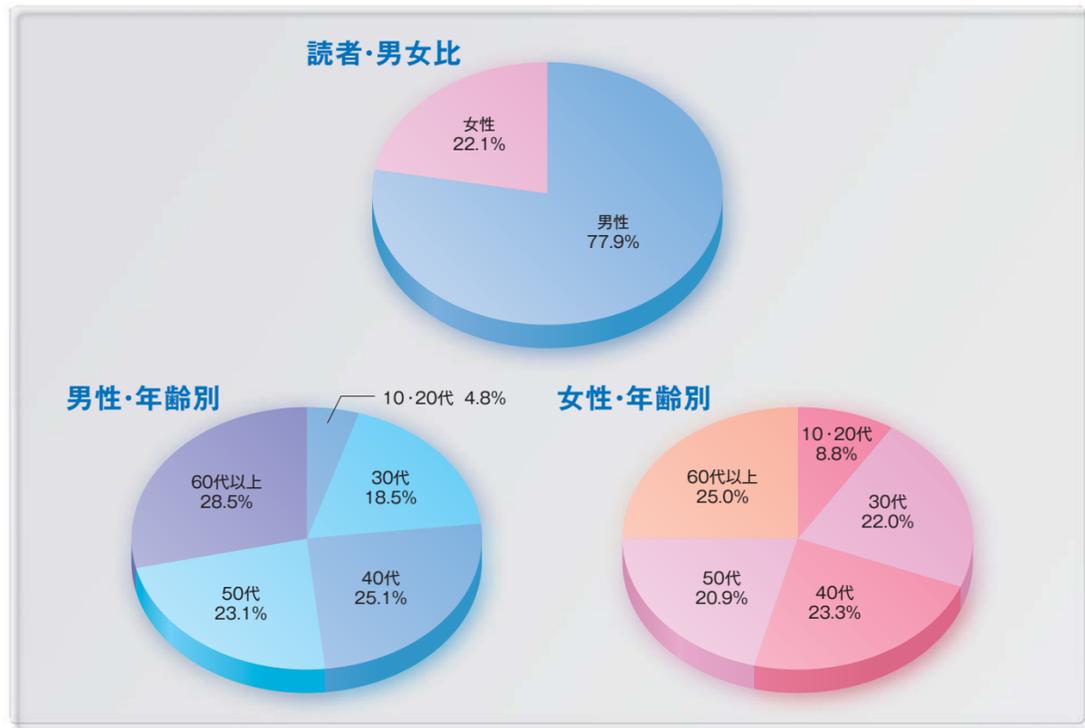


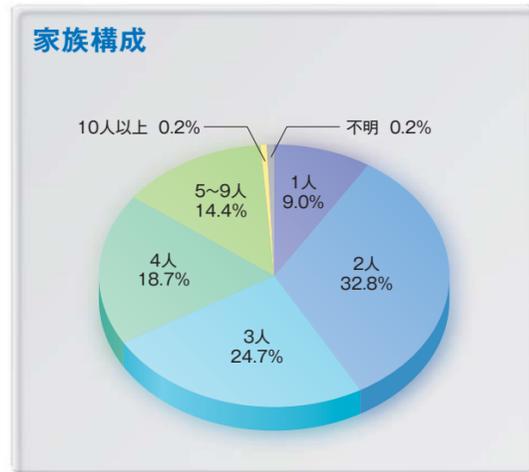
# 読者データ

スポニチは男女を問わず幅広い年代・職業の方に読んでいただいています。様々なジャンルにアンテナを張り、知的好奇心が高いスポニチの読者へのアプローチは高い訴求効果をもたらします。

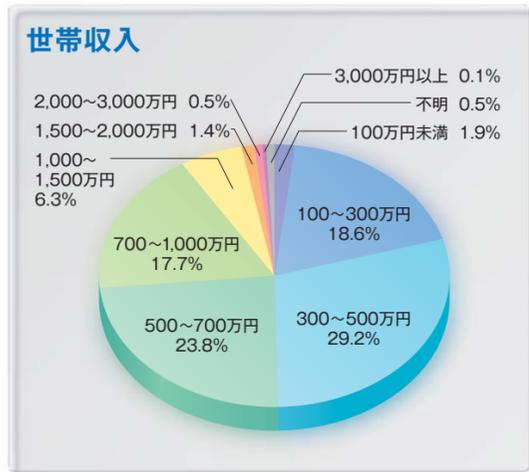
## 読者特性



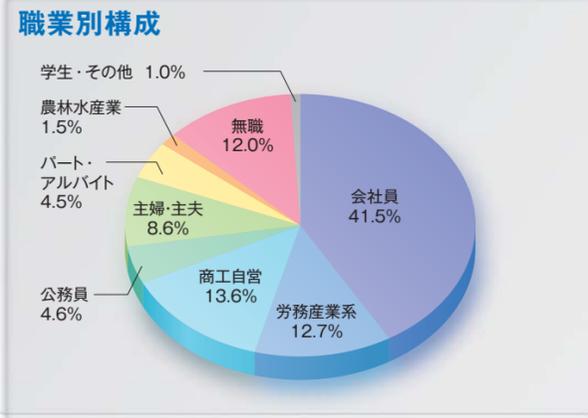
スポーツ紙といえば男性しか読まないというイメージがありますが、女性読者が全体の約4分の1を占めます。読者年代の中心は男女ともに40代～50代。社会の中心として企業、地域、家庭で活躍されている世代から支持を受けています。



