

ラジオに関する調査データ
～聴かれ方の現状 編～

2020年12月

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2020年 12月4日 (金) ~ 12月13日 (日)
- 調査対象 : 関東 (1都3県) 在住の男女 15歳~65歳
- 有効回答 : 600名

【内訳】

	男性	女性	計
15~19歳	30名	30名	60名
20~29歳	60名	60名	120名
30~39歳	60名	60名	120名
40~49歳	60名	60名	120名
50~59歳	60名	60名	120名
60~65歳	30名	30名	60名
合計	300名	300名	600名

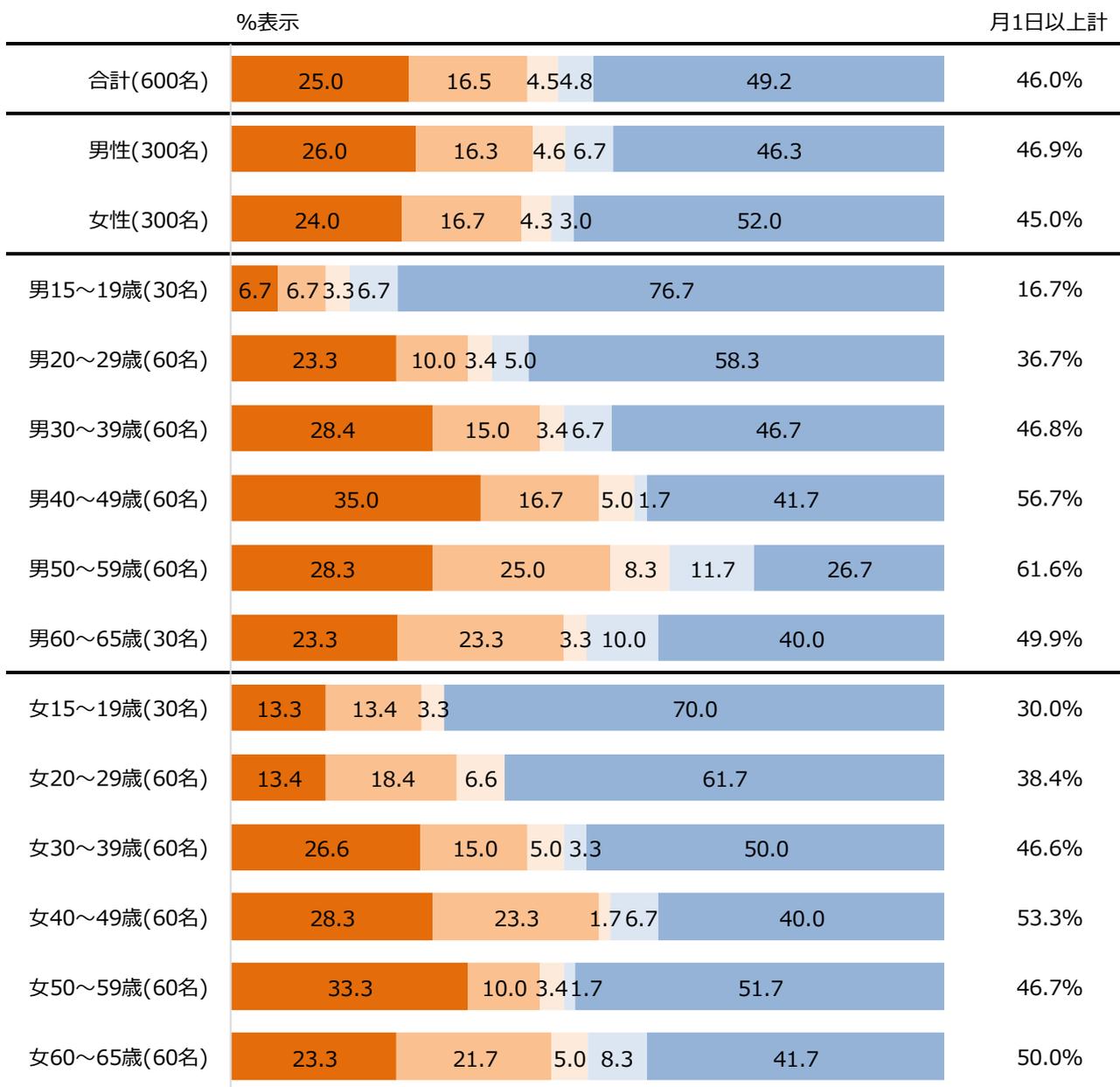
■ 本調査における「ラジオ聴取層」の定義について

上記のとおり、性年代別に60名ずつ（15~19歳と60~65歳は30名ずつ）を有効回答として回収し、そのうちラジオの聴取頻度が月1日以上の層を **ラジオ聴取層** と定義した

