

# **J-WAVE Podcast**

# J-WAVE Podcast

# J-WAVE Podcast

情報感度の高い東京都市圏のリスナーに向けて  
日々、エンタメなどの最新情報をお届けするJ-WAVE。  
ポッドキャストでは、トークやトピックをさらに深掘り。  
自分の趣味がもっと楽しくなるコアな情報や、  
アーティストが明かす「ここだけの話」  
ラジオドラマや朗読などの作品まで、多種多様に配信中。  
ながら聴きでも新発見があって、  
その日の楽しみのメインディッシュにもなる。  
時間も場所も超えて、  
「リスナーの“好き”に徹底的に寄り添う」  
「収まりきらない好奇心を満たす」  
それがJ-WAVEのポッドキャストです。



# 放送局クオリティの音声コンテンツ

「楽しめるトークとは？」 「聞き続けたいくなる番組とは？」 長年ラジオで培ったノウハウをポッドキャスト制作でも発揮。  
キャスティングやテーマ設定、音質、編集など細部まで放送局クオリティで手がけ、リスナーの「ファン化」を後押しします。



# Podcastのユーザー層

国内のPodcastのユーザー数

＼1年で約1.5倍に\*／

約**1,680万人**

\*2021年から2022年の上昇率



若年層を中心にヘビーリスナーが増加中



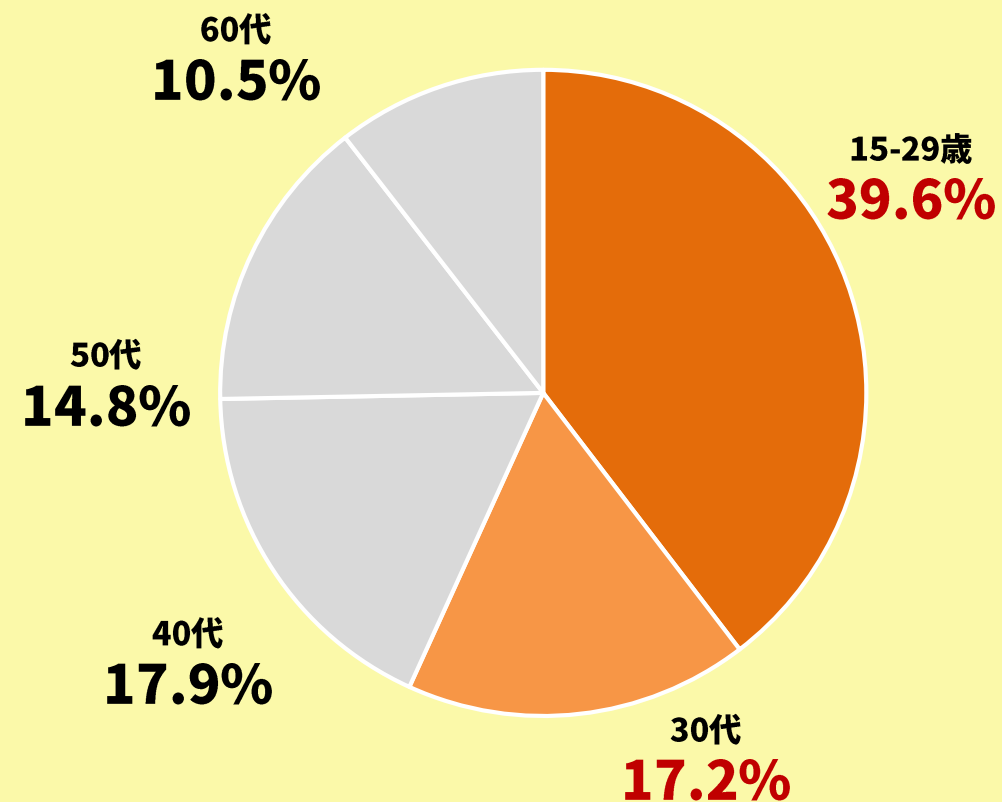
若年層が多い



聴く頻度が高い

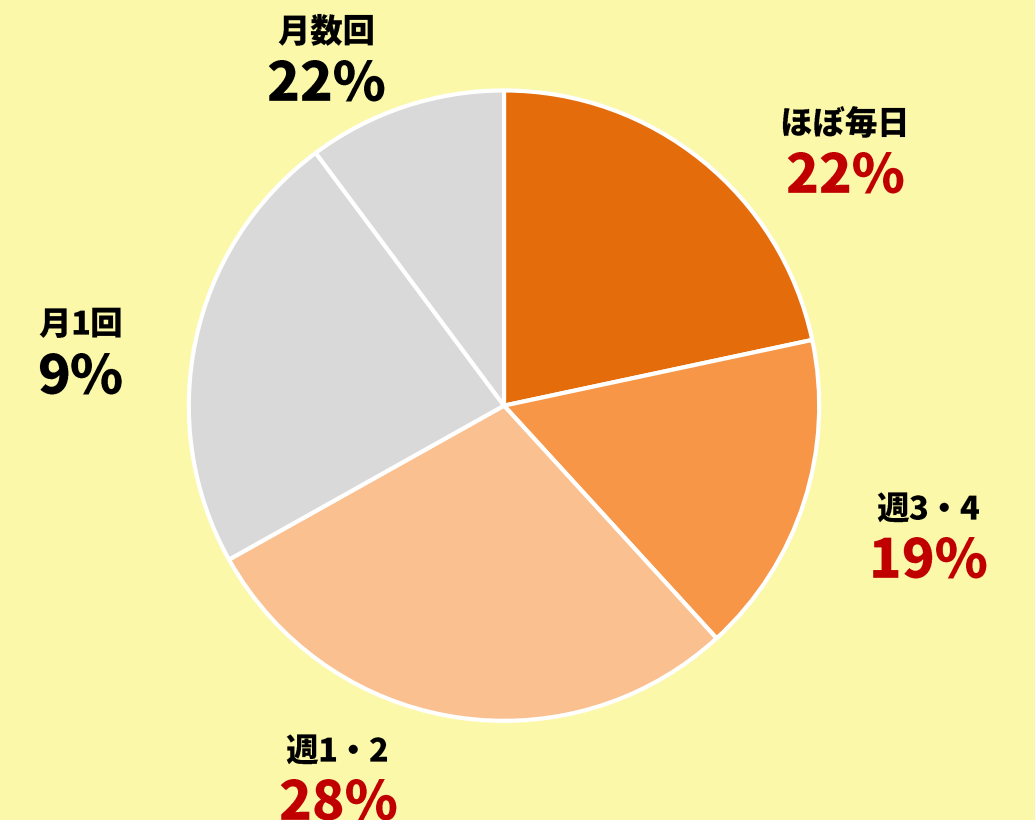
Podcastユーザー割合は  
10～30代で56.8%を占めている

Podcastユーザーの年齢



Podcastユーザーの2/3は  
週1回以上聴く

Podcastを聴く頻度



参照：オトナル・朝日新聞「PODCAST REPORT IN JAPAN Podcast国内利用実態調査2022」

