

# MEDIA GUIDE



2021年

# CROSS FMのメディア概要

- 社名： 株式会社CROSS FM（クロスエフエム）
- 住所： 【本社】 〒802-8570 北九州市小倉北区京町3-1-1 1' m10階  
【福岡】 〒812-0021 福岡市博多区築港本町13-6 ベイサイドプレイス博多C棟  
【東京】 〒106-0047 東京都港区南麻布2-4-5 皆川ビル3F
- コールサイン： JORV-FM
- コミュニケーションネーム： クロスエフエム
- 送信所： 北九州 77.0 MHz / 福岡 78.7 MHz
- 中継所： 行橋 87.2 MHz / 久留米 86.5 MHz / 大牟田 87.8 MHz
- 開局： 1993年9月1日（株式会社エフエム九州による開局）  
2008年7月1日（株式会社エフエム九州より事業承継）
- 協力関係： JFL（Japan FM League 札幌・東京・名古屋・大阪・福岡のFM5局が加盟）  
若年者層をターゲットに含み、それぞれの地域に特化した個性の強さが特徴です。



## ●日本初、100%グリーン電力放送局

毎日の放送にかかる“全て”の電力をグリーン電力（バイオガス発電）で賄っている日本で初めての放送局です。グリーン電力証書を保有しており、環境省とも連携しています。オンエアでは“green station”のコンセプトを訴求し、人にも環境にもやさしいライフスタイル＝「グリーンライフ」を明快に提唱しています。真に豊かな人生を送りたい人、こだわりの消費者、ロハス人、エネルギー問題に敏感な若年者層・・・をターゲットにしたメディアです。

## ●独自制作なので、「番組本編」も絡めて柔軟な企画が可能

系列局の番組を購入して放送することをせず、独自企画の制作にこだわっています。そのため、単なる「リーチ」の媒体効果だけでなく、地元にも愛される放送内容が自慢です。

## ●音楽がきちんと聴こえてくるラジオ局

CROSS FM からメジャー級になっていったアーティストは数知れず。ネームバリューにこだわらず、いい音楽は新人アーティストの楽曲でも積極的にOAしています。音楽、そしてアーティストを大切にする姿勢と、リスナー目線を重視する観点から、楽曲放送については、なるべくフル尺で放送するように努めています。

### グリーン電力とは・・・

自然エネルギーから生まれた電力は、電気そのものの価値の他に、化石燃料削減・CO2排出削減などの「環境付加価値」が認められ、これを選んで購入する仕組みを「グリーン電力」と呼んでいます。この「環境付加価値」を「証書」という形で取引することを可能にしたのが、「グリーン電力証書システム」です。



環境省 九州地方環境事務所は、cross fmのグリーン電力を使用した取組を応援しています。

## ●地方では、ラジオCMこそが最重要な交通広告

一日中オフィスで仕事をする方は実感が薄いかもしれませんが、通勤・営業・通学・買い物・遊び…移動はクルマが基本の地方では、特にお店やサービス業など現場を持つ人にとって、ラジオCMは電車中吊りにも匹敵する重要な交通広告です。



## ●ラジオCMはスキップされない。耳から入る情報は心に残る

HDレコーダで録画視聴されるテレビと違い、ラジオはリアルタイムで聴くメディア。ラジオはCMをスキップもされず、CMの間にトイレに…といったこともまずありません。耳から入るラジオCMは、自分の想像力を伴って記憶されるので印象に残ります。現在はインターネットラジオで最大1週間前の番組が聴けるタイムフリー機能があり、若年層を中心に好きな番組を好きな時間に聴くリスナーが急速に増えています。

## ●背景メディアなのでネットとの親和性が高い

ラジオはメッセージが無いと成り立ちません。常にリスナーとメールでコミュニケーションしつつ進行するメディア。昔はハガキだったその手段は、今はPCとスマホのSNSに。ネットと極めて親和性の高いメディアです。

## 日経トレンディ11月号「すごいラジオ大研究～実は成長産業！～」より抜粋

### ●今更ラジオ？ 今こそラジオの時代です～伊集院光インタビューより～

冷静に考えると、**今って史上空前にラジオの受信機を持っている人がいる時代**です。スマホにradikoがありますから（中略）「今更ラジオ？」みたいな言い方をされがちですが、僕はそうじゃない気がしていて、広告費との費用対効果で言う**と賢い企業はラジオを使っている**と感じますね。ラジオは相変わらず聴取率は1%なのですが、（中略）**確実に信頼を置いている人が1%聴いているすごさってラジオの特性**です。

特別番組として、『こども電話』が二度復活した時にゲストで呼んでもらったんですが、5歳の子から『人生はどこにあるんですか？』って質問が来たり、7歳の子が『どうして人間は大変なんですか？』って聞いてきたりして驚きました。（中略）子供のそういう相談事に対して、**郵便というメディアとラジオメディアが合体したら絶対面白い**と思いました。（中略）僕の番組は平日午前中なので、最初は子供が聴けない時間帯でやるのはどうなんだと思ったけれど、今は**radikoのタイムフリー**があるから。

