

一般社団法人 日本広告業協会 ラジオ小委員会 主催  
ラジコオーディオアド説明会資料

radiko.jp



2018/11/20

radiko Co.,Ltd All Rights Reserved



1

はじめに radikoについて





- 都市部をはじめとした、高層ビルやマンションの増加、家庭内の電子機器化、諸外国との混信、離島などによる**難聴取エリアを解消**すること。
- ラジオ受信機がなくても、身近にある**パソコン、タブレット、スマートフォン**などを通じて、手軽にラジオが聴ける環境を整備し、**ラジオリスナーを拡大**すること。
- ラジオを聴いて育っていない、ラジオ知らずの現代**若年層ヘアプローチ**、未来のラジオリスナーを育てること。
- 放送局単位ではなく、**業界が大同団結**し、ひとつのプラットホームとしてラジオをPRしていくこと。





radikoとは？

ラジコ参加放送局 (2018年11月現在)

民放連加盟ラジオ放送局

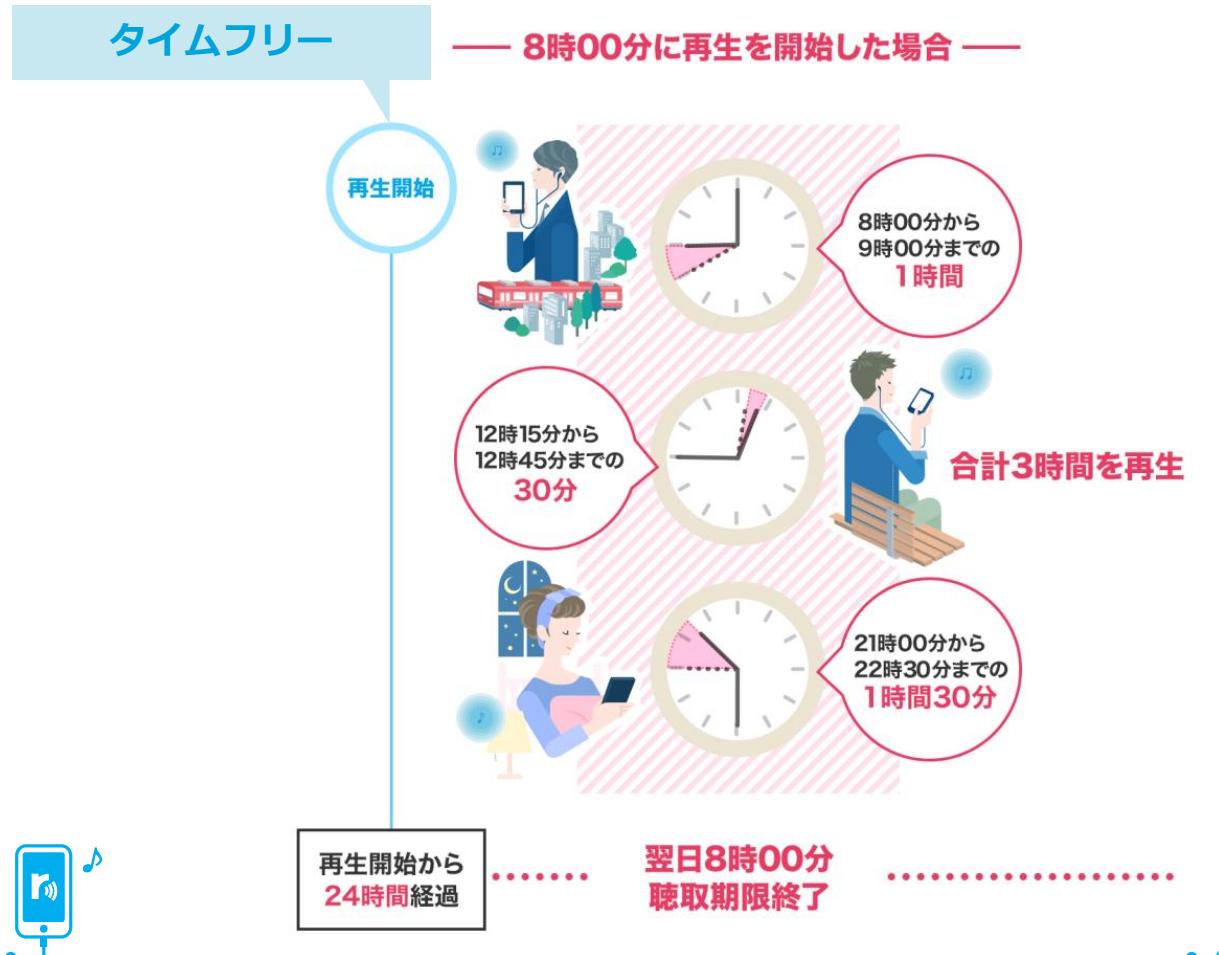
101  
局のうち、

93  
局が参加しております。  
(+放送大学)

※NHKラジオ（第1・第2・FM）も  
全国で実験配信中（2018年度）



ライブ配信はもちろん、過去1週間以内の番組聴取が可能な**タイムフリー**、プレミアム会員（有料）になると、日本全国のラジオ局が聴き放題となる**エリアフリー**のサービスを利用可能です。





radikoとは

ラジコは、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。

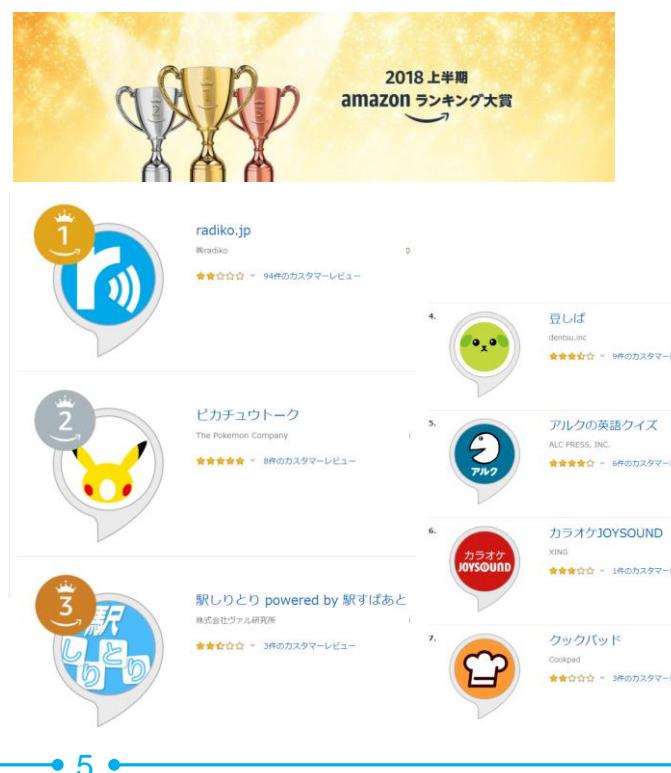
スマホのアプリ市場データを提供するApp Annie社が発表した

**「2017年 日本エンターテインメント月間アクティブユーザー数ランキング」で**

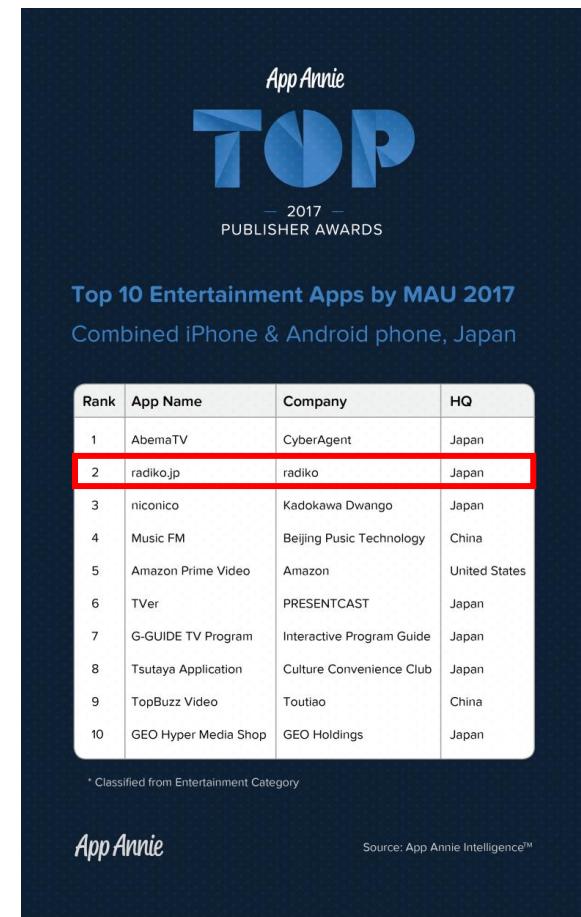
**年間2位を獲得、**さらにスマートスピーカーに関して、

「Amazonランキング大賞 2018（上半期）」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。



App Annie社  
「2017年 日本エンターテインメント  
月間アクティブユーザー数ランキング」



radiko Co.,Ltd All Rights Reserved

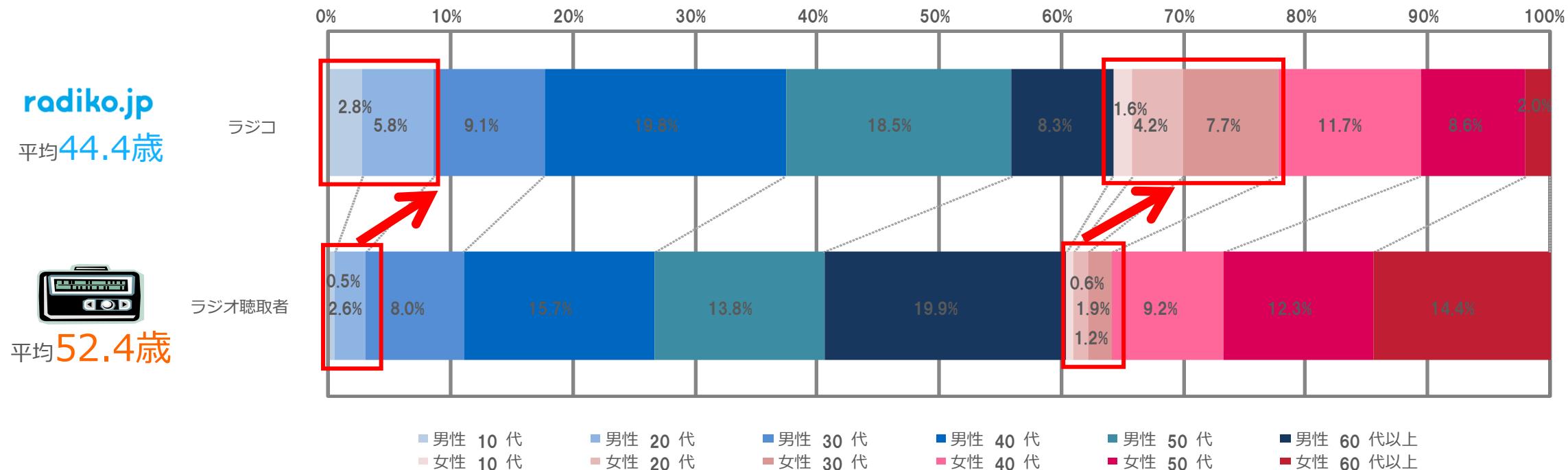


- 日間ユニークユーザー数 **約120万～130万人を推移**
- 日間延べ聴取分数 **約1億5千万～7千万分を推移** ⇒1UUあたり **1日約130分前後**
- 日間延べ聴取回数 **約300万回前後** ⇒1streamあたり **50分前後**
- プレミアム会員数 **約55万人**





## 性別・年齢構成(ラジコ・地上波ラジオ比較)



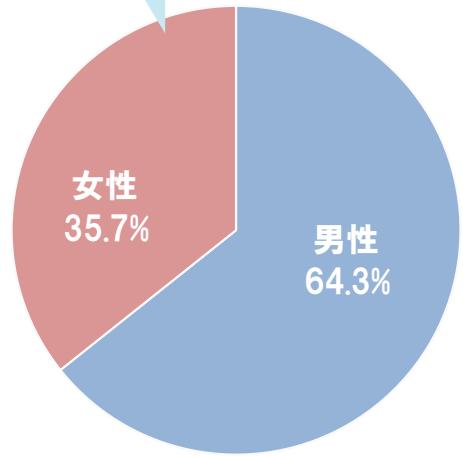
※ラジオ聴取者データはビデオリサーチ社MCR(2017年4~6月調査 東京地区)の週平均「行為者構成比率」より。  
平均年齢は各年代層の中央値で算出。