# Podcastのメディア特徴①

Podcastは長尺のメディアで、再生維持率も高く

## 長時間 消費者との接点を持てるメディア

短尺



長尺

再生維持率も高い！

動画より高い再生維持率

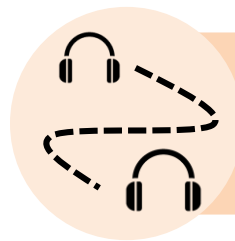


参照：弊社Podcastサービスデータ・Forbus

# Podcastのメディア特徴②

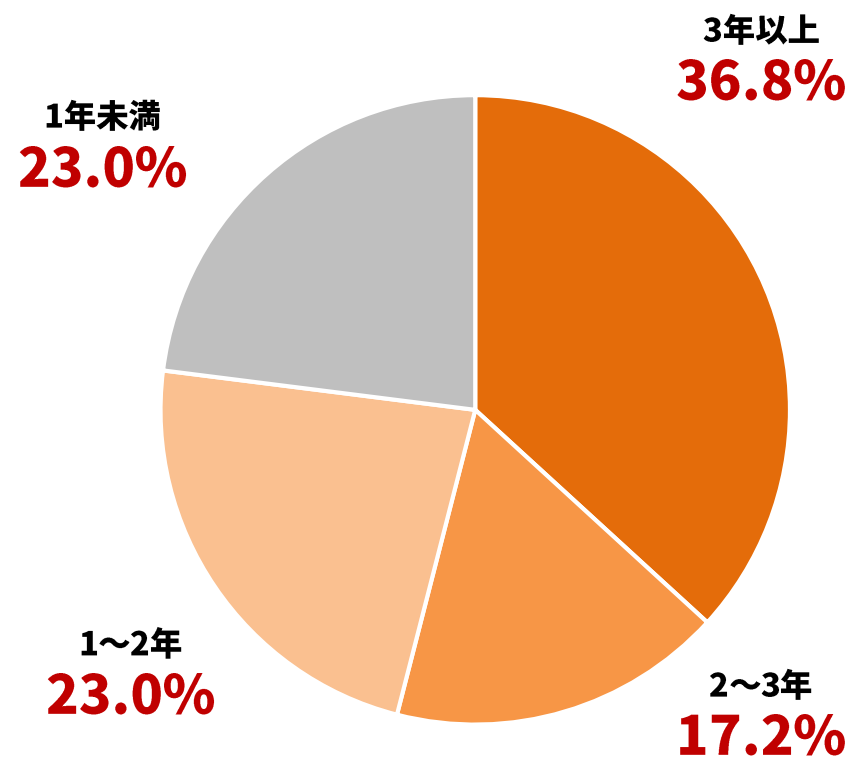
Podcastを定期的に聴取するユーザーが増加

## ユーザーの多くが**複数の番組を聴取**

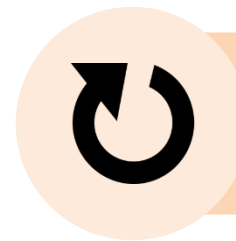


“ポッドキャスト”が定着

8割近くのユーザーが  
1年以上聴取

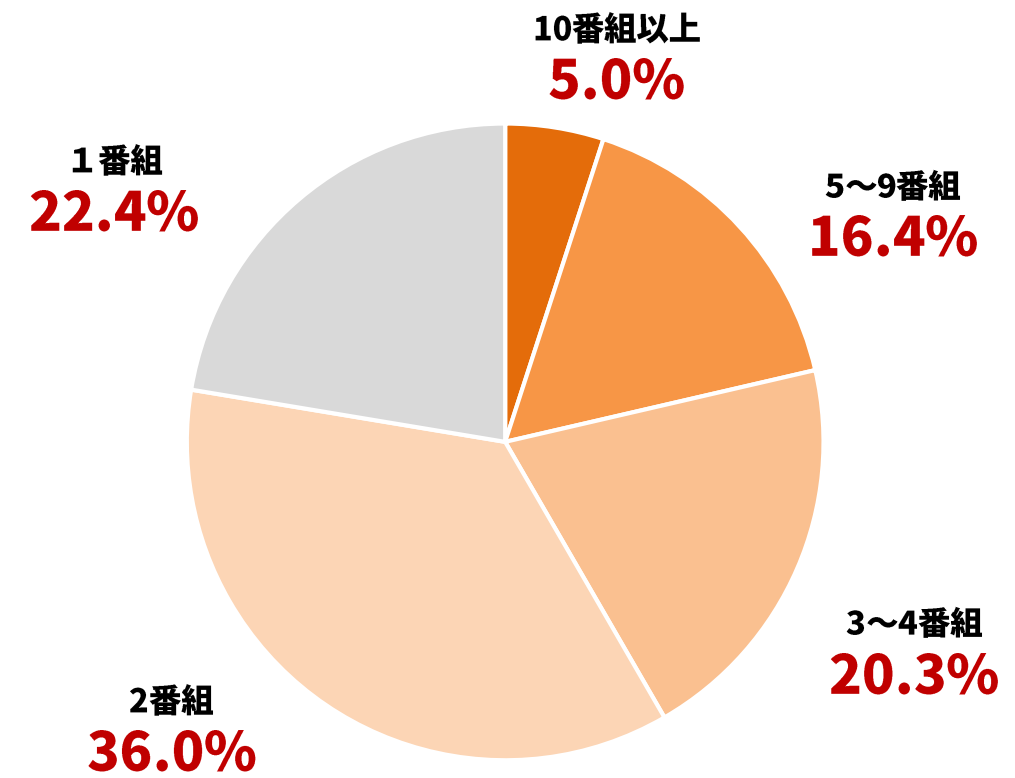


参照：GMOリサーチ  
「Podcastの利用状況-2023年6月 日本の最新状況-」



