

# MEDIA GUIDE 2026

ニッポン放送 2026 メディアガイド



上柳昌彦  
あさぼらけ

飯田浩司の  
OK! Cozy up!  
毎週月曜日～金曜日 朝6:00-8:00

あなたと  
ハッピー!  
垣花正

あなたと  
ハッピー!  
春風亭 之輔

プロ野球に  
60  
ロックオン!  
FM93.1 AM1242 ニッポン放送  
ショウアップナイター

テレフォン  
生相談

高田文夫の  
アサヒバ  
直撃

ウツ  
ザ・ラジオ  
THE RADIO SHOW

中川  
ザ・ラジオ  
THE RADIO SHOW

辛坊治郎  
ズーム  
THE RADIO SHOW

うしろのらじお  
((ufo no radio))

伊集院光  
の  
タネ

徳光和夫  
とくもり!  
歌謡  
サタデー  
tokumori kayou saturday

八木亜希子  
LOVE &  
MELODY  
ラブ アンド メロディ

ザ・ラジオ  
THE RADIO SHOW  
サタデー

オールナイトニッポン  
MUSIC  
10

イルカの  
ミュージック  
ハーモニー

三宅裕司  
サンデーヒットパラダイス

土田 晃之  
日曜っへ〜  
ミチノ

ミュージック  
VR

オールナイトニッポン  
MUSIC  
10

オールナイトニッポン  
ALLNIGHTNIPPON GOLD

オールナイトニッポン  
X

オールナイトニッポン  
ZERO

# 目次

## ラジオの特性

事実、ラジオは聴かれています!!	2
ラジオは「いつでも」「どこでも」聴けるメディア	3
ドライバーとラジオの深い関係	4
ラジオは、働く男性に強いメディアです!	5
男女働き盛り世代(30~40代)に ラジオの情報は刺さります!	6
ラジオはザッピングが少ないメディアです	7
音声広告は映像広告より記憶への定着率が高い	8
ラジオは費用対効果が最も高いメディアです	9
テレビ・デジタルはラジオと合わせると、 さらに効果が高まります	10

## ニッポン放送の実像

ニッポン放送は1都11県をカバレッジ	11
首都圏ラジオ局の中でも、 特に多くのリスナーに届きます	12
ニッポン放送のリスナープロフィール	13
商品感度が高いニッポン放送リスナー①	14
商品感度が高いニッポン放送リスナー②	15
ニッポン放送リスナーには、 ラジオ広告が効果的に響いています	16
誘客に効果的なニッポン放送	17
好奇心旺盛なニッポン放送アクティブシニアリスナー	18
首都圏ドライバーの買い物につながるニッポン放送	19
ラジオが重要な情報源になっている ニッポン放送大学生リスナー	20

## ニッポン放送のコンテンツパワー

『あなたとハッピー!』聴取者プロフィール	21
『ニッポン放送ショウアップナイター』聴取者プロフィール	22
『オールナイトニッポン』聴取者プロフィール	23
「日本民間放送連盟賞」第1回ラジオグランプリ 「文化庁芸術祭」「放送文化基金賞」など 受賞ぞくぞく!	24
「日本民間放送連盟賞」「広告電通賞」 「ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」などで受賞多数!	25

## ラジオCMの利点

守備範囲の広いニッポン放送が有効です	26
NRNラジオネットワーク	27

## ニッポン放送のプロフィール

フジサンケイグループのメディア展開	28
会社概要	29
imagineスタジオ	30

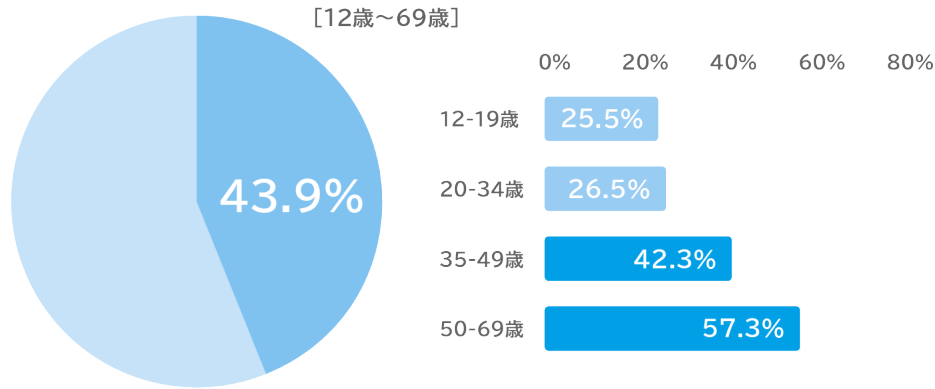
## ニッポン放送 ネット各地域別人口

年代別	31
職業別	33

# 事実、ラジオは聴かれています!!

★4割以上の方が週に1回以上ラジオを聴いています。週あたりの聴取時間は平均で**2時間35分!**

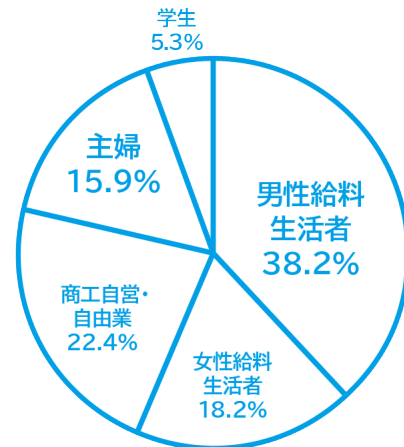
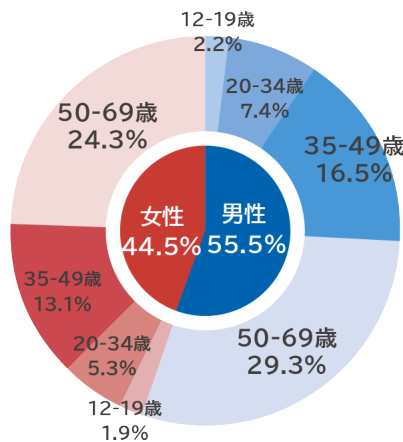
1週間に1回以上ラジオを聴く人(全局累積到達率/5~29時)



ラジオリスナーの聴取分数(全局・週平均)

	男女	男性	女性
12-69歳	2時間35分	2時間39分	2時間29分
12-19歳	1時間32分	1時間32分	1時間33分
20-34歳	2時間04分	2時間12分	1時間50分
35-49歳	2時間41分	2時間49分	2時間29分
50-69歳	2時間41分	2時間44分	2時間38分

ラジオリスナー構成(週平均)



ラジオ聴取場所/聴取シーン



自宅内

くつろいでいる時	27.8%
家事・雑用中	15.6%
起床時(目覚まし)に	13.7%
炊事中	13.3%
工作中	11.3%

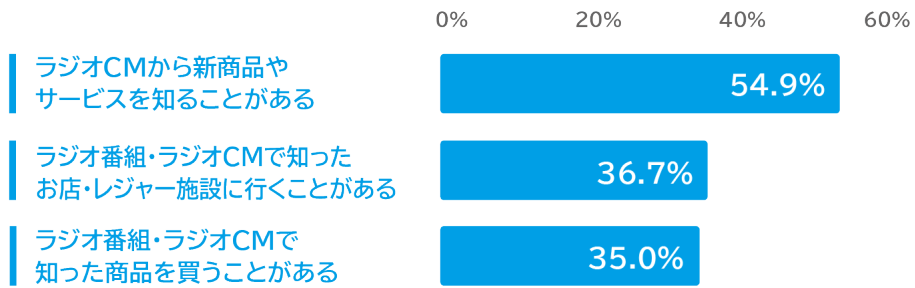
自宅外

自家用車の車内	39.0%
通勤・通学時・移動中	24.9%
買い物に行く移動中に	18.2%
営業車の車内	9.8%
工作中(休憩・休み時間)	9.3%

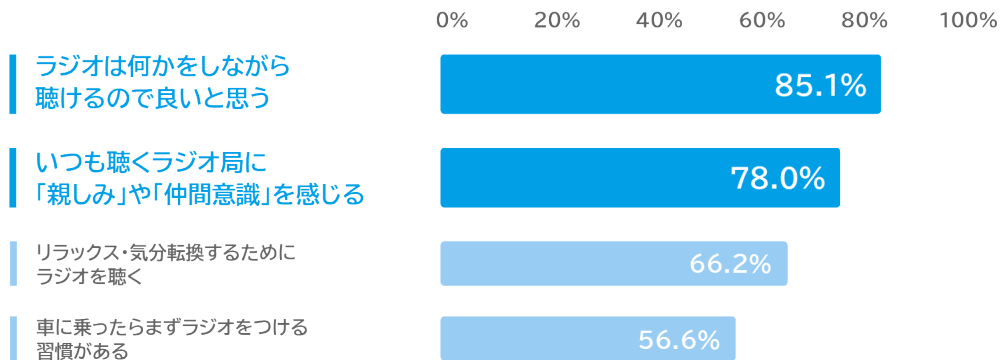
# ラジオは「いつでも」「どこでも」聴けるメディア

★自宅できつろいでいる時はもちろん、移動中や生活の中で「ながら」聴取され  
そこで聴かれるCMは、リスナーの生活にも影響を与えています。

## ラジオCMによる影響



## リスナーとラジオの関わり方



## 職業別聴取場所TOP5

### 男性給料生活者

自家用車の車内	41.9%
通勤・通学時・移動中	34.5%
くつろいでいる時	26.6%
買い物に行く移動中に	18.8%
営業車の車内	18.7%

### 主婦

自家用車の車内	48.2%
家事・雑用中	28.9%
くつろいでいる時	28.0%
炊事中	23.2%
買い物に行く移動中に	23.0%

### 女性給料生活者

自家用車の車内	30.6%
くつろいでいる時	29.1%
通勤・通学時・移動中	24.2%
炊事中	19.1%
家事・雑用中	18.8%

### 商工自営業・自由業

自家用車の車内	36.7%
くつろいでいる時	27.8%
通勤・通学時・移動中	21.4%
買い物に行く移動中に	16.0%
家事・雑用中	15.4%

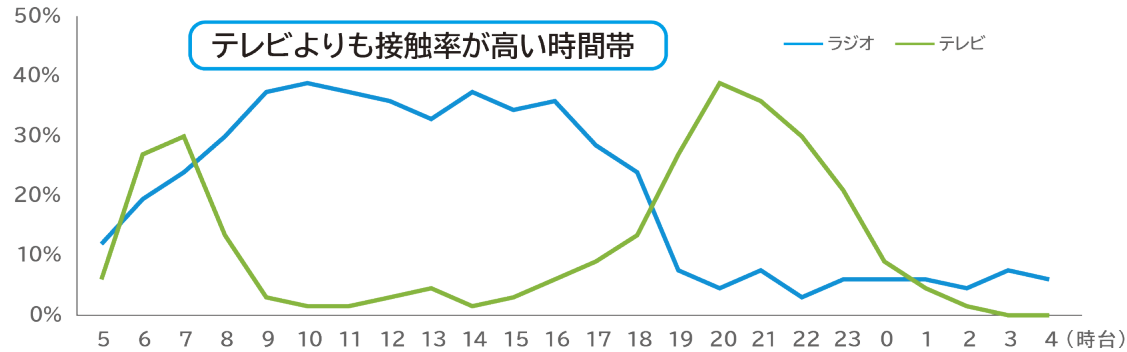
### 学生

くつろいでいる時	32.6%
自家用車の車内	25.2%
起床時	17.8%
勉強・学習中	16.8%
通勤・通学時・移動中	14.4%

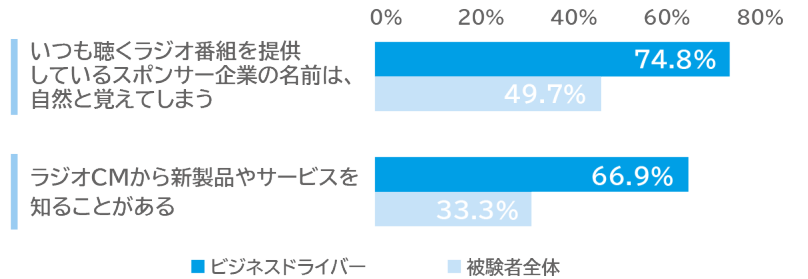
# ドライバーとラジオの深い関係

★ビジネスドライバー\*はテレビよりもラジオを情報源にしています。  
乗車時にはラジオを付け、ラジオCMによる訴求効果も高いです。

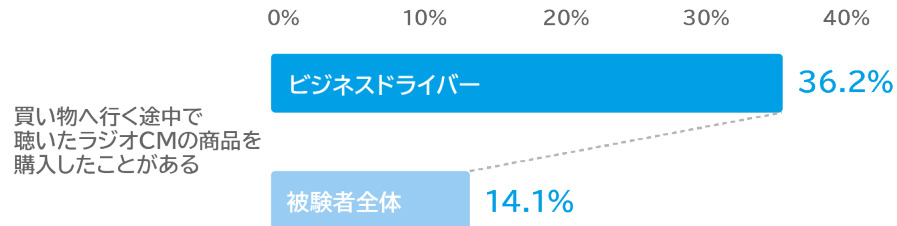
ビジネスドライバーのメディア接触時間帯\*\* (平日)



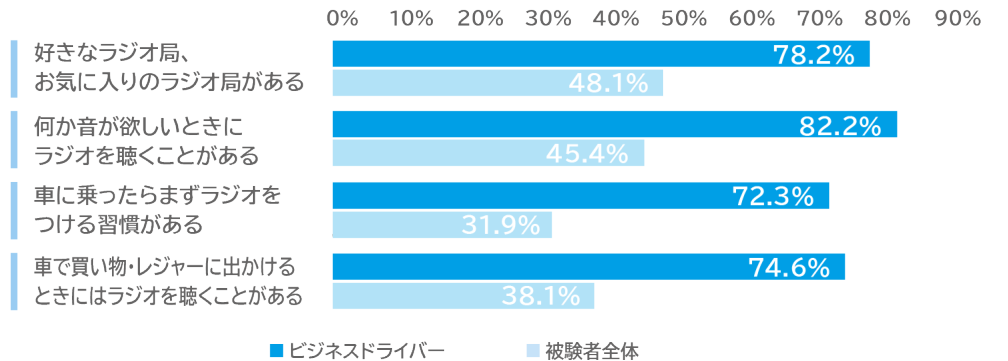
ビジネスドライバーは  
商品や企業名をラジオで覚える！



ビジネスドライバーはラジオCMから商品購入へ！



ビジネスドライバーはラジオを聴くことが習慣になっています

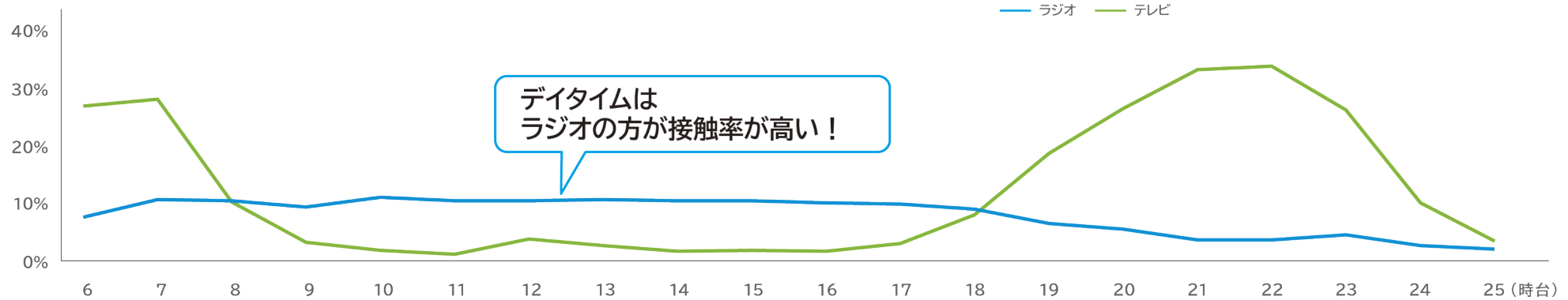


\* ビジネスドライバーとは平日5時間以上乗車すると回答した人。  
\*\* 当該メディアを「ふだん見聞きする時間」に該当する時間帯。

# ラジオは、働く男性に強いメディアです！

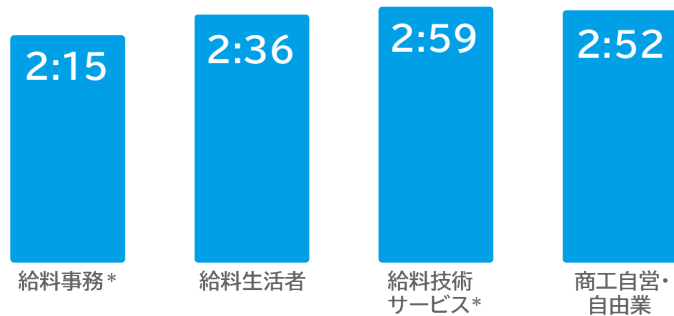
★平日の聴取時間は平均**2時間31分**と、働く男性によく聴かれています。

メディアとの接触比較(平日/男性35~49歳)



