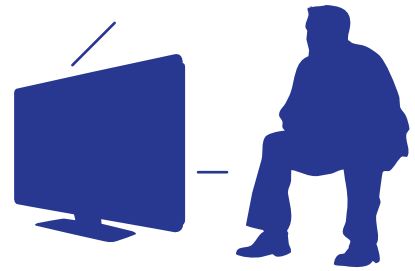


## 「幅広いターゲットで認知度を高める」

**テ**レビCMは広告媒体の中で、影響力の高い媒体です。テレビ媒体のCMの利点は、年齢層、性別にかかわらず、どのような層でも原則的にカバーできる事です。

PR訴求する時間帯を生活パターンに合わせることで、ターゲットを細分化でき、また出稿時期も短時間に集中して広告投下できるので早期の広告認知獲得が可能です。

テレビCMは生活に密着した信頼性の高い媒体であることから、出稿することによって、企業に対するメジャー感や信頼感、商品ブランドイメージが獲得できます。



### [TVCMの種類]

テレビCMは、広告主が提供している番組の間に流す[タイム]と、番組と番組の間に流される[スポット]の主に2種類に分けられます。

#### [タイム]

- CM秒数 | 30秒が基本
- 出稿について
- [出稿期間] 3ヶ月(1クール)を基本として、2クール(6ヶ月)購入。  
※期間は調整可能。
  - [出稿エリア] 番組により全国ネット枠とローカル枠がある  
※全国ネット枠→TV局ネットワークを通じて、全国に出稿可能。  
※ローカル枠→1局(主に地元向け)だけに投稿提供できる枠
  - [出稿パターン] 同曜日・同時間の「箱番組」、一週間時間帯のベルト番組等がある

#### POINT [タイム]は長期で信頼感を高める

提供番組のイメージと質的評価に広告主の印象が結びつき、企業の良質イメージ形成、信頼感、信用性など持たせることができる。

#### [スポット]

- CM秒数 | 15秒が基本
- 出稿について
- [出稿期間] 自由に設定可能
  - [出稿エリア] 各テレビ局単位
  - [出稿種別] 別番組間のSB(ステーションブレイク)、番組内のPT(パーティシペイティング)がある。
  - [出稿パターン] 出向期間と予算を設定して、さらにターゲットとする客層を考慮して、曜日と時間帯を設定した「絵柄パターン」を指定して出稿します。

#### POINT [スポット]は短気集中で認知度UP

広告展開、企画、販促計画に合わせて使用可能(イベント、新商品PR)。出稿期間を短期に集中すれば、広告の認知を一気に獲得する事も。

### [テレビ/フリースポット]

番組や時間帯は指定せずに、一定期間内に指定した本数を放送する契約です。

#### メリット

1本あたりの単価が安く設定され、CM本数を多めに放送できるメリットがあります。短期での告知・PRに向いています。

#### デメリット

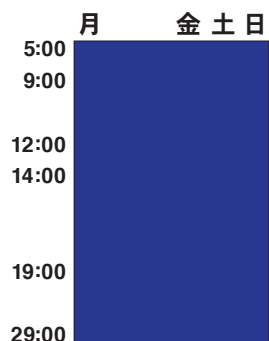
フリースポットでの時間枠取りは、TV局へ一任となり指定はできません。そのため、朝の早い時間帯、夜の遅い時間帯に放映が偏り気味になってしまうことがあります。

#### POINT [フリースポット]は幅広い年代に伝えられる

近年の生活スタイルを考えてみても、朝早くから深夜までテレビを見ている人は数多いと思われます。時間枠取りはTV局へ一任となりますが本数を多くして朝・昼・夜に放映する事で、20代後半~40代の仕事勤めの方や主婦層、若い世代から年配層まで、幅広く広告到達ができる要素も考慮できます。

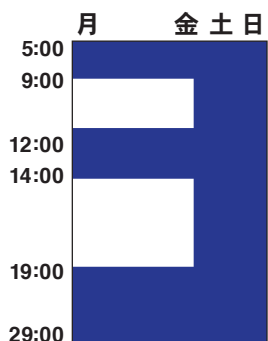
## [ スポットCMの絵柄について ]

「絵柄」とは1週間の放送予定の「どの曜日」、「どの時間帯」に広告をいれたいのかを示す露出パターンをわかりやすくした絵のことです。人気のある時間帯に絞ると予算コストが高くなり、比較的視聴率の低い時間帯を含めた絵柄になると、予算コストが安くなります。