複数聴取が増加傾向

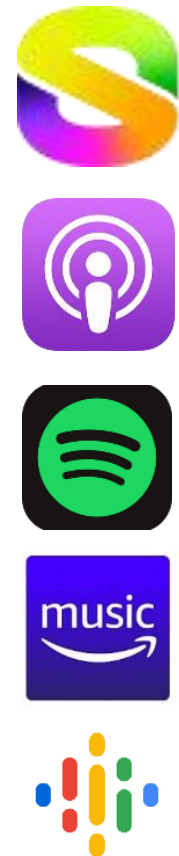
最新調査ではユーザーの77.7%が  
定期的2つ以上の番組を聴取



参照：オトナル・朝日新聞  
「PODCAST REPORT IN JAPAN Podcast国内利用実態調査2022」

# オリジナルポッドキャスト制作・配信プラン

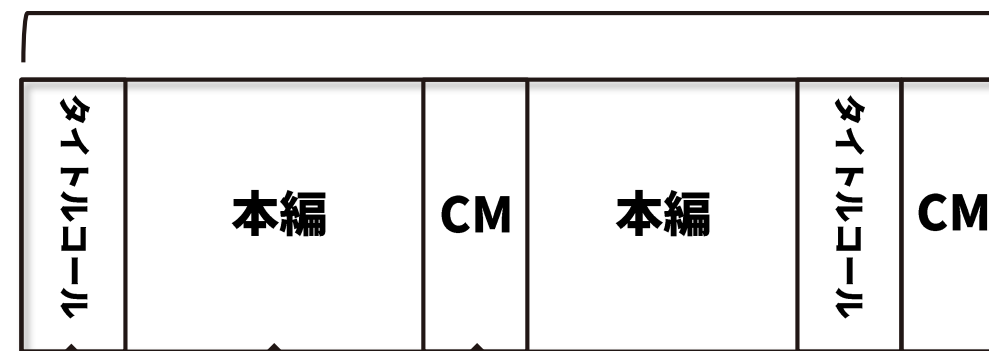
ブランディングコンテンツとしてのポッドキャスト制作を、プランニングから収録・配信・告知までワンストップで実現。  
エピソードがアーカイブ化されることにより、リスナーとのロングテールなコミュニケーションを可能に。



## 番組構成

1社提供だからこそその提供感を演出。  
コンテンツ全体を通して深く印象付け。

### 1 エピソード



(番組タイトル) supported by (企業名orプロダクト名)

