

『レタスクラブ』 読者プロフィール(2020年)

【調査概要】

調査号…2020年1月号（2019年12月25日発売）

回答数…サンプル

調査方法…「レタスクラブ」にて質問を掲載
とじこみハガキまたはWEBサイトから回答

調査期間…2019年12月25日～1月23日



KADOKAWA

株式会社KADOKAWA ビジネスプロデュース局
2020年4月

属性

<大まかな読者構成>

読者層①:30代前半～40代前半の主婦

料理のレパートリーを増やしたい、料理が上手になりたいと思っている

読者層②:40代後半～50代の主婦

ずっと「レタスクラブ」を読んでいるファン、「レタスクラブ」へのロイヤリティーが高い読者

★創刊当時～10年以上購読している読者・・・28.7%

<家族構成>

既婚・・・74.0%

子どもがいる・・・67.0%



<職業>

兼業主婦・・・69.0%

専業主婦・・・23.0%

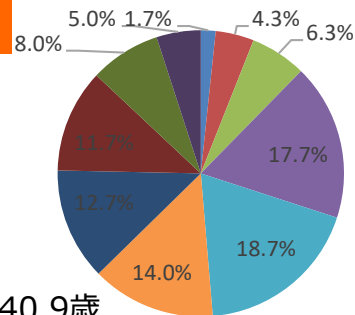
⇒忙しい主婦たち。
「時短家事」「スマート家事」の関心が高い。

<住まい>

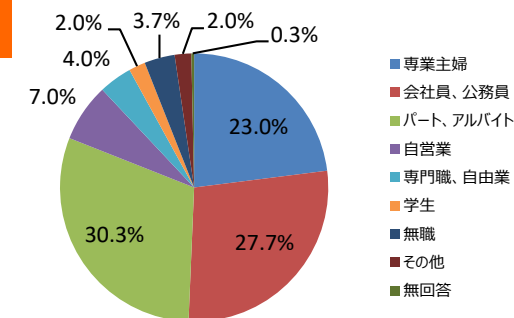
