

# J-WAVE IN OFFICE

お気に入りの音楽が流れると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。

J-WAVEは都市に生活する人々に  
音楽のあるライフスタイルを浸透させ、  
独自のポジションを持った  
FM局として評価されています。  
都市の様々なシーンの中で  
J-WAVEが積極的に  
アクセスされていることは、  
これまでの調査から明らかにされました。  
その中で注目されたのは、  
J-WAVEはオフィスで  
長時間に渡ってアクセスされている  
という事実でした。  
音楽を環境として考えるJ-WAVEは今回、  
いち早くオフィスに  
音楽を取り入れている  
クリエイティブ・オフィスに関して  
定量的なアクセス実態を明らかにしました。  
御活用いただければ幸いです。  
J-WAVE編成部

J-WAVE HAS BECOME  
AN INTRICATE PART OF BIG CITY PEOPLE'S  
MUSIC LIFE-STYLE.  
IT HAS ALSO BEEN RECOGNIZED  
AS HAVING A VERY UNIQUE POSITION  
AS A FM STATION.  
A LARGE SCALE CENSUS  
WITH RATINGS TO MATCH HAS PROVEN  
THAT J-WAVE IS AGGRESSIVELY ACCESSED  
IN MANY VARIOUS SCENES OF CITY LIFE.  
WE WILL SHOW YOU  
HOW J-WAVE HAS BECOME  
THE FIRST FM STATION  
TO EFFECTIVELY BECOME  
AN ENVIRONMENTAL CREATIVE ENTITY  
FOR TODAY'S OFFICE LIFE-STYLE.  
WE HOPE THAT THIS BOOKLET  
CAN BE A SOURCE OF INSPIRATION  
AND INFORMATION FOR YOU.

## ● P E R S P E C T I V E ●

私たち日本人の平均的生活時間は、睡眠、食事等の生活必需時間、交際、レジャー活動等の余暇行動時間、通勤・通学時間、自由に使う自由時間、そして、仕事時間から成り立っている。その中で1日24時間のうち約1/3以上は自宅外で過ごす時間である。日頃、私たちが様々なマスメディアに多く触れるのは、通勤途上でることが多く、外出先、特に仕事をしている時間には仕事に関係する新聞や雑誌が読まれる程度でありテレビを始めとしたマス・メディアとの接触は稀薄だったとあってよい。これまでオフィスで働く時間はメディアの処女地であった。だが、働く時間帯にオフィスワーカーとある程度の積極的関係を持ち、聴かれようとしているのがJ-WAVEである。

こうした関係は先ず、クリエイターと呼ばれる人達が働くクリエイティブ・オフィスから始まっている。このような、仕事についているオフィスとメディアについての関係を明らかにしたのがこの調査である。

### CREATIVE OFFICE

クリエイティブ・オフィスというものを定義づけるのは難しい。どのような分野の仕事も、ある部分ではクリエイティビティが求められる要素を持っているからである。本レポートで対象となったオフィスは個人の才能や感性が仕事の上で重要な意味を持って仕事自身が自らの表現となる仕事をしているようなオフィスを選択した。また、J-WAVEがバイリンガル・ステーションである特性から、大使館も調査対象に加えた。

## THIS IS J-WAVE IN OFFICE

調査の結果、クリエイティブ・オフィスの約6割が音楽を流していた。特に、デザイン、ヘアメイク・スタイリストなどのアート系が高く、出版関係では雑誌編集部よりプロダクション、アドでは代理店よりプロダクションが高かった。このことは組織の大きさが若干の影響を与えているものと思われる。また、自分自身がクリエイティブな仕事をしていると考えるオフィス程、音楽をよく流している。

オフィスで音楽を流すという事は、働いている間中ほとんど音楽を流していることが多い。8時間以上音楽を流しているオフィスが5割弱、6時間以上流しているのが7割以上を占めている。このことは、オフィスで毎日音楽を流す人は、オフィスに居る時はいつも音楽を聴いていることを示している。

オフィスで流れる音楽のソースは8割近くがFM放送であり、他のソースと比べ圧倒的に多い。その他には録音したオーディオテープ、CDなどが流されている。

オフィスでFMを流す1日平均のアクセス時間の中で J-WAVEのシェアは7割以上を占めている。また J-WAVE が流される時間も、FMを1日6時間以上流すオフィスでは、平均6時間4分と長い。オフィスで流れるFM放送の大半は J-WAVE が流れているといえる。

オフィスで流れる音楽は、雰囲気をやわらげ、気分を変えて、ストレスを除くという側面に加え、仕事にリズムを与え、能率を上げるというポジティブな効果が評価されている。つまり、オフィスで音楽を流すことは「鎮め(Soothe)」と「高揚(Inspire)」という2つの効用があるといえる。

クリエイティブ・オフィスでは J-WAVE にアクセスしているオフィスが圧倒的に多いが、仕事以外ではFMのA局や日局を聴いている人もオフィスでは J-WAVE にアクセスすることが多かった。そして、現在音楽を流していないオフィスも含めたクリエイティブ・オフィスの過半数がオフィスで流すのにふさわしいFM局として J-WAVE を選択した。



# ● C O N T E N T S ●

<b>▶ J-WAVE IN OFFICE PERSPECTIVE</b>	
Perspective.....	2
Research design.....	3
<b>▶ MUSIC IN CREATIVE OFFICE</b>	
Creative office access.....	4
The creative office continuous Music flow.....	5
Creativity growth proportionate to office music quality.....	6
<b>▶ SOURCE OF MUSIC</b>	
"FM" the "NO COMPARISON" music source.....	7
"J-WAVE" the office flagship of FM.....	8
Increased office sensitivity by J-WAVE.....	9
<b>▶ MUSIC ACCESS TIME</b>	
Beginning the office day with comfortable music.....	10
J-WAVE the office wave authority.....	11
<b>▶ FM STATION ACCESS</b>	
Outside office life is J-WAVE.....	12
J-WAVE's strong access appeal power.....	13
<b>▶ REASON FOR FM MUSIC</b>	
Effects of office music to soothe and inspire.....	14
Perfect listening balance not the only reason for the J-WAVE choice.....	15
J-WAVE the top brand for office life.....	16

