

報道各位

【TikTok×ラジオの融合で潜在層から一気にファン化！】 TOKYO FM × studio15 が協業し、広告パッケージをスタート 第1弾は SNS 総再生回数約 4 億回のショートドラマと、 14 期連続で在京ラジオ聴取率 No.1 を誇る TOKYO FM の連動

株式会社エフエム東京(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:黒坂 修、以下「TOKYO FM」)は、TikTok を中心としたショートムービー(短尺動画)領域で広告代理事業・プロダクション事業を展開する studio15 株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役:岩佐 琢磨、以下「studio15」)と協業し、新たな広告パッケージを 2024 年 9 月 12 日(木)より販売開始します。



■協業の背景

TOKYO FM と studio15、それぞれの強みをかけ合わせることで、相乗効果により社会に新たな価値を提供できるという考えから、今回の協業が実現しました。

TOKYO FM は、2020 年の開局 50 周年を機にデジタル領域への拡大を加速しています。

一方、studio15 は 300 社以上の TikTok マーケティングを支援し、深いユーザー関係を築く新たな方法を模索してきました。両社の強みを融合させることで、社会に新たな価値を提供できると確信し、この協業が実現しました。今回は第1弾として、ラジオ CM とショートドラマが連動した広告パッケージを展開します。映像と音声、それぞれの特性を連携させることで、潜在層へのリーチから、コアファン化まで一気通貫したプロモーションが可能となるコンテンツマーケティングプランを、ぜひご活用ください。



■協業パッケージ第1弾概要

【内容】

ラジオ番組/CMとTikTokショートドラマが連動した広告パッケージ

【TikTok ショートドラマのメリット】

- 拡散力が強く潜在層へリーチしやすい
- データによるインサイトの可視化が可能
- 押し売り感が弱く、視聴完了率が高い

【ラジオ番組/CMのメリット】

- 仲間意識やコミュニティが芽生えやすく、コアファン化がしやすい
- 聴覚への集中的な訴求で記憶に残りやすい
- 固定ファンが多く、購買力が強い

【パッケージプランならではのメリット】

- 潜在層へのリーチからコアファン化まで一気通貫したプロモーションが可能
- 可視化しづらいラジオCMの最適化の検証
- 両媒体の層への総合的なリーチが可能



【お申し込み・お問い合わせ】

広告プランへのお問い合わせ、お申込み: TOKYO FM デジタルコンテンツ部担当 宮崎 kanji@tfm.co.jp

■「ドラマみたいだ」とは？



「ドラマみたいだ」は studio15 が企画・制作・編集・運営全てを行い、TikTok アカウントを中心に YouTube・Instagram でも展開している人気ショートドラマです。

トレンドのショートドラマに特化したクリエイティブな動画は人気を集め、開設から約1年7ヶ月経った2024年9月現在では TikTok と YouTube 合計で約4億回以上再生されています。

TikTok アカウント: <https://www.tiktok.com/@doramamitaida01>

YouTube アカウント: <https://www.youtube.com/channel/UCuSeDyD0KjUX6rMoFVnviCQ>

Instagram アカウント: <https://www.instagram.com/doramamitaida01>

X アカウント: https://twitter.com/doramamitaida_

■studio15 会社概要

studio15 では TikTok を中心としたショートムービー（短尺動画）領域で広告代理事業・プロダクション（事務所）事業を展開しています。

所在地: 〒150-6221 東京都渋谷区桜丘町 1 番 1 号 渋谷サクラステージ SHIBUYA タワー21 階

代表者: 代表取締役 岩佐 琢磨

会社 URL: <https://studio15.co.jp/>