

GROUP

5 ブルーカラーファミリー地区

富裕度指数

0.9

世帯数

7,054,353世帯
人口密度指数
1.5

世帯構成比

13.6%

項目	特徴
基本データ	<ul style="list-style-type: none"> 平均的な収入の世帯が多い 行動形態も平均的である
資産	<ul style="list-style-type: none"> 国産の軽自動車、ワンボックスカーを所有する人が多い 金融資産は持たない傾向
趣味・趣向	<ul style="list-style-type: none"> 野球や格闘技系のスポーツを好む 上品なイメージの趣味よりも、囲碁将棋パチンコといった大衆的な趣味が好まれる。 中型・小型犬や小型哺乳類を飼う傾向がある
雑誌・新聞	<ul style="list-style-type: none"> 新聞：毎日、中日新聞などを購読 多様なタイプのファッション紙が読まれているが、zipper、JELLYといったストリート系雑誌が好まれ、主婦向け情報誌はあまり支持されていない 週刊誌：女性セブン、SPA!、Sports Graphic Number
ファッション	<p>安価なファミリーブランドが好まれる一方、コンサバ系ブランドの支持が低い</p> <p>相性のよいブランド：しまむら、HusHusH、ハニーズ</p> <p>相性の悪いブランド：FOREVER21、Brooks Brothers、ZARA</p>
教育	乳幼児向けから高校生向けの塾まで平均的な需要がある。
メディア	<ul style="list-style-type: none"> 比較的CMの影響を受けやすい。 交通広告、ダイレクトメール、メールマガジンなどはあまり効果がない。
購買傾向	<ul style="list-style-type: none"> 経済性を考慮する傾向がある。 紳士服以外はステータスは考慮しない