一戸建て持ち家・・・49.7%

◆今一番興味があること
2位「収納、片づけが上手になりたい」

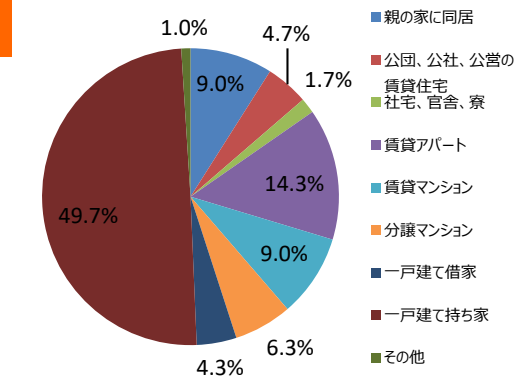
年齢



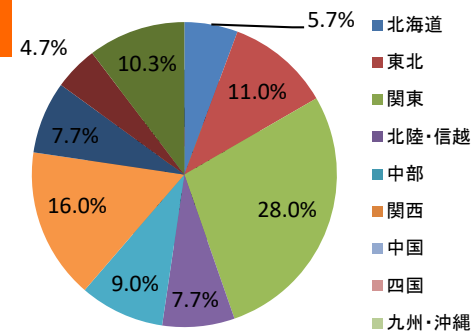
職業



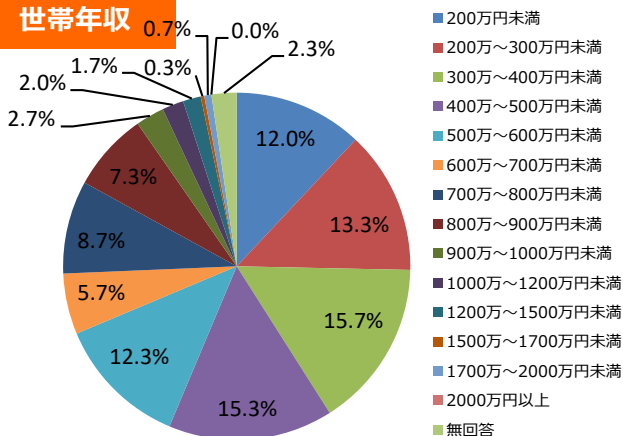
住まい



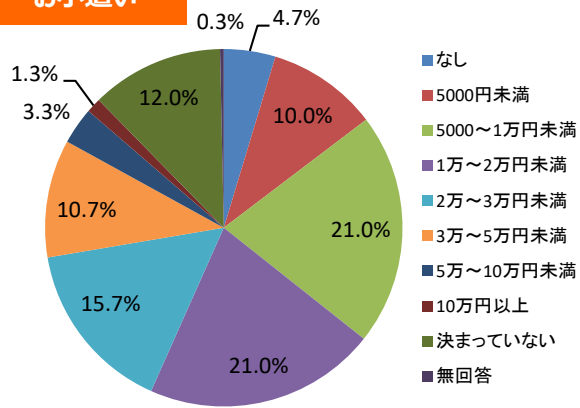
エリア



世帯年収



お小遣い



◆「レタスクラブ」に求める記事

1位・・・料理のレシピ

◆レタスクラブを購入した理由

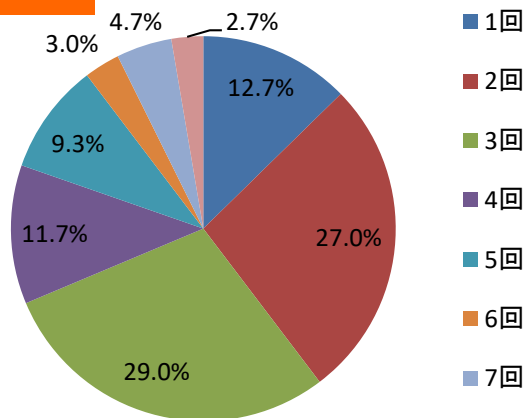
1位・・・料理の特集がよかった／3位・・・献立カレンダーBOOK(付録)のため

◆今一番興味があること

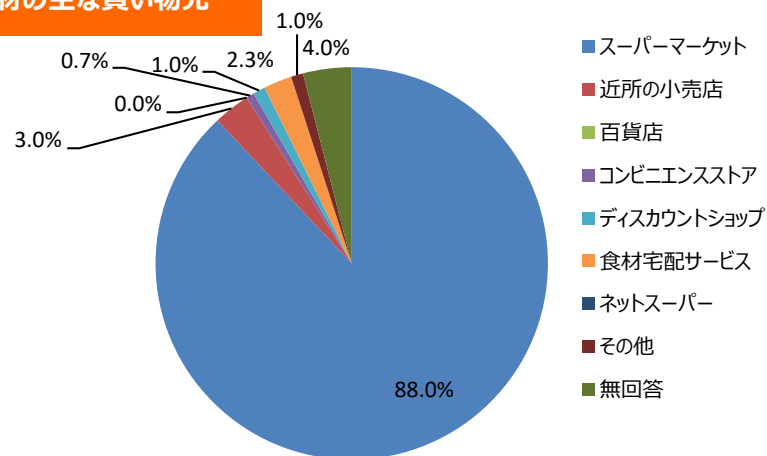
1位・・・「料理のレパートリーを増やしたい」

◆イベントで参加したいテーマ

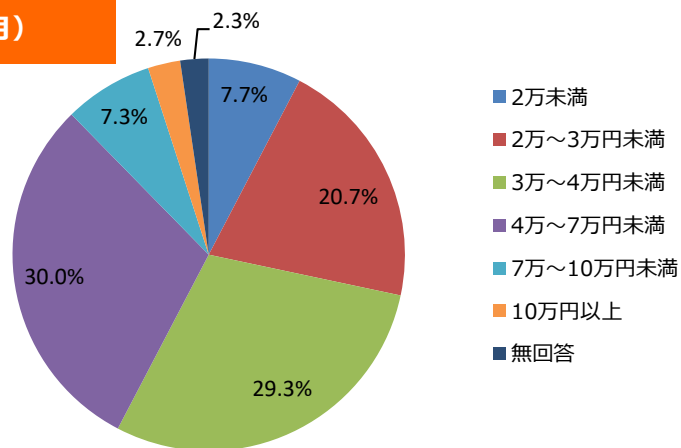
1位・・・料理

食材の買い物の回数
(週)