### ●若いリスナーがSNSバズをけん引～54年目のANNが絶頂期を迎えたワケ～

起爆剤になっているのがSNS。大きな出来事があると、ほぼ確実に朝までTwitterのトレンドワードにANN関連のワーが残る。（中略）そして今は、radikoのタイムフリー機能がある。radikoの聴取データでは、**生放送以上に通勤時間帯の再生回数が多い**。SNSで気に入ったら、**タイムフリーで聴くという流れができているのだ**。（中略）**ラジオだから会える人**をゲストに呼んだり、**ラジオだからできる企画**を考えたりしている。リスナーの喜んでもらえる企画を練る延長線上でバズが生まれる。

### ●ラジオと映画批評は相性が良い～宇多丸インタビューより～

ラジオの「**自分の話す言葉でしか説明できない**」というのは大きなアドバンテージだと思っています。（中略）ラジオで僕の言葉だけで伝えることでリスナーの頭の中で僕の解釈に基づいて、**どういう場面なのか**インプットされるそれによって、僕の解説の価値が最大化されるんです。

### ●地方ラジオ局は、手を差し伸べてくれた親のような存在～尾崎世界観インタビューより～

ミュージシャンにとっての地方ラジオ局は最初に出してもらえるメディアということもあって、アマチュア時代に手を差し伸べてくれた親のような存在なんです。（中略）自分がラジオに出るときは、ちゃんと素を見せることで人柄を知ってもらいたくてだからこそ音楽以外のことをしっかり話そうと思って臨んでいます。（中略）**ラジオってダメなことをすごく意義のあるものに変換できるメディア**だと思うんです。

# 聴取エリアデータ



福岡県全域はもちろん  
佐賀、熊本、大分、山口県  
約700万人をカバー！！

エリア別聴取可能人口

2015年10月現在

| 区分       | 福岡県  | 佐賀県      | 長崎県     | 熊本県     | 大分県     | 山口県     | 小計      |          |
|----------|------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| カバー率 (%) | 97.8 | 47.4     | 10.1    | 48.1    | 32.4    | 41.7    |         |          |
| 10歳～19歳  | 男    | 241.566  | 20.382  | 6.565   | 41.847  | 17.496  | 26.688  | 354.544  |
|          | 女    | 230.808  | 19.434  | 6.363   | 38.961  | 16.524  | 25.437  | 337.527  |
|          | 合計   | 472.374  | 40.29   | 12.928  | 80.808  | 34.02   | 52.125  | 692.545  |
| 20歳～29歳  | 男    | 251.346  | 17.538  | 5.858   | 37.999  | 16.524  | 25.437  | 354.702  |
|          | 女    | 261.126  | 18.012  | 5.858   | 39.442  | 15.876  | 23.352  | 363.666  |
|          | 合計   | 512.472  | 35.55   | 11.615  | 77.441  | 32.724  | 48.789  | 718.591  |
| 30歳～39歳  | 男    | 309.048  | 22.278  | 7.272   | 48.581  | 21.708  | 31.692  | 440.579  |
|          | 女    | 324.696  | 22.752  | 7.575   | 49.543  | 21.708  | 31.692  | 457.966  |
|          | 合計   | 634.722  | 45.504  | 14.948  | 98.124  | 42.768  | 62.967  | 899.033  |
| 40歳～49歳  | 男    | 336.432  | 24.174  | 8.484   | 50.505  | 23.328  | 37.113  | 480.036  |
|          | 女    | 352.08   | 24.648  | 8.888   | 53.872  | 23.976  | 37.947  | 501.411  |
|          | 合計   | 688.512  | 48.822  | 17.372  | 104.858 | 47.304  | 75.06   | 981.928  |
| 50歳～59歳  | 男    | 288.51   | 24.174  | 8.787   | 52.429  | 22.356  | 33.777  | 430.033  |
|          | 女    | 310.026  | 25.596  | 9.494   | 56.758  | 23.976  | 35.862  | 461.712  |
|          | 合計   | 598.536  | 49.77   | 18.281  | 109.187 | 46.332  | 68.805  | 890.911  |
| 60歳～69歳  | 男    | 351.102  | 29.388  | 10.908  | 63.492  | 29.16   | 46.287  | 530.337  |
|          | 女    | 384.354  | 30.81   | 11.615  | 67.34   | 31.104  | 50.04   | 575.263  |
|          | 合計   | 735.456  | 60.198  | 22.523  | 130.832 | 59.94   | 95.91   | 1104.859 |
| 70歳～79歳  | 男    | 226.896  | 18.486  | 6.868   | 41.366  | 19.44   | 32.943  | 345.999  |
|          | 女    | 295.356  | 23.7    | 9.09    | 53.391  | 25.272  | 42.117  | 448.926  |
|          | 合計   | 523.23   | 42.186  | 15.958  | 94.757  | 44.712  | 75.06   | 795.903  |
| 10歳～79歳  | 合計   | 4165.302 | 322.32  | 113.625 | 696.007 | 307.8   | 478.716 | 6083.77  |
| 全世代      | 合計   | 4989.756 | 394.842 | 139.077 | 859.066 | 377.784 | 585.885 | 7346.41  |

(単位 千人)