## R E S E A R C H D E S I G N

調査方法	質問紙による電話調査
対象オフィス	編集プロダクション/雑誌編集部/広告代理店/ 広告プロダクション/デザイン/ヘアメイク・ス タイリスト/レコード会社/大使館
抽出ソース	マスコミ電話帳88～89年度版(宣伝会議刊)
地 域	東京23区内
有効回収数	341オフィス(47%)
調査期間	1989年6月19～27日
調査分析	株式会社 ヒロ アンド アソシエイツ

	抽出数	有 効	有効回収率(%)
全 体	721	341	47
編集プロダクション	77	34	44
雑誌編集部	60	34	57
広告代理店	117	73	62
広告プロダクション	136	73	54
デザイン	95	45	47
ヘアメイク・スタイリスト	102	39	38
レコード会社	26	14	54
大使館	108	29	27

## まず、クリエイターがオフィスからアクセスを始めた。

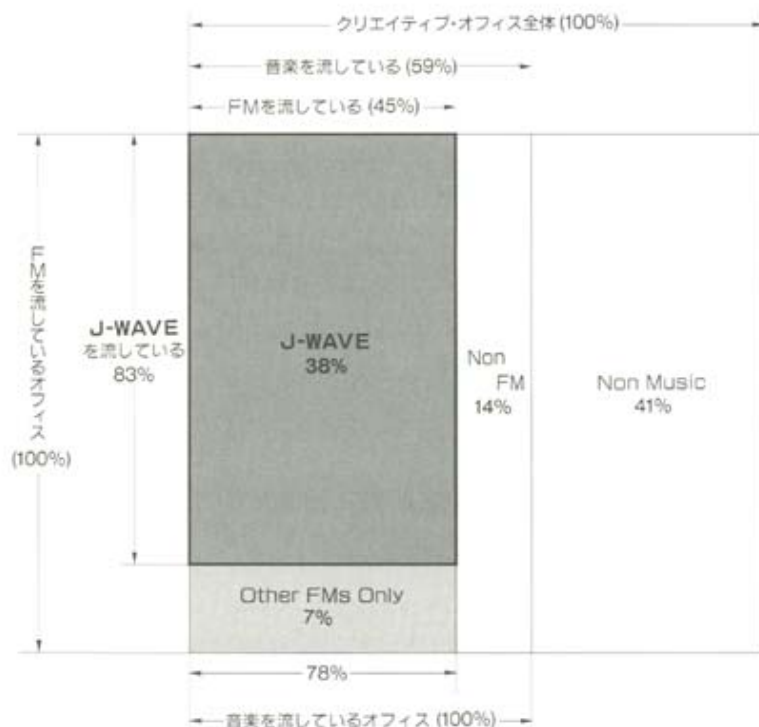
### CREATIVE OFFICE ACCESS.

クリエイティブ・オフィスで仕事をしている人の約6割は仕事に音楽を流している。オフィスで仕事をしながら流す音楽ソースの中心はFM放送である。そして、クリエイティブ・オフィス全体の半数近く(45%)がFMを流している。

FMを流しているクリエイティブ・オフィスのうちでは83%がJ-WAVEを流している。このことは、クリエイティブ・オフィス全体の4割(38%)が、オフィスで仕事にJ-WAVEを聴いているという事になる。オフィスにおける音楽とのかかわり方から、クリエイティブ・オフィスは大きく次の4つのステップに分けて考えることができる。

クリエイティブ・オフィス全体 (341, 100%)
▼ 59%
音楽を流しているオフィス (200, 59%)
▼ 78%
FM放送を流しているオフィス (155, 45%)
▼ 83%
<b>J-WAVEを流しているオフィス (128, 38%)</b>

Fig.1 ● オフィスでの音楽聴取状況



(クリエイティブ・オフィス全体：341)

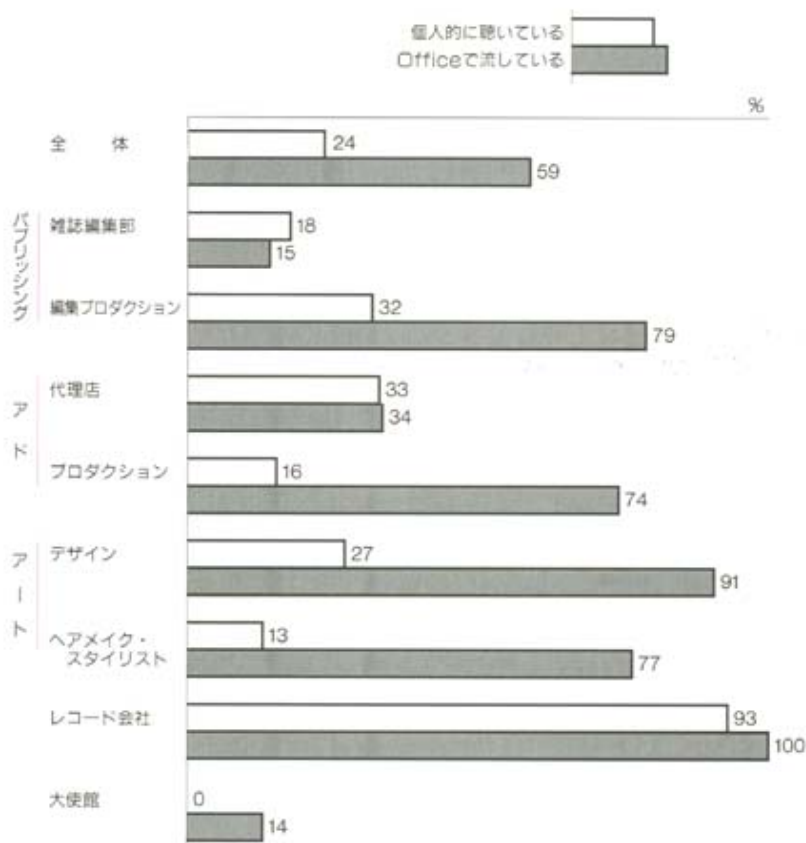
## クリエイティブ オフィスにはいつも音楽が流れている。

THE CREATIVE OFFICE CONTINUOUS MUSIC FLOW.

