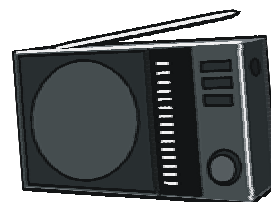


データで  
見る

# ラジオの現状



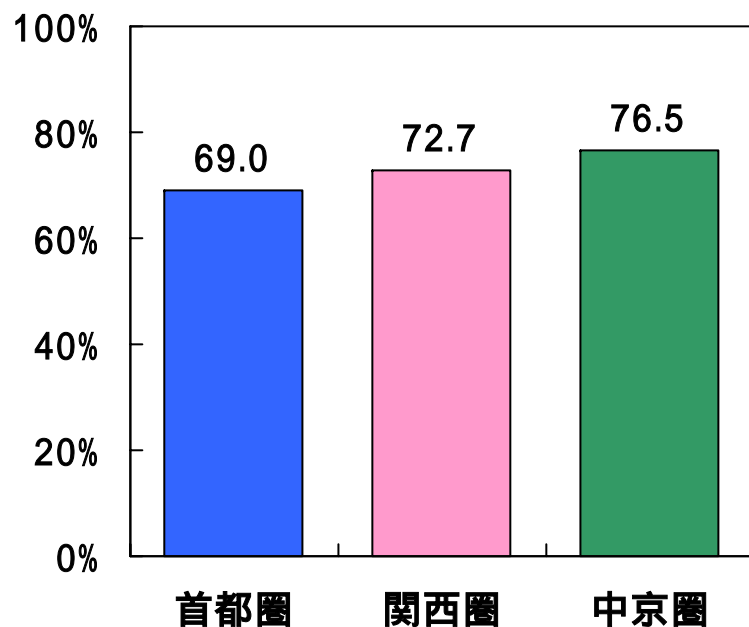
2010.3.31

株式会社ビデオリサーチ

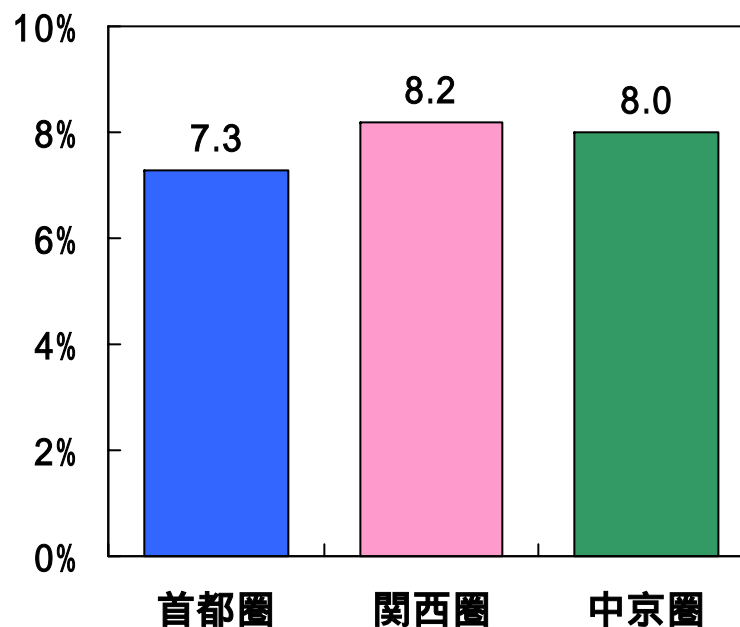


# リーチ・メディアとしてのラジオ(首都圏・関西圏・中京圏ラジオ調査 2009年度調査より)

## 全局リーチ (1週間 5時～5時・男女12～69歳)



