

民放ローカル局経営の現状について

2018.11.20

一般社団法人 日本民間放送連盟

内 容

- I . ローカル局経営の構造
- II . ローカル局経営の現状と展望
- III . ローカル局が果たしている地域での役割

I. ローカル局の経営構造

民放の系列ネットワーク

テレビ

ラジオ

	JNN (28社)	NNN (30社)	FNN (28社)	ANN (26社)	TXN (6社)	独立協 (13社)	JRN (34社)	NRN (40社)	JFN (38社)	JFL (5社)	MEGA-NET (4社)	その他
北海道	北海道放送 HBC	札幌テレビ放送 STV	北海道文化放送 UHB	北海道テレビ放送 HTB	テレビ北海道 TVH		北海道放送	北海道放送 / STVラジオ	エフエム北海道	エフエムノースクエーブ		北海道
青森	青森テレビ ATV	青森放送 RAB		青森朝日放送 ABA			青森放送	青森放送	エフエム青森			青森
岩手	岩手放送 IBC	テレビ岩手 TVI	岩手めんこいテレビ MIT	岩手朝日テレビ IAT			IBC岩手放送	IBC岩手放送	エフエム岩手			岩手
宮城	東北放送 TBC	宮城テレビ放送 MMT	仙台放送	東日本放送 KHB			東北放送	東北放送	エフエム仙台			宮城
秋田		秋田放送 ABS	秋田テレビ AKT	秋田朝日放送 AAB			秋田放送	秋田放送	エフエム秋田			秋田
山形	テレビユー山形 TUY	山形放送 YBC	山形テレビ SAY	山形朝日放送 YBS			山形放送	山形放送	エフエム山形			山形
福島	テレビユー福島 TUF	福島中央テレビ FCT	福島テレビ FTV	福島放送 KFB			ラジオ福島	ラジオ福島	エフエム福島			福島
東京	TBS テレビ TBS	日本テレビ放送網 NTV	フジテレビジョン	テレビ朝日	テレビ東京	群馬テレビ GTV とちぎテレビ GYT	TBS ラジオ	文化放送 / ニッポン放送	エフエム東京 エフエム群馬 エフエム栃木	J-WAVE	InterFM897	日経ラジオ社
群馬						テレビ埼玉 TVS 千葉テレビ放送 CTC テレビ神奈川 tvk		栃木放送 茨城放送				群馬 茨城 千葉
栃木												FM NACK 5 ベイエフエム
茨城												RFラジオ日本
埼玉												横浜エフエム放送 新潟県民エフエム放送
千葉												エフエム富士
神奈川												新潟
新潟	新潟放送 BSN	テレビ新潟放送網 TeNY	新潟総合テレビ NST	新潟テレビ 21 UX			新潟放送	新潟放送	エフエムラジオ新潟 長野エフエム放送			長野
長野	信越放送 SBC	テレビ信州 TSB	長野放送 NBS	長野朝日放送 ABN			信越放送	信越放送				山梨
山梨	テレビ山梨 UTY	山梨放送 YBS					山梨放送	山梨放送				静岡
静岡	静岡放送 SBS	静岡第一テレビ SDT	テレビ静岡 SUT	静岡朝日テレビ SATV			静岡放送	静岡放送	静岡エフエム放送			山梨
富山	チューリップテレビ TUT	北日本放送 KNB	富山テレビ放送 BBT	北陸朝日放送 HAB			北日本放送	北日本放送	富山エフエム放送			静岡
石川	北陸放送 MRO	テレビ金沢 KTK	石川テレビ放送 ITC	福井放送 FBC			北陸放送	北陸放送	エフエム石川			富山
福井		福井放送 FBC	福井テレビジョン放送 FTB	名古屋テレビ放送	テレビ愛知 TVA		福井放送	福井放送	福井エフエム放送			石川
愛知	CBC テレビ	中京テレビ放送 CTV	東海テレビ放送 THK			岐阜放送 GBS 三重テレビ放送 MTV	CBC ラジオ	東海ラジオ放送	エフエム愛知 エフエム岐阜 三重エフエム放送	ZIP-FM	Radio NEO	愛知
岐阜												岐阜放送
三重												
大阪	毎日放送 MBS	読売テレビ放送 YTV	関西テレビ放送 KTV	朝日放送テレビ ABC	テレビ大阪 TVO				エフエム大阪 エフエム滋賀	F M 8 0 2	FM COCOLO	大阪
滋賀						びわ湖放送 BBC 京都放送 KBS 奈良テレビ放送 TVN サンテレビジョン SUN テレビ和歌山 WTV						滋賀
京都								京都放送				エフエム京都
奈良												
兵庫									兵庫エフエム放送			ラジオ関西
和歌山	山陰放送 BSS	日本海テレビ NKT					和歌山放送	和歌山放送				
鳥取			山陰中央テレビ TSK				山陰放送	山陰放送				
島根			岡山放送 OHK		テレビせとうち TSC							
岡山	山陽放送 RSK			瀬戸内海放送 KSB			山陽放送	山陽放送	エフエム山陰 岡山エフエム放送			島根
香川		西日本放送 RNC					西日本放送	西日本放送	エフエム香川			岡山
徳島		四国放送 JRT					四国放送	四国放送	エフエム徳島			香川
愛媛	あいテレビ ITV	南海放送 RNB	テレビ愛媛 EBC	愛媛朝日テレビ EAT			南海放送	南海放送	エフエム愛媛			徳島
高知	テレビ高知 KUTV	高知放送 RKC	高知さんさんテレビ KSS				高知放送	高知放送	エフエム高知			愛媛
広島	中国放送 RCC	広島テレビ放送 HTV	テレビ新広島 TSS	広島ホームテレビ HOME			中国放送	中国放送	広島エフエム放送			高知
山口	テレビ山口 TYS	山口放送 KRY		山口朝日放送 YAB			山口放送	山口放送	エフエム山口			広島
福岡	RKB 毎日放送 RKB	福岡放送 FBS	テレビ西日本 TNC	九州朝日放送 KBC	TVQ九州放送 TVQ		九州朝日放送	九州朝日放送	エフエム福岡	CROSS FM	ラフエフエム国際放送	山口
佐賀			サガテレビ STS						エフエム佐賀			福岡
長崎	長崎放送 NBC	長崎国際テレビ NIB	テレビ長崎 KTN	長崎文化放送 NCC			長崎放送	長崎放送	エフエム長崎			佐賀
熊本	熊本放送 RKK	熊本県民テレビ KKT	テレビ熊本 TKU	熊本朝日放送 KAB			熊本放送	熊本放送	エフエム熊本			長崎
大分	大分放送 OBS	テレビ大分 TOS	テレビ大分 TOS	大分朝日放送 OAB			大分放送	大分放送	エフエム大分			熊本
宮崎	宮崎放送 MRT	テレビ宮崎 UMK	テレビ宮崎 UMK	テレビ宮崎 UMK			宮崎放送	宮崎放送	エフエム宮崎			大分
鹿児島	南日本放送 MBC	鹿児島読売テレビ KYT	鹿児島テレビ放送 KTS	鹿児島放送 KKB			南日本放送	南日本放送	エフエム鹿児島			宮崎
沖縄	琉球放送 RBC		沖縄テレビ放送 OTV	琉球朝日放送 QAB			琉球放送	ラジオ沖縄	エフエム沖縄			鹿児島
												沖縄

