



MEDIA GUIDE

2019

TBSラジオ
FM90.5 + AM954

I.ラジオの移り変わり

ラジオの聴き方が変わってきています

ラジオ年表	P3
radiko	P4
ワイドFM	P5
ラジオクラウド	P6
スマートスピーカー	P7
ネットでコンテンツが拡散	P8
新しいラジオ社会	P9

III.TBSラジオの特徴

TBSラジオ日本で最も聴かれているラジオ局です

ラジオ業界でNO.1の聴取率！	P19
週に約519万人がTBSラジオを聴取	P20
TBSラジオの幅広いリスナー層	P21
ターゲティングできるメディア	P22・23
TBSラジオはイベントに強い	P24
TBSラジオはコンテンツのよさが強み	P25

II.ラジオメディアの特徴

ラジオは聴かれています	P11
ながら接触しやすいメディア	P12
ラジオはこんな所で聴かれています	P13
ラジオとデジタルデバイスとの親和性	P14
ラジオCMは印象に残ります	P15
ラジオCMの効果	P16
ラジオCMは結果を出します	P17

IV.TBSラジオリスナープロフィール

リスナーが感じるTBSラジオの魅力	P27
リスナーの多様性	P28
パーソナリティーとの強い結びつき	P29
リスナーの購入意欲	P30
購買につながるラジオCM	P31
TBSラジオのカバーエリア	P32
TBSラジオのカバーエリア内人口	P33
TBSラジオのネットワーク	P34



I.ラジオの移り変わり



ラジオは真空管からトランジスタ、ラジカセと形は変えてきましたが
「電波を受信してラジオを聴く」というスタイルは長年変わりませんでした
しかし2010年radikoの登場がこれを一変します

ネットでラジオを聴く

ラジオクラウドやスマートスピーカーの登場で、今後ますますその傾向は強まるでしょう
ラジオの変革期
TBSラジオは新しいリスニングスタイルを見据えたコンテンツを提供していきます

ラジオはデジタル・デバイスの出現で 人それぞれの新しい聴き方が始まっています

1951年
ラジオ東京開局



2010年
radiko開始



New listening style

2015年
ワイドFM開始



2016年
ラジオクラウド開始



2017年
スマートスピーカー上陸





radikoがラジオにもたらした2つのフリーでユーザー**2900万人**を獲得

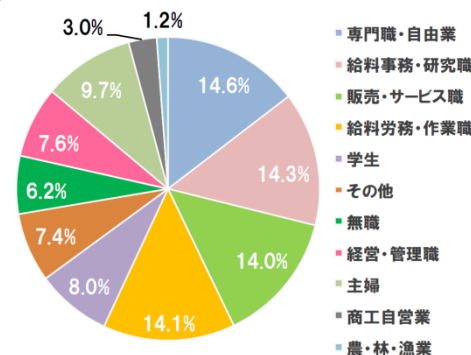
エリアフリー：日本全国のラジオが聴ける

タイムフリー：過去一週間の番組が聴ける

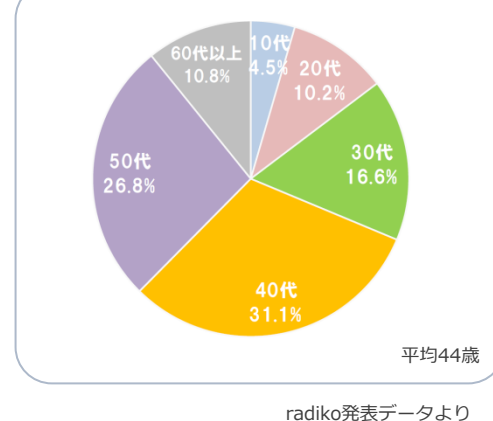
聴取場所

- ①朝食及び身支度時
- ②通勤/通学時（電車・バス内）
- ③仕事中
- ④カフェにて
- ⑤帰宅時（電車・バス内）
- ⑥お料理中
- ⑦入浴中
- ⑧ネット使用時（自宅）
- ⑨寝る前

職業別



年齢別



radikoでラジオは受信感度も放送時間も気にしない、オンデマンドコンテンツへ
更に「シェア機能」を使えばTwitterやFacebookで友人と共有することができる
ラジオコンテンツはSNSコンテンツへと変わってきています

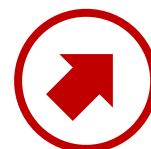


ワイドFMが電波でラジオを聴くリスナーにこの上ないメリットを提供

音質向上：放送音声によりクリアに

難聴取の解消：高層ビルやマンションで聴ける

聴取エリアイメージ



聴取人口アップ



災害時の安心アップ

高層ビルや高層マンション等の難聴取エリアでも聴けるようになりました
つまりAMとワイドFMが両方そろい、TBSラジオは「どこでも聴けるラジオ」になったのです



インターネットで聴けるラジオ。でもradikoと違うメリットが!

ダウンロード：コンテンツをスマホに残せる

再生速度：0.5倍速～2倍速再生が可能

コンテンツ：オンエアでは聴けないオリジナル含む

期間：過去どこまでも・何回でも聴取可能



参加社数

67 社

ラジオ局65社
新聞社・テレビ局各1社

配信コンテンツ数

28,000
本以上

ニュース、バラエティ、トーク、
ラジオドラマ、教育等
バラエティ豊かな
コンテンツを配信

ダウンロード数

60 万

月間再生数

600
万回再生

忙しい人はラジオクラウドの高速再生
いつまでもスマホに残したいコンテンツはラジオクラウド
ラジオの聴取方法が選択できる時代へ



Google Home

amazon echo

Clova

スマートスピーカーで一番使われているのは  radiko



スマートスピーカーにできること

- ・簡単な調べ物
- ・天気予報を確認
- ・ニュースを聞く
- ・アラーム
- ・スケジュールの確認
- ・計算をする
- ・音楽の再生
- ・スマート家電のコントロール
- ・メールを送る
- ・英単語の翻訳
- ・ショッピング

Amazon Alexa人気ランキング

1	 radiko.jp
2	 ピカチュウトーク
3	 LinkJapan
4	 豆しば
5	 クックパッド
6	 駅しりとり powered by 駅すばあと
7	 野村證券
8	 Yahoo! ニュース
9	 Yahoo! 天気・災害
10	 カラオケ JOYSOUND
11	 スマート家電コントローラ
12	 睡眠サポート
13	 アルクの英語クイズ
14	 波の音
15	 スマートフォンを探す
16	 528 究極の癒しミュージック
17	 JR 東日本 列車運行情報案内
18	 快眠サポート
19	 あるあるさん
20	 運行情報 by 駅すばあと

amazon発表データより2018年2月現在

ラジオコンテンツでやっていることが、スマートスピーカーのニーズにいくつもあります
スマートスピーカーは将来、自宅でのラジオリスニングデバイスとして本命になる可能性も
今後のラジオコンテンツはスマートスピーカーを意識しなければなりません