今回の調査対象のクリエイティブ・オフィスは、8つの業種から構成されているが、BGMとしてオフィスで音楽を流している割合が高いのは、「レコード会社」をはじめ、「デザイン」「ヘアメイク・スタイリスト」などのアート系、さらに、「編集プロダクション」「広告プロダクション」などのプロダクション系の人たちである。いずれも7割以上のオフィス・セクションで音楽が流れている。

逆に、「雑誌編集部」「広告代理店」などの組織が大ききところのオフィスでは、音楽を流している率は低い。ただし、広告代理店では、“個人的に”音楽を聴いている人が1/3いる。

Fig. 2 ● 業種別の音楽聴取状況



(クリエイティブ・オフィス全体：341)

## オフィスの音楽はクリエイティビティと比例する。

CREATIVITY GROWTH PROPORTIONATE TO OFFICE MUSIC QUALITY.

自分のいるオフィス・セクションの仕事がどの程度クリエイティブかを「創造性」と「才能の発揮性」の2つの次元で評価してもらった。この2つの次元を組み合わせるとクリエイティビティ・スケールをとり、「High」「Medium」「Low」の3つのグループに分けた。

全体の40%が「非常に創造的で、個人的な才能を発揮できる」仕事についている「High」グループである。「デザイン」では73%が「High」に属していた。

業種を超えた仕事のクリエイティビティとオフィスで音楽が流れている割合は強い相関を示している。「High」グループの72%がオフィスで音楽を流しているのに対し、「Medium」では60%、「Low」では38%と低くなる。つまり、クリエイティビティの高いワーキングスペースほど、音楽が浸透している。

Fig.3 ● 仕事のクリエイティビティ評価

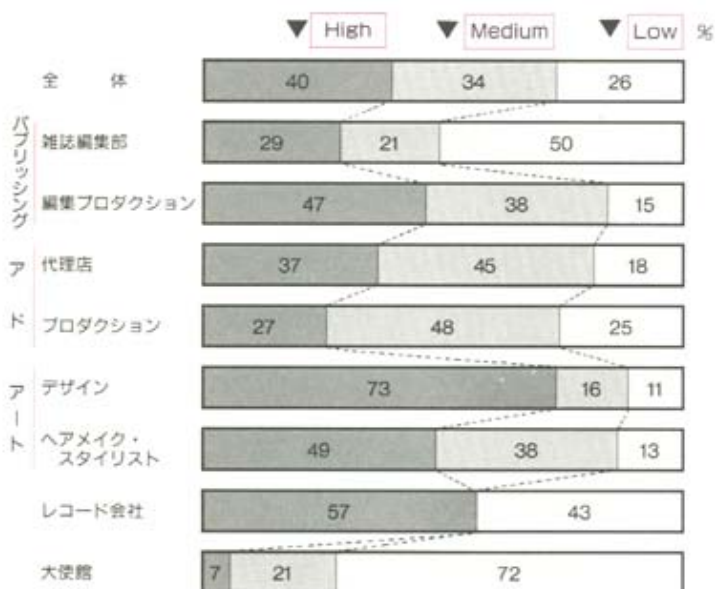
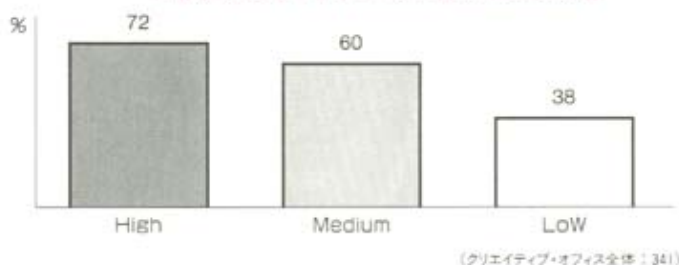


Fig.4 ● クリエイティビティ別の音楽聴取状況



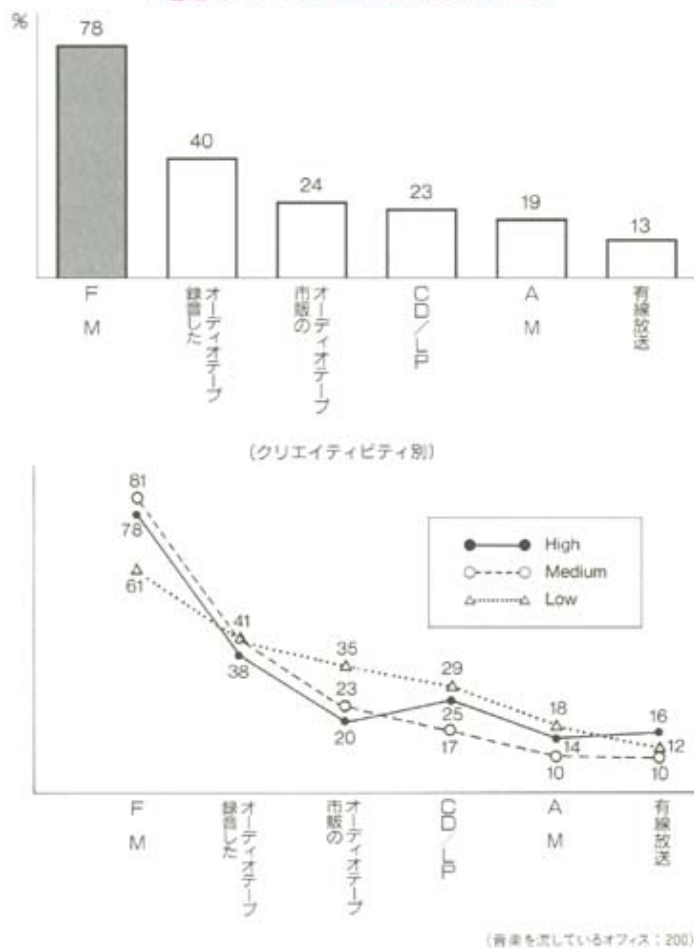
## そして、流される音楽のソースは断然FM。

“FM” THE “NO COMPARISON” MUSIC SOURCE.