ラジオ聴取者全体と比較すると  
男性20代以下、女性30代以下のシェアが高くなっています。

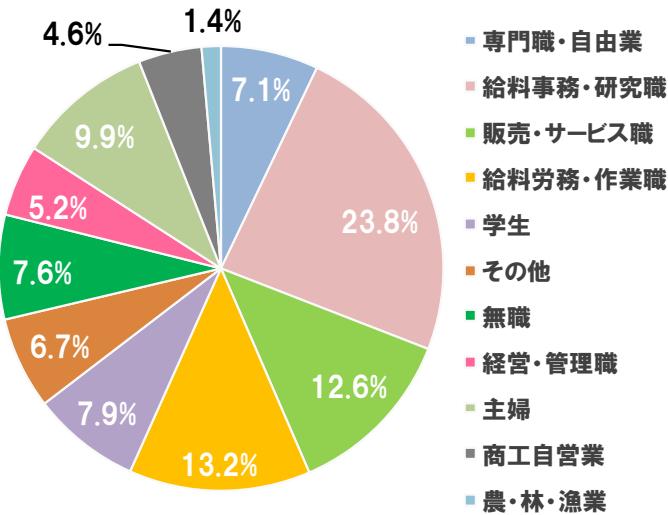


現在のラジコユーザーは、「サラリーマン」の  
**40・50代、男性**が中心。

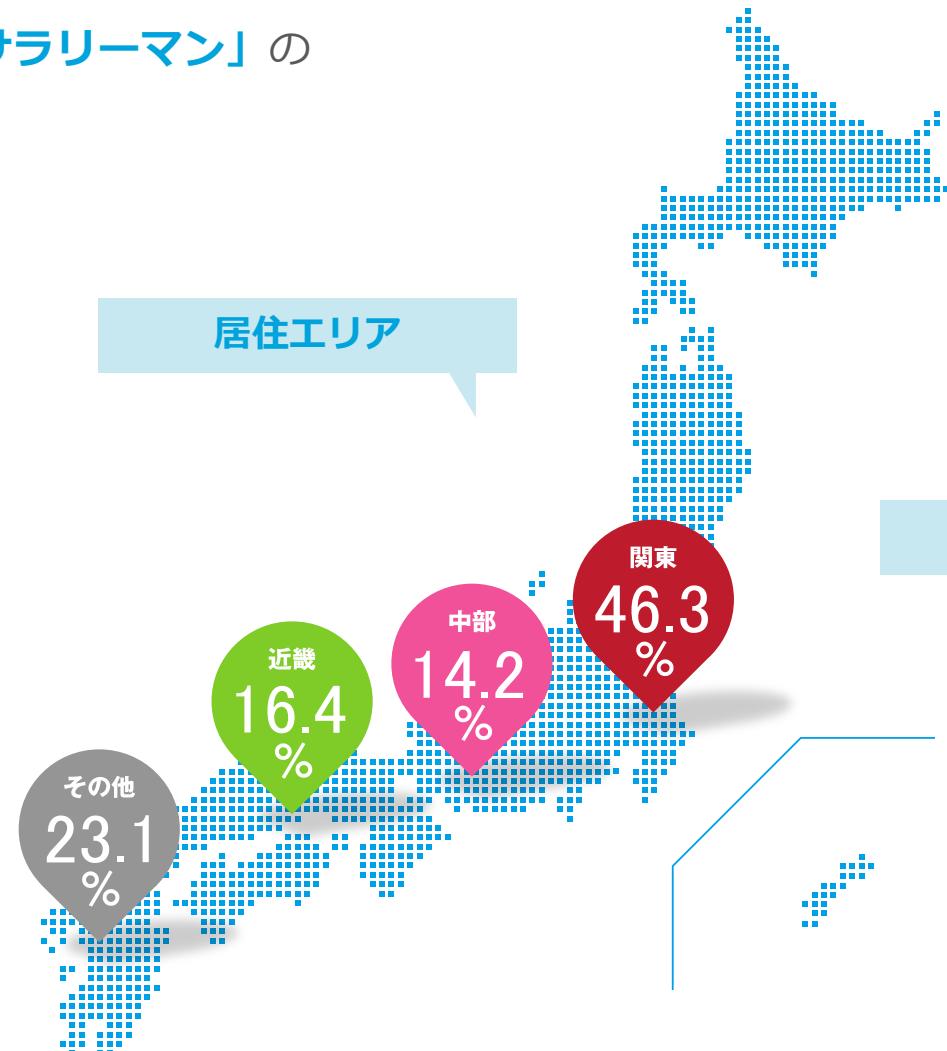
## 性別



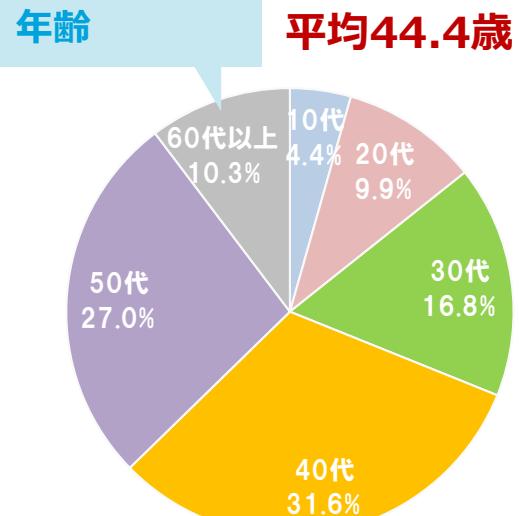
## 職業



## 居住エリア



## 年齢



平均44.4歳

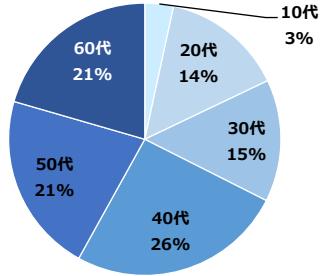




radikoとは？

# ユーザープロフィール（男性）

## 出現率・性年代



## 日常意識

- 「ワーク・ライフ・バランス」のとれた生活をしたい 85.5%
- 自分が気に入れば値段が高くても買う 78.6%
- 事前にインターネット・カタログ・パンフレットで調べてから買に行くことが多い 67.5%
- 商品を購入する前に使用者の感想などを調べる 65.8%
- 仕事に関わる情報収集は欠かさない 59%
- 定期的に音楽を聴く時間を持つようにしている 57.3%
- 仕事より余暇を優先して考える 56.4%

## 世帯年収

- 900～1000万円未満 12.8%
- 1000万円以上 16.3%

## 関心のある広告

- プレミアム（高級）アイスクリーム 32.5%
- チョコレート 30.8%
- ビール（発泡酒を除く） 29.9%
- サプリメント（健康食品） 28.2%
- プレミアムビール（高級ビール） 27.4%
- 国内旅行（出張を含む） 23.9%
- 海外旅行（出張を含む） 23.1%

## 職業

- 給料事務・研究職 35.9%

## 結婚年数

- 結婚して16～20年以内 14.5%



## ラジオ以外のメディア意識

- インターネットは自分の生活に欠かせない 91.5%
- 電車の車内広告をよく見るほうだ 75.2%
- インターネットで口コミサイトをよく見るほうだ 59%
- インターネットで広告をよく見るほうだ 47%

## ラジオ意識

- 何かをしながらラジオを聞くことが多い 83.8%
- 今のラジオは十分に楽しめる 80.3%
- 車に乗りながらラジオを聞くことが多い 70.1%
- 通勤・通学・買物途中などの移動中に、ラジオを聞くことが多い 44.4%
- ラジオで得た情報を話題にすることがよくある 41%
- ラジオCMをよく聴くほうだ 39.3%
- ラジオCMが実生活に役立つことが多い 34.2%

## テレビ番組視聴（意識）

- ブラタモリ（NHKG） 47.9%
- NHKニュースおはよう日本（NHKG） 40.2%
- ニュースウォッチ9（NHKG） 38.5%
- NHKニュース7（NHKG） 37.6%
- 出没！アド街ック天国（TX系列） 28.2%

## ソーシャルメディア利用（3ヶ月）

- LINE 61.5%
- 価格.com 45.3%
- 食べログ 43.6%
- Twitter 40.2%
- Facebook 37.6%
- amazonカスタマーレビューサイト 31.6%

ACR EX ターゲットプロファイリング  
(有意差検定)

有意差：一般ターゲット（男性）と比較し特徴的に出現する項目  
データ出展：ACR201704-06首都圏（N=117/（2529））

## メディア利用

- ラジオ：（ほぼ毎日聞く 40.2%
- 新聞（朝刊）：（ほぼ毎日読む 49.6%
- 雑誌：週に1日程度 17.1%
- PC：（ほぼ毎日利用 71.8%
- タブレット：週に4～5日 7.7%

## 読雑誌（過去6号中1号以上）

- JAF Mate 22.2%
- 翼の王国 14.5%
- 週刊文春 13.7%
- 週刊ダイヤmond 12%
- 週刊東洋経済 11.1%

## スマホのネット閲覧情報

- 地図検索・閲覧 69.2%
- 鉄道・道路・航空機の情報 63.2%
- スポーツ情報 59.8%
- 旅行・ホテル情報 41%
- 家電関連 31.6%
- 音楽情報 29.9%

## 仕事もプライベートも充実な情報収集屋

ラジオはもちろん、特にPCの利用頻度が高くインターネットは生活に欠かせない。仕事とプライベートを両立し、趣味は旅行や音楽鑑賞、映画鑑賞など。街ブラ系番組を好み、電車・航空機などについて日ごろからチェックしている。口コミサイトで事前リサーチ後に商品を購入する慎重派。高価なものでも気に入ったものを買いたい。

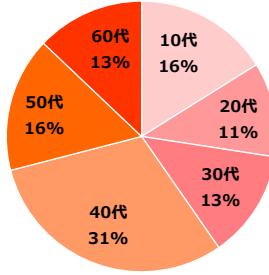




radikoとは？

## ユーザープロフィール（女性）

## 出現率・性年代



## 日常意識

「ワーク・ライフ・バランス」のとれた生活をしたい 95.2%  
 英語を学んでみたいと思う（現在学んでいる） 83.9%  
 機能や性能がよいモノを選ぶことが多い 83.9%  
 好きなことはとことん追求するほうだ 80.6%  
 定期的に音楽を聞く時間を持つようになっている 67.7%  
 スキルアップのために、専門的に勉強をしたい 67.7%  
 ブランド、メーカーに自分なりのこだわりを持っている 50%

## 世帯年収

700～800万円未満 19.4%  
 900～1000万円未満 14.5%  
 1000～1200万円未満 19.4%

## 関心のある広告

デパート・百貨店 30.6%  
 家電量販店 27.4%  
 書籍 27.4%  
 スマートフォン 27.4%  
 衣料品量販店 25.8%  
 音楽ソフト（CDなど） 22.6%  
 CDショップ 16.1%

## 職業

給料事務・研究職 29%  
 短大生 1.6%  
 大学生 9.7%



## 趣味・レジャー（今後）

コンサート（日本人アーティスト） 58.1%  
 音楽鑑賞（CD・音楽配信など） 45.2%  
 映画館での映画鑑賞（邦画） 45.2%  
 美術・博物鑑賞 40.3%  
 SNSの利用 38.7%  
 ビデオ鑑賞 38.7%  
 パソコンによる動画視聴 25.8%

## ラジオ以外のメディア意識

インターネットは自分の生活に欠かせない 95.2%  
 雑誌が実生活に役立つことが多い 54.8%  
 新聞広告をよく見るほうだ 45.2%  
 ブログやSNSに書き込みをすることが多い 35.5%

## ラジオ意識

何かをしながらラジオを聞くことが多い 79%  
 今のラジオは十分に楽しめる 77.4%  
 自分がよく聞くラジオ局やラジオ番組はだいたい決まっている 77.4%  
 車に乗りながらラジオを聞くことが多い 45.2%  
 ラジオCMをよく聴くほうだ 27.4%  
 ラジオで得た情報を話題にすることがよくある 24.2%

## テレビ番組視聴（意識）

ミュージックステーション（EX系列） 41.9%  
 NHKニュース7（NHKG） 37.1%  
 NHKニュースおはよう日本（NHKG） 29%  
 ニュースウォッチ9（NHKG） 29%  
 ブラタモリ（NHKG） 29%  
 探検バクモン（NHKG） 22.6%

## ソーシャルメディア利用（3ヶ月）

LINE 69.4%  
 Yahoo!知恵袋 53.2%  
 Wikipedia 53.2%  
 Twitter 51.6%  
 amazonカスタマーレビューサイト 27.4%  
 アットコスメ 17.7%

