

青春ラジオ

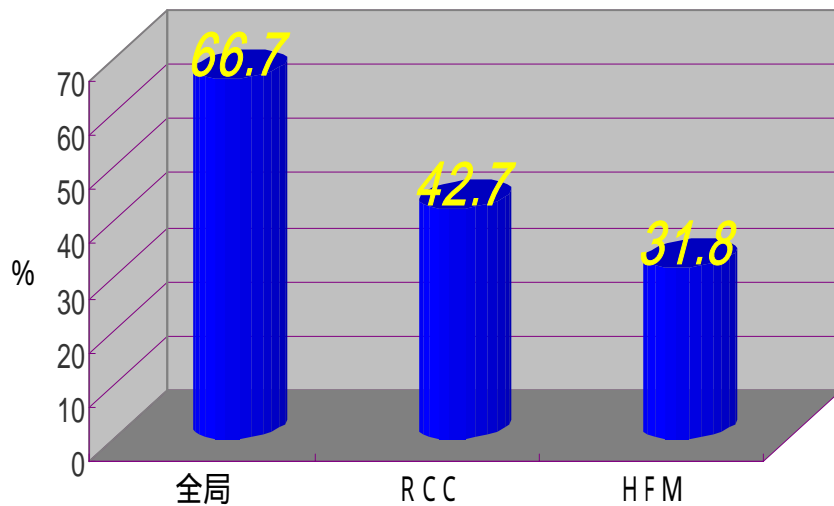


Hiroshima 1350kHz
Fukuyama Mihara Fochu 1530kHz
Miyoshi Shobara Tojo 1458kHz

のべ6,920,000人が週1回以上ラジオを聴く広島地区

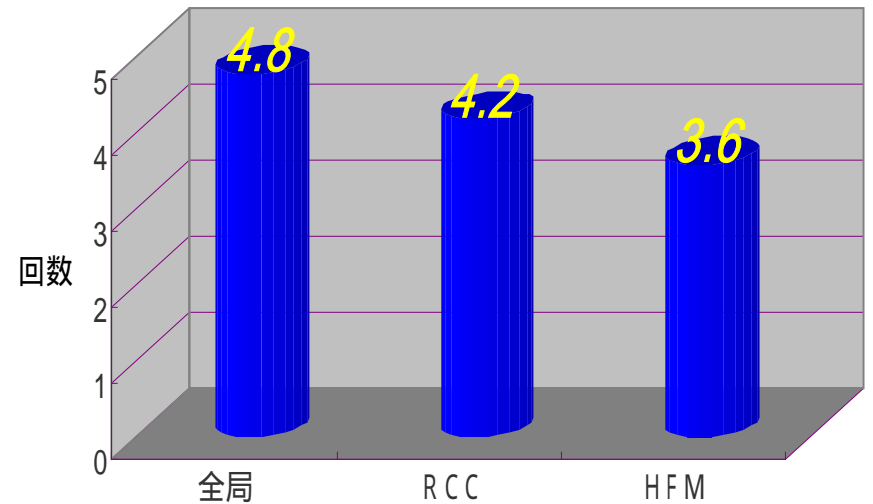
100人中約67人が週1回以上聴きます

1週間にラジオを聴く人



1週間のうち4.8回は聴いています

平均聴取回数



広島地区のラジオは1週間で12~69才男女の66.7%に届き、4.8回聴かれています。

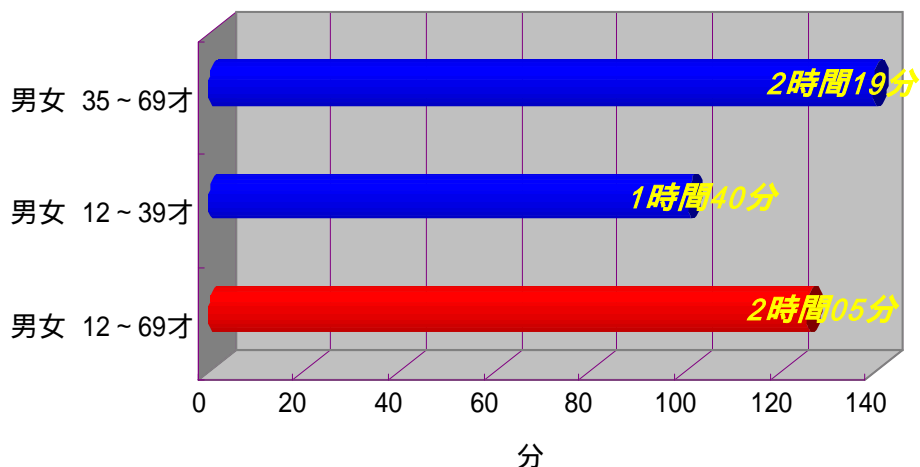
これは、広島県内の12~69才男女およそ218.2万人 × 延べ到達率317.0% = **692万人**に聴かれています。

