

放送事業概要

放送局名	CBCラジオ
本社所在地	愛知県名古屋市中区新栄1-2-8
開局日	1951年（昭和26年）9月1日 ※日本の民間放送局では初の開局
コールサイン	JOAR
周波数	FM 93.7MHz/AM 1053kHz
サービスエリア	中京広域圏 ※愛知県・岐阜県・三重県の各区域を併せた区域

\トークって、近い。/
CBCラジオ

当社コーポレートメッセージ

93.7 **FM** **AM** **1053**
MHz kHz

周波数の周知用ロゴ

当事業の特徴

① 日本で最初の民間放送局

※昨年開局70周年を迎え「初音ミク」を公式イメージキャラクターにキャンペーンを展開しました。

② 日中は中高年、夜帯は若者向けのトーク主体の放送

※自社制作率は80%超え。オンデマンドのニーズが高めで、中京圏でradikoタイムフリーのアクセス数が最も多い放送局です。

③ プロ野球シーズンのメインコンテンツはドラゴンズ戦

④ 番組の有料イベント開催に積極的

⑤ テキストメディア「RadiChubu（ラジチューブ）」

※スマートニュース、LINE NEWSなどと連携しており、2021年度の平均PV数は260万/月です。

ラジオ業界の動向

2010年 radikoサービス開始

※スマートフォンのアプリに「ラジオ」を乗せた。エリア内は無料

2013年 radikoエリアフリー開始

※月額385円（税込）で全国のラジオが聴き放題のサブスクリプション

2015年 AM局のワイドFM化開始

※マンションなど鉄筋の建物で受信できないAM放送をFMで補完放送

2016年 radikoタイムフリー開始

※放送後1週間以内の番組を聴ける。エリアフリーとの組み合わせも可能

ラジオ業界の苦境

① 広告費は1990年にピーク、以降はゆるやかに下落。

※2004年にネット広告に抜かれる

② 2020年度のラジオ広告費は前年比84.6%に下落

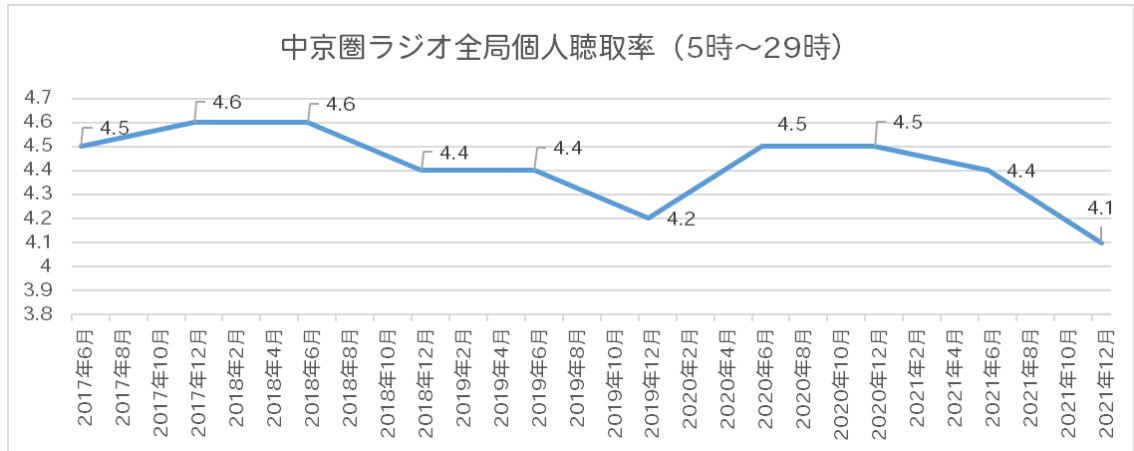
※電通「日本の広告費」より

※コロナ禍の影響によるイベント中止、流通やレジャーなどの出稿減

③ 聴取率が年々低迷。

※2020年は新型コロナ禍のステイホームで
若干持ち直したものの再び下降。

※中京圏では2021年12月度調査で全局個人聴取率が過去最低に。



ビデオリサーチ調べ

CBCラジオの強みと弱点

- 音楽が主体のFM局に対し、パーソナリティのトークが主体のため、**radikoではタイムフリーで聴かれる番組が多いのが特徴です。**
- 『北野誠のズバリ』（平日13時）、向井慧（パンサー）が担当する『#むかひの喋り方』（火曜日22時）は、**リアルタイム聴取よりもタイムフリーの方が聴かれています。**