企業メッセージやプロダクトの世界観に合わせた  
キャスティング・プログラムを制作

純広音声CM20秒~60秒

## 立ち上げ

- ・ ジングル、SE、BGM等の制作
- ・ カバーアート制作費
- ・ 番宣用ビジュアル制作費
- ・ 番組WEBサイト立ち上げ・制作
- ・ 各種リスニングサイトでの番組立ち上げ
- ・ 番組SNS (XまたはInstagram) の立ち上げ
- ・ 40秒音声CM×1タイプ制作費

## ランニング

- ・ 1エピソード×10分~20分×月配信2~4本程度制作  
(エピソード尺や配信頻度は内容に応じて要相談)
- ・ 番組サイト・各種リスニングサービスへの配信・ホスティング
- ・ J-WAVE地上波での番宣告知40秒×15本放送
- ・ 番組公式SNSでの告知
- ・ SNSでの誘導広告配信
- ・ 週単位でのDL数レポート月1ご提出

月額：200万円 (初月立ち上げ費用+50万円)

- ※2クール以上のご提供をお願いしております。
- ※番組構成についてはベースのイメージとなります。
- ※ビジュアル及び配信上のテキストタイトルには提供クレジットは入りません。
- ※内容によっては追加費用が必要となる場合がございます。

※ 画像はすべてイメージです

# 事例



## 「土井善晴とクリス智子が料理を哲学するポッドキャスト」

象印マホービンのコーポレートスローガン「きょうを、だいに」をポッドキャスト番組として具現化。



### 番組内容

「哲学する」とは、あたりまえのこと、常識とされていることについて、深く考えること。

人はなぜ料理をするのか？おいしいとは何か？土井先生とクリス智子が、料理をすること、食べることの根本についてじっくり考え、語り合い、日々の料理が楽しくなるヒントをお届けしています。

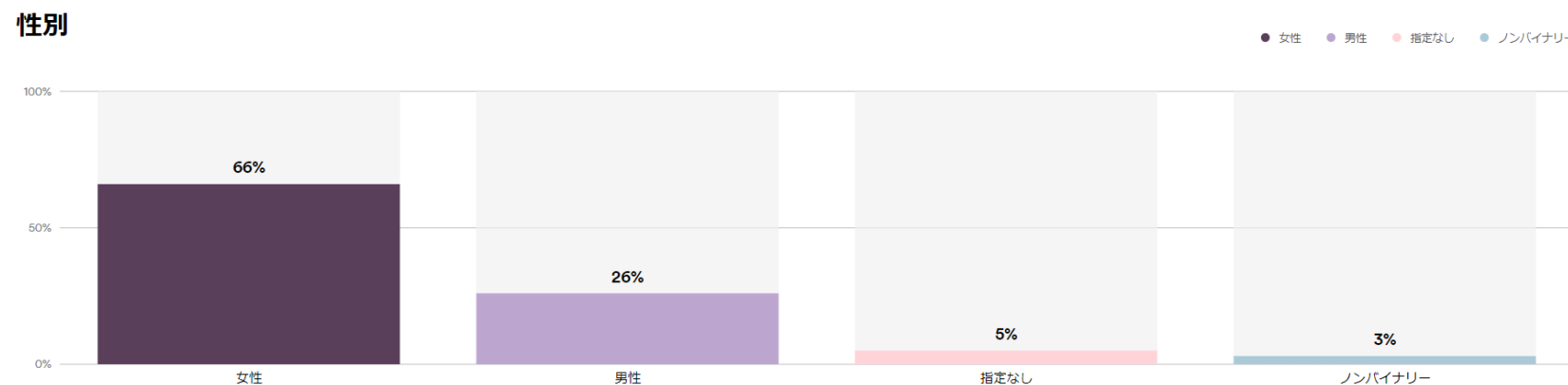
### ナビゲーター

- ・クリス智子 (J-WAVEナビゲーター)
- ・土井善晴 (料理研究家)

