

J's REPORT

WELCOME TO THE WORLD OF J-WAVE

1988年10月1日、

J-WAVEは「ノー・フリズ、モア・ミュージック」を編成の基本方針とし、
また「UP SCALE GROUP」をターゲットとして開局しました。

以来短期間のうちにメガロポリスTOKYOに、J-WAVEは独自のポジションを確立しつつあります。

そして、都市型人間の生活必需品となり、またたく間にライフスタイルに透け込んでしまった、とさえ云われています。

J-WAVEでは88年4月に発表したUP SCALE GROUPに関する生活意識調査「LISTENER TARGET OF J-WAVE」に続いて、

J-WAVEのリスナーの実態を明らかにした調査レポートをまとめました。

御活用いただければ幸いです。

J-WAVE 編成部

“WELCOME TO THE WORLD OF J-WAVE”
AND
“J-AYING TOGETHER”

FM JAPAN “J-WAVE” A BRAND NEW CONCEPT OF BROADCASTING IN TOKYO, WANTS YOU TO BECOME ONE OF THE GROWING J’S MOVEMENT. SINCE WE HAVE JUST COMPLETED OUR FIRST MAJOR LISTENER “CENSUS” WE DISCOVERED SOME VERY INTERESTING FACTS. INCLUDED WITHIN THESE FACTS IS AN ENTIRELY NEW PSYCHOLOGICAL APPROACH TO THE FM MOVEMENT. ON THE RIGHT IS A BREAKDOWN OF THE NEW TERMINOLOGY WHICH IS FAST BECOMING FASHIONABLE IN TERMS OF THE NEW J-WAVE EXPERIENCE.

SO YOU CAN SEE THAT IN A LARGE INTERNATIONAL METROPOLIS LIKE TOKYO, UPSCALE SOPHISTICATED PEOPLE LIKE YOURSELVES, WHO ARE ENJOYING A LIFESTYLE WITH A DIFFERENCE NEED TO BE PAMPERED WITH AN ACCESS OF THE J- WAVE EXPERIENCE.

WE CERTAINLY HOPE YOU WILL BE “J-AYING” WITH US, AS THE “J’s” MOVEMENT IS GROWING.

J-AYING TOGETHER AT 81.3 FM....

YOUR SOPHISTICATED UPSCALE ACCESS SCENE.

FIRST OF ALL, ONE OF THE MOST IMPORTANT POINTS TO CATCH, IS THE TERM *ACCESS*. WE USE THE TERM *ACCESS* IN PLACE OF THE WORD LISTEN. TO *ACCESS* HAS A VERY BROAD MEANING IN TERMS OF LISTENING, SO FORGET THE WORD LISTEN. FROM HERE IN ITS *ACCESS*.

J's: THOSE PEOPLE WHO ACCESS THE J-WAVE EXPERIENCE.

ACCESS: A TERM MEANING TO CATCH THE J-WAVE SIGNAL THUS BEING ABLE TO ENJOY THE J-WAVE EXPERIENCE. AS MENTIONED ABOVE TO RECEIVE AND ENJOY THE J-WAVE EXPERIENCE WE CALL ACCESS.

ALL J's: THOSE PEOPLE, NOT DEPENDING ON FREQUENCY OF ACCESS WHO EXPERIENCE J-WAVE.

HEAVY J's: THOSE PEOPLE WHO ACCESS THE J-WAVE EXPERIENCE FOR MORE THAN 22 HOURS A WEEK.

NO FRILLS,

MORE MUSIC: THIS PHRASE HAS BEEN ADOPTED BY OUR PROGRAMMING DEPARTMENT AS A KEY CONCEPT.

SCENE AMENITY: THIS TERM IS USED TO EXPRESS THE COMFORT THAT THE J-WAVE EXPERIENCE BRINGS IN THE EVER CHANGING SITUATIONS OF DAILY LIFE.

SCENE MUSIC: WITH YOUR EVER CHANGING DAILY LIVING AND WORKING LIFE, THE MUSIC OF THE J-WAVE EXPERIENCE WILL RAISE YOUR DAILY LIFE, TO A HIGHER MORE PLEASANT PLATEAU.

OTHER FM's: THOSE PEOPLE WHO ACCESS FM OUTLETS OTHER THAN J-WAVE AROUND THE TOKYO AREA.

UP SCALE: THE BASIC TARGET AREA OF THOSE PEOPLE AND LIFESTYLES WHO CAN ENJOY THE J-WAVE EXPERIENCE.

SOPHISTICATED LIFESTYLE:

ACCORDING TO OUR "CENSUS" THESE ARE BASICALLY THE KIND OF PEOPLE WHO ARE ENJOYING THE J-WAVE EXPERIENCE.

81.3 FM: THE PLACE ON YOUR FM DIAL WHERE YOU CAN ACCESS THE J-WAVE EXPERIENCE.

CONTENTS

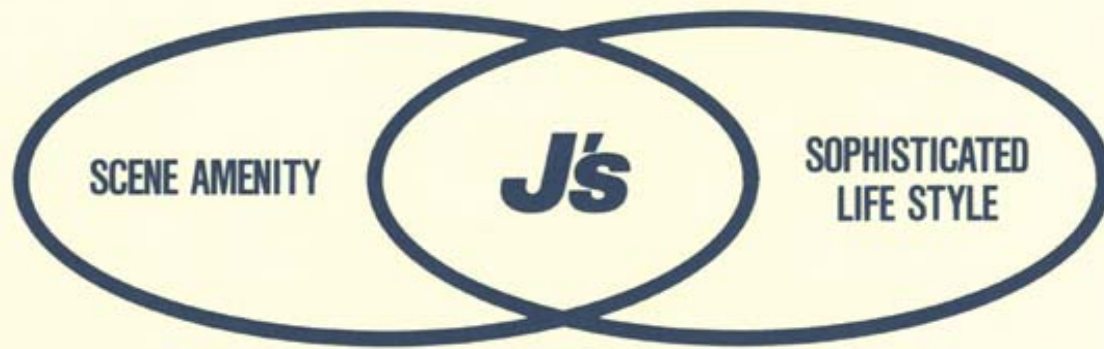
J's Features

J's Features	5
What's J's	6
J's Features	7
Research Design	8

J's Access Style

ACCESS TIME	What are J's	10
	Who are heavy J's	11
	Where do J's come from	12
	Why J's access time is longest	13
	J's all week long access power	14
	J-WAVE creates your enviroment	15
	From Morning to Midnight J's Steady Wave	16
	Breakdown of J's lifestyle access time	17
SCENE MUSIC	The many listening scenes of J's	18
	FM is the most popular music source of J's	19
	J-WAVE a big part of the J's lifestyle	20
	Heavy J's even enjoy access at the office	21
ACCESS STYLE	J-WAVE's accessability around town	22
	J-WAVE's wide access from audio equipment	23
	J-WAVE increases FM access time	24
	Accessing J-WAVE raises music appreciation	25
MUSIC CATEGORY	The broad listening tastes of J's	26
	Heavy J's have sophisticated listening Tastes	27
LIFE STYLE	J's are very discriminating people for quality	28
	J's have sophisticated lifestyles	29
STATION IMAGE	J-WAVE's Key phrase "No Frills, more music"	30
	J-WAVE enhances your enviromental space	31

J's Features



What's J's

J-WAVEはどのような人に、どういう形でアクセスされているのか。すなわち、J-WAVEの「聴取」の実態やアクセスのスタイルを明らかにするのが、このレポートの目的である。

本レポートではJ-WAVEにアクセスする人々をJ'sと呼ぶ。それはJ-WAVEが「傾聴」とか「鑑賞」という言葉に象徴される「聴取」とは異なったアクセスのされ方をしているため、聴取者やリスナーという言葉では、J-WAVEにアクセスしている人々を適切に捉えきれないと考えたからである。そしてもうひとつ、J'sのアクセス・スタイルの個性は、彼らのライフスタイルの個性と不可分の関係を持っている。J'sという表現には、単にJ-WAVEにアクセスする人々という意味だけでなく、J-WAVEを自分のライフスタイルの中に組み込んだ人々という意味も込められている。

