

ブランドオーディオコンテンツは 商品理解が深まり購買につながる広告手法！

TOKYO FM は、オーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」等で配信していた Jackery Japan 株式会社提供のブランドオーディオコンテンツ「金曜ジャクリ劇場 supported by Jackery」のブランドリフト調査を実施しました。

調査により、「金曜ジャクリ劇場 supported by Jackery」は、ポータブル電源の「Jackery(ジャクリ)」の認知が 6.1%から 58%に拡大し、コンテンツ聴取者の 39%が「興味があった」と回答しました。また、コンテンツ聴取者の 10%が聴取後に「Jackery のポータブル電源を購入した」と回答するなど、ブランドオーディオコンテンツによって認知拡大および興味関心喚起がなされ、購買につながる効果が明らかになりました。



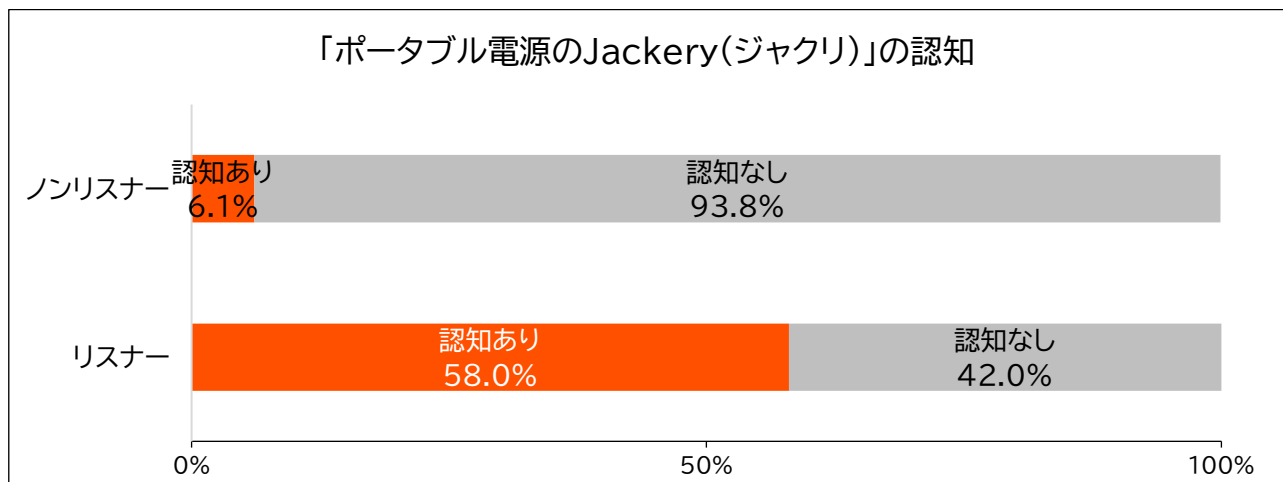
Jackery
Solar Generator

Tokyofm
Life time audio 80.0

1. ブランドオーディオコンテンツがブランド浸透と認知拡大に寄与！

ノンリスナーの Jackery 認知は 6.2%なのに対しリスナーの認知は 58.0%で、大きな差があります。従いまして、今回のブランドオーディオコンテンツが Jackery 認知に寄与出来たといえます。

TOKYO FM では、エンターテインメント性を有したブランドオーディオコンテンツによる広告聴取体験は、印象や記憶に残りやすいため、ブランド浸透と認知拡大に寄与したと分析しています。

