

シーン ⑥〔事例〕 J-WAVE

ラジオの使い方を変えた

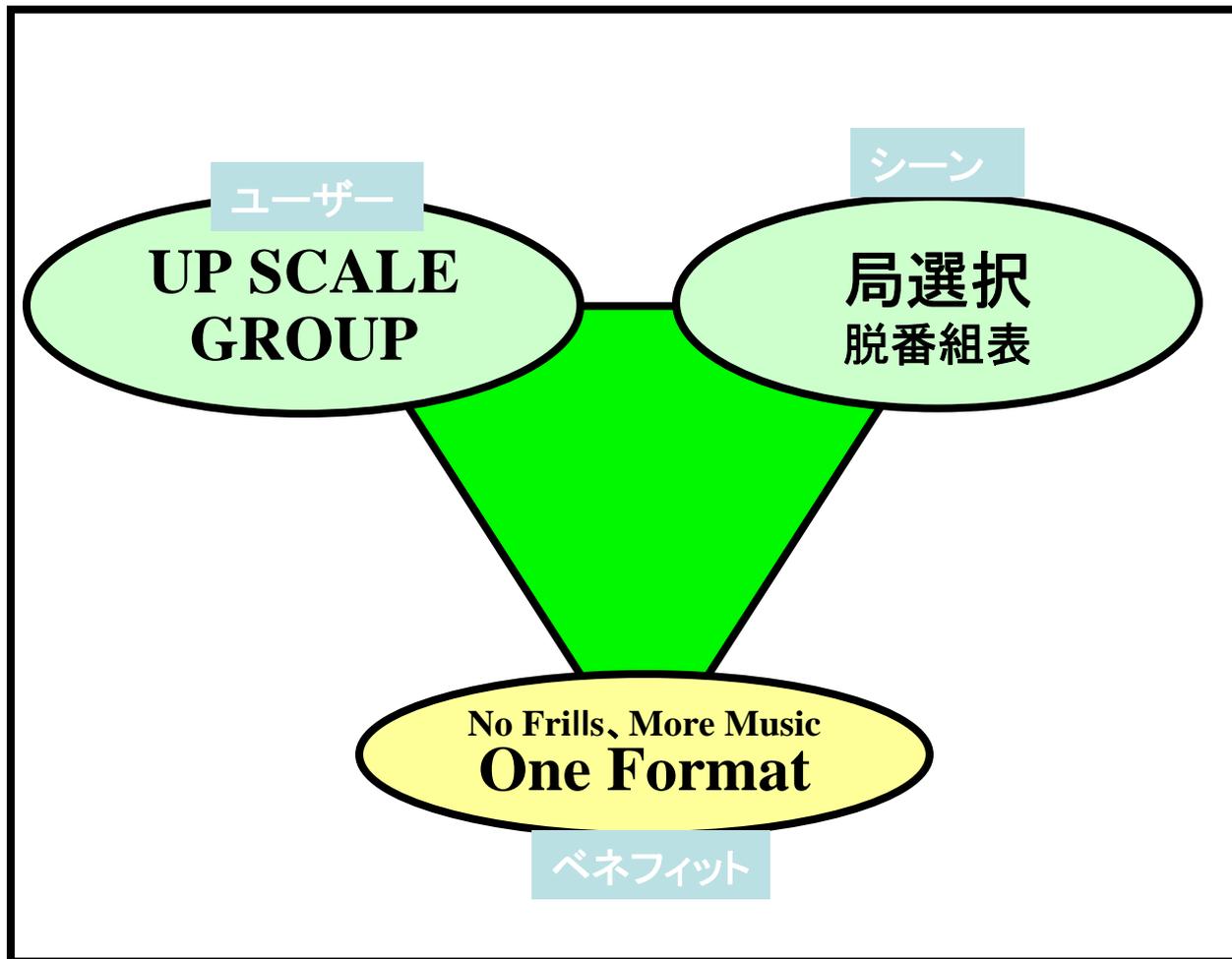
FMラジオ局の開局 J-WAVE

J-WAVEはラジオの使い方を変えた

J-WAVEはオフィス・ワークのためのラジオとなった

1988年10月開局

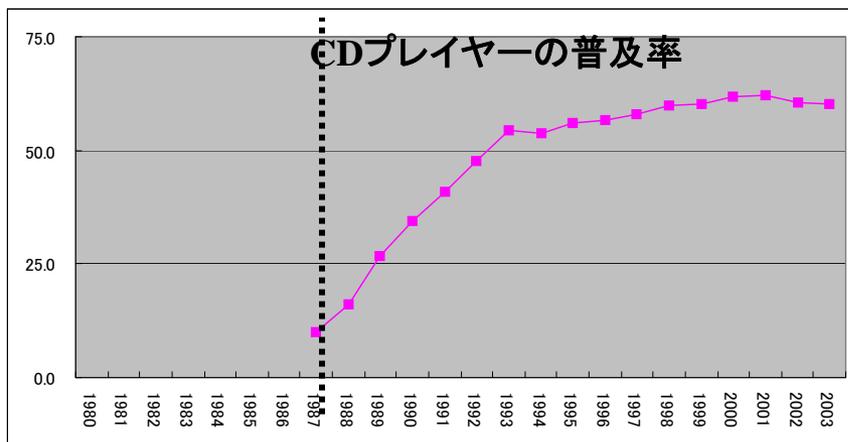
(1) 開局時のコンセプト=ターゲット、シーン、ベネフィット



(2) CDの普及とFMラジオ局のポジション

ラジオの使われ方の変化、をどう捉えたか

CD/レンタルCDの普及はFMラジオの使い方を変える



FMラジオの使い方=エアチェック(録音のソース)