J's Features

J'sの特徴をまとめると次の2つのキーフレーズに絞り込むことができる。

「シーン・アメニティ」のためのミュージックソースとしてJ-WAVEにアクセスし、そして「ソフィスティケートされたライフスタイル」を持つ人々である。

● シーン・アメニティのための ミュージックソース=J-WAVE

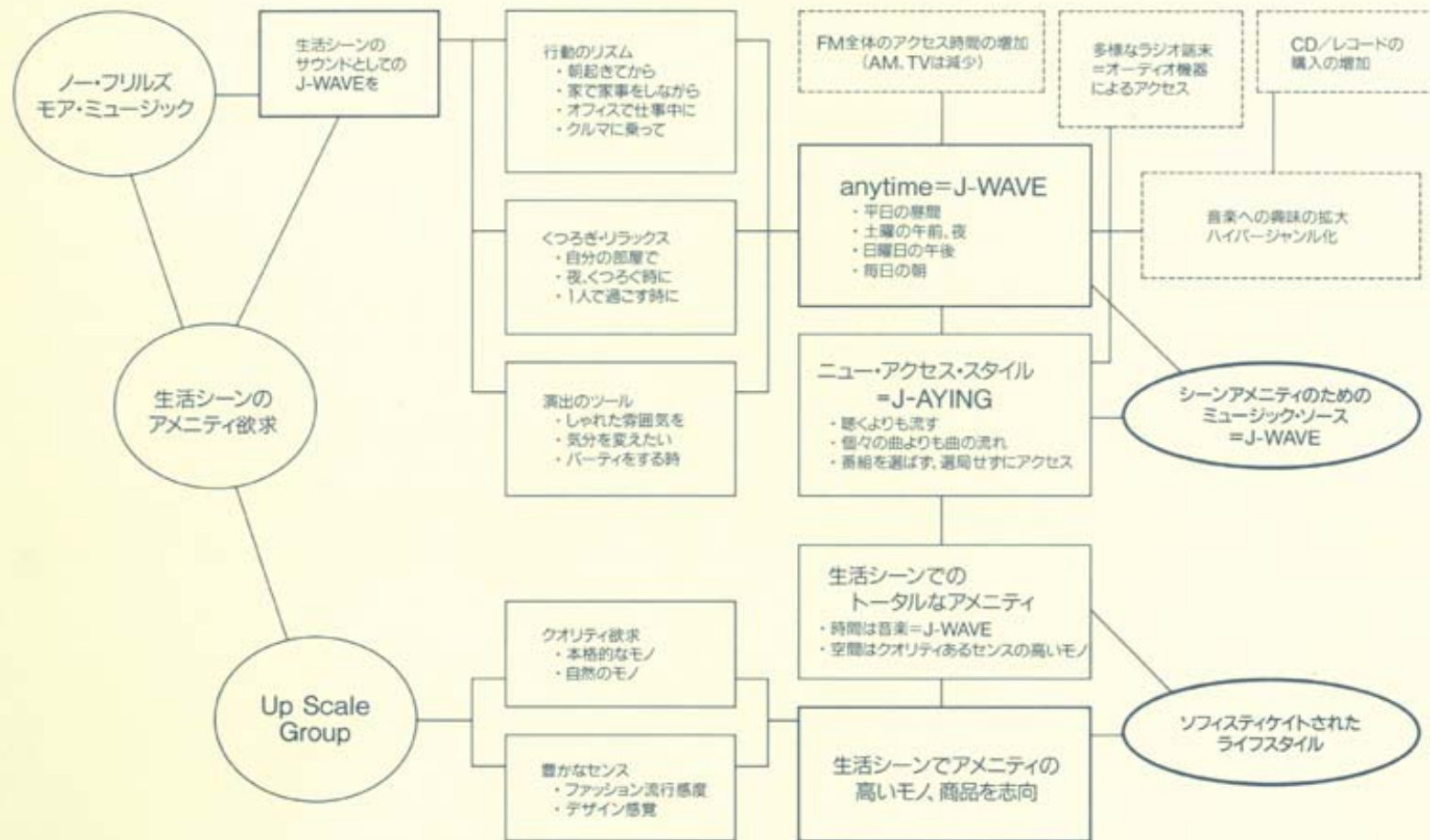
SCENE AMENITY

● ソフィスティケートされた ライフスタイル=J's

SOPHISTICATED LIFE STYLE

- J'sは生活の様々なシーンに音楽を流している。そして、その音楽の主要なソースがJ-WAVEである。逆に言うなら、J-WAVEの誕生はいろいろな生活シーンに音楽を流すという生活スタイルを作り出した。
- とくに朝起きてから出掛けるまで、家で家事をしている時、オフィスで仕事をしている時など、行動的な生活のシーンのアメニティを高めるミュージック・ソースとしてJ-WAVEを流している。だから、J-WAVEは平日の朝や昼間も含めたあらゆる曜日、時間にアクセスされる。
- J'sは選局したり、番組を選んだりしてJ-WAVEにアクセスすることは少なく、J-WAVEを流し続け、それぞれの生活シーンをアメニティのある空間にしようとしている。
- J'sはそれぞれの生活のシーンをよりアメニティある時間にしようとする人々である。だから、音楽だけでなく、それぞれの生活シーンの空間に存在するモノや商品にも高い欲求を持つ。
- 本格的なモノ、天然・自然のモノなどを求めるクオリティへの志向性が強い。そして他方、サウンドやミュージックだけではなく、デザインやファッションにも豊かで新鮮な感性を持っている。

J's Features





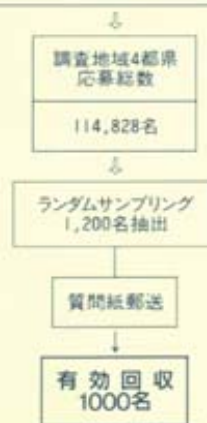
● 調査の概要

調査の方法	質問紙郵送方式
対象者	CATCH! your J-WAVE CAMPAIGN応募者
地域	東京、神奈川、埼玉、千葉
有効回収数	1000人
調査年月日	1988年11月22日～12月10日
調査分析	株式会社日本マーケティングシステムズ

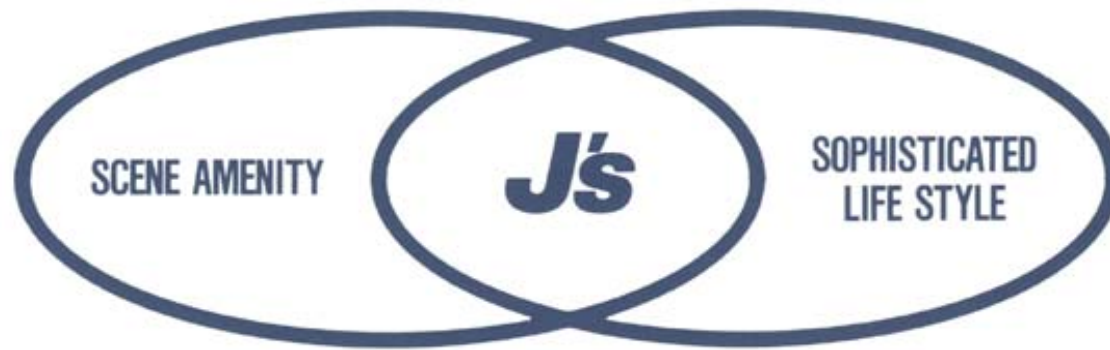
● 回収状況フロー

CATCH! your J-WAVE CAMPAIGN応募者総数
147,216名の地域分布

東京 42%	神奈川 15%	埼玉 12%	千葉 9%	その他 22%
-----------	------------	-----------	----------	------------



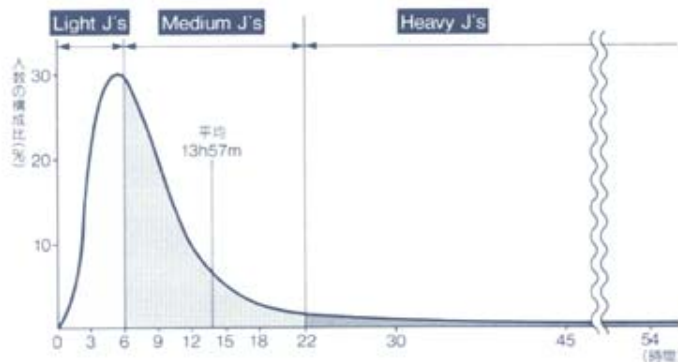
J's Access Style



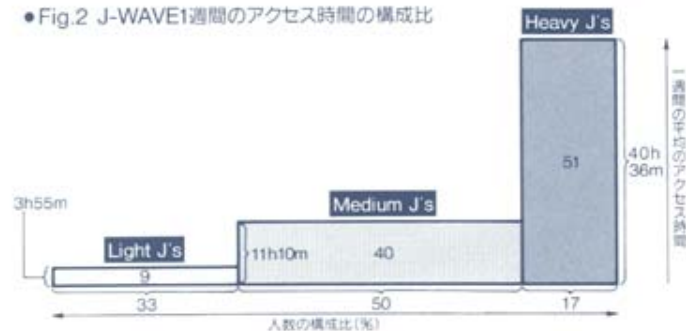
What are J's

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のJ'sと呼ぶ。J'sは平均でみると、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。

Who are heavy J's

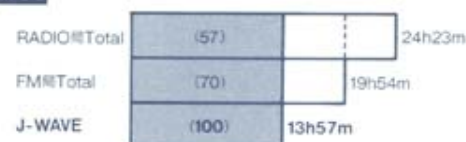
ノンストップアクセスのHeavy J's

J'sがアクセスするラジオ局は、もちろんJ-WAVEだけではない。J'sはJ-WAVEに1週間平均13時間57分アクセスしているが、ラジオ局全体のアクセス時間は24時間23分となる。J'sは1週間のうちの1日分強にあたる時間をラジオ放送を流して過ごしている。ラジオ局全体へのアクセス時間は、Heavy J'sだと1週間平均50時間58分、1週間のうちの2日分強にあたり、All J'sの約2倍となる。