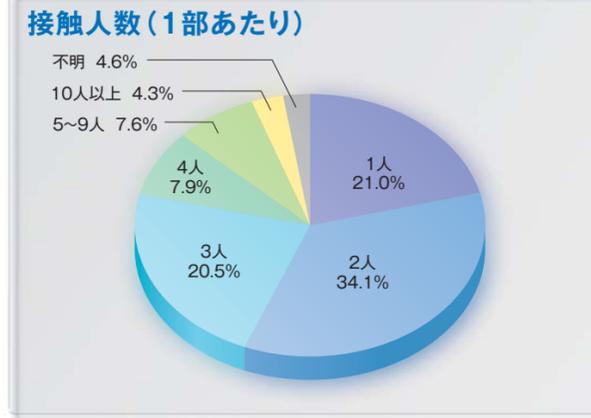
3人以上の家族が全体の約60%を占めています。スポニチからの情報が、夫婦や親子の共通の話題となっていることがうかがえます。



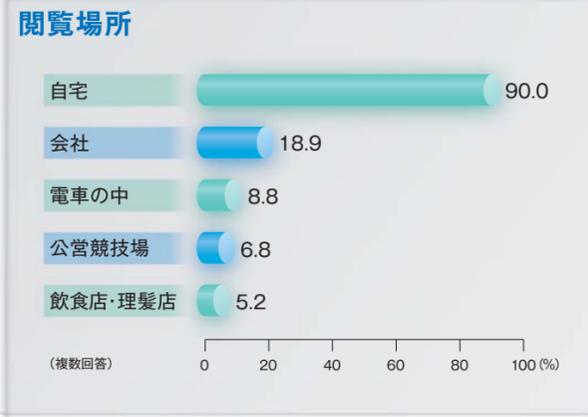
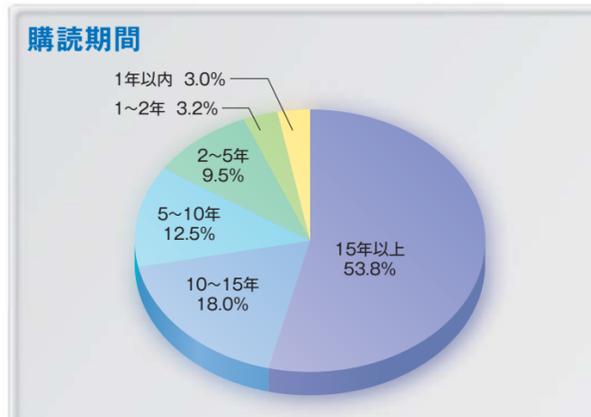
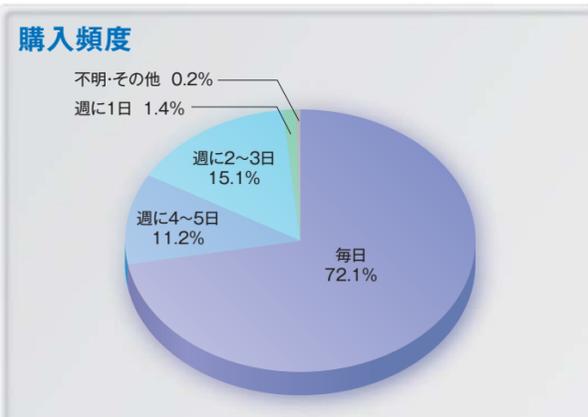
500万円～1,000万円の読者が全体の約40%を占め、さらに700万円以上の高所得者層が全体の約4分の1となっています。ゆとりのある収入を背景とした購買意欲の高い読者にも読まれています。



会社員、労務産業職の読者が全体の半数以上を占め、職場でスポニチが話題になっている様子がうかがえます。また商工自営の読者が高い割合を占めることから、お店を訪れるお客さんなどにも親しまれていることがわかります。



スポニチ1部は1人の目にしか触れないわけではありません。部数の約80%が複数の人に読まれています。このことから、スポニチへの広告掲載は高い費用対効果が期待できます。



スポニチの読者は定期購読者が多く、約70%の方に毎日読まれています。15年以上の長期購読者が約半数を占め、根強いスポニチファンを獲得しています。スポニチブランドへの信頼は高く、安定した読者の数につながっています。この信頼と安定で掲載される広告商品のイメージアップや確実な訴求が期待できます。また閲覧場所は多くの方が家庭で読まれており、紙面を熟読している読者像が浮かびます。また会社や電車の中、公営競技場といった場所でも親しまれ、身近な存在として多くの人の目を引いています。