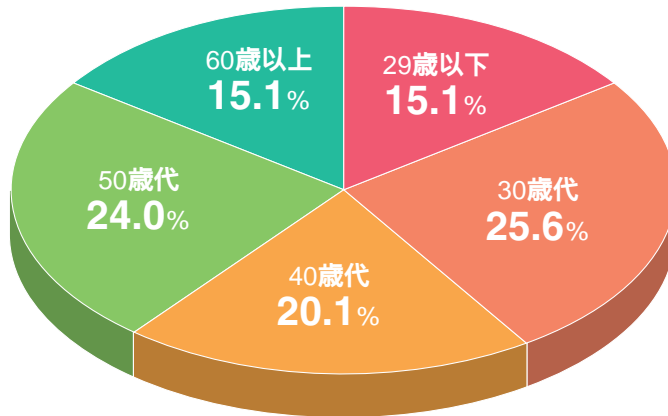
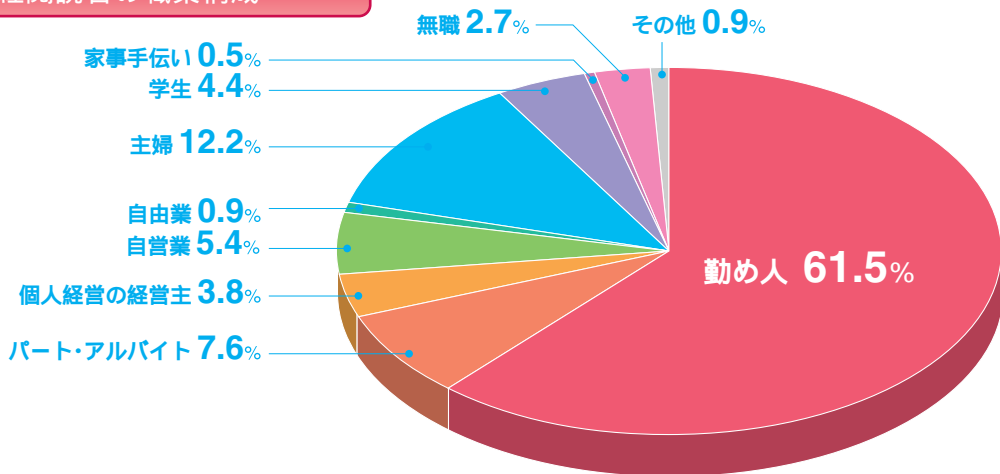


各世代をカバーする幅広い読者層、6割以上がビジネスパーソン

日経読者の年齢構成



日経読者の職業構成



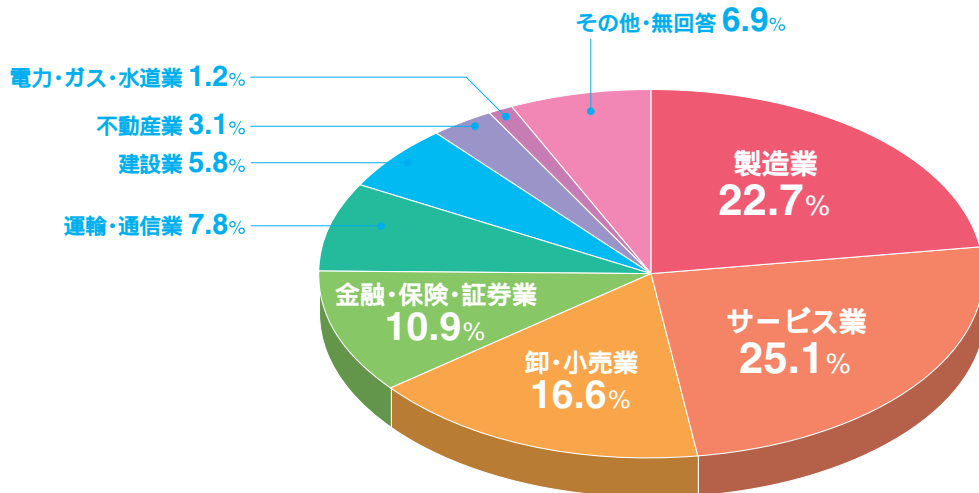
資料：「企業イメージ調査・一般個人編」 有効回収数：9,460 調査年月：2007年9月

企業イメージ調査とは...