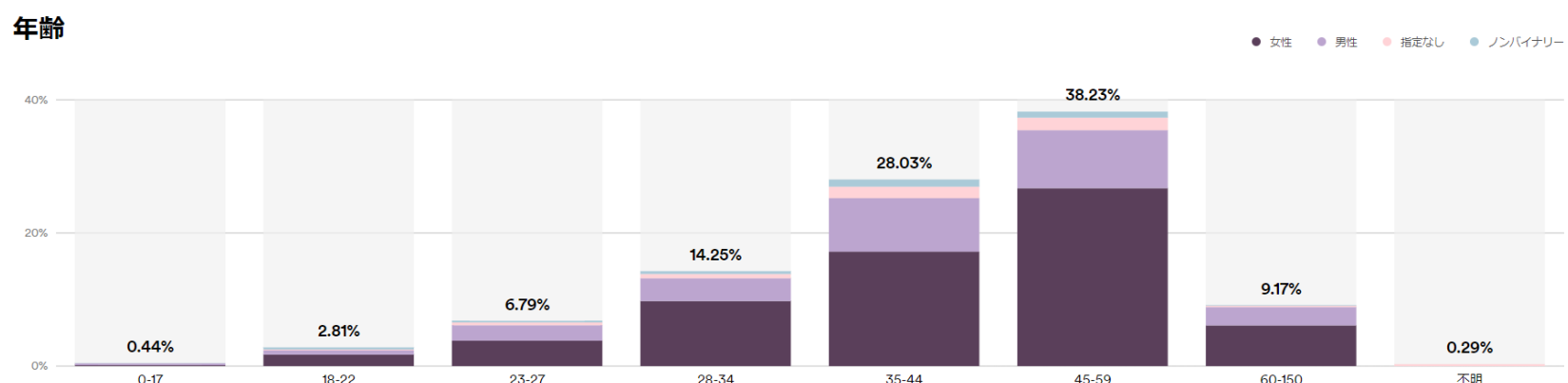
### ▼フードランキング1位



男性リスナー：30%  
女性リスナー：70%



30代～50代リスナーがボリュームゾーン



### ▼トップポッドキャスト2位\*



※2023/10/3時点



# 事例



## 「offの日、どっちっち？」

ゲストのオフの日の行動を「デカボ褒め」。脱カーボンを身近に感じさせる番組に。



### 番組内容

多忙な毎日過ごす“あの人”のオフの日の過ごし方を紐解きながら、時々デカボ目線の褒めが入るトーク・プログラムです。

### ナビゲーター

- ・武藤千春 (J-WAVEナビゲーター)
- ・関根澄人 (Earth hacks)

### 「Earth hacks」

生活者のアクションと、企業の努力をつなぎ、「脱炭素化した方が商品が売れる。商品が売れるから脱炭素化が進む。」好循環を生み出し、持続可能な社会を実現するデカボ・サイクル・カンパニー。