音楽のソースは、電波、有線、パッケージソフトなど多様にあるが、その中でも「FM放送」がオフィスの音楽ソースとして最もよく使われている。「FM」は、音楽を流しているオフィスの8割(78%)で利用され、他のソースに比べて圧倒的に多い。他に「録音したオーディオテープ」(40%)、「市販のオーディオテープ」(24%)、「CD/LP」(23%)などもあるが、「FM」の利用率は群を抜いている。同じ放送でも「AM」や「有線」の利用は少ない。

また、クリエイティビティ・スケールでみると、「High」と「Medium」では「FM」の利用率が高く、「Low」では「市販のオーディオテープ」「CD/LP」などのパッケージソフトが多い。

Fig.5 ● オフィスで流している音楽のソース





## オフィスのメイン ミュージック ステーション J-WAVE。

"J-WAVE" THE OFFICE FLAGSHIP OF FM

ラジオを流しているオフィスの8割以上がJ-WAVEにアクセスしている。その他のFM局では、A、B局が3割前後であり、C局は約1割である。

もちろん、1つの局しか聴かないというわけではないが、「最もよく聴いているラジオ局」ということではJ-WAVEが67%で、A局(11%)やB局(8%)を大きく引き離している。クリエイターの2/3は、J-WAVEをメインステーションとしている。

また、FM放送にアクセスする時間の多少でみると、「FM Heavy」(1日に6時間以上FMにアクセスしているオフィス)では、76%がJ-WAVEを最もよく聴いている。

Fig.6 ● オフィスで流しているRADIO局

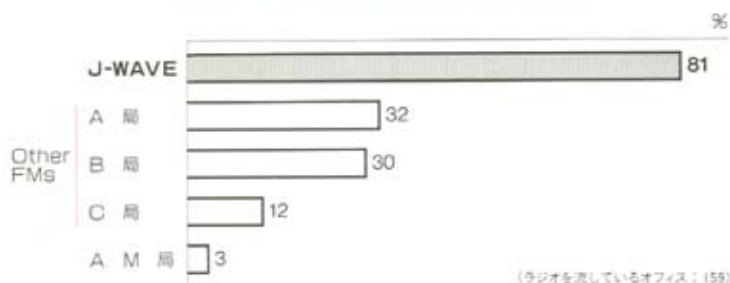
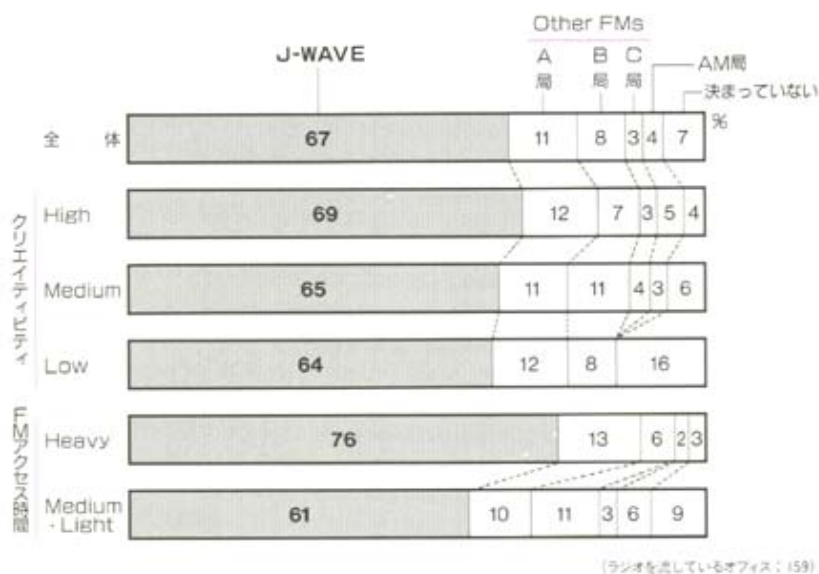


Fig.7 ● 最もよく聴くRADIO局

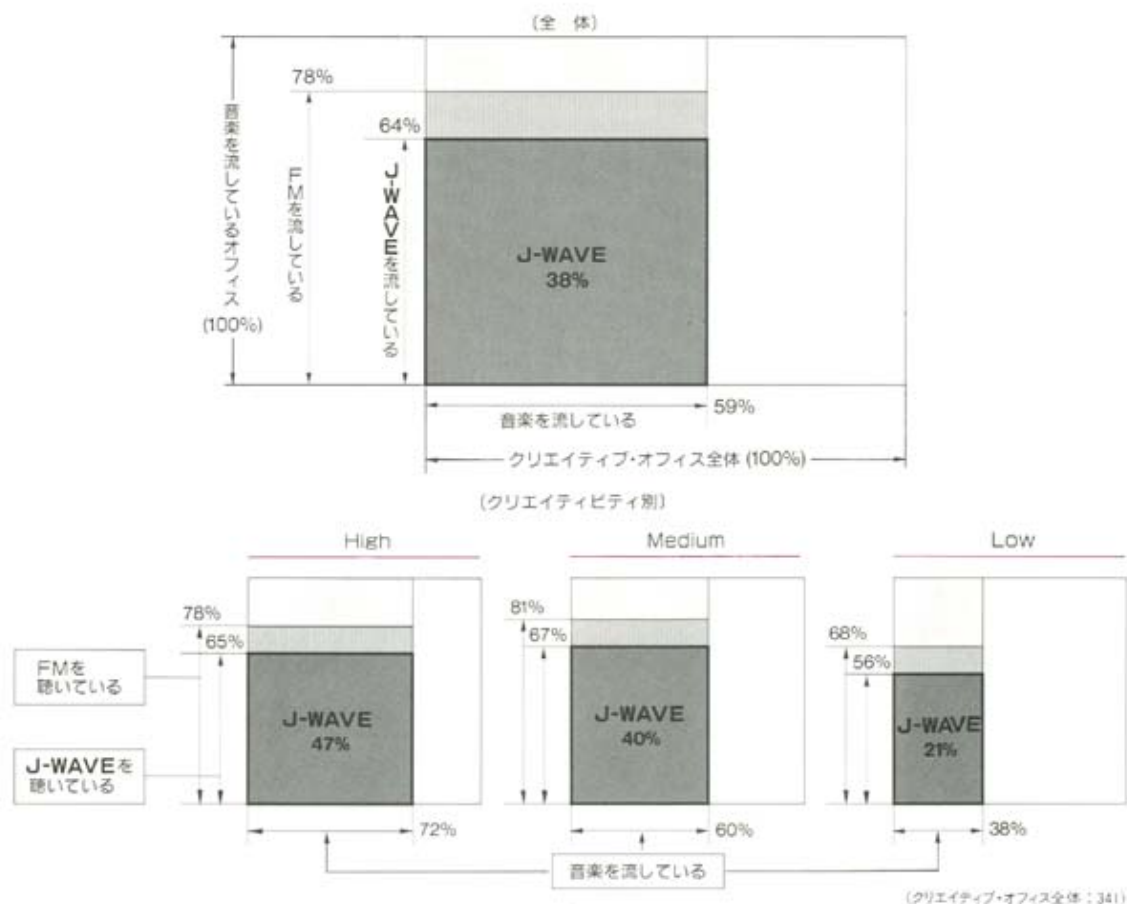


## シャープな感性を持つオフィスほどJ-WAVE。

INCREASED OFFICE SENSITIVITY BY J-WAVE.