ACR EX ターゲットプロファイリング  
 (有意差検定)  
 有意差：一般ターゲット（男性）と比較し特徴的に出現する項目  
 データ出展：ACR201704-06首都圏（N=117/（2529））

## メディア利用

ラジオ：（ほぼ毎日聞く 32.3%  
 新聞（朝刊）：（ほぼ毎日読む 43.5%  
 PC：（ほぼ毎日利用 38.7%  
 タブレット：（ほぼ毎日利用 22.6%  
 スマホ：（ほぼ毎日利用 87.1%

## 閲読雑誌（過去6号中1号以上）

duet 17.7%  
 Myojo 16.1%  
 POTATO 12.9%  
 すてきにハンドメイド 12.9%  
 Hanako 11.3%

## スマホのネット閲覧情報

Twitterなどミニブログ 40.3%  
 映画情報 37.1%  
 テレビ番組情報 35.5%  
 音楽情報 33.9%  
 ショッピング情報 32.3%

## 音楽感度の高いこだわり追求女子

テレビやネットで情報収集したり、CDや配信を利用したりと音楽が大好き。TwitterなどのSNSを積極的に利用。英語の習得やスキルアップなど成長意欲が高く、世帯年収もやや高め。  
 買い物はスペック重視でこだわり派。デパート・百貨店や家電量販店など品揃えの良い店舗をチェックしている。





スマホ(タブレット含)のみユーザー  
平均43.7歳

PC・スマホ(タブレット含)併用ユーザー  
平均43.8歳

PCのみユーザー  
平均48.5歳



54.5%



31.2%



14.3%

スマートフォン利用

85.7%

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**を超えていきます。

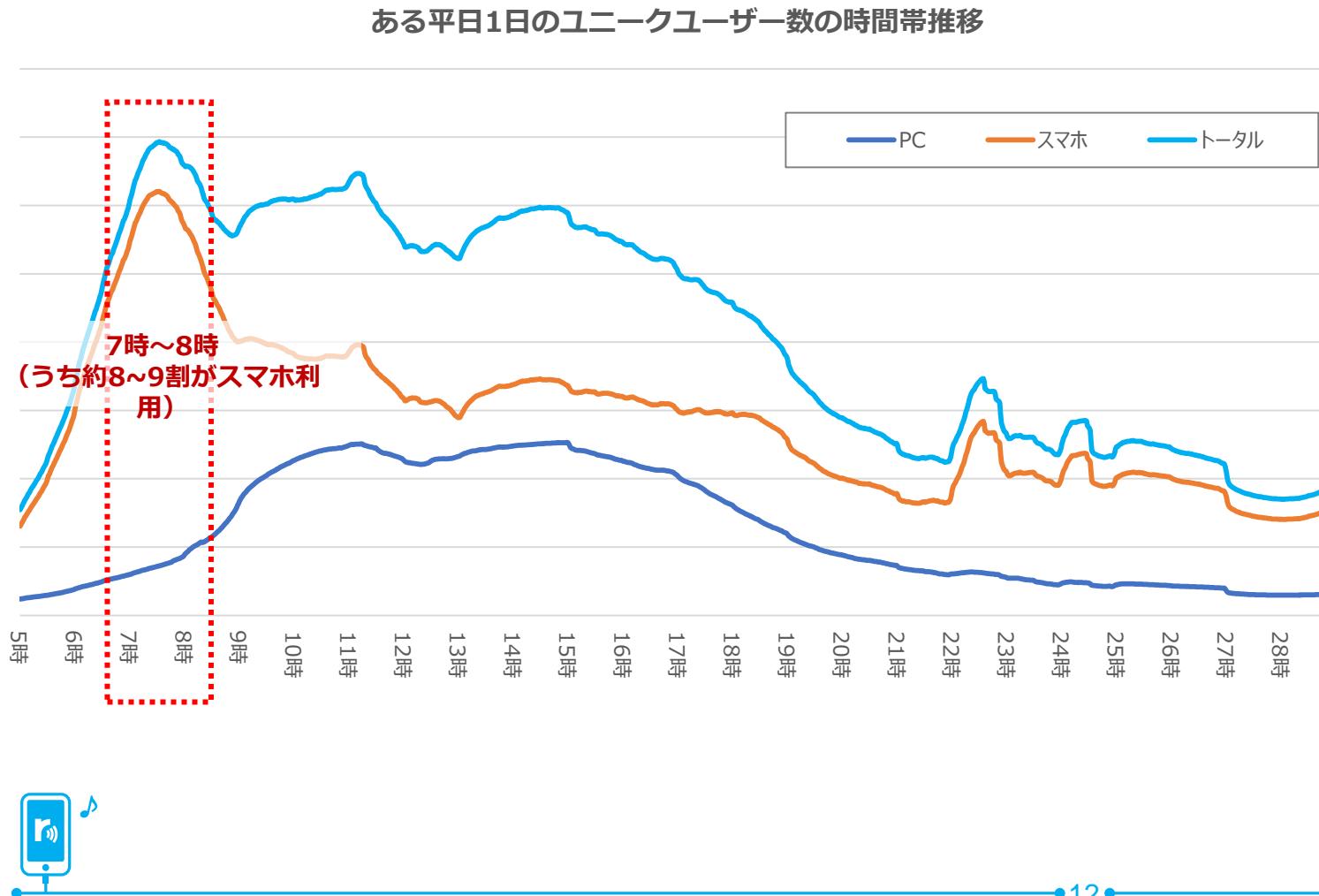




radikoとは？

## 利用時間帯

ラジコは下記のような環境で利用されております。



### ①朝食及び身支度時



### ②通勤/通学時（電車・バス内）



### ③仕事中



### ④カフェにて



### ⑤帰宅時（電車・バス内）



### ⑥お料理中



### ⑦入浴中



### ⑧ネット使用時（自宅）



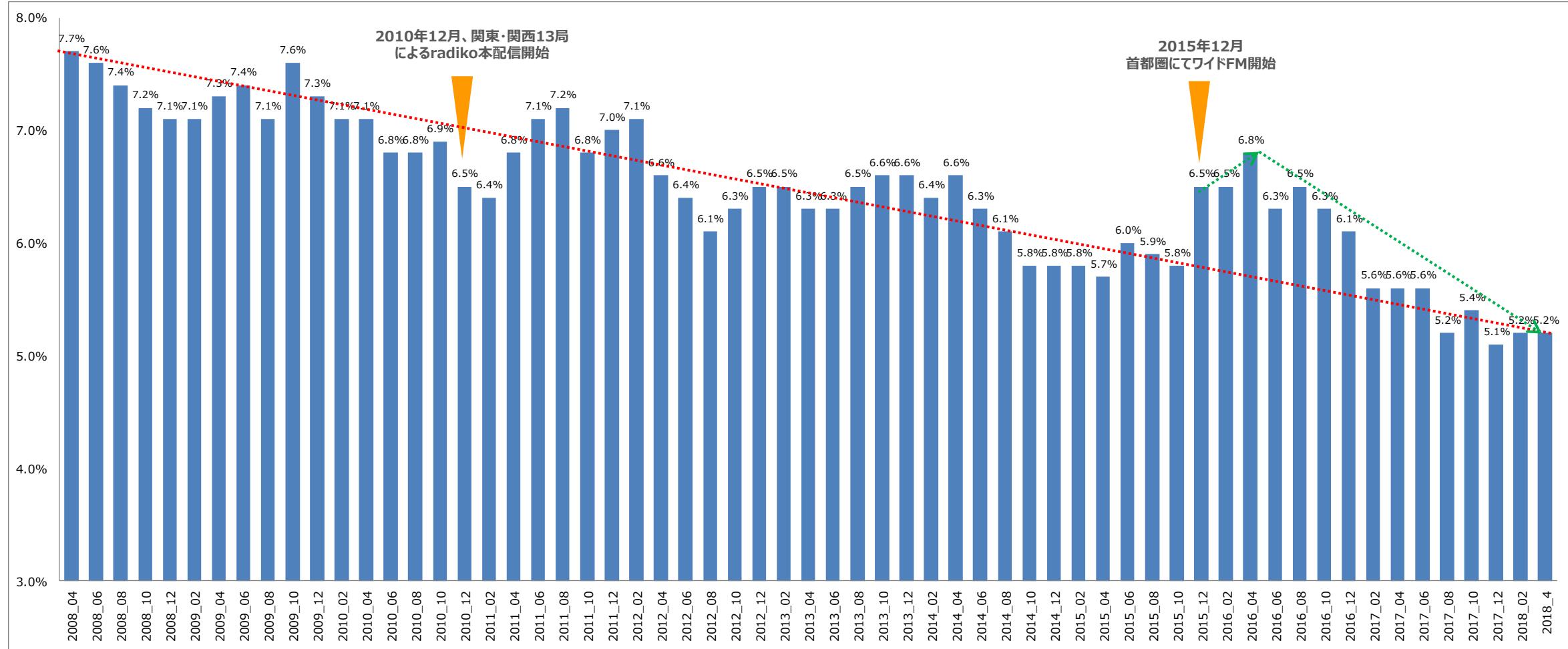
### ⑨寝る前

2

radiko Ad



## 【聴取率推移】ビデオリサーチ首都圏ラジオ個人聴取率調査（全日6:00～24:00 セツツインユース）



地上波ラジオの聴取率はワイドFM開始の2015年12月に向上したもの  
過去10年比較すると漸減傾向にあり。



## 【広告費推移】

(億)

25,000

(対2000年比)

