

《株式会社エフエム東京 第394回放送番組審議会》

1. 開催年月日:平成 24 年 12 月 4 日(火)
2. 開催場所 :エフエム東京 本社 11 階 JET STREAM 大会議室
3. 委員の出席:委員総数 7 名(社外 7 名 社内 0 名)

◇出席委員(7 名)

青 池 慎 一 委員長	横 森 美 奈 子 副委員長
渡 辺 貞 夫 委員	内 館 牧 子 委員
香 山 リカ 委員	西 田 善 太 委員
秋 元 康 委員	

◇欠席委員(0 名)

◇社側出席者(10 名)

富木田 代表取締役社長
唐 島 専務取締役
黒 坂 常務取締役 編成制作局長
石 井 常務取締役
平 取締役営業局長
藤 取締役マルチメディア放送事業本部長
長 澤 常勤監査役
延 江 編成制作局ゼネラルプロデューサー
森 田 編成制作局局次長 兼 編成制作部長
林 屋 営業局専任局長 CM制作ルーム長 (オブザーバー)

◇社側欠席者(0 名)

【事務担当 森田放送番組審議会事務局長】

4. 議題: CM試聴 (約16分)

CM試聴 「日本民間放送連盟賞」「JAA消費者のためになった広告コンクール」「ACC CMフェスティバル」などの各賞を受賞したCM(TOKYO FM制作)を試聴

【試聴CMリスト】

<第60回 日本民間放送連盟賞 ラジオCM部門 入賞CM>

(第2種/21秒以上 優秀)

CM① キヤノン・マーケティング・ジャパン 企業CM「走馬灯」 120秒

CM② 味の素 企業CM「イエモトのチャーハン」 150秒

<JAA・日本アドバタイザーズ協会主催

第52回 消費者のためになった広告コンクール入賞CM>

(銅賞)

CM③ セイブ・ザ・チルドレン・ジャパン 「子どもに質問」 120秒

(JAA賞=ラジオ最高賞)

CM④ キヤノン・マーケティング・ジャパン 企業CM「音声案内」 120秒

<ACC・全日本シーエム放送連盟主催

第52回 ACC CMフェスティバル入賞CM>

(ブロンズ)

CM⑤ 味の素 クノールスープ DELI

「きょうの夫婦 その1、その2、その3」 20秒×3

※「きょうの夫婦 その3」20秒は、

日本民間放送連盟賞 ラジオCM 第1種/20秒以内 優秀も受賞

<ACC・全日本シーエム放送連盟主催 第15回パーマネントコレクション選定>

CM⑥ 資生堂ブラバス 「夫の香り」「父の香り」 90秒×2

※2001年制作CM

【委員の意見および社側説明】

(「○」委員意見/「■」社側説明)

○賞をとるだけあって秀逸なものだった。

「きょうの夫婦」は軽妙な会話もさることながら、冷め切った夫婦というネガティブな話題をクライアントがOKしたことが素晴らしい。

「ブラバス」は「男は変えないんですね」という主題である設計図を、関わるすべての人が力を合わせて巧みに職人技で表現した、まさに聞かせるラジオCMになっている。

○「走馬灯」の「おれの走馬灯にコマーシャルついてたぞ」、「きょうの夫婦」の「奥さん」というセリフが効果的で面白かった。ものによっては騒々しくて饒舌すぎるかなと感じるものもあった。殿堂入りの「ブラバス」は、もし自分が一人で車で聴いていたとしたら、帰ったら夫や父に優しくしようと思うだろう。違った意味で商品に幅をつける表現になっている。

○「走馬灯」「イエモトのチャーハン」は少し長すぎると感じた。「きょうの夫婦」は面白く、楽しく聞かせてもらった。資生堂の「夫の香り」「父の香り」は、やはり時代なのか、テンポがよく、落ち着いて聴ける。

○「きょうの夫婦」の女性(内田春菊さん)の声が素晴らしく、圧倒された。ACCの審査員もやっており、3日間審査に参加したが、全体的にラジオCMは二極化していると感じる。ベタなべらべらしゃべって全部説明しようというものと、仕掛けがあるものに分かれてきている。

○毎年、年末にCMを聴くと世相の移り変わりが表れているのがわかる。昔のCMはいたずらに文学的すぎたり、泣かせるような内容だが、どこのCMだかわからないようなものがあった。不況が本格化してからは、商品名や安い、お得というのを元気に打ち出すものが出てきた。その後はエコが前面に出てきた。一長一短あったが、今年作品は洗練されてきていて、いい意味でバランスのとれたものが多かった。ただ感動的、ただ笑えるだけではなく、商品の描写までしっかりつながっていると感じた。

○今年は話題やトピックが身近で、誰にでも共感できる内容ばかりで、「身近」という今の時代のキーワードにも通じていると感じた。「走馬灯」や「イエモトのチャーハン」など、言葉が多すぎると感じるものもあった。談志さんのネタで落語家の話ならもう少し小気味よくピリリとした感じを期待したい。その中で「ブラバス」は映画の1シーンのように、その世界が浮かび上がってくるような素晴らしい作品だ。

○いずれも工夫された作品だと感じた。「走馬灯」は少し茶化しすぎている印象があり、平凡な人生をもう少しとおしく描いてほしかった。「音声案内」は感心したが、もっと企業の強みを表現する方向でもよかったのではないかと。「ブラバス」は髪を整える商品でありながら、その「香り」によって、人々の記憶や思い出に結びつく機能をもつということがCMでうまく語られていた。

■「ブラバス」は、制作にあたり、部の女性社員と話している中で、「私の父もブラバスなんです。男の人って変えないんですよね」という発言が出たことと、決まった香水がト

リードマークの男性役員がモチーフとなり、そこから膨らんだもの。実話が基になっているというのが作品の強さになったと思う。

5. 公表

議事内容を以下の方法で公表した。

- ① 放送:番組「JUGLIS RUN GIRLS SUNDAY」
12月30日(日)6:00～7:30放送
- ② 書面:TOKYO FM サービスセンターに据え置き
- ③ インターネット:TOKYO FM ホームページ内 <http://www.tfm.co.jp>

7. その他

次回審議会を、2月5日(火)に開催することを決めた。