すでに見たように、クリエイティブ・オフィスの59%では音楽が流されている。そして、音楽を流しているオフィスの78%がFMを、また64%がJ-WAVEを流している。J-WAVEにアクセスしているオフィスは、クリエイティブ・オフィス全体で言えば約4割となっている。これをクリエイティビティ・スケール別にみると、HighクリエイティビティほどJ-WAVEを流しているケースが多い。“High”グループでは、その72%がオフィスで音楽を聴いており、その65%がJ-WAVEを流している。その結果、“High”グループでは、その半数近く(47%)がJ-WAVEを流している。“Medium”グループでは、40%、“Low”グループでは21%である。同じクリエイターの中でも、特にクリエイティブな場所で、J-WAVEがよく聴かれていることがわかる。

Fig.8 ●オフィスでのJ-WAVEアクセス率



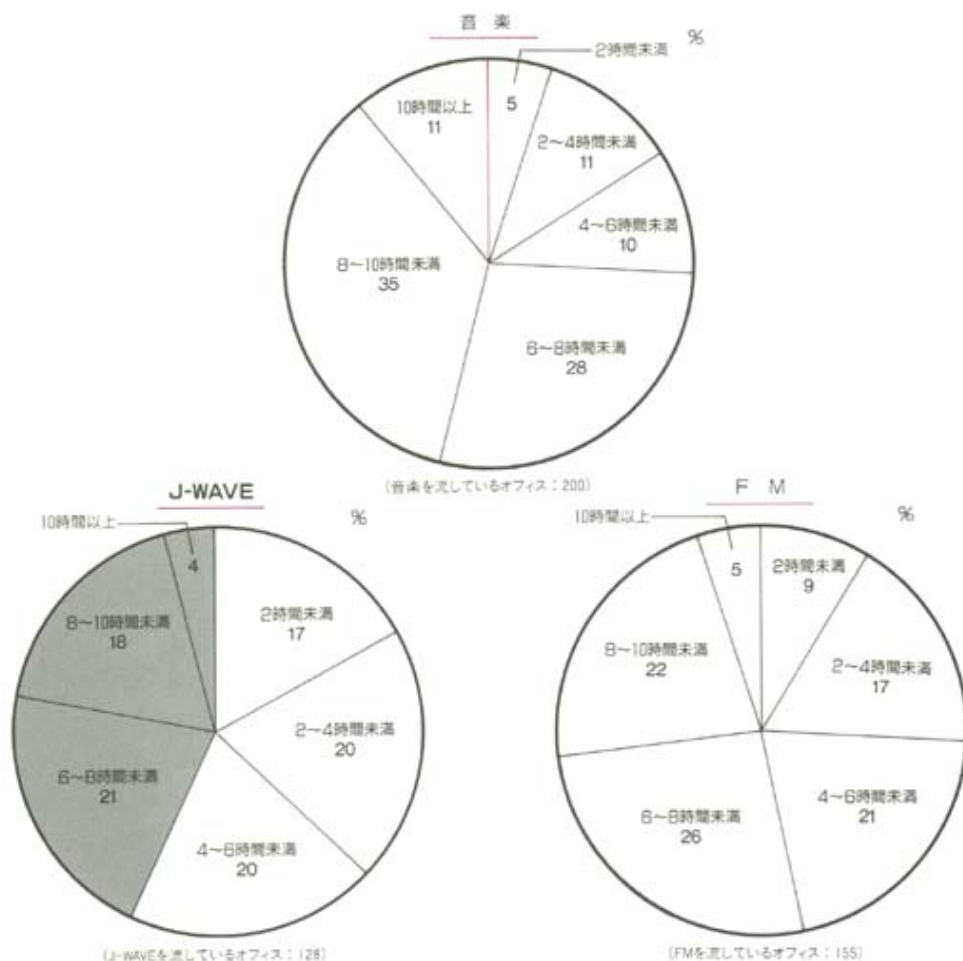
## 快適な音楽と共に、1日のオフィスワークがスタートする。

BEGINNING THE OFFICE DAY WITH COMFORTABLE MUSIC.

クリエイティブ・オフィスでは仕事をしている間は常に音楽が流れているとあってよい。FMを流しているオフィスでも6時間以上の聴取は5割(53%)を越えている。そして、J-WAVEにアクセスしているオフィスについても4割以上(43%)のオフィスでは6時間以上の長時間アクセスを行なっている。