20,000

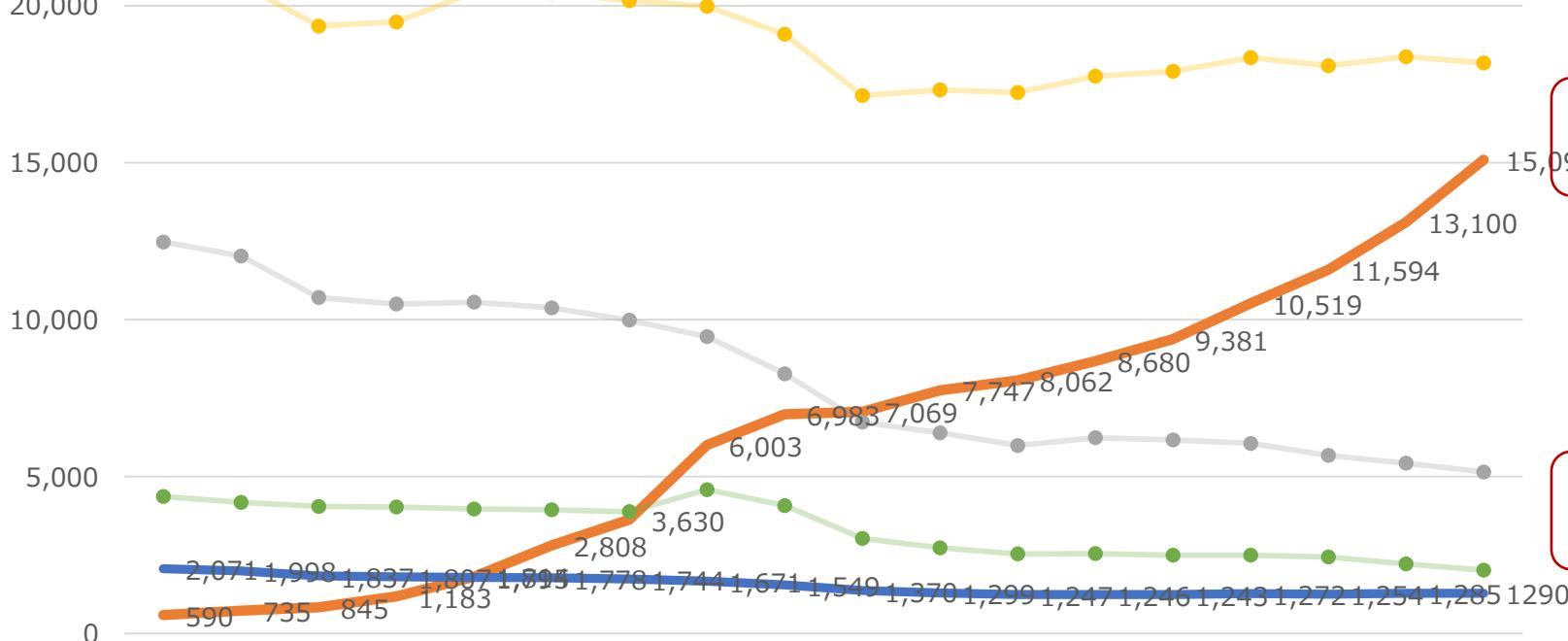
15,000

10,000

5,000

0

2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017



87.4%

2558.3%

41.3%

46.3%

62.3%

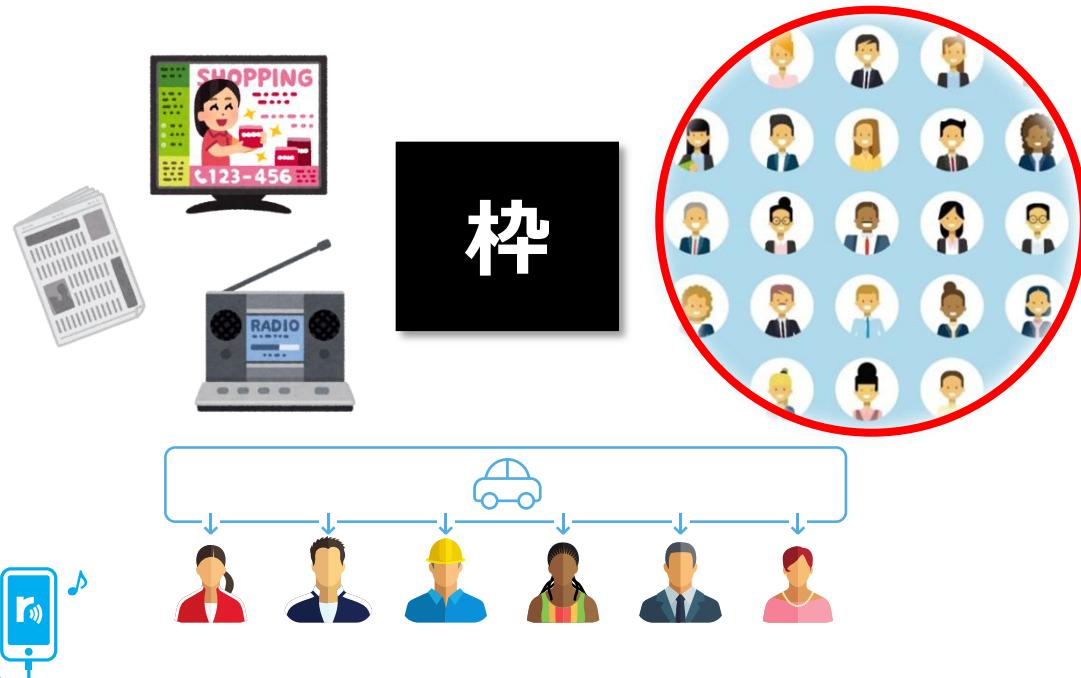
ラジオの広告費は約20年間漸減傾向。  
 一方、ネット広告費はここ10年程度で急伸。  
 ここ10年程度で**広告主様の広告の買い方が劇的に変化**



## ここ10年程度で広告主の広告の買い方が劇的に変化

### 【過去】

リーチが取れるマスメディアで  
一斉に大量に情報を届けたい



### 【現在】

パーソナライズされたメディアで  
届けたい人にだけ、  
届けたい情報を届けたい



広告主の広告の目的が  
「宣伝」ではなく「プロモーション」へ  
⇒ 「広告出稿」が「広告投資」へ変化

【広告主のニーズ】

- ①必要時に、必要な量を、  
必要なターゲットにだけ、広告を届けたい
- ②広告効果を把握し、正確に管理し、  
成果を検証したい

どう自社の商品の売上に  
跳ね返って来たのかまで要求される時代に。

①

広告表示



②

クリック



③

コンバージョン



CPM

CPC

CPA

※CPM (Cost Per Mille) ⇒広告1000回 (impressions) 配信あたりの費用のこと。

※CPC (Cost Per Click) ⇒クリック1回あたりの費用のこと。

※CPA (Cost Per Acquisition) ⇒商品購入や申込みなどコンバージョン1件あたりの費用のこと。





広告の買い方が「枠」から「人」へシフトする中、  
広告主様が求めるターゲットに対して適切な配信を  
ラジコオーディオアドで実現。

**radiko audio Ad**



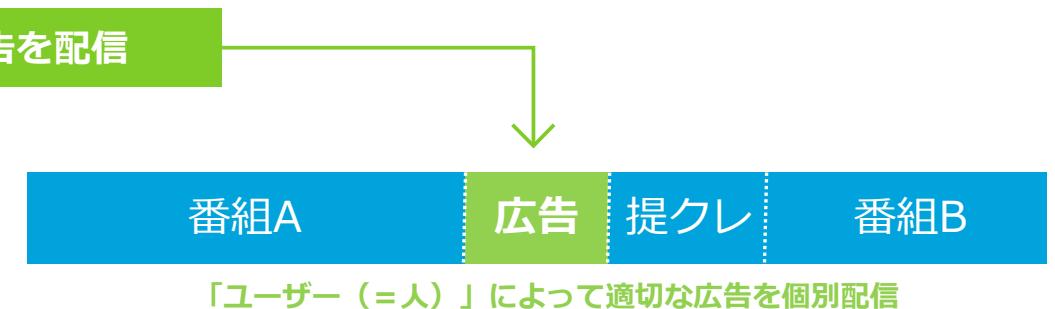
地上波ラジオの一斉同報広告（＝枠）とは異なり、  
ラジコでは「ユーザー（＝人）」の属性・嗜好性に合った広告を  
それぞれ個別に差し替えて適切配信＝ターゲティング配信します。

※ターゲティング配信にあたってはラジコDMP（後述）を活用

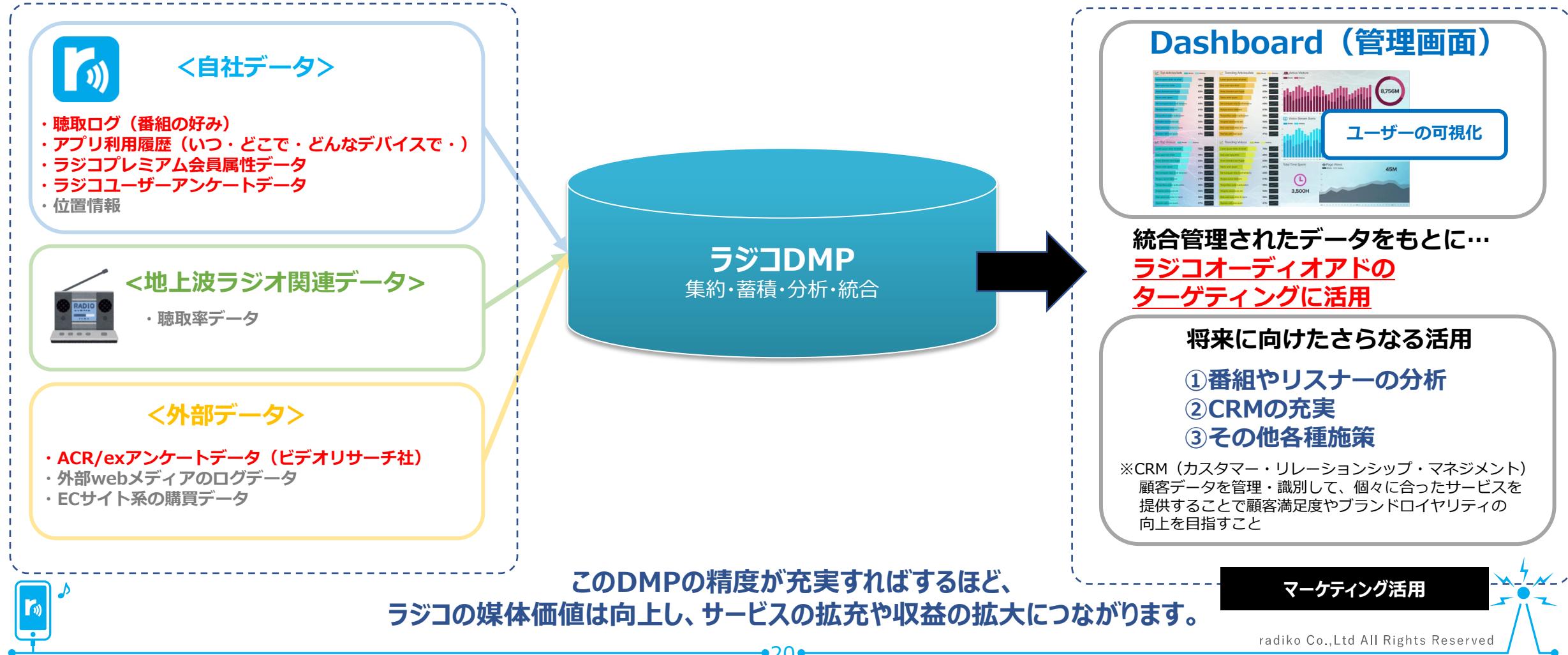
..... 地上波ラジオ .....



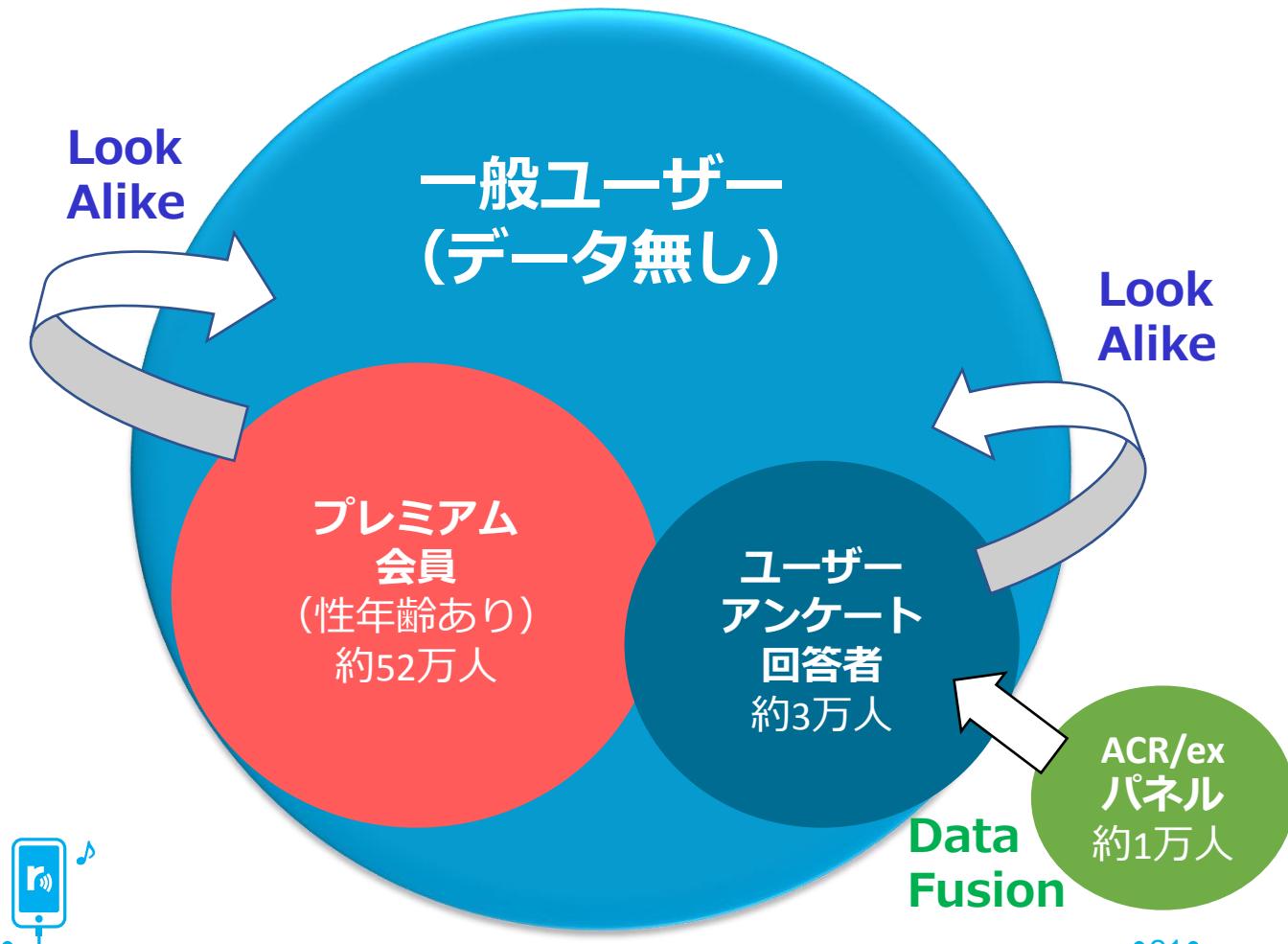
..... radiko audio Ad .....