1. ラジオの聴取頻度

- 月1日以上、ラジオを聴く層の割合は、全体では46.0%。
- 男性（46.9%）と女性（45.0%）はほぼ同レベルの割合。
- 年代別で見ると、男性では50～59歳(61.6%)、40～49歳（56.7%）の順で高かった。女性では40～49歳（53.3%）、60～65歳（50.0%）の順で高かった。

Q. 普段、ラジオをどの程度聴いていますか。(SA)



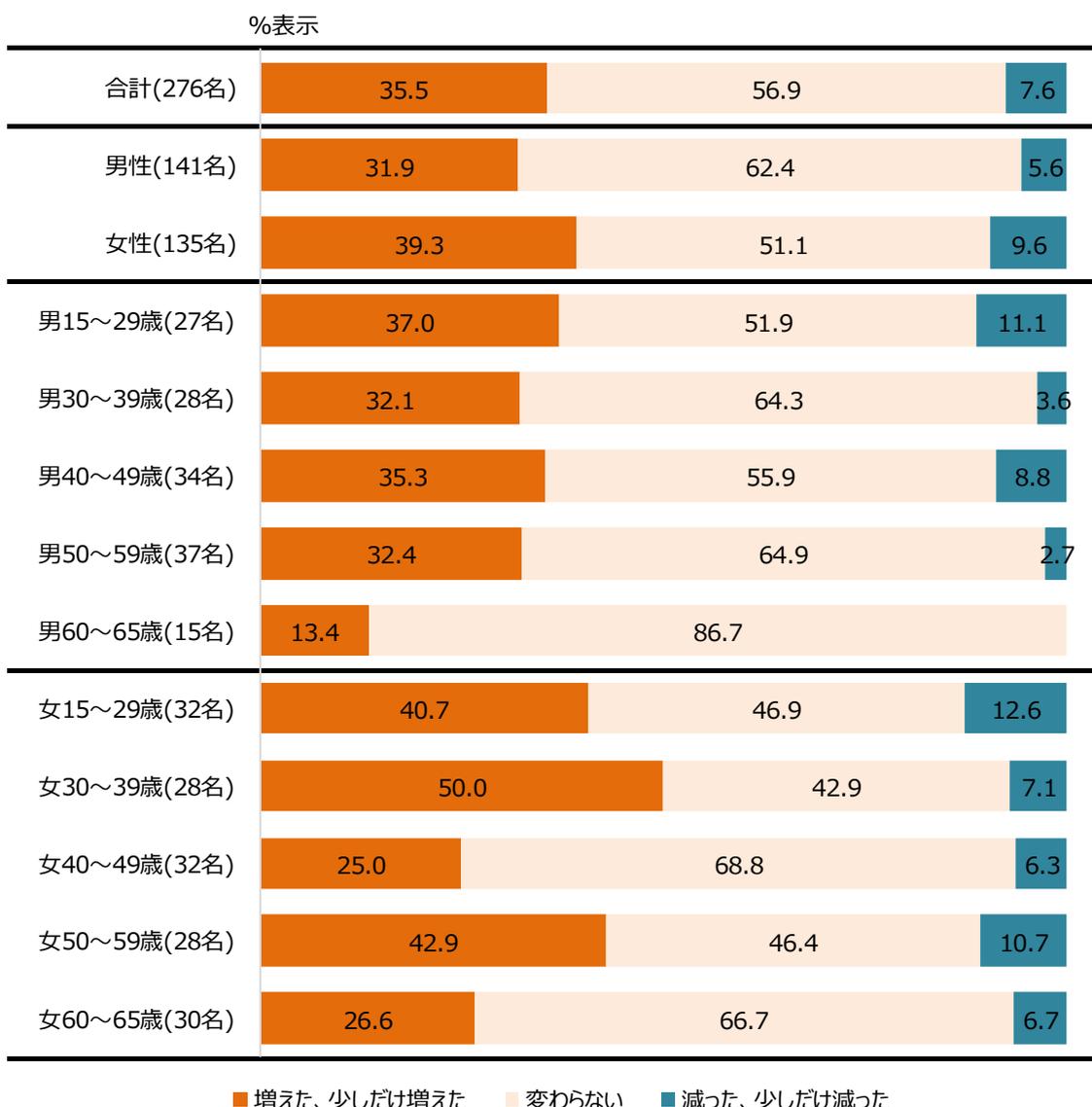
■ 週4日以上 ■ 週1～3日程度 ■ 月1～3回程度 ■ それ以下 ■ 聴かない

