

報道各位

～TOKYO FM 『MEDIA PRESENTATION 2010』 実施のご報告～
導入 1 周年を迎えたコミュニケーション・ロゴマーク
「80.Love(エイティ・ポイント・ラブ)」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2010」を、本日11月25日(水)16時30分より、ホテルニューオータニ「鶴の間」において開催しました。広告主・広告会社・報道関係者など約1,250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、2008年10月1日より導入された新しいコミュニケーション・ロゴマーク及びキャッチフレーズ『80.Love』(エイティ・ポイント・ラブ)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取り組んできた2009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、同時に来年の開局40周年のコミュニケーション・ロゴマークを発表しました。

「ご承知のように21世紀に入って以降、情報流通のパラダイムが大きく変化し、生活者の情報に対する接し方が**多様化、細分化**し、既存メディアは大きな転機を迎えております。生活者にとっては、政治、経済、環境など様々な社会的不安が影を落とし、心の拠り所を求め合う状況にあります。こういう時こそメディア自身が哲学を持ち、生活者との**響き合うリレーションシップ**を構築し、**深いところの絆**を創り上げることが必要であります。そして、それこそが我々FMメディアに課せられた使命と捉えております。

当社は『アースコンシャス～地球を愛し、感じるころ』『ヒューマンコンシャス～命を愛し、つながるころ』という2つのステーション・キャンペーンを展開しています。そして、それを象徴するコミュニケーション・キャッチが『エイティ・ポイント・ラブ』であります。ポイント・ラブの『**ポイント**』は2つのキャンペーンの哲学を表し、『**ラブ**』には人々への温かみや思いやりを込めております。『ポイント・ラブ』が当社の全ての活動の指針であります。

これからも全社員で『ポイント・ラブ』アクションに積極的に、また時には遊びごころを持って取り組み、皆様とご一緒に、新しい絆を数多く創り出していただければと願っております。『ポイント・ラブ』がTOKYO FMの代名詞となるよう、今後も“心に響くコンテンツ”を送り届け、皆様のブランディングと販売促進に貢献すべく、共感のメディア創りをより一層推し進めてまいります。

そして、次の新たなチャレンジがマルチメディア放送であります。JFN38局は足並みを揃え、企画会社を設立いたしました。放送事業者のみならず、様々な業種の皆様をお迎えし、新たなビジネスモデルによる、新しいメディアの創造に取り組んでいきたいと考えております。

最後になりますが、当社は来年開局40周年を迎えます。これもひとえに皆様のご理解とご協力のお陰と、心より感謝申し上げます。より一層皆様のお役に立てますよう、**自己改革と新たなチャレンジ**に努めてまいります。

どうぞ今後ともご指導を賜わりますよう、お願い申し上げます、ご挨拶とさせていただきます。」