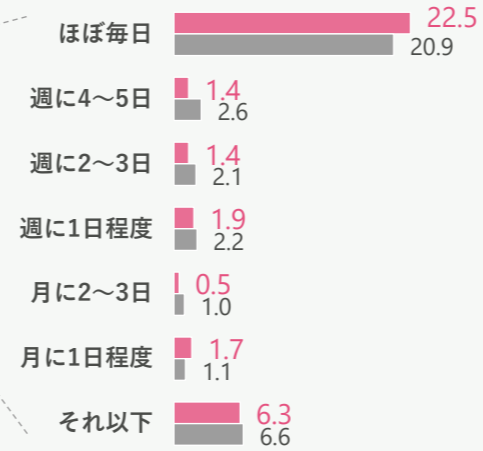
新聞読取頻度



読取する



全く読取しない

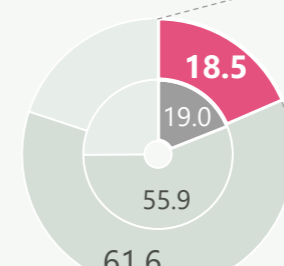


朝刊

夕刊

(%)

読取する



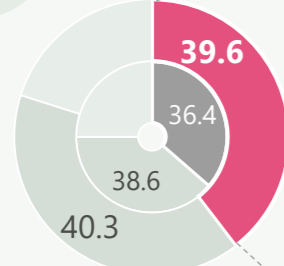
全く読取しない



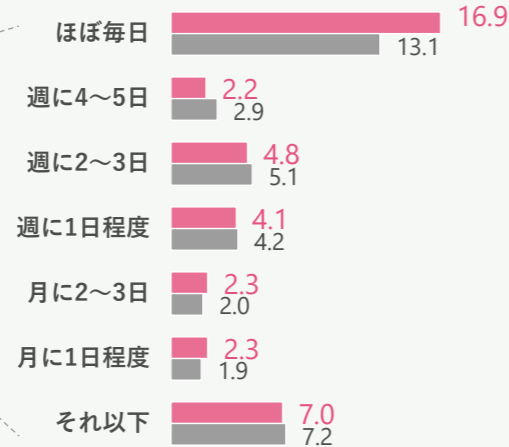
折り込みチラシ読取頻度



読取する



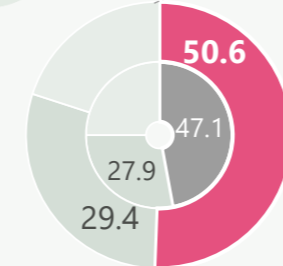
全く読取しない



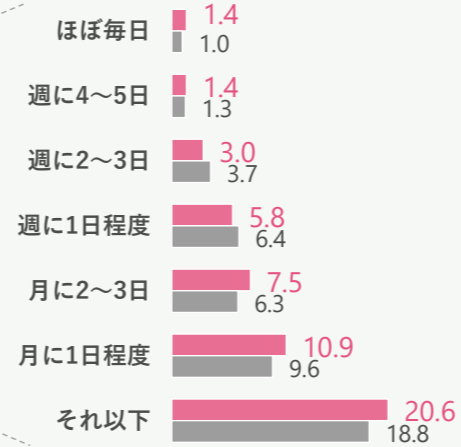
雑誌読取頻度



読取する



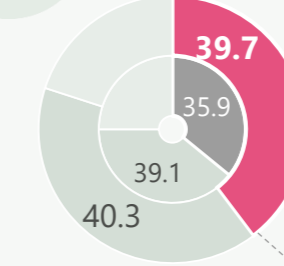
全く読取しない



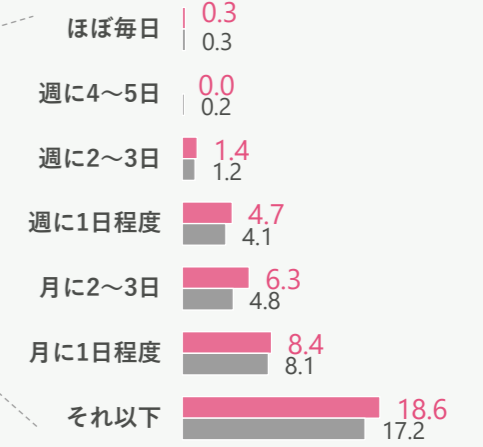
フリーペーパー・フリーマガジン読取頻度



読取する



全く読取しない

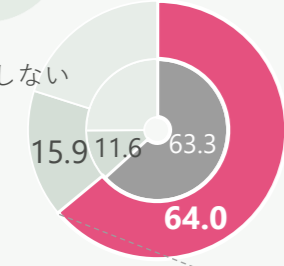


(%)

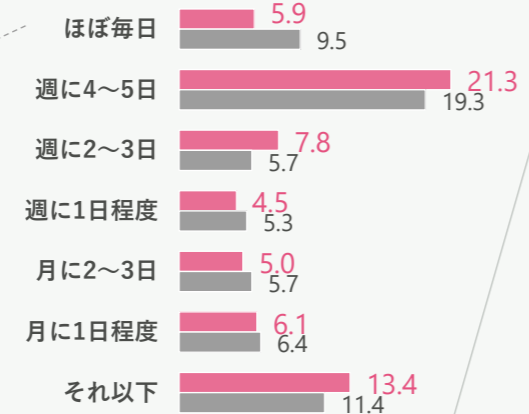
電車利用頻度



利用する



全く利用しない



(%)

新聞読取経験（週1日以上）



読取者

フジテレビ

全体

	新聞	朝刊	夕刊	一般紙	スポーツ紙
フジテレビ	28.3	27.3	11.6	24.5	1.7
全体	27.8	27.5	10.7	25.5	1.7

雑誌読取経験



読取者

(%)

	月刊誌 (最近1ヶ月間以内)	週刊誌 (最近1週間以内)	隔週刊・月2回刊誌 (最近2週間以内)
フジテレビ	17.7	16.3	9.1
全体	17.8	16.1	8.9