

## ニーズを超えたものを

代表取締役社長 三村 景一

あけましておめでとう。

会長挨拶にもあったように、昨年は番組、音楽スポーツイベントなど現場力が発揮された一年であった。

MBS独自の他にはないコンテンツの存在感がとてもうれしく思う。しかしながら、年が変わるごとに、放送を取り巻く状況も激しく動いている。「若者のテレビ離れ」という言葉は、至るところで見聞きした1年でもあった。MBS新館が建って3年を迎える今年、近くには大学もやってきて益々この街は、活気にあふれてくる。彼らに向かって何を発信し、何をどういう手段で届けていくのか。会社を一步出れば、スマホ片手の若き感性に日々囲まれる我々は、その世代に突き刺さるソフトのあり方に、より敏感にならなければと 思っている。

一方、2030年には日本の平均年齢が50歳を超えるという。その時、人の気持ちはどう動き、世間の空気はどうかかわっているのか？テレビ離れは若者に限った話ではないと思っている。この年末年始、あなたはどれくらいテレビ、ラジオを見聞きしたか？テレビの地上波は最近見なくなったというOBからの話は、自分を含めて周りを見ても、さもありなんとも思う。この高齢化社会に向かっても、我々は何をどう届け、発信していくのか。時代のスピードはさらに加速し、人の気持ちは移ろい、街の、世間の空気も変わっていく。

昨年末改訂した「MBS VISION2020」で人の気持ちの在りどころは今どこにあるのかを常に考え続けてほしいと記した。今、人は何を望み、何を求めているのか。そのニーズに応えるのではなく、ニーズを超えたものを示していかなければ勝ち残ることはできない時代だと何かで読んだ。テレビ、ラジオ、イベントもまた然り。視聴率の分析からではそれは創造していけない。配信、BS、CS、4K、8K、そして配信とコンテンツ送出は今年も大きな業界の話題となる。その大前提として、あくまでも送出は創出でありたいと思う。

社長就任挨拶で一番言いたかったことをもう一度この場に記して新年の挨拶にしたいと思う。

MBSで働く全ての人たちの知識、知恵、人脈、経験、感性が会社の力、命、宝である。それが結実し、激変する放送の新しい価値を創造し形にしていくことしかない。今年は、春にはラジオがFM化本放送を迎え、そして開局65周年。新しい年を迎え、先人から受け継がれてきた財産を活かしつつ、過去の殻を叩き割って明日に挑んでほしい。今年も何卒よろしくお祈りします。