TBSラジオのコンテンツはラジオ放送での拡散にとどまらず、ネットで文字情報としても拡散しています

「聴くだけ」から「見える化」へ

TBSラジオは今後も「見える化」への取り組みをしていきます

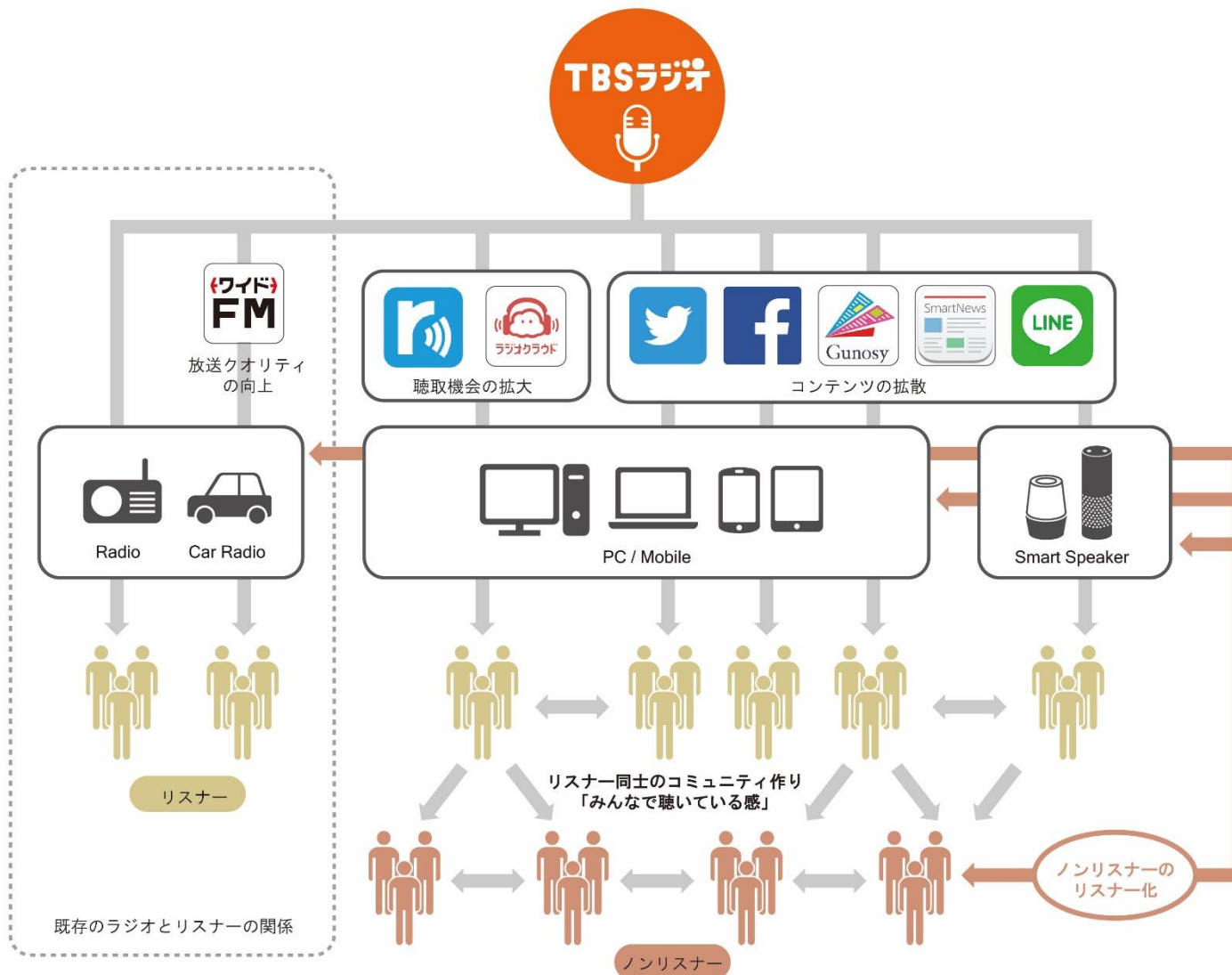
TBSラジオはコンテンツプロバイダー

情報を広く社会へ拡散するために、オンエアだけでなく文字情報として届ける仕組み作りをしています

2015年、サイトを全面リニューアル

そして今、キュレーションサイトを活用しユーザーの手元に毎日、番組コンテンツと連動した情報が届けられています

SNSによる話題拡散 新しいラジオ社会が広がります！

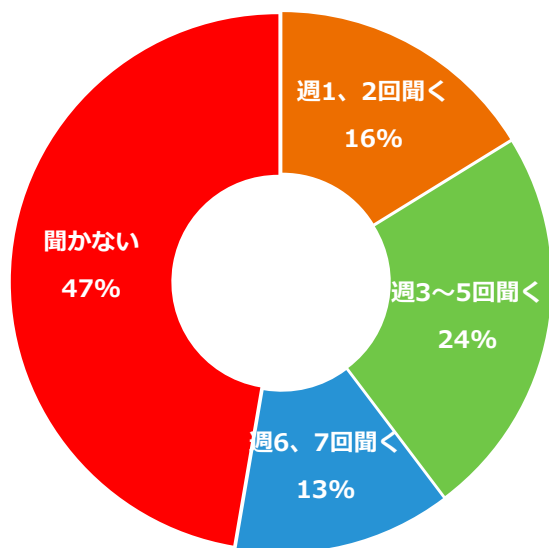


Ⅱ.ラジオメディアの特徴

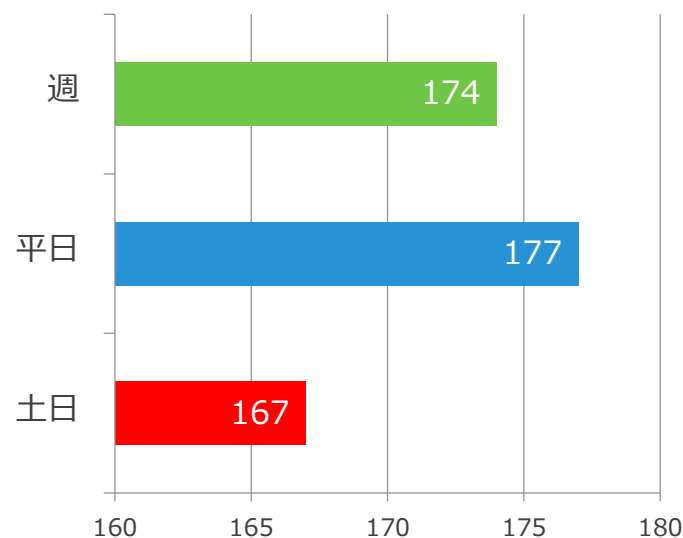


「5人に3人」が1週間に1回以上ラジオを聴いています

1週間のラジオ到達率



1週間のラジオの平均聴取時間



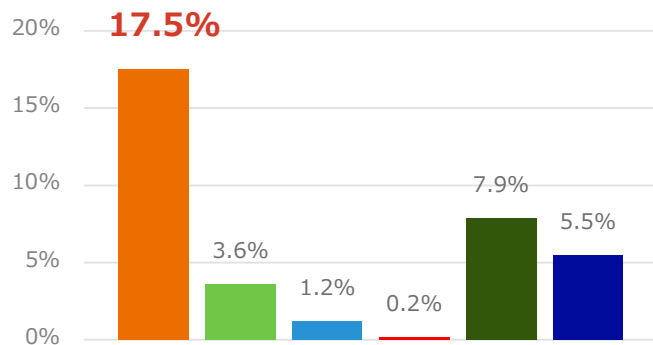
うち**70%以上**が**週3日以上**聴くヘビーリスナーです

リスナーの1日あたりのラジオ平均接触時間は
約3時間です

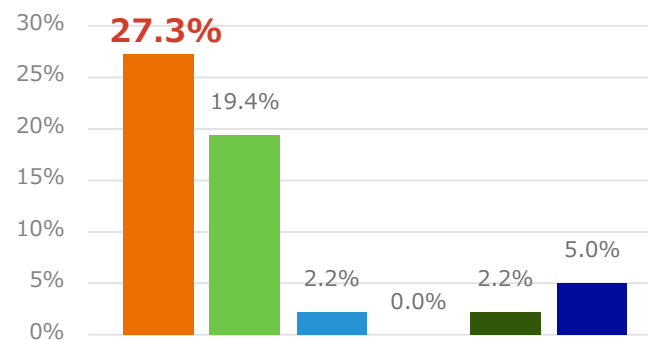
ビデオリサーチ 首都圏個人聴取率データ2019年2月をもとに作成

仕事中や買い物に行く移動中など、屋内でも屋外でも「ながら接触」されます

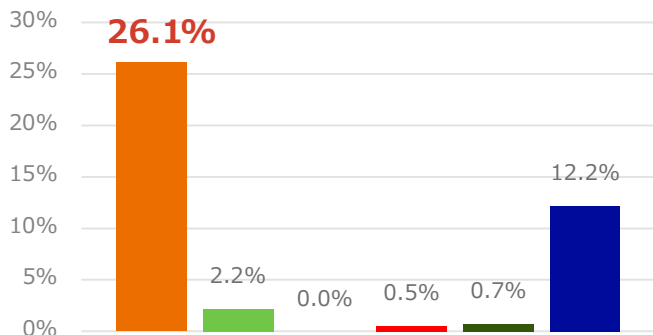
仕事中のメディア接触



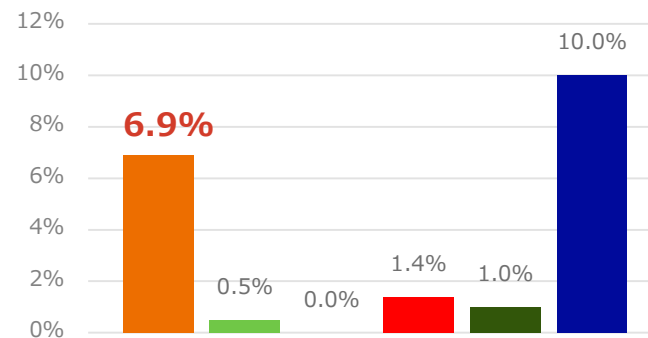
家事の間のメディア接触



買い物に行く移動中に接触するメディア



買い物先で接触するメディア

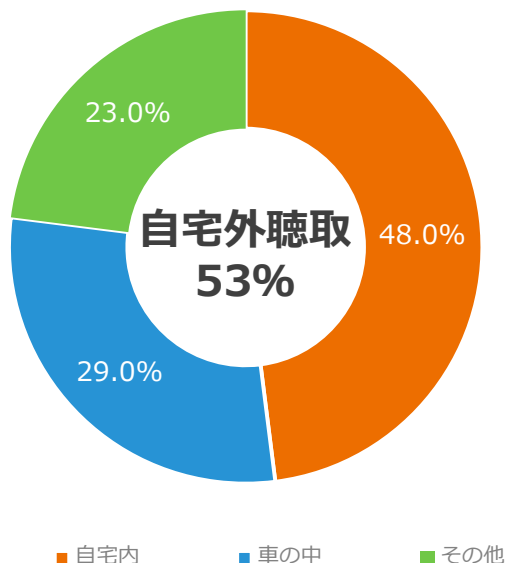


■ ラジオ ■ T V ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ インターネット（P C） ■ インターネット（携帯電話）