食材の主な買い物先



平均食費 (月)



美容・健康

自分&家族の健康への意識が高い
基礎化粧品の購入は主にドラッグストア

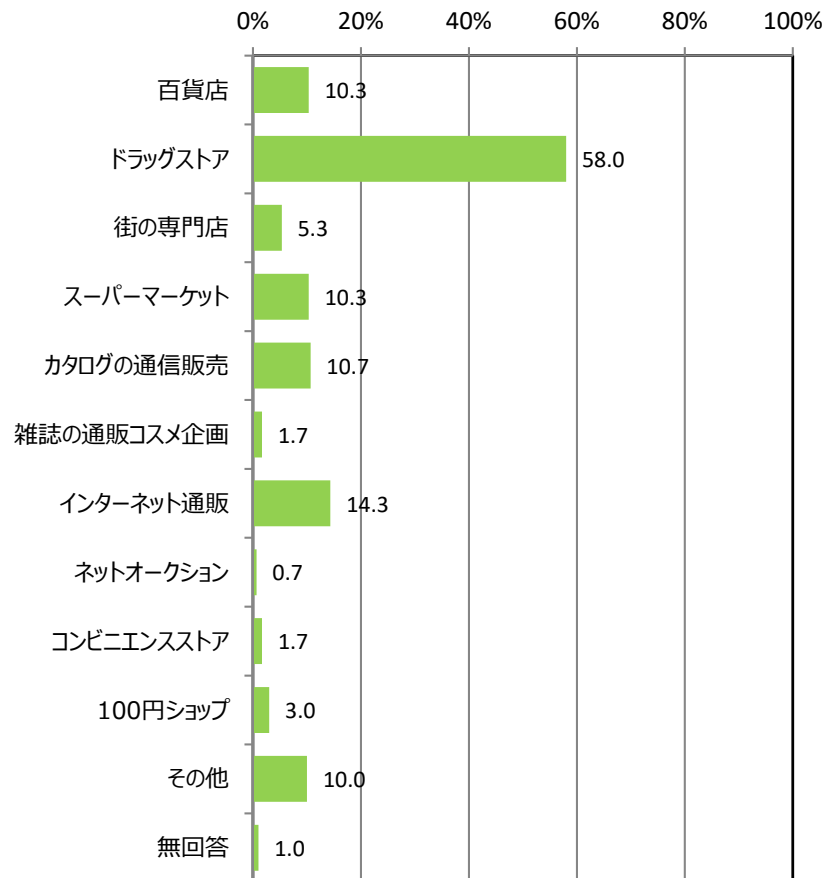
- ◆「レタスクラブ」に求める記事
2位…**健康・ダイエット**
- ◆イベントで参加したいテーマ
3位…**美容・健康**
- ◆今一番興味があること
4位…**健康**を維持したい
5位…**ダイエット**したい