メーに勤めるミドルクラスの給与所得者子育てファミリー。市外、県外に通勤する人が多い。日本の中流層のイメージとなるグループ。

GROUP

5 ブルーカラーファミリー地区

富裕度指数

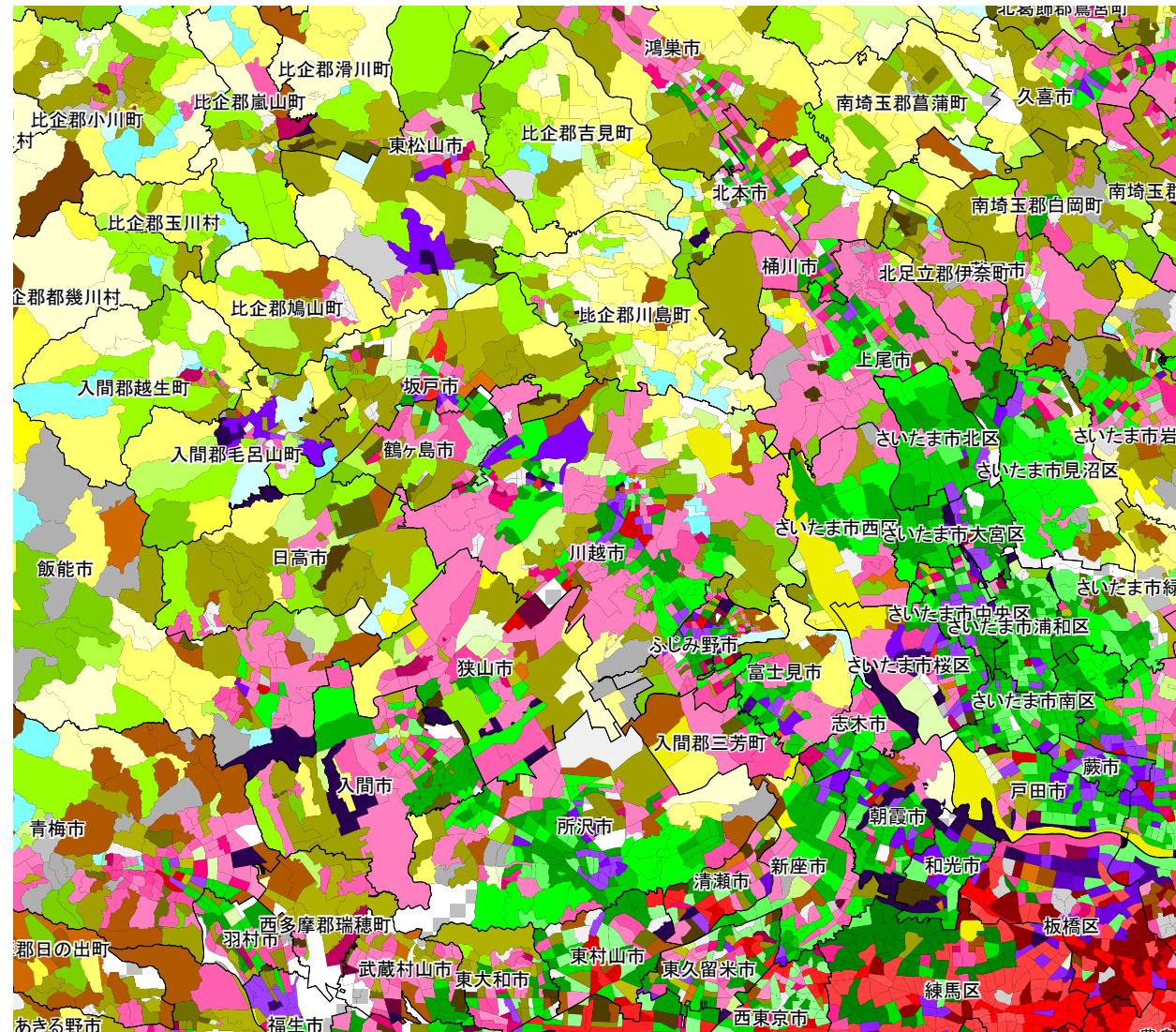
0.9

廿二

人口密度指數
1

世帯構成比

13.6%



6 高齢化進展エリア

富裕度指数

0.3

世帯数

2,487,346世帯

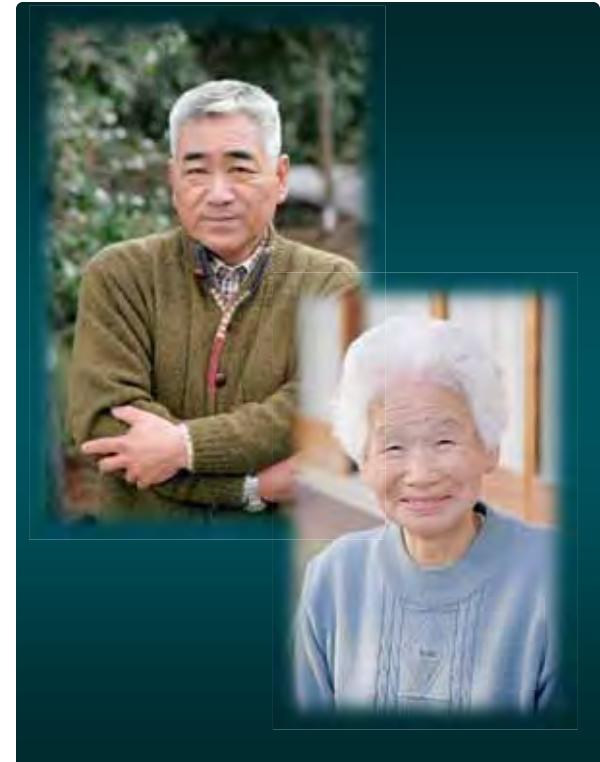
世帯構成比

4.8%

人口密度指数

1.3

項目	特徴
基本データ	<ul style="list-style-type: none"> 65歳以上の人口が集中しているエリア 年金収入が中心で年収は200~400万円の世帯が多い。
資産	<ul style="list-style-type: none"> 国産のワンボックスカーを所有する人が多い。 金融資産は持たない傾向
趣味・趣向	<ul style="list-style-type: none"> スポーツを行わない人が多く、パチンコや釣りなどの趣味が好まれる。 中型犬や鳥類を飼う人が多いがペット保険は未加入である。
雑誌・新聞	<ul style="list-style-type: none"> 新聞：毎日や地方紙が購読されている。 家庭画報、クロワッサン、婦人公論といった主婦向け情報誌が読まれる。 さまざまなゴシップ紙や週刊誌が読まれている。
ファッション	<p>安価なファミリーブランドが好まれる一方、コンサバ系ブランドの支持が低い。</p> <p>相性のよいブランド：しまむら、ユニクロ、ハニーズ</p> <p>相性の悪いブランド：FOREVER21、NATURAL BEAUTY、BANANA REPUBLIC、UNTITLED、TOMMY HILFIGER</p>
メディア	<ul style="list-style-type: none"> 比較的マス4媒体の影響を受けやすい。
購買傾向	<ul style="list-style-type: none"> とくにこだわりを持たない 一方で旅行関係、デリバリーサービス、保険、習い事にはファッション性や先進性を考慮する傾向も



