

---

---

## TOKYO FM の番組と CM が平成 23 年日本民間放送連盟賞を受賞 『シンクロシティ』が“ラジオ生ワイド番組”部門・優秀賞 受賞 “ラジオ CM 第 2 種”部門・最優秀賞 & 優秀賞 受賞 “ラジオ CM 第 1 種”部門・優秀賞 受賞

---

---

社団法人日本民間放送連盟が番組、CM、放送技術の向上と、放送活動のより一層の発展を図ることを目的に毎年実施している「日本民間放送連盟賞」において、TOKYO FMの番組『シンクロシティ』が“ラジオ生ワイド番組”部門で優秀賞を、TOKYO FM制作のCMが“ラジオCM第2種”部門の最優秀賞と優秀賞を、“ラジオCM第1種”部門で優秀賞を受賞いたしました。

TOKYO FMの番組が受賞するのは、平成22年『Panasonic Melodious Library』“ラジオ教養番組”部門・優秀賞に続き2年連続となります。

また、CM部門で最優秀賞または優秀賞を受賞するのは、TOKYO FMの開局（昭和45年）後に初受賞した昭和48年以降の全39回のうち37回、平成10年より14年連続となります。

### <受賞作品紹介>

#### 【ラジオ生ワイド番組部門・優秀賞】

- タイトル：シンクロシティ
- 放送日時：3月14日（月）16：00～19：00、25：00～29：00 放送（全国ネット）  
（※レギュラー放送は毎週月～木 16：00～18：45 東京ローカル）
- 出演者：堀内貴之
- プロデューサー：平岡俊一（TOKYO FM）
- ディレクター：前田章太郎（スパイスジャム）、東海林靖（スパイスジャム）、浦井清香（フリー）、入澤ハナコ（フリー）、村川裕子（フリー）、樫棒純（スパイスジャム）
- 制作意図：

『シンクロシティ』は、東京で暮らす市井の人々が、今どんなことを考え、何に価値を見いだし、実際に日々街頭でマイクを向けることにより掬い上げる、都市生活者の“情感吸い上げ型”番組です。

今回エントリーした放送は、3月11日に発生した東日本大震災の3日後に行われたものです。通常、東京エリアのみで行われている放送を、この日については全国ネットに緊急拡大し実施しました。テレビが被災地周辺の一次情報を届ける中、潤沢な報道体制を取ることが出来ない我々は、唯一保持している強みとも言える「人の声と音楽」を被災地のみなさんに届けることを目的としました。全国から、おびただしい数のメッセージとリクエスト曲が届き、中には、まさに被災地でお聴きいただいている方からのものもありました。いずれも、遠くまだ寒さ厳しい東北で被災された方々に、少しでも前を向いてもらおうと届けられたものばかりでした。パーソナリティーの堀内貴之は、決してテクニックを有したプロのDJではありません。ただ常日頃、番組を担当している際に彼が目指しているものは、人々の代弁者であるということです。この放送でも、時には声が揺らぎ、時には伝えるべき言葉を見失いながら、それでも日本全国から届くメッセージを、ただひたすらに被災地の人々に向けて伝えようとしていました。震災という未曾有の経験に際し、私たちラジオというメディアが、リスナーのみなさんの力を借りながら、その時点で、できることのすべてを乗せられた番組であったのではないかと感じています。

●放送内容：

番組は3月14日（月）の16時からスタートした第1部3時間と、深夜25時から4時間に渡ってお届けした第2部からの抜粋です。途中、精神科医・香山リカ氏に電話でご出演いただき、被災地のみなさんや震災のニュースで固まったココロの緊張を解す方法などをお届けしたほか、急遽駆けつけていただいた渡辺貞夫さんによる鎮魂歌「I'm With You」のスタジオライブをお送りしています。ただ、それ以外の大半は、全国のリスナーのみなさんから届けられたメッセージとリクエスト曲です。震災直後ということもあり、ひたすらに「伝えたい思い」のみで構成された番組です。もちろんそれらは被災地で聴いていただいている方々へのメッセージですが、同時に惨状を伝えるニュースに心を痛めた人々にとっても同様の意味を持って届けられました。最後は、岩手県盛岡市でこの日に卒業式を迎える中学生から届いたメッセージです。