## ▼芸人、俳優、アイドルまで幅広いゲストキャスティング



<俳優>  
小林涼子

<芸人>  
男性ブランコ  
東京ホテイソン



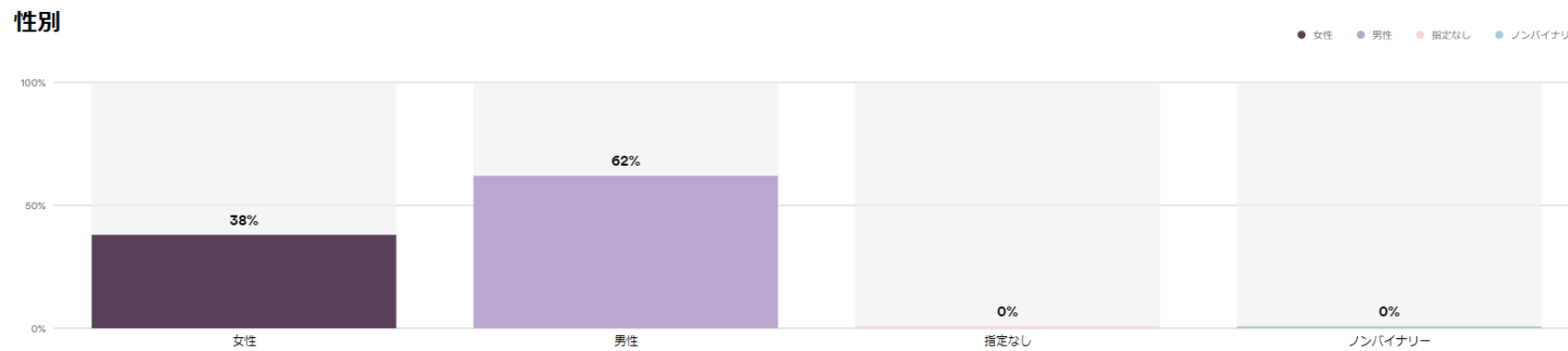
ゲストはINIの佐野雄大さん、高塚大夢さん  
今回は高塚さんのoffの日についてお聞きしました！



