

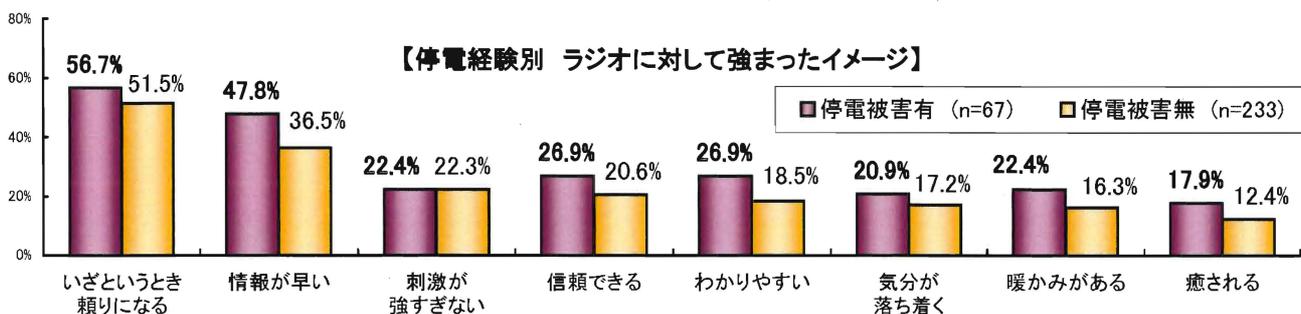
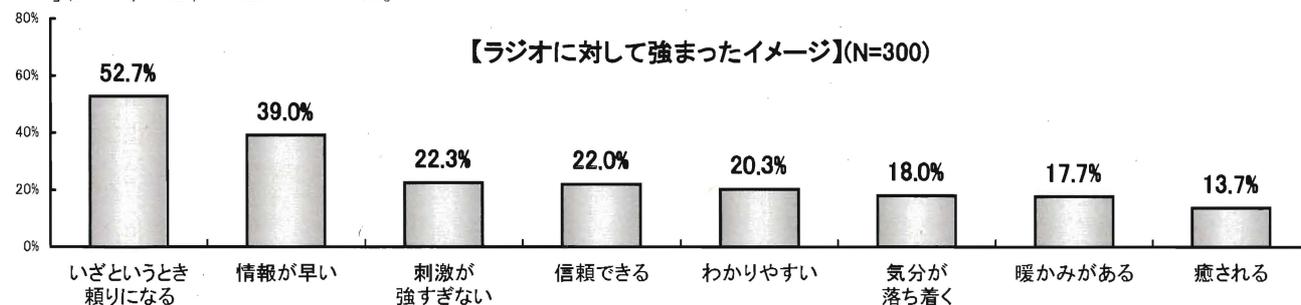
## ◎ ラジオに対する意識・意見などについて

(出典) (株)ビデオリサーチ 資料

### ■地震発生以降にラジオに対して強まったイメージは…

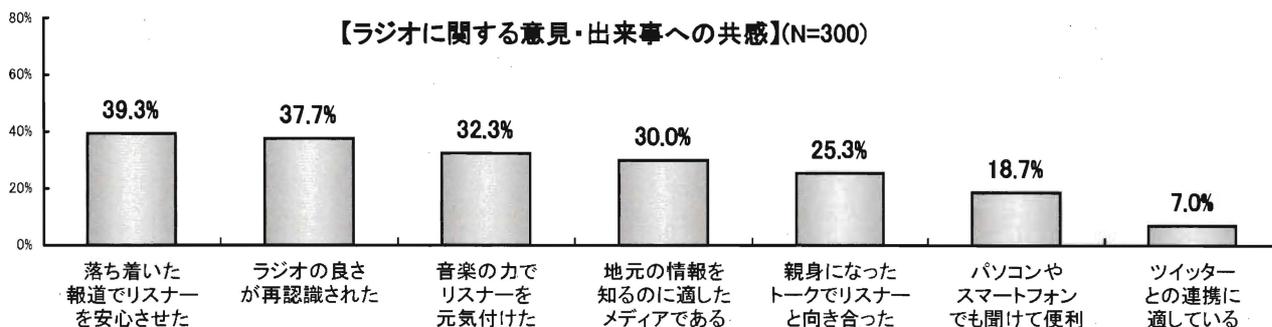
3.11以降、ラジオに対して強まったイメージとして最もスコアが高かったのが、「いざというとき頼りになる」(52.7%)だった。他に「情報が早い」(39.0%)、「刺激が強すぎない」(22.3%)などのイメージが強まったと回答があった。

また、停電(計画停電含)経験者は全体にスコアが高く、特に「情報が早い」については停電経験の無い人に比べて10ポイント以上高くなっており、非常時の情報入手手段として活用されたことが伺える。その他「信頼できる」(26.9%)「わかりやすい」(26.9%)が上位に上がっていた。



### ■地震発生以降に起こったラジオに関する出来事や意見は…

地震発生以後に起こった、ラジオに関する出来事や意見については、「落ち着いた報道でリスナーを安心させた」(39.3%)、ラジオの良さが再認識された(37.7%)、「音楽の力でリスナーを元気づけた」(32.3%)、「地元の情報を知るのに適したメディアである」(30.0%)といった項目に共感が集まりました。



### ■地震発生以降のラジオ・ラジオ用乾電池購入意向は…

地震の影響はラジオのハード面でも見られ、全体の4割近くがラジオ受信機やラジオ用の乾電池を購入しようとしている。「ラジオ受信機を追加購入した」(4.3%)、「新規に購入した」(3.3%)も一定数いたが、「ラジオ用の乾電池」については4人に1人(24.3%)が購入しており、今回の地震を期に非常用ラジオのメンテナンスが行われたのではないかと推察される。