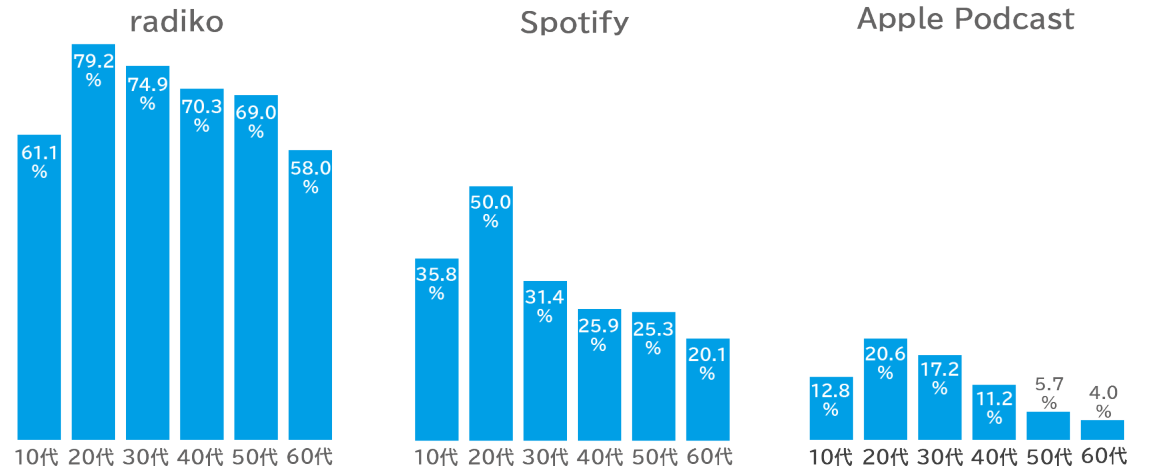
男性のラジオ聴取時間(平日平均/職業別)

働く男性によく聴かれています！

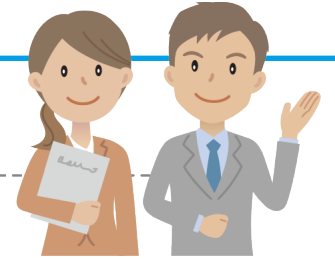


\*給料事務と給料技術サービスは給料生活者の内数  
 ※単位は、時間:分。自宅内と自宅外の合計値。

インターネット上の音声メディアの利用率(男性)

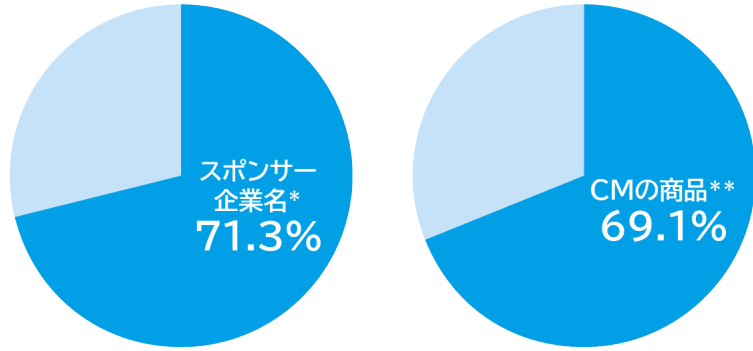


# 男女働き盛り世代(30~40代)にラジオの情報は刺さります！



★ラジオは商品認知から、検索、購入まで働き盛り世代の生活に影響を与えるメディアです。

ラジオで自然と覚える情報(男女30~49歳)



※ラジオリスナー

\* いつも聴くラジオ番組を提供しているスポンサー企業の名前は、自然と覚えてしまう。

\*\* いつも聴くラジオ番組の中で流れるCMの商品は、自然と覚えてしまう。

ラジオの聴取場所(男女30~49歳)

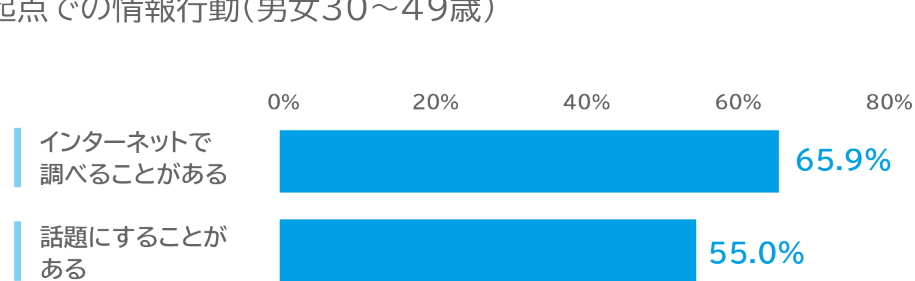
自宅内

くつろいでいる時	24.5%
家事・雑用中	13.0%
仕事中	12.9%
起床時	12.8%
炊事中	12.7%

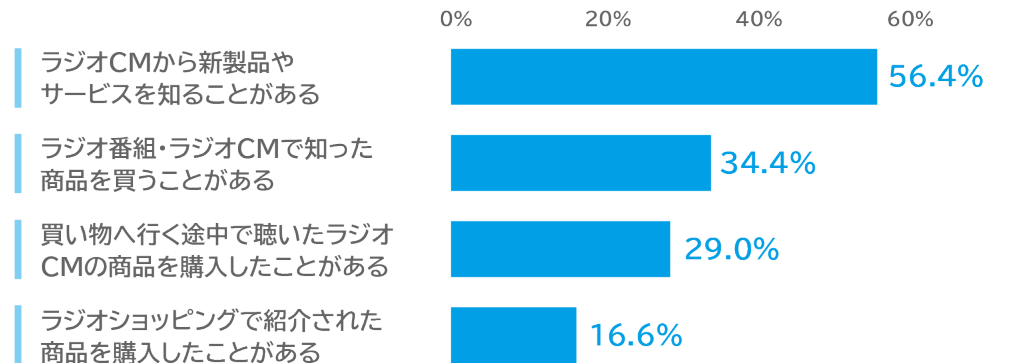
自宅外

自家用車の車内	37.5%
通勤・通学時・移動中	28.8%
買い物に行く移動中に	18.2%
営業車の車内	13.3%
仕事中(勤務時間中)	11.9%

ラジオ起点での情報行動(男女30~49歳)



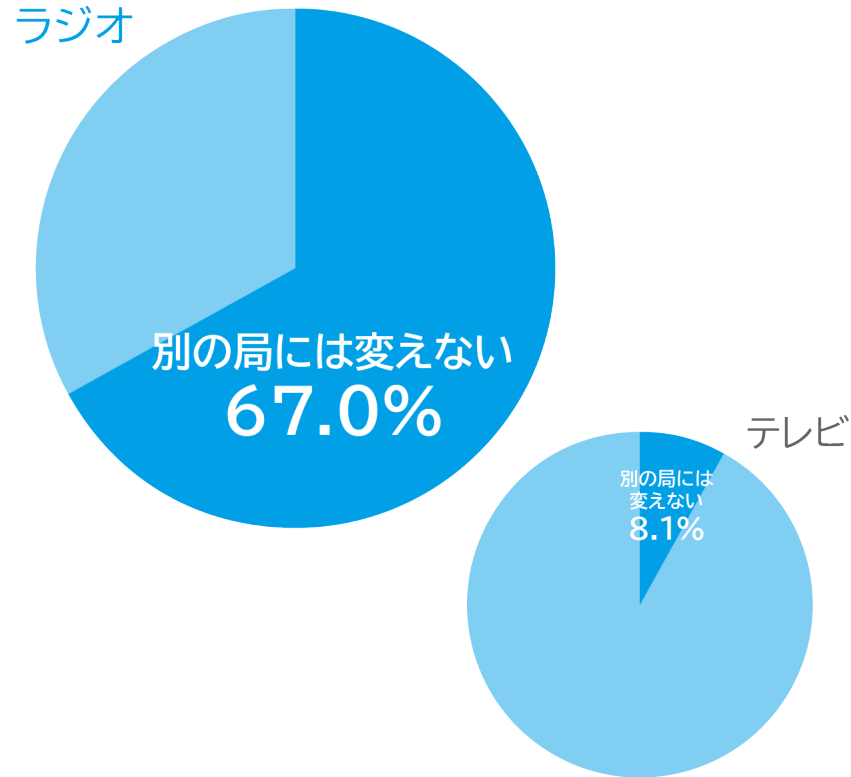
ラジオCM感度(男女30~49歳)



# ラジオはザッピングが少ないメディアです

★ラジオリスナーは局や番組の**固定ファン**が多く、CMに入っても局を変えずに聴き続ける特徴があります。

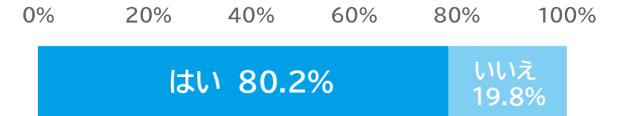
CMに入ると別の局に変える？\*



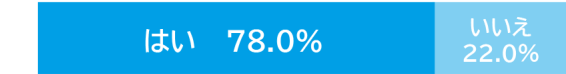
\*ラジオは「ラジオを聴いていてCMが始まると、別の局に変えてしまうことがある」に「そう思わない」と回答した割合。  
テレビは「テレビ番組は始めから終わりまでチャンネルを変えずに見るほうだ」に「はい」と回答した割合。

ラジオへの愛着度も高い！

好きなラジオ局、お気に入りのラジオ局がある

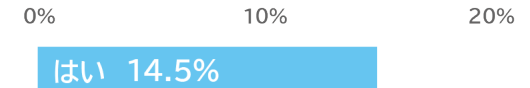


いつも聴くラジオ局に「親しみ」や「仲間意識」を感じる



ラジオリスナーの広告感度

テレビCMをよく見るほうだ



ラジオCMをよく聴くほうだ



新聞広告をよく見るほうだ



インターネットで広告をよく見るほうだ



雑誌広告をよく見るほうだ

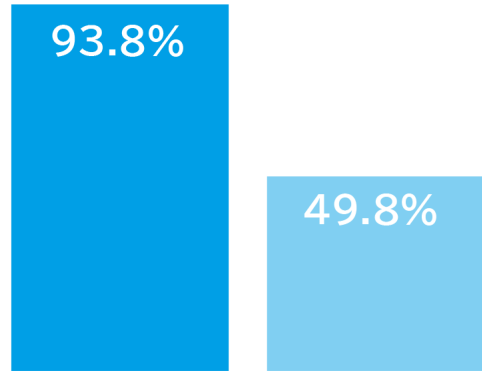


ラジオCMがテレビCMに次いで2番目

# 音声広告は映像広告より記憶への定着率が高い

★ラジオCMは“自分ごと”として捉えられるため、映像に比べて記憶の維持率が高く、認知獲得には最適な広告媒体です。

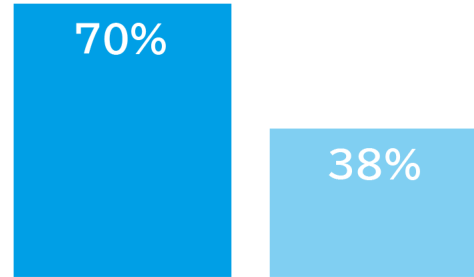
広告視聴1週間後の記憶維持率



商品・サービス名の記憶維持率  
(実験直後の記憶率を100%とした場合)

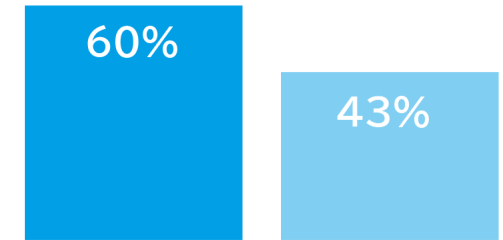
■音声広告 ■映像広告

過去の記憶の想起率



音声・映像に触れて過去のことを  
思い出したり、以前触れたときの状況を  
思い出したことがある

■音声 ■映像



音声を聞いたときに、  
その時の自分の感情や  
気持ちを思い出したことがある

■ラジオリスナー ■一般生活者



音声広告の方が

- ・「自分ごと化」に関連する領域の脳活動が活性化
- ・交感神経が優位になり、高い覚醒状態に



音声広告は  
「自分に向けられた情報」  
「自分に合った情報」  
として受け取られる！

## ラジオは費用対効果が最も高いメディアです

★ご要望に合わせて、効果的な広告投入計画をご提案します。

広告費1,000万円投下時のメディア別効果比較

	広告枠	カバレッジ	接触状況	出稿本数・広告回数	延べ到達人口	CPM (千人あたりコスト)
ニッポン放送	20秒スポット	4,283.3万人	個人聴取率 0.6% 延べ聴取率 63.0%	105回	2,698.5万人	370.6円
テレビ (キー局)	15秒スポット (Aタイム)	4,018.2万人	延べ視聴率 59.1%	—	2,375.2万人	421.0円
新聞 (全国紙A東京版)	記事下一段 (社会面)	184.8万部	回読人数 2.0人 広告接触率 48.7%	5回	900.0万人	1,111.1円
雑誌 (総合週刊誌B)	本文1ページ	11.7万部	回読人数 9.8人 広告接触率 64.6%	14回	1,037.0万人	964.3円

※ニッポン放送聴取率は、2026年2月度調査(週平均6:00~24:00)。 ※テレビ延べ視聴率はある民放キー局の2026年4月時点で算出。 ※ニッポン放送・テレビのカバレッジは、ともに4歳以上の男女で計算。  
※上記のデータは、実勢に応じて変動いたします。

## ★テレビ:デジタル:ラジオは、7:1:2が効果的

-----

広告費1,000万円投下時のメディアミックスプラン

ケース	テレビ出稿額	デジタル出稿額	ラジオ出稿額	比率 テレビ:デジタル:ラジオ	リーチ(%)
テレビのみ	10,000,000	0	0	1:0:0	33.029
デジタルのみ	0	10,000,000	0	0:1:0	23.195
テレビ+デジタル	9,020,390	1,000,000	0	9:1:0	36.955
<b>テレビ+デジタル+ラジオ</b>	<b>7,200,000</b>	<b>1,000,000</b>	<b>2,030,000</b>	<b>7:1:2</b>	<b>41.872</b>

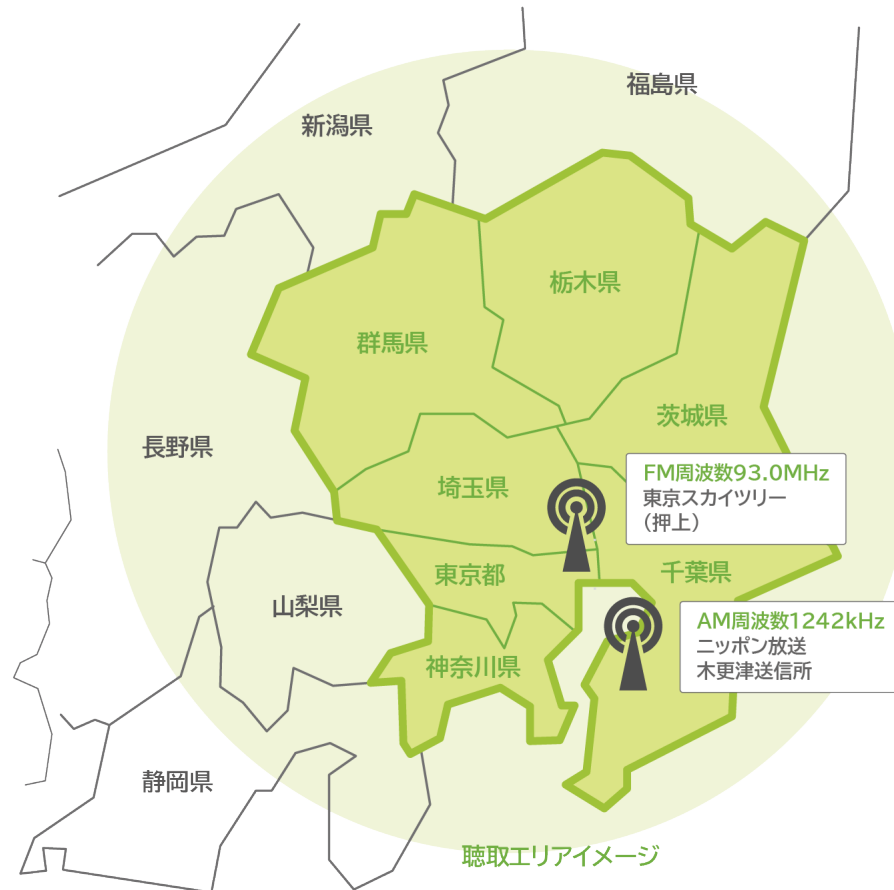
広告費5,000万円投下時のメディアミックスプラン

ケース	テレビ出稿額	デジタル出稿額	ラジオ出稿額	比率 テレビ:デジタル:ラジオ	リーチ(%)
テレビのみ	50,000,000	0	0	1:0:0	61.935
デジタルのみ	0	50,000,000	0	0:1:0	42.307
テレビ+デジタル	30,000,000	20,000,000	0	6:4:0	69.665
<b>テレビ+デジタル+ラジオ</b>	<b>35,200,000</b>	<b>5,000,000</b>	<b>10,010,000</b>	<b>7:1:2</b>	<b>72.140</b>

## ニッポン放送は1都11県をカバレッジ

★毎日、約4,400万人に向けて情報を発信しています。

ニッポン放送カバレッジエリア



エリア内人口

(千人)

