



ラニィ ミュージック
RaNi MUSIC 

平日第2放送 = BGMラジオの広告プラン 

ラジオNIKKEI

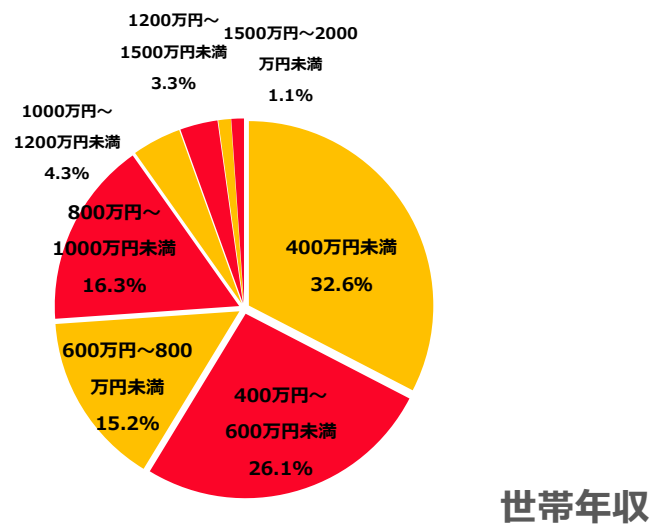
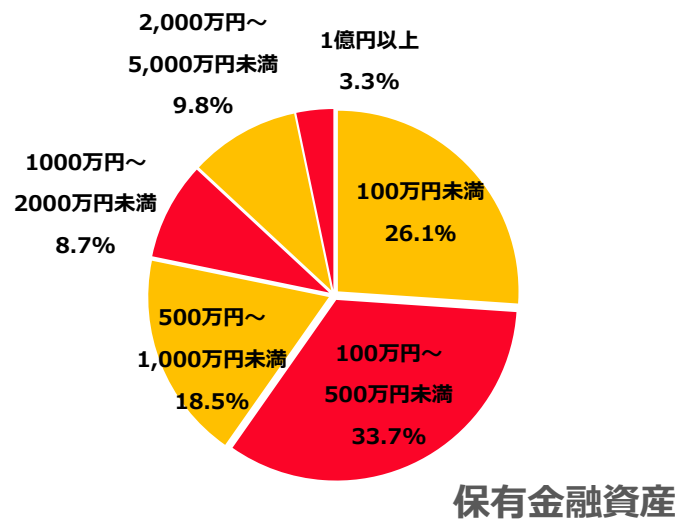
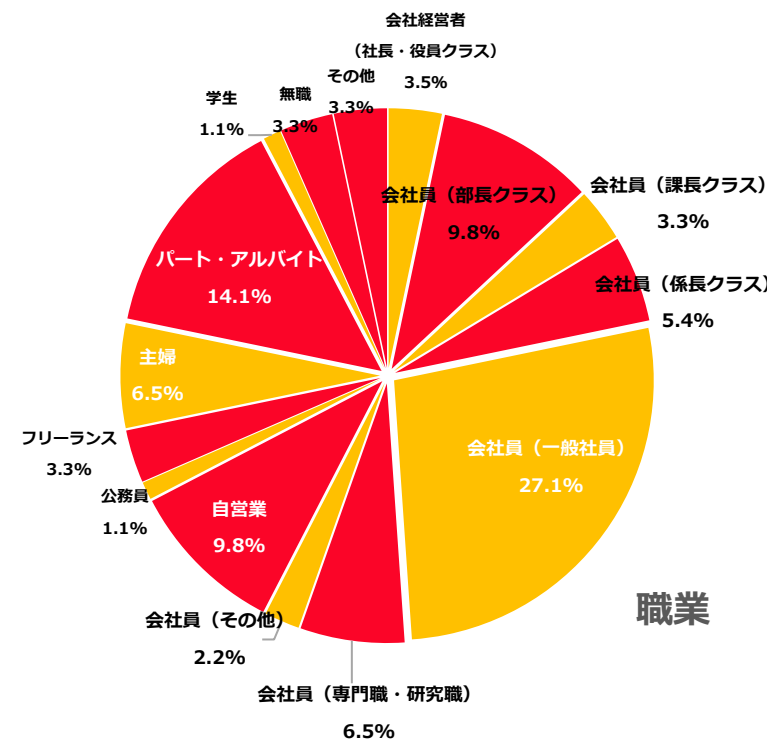
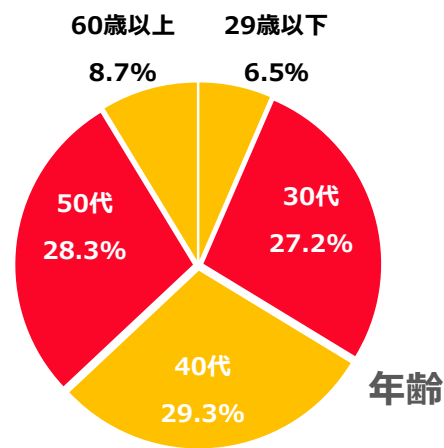
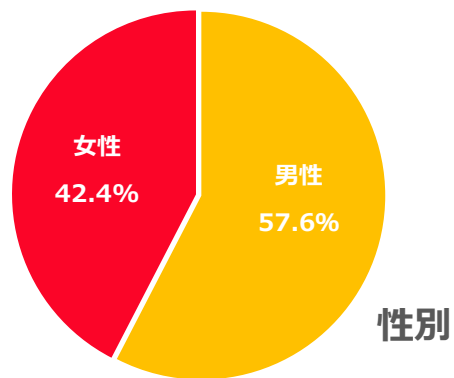
2022年3月