お金・住居

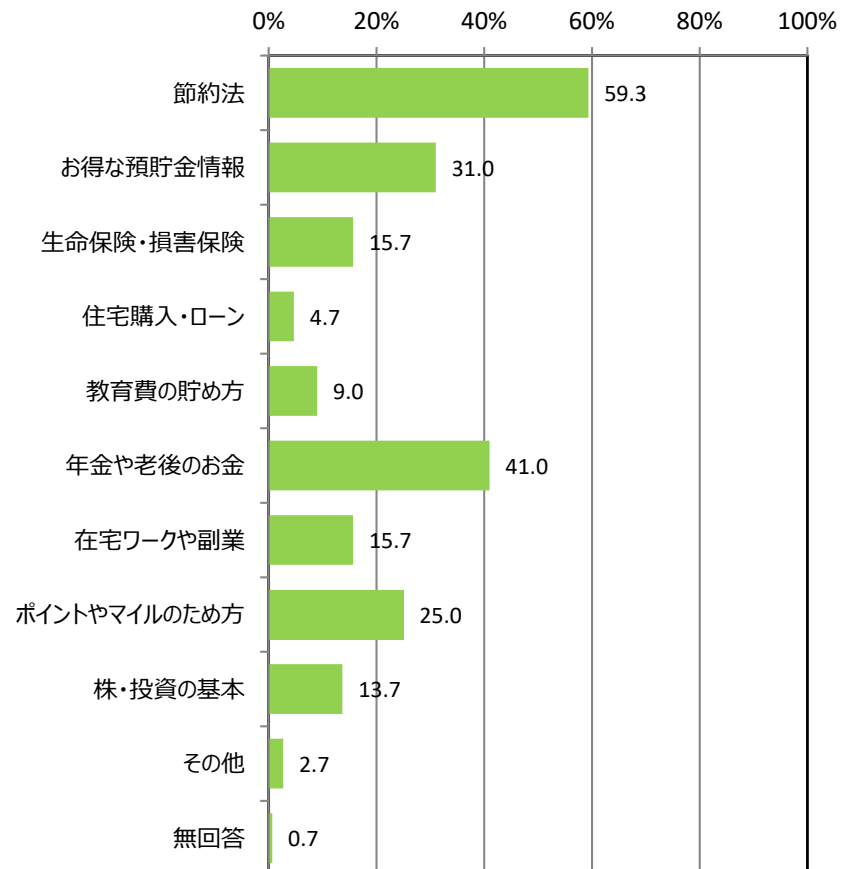
年収は平均的だが、やりくり上手
持家率が高く、収納や片付けへの関心も高い

- ◆「レタスクラブ」に求める記事
2位…**節約やお金に関するもの**
4位…**収納・片付けやインテリア**
- ◆今一番興味があること
3位…**お金の貯め方や節約術を知りたい**

