

ラジオ新時代が到来、今までにないラジオの楽しみ方を提案

「番組検索機能」、「コンテンツクリップ機能」、「オンエア曲購入機能」を加え『radiko.jp』を全面リニューアル

WEBサイトは4/1(月)より、スマートフォンアプリは4/8(月)より対応開始

パソコンやスマートフォンでラジオが聴けるIPサイマルラジオサービスを提供する、株式会社radiko(代表取締役社長:井出 勝久、所在地:東京都港区新橋)は、『radiko.jp』に新しく「番組検索機能」、「コンテンツクリップ機能」、「オンエア曲購入機能」を加え、全面リニューアルを行います。『radiko.jp』サイト(<http://radiko.jp/>)では、4月1日(月)より、スマートフォンアプリでは4月8日(月)より、リニューアル対応を開始します。従来のラジオ聴取に加え、今までにないラジオの楽しみ方を提案します。

現在、スマートフォンの普及で若年層を含む新しいラジオリスナーが増加しています。今回のリニューアルはラジオに馴染みの薄い方に対して、より使いやすいインターフェースを提供し、ラジオファンの定着を促進することを目的としています。

リニューアルを行うにあたって、『radiko.jp』でしかできないラジオ体験」をコンセプトに置き、デザイン性はもちろんのこと、ユーザーエクスペリエンス(個別の機能や使いやすさのみならず、ユーザーが求めることを楽しく、心地よく実現できているかどうかを重視した視点)に配慮した設計としました。聴取可能局の一日分の番組スケジュールを一画面で閲覧可能にしている点が以前と異なる大きな特徴です。リニューアルに伴い、加わる新機能の詳細は以下のとおりです。

1. 番組検索機能

番組名・出演者名等のキーワードを入力することで、ユーザーの好みの番組をすぐに見つけることが可能になります。ユーザーは趣味・嗜好に合った番組の発見、選択がこれまでよりもはるかに容易となります。

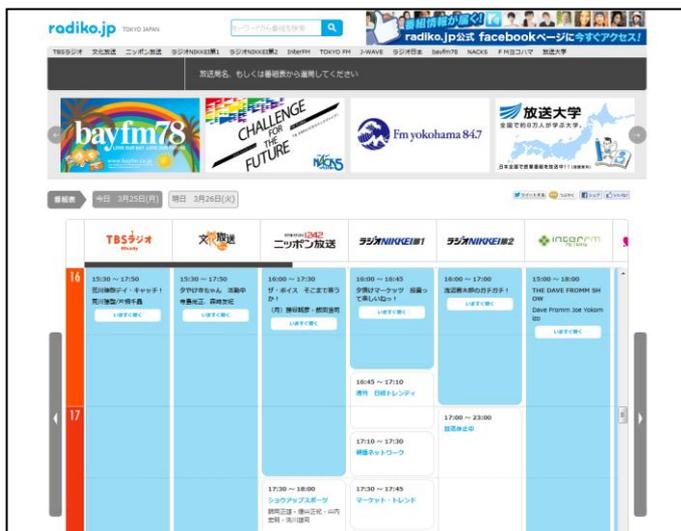
2. コンテンツクリップ機能(スマートフォンアプリのみ対応)

ユーザーがお気に入りの番組や番組で流れた楽曲をクリップ(自分専用ボックスに番組名や楽曲名を保存)し、お気に入りの一覧を表示することができます。クリップすることで、自動的に“プッシュ通知”(番組の開始直前にお知らせが届く機能)が起動し、お気に入りの番組の聴き逃しを防ぐことができます。

3. オンエア曲購入機能

番組で流れた楽曲をその場で購入できる機能です。改めて楽曲を検索する時間や手間を省きます。

今回のリニューアルを通過点として、今後もユーザーからの意見をもとにしながら、“使いやすさ”に配慮したインターフェースを追求し続けていきます。



WEB サイト版
トップページ画像



スマートフォンアプリ版
番組表画像

また株式会社 radiko はヤフー株式会社と協力して、共同スマートフォンキャンペーン第2弾として、4月8日(月)から4月21日(日)までの間、新生活を迎える人々をターゲットに、キャンペーンサイト『キメゾー おすすめキメアプリ7選』を実施します。『radiko.jp』のテレビCMにも登場するキメゾーが、新生活、新スマートフォンユーザーをターゲットにおすすめのスマートフォンアプリを7つ紹介するほか、書き下ろしのキメゾー4コマ漫画、さらに無料通話・無料メールアプリ「カカオトーク」で無料キメゾースタンプのプレゼント等を実施します。