1986年CDレンタル解禁



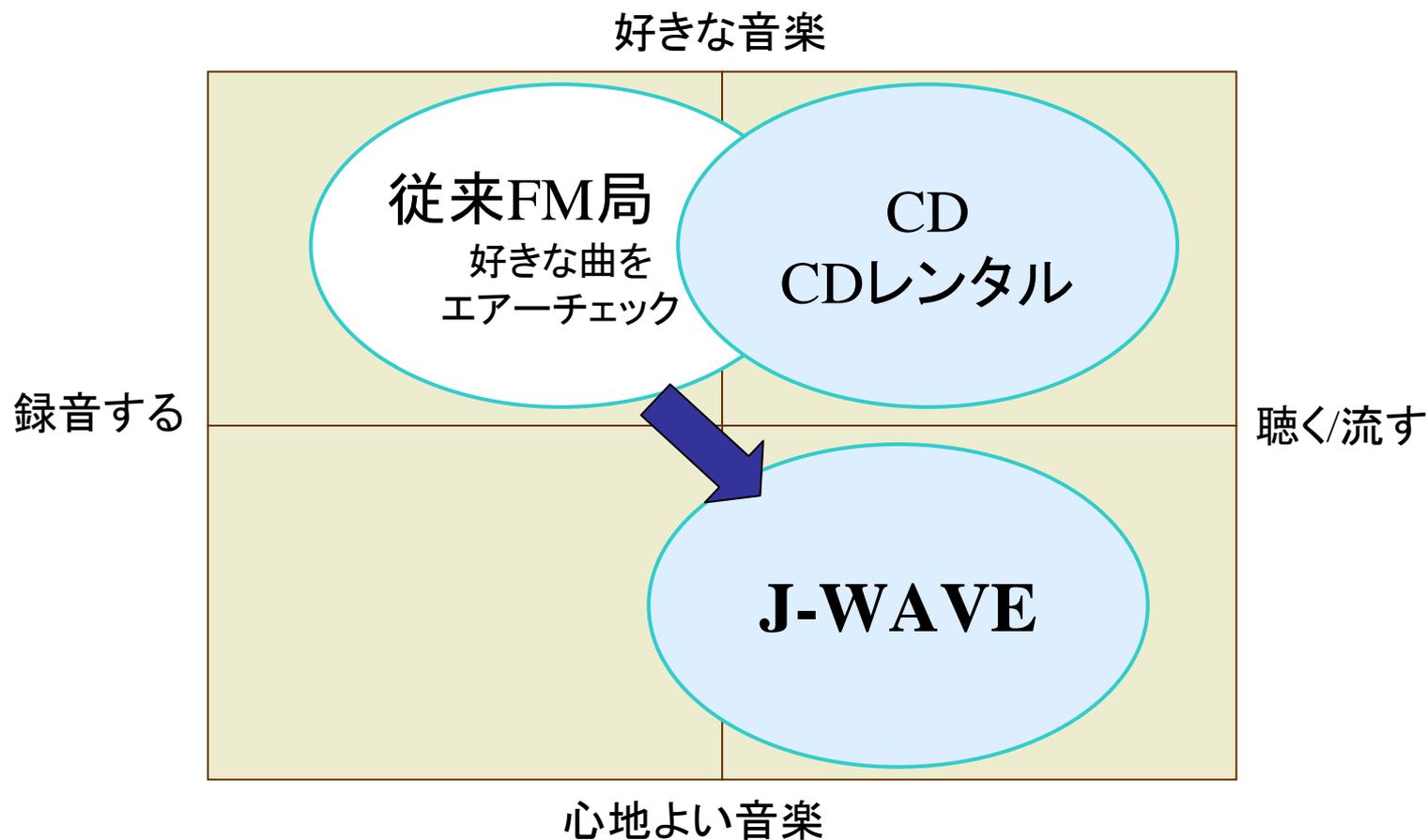
CD/レンタルCDの普及
好きな音楽はCDで聴く

1988年10月開局



FMラジオの使い方の変化=生活の中で音楽を流していきたい

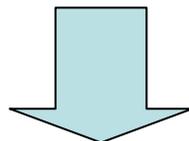
CD/レンタルCDの普及による FMラジオのポジションの変化の仮説



(3) FMラジオの聴き方の変化 * J-WAVEの聴き方

J-WAVEはラジオの聴き方を変えた

- 好きな曲・ミュージシャンを追わない
- エアチェックしない
- 番組表を見ない
- 選局しない



J-WAVEの開局後

FM情報誌の発行部数は減少し始める

FMラジオのメディアとしての変化

好きな音楽を聴くメディア
好きな音楽をチェックするメディア



生活時間に
音楽を流しておくメディア

以前のFM放送は、AM放送のようにディスクジョッキーが音楽に会話を重ねてしまうことを避け、曲だけを流す番組が主流。

J-WAVEはその日の天候や気分に合わせて編成をした。

1970年代後半から1980年代



1988年をピークに
発行部数は衰退

「FMfan」はクラシック、ジャズに強い雑誌です。「週刊FM」(71年創刊、音楽之友社)はユーミン(松任谷由実)やサザンオールスターズ、オフコースといった日本のニューミュージックを中心にし、「FMレコパル」(74年創刊、小学館)はオーディオ機器の紹介に力を入れていたし、「FMステーション」(81年創刊、ダイヤモンド社)は10代、20代の若者をターゲットにしていました。