【ラジオCM第2種部門（21秒以上のCM）・最優秀賞】

- 広告主名：味の素株式会社
- 商品名/作品名：企業/言葉の成長
- CM秒数：60秒
- プロデューサー：石井利始（㈱アサツー ディ・ケイ）
- ディレクター：林屋創一（TOKYO FM）
- クリエイティブディレクター：早乙女治（㈱アサツー ディ・ケイ）
- コピー：三井明子（㈱アサツー ディ・ケイ）
- 出演者（こどもの声）：森山泰地、田町イルファン、高橋かな、宮田ゆう
- CM展開の意図：

人間の赤ちゃんは、成長していく過程で様々な言葉を覚えていきます。

教えられたり、いつのまにか学んだり・・・

そんな中で、いち早く覚えていくのは、食べ物にかかわる言葉が多いようです。

食べることは生きていくために必要だし、何ととっても嬉しく楽しいこと。たどたどしくても、他人には意味不明でも、お母さんにはちゃんと伝わる・・・

そんな初々しい言葉をコラージュして、食生活を応援する味の素の企業姿勢を伝えるCMにまとめました。

【ラジオCM第2種部門（21秒以上のCM）・優秀賞】

- 広告主名：株式会社エフエム東京
- 商品名/作品名：自社媒体PRスポット/ヒューマンコンシャス・コトバ銀行
- CM秒数：60秒
- プロデューサー：林屋創一（TOKYO FM）
- ディレクター：中山佐知子（㈱ランダムハウス）
- クリエイティブディレクター：小松洋支（㈱電通）
- コピー：薄景子（㈱電通）
- 出演者：原金太郎（フリー）、山崎えり（フリー）、内田慈（吉住モータース）
- CM展開の意図：

「ヒューマン・コンシャス～生命を愛し、つながる心～」は、TOKYO FMが2005年から標榜しているステーションキャンペーンです。

番組やイベントなどの活動とともに、自社PRスポットを通じても様々なメッセージを発信しており、『コトバ銀行』はその中の1本です。

身近すぎたり、気恥ずかしかったりするがゆえに、失われがちな家族に対する感謝のコトバを、きちんと伝えようというメッセージを、コトバを預かる架空の銀行窓口の会話でコミカルに表現しました。

笑ってしまうけれど、「そういえば我が家でも・・・」と、ちょっとドキッとする男性、いらっしやるのではないのでしょうか。

【ラジオCM第1種部門（20秒以内のCM）・優秀賞】

- 広告主名：株式会社三越伊勢丹
- 商品名/作品名：新・銀座三越/銀座テラス篇
- CM 秒数：20 秒
- プロデューサー：山口景子（TOKYO FM）
- ディレクター：山口景子（TOKYO FM）
- コピー：シラスアキコ（株）Color）
- ミキサー：越川博雅（株）エフエムサウンズ）
- 出演者：坪井香百里（株）三越伊勢丹）
- CM 展開の意図：

銀座三越は、昨年9月、敷地面積、容積ともに拡大した大規模なリニューアルを行いました。

その、新店舗オープンにさきがけて放送した、数種類の〈館内放送〉シリーズ CM のひとつです。

チャイムは三越の本物のオリジナルチャイム。NA は、三越の館内案内の社員です。

普段、よく三越を訪れているリスナーが、耳なじみのあるこの放送を聴いた瞬間、三越の売り場にいるみたいに錯覚してくれたら・・・。

リアルでありながら、お呼び出しの内容はリニューアルの期待感を高めてもらうよう〈夢のある館内放送〉に仕上げました。