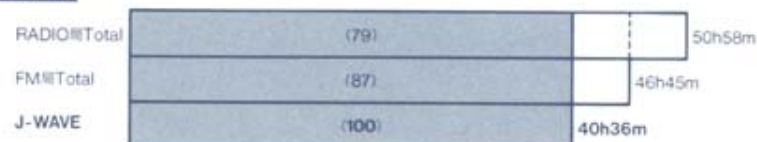
J'sがJ-WAVEにアクセスする時間はラジオ局全体にアクセスする時間の57%を占めている。ラジオ放送にアクセスしている時間の過半はJ-WAVEということになる。ところが、Heavy J'sだとラジオ放送を流している時間の79%はJ-WAVEが占め、逆にLight J'sだとJ-WAVEのシェアは低く31%になる。Heavy J'sはもっぱらJ-WAVEだが、Light J'sとなると、J-WAVE以外の局にも比較的良好アクセスしている。

● Fig.3 RADIO/J-WAVEの1週間のアクセス時間

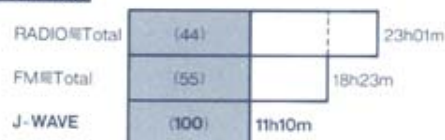
All J's



Heavy J's



Medium J's

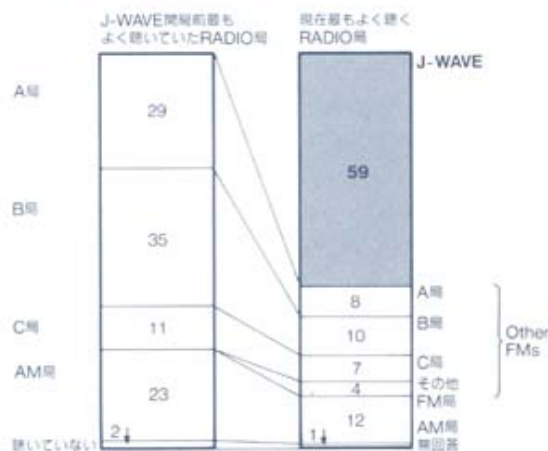


Light J's

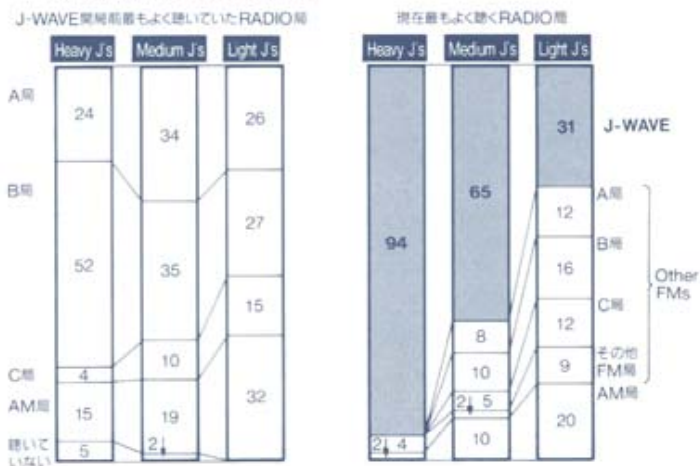


()はJ-WAVEのシェア%

● Fig.4 最もよく聴くRADIO局(All J's)



● Fig.5 最もよく聴くRADIO局



数値：%

Where do J's come from

ようこそJ-WAVEへ

J'sのすべてがラジオ局の中で1番よく聴く局にJ-WAVEをあげている訳ではない。J'sのうち、J-WAVEを「最もよく聴く局」にあげたのは59%であり、残り41%はJ-WAVE以外の局を「最もよく聴く局」にあげている。ただ、Heavy J'sとなるとほとんどすべてが「最もよく聴くラジオ局」にJ-WAVEをあげ、Medium J'sで約3分の2、Light J'sで約3分の1がJ-WAVEを「最もよく聴く局」にあげている。

J'sはJ-WAVEが開局する以前には、どこのラジオ局を「最もよく聴いていた」のだろうか。J'sが「以前に「最もよく聴いていた」のは、B局が1番多く、次いでA局、C局の順になる。中でも、J-WAVEのコアとなっているHeavy J'sはB局を以前「最もよく聴いていた」人が中心。Heavy J'sはB局からやってきた。

なお、これまでラジオにアクセスしていなかった人たちも、J-WAVEの開局によりラジオにアクセスし始め、J'sとなりはじめている。ただ、この調査の対象者は、試験放送でJ-WAVEをキャッチした人たちであり、以前からラジオにアクセスしていたJ'sである。

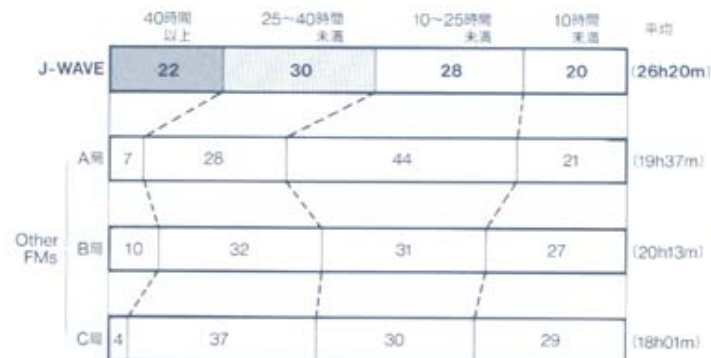
Why J's access time is longest

FMをどこよりも長くアクセスするJ's

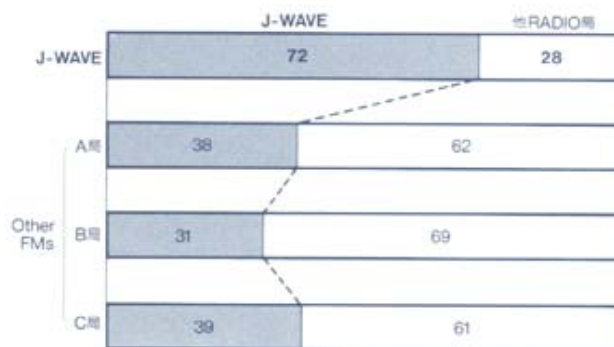
J-WAVEを「最もよく聴く」局にあげたJ'sは、他のFM局を「最もよく聴く」人たちよりもラジオのアクセス時間は長い。J-WAVEを「最もよく聴く」J'sだと1週間に平均26時間20分ラジオにアクセスしているが、他のFM局を「最もよく聴く」人たちがラジオにアクセスする時間は20時間前後、J-WAVEと比べて6時間以上少なくなる。J-WAVEによくアクセスすることはラジオ全体にアクセスする時間を長くすることになるのである。

J-WAVEを「最もよく聴く」局にあげたJ'sはもちろん、J-WAVEにアクセスする時間が長く、ラジオ全体にアクセスする時間のうちの72%はJ-WAVEが占める。そして逆に、他のFM局を「最もよく聴く」人たちがJ-WAVEにアクセスする時間は、ラジオ全体の約3分の1であり、当然だが、他のラジオ局にアクセスする時間が長い。

●Fig.6 RADIOの1週間のアクセス時間(最もよく聴くRADIO局別)



●Fig.7 RADIOの1週間のアクセス時間でのJ-WAVEのシェア(最もよく聴くRADIO局別)

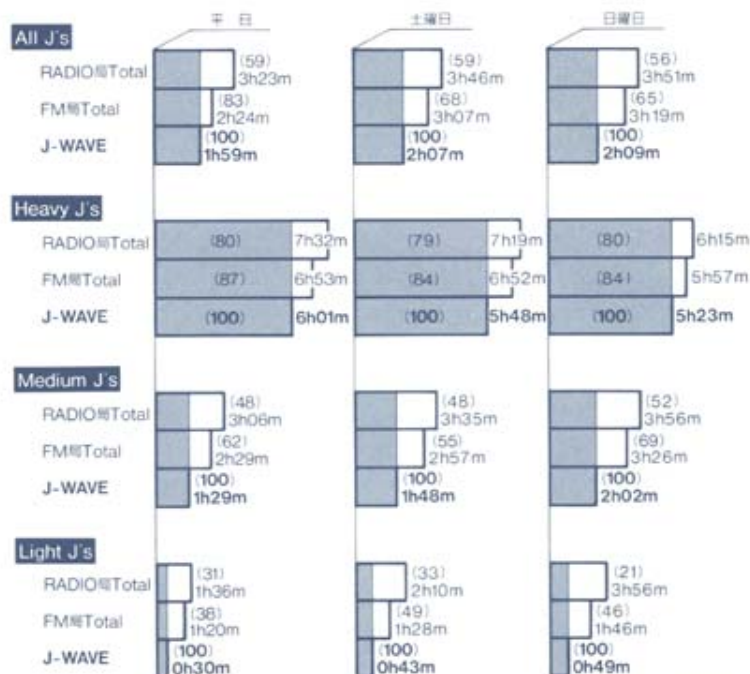


数値：%

J's all week long access power

毎日がJ-WAVE

● Fig.8 RADIO/J-WAVEの1日のアクセス時間



* () の数値はJ-WAVEのシェア：%

J'sは平均してみると、平日よりも土曜日、土曜日よりも日曜日にラジオにアクセスする時間が長くなる。それでももちろん、こうしたパターンはこれまでのラジオへのアクセスの一般的なパターンであった。ところが、Heavy J'sは違う。Heavy J'sは日曜日よりも土曜日、土曜日よりも平日になるとラジオのアクセス時間が長くなる。そして、こうした「平日のラジオ」というアクセスのスタイルをつくりだしたのが、J-WAVEであったと言っていいだろう。Heavy J'sがJ-WAVEにアクセスする時間は平日が最も長い。