「FMfan」は75年に30万部を達成し、そのまま80年頃まで絶頂期が続きました。

「FMステーション」が出てきた頃は、4誌合わせ120万部くらいになっていた。

こうした絶頂期も、80年代に入りCDが登場した頃から陰りが出てきます。80年代前半には、20万部を割り込むようになりました。

86年のCDレンタル解禁は、FM誌にとって大きな出来事でした。音楽ファンがエアチェックをする必要がなくなってしまったのです。レンタル店で好きな曲のCDを借りてきて、カセットテープに録音すれば事足りてしまいます。

88年にはJ-WAVEが開局して、FM放送の編成が大きく変わっていきました。

J-WAVE以前の状況 エアチェックとFM情報誌

2000年、<休刊>FM番組情報誌の草分け「FMfan」12月、FM番組情報誌の草分けだった「FMfan」(株式会社共同通信社発行、隔週刊)が12月5日発売号を最後に休刊することが、13日までに明らかになった。66年、初のFM情報誌として創刊。番組を録音、再生して楽しむ「エアチェック」の愛好者を中心に親しまれ、70年代には30万部を超えた。しかし、レンタルCDの普及やメディアの多様化、クラシック番組の縮小などで最近では部数が低迷していた。

若き頃、LPは高い買い物で、FM放送はタダ。カセットテープも生協で、ノーマルテープ(TDK-Dタイプ)なんてのは、かなりお安く購入できたので、エアチェックにはしりました。