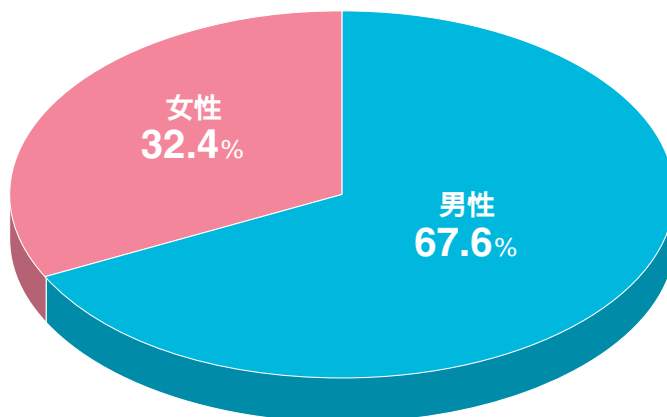
日本経済新聞社では、生活者が企業に対して抱くイメージを測定するため、1968年から「企業イメージ調査」を開始しました。現在では、一般個人とビジネスパーソンを対象とする現行方式の調査に改め、毎年9月に実施しています。「ビジネスパーソン調査」は、首都圏40km圏内の上場企業および非上場の有力企業から抽出、各事業所について調査しています。「一般個人調査」は、首都圏40km圏内の18～69歳の男女個人をエリアサンプリング・性年代割当法によって、いずれも質問紙留置法で調査しています。回答者を37グループに分け、それぞれ約30社の企業について認知度、好感度など31項目の企業イメージを測定するとともに、ビジネスパーソン調査、一般個人調査とも回答者全員に生活意識、消費行動などの質問もしています。このメディアデータでは、一般個人調査の中から日経読者に絞り込んでプロフィールを紹介します。

幅広い業種に読まれている日本経済新聞

日経勤め人読者の勤務先の業種

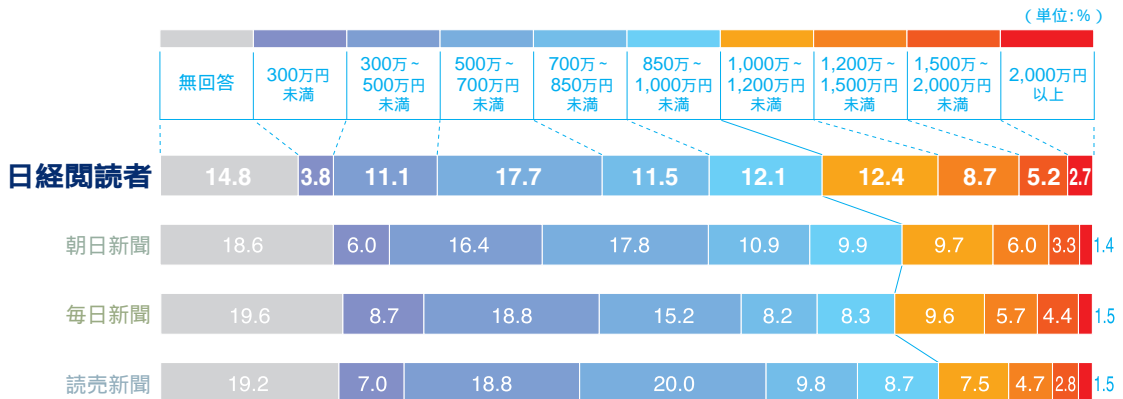


日経読者の男女比

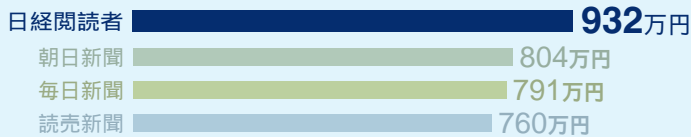


ゆとりある年収で貯蓄額が多い日経読者

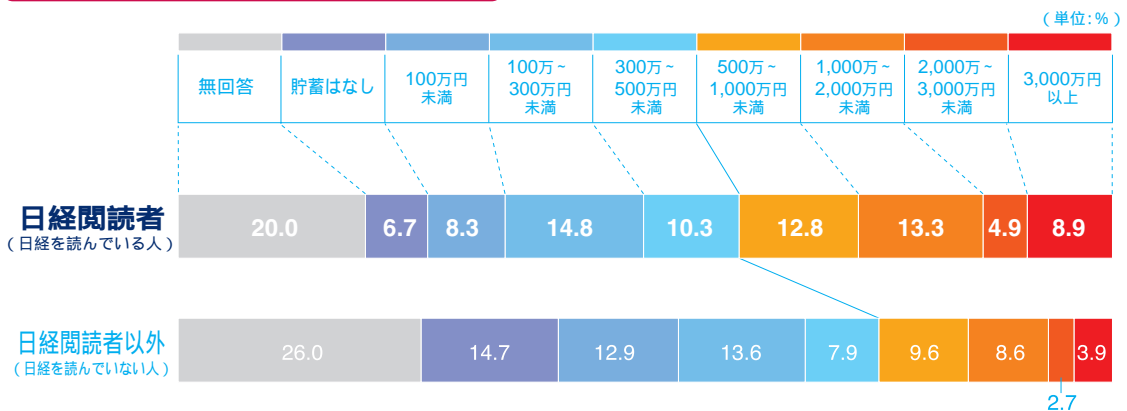
世帯年収



平均世帯年収



世帯貯蓄総額(預貯金、有価証券、保険など)



