

報道各位

TOKYO FM 『MEDIA PRESENTATION 2009』 実施のご報告 「リスナーとの“絆”」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2009」を、本日11月25日(火)16時30分より、ホテルニューオータニ「鶴の間」において開催しました。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。

メディアプレゼンテーションでは「リスナーとの“絆”」をキーワードに、リスナーと深いコミュニケーションを図りながら、“絆”創りに取り組んできた2008年の主なコンテンツ事例を紹介しました。

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。

『当社ではこれまで、多様なコミュニケーションツールを活用したクロスメディア展開を積極的に推し進め、昨年は「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「質」の向上をはかることに、エネルギーを注いで参りました。そして本日ご覧いただきましたこの1年間の活動は、10月よりスタート致しましたTOKYO FMの新たなコミュニケーション・キャッチ「エイティ・ポイント・ラブ」に象徴されますように、リスナーとの“絆”創りに取り組んできた事例でございます。これも広告主の皆様、広告会社の皆様のご理解あってのことと改めて感謝申し上げます。これからは広告主のブランディングと販売促進に貢献すべく、人の心に感動を与え、共感の輪をますます広げて行きたいと思っております。

さて、2011年に始まるデジタルラジオにつきましては、テレビでもラジオでもない、様々なデータを複合的に配信する第三の放送免許、マルチメディア放送サービスとなりました。

V-HIGHでの「全国向けマルチメディア放送」は携帯電話事業者を中心に、多チャンネルモバイルテレビのコンセプトで、全国に同一の番組を配信する方向で企画が進んでおります。

一方、V-LOWで展開する我々の「地方ブロック向けマルチメディア放送」は、全国すべてのAM・FMのラジオ事業社が新規事業者ともども、従来のアナログラジオのノウハウを拡張し、それぞれのスタンスで新たなビジネス展開に取り組めるような計画を進めたいと考えております。

経済、社会、環境、安全など様々な不安が影を落とし、人々が心の拠り所を見失おうとしている現代社会におきましては、私どもメディア自身が哲学を持ち、信頼をベースに生活者の心と通い合える関係づくりが大切であると感じています。

これからは、その「絆」を育てる一方で、ラジオルネッサンスのきっかけとして、広告主の皆様が使いやすくなるよう、リスナーの様々な属性を明らかにするとともに、一層良質なコンテンツ創りに務めて参ります。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。』