もちろん、Heavy J'sは日曜日と土曜日にもJ-WAVEにアクセスする時間は長い。日曜日や土曜日になるとMedium J'sやLight J'sのアクセス時間も長くなり、その差は小さくなる。Heavy J'sとMedium J'sやLight J'sの差が大きいのは平日のJ-WAVEのアクセス時間である。そして、こうしたHeavy J'sが存在しているため、J-WAVEはどの曜日にもアクセスされている。

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

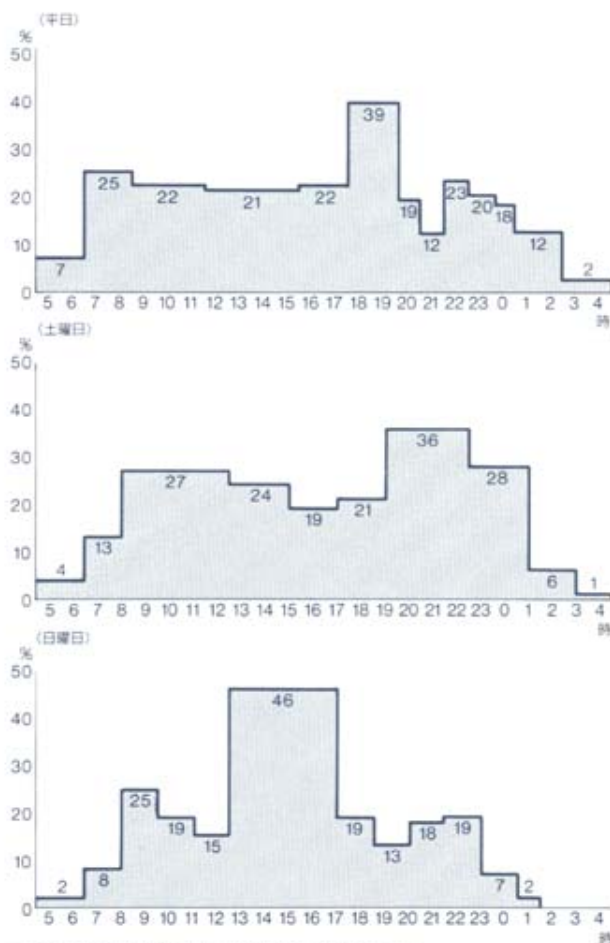
「曜日にかかわらず流す」というFM局への新しいアクセスのスタイルをつくったのがJ-WAVE。J-WAVEを「最もよく聴く」人がラジオにアクセスする時間は、平日も土曜や日曜とあまり変わらない。だが、他のFM局を「最もよく聴く」人たちは、やはり、平日よりも土曜日や日曜日の方がラジオにアクセスする時間が長くなる。ただ、もちろんアクセスする時間の長さでみると、FM局にアクセスする時間は、日曜日でもJ-WAVEを「最もよく聴く」人の方が他のFM局を「最もよく聴く」人よりも長い。

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)



●Fig.10 J-WAVEアクセス率*(All J's)



* (注) ここでのアクセス率とは、J'sが「ふだんよくアクセスする時間帯(番組)」として回答したパーセントである。

From morning to midnight J's steady wave

J-WAVEの1Hは81.3FMではじまる

平日、土曜日、日曜日のそれぞれのアクセス時間を、さらにアクセスしている時刻で分けたのが、ここでのアクセス率である。J'sが「ふだんよくアクセスする時間帯・番組」の割合をみる。

J'sは平日でもよくJ-WAVEにアクセスしているが、とくに朝から夕方にかけての昼間の時間帯にJ-WAVEにアクセスしているのが目立つ。7時からJ'sのアクセス率は25%と急増し、その後も20%強のアクセス率が続く。土曜日、日曜日も8時から夕方にかけてのアクセス率が高いように、J-WAVEは平日や土曜日の昼間でもよくアクセスされている。

平日でアクセス率が最も高いのは18-19時台、土曜日だと20-22時台、日曜日だと13-16時台である。平日は夕方、土曜日だと夜、日曜日だと午後が、最も多くのJ'sがアクセスする時間帯となるが、こうした時間帯に次いでアクセス率が高いのは平日も土曜日、日曜日とも朝の時間帯。J'sの1日はJ-WAVEのシャワーを浴びて始まる。

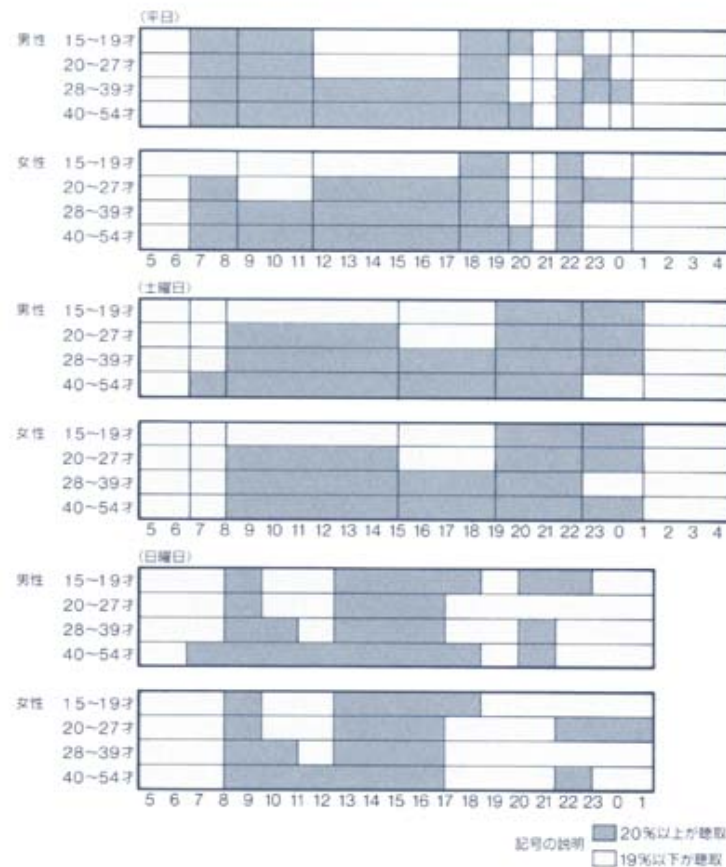
Breakdown of J's lifestyle access time

さまざまな時間帯にJ'sは棲んでいる

J'sがJ-WAVEにアクセスする時間帯は当然のことだが、J'sの年齢・性によって異なっている。比較的年齢の高いJ'sは男性も女性も平日や土曜日の昼間に比較的好くアクセスし、15～19才のJ'sは平日なら夕方、土曜日は夜、日曜日は午後にJ-WAVEにアクセスしている。

ただ、こうした性別、年齢別のアクセス率の差異は、それぞれのJ'sの生活時間の違いの反映である。15～19才のJ'sの平日の昼間のアクセス率が低いのは、彼らが学校等にいるためであり、ある意味では当然のことである。ここではむしろ、仕事や家事をしているだろう28才以上のJ'sが平日の昼間もJ-WAVEによくアクセスしていることが注目される。

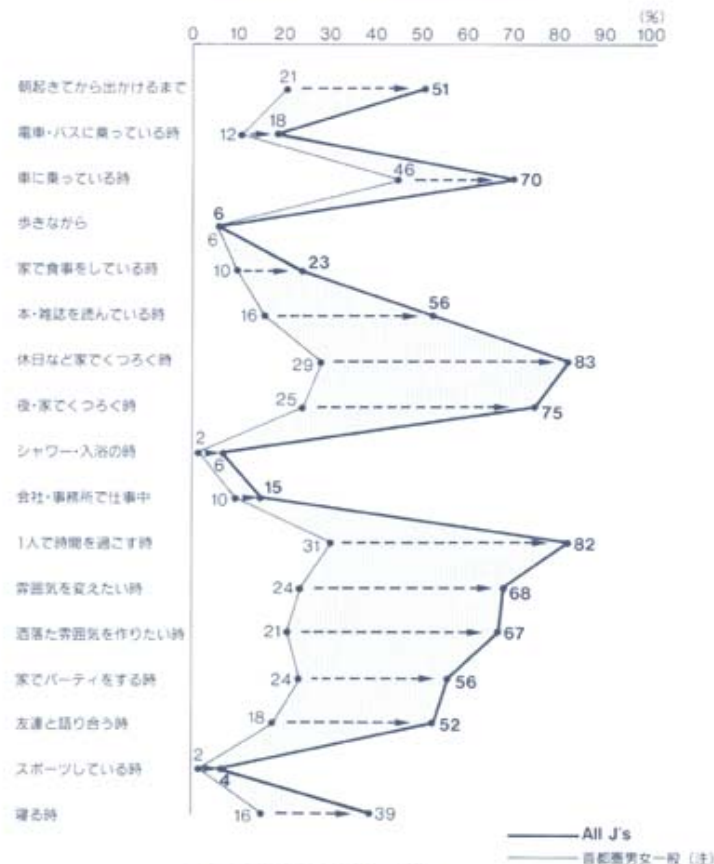
●Fig.11 J-WAVEにアクセスする時間帯の特徴(性・年齢別)