ビデオリサーチ 首都圏個人聴取率データ2019年2月をもとに作成

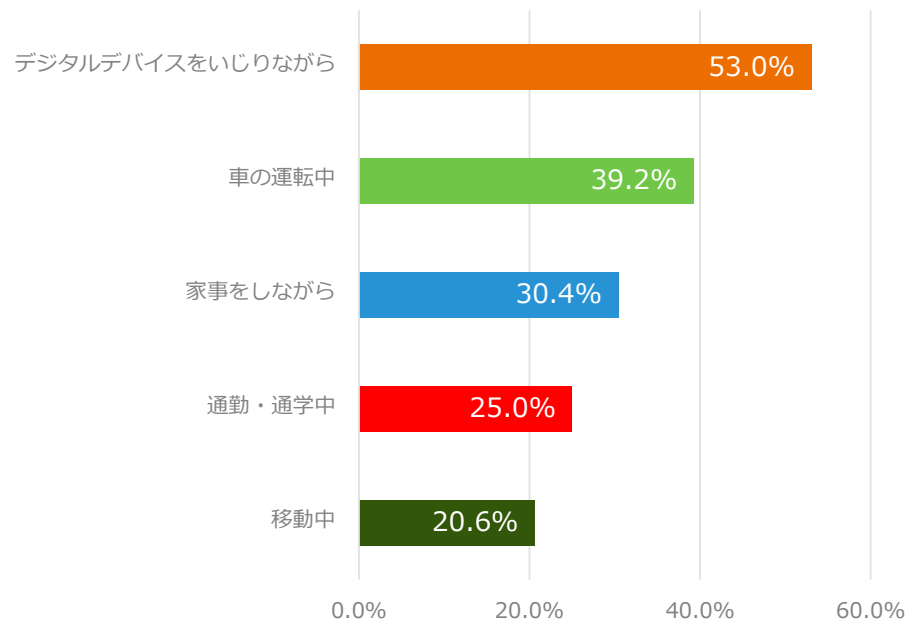
ラジオは自宅内・外で何かをしながら聴かれています

ラジオ聴取場所／聴取シーン



ラジオは**自宅内・自宅外**の両方で聴ける
特性を持ったメディアです

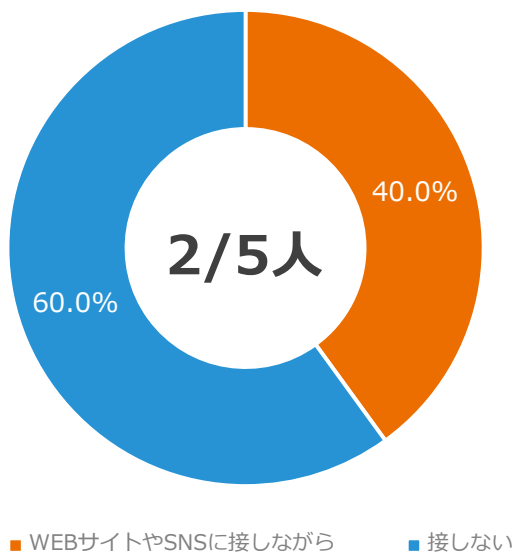
どのようなシーンでラジオを聴いていますか（複数回答）



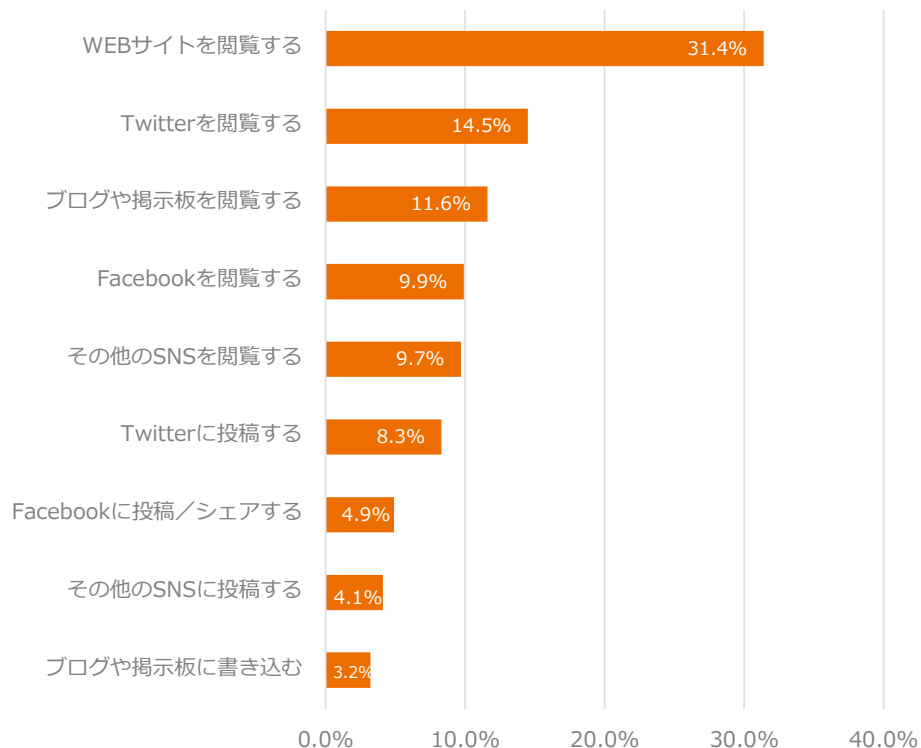
ラジオは**何かをしながら聴ける**特性を持った
メディアです

ラジオはデジタルデバイスと相性のよいメディアです

ラジオを聴きながらWEBサイトやSNSに接するか



ラジオを聴きながらデジタルデバイスで行うこと（複数回答）

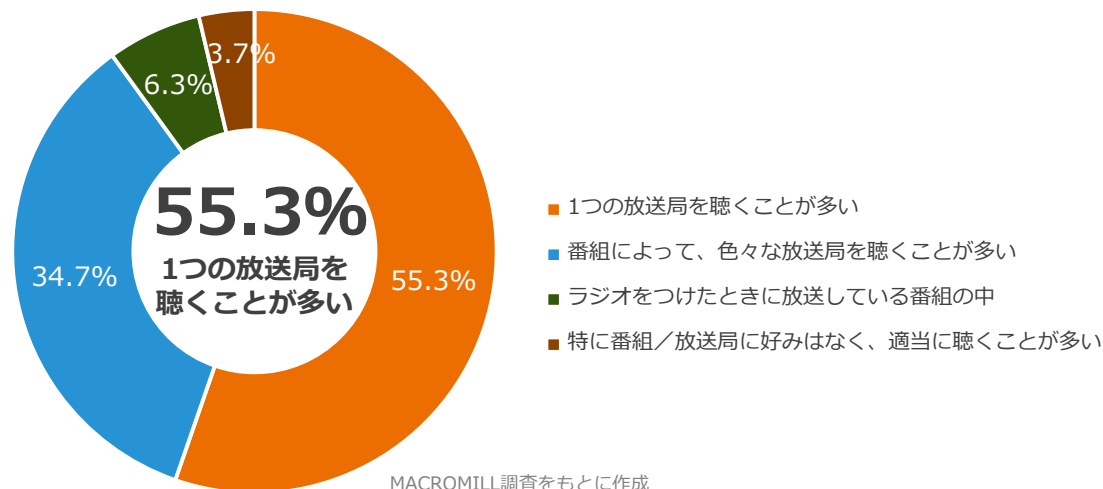


リスナーの40%がWEBサイトやSNSに接しながらラジオを聴いています

MACROMILL調査をもとに作成

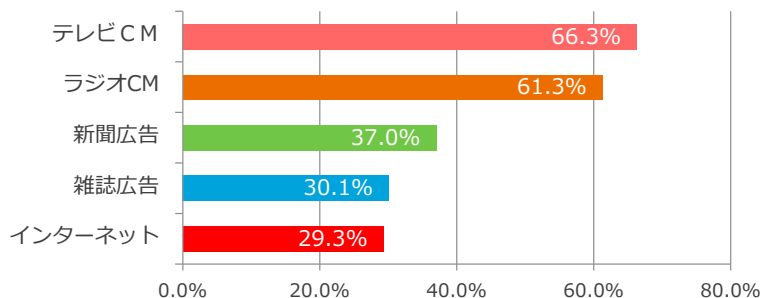
ラジオCMは繰り返し聴かれることで印象に残ります

ラジオの聴き方としてあてはまるもの



ラジオはザッピングが少ないのでより印象に残りやすいです

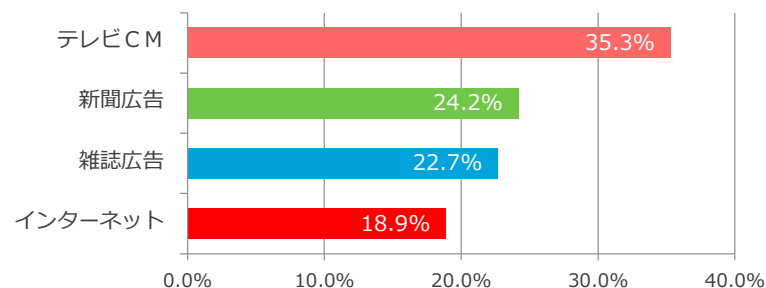
広告で印象に残るメディア



ラジオCMの印象度はTVCMに次いで2位です

MACROMILL調査をもとに作成

ラジオCMを聞いて広告を思い出すことがある他メディア

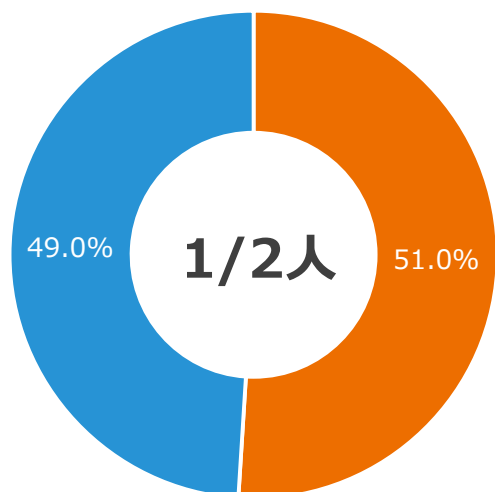


音による刷り込み効果で、過去の記憶が想起されるメディアです

ビデオリサーチ 首都圏個人聴取率データ2019年2月をもとに作成

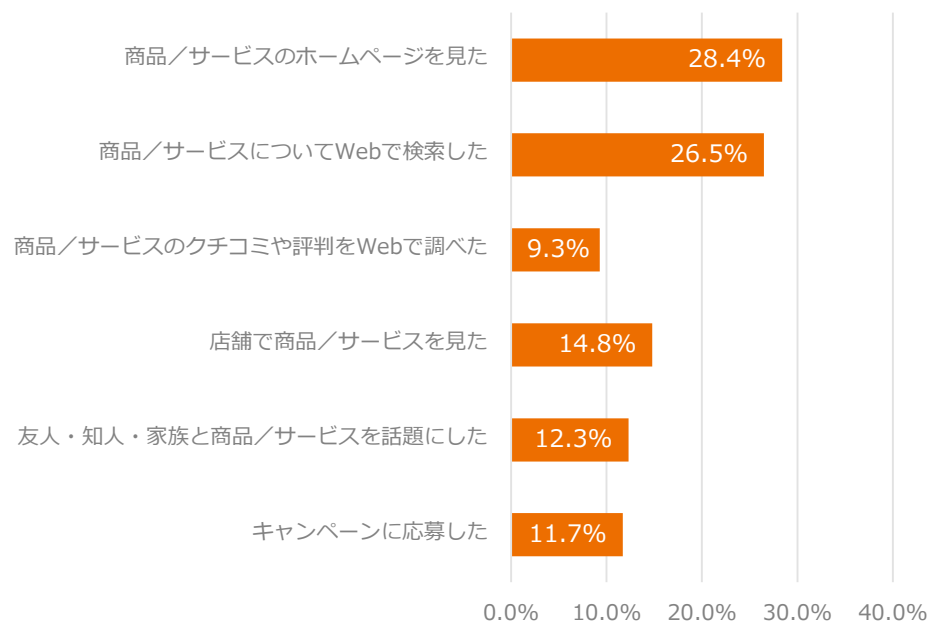
ラジオCMは人を動かします

ラジオ番組やCMがきっかけで行動を起こした人の割合



- ラジオの番組やCMがきっかけで行動を起こした
- 起こしたことはない

ラジオ番組やCMがきっかけの行動（複数回答）

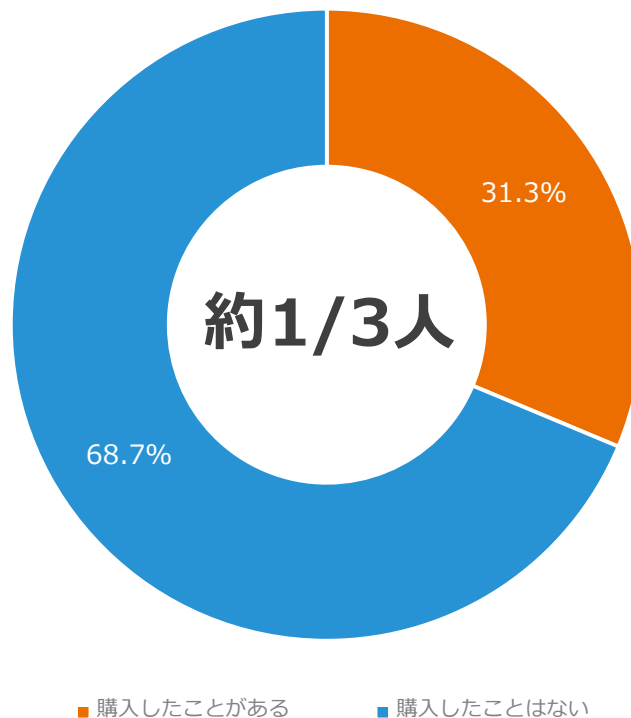


2人に1人はラジオ聴取後なんらかの行動を起こしている

MACROMILL調査をもとに作成

ラジオCMはリスナーの購買意欲を高めます