データはいずれも12~69男女週平均5:00 29:00

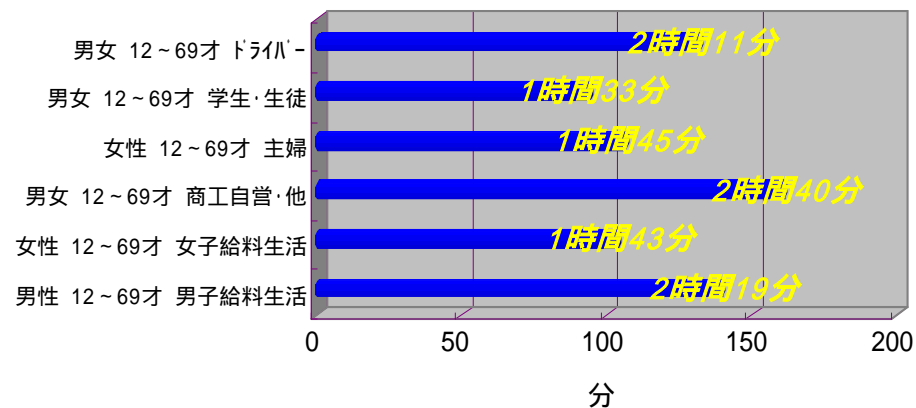


広島地区のラジオリスナーは1日のうち**2時間以上**聴いています

35歳以上は平日2時間19分聴いています



商工自営は1日のうち2時間40分聴いています



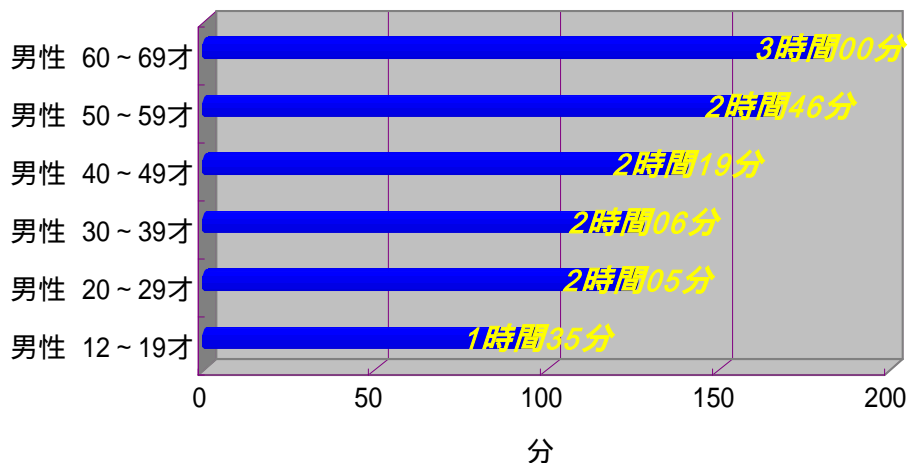
いつでも・どこでもラジオは人によりそう... 広島地区でもラジオはもっとも身近な存在です。