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」「たいたい」聴く合計

(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もっているのか。その特徴をここでは生活と音楽の関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、「雰囲気を変えたい時」「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。

FM is the most popular music source of J's

J-WAVEだから音楽はFMで聴く

J'sのうちでもHeavy J'sは、さまざまな生活シーンに音楽をよく流している。そしてその生活シーンのミュージックの最大のソースがFM放送なのである。

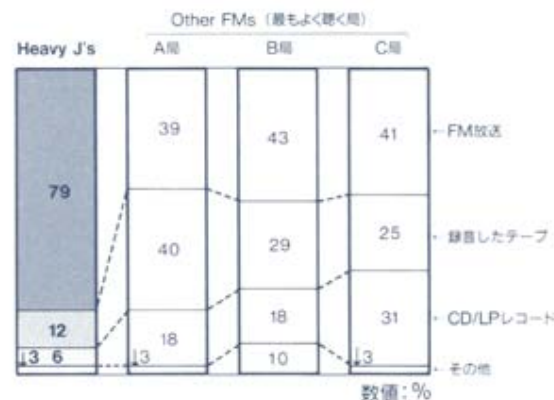
音楽のソースは、FM局を始めとしたラジオ放送やテレビ放送などの放送系、CD、LPレコード、ソフトテープなどのパッケージ系、それに自分で録音したテープがあるが、Heavy J'sが音楽の最大のソースとしたのは圧倒的にJ-WAVEである。他のFM局を最もよく聴く人たちはFM放送よりも、自分で録音したテープを含めたパッケージ系のソースで音楽を聴くことが多く、A局だと自分で録音したテープ、C局だとCDやLPレコードが音楽の主要なソースとなっている。ともかく、J-WAVEと他のFM局のリスナーの音楽のソースは明らかに違い、よく聴く局による音楽のソースの違いは、音楽に対する関わりの差異を象徴している。

● Fig.13 生活シーンでの音楽を聴く割合

	Heavy J's	Other FM's (最もよく聴く局)		
		A局	B局	C局
朝起きてから出かけるまで	61	48	45	53
電車・バスに乗っている時	17	25	28	19
車に乗っている時	79	60	64	63
歩きながら	11	12	11	12
家で食事をしている時	42	24	22	34
本・雑誌を読んでいる時	56	50	59	51
休日など家でくつろく時	79	73	82	78
夜、家でくつろく時	73	74	70	75
家で家事・仕事・勉強の時	64	47	49	41
シャワー・入浴の時	11	4	8	5
会社・事務所で仕事中	53	10	10	8
1人で時間を過ごす時	79	73	73	74
雰囲気を変えたい時	68	64	62	61
洒落た雰囲気を作りたい時	75	60	57	60
家でパーティをする時	66	49	59	61
友達と語り合う時	62	41	50	45
スポーツしている時	8	5	5	3
寝る時	53	39	39	35

● 数値は必ず100%、たいたい70%、たまに20%、しない10%とした場合

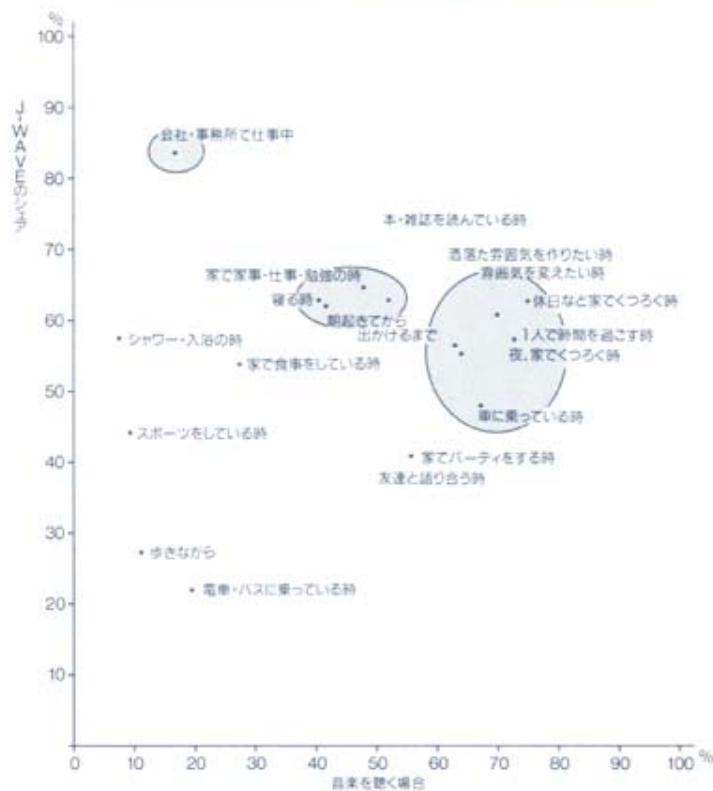
● Fig.14 最もよく聴く音楽のソース



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%、たいたい70%、たまに20%、しない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、「酒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。

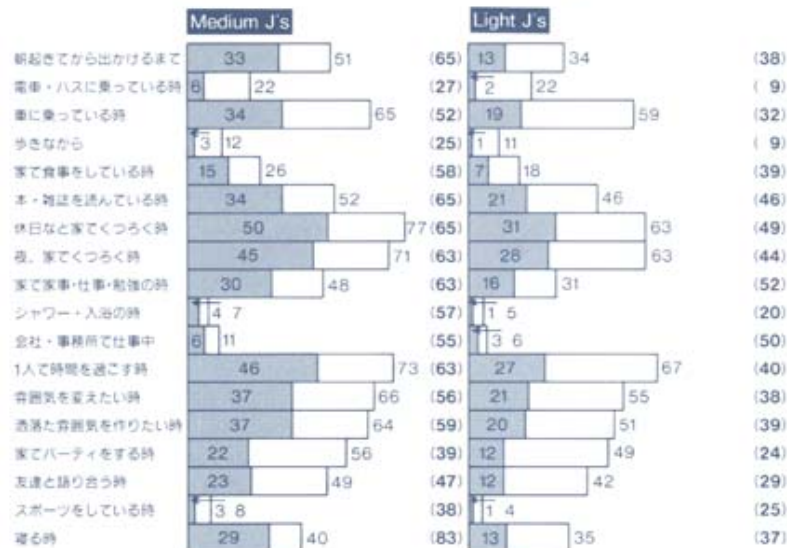
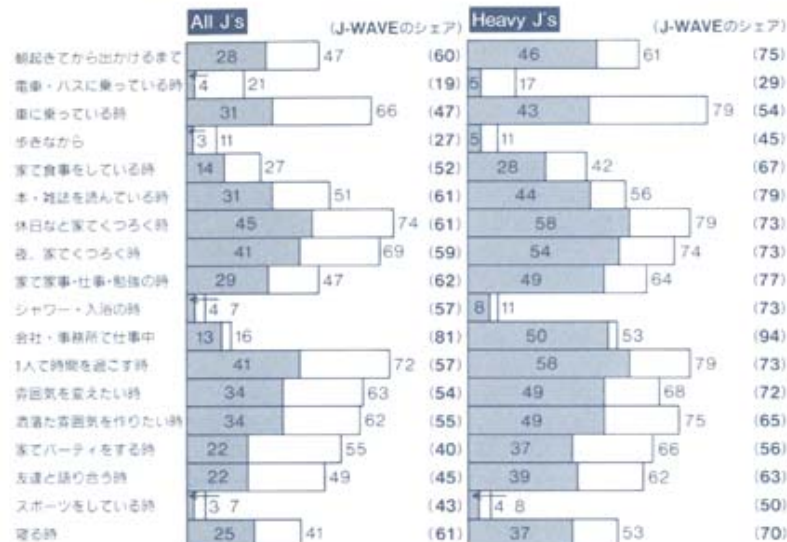
●Fig.16 生活シーンで音楽/J-WAVEを聴く割合

Heavy J's even enjoy access at the office

Heavy J'sのオフィスではJ-WAVE

J'sの中でもHeavy J'sが、生活の各シーンで流す音楽に占めるJ-WAVEのシェアがきわだって高いのは「会社・事務所・事務所で仕事」に流す時や、「家で家事・仕事・勉強の時」である。ワーキング・シーンの音楽としてJ-WAVEが目立つ。Heavy J'sにとってJ-WAVEは、なによりもまず仕事や家事、勉強などワーキング・タイムにリズムをつくり出すための音楽のソースなのである。

もちろん、J-WAVEが流れている生活シーンは、Heavy J'sの間でも仕事や家事、勉強の時よりも「休日など家でくつろぐ時」「夜、家でくつろぐ時」や「1人で時間を過ごす時」が多いが、これはMedium J'sにも共通している。ただ、Heavy J'sは、こうしたリラックスする時だけでなく、ワーキングの時もJ-WAVEを流している。



* 数値は 必ず 100% とした場合
 たいたい 70%
 たまに 20%
 しない 0%
 J-WAVEを 音楽全体
 聴く割合

● Fig.17 J-WAVEに出会うところ(All J's)



J-WAVE's accessibility around town

シティで会える。ライト・ウェイト・ミュージックステーション J-WAVE

81.3FMに自らアクセスしなくとも、J-WAVEが流れている空間で過している時間も少なくない。J-WAVEは街や店、それにたまたま乗ったクルマの中で流れている音楽でもある。