市街地から地方まで特に高齢化の進展しているエリア。年金生活者が中心で消費活動は極端に低くなる傾向がある。また一人暮らしの高齢者が多いことも特徴。

GROUP

6 高齢化進展エリア

富裕度指数

0.3

世帯数

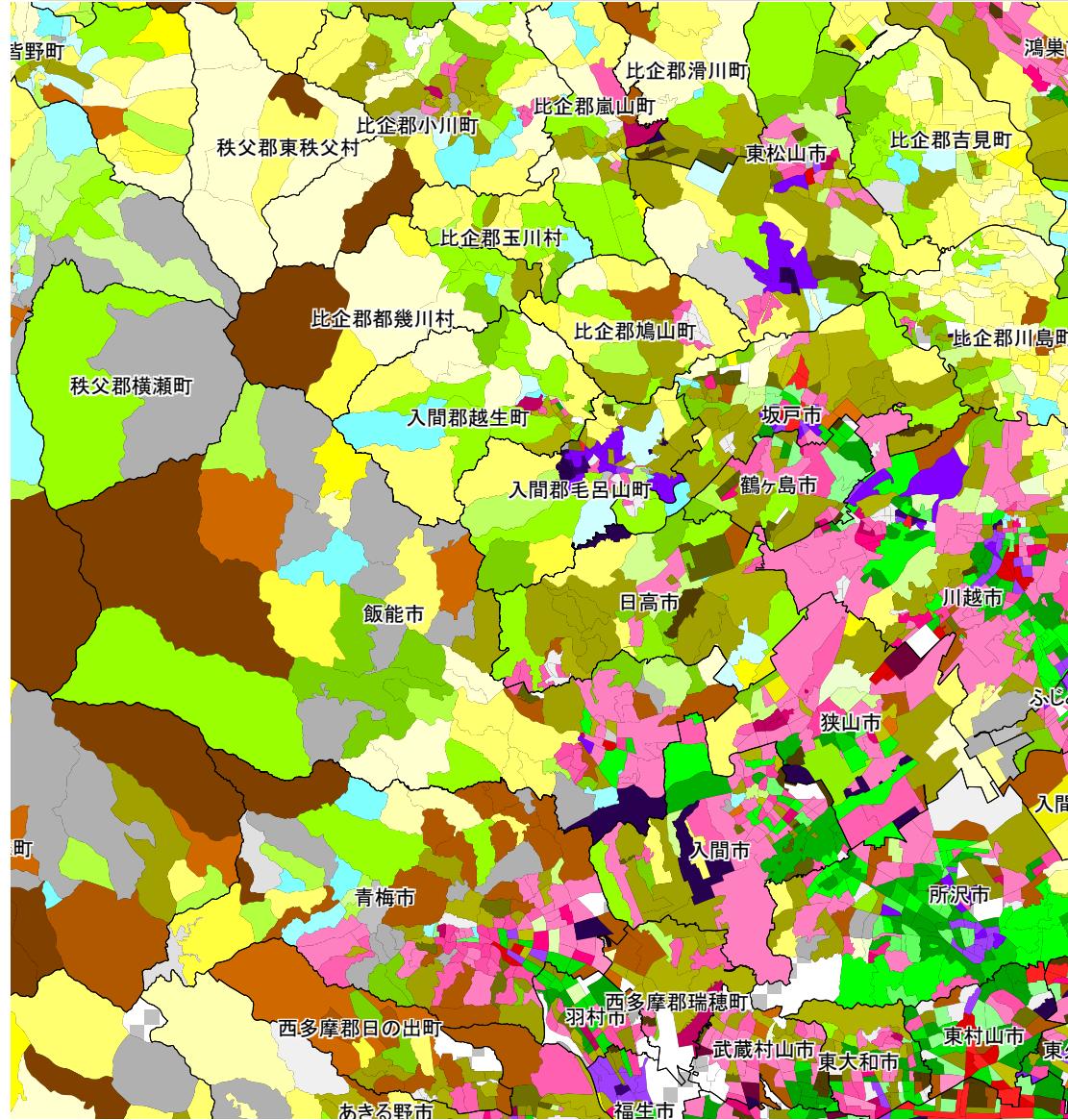
2,487,346世帯

世帯構成比

4.8%

人口密度指数

1.3



GROUP

7 郊外外縁部子育てファミリー地区

富裕度指数

0.5

世帯数

5,721,882世帯

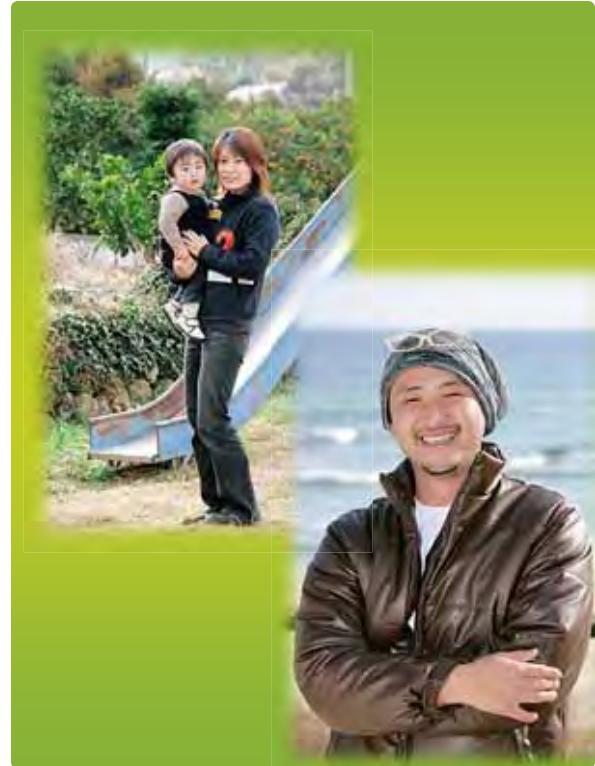
世帯構成比

11.0%

人口密度指数

0.7

項目	特徴
基本データ	・年収は200~300万円未満の世帯が多い傾向。
資産	・国産車利用傾向が顕著
趣味・趣向	・野球、スノーボード、パチンコ・スロットといった大衆的な趣味を好む。 ・ペット（特に大型犬）を飼っている。
雑誌・新聞	・新聞：スポーツ紙、中日新聞、地方紙を購読する傾向がある。 ・JJ、Ray、non-noといった赤文字系雑誌や Mart,pumpukinといったカジュアルな主婦向け雑誌が好まれる。 ・大衆向けゴシップ紙が読まれている。
ファッション	安価なファミリーブランドが好まれる一方、高額なコンサバ系ブランドの支持が低い。 相性のよいブランド：しまむら、anySiS、HusHusH、ハニーズ、LOWRYS FARM 相性の悪いブランド：BANANA REPUBLIC、Aquascutum、Brooks Brothers、ZARA、SHIPS
教育	補習メインの小学生向けの塾を利用する。
メディア	・比較的マス4媒体の影響を受けやすい。
購買傾向	・社会貢献・環境配慮を気にする傾向がある。 ・ステータスやファッション性を気にする傾向がある。



郊外外縁部に居住する子育てファミリー。古いコミュニティーと最近開発された宅地が混在するエリア。地元のメーカーに勤める勤労世帯が多い。3世代同居など大きな家族もみられる。