基礎化粧品の購入場所

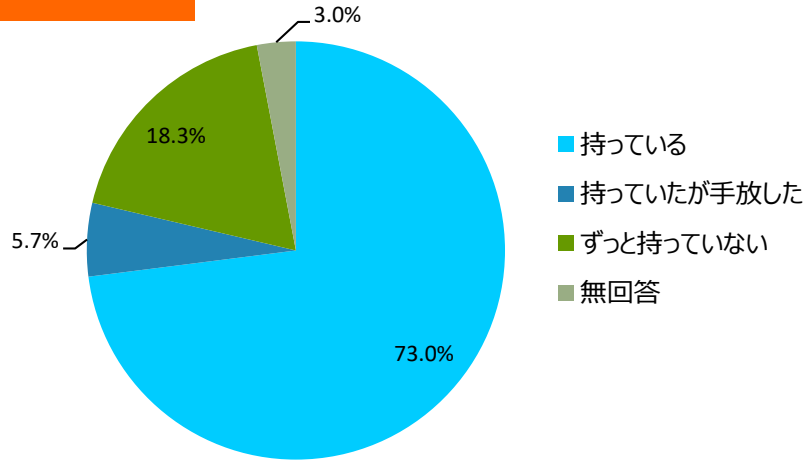


お金に関する記事で読みたいもの

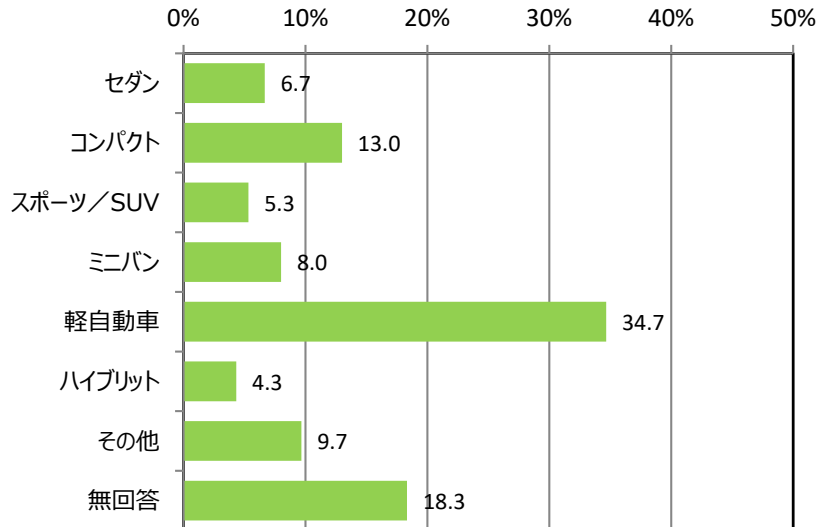


自家用車の保有率が高い。
特にキッチン家電への興味・関心・購買意欲が強い。

自家用車の保有

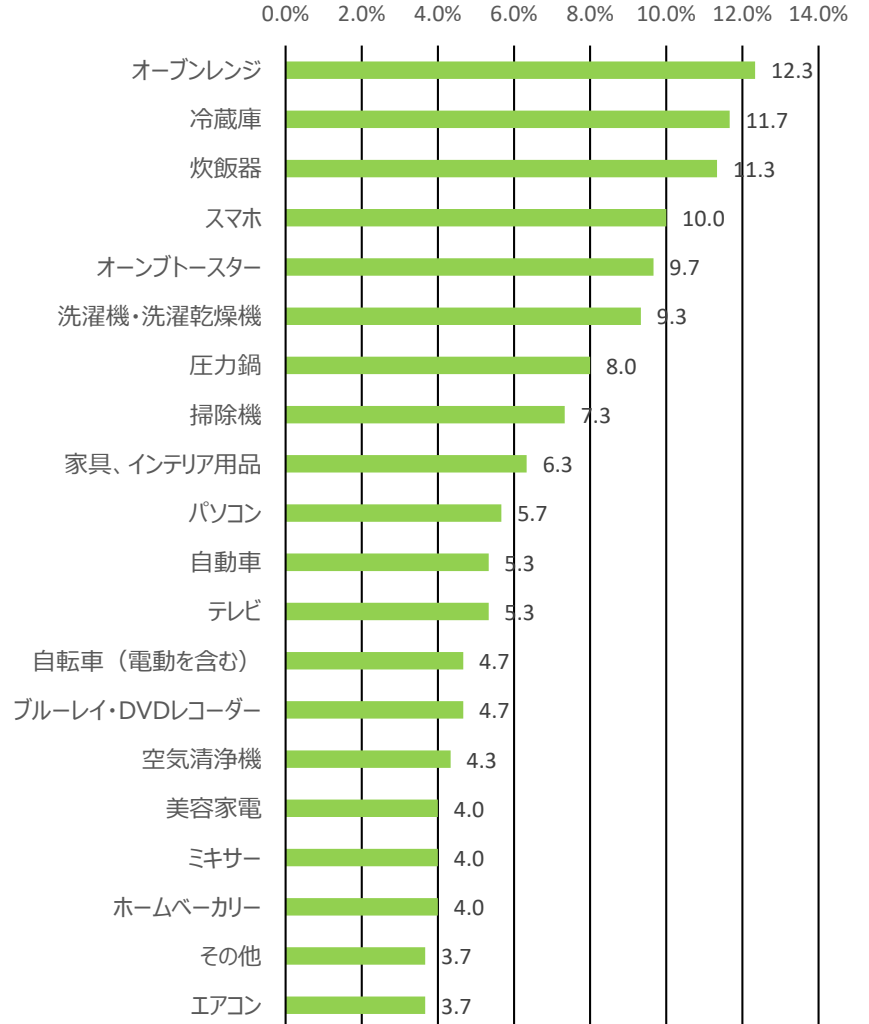


自家用車の車種