→聴取率調査対象はラジオ・radiko問わずリアルタイム聴取のため、**営業的に効果が見えにくい。**

- 『#むかひの喋り方』や土曜23～24時台の**声優番組**などエリアフリーで強い、つまり**他エリアから聴かれる番組が多い。**

→ローカルセールス上は「エリアで聴かれないと意味がない」など**訴求力に結びつきにくい。**

CBCラジオの営業状況

【時間帯について】

ラジオは聴取率の高い、朝から夕方番組が売上の大半を占めています。

リスナーは40代～高齢者が中心で、その世代に届けたいスポンサーを中心にセールスを模索せざるを得ない状況です。

夜帯には若者向け番組もありますが、日中ほどの聴取率はなくセールスが成立しづらい状況にあり、CBCラジオでは番組イベントを通じたマネタイズを推進しています。

【現在のセールストレンド】

営業は番組内でのスポット、タイムを中心にセールスしてきましたが、単純な施策では簡単に出稿してもらえないのが現状で、スポンサーオリジナルのコーナーを作ったり、番組と連動したスポンサーイベントをセールスし、その告知料としてCM出稿をもらったりと、手の込んだ企画が増えています。

売上が確保できる反面、相当な手間がかかり、全体の売り上げがダウントレンドにあっても営業部員のマンパワーはどうしても必要となります。

【ショッピングCM】

ここ10年以上はショッピングのセールスがラジオの売上を支えています。

パーソナリティの絶大な信用力を活かして、番組内で商品を紹介する企画ですが“見えない”にも関わらず“売れる”ため、費用対効果でラジオを選ぶスポンサーも多く存在します。

リスナーの世代上昇や聴取率低下の影響で反応も下がってきておりますが、ショッピング関連の売り上げが現在のローカルラジオ局を支えていると言っても過言ではありません。

【コロナ禍でのトレンド】

コロナ禍により、オンラインイベントや動画制作などをラジオとセットにした企画などもセールスしています。

【スポンサード箱番組の課題】

15分や30分といった箱番組（事前収録番組）のセールスも行っています。

スポンサー自らが出演する番組や、ショッピングのミニ番組のニーズは多く、タイムテーブル上にも複数の番組が存在します。

売上が上がる反面、スポンサー色の強い番組の影響で聴取率をさらに下げる可能性もあり、売上と聴取率のジレンマを常に抱えている状況です。

当社制作の人気番組

●平日ワイド番組



多田しげおの
気分爽快!!
～朝からP・O・N～



つボイノリオの
聞けば聞くほど



北野誠のズバリ



ドラ魂キング

●エンタメ (アイドル・お笑い) 番組



AKB48 Team 8
今夜は帰りたい



SKE48 なるべく
しゃべりたい



らじお女子
「ラジオに恋して」



BOYS AND MEN
栄第七学園男組



#むかひの喋り方



酒井直斗のラジノート



モーニング娘。'22
牧野真莉愛のまりあん
LOVEりんです



推シマシ



MIX YOUTH RADIO



ふぉ～ゆ～の
ぴたラジ!

●ドラゴンズ



CBC
ドラゴンズナイター



ドラ魂ナイト



若狭敬一のスポ音

●サブカルチャー



RADIO MIKU



神谷明・日高のり子の
TALK!×3



河西健吾 天崎滉平
天河一品



白井悠介・寺島惇太
BOYS BAR [S]



中島ヨシキの
フブラジ



亜咲花 Animetick
Night