ラジオ番組やCM、ラジオショッピングで紹介された商品やサービスを購入したことがある



約3人に1人がラジオをきっかけに購入に至っている

MACROMILL調査をもとに作成

Ⅲ.TBSラジオの特徴



15年以上に渡り連続で聴取率首位を獲得しています

**TBSラジオは17年間10ヶ月！
107期連続で首位を達成しています！**

17年間連続No.1

12-69歳男女聴取率

全日（6時～24時個人全体平均）								
調査対象年齢層	12-69才							
	2019.4	平均聴取人数	2019.2	2018.12	2018.10	2018.8	2018.6	2018.4
①TBSラジオ	0.9	324,000	1.0	1.0	0.9	0.8	0.9	0.9
●J-WAVE	0.6	216,000	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8
●TOKYO FM	0.6	216,000	0.6	0.6	0.6	0.4	0.5	0.5
●ニッポン放送	0.6	216,000	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
●文化放送	0.4	144,000	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5
●NHK第一	0.4	144,000	0.4	0.4	0.3	0.4	0.3	0.3

ビデオリサーチ 首都圏個人聴取率データ2019年4月をもとに作成

瞬間で最大74万人がTBSラジオを聴取

*2019年瞬間最高聴取率2.1%を元に換算

TBSラジオ FM 90.5 + AM 95.4

週に約519万人がTBSラジオを聞いています

平日	土曜	日曜	週
12.5%	6.9%	6.1%	14.7%
441万6250人	243万7770人	215万5130人	519万3510人

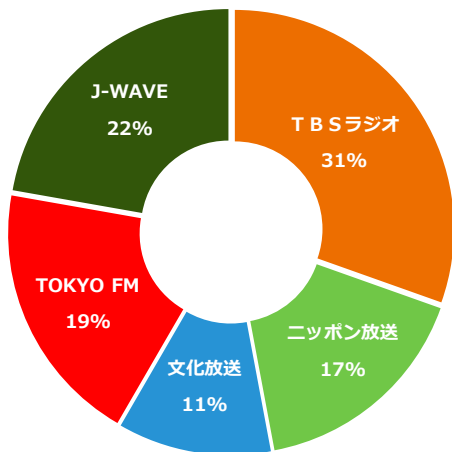
$$3,533\text{万人} * 14.7\% = 519\text{万}3510\text{人}$$



ビデオリサーチ 首都圏個人聴取率データ2019年2月をもとに作成

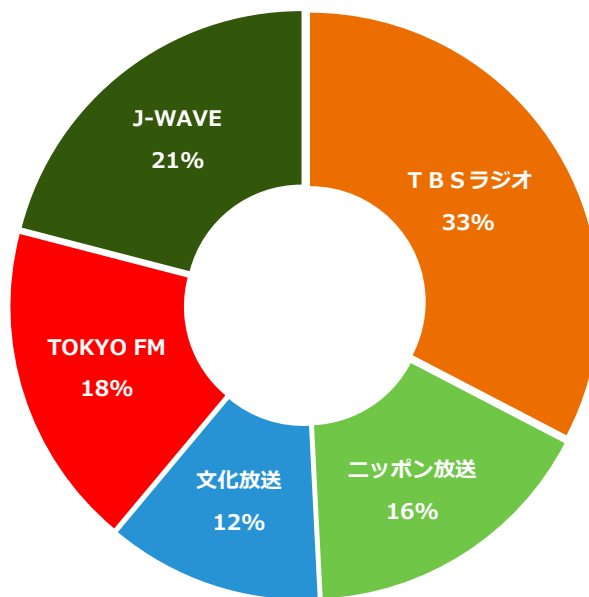
TBSラジオはドライバー・男女商工自営・自由業層などの幅広い層に支持されています
あらゆるターゲットで1位のシェアを獲得！

