

<株式会社エフエム東京 第 456 回放送番組審議会>

1. 開催年月日：平成 31 年 3 月 5 日（火）
2. 開催場所：エフエム東京 本社 10 階 大会議室
3. 委員の出席：委員総数 6 名（社外 6 名 社内 0 名）

◇出席委員（4 名）

横 森 美 奈 子 委員長	内 館 牧 子 委員
ロバート キャンベル 委員	秋 元 康 委員

◇欠席委員（2 名）

渡 辺 貞 夫 委員	川 上 未 映 子 委員
------------	--------------

◇社側出席者（10 名）

富木田	代表取締役会長
千 代	代表取締役社長
平	専務取締役
吉 田	常務取締役
西 川	常勤監査役
村 上	常務取締役営業局長
森 田	執行役員編成制作局長 兼 編成部長 兼 株式会社グランド・ロック代表取締役社長
延 江	営業局エグゼクティブ・プランナー
若 杉	編成制作局制作部長
宮 崎	番組プロデューサー

◇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：番組試聴（約 27 分）
『エンタメの夜明けスペシャル～あの Bar で、もう一度～』
2019 年 2 月 6 日（水）20:00～20:55

≪議事内容≫

議題 1:最近の活動について

■NHK&民放 101 局ラジオ共同キャンペーンについて

NHK と民放ラジオ 101 局では、若年層へ向けたラジオ普及キャンペーン「ハッシュタグキャンペーン」を 2 月 18 日から 3 月 31 日まで展開中です。このキャンペーンは、これまでラジオ聴取習慣のなかった 10 代を中心とする若年層へ「ラジオの聴取習慣」を普及することを狙い、現在放送されている全国のラジオ番組を対象に、twitter 上で「# (ハッシュタグ) このラジオがヤバい」をつけて、ラジオ好きなリスナーたちが自分の好きな番組・番組の面白いところを推薦文として投稿していくというものです。(ここで使用する「ヤバい」は、若者語のおもしろい、すごいという意味となります。) キャンペーン初日から、大変多くの反響を頂き、開始から 1 週間で約 14 万のツイートを集め、twitter トrend入り、著名人や企業アカウントが参加するなどユニークな展開も見られました。在京ラジオ局では、局間の垣根を越えた番組同士の相互出演などのコラボレーションも発生しています。

キャンペーン特設サイトには、菅田将暉や長濱ねる(櫻坂 46)、川上洋平([ALEXANDROS])など、10 代に人気の高い、アーティストや俳優、タレント、アイドル、声優のラジオにまつわるインタビュー、全国のラジオ局のパーソナリティやスタッフ 100 人が選ぶ、自局・他局の「このラジオがヤバい 3 選」を掲載。さらに、特設サイトからは、140 文字ではおさまらないリスナーからの



好きなラジオ番組の推薦文を同時に募集しており、夏～秋にかけてこれらの推薦文を「10 代に聴いて欲しいラジオ」としてまとめた小冊子を全国の学校へ配布する予定となっています。また今後、5 月には全国のラジオ局を生放送で繋ぐ特別番組も計画しています。

■ハイブリッドラジオ「ラジスマ」発売開始に伴う記者発表会について

民放連ラジオ委員会では、ラジオの聴取促進のため、スマートフォンで FM 放送が聴取できるよう、3 