ラジオNIKKEIは第1 & 第2放送の2チャンネルで放送を実施しており、そのうち第2放送の平日は音楽専門編成のBGMチャンネル**RaNi Music**♪として午前8時30分～午後7時に放送しています。

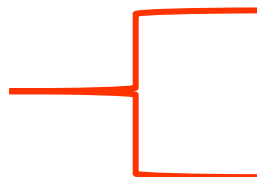
リスナー属性は以下の通りです；

- 男女比1：1
- 20～50才代のいわゆる「現役世代」で約9割を占める
- 74%は「投資、資産運用への取り組み」を行っている or 予定している
- 環境問題、社会貢献に対する意識が高い

貴社が求めるターゲット層にリーチするためのPR媒体として、**RaNi Music**♪は最適と考えます。
本企画を最大限ご活用いただければ幸いです。



2021年1月からタイムフリーでもよりCM効果をアップするため番組単位を「最大3時間」へ変更し、CM露出位置を調整します。



WEEKDAY (MON.~FRI.)		
8:30	RaNi Music♪ start	
9:00 ~ 12:00	RaNi Music♪ morning	9:08
		10:08
		11:08
12:00 ~ 15:00	RaNi Music♪ day (金曜日12:00~13:08は Request Hour)	12:08
		13:08
		14:08
15:00 ~ 17:00	RaNi Music♪ afternoon	15:08
		16:08
		16:59
17:00	My Humming Time(川口技研)	-
17:10 ~ 19:00	RaNi Music♪ evening	-
		17:59
		18:58
		18:59

◆月-金曜 全11ゾーン/日

◆各CMゾーン (PT) 尺 : 基本60秒

* 長尺CM実施の場合は拡大します

◆2曲かけ終わった時間を目安にCMを露出することでスキップされることを避ける位置へ調整

◆空き枠は営業担当へお問い合わせください

■ イメージCM限定 最長尺20秒

■ 最大3分設定可

正価単価			特別料金	
20秒	@48,000円	→	20秒	@30,000円
30秒	@60,000円	→	30秒	@40,000円
40秒	@70,000円	→	40秒	@45,000円
60秒	@90,000円	→	60秒	@60,000円
120秒	@120,000円	→	120秒	@90,000円
180秒	@150,000円	→	180秒	@120,000円

