



ニッポン放送
アイが聴こえるスポットCM企画

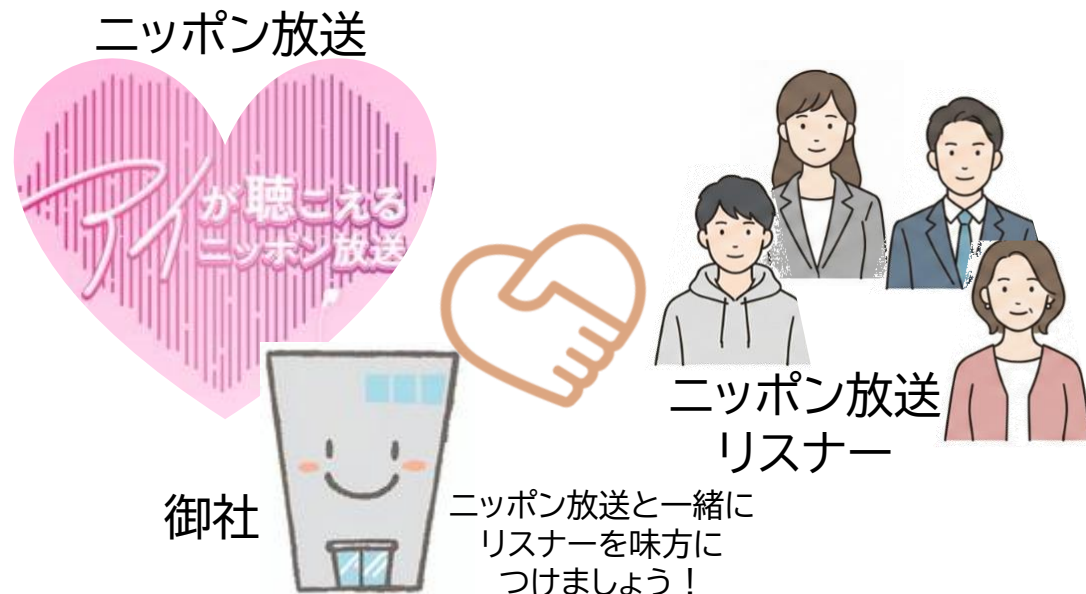
2026年4月16日

アクティブなニッポン放送リスナーを味方につける特別プラン

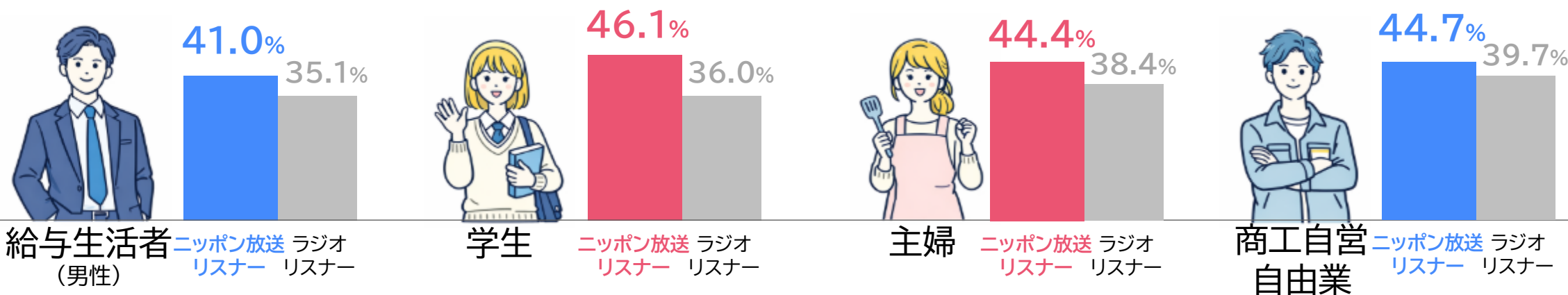
ニッポン放送のリスナーは、ニッポン放送の番組だけでなく、ニッポン放送にご提供くださるスポンサー様も応援します。そして、他局リスナーに比べて、CMを聴いた後に購買行動に移る傾向が高いです。

