

AIR-G'

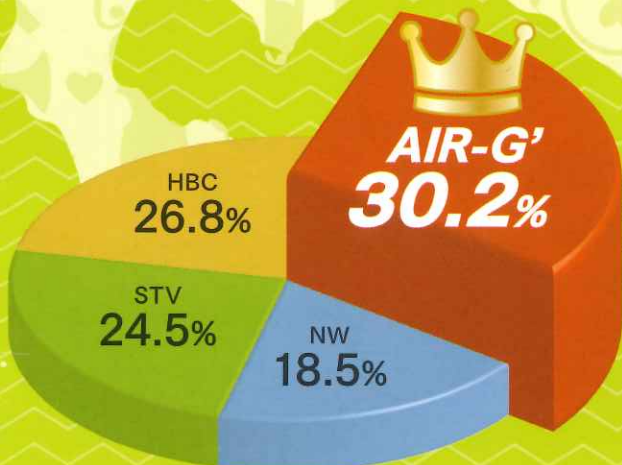
第43回
札幌地区ラジオ聴取状況
4局共同調査

12~69歳男女 聴取率

No.1!

POWER of
AIR-G'

80.4



●占拠率/12~69歳 男女 週平均 6:00~24:00

●聴取率/
週平均 6:00~24:00

	AIR-G'	HBC	STV	NW
12~69歳 男女	👑1.4	1.3	1.2	0.9
15~39歳 男女	👑1.2	0.2	0.3	0.4
15~49歳 男女	👑1.5	0.6	0.6	0.9
15~59歳 男女	👑1.7	0.9	1.0	0.9

AIR-G' FM北海道は、2019年8月に行われた「第43回札幌地区ラジオ聴取状況4局共同調査」で開局以来初となる全日平均12歳~69歳で聴取率No.1となりました。更にご覧の各ターゲットでも圧倒的なシェアをキープしました。

●占拠率/
15~39歳 男女
6:00~24:00 週平均



●占拠率/
15~49歳 男女
6:00~24:00 週平均



●占拠率/
15~59歳 男女
6:00~24:00 週平均



AIR-G' 80,4FM 2019 MEDIA GUIDE
<https://www.air-g.co.jp>

Sapporo Office / tel 011-241-0838 Tokyo Office / tel 03-3221-0278

週平均聴取率

12~69歳
男女

No.1!!!

はたらく人達の オフィスタイムは、AIR-G'!

18~59歳 男女有職者
週平均7:00~19:00

●占拠率/男性有職者

AIR-G' 41.3%

HBC 21.2%

STV 21.2%

NW 16.3%

●占拠率/女性有職者

AIR-G' 37.5%

HBC 21.4%

STV 12.5%

NW 28.6%

●聴取率

AIR-G'

HBC

STV

NW

男性有職者

3.3

1.7

1.7

1.3

女性有職者

2.1

1.2

0.7

1.6

平日のデイトイムは、 AIR-G'!

12~69歳 男女
平日(月~金) 週平均 9:00~18:00

●占拠率

AIR-G' 33.8%

HBC 23.9%

STV 25.4%

NW 16.9%

●聴取率

AIR-G' 2.4

HBC

STV

NW

1.7

1.8

1.2

10:00台、11:00台、14:00台の聴取率 **2.3%**

CM1回の到達人数

...4,765,000人(エリア内人口)×2.3%(聴取率)=約11万人

1か月30日のCM放送での到達人数

...11万人(CM1回の到達人数)×30日=330万人

1か月CMを毎日放送すると

道内延べ **約330万人**に到達します!!

クルマ社会の北海道、 ドライバーもAIR-G'!



18~59歳 ドライバー
週平均7:00~19:00

●占拠率

AIR-G' 40.8%

HBC 17.1%

STV 22.4%

NW 19.7%

●聴取率

AIR-G' 3.1

HBC

STV

NW

1.3

1.7

1.5



子育て世代、主婦層 情報のながら収集に、AIR-G'!