GROUP

7 郊外外縁部子育てファミリー地区

富裕度指数

世帯数

世帯構成比

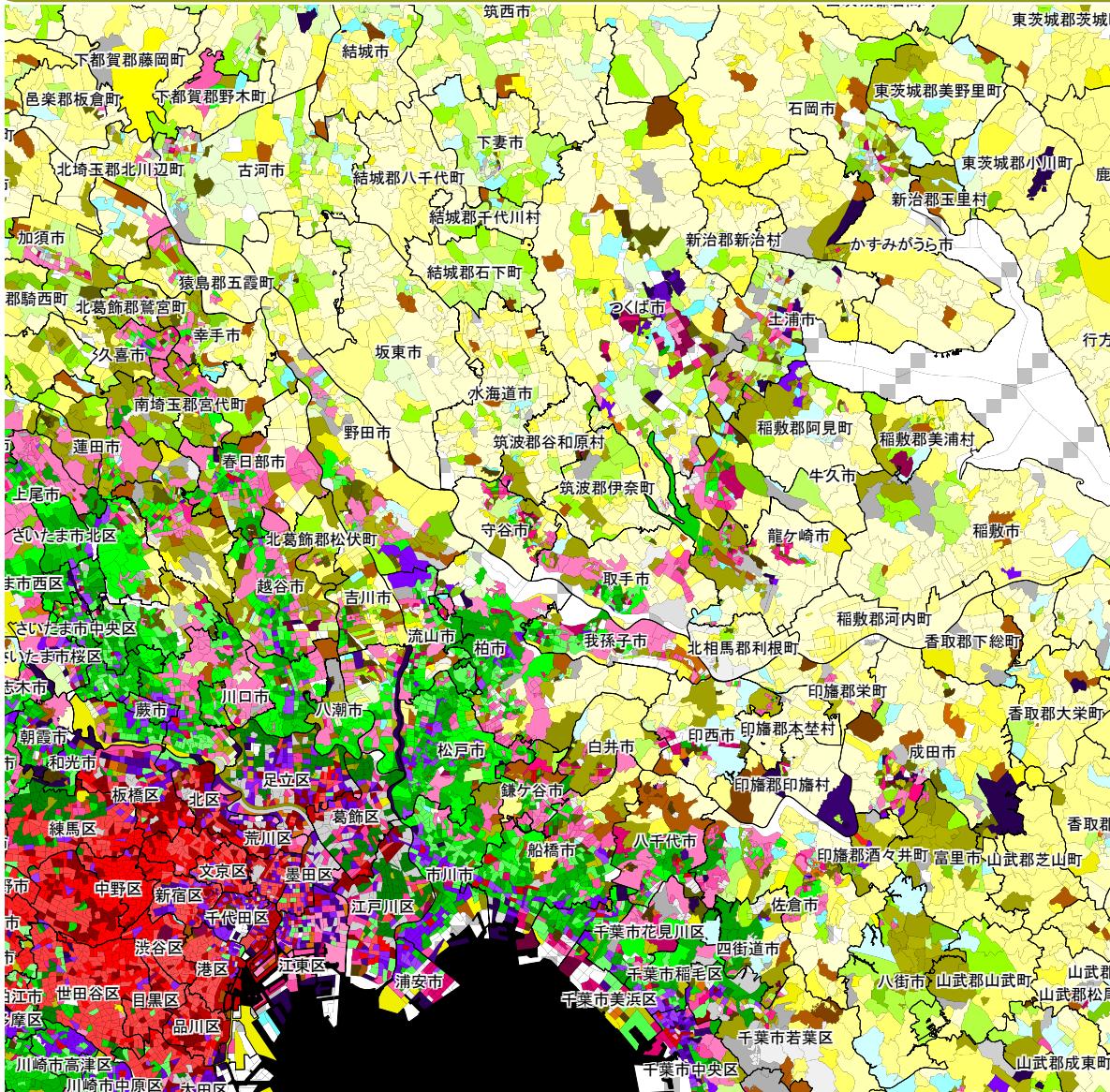
5 721,882世帯

11.0%

人口密度指数

0.7

0.5



項目	特徴
基本データ	<ul style="list-style-type: none"> 年収は200～800万円未満と幅が広い傾向。 退職者・管理職・公務員・自営業が多い。
資産	<ul style="list-style-type: none"> 車を所有していない世帯はほとんどない国産車利用傾向がある。 国内債券や国内不動産を保有する傾向がある。 介護保険に加入している人が多い。
趣味・趣向	<ul style="list-style-type: none"> スキューバダイビング・登山・釣り・日曜大工といった比較的アクティブな趣味を好む。 犬や鳥を飼っている。
雑誌・新聞	<ul style="list-style-type: none"> 毎日、産経新聞や地方紙を購読する傾向がある。 いきいき・家の光・週刊大衆・女性自身・Safariなどが好まれる。
ファッション	<p>安価なファミリーブランドや伝統的な老舗ブランドが好まれる。 一方はやりのトレンドブランドとは相性が悪い。</p> <p>相性のよいブランド：しまむら、BURBERRY 相性の悪いブランド：FOREVER21</p>
メディア	<ul style="list-style-type: none"> 新聞広告・雑誌広告、企業HP、交通広告に影響を受ける。
購買傾向	<ul style="list-style-type: none"> 企業・商品のブランドや個性を重視する傾向がある。 対面販売において、店員のおすすめを重視する傾向が強い。