本スポット企画は、ステーションキャッチ「アイが聴こえるニッポン放送」とのコラボスポットです。

耳に馴染んだステーションキャッチ+公式BGMと御社CMを紐づけることで、御社とリスナーの距離を近づけるプランです。ぜひご検討ください。



ラジオ番組・ラジオCMで知った商品を買うことがある (ビデオリサーチ調査 2024~2025年)



アイが聴こえるスポットCM ご提供要領



フォーマット

アイが聴こえる、ニッポン放送！
(例)アイと言えば、〇〇〇〇も、1つの愛のカタチです。

御社純広CM20秒

ニッポン放送ステーションキャンペーン
オフィシャルBGMに載せた前置き15秒

※全体35秒の尺にCM考査をいたします。

※時間取り可能期間は、2026年12月末までです。
2027年1月以降の時間取りはできません。

前置き部分のご留意事項

- ・読み手はニッポン放送アナウンサー1人で、1パターン制作いたします。
読み手を変えた複数バリエーションの制作・露出も可能です。別途CM制作費を頂戴いたします。
- ・読み手が出演するワイド番組内は、1日1本に限り露出可能です。
純広CMの出演アナウンサーが出演するワイド番組には露出できません。
- ・前置き部分は案件ごとのクリエイティブとなりますが、御社名・商品名・個人名は入れられません。
- ・BGMは弊社の公式ステーションキャッチBGMを使用いたします。

■クリエイティブ例

アイが聴こえる、ニッポン放送！
アイといえば、大切な人を守り続ける保険も、1つのアイのカタチです。
(～生命保険純広CM)

ご出稿要領

ステーションキャッチ含む
前置き 15秒
+ 純広CM 20秒

30本で

料金 300万円

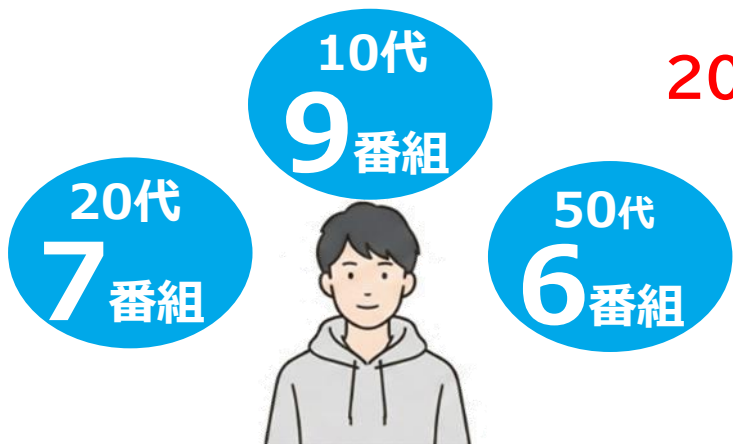
※税・御社純広CM制作費は別途。
※前置きパートの制作・編集費は、料金に含まれます。

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

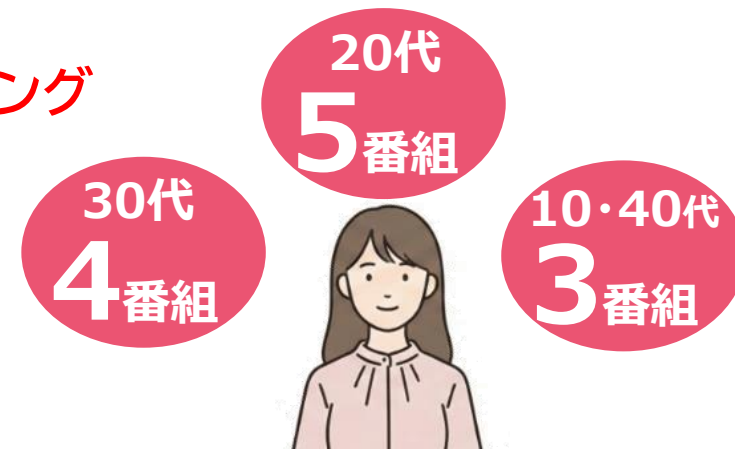
ニッポン放送は、ビデオリサーチ首都圏ラジオ聴取率調査において、**2025年度全6回の調査平均で首位**を獲得。また、2025年のradiko聴取データにおいて、**月間聴取者数(ユニークユーザー数) ライブ・タイムフリー・トータル3部門で12か月連続の首位**に輝きました。



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

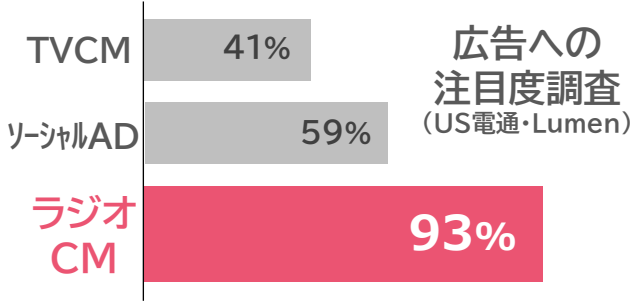


高い信頼性
ブランドセーフティ
高いブランドリフト

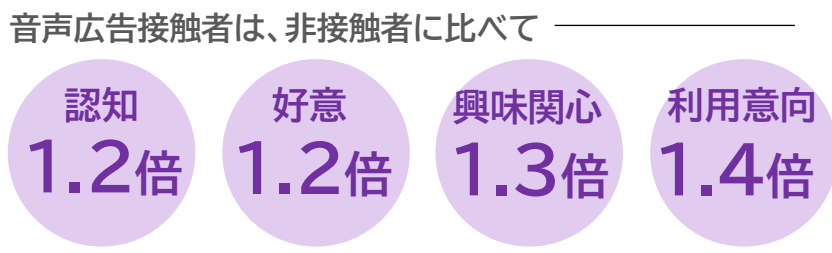


少ないストレス
高い広告聴取完了率
CMを邪魔に感じない

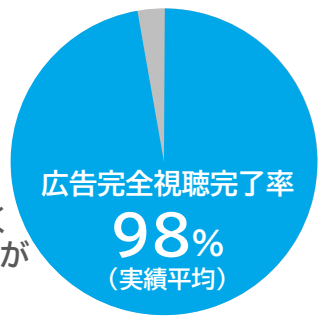
ラジオCMは最も高い注目を獲得



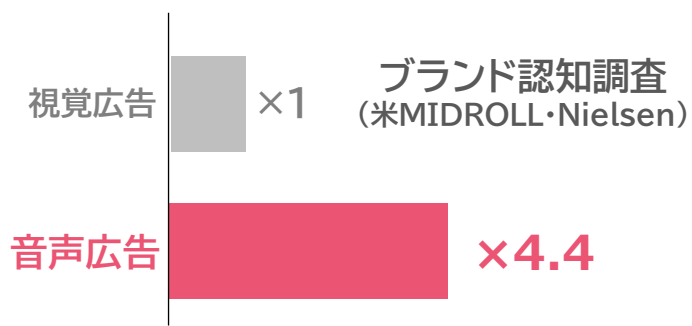
radikoオーディオアドによるブランドリフト効果調査(radiko)



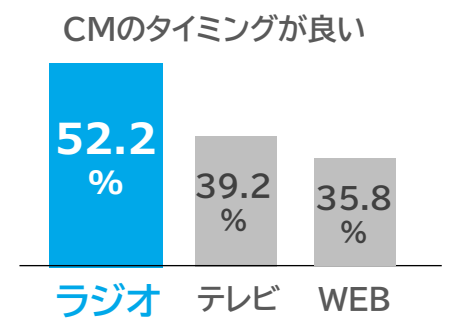
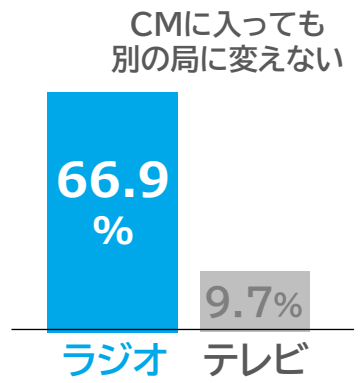
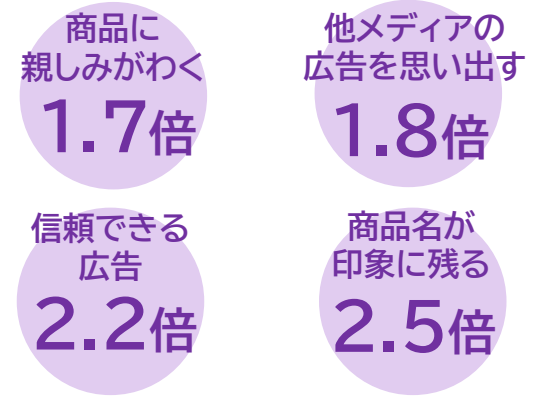
スキップされにくく
広告完全視聴完了率が
大変高いです



音声広告はブランド認知が4倍高い



音声広告は、動画広告に比べて



(ニッポン放送)

「radiko」ユーザー & 聴取時間拡大 & Z世代にも浸透

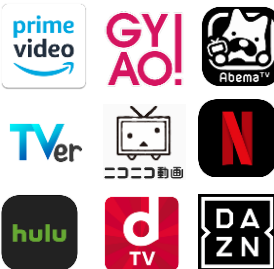


動画スマホアプリの1人当たり月間平均利用者数の推計

| 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 |

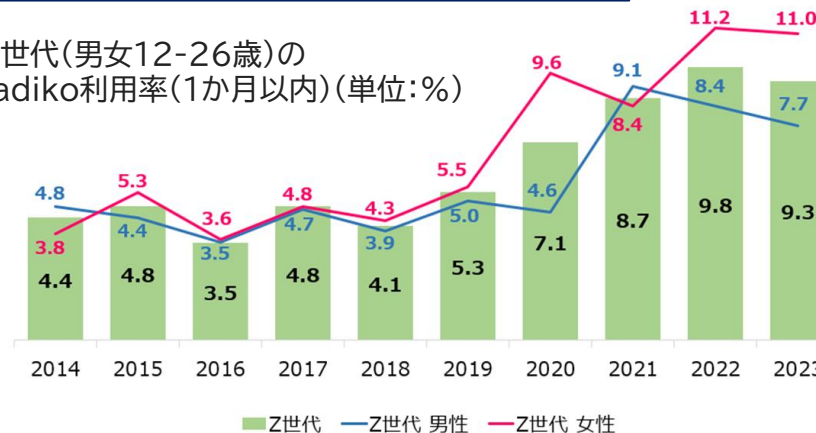
radiko 810万人 第2位相当

多



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:%)

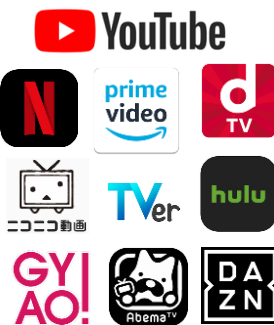


動画スマホアプリの1人当たり月間平均視聴時間の推計

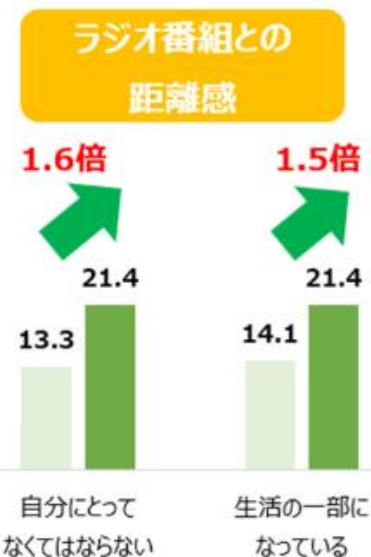
| 順位 | 動画アプリ | 2019年1-10月1人当たり平均視聴時間(分) | 2018年1人当たり平均視聴時間(分) | 前年比増減率(%) |
|----|--------------------|--------------------------|---------------------|-----------|
| 1 | YouTube | 465.0 | 433.4 | 7.3 |
| 2 | Netflix | 264.1 | 295.1 | ▲10.5 |
| 3 | Amazon Prime Video | 240.7 | 271.6 | ▲11.4 |
| 4 | dTV | 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



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。



■ Z世代全体_ラジオリスナー (2019) (n=128)
■ Z世代全体_ラジオリスナー (2023) (n=140)

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

動画スマホアプリ比較でも利用者数&利用時間 ◎