今後も、ラジオの「聴取機会の拡大」や「難聴取の解消」を目的とした『radiko.jp』は、参加社である民放ラジオ68局および放送大学とともに、情報過多の中で、言葉、音楽、スポーツの感動を通して、人の心を動かし、想像力をかき立てる音声メディア(=ラジオ)の存在意義をより高めるために、聴取環境を整え、ネットとの連携によって、新しいラジオの楽しみ方を提案し、radiko.jpユーザー(=ラジオリスナー)を拡大し、ラジオの媒体価値の向上を目指します。

<参考情報>

■BS デジタル放送にて新しいテレビCMの放送を開始

株式会社 radiko では新しくテレビCMを制作し、3月22日(金)よりBSデジタル放送(BS日テレ、BS朝日、BS-TBS、BSジャパン、BSフジ、TwellV)にて放送を開始しています。テレビCMには、現在特設サイト(<http://radiko.jp/kimezo/pc/>)でコラボレーションしている、4コマ漫画『キメゾーの決まり文句じゃキマらねえ。』(R25で連載中)の主人公“キメゾー”が登場。2012年11月にキメゾーが勝手に“宣伝係長”に就任する形でコラボ企画がスタート。今回のテレビCMは、キメゾーのオリジナル応援歌「勝手にラジコ応援歌」全6曲の中から、「ra ra ra radiko.jp」をアレンジした映像です。動画サイト YouTube(<http://www.youtube.com/watch?v=sCgKZuysDSY>)でもCM映像を見ることが可能です。



【新CM画像】

<参考資料>

『radiko.jp』ユーザーの特徴や変化について

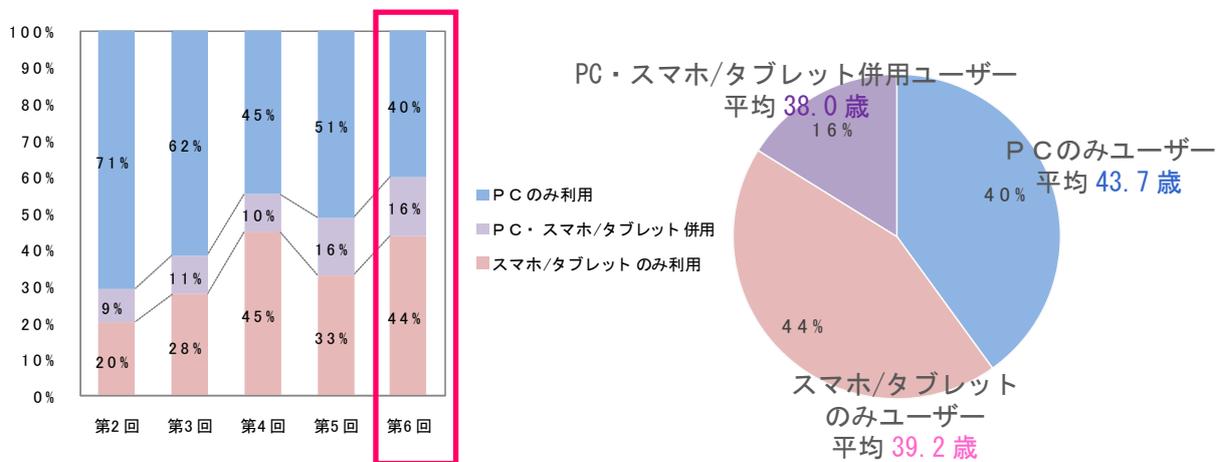
『radiko.jp』ユーザーを対象に、定期的に行っている全6回のアンケート調査から読みとれる特徴や変化として以下の内容が挙げられます。

- ①スマートフォンユーザーの割合がPCユーザーの割合を初めて上回った
- ②若年層(10代)のユーザー割合が増加傾向、女性の割合も増加
- ③若年層(10代)は全体と比べて、PCよりスマートフォンでの『radiko.jp』利用割合の高さが顕著
- ④若年層(10代、特に女性)に顕著な聴取スタイルは特定の番組を習慣的に聴取する“目的型聴取”

【①スマートフォンユーザーの割合がPCユーザーの割合を初めて上回った】

第6回調査では、『radiko.jp』聴取の際、PCのみを使用するユーザーが40%に対して、スマートフォン(タブレット含む)のみを使用するユーザーが44%となり第1回調査実施以来、初めて上回った。スマートフォンの普及とともに、『radiko.jp』ユーザーの聴取機器もスマートフォンにシフトしているといえる。