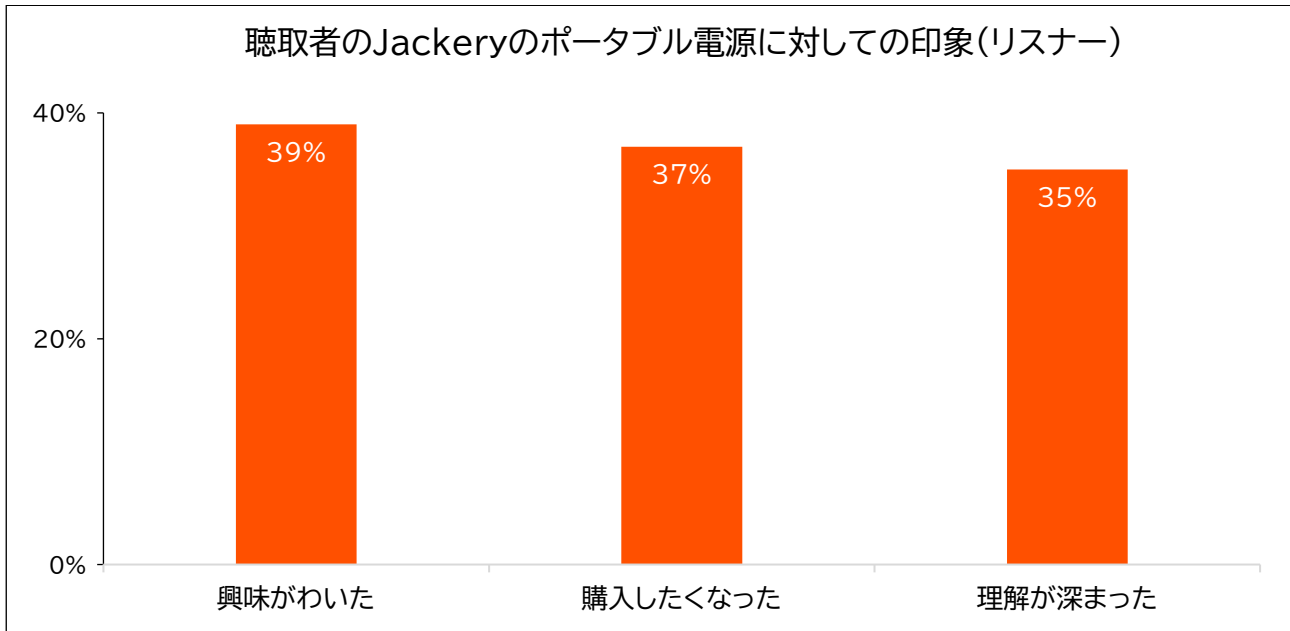


2. ブランデッドオーディオコンテンツは、商品理解が深まり、購入したくなる！

リスナーの3割以上が、Jackeryのポータブル電源に対して好感を持ち、理解が深まったと回答しています。また、リスナーの37%が購入したくなったと回答するなど、商品への興味関心が大きく引き出されています。

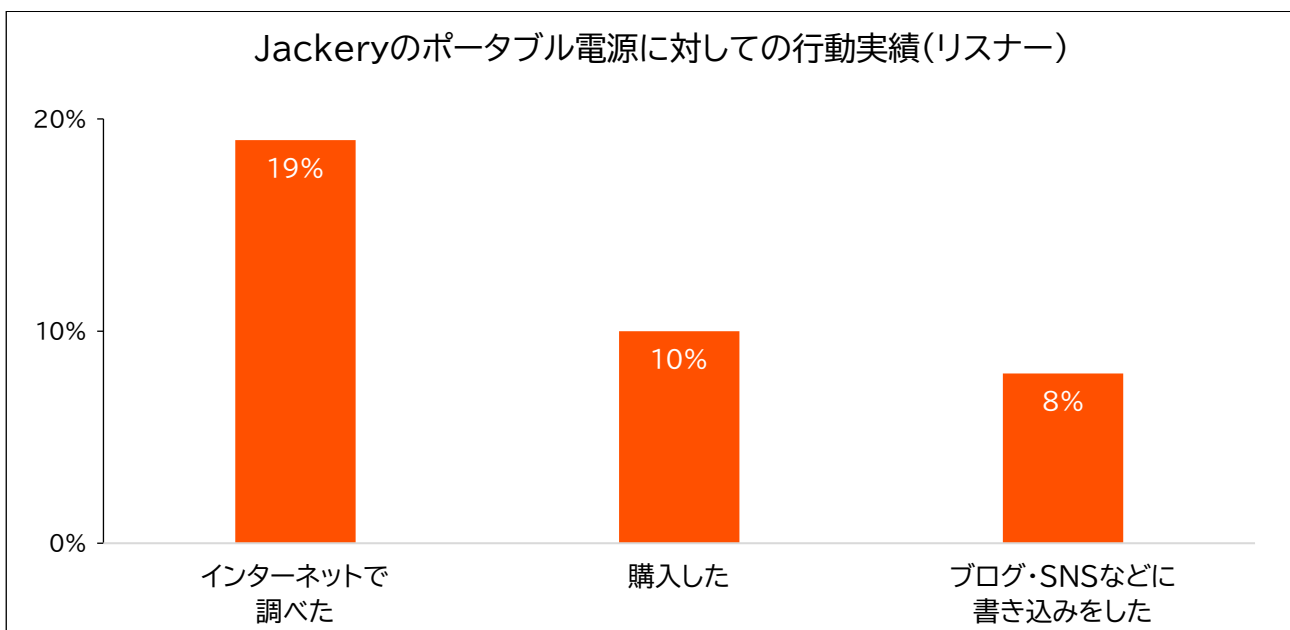
また、ブランデッドオーディオコンテンツに対する広告手法に対しても、「おもしろい」(37%)、「続編が聴きたくなる」(35%)と、好意的に受け止められています。