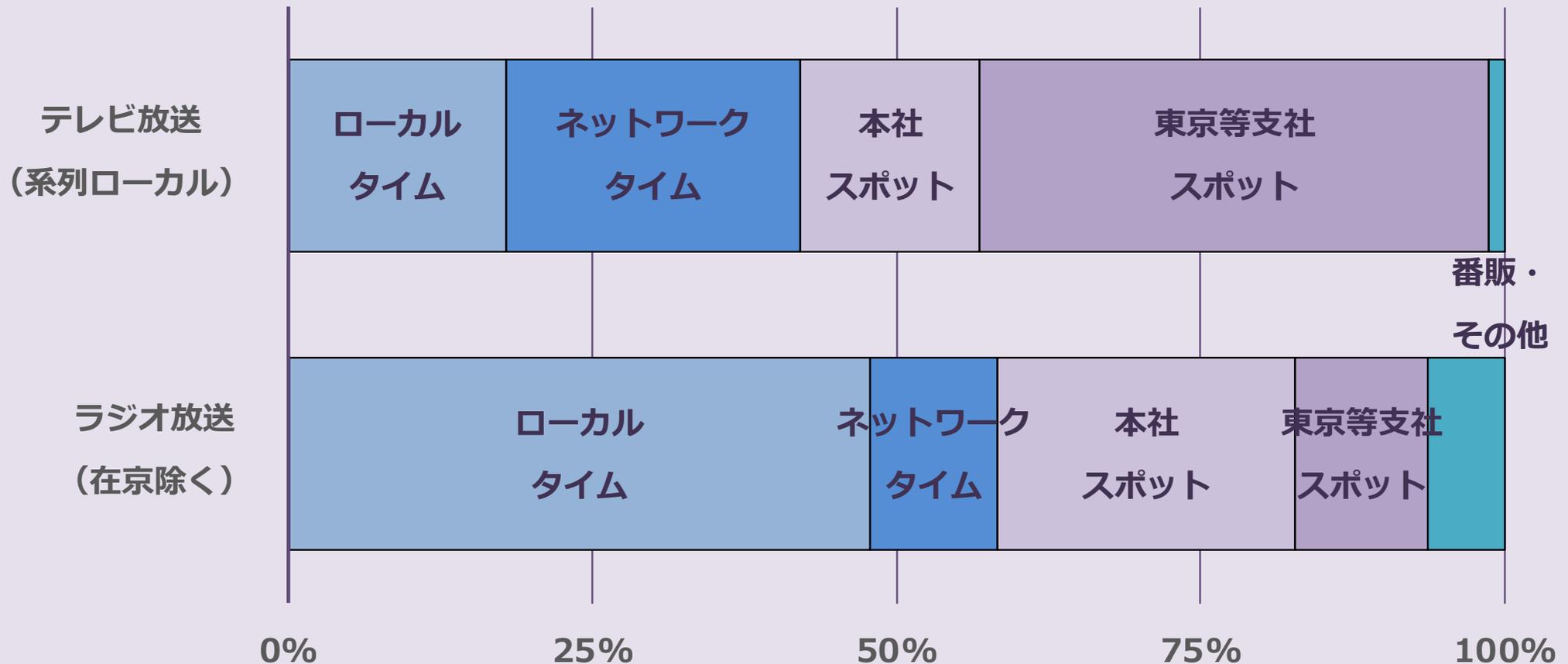
衛星放送は除く

△1：株式会社 FM802 は、FM802 および FM COCOLO の両局を運営。
衛星放送は除く

…AM局
…FM局
白抜き文字の局は、全国局です。

ローカル局の収入構造

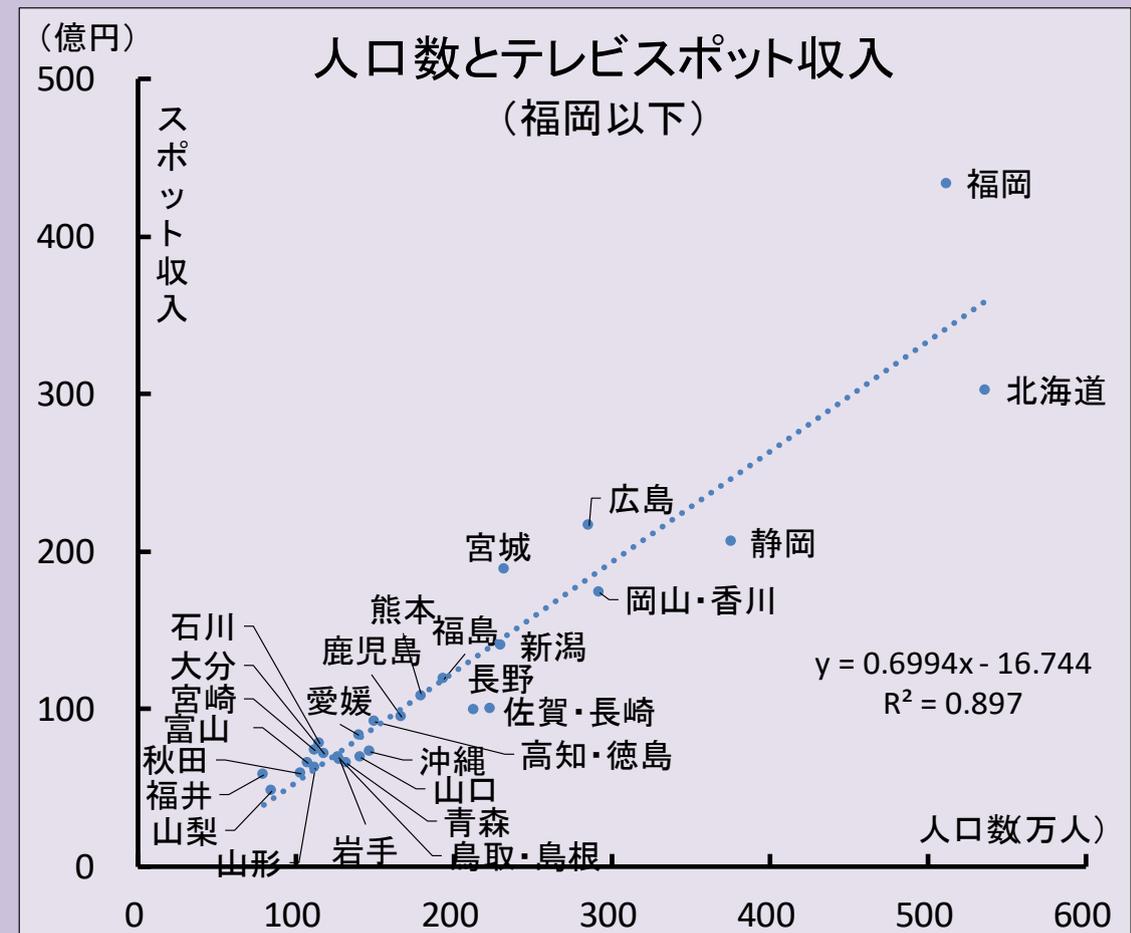
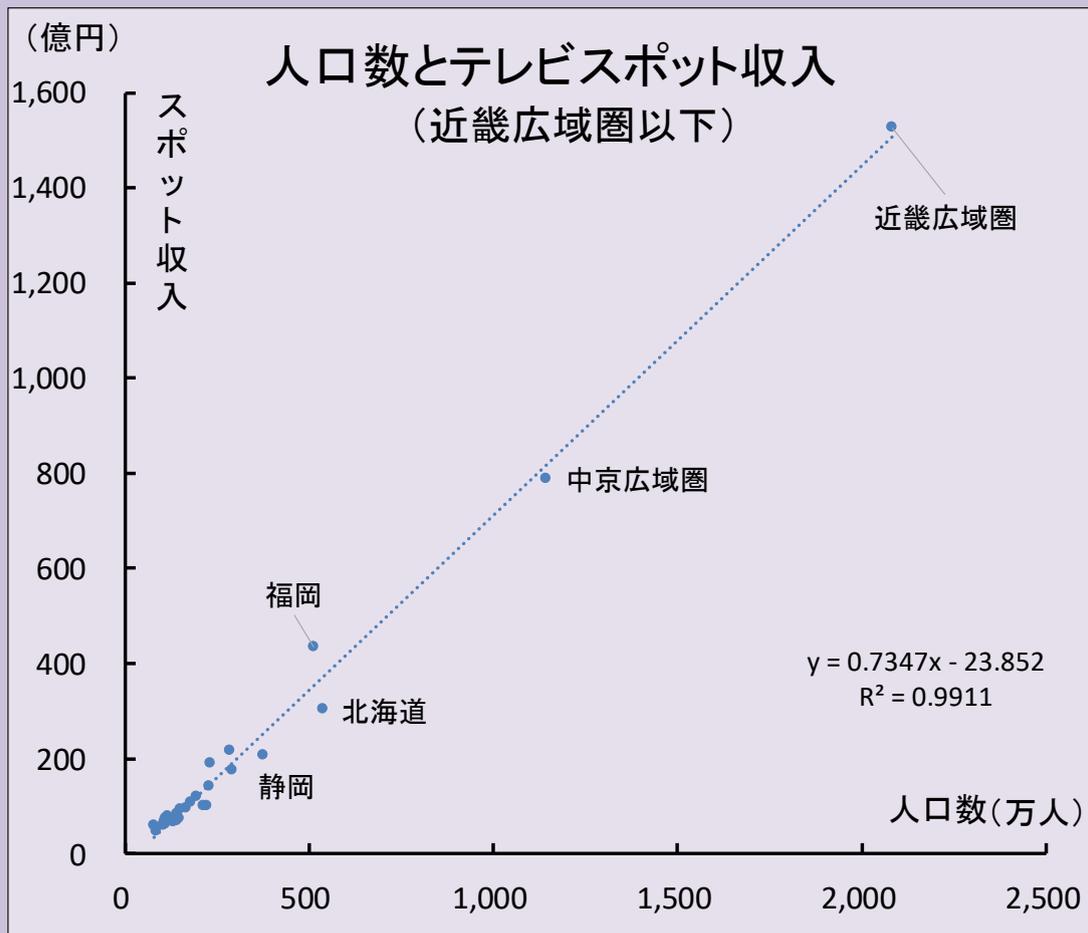
地上波テレビ、ラジオ放送事業収入の構成 (放送事業収入の内訳)



*民放連研究所による推計。

ローカル局の収入規模とエリア特性の関係

- エリア全体の売上規模を決定する最大の要因は人口
- ➡ しかし…エリアによって人口と売上規模の関係は微妙に異なる



*2016年度時点(民放連研究所作成)

Ⅱ. ローカル局経営の現状と展望

民放テレビ、ラジオの経営規模

○2017年度末時点

単位：億円	テレビ社（含む兼営社）1社当り					ラジオ単営1社当り				
	東京	大坂	名古屋	系列局-加	独立局	東阪名 中短波	ローカル AM	東阪名 FM	ローカル FM	参考： 3大都市圏 以外のFM
売上高	2,287	530	255	64	45	65	11	37	8	6
総資本	3,098	791	493	116	64	140	12	80	13	10

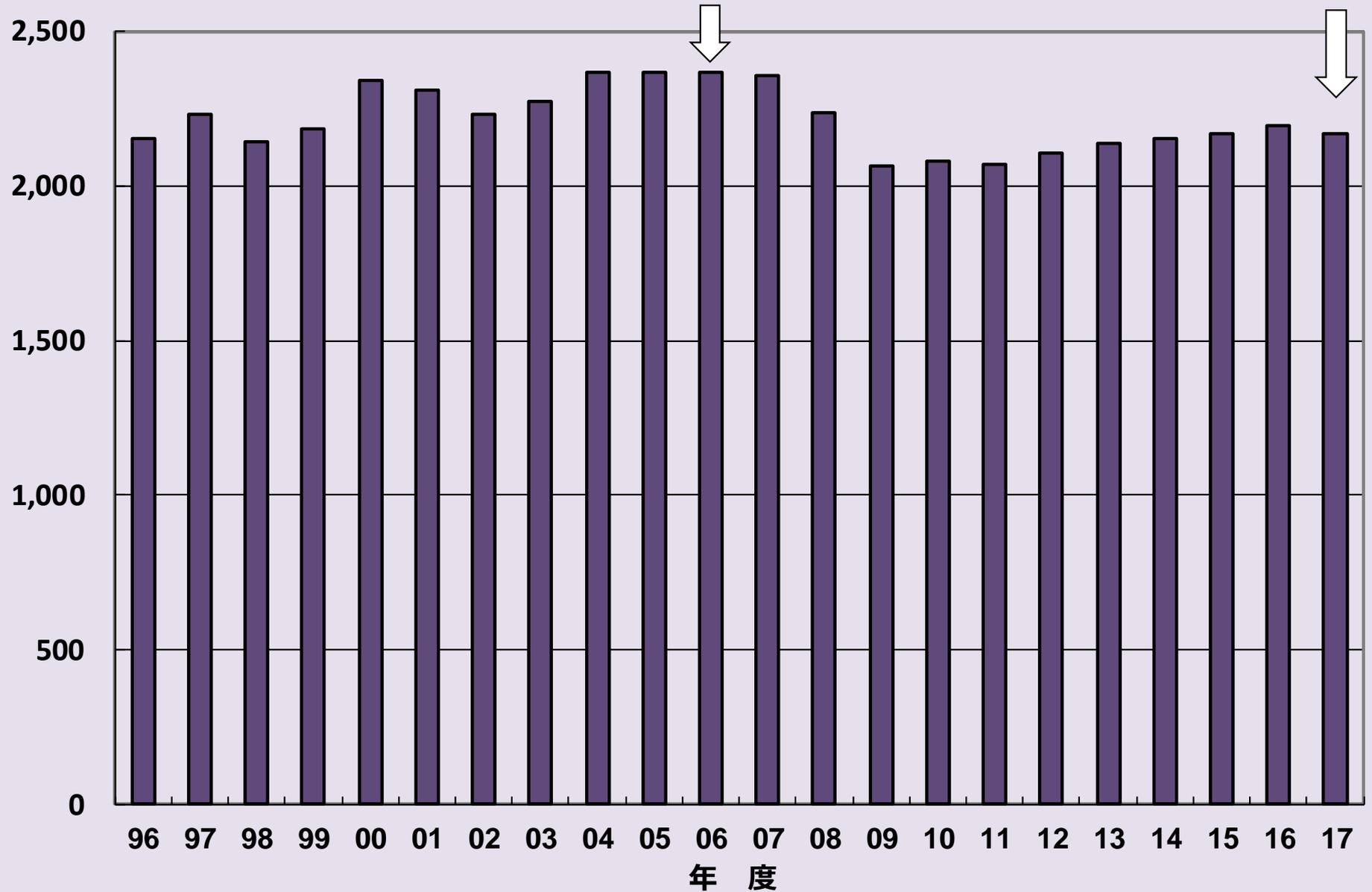
*民放連「経営分析調査」より作成。以下同。

テレビ営業収入の推移

単位：10億円

テレビ最大(2兆3,702億円)

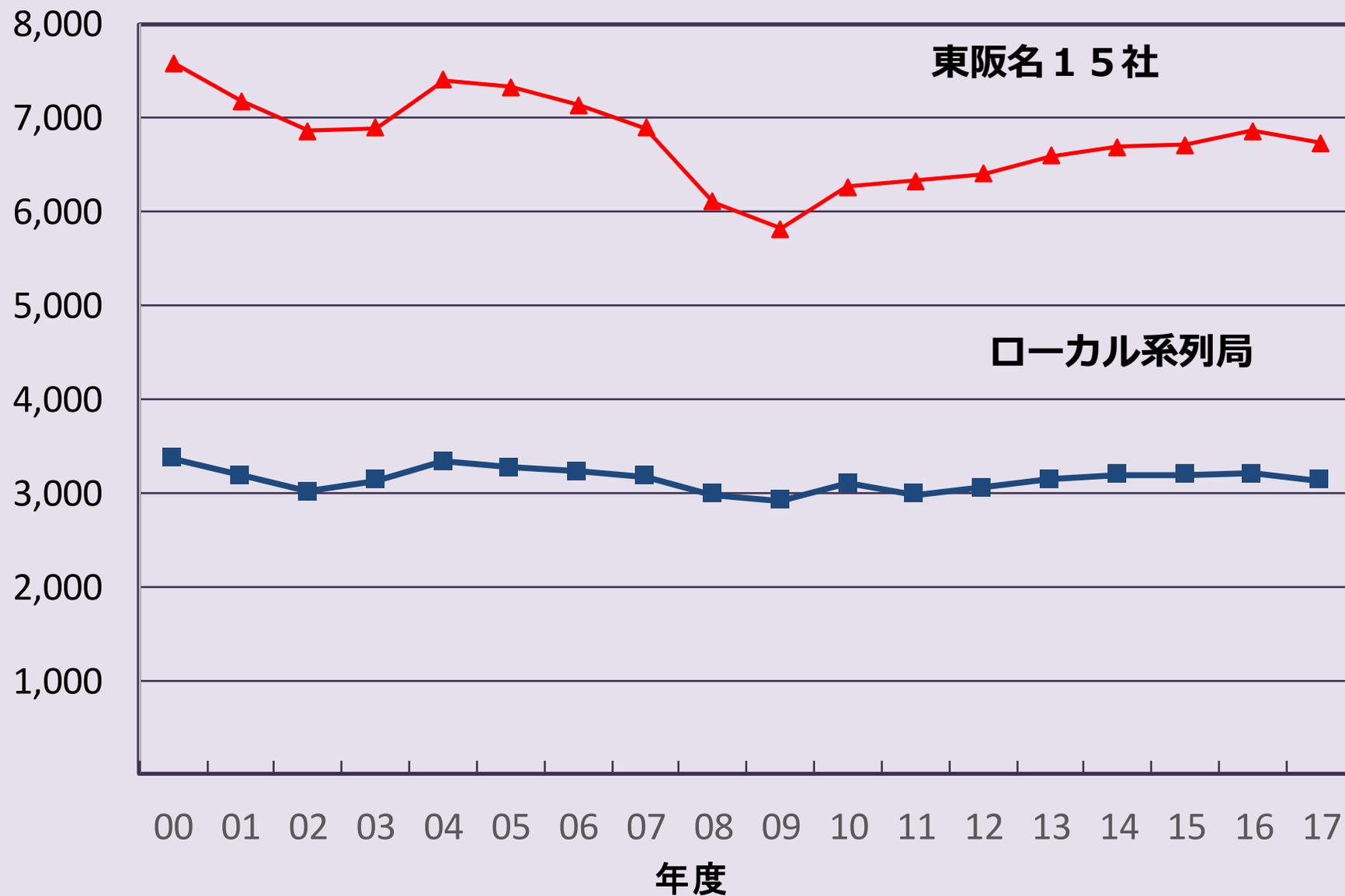
2017年度(2兆1,710億円)