全年齢人口	合計	男性	女性
カバレッジ計	44,071	21,811	22,261
1都6県合計	42,310	20,944	21,366
東京	14,045	6,897	7,148
神奈川	9,237	4,588	4,649
千葉	6,284	3,118	3,166
埼玉	7,279	3,619	3,659
茨城	2,294	1,145	1,149
栃木	1,719	858	861
群馬	1,452	719	734
静岡	1,206	595	612
山梨	373	183	190
福島	40	20	20
長野	127	62	65
新潟	15	7	8
全国合計	126,146	61,350	64,797
カバレッジ全国比	34.9%	35.6%	34.4%
12-69歳人口(カバレッジ)	30,306	15,444	14,862

# 首都圏ラジオ局の中でも、特に多くのリスナーに届きます

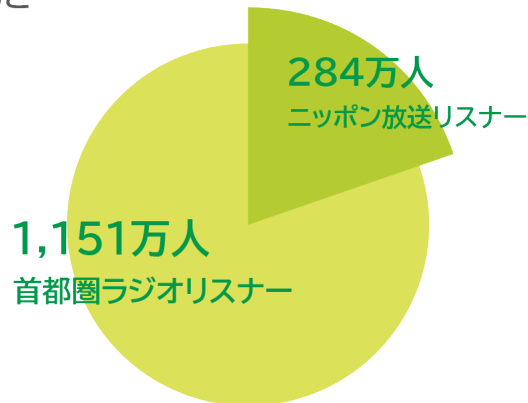
★重複しない到達率 = ユニークリーチで捉えると、  
首都圏ラジオリスナーの2割がニッポン放送リスナーです。

1週間ユニークリーチと到達人口

0% 20% 40% 60% 80% 100%



首都圏聴取率調査  
エリア内の人口に  
換算すると・・・



ユニークリーチの考え方

15分毎など「一定時間で何%が聞いていたか」を示すのが聴取率

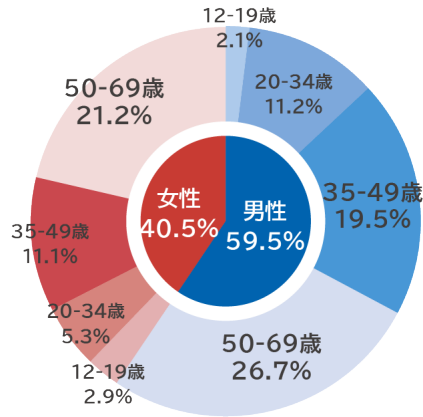
		A	B	C	D	E			
個人聴取率	● 時台	00分	○	×	×	×	×	5人中1人	→20%
	15分	○	○	×	×	×		5人中2人	→40%
	30分	×	○	×	○	×		5人中2人	→40%
	45分	×	×	○	×	×		5人中1人	→20%
ユニークリーチ	● 時台全体	○	○	○	○	×		5人中4人	→80%

「合計で何%の人に到達したのか」を示すのがユニークリーチ

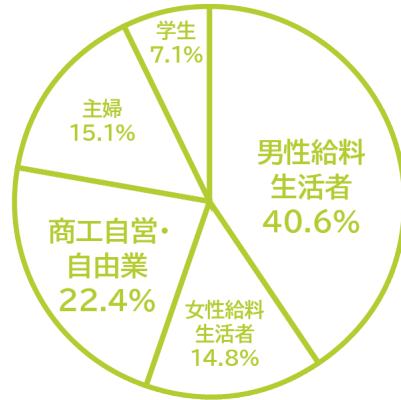
1週間、平日、土曜日、日曜日など、  
ターゲット期間でのラジオ接触者数の把握が可能です。

★ニッポン放送のリスナーは、全体に比べて年収が高く、  
ラジオリスナーの中でも商工自営・自由業の割合が高いのが特徴です。

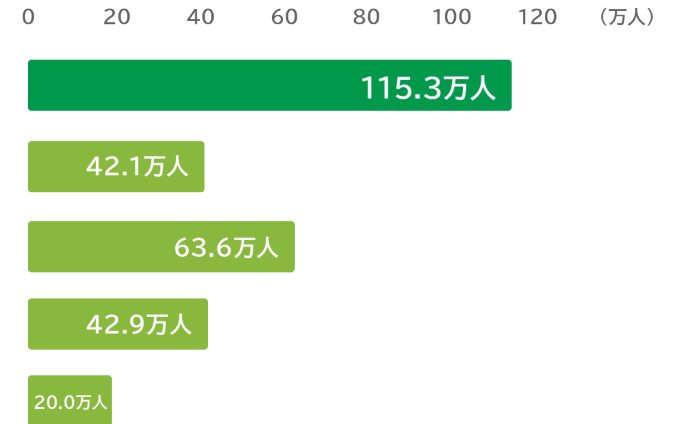
年齢別構成(週平均)



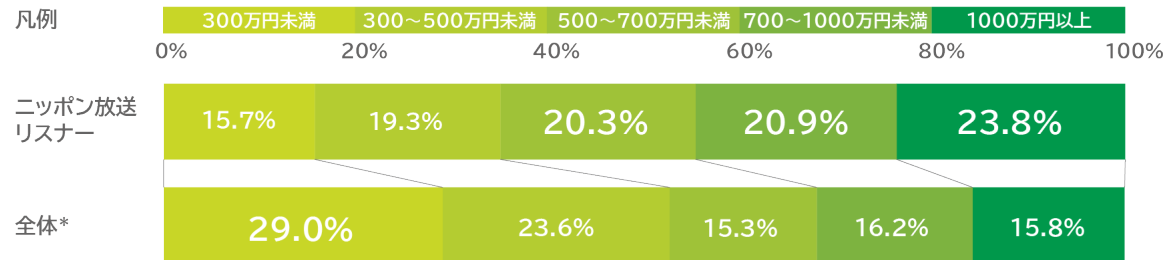
職業別構成(週平均)



職業別聴取人口

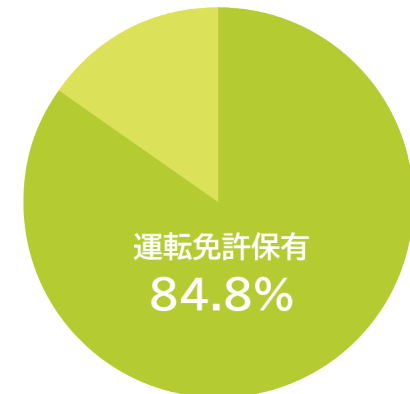


世帯年収別構成



\*全体の年収は、関東1都6県に山梨県、長野県を加えたエリアの調査結果

運転免許保有率



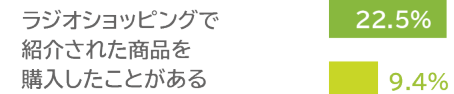
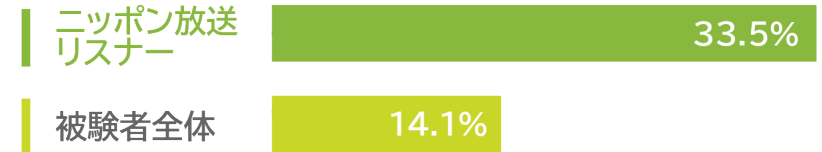
## 商品感度が高いニッポン放送リスナー①

★ニッポン放送のリスナーは商品認知度も高く、CM聴取から興味・検索・購買までスムーズに繋がります。

ラジオ番組・ラジオCMで知った  
商品を買うことがある



買い物へ行く途中で聞いた  
ラジオCMの商品を購入したことがある

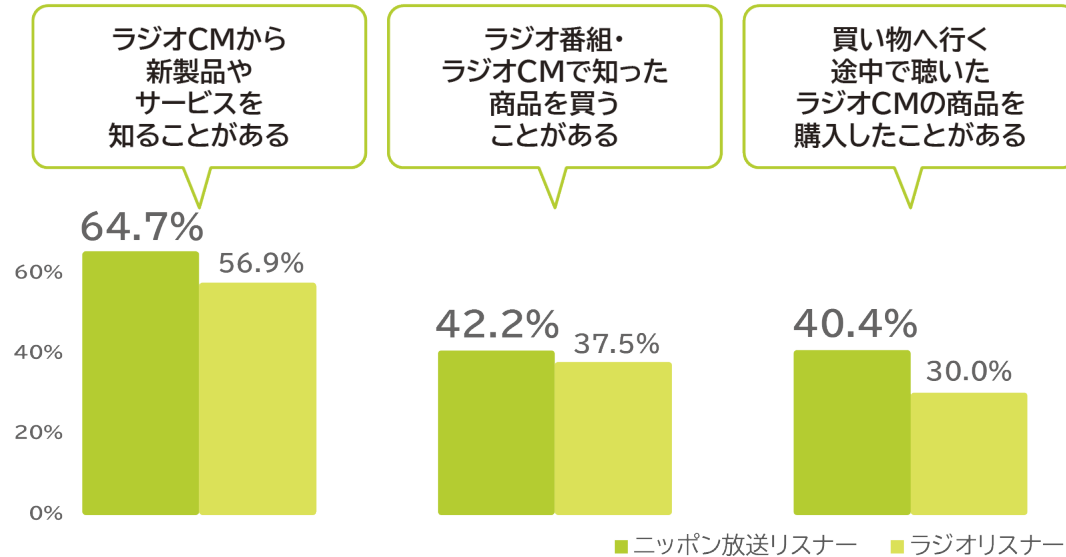


## 商品感度が高いニッポン放送リスナー②

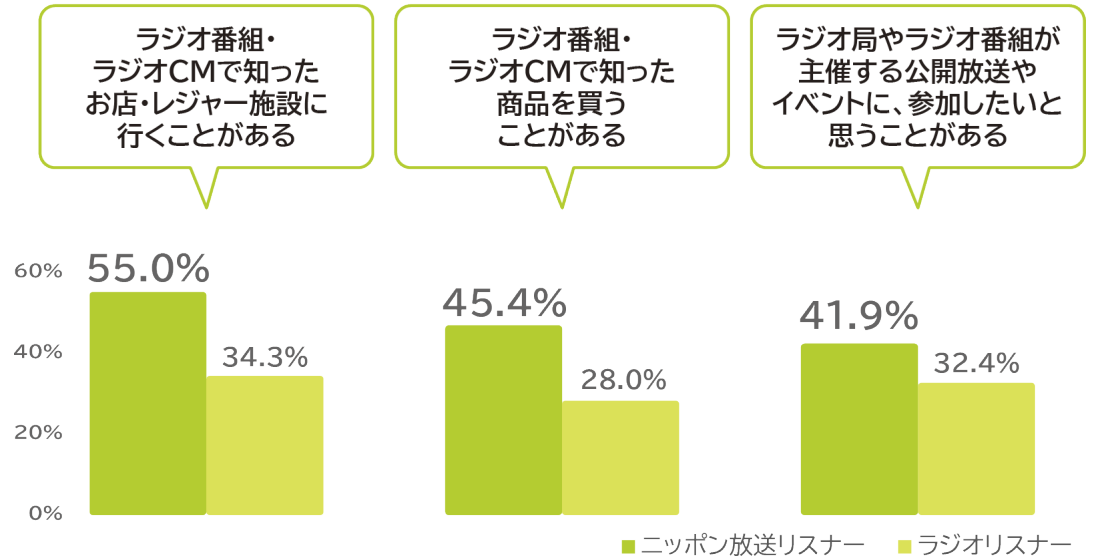
★ニッポン放送の強みはコンテンツ力とリスナーとの繋がり！

番組やCMから商品を購入したりイベント参加に積極的なリスナーが大勢います！

### 男性給料生活者



### 学生



### 主婦

	ニッポン放送リスナー (%)	ラジオリスナー (%)
ラジオCMから新製品やサービスを知ることがある	61.3%	53.6%
ラジオ局やラジオ番組が主催する公開放送やイベントに、参加したいと思うことがある	52.0%	32.3%
ラジオ番組・ラジオCMで知った商品を買うことがある	46.1%	31.1%

### 商工自営・自由業

	ニッポン放送リスナー (%)	ラジオリスナー (%)
ラジオCMから新製品やサービスを知ることがある	64.0%	50.6%
ラジオ番組・ラジオCMで知った商品を買うことがある	46.1%	36.0%
ラジオ局やラジオ番組が主催する公開放送やイベントに、参加したいと思うことがある	36.2%	31.8%

※ラジオリスナー

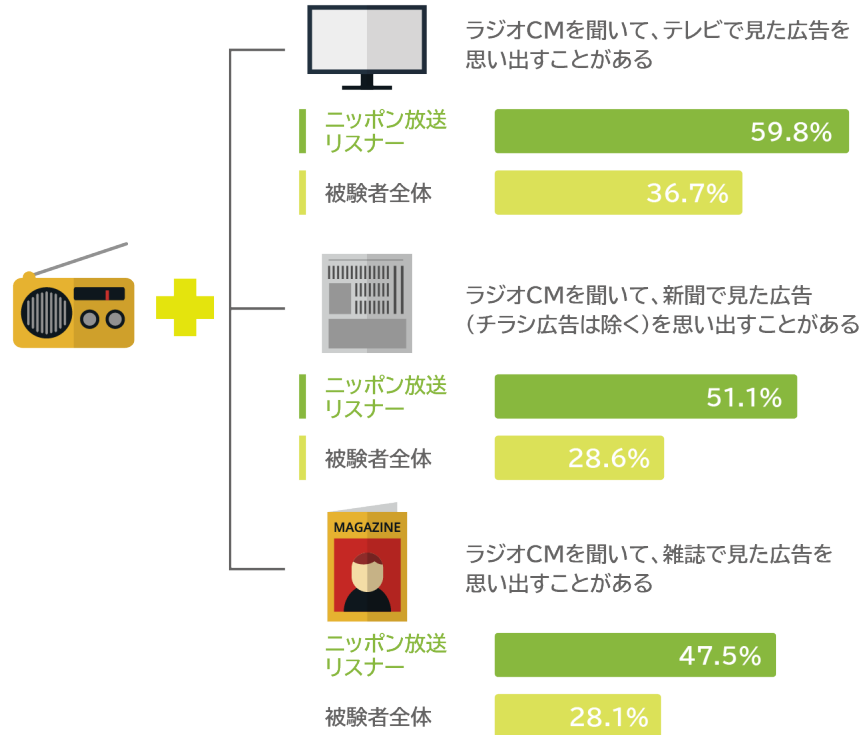
\* いつも聴くラジオ番組を提供しているスポンサー企業の名前は、自然と覚えてしまう。

\*\* いつも聴くラジオ番組の中で流れるCMの商品は、自然と覚えてしまう。

# ニッポン放送リスナーには、ラジオ広告が効果的に響いています

★ニッポン放送から流れるラジオCMを聴くことで、他のメディアの広告を思い出したり、買い物中に商品を思い出するなど、商品を選んでもらえるきっかけとなっています。

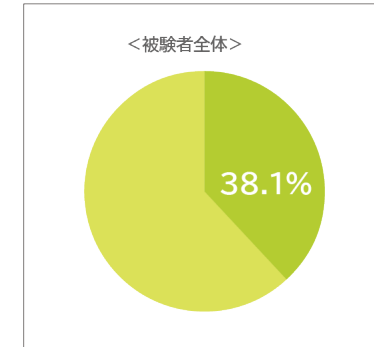
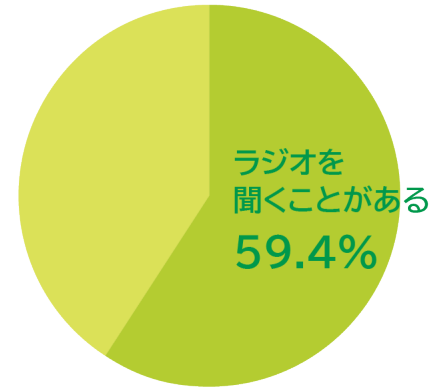
## イメージリー・トランスファー効果



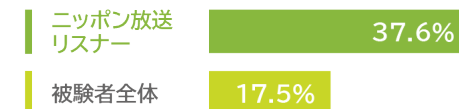
ラジオCMを他のCMと組み合わせることで、広告内容がより記憶に刷り込まれ、訴求力が高まります。

## リーセンサー効果

車で買い物・レジャーに出かけるときにはラジオを聞くことがある  
<ニッポン放送>



買い物へ行く途中で聞いたラジオCMの商品を買い物の際に思い出ことがある



買い物へ行く途中で聞いたラジオCMの商品を購入したことがある



車での買い物時に、車内で聞いたものを買うことが期待できます。

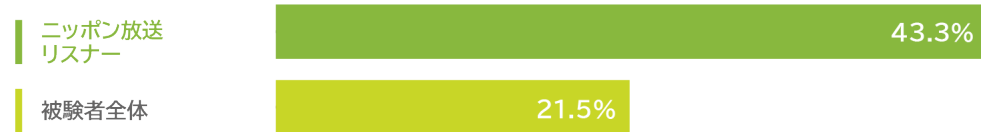
★ニッポン放送は、レジャーやイベント参加を促すだけでなく、SNSによってさらに効果的な情報拡散が期待できます。

