



ニッポン放送 熱中症対策 & 豪雨対策スポットプラン

FM93 AM1242 **ニッポン放送**

2026年4月9日版

熱中症対策に力を発揮する御社商材や、地球温暖化への取り組みを印象付ける 集中スポットプランです

ニッポン放送ではリスナーに向けて日頃から防災への取り組みを啓発する「ニッポン放送防災一口メモ」を放送しています。中でも、年々高まる気温に生命の危険を感じるようになってきた昨今、熱中症への備えを訴えるコメントのバリエーションが増えました。当スポットプランでは、**熱中症対策についての啓発コメントと御社スポットをつなげて放送**することで、御社商品・サービスへの訴求や、御社取り組みの発信を行います。

放送期間・本数

1カ月間 40本

※8月30日までの任意の1カ月間です。
※露出される時間帯は弊社にご一任いただきます。

フォーマット

ニッポン放送熱中症対策
啓発コメント20秒
(ニッポン放送アナウンサー読み)

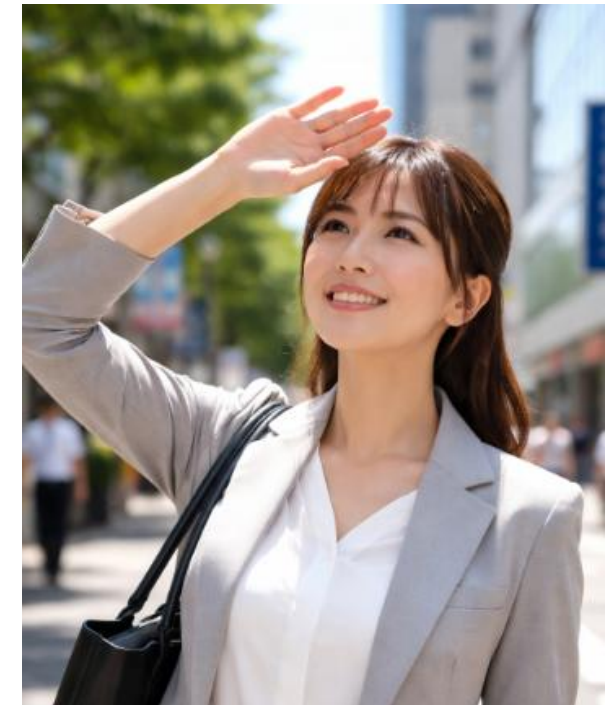
+ 御社純広CM20秒

【例】♪(チャイム) 熱中症にご注意を！
部屋の温度は28℃を超えないように、
エアコンや扇風機を上手に使いましょう。
節電を気にしすぎて「この程度の暑さなら大丈夫」と
ガマンしないでください。

※啓発コメントは
ニッポン放送にて制作いたします。
※啓発コメントには、
本企画をご提供の他企業様CMが
続くこともございます。

ご提供料金

400万円 (税別途・御社純広CM制作費別途)



御社のゲリラ豪雨・防災への取り組みを印象付ける 集中スポットプランです

ニッポン放送では、毎年のように夏を中心に多発するゲリラ豪雨の発生を踏まえ、日本気象協会と連携した新たな気象情報として「ニッポン放送ゲリラ豪雨速報／警戒情報」の運用を、放送局として初めてスタートしました。

ニッポン放送であらかじめ首都圏1都3県内に設定した30の観測地点における雨の現況と予測を、分かりやすい文言で伝えます。生放送が多く、車の運転中など移動時に番組を聴く方も多といった「ラジオならではの情報」として今後活用してまいります。

当スポットプランでは、ゲリラ豪雨への備えについての啓発コメントと御社スポットをつなげて放送することで、御社商品・サービスへの訴求を行います。

放送期間・本数	1カ月間 40本	※9月30日までの任意の1カ月間です。 ※露出される時間帯は弊社にご一任いただきます。
フォーマット	ニッポン放送ゲリラ豪雨対策 啓発コメント20秒 (ニッポン放送アナウンサー読み)	+ 御社純広CM20秒
	【例】♪(チャイム) ゲリラ豪雨にご注意を！ 自宅周辺の道路わきにある、雨水の集水溝や側溝は、 落ち葉やごみでふさがっていませんか？ 台風やゲリラ豪雨など、大雨の時に道路が冠水する原因になります。 日頃から掃除をしておきましょう。	※啓発コメントは ニッポン放送にて制作いたします。 ※啓発コメントには、 本企画をご提供の他企業様CMが 続くこともございます。
ご提供料金	400万円	(税別途・御社純広CM制作費別途)