データはいずれも12~69平日平均5:00 29:00

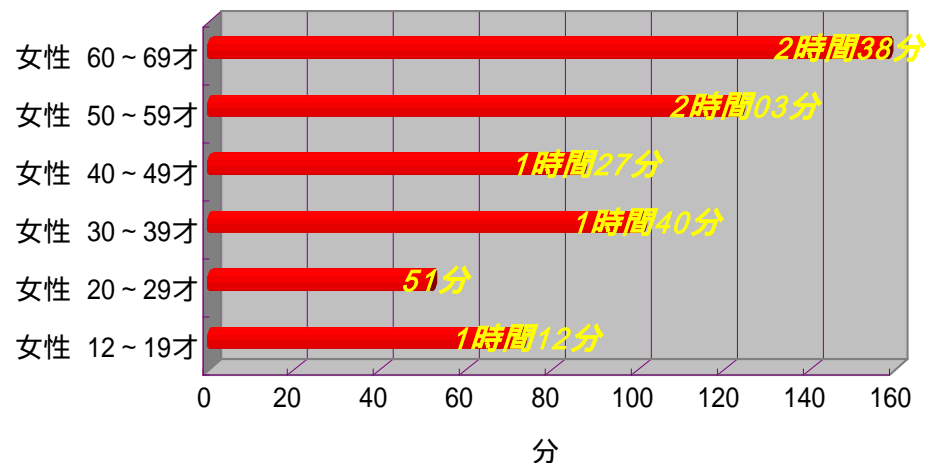


広島地区では50歳代以上はもちろん**30歳代**にも広く聴かれています

男性60歳代は平日3時間聴いています



女性30歳代も平日1時間40分以上聴いています



男性により聴かれています。年代が上がるに従いますます聴かれる傾向にあります。

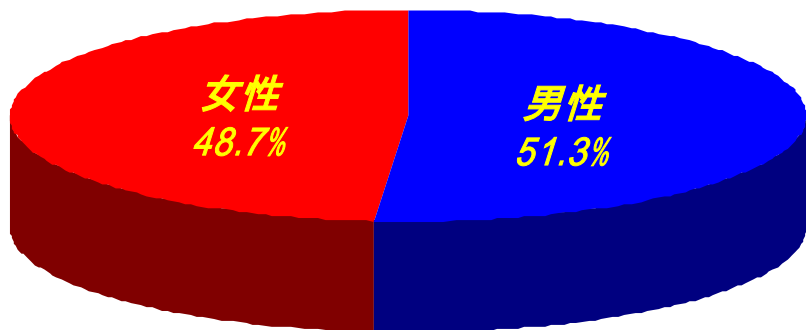
データはいずれも12~69平日平均5:00 29:00



広島地区のラジオリスナーはこんな人たちです

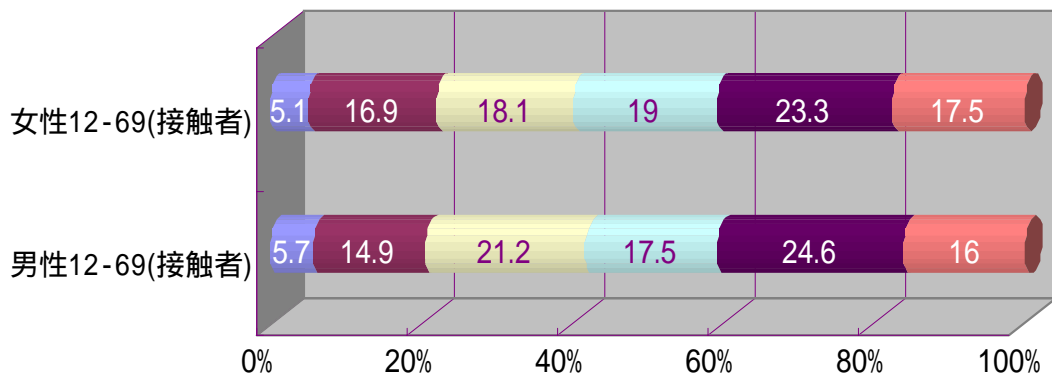
ラジオリスナーは男性の方が少し多いようです

ラジオリスナー男女比



ラジオリスナーは各年齢でまんべんなくいます

ラジオリスナー年齢構成



■ 12~19才 ■ 20~29才 ■ 30~39才 ■ 40~49才 ■ 50~59才 ■ 60~69才

データはいずれも12~69週平均5:00 29:00

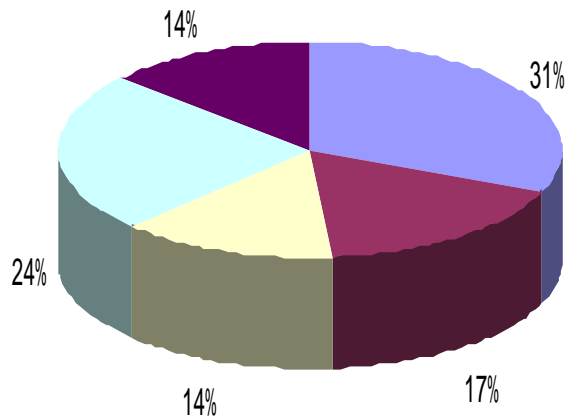


広島地区のラジオリスナーはこんな人たちです

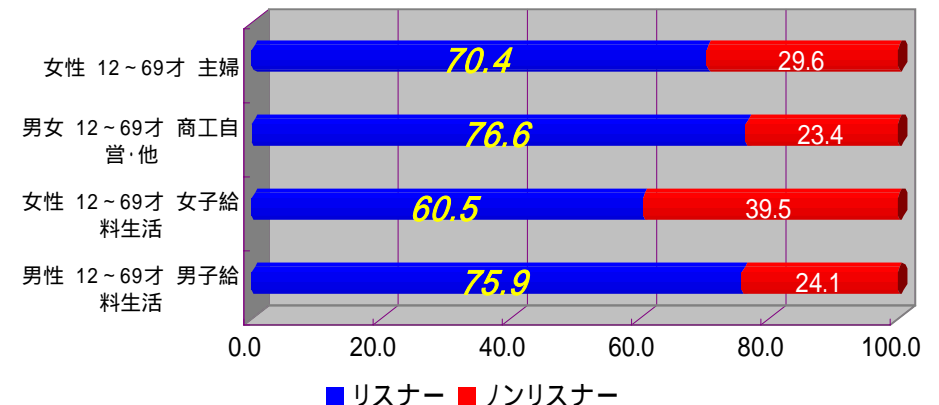
ラジオはサラリーマンと主婦に支持されています

各ターゲットのほぼ7割の人たちが聴いています

職業構成比



- 男性 12~69才 男子給料生活
- 女性 12~69才 女子給料生活
- 男女 12~69才 商工自営・他
- 女性 12~69才 主婦
- 男女 12~69才 学生・生徒