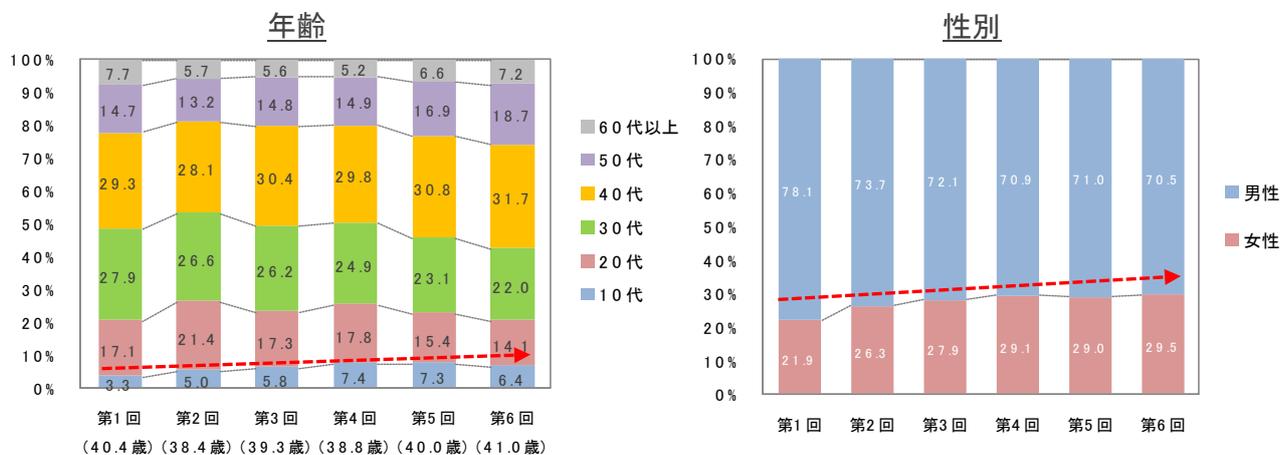
『radiko.jp』聴取機器



※第6回『radiko.jp』ユーザーアンケート調査より

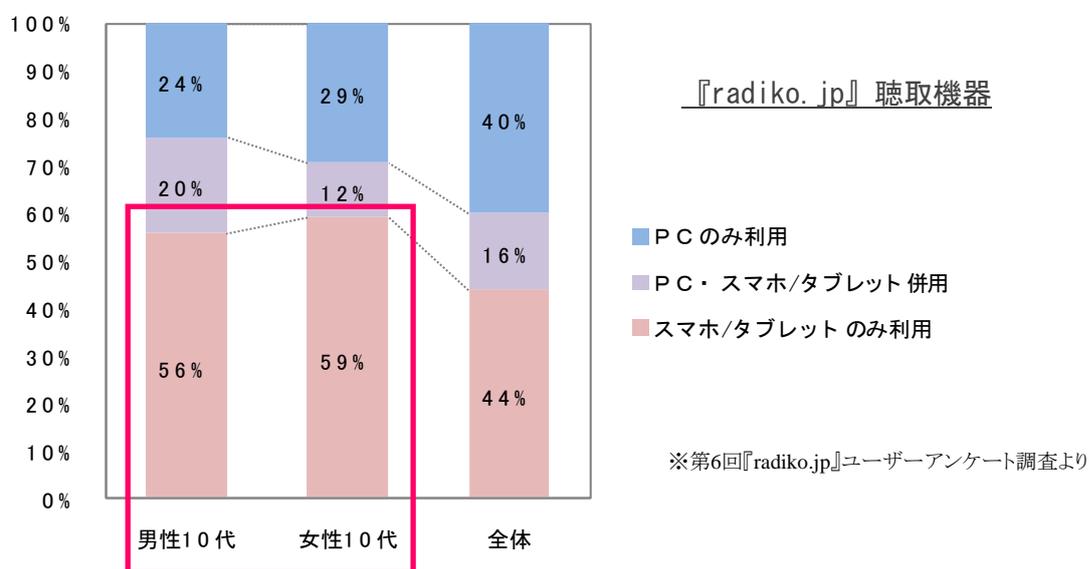
【②若年層(10代)のユーザー割合が増加傾向、女性の割合も増加】

第1回から比較するとユーザーの中で10代の割合が3.3%から6.4%へ、女性が占める割合は21.9%から29.5%へ徐々にではあるが増加傾向にある。

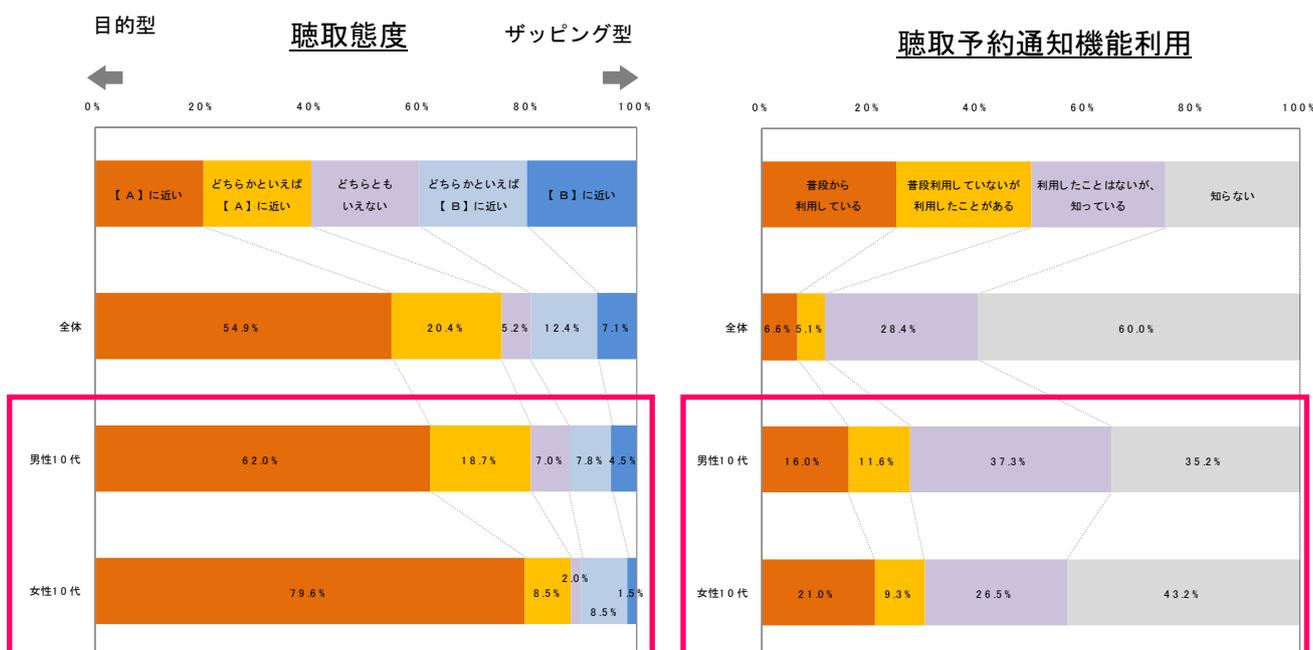


【③若年層(10代)は全体と比べて、PCよりスマートフォンでの『radiko.jp』利用割合の高さが顕著】

全年代の中でスマートフォン(タブレット含む)のみを利用しているユーザーが44%であるが、男性10代は56%、女性10代は59%と若年層ではスマートフォンを利用した聴取傾向が高い。『radiko.jp』を聴取する際、より手軽なスマートフォンによる聴取方法が若年層の中で主となっている。



【④若年層(10代、特に女性)に顕著な聴取スタイルは特定の番組を習慣的に聴取する“目的型聴取”】
 全体では特定の番組を習慣的に聴取する方が54.9%なのに対し、10代男性は62.0%、10代女性は79.6%と傾向が強まっている。加えて、番組の開始直前にお知らせが届く“聴取予約通知機能”(スマートフォンアプリのみ対応)を普段から利用している10代男性は16.0%、10代女性は21.0%となり、全体の6.6%と比べて目的型聴取傾向がより顕著に表れている。



- 【A】:好きな番組のOAの時にradiko.jpを立ち上げて、特定の番組を習慣的に聴取している
- 【B】:手持ちぶさたの時に何となくradiko.jpを立ち上げて、ザッピングしながらその中で気に入った番組を聴取する

※第6回『radiko.jp』ユーザーアンケート調査より

(ユーザーアンケート調査概要について)

- 【実施機関】 株式会社ビデオリサーチ
- 【目的】 『radiko.jp』ユーザーの聴取状況やユーザープロフィールの把握
- 【方法】 『radiko.jp』サイト、iPhone アプリおよび Android アプリ上のバナー掲出によるオープンアンケート形式

- ※第1回調査は2010年4月12日(月)～4月25日(日)に実施、22,075sample 回収
- ※第2回調査は2010年10月22日(金)～10月31日(日)に実施、9,377sample 回収
- ※第3回調査は2011年5月9日(月)～5月18日(水)に実施、16,707sample 回収
- ※第4回調査は2011年12月2日(金)～12月10日(土)に実施、23,394sample 回収
- ※第5回調査は2012年5月7日(月)～5月15日(火)に実施、15,564sample 回収
- ※第6回調査は2012年12月10日(月)～12月24日(月)に実施、21,106sample 回収