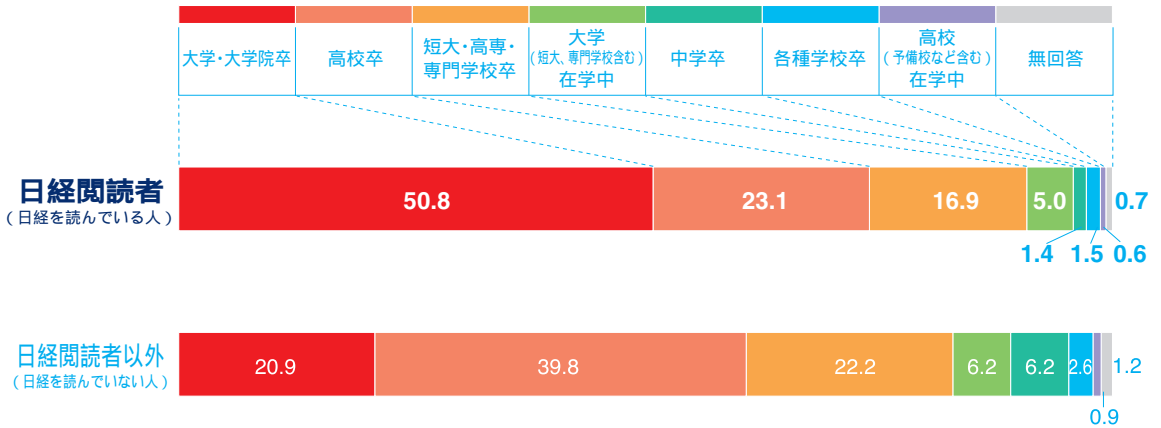
平均世帯貯蓄総額



高い学歴で持ち家率も高い日経読者

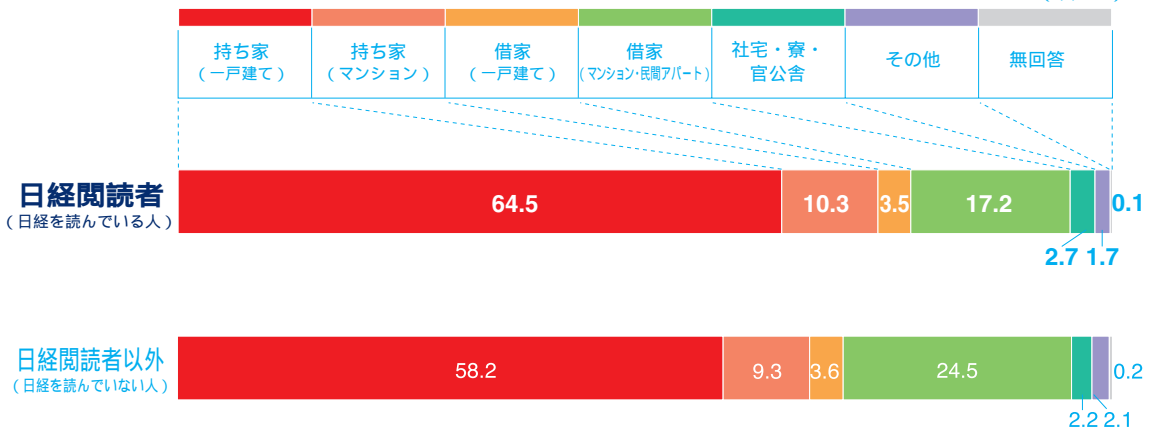
学歴構成

(単位: %)



住居形態

(単位: %)