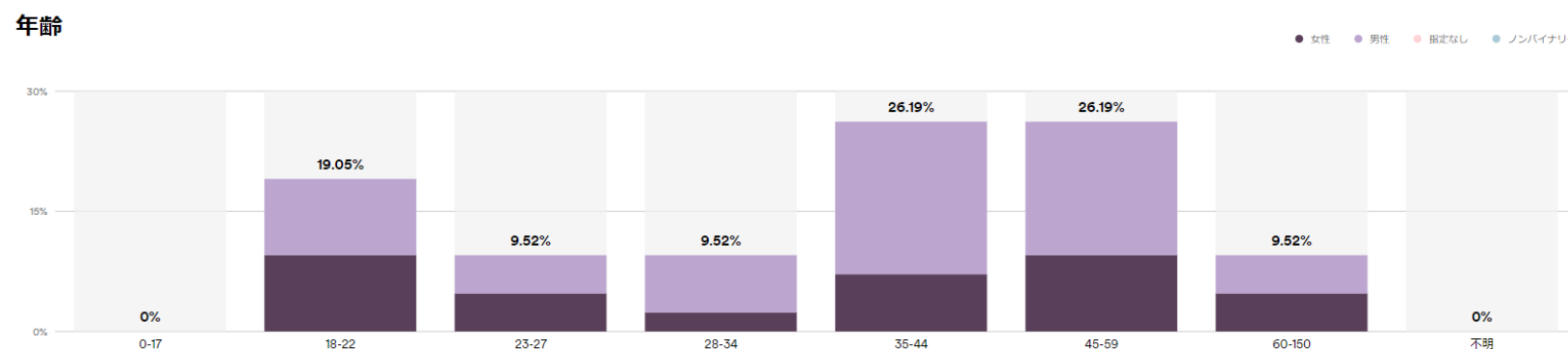
<アイドル>  
INI 高塚大夢  
佐野雄大



男性リスナー：60%  
女性リスナー：40%



30代～50代リスナーがボリュームゾーン  
10代も20%を占める



# 事例



## 「RICOH JUMP OVER THEATER」

「はたらく」に寄り添うブランドとして、共感・好感を獲得するために実施。



### 番組内容

リスナーから募集した実際のエピソードをベースに、はたらく現場で起きる様々なエピソードをラジオドラマ化。

ラジオドラマは演出家の松居大悟がプロデュース。月替わりで入れ替わるキャストには、豪華俳優陣も。

すべてのワーカーに捧げるラジオドラマプロジェクト。

### ナビゲーター

- ・演出：松居大悟
- ・脚本：きたむらけんじ

### ▼豪華俳優陣を多数キャスティング



LiLiCo  
鈴政ゲン  
板倉武志  
本折最強さとし

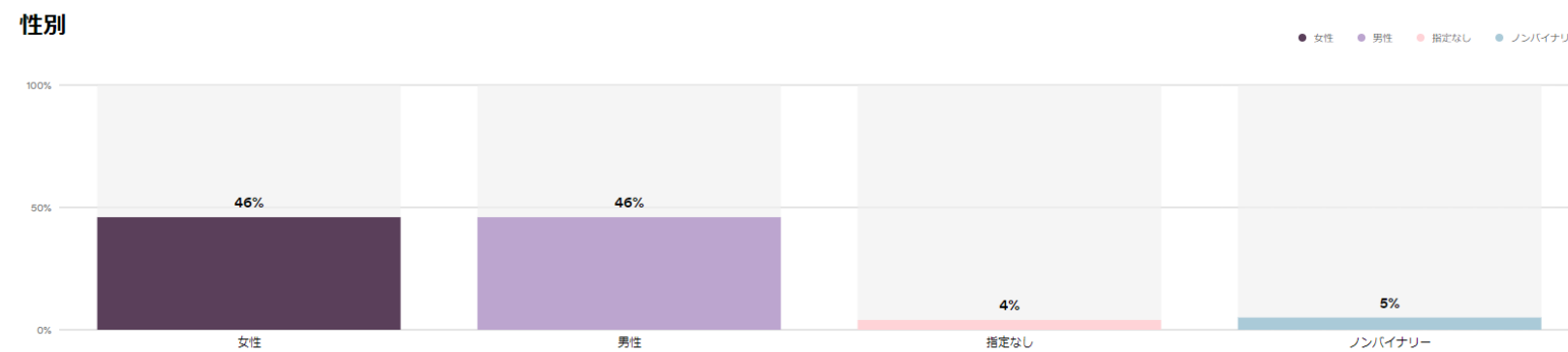
本仮屋ユイカ  
本折最強さとし  
米良まさひろ  
日高ボブ美



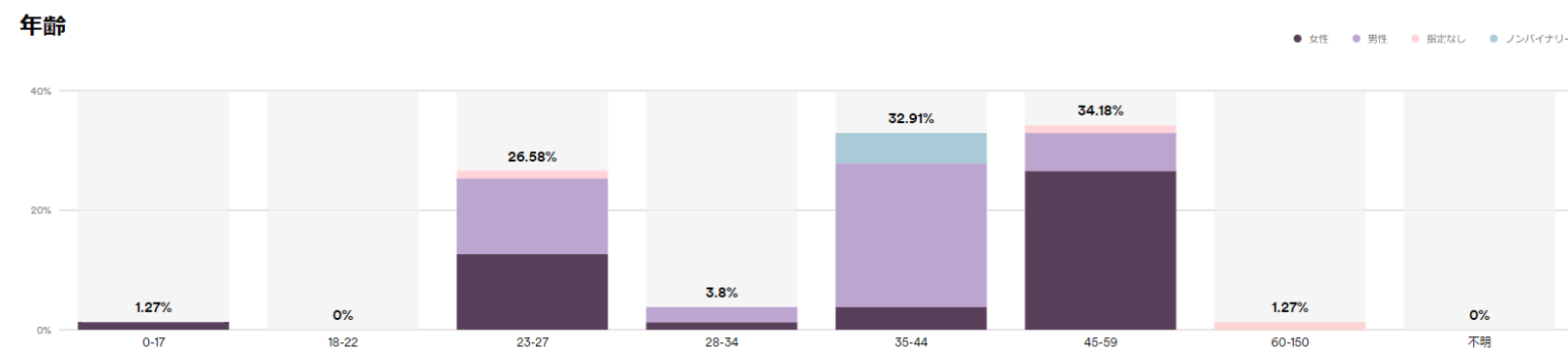
稲葉友  
本折最強さとし  
菊地姫奈  
東迎昂史郎



男性リスナー：50%  
女性リスナー：50%



30代～50代リスナーがボリュームゾーン  
20代も25%を占める



---

**お問合せ先**  
**marketing\_support@j-wave.co.jp**