- 1年前に比べてラジオを聴く頻度の変化を全体で見ると、「増えた、少しだけ増えた」(35.5%)の割合が「減った、少しだけ減った」(7.6%)を大きく上回った。
- 男性では15歳から59歳の幅広い年代で「増えた、少しだけ増えた」の割合が3割を超えた。
- 女性をみると「増えた、少しだけ増えた」の割合は年代によってばらつきがあるものの、どの年代においても「減った、少しだけ減った」よりも高かった。

Q. 1年前に比べて、ラジオを聴く頻度に変化はありましたか。(SA)

※n=ラジオの週1日以上の聴取層

※男女とも15～19歳は出現数が10名未満と少ないためグラフでは20～29歳と合算して表示



3. ラジオの聴取頻度が1年前より増えた理由

- 1年前に比べてラジオを聴く頻度が増えた理由をみると、「好きな番組を見つけたから」(43.9%)、「コロナ禍で在宅時間が増えたから」(39.8%)、「自分の生活のスタイルや時間とラジオの相性が良いことに気づいた(再確認した)から」(34.7%)、「好きなDJ・パーソナリティを見つけたから」(32.7%)が上位に挙がった。いずれも男性より女性の割合が高かった。
- 男性では、「手軽な機器で簡単にアクセスできるメディアだから」「雰囲気良さなど、ラジオの価値に気づいた(再確認した)から」「通勤や通学などの移動中に聴くようになったから」の割合が女性に比べて高かった。

Q. 1年前に比べて、ラジオを聴く頻度が増えた理由としてあてはまるものをすべて選んでください。(MA)

※n=1年前に比べたラジオ聴取頻度の増加層

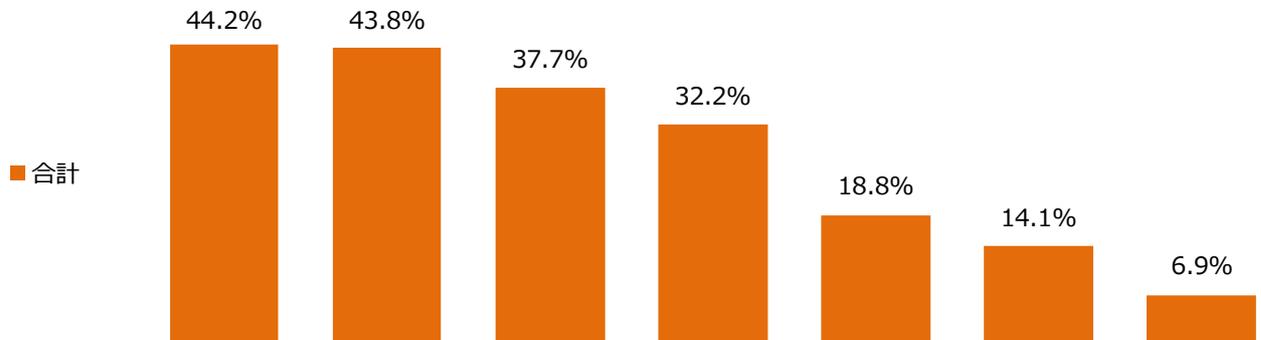
	%表示	■ 合計 (98名)	男性	女性
			45名	53名
好きな番組を見つけたから		43.9	37.8%	49.1%
コロナ禍で在宅時間が増えたから		39.8	33.3%	45.3%
自分の生活のスタイルや時間とラジオの相性が良いことに気づいた(再確認した)から		34.7	31.1%	37.7%
好きなDJ・パーソナリティを見つけたから		32.7	28.9%	35.8%
手軽な機器で簡単にアクセスできるメディアだから		29.6	33.3%	26.4%
雰囲気良さなど、ラジオの価値に気づいた(再確認した)から		23.5	28.9%	18.9%
場所や時間を問わず、どこでも聴きやすいメディアだから		23.5	22.2%	24.5%
ラジオでしか聴けない内容や情報を見つけたから		20.4	28.9%	13.2%
好きなタレントや有名人がラジオに出るようになったから		16.3	17.8%	15.1%
通勤や通学などの移動中に聴くようになったから		12.2	22.2%	3.8%
テレビなどの目で見えるメディアに疲れたから		12.2	6.7%	17.0%
自分または関係者がラジオ関連の仕事についたから		4.1	4.4%	3.8%

