

報道各位

ご案内

JFN（全国FM放送協議会）事務局  
TOKYO FM 編成制作局

## 「JFN賞2007」各賞決定！

## 「企画部門」大賞

K-MIX「GTPとコラボレーションした番組・販促企画」

## 「CM大賞」

FMぐんま「営業案内CM30秒 2万円あれば」(30秒)

TOKYO FMをはじめJFN（全国FM放送協議会）加盟38局が、放送活動並びに新規事業の活性化と質的向上を目指し、社会的影響力や企画力からJFNグループ全体の発展に大きく貢献した局を表彰する「JFN賞」各賞が決定いたしました。

本年度「JFN賞2007」の表彰式は7月19日、TOKYO FMホールで行われました。

今年の「企画部門」大賞には、K-MIX「地域密着販促メディア企画 GTP『冷凍みかん』キャンペーン」が決定。新人アーティストを番組・イベント等で育成していく過程で、テレビ・新聞・雑誌・インターネット等の他メディアと戦略的にコラボレーションを図り、GTPの曲「冷凍みかん」を地域発の全国ブランドへと進化・発展。クロスメディア企画などが大きな話題を呼び、地元密着した販促メディアとしてラジオ局の力を証明したことが高く評価され、今回の大賞受賞となりました。

また優秀賞にはAIR-G' FM北海道「ほっかいどう宝島」の自然を謳うドキュメンタリー番組制作と多メディア展開、FM仙台「第1回みやぎサバ・メシコンテスト」がそれぞれ選ばれました。

そして「CM部門」の最優秀作品に贈られる「CM大賞」は、FMぐんま制作の「営業案内CM30秒 2万円あれば」(30秒)、第1部門最優秀賞(20秒以内)には、FMとやま制作の「カチカチ」(20秒)、第2部門最優秀賞(20秒以上)には、TOKYO FM制作の「赤い記憶」(60秒)がそれぞれ選ばれました。

今回の審査について審査委員長の天野祐吉氏が、

「今回の作品は質が高く、言葉がひとつひとつ粒立っていて、聴いている側にきちんと届くものが多かったです。特に音楽の力、リズムやメロディがつくことで、言葉がより伝わることを感じました。この賞が始まってから約20年の間に広告界にも大きな変化が生まれつつあります。WEBとラジオの連携により、ますます面白い表現が生まれること、そしていま以上に言葉を大事にして、新しい時代を予感させるようなCMが生まれることを、次回も期待します」と締めくくり、授賞式が終了いたしました。

各賞の結果は次の通り。

## ◎ JFN賞・企画部門

「JFN賞・企画部門」は加盟各局がエントリーした年間の放送・事業・営業活動事例をJFN各委員会委員長、副委員長から成る「JFN賞選考委員会」が選定する。今年は、エントリー28社49件の中から、先に開催された選考委員会で以下の各賞が決定した。

## ■大賞

K-MIX 地域密着販促メディア企画 GTP『冷凍みかん』キャンペーン

新人アーティストをラジオ局として育成する過程で、彼女たちを起用した番組企画・営業企画を多数実施する中、番組内でGTPの曲「冷凍みかん」をオンエアしたところリスナーのみならず県内全域で大反響を呼んだ。また、イベントを通じた地元へのPRとインタ

ーネットと連携したクロスメディア企画による全国への「冷凍みかん」の販促展開は、局のイメージアップに繋がり、新聞、TV、雑誌などでも大きく取り扱われた。FMステーションとしての地元密着性と販促メディアとしてのラジオ局の実力を証明した成功事例として高く評価。

#### ■優秀賞

AIR-G' FM北海道 「ほっかいどう宝島」自然を謳うドキュメンタリー番組制作と多メディア展開  
北海道の自然を音楽と言葉を通して表現したドキュメンタリー番組を1年に渡り放送。ホームページにはスタッフが取材した貴重な映像や画像が、これらを表現する文章とともに掲載。また、地元の自然にまつわる専門家を毎回番組ゲストに迎え、取材日誌として雑誌とリンクさせた企画は話題性も高く、リスナーの大きな反響を呼んだ。北海道の地域性を活かし、一年間に渡り継続性に取り組んだ企画として高く評価。

#### ■優秀賞

FM仙台 第1回みやぎサバ・メシ コンテスト

近い将来に想定される宮城県沖地震に備え日頃から防災情報番組を放送するなど県民の防災意識の向上、啓蒙に努めているが、今回サバイバルのための食事、略して「サバ・メシ」のレシピを広くリスナーに公募するコンテストを実施した。この「サバ・メシ」コンテストは身近な食事という切り口で防災意識を育てるという点が評価され、多くの防災機関や県民の関心を呼んだ。今までにない新たなスポンサー開拓にも繋がり、地元メディアとして地域に貢献した点と併せて高く評価。

