

報道各位

---

---

## TOKYO FM 『MEDIA PRESENTATION 2008』 実施のご報告 “コンテンツ！クロスメディア”をキーワードにプレゼンテーション

---

---

TOKYO FMでは、当社およびJFNのメディアパワーについてプレゼンテーションを行なう「TOKYO FMメディアプレゼンテーション2008」を、11月28日(水)16時30分より、ホテルニューオータニ「鶴の間」において開催、広告主・広告会社・報道関係者など約1,200名が来場いたしました。

当日は、「コンテンツ！クロスメディア」をキーワードに、2007年におけるクロスメディアビジネスモデルの進化や、FMメディア&企業ブランディングの事例などについてご紹介したほか、3セグメントマルチメディア放送の取り組みについてご説明いたしました。

また、プレゼンテーションの最後に、当社代表取締役社長・富木田道臣が、来場者への御礼と共に下記の内容を述べました。

『当社に於いてはここ数年、クロスメディア展開を積極的に推し進め、販促メディアとしての在り方を追求して参りました。本年はこれに加え、FMラジオの原点に戻り、“コンテンツ！クロスメディア”の掛け声のもと、その核となる番組コンテンツそのものの見直しにエネルギーを注いで参りました。コーポレートイメージ、ブランドイメージの高揚に貢献できるよう、広告主とのコラボレーションに努め、“新たな企業広告”を担える数々の番組開発に踏み出せたのではないかと考えております。

おかげさまで、視覚メディアでは難しい、消費者の琴線に触れる企業メッセージを伝達できるメディア、深く伝えることの出来る知的メディアという評価をいただける様になったことは何より嬉しいことであります。

また、民間放送連盟「日本放送文化大賞」でのグランプリ、日本アドバタイザーズ協会「消費者のためになった広告コンクール」での会長賞を始めとする数々の賞をいただきました。こうした名誉ある賞をいただけたのも広告主の皆様、広告会社の皆様のご支援あってのことと改めて感謝申し上げます。

一方で、ラジオのデジタル化については、年明け5月には帯域の割り振りが見えてくる段取りになっております。当社は3セグメントマルチメディア放送の確立を目指し、メディアイノベーションにチャレンジして参ります。

技術がいかに進歩しようが、時代が変わろうが、生活者の喜怒哀楽には変わりがないように思えます。番組制作の基本姿勢は、“感動のコンテンツを提供し、聴取者の共感を得る”ことであります。当社としては、時代の変化に適応しつつ、多彩なクロスメディア展開と、FMラジオならではの聴取者の琴線に触れるコンテンツ開発を最優先事項として、皆様のお役に立てるメディア価値の創造に務めて参ります。どうぞ今後ともご支援を賜りますようお願い申し上げます。』