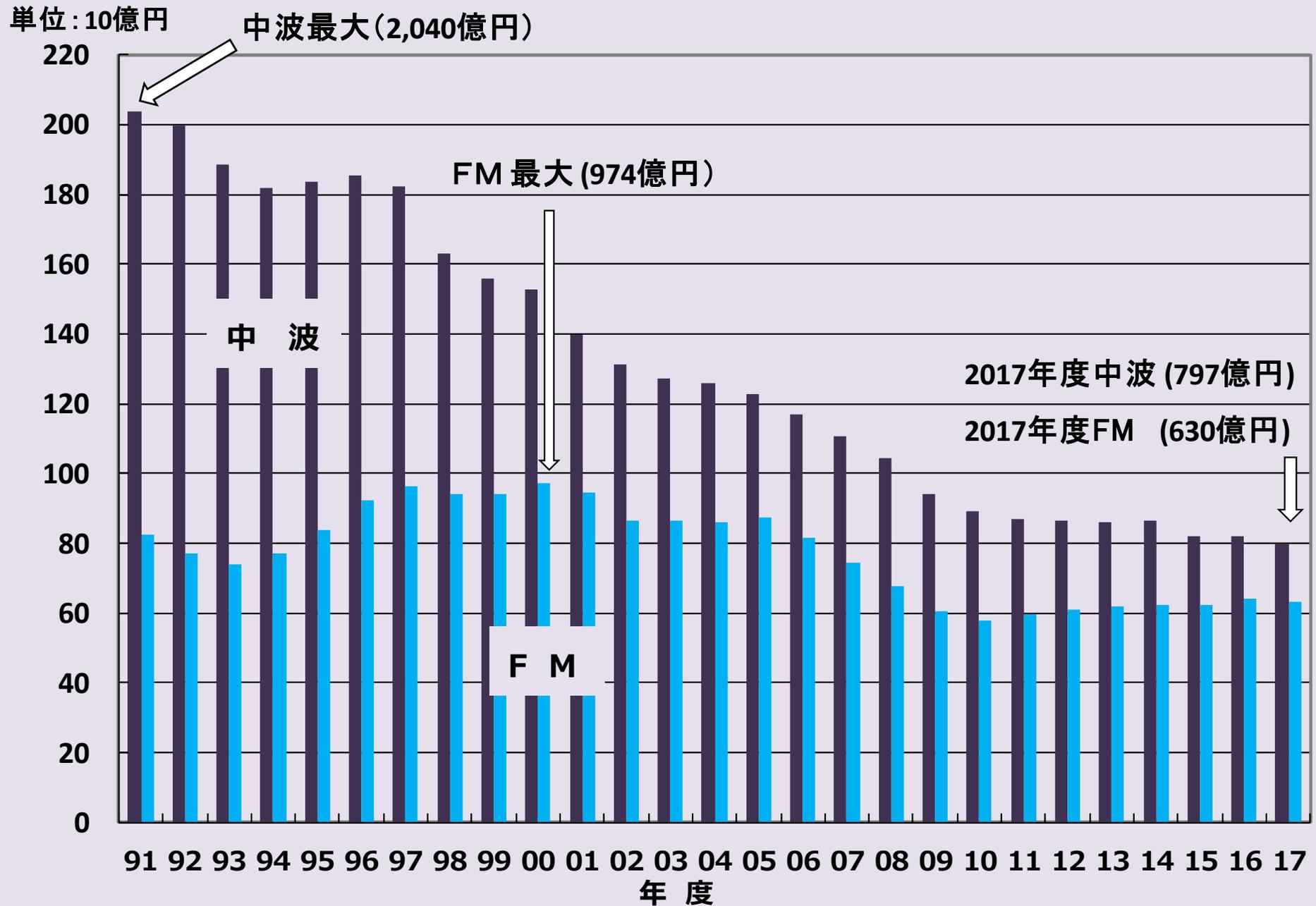
東阪名/ローカル別スポット売上高推移

単位:億円

スポット売上高

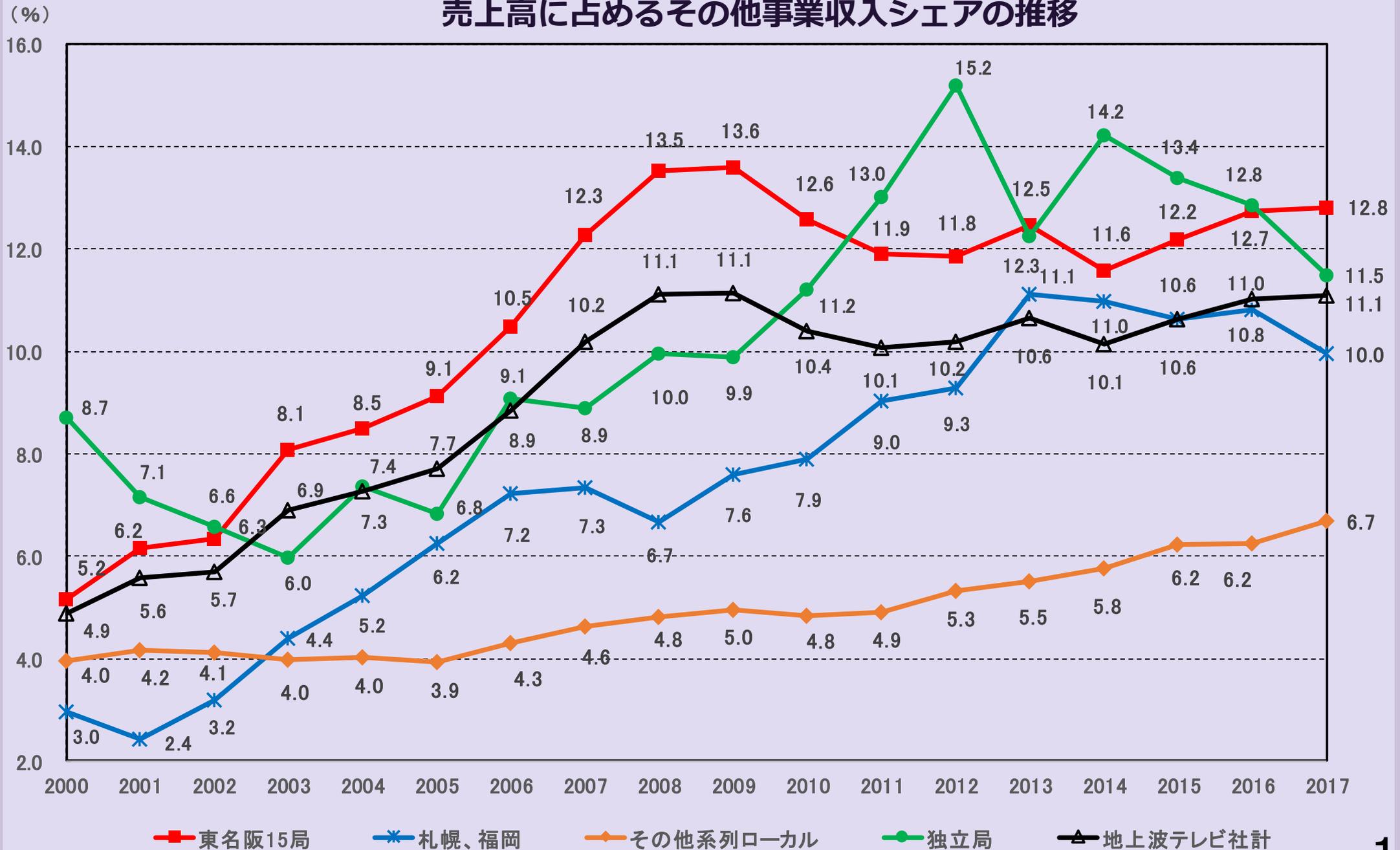


ラジオ営業収入の推移

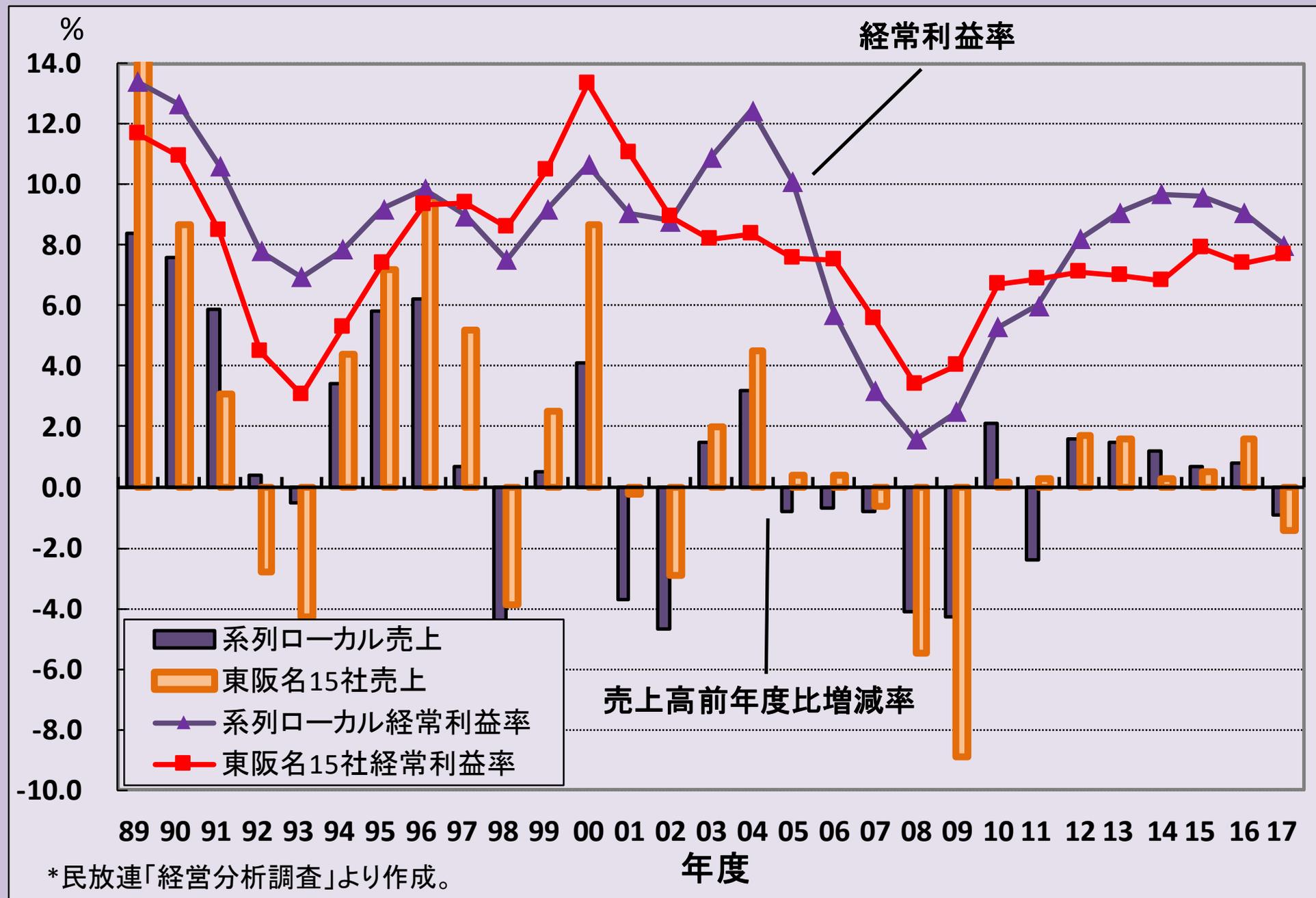


その他事業収入の推移

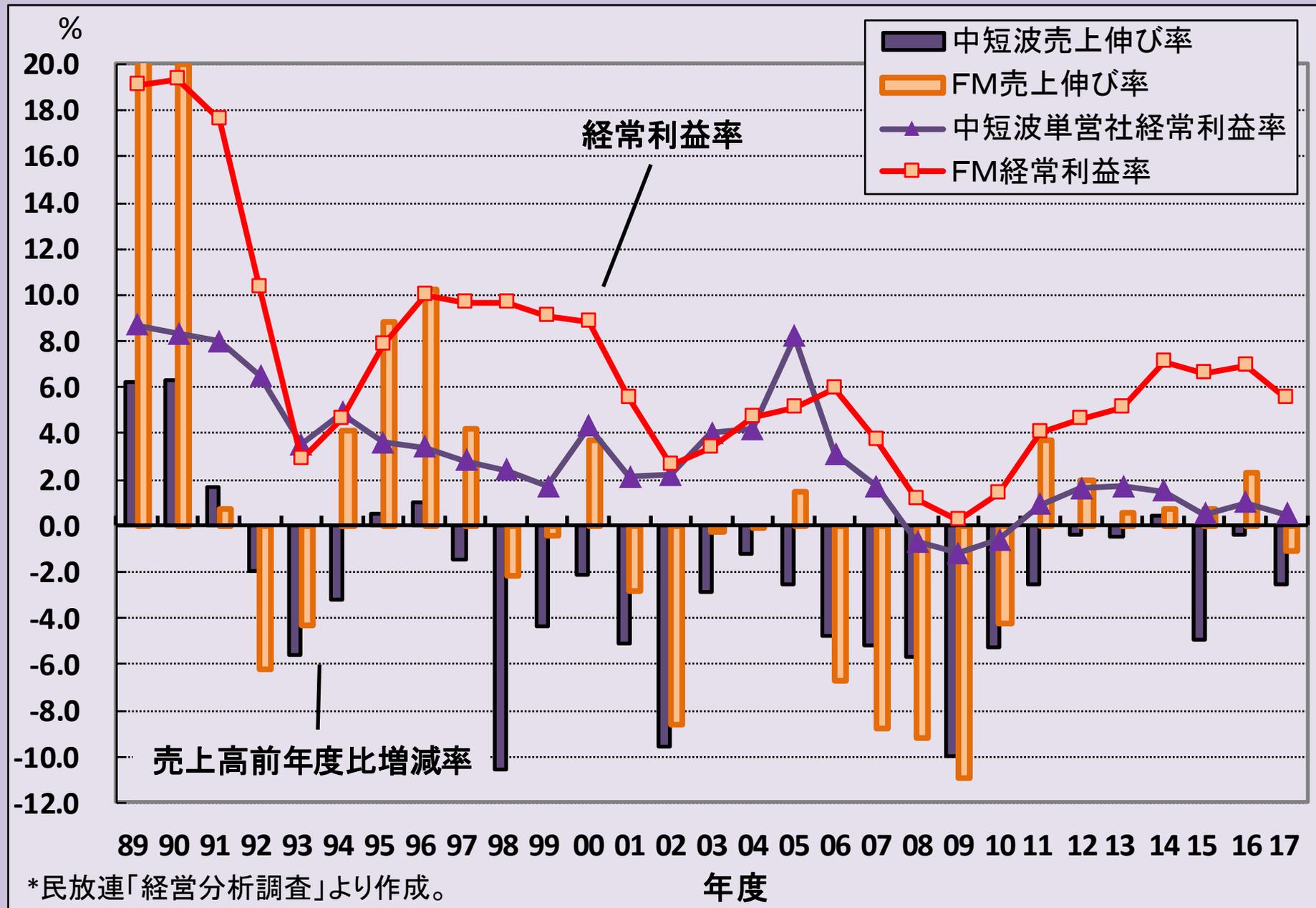
売上高に占めるその他事業収入シェアの推移



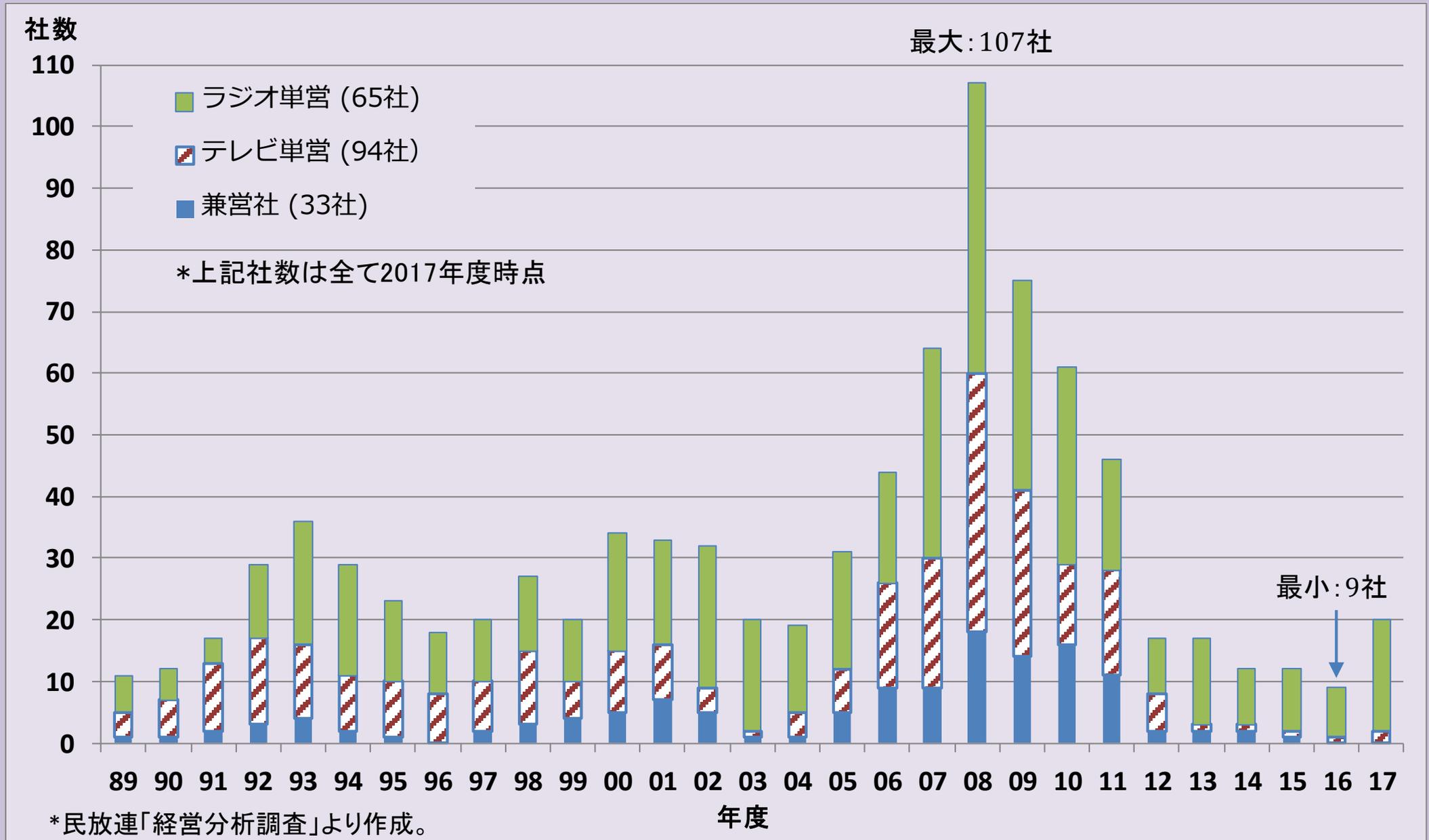
テレビ社の売上高増減率と経常利益率推移



ラジオ社の売上高増減率と経常利益率推移

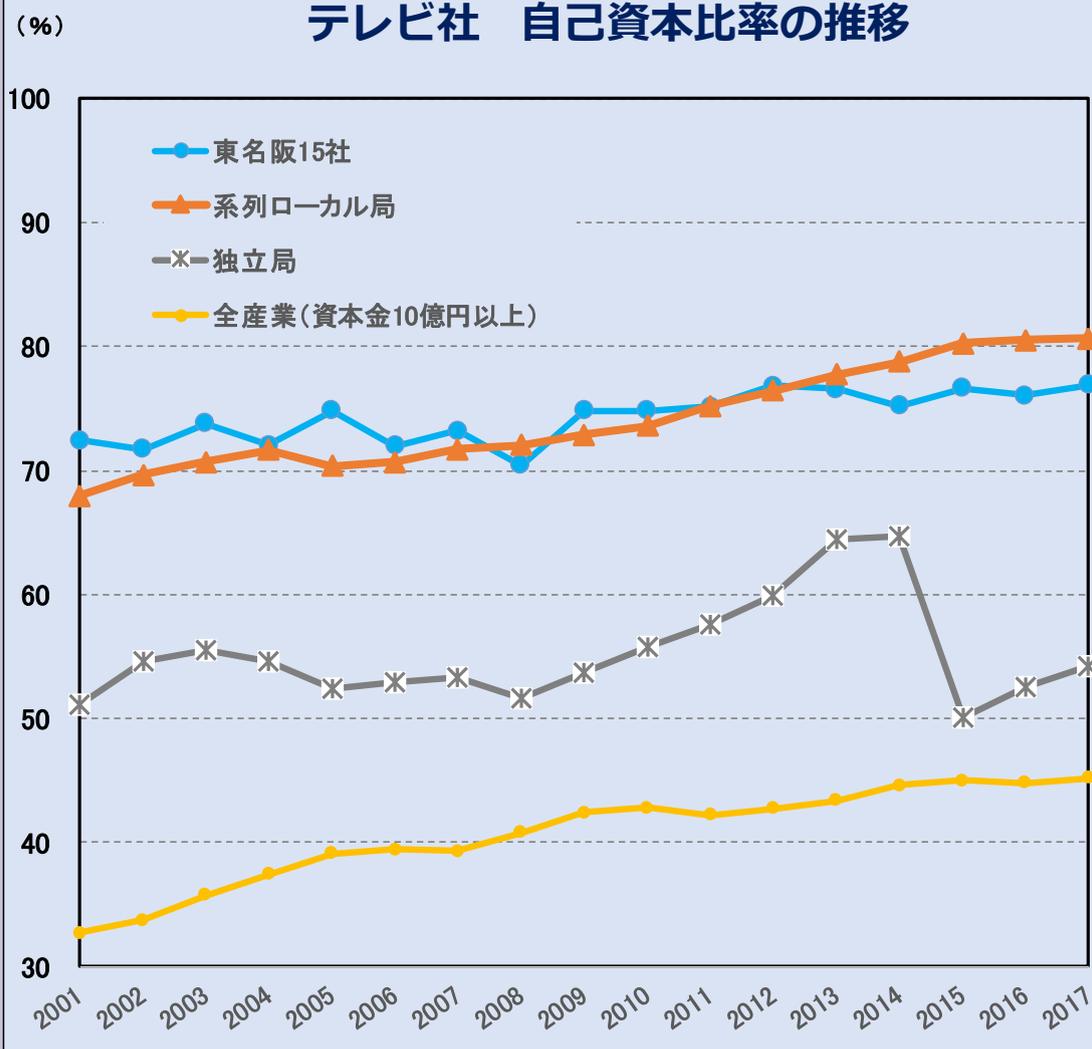


損失計上社数の推移 (当期純利益)