つまり、オフィスで音楽やFM、そしてJ-WAVEを流すという行為はイコールで音楽と共に働くという環境形成につながっていることを示している。

Fig.9 ● オフィスでの音楽・FM・J-WAVEを流す時間



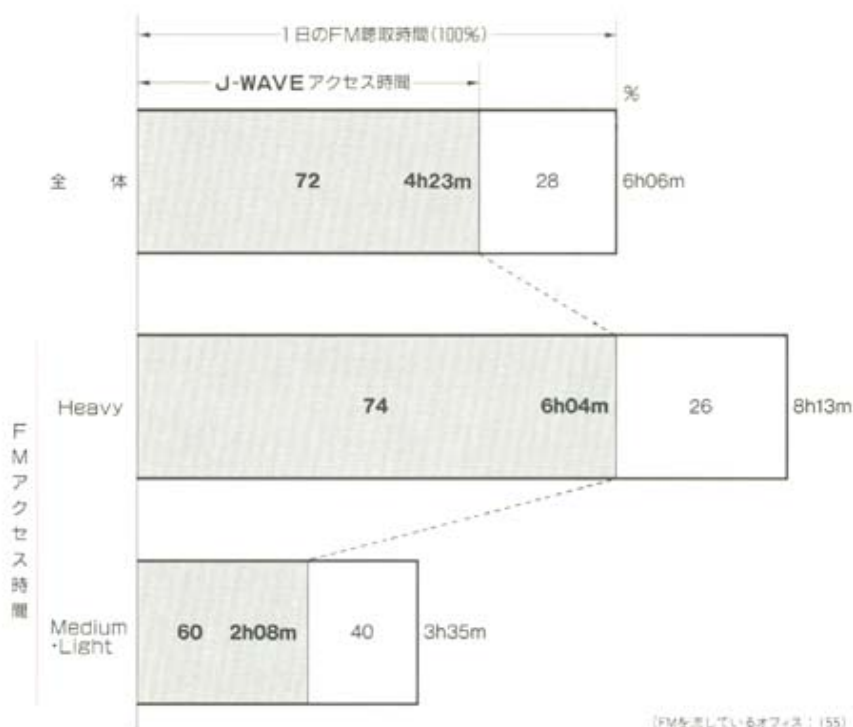
## オフィスでのFMはJ-WAVEにオーソライズされる。

J-WAVE THE OFFICE WAVE AUTHORITY.

オフィスにおけるFMの1日平均アクセス時間の中でJ-WAVEはどの位のシェアを獲得しているかを見る。音楽を流しているオフィスの6割以上がJ-WAVEにアクセスしている事はすでに見たが、これを時間レベルで見ると、J-WAVEはクリエイティブ・オフィスに流れるFM平均アクセス時間の7割以上(72%)を占めている。FM“Heavy”(1日に6時間以上FMにアクセスしているオフィス)ではもちろんの事、FM“Medium・Light”(1日に6時間以内FMにアクセスしているオフィス)でもJ-WAVEのシェアは6割(60%)を占めている。オフィスでJ-WAVEの流れている時間は全体平均で4時間18分であり、FM“Heavy”では6時間4分と長い。

つまり、クリエイティブ・オフィスで流れているFMの大半はJ-WAVEにアクセスされ続けているといえる。

Fig. 10 ● オフィスでのFM時間におけるJ-WAVEシェア





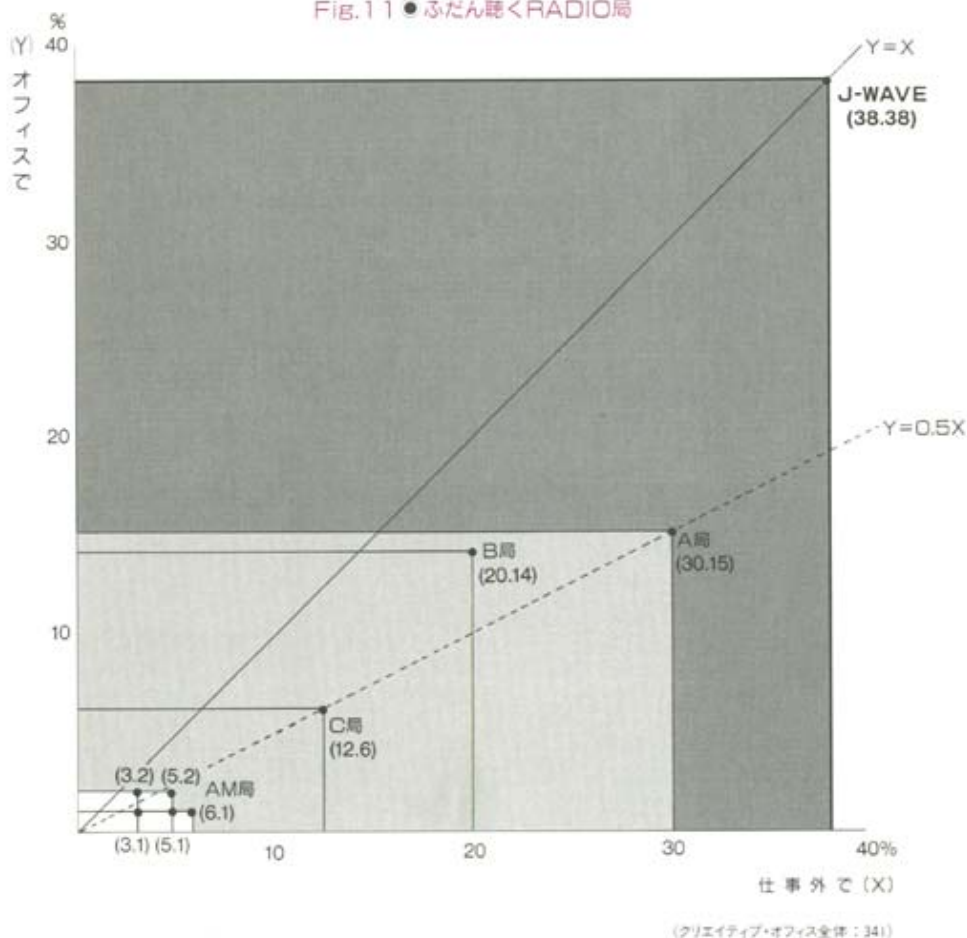
## もちろん、オフィスを離れてもRADIOはJ-WAVE。

OUTSIDE OFFICE LIFE IS J-WAVE.

仕事を離れてふだん聴くラジオ局ではJ-WAVEがトップで38%、以下、A局(30%)、B局(20%)、C局(12%)が続いている。

これを、オフィスでふだん流すラジオ局の数字(全体ベース)と比べてみるとおもしろい。J-WAVEは、“仕事外”と同じ38%である。A局やC局はそれぞれ15%、6%でいずれも“仕事外”の半数にすぎない。B局は14%で、これらよりは“仕事外”にやや近い。いずれにせよ、仕事を離れている時間と同じだけ、仕事の時間、つまりオフィスで流されているのはJ-WAVEだけである。