ラジコDMPはラジコの心臓部、  
ラジコの自社データにとどまらず、地上波ラジオ関連データや外部データも取り入れながら「拡大推計」を実施。  
オーディオアド・CRMなど様々な活用を行います。



ラジコDMPでは、ラジコユーザー像を可視化するため、ラジコプレミアム会員データ・ラジコユーザーアンケートデータの情報を元に、一般ユーザーに属性を付与しています。



#### 【性・年代情報】

属性情報を持っているプレミアム会員の聴取履歴データと一般ユーザーの聴取履歴を照合し、よく似たユーザーに性年代属性を付与します。

(LookAlike...似たもの探し)

#### 【その他プロフィール（趣味・嗜好）情報】

まず、ユーザーアンケートとACR/exそれぞれの回答項目のうち共通質問の回答をもとに2つのデータを融合します。

(DataFusion...データ融合)

次に、ACR/exデータが融合されたユーザーアンケート回答者の聴取履歴データと、一般ユーザーの聴取履歴を照合し、よく似たユーザーにプロフィール属性を付与します。

(LookAlike...似たもの探し)



オーディオアドでは、ラジコDMPで「**拡大推計**」を行ったターゲティング配信用セグメントを用意。基本属性はもちろん、ユーザーの興味関心・ユーザー行動状況等のセグメントによるターゲティング配信を行うことにより高価値な広告商品を目指します。

基本セグメント	
性別	男性・女性
年齢	10代、20代、30代、40代、50代、60代以上
聴取エリア	①1都3県、②1都6県、③2府4県 47都道府県別で指定が可能です。 ※関東・関西エリア以外への配信をご希望については都度事前にご相談。
デバイス指定 ※	PC・アプリ（スマホ）

基本属性に加え、  
興味関心や位置情報、  
その他ラジコならではのセグメントを  
隨時追加提供していきます。



ターゲット	デモグラ+α
学生ターゲット	高校生・大学生（専門学校生）含め
ドライバーターゲット	自動車保有層
持ち家ターゲット	持家（マンション含め）
富裕層ターゲット	世帯年収1000万以上
親ターゲット	子育て関与層

ターゲット	ライフスタイル・興味関心
ラジコを聴きながら楽しめるスポーツへの関与層	スポーツを恒常的にしている人
テレビ非接触ターゲット（LOWTV）	1日30分未満のラジコユーザー
スマホヘビーターゲット	1日2時間以上利用しているラジコユーザー
トレンドフリークトターゲット	新しいものや流行に敏感なラジコユーザー



ラジオメディアは**スキップされにくい**という特徴があります。

ラジコオーディオアドも同様にユーザーに対して違和感なく既存のラジオ広告枠そのままに、デジタル広告として差し替え。リスナーに自然な形で広告を配信できるため、ユーザーの聴取体験を阻害することなく、**ブランドリフトへの寄与**が期待できます。



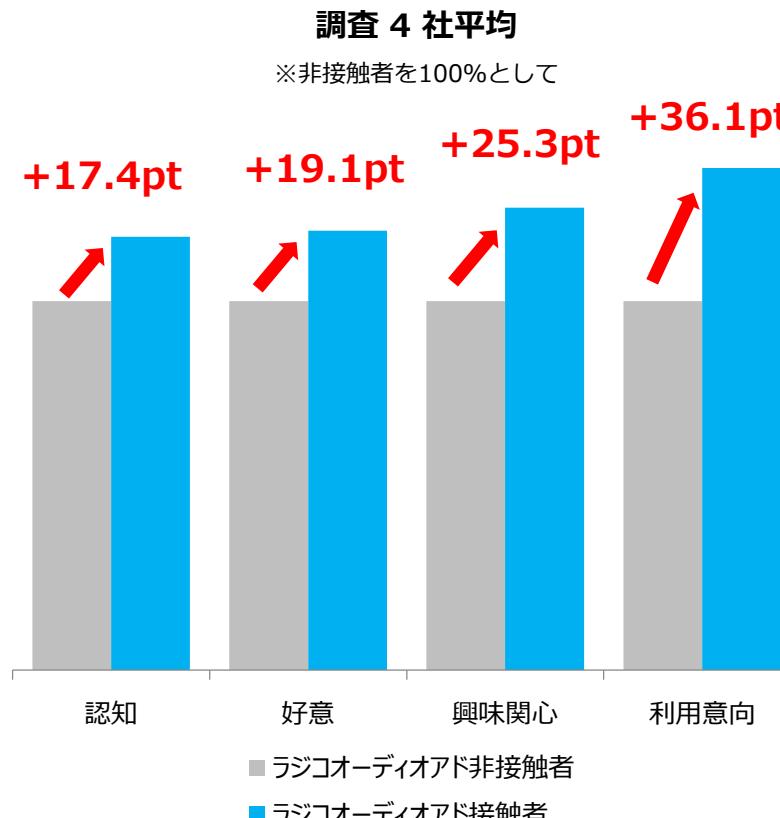
バックグラウンド再生で『ながら聴取』





## ラジコオーディオアドによるブランドリフト効果

認知だけにとどまらず、ブランドに対する好意・興味関心・利用意向の醸成にも高い効果を發揮



各社非接触者平均N数 : 約330  
各社接觸者平均N数 : 約82  
※インターネット調査  
※調査パネル : アクセスミルパネル  
※実査・分析 : ビデオリサーチ社

データ出典 : ラジコオーディオアド効果測定調査データ  
調査エリア : 全国  
調査年齢 : 男女15~64才  
実査期間 : 2018年9月7日~9月12日

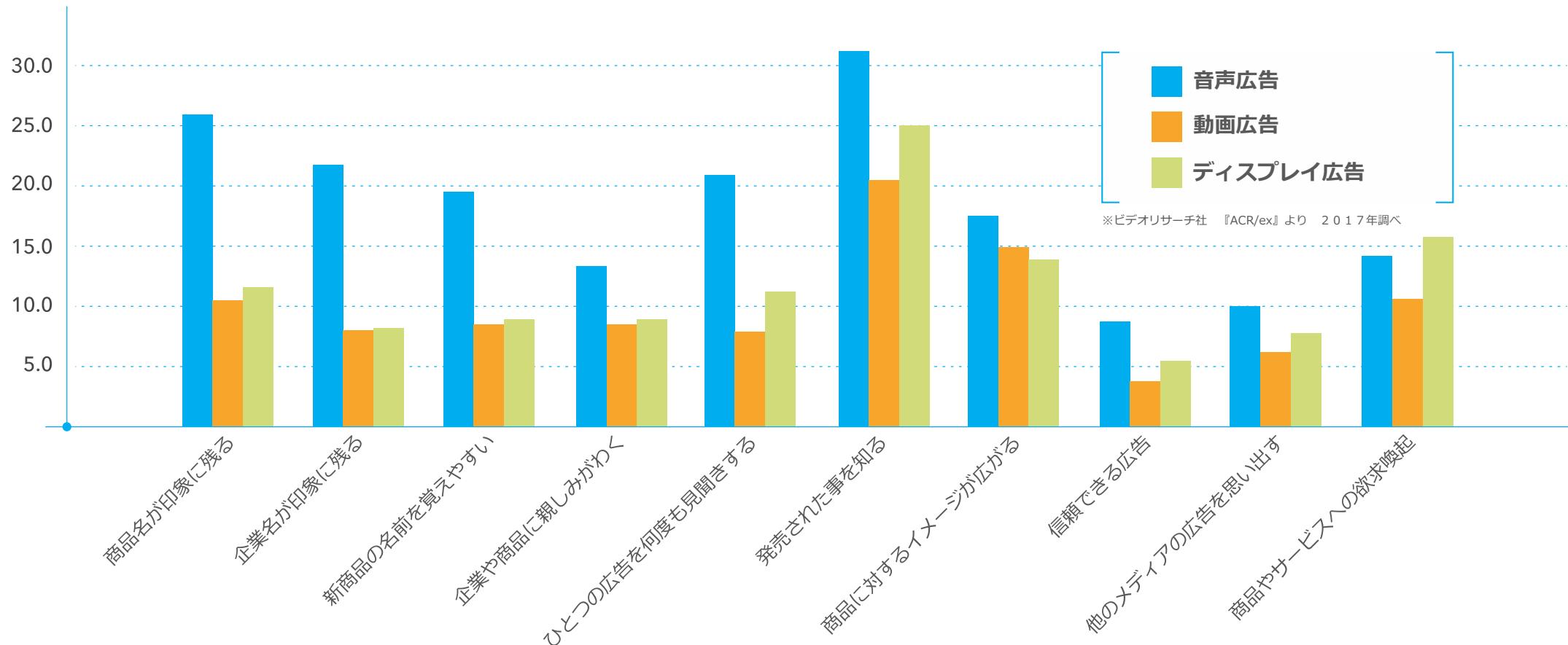


ラジコオーディオアドは、民放連加盟ラジオ局で著名なパーソナリティが語りかける  
**信頼のおけるコンテンツ**のみに広告配信ができます。

「ブランド棄損」や「アドフラウド」を心配する必要はありません。



オーディオアド（音声広告）は動画広告やディスプレイ広告に比べて、  
**広告認知（商品名や企業名）や興味喚起（企業商品共感/欲求喚起）・他メディア想起（イメージトランスファー）**が  
特長となります。



※ビデオリサーチ社 『ACR/ex』より 2017年調べ





【実証実験開始時期】  
2018年7月24日（火）スタート

【実証実験開始エリア・放送局】  
順次差替え技術を準備するため在京7局限定スタート



【実証実験販売内容】  
各局の拠出CM枠をもとにパッケージング。  
(技術的観点含めCM在庫量が限られるため、限定的なパッケージ)  
また、販売付帯としてブランドリフト調査の実施。