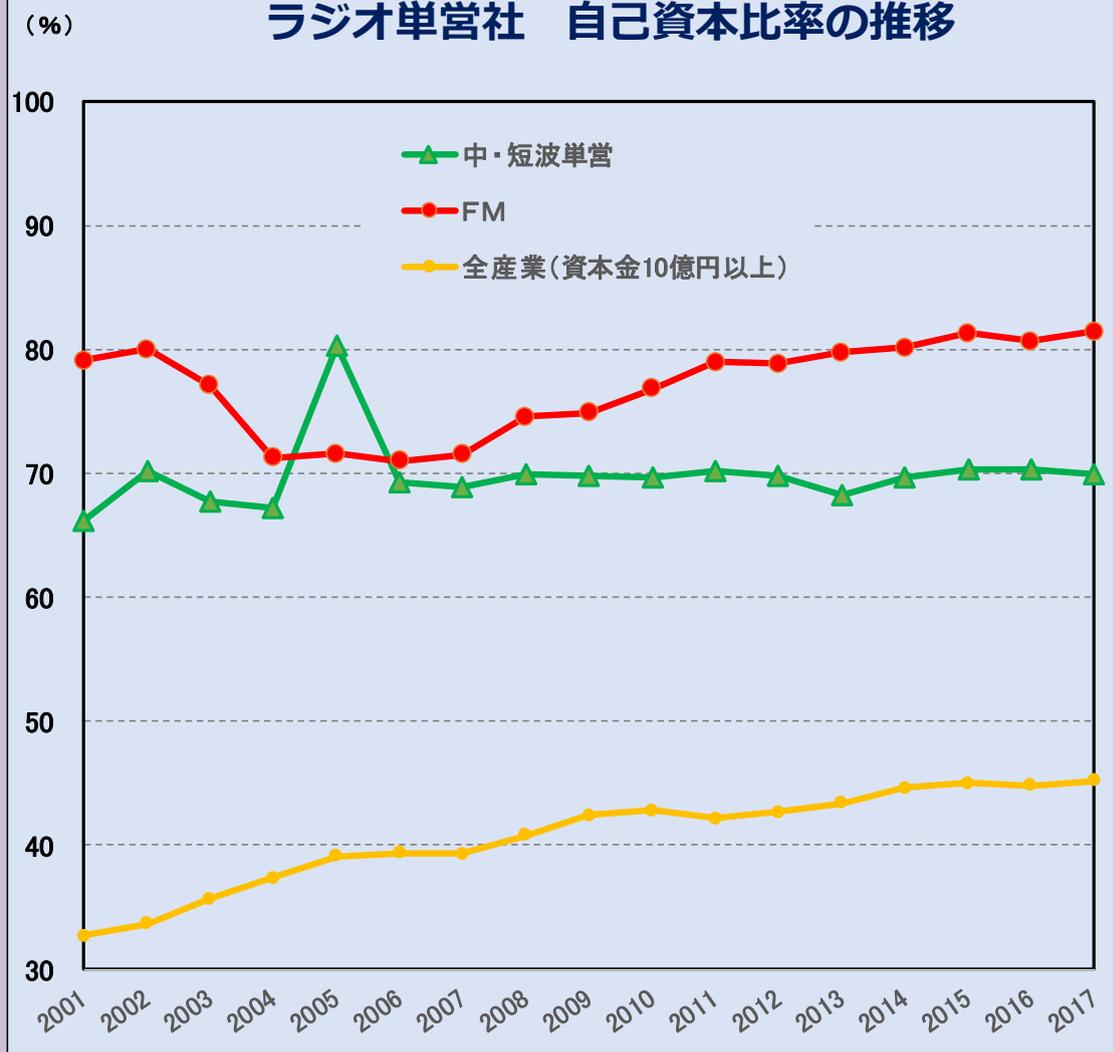


自己資本比率

テレビ社 自己資本比率の推移

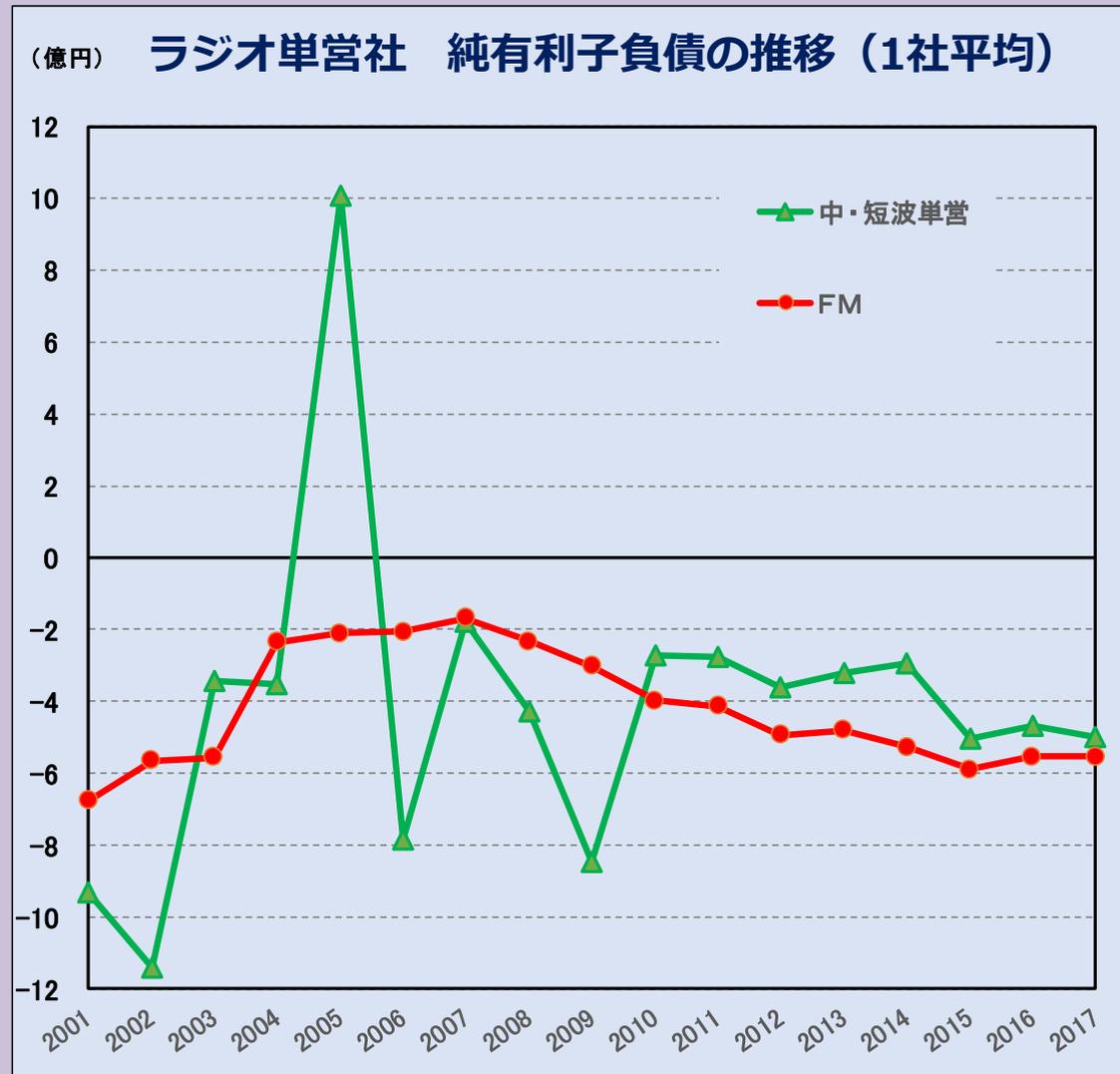
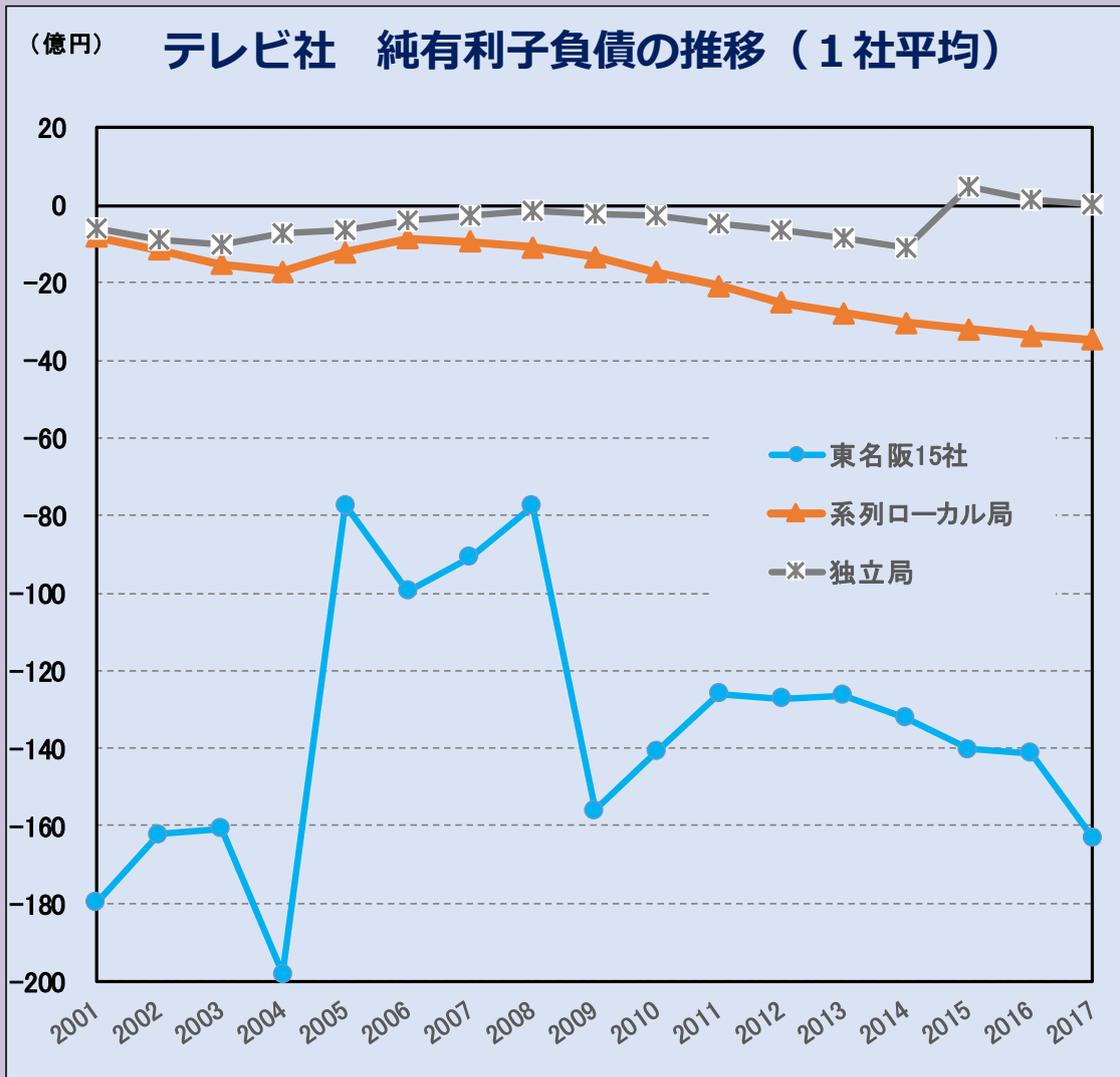