1年以内に、購入・買い替えを希望している商品

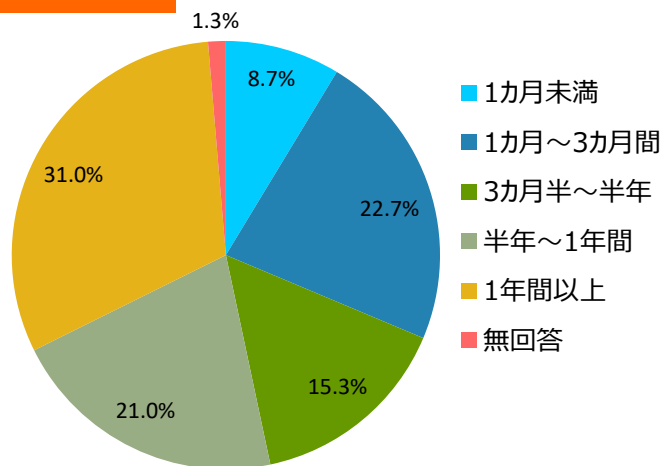
上位20商品を抜粋



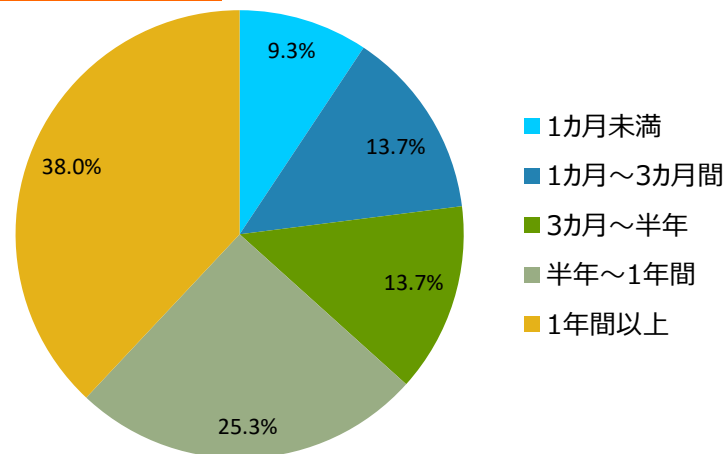
レタスクラブの 保存性について

本誌や別冊付録の保存期間が長く、半年以上置いておく読者が多い。
切り抜いたり、写真を撮ったりして保存する読者も半数以上。

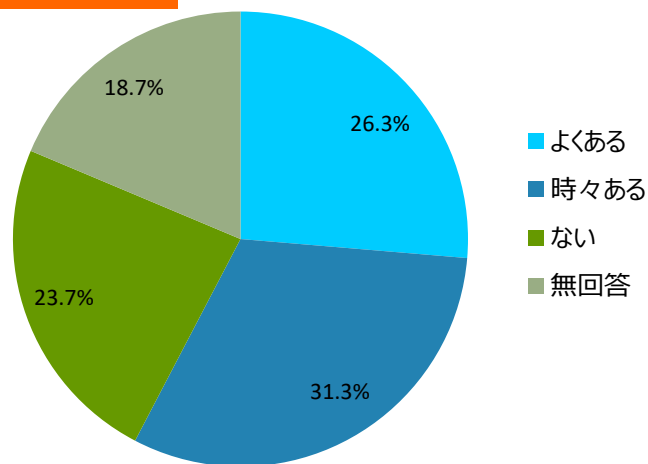