ご活用イメージ

水分・塩分補給の訴求に

熱中症のリスクに直結しており、自然な訴求が可能です。
※熱中症対策を広告表現できる商品は限られますのでご注意ください。

飲料メーカー様・食品メーカー様
製薬会社様・ドラッグストア様

涼しさを整える訴求に

エアコン・扇風機・サーキュレーターから、冷感タオルやネッククーラーなど
携帯できる冷却グッズまで

空調機器メーカー様・家電量販店様
冷却雑貨メーカー様

衣服で涼を取る暑さ対策、という切り口で

接触冷感素材ウェア・UVカットウェア・高機能防止・サングラスなど

アパレルメーカー様・スポーツ用品メーカー様

建物で暑さ対策、省エネ取り組みを訴求

建設業界の熱中症リスクから「現場での熱中症ゼロ」という企業姿勢や
省エネ住宅に役立つ素材や発電の重要性をアピールできます。

住宅メーカー様・建設会社様
太陽光発電・蓄電池産業各社様

防災・災害対策商品の訴求に

ゲリラ豪雨のリスクに直結しており、商品訴求を自然に行えます。

防災グッズメーカー様・家庭用防災用品ブランド様
非常食・備蓄水メーカー様

日常消費と災害備蓄を合わせた訴求

日々の生活の延長が災害への備えとなるよう働きかけます。

飲料メーカー様・食品メーカー様

保険商品の訴求に

異常気象リスクの高まりと共に、災害時の補償ニーズが高まっています。

自動車保険・火災保険・
自然災害特約付き保険を扱う保険会社各社様

建設のブランディング・住宅設備のメンテ

豪雨で住宅の脆弱性が浮き彫りに。安全な住宅の重要性が高まり、
定期的な修繕のきっかけともなります。

住宅メーカー様
雨漏り・排水設備関連事業・防水工事事業社様

通信・テクノロジー

ニッポン放送からの情報と並行して活用できるアプリ訴求は、当企画で自然に行えます。

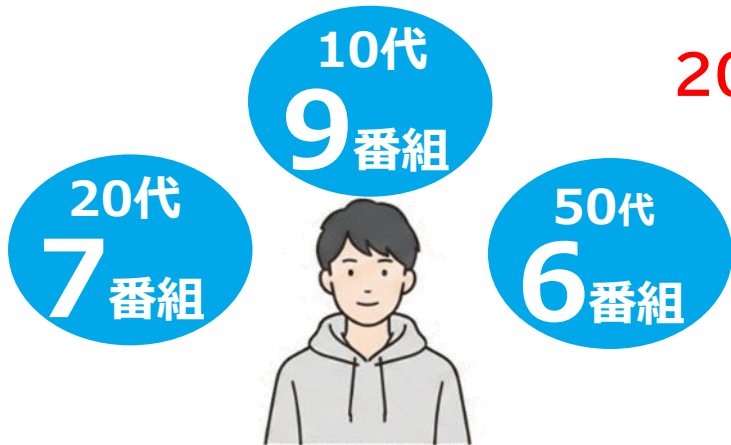
天気情報連動アプリ運営・防災通知サービス運営
IoT気象センサー企業各社様

ニッポン放送は、ラジオ・radikoで圧倒的な強さ！



ラジオでも radiko でも 最も聴かれているのはニッポン放送です

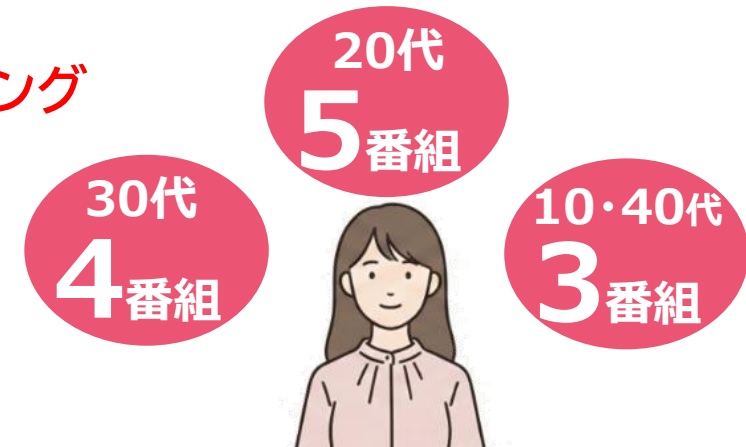
ニッポン放送は、ビデオリサーチ首都圏ラジオ聴取率調査において、**2025年度全6回の調査平均で首位**を獲得。また、2025年のradiko聴取データにおいて、**月間聴取者数(ユニークユーザー数)ライブ・タイムフリー・トータル3部門で12か月連続の首位**に輝きました。