【広告配信基準について】  
各放送局と協議を重ね設定したラジコ独自のガイドラインに基づき  
広告配信の可否ならびに広告表現の確認を行わせて頂きます。



## 【販売廣告会社】

実証実験ということで実施工アリ亞も限られ、  
また技術的觀点からも限られたCM在庫量からの開始となるため  
radikoの株主でもある

- ・電通様
- ・博報堂DYメディアパートナーズ様
- ・アサツー デイ・ケイ様
- ・東急エージェンシー様



の4社に限定。

※メディアレップとしては  
CCI様・D.A.C様と取引開始。



## 【CM差替対象枠】

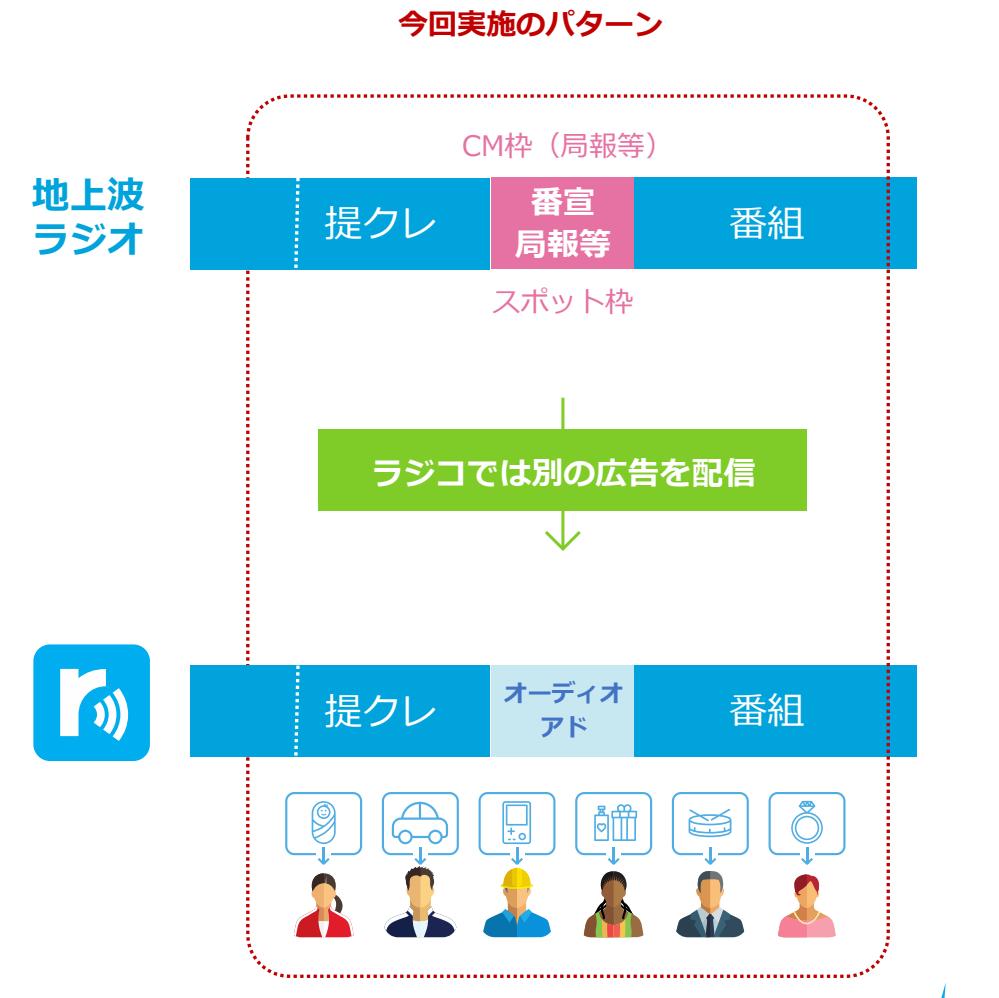
現在、地上波ラジオで広告主様がご提供のCM枠での差し替えは行いません。

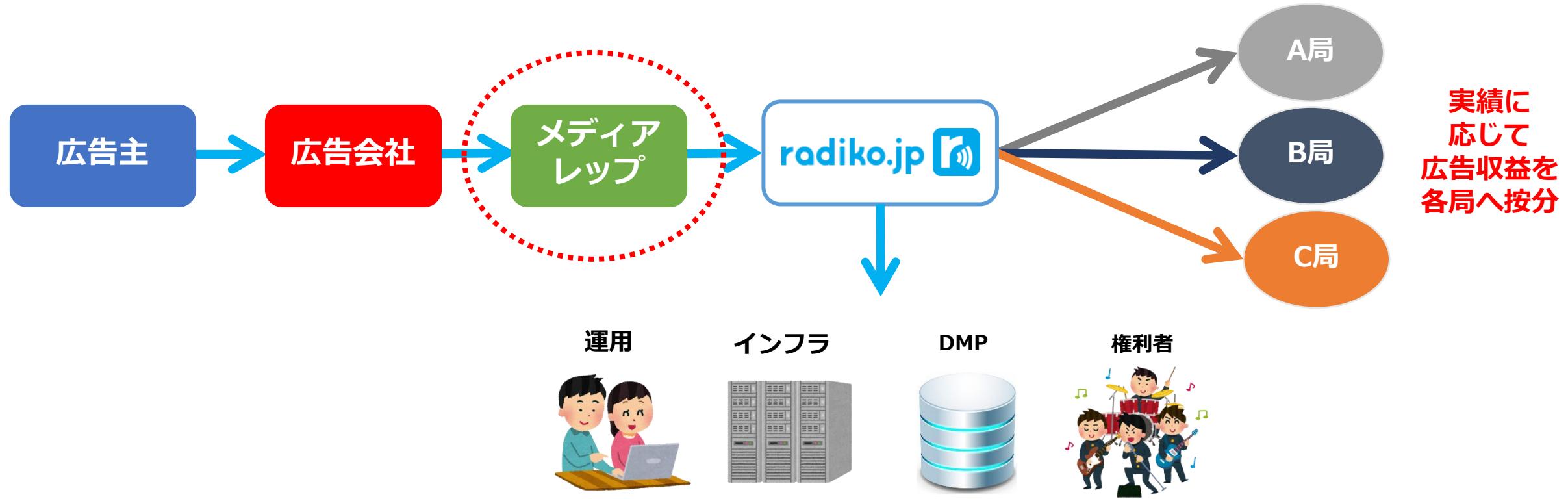
地上波ラジオで広告主様がご提供されていない、ラジオ各局が番宣・局報等を実施しているCM枠でのみ差替えを実施致します。

また、現時点ではタイムフリーにおける差替えは実施せず、ライブ配信のみでの差替えを行います。

## 【CM差替対応デバイス】

PC・スマホ・タブレットでの差替えとなります。  
(現状スマートスピーカーでの差替えは無し)





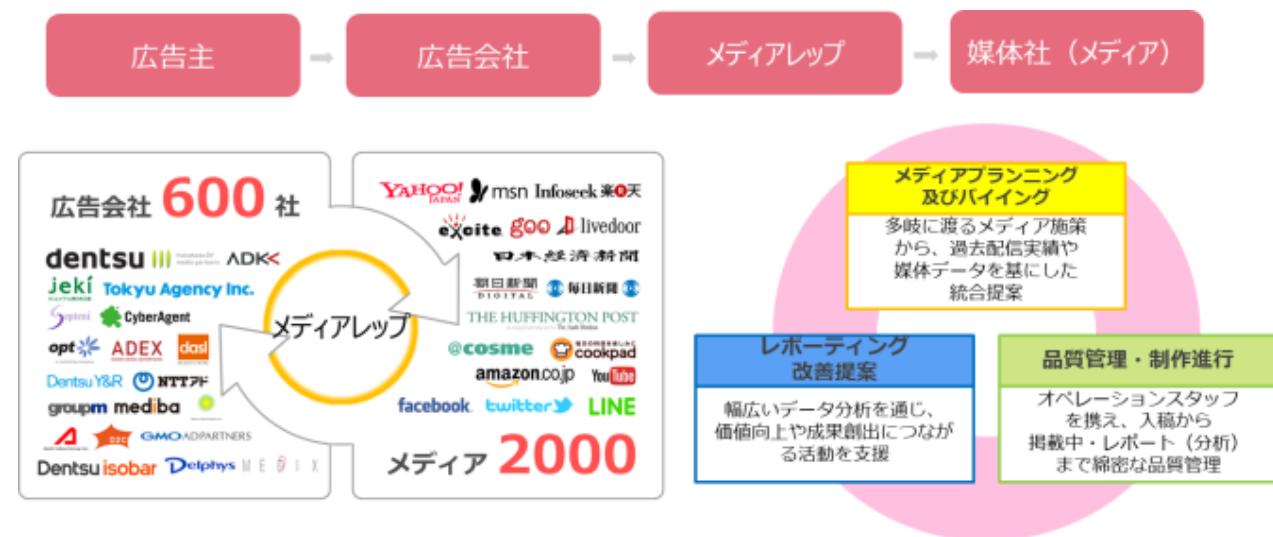
ラジコオーディオアドの運用に必要な人件費、インフラ費用、  
権利者（音楽著作権/著作隣接権/個別権利者など）への経費を除き、  
各ラジオ放送局様へ実績に応じて按分させていただきます。



## 参考：radikoにおけるメディアレップの役割

メディアレップとは、インターネット広告の取引において、広告媒体の枠の買い付け（開発）・広告会社へのセールス・広告運用などを担う。

また、メディアの買い付けだけではなく、様々なアドテクベンダー（SSP・DSP・ADEXCHANGE・DMP・Viewability・・・）の運用までも担い、純稿（手売り）および運用広告（PMP/プログラマティック広告）を円滑に運行するために必要な役割を担う。



ラジコはラジコオーディオアドのセールス拡販、  
下記サポート業務をメディアレップ2社（CCI・DAC）に委託します。

- Media Sheetアップデート
- レポート作成
- 広告主及び広告素材事前考査
- 入稿管理
- 媒体の競合状況のベンチマークレポート
- 素材制作支援
- 広告会社へのセールス
- 手売り以外も含めたマネタイズ
- 受発注の管理
- 最新インターネット広告市況のアップデート



## ● 7-9月期販売状況

**7-8月期： 5社  
の計10社にご協力いただき、実験配信を開始。**

9月期： 5社

## ●オーディオアド配信状況

- ・実験開始の7月24日以降、特に大きな問題もなく順調に配信を行っております。
  - ・オーディオアドの完全聴取率は約98%（アドに接触したほぼ全ての方が最後まで広告メッセージを受け取って頂いております）
  - ・ブランドリフト調査レポートについては現在集計中。

現在の安定配信状況を鑑み、  
本年10月以降、新たにエリアを拡大（在京・在阪）しての実験をスタートしました。

7月24日から開始



10月24日から開始



2019年4月以降

関東周辺局・関西周辺局  
名古屋・九州・北海道  
と順次エリアを全国に拡大予定



# 2018年10月-2019年3月 実験販売メニュー

**radiko audio Ad**



地上波とのサイマル配信（ライブ配信）での広告枠で、ラジコでは別の広告素材を配信。  
リスナーを指定してターゲティング配信が可能です。



## 放送局横断型（ブロード配信）

商品名	局横断型 ブロード配信
課金形態	完全聴取課金
配信開始日	平日任意
配信期間	2週間～
申込期限	15営業日前まで
入稿期限	7営業日前まで
単価 ※1	完全聴取単価：3円~/20秒~ (秒数・配信条件によって変動)
最低出稿金額	<b>50万円~</b>
注意事項	素材本数3本/1週間の同時配信の対応は可能です。 割付等のご要望にはお応えできませんので、ご了承ください。



※1：40秒素材（6円）、60秒素材（9円）となります。

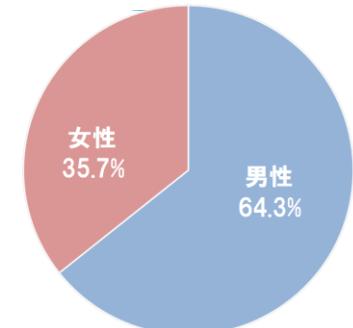
※ラジオNIKKEIについては現在ラジコオーディオアド差し替え対象外となっております。

## (実施概要)

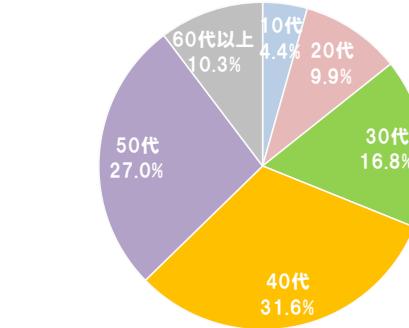
オールターゲット商材の商品・サービス認知拡大を目的としたキャンペーンの際に是非ご活用ください。



## 性別



## 年齢



**平均44.4歳**





## ターゲティング指定配信<放送局横断型配信>

### 放送局横断型（ターゲティング指定配信）

商品名	局横断型 ターゲティング指定配信
課金形態	完全聴取課金
配信開始日	平日任意
配信期間	2週間～
申込期限	15営業日前まで
入稿期限	7営業日前まで
単価※1	完全聴取単価：5円~/20秒～ (秒数・配信条件によって変動)
最低出稿金額	<b>100万円～</b>
注意事項	※希望ターゲティング（セグメント） については必ず事前にお問い合わせください。



※1：40秒素材（10円～）、60秒素材（15円～）となります。

※ラジオNIKKEIについては現在ラジコオーディオアド差し替え対象外となっております。

### （実施概要）

在京・在阪の以下放送局よりラジコに拠出された広告枠を対象に、  
ラジコ上にて広告をターゲティング指定配信いたします。

※PC・アプリのラジコユーザーに対してライブ配信のみを対象にてアドの配信を行います。

**TBSラジオ**  
FM90.5 + AM954

**文化放送**  
AM1134 / FM91.6

**FM93 AM1242**  
**ニッポン放送**

**80. Love**  
**TOKYO FM**

**J-WAVE** **81-3FM**

**InterFM897**

**ABC Radio**  
AM1008 / FM93.3

**MBS**  
ラジオ  
AM1174 | FM90.6

**ラジオ大阪** **ABC**  
FM91.9 AM1314

**FM OH!**  
OH! My Music, OH! My Radio.

**FM802**  
meet the music on the radio

**FM COCOLO 765**

**（ターゲティング）** 希望セグメントによって単価が変動します。



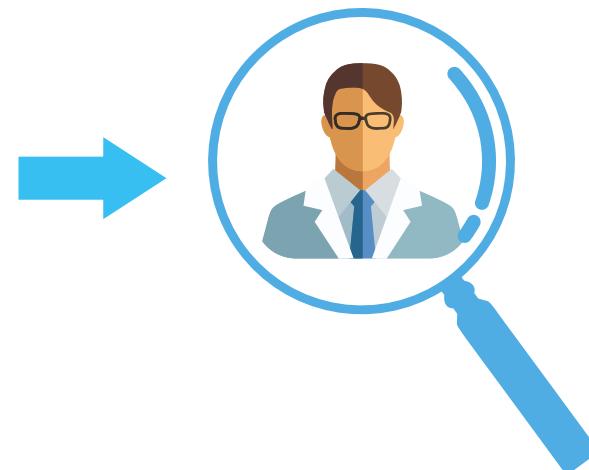
**ターゲティング一覧を  
ご確認下さい**



radikoでは、プレミアム会員登録情報、radikoにて年に1回実施しているユーザーアンケートデータと株式会社ビデオリサーチが保有するACRパネルデータを活用し全ユーザーデータを拡張したターゲティングをradikoDMP (Adobe Audience Manager) より提供しています。