発行日には欠かさず買い求め、来週のエアチェック計画を立てたものでした。夏休みだったか、うっかり買い忘れて、隣町の本屋でも見つからず、さらにもう一つ向うの町まで行ったことも。

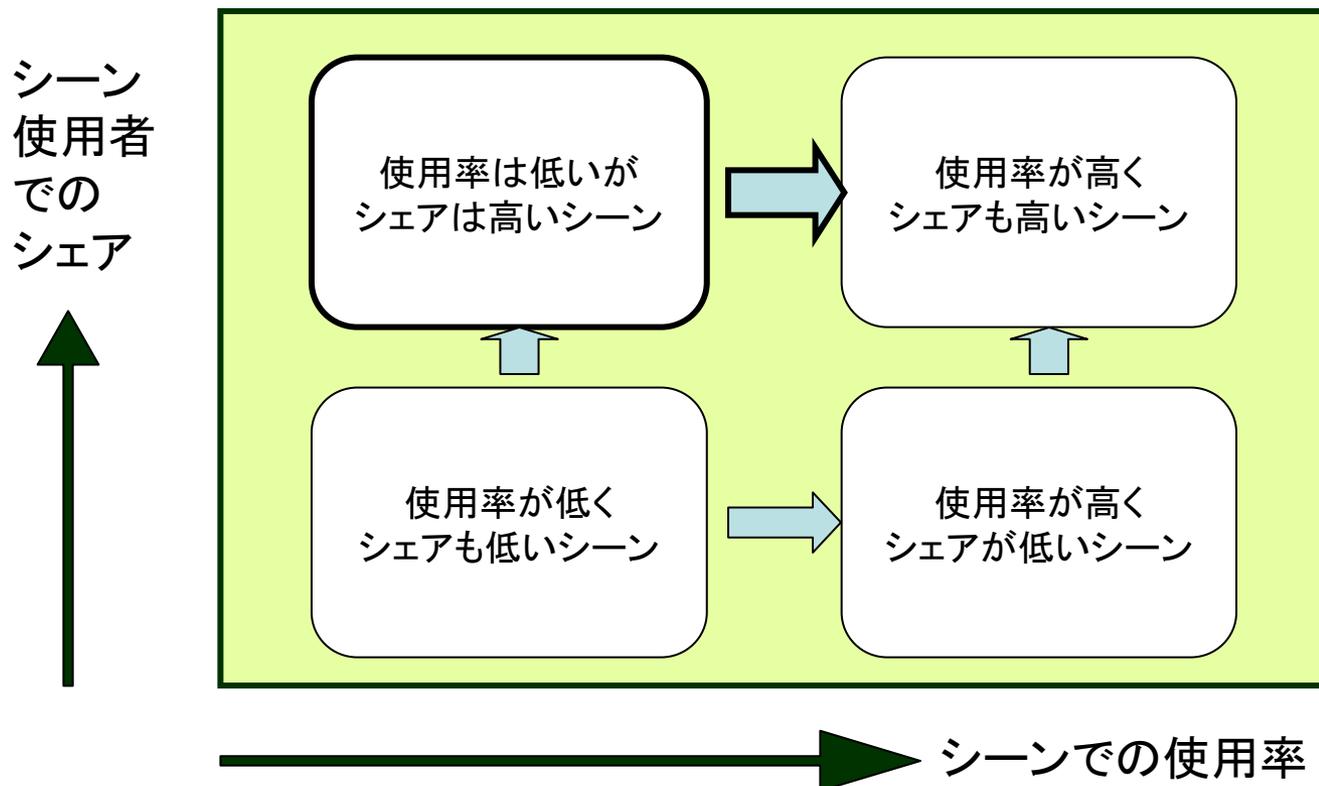
番組表が細かく、演奏時間がきちんと掲載されている。そのため、番組途中の曲だけを取る時には、計算してテープレコーダーをタイマーセット。帰宅して”うまく録れてるかな？”とプレイバックするのが楽しみでした。選局を間違えたり、停電があつて時間どおりに録音されていなかったり、クルマのノイズを拾っていたり、テープの回転方向のセットを間違えていたりと失敗は数知れず。それにもめげず、こつこつと録り溜め、その結果、いまだに捨てきれない沢山のテープが残っています。



