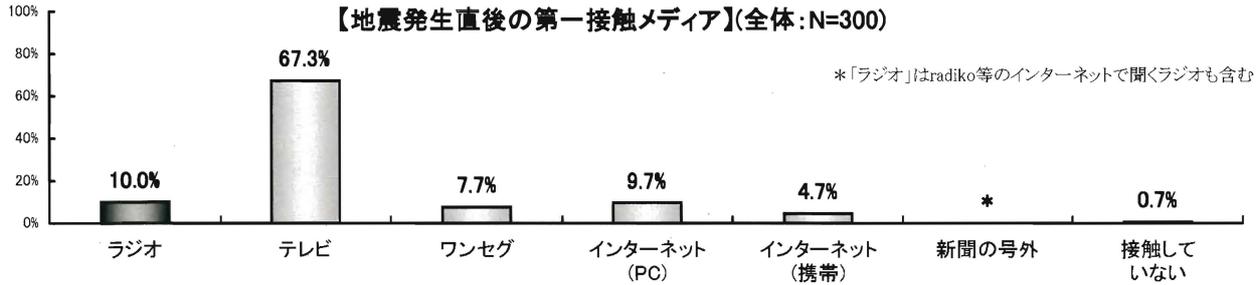


## ◎ 地震とメディアの接触状況について

### ■地震発生直後の第一接触メディアは・・・

3. 11の地震当日は平日の午後の為、調査対象者の約4割が職場・学校で最初の揺れに遭遇している。(1p参照) 地震直後、最初に接した人が最も多かったメディアはテレビ(67.3%)、それに続いたのがラジオ(10.0%)で、パソコンからのインターネット(9.7%)、テレビのワンセグ放送(7.7%)、携帯電話からのインターネット(4.7%)を上回った。

年代別では20代が最も多くラジオに接触しており、ワンセグは50代、インターネット(PC)は40代とわかれる結果だった。



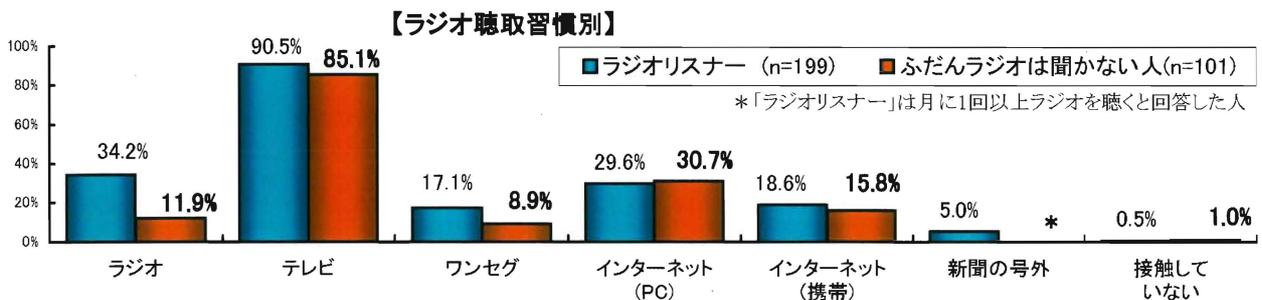
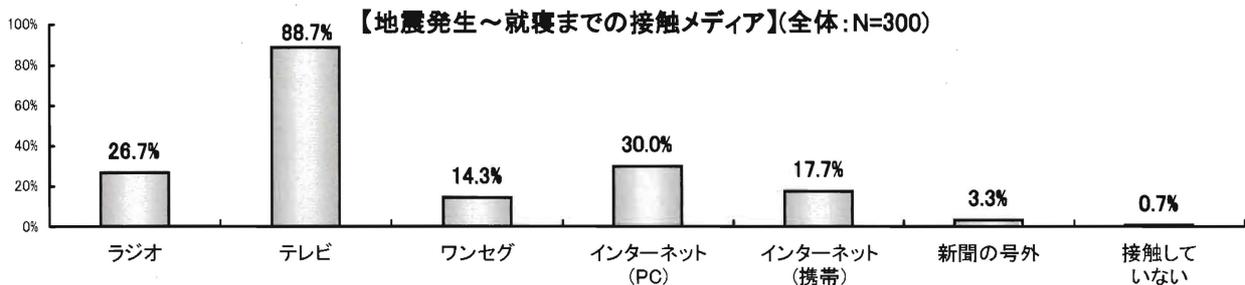
【年代別】

年代別	ラジオ	テレビ	ワンセグ	インターネット(PC)	インターネット(携帯)
男女20代(n=54)	13.0%	57.4%	7.4%	11.1%	11.1%
男女30代(n=74)	9.5%	66.2%	6.8%	10.8%	5.4%
男女40代(n=64)	10.9%	64.1%	4.7%	15.6%	3.1%
男女50代(n=51)	11.8%	58.8%	19.6%	7.8%	2.0%
男女60代(n=57)	5.3%	89.5%	1.8%	1.8%	1.8%

□ は各メディアで最もスコアの高い世代

### ■地震発生～就寝までの接触メディアは・・・

地震発生直後から寝るまでに、9割近くがテレビに接触する一方、4人に1人がラジオにも接触している。また、普段ラジオを聞かない人でも1割強が接触しており非常時のメディアとして利用された実態がうかがえる。



### ■地震以降のラジオ接触状況

3. 11から調査を実施した4月下旬までの間に、少しでもラジオを聞いた人は全体の6割、地震の発生に伴って自宅が停電した人(計画停電含)では更に高いスコア(68.7%)だった。

また、普段ラジオを聞かない人でも2割がラジオに接触しており、地震後新たにラジオを聞く人が増えたといえる。