データはいずれも12~69週平均5:00 29:00

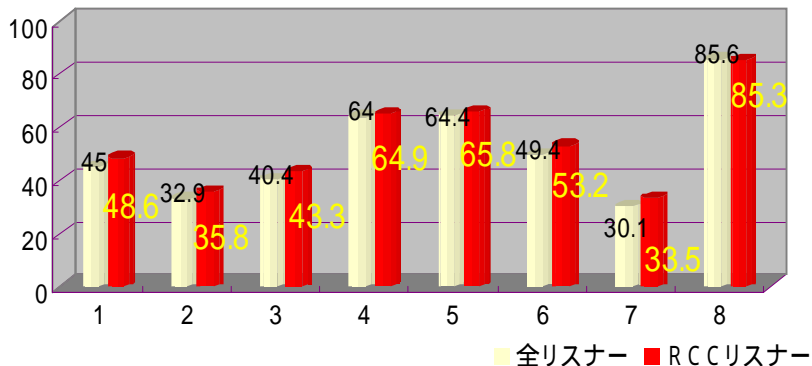


広島地区のラジオリスナーはこんな人たちです

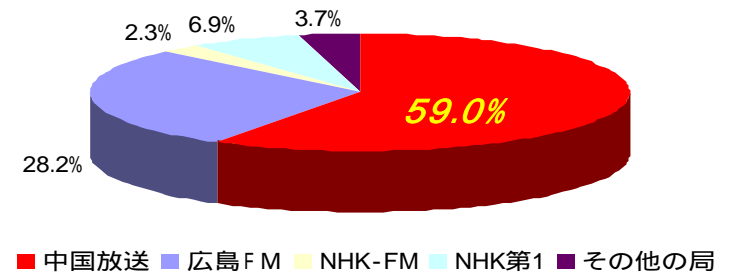
ラジオリスナーの85%が車の中でラジオを聴いています

車内でもRCCラジオはよく聴かれています

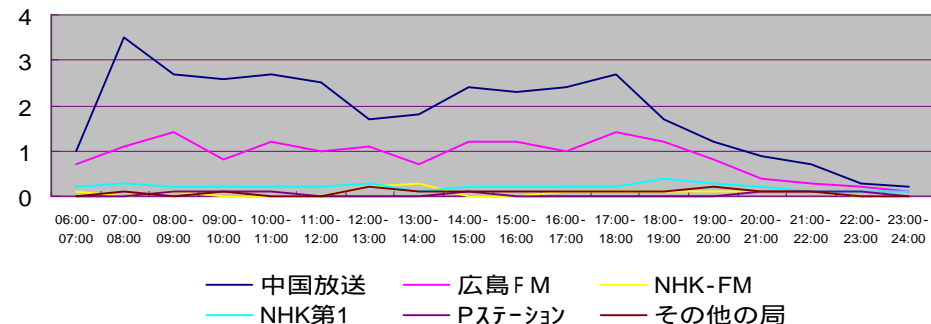
車内の聴取状況



局間シェア(車内)



各局聴取率(車内)