(4) 使用シーンの拡大の方向性

あまり使用されていない(=使用率は低い)
だが、自社シェアが高いシーンは、

使用率を拡大することが課題となる。



J-WAVEは生活シーンの中で流された 「ながら聴取／つまみ聴取」

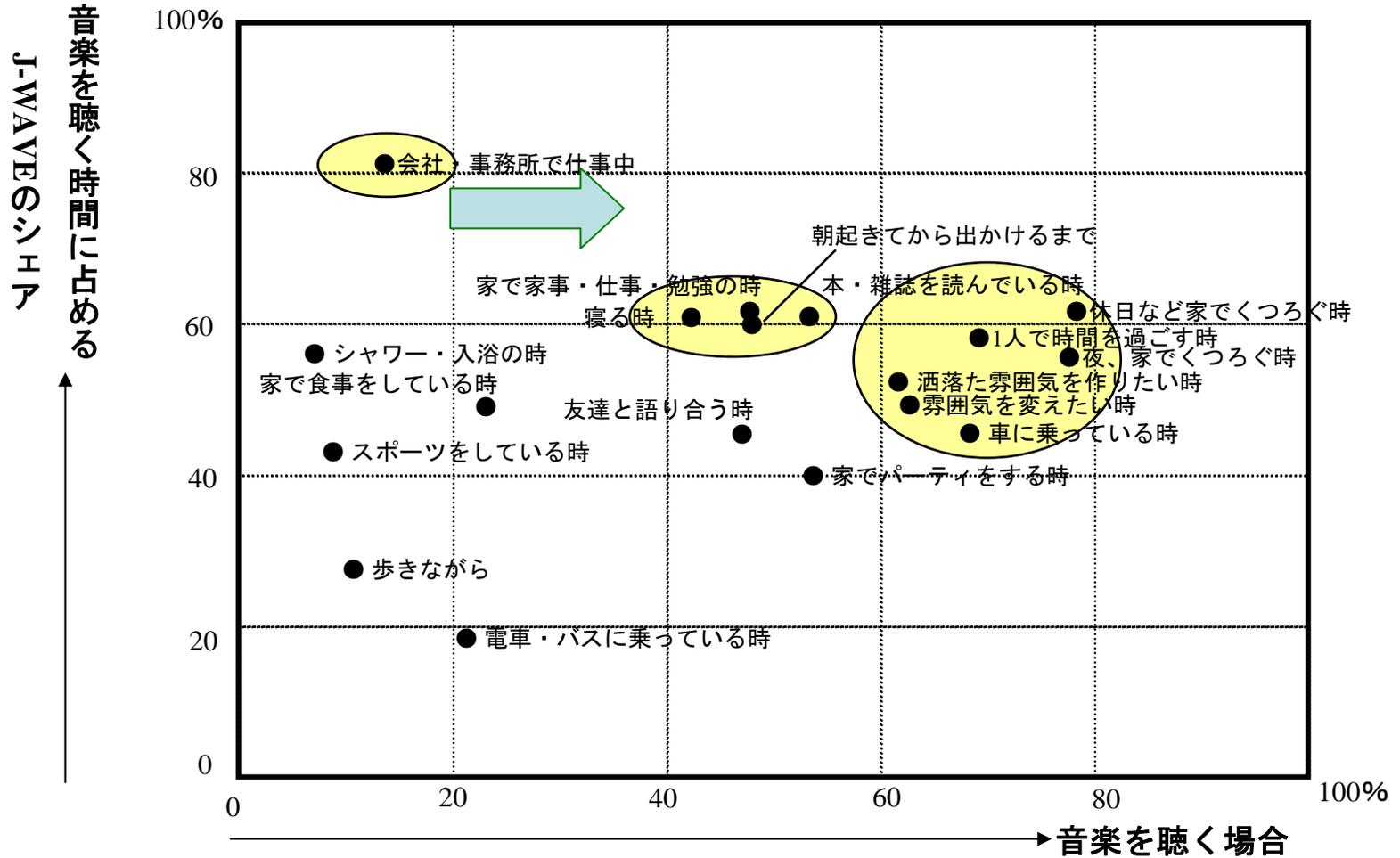
「音楽を聴く時」という
意識して音楽を聴く以外の
さまざまなシーンでも

- 休日など家でくつろぐ時
- 1人で時間を過ごす時
- 夜、家でくつろぐ時
- 友達と語り合う時
- 車に乗っている時
- 雰囲気を変えたい時
- 洒落た雰囲気を作りたい時
- 家でパーティをする時
- 本・雑誌を読んでいる時
- 会社・事務所で仕事中