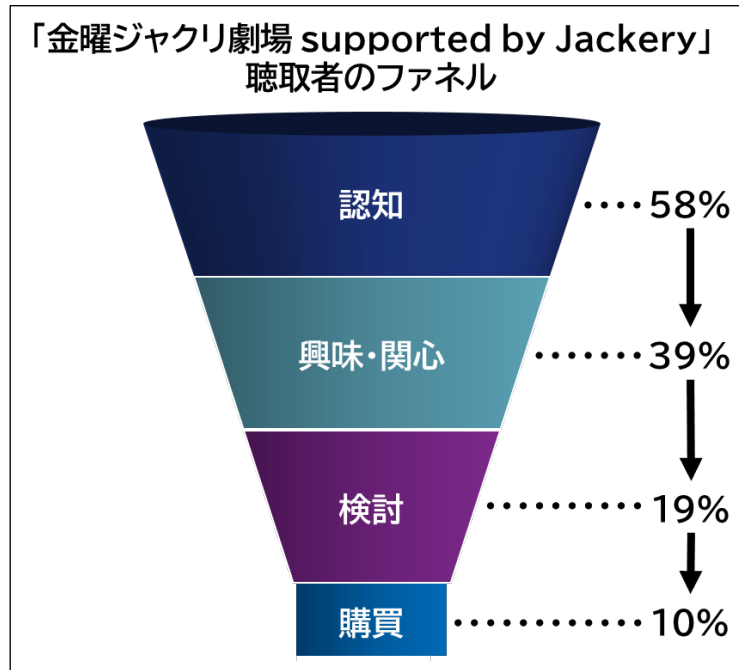
「金曜ジャクリ劇場 supported by Jackery」では、全4回にわたって、さまざまな利用シーンをコント仕立てで紹介しています。TOKYO FMは、それらが聴取されることで、楽しみながら商品理解が促進され、興味関心を引き出したものと分析しています。



3. ブランデッドオーディオコンテンツが、商品を調べ購入することにつながる！

ブランデッドオーディオコンテンツを聴取後、リスナーがJackeryのポータブル電源について調べ(19%)、実際に購入した(10%)と回答、さらにリスナーがJackeryのポータブル電源について発信する(8%)など、Jackeryのファン化が形成されたことが明らかになりました。





4. 「金曜ジャクリ劇場 supported by Jackery」について

TOKYO FM と株式会社 Jackery Japan のコラボレーションによるブランデッドオーディオコンテンツで、「いつでも、どこでも、誰とでも」自由に安心な充電できる製品を提供するため、「ポータブル電源」「ソーラーパネル」の分野で、品質・技術の高いより良い製品として提供している Jackery Japan の魅力を、お笑いトリオ・四千頭身による「聴いて楽しい音と声だけのオーディオコント」に凝縮してお届け、オーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」の他、Jackery Japan のサイトでも配信いたしました。