25~49歳 既婚男女
週平均 9:00~16:00

●占拠率

AIR-G' 44.6%

HBC 13.9%

STV 16.9%

NW 24.6%

●聴取率

AIR-G' 2.9

HBC

STV

NW

0.9

1.1

1.6

平日の10~40代男女の

シェアNo.1 AIR-G'!

●占拠率/月~金曜日



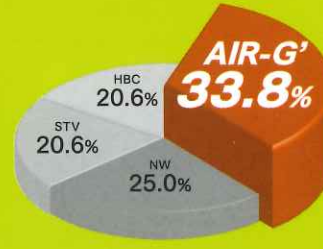
12~19歳 男女



20~29歳 男女



30~39歳 男女

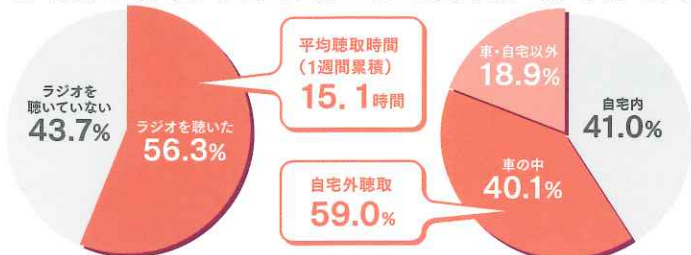


40~49歳 男女

ラジオはどこで・どれくらい 聴かれている？

1週間のうちにラジオを聴いた人の割合は、男女12～69歳で、56.3%に達します。平均聴取時間(1週間累積)は15.1時間となっており、1日あたり2.2時間程度ラジオが聴かれていることになります。また、移動中の車内を含め自宅内外を問わず利用されているメディアです。

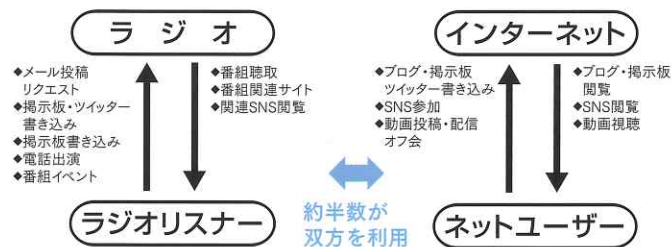
●1週間のラジオ接触率 12～69歳/週(月～日) 5:00～29:00
●聴取場所別聴取率のシェア 12～69歳/週(月～日) 5:00～29:00



※2018年12月10日(月)～12月16日(日)の1週間 調査実施:株式会社ビデオリサーチ 北海道支社

インターネット(SNS)+ラジオで相乗効果!

ラジオ番組は受け手にも一緒に作っていく一体感を得るのが特長で、情報が双方向。そのためSNSとの親和性が高く、ラジオリスナーでありネットユーザーという方が多くなっています。



ラジオとインターネットは受け手の共感を得て
ブランドロイヤリティを高めるメディア

radikoによりネットとのつながりがさらにUP!

ラジオの優位性はこんなに!

- 共感メディア: 好きなパーソナリティが共感を得る
- 柔軟メディア: 少人数での制作でその場に対応できる
- ローコストメディア: 制作料 低コスト
- ターゲットメディア: 時間帯で聴取者を想定
- ながらメディア: 何かをしながら
- 習慣性メディア: 曜日・時間が習慣に

TV: ザッピングや録画でCMを飛ばす	VS	ラジオ: 基本的にチューニングは変えずCMを聞く
TV: 画面で見たままの情報が伝わる	VS	ラジオ: リスナーが想像と妄想で膨ませる
TV: 東京キー局制作が多い	VS	ラジオ: 自社制作率が高いため地域密着
有料	VS	無料
パソコン: 興味を持たないと検索しない	VS	ラジオ: 興味が無くても無意識に耳に入る
TV: 送り手主体の一方通行	VS	ラジオ: リアルタイムな双方向コミュニケーション
TV: 情報の締切りが早い	VS	ラジオ: 決定から放送までの期間が短く、即時対応可能

商品名・サウンドロゴ等を低コスト&長期間で刷り込みが可能

ラジオの聴取率と テレビの視聴率は違う!