J-WAVEが流れているのに気づいたところとして、J'sの多くがあげたのが「友人のクルマの中」や「友人の家」など、友だちの生活空間に入った時がある。そして一方、「本屋・文具店」や「美容院・理髪店」など街の中のショップでも、J'sはJ-WAVEに出会っている。

こうした出会いは、実はJ-WAVEだとは気づかずにもっと頻繁に起きているのだろう。友人なら「その音楽はJ-WAVE?」と聞けるけど、ショップとなると尋ねられないことも多い。そうしたことを考えるとここに表れた数値以上に街にはもっとJ-WAVEが流されているはずである。

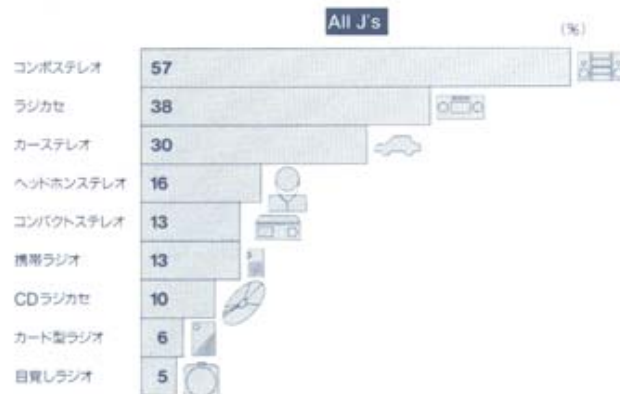
J-WAVE's wide access from audio equipment

ハードを越えたFMステーションJ-WAVE

テレビ放送をみるのは「テレビ」だけだが、ラジオ放送にアクセスするための機器は、携帯型、カード型、目覚しなどのラジオからラジカセ、コンポステレオ、それにカーステレオなど多様である。そして、この機器の多様さは、さまざまなシーンでラジオ放送は聴かれていることを示している。

J'sはコンポステレオやラジカセ、カーステレオなど様々な機器でFM放送にアクセスしている。特にHeavy J'sがFM放送にアクセスする機器は多様であり、様々な生活シーンでJ-WAVEにアクセスしていることが機器にもあらわれている。ただ、他のFM局を「最もよく聴く」人たちは、聴く局によってアクセスする機器に偏りがある。A局だとダビングできるラジカセが目立つが、B局だとアウトドアのヘッドフォンステレオやカーステレオが比較的多く、C局だと音質にこだわれるコンポステレオが中心となる。ある意味で、FM局はそれぞれの局の歴史が、ハードであるラジオ・アクセス機器の発展に規定されていると考えることができる。オーディオ機器の普及と各FM局の盛衰は密接な関係にある。だが、J-WAVEはハードを越えたFM局として誕生した。

● Fig.18 FM放送にアクセスする機器



● Fig.19 FM放送にアクセスする機器の特徴

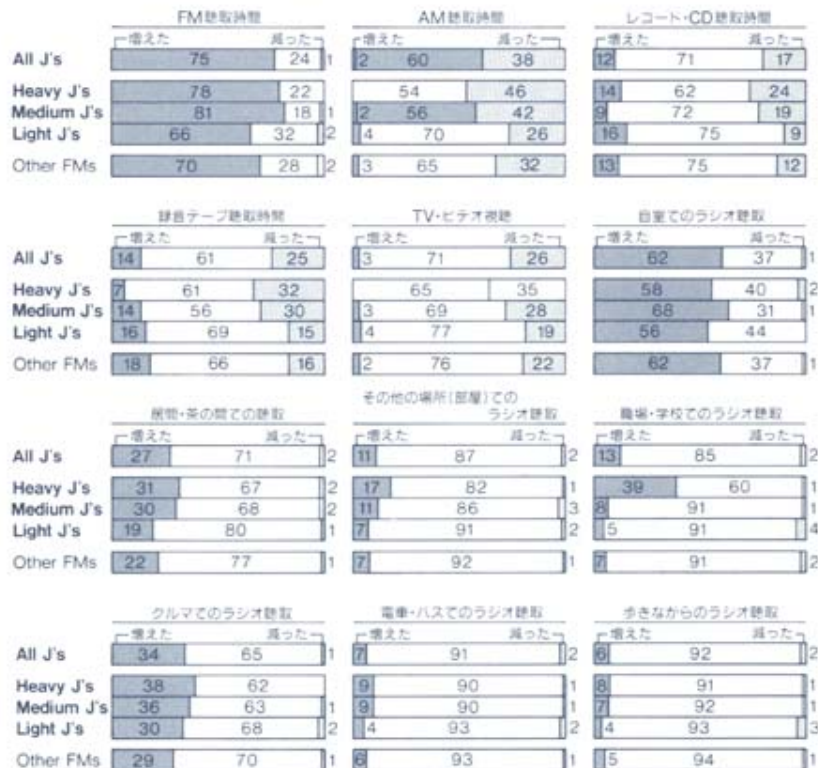
機器	Heavy J's	Other FM's (最もよく聴く局)		
		A局	B局	C局
コンポステレオ	○	—	●●	○○○
ラジカセ	○	○○○	—	●●
カーステレオ	○	●●	○	●●
ヘッドフォンステレオ	○○	○	○○	—
コンパクトステレオ	○	●	●	●
携帯ラジオ	○○	—	●	●
CDラジカセ	—	●	●	●
カード型ラジオ	—	—	●	—
目覚しラジオ	○	—	—	●

(記号の説明)
 All J'sと比べての数値
 ○○○ 10%以上プラス
 ○○ 7~9%プラス
 ○ 3~6%プラス
 — プラスマイナス2%以下
 ● 3~6%マイナス
 ●● 7~9%マイナス

J-WAVE increases FM access time

● Fig.20 J-WAVEによる生活時間の変化

J-WAVEはFMを聴く時間をアップさせた



*中間の空白部分は「変化なし」
数値：%

J-WAVEは、既成の音楽ソースを奪うのではなく、音楽を聴く時間という「パイ」を拡大することを目指し、それを実現しつつある。J-WAVEが開局し、多くのJ'sが生まれたが、J'sはFM放送を聴く時間を大幅に増やしているし、クルマの中や職場でラジオを聴く時間、自分の部屋や居間でラジオを聴く時間も増やしている。少なくともJ-WAVEはFMを聴く時間という「パイ」を飛躍的に大きくした。

ただ、J'sたちはAMやテレビに接する時間を減らしているし、録音したテープを聴く時間も減少させている。特に、Heavy J'sはAMラジオやテレビ、録音したテープの時間を減らした人たちが多い。

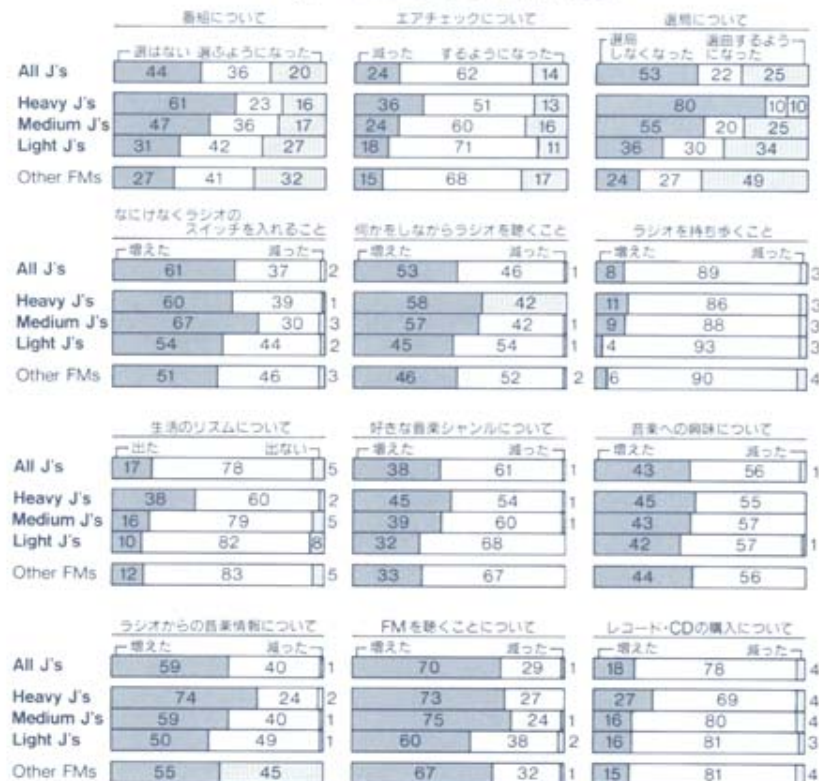
Accessing J-WAVE raises music appreciation

81.3FMにフィックスすると新しいライフスタイルが生れる

J-WAVEは、J'sの音楽と生活の間わりのイノベーションを行ないつつある。J'sは音楽やミュージシャンを考え、番組を選んでラジオにアクセスするということをしなくなり、「なにげなくラジオのスイッチを入れ」、選局することなく、番組を選ばずにラジオを流すようになっていく。特にHeavy J'sの間で、そうした生活と一体化したラジオの聴き方、音楽の流し方をすることが多くなった人たちが目立ち、また「生活にリズムがでた」という人も少なくない。生活の時間の流れと一体化して、J-WAVEを流し、生活にリズムをつくり出す—それがJ-WAVEのアクセスのスタイルなのだ。