男性リスナーベスト10番組中

2025年 radiko で聴かれた番組ランキング 各世代ベストテンに ニッポン放送の番組が続々ランクイン

radiko発表「聴かれた番組ランキング」でも
ニッポン放送の番組が多くランクイン。
幅広い世代から熱い支持をいただいています。



女性リスナーベスト10番組中

音声広告はなぜ良いのか？ ~オーディオアド(音声広告)が持つ3つの優位性~



記憶に残る
ながら聴取 & 音声のみ

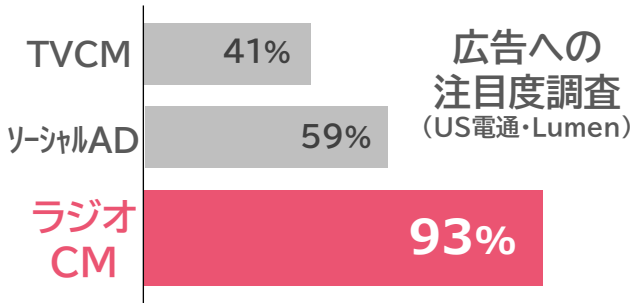


高い信頼性
ブランドセーフティ
高いブランドリフト



少ないストレス
高い広告聴取完了率
CMを邪魔に感じない

ラジオCMは最も高い注目を獲得

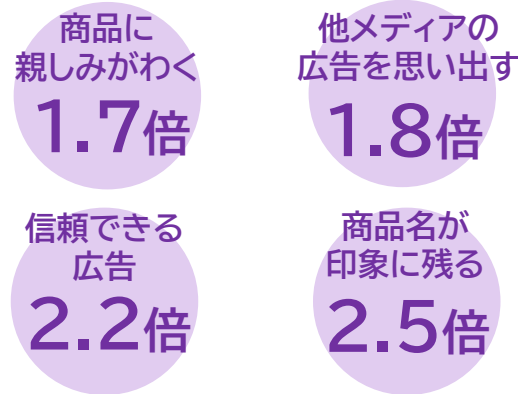


radikoオーディオアドによる
ブランドリフト効果調査(radiko)