一般的にラジオの聴取率はテレビ視聴率に比べて低く思われがちですが、算出方法が異なるため単純に比較することはできません。オフィスや店舗など、音声情報を共有できるラジオのほうが多くの聴取者を獲得しているといえるのではないのでしょうか。

●ラジオ聴取率の算出方法 8人中2人 2÷8=聴取率25%



●テレビ視聴率の算出方法 4世帯中2世帯 2÷4= 視聴率50%



ラジオは親近感を与えるメディア!

参加型の土壌を持つラジオ番組がリスナーとの親近感を与えることにより、提供広告主との“絆”づくり効果が生まれ易く、データにも表れています。

●番組提供広告主の想起と親近感



全回答番組に対する提供広告主想起率、正答率は、ラジオがテレビを大きく上回り、番組に紐づいて広告が認知されていることが分かった。

全回答番組に対して番組に親しみを感じる人は、ラジオ・テレビとも9割を超えた。しかしそれが提供広告主への親しみに結びついたのはラジオが30.0%とテレビの15.2%を上回った。

ラジオCMの特長を知って効果的に広告展開!

●ラジオCMの持つ広告効果

- ①リーセンシー効果**
直前に接触した広告が購買行動に繋がりがやすくなる効果。買物の前にカーラジオで聞いたCMに影響されやすくなります。
- ②イメージリートランスファー効果**
他媒体のCMを想起させる効果。受け手はラジオCMを聴くと、テレビCMの画がイメージされます。安価なラジオCMで、テレビCMを想起させることができます。
- ③フリークエンシー効果**
同じ情報を繰り返し与えることで、印象を浸透させる効果。ラジオ聴取行動の特徴は生活時間と密着し、習慣性があること。CMを同じ時間に放送すると、同じ人に何度も聞かせることが可能で、CM内容を記憶に定着させることができます。

番組提供

番組の中でCMを流す方法。ターゲットが聴取る番組を選ぶことで、受け手の絞り込みが可能。また、番組のスポンサーとなることで知名度・好感度を高めることができます。

スポットCM

番組と番組の間にCMを流す方法。CM1本単位での購入になり、時間帯による聴取層を把握することで効率的なCMを流すことも可能。スポットは、販促やイベント・キャンペーンの告知などに適しています。

番組内展開

バブリシティ…番組内で広告主の情報をパーソナリティが紹介。
中継リポート…ワイド番組内で広告主指定の場所からリポーターが生放送。
インターネット…番組ホームページやSNSなどで商品などを画像入りで詳しく紹介。他にワンデイスPECIAL、特別番組、番組とのタイアップなど様々な展開が可能です。

イベント展開

AIR-G'主催などの既存イベントでブース展開やサンプリング、またオリジナルのイベントを企画立案することも可能です。

radiko とは？

ラジオは、PCやスマートフォン、スマートスピーカーなどさまざまなデバイスでの利用が可能です。スマートスピーカーに関しましては、「Amazon ランキング大賞 2018」で「Alexaスキル」総合ランキング1位を獲得するなど、様々なデバイスで常に多くのユーザーに支持されています。



Google Home・amazon echo・LINE Clovaに対応



※ラジオスマ インターネットラジオとFM放送の両方でラジオが聴けるスマートフォンです。簡単に切り替えができ、生活スタイルに合わせてラジオの安心さと楽しさの両方を楽しめます。

