



CBCグループ 中期経営計画 2018-2020



2018年5月

中部日本放送株式会社

【CBCグループの経営方針】

CBCグループは
地域で最も信頼されるメディアグループとして
地域社会の経済や文化の発展に寄与し続ける

【CBCグループの基本体制】

「個で強く、協調してなお強い」Webフォーメーション



【2030年以降にありたい姿、あるべき姿】

放送事業の着実な成長と放送外売上比率の上昇により
将来的な目標である連結売上高500億円
売上高営業利益率10%を目指す



「中期経営計画2018-2020」は「100年企業」への歩みを着実に進めるため、まずは計画後から10年先の2030年におけるグループの姿を見据え、主力の放送事業を中心に既存の事業をさらに強化していく一方で、「映像・情報・ICT」を軸にグループ全体で将来の種を播き、成長の可能性を見出す3年間と位置付ける

CBCグループ中期経営計画2018-2020

1. 現行ビジネスの強化

2. 新規事業の拡張・創出

3. 成長を支える基盤の強化

CBCグループ 中期経営計画2018-2020



放送を取り巻くメディア環境は、技術革新とともに今後ますます変化することが予想されますが、民間放送のパイオニアとして歴史を先導してきた当社グループは、これからも時代をリードし、地域の皆さまに信頼され、欠かせない存在であり続けていきたいと考えています。

そのために、当社グループは、10年先、20年先の姿を見据えた上で、「個で強く、協調してなお強い」ホールディングス体制を基盤に、「情報」「映像」「ICT」をテーマにした新しいサービスやビジネスの種を播き、その芽を大きく育てていこうと考えています。

1. 現行ビジネスの強化

放送を中心とした現行ビジネスの売上、利益を最大化する

1 放送関連セグメント

- テレビ事業**は全日帯視聴率1位を確立するとともに、WEB空間、イベント等への展開によるCBCコンテンツの接点増加を目指す
- ラジオ事業**は30万人のリスナーに対するマッチングとマネタイズを図り、音声コンテンツを柱とした新しいビジネスモデルを確立する
- 企画制作事業**は放送現場を支える役割を強化しつつ、放送制作で培った技術に次世代技術を加え放送外領域を拡大する
- 広告事業**はデジタル広告と従来の媒体広告を組み合わせた立体的提案を推進し、事業領域を拡大する

2 不動産関連セグメント

- 不動産事業**は名駅エリア不動産を軸にした保有資産のさらなる有効活用を目指し、各資産の適切な老朽化対策及び新たなポートフォリオ構築に取り組む

3 その他セグメント

- オフィス機器販売**を中心とした**物販事業**は商社機能をさらに拡大し、事業領域拡大、商材開発による新価値、新需要を創出する
- タクシー事業**はグループの足として乗務員の確保及び安全運行を徹底し、グループ外売上拡大に向け次世代タクシーの検討を進める
- ゴルフ場事業**は効率的なコース管理及びサービス充実により名門ブランド力を強化し、会員維持、獲得及び集客拡大を図る

2. 新規事業の拡張・創出

将来成長が見込まれる分野にリソースを投入し新しい収益の柱を創出する

1 放送事業を強化する総合的メディアデザインの構築

- データ利活用をはじめとする次世代プラットフォームの可能性を探究する
- 新たなプラットフォームに乗せる次世代コンテンツのあり方を検証し、そこから生まれる新たなビジネスモデルの構築、事業化を検討する

2 次世代に向けた戦略的投資、新規事業の開拓

- ICT分野を中心とした異業種、異分野のアイデア、技術を組み合わせた「オープンイノベーション」を推進する
- 協業や業務提携、M&Aなどの手法を活用した外部リソースの取り込みにより事業拡大を図る

3. 成長を支える基盤の強化

グループ成長に向け、未来を支える人材育成や保有資産の有効活用により、基盤を強化する

1 インフラ整備によるグループ機能強化

- CBC会館をグループの表玄関としてリニューアルし、スタジオ部分を中心に将来を見据えた利活用を検討する
- グループの連携強化に向けた各種システムを構築し、シェアードサービスを本格稼働させる

2 次世代人材の開発・育成

- グループ職員のICTリテラシー向上を目指す
- オープンイノベーションで新たな価値を創造できる人材を育成する
- グループ各社の機能を整理し、グループ要員計画を構築する
- グループの職員やスタッフが「健康で豊かな生活」を実現するための「新しい働き方」を検討する



- ① 売上高営業利益率8%以上を目安として2020年度までに連結売上高375億円を達成し将来的な目標である500億円企業となる布石を打つ
- ② “創立70周年”を迎える2020年が「100年企業」に向けた飛躍の年となるために現行ビジネスを最大化し次世代に向けた新たな事業領域を創出する