J-WAVEの聴取シーン

★ J-WAVEはワーキングタイムの時間の開発が次の課題であった。

音楽を聴く生活シーンでのJ-WAVEのシェア

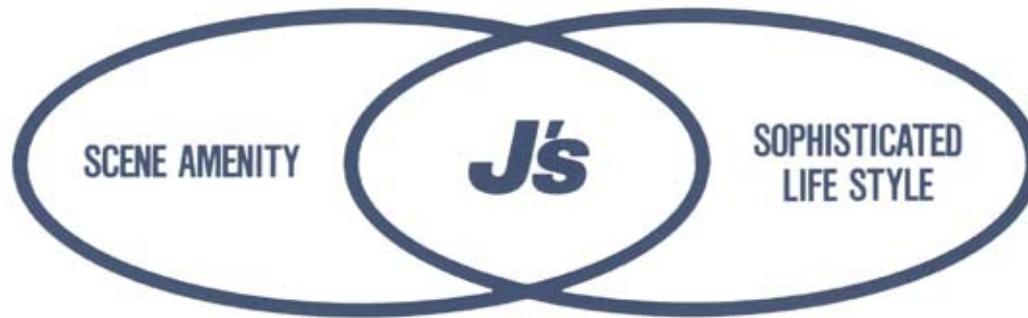


* 数値は必ず100%、だいたい70%、たまに20%、しない0%とした場合

J's REPORT

WELCOME TO THE WORLD OF J-WAVE

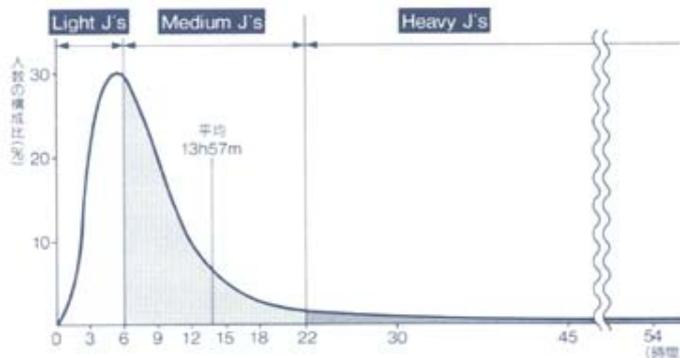
J's Access Style



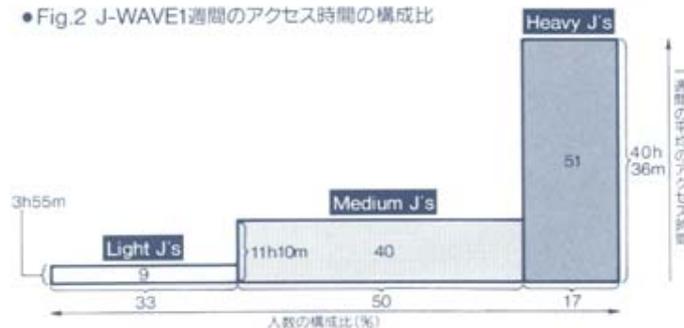
What are J's

J-WAVEにアクセスするJ's

● Fig.1 J-WAVE1週間のアクセス時間



● Fig.2 J-WAVE1週間のアクセス時間の構成比



J-WAVEにアクセスする人たちがJ'sと呼ばれる。J'sは平均で見ると、1週間に合計13時間57分J-WAVEにアクセスしているが、もちろんJ'sたちのアクセス時間のバラツキは大きい。ここではJ-WAVEへのアクセス時間の多少により、J'sを3つに分け、1週間に22時間以上アクセスする人をHeavy J's、6時間以上22時間未満の人をMedium J's、6時間未満の人をLight J'sとする。Heavy J'sの人数は、All J'sの17%を占めるが、この17%のHeavy J'sは、J-WAVEに平均1週間40時間36分アクセスしていて、アクセス時間はMedium J'sの約4倍、Light J'sの10倍以上となる。