アクセス機器

スマホ(タブレット含)のみ 平均43.1歳
PC・スマホ(タブレット含)併用 平均44.7歳



PCのみ 平均48.5歳



スマートフォンのみが半数以上。PCと併用も合わせるとスマートフォン経由のユーザーが全体の8割を超えています。

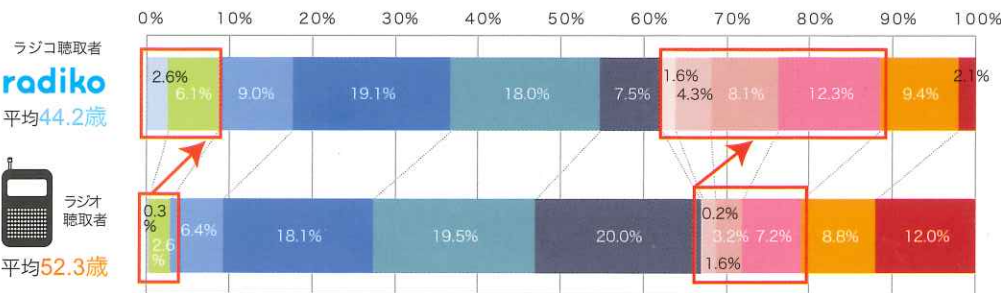
※2018.12 『第11回ラジオユーザーアンケート調査』
PC・スマホ・タブレットのみ利用：ライブ利用者 n=21,718
タイムフリー利用者 n=21,622

ラジオ聴取状況 (2019年8月状況)

- ◎ 日間ユニークユーザー数約135万~145万人を推移
- ◎ 日間延べ聴取回数 約300万回前後 ⇒1streamあたり 50分前後
- ◎ 日間延べ聴取分数 約1億5千万~7千万分を推移 ⇒1UUあたり 1日約130分前後
- ◎ プレミアム会員数 約64万人

ユーザープロフィール

性別・年齢構成 (ラジオ・地上波ラジオ比較)



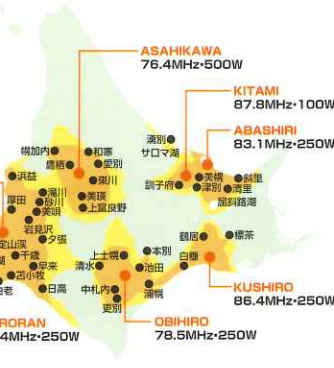
ラジオ聴取者全体と比較すると男性20代以下、女性40代以下のシェアが高くなっています。

※2018.12 『第11回ラジオユーザーアンケート調査』 (N=24,736) より

※ラジオ聴取者データはビデオリサーチ社MCR(2018年4~6月調査 東京地区)の週平均「行為者構成比率」より。平均年齢は各年代層の中央値で算出。

FM北海道の受信エリア状況

195万都市札幌を中核に旭川・北見・網走・釧路・帯広・苫小牧・室蘭・函館・小樽・洞爺などの主要都市と、その周辺をカバー。居住エリア内人口約480万人、エリア内世帯数は約230万世帯が可聴エリア。radikoを利用すれば可聴エリアはほぼ100%。文字通り北海道の経済・行政・文化の拠点をネットワークしています。



エリア内人口(千人、千世帯)

札幌圏	3,108
小樽圏	116
旭川圏	384
函館圏	343
釧路圏	173
帯広圏	166
北見・網走圏	220
室蘭・苫小牧圏	224
洞爺圏	31
合計	4,765

※2018年度再免許資料用データより

本社・スタジオ 〒060-8532 札幌市中央区北1条西2丁目 札幌時計台ビル14F
TEL 011-241-0804(代) FAX 011-251-6305

東京支社 〒102-0083 東京都千代田区麹町1-8 JFNセンター4F
TEL 03-3221-0278(代) FAX 03-3221-0076

- 社名/株式会社エフエム北海道(FM北海道)
- ステーションネーム/AIR-G'(エア・ジー)'92年4月導入
- コールサイン/JOFU-FM(FM北海道文字多重放送JOFU-FCM)
- 会社設立/1981年9月25日 ● 放送開始/1982年9月15日(開局記念日)

札幌 '82年9月15日開局 旭川 '82年9月15日開局 小樽 '83年11月28日開局、
函館 '84年9月27日開局 札幌大通 '84年12月21日開局 帯広 '87年9月15日開局、
釧路 '90年9月15日開局 網走 '92年9月15日開局 北見 '92年9月15日開局、
室蘭 '93年9月15日開局 洞爺 '01年11月15日開局
● 資本金/8,000万円(資本準備金4億1,000万円)
● 加盟団体/日本民間放送連盟、全国FM放送協議会(JFN=JAPAN FM NETWORK)