レタスクラブの保存期間



付録の保存期間



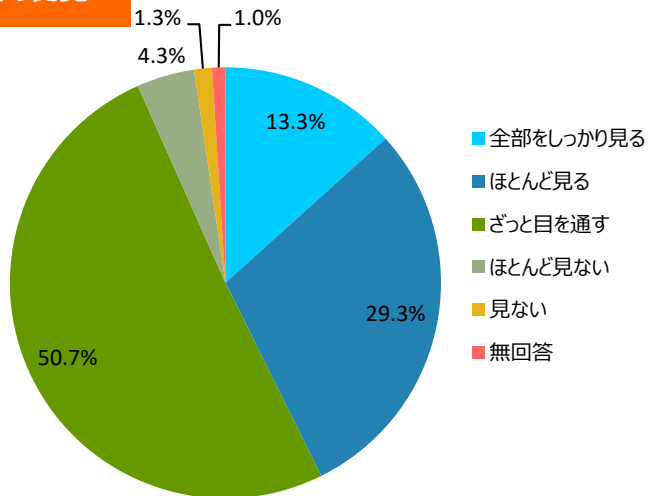
切り抜きや写真での保存



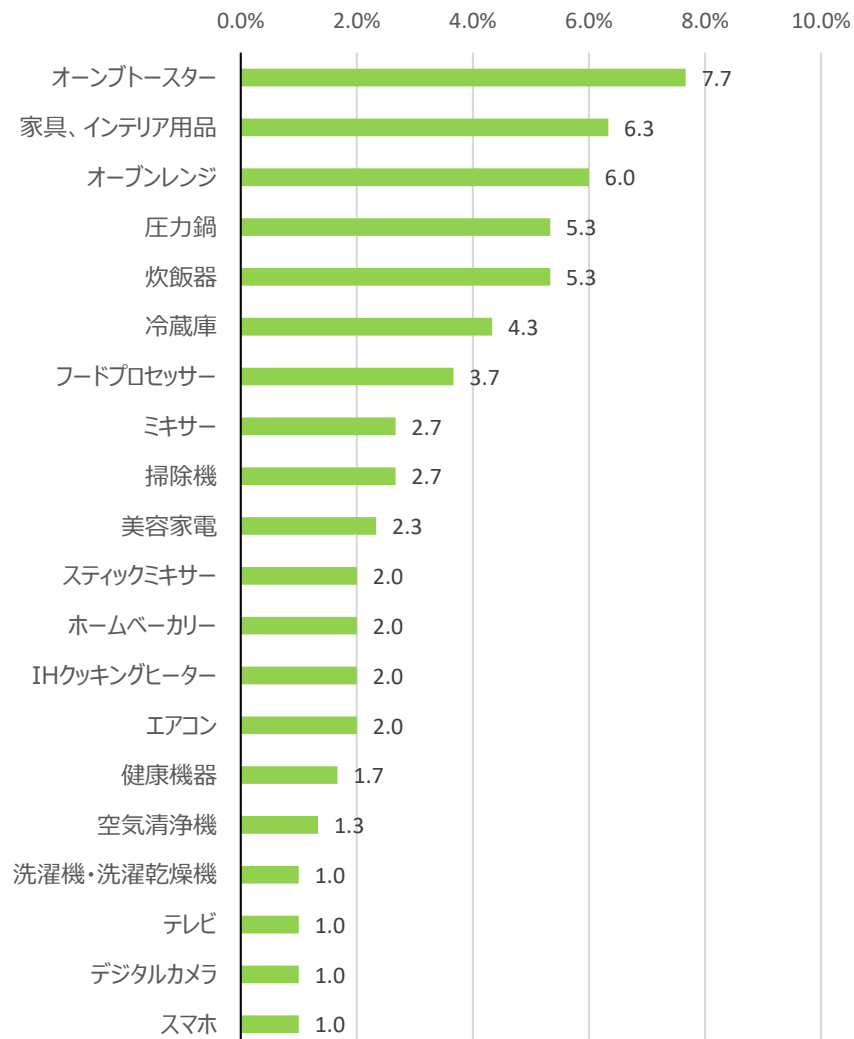
広告関心①

93.4%の読者が広告を閲覧し、半数以上が「非常に役に立つ」「役に立つ」と回答。
 レタスクラブに掲載された広告を見て、購入・買い替えをした商品はキッチン家電が多い。