ラジオ単営社 自己資本比率の推移



*民放連「経営分析調査」より作成。

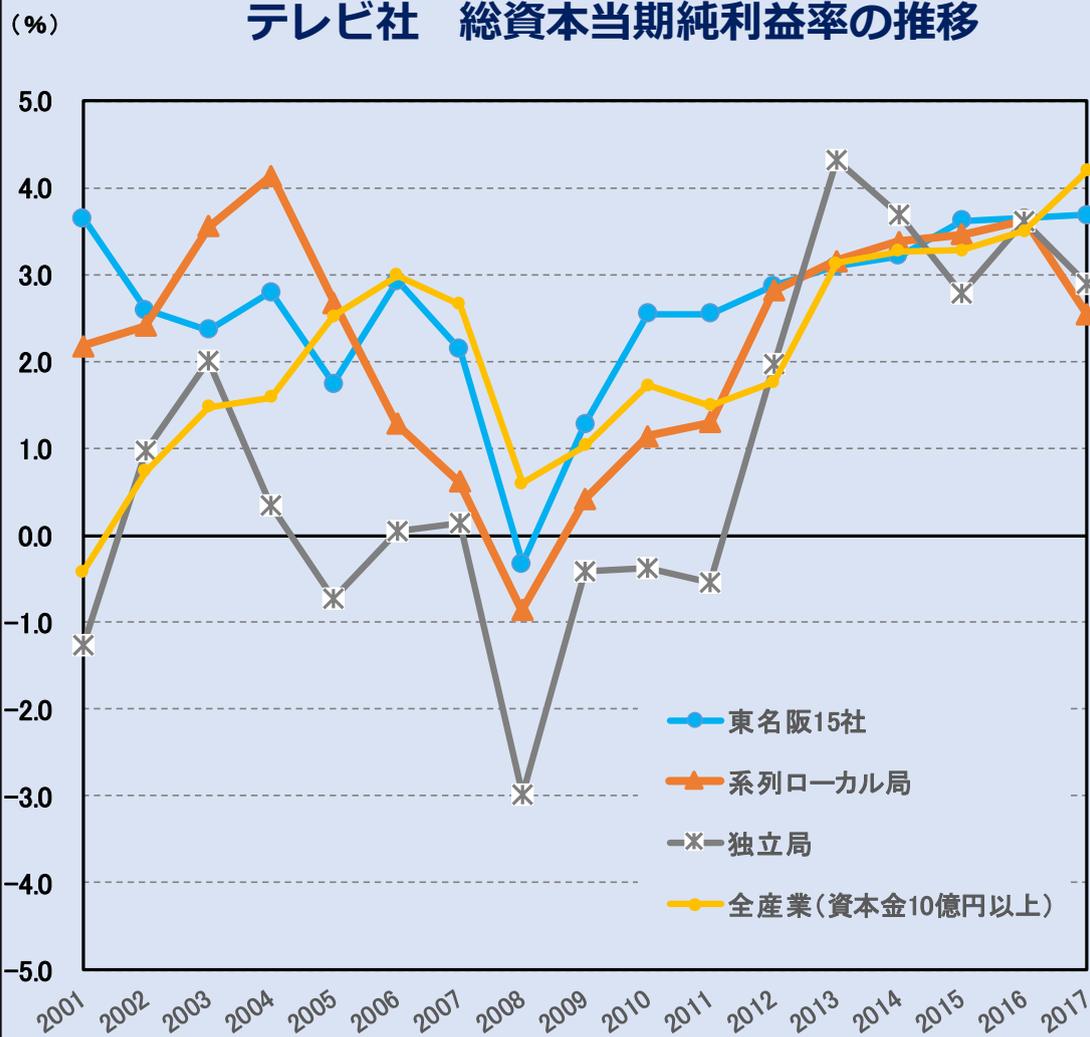
純有利子負債



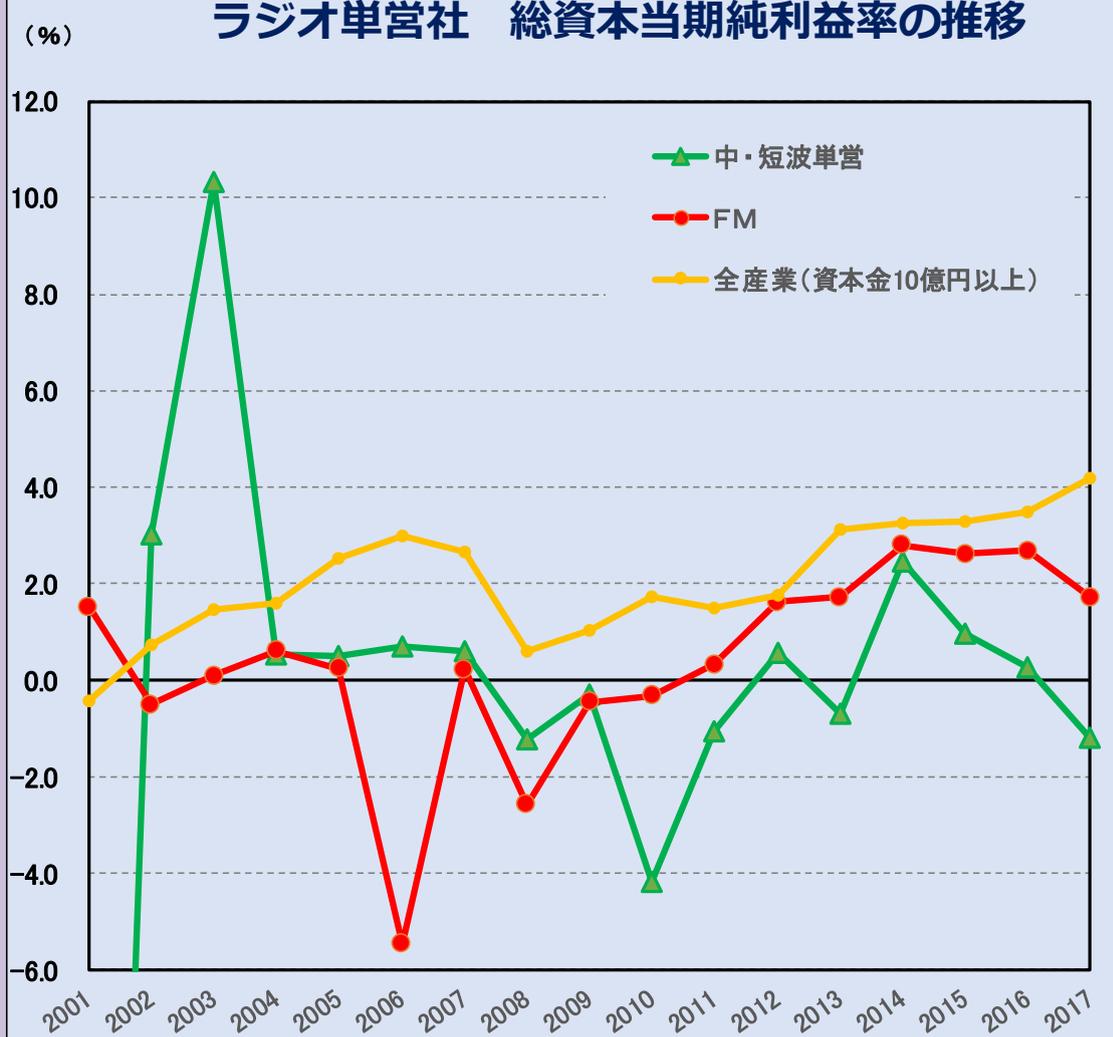
*民放連「経営分析調査」および各社事業報告書より作成。

総資本当期純利益率 (ROA)