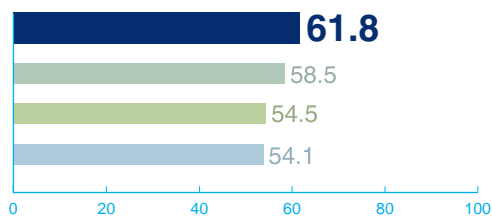


アクティブでお金に余裕のある日本経済新聞の女性読者

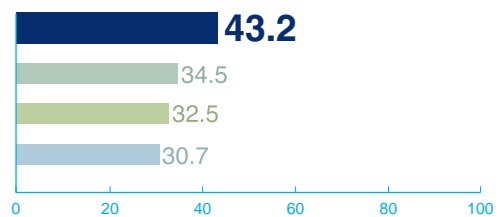
女性読者

■日経 ■朝日 ■毎日 ■読売 (単位:%)

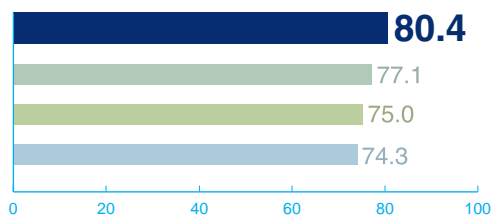
今の生活を楽しむためにお金を使う方だ



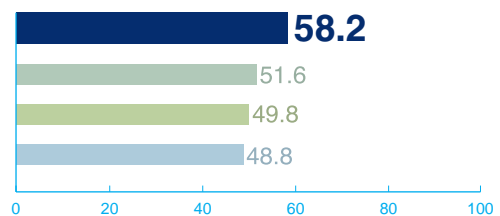
欲しい情報に出費をすることに抵抗はない



ふだんの食生活は充実している



パソコン・IT関連のスキルを身につけたい

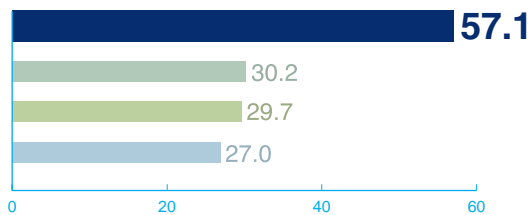


資産運用に積極的なシニア読者

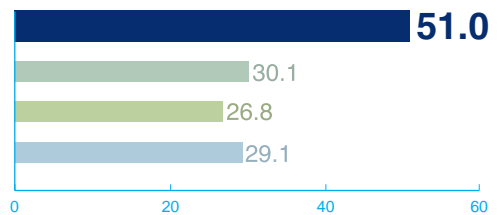
シニア読者

■日経 ■朝日 ■毎日 ■読売 (単位:%)

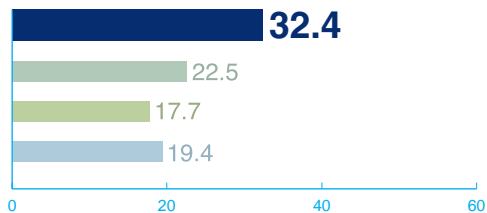
この1年間で株式・証券投資を利用した



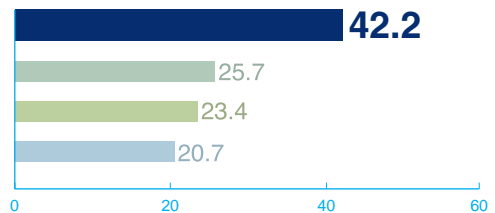
株式・市況の新しい情報を知りたい



貯蓄・金融サービスの新しい情報を知りたい



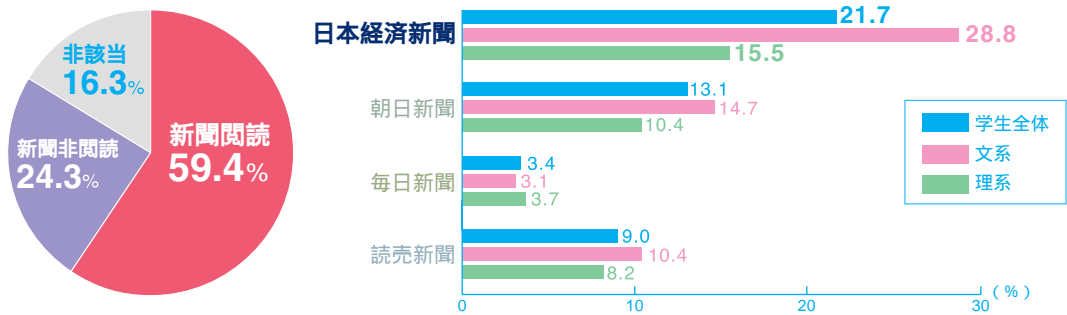
企業の新しい情報を知りたい



就職活動時の大学生の情報源は日本経済新聞

就職活動時の情報源

就職活動時の新聞閲読状況と閲読新聞



就職活動の時読み始めたい(読み始めた)新聞