J'sがJ-WAVEにアクセスする総時間を考えると、17%の人数のHeavy J'sがJ'sの総アクセス時間の51%を占めている。平均的にみると、J-WAVEの電波にアクセスしている人の半分は、常にHeavy J'sである、ということになる。

J-WAVE creates your environment

グリーンのようにJ-WAVEは音楽を環境化している

「曜日にかかわらず流す」というFM局への新しいアクセスのスタイルをつくったのがJ-WAVE。J-WAVEを「最もよく聴く」人がラジオにアクセスする時間は、平日も土曜や日曜日とあまり変わらない。だが、他のFM局を「最もよく聴く」人たちは、やはり、平日よりも土曜日や日曜日の方がラジオにアクセスする時間が長くなる。ただ、もちろんアクセスする時間の長さでみると、FM局にアクセスする時間は、日曜日でもJ-WAVEを「最もよく聴く」人の方が他のFM局を「最もよく聴く」人よりも長い。

A局やB局を「最もよく聴く」人たちは平日よりも土曜日、土曜日よりも日曜日の方がラジオにアクセスする時間が長く、平日よりも日曜日の方が平均1時間以上長くなっている。ただ、C局を「最もよく聴く」人は、土曜日のアクセス時間が日曜日を上回る。

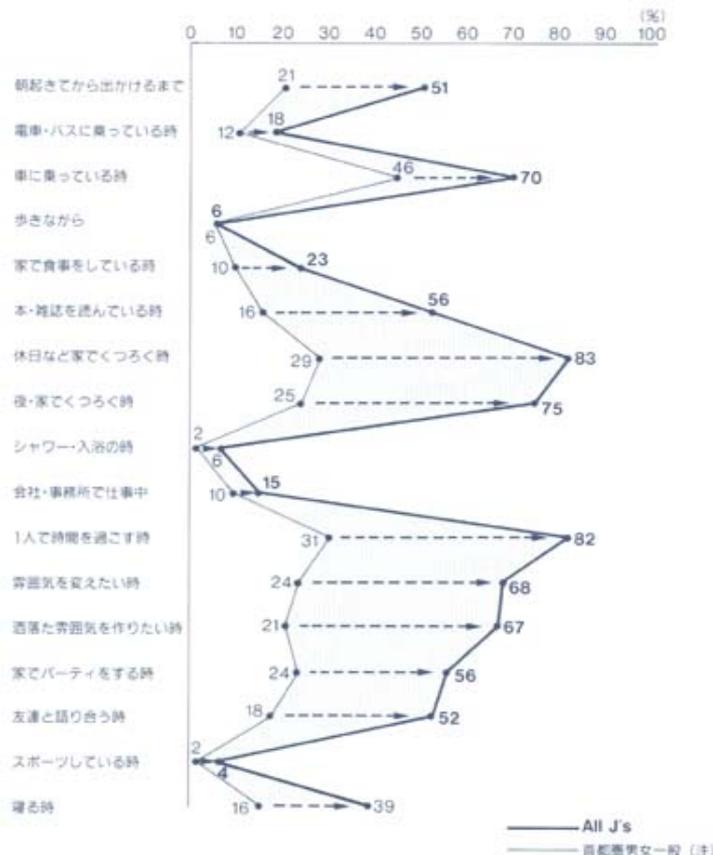
● Fig.9 RADIOの1日のアクセス時間(最もよく聴くRADIO局別)



