

2022 年年頭あいさつ

皆さん、新年おめでとうございます。どんなお正月を過ごされたでしょうか。

さて、去年は当社にとって画期的な年となりました。ビデオリサーチの8月度（9月実施）、10月度調査において、続けて、12～69歳までの個人全体全日平均で在京局中トップとなり、特に10月は単独トップという快挙を達成しました。これは、首都圏合同聴取率調査が始まった1990年以来初めてのことです。また、20代、30代、40代、50代各年代すべてトップという内容のよさは、これまでトップだった他局にはない素晴らしい内容でした。

2019年の10月から当社の編成は、M1・F1メインターゲットを改め、18～49歳をメインターゲットとしました。それも緩やかなターゲット設定であり、その前後の年代の方々にも楽しんでいただける番組作りを目指しました。そこには、やはりインターネット時代、超高度情報化時代にあって、人は年齢の通りには心の歳をとらない時代になったのではないか、20～34歳にばかり固執するのはもはやナンセンスではないのか、という思いがありました。また、ターゲットを広げた番組作りのほうが出演者やテーマ、それに表現の幅が広がりますし、作り手や喋り手も自由になれるのではないか、という考えもありました。そして結果的に、それはM1・F1の若年層にも楽しんでいただける放送になるだろうという考えでした。

そしてそれは、その通りとなったわけです。

それからもう一つ、編成制作局と誓い合ったのは、とてもわかりやすいことで、番組で心にもないことを言うのはやめよう、建前を言うのはやめよう、ダメなサラリーマンみたいな話し方はやめて、出演者に本当に思っていることを自由に語ってもらおう、ということでした。ラジオというメディアは、自由な生きた言葉の空間であることが良いところです。ときには建前も言わなければならないこともありますが、そうした場面は大きく減っていると思います。

人には、思っていることをしっかり言う人と、心にもないことを言いながら過ごす人がいます。後者の方が多いかもかもしれませんが、どちらの話が相手を動かすかといえば、思っていることを言う人の話です。やはり言葉が生きているし、力強さがあるからです。番組出演者のトークも同じことです。

聴取率には、私も現場時代にはつらい日々を重ねてきました。合同調査が始まった90年代前半の社の「J-popしか、かけてはいけないキャンペーン」に抵抗し、そんなことをやっていればスタッフや出演者をダメにすると行って、洋楽ロックやボサノバをかけまくってプロデューサーを下ろされたり、その後完全に外されて暗い異動となったりもしました。90年代後半に制作に戻り、朝か

らワイド中を坂上みきにしたりしてレイティングを上げたのに、経営層から詐欺師呼ばわりされたこともありました。そして、根本的な改善策をめぐって上層部に理解されず、ぶつかったりもしてきました。正月からネガティブモードに入ってきましたが、要するに、そんな長い低迷期を乗り越えて小細工せずに本物の1位になったことはものすごくうれしいし、当社の歴史の中では画期的なことであるわけですね。

聴取率ナンバー1ステーションですから、数値目標や行動目標、心構え的なことはあまり言わずに、お正月でもあり緩い話になっておりますが、今年目標について一つだけ申し上げます。

当社の経営方針は「FM放送事業者からオーディオコンテンツ事業者への脱皮」です。デジタルセクション中心に頑張ってくれ、AuDeeのコンテンツは800にもなり、MAUも170万程度になりました。営業も売り方を追求してくれ、今年度のインターネット広告収入は4億5千万円ほどになりそうです。これは前年度の2倍前後の数字です。AuDeeは、いよいよ一般ユーザー一人一人がアーティストやタレントに交じって自分のトークを発信する「みんなで作るラジオ機能」を備えていきます。Spotifyとのコンテンツ提携も近いです。

LisComのマネタイズの方法も定まってきました。FM番組の効果的な動画配信もIT企業と組んでやっていきます。

一番大切なコンテンツクリエイティブ力を聴取率ナンバー1で示した今、今年、それを土台に、いよいよオーディオコンテンツ事業者としての地位を確立させましょう。ネット広告収入とネットのB to C事業も含めてインターネット事業売上10億円をめざしたいと思います。今年度4億5千万円を10億にするだけです。このうちAuDee売上は前年度8千万円でしたが、今年度は、前年度比350%の2億8千万円くらいになりそうです。そのために外部企業との提携を進めます。また、社内組織面での強化提案は局長中心に積極的に行ってください。人員増を要望しただけで怒られることはもうありません。

インターネット売上10億円を達成すれば、オーディオコンテンツ事業者の扉を大きく開けることになります。そして、いわゆるラジオ業界で唯一、デジタル化が大きく進んでいる存在として認知され、情報の流入やビジネスチャンスがさらに舞い込んでくるでしょう。デジタルで10億円です。がんばりましょう！