

**アジア太平洋広告祭「ADFEST 2022」においてシルバーとブロンズを受賞！
TOKYO FMとルミネのコラボレーションによるお弁当×オーディオコンテンツ
「聴いて旅する幕の内 おととめし」**

TOKYO FM は、株式会社ルミネが主催する「聴いて旅する幕の内 おととめし」のオーディオコンテンツを株式会社ルミネとコラボレーションして制作、アジア太平洋広告祭「ADFEST 2022」において、MEDIA LOTUS 部門でシルバー1個、AUDIO LOTUS 部門でブロンズ2個を受賞いたしました。

アジア太平洋広告祭(Asia Pacific Advertising Festival)、通称 ADFEST は、アジア太平洋地域で最も権威のある広告賞の一つです。



LUMINE



Tokyofm
Life time audio 80.0

【ADFEST 2022 部門・カテゴリー・アワード】

- MEDIA LOTUS 部門 USE OF AUDIO カテゴリー シルバー
<http://www.adfest.com/index.php/Home/Awards/winnersshowcase2022?category=12>
- MEDIA LOTUS 部門 USE OF AUDIO カテゴリー シルバー
- MEDIA LOTUS 部門 USE OF AUDIO カテゴリー シルバー
<http://www.adfest.com/index.php/Home/Awards/winnersshowcase2022?category=19>



※「聴いて旅する幕の内 おととめし」は2021 61st ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS ラジオ&オーディオ広告部門 B カテゴリーでACCシルバーも受賞しています。

【オーディオコンテンツ 聴いて旅する幕の内 おととめし】

TOKY FM が株式会社ルミネとコラボレーションして制作したオーディオコンテンツ「聴いて旅する幕の内 おととめし」は、その土地ならではの食材を使用したお弁当を喫食しながら聴取することで、あたかも旅するようにその地域の風景や景色、空気や鼓動、気持ちや人の温もりといった他の感覚をも感じるような体験ができる朗読ドラマです。

お弁当「聴いて旅する幕の内 おととめし」のランチョンマットに記載された QR コードをスマートフォンで読み取ることでオーディオコンテンツ「聴いて旅する幕の内 おととめし」が聴取できる他、TOKYO FM が運営するオーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」で配信しました。

●第1弾「聴いて旅する幕の内 おととめし meets 最上」

第1弾は山形・最上のオーディオコンテンツを制作、アジア太平洋広告祭「ADFEST 2022」MEDIA LOTUS 部門でシルバー1個、AUDIO LOTUS 部門でブロンズ2個を受賞、2021 61st ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS ラジオ&オーディオ広告部門 B カテゴリーでACCシルバーを受賞いたしました。

株式会社ルミネが実施したお客さまアンケートには、お弁当「聴いて旅する幕の内 おととめし meets 最上」を購入した方から「現地でしか食べられないような食材を、背景を聞きながら食べるとより味わい深く感じた」「簡単なコンテンツで旅気分になれるのが良かった」「今まで縁のない土地でしたが、すごく身近に感じることができました」「直接会いたくなりました！コロナが落ち着いたら旅してみたい場所の一つになりました」といった声が寄せられるなど、いつもの食事が特別な時間になる旅体験をつくることができました。

女優で歌手の綿引さやかのアナレーションのもと、最上に暮らす人々が登場し、地域の文化や暮らしの風景、お弁当の食材1品1品にまつわるストーリーをあたたかな声で語ります。

〔イントロダクション〕

ルミネで買ったお弁当の包み紙を開けると、私は、山形新幹線に乗っていた。
今日も新宿でランチタイム・・・。
でも、お弁当の包みを開けた瞬間、私には見える。車窓の向こうに流れる景色。
ビルが消え、田畑が広がり、山の稜線が青空を区切る。
遠く、白い鳥が二羽、旅の門出を祝うように、高みを目指した。
私が目指したのは、山形県最上地域・・・。

