

報道各位

～TOKYO FM 『MEDIA PRESENTATION 2012』 実施のご報告～ ソーシャルメディアへ情報発信 & 企業と生活者を結ぶ “信頼と共感を創り出すメディア、TOKYO FM”

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2012」を、本日11月17日(木)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、コミュニケーション・コンセプト「ヒューマンコンシャス～生命を愛し、つながる心～」に基いた、東日本大震災に関する様々な番組や活動事例を紹介。更に、SNS やtwitterなどのソーシャル・メディアの普及と共に価値観が多様化した消費者と、企業の間“信頼と共感”を生み出した、FM ラジオならではの事例や、今後の取り組みについてプレゼンテーションいたしました。

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。

「東日本大震災直後より、当社は被災者目線を最優先に、『ヒューマンコンシャス～生命を愛し、つながる心～』の理念の実践に徹した放送活動を行って参りました。

全社一丸となって被災者の心に思いを馳せ、災害報道と心のケアに必死で取り組んだ結果、大きな反響を頂くことができました。皆様には、特別番組放送時のCM休止につきまして、ご理解とご協力を頂きましたこと、改めまして心より御礼申し上げます。

さて、情報流通のパラダイムが大きく変容し、生活者の情報に対する接し方は多様化しております。

玉石混交の膨大な情報が溢れ、自らが何が正しい情報かを判断しなければなりません。世界的傾向がそうであるように、日本でも、若者は大震災、特に原発事故以降、様々な巨大組織が発信する情報に疑いをもつようになっております。フラットで透明性のある、しかも心の通い合う情報発信が、共感をもって迎えられ、信頼を醸成すると再認識した次第であります。

元来メディアの機能は、『ラジオで“Buzz”り、TVで“Expand”し、新聞が“Confirm”する』と言われて来たように、パラダイムが変わろうとも、ラジオは“Buzz”の発信源でなければなりません。

時代の空気と生活者の潜在欲求を掬い取った“Buzz”の発信により、従来のメディアはもちろん、ソーシャルメディアとも連携し、感動と共感のネットワークを創り続けることが我々の使命であると考えております。

一方で、次世代のメディア『V-Lowマルチメディア放送』につきましては、懸案でありましたモバイル端末へ内蔵する小型アンテナの開発にも目処が立ちました。様々な業種の皆様とご一緒に、新たなメディア創造に向けてチャレンジを続けて参ります。

技術の進歩は留まる所を知りませんが、当社は皆様の心の通ったコミュニケーション活動に貢献できますよう、『ヒューマンコンシャス』の理念に基づいた放送活動に全力で取り組む所存でございます。」