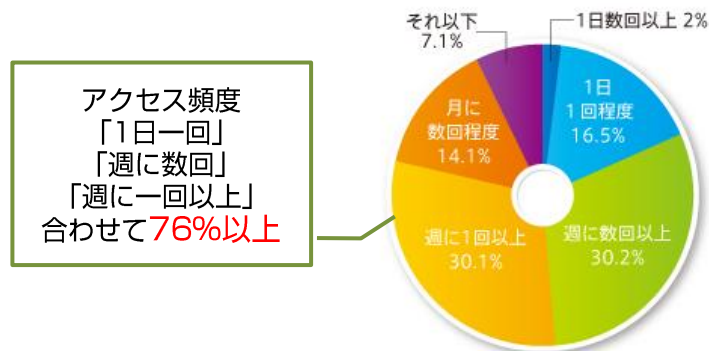


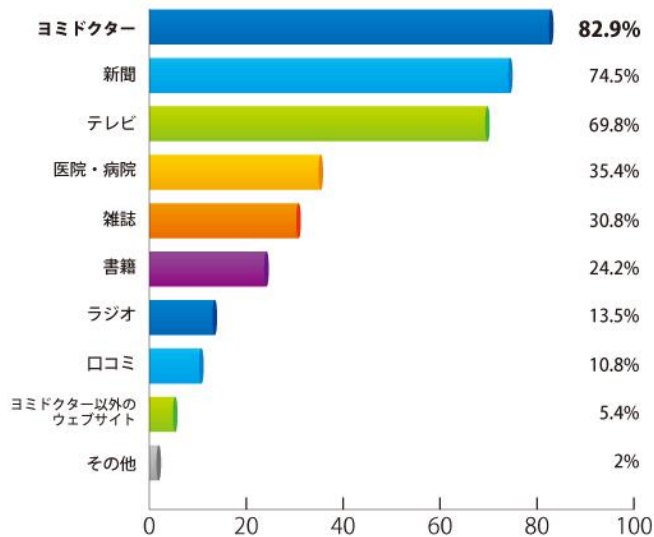
週に1回以上、習慣的に見られています



情報源として信頼されています

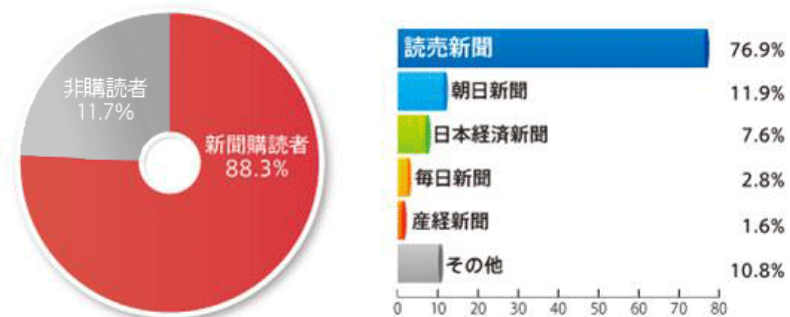
「yomiDr.」が8割超、新聞も7割を越えて1位・2位を独占。新聞との連動広告も効果的です。