- ラジオを聴く際に利用する機器をみると、「カーラジオ」「スマートフォン（radiko、らじる★らじる）」
「パソコン（radiko、らじる★らじる）」の順で割合が高かった。
- 「カーラジオ」は男女とも40歳以上で割合が高めであり、「スマートフォン」は30～49歳を中心に低い年
代で割合が高めであった（男15～29歳は除く）。
- 「パソコン」は男性の割合が高めであった。

Q. AM局またはFM局のラジオ番組を聴く際に利用する機器をすべて選んでください。(MA)

※n=ラジオの週1日以上の聴取層

※男女とも15～19歳は出現数が10名未満と少ないため表では20～29歳と合算して表示



%表示		カーラジオ	スマートフォン (radiko、らじる★らじる)	パソコン (radiko、らじる★らじる)	ラジカセ、CDラジカセ、コンポ	ラジオ専用受信機 (据え置き型)	ラジオ専用受信機 (携帯型)	デジタルオーディオプレイヤー
合計	276名	44.2%	43.8%	37.7%	32.2%	18.8%	14.1%	6.9%
男性	141名	48.2%	43.3%	46.8%	28.4%	18.4%	17.7%	7.8%
女性	135名	40.0%	44.4%	28.1%	36.3%	19.3%	10.4%	5.9%
男15～29歳	27名	44.4%	37.0%	51.9%	22.2%	22.2%	7.4%	7.4%
男30～39歳	28名	39.3%	53.6%	53.6%	28.6%	17.9%	32.1%	10.7%
男40～49歳	34名	50.0%	44.1%	35.3%	29.4%	23.5%	11.8%	8.8%
男50～59歳	37名	51.4%	43.2%	48.6%	29.7%	10.8%	16.2%	2.7%
男60～65歳	15名	60.0%	33.3%	46.7%	33.3%	20.0%	26.7%	13.3%
女15～29歳	32名	28.1%	50.0%	31.3%	31.3%	15.6%	12.5%	3.1%
女30～39歳	28名	39.3%	50.0%	32.1%	28.6%	14.3%	0.0%	0.0%
女40～49歳	32名	40.6%	46.9%	25.0%	40.6%	21.9%	15.6%	15.6%
女50～59歳	28名	50.0%	39.3%	28.6%	42.9%	25.0%	14.3%	7.1%
女60～65歳	30名	53.3%	30.0%	33.3%	36.7%	20.0%	16.7%	6.7%

※網掛け = 40%以上

- ラジオの聴取目的をみると、「音楽を聴くため、楽しむため」（46.0%）、「BGMとして利用するため」（43.8%）、「タレントや有名人のトークを楽しむため」（36.6%）が上位に挙がった。
- 男女差は小さめであり、最も大きい「交通情報を知るため」でも1割未満。