テレビ社 総資本当期純利益率の推移



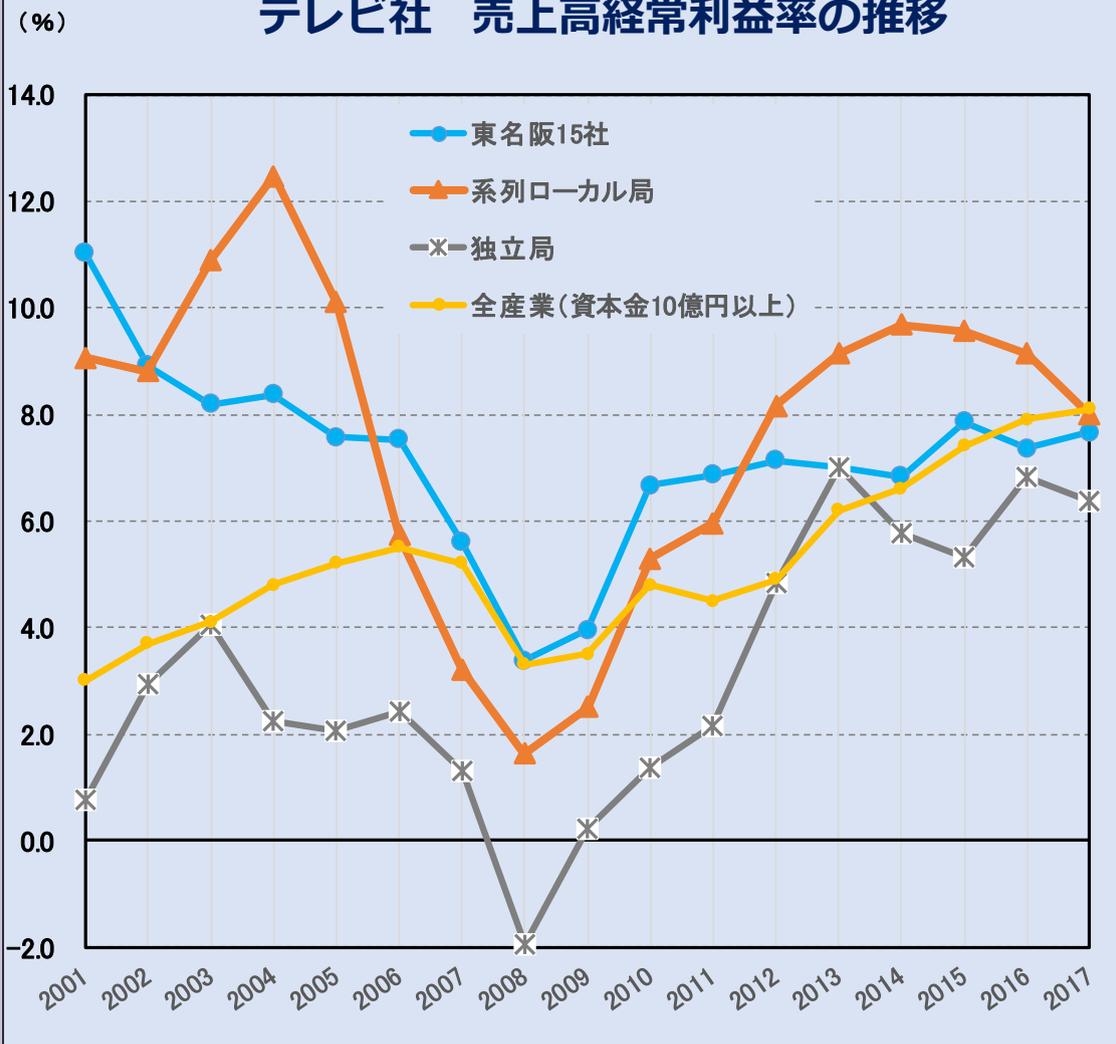
ラジオ単営社 総資本当期純利益率の推移



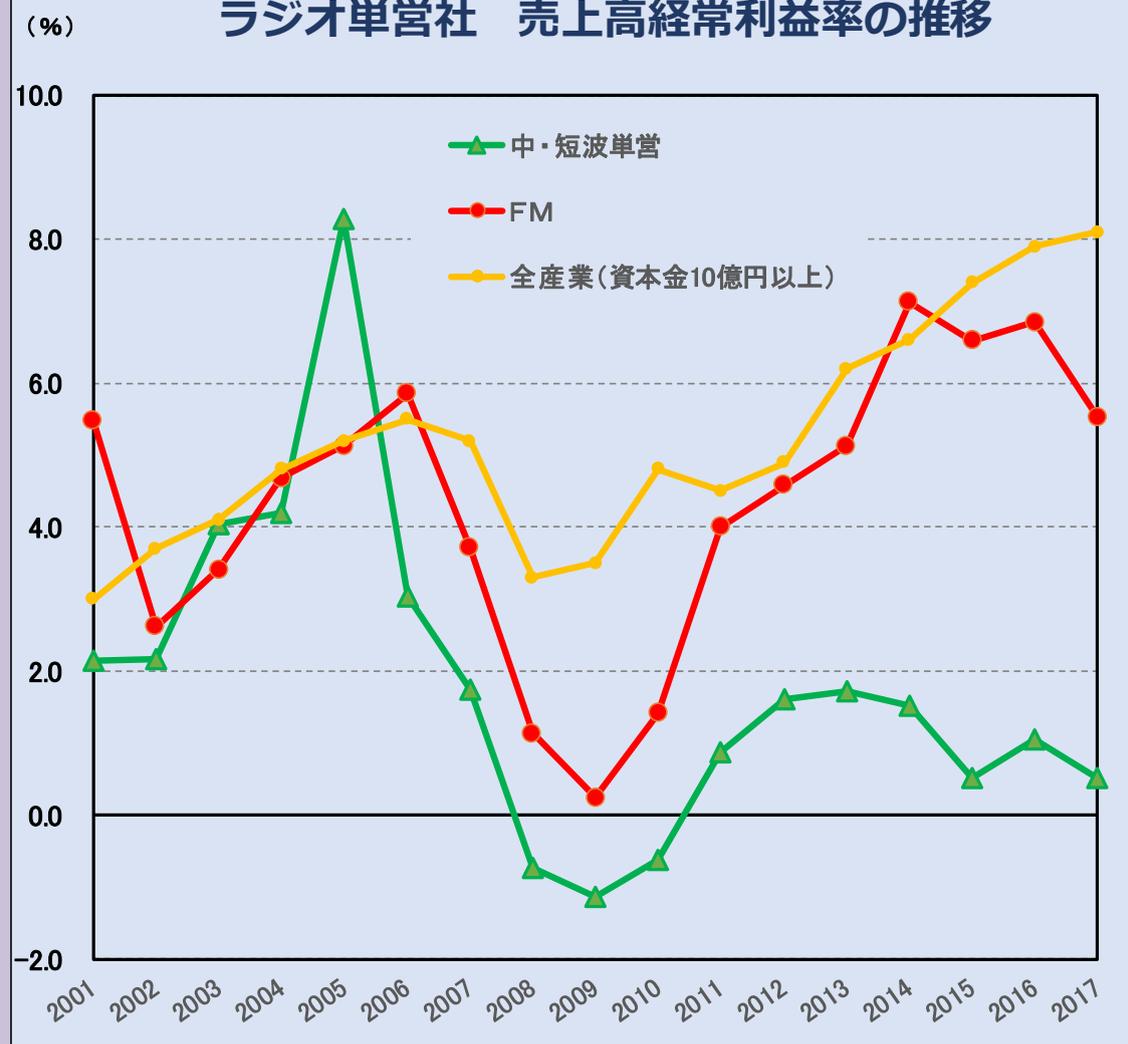
*民放連「経営分析調査」より作成。

売上高経常利益率

テレビ社 売上高経常利益率の推移

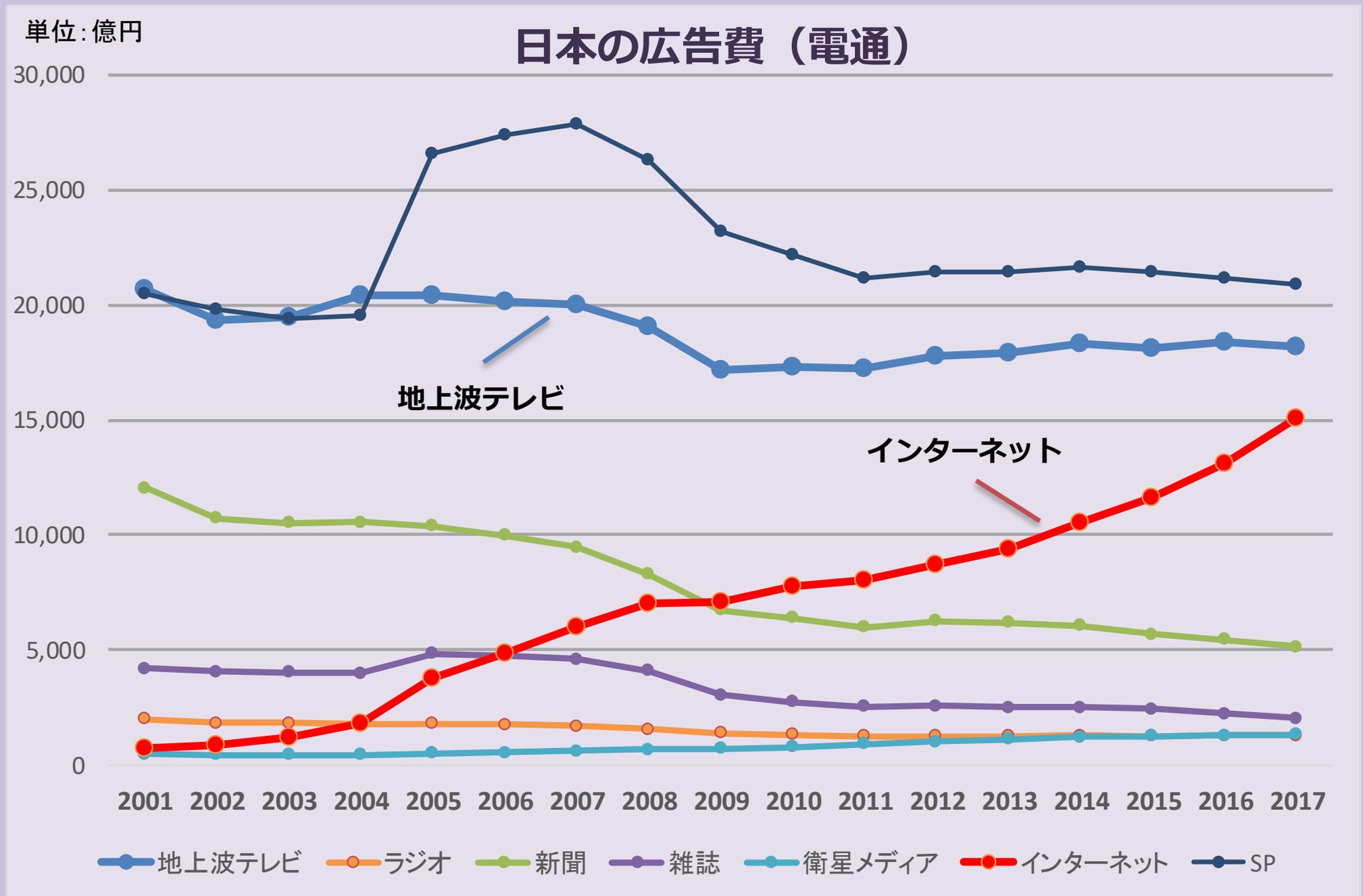


ラジオ単営社 売上高経常利益率の推移

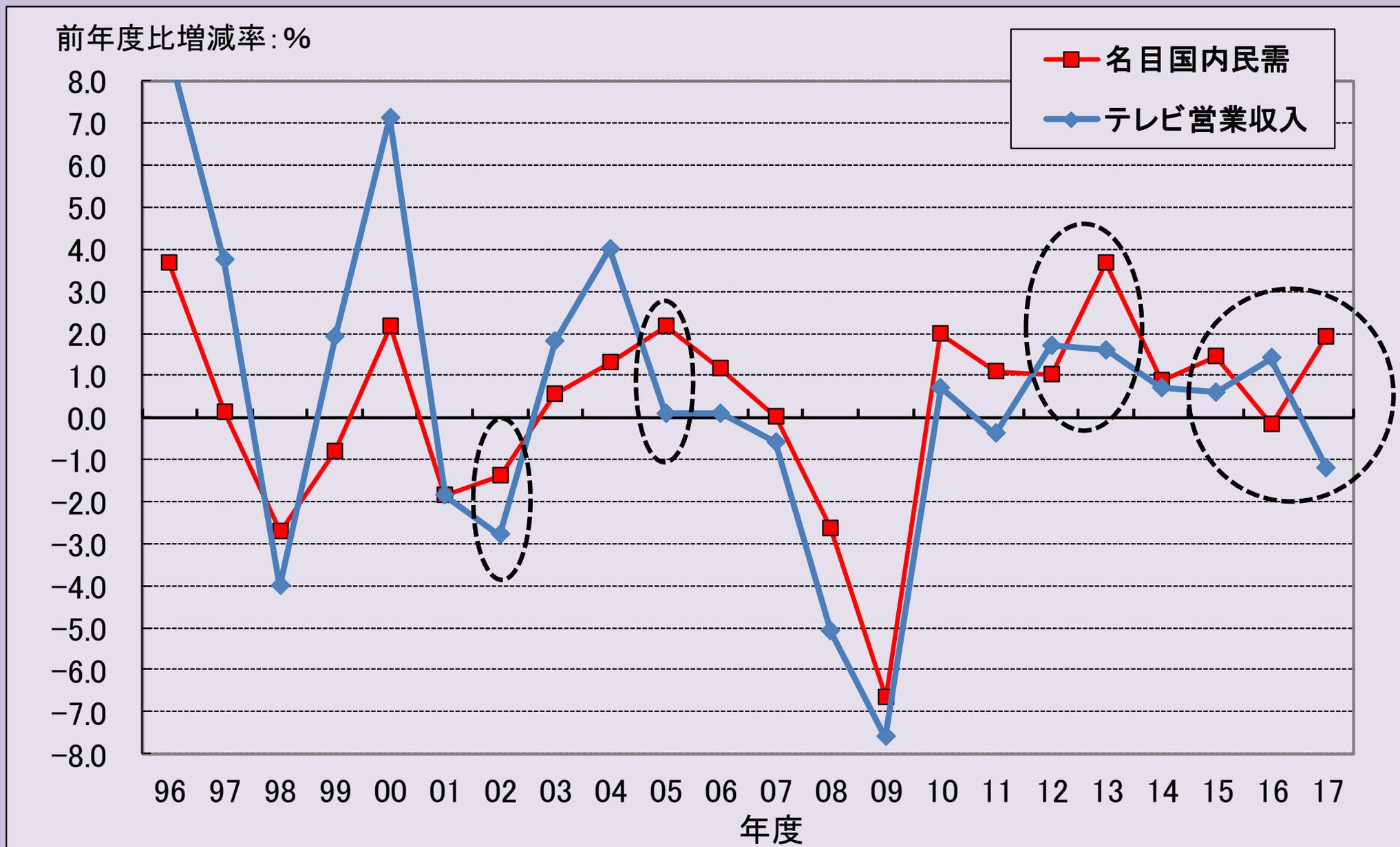


*民放連「経営分析調査」より作成。

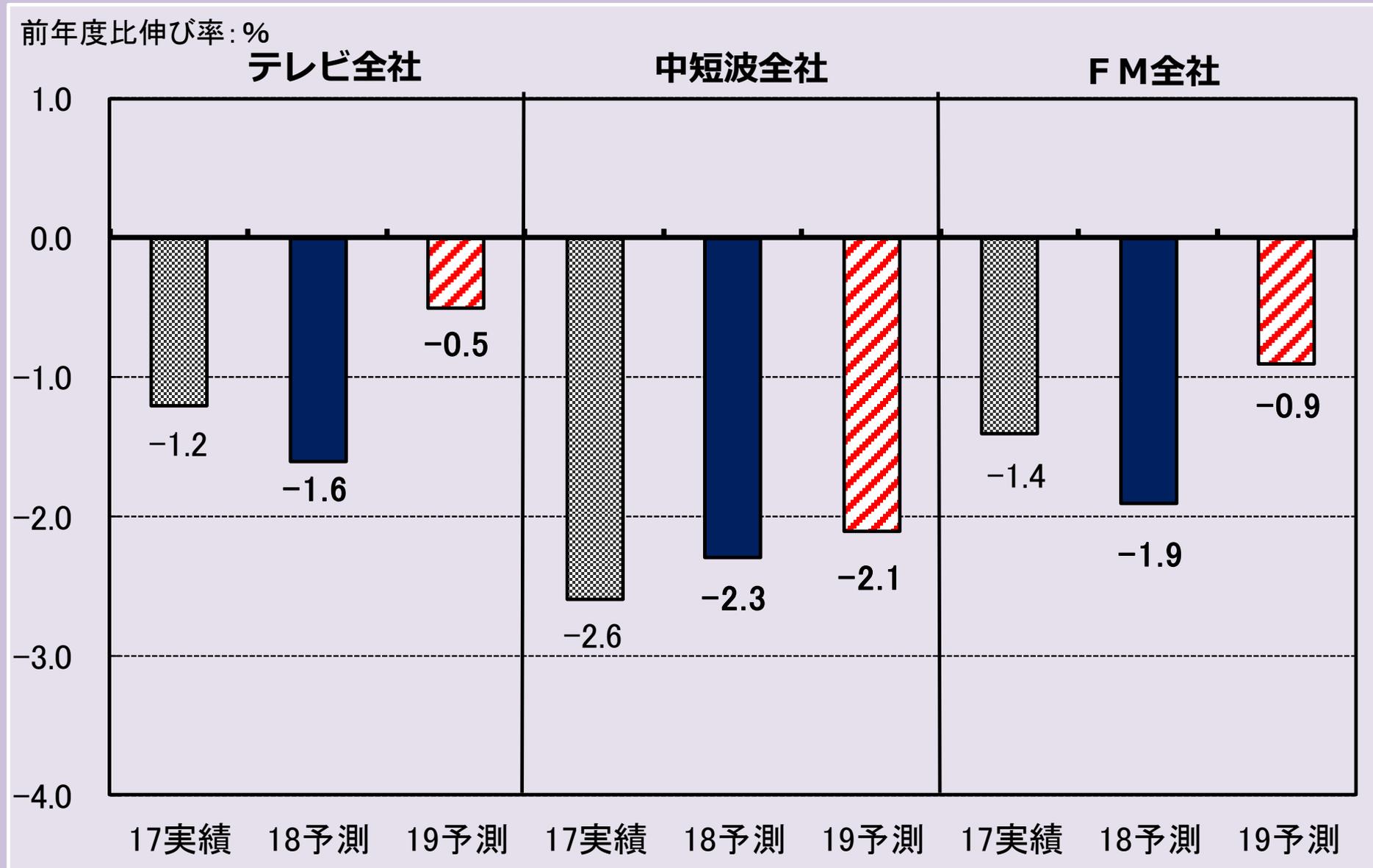
媒体別広告費の推移



テレビ営業収入とマクロ経済指標の関係



地上民放テレビ、ラジオ営業収入予測



*民放連研究所「2018～20019年度のテレビ、ラジオ営業収入見通し」（2018年9月）より。

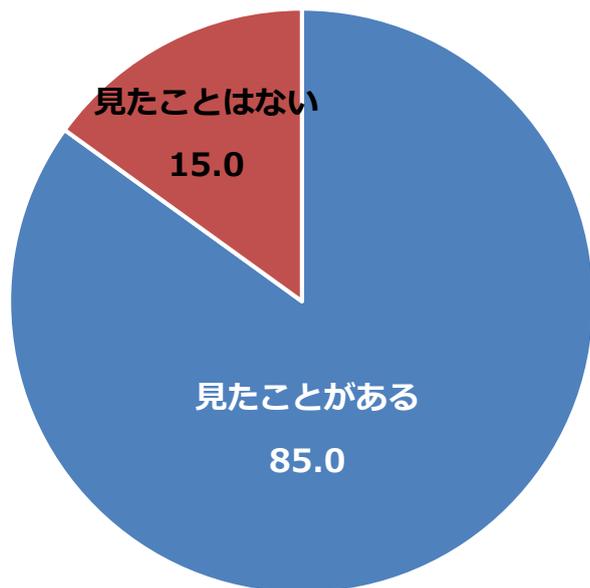
Ⅱのまとめ

- リーマンショック後、テレビとFMの売上高は持ち直し傾向に。ローカルテレビとキー・準キーに伸び率水準の格差はほとんどない。
- 利益率や特にB/Sについてはローカルも含めてテレビ社はいまだ極めて健全。ラジオも全体としては健全経営を維持。