自営業で現金収入があったり、不労所得のある比較的豊かな高齢者地区。別荘地やペンション街、観光地周辺の民宿街なども含まれる。

GROUP

8 アクティブな高齢者地区

富裕度指数

1.3

世帯数

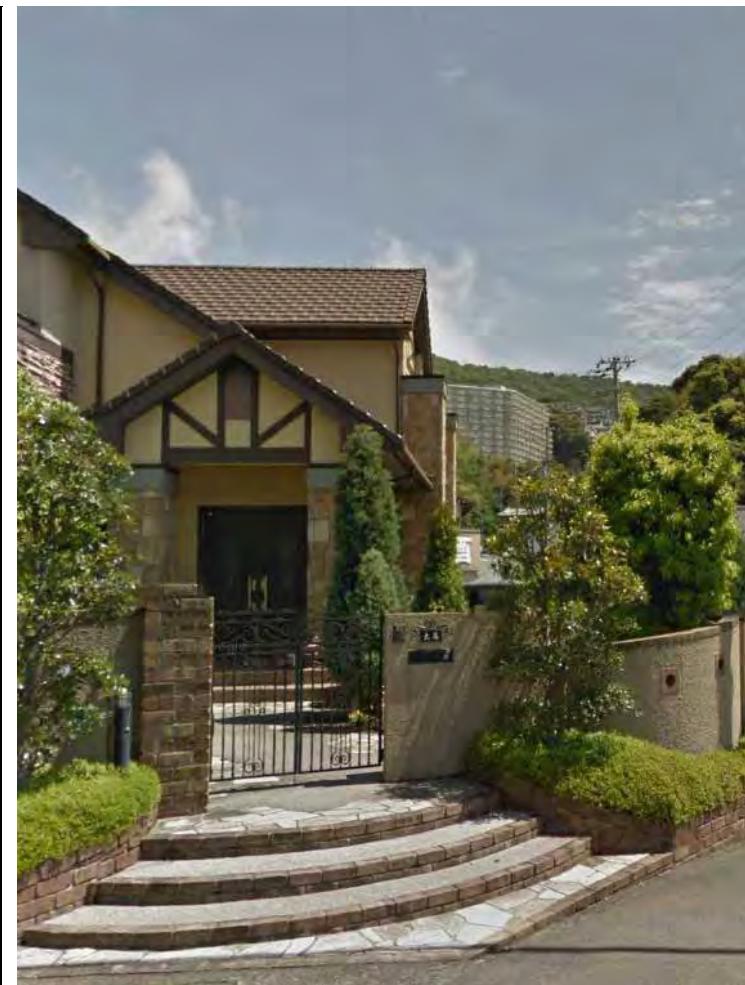
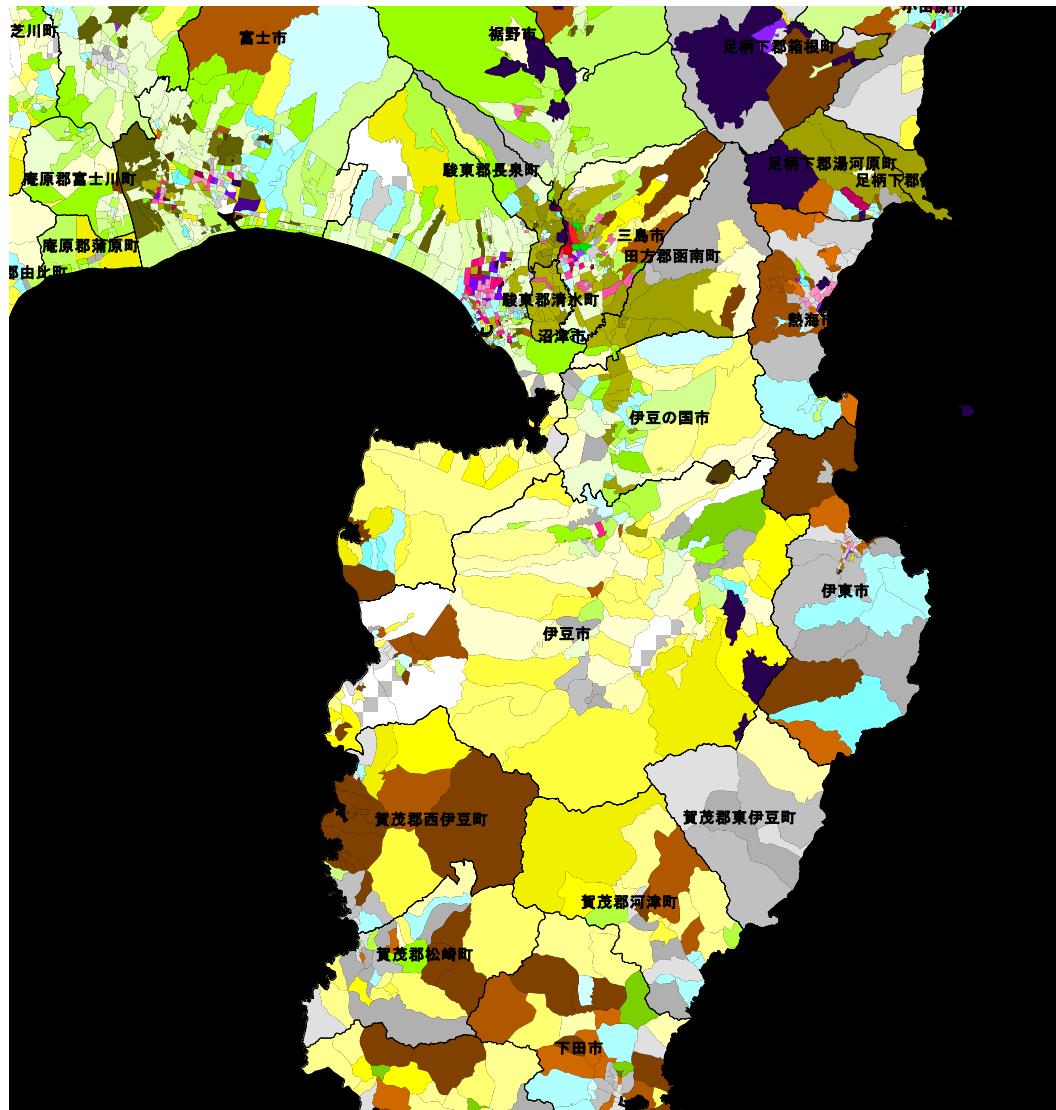
3,635,404世帯