ドライバー

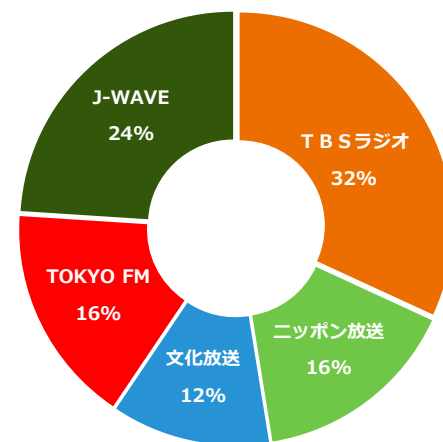


在京民放5局シェア

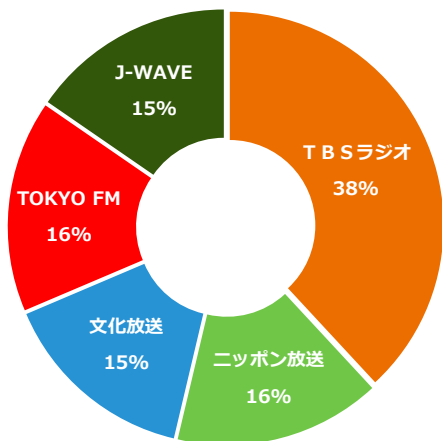
12-69歳（男女）



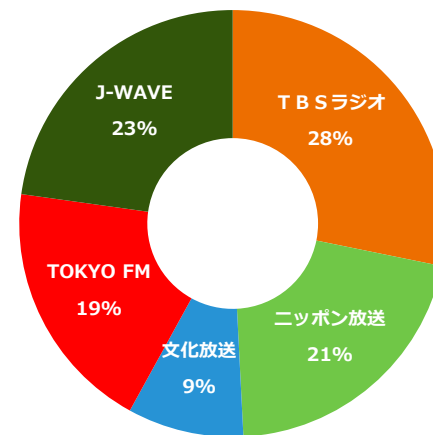
男女商工自営・自由業



男性給料生活者



主婦



ビデオリサーチ 首都圏個人聴取率データ2019年2月をもとに作成

特に男性給料生活者の割合が高いラジオ局です

特に男性給料生活者の割合が高いラジオ局です



男給料生活者

44.6%

女給料生活者

7.6%

商工自営・自由業

27.4%

主婦

18.3%

学生

2.1%

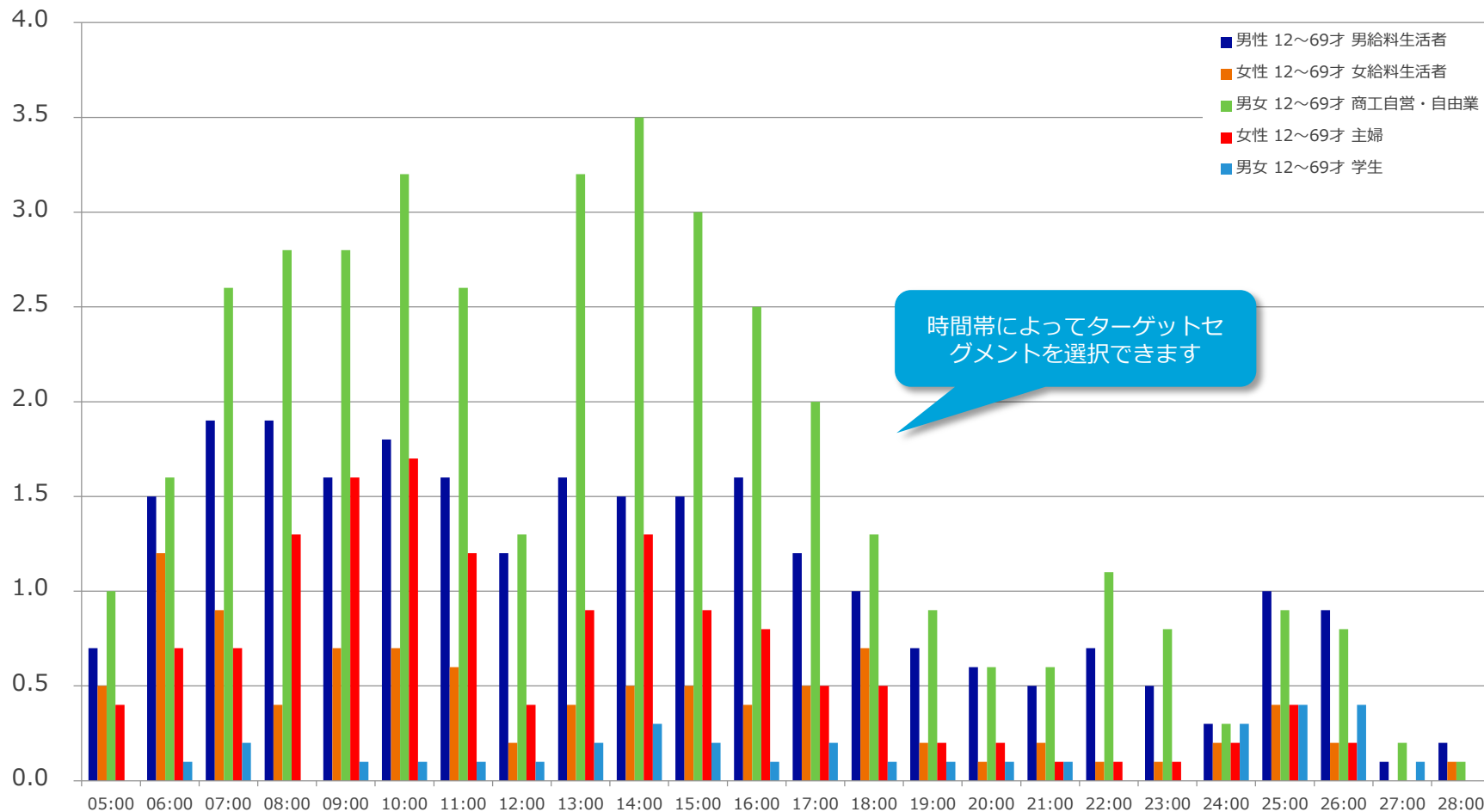


各層に人気の番組

ビデオリサーチ 首都圏個人聴取率データ2019年2月より

時間帯ごとにターゲットを絞り込んで編成されているセグメントメディアです

聴取パターン

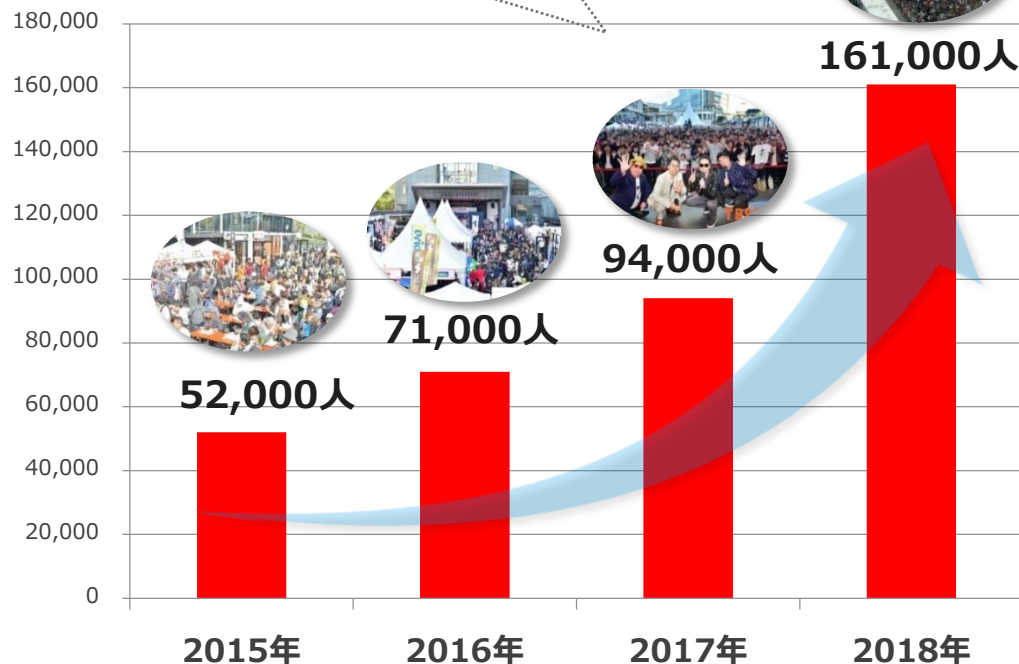


ビデオリサーチ 首都圏個人聴取率データ2019年2月をもとに作成

TBSラジオはリスナーを動かせるラジオ局です

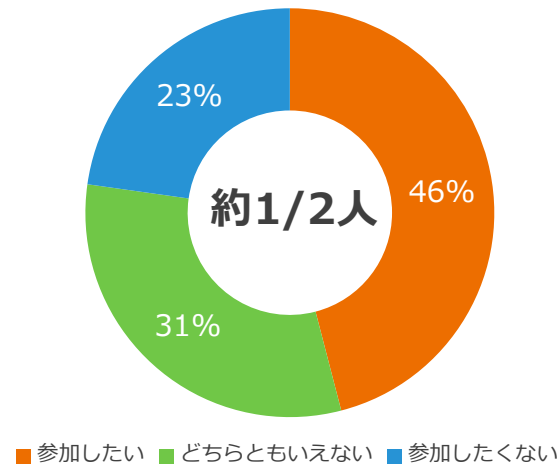
ラジフェス動員数の推移

回を重ねるごとに
ラジフェス動員数は増えています！



TBSラジオ調べ

ラジオ番組に関連するイベントに参加してみたいか



MACROMILL調査をもとに作成

TBSラジオ主催イベント例



TBSラジオは多くのイベント・キャンペーン企画の実績があり、事業部やTVなどのTBSグループと連携した様々な企画が充実しています。

TBSラジオは長年聴取率トップ10入りし続けるワイド番組を多数有しています

ワイド番組週平均ランキングで他局を圧倒！

2001年8月以来、106期連続17年間首位！

多くの人気ワイド番組



パーソナリティーも充実

アナウンサー



生島 ヒロシ



森本 毅郎



赤江 珠緒



久米 宏



安住 紳一郎

俳優



吉永 小百合



竹中 直人



井上 芳雄



山瀬 まみ



柴田 理恵

芸人



伊集院 光



爆笑問題



バナナマン



木梨憲武



サンドイッチマン



ナイツ

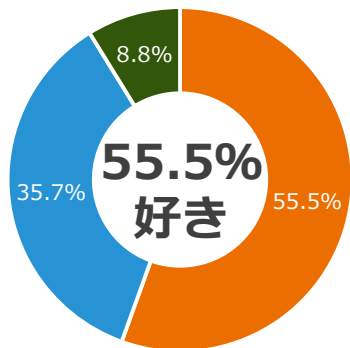
TBSラジオの一番の強みは番組コンテンツのよさです。豪華なパーソナリティーでお届けしております！