- 2017年度からはテレビ、ラジオとも若干の減収に。
- マスメディアの中で最後まで持ちこたえていたテレビも、インターネット広告にパイを奪われる傾向が顕在化しつつある。

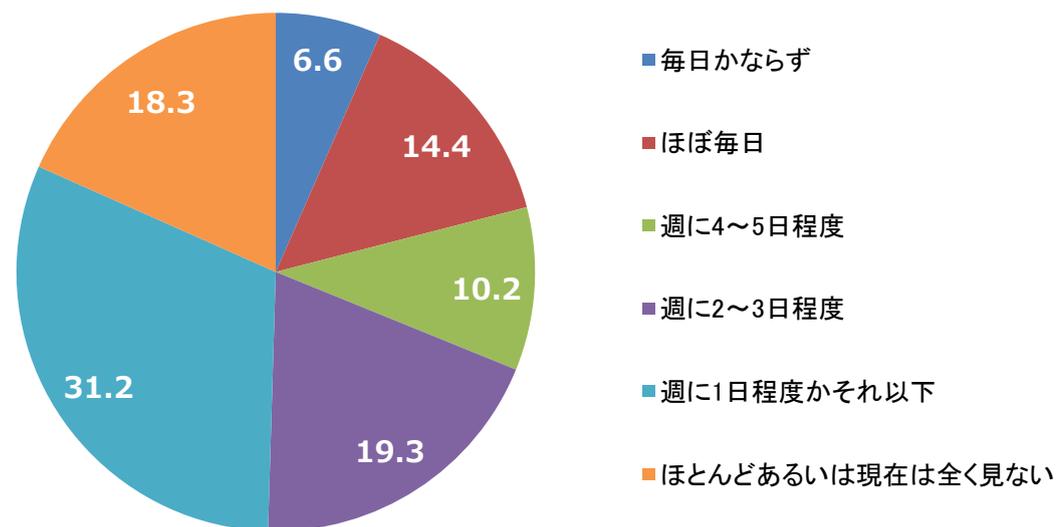
Ⅲ. ローカル局が果たしている 地域での役割

地域情報番組の視聴経験・頻度

地域情報番組の視聴経験(%)



地域情報番組の視聴頻度(%)



*ネットユーザー調査、全国15-74歳個人対象、有効回答数8,311、2018年3月、民放連研究所。以下同。

地域情報番組への評価

○ 親しみを感じる、役に立つ情報が得られるとの項目の評価が特に高い。

%	そう思う+ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない+そう思わない
民放テレビの地域情報番組は、全国放送の番組に比べ、親しみを感じる	71.3	20.2	8.6
民放テレビの地域情報番組からは役に立つ情報が得られる	62.2	27.8	10.1
民放テレビの地域情報番組は、信頼できる	54.5	37.7	7.8
民放テレビの地域情報番組を見ることは楽しい	51.2	33.6	15.2
民放テレビの地域情報番組を見ることは、生活の一部になっている	35.2	29.5	35.3