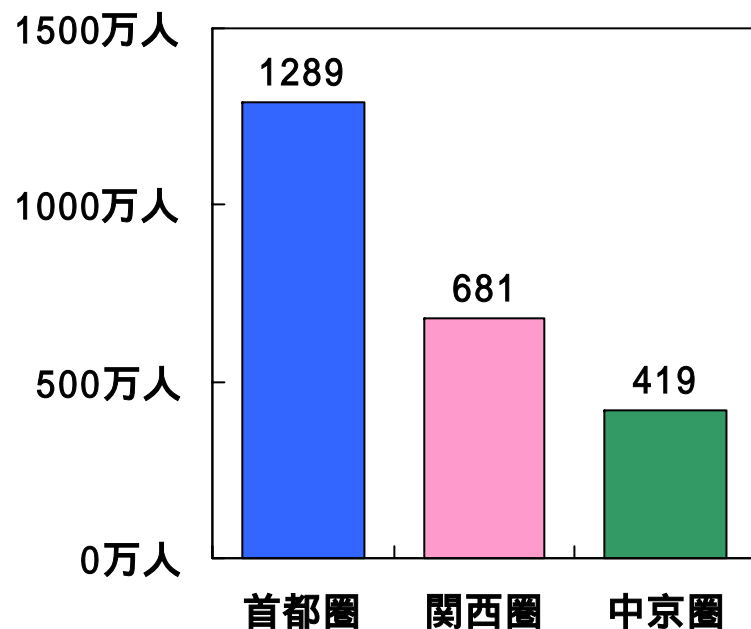
## 全局個人聴取率 (週平均 6時～0時・男女12～69歳)



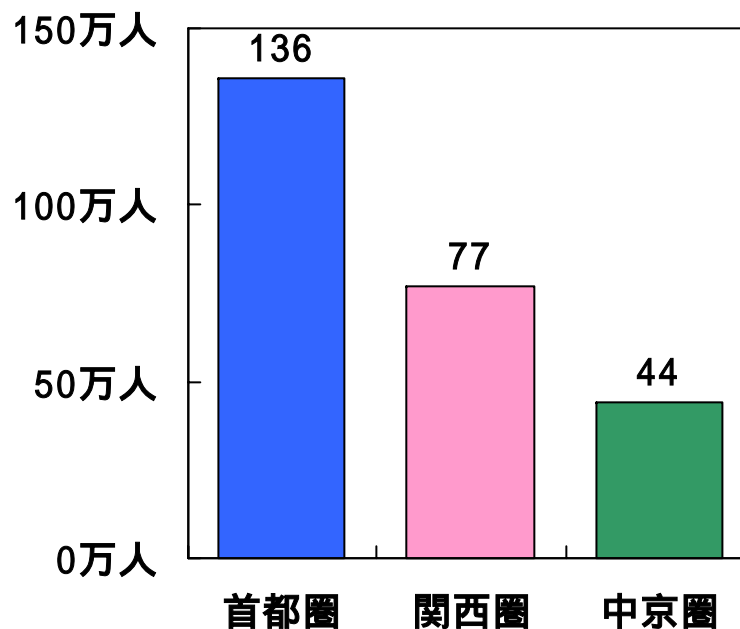
首都圏は6回の調査結果の平均値 / 関西圏・中京圏は4回の調査結果の平均値

## リーチ・メディアとしてのラジオ(首都圏・関西圏・中京圏ラジオ調査 2009年度調査より)

調査エリア内推定到達人口  
(1週間 5時～5時・男女12～69歳)