健康に関する情報源（複数回答）



圧倒的な読売購読率を誇ります

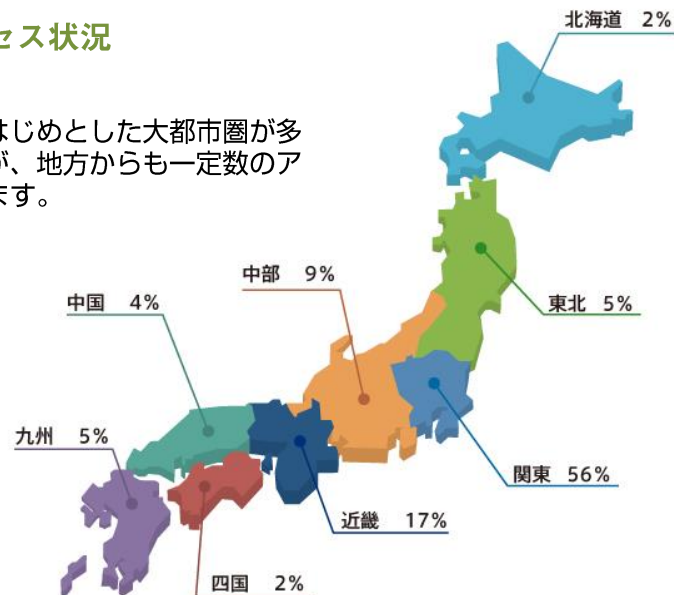
新聞購読の有無と銘柄



新聞購読者のうち、読売読者は76.9%を占めています。

地域別アクセス状況

関東地区をはじめとした大都市圏が多数を占めますが、地方からも一定数のアクセスがあります。

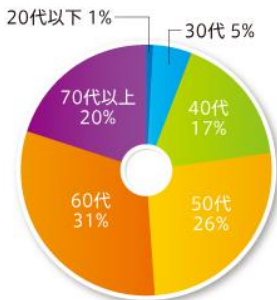


基本属性と健康への意識

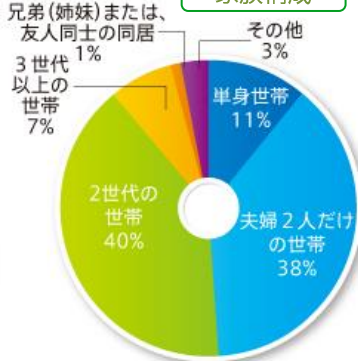
男女比



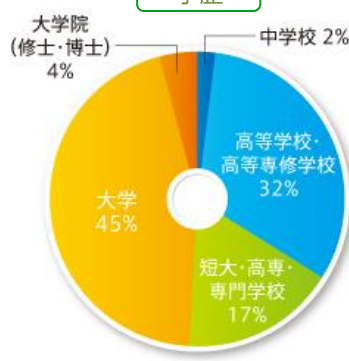
年齢



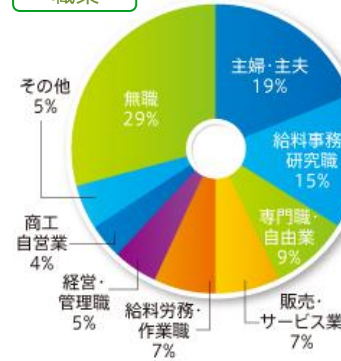
家族構成



学歴



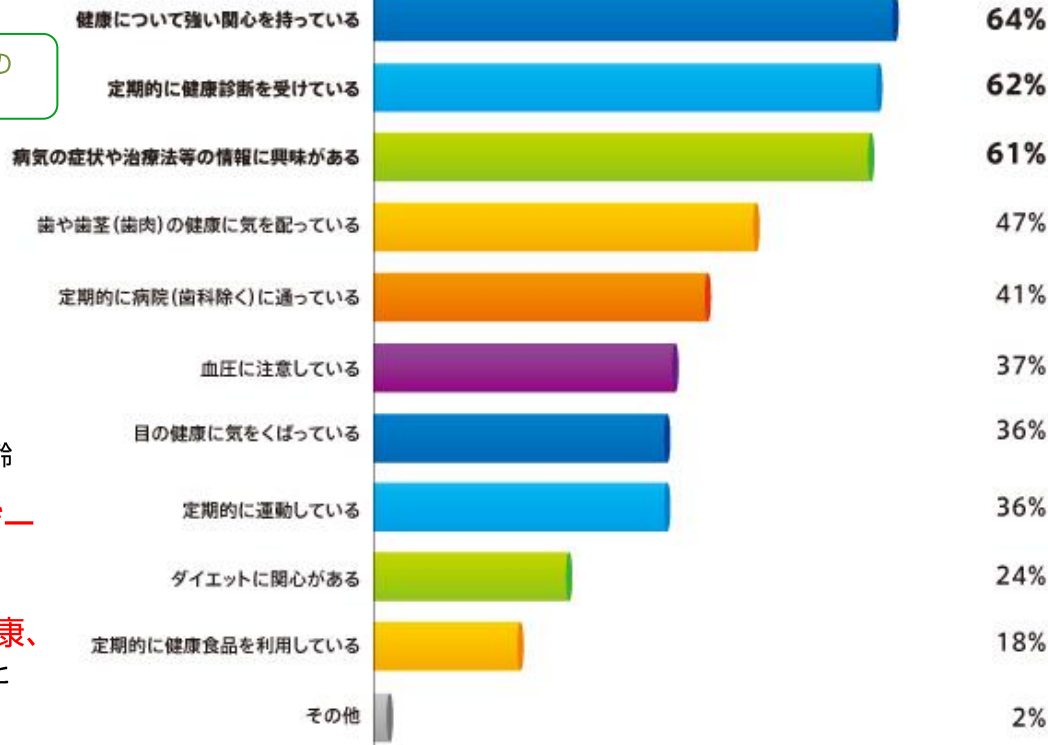
職業



世帯年収



健康について関心があるもの (複数回答)



ユーザーは主婦(主夫)と無職が約半数を占めています。年齢は40代以上がほとんどで、60代がボリュームゾーン。

定年を迎え、健康に関する意識を高く持ったユーザー像が想定できます。

健康に対する意識の設問では、**歯の健康、血圧、目の健康、定期的な運動**に3割を超えるユーザーが関心を寄せていることがわかりました。