IV.TBSラジオリスナープロフィール



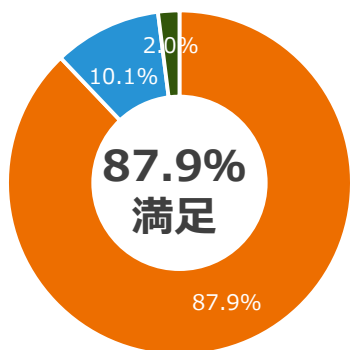
リスナーはTBSラジオのこんなところに魅力を感じています

TBSラジオは好きですか



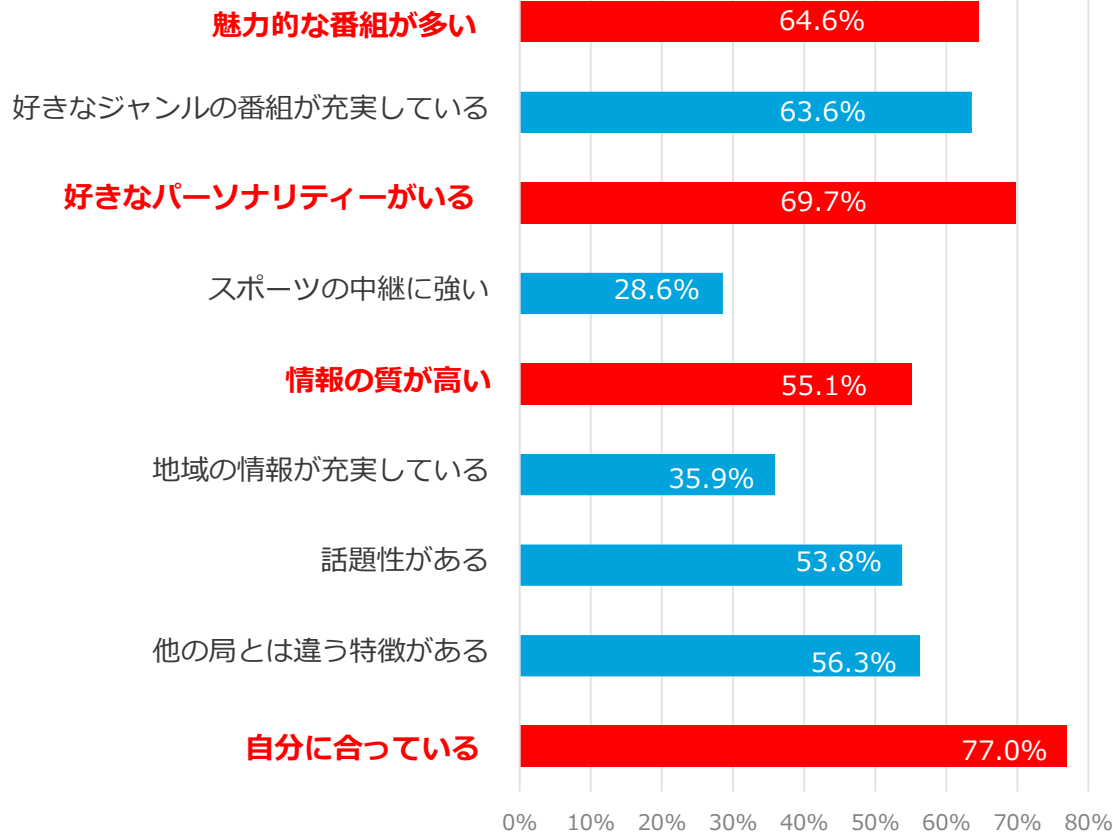
■ 好き ■ どちらともいえない ■ 好きではない

TBSラジオの満足度



■ 満足している ■ どちらともいえない ■ 満足していない

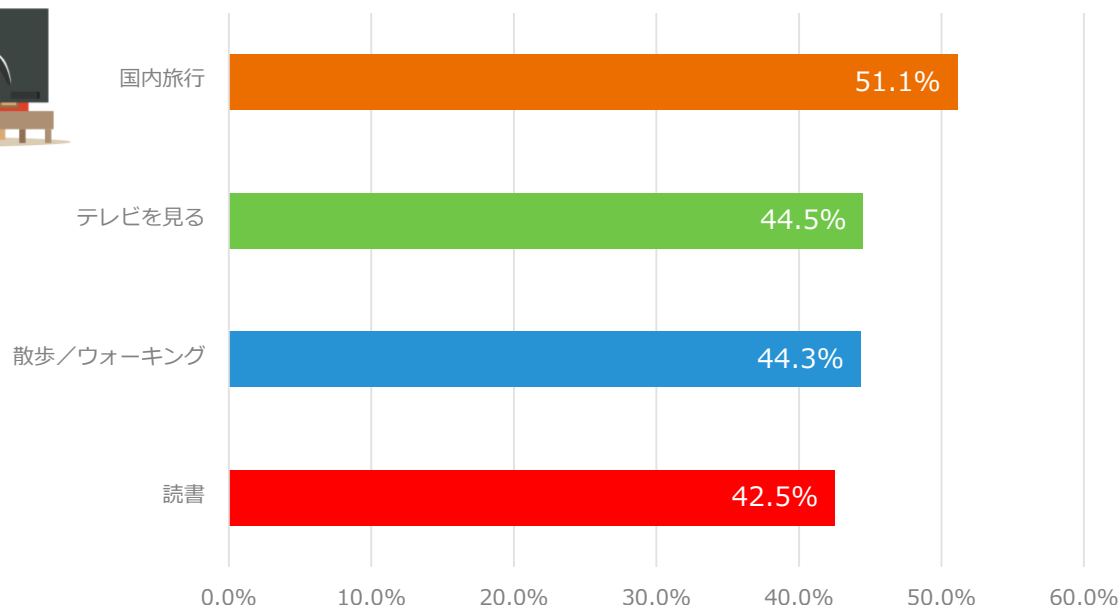
TBSラジオの魅力について（複数回答）



MACROMILL調査をもとに作成

TBSラジオにはインドア派、アウトドア派も様々な趣味趣向のリスナーがいます

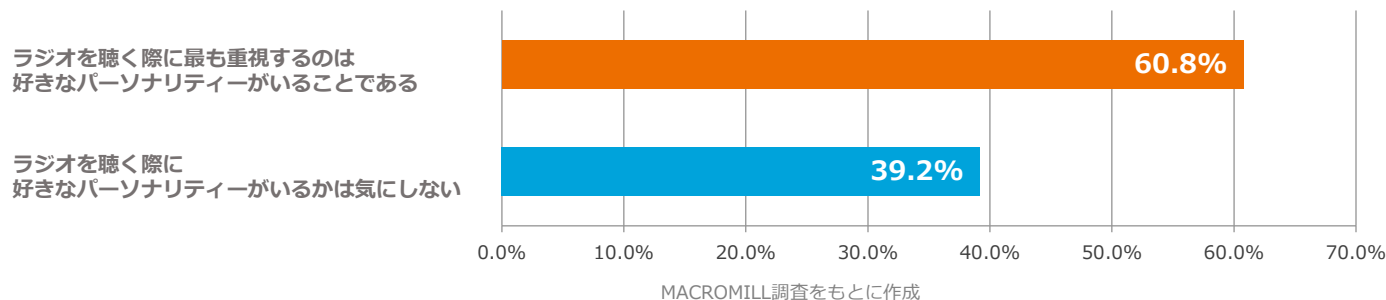
あなたの趣味としてあてはまるもの（複数回答）



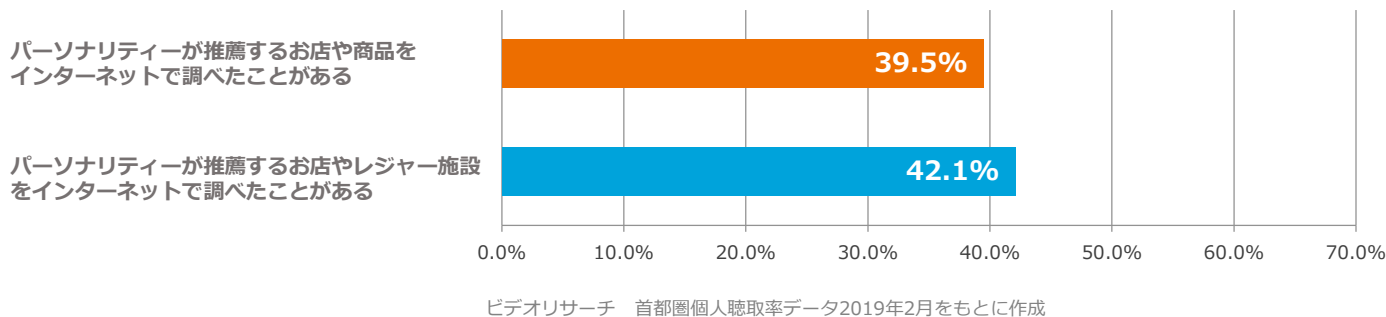
MACROMILL調査をもとに作成

パーソナリティーの言葉や生CMでユーザーを動かすことができます

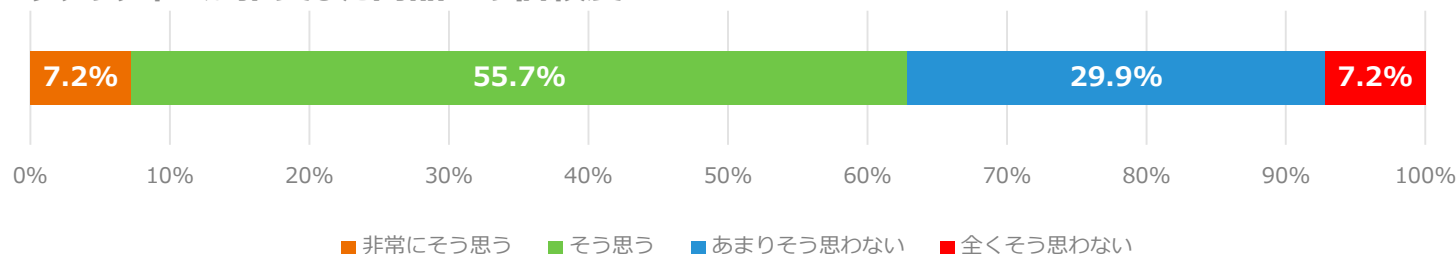
パーソナリティーの重要性



パーソナリティーの商品紹介への評価

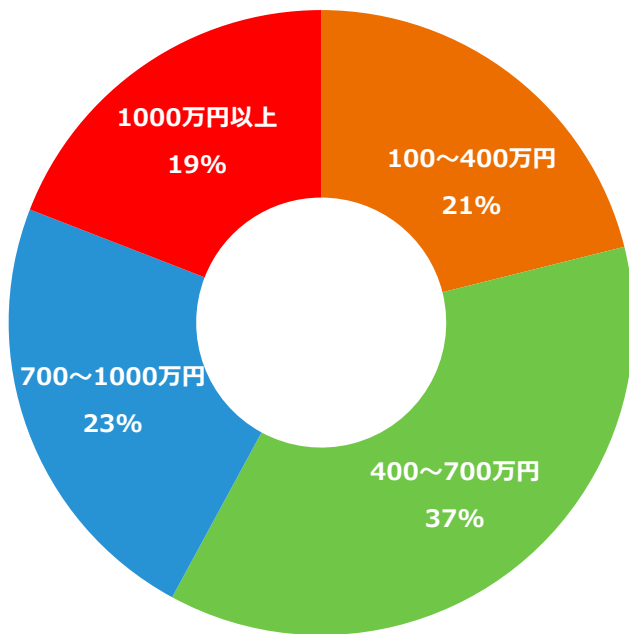


パーソナリティーが推奨した商品への信頼度



TBSラジオリスナーには富裕層が多く、購入意欲の高いリスナーが多いことが特徴です

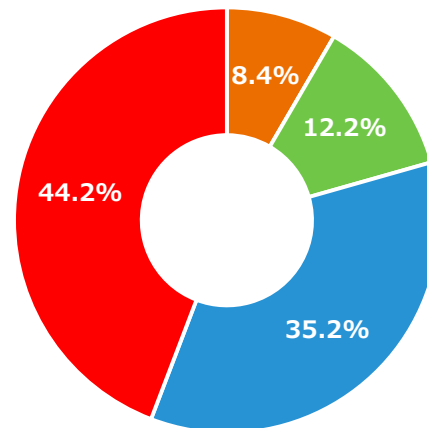
TBSラジオリスナーの世帯年収構成比