〔女優・歌手 綿引さやか〕



2013年『レ・ミゼラブル』にてアンサンブルからエポニーヌ役に抜擢。主な出演作に「リトル・マーメイド」「Beautiful」「Jersey Boys」等。ミュージカルをメインフィールドとしながら、自身のソロライブや「リトル・マーメイド・イン・コンサート」等コンサートでの活動も積極的に行っている。近年では、ロサンゼルスで開催された「Beauty and the Beast in concert」、「THE LITTLE MERMAID AN IMMERSIVE LIVE-TO-FILM CONCERT EXPERIENCE」に唯一の日本人として出演、また、スウェーデン王国にてスウェーデン国王・王妃両陛下の前で歌唱を務めるなど海外へも活躍の場を広げている。

●第2弾「聴いて旅する幕の内 おととめし meets 出雲」

第2弾は島根県出雲地域に暮らす人々が登場し、地域の文化や暮らしの風景、お弁当の食材1品1品にまつわるストーリーをあたたかな声で語ります。



〔イントロダクション〕

(BGM)～(SE:出雲大社の鈴の音)～(SE:柏手の音)
出雲の国へようこそ。

(SE:笛の音)

目に見えないものと戦うのは大変です。
距離を置くことが常識になるのは仕方ないけれど、
心の距離まで離れて行くように感じてしまう。

目に見えない距離、ここ出雲の国は、
目に見えない神さまやご縁を大切にしてきました。

八百万の神様が息づく場所

(SE:水の水の音～鈴の音)

早朝の宍道湖に響くのは、出航の汽笛。

あなたは今、宍道湖に浮かぶ小舟の上にあります・・・。

【味覚・嗅覚とデジタルオーディオコンテンツによるデジタル接点の融合と創出】

味覚と嗅覚に訴求する商品をデジタル領域で提供することは困難ですが、オーディオコンテンツと融合させ一体のエンターテインメントとして提供することで、消費者や利用者とのデジタル領域での接点を創出することができ、味覚や嗅覚に訴える商品のデジタルトランスフォーメーションを進めることができる他、味覚・嗅覚と聴覚のエンターテインメント性にシナジー効果が生まれることで、それらの商品の価値を高めることができます。

また、オーディオコンテンツはアイズフリーであるため、商品を利用・閲覧をしながら、または喫食などの行動をしながらでもお楽しみいただける想像性豊かなエンターテインメントです。これらのオーディオコンテンツが有する特性により、商品の生産者や製造者と、消費者や利用者との間のエンゲージメントを高め、ブランディングに貢献することができます。

【オーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」について】

TOKYO FM は、放送のみならずデジタル領域においてもオーディオコンテンツを提供し、オーディオコンテンツ事業者としてのビジネス拡大を戦略上の柱にしております。これまで TOKYO FM は、放送とデジタルプラットフォームが連携した様々なデジタル体験をリスナーに提供してまいりましたが、さらに放送とデジタルの最適な形での融合により、オーディオコンテンツ事業者としてのデジタルトランスフォーメーションを加速するため、株式会社ジャパンエフエムネットワーク(JFNC)と共同で、オーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」を展開しております。

AuDee は、スマートフォンアプリと WEB サイトの両方でサービスを展開、インターネット用に特化した配信専用の「オンデマンドオーディオコンテンツ」を中心に、TOKYO FM および JFNC が制作する人気番組のスピノフオーディオコンテンツ、広告主のブランド向上とエンターテインメントを兼ね備えた「ブランデッドオーディオコンテンツ」など、600 番組を超えるオーディオコンテンツを配信する他、番組発の記事コンテンツを含め、TOKYO FM と JFNC のデジタルコンテンツが集約されたプラットフォームです。また、2021 年秋にはデジタルオーディオアドにも対応することを予定しており、ブランデッドコンテンツと併せてデジタルオーディオ領域での事業拡大を目指します。

TOKYO FM は今後も、オーディオコンテンツ事業者として、ラジオ放送というオフラインメディアとオンラインメディアとのハイブリッドを加速し、TOKYO FM および JFN ネットワークのデジタルトランスフォーメーションを推進することで、デジタル領域においてもオーディオコンテンツによるエンターテインメントをリスナーに提供してまいりますとともに、広告主とリスナーの強いエンゲージメント構築に貢献してまいります。

【AuDee(オーディー)】

<スマートフォンアプリケーション>

iOS <https://apps.apple.com/jp/app/id1089137028?mt=8>

Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=mobi.gsj.park>

<WEB サイト>

<https://audee.jp/>