「RaNi Music♪」1日CMジャックパッケージ金額

- ① 60秒分のスポットCM×11回※ → 800,000円
- ② 貴社オリジナル正時ジングル×10本放送

* 17:00を除く毎正時に「supported by 貴社名」を含む10秒程度のジングル（制作費込み）

* 毎正時直前の60秒PTゾーンに露出。1日CMジャック時に限りイメージCMゾーン（P3参照）にも60秒尺CMの露出可

* CM制作料金 60秒まで・1タイプ@50,000円~/180秒まで・1タイプ@60,000円～

★いずれのプランも3ヶ月単位で承ります

1) スターティングプラン：12万円/月

20秒CM x 4本/月 + CM制作費※

2) いろいろ試したいプラン：30万円/月

1ヶ月目 = 30秒CM x 7本/月 + CM制作費※

2ヶ月目 = 60秒CM x 4本/月 + CM制作費※

3ヶ月目 = 30秒CM x 5本/月 + 60秒CM x 3本/月

*補足：1ヶ月目と2ヶ月目で制作したCM2タイプを使用することで3ヶ月目は制作費不要

3) ゆったりロング&ショート組み合わせプラン：50万円/月

60秒CM x 5本/月 + 20秒CM x 10本/月 + CM制作費※

= 70万円 → 期間限定50万円

*補足：制作費を各5万円x2タイプとした合計金額70万円から約30%ディスカウント

◆その他、放送回数や秒数（20/30/40/60秒）も相談に応じてカスタマイズできます。

◆長期契約には特別割引を適用いたします。

※CM制作料金：60秒まで・1タイプ@50,000円～

(使用楽曲、ナレーターなどにより料金変動します)

CM制作はラジオNIKKEI局アナウンサーのナレーションによる局制作を想定 ⁶

★CM出稿と組み合わせてご利用いただけます

1) アンケートパッケージ：5万円/回

- ・ RaNi Music♪ のリスナーに対して、貴社CMの印象、感想等を尋ねるアンケート調査を行います。
アンケート項目の設定は調整可能（ご相談に応じてカスタマイズ）

2) 「RaNi Music♪ インフォメーション」パッケージ：5万円/回

- ・ ラジオNIKKEIの公式マスコット「ラニィちゃん」が出演する局情報番組
「RaNi Music♪ インフォメーション」（ラジオNIKKEI第1）で、3分の長尺パブリシティが可能です。

2021年1月からタイム提供枠を新たに設定しました。
音楽番組を活用して貴社のブランド・商品PRをリスナーへ届けます。

放送時間	番組名	月	火	水	木	金
8:30	RaNi Music♪ start					
9:00 ～ 12:00	RaNi Music♪ morning					
12:00 ～ 15:00	RaNi Music♪ day (金曜日12:00～13:08は Request Hour)					
15:00～ 17:00	RaNi Music♪ afternoon					
17:00	My Humming Time(川口技研)					
17:10～ 19:00	RaNi Music♪ evening					

- ・ 貴社に親和性のある楽曲とトークの
組み合わせが可能
- ・ 左図の赤色の部分にコーナー提供可能
(提供クレジット+番組内20秒CM露出あり)
- ・ 生読み風パブリシティ等カスタマイズ可能

金額例) ※3か月単位で承ります。

毎週月曜日 : 週1回 **金額 : 100万円**

毎週月曜～金曜 : 週5回 **金額 : 500万円**

- * タイム提供は最大10分番組まで
- * トーク (番組内CM含む) は番組提供時間の3割を上限とする
- * 料金は基本制作費込み ※貴社ご希望のDJを起用の場合は別途制作費を頂戴します

株式会社ブルックス (ドリップコーヒー等のダイレクトマーケティング)

2月の毎週月曜日、RaNi Music♪ DAY内で「ランチタイムミュージック」コーナーを提供。コーナー内でプレゼントを実施することでリスナーへのブランド認知を高める。またコーナーエンディングの提供クレジット直後では生パブリシティ風の通販CMを露出。RaNi Music♪リスナーへダイレクトに商品・サービスの魅力を訴求する内容となっている。

コーナー名「ブルックス presents ランチタイムミュージック」



12:00	OPENING TM~/提供クレジット
	この時間はランチタイムをスペシャルに彩る2曲をお送りします。 曲紹介～M1～M2～曲紹介
12:07	プレゼント企画告知
	後クレジット
12:08	120秒CM 生パブリシティ風CM

1) プレゼント企画

- ・RaNi Music♪公式Twitterフォロー&リツイートすることでのプレゼント企画(ブルックス商品お試しセット)を展開。習慣性の高いRaNi Music♪でパーソナリティがプレゼントパブリシティを行うことで、クライアントに対してポジティブな印象をリスナーに伝える。