■ 100~400万円 ■ 400~700万円 ■ 700~1000万円 ■ 1000万円以上

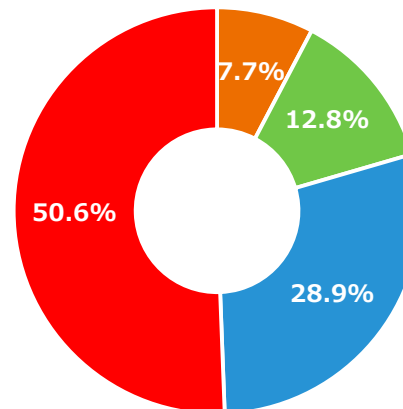
日本の平均世帯年収が545万円に対し
TBSラジオリスナーは平均を超える世帯の割合が多いです

EC/通販購入頻度（直近3ヶ月）



■ 0回 ■ 1-2回 ■ 3-5回 ■ 6回以上

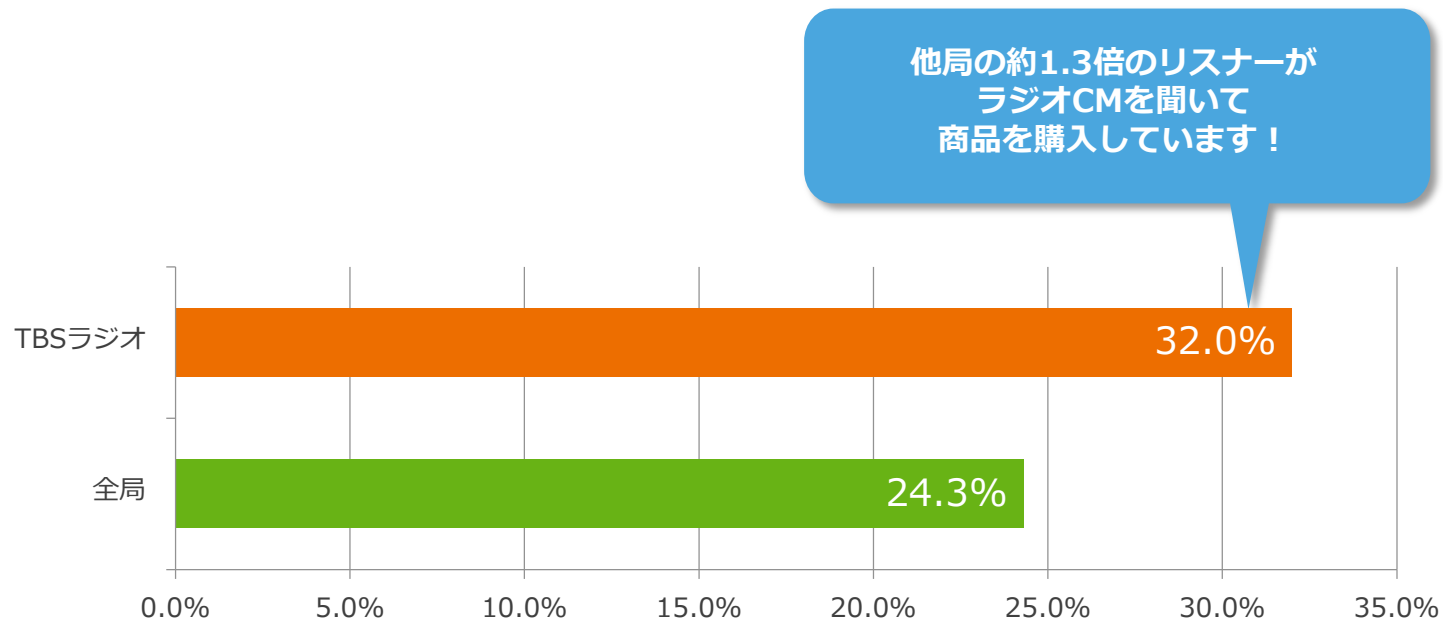
EC/通販購入金額（直近3ヶ月）



■ 0円 ■ 8,000円未満 ■ 30,000円未満 ■ 30,000円超

TBSラジオリスナーの3人に1人がラジオで流れる商品を購入しています

ラジオ番組やCM、ラジオショッピングで紹介された商品やサービスを購入したことがある



ビデオリサーチ 首都圏個人聴取率データ2018年4月より

TBSラジオのカバレッジエリア



	カバー率 (%)	合計 (人)	男 (人)	女 (人)
東京	100%	10,097	5,132	4,965
神奈川	100%	6,642	3,414	3,228
埼玉	100%	5,307	2,728	2,579
千葉	100%	4,507	2,314	2,193
茨城	100%	2,091	1,083	1,009
栃木	100%	1,416	732	684
群馬	100%	1,396	717	679
山梨	100%	583	297	285
静岡	70%	1,823	934	890
長野	50%	716	363	352
新潟	5%	78	40	38
福島	50%	670	344	326
エリア計		35,325	18,097	17,228