		基本セグメント	単価 5円/完全聴取/20秒の場合
A	性別	男性・女性	5円
B	年齢	10代、20代、30代、40代、50代、60代以上	5円
C	聴取エリア	①1都3県、②1都6県、③2府4県 47都道府県別で指定が可能です。 ※関東・関西エリア以外への配信をご希望については都度事前にご相談ください。	5円
D	デバイス指定 ※	PC・アプリ（スマホ）	5円

radikoターゲティングセグメント詳細  
(性別年齢地域以外)については次ページご参照ください。



※スマートスピーカーへのラジコオーディオアドの広告配信は実施しておりませんのでデバイス指定不可となります。



ターゲット	デモグラ+α	詳細内容
学生ターゲット	高校生・大学生（専門学校生）含め	高校生・大学生・各種学校・予備校生
ドライバーターゲット	自動車保有層	毎日～週1回以上自動車を運転する人
持ち家ターゲット	持家（マンション含め）	一戸建て持家層（新築の注文住宅または建売住宅を購入した人） 一戸建て持家層（中古で購入）、分譲マンション購入層
富裕層ターゲット	世帯年収1000万以上	世帯年収1000万円以上、金融資産2000万円以上
親ターゲット	子育て関与層	子供と同居している20代-50代の親世代

ターゲット	ライフスタイル・興味関心	詳細内容(ACR連携)
ラジコを聴きながら楽しめるスポーツへの関与層	スポーツを恒常的にしている人	ゴルフ（練習場）、ウィンタースポーツ、ジョギング・ランニング ウォーキング、サイクリング、ヨガ・ピラティス スポーツクラブ・フィットネスクラブ、登山・山歩き（トレッキング）、釣り
テレビ非接触ターゲット	1日30分未満のラジコユーザー	ACRのテレビ視聴時間で1日30未満と回答した人
スマホヘビーターゲット	1日2時間以上利用しているラジコユーザー	ACRで1日2時間以上と回答した人
トレンドフリーク層	新しいものや流行に敏感なラジコユーザー	直感や感性を重視して、選択する。新しいものや流行に敏感で、興味あるものだけでなく、あまり興味がないものでもとりあえず情報収集。発信意欲も強く、話題を振りまく層をまとめたACRセグメント

※ライフスタイルセグメントと興味関心セグメントについては、(株)ビデオリサーチのACR/exのアンケート項目を活用しています。





## 12月リリース予定：デモグラ+α / ライフスタイル：興味関心セグメント

12月リリース予定

radiko  
Ad

※「既」すでに現在提供中のセグメントとなります。「見直」については12月を目途に既存セグメントの見直しを行い提供いたします。

デモグラ+α			
		項目	区分
10	新	年収	世帯年収300万未満
11	新	年収	世帯年収300万～500万未満
12	新	年収	世帯年収500万～700万未満
13	新	年収	世帯年収700万～1000万未満
14	既	年収	世帯年収1000万以上
15	新	職業	オフィスワーカー
16	新	職業	経営・管理職
17	新	職業	建築・土木系作業職
18	新	職業	ビジネスドライバー
19	新	職業	商工自営業
20	新	職業	主婦
21	新	職業	専門職スペシャリスト
22	既	職業	高校生・大学生（専門学校生）
23	新	職業	中小企業経営者
24	既	家庭	持家層
25	新	家庭	未婚(20歳以上)
26	新	家庭	既婚(20歳以上)
27	見直	家庭	子育て関与層(0～5歳)
28	見直	家庭	子育て関与層(6～22歳)

ライフスタイル			
		項目	区分
29	既	ライフスタイル	自動車保有層
30	既	ライフスタイル	LOW TV層
31	既	ライフスタイル	旅行関与層
32	既	ライフスタイル	スマートモード層
33	既	ライフスタイル	トレンドフリーク層
34	見直	ライフスタイル	スポーツ関与層（よりラジコと親和性の高いスポーツに絞ったセグメントとして見直し）
35	新	ライフスタイル	お酒好き
36	新	ライフスタイル	映画好き
37	新	ライフスタイル	スクーター・オートバイ所有者
38	新	ライフスタイル	英会話関心層
39	新	ライフスタイル	ファンション好き
40	新	ライフスタイル	音楽好き



radikoDMPのデータ強化を行い、  
今後様々なニーズにお応えできる  
セグメントを検討中



	ターゲティングセグメント	20秒単価	40秒単価	60秒単価
1	ノンターゲット《ブロード配信》	3円	6円	9円
2	《基本デモグラ》（エリア以外の組み合わせ） (例：男性女性20代～40代でアプリのみ)	5円	10円	15円
3	各セグメントのOR条件での配信	6円	12円	18円
4	《基本デモグラ》 and 《エリア指定》 (例：女性20代～40代の1都6県指定)	6円	12円	18円
5	《基本デモグラ》 and 《デモグラ+a》または《ライフスタイル・興味関心》 (例：男性30代～50代でかつ世帯年収1000万円以上)	6円	12円	18円
6	《基本デモグラ》 and 《デモグラ+a》 and 《ライフスタイル・興味関心》 (例：10代～20代かつ学生かつテレビ非接触者総)	7円	14円	21円
7	組み合わせ4つ以上 (and 条件)	8円～	16円～	24円～

※都度お見積りいたしますので、必ず事前に在庫の確認をお願い致します。

※FQ上限設定の希望や、配信時間帯の指定がある場合には事前に必ずご相談ください。

※上記以外の組み合わせをご希望の場合は都度ご相談ください。

※2018年11月1日以降お問合せの案件より、上記単価が適用されます。



動画広告15秒尺の場合の完全視聴単価とラジコ完全聴取単価比較 ※radiko調べ

20円：インストリーム（ターゲット有）  
※例：You Tube等

10円：アドネットワーク型インストリーム（ターゲット有）  
※例：GDN等

5円：プレミアムインストリーム（ブロード配信）  
※例：Tver/スポーツコンテンツ等

ラジコオーディオアド  
ターゲティング指定完全聴取単価 : 5円/20秒単価

3.5円：Spotifyオーディオ（ターゲット配信）

ラジコオーディオアド  
ノンターゲット指定完全聴取単価 : 3円/20秒単価



3

報告書について





広告素材別・ターゲティング別の、日別レポートを提出いたします。

**■配信実績**

完全聴取数	*****回
合計UU	*****UU
平均FQ	*回

日付	View-IMP (再生回数)	完全聴取数	完全聴取 割合 (%)	日別 UU(100%)
2018年9月1日	20,000	19,900	99.5	15,000
2018年9月2日	20,000	19,900	99.5	15,000
2018年9月3日	20,000	19,900	99.5	15,000
2018				15,000
2018				15,000
2018				15,000
2018				15,000
2018				15,000
2018				15,000
2018				15,000
2018				15,000
2018				15,000
2018				15,000
2018年				15,000
2018年9月11日	20,000	19,900	99.5	15,000
2018年9月12日	20,000	19,900	99.5	15,000
2018年9月13日	20,000	19,900	99.5	15,000
2018年9月14日	20,000	19,900	99.5	15,000



レポート項目	解説
View-Imp (再生回数)	音声広告の再生回数 ※広告が2秒以上再生された時点でカウントされます
完全聴取数 100%到達数	音声広告が100%まで聴取された回数
完全聴取割合 (%)	完全聴取数÷View-IMP数
日別UU(100%)	音声広告を100%まで聴取したユニークユーザ数



# 4

## 配信制御・掲載基準・入稿規定



- radikoでは、広告ブランド価値の最大化を行なえるように、以下の配信制御を行っています。
- CM素材によっては日時配信制御と年齢配信制御をradiko側で行わせていただきます。（例：アルコール・消費者金融等）

No.	項目	機能概要
1	フリークエンシー・リーセンシー コントロール	同じ広告が繰り返し配信されないようラジコ側で制御します。 個別要望がある場合には事前にご相談ください。
2	日時配信制御	ラジコで時間帯配信制限をしていない業種（アルコール・消費者金融等）以外で 日時配信指定をされたい場合には個別ご相談ください。  <b>※4時間以上を基本として、時間帯を選択いただけます。（例：朝5時～9時、22時～26時等）</b>
3	番組ごとの カテゴリ制御	番組毎に、特定の業種・カテゴリの広告が配信されないよう制御（若年層向け番組向けの制御等）



## 1. 広告掲載基準について

広告掲載を申し込む広告主はその広告について、当社の広告掲載基準を遵守する必要があります。

## 2. 広告掲載基準と掲載の可否判断の関係について

当社の個別の判断により、この基準を満たしている場合でも掲載をお断りすることがあります。

また、基準を満たさない場合でも、掲載を認める場合があります（法令に違反するものはいかなる場合も掲載しません）。

いずれの場合でもその理由について回答することはできない場合があります。

## 3. 掲載の可否判断と広告の責任について

当社は、この基準に基づいて個別に掲載の可否を判断していますが、当社の判断は広告に関する広告主の責任を軽減するものではありません。

広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。

また、掲載の可否を判断した理由について回答することはできません。

## 4. ラジコ参加局による掲載判断

広告掲載基準を遵守していても、ラジコ参画放送局が個別に定める掲載基準・ガイドライン等を満たしていない場合は、掲載をお断りすることがあります。



## 広告掲載基準と可否判断について

当社の個別の判断により、掲載基準を満たしている場合でもお断りすることがあります。また、基準を満たさない場合でも掲載を認める場合があります。どのような場合においても、掲載の可否判断の理由説明の義務を負わないものとします。

当社の広告掲載の可否判断は広告に関する広告主様の責任を軽減するものではありません。広告に関する責任は広告主様自身が負うものとします。

## 広告掲載いただけない業種およびサービス

- 法令に違反し、または、違反するおそれのあるもの
- 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの

- (1) 謹誇中傷するもの、名誉を毀損するもの
- (2) 著作権や商標権等の知的財産権を侵害するもの
- (3) プライバシーを侵害するもの、個人情報の取得、管理、利用等に十分な配慮がされていないもの
- (4) 他人を差別するもの、人権を侵害するもの
- (5) セキュアラリストなどとみなされるもの
- (6) 詐欺的なものまた1いわゆる悪質商法とみなされるもの
- (7) 投機心を著しくあおる表現のもの
- (8) 非科学的または迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるもの
- (9) 犯罪を肯定、美化、助長するもの
- (10) 反社会的勢力によるもの
- (11) 酒類、残虐、獣奇的等で不快感を与えるもの
- (12) 性に関する表現が露骨なもの
- (13) サービス、商品の内容が不明確なもの
- (14) 業界で定めるガイドラインなどに違反し、または、違反するおそれのあるもの
- (15) その他、当社が不適切と判断したもの

- 3. 以下のような商品、サービスの広告
- (1) 成人を対象とした性的な商品、サービス
- (2) 児童ポルノを連想させるもの
- (3) 売春や援助交際のあっせんまたはこれらを正当化したり、推奨したりするもの
- (4) 国内で承認されていない医薬品、医療機器
- (5) 脱法ドラッグ、合法ハーブ等と称されるもの
- (6) 偽ブランド品など、ブランド商品の模倣品、偽造品
- (7) 銃器、弾薬、刀剣などの刃物、催涙スプレー、スタンガンなど主に武器として使用されるもの
- (8) 無限連鎖講（ねずみ講）へ勧誘したり、紹介したりするもの
- (9) 連鎖販売取引（マルチレベルマーケティング、ネットワークビジネス）へ勧誘したり、紹介したりするもの
- (10) 超小型カメラなど、違法な盗聴、盗撮を目的とするもの
- (11) クレジットカードのショッピング枠現金化サービス
- (12) 入札権購入型オークション（ペニーオークション等）
- (13) たばこ、電子たばこ
- (14) カジノ
- (15) 原子力発電
- (16) 法人名簿売買
- (17) 出会い系サイト
- (18) ナイトワーク
- (19) 占い
- (20) クーポンサービス
- (21) 秘設私書箱
- (22) 連帯保証・保証人斡旋業
- (23) エステ・整体