## ラジオをきっかけとした行動

ラジオ番組・ラジオCMで知った  
お店・レジャー施設に行くことがある



ラジオ局やラジオ番組が主催する  
公開放送やイベントに、参加したいと思うことがある

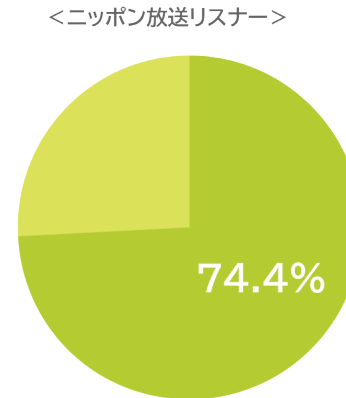


ラジオ番組のプレゼントや懸賞に応募することがある

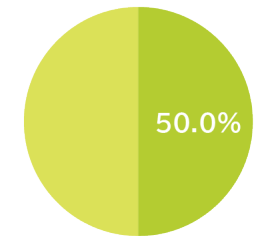


## ラジオパーソナリティの魅力

いつも聴くラジオ番組の  
パーソナリティ・DJの意見や言葉は信用できる



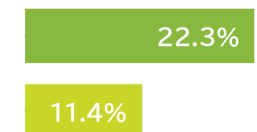
<被験者全体>



ラジオ局やラジオ番組、DJ・パーソナリティの  
Facebook公式ページ、X公式アカウントを  
チェック・フォローしている

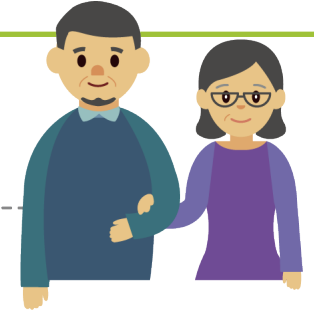


ラジオで聴いた情報を、  
FacebookやX等のブログ・  
SNSで話題にすることがある



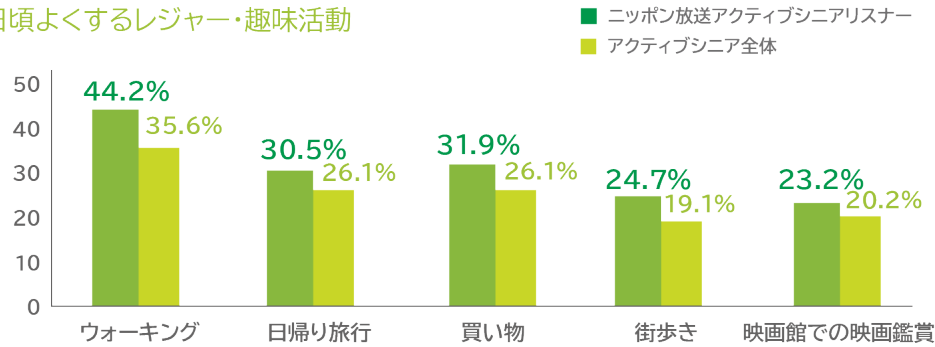
# 好奇心旺盛なニッポン放送アクティブシニアリスナー

★ニッポン放送のアクティブシニアリスナーは、  
他局のラジオリスナーよりもCM感度が高く、積極的に買い物やレジャーを楽しむ人たちです。

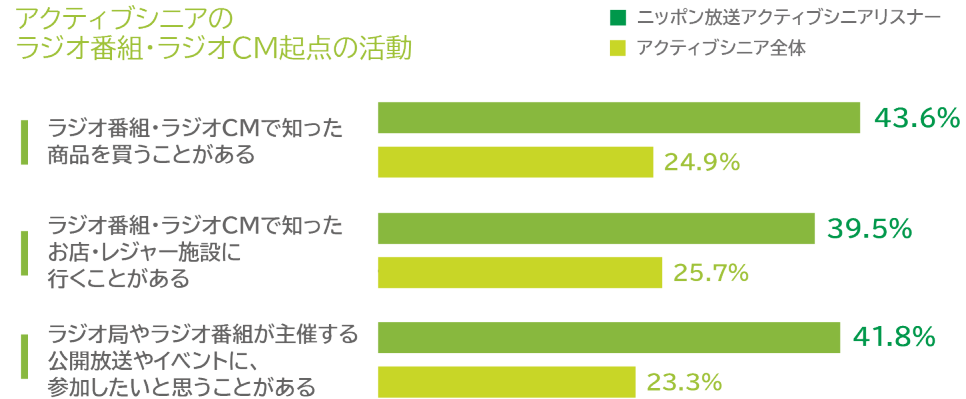


## アクティブシニアの日常生活

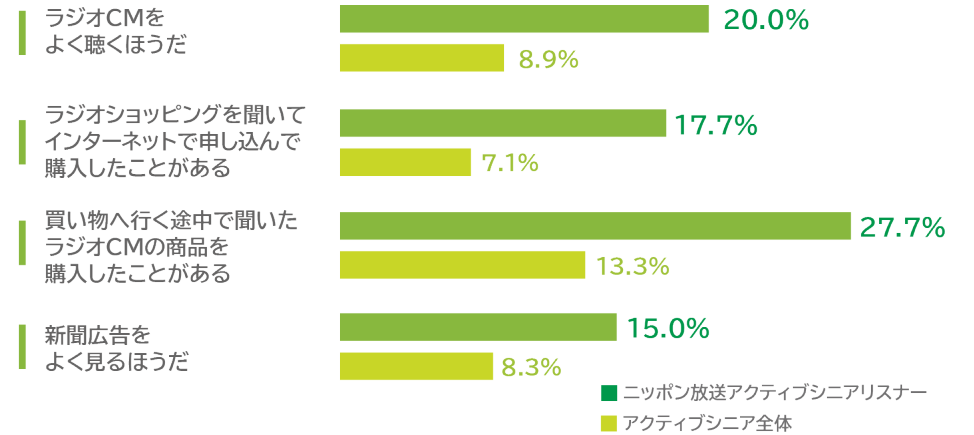
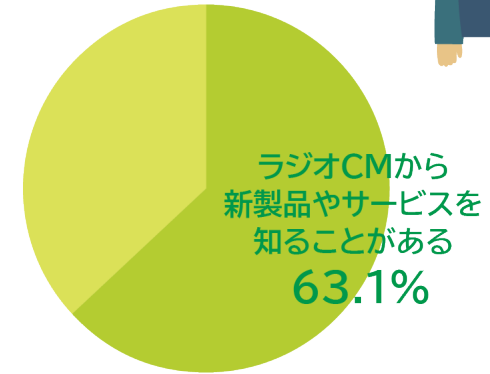
### 日頃よくするレジャー・趣味活動



### アクティブシニアのラジオ番組・ラジオCM起点の活動



## アクティブシニアの広告との接触の仕方



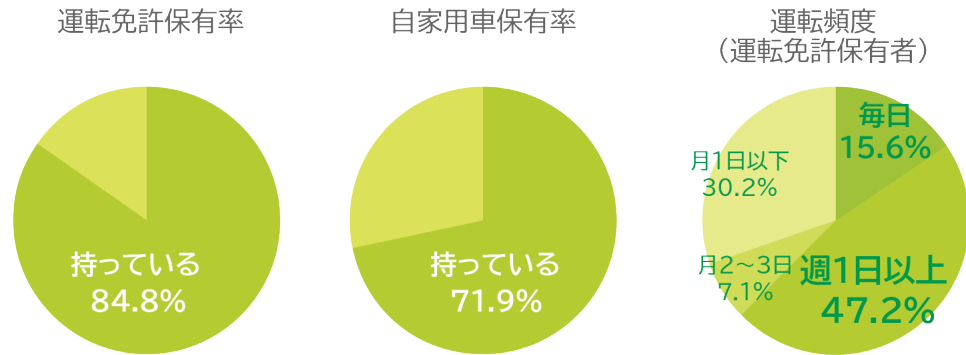
\* 50～69歳男女をアクティブシニアと定義し、ニッポン放送リスナーと比較  
 \*\* ニッポン放送リスナーは、1週間に1回(5分以上)以上のニッポン放送聴取者

# 首都圏ドライバーの買い物につながるニッポン放送

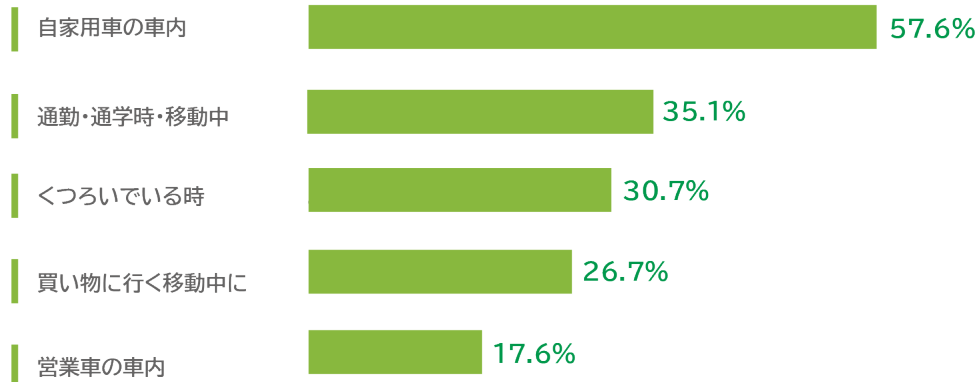


★ニッポン放送のドライバーリスナーは、ラジオCMが購買行動につながりやすい特徴があります。

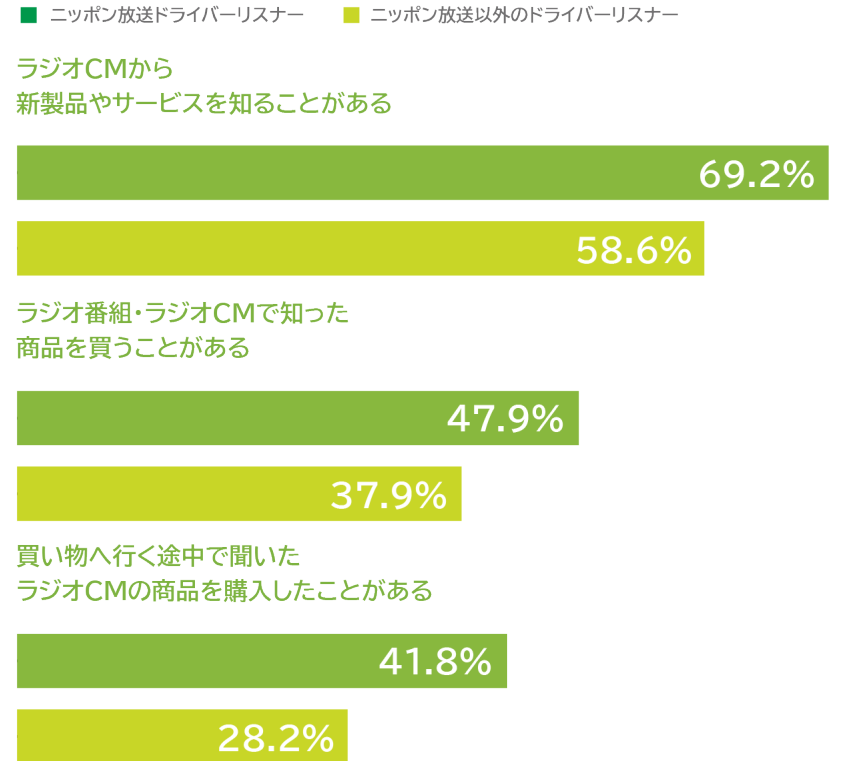
## 車とラジオの関係 <ニッポン放送リスナー>



## ラジオの聴取場面(ドライバー)



## ドライバーリスナーの広告感度



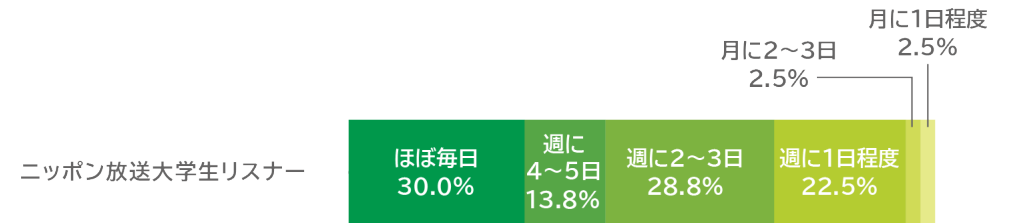
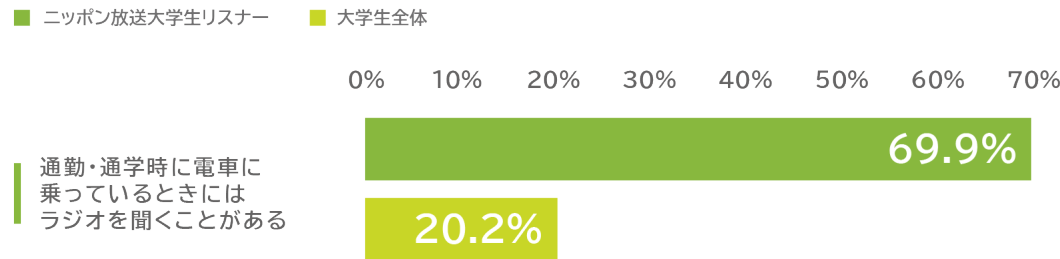
※週1日以上自動車を運転する者をドライバーと定義  
 ※ニッポン放送リスナーは、1週間に1回(5分以上)のニッポン放送聴取者

# ラジオが重要な情報源になっているニッポン放送大学生リスナー

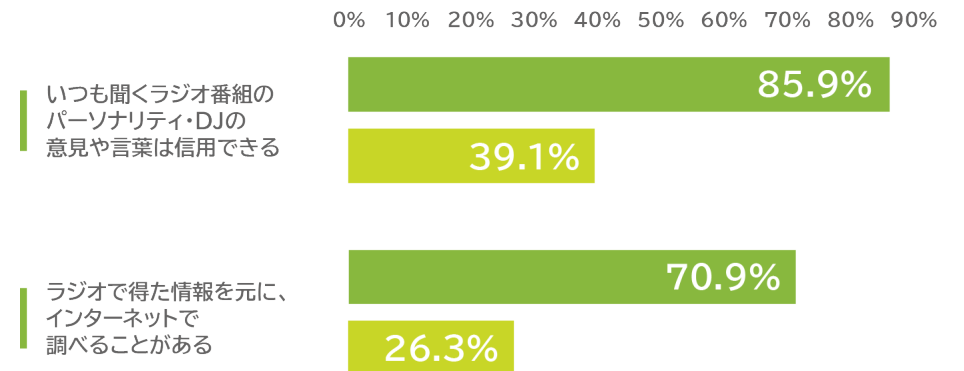
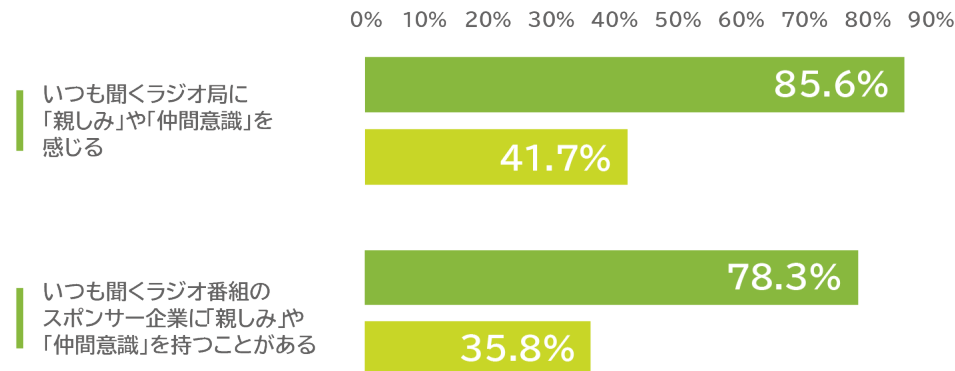


★就職を控えたニッポン放送大学生リスナーは**7割**が移動中にもラジオから情報を得ています。  
 その聴取頻度も高く、**30%**が「ほぼ毎日」ラジオに触れています。  
 また、ラジオ局や番組スポンサーにも親しみを持ち、番組から得た情報が行動の起因になっています。

## ラジオの聴取場所・聴取頻度



## ラジオに対する印象と行動



## ★原動力は“社会の動向把握”と“健康の維持”

## ★健康情報を敏感にキャッチし、 セカンドキャリアをハッピーに

月～木曜は、垣花正さんと個性豊かなコメンテーターがお送りする、朝の情報バラエティ！  
「radikoで聴かれた番組ランキング」では、2024年・2025年連続で、在京エリア総合2位をいただきました。  
金曜は、春風亭一之輔さんによる、週末の朝にピッタリな、クスッと笑えるトークが満載！  
リスナーの中心層は50代～60代。移動中や作業中にラジオで天気、親しみやすいトークを聴くのが日常のルーティン。  
最大の関心事は自身の健康。健康情報には非常に敏感。世の中の動きに目を光らせながら、健やかに過ごそうとしています。