5. TOKYO FM の CDP による「音声広告効果検証基盤」を用いた調査手法

今回の調査は、TOKYO FM の CDP による「音声広告効果検証基盤」を用い、「金曜ジャクリ劇場 supported by Jackery」の AuDee 等での聴取データと、実査委託先のパネルモニターデータを突合、AuDee 等でのブランデッドオーディオコンテンツ聴取者を正確に絞り込み、また非聴取者のスクリーニング精度も高めた手法で実施しております。

【調査概要】

- 調査主体 TOKYO FM
- 調査対象者 20歳～69歳 男女 「金曜ジャクリ劇場 supported by Jackery」のリスナー/ノンリスナー（リスナーは AuDee および Jackery サイト）
- サンプルサイズ AuDee リスナー50ss Jackery サイトリスナー50ss ノンリスナー100ss
リスナー全体群とノンリスナー群の性年代構成比によるバイアスをなくし、適切に比較するため、ノンリスナー群の性年代構成比をリスナー全体群に合わせた（ウェイトバック集計）
- 調査年月 2022年3月
- 調査手法 インターネット調査
- 実査委託先 楽天インサイト株式会社

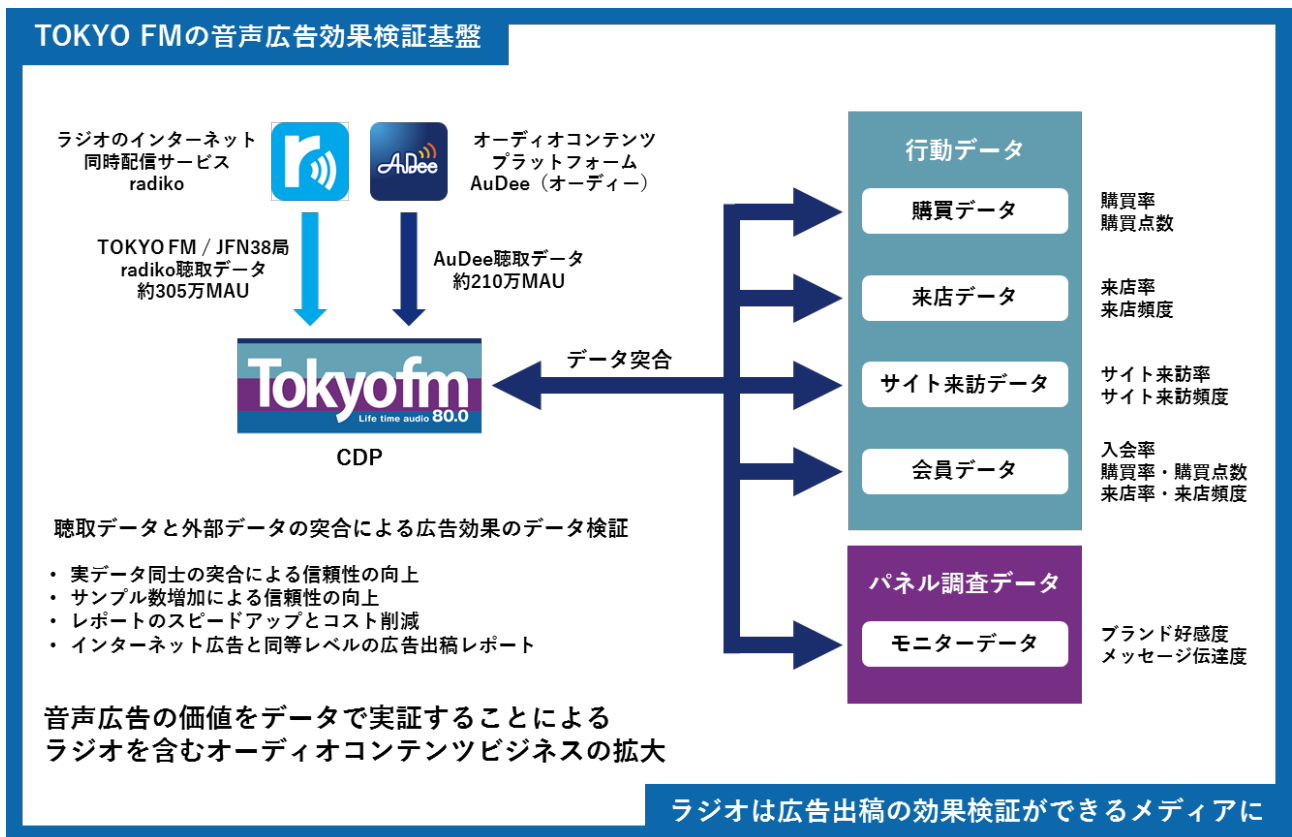
【TOKYO FM の CDP による音声広告効果検証基盤】

TOKYO FM は、ラジオ放送を含むオーディオコンテンツビジネスのデジタルトランスフォーメーションを推進する一環として、TOKYO FM/JFN38 局および InterFM897 の radiko によるラジオ聴取データのみならず、TOKYO

FM の Web サイトアクセスデータ、デジタルオーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee」のアクセスおよび聴取データなど、TOKYO FM が保有するほぼ全てのリスナーのデジタルデータを CDP(カスタマーデータプラットフォーム)に格納し、横断的分析と外部データとの突合を行うことによって、リスナーおよびユーザーの拡大戦略と、番組提供および CM の獲得といった放送営業およびデジタルオーディオコンテンツビジネスの拡大戦略を立案等、さまざまな施策を行っております。

CDP 活用の一例として、TOKYO FM はラジオ放送を含む音声広告の効果検証基盤を構築いたしました。TOKYO FM の音声広告効果検証基盤は、スポンサーのラジオ番組、デジタルオーディオコンテンツ、および CM を聴取したリスナーを特定することができます。そのリスナーの聴取データを外部データと突合することで、行動追跡によって行動変容をデータによって実証し、または聴取者と非聴取者に対してモニターアンケートを取ることによって態度変容をデータによって実証します。これらの実証により、広告主の期待する広告効果を数値化することが可能です。従来のパネル調査の手法と比べ、聴取の有無と、購買・来店・サイト来訪といった行動の有無の判定について、モニターの回答ベースではなく実データを用いるため、信頼性が高まっております。