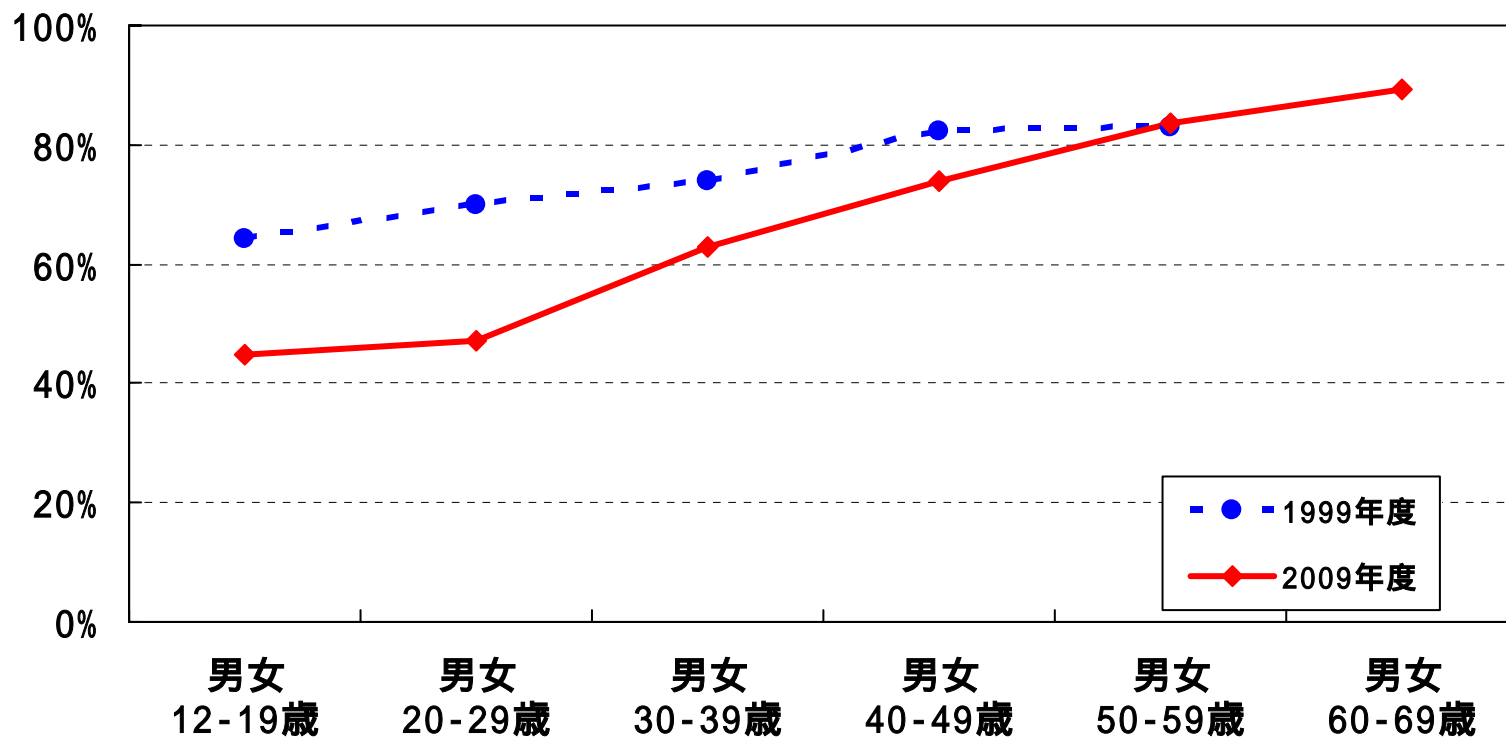
調査エリア内推定聴取人口  
(週平均 6時～0時・男女12～69歳)