Fig. 11 ● ふだん聴くRADIO局

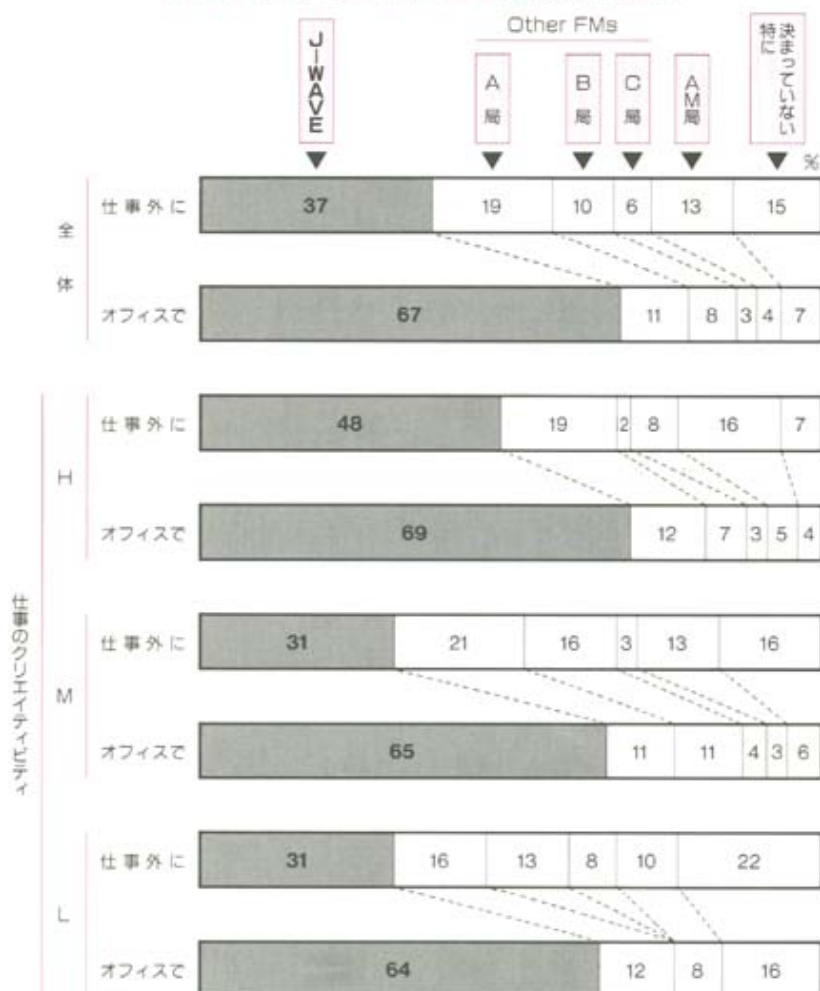


## アクセスさせるブランド力をJ-WAVEは持っている。

J-WAVE'S STRONG ACCESS APPEAL POWER.

「仕事外にラジオを聴く人」(228サンプル)と「ラジオを流しているオフィス」(159サンプル)別に最もよく聴くラジオ局を見ると、「仕事外」ではJ-WAVEは37%と高い。オフィスの仕事のクリエイティビティでは、「High」グループでJ-WAVE(48%)が半数を占める。ラジオ局が「特に決っていない」とするオフィスは「Low」に多く、「Medium」→「High」になると少なくなる。言い換えれば、J-WAVEはステーションにこだわりを持った人たちに支持されるFM局となっている。

Fig.12 ● オフィスと仕事外で最もよく聴くRADIO局



## オフィスでの音楽はスーズ アンド インスパイア効果を持つ。

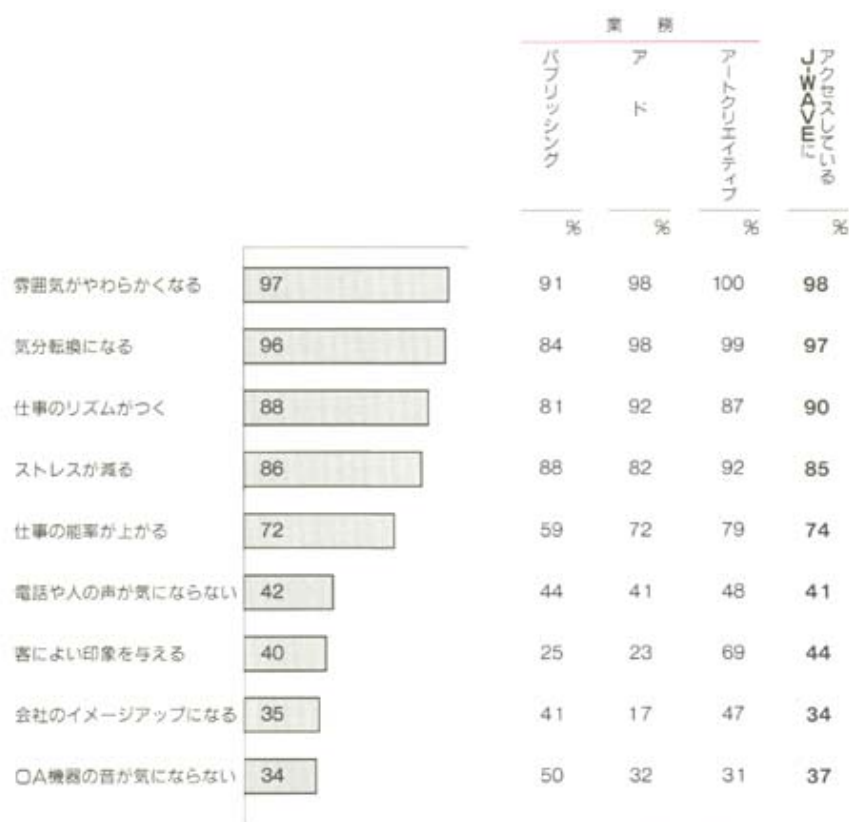
EFFECTS OF OFFICE MUSIC TO SOOTHE AND INSPIRE.

オフィスで音楽を流している人たちにとって、オフィスの音楽は「雰囲気」をやわらげ、「気分」を変え、「ストレス」を除くだけでなく、よりポジティブに「仕事にリズム」を与え、「能率」を高めることに貢献している。オフィスでの緊張感を、あるときは鎮め(Soothe)、あるときは高揚(Inspire)させるという2つの効用もっているようである。

そしてまた、「電話」「人の声」「OA機器」などの音を消す(Masking)ことや、「客への印象」「会社のイメージアップ」などの外向きの副次的な効果もあげられよう。

オフィスに流れる音楽は、そこで仕事をする人を無用なストレスから遠ざけ、うまくインスピレーションを呼び起こすための、不可欠なセッティングとなっている。

Fig. 13 ● オフィスにおける音楽の効果



(音楽を流しているオフィス：200)