TOKYO FM は、音声広告の効果検証基盤を活用し、広告主の求める広告効果レポートとマーケティング分析といった期待に応え、また音声広告の価値実証を示すことで、ラジオ放送を含むオーディオコンテンツ事業の拡大を目指してまいります。



【オーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」について】

TOKYO FM は、放送のみならずデジタル領域においてもオーディオコンテンツを提供し、オーディオコンテンツ事業者としてのビジネス拡大を戦略上の柱にしております。これまで TOKYO FM は、放送とデジタルプラットフォームが連携した様々なデジタル体験をリスナーに提供してまいりましたが、さらに放送とデジタルの最適な形での融合により、オーディオコンテンツ事業者としてのデジタルトランスフォーメーションを加速するため、株式会社ジャパンエフエムネットワーク(JFNC)と共同で、オーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」を展開しております。

AuDee は、スマートフォンアプリと WEB サイトの両方でサービスを展開、インターネット用に特化した配信専用の「オンデマンドオーディオコンテンツ」を中心に、TOKYO FM および JFNC が制作する人気番組のスピノフオーディオコンテンツ、広告主のブランド向上とエンターテインメントを兼ね備えた「ブランデッドオーディオコンテンツ」など、1,000 番組を超えるオーディオコンテンツを配信する他、番組発の記事コンテンツを含め、TOKYO

FM と JFNC のデジタルコンテンツが集約されたプラットフォームです。また、2021 年秋にはデジタルオーディオアドにも対応することを予定しており、ブランデッドコンテンツと併せてデジタルオーディオ領域での事業拡大を目指します。

TOKYO FM は今後も、オーディオコンテンツ事業者として、ラジオ放送というオフラインメディアとオンラインメディアとのハイブリッドを加速し、TOKYO FM および JFN ネットワークのデジタルトランスフォーメーションを推進することで、デジタル領域においてもオーディオコンテンツによるエンターテインメントをリスナーに提供してまいりますとともに、広告主とリスナーの強いエンゲージメント構築に貢献してまいります。

【AuDee(オーディー)】

<スマートフォンアプリケーション>

iOS <https://apps.apple.com/jp/app/id1089137028?mt=8>

Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=mobi.gsj.park>

<WEB サイト>

<https://audee.jp/>