#### ■奨励賞

TOKYO FM U2日本公演に於ける新たなエンタテインメントビジネスモデル構築

U2日本公演を招聘するにあたり、アメリカ興行界最大手企業と直接交渉しプロモーション総括を受託するとともに日本公演のチケット完売を実現。日本における既存の外国タレント招聘興行の形態に風穴を開ける出来事として、海外興行界・アーティストから高い評価を得た。TV、新聞社などが既存の商習慣に捉われる中、日本の興行界に一石を投じ、新しいエンタテインメントビジネスモデルを構築した点を高く評価。

#### ■奨励賞

K-MIX 番組の二次利用による新規ビジネスを促進する同録システムの構築

全放送番組を電子的に高音質アーカイブ化し、これを社内ネットワークに接続することによって本社内のみならず全支社で直接CD-Rにダウンロードする機能をもたせた。更には放送済番組からポッドキャスト番組を自動的に生成する機能も付加し、新たなビジネス創生に寄与した。またこのシステム構築にあたっては、海外製品を多用し費用の削減を果たしているが、反面、安定稼働に向けた現場担当者のチューニングの苦労が伺える。技術的側面から顧客満足度の向上、新規ビジネス創生などに貢献した点を高く評価。

#### ■奨励賞

FM石川 「能登半島地震」に関する一連の報道と「頑張ろう能登」特番の放送

3月25日（日）に発生した「能登半島地震」に際し、番組内で速報を発信した他、その後の緊急情報やインフラ復旧状況、生活情報など、自社制作の生番組内で一ヶ月に渡り継続的に放送し続けた。また、独自の企画として最激震地である輪島市門前町の小学校新入学生を、桜の花びらを型取ったメッセージ入りカードで励ます運動を、現地ボランティアと一緒に番組で呼びかけ実施。被災1ヵ月後には「千の桜メッセージ」が飾られた入学式の模様やメッセージの朗読で「頑張ろう能登」特番を放送、リスナーからは大きな反響が寄せられた。

## ■特別賞

### TOKYO FM 3セグメントマルチメディア放送のスタート

動画・静止画・BMLによる情報提供などを実現する「3セグメントマルチメディア放送」の放送技術を現実のものとして確立。番組制作においても、音楽業界との協力を築きビデオクリップを使った多彩な映像番組を投入。数々の環境の変化や抑制的な干渉を乗り越え、ラジオの未来を切り開いた功績を高く評価。

## ◎JFN賞・CM部門

JFN加盟38社のCM制作の向上とCMを通じて地域社会の文化に貢献することを目的として優秀CM作品を表彰するのが「JFN賞・CM部門」。

今年の審査対象は2006年6月1日から2007年5月31日までの間、JFN加盟各局が自社で企画または制作、放送したCM。斬新な発想や演出と技法、地域性、公共性、影響力（CM効果）が審査基準となる。エントリー総数149本のなかから大賞のほか、部門各賞（20秒以内、21秒以上）が選出された。審査委員長の天野祐吉氏（コラムニスト）、小野田隆雄氏（コピーライター）、弘兼憲史氏（漫画家）の2名の特別審査員をはじめ、JFN各局のCM制作担当者38名により公開審査会が行われ、以下の各賞が決定した。

### 【JFN CM大賞】

FMぐんま 「営業案内CM30秒 2万円あれば」（FM群馬自社PR／30秒）

#### 【第1部門 最優秀賞】※20秒以内（エントリー数＝43本）

FMとやま 「カチカチ」（田中石材／20秒）

#### 【第2部門 最優秀賞】※21秒以上（エントリー数＝30本）

TOKYO FM 「赤い記憶」（エフエム東京／60秒）

### 【奨励賞】

#### ○地域ブロック賞

- ・北海道・東北 FM岩手 「田中と加藤（通勤）」（IGRいわて銀河鉄道㈱／40秒）
- ・関東・甲信越・静岡 TOKYO FM 「父の秘密」（栄光社／20秒）
- ・中部・北陸 FM AICHI 「BGM」（自社PRスポット／30秒）
- ・近畿・中国・四国 fm o s a k a 「露天風呂」（びわ湖花街道／20秒）
- ・九州・沖縄 FM佐賀 「呼子萬坊いかしゅうまい「ゲソの歌」（㈱萬坊／20秒）

○出演者賞：TOKYO FM 「前世の妻 フランス王妃」（大塚製薬株式会社／90秒）

○コピー賞：K—M I X 「サンパ イメージ」（S y m p a／20秒）

### 【制作者審査員賞】

FMぐんま 「営業案内CM30秒 2万円あれば」（FM群馬自社PR／30秒）