J-WAVEは好きな音楽のジャンルを増やし、ジャンルという区分をとり払い、音楽に幅広い興味を与えるような役割も果たしている。そして、その結果、CD、レコードの購入もわずかだが増やしているといえるようだ。特にHeavy J'sは、J-WAVEによくアクセスするようになって、CD、レコードを購入することが増えた人が多い。

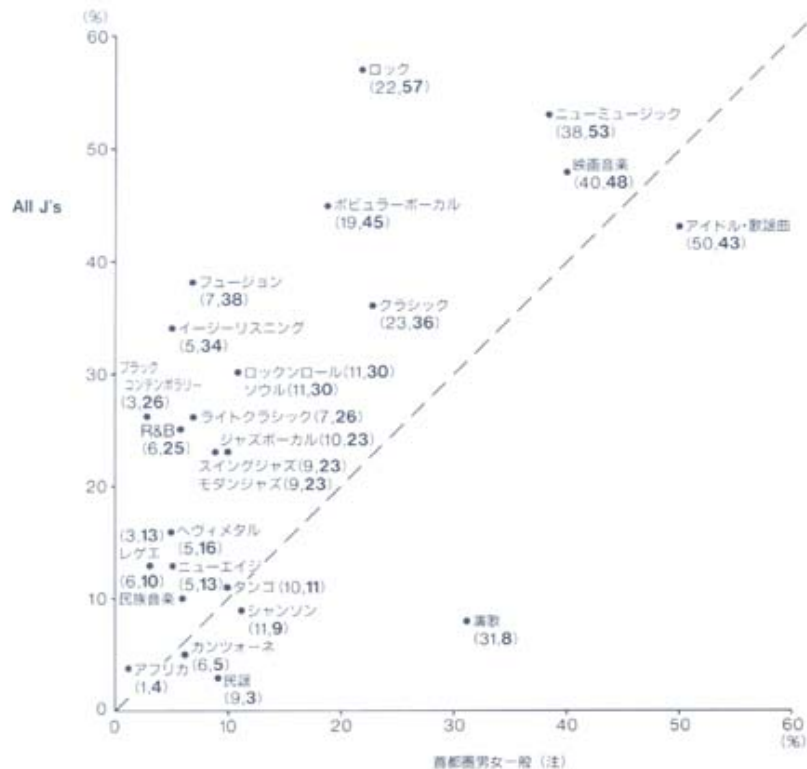
●Fig.21 J-WAVEによる音楽生活の変化



* 中間の空白部分は「変化なし」
数値：%

The broad listening tastes of J's

● Fig.22 好きな音楽ジャンル



せまくこだわらない。ハイパーミュージックジャンルのJ's

J'sは特定の音楽ジャンルにとじこもったりせず、幅広いいろいろなジャンルの音楽を好んでいる。一般の人たちと比べて、J'sたちの好む音楽ジャンルは幅広い。一般的な人たちも比較的よく好むクラシックやロック、ポピュラーボーカルを、J'sはより好んでいるし、他方、一般の人たちの間では好む人が少ないブラック・コンテンポラリーやイージーリスニング、フュージョン、R&BもJ'sの間では好む人が多い。

ただ、J'sは演歌や民謡、それにアイドル・歌謡曲となると、好む人が一般の人よりも少なくなる。こうしたジャンルを除くなら、J'sの好む音楽のジャンルはジャンルを超えている。J'sはハイパージャンルである。

(注) * 'LISTENER TARGET OF J-WAVE', Jan. 1988

Heavy J's have sophisticated listening tastes

Heavy J'sは都市型ミュージックジャンルをより好む

J'sの好む音楽は幅広い。あえて、さらにHeavy J'sと他FM局を「最もよく聴く」人との間の好みの差に着目すると次のようになる。

Heavy J'sはJ'sの平均と比べると、さらに好む音楽のジャンルが多くなる。特に、ブラック・コンテンポラリー、ポピュラーボカール、フュージョン、R&B、ソウル、レゲエ、ブラジルなどを好んでいることが目立つ。

一方、他のFM局を「最もよく聴く」人たちはそれぞれ特徴ある音楽ジャンルを好んでいる。特にC局を「最もよく聴く」人は、クラシックやイーザリスニング、それにモダンジャズやジャズボカール、スイングジャズなどのジャズ系のジャンル、ラテン、サルサ、シャンソン、タンゴなどのジャンルを好むのが特徴的。A局はニューミュージックが目立つだけだが、B局はロック、ポップス、歌謡曲を好む人が多い。

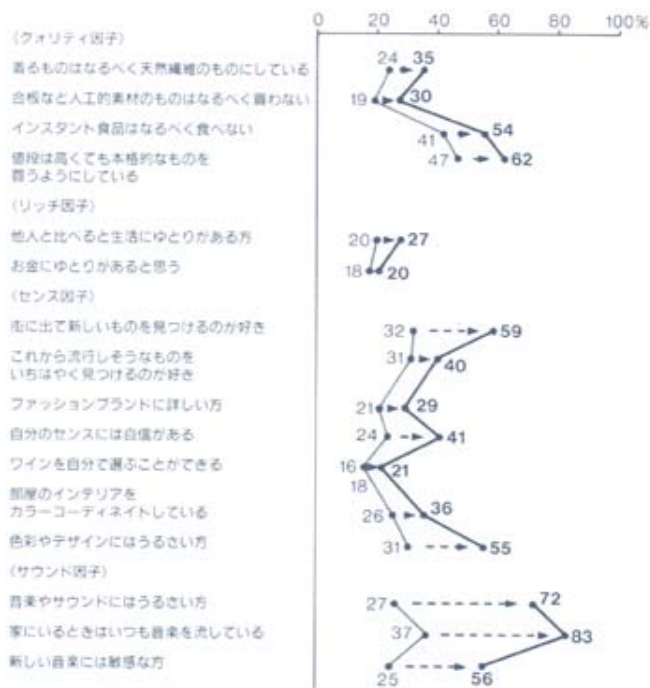
●Fig.23 好きな音楽ジャンルの特徴

	Heavy J's %	Other FMs (最もよく聴く局)		
		A局 %	B局 %	C局 %
スイングジャズ	32	18	18	39
モダンジャズ	29	15	6	40
フュージョン	49	32	13	29
ジャズボカール	25	22	25	39
ポピュラーボカール	59	28	43	42
フォーク	15	19	15	20
カントリー	14	10	6	22
ロックンロール	32	28	27	34
ロック	52	39	74	41
ヘビィメタル	12	16	24	10
ブルース	21	14	14	27
R&B	31	19	27	13
ソウル	36	28	34	21
ブラックコンテンポラリー	39	18	25	14
ファンク	19	17	12	13
ヒップホップ	8	7	7	8
レゲエ	22	17	2	13
アフリカ	8	4	2	
ブラジル	14	9	4	10
ラテン	19	7	19	32
サルサ	5			3
シャンソン	11	2	2	20
カンツォーネ	7	2	4	16
タンゴ	9	4	8	25
民族音楽	14	6	4	16
イーザリスニング	32	26	35	54
歌謡音楽	50	35	43	52
ライトクラシック	29	28	20	39
クラシック	30	35	36	70
ニューエイジ	14	23	18	12
ニューミュージック	48	63	61	34
邦ロック	23	27	26	18
タイトル・歌謡曲	35	35	43	34
演歌	3	6	1	18
民謡	1			11

J's are very selective people for quality

センスをコーディネートするJ's

●Fig.24 ライフスタイル意識



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

● 数値は非常に十ややあてはまるの合計
— 自郵番・男女一般 — All J's

1988年1月、J-WAVEは開局に向けて、首都圏男女一般を対象とした「聴取者の生活意識に関する調査」を行ない、ターゲットとすべきリスナーをそのライフスタイルから「Up Scale」とした。その「Up Scale」を定義する変数となったライフスタイルに対する意識を、ここでは実際にJ-WAVEにアクセスしているJ'sにあてはめ、比較してみる。

J'sは「首都圏の男女一般」に比べて、モノに対するクオリティ志向が高く、ファッションやデザインのセンスにも優れた人たちである。もちろんサウンドに敏感だが他方で経済的な「ゆとり」感是一般の平均に近い。J'sは経済的にきわめてめくまれているというわけではないが、クオリティを志向し、本格的なモノを求め、その上センスに優れたライフスタイルをもつ人たちである。J'sのライフスタイルはソフィスティケートされている。