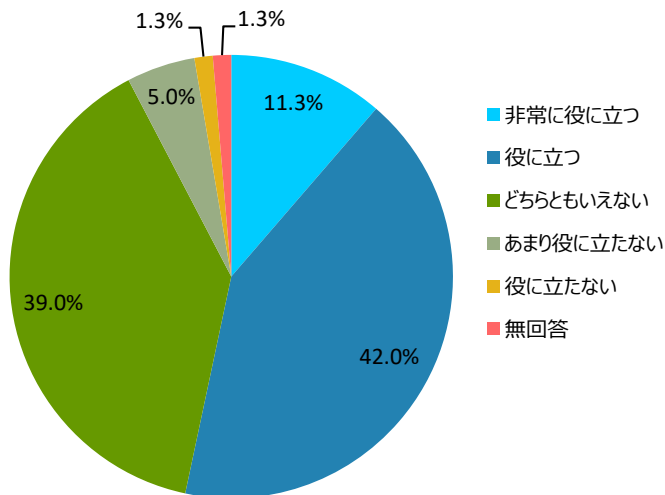
掲載された広告の閲覧



レタスクラブに掲載された広告を見て購入を検討した商品



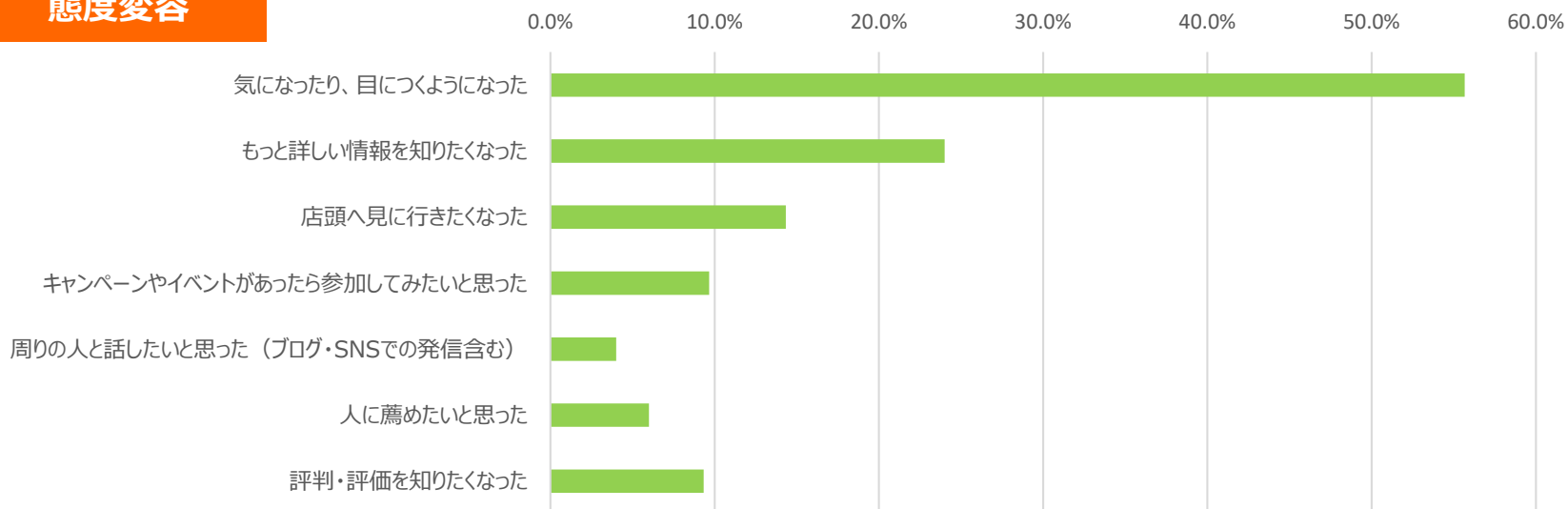
商品購入の際に役に立っているか？



広告関心②

多くの読者が、レタスクラブに掲載された商品・サービス情報を見て、
態度変容・行動変容につながったと回答した。

態度変容



行動変容