特に「4」はリーセンサー効果大。注目です。

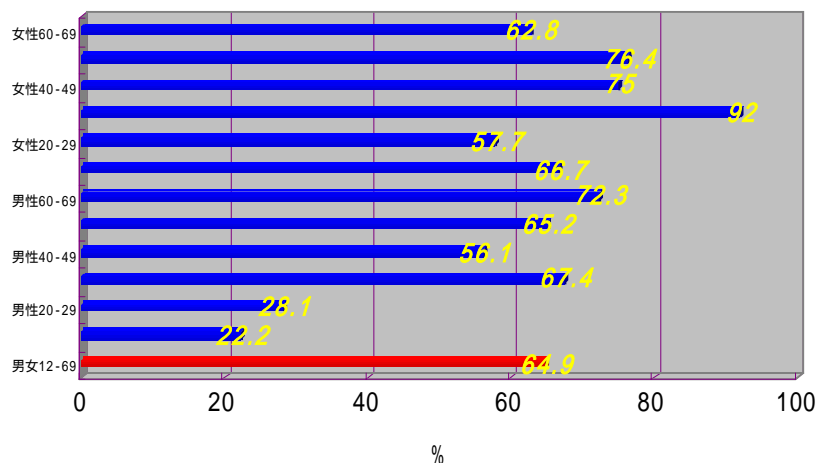
データは12~69週平均5:00 29:00

データは12~69平日平均6:00 24:00

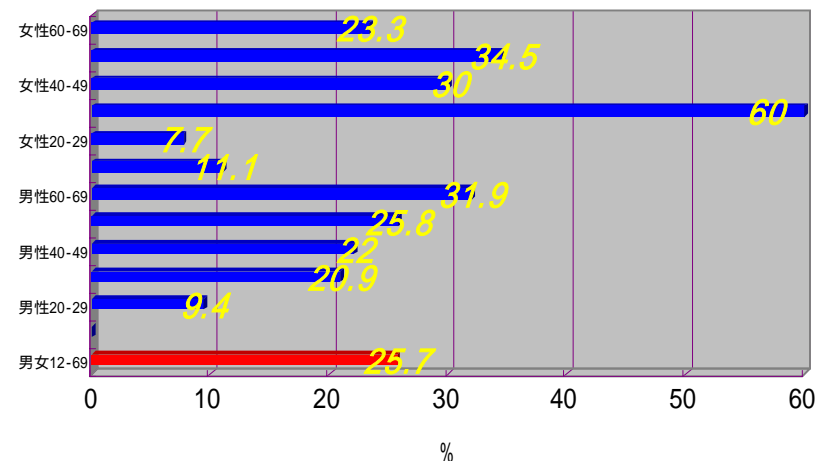


RCCリスナーはこんな人たちです リーセンサー効果

車で買い物に出かけるときにはラジオを聴くことがある



買い物・用足しの移動中にラジオを聴く事がある



リーセンサー効果: 購買直前のメディア接触が最も効果的という考え

データは12~69週平均5:00 29:00

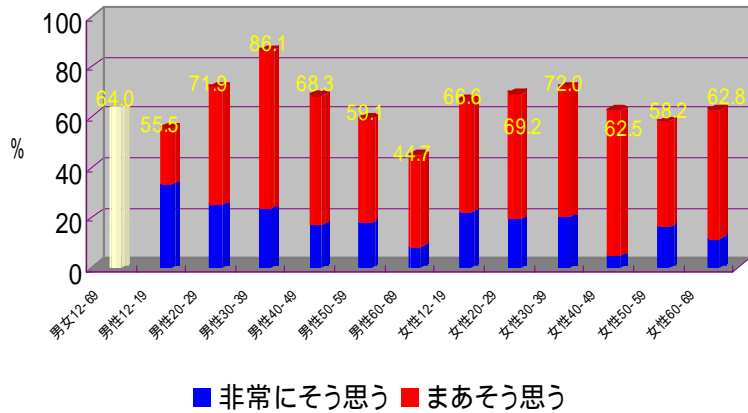


RCCリスナーはこんな人たちです **フリークエンシー効果**

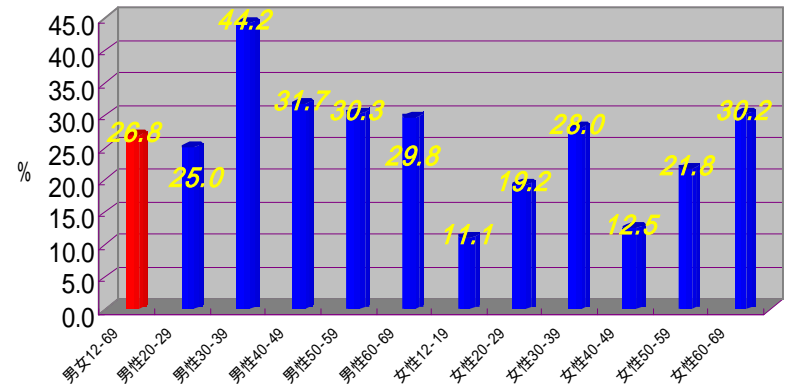
64%の人たちが**いつの間にかおぼえてしまう**ラジオCM

4人に1人が**提供社名を覚えて**います

ラジオCMは何回も聴いているうちにいつのまにか覚えてしまう



提供社名(スポンサー)を覚えている番組がある



フリークエンシー効果: ラジオCMを聴いて広告を覚えてしまう効果。

繰り返し聴かせる事により広告を覚えてしまう。これぞラジオCMの醍醐味です。

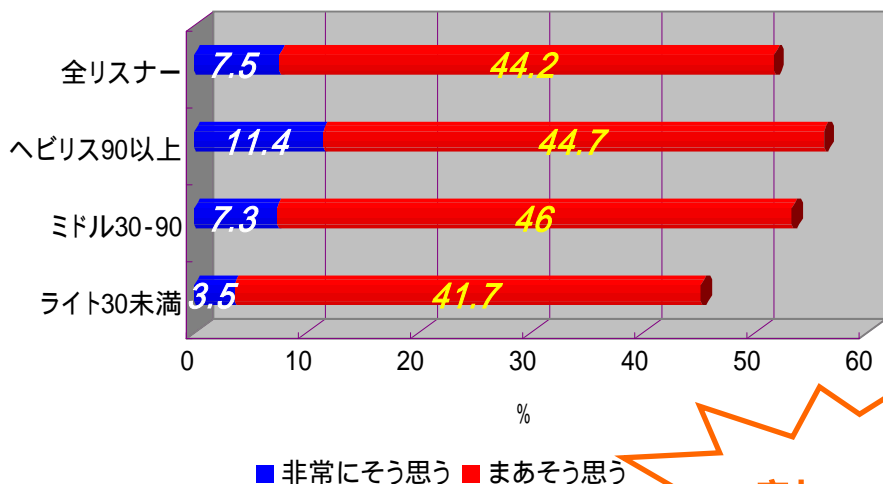
データは12~69週平均5:00 29:00



RCCリスナーはこんな人たちです

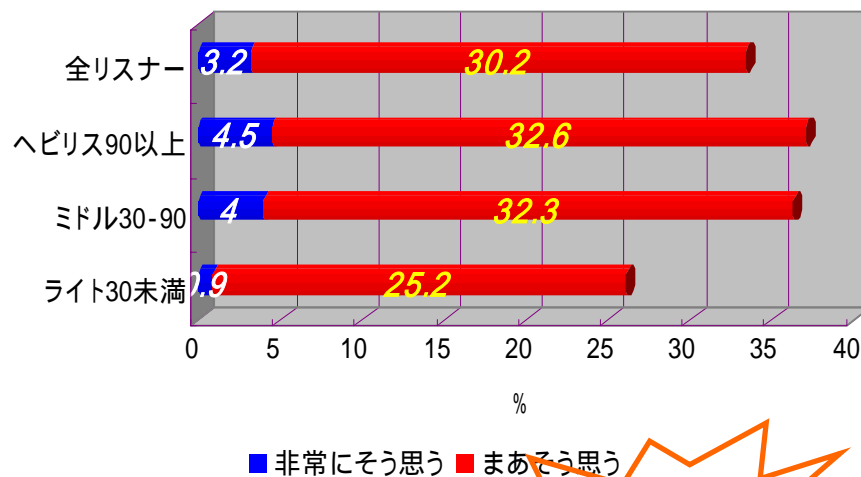
イメジャリートランスファー効果

ラジオCMを聞いて、**テレビ**で見た広告を思い出すことがある