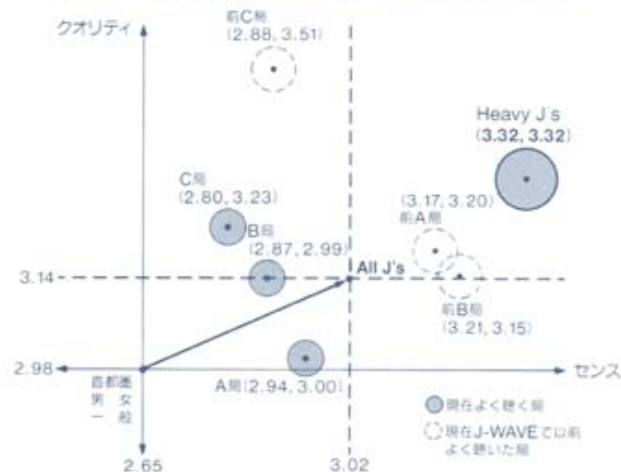
J's have sophisticated lifestyles

J'sのライフスタイルはソフィスティケート

ソフィスティケートされたJ'sのライフスタイルは、とりわけHeavy J'sで際立っている。Heavy J'sはJ'sの平均と比べて、クオリティある本格的なモノを志向する傾向が強く、さらにファッションやデザインのセンスに優れた人たちでもある。

ソフィスティケートされたライフスタイルを持つHeavy J'sは、以前は他のFM局にアクセスしていた人たちが多い。A局やB局にアクセスしていた高いセンスを持つ人たちとC局にアクセスしていたクオリティ志向を持つ人たちがJ'sになったことがうかがえる。

●Fig.25 Heavy J'sとAll J'sのライフスタイルのポジション



●Fig.26 ライフスタイル意識の特徴

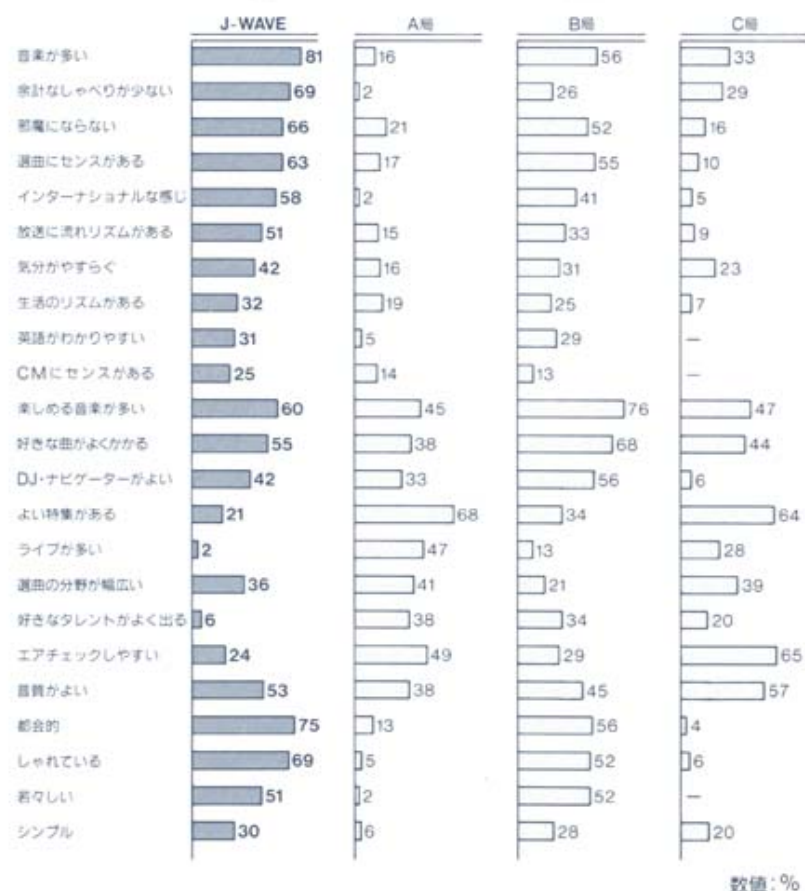
	Heavy J's	Other FM's (最もよく聴く局)		
		A局	B局	C局
(クオリティ)				
●着るものはなるべく天然繊維のものにしている	○○○	●●●	●●●	○○
●自然な人工的素材のものはなるべく買わない	○○	●	●	○○
●インスタント食品はなるべく食べない	○○○	●	●	○○
●値段は高くても本格的なものを買うようにしている	○	●	●	○
(ライフ)				
●他人と比べると生活にゆとりがある方	—	—	○	—
●お金にゆとりがあると思う	○	○	—	○
(センス)				
●街に出て新しいものを見つけるのが好き	○○	●	●	●●●
●これから流行しそうなものをいち早く見つけるのが好き	○○○	●●	●●	●●●
●ファッションブランドに詳しい方	○○○	●●	●●	●●●
●自分のセンスには自信がある	○	○○	●●	●
●ワインを自分で選ぶことができる	○	—	●●	—
●部屋のインテリアをカラーコーディネートしている	○○○	—	●●●	●●●
●色彩やデザインにはうるさい方	○○○	●●	—	●
(音楽)				
●音楽やサウンドにはうるさい方	○	—	—	○○○
●家にいるときはいつも音楽を流している	○○○	—	—	—
●新しい音楽には敏感な方	○○	●	●	●

(記号の説明)
All J'sに比べての平均値の差算
○○○ 0.30以上プラス
○○ 0.20~0.29プラス
○ 0.10~0.19プラス
— プラス・マイナス0.10未満
● 0.10~0.19マイナス
●● 0.20~0.29マイナス
●●● 0.30以上マイナス

J-WAVE's key phrase "No Frills, More Music"

これからのスタンダード。ノー・フリルズ、モア・ミュージック

●Fig.27 一番よく聴くFM局のイメージ・評価



J-WAVEをはじめ、各FM局をよく聴く人たちは、自分がよく聴く局に、それぞれ固有の評価をし、固有のイメージを持っている。それぞれの局の個性を見きわめて、自分が最もよく聴く局を決めていると言えるようだ。

J-WAVEは「余計なしゃべりが少なく」「音楽が多い」「放送に流れリズムがある」という特性が評価されているし、こうした「ノー・フリルズ、モア・ミュージック」というJ-WAVEの編成は、「気分が安らぐ」と同時に「生活にリズム」があると評価され受け容れられている。また「CMにセンスがある」という評価もJ-WAVEが高い。

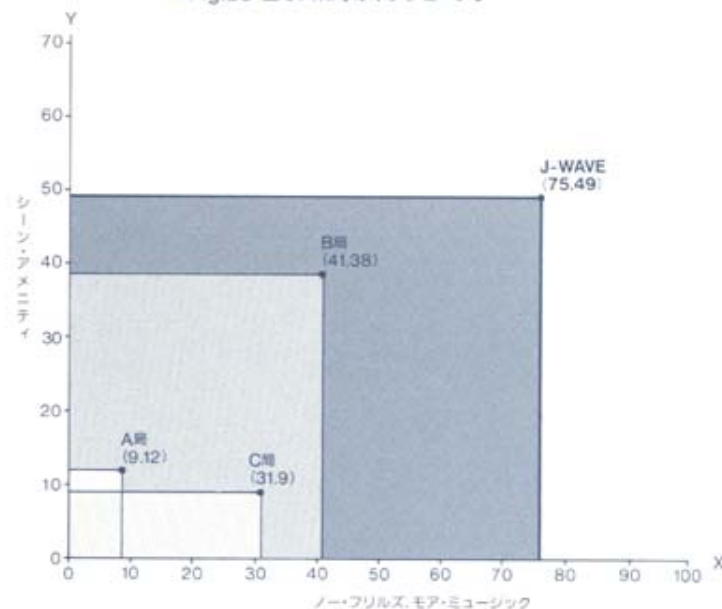
他方B局は、よく聴く人たちに「楽しめる音楽が多い」「好きな曲がよくかかる」「DJ・ナビゲーターがよい」という評価がされている。個々の人と個別の音楽が評価される。A局は「よい特集がある」「ライブが多い」「好きなタレントがよく出る」など特定の番組が評価され、C局は「エアチェックがしやすい」と評価されている。番組を越えて流れが評価されるJ-WAVEと比べて、他のFM局は番組が個別・独立したパッケージとなっていることが評価されていると言える。

J-WAVE enhances your environmental space

シーンアメニティの装置＝J-WAVE

J-WAVEは「ノー・フリズ、モア・ミュージック」という編成により、リスナーの生活のさまざまな局面の流れにリズムを与えることを目指してきた。エアコンが空気をコンディショニングするなら、J-WAVEは生活の時間の流れとさまざまなシーンをコンディショニングする。エアコンが温度や湿度によって物理的な快適性を向上させるなら、J-WAVEは音楽によって、気分の快適性を向上させる。それをシーン・アメニティと呼ぶ。J-WAVEは「ノー・フリズ、モア・ミュージック」と「シーン・アメニティ」で形成される平面を無限に拡大してゆくだろうし、それがJ'sやこれからJ'sになる多くの人たちの欲求に応えることになるはずである。

●Fig.28 主なFM局のポジショニング



(軸の説明) X: ノー・フリズ、モア・ミュージックは「余計なおしゃべりが少ない」「音楽が多い」の平均。
Y: シーン・アメニティ「生活のリズムがある」「放送の流れリズムがある」「選曲にセンスがある」の平均。

Thanks
all JS

DATE OF ISSUE • March 1989
PUBLISHER • J-WAVE/FM JAPAN PROGRAMMING DEPT.
RESEARCH & ANALYSIS • Nippon Marketing Systems, Inc.
ART DIRECTION • HIRO & Associates, Inc.
DESIGN • Verde, Inc.
PUBLISHING • J-WAVE/FM JAPAN, LTD.

J 81.3FM
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