

ラジオ AMを盛り上げるには

---

# 目次

---

- 1: 企画の目的.....P3
- 2: 企画のコンセプト.....P4
- 3: ターゲット.....P5
- 4: AMの特徴.....P6
- 5: 「若い人」をラジオの虜に.....P7~9
- 6: 時間帯.....P10
- 7: スポンサー先.....P11
- 8: 企画で見込まれる効果.....P12

# 企画の目的

“ラジオってどんな奴聞くの？  
いらなくね？”

“ラジオの内容が気になってしょうがない！”

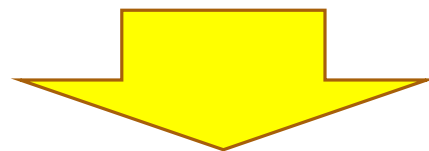
ラジオ離れしている層に対して、毎日ラジオを聴いてもらうようにする  
⇒AMラジオの聴取率UPに繋げる！

ココを  
ゴールに！

# 企画のコンセプト

---

ラジオを聴いてない人達に  
ラジオを聴いてもらい  
日々の生活の一コマに



各ターゲットにとって、「聴きたい！」と  
思われる魅力ある放送が必要

# ターゲット

- 学生層(12~19歳)
- サラリーマン層(20~34歳)

いわゆる「若い人」がターゲット

35歳~69の中高年層はラジオの聴取率が高くなっている。赤枠で囲った、学生層とサラリーマン層にいかにかにラジオをきいてもらうかがキーとなる。

全局個人聴取率 (6時~24時)

|           | 男女  |       |        |        |        |        |
|-----------|-----|-------|--------|--------|--------|--------|
|           | (%) | 2-19才 | 20-34才 | 35-49才 | 50-69才 | 12-69才 |
| 週平均(月~日)  |     | 1.4   | 2.8    | 5.3    | 9.2    | 5.6    |
| 平日平均(月~金) |     | 1.3   | 3.2    | 5.9    | 9.9    | 6.1    |
| 土曜日       |     | 1.6   | 2.1    | 4.4    | 8.2    | 4.8    |
| 日曜日       |     | 1.7   | 1.5    | 3.3    | 6.9    | 3.9    |

|           | 男性  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|-----------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|           | (%) | 12-19才 | 20-29才 | 30-39才 | 40-49才 | 50-59才 | 60-69才 | 20-34才 | 35-49才 | 50-69才 | 12-69才 |
| 週平均(月~日)  |     | 1.7    | 2.8    | 5.4    | 6.7    | 10.5   | 10.7   | 3.6    | 6.4    | 10.6   | 6.6    |
| 平日平均(月~金) |     | 1.6    | 3.2    | 6.3    | 7.4    | 11.9   | 11.3   | 4.2    | 7.2    | 11.6   | 7.3    |
| 土曜日       |     | 1.9    | 2.4    | 3.5    | 5.7    | 8.4    | 9.7    | 2.7    | 5.1    | 9.1    | 5.5    |
| 日曜日       |     | 2.1    | 1.1    | 2.8    | 4.2    | 5.8    | 8.9    | 1.7    | 3.8    | 7.4    | 4.3    |

|           | 女性  |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|-----------|-----|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|           | (%) | 2-19才 | 20-29才 | 30-39才 | 40-49才 | 50-59才 | 60-69才 | 20-34才 | 35-49才 | 50-69才 | 12-69才 |
| 週平均(月~日)  |     | 1.1   | 2.1    | 2.2    | 4.6    | 6.3    | 9.2    | 1.9    | 4.0    | 7.9    | 4.6    |
| 平日平均(月~金) |     | 1.0   | 2.3    | 2.4    | 4.9    | 6.6    | 9.8    | 2.1    | 4.4    | 8.3    | 4.9    |
| 土曜日       |     | 1.3   | 1.7    | 2.0    | 4.0    | 5.8    | 8.5    | 1.5    | 3.6    | 7.3    | 4.2    |
| 日曜日       |     | 1.3   | 1.3    | 1.4    | 3.3    | 5.4    | 7.1    | 1.2    | 2.8    | 6.3    | 3.5    |

# AMの特徴

**AMラジオ番組の特徴**・・・基本的に聞き取ることが出来れば問題ない内容。また、広範囲にわたって伝えたい内容。

例・・・ニュース、交通情報、トーク番組などが多い

届きやすい電波を利用し、何処にいても聞くことができるのがAMラジオの特徴。

ターゲットに対し、この特性を活かした、「トーク番組」「ニュース」の企画を考える。

# 「若い人」をAMラジオの虜に (12～34歳)

---

承認欲求が強い「若い人」向けに、「参加型」のトーク番組を立ち上げる。

## ●タレントの起用

りゅうちえる、藤田ニコル、きゃりーぱみゅぱみゅ

など、同世代で、ファッションリーダー、発信力の強いタレントを検討。

# 「若い人」をAMラジオの虜に (12～34歳)

---

## ●スマホアプリとの連動

スマホのアプリを作り、そこから今の状況、  
「なう」を言葉で送ってもらう。

それに対し、ファッションリーダーの方が  
「いいね！」を番組内で伝える。



# 「若い人」をAMラジオの虜に (12～34歳)

---

## ●トレンドの発信

今のトレンドニュース(ファッション、音楽、食べ物)を伝えていく。

この層は、トレンドに敏感。ラジオを聴いている人限定の内容を伝えたり、限定グッズなども番組内で伝える。

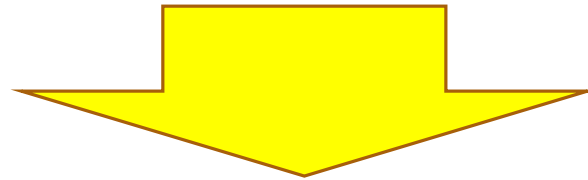
# 時間帯

---

## 【放送の時間帯】

|                   |             |
|-------------------|-------------|
| 学生・サラリーマンの通学・通勤時間 | 7:00～8:30   |
| 家でゆっくりする時間        | 19:00～22:00 |

上記時間内での放送を実施。



通学・通勤途中、家でノンビリしながら・・・をイメージ。

『今日友達の「なう」が読まれた！明日は自分も！』

『聴かないと、流行に置いていかれる』『ついていけなくなる』といった意識を芽生えさず。

# スポンサー先

---

## ■アプローチするスポンサー先

各ファッションブランド

各レコード会社

各飲食メーカー、飲食店

CM時間に合わせ、番組内での紹介、コラボ商品開発など、AMラジオ内からのトレンドをアピールし、出稿を募る。

# 企画で見込まれる効果

AMラジオの  
認知度UP

出稿企業が増える

聴取率UP  
&  
企業認知度UP

Win-Win !!