5割の人

ラジオCMを聞いて、**新聞**で見た広告を思い出すことがある



3割の人

イメジャリートランスファー効果: ラジオCMを聴いて他媒体の広告を思い出す効果。

ラジオをメディアミックスする事によりリーチの拡大・フリークエンシーの増大が図れます。

データは12~69平日平均5:00-29:00

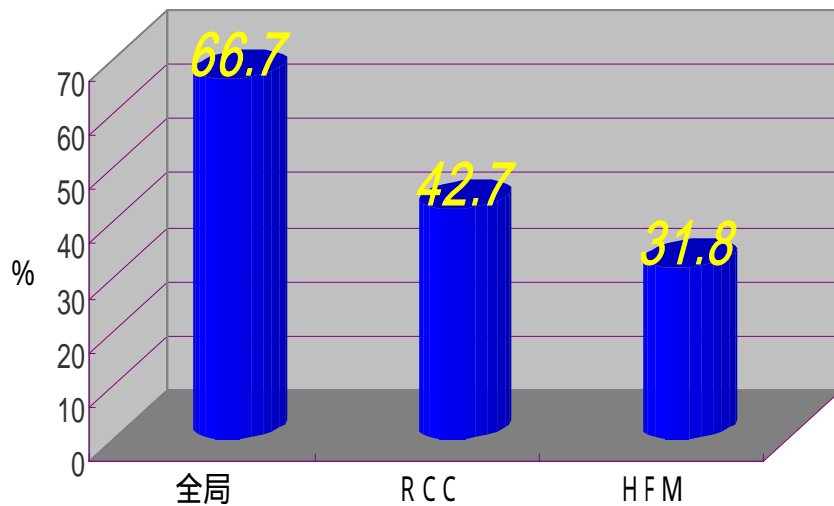


RCCリスナーはこんな人たちです

390万人が聴いています

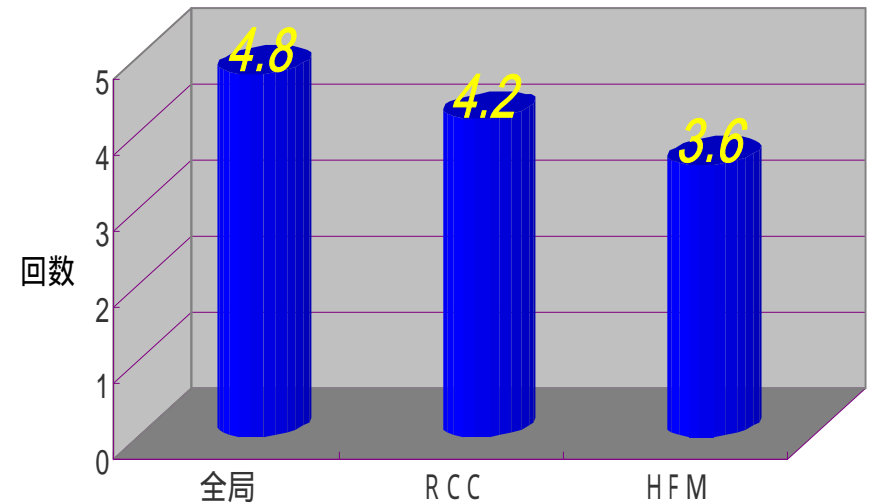
100人中約43人が週1回以上聴きます

1週間にラジオを聴く人



1週間のうち4.2回は聴いています

平均聴取回数



RCCラジオは1週間で12~69才男女の42.7%に届き、4.2回聴かれています。

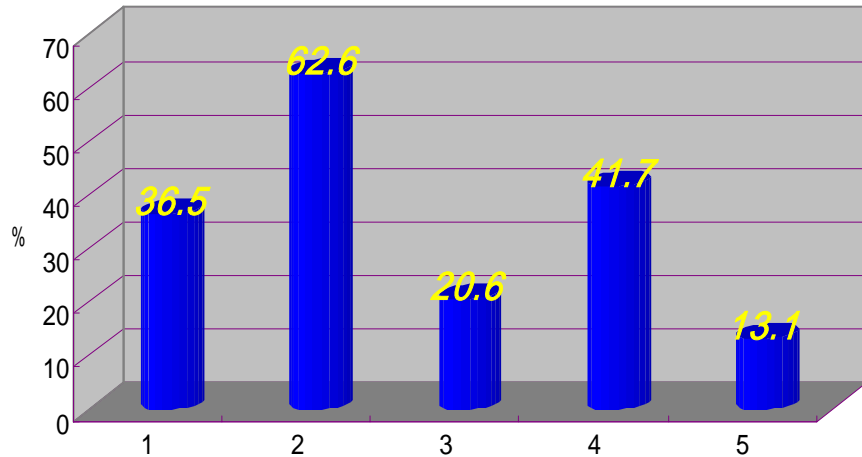
これは、広島県内の12~69才男女およそ218.2万人 × 延べ到達率178.7% = **390万人**に聴かれています。

データはいずれも12~69男女週平均5:00 29:00

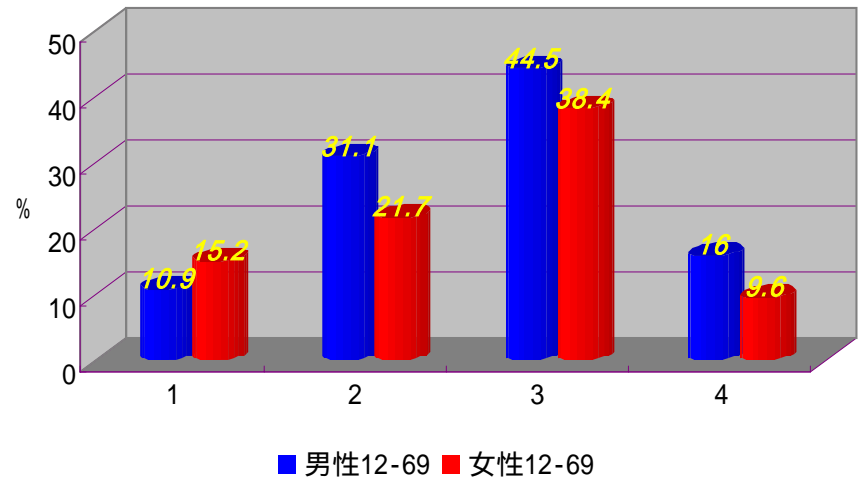


RCCリスナーはこんな人たちです 聴取状況

ラジオCMは生活に密着しています



RCCリスナーはこのような特徴があります



- 1 人気や流行を知るために、広告には大いに興味がある
- 2 広告は買い物をする際に大いに役立っている
- 3 ラジオ広告が実生活に役立つことが多い
- 4 ラジオは自分にとってなくてはならないメディアだ
- 5 ラジオで得た情報を元に、インターネットなどで調べたことがある