### 健康について

健康に強い関心を持っている **69.7%**

### 車の運転頻度

週に5～6日運転する **11.0%**

### 住居形態

一戸建て持家(新築の注文住宅を購入) **30.3%**

分譲マンション(持家マンション) **17.3%**

一戸建て持家(新築の建売住宅を購入) **11.4%**

### 仕事・教育について

仕事関連の情報収集は欠かさない **51.5%**

### 好きなテレビジャンル

情報バラエティ **47.9%**

国内ニュース **42.0%**

気象情報・天気予報 **40.6%**

### ソーシャルメディア

Facebook **30.6%**

価格.com **17.8%**

楽天ぐるなび **9.9%**

### 動画系・音楽系

NHKプラス **13.5%**

ABEMA **10.5%**

Amazon Music Prime **7.5%**

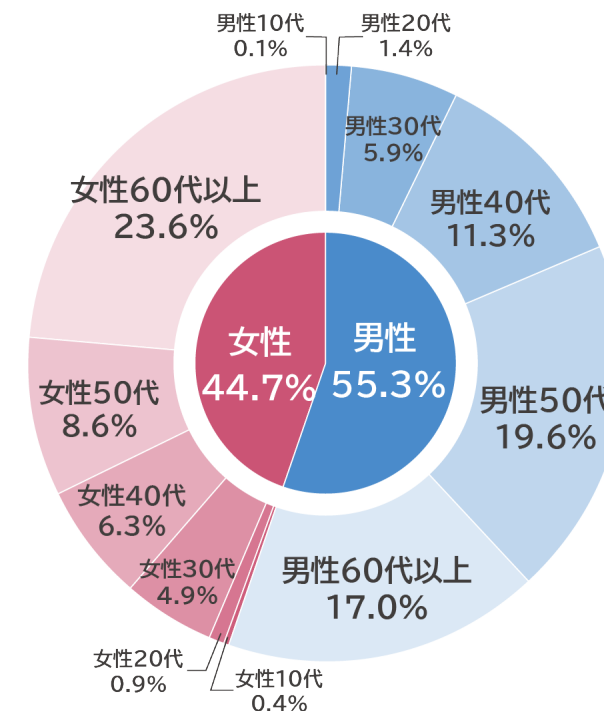
### 買い物について

便利なもので時間や手間を節約 **87.5%**

ポイントカードを持っている店で買い物 **82.3%**

社会貢献支援の商品を買う **20.2%**

データ元:VR(ACR/ex)  
集計方法:調査全体とターゲット層における各項目の含有率(%)を算出し、調査全体との差分が大きい項目をターゲット固有の特徴として抽出。  
集計期間:2026年1月～3月



データ元:ビデオリサーチ2026年4月度ラジオ聴取率調査

### ラジオCMとの関わり

ラジオCMから新製品やサービスを知ることがある…………… **70.2%(+15.3pt)**

買い物へ行く途中で聞いたラジオCMの商品を購入したことがある… **35.0%(+ 8.7pt)**

### テレビCMとの関わり

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…………… **63.3%(+11.0pt)**

### ラジオを聴く場面

自宅で家事・雑用中…………… **26.9%(+11.3pt)**

ラジオリスナー  
全体に対し

データ元:ビデオリサーチ2025年6月度ラジオ聴取率調査

★社会で活躍するベテラン世代  
★趣味に対してエネルギッシュ  
★情報収集はとことん！

2026年でおかげさまで放送開始60周年。  
野球を愛するリスナーの心を捉えて離さず、プロ野球の熱戦の数々を生中継でお届けしている「ニッポン放送ショウアップナイター」。リスナーの中心層は40代～60代の男性。仕事では責任あるポジションに就き、中堅～ベテランとして活躍。こと趣味の話になると非常にエネルギッシュで、「本当に気に入ったもの、良いものなら、高くても無理をしても買う」という消費スタイルを持っています。

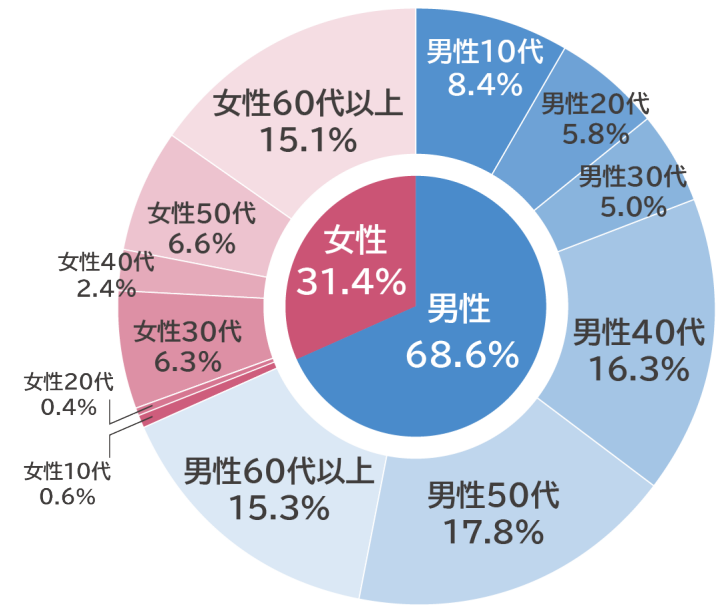
車の運転頻度	
週に5～6日運転する	26.8%
住居形態	
分譲マンション(持家マンション)	18.4%
仕事・教育について	
仕事関連の情報収集は欠かさない	52.0%
健康について	
健康に強い関心を持っている	66.6%

好きなテレビジャンル	
国内ニュース	38.5%
野球日本代表戦	26.0%
プロ野球/セ・リーグ	22.5%
サッカー(日本代表戦)	22.4%
プロ野球交流戦	20.5%

買い物について	
注目したものは無理をしても買う	71.5%
気に入れば値段が高くても買う	64.4%
よい物やほしい物は買っておく	45.9%

ソーシャルメディア	
Facebook	28.6%
Amazonカスタマーレビューサイト	19.3%

データ元:VR(ACR/ex)  
集計方法:調査全体とターゲット層における各項目の含有率(%)を算出し、調査全体との差分が大きい項目をターゲット固有の特徴として抽出。  
集計期間:2025年4月～9月



データ元:ビデオリサーチ2026年4月度ラジオ聴取率調査

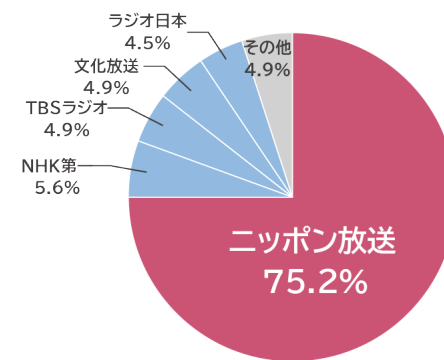
ラジオCMとの関わり		ラジオリスナー 全体に対し
ラジオCMから新製品やサービスを知ることがある	68.1%	(+13.2pt)
買い物へ行く途中で聞いたラジオCMの商品を購入したことがある	37.2%	(+12.9pt)
買い物へ行く途中で聞いたラジオCMの商品を買い物の際に思い出すことがある	44.2%	(+13.3pt)
ラジオを聴く場面		
自宅でくつろいでいる時	48.3%	(+20.5pt)

データ元:ビデオリサーチ2025年6月度ラジオ聴取率調査

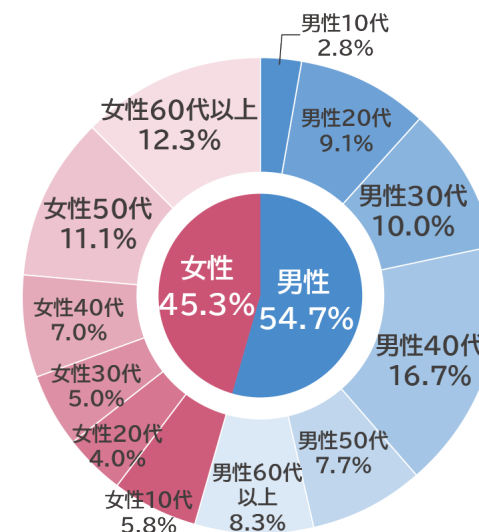
★エンタメ感度が高く、  
欲しいものに対する熱は凄まじい  
★SNSでコミュニティを形成し、  
情報収集もめかりなく

若者に加え、各年代で圧倒的人気を誇る、深夜ラジオの代名詞  
「オールナイトニッポン」リスナーの原動力は“エンタメ”と“熱量の共有”。  
Xで「#ANN」と呟きながらラジオを聴き、お笑い、アニメ、ゲームといったカルチャーを  
こよなく愛し、「これだ！」と気に入ったもの、欲しいものに対する熱は凄まじく、  
深夜にラジオから流れるトークと、SNS上のリスナー同士の繋がりを  
明日の活力にしています。

10・20代同時帯シェア



リスナー性年代



ソーシャルメディア

X	66.5%
Instagram	62.4%
pixiv	9.0%
Nintendo Switch Online	8.1%
ソーシャルゲーム(Streamなど)	4.9%

動画系・音楽系

Amazon Prime Video	47.2%
Netflix	25.7%
Apple Music	17.3%
ニコニコ動画	11.0%
U-NEXT(Paravi含む)	9.9%

好きなテレビ番組ジャンル

お笑い番組	43.8%
アニメ	41.2%
競馬	10.4%
ゲーム情報	6.4%
海外プロサッカー	4.9%

買い物について

購入前に使用者の感想を調べる	76.2%
気に入れば値段が高くても買う	74.8%
商品への人の評判が気になる	56.4%
よい物や欲しい物は買っておく	50.8%

仕事・教育について

スキルアップのため勉強したい	56.9%
資格取得の勉強をしている	25.1%

データ元:VR(ACR/ex)  
集計方法:調査全体とターゲット層における各項目の  
含有率(%)を算出し、調査全体との差分が  
大きい項目をターゲット固有の特徴として  
抽出。  
集計期間:2026年1月～3月

ラジオCMとの関わり

いつも聞くラジオ番組の sponsor 企業に  
「親しみ」や「仲間意識」を持つことがある ..... **64.4%(+11.4pt)**

ラジオ番組を聞き始めたきっかけ

好きなタレントやアーティストが  
DJ・パーソナリティを務める番組があったから ..... **80.7%(+42.0pt)**

ラジオ番組への印象

ラジオではタレントの地が出る、  
意外な面を知ることができると思う ..... **85.1%(+16.5pt)**

いつも聞くラジオ番組のパーソナリティ・DJに「親しみ」や  
「仲間意識」を感じる(非常にそう思う) ..... **32.3%(+11.3pt)**

ラジオを聴く場面

電車やバスの中 ..... **23.7%(+16.7pt)**

# 「日本民間放送連盟賞」第1回ラジオグランプリ「文化庁芸術祭」「放送文化基金賞」など受賞ぞくぞく！

## ギャラクシー賞 受賞作品一覧

年度	番組名	部門賞
2019年	「オードリーのオールナイトニッポン」	ラジオ部門 選奨
2020年	「サンドウィッチマンのオールナイトニッポン」	ラジオ部門 奨励賞
	ラジオドラマ「ブッダのように私は死んだ」	ラジオ部門 奨励賞
2021年	ニッポン放送開局67周年・“冗談工房”結成65周年記念 キリナー番組 presents 三木鶏郎とニッポン放送	ラジオ部門 奨励賞
2022年	サンドウィッチマン ザ・ラジオショーサタデー	ラジオ部門 選奨
	オールナイトニッポンPremium～高橋幸宏さんを偲んで	ラジオ部門 奨励賞
2023年	「オードリーのオールナイトニッポン」	ラジオ部門 DJパーソナリティ賞
	「霜降り明星のオールナイトニッポン」	ラジオ部門 選奨
2024年	ニッポン放送開局70周年記念ラジオドラマ「マミー・ロード」	ラジオ部門 選奨
	ニッポン放送開局70周年特別番組「笑顔にナレ！タモリセッション2024」	ラジオ部門 奨励賞
2026年	ラジオドラマ「鬼平犯科帳 本所・桜屋敷」	ラジオ部門 選奨

## 放送文化基金賞 受賞作品一覧

2018年	ラジオドラマ「ストリッパー物語」	番組部門 ラジオ番組優秀賞
2020年	「サンドウィッチマンのオールナイトニッポン」	番組部門 ラジオ番組優秀賞
2021年	ニッポン放送報道スペシャル あの日の「誓い」から10年・始まった共生社会への挑戦！	番組部門 ラジオ番組 奨励賞
2022年	きたやまおさむ「イムジン河」スペシャル～音楽は時代(とき)を超える～	番組部門 ラジオ番組 優秀賞
2023年	星野源のオールナイトニッポン	ラジオ部門 奨励賞

## 日本民間放送連盟賞 受賞作品一覧

2021年	サンドウィッチマンのオールナイトニッポン	ラジオ 準グランプリ エンターテインメント番組 最優秀
	テレフォン人生相談55周年記念！『加藤田諱三、令和時代への提言』～心のマスクを忘れるな～	教養番組 優秀
	笑福亭鶴瓶 日曜日のそれ	生ワイド番組 優秀
2022年	佐久間宣行のオールナイトニッポン0	生ワイド番組 最優秀
	ニッポン放送報道スペシャル あの日の「誓い」から10年・始まった共生社会への挑戦！	報道番組 優秀
	ニッポン放送開局67周年・“冗談工房”結成65周年記念 キリナー番組 presents 三木鶏郎とニッポン放送	教養番組 優秀
2024年	霜降り明星のオールナイトニッポン	生ワイド番組 優秀
2025年	ニッポン放送開局70周年記念ラジオドラマ「マミー・ロード」	エンターテインメント番組部門 優秀

## 文化庁芸術祭 受賞作品一覧

2019年	「文豪ROCK！～眠らない読み聴かせ 宮沢賢治編」	放送個人賞(秀島史香)
2022年	ニッポン放送報道スペシャル あの日の「誓い」から10年・始まった共生社会への挑戦！	ラジオ部門 芸術祭優秀賞

## 放送人グランプリ2024 受賞作品一覧

2024年	関東大震災から100年…112歳の証言と未来への提言	グランプリ 優秀賞
-------	----------------------------	-----------

## JCLP日本気候リーダーズ・パートナーシップ「脱炭素ソリューションピッチ」受賞作品一覧

2025年	いま、地球がアツい！	審査員特別賞
-------	------------	--------

## Media is Hope AWARD 2025 受賞作品一覧

2026年	いま、地球がアツい！	シリーズ賞
-------	------------	-------

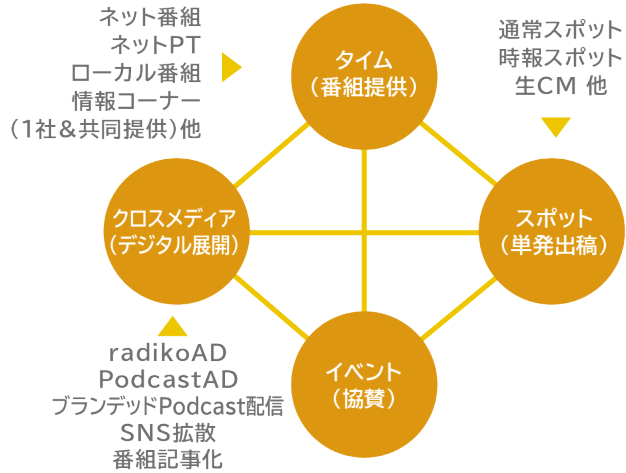
CM受賞一覧

年度	賞	部門	賞の種類	広告主	タイトル	秒数
2015年 平成27年	第68回広告電通賞	ラジオ 第一部門(～20秒)	優秀賞	春華堂	夜のお菓子 うなぎパイ セクハラ篇	20秒
	平成27年日本民間放送連盟賞	CM部門 ラジオCM第1種(20秒以内)	最優秀	春華堂	夜のお菓子 うなぎパイ セクハラ篇	20秒
		CM部門 ラジオCM第2種(21秒以上)	優秀	NTTドコモ	VoLTE ユミの父篇	100秒
	2015 55th ACC CM FESTIVAL	ラジオCM部門	ラジオACC シルバー	春華堂	夜のお菓子 うなぎパイ セクハラ篇	20秒
		ラジオCM部門	ラジオACC ファイナリスト	NTTドコモ	圏外篇	20秒
		ラジオCM部門	ラジオACC ファイナリスト	横浜弁護士会	桃太郎篇	30秒
		ラジオCM部門	ラジオACC ファイナリスト	横浜弁護士会	この世の果て篇	60秒
第54回JAA広告賞 消費者が選んだ広告コンクール	ラジオ	ファイナリスト	ニッポン放送	ラジオで安心 みんなの防災 ベッドの下に篇	20秒	
2016年 平成28年	平成28年日本民間放送連盟賞	CM部門 ラジオCM第1種(20秒以内)	優秀	ニッポン放送	ラジオで安心 みんなの防災 ベッドの下に篇	20秒
	2016 56th ACC CM FESTIVAL	ラジオCM部門	ラジオ ACC ファイナリスト	ニッポン放送	企業広告 愛とは	150秒
2017年 平成29年	2017 57th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS	ラジオCM部門	ラジオ ACC ファイナリスト	ニッポン放送	ラジコタイムフリー 機能訴求(返せ篇)	20秒
		ラジオCM部門	ラジオ ACC ファイナリスト	ニッポン放送	ラジコタイムフリー 機能訴求(母ちゃんの声篇)	80秒
2020年 令和2年	2020年日本民間放送連盟賞	CM部門 ラジオ第2種(21秒以上)	優秀	ニッポン放送	公共キャンペーン スポット 守ろう地球環境「SE」篇	60秒
2021年 令和3年	2021年日本民間放送連盟賞	CM部門ラジオCM第2種(21秒以上)	優秀	はごろもフーズ	ローリングストック「ヒーロー登場」篇	30秒
	2021 61st ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS	ラジオCM部門	ラジオACCファイナリスト	彫刻の森芸術文化財団	美ヶ原高原美術館 自然体篇	20秒
2023年 令和5年	2023年日本民間放送連盟賞	CM部門 ラジオCM第2種(21秒以上)	優秀	ニッポン放送	0時時報 支出篇	55秒
	2023 63rd ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS	ラジオ&オーディオ広告部門 Aカテゴリ	ファイナリスト	ニッポン放送	ラジオ・チャリティ・ミュージックソン 白杖体験篇	120秒
		ラジオ&オーディオ広告部門 Aカテゴリ	ファイナリスト	ニッポン放送	0時時報 紙と鉛筆(1人読み)篇	55秒
	第61回JAA広告賞 消費者が選んだ広告コンクール	ラジオ広告部門	「JAA賞グランプリ」及「経済産業大臣賞」	ニッポン放送	ラジオ・チャリティ・ミュージックソン 白杖体験篇	120秒
第61回ギャラクシー賞	CM部門	奨励賞	ニッポン放送	ラジオ・チャリティ・ミュージックソン 白杖体験篇	120秒	
2024年 令和6年	第77回広告電通賞	ラジオ	SDGs特別賞	ニッポン放送	ラジオ・チャリティ・ミュージックソン 白杖体験篇	120秒
	2024年日本民間放送連盟賞	CM部門ラジオ第2種(21秒以上)	最優秀	ニッポン放送	ラジオ・チャリティ・ミュージックソン 白杖体験篇	120秒
	2024 64rd ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS	ラジオ&オーディオ広告部門 Aカテゴリ	ラジオACCファイナリスト	ニッポン放送	新生活応援「録音篇」親子ver	50秒
	第62回ギャラクシー賞	CM部門	奨励賞	ニッポン放送	特殊詐欺撲滅 二人組詐欺篇	100秒
2025年 令和7年	第62回JAA広告賞 消費者が選んだ広告コンクール	ラジオ	メダリスト	ニッポン放送	特殊詐欺撲滅 還付金ATM篇	80秒
	第62回JAA広告賞 消費者が選んだ広告コンクール	ラジオ	メダリスト	ニッポン放送	特殊詐欺撲滅 還付金ATM篇	100秒
	第78回広告電通賞	オーディオ広告部門 カテゴリB	銀賞	ニッポン放送	特殊詐欺撲滅 二人組詐欺篇	
	2025年日本民間放送連盟賞	CM部門 ラジオCM第2種(21秒以上)	優秀	ニッポン放送	特殊詐欺撲滅 二人組詐欺篇	
	2025年日本民間放送連盟賞	CM部門 ラジオCM第2種(21秒以上)	優秀	ニッポン放送	ラジオ・チャリティ・ミュージックソン 夜の海篇	
	2025 65rd ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS	ラジオ&オーディオ広告部門 Aカテゴリ	ファイナリスト	ニッポン放送	特殊詐欺撲滅 二人組詐欺篇/還付金篇	
2026年 令和8年	第63回JAA広告賞 消費者が選んだ広告コンクール	オーディオ広告部門	メダリスト	ニッポン放送	防災呼びかけ 春風亭一之輔篇/垣花正篇/鈴木杏樹篇	
	第63回JAA広告賞 消費者が選んだ広告コンクール	オーディオ広告部門	メダリスト	ニッポン放送	ラジオ・チャリティ・ミュージックソン 夜の海篇/東のカッコウ篇	

# 守備範囲の広いニッポン放送が有効です

## ラジオ広告展開の4本柱

ニッポン放送では番組提供CM、スポットCM、デジタル企画、イベント協賛の4本柱で複合的な広告展開が可能です。



## CM料金一覧表

ニッポン放送では、訴求したいリスナーに合わせて効果的にCMを展開することが可能です。

タイム料金表

※消費税は別途 ※制作費を含む

番組	CM	提供クレジット	提供曜日	東京単	月額料金	基幹5局	月額料金	フルネット33局	月額料金
共同提供	20秒	1回	月～金	215万円	—	—	—	—	—
ニュース/天気予報/交通情報	20秒	前1回	月～金	250万円	—	—	—	—	—
10分ベルト	80秒	前後2回	月～金	900万円	1,800万円	4,300万円			
30分ハコ	160秒	前後2回	週1回	400万円	850万円	2,370万円			
60分ハコ	300秒	前後2回	週1回	800万円	1,670万円	4,370万円			

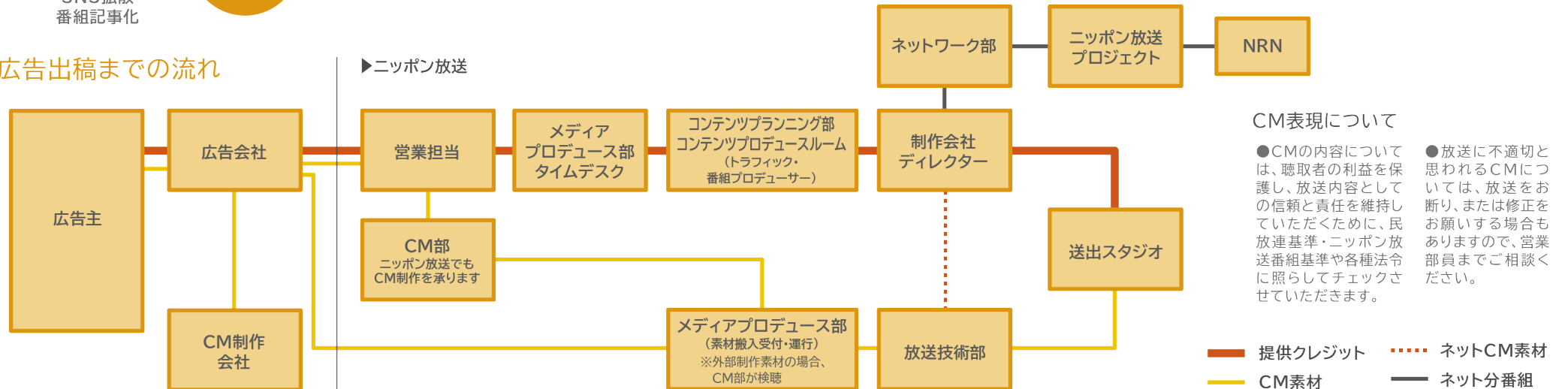
スポット料金表

※消費税は別途

ゾーン	20秒	15秒	10秒	5秒
月～金 飯田浩司のOK! Cozy up! 枠	100,000	90,000	80,000	60,000
月～金 あなたとハッピー! 枠	95,000	85,000	76,000	57,000
月～金 22:00～2:00 土曜 7:00～18:00 日曜 8:00～13:00	90,000	80,000	72,000	55,000
その他の時間	85,000	75,000	68,000	51,000

(円)

## 地上波広告出稿までの流れ



### CM表現について

- CMの内容については、聴取者の利益を保護し、放送内容としての信頼と責任を維持していただくために、民放連基準・ニッポン放送番組基準や各種法令に照らしてチェックさせていただきます。
- 放送に不適切と思われるCMについては、放送をお断り、または修正をお願いします。また、営業部員までご相談ください。

# NRNラジオネットワーク

ニッポン放送を中心に、  
NRNラジオネットワークは  
全国をカバーします。

延べ  
基幹7地区 = 1億1,521万人



- ① 北海道放送 / 584万人
- ② STVラジオ / 514万人
- ③ 青森放送 / 296万人
- ④ IBC岩手放送 / 246万人
- ⑤ 東北放送 / 466万人
- ⑥ 秋田放送 / 102万人
- ⑦ 山形放送 / 101万人
- ⑧ ラジオ福島 / 262万人
- ⑨ 新潟放送 / 212万人
- ⑩ 栃木放送 / 891万人
- ⑪ Lucky FM 茨城放送 / 2,000万人
- ⑫ ニッポン放送 / 4,407万人
- ⑬ 信越放送 / 198万人
- ⑭ 山梨放送 / 115万人
- ⑮ 静岡放送 / 352万人
- ⑯ 北日本放送 / 101万人
- ⑰ 北陸放送 / 208万人
- ⑱ 福井放送 / 106万人
- ⑲ 東海ラジオ放送 / 2,070万人
- ⑳ 京都放送 / 1,946万人
- ㉑ MBSラジオ / 2,170万人
- ㉒ 朝日放送ラジオ / 2,085万人
- ㉓ ラジオ大阪 / 2,226万人
- ㉔ 和歌山放送 / 330万人
- ㉕ 山陰放送 / 122万人
- ㉖ RSK山陽放送 / 182万人
- ㉗ 西日本放送 / 91万人
- ㉘ 四国放送 / 578万人
- ㉙ 南海放送 / 127万人
- ㉚ 高知放送 / 65万人
- ㉛ 中国放送 / 455万人
- ㉜ 山口放送 / 128万人
- ㉝ 九州朝日放送 / 1,313万人
- ㉞ 長崎放送 / 212万人
- ㉟ 熊本放送 / 304万人
- ㊱ 大分放送 / 301万人
- ㊲ 宮崎放送 / 165万人
- ㊳ 南日本放送 / 592万人
- ㊴ ラジオ沖縄 / 147万人

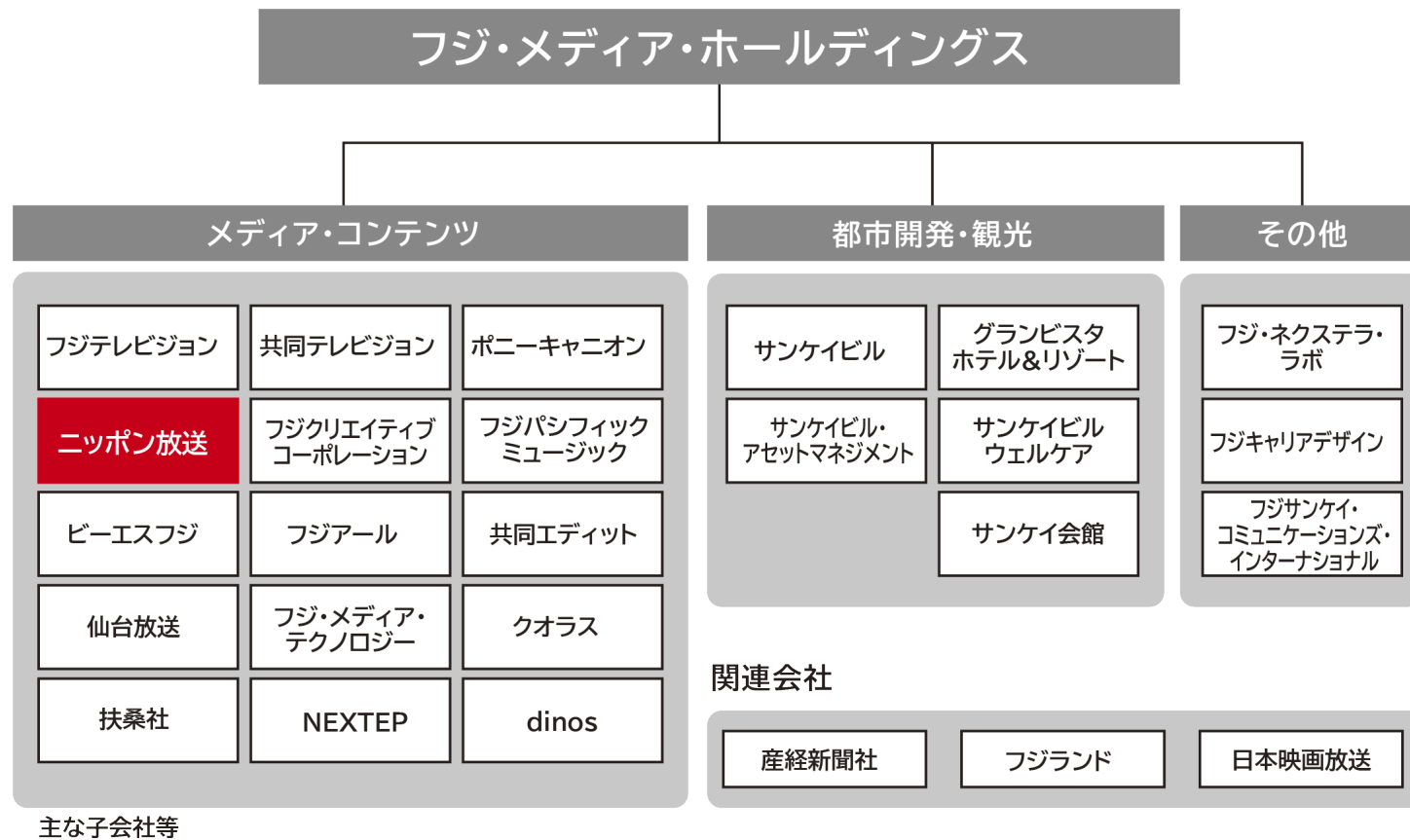
(万人)

地区	北海道		東北	関東	中部	関西			中国・四国	九州
ラジオ局	STVラジオ	北海道放送	東北放送	ニッポン放送	東海ラジオ放送	朝日放送ラジオ	MBSラジオ	ラジオ大阪	中国放送	九州朝日放送
カバレッジ人口	514	584	466	4,407	2,070	2,085	2,170	2,226	455	1,313

北海道地区はSTVラジオ、関西地区はMBSラジオのカバレッジ人口を適用 出典:各局公表データおよび総務省 令和2年国勢調査を基に作成

## フジサンケイグループのメディア展開

フジ・メディア・ホールディングスは、放送事業を中心に、メディア・コンテンツ、都市開発・観光、その他の3つの事業セグメントで構成されています。事業面では緊密な関係を有する関連会社をはじめ、フジサンケイグループ各社と連携して幅広い領域で事業を展開するとともに、文化・芸術を通じた社会貢献活動に取り組んでいます。



### メディア・コンテンツ事業

地上波テレビ放送を中核に、衛星(BS・CS)放送、ラジオ放送、配信、多様なコンテンツ制作、音楽、広告、出版、通販など幅広い事業を展開しています。

### 都市開発・観光事業

オフィスビルの開発・賃貸・管理、商業施設や飲食店の運営、マンションの販売・賃貸などの事業を展開しています。また、ホテルや海洋レジャー施設の運営など観光リゾート事業も行っています。

### その他事業

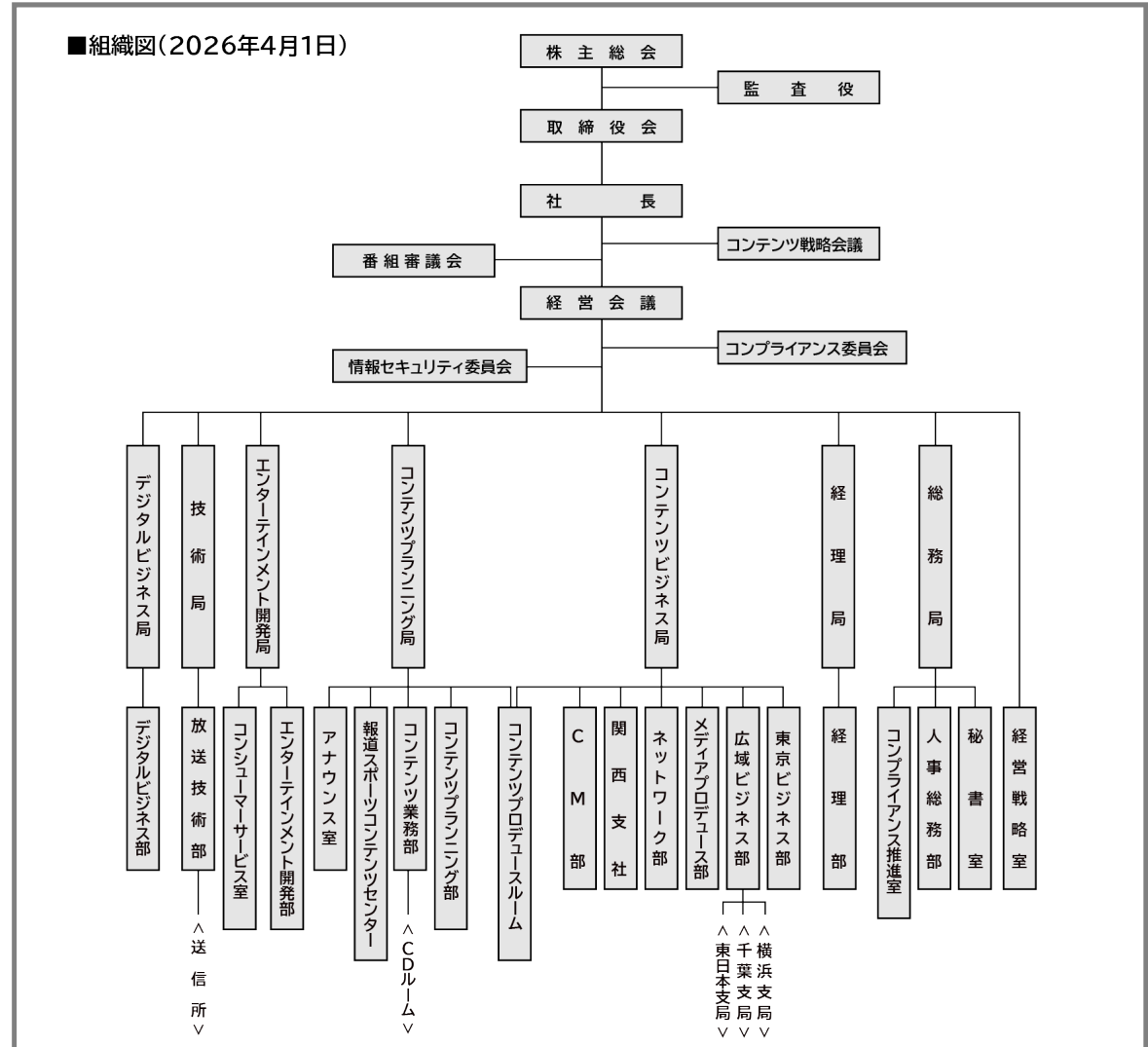
ITシステムの構築、人材ビジネス、さらにメディアや生活に関する調査研究、海外事業の開発や新規ビジネスの開拓まで、様々な事業を展開しています。

# 会社概要

- 商号 株式会社ニッポン放送 Nippon Broadcasting System, Inc.
- 事業内容 放送法に基づく一般放送事業(AM/FMラジオ放送)  
インターネット放送等  
デジタルメディアコンテンツの企画、制作、販売  
その他関連物の企画、制作、運営等  
平成18年4月1日(新設分割のため)  
昭和29年7月15日
- 設立 1億円
- 開局 株式会社フジ・メディア・ホールディングス(100%)
- 資本金 東京都千代田区有楽町1-9-3 03-3287-1111(大代表)
- 株主 関西支社/大阪市北区梅田2-4-9ブリーゼタワー10階
- 本社 横浜支局/横浜市中区尾上町4-52野村證券ビル内
- 支社支局 千葉支局/千葉市中央区栄町42-11日本企業会館内
- 送信所 AM/千葉県木更津市樺318  
FM/東京都墨田区押上1丁目1番2号
- コールサイン JOLF
- 周波数(出力) AM1242kHz(100kw) FM93.0MHz(7kw)
- ネットワーク NRN系列(文化放送と共に基幹局)
- 売上高 140億円(2026年3月期)
- 役員  
代表取締役社長 檜原 麻希  
専務取締役 小池 清  
常務取締役 田中 成明  
常務取締役 瀬尾伊知郎  
取締役 山内 隆史  
取締役 増田 佳子  
取締役 武内 賢  
監査役 牧田 英之  
監査役 鈴木 真
- 従業員数 126名
- 関連会社 (株)ニッポン放送プロジェクト  
(株)フジサンケイエージェンシー  
(株)ミックスゾーン  
(株)グレイブ

(2026年4月1日現在)

■組織図(2026年4月1日)

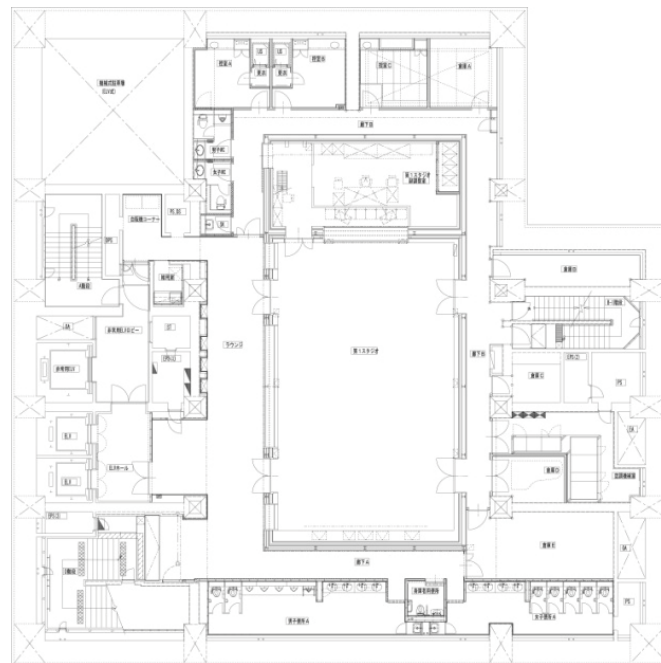


## ★世界にただ一つ。ジョン・レノンの名曲にちなんだ「imagine STUDIO」。



「imagine STUDIO」は、着席で144人の収容が可能な広々としたスタジオです。スタジオには、ジョンの直筆によるスピリットボードがあり、来場者を見守っています。また、外にあるスタジオのサインもジョンの直筆です。

2004年、開局50周年を記念して誕生した「imagine STUDIO」は、言わずと知れたジョン・レノンの名曲「imagine」の名前を冠した、世界でたったひとつのスタジオです。スタジオのロゴはジョンの直筆で、高さ4.8メートルのボードには「imagine」の詞と、ジョンとオノ・ヨーコさんのサインが刻み込まれています。白をテーマカラーにしたスタジオホールで、ライブや映像イベントに対応。着席で144人の収容が可能です。



# ニッポン放送 ネット各地域別人口(年代別)

(単位:千人・千世帯)

		全国	カバレッジ 合計	1都6県 合計	東京都	神奈川県	千葉県	埼玉県	茨城県	栃木県	群馬県	静岡県	山梨県	長野県	福島県	新潟県	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	東北地区 合計	富山県	石川県	福井県	北陸地区 合計	岐阜県	愛知県	三重県	中部地区 合計
総数 (年齢)	男	61,350	21,811	21,612	6,898	4,588	3,118	3,652	1,431	965	959	1,791	397	1,000	904	1,069	2,465	583	583	1,123	452	516	3,258	503	550	374	1,426	960	3,762	864	5,586
	女	64,797	22,261	22,041	7,149	4,649	3,166	3,693	1,436	968	980	1,842	413	1,048	929	1,133	2,760	655	628	1,179	507	552	3,520	532	583	393	1,508	1,018	3,781	906	5,705
	全体	126,146	44,071	43,653	14,048	9,237	6,284	7,345	2,867	1,933	1,939	3,633	810	2,048	1,833	2,201	5,225	1,238	1,211	2,302	960	1,068	6,778	1,035	1,133	767	2,934	1,979	7,542	1,770	11,291
ラジオ 聴取者 (12-69歳)	男	42,318	15,444	15,311	5,015	3,260	2,175	2,538	992	675	657	1,237	270	666	623	728	1,701	400	398	788	304	350	2,239	338	375	255	968	646	2,630	586	3,863
	女	41,909	14,862	14,728	4,913	3,111	2,088	2,429	930	633	625	1,181	261	647	589	707	1,765	407	388	779	303	342	2,219	327	370	248	945	647	2,493	575	3,714
	全体	84,228	30,306	30,039	9,927	6,370	4,263	4,967	1,921	1,308	1,282	2,417	531	1,313	1,212	1,435	3,465	807	785	1,567	607	692	4,458	665	745	502	1,913	1,293	5,124	1,161	7,578
テレビ 視聴者 (4歳以上)	男	59,538	21,177	20,985	6,688	4,455	3,029	3,549	1,393	938	934	1,740	387	972	880	1,040	2,400	569	568	1,091	442	503	3,173	489	533	363	1,385	933	3,641	840	5,414
	女	63,066	21,656	21,442	6,948	4,522	3,082	3,593	1,399	943	955	1,794	402	1,021	906	1,106	2,698	640	613	1,149	497	539	3,439	519	567	382	1,469	992	3,666	883	5,541
	全体	122,604	42,833	42,427	13,635	8,977	6,111	7,142	2,792	1,882	1,889	3,534	789	1,993	1,786	2,146	5,098	1,209	1,181	2,240	940	1,041	6,612	1,008	1,100	745	2,854	1,925	7,306	1,722	10,954
12歳 ～ 19歳	男	4,535	1,517	1,501	432	330	226	262	106	71	73	134	31	76	66	78	177	42	43	86	30	38	240	37	44	29	110	76	288	66	430
	女	4,312	1,446	1,431	417	314	215	250	100	68	69	126	29	71	62	73	168	40	40	82	28	36	226	34	41	27	103	73	273	63	408
	全体	8,847	2,962	2,932	849	643	441	512	206	139	142	261	60	147	128	151	345	82	83	168	59	74	466	71	85	57	213	149	561	128	838
20歳 ～ 29歳	男	6,092	2,375	2,360	853	497	322	371	136	90	90	164	36	84	79	90	225	47	47	112	32	42	280	46	55	35	136	87	413	81	580
	女	5,871	2,281	2,266	858	469	305	358	117	78	80	147	33	76	69	83	219	43	43	107	29	38	261	40	50	31	121	84	378	74	535
	全体	11,963	4,656	4,626	1,711	966	628	730	253	169	170	310	69	160	147	174	445	90	90	219	61	81	541	86	105	66	257	171	790	155	1,116
30歳 ～ 39歳	男	6,994	2,679	2,659	960	541	362	420	161	112	103	201	40	101	98	114	266	60	60	131	44	55	350	52	58	40	151	100	458	93	652
	女	6,802	2,542	2,522	936	510	341	396	145	101	94	186	38	97	90	108	269	58	58	130	43	52	341	48	56	39	143	97	419	88	603
	全体	13,796	5,221	5,181	1,895	1,051	703	816	306	213	197	387	78	198	188	222	535	118	118	261	87	107	690	100	115	79	294	197	876	181	1,254
40歳 ～ 49歳	男	9,052	3,398	3,372	1,108	721	479	568	210	145	141	263	54	143	124	151	358	81	81	165	61	69	456	75	81	53	209	138	574	125	836
	女	8,889	3,242	3,215	1,084	690	452	529	194	133	133	249	52	138	114	145	367	80	77	161	59	67	444	71	79	51	201	134	540	120	795
	全体	17,941	6,640	6,587	2,192	1,411	931	1,097	405	278	274	513	107	281	238	296	725	161	157	325	121	136	900	146	160	104	410	272	1,114	245	1,631
50歳 ～ 59歳	男	8,142	3,044	3,014	978	674	425	499	187	125	126	242	55	132	119	140	328	80	78	144	60	66	429	64	69	48	181	125	501	114	740
	女	8,165	2,892	2,862	934	630	404	472	179	120	122	234	54	131	115	138	357	85	78	143	63	67	436	65	71	48	184	128	476	115	720
	全体	16,307	5,936	5,876	1,912	1,304	830	971	366	246	248	476	109	263	234	279	685	166	156	288	123	133	865	129	140	96	366	253	977	230	1,460
60歳 ～ 69歳	男	7,503	2,432	2,405	684	497	360	418	191	132	124	232	54	130	138	155	346	90	89	150	76	80	484	64	67	49	181	121	397	107	625
	女	7,869	2,459	2,432	684	498	370	424	195	133	127	238	55	134	138	159	385	100	92	157	81	82	512	68	72	52	192	131	408	115	653
	全体	15,372	4,891	4,837	1,368	995	730	842	386	264	251	470	109	265	277	313	731	190	181	306	157	162	996	132	139	101	373	252	805	222	1,278
20歳 ～ 34歳	男	9,389	3,645	3,621	1,315	751	493	569	212	143	139	258	55	131	124	143	349	74	74	173	52	67	441	70	83	54	207	134	633	125	892
	女	9,059	3,486	3,461	1,314	707	465	544	183	125	124	233	50	121	111	133	343	69	69	167	48	62	415	62	76	49	188	128	577	115	820
	全体	18,448	7,131	7,082	2,628	1,458	958	1,113	395	268	262	491	106	252	235	276	692	143	144	340	100	130	856	132	159	103	394	262	1,209	241	1,712
35歳 ～ 49歳	男	12,749	4,806	4,770	1,606	1,008	671	790	296	204	195	370	75	197	176	212	500	113	113	235	86	99	646	103	112	74	289	191	812	174	1,177
	女	12,504	4,579	4,542	1,564	962	633	739	273	187	184	349	73	190	163	204	512	113	108	231	83	95	629	97	109	71	278	186	760	167	1,113
	全体	25,253	9,386	9,311	3,170	1,969	1,304	1,530	568	391	379	718	148	387	338	416	1,012	226	221	465	169	194	1,275	200	221	145	566	377	1,571	341	2,289
50歳 ～ 69歳	男	15,645	5,476	5,420	1,662	1,171	785	916	378	257	250	474	109	262	257	295	675	170	168	294	136	146	913	128	136	97	362	245	898	222	1,365
	女	16,035	5,351	5,294	1,618	1,128	775	896	374	253	249	472	109	265	253	297	742	185	170	300	144	149	948	133	144	100	377	259	884	230	1,373
	全体	31,680	10,827	10,714	3,280	2,300	1,560	1,812	752	510	499	947	218	528	511	592	1,417	356	337	594	279	294	1,861	262	280	198	739	504	1,782	452	2,738
10歳 ～ 74歳	男	47,655	17,185	17,033	5,493	3,621	2,444	2,845	1,121	763	746	1,401	306	759	706	831	1,932	456	453	883	350	400	2,542	388	428	290	1,106	737	2,934	664	4,336
	女	47,705	16,730	16,576	5,428	3,501	2,377	2,762	1,066	724	719	1,355	299	745	672	815	2,034	471	446	880	354	393	2,545	382	427	285	1,094	744	2,819	659	4,222
	全体	95,360	33,915	33,609	10,921	7,122	4,821	5,608	2,187	1,487	1,465	2,756	605	1,504	1,378	1,646	3,965	927	899	1,763	705	793	5,087	770	855	575	2,199	1,481	5,752	1,324	8,557
世帯数	55,830	20,339	20,174																												

		滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	近畿地区 合計	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	中国・山陰地区 合計	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	四国地区 合計	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県	九州地区 合計
総数 (年齢)	男	697	1,231	4,236	2,600	624	435	9,824	264	324	908	1,357	637	3,491	343	459	633	327	1,762	2,431	384	617	822	533	505	748	723	6,764
	女	716	1,347	4,602	2,865	701	488	10,718	289	347	980	1,443	705	3,764	376	491	702	365	1,934	2,704	427	695	916	590	565	840	745	7,482
	全体	1,414	2,578	8,838	5,465	1,324	923	20,541	553	671	1,888	2,800	1,342	7,255	720	950	1,335	692	3,696	5,135	811	1,312	1,738	1,124	1,070	1,588	1,467	14,246
ラジオ 聴取者 (12-69歳)	男	482	829	2,915	1,737	416	291	6,671	178	214	598	921	420	2,331	222	305	416	213	1,155	1,649	260	415	550	351	333	487	510	4,555
	女	471	857	3,005	1,827	448	303	6,911	178	206	604	914	424	2,327	227	304	429	218	1,177	1,736	269	433	572	360	349	516	505	4,740
	全体	953	1,686	5,920	3,564	865	594	13,581	357	420	1,202	1,835	844	4,658	448	609	844	431	2,332	3,385	529	848	1,122	711	682	1,003	1,015	9,294
テレビ 視聴者 (4歳以上)	男	675	1,196	4,108	2,521	606	423	9,529	256	315	880	1,315	619	3,385	334	446	615	318	1,713	2,349	372	597	795	518	488	724	692	6,534
	女	695	1,313	4,479	2,790	684	476	10,437	281	338	954	1,402	688	3,663	368	478	685	357	1,888	2,625	415	677	889	575	549	817	715	7,262
	全体	1,369	2,510	8,587	5,311	1,290	899	19,966	537	652	1,834	2,717	1,307	7,048	702	924	1,301	674	3,601	4,974	786	1,274	1,684	1,093	1,037	1,541	1,407	13,796
12歳 ～ 19歳	男	58	96	317	200	50	33	755	21	25	71	105	48	269	24	35	47	24	130	190	32	48	66	40	40	58	65	539
	女	55	91	305	193	49	31	724	19	23	67	99	45	253	23	33	44	22	121	184	31	46	62	38	38	55	62	516
	全体	113	187	622	394	99	63	1,479	40	47	138	204	93	522	46	67	91	46	251	374	63	94	128	78	78	113	127	1,055
20歳 ～ 29歳	男	72	131	456	235	55	36	987	22	26	87	132	54	322	27	39	51	26	143	243	33	49	70	44	39	54	73	606
	女	64	130	469	245	58	35	1,001	21	24	85	124	51	305	26	37	49	24	136	252	34	49	71	43	39	59	71	618
	全体	136	261	925	480	114	72	1,988	43	51	172	256	105	627	53	76	100	50	279	495	67	98	142	87	79	113	144	1,224
30歳 ～ 39歳	男	80	129	478	274	62	44	1,067	29	33	96	152	64	374	34	49	64	32	179	279	41	63	89	56	52	75	87	742
	女	77	133	491	282	65	45	1,093	28	32	96	145	63	364	34	48	65	32	179	292	43	65	91	55	55	82	89	772
	全体	157	262	969	557	127	89	2,160	57	65	192	297	127	738	68	96	129	64	358	571	84	129	180	111	106	157	177	1,514
40歳 ～ 49歳	男	103	177	631	373	87	60	1,430	37	44	126	198	89	493	45	66	87	45	244	346	51	80	108	72	67	92	102	918
	女	102	183	653	393	93	62	1,486	36	41	126	197	87	487	46	66	89	45	246	360	52	84	111	73	69	98	101	949
	全体	205	360	1,284	766	180	122	2,917	73	85	252	395	176	981	92	132	176	91	491	706	103	164	219	145	136	190	203	1,867
50歳 ～ 59歳	男	87	157	576	343	82	57	1,303	32	39	107	170	77	425	41	56	78	40	216	290	47	79	99	63	60	90	90	818
	女	89	167	596	370	92	64	1,376	33	39	112	174	83	441	45	57	85	43	230	317	50	86	109	68	66	99	89	886
	全体	176	324	1,172	712	173	122	2,679	65	78	219	344	159	866	86	113	163	84	446	607	97	165	208	132	127	189	179	1,704
60歳 ～ 69歳	男	81	139	456	312	81	60	1,128	38	47	111	164	89	449	50	60	88	46	244	301	56	96	119	76	75	117	92	931
	女	85	153	492	344	91	66	1,231	40	47	118	175	96	476	53	64	97	50	264	331	60	103	127	83	82	123	92	1,000
	全体	166	292	948	655	172	127	2,359	79	94	229	339	184	925	103	124	184	97	508	632	115	198	246	158	157	240	184	1,931
20歳 ～ 34歳	男	110	192	687	364	84	57	1,495	35	42	132	205	84	498	43	62	81	40	225	372	52	78	111	70	63	88	115	949
	女	100	192	705	375	89	56	1,517	34	39	130	192	79	474	41	59	79	39	217	388	53	79	114	68	64	96	113	974
	全体	210	384	1,392	739	173	113	3,012	69	81	263	397	163	973	84	120	160	78	443	760	105	157	225	138	127	184	228	1,924
35歳 ～ 49歳	男	145	245	879	518	119	83	1,990	52	62	177	277	123	691	64	92	122	63	341	496	73	114	156	102	95	133	148	1,317
	女	143	254	907	545	128	85	2,063	51	59	177	274	122	682	65	92	124	63	343	517	75	119	160	103	99	143	149	1,364
	全体	288	499	1,786	1,063	248	169	4,053	104	120	354	551	245	1,373	129	184	246	126	684	1,012	148	233	316	205	194	276	296	2,681
50歳 ～ 69歳	男	168	296	1,032	654	162	118	2,431	70	86	218	335	165	874	91	116	166	87	460	591	102	174	218	139	136	207	182	1,749
	女	173	319	1,088	713	183	130	2,607	74	86	230	349	178	917	98	121	182	94	495	648	110	189	236	151	148	222	181	1,886
	全体	342	616	2,120	1,368	345	248	5,038	144	172	448	684	344	1,791	189	237	348	181	954	1,239	212	363	454	290	283	429	363	3,635
10歳 ～ 74歳	男	542	940	3,274	1,972	477	334	7,540	204	247	681	1,046	486	2,663	256	350	478	247	1,332	1,862	296	475	627	404	383	558	563	5,169
	女	534	983	3,410	2,088	518	351	7,884	205	240	695	1,050	498	2,688	263	353	498	255	1,369	1,975	308	500	656	418	403	591	559	5,409
	全体	1,076	1,923	6,684	4,060	995	685	15,424	409	487	1,376	2,096	984	5,351	519	703	976	502	2,701	3,837	604	975	1,283	822	786	1,149	1,123	10,578
世帯数		571	1,191	4,136	2,402	545	394	9,240	220	270	801	1,244	599	3,133	308	407	601	315	1,632	2,323	313	558	719	489	470	728	615	6,216