全局リーチ、個人聴取率の年間平均値をもとに調査エリア内におけるそれぞれの推定人口を算出

## リーチ・メディアとしてのラジオ(首都圏ラジオ調査より)

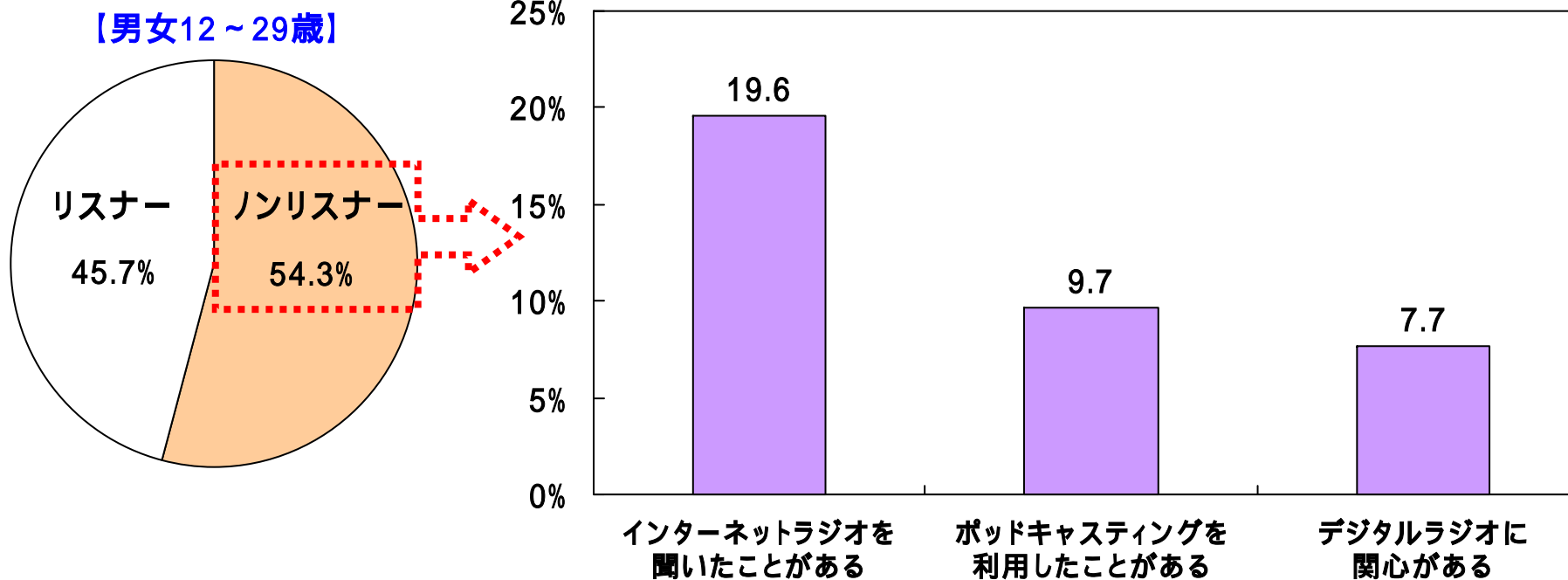
### 全局リーチ(1週間 5時~5時)



各年度とも6回の調査結果の平均値  
1999年度の調査対象は男女12~59歳

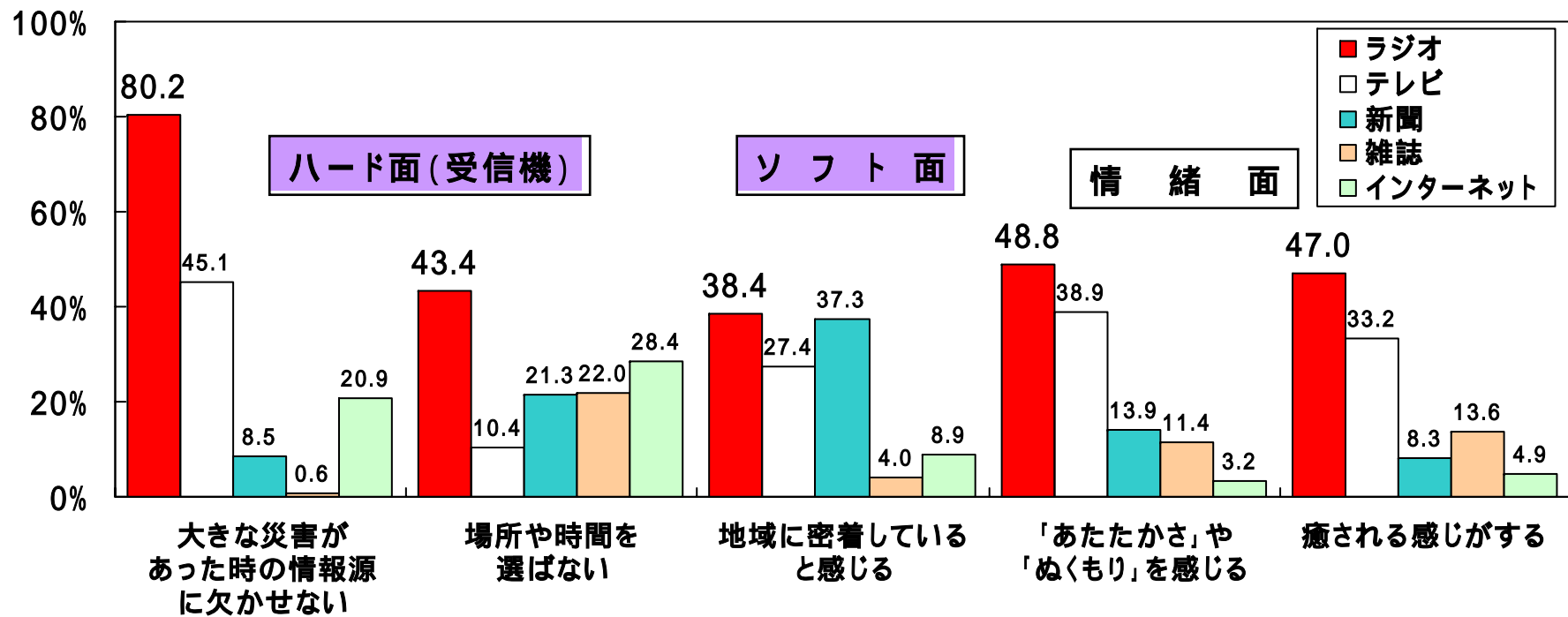
# 若年層における「音声メディアの可能性」(首都圏ラジオ調査 2010年2月度調査より)