The many listening scenes of J's

J'sの生活シーンではいつも音楽が流れている

●Fig.12 生活シーンでの音楽を聴く頻度



● 数値は「必ず」「だいたい」聴く割合

(注) ● J-WAVE「LISTENER TARGET OF J-WAVE」, Jan. 1988

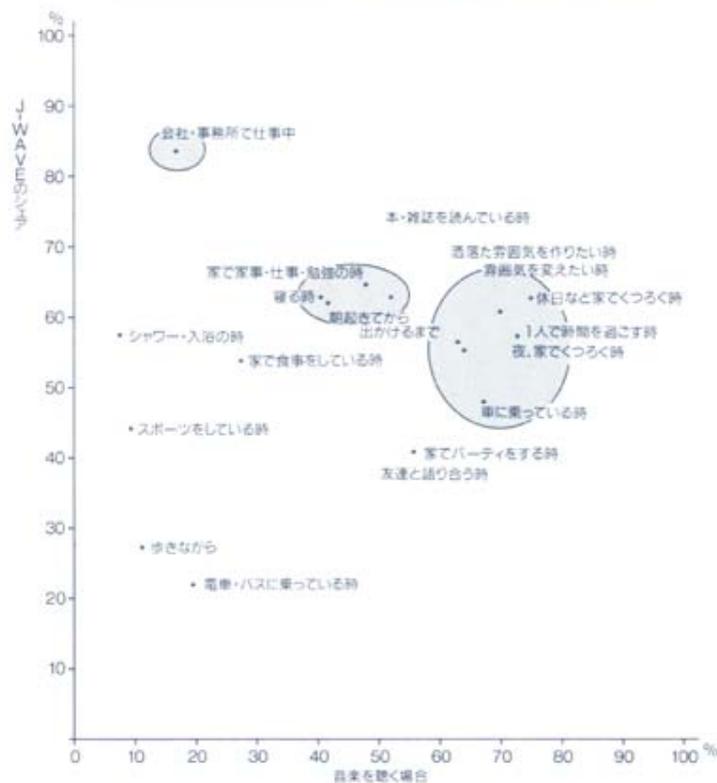
J-WAVEにアクセスするJ'sは、平均的な人たちと比べてどのような特徴を持っているのか。その特徴をここでは生活と音楽の間わりでみることにする。改めて言うまでもないが、J'sの生活ではさまざまなシーンに音楽が流れている。J'sの生活には音楽が不可欠なのだ。

J'sがよく音楽を流している生活シーンには、まず「休日など家でくつろぐ時」「夜、家でくつろぐ時」「1人で時間を過ごす時」など、リラックスした安らかなココロの状態を求める時がある。その上に、「鬱屈気を癒えたい時」「洒落た雰囲気を作りたい時」「パーティをする時」など、ある種の演出効果を求める時も、音楽を演出のツールとして使っている。さらに、「朝起きてから出かけるまで」「家で家事をする時」などの生活に行動的なリズムをつくり出す時にも音楽は流れている。

J-WAVE a big part of the J's lifestyle

生活シーンの音楽メディアJ-WAVE

●Fig.15 音楽を聴く生活シーンでのJ-WAVEのシェア(All J's)



*数値は必ず100%、だいたい70%、たまに20%、少ない0%、とした場合

J-WAVEが目指していることのひとつは、より多くの人たちのさまざまな生活シーンを音楽で満たすことである。そして、J'sの生活シーンは音楽で満たされつつあることはすでにみたが、それぞれの生活シーンでJ-WAVEはどの程度シーン・ミュージックのソースになっているのだろうか。それを生活のシーン別にJ-WAVEシェアという視点から捉えてみる。

音楽がよく流され、しかもその生活シーンのミュージック・ソースの半分かそれ以上をJ-WAVEが占めているのは、「洒落た雰囲気を作りたい時」などの演出ツールとして音楽が流されるシーン、それに「休日など家でくつろぐ時」などリラックスするシーンがある。一方で、まだそれほど音楽は流されていないが、J-WAVEのシェアが高いシーンとして、「朝起きてから出かけるまで」や「会社・事務所での仕事に」、「家で家事・仕事・勉強の時」がある。働いたりするワーキング・シーンでJ-WAVEはJ'sたちの最大のミュージック・ソースなのだ。

J-WAVEはオフィス・シーンを開拓した

J-WAVE IN OFFICE

お気に入りの音楽が流れるいつものオフィス空間の風景が変わってゆく。毎日の仕事に

CREATORS

リズムが生まれ、空気がやわらいてゆく。仕事と音楽との新しい関係が生まれようとしている。

RESEARCH

それは、クリエイティブ・オフィスから始まった。
J-WAVEにアクセスしたとき、快適なオフィス・アワーが生まれる。