- 1 日常の買い物に行く前にはラジオを聞いていることが多い
- 2 提供社名(スポンサー)をおぼえている番組がある
- 3 ラジオは自分にとってなくてはならないメディアだ
- 4 ラジオで得た情報を元に、インターネットなどで調べたことがある

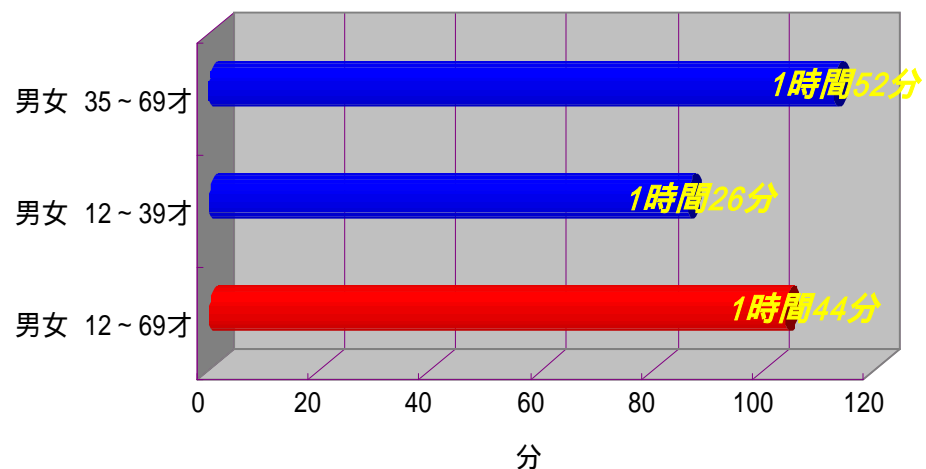
データは12~69男女週平均5:00 29:00

データ12~69週平均5:00 29:00

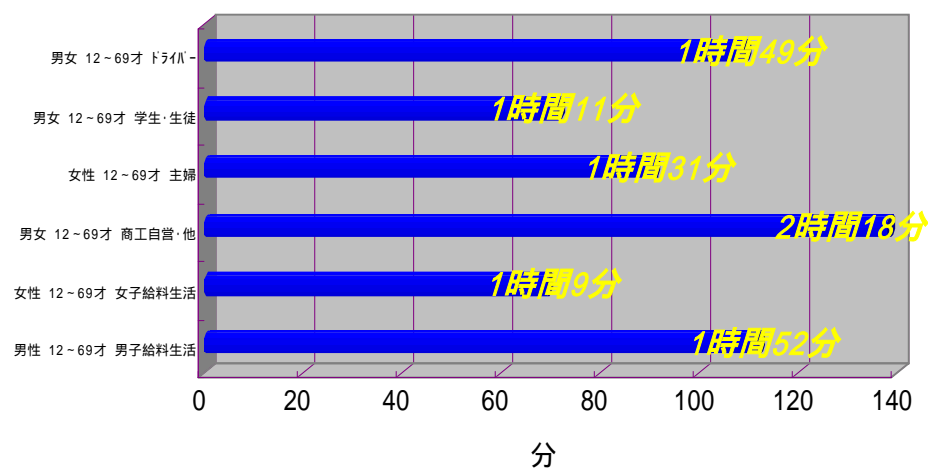


RCCリスナーはこんな人たちです 聴取分数

RCCリスナーは1日あたり**1時間44分**聴いています



サラリーマン・商工自営から強力な支持!!