Q. AM局またはFM局のラジオ番組を聴く目的にあてはまるものをすべて選んでください。(MA)

※n=ラジオの週1日以上聴取層

	%表示	■ 合計 (276名)	男性 141名	女性 135名
音楽を聴くため、楽しむため		46.0	44.0%	48.1%
BGMとして利用するため		43.8	41.8%	45.9%
タレントや有名人のトークを楽しむため		36.6	36.9%	36.3%
気分転換のため		28.6	25.5%	31.9%
交通情報を知るため		22.5	27.0%	17.8%
暇つぶしのため		20.7	22.0%	19.3%
ラジオならではの番組を聴くため		19.9	23.4%	16.3%
聴くのが習慣であるため		18.1	17.7%	18.5%
タレントや有名人の情報を知るため		16.7	16.3%	17.0%
場の雰囲気を作り出すため、楽しむため		16.3	18.4%	14.1%
タレントや有名人の声を聴きたいため、身近に感じたいため		15.2	16.3%	14.1%
時計代わりにするため		13.4	13.5%	13.3%
上記以外の情報を知るため		13.0	15.6%	10.4%
スポーツ中継を聴くため		12.3	15.6%	8.9%
ドラマや講座を聴くため		5.1	4.3%	5.9%
SNS やFAX で投稿するため		2.9	3.5%	2.2%
プレゼントに応募するため		2.9	3.5%	2.2%

● ラジオの聴取頻度は男女とも30～65歳で高い

ラジオの聴取頻度が月1日以上の層の割合をみると、男50～59歳（61.6%）で最も高く、他に男40～49歳（56.7%）、女40～49歳（53.3%）、女60～65歳（50.0%）でも高かった。

この割合は男女とも年代が若いほど低く、30～39歳では4割台、20～29歳は3割台であった。男15～29歳（16.7%）は1割台と特に低かった。

ラジオ聴取層は40～49歳、50～59歳を中心として、30～39歳、60～65歳でも多くみられた。

● ラジオの聴取頻度は1年前に比べて増えている

1年前と比べたラジオ聴取頻度の変化を全体でみると、「増えた」が35.5%、「変わらない」が56.9%、「減った」が7.6%であった。「増えた」と「減った」を比べると、「増えた」の割合が圧倒的に高かった。

「増えた」の割合が特に高いのは、女30～39歳（50.0%）、女50～59歳（42.9%）であり、男性では15歳から59歳までの幅広い年齢層で3割以上であった。

この1年の変化をみる限り、ラジオの聴取頻度は各層で増えている。

ラジオの聴取頻度が増えた理由としては、「好きな番組を見つけたから」と「好きなDJ・パーソナリティを見つけたから」のラジオ局側の要因と、「コロナ禍で在宅時間が増えたから」と「自分の生活のスタイルや時間とラジオの相性が良いことに気づいた（再確認した）から」のリスナー側の要因が上位に挙げられた。

この1年でラジオの聴取頻度は増える傾向にあるが、それはリスナーの生活環境の変化によるところも大きい。

● カーラジオ、スマートフォン、パソコンが主な聴取方法

ラジオを聴く際に利用する機器をみると、「カーラジオ」（44.2%）、「スマートフォン（radiko、らじる★らじる）」（43.8%）、「パソコン（radiko、らじる★らじる）」（37.7%）の順で割合が高かった。

カーラジオは50～65歳を中心に利用者が多く、スマートフォンは30～39歳を中心に利用者が多かった。パソコンは性別による差が大きく、男性（46.8%）が女性（28.1%）を上回った。

ラジカセやラジオ専用受信機を利用する聴取の割合は、アプリ（radiko、らじる★らじる）を利用する聴取の割合よりも、すでに低くなっている。最近ではクルマのなかでもインターネットの受信が可能となっており、カーラジオもアプリを利用する聴取に切り替わっていくものと思われる。

ラジオの番組やCMには、情報機器（＝アプリ）での聴取を前提としたアイデアや工夫が求められる。

● ラジオの主な聴取目的は「音楽を聴く」と「BGMとして利用する」

ラジオの聴取目的をみると、「音楽を聴くため、楽しむため」（46.0%）、「BGMとして利用するため」（43.8%）、「タレントや有名人のトークを楽しむため」（36.6%）、「気分転換のため」（28.6%）が上位に挙げられた。トークよりも、音楽やBGMによって雰囲気を作り出し、気分転換を図る目的での聴取が多い。

「タレントや有名人の情報をため」（16.7%）、「タレントや有名人の声を聴きたいため、身近に感じたいため」（15.2%）など、単に情報収集や身近に感じるだけの表面的な聴取は1割台にとどまった。

トピックスリサーチ
ラジオに関する調査データ
～聴かれ方の現状 編～

発行日 2020年 12月 31日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所
〒501-0296
岐阜県瑞穂市穂積1851
TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp