



## J-WAVE

24HOURS NONSTOP MUSICSTATION.  
J-WAVE IS AN FM STATION OFFERING PLEASANT  
MUSIC TO ITS LISTENERS IN REAL TIME WITH  
THE 24HOURS DRIFT OF THE CITY.



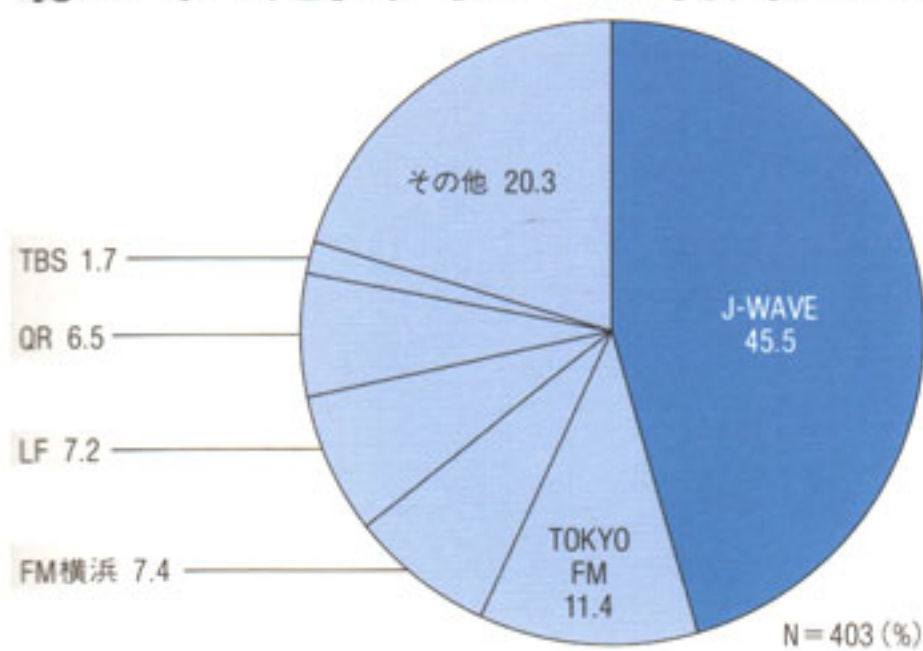
## 都市を移動するクルマの中で、オフィスで最もアクセスされるJ-WAVE

TOKIOには世界の都市と都市、日本の都市と都市を結ぶあらゆる交通機関が集中しています。そして街には都市の移動空間として毎日の生活に欠かせないクルマが行き交っています。J-WAVEはこのようなアクティブなインターナショナルシティTOKIOを移動するクルマの中で、最もアクセスされているFMステーションです。家からオフィスへ向かう時、オフィスから

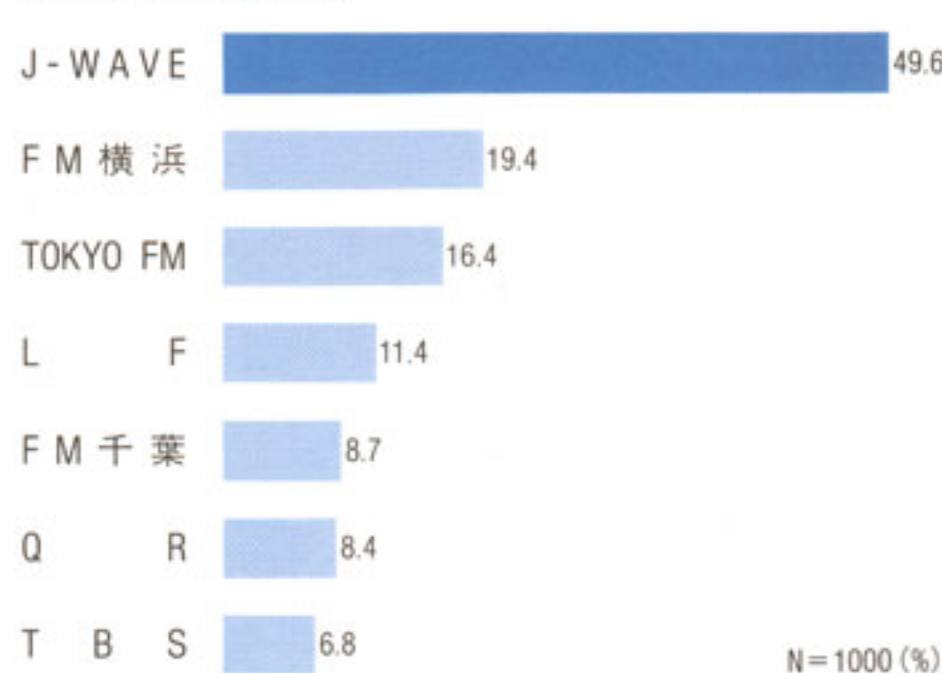
オフィスへ移動する時、アフターファイブでデートに向かうクルマの中で、オンビジネスからオフビジネスまで都市を縦横に行き交うクルマの中でJ-WAVEは快適な空間を演出しています。もちろん、オフィスでもRADIOはJ-WAVEです。オフィスに流れるJ-WAVEは高度情報化社会のオフィスにリラクゼーションとリズムによって、快適な仕事環境を作り上げています。

# Most popular FM among drivers & office workers

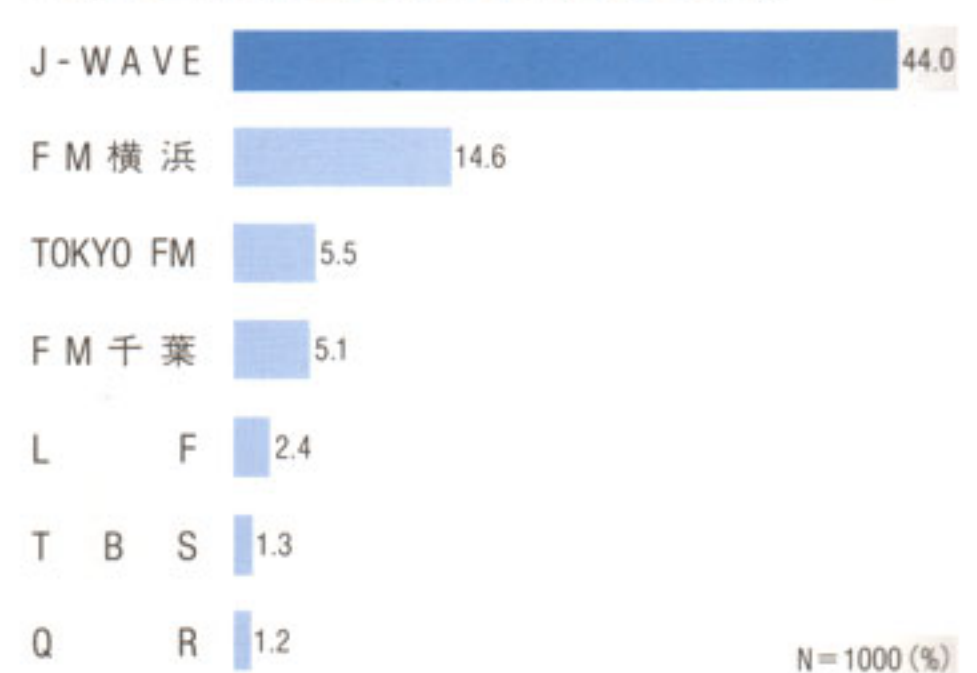
### パーキング入場時にRADIOを聴いていたドライバーの各局シェア



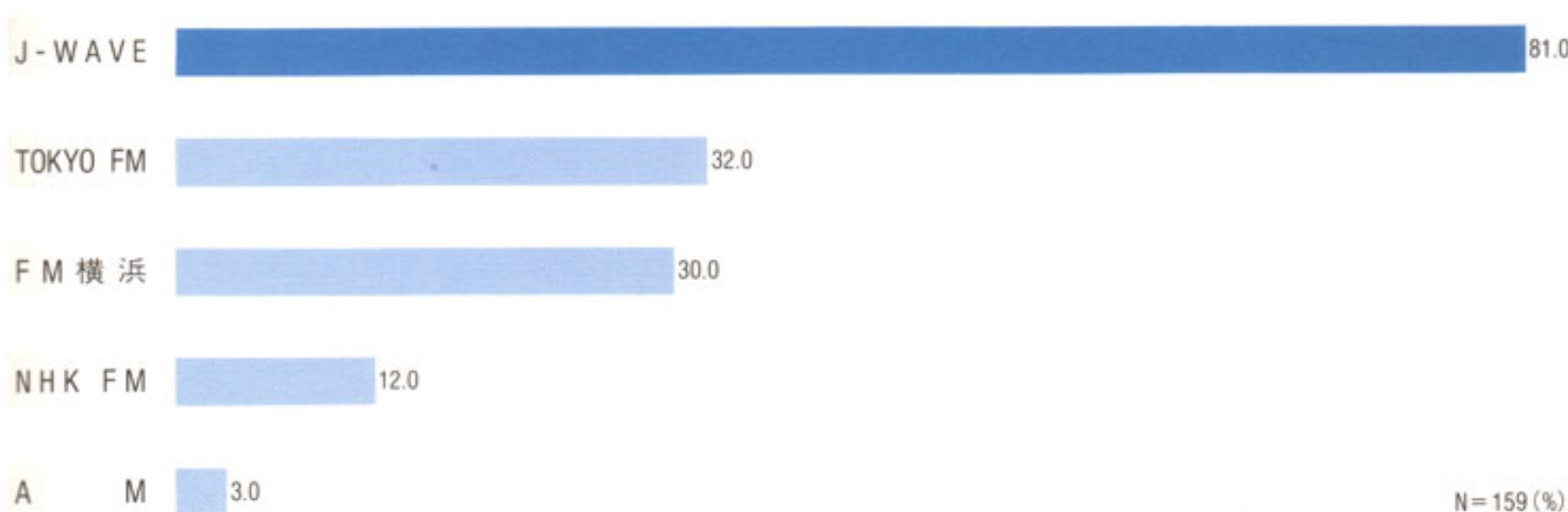
### 普段、クルマの中で聴くRADIO局



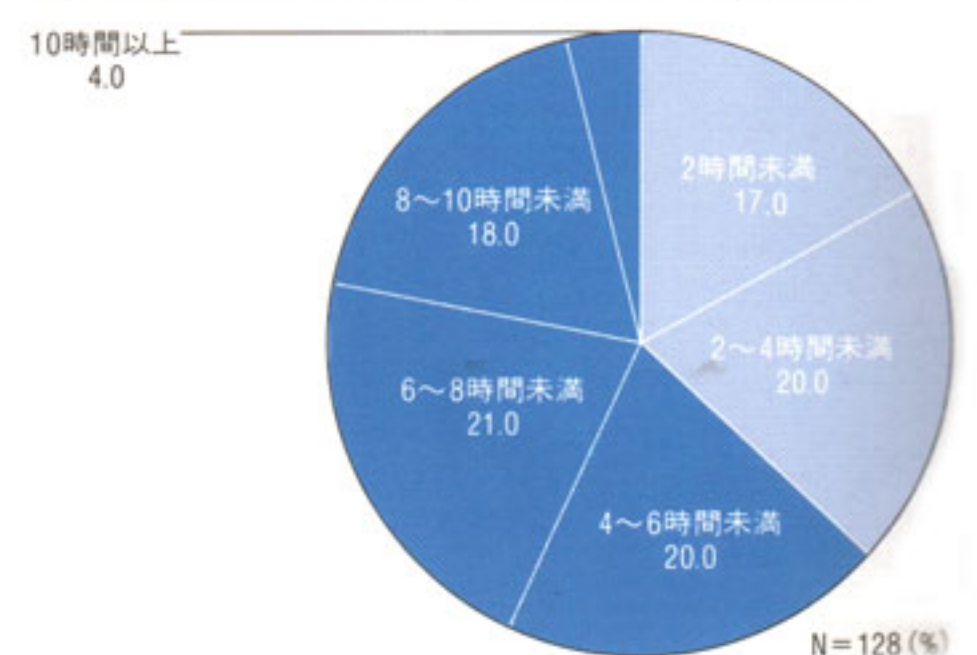
### ドライブ(仕事以外でのクルマの運転)のときに似合うRADIO局



### オフィスで流しているRADIO局



### オフィスでJ-WAVEにアクセスする時間





## J-WAVE AREAのコンシューマーパワー

J-WAVE AREAではあらゆる商品が売られています。それはデパートメントストアで売られる洋服であったり、コンビニエンスストアで売られるミルクであったり、モデルチェンジしたクルマであったり、実にさまざまな商品です。言い換えれば、私たちは毎日何かの

商品を消費しながら生活をしていると言ってもいいでしょう。全国の人口の約30%以上が集まっているJ-WAVE AREAのコンシューマーパワーは巨大です。時代を先取りするものや、ベストセラー、ロングセラーの商品が次々とここから生まれてきています。

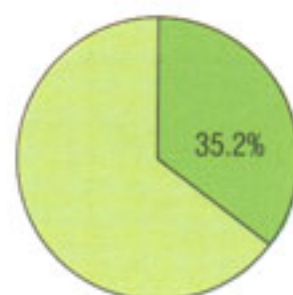
# Affluent consumers in J-WAVE AREA

### J-WAVE AREAの消費パワー2

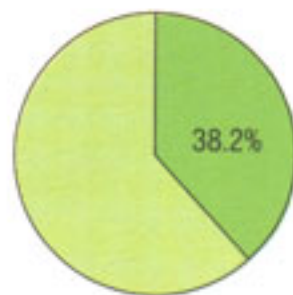
いまや部屋のインテリアにはなくてはならない花・植木の35.2%はJ-WAVE AREAで消費されています。さらにグルメの時代を映す料理品の38.2%、フィットネスのためのスポーツ用品は37.4%がこのAREAで消費されています。時代をリードする消費はここから生まれています。

(カバー率)	花・植木 (億円)	料理品 (億円)	スポーツ用品 (億円)	果実 (億円)	ウィスキー・ブランデー (億円)	ワイン (億円)	清酒(特級) (億円)	ビール (億円)
東京(100%)	773	2,802	2,120	659	52,011	34,055	54,535	852,852
神奈川(100%)	340	1,607	634	337	21,617	8,060	22,436	361,580
埼玉(100%)	188	1,276	452	250	12,226	4,460	16,666	244,703
千葉(100%)	174	1,181	391	207	10,614	4,281	16,456	222,192
茨城(99%)	112	439	223	122	5,482	1,605	11,218	110,329
栃木(100%)	72	311	203	84	4,349	1,273	6,766	81,810
群馬(99%)	70	424	236	94	4,139	1,374	4,866	77,665
福島(12%)	10	38	21	10	676	141	824	9,875
新潟(0.4%)	0	1	1	0	21	8	67	521
山梨(66%)	26	110	135	41	1,100	3,896	1,001	22,637
静岡(31%)	42	259	138	40	2,281	874	4,260	52,021
長野(5%)	4	19	10	5	182	145	342	4,724
カバーエリア計	1,811	8,467	4,564	1,849	114,698	60,172	139,437	2,040,909
全国	5,145	22,187	12,219	5,255	276,017	130,022	628,218	6,060,480
全国に対するカバーエリア比率	35.2(%)	38.2(%)	37.4(%)	35.2(%)	41.6(%)	46.3(%)	22.2(%)	33.7(%)

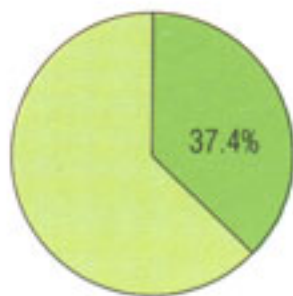
SOURCE:「商業統計」1988/「税務統計速報」1989



花・植木



料理品



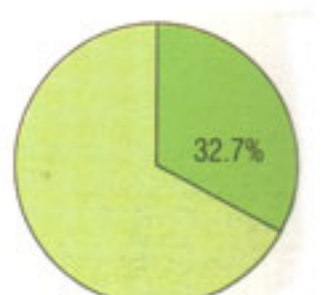
スポーツ用品

### J-WAVE AREAのビークル

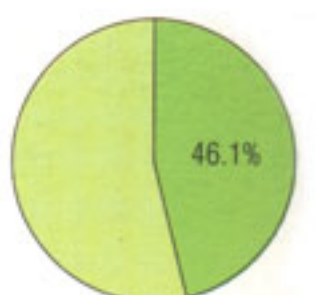
世界の先端をいく日本車の昨年1年間の新車登録台数は33.4%を占めています。また全国にある輸入車の46.1%はJ-WAVE AREAを走っています。輸入車の保有率の高さはこのAREAを特徴づけていると言ってもよいでしょう。これらのクルマの中で聴かれているのは、もちろんJ-WAVEです。

(カバー率)	自動車免許保有者 (千人)	新車登録総台数 (千台)	乗用車保有台数 (千台)	輸入車保有台数 (台)	自動二輪保有台数 (千台)	原付自転車保有台数 (千台)	ガソリンスタンド数 (店)
東京(100%)	4,836	709	2,741	192,986	444	1,004	2,930
神奈川(100%)	3,376	495	2,106	80,504	235	824	1,935
埼玉(100%)	2,709	395	1,776	41,456	146	658	1,976
千葉(100%)	2,315	338	1,529	41,583	112	541	2,274
茨城(99%)	1,241	203	976	25,236	63	357	1,917
栃木(100%)	864	151	688	15,354	52	268	1,304
群馬(99%)	926	166	727	17,594	50	232	1,318
福島(12%)	100	16	73	1,140	5	32	159
新潟(0.4%)	4	1	3	33	0	2	6
山梨(66%)	252	42	192	5,410	15	106	425
静岡(31%)	510	88	366	10,029	34	178	628
長野(5%)	*	9	36	690	3	17	69
カバーエリア計	17,133	2,613	11,213	432,015	1,159	4,219	14,941
全国	51,168	7,817	34,320	937,853	2,854	15,056	56,902
全国に対するカバーエリア比率	33.5(%)	33.4(%)	32.7(%)	46.1(%)	40.6(%)	28.0(%)	26.3(%)

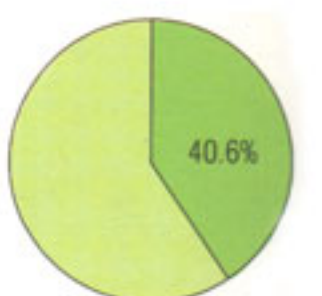
SOURCE:「運転免許保有者等の資料」1990/「車種別自動車保有車両数月報」1990/「外国自動車保有車両数」1990/「原動機付自転車・小型特殊自動車数」1990/「エネルギー生産・需給統計年報」1989



乗用車保有台数



輸入車保有台数



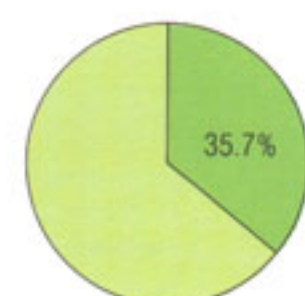
自動二輪保有台数

### J-WAVE AREAの情報

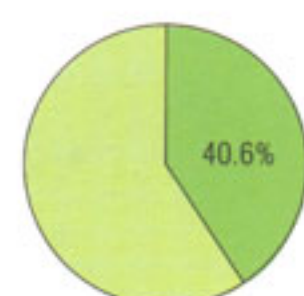
書籍・雑誌に使われる金額は年間1兆円以上です。J-WAVE AREAがいかに大きな情報の消費AREAであるかがわかるでしょう。雑誌に限定すると月刊誌、週刊誌ともに全国の40%以上であり情報に対するニーズの高さと集中がうかがわれます。そして、電話、郵便といったコミュニケーションの使用比率も高く、情報を摂取するだけでなくハンドリングする姿が見えてきます。

(カバー率)	書籍・雑誌年間販売額 (億円)	月刊誌年間販売額 (百万円)	週刊誌年間販売額 (百万円)	開通加入電話数 (千回線)	郵便物引受総数 (千通・個)	新聞 (千部)
東京(100%)	4,864	180,292	94,542	7,231	5,850,309	6,730
神奈川(100%)	2,009	55,806	24,343	3,503	935,889	3,443
埼玉(100%)	1,324	31,539	11,400	2,425	548,242	2,485
千葉(100%)	1,220	33,051	13,684	2,194	420,288	2,264
茨城(99%)	628	14,727	4,800	1,026	187,572	1,115
栃木(100%)	434	9,504	2,800	709	155,988	854
群馬(99%)	473	10,260	3,208	751	169,949	805
福島(12%)	47	1,224	353	89	19,367	93
新潟(0.4%)	2	58	19	4	784	3
山梨(66%)	110	3,233	995	229	53,914	222
静岡(31%)	276	7,146	2,412	451	108,333	431
長野(5%)	23	597	172	43	11,071	4
カバーエリア計	11,410	347,437	158,728	18,655	8,461,706	18,449
全国	31,959	856,143	335,769	52,453	17,895,486	51,908
全国に対するカバーエリア比率	35.7(%)	40.6(%)	47.3(%)	35.6(%)	47.3(%)	35.5(%)

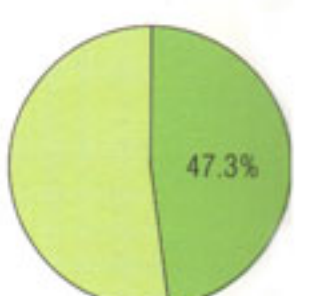
SOURCE:「商業統計産業編」1989/「全協・出版協会」1990/「社団法人日本新聞協会業務課」1990



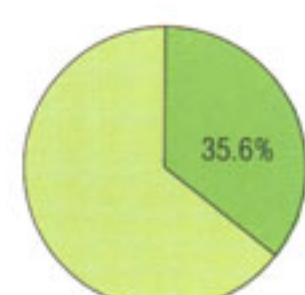
書籍・雑誌年間販売額



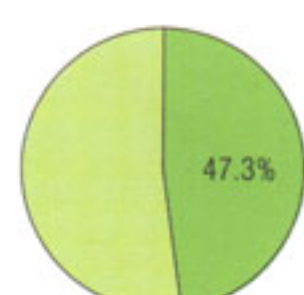
月刊誌年間販売額



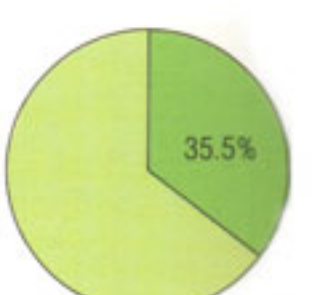
週刊誌年間販売額



開通加入電話数



郵便物引受総数



新聞



## 高い感性と購買力を持ったUP SCALE GROUP

J-WAVEはターゲットリスナーをRADIOの聴取者という一側面ではなく、テレビや雑誌などの優れた視聴者や読者であり、さまざまな商品の優れた消費者であるという人間の全体として捉えています。J-WAVEではこのターゲットリスナーをUP SCALE GROUP

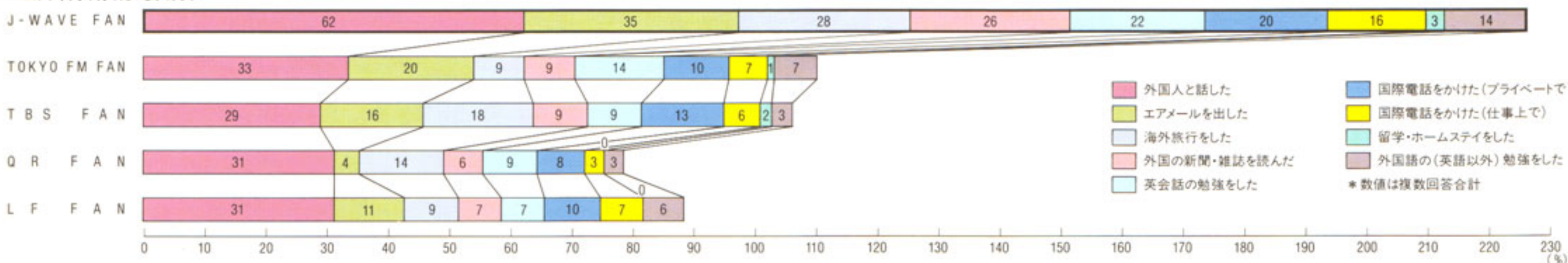
と呼んでいます。

UP SCALE GROUPは感性のリテラシーが高く、本物を志向しながらそれを支えることのできる経済的なゆとりを持った高感度な都市生活者です。

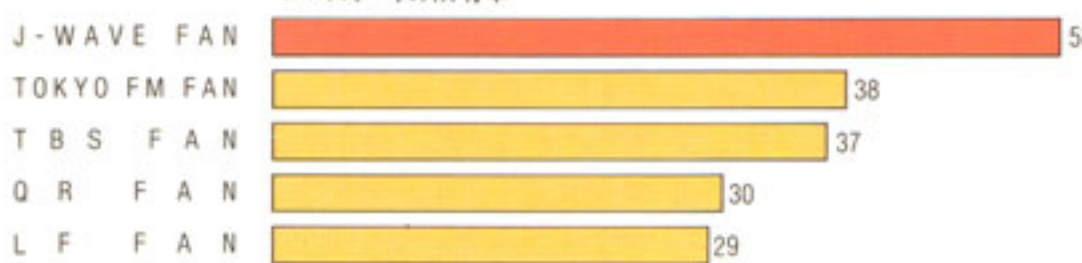
# Up scale listeners in TOKIO

### グローバル体験

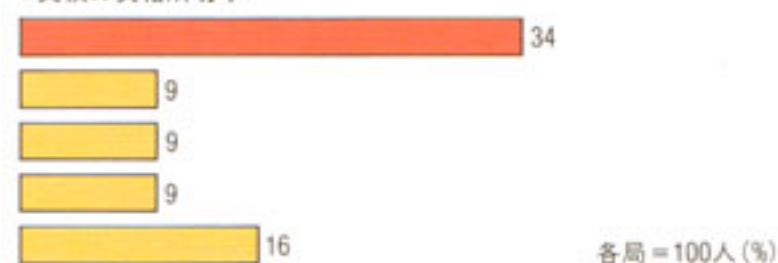
▼この1年間でやったことがあるか



▼パスポートの所有率



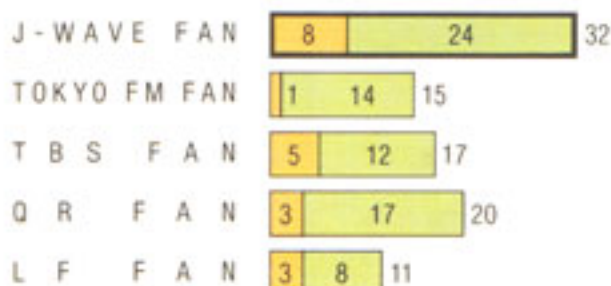
▼英検の資格所有率



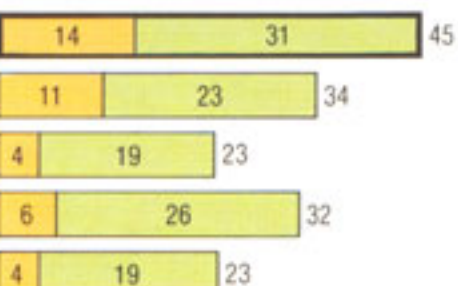
各局=100人 (%)

### 感覚・センス

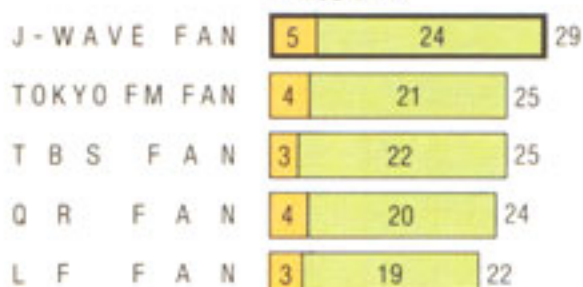
▼時代・流行を先取りする感覚



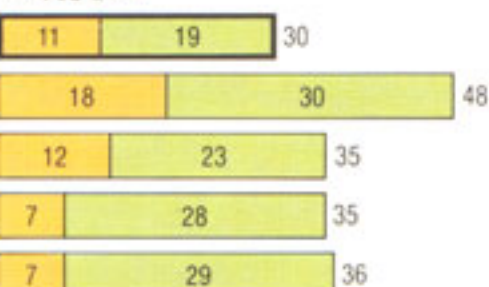
▼聴覚センス



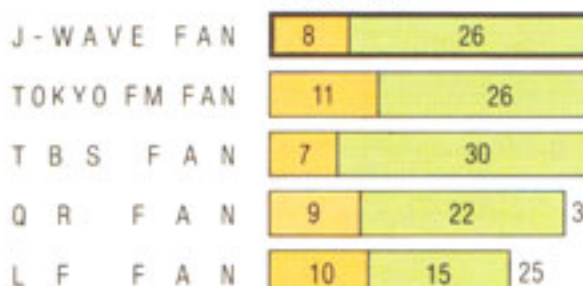
▼触覚センス



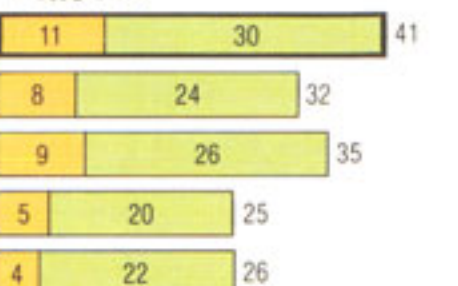
▼味覚センス



▼嗅覚センス



▼視覚センス

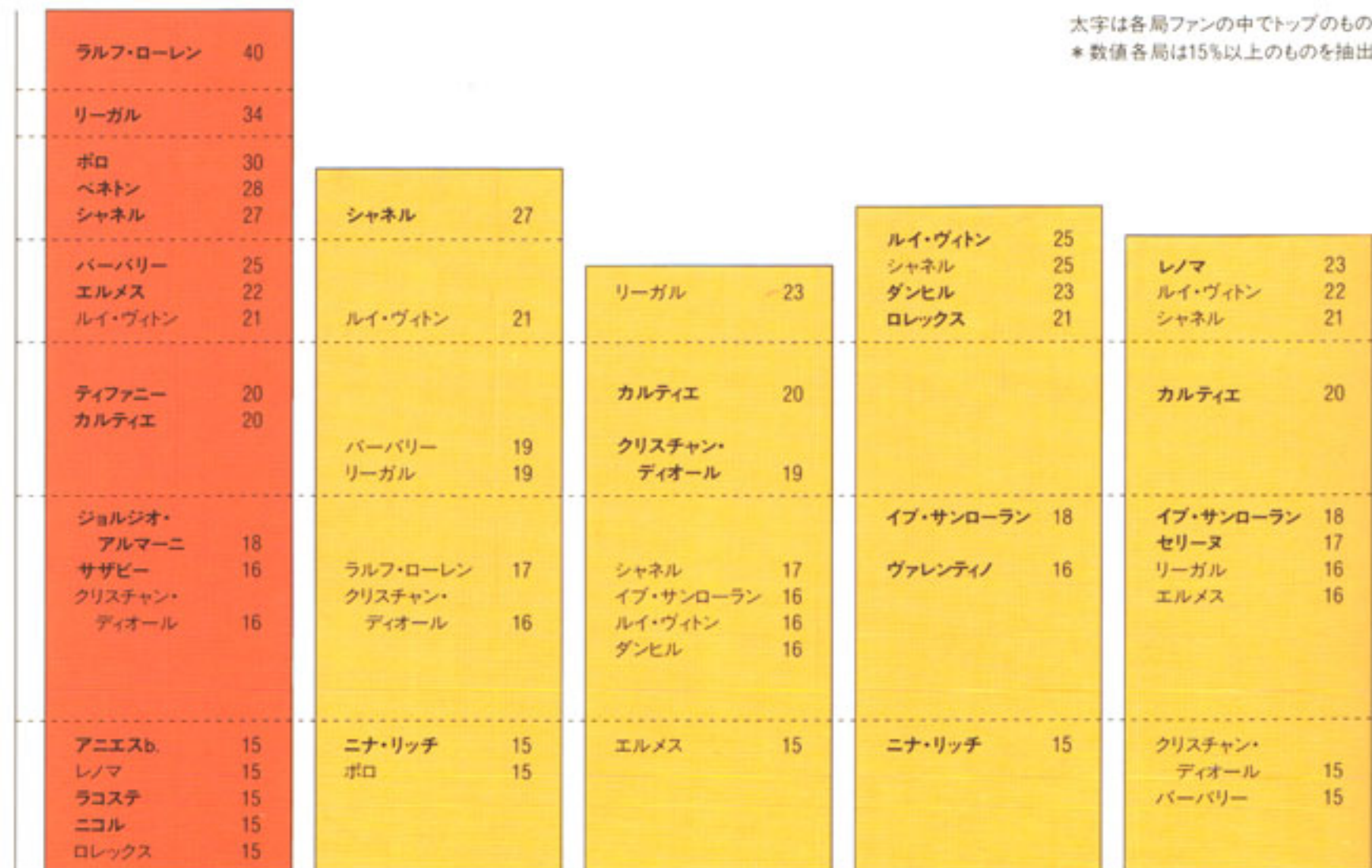


非常に自信がある (黄緑色) やや自信がある (緑色)

各局=100人 (%)

### 好きなファッション・ブランド

▼好きなファッション・ブランド



太字は各局ファンの中でトップのもの  
\* 数値各局は15%以上のものを抽出

J-WAVE FAN TOKYO FM FAN TBS FAN QR FAN LF FAN 各局=100人 (%)