*上位10項目のみ表示。

○ 天気情報、災害情報、ローカルニュース、交通情報への評価が特に高い

%	かなり+まあ役に立つ	どちらともいえない	あまり+全く役に立たない	その他+無回答
地域の天気・気象情報	91.1	7.1	1.4	0.4
災害時の情報や災害に備えた情報	80.0	16.4	2.5	1.1
地域のニュース	79.7	15.7	4.3	0.4
地域の交通情報	78.0	16.4	4.3	1.4
地域の飲食店などグルメ情報	59.2	24.9	13.4	2.5
地域の観光、旅情報	59.0	27.9	10.9	2.2
自治体からのお知らせ・広報など	56.2	30.3	9.6	4.0
地域のエンターテインメント/イベント情報	52.4	31.1	13.6	2.8
地域の生活情報(健康・医療、家事、子育てなど)	50.9	31.9	12.7	4.5
全国の観光、旅情報	47.7	33.9	15.2	3.2

ローカル局が主催するイベントへの評価

○ お祭り、フェスティバルや、番組イベント・まつりへの参加経験が多い。

お住まいの地域(都道府県内)で行われた以下のイベントや催し物のうち、民放テレビ局や民放ラジオ局が主催しているものに参加したことがありますか。(%)	(ほぼ)定期的に参加+ちよくちよく参加	たまに参加+過去に参加	参加したことはない
番組イベント・まつり、番組の公開生放送や公開収録	11.0	68.1	20.9
コンサート、ライブ、音楽フェス、オペラなど音楽系のイベント	13.1	53.0	33.9
演劇、ミュージカル、芸能、舞台、ステージ(音楽系除く)	10.0	36.0	53.9
お祭り、フェスティバル(フードフェスなど。音楽系除く)	13.2	70.0	16.8
展覧会(美術展・写真展・アニメ展など)	11.6	52.1	36.3
スポーツ(放送局主催のプロ・アマ試合観戦や、各種スポーツイベントの参加など)	11.1	39.8	49.1
見本市、展示会、博覧会、各種フェア	10.8	54.3	34.9
講演会・会議イベント	7.4	36.3	56.2
文化系・趣味・娯楽(囲碁・将棋大会、映画試写会、お化け屋敷など)	9.1	38.5	52.3

○ 親しみが持てる、安心・信頼できるとの項目の評価が特に高い。

民放テレビ局や民放ラジオ局が行っているイベント等について、当てはまると思うものをそれぞれ1つお選びください。(%)	そう思う+ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない+そう思わない
親しみが持てるイベントが多い	59.9	32.9	7.2
安心・信頼できるイベントが多い	52.2	40.3	7.4
面白い/楽しいイベントが多い	44.2	44.7	11.0
内容が充実しているイベントが多い	39.3	47.9	12.7
また参加したいと思うイベントが多い	32.8	48.8	18.5
有益なイベントが多い	32.1	53.7	14.2

ローカルテレビ、ラジオが行うイベントの事例（タイトルのみ）

地域 活性化

仙台放送まつり、みやぎ元気まつり、SENDAI WINTERPARK、ふくしまの元気！応援CM大賞、スマイルfestivalちば、幕張めっせ ときどきフリーマーケット、チームラボアイランド、Snow Jam 2017、CBCラジオ秋まつり、東海テレビ感謝祭、KITAGATA清流フェス、チャリウッド、ほたるまち夏祭りガーデン、トアロード・アコースティック・フェスティバル、BSSまつり、678chテレビまつり、婚活イベント、yabふれあいフェスタ、高松冬のまつり、サヌキ・ロック・コロシウム、キタQミスキャン、サガテレビ春フェス、OAB大感謝祭、まつり宮崎、KKBふるさとCM大賞、シーサイドステーションin阿久根、那覇大綱曳きまつりRBC市民フェスティバル

食・ 農業

HBCラジオ北海道農業応援スペシャル、ドキドキFOODパーク、収穫祭、F30大感謝祭、静岡第一テレビ農業塾、北陸ラーメン博、全国まんぷく祭り、谷五郎と神戸市バス45系統で巡る灘五郷バスツアー、輝け11～しまね町村フェスティバル～、ひろしまフードフェスティバル、DEJIMA博、KKTくまもと農カプロジェクト、OBS感謝祭フードスタジアム

スポー ツ

meijiカップ、ほっとゆだ2017北日本雪合戦大会、出光イーハトーブトライアル大会、タンロップ・スリクソン福島オープン、プロ野球公式戦横浜vs日本ハム、しずおか市町対抗駅伝、日本平桜マラソン、静岡マラソン、とやまジュニアスポーツ大賞、グランフォンド富山、金沢百万石ロードレース、プロ野球公式戦（豊橋市民球場）、三重テレビジュニアゴルフ大会、プロ野球・奈良県人会、OHK杯岡山県ママさんバレーボール大会、愛媛マラソン、UMK青少年スポーツフェスタ、キッズサッカー大会

文化・ 芸術

野口久光シネマ・グラフィックス展、全東北ピアノコンクール、オールドストーリー「昔話×音楽」、FM GUNMAアマチュア音楽祭「ROCKERS」、藤城清二ソフト活用事業、山日YBS席書き大会、かなざわ美人稽古、ザ・ビートルズ来日50周年記念「THE TRIBUTE」、クラシック音楽イベント、UNKNOWN ASIA/ART EXCHANGE OSAKA 2016、森陶岳の全貌展、満点音楽祭、阿波の狸まつり、Tokushima Musicians Fes、映画「海すずめ」トークショー、あいテレビ吹奏楽2016、宗像・沖ノ島大国宝展、「色彩の奇跡 印象派展」、Lovefes、黄金のファラオと大ピラミッド展、那覇ハーリー、新唄大賞

子育て 教育

子育て応援団、子育て応援団すこやか2016、小学生スピーチコンテスト、親子で楽しむ音楽会、親子ふれあいマラソン大会、SBC学校科学大賞表彰式と付随イベント、TSB児童画展、テレビ信州キッズRUN テレビ信州杯長野県新体操クラブカップ選手権、恐竜ワールド、ジョブキッズとやま、チュウキョ〜くんのすこやかフェスタ、スプリングフェスタin矢橋帰帆島公園、3000人の吹奏楽、子育て応援団すこやか2016、かぞくのSmileydayFESTA、ながさきドリームプラスコンサート、RKK熊本県小中学校器楽合奏コンクール、子供の詩コンクール、すこやか家族応援団子育て博覧会、すこやかふれあいフェスティバル

健康

ピンクリボンキャンペーン、プラチナ世代博、秋田大学医療フォーラム、全国スイーツマラソンin福島、オリンピックデーラン長野大会、FBCリレーマラソンin芝政、ピンクリボンライトアップイベント、循環器病チャリティーゴルフ、Mine秋吉台ジオパークマラソン、えひめ5時間リレーマラソン、高知県がんフォーラム、親和銀行プレゼンツ第3回5時間リレーマラソン

防災・ 復興

北海道のチカラ 今、私たちにできること - 3.11とともに歩む（朗読会、ミニコンサート）、IWATEミライ博、「がんばろう東北！第40回松島ハーフマラソン大会」、千年希望の丘植樹祭、ふくしまFMスターティングライブ、東日本大震災復興祈念チャリティー公演伊勢正三・イルカコンサート、「横浜防災、来て、見て、学ぼう！みんなの防災フェア」、安全安心ふれ愛フェア

環境 保護

コスモアースコンシャスアクトグリーンキャンペーンin静岡、グリーンキャンペーンin六渡寺海岸、つたえよう美しき森、コスモアースコンシャスアクトグリーンキャンペーン（三重）、藤袴と和の花展、コスモアースコンシャスアクトグリーンキャンペーン（島根）、海と日本プロジェクト、海と日本プロジェクトin高知、水と緑の物語、水の国高校生フォーラム、コスモアースコンシャスアクトグリーン・キャンペーンinうらそえ、夏休みこども自由研究

チャリ ティー

24時間テレビ39（北海道）、チャリティーオークション（青森）、歳末チャリティーオークション（岩手）、チャリティーオークション（山形）、ラジオ・チャリティー・ミュージックソン（福島）、企業対抗チャリティーゴルフ大会、～目の不自由な方へ音の出る信号機を～ラジオ・チャリティー・ミュージックソン、RNCラジオチャリティーミュージックソン、安藤優子講演会～報道の現場から、24時間テレビ（鹿児島）

その 他

【交通安全】セーフティドライブキャンペーン、【飲酒運転撲滅】LIVE SDD HOKKAIDO、LIVE SDD（大阪）、【薬物乱用防止】薬物乱用防止キャンペーン（岡山）、「NO DRUG, KNOW DRUG」薬物乱用防止イベント（福岡）、薬物乱用防止キャンペーン（熊本）、【インバウンド】名古屋ブラジルフェスタ、カニ王国鳥取フェスタ、福岡ウェルカムキャンペーン、【女性応援】WOMAN EXPO Fukuoka

災害時の役割

○被災地のネットユーザーに対する調査（民放連研究所調査）より

（役に立った＝“非常に役に立った”、“かなり役に立った”、“やや役に立った”の合計：7段階評価）

地震（東北は津波）から避難するのに実際に役に立った情報源をお聞かせください。（％）	北海道（2018.10調査）		熊本（2016.05調査）		東北3県（2011.09調査）	
	役に立った	利用していない	役に立った	利用していない	役に立った	利用していない
ラジオ（カーラジオ、radiko.jpを含む）	62.3	29.1	50.1	34.2	69.3	23.1
テレビ（ワンセグ、カーナビ、車載テレビを含む）	34.4	33.1	61.4	22.2	46.9	25.1
携帯電話の通話	54.3	15.2	55.2	16.6	10.8	21.5
LINE通話などのIP電話	45.7	29.1	51.1	34.0	-	-
固定電話の通話	7.9	51.0	12.1	56.7	3.2	42.3
電子メール/SMS	42.4	29.8	44.4	34.9	22.3	24.0
Twitter、LINE、Facebookなどのソーシャルメディア	49.0	26.5	52.1	32.3	4.6	72.5
地震／災害関連安否確認サイトなどのウェブサイト	53.1	27.2	58.0	26.7	8.7	60.4
動画／ストリーミングサイト（YouTube、ニコ生等）	10.6	59.6	8.5	64.5	2.1	72.2
テレビ局が提供するインターネット上のテレビ同時配信	11.9	60.3	-	-	-	-
防災無線（屋外拡声器、屋内受信機等を含む）	14.5	61.6	22.8	47.5	17.1	51.3
自治体・警察・消防等の広報車・口頭での呼びかけ	12.0	56.3	26.3	42.2	23.6	42.5
家族、隣人、友人、知人等周りの人	61.6	15.9	71.7	11.0	53.3	19.2
自分の経験、知識、判断（直感を含む）	47.0	7.9	46.4	14.9	24.5	21.2
非難した人数/回答総数	n=151/2,032		n=739/1,190		n=897/2,268	

北海道胆振東部地震被災地でのメディアの有用度評価

情報源として、下記のメディアやコミュニケーション手段等は総合的に見てどの程度お役に立ちましたか。(%)
 (“非常に役に立った”、“かなり役に立った”、“やや役に立った”の合計)

*それぞれのメディアの利用者の回答のみを集計。上位5つまでを表示。

当 日			翌日～3日後		
1	ラジオ(カーラジオ、radiko.jpを含む)	95.5	1	ラジオ(カーラジオ、radiko.jpを含む)	94.1
2	家族、隣人、友人、知人等周りの人	83.1	2	テレビ(ワンセグ、カーナビ、車載テレビを含む)	91.4
3	Twitter、LINE、Facebookなどのソーシャルメディア(SNS)	81.7	3	ニュース・地震／災害関連安否確認サイトなどのウェブサイト、防災アプリ	88.9
4	ニュース・地震／災害関連安否確認サイトなどのウェブサイト、防災アプリ	79.3	4	家族、隣人、友人、知人等周りの人	87.5
5	電子メール/SMS	77.3	5	Twitter、LINE、Facebookなどのソーシャルメディア(SNS)	86.0

被災地でのメディア別信頼度評価

地震から1週間程度までを総合して、下記のメディアやコミュニケーション手段等からの情報は、どの程度信頼できましたか。	北海道胆振東部地震			参考:熊本地震
	信頼できた	どちらとも いえない	信頼でき なかった	信頼できた
ラジオ(カーラジオ、radiko.jpを含む)	89.5	8.2	2.3	82.7
テレビ(ワンセグ、カーナビ、車載テレビを含む)	84.1	11.9	4.0	86.4
電話(IP電話を含む)での家族、親戚、友人、知人との通話	64.4	29.1	6.4	75.2
電子メール/SMS	49.0	39.5	11.5	65.0
Twitter、LINE、Facebookなどのソーシャルメディア(SNS)	42.8	33.7	23.6	59.7
ニュース・地震/災害関連安否確認サイトなどのウェブサイト、防災アプリ	71.6	23.6	4.8	83.8
動画/ストリーミングサイト(YouTube、ニコ生、AbemaTV等)	26.1	52.0	21.9	31.6
テレビ局が提供するインターネット上のテレビ同時配信	42.6	46.4	11.0	-
新聞	69.3	23.5	7.2	78.7
避難所、被災現場等での自治体、自衛隊、政府等の組織からの情報提供	44.7	46.4	8.9	64.5
避難所、被災現場等でのボランティア/ボランティア組織等からの情報提供	37.2	53.6	9.2	58.0
周りの人や家族、親戚、友人との口頭での会話	61.4	29.7	8.9	80.6

*民放連研究所調査