## 広告表現について

広告素材は、発注前のヒアリング、入稿時に不適切な表現がないかを、radiko共通ガイドラインに沿って確認を行います。

不適切な表現を含む広告素材については、改稿依頼にお応えいただかない限り、受理できません。

## 広告掲載基準を個別定めているサービス

■広告掲載基準を個別に定めているサービスに該当する商品の広告配信をご希望される場合は、必ず事前に素材考査を行った上で、掲載可否の判断を行わせて頂きます。

- 意見広告
- 政党広告
- 弁護士事務所・法律事務所
- 結婚相談所
- 医薬品・医薬部外品・化粧品
- 健康食品
- 機能性表示食品
- 医療機関
- 治験の被験者募集
- 個人向けローン
- FX・証券・外国為替・仮想通貨 等の金融商品
- 不動産広告
- 求人広告
- 宗教
- パチンコ
- 公営ギャンブル
- 募金



- ① 弊社所定の審査が必要です。必要な書類をご用意いただくことがあります。
- ② 広告商品につきましては、掲載期間中の毎日の配信および日ごと・時間ごとの均等配信は保証いたしません。
- ③ 万一表示の不具合等があった場合、翌営業時間内の対応となります。この間の掲載の不備については免責となります。
- ④ 広告掲載エビデンス（録音音源のご提供）はいたしません。
- ⑤ ラジコリスナー満足度の向上および広告主様へのサービス向上のため、掲載原稿についての調査を実施することがあります。
- ⑥ ユーザーの使用環境によっては、広告が配信できない、正しく表示されない、可能性があります。
- ⑦ 広告掲載開始後にユーザーからクレームがあった場合には、配信を停止させて頂く事がございます。
- ⑧ 天災、または停電・通信回線の事故など、不可抗力により広告配信を中止する場合があります。
- ⑨ ラジコで配信またはクリックしたユーザーへのリターゲティング広告を実施する場合は、広告主様と弊社の両サイト内に当該広告配信のオプトアウトに関する記述が必要となります。





- 掲載開始の7営業日前に考查済み、広告素材をご入稿ください。
- 広告素材ファイルとは別に必ず、広告原稿テキストの搬入をお願いいたします。
- JASRAC管理楽曲やNexTone管理楽曲を使用した素材の搬入については広告主側で権利処理済みのうえ素材を搬入ください。

項目	規定	備考
同時出稿本数	1セグメントあたり3本まで	途中差し替え可能です。 差し替えについても7営業日前までにご入稿・ご連絡ください。
ファイル	.wav	
オーディオ	サンプリング周波数：48kHz、16bit チャンネル数： 2ch (ステレオ)	ビットレート値は1536Kbpsです。 ※サンプリング周波数(48KHz) × ビット深度(16bit) × チャンネル数(2) = ビットレート
広告素材尺	20秒、40秒、60秒	※聴感上の理由により、広告素材の始まりと最後には、0.2秒～0.3秒程度の無音を含めていただきますようお願いします。
ラウドネス	-13LKFS (±1.0dB)	-13LUFS でも可 (±2.0LUFS)
ファイル容量	最大250MB	

※デジタルの広告商品のため地上波ラジオCMとは入稿規定が異なります。



■標準の音節数は以下をご参考下さい。

種類	音節数	文字数
20秒	125音節	100字
40秒	255音節	200字
60秒	380音節	300字

■広告素材

前後の無音を含め、20・40・60秒の素材を基本としています。

必ず広告の前後に0.2~0.3秒の無音を入れてください。

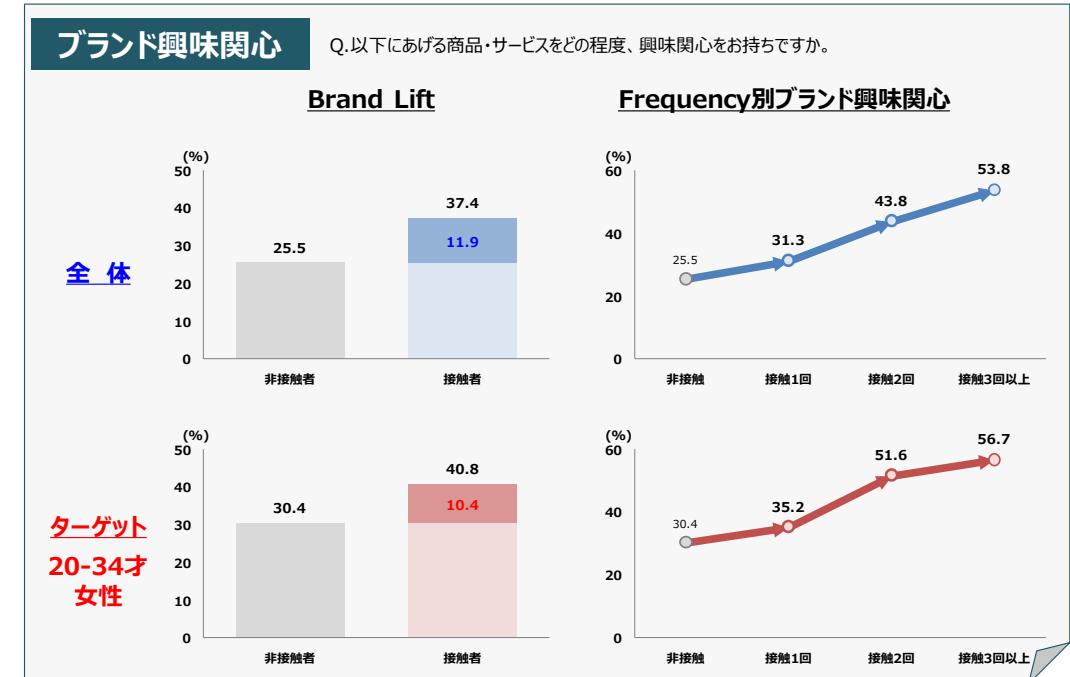
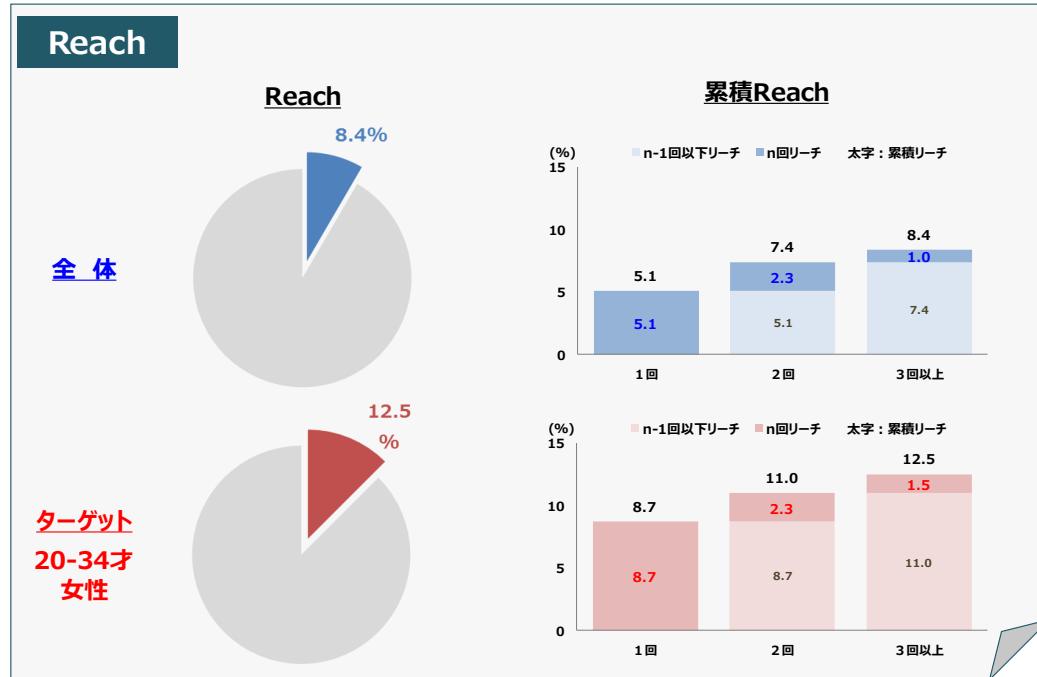


5

オプションメニュー



調査パネルを用い、ログ集計による広告のターゲットへの到達状況、ブランド認知・好意・興味関心等の広告効果をレポートティングいたします。 (有償オプション対応 ※都度お見積り)



アウトプットイメージ



6

さいごに



スマートスピーカーの登場により、  
音声市場環境は拡大の方向へ。

改めて注目される音声コミュニケーション。

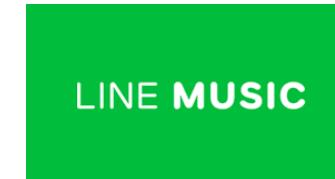


ラジコはすでにGoogle Home・amazon echo・LINE Clovaに対応

ラジオがなくなりつつある家庭のリビングに姿を変えて戻って来た！



さらに、音楽市場には新規プレイヤーが続々と参入  
音声市場全体の成長へ



音声市場全体の成長が見込まれる「今」

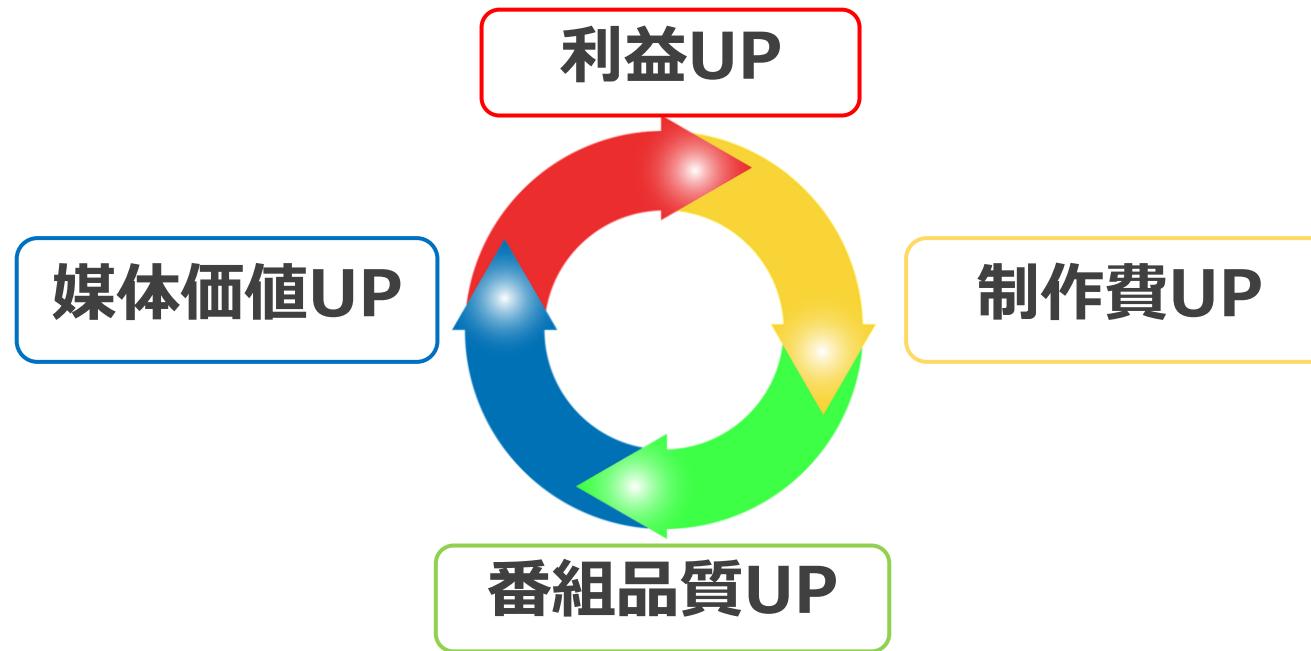
日本のデジタル広告における  
オーディオアド市場も拡大が見込まれる！



radikoはラジオ業界の統一プラットホームとして  
オーディオアド市場を牽引していきます。

「利益UP⇒制作費UP⇒番組のさらなる品質UP⇒媒体価値UP⇒利益UP…」

この**Virtuous Cycle (好循環)** を目指します。



# ご清聴ありがとうございました。

**radiko.jp**

ラジコオーディオアドに関する問い合わせは、メディアレップ2社

【CCI（サイバー・コミュニケーションズ）】 【DACP（デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム）】

の各廣告会社営業担当窓口までお願いします。

※各社営業担当窓口が不明な場合は、メディアレップ2社、ラジコ担当までお問合せください。

【CCI：ラジコメディア担当 tv-req@cci.co.jp】 【DACP：オーディオ廣告担当 audio@dac.co.jp】