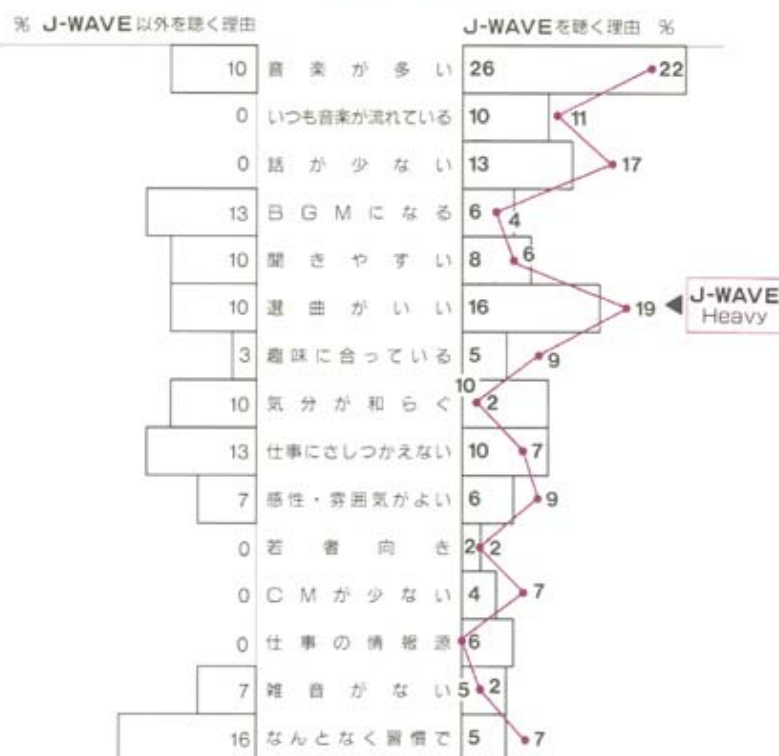
## “じゃまにならない”では不十分。J-WAVEが選ばれる理由。

PERFECT LISTENING BALANCE NOT THE ONLY REASON FOR THE J-WAVE CHOICE.

オフィスでJ-WAVEを聴いている理由を見ると第一は、「音楽が多い」「話が少ない」「いつも音楽が流れている」といった音楽の豊富さである。これはJ-WAVE以外のラジオ局を聴く理由と明らかに異なる。

第二の理由は、音楽の内容である。たんに「聴きやすく」「BGMになり」「仕事にさしつかえない」といった受身的な理由は、むしろJ-WAVE以外の局を聴く理由に目立つ。J-WAVEでは「選曲」にセンスがあり、「趣味」に合っている点が理由となっている。仕事での音楽とは、“じゃまをしない”だけでは不十分であり、ときには右脳と左脳に分け入って、新しいヒューズをつけ加えてくれるものでなければならない。J-WAVEのヘビーリスナーほど、こうした選曲のセンスの良さで聴いている。

Fig.14 ●最もよく聴く理由



(ラジオを流しているオフィス：159)

※数値は自由回答



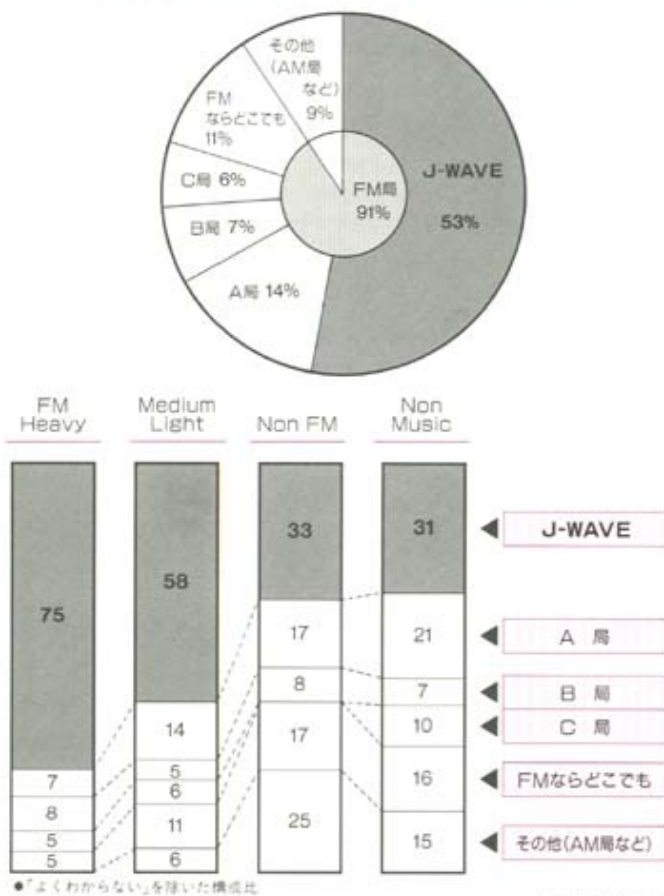
## オフィスのトップブランド J-WAVE。

J-WAVE THE TOP BRAND FOR OFFICE LIFE.

現在、音楽を流していないオフィスも含めて、仕事をしながら音楽を流しておくのに一番いいラジオ局として、J-WAVEがトップにあげられている。J-WAVEは、全体の53%を占めておりクリエイターから最もオフィスにふさわしいラジオ局として選ばれている。

そして、J-WAVEの「指名率」は、FMをよく聴いている人ほど高い。現在オフィスで音楽・FMを聴いていない層では3割台だが、FMのメディアム・ライト層(1日聴取6時間未満)で58%、そして1日6時間以上のFMヘビーでは75%と高まる。指名率のレベルには差があるが、これら4つのどの層においてもJ-WAVEがトップにあげられている。対照的にA局は、FMヘビーほど指名率が低く(7%)、Non-FM(17%)、Non-Music(21%)となるほど高くなっている。

Fig. 15 ● 仕事をしながら流すのにふさわしいRADIO局



CREATIVE OFFICE RESEARCH

DATE OF ISSUE ● SEPTEMBER 1989  
PUBLISHER ● J-WAVE/FM JAPAN PROGRAMMING DEPT.  
PUBLISHING ● J-WAVE/FM JAPAN LTD.

**J**<sup>81.3FM</sup>  
**wave** 株式会社 **エフエム** ジャパン

〒106-88 東京都港区西麻布4-17-30  
Phone 03-797-7907 編成部



J-AYING TOGETHER AT 81.3 FM  
YOUR SOPHISTICATED UPSCALE ACCESS SCENE