世帯構成比

7.0%

人口密度指数

1.2



GROUP

9 地方子育てファミリー地区

富裕度指数

0.4

世帯数

4,299,214世帯

世帯構成比

8.3%

人口密度指数

0.7

項目	特徴
基本データ	<ul style="list-style-type: none"> 年収は300～500万円未満 会社員・無職・公務員・その他が多い
資産	<ul style="list-style-type: none"> 国産セダンと軽自動車 ヘッジファンドや先物取引をすることも 保険の加入率は高い
趣味・趣向	<ul style="list-style-type: none"> スノーボード・登山・釣りといったアウトドアスポーツ 趣味は陶芸・園芸・日曜大工 大型の犬飼っている
雑誌・新聞	<ul style="list-style-type: none"> 地方紙を購読する傾向がある。 クロワッサン・婦人公論といった主婦向け雑誌や SEVENTEEN・JJといったファッション雑誌が好まれる。 週刊朝日・週刊新潮など
ファッション	<p>安価なファミリーブランドが好まれる。一方トレンドブランドとは相性が悪い。</p> <p>相性のよいブランド：しまむら、ユニクロ 相性の悪いブランド：FOREVER21</p>
教育	高校生向け学習塾（補習メイン）を利用する。
メディア	<ul style="list-style-type: none"> 新聞広告・テレビCMなどのマス4媒体に影響を受ける。
購買傾向	<ul style="list-style-type: none"> 経済性を気にしながらも、ステータスやブランド等を重視する傾向がある。 店員のおすすめを重視する傾向が強い。