エリア内人口が約3500万人（100%）なので、個人聴取率1%は約35万人です。

エリア内 性別・年齢別人口

(単位：1000人)

	0歳以上	12-69歳	12-19歳		20-29歳		30-39歳		40-49歳		50-59歳		60-69歳		70-79歳		80-89歳		90歳以上	
	計	計	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
エリア計	48,987	35,325	1,782	1,692	2,731	2,547	3,258	3,041	4,029	3,780	3,193	3,010	3,103	3,157	4,290	3,998	5,729	5,371	6,296	6,167
東京	13,637	10,097	440	419	850	833	1,031	987	1,164	1,123	899	848	747	755	1,354	1,315	1,692	1,628	1,647	1,603
神奈川	9,171	6,642	341	324	502	467	602	561	788	738	628	575	554	564	787	731	1,105	1,035	1,181	1,139
埼玉	7,363	5,307	278	263	400	374	474	439	623	568	475	444	478	490	623	581	874	800	954	934
千葉	6,299	4,507	236	223	342	314	402	373	521	481	402	377	412	426	533	490	732	677	814	803
茨城	2,951	2,091	115	109	157	133	183	164	225	206	185	178	217	219	245	211	321	292	402	397
栃木	1,986	1,416	76	72	103	90	126	113	152	139	126	121	149	148	164	144	218	199	274	269
群馬	1,990	1,396	79	75	104	91	117	107	151	142	123	119	142	144	159	141	213	199	265	264
山梨	839	583	34	31	42	38	46	43	60	57	55	54	60	62	64	59	84	80	116	116
静岡	2,620	1,823	101	95	129	116	157	144	197	185	165	161	185	189	205	184	278	261	350	349
長野	1,057	716	42	40	49	45	58	55	76	73	65	65	74	75	75	70	107	102	139	140
新潟	114	78	4	4	5	5	6	6	8	8	7	7	9	9	8	8	11	11	16	16
福島	959	670	38	36	47	42	55	51	64	60	63	62	77	76	73	66	93	87	139	137
全国	127,697	90,082	4,821	4,584	6,614	6,266	7,831	7,521	9,711	9,418	7,963	7,910	8,530	8,912	10,354	9,845	13,802	13,362	16,493	16,822

2018年1月1日現在の住民基本台帳統計による推計

エリア内 職業別人口

(単位：1000人)

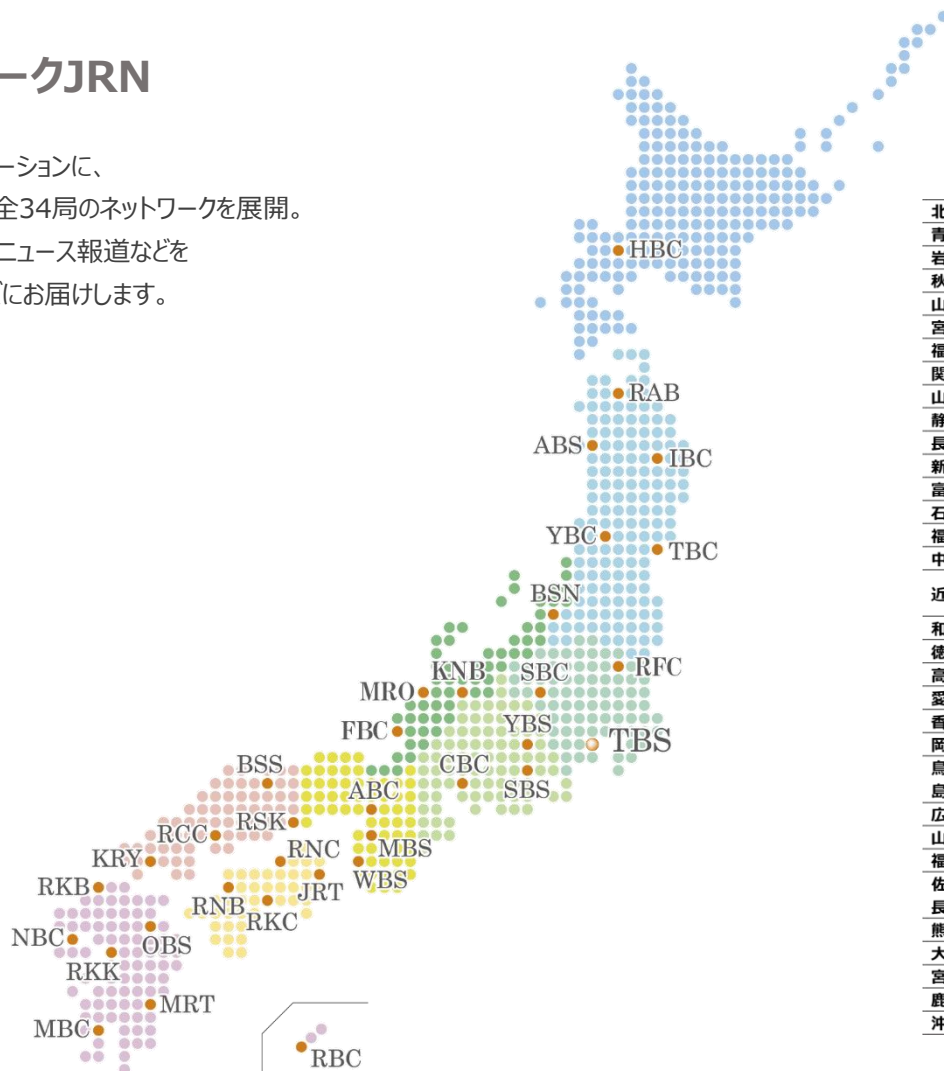
	12-69歳	男給料生活者	女給料生活者	男女商工自営	主婦	学生
エリア計	35,325	11,688	5,663	4,540	8,819	4,628
東京	10,097	3,341	1,619	1,298	2,521	1,323
神奈川	6,642	2,198	1,065	854	1,658	870
埼玉	5,307	1,756	851	682	1,325	695
千葉	4,507	1,491	723	579	1,125	590
茨城	2,091	692	335	269	522	274
栃木	1,416	469	227	182	354	186
群馬	1,396	462	224	179	348	183
山梨	583	193	93	75	145	76
静岡	1,823	603	292	234	455	239
長野	716	237	115	92	179	94
新潟	78	26	13	10	19	10
福島	670	222	107	86	167	88
全国	90,082	29,805	14,441	11,578	22,489	11,801

2018年1月1日現在の住民基本台帳統計による推計およびビデオリサーチ首都圏ラジオ個人聴取率調査に基づいて推計

JRNはTBSラジオを中心にした全国34局のネットワークです

全国ネットワークJRN

TBSラジオをキーステーションに、
北海道から沖縄まで全34局のネットワークを展開。
各局との連携により、ニュース報道などを
タイムリーかつスムーズにお届けします。



北海道	HBC	北海道放送
青森県	RAB	青森放送
岩手県	IBC	IBC 岩手放送
秋田県	ABS	秋田放送
山形県	YBC	山形放送
宮城県	TBC	東北放送
福島県	RFC	ラジオ福島
関東広域圏	TBS	TBS ラジオ
山梨県	YBS	山梨放送
静岡県	SBS	静岡放送
長野県	SBC	信越放送
新潟県	BSN	新潟放送
富山県	KNB	北日本放送
石川県	MRO	北陸放送
福井県	FBC	福井放送
中京広域圏	CBC	CBC ラジオ
近畿広域圏	MBS	毎日放送
	ABC	朝日放送
和歌山県	WBS	和歌山放送
徳島県	JRT	四国放送
高知県	RKC	高知放送
愛媛県	RNB	南海放送
香川県	RNC	西日本放送
岡山県	RSK	山陽放送
鳥取県	BSS	山陰放送
島根県	BSS	山陰放送
広島県	RCC	中国放送
山口県	KRY	山口放送
福岡県	RKB	RKB 毎日放送
佐賀県	NBC	長崎放送
長崎県	NBC	長崎放送
熊本県	RKK	熊本放送
大分県	OBS	大分放送
宮崎県	MRT	宮崎放送
鹿児島県	MBC	南日本放送
沖縄県	RBC	琉球放送

ライオンは一日のほとんどの時間を寝て過ごします。対してトラは一日中動き回っています。

動物園の狭い檻の中でさえ、トラは落ち着きなく朝から晩まで動いています。

かつて生命科学者のライアル・ワトソンは、人間はトラと同じ“ネオフィリア”だと言いました。

退屈を嫌い、常に動き回り、新しい刺激や出会いを求める動物だと。

新しものの好きの“ネオフィリア”にとって、ラジオは最適です。

昔から時代の先を読み、新しいライフスタイルを提案してきたメディアだからです。

ネットに氾濫しているような“今”や“過去”の情報ではなく、ラジオには“明日”を知り、“明日”を彩るための情報があります。

検索しても、“明日”がやって来るまでは出てこない情報が。

60年以上の歴史を持つTBSラジオですが、これから先もお約束します。

——聴けば“明日”が見えてくる。聴けば“明日”が美しくなる。Life is beautiful ! TBS Radio.

株式会社 TBSラジオ
代表取締役社長 三村 孝成