# ニッポン放送 ネット各地域別人口(職業別)

(単位:千人)

		全国	カバレッジ 合計	1都6県 合計	東京都	神奈川県	千葉県	埼玉県	茨城県	栃木県	群馬県	静岡県	山梨県	長野県	福島県	新潟県	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	東北地区 合計	富山県	石川県	福井県	北陸地区 合計	岐阜県	愛知県	三重県	中部地区 合計
ハイパー (0~1歳)	男	868	305	302	103	64	42	50	18	13	12	24	5	13	11	13	31	7	7	15	5	7	71	7	8	5	20	13	58	12	83
	女	830	291	288	98	61	41	48	17	12	12	23	5	13	11	13	30	7	7	14	4	6	68	6	7	5	19	12	55	11	79
	全体	1,698	596	590	201	125	83	97	35	24	24	47	10	26	22	26	61	14	14	29	9	13	139	13	15	11	39	25	114	23	161
幼児 (2~5歳)	男	1,954	677	1,954	219	143	96	112	42	30	28	56	12	31	26	31	71	16	17	35	11	15	165	15	18	12	45	30	129	27	186
	女	1,862	646	1,862	210	136	91	107	40	28	27	53	11	29	26	30	68	16	16	33	11	14	157	14	17	12	42	29	123	25	177
	全体	3,816	1,323	3,816	430	279	187	219	83	57	55	109	23	60	52	61	138	32	32	68	22	29	322	29	35	24	87	59	251	52	363
小学生		5,869	2,012	1,993	622	426	292	346	132	88	86	166	36	94	81	94	212	50	50	104	34	45	495	45	53	36	134	93	382	82	557
中学生	男	1,612	541	535	163	114	79	94	37	25	24	48	10	26	22	27	60	14	14	29	10	13	140	12	15	10	37	27	105	23	155
	女	1,542	517	512	158	109	75	88	35	23	23	46	10	25	21	26	57	13	14	28	10	12	134	12	14	10	35	25	100	22	148
	合計	3,154	1,058	1,047	321	223	153	182	72	48	47	93	20	52	43	52	117	27	28	57	20	25	274	24	28	20	72	52	205	45	303
高校生	男	1,475	492	486	153	98	69	83	36	24	23	45	11	25	21	25	54	14	14	27	10	13	132	12	15	10	37	24	92	21	137
	女	1,416	470	465	154	94	65	76	33	22	21	42	10	24	20	24	52	13	13	26	10	12	126	12	14	10	36	23	89	21	133
	合計	2,890	962	951	307	192	135	158	69	46	45	87	21	49	40	49	106	27	27	53	19	25	258	24	29	20	72	47	181	42	270
専修 各種学校 高専生	男	374	129	129	75	13	12	11	5	5	6	8	1	4	3	7	15	1	3	10	1	1	30	4	5	3	12	4	27	4	36
	女	416	148	148	86	17	13	13	7	6	7	10	2	4	4	8	17	2	3	10	1	1	34	4	5	2	11	3	31	4	39
	合計	790	277	277	161	30	25	24	12	11	13	18	3	8	7	15	31	3	5	20	2	3	65	8	10	5	22	7	59	9	74
短大・ 大学生	男	1,436	628	625	360	102	63	59	16	11	14	19	9	10	9	16	47	8	6	28	5	6	99	7	17	6	29	11	94	7	112
	女	1,278	548	549	344	78	45	46	12	10	14	16	8	9	6	14	35	7	5	23	4	6	81	5	12	4	22	11	88	7	106
	合計	2,713	1,179	1,174	704	180	107	105	105	27	22	28	34	16	19	15	30	82	15	11	50	9	13	180	12	29	10	51	22	182	14
学生合計	男	7,896	2,818	2,794	1,069	545	373	424	161	110	112	204	49	114	96	124	284	62	62	147	43	56	654	58	78	47	183	113	514	98	725
	女	9,397	3,179	3,147	1,023	652	449	528	212	142	141	271	58	151	127	155	348	80	82	172	57	73	811	73	87	59	219	149	612	132	894
	合計	15,417	5,489	5,443	2,115	1,052	713	816	313	214	220	398	96	222	186	240	549	122	122	284	84	110	1,272	111	149	91	351	221	1,009	192	1,422
18~25歳	男	4,816	1,814	1,802	611	391	256	294	108	69	72	127	31	66	62	73	182	38	38	93	25	34	410	36	47	27	111	72	321	64	456
	女	4,636	1,749	1,738	615	371	243	284	96	63	66	116	28	61	54	67	174	35	35	88	23	31	385	32	41	24	98	70	298	60	428
	合計	9,452	3,563	3,539	1,226	762	499	578	204	133	138	243	59	127	116	140	355	72	72	181	48	66	795	69	88	51	208	142	619	124	885
経営・管理職		1,330	494	488	201	97	60	68	25	18	20	36	10	22	17	21	56	13	14	27	10	12	133	12	12	10	34	22	73	16	112
男性給料生活者		31,147	11,879	11,778	3,944	2,550	1,648	1,963	711	484	478	914	193	477	440	507	1,206	255	268	562	206	236	2,732	252	273	188	713	480	2,034	433	2,946
女性給料生活者		27,632	10,091	9,993	3,494	2,098	1,374	1,616	592	403	416	796	171	434	359	463	1,084	244	248	487	189	221	2,474	227	258	173	659	437	1,650	378	2,465
商工自営業		5,019	1,707	1,682	619	325	207	270	110	73	80	151	41	91	71	89	180	43	42	79	38	44	426	43	48	36	127	90	277	68	435
農林漁業		1,770	351	348	20	38	72	48	79	49	42	54	25	78	53	44	99	55	49	43	31	38	315	13	12	12	36	28	62	27	117
販売職		7,775	2,984	2,963	1,071	643	420	449	160	109	113	202	45	108	95	113	301	63	61	143	46	52	665	55	69	40	165	111	482	93	686
サービス職		7,895	2,692	2,663	808	608	407	443	156	115	127	213	58	132	110	139	344	79	74	139	60	67	763	59	71	47	177	118	440	101	660
輸送・機械運転職		2,190	751	747	191	159	118	151	58	38	33	64	11	33	39	44	108	26	26	45	19	19	243	18	18	14	50	33	126	37	196
主婦	専業	17,369	6,042	5,972	1,868	1,278	855	1,007	410	273	281	533	123	325	252	327	659	167	171	303	135	164	1,599	158	176	124	459	309	1,064	253	1,626
	有職	13,479	4,624	4,588	1,271	1,033	720	832	315	211	206	375	83	205	201	233	622	130	121	263	107	107	1,351	103	110	68	281	205	823	193	1,222
	合計	30,848	10,665	10,561	3,139	2,311	1,576	1,839	725	484	487	908	206	530	453	560	1,281	297	292	567	242	271	2,949	261	287	192	740	514	1,887	446	2,847
シルバー 世代 (65歳以上)	男	15,345	4,949	4,891	1,346	1,026	763	873	379	249	256	479	108	284	250	310	696	170	171	279	148	155	1,619	142	143	101	385	261	831	228	1,320
	女	19,991	6,211	6,131	1,762	1,283	937	1,062	461	306	321	605	138	363	322	406	968	243	233	360	210	204	2,218	191	191	132	514	333	1,034	294	1,661
	全体	35,336	11,161	11,022	3,108	2,309	1,700	1,935	840	554	577	1,084	246	647	573	716	1,664	413	404	639	358	360	3,837	333	334	233	899	594	1,865	522	2,980
運転免許 保有者数	男	43,780	15,344	15,197	4,620	3,180	2,236	2,622	1,085	732	724	1,337	304	762	670	796	1,762	426	428	819	337	384	4,156	380	403	276	1,059	722	2,761	644	4,127
	女	37,146	12,225	12,101	3,552	2,426	1,797	2,086	938	642	659	1,151	271	695	580	703	1,499	373	370	708	299	348	3,597	348	367	254	969	657	2,354	579	3,590
	合計	80,927	27,569	27,298	8,172	5,605	4,033	4,708	2,023	1,374	1,383	2,488	575	1,457	1,251	1,499	3,262	799	798	1,527	636	732	7,753	728	770	530	2,029	1,379	5,115	1,224	7,718

(単位:千人)

		滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	近畿地区 合計	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	中国・ 山陰地区 合計	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	四国地区 合計	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県	九州地区 合計
ハビ (0~1歳)	男	11	17	62	37	8	6	142	4	5	13	20	8	51	4	6	8	4	23	39	6	9	13	8	8	11	15	110
	女	10	16	60	36	8	6	136	4	4	13	19	8	48	4	6	8	4	22	38	6	9	13	7	8	11	14	106
	全体	21	33	122	74	16	11	277	8	9	26	39	17	99	8	12	16	8	45	77	12	18	26	15	16	23	30	216
幼児 (2~5歳)	男	25	38	135	86	20	13	316	9	11	30	46	20	115	10	15	19	10	54	88	14	21	30	17	18	27	33	248
	女	24	36	128	81	19	13	300	8	10	28	44	18	109	9	14	19	9	51	84	13	20	29	17	17	25	31	237
	全体	48	74	263	167	38	26	617	17	21	58	89	38	224	19	29	38	19	105	172	27	42	59	34	35	52	64	485
小学生		75	114	402	261	61	40	954	27	32	91	136	58	344	31	45	60	29	165	269	43	64	92	53	55	82	98	756
中学生	男	21	32	109	71	18	11	263	7	9	25	38	16	96	9	12	17	8	47	72	12	18	25	15	15	23	26	206
	女	20	31	106	69	17	11	253	7	8	24	37	16	92	8	12	16	8	44	69	11	17	23	14	15	22	25	197
	合計	40	63	215	140	35	23	516	14	17	50	75	32	188	17	24	34	16	91	142	24	34	48	29	30	45	50	403
高校生	男	18	32	98	62	16	11	238	7	9	24	34	15	89	8	12	16	8	44	62	11	17	22	14	15	21	22	184
	女	17	32	97	60	15	11	232	6	8	23	33	15	85	8	11	16	8	42	62	10	16	21	14	14	20	21	179
	合計	35	64	195	123	31	22	470	13	16	48	66	29	173	16	23	32	16	87	125	22	33	43	28	29	41	43	364
専修 各種学校 高等生	男	1	10	33	14	3	2	64	2	2	5	7	5	21	1	3	3	2	9	25	1	2	5	3	2	4	6	49
	女	2	10	41	15	3	2	73	2	2	6	8	4	22	2	3	3	1	9	26	2	3	5	3	3	4	7	53
	合計	3	20	75	29	6	4	137	4	4	11	15	9	44	3	5	6	3	18	52	3	5	11	6	5	8	13	102
短大・ 大学生	男	18	75	141	50	8	5	298	4	4	19	28	10	66	6	5	10	5	26	61	4	9	13	9	5	9	10	119
	女	10	77	145	66	11	4	273	3	4	20	26	9	62	6	5	8	5	24	54	4	9	12	8	5	8	9	110
	合計	28	152	246	117	19	9	571	7	8	39	54	20	127	12	9	18	10	49	115	8	17	25	17	10	17	19	228
学生合計	男	97	208	587	332	76	51	1,350	34	39	120	177	77	447	40	55	77	38	210	358	51	78	112	68	66	100	113	944
	女	116	192	657	411	99	66	1,541	43	51	147	219	95	555	50	72	98	47	267	432	68	100	143	85	89	132	151	1,201
	合計	182	413	1,133	669	152	98	2,648	66	77	238	347	149	876	79	108	150	74	410	702	100	152	219	133	129	194	223	1,852
18~25歳	男	60	114	366	194	49	29	811	18	21	71	106	45	261	22	31	40	22	115	200	27	39	57	36	31	44	58	492
	女	53	111	369	201	50	28	812	17	19	71	99	42	247	21	29	39	20	109	202	28	39	57	34	31	47	56	494
	合計	114	224	734	394	99	57	1,623	35	40	142	205	87	508	43	60	79	41	224	402	55	78	114	70	63	90	114	986
経営・管理職		14	25	91	47	14	9	199	6	7	18	31	16	78	9	10	13	8	40	54	7	12	19	9	11	16	14	142
男性給料生活者		365	598	2,141	1,277	290	192	4,863	121	151	440	678	305	1,695	148	217	285	134	785	1,190	176	267	358	247	217	323	328	3,105
女性給料生活者		314	583	1,981	1,166	267	177	4,487	118	141	401	602	275	1,535	143	196	270	140	749	1,151	174	270	363	230	223	330	307	3,047
商工自営業		56	131	409	214	54	45	910	20	27	71	105	43	267	31	33	53	34	151	205	34	51	68	41	41	72	68	581
農林漁業		15	21	16	41	12	36	140	18	15	35	34	22	124	22	21	36	28	107	49	26	36	69	29	44	53	24	329
販売職		82	159	625	325	83	49	1,323	27	32	103	178	72	411	34	51	66	36	187	340	42	66	98	58	52	85	73	813
サービス職		84	181	631	352	80	60	1,388	36	44	109	169	81	438	41	54	84	46	225	315	50	89	112	74	68	113	111	931
輸送・機械運転職		20	31	142	81	20	15	309	9	11	38	47	25	129	10	18	24	11	63	101	16	23	26	21	21	26	27	261
主婦	専業	210	350	1,136	716	167	123	2,702	83	99	260	384	181	1,008	102	134	180	96	511	661	119	180	251	152	152	229	187	1,932
	有職	150	272	953	647	173	107	2,302	53	66	205	301	151	777	82	103	147	63	395	535	79	141	176	127	109	165	134	1,467
	合計	360	622	2,089	1,363	339	230	5,004	136	165	465	686	333	1,785	183	237	327	159	906	1,196	198	321	427	279	262	394	321	3,399
シルバー 世代 (65歳以上)	男	163	314	1,015	665	180	129	2,467	75	97	240	350	193	955	102	128	183	101	515	584	104	180	229	156	146	217	146	1,762
	女	202	420	1,346	882	234	177	3,262	102	131	318	462	267	1,280	136	168	251	141	696	811	142	250	311	213	198	289	179	2,395
	全体	365	734	2,362	1,547	415	306	5,728	177	228	558	812	460	2,235	238	297	434	242	1,211	1,395	246	430	541	369	345	506	325	4,156
運転免許 保有者数	男	510	824	2,826	1,815	445	323	6,742	192	233	658	971	459	2,512	256	340	456	235	1,288	1,725	278	430	598	388	368	540	501	4,829
	女	453	684	2,205	1,556	398	298	5,593	177	209	601	834	417	2,237	238	313	415	214	1,181	1,568	270	382	560	353	358	517	469	4,477
	合計	962	1,508	5,031	3,371	843	621	12,336	369	441	1,259	1,805	876	4,750	494	654	871	450	2,469	3,293	548	812	1,158	741	726	1,058	970	9,306

出典:総務省 令和2年国勢調査 文部科学省 令和6年度学校基本調査  
総務省 令和4年就業構造基本調査 警察庁 令和6年運転免許統計