自宅のある市内、町内のメーカー、土木・建設関係の職場ではたらく地方の子育てファミリー。

GROUP

9 地方子育てファミリー地区

富裕度指数

0.4

世帯数

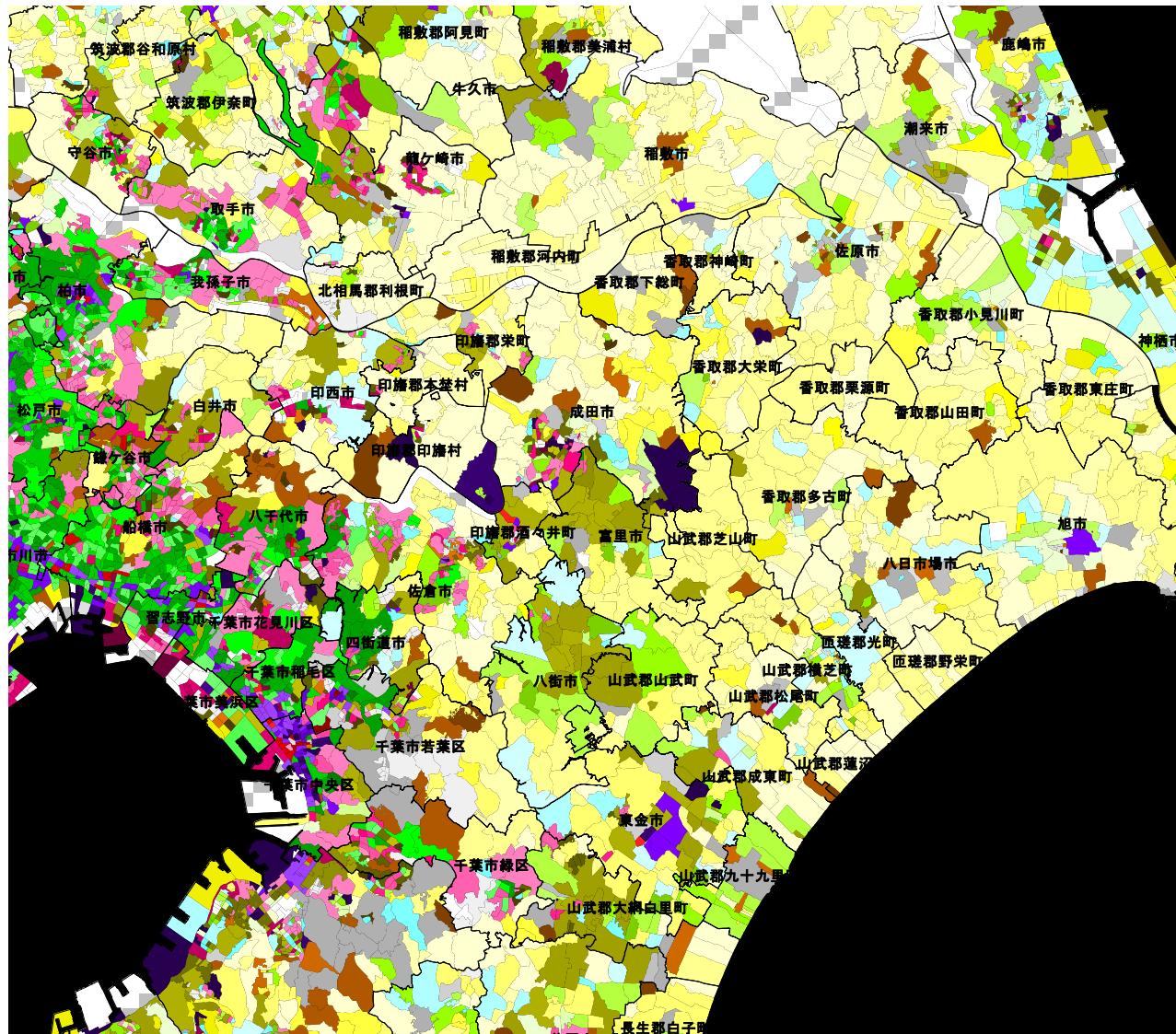
4,299,214世帯

世帯構成比

8.3%

人口密度指数

0.7



GROUP

10 農林水産業・過疎地区

富裕度指数

0.1

世帯数

4,689,706世帯

世帯構成比

9.0%

人口密度指数

0.1

項目	特徴
基本データ	<ul style="list-style-type: none"> 1次産業を中心の生業を営む伝統的なコミュニティー 会社員・公務員・自営業者が多い 近所づきあいと地域のイベントに積極的
資産	<ul style="list-style-type: none"> 車は必需品で国産ワゴン車や軽自動車を利用 金などの現物で資産運用
趣味・趣向	<ul style="list-style-type: none"> 登山・釣り・サーフィンといったアウトドアスポーツ。 陶芸・盆栽・日曜大工・ギャンブル・パチンコなど。 犬を始めとし、様々な種類のペットを飼っている
雑誌・新聞	<ul style="list-style-type: none"> 日経新聞や地方紙を購読する傾向がある。 クロワッサン・婦人公論といった主婦向け雑誌、美STといった中高年向けファッショントマガジンが好まれる。 週刊朝日・週刊新潮といった大衆紙のほかに、東洋経済など経済紙を好む。
ファッション	<p>安いファミリーブランドが好まれる。コンサバ系ブランドとは相性が悪い。</p> <p>相性のよいブランド：しまむら、ユニクロ、ハニーズ</p> <p>相性の悪いブランド：BANANA REPUBLIC</p>
教育	乳幼児向け学習塾の利用傾向がある。
メディア	<ul style="list-style-type: none"> 新聞折り込みチラシ・ラジオCM・ダイレクトメールまた、友人知人からの口コミに影響を受ける。
購買傾向	<ul style="list-style-type: none"> 経済性を気にしながら、世の中のトレンドより希少性を重視する傾向がある。 店員のおすすめを重視する傾向が強い。



生まれた時から住んでいる自宅が仕事場で、農林水産業を中心に元気に働く世帯が多い伝統的なコミュニティー。過疎化の進展する限界集落も含まれる。

GROUP

10 農林水産業・過疎地区

富裕度指数
0.1

世帯数

4,689,706世帯
人口密度指数
0.1

世帯構成比

9.0%