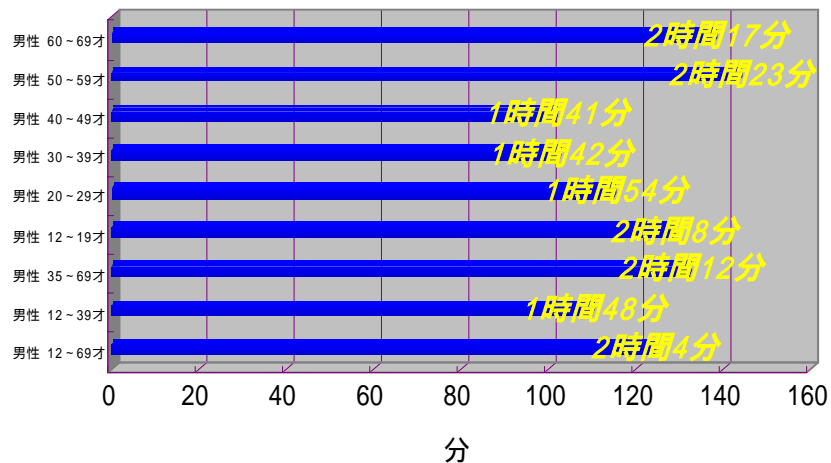
RCCリスナーはかなりの時間をラジオとともに過ごしています。

データはいずれも12~69平日平均5:00 29:00

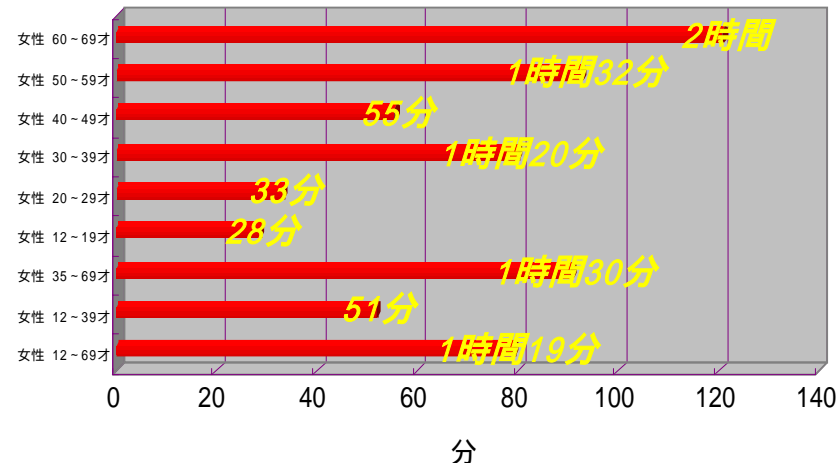


RCCリスナーはこんな人たちです 聴取分数

男性は1日あたり2時間以上聴いています



女性は1日あたり1時間20分近く聴いています



RCCリスナーも、年代が上がるに従いますますます聴かれる傾向にあります。

データはいずれも12~69平日平均5:00 29:00



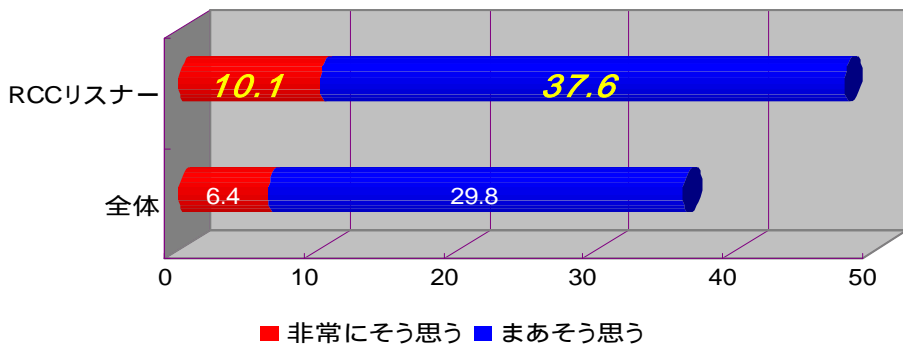
RCCリスナーはこんな人たちです

広告についての意識

全体n=1020・RCCリスナーn=436

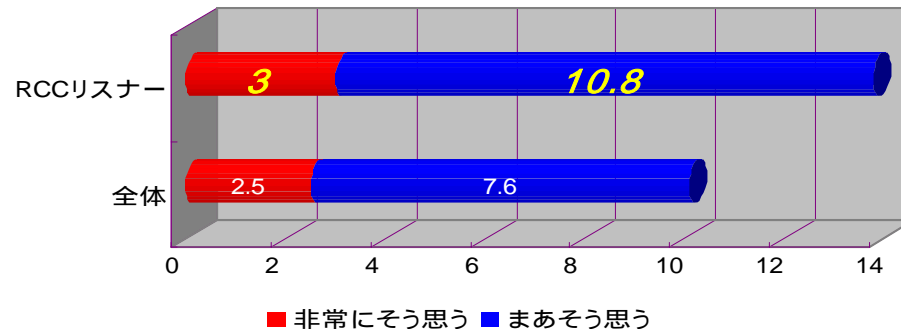
ほぼ半数の人がラジオCMから新製品やサービスを認知しています

ラジオCMから新製品やサービスを知る事がある

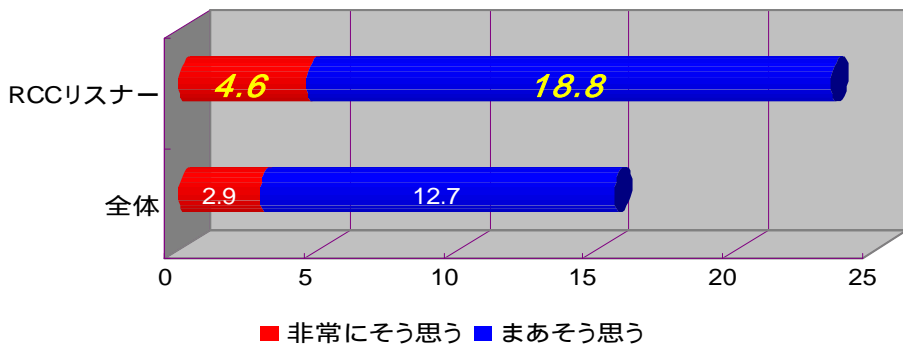


RCCリスナーは広告について前向きです

ラジオCMを聴いてその商品を買った事がある



ラジオCMを聴いてその店やレジャー施設に行った事がある



買い物へ行く途中で聴いたラジオCMの商品を購入した事がある