## ラジオノンリスナー(男女12~29歳)の音声メディア関与



# ラジオというメディアの特長(首都圏ラジオ調査 2010年2月度調査より)

## メディアに対する印象(男女12～69歳)



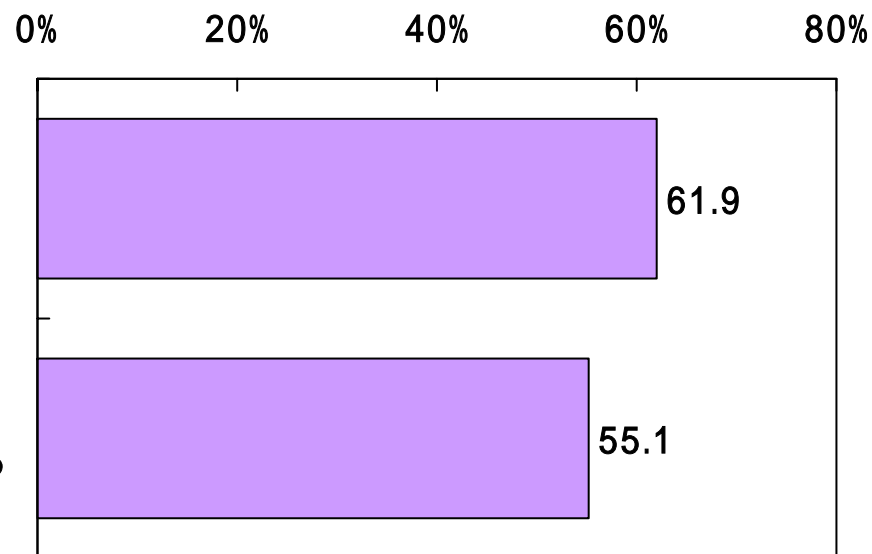
## ラジオというメディアの特長(首都圏ラジオ調査 2010年2月度調査より)

### ラジオリスナー(男女12~69歳)のラジオに関する意見

#### パーソナリティのチカラ

よく聞くラジオ番組のパーソナリティ・DJに、「親しみ」や「絆(きずな)」を感じる

よく聞くラジオ番組のパーソナリティ・DJには信頼感を感じる



# 地域別のラジオ接触状況 (J-READ(全国新聞総合調査) 2009年調査より)

## ふだん1日当たりのラジオ接触時間(週平均・男女15～69歳)