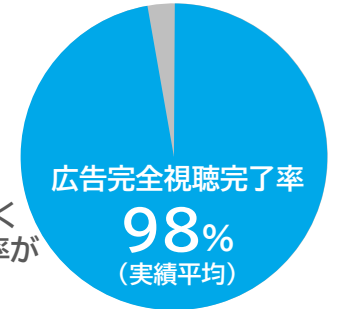
音声広告接触者は、非接触者に比べて



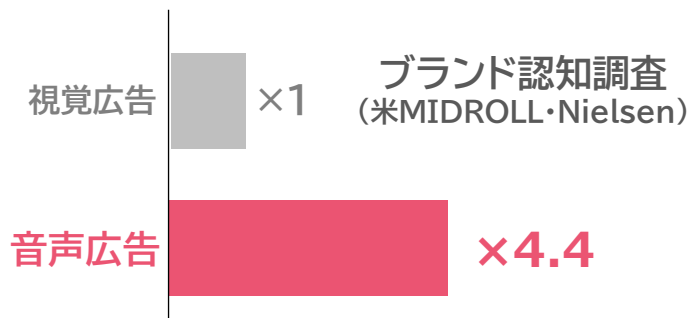
音声広告は、動画広告に比べて



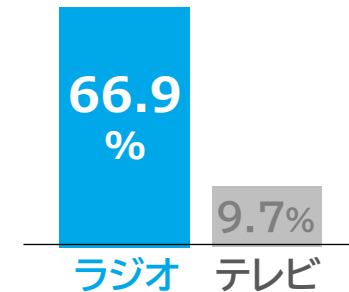
スキップされにくく
広告完全視聴完了率が
大変高いです



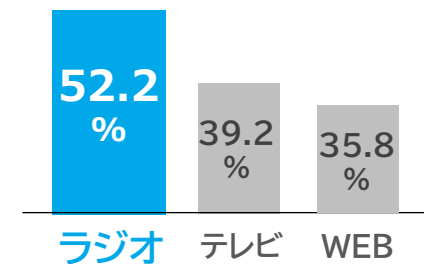
音声広告はブランド認知が4倍高い



CMに入っても
別の局に変えない



CMのタイミングが良い



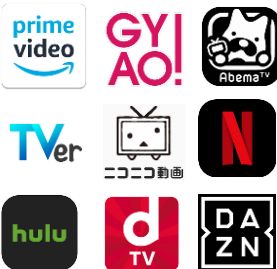
「radiko」ユーザー & 聴取時間拡大 & Z世代にも浸透

動画スマホアプリの1人当たり月間平均利用者数の推計

順位	動画アプリ	2019年1-10月平均 利用者数(万人)	2018年平均 利用者数(万人)	前年比 増減率(%)
1	YouTube	4297.7	3904.8	10.1
2	Amazon Prime Video	594.2	389.2	52.7
3	GYAO!	529.7	325.6	62.7
4	AbemaTV	441.8	495.7	▲10.9
5	TVer (ティーバー)	420.6	351.6	19.6
6	ニコニコ動画	284.1	328.9	▲13.6
7	Netflix	186.4	127.8	45.9
8	Hulu (フールー)	122.0	103.6	17.8
9	dTV	95.4	106.3	▲10.3
10	DAZN	74.4	51.3	45.0

radiko 810万人 第2位相当

多

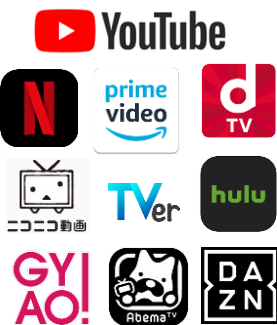


動画スマホアプリの1人当たり月間平均視聴時間の推計

順位	動画アプリ	2019年1-10月 1人当たり平均 視聴時間(分)	2018年 1人当たり平均 視聴時間(分)	前年比 増減率(%)
1	YouTube	465.0	433.4	7.3
2	Netflix	264.1	295.1	▲10.5
3	Amazon Prime Video	240.7	271.6	▲11.4
4	dTV	201.5	186.1	8.3
5	ニコニコ動画	170.7	178.5	▲4.4
6	TVer (ティーバー)	145.9	147.9	▲1.4
7	Hulu (フールー)	142.6	108.8	31.1
8	GYAO!	114.7	163.0	▲29.6
9	AbemaTV	92.1	119.5	▲22.9
10	DAZN	46.0	84.7	▲45.7

radiko 840分 第1位相当

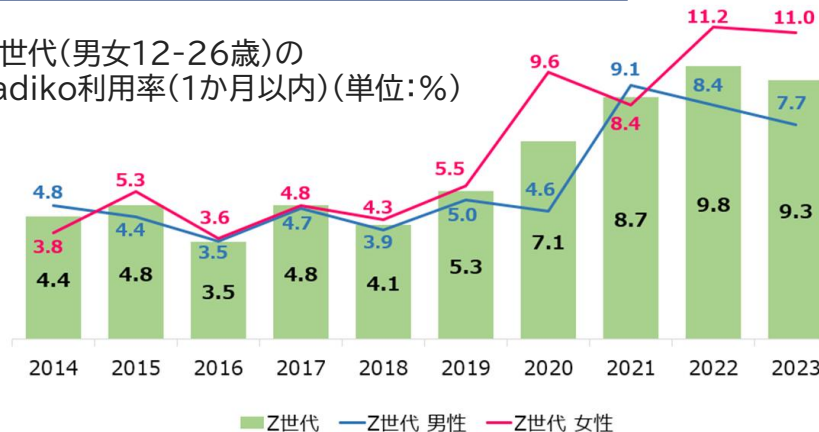
長



動画スマホアプリ比較でも利用者数 & 利用時間 ◎

Z世代に浸透が進むradiko

Z世代(男女12-26歳)の radiko利用率(1か月以内)(単位:%)



Z世代とラジオ番組との距離感は近年ますます近くなっています。「自分にとってなくてはならない」「生活の一部になっている」という質問項目で、Z世代は2019年から2023年で約1.5倍程度まで数値が上昇しています。

ラジオ番組との距離感



出典:「ACR/ex」東京50km圏 (2019年、2023年 4~6月調査)