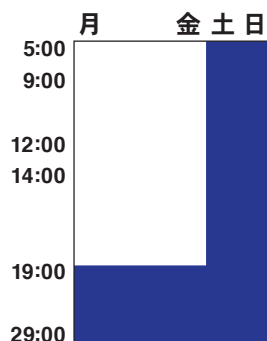
### 全日型

月～日曜日の朝か深夜まで。主婦、高齢者など、全時間帯全曜日を見る層向け。**コストは最安。**



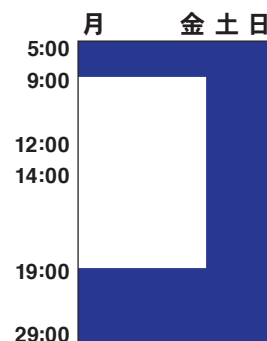
### ヨの字型

平日の朝・昼・夜から深夜、および土日の全日。朝と昼にテレビを見る、若年女性層向け。**全日についてコストが安い。**



### 逆L型

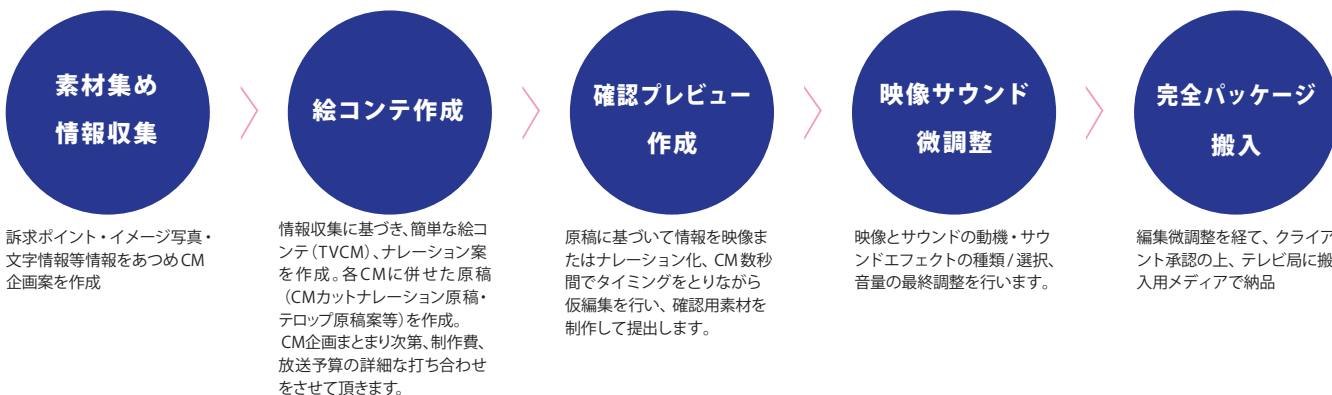
平日の夜から深夜、土日の全日。成人男女または男性有職者向け。コの子よりも若い層。**コストは最も高い。**



### コ字型

平日の朝・夜から深夜、土日の全日。成人男女、または男性有職者向け。比較的高年齢層。**逆L字についてコストが高い。**

## [ 制作のながれ ]



## 「沖縄はラジオの聴取率が高く、独自の宣伝効果が期待できる」

テレビ・新聞・雑誌・インターネットと比べてラジオには、こんな**メリット**が!!

- ①ラジオの普及率は非常に高く、基本的に聴取は無料。車を運転中にも接触できるメディアです。
- ②未確認情報が入り乱れるインターネットと違い、ラジオはテレビ同様に国が認める免許事業ですから、信頼性があります。
- ③ラジオは生番組が多い為、速報性に優れています。
- ④停電になると視聴できなくなるテレビと違い、ラジオは乾電池があれば聴く事ができます。  
災害発生時のライフラインの情報入手については唯一の情報源となります。
- ⑤ラジオのリスナー層は他の媒体と違い、時間帯・場所によって異なりますので、ラジオ独自の宣伝効果が期待できます。



### [ 広告媒体としてのラジオのメリット ]

・「車の中で聞かれる事が多い」・「習慣性が高い」・「仕事をしながら聞かれる事が多い」・「繰り返して聞いてもらえる」

このように広告媒体としてラジオは、テレビ・新聞・雑誌・インターネットと比べても遜色がなく、その独自性も見て取れます。

※日本ラジオ広告推進機構(RABJ)による広告主様対象としたアンケートより。

### [ ラジオの種類 ]

#### [ タイム ]

(主にコーナー・番組提供)

番組まるごと、または、番組内のコーナーを広告主として提供できます。番組提供という高いステータスと、番組内容の両方から強力な後押しを受け、タイム提供の広告主とその広告商品は、より良質なイメージで聴取層に浸透して行きます。

#### [ スポット ]

番組間、または番組内に流れるCM。  
放送する期間、時間、回数を個別に設定する事が可能です。

**POINT** タイムCMは「企業イメージの浸透等」に、スポットCMは「商品の販売促進、サービス・イベントの知名度アップ等」にむいています。広告内容・目的に応じてCMの使い分けが可能です。

#### ●長さとは?

20秒・40秒・60秒などが基本です。PRしたい内容、放送したい時間によりお選び下さい。

#### ●CMはどうやって制作するの?

PRしたい内容・情報などを元に、打ち合わせをさせていただきながら、キャッチーなCMナレーションコメントとしてまとめます。また、専門ナレーターやラジオ局アナウンサーなどをキャスティング!!BGM構成など企画立案して制作していきます。ご希望があれば直接スタジオで制作作業の立ち合いもできます。

#### ●料金は?

時間・秒数によって異なります。詳しくは**直接お問い合わせ下さい**。

### [ 制作のながれ ]

打ち合わせ  
情報収集

お客様のCM目的をお聞かせ下さい。商品やサービス、企業・店舗情報、訴求ポイント、ラジオCMを放送してどのような結果を得たいのか、お客様の目的を確認させていただきます。

ご提案・決定

打合せでヒアリングした内容を文書化して、CMプランをご提案します。ここでCMの詳細やコピー等を決定します。おおまかなご予算がわかれば、より具体的なCMプランニングが可能です。

制作・微調整

スタジオにて収録を行います。ご希望に合わせて、弊社担当と一緒に制作作業立ち合いもできますので、お気軽にご相談ください。サウンド動機、SEの種類/選択、音量などの最終調整を行います。

搬入・放送

編集微調整を経て、お客様承認の上、ラジオ局へ搬入用メディアを納品します。お客様のご要望に沿った内容でCMが放送されます。