2) ラジオショッピングCM

- ・当社アナウンサーとショッピングキャスターの掛け合い通販パブリシティ風CM。リスナーの気持ちを掴んで、ダイレクトなレスポンスを狙う。

参考データ

- 出稿実例（RaNi Music♪→ラジオNIKKEI第1）
- リスナーの興味・関心とスポンサー候補など

株式会社MT-NET（防災・減災用品の開発・販売）

まずはリスナーの生活意識が同社サービスと相性が良いRaNi Music♪でブランドイメージ、認知度向上のためのスポットCMを露出。一定期間の後、今度は具体的な商品・サービスをPRする目的でラジオNIKKEI第1で特別番組をタイム提供。このようにラジオNIKKEI第2（RaNi Music♪）と第1を、段階を踏んで目的別に使い分けた結果、リスナーアンケートでは同社企業イメージにポジティブな回答を得た。その後、四半期ごとに特別番組を実施し、更に直近は動画有りの特別番組を実施するに至っている。

Q 設問「生活意識～環境について」

※データ出典：radiko viewer

順位	上位5回答	RaNi Music♪リスナーにおける含有率	ラジコリスナー全体の含有率	ラジコリスナー全体平均との差分
1	食料事情に不安	56.4%	49.3	+ 7.1
2	マイバッグやエコバッグを使う	78.3%	72.7	+ 5.6
3	地域のコミュニティに関わる	26.8%	21.4	+ 5.4
4	防災・地域安全保持に関心がある	53.9%	48.8%	+ 5.1
5	省エネに取り組んでいる	75.2%	70.2	+ 5.0

大手証券会社（女性向け & SDGs、ESG投資をテーマとしたセミナー集客）

大手証券会社が、**女性**をメインターゲットに設定し、かつ**SDGs、ESG投資をテーマにしたセミナー**を実施。集客メディアの1つとしてRaNi Music♪を活用した。女性比率の高さ（約5割）のみならず、**RaNi Music♪リスナーには「環境問題、社会貢献に対する意識が高い」層が多い**という属性データに着目。30秒スポットCMをセミナー集客期間前半の約2週間に短期集中露出。

Q 設問 「生活意識～環境について」

※データ出典：radiko viewer

上位抜粋	RaNi Music♪リスナー における含有率	ラジコリスナー全体の 含有率	ラジコリスナー 全体平均の差分
環境保護を考えた商品を買う	47.6%	42.1	+ 5.5
社会格差に不安	69.1%	64.6	+ 4.5
化学洗剤を使うのに抵抗感	38.7%	34.4	+ 4.3
社会貢献支援の商品を買う	27.3%	23.2	+ 4.1
省エネに取り組んでいる	74.3%	70.3	+ 4.0
社会の少子高齢化に不安	74.2%	70.4	+ 3.8
マイバッグやエコバッグを使う	75.5%	72.7	+ 2.8
チャリティー活動に強い関心	23.1%	20.3	+ 2.8
リサイクルや環境保護のために工夫	54.0%	51.3	+ 2.7
環境保護やボランティア活動に関わる	17.3%	14.7	+ 2.6

下記データを活用してスポンサー候補へのブランディング等提案が有効！

【スポンサー候補例】

- ・携帯キャリア、スマホ/タブレット関連企業
- ・白物家電メーカー
- ・フィットネスジム、スポーツジム
- ・銀行、証券会社

Q設問「興味・関心があるもの」

※データ出典：radiko viewer

順位	上位5回答	RaNi Music♪リスナー における含有率	ラジコリスナー全体の 含有率	ラジコリスナー全体 平均との差分
1	携帯電話・スマートフォン・タブレット購入・契約	50.3%	41.3%	+9.0
2	フィットネスクラブ・スポーツジム加入	23.8%	15.8%	+8.0
3	掃除機・ロボット掃除機・洗濯機・冷蔵庫・炊飯器・エアコン・空気清浄機の購入	32.2%	25.0%	+7.2
4	銀行口座開設	27.5%	20.8%	+6.7
5	証券・投資の口座開設	20.5%	14.3%	+6.2

下記データを活用して化粧品メーカー等へのプロモートが有効！

RaNi Music♪は女性リスナーが比較的多いこともあり、上位は女性用商品が占める。

ラジコ全体平均との差分も大きい

Q設問「消費財の利用～スキンケア、ボディケア」

※データ出典：radiko viewer

順位	上位5回答	RaNi Music♪リスナー における含有率	ラジコリスナー全体の 含有率	ラジコリスナー全体 平均との差分
1	ファンデーション	42.7%	32.3%	+10.4
2	口紅・リップグロス	43.7%	34.5%	+9.2
3	アイブロウ	31.2%	24.2%	+7.0
4	オールインワンジェル	25.4%	18.5%	+6.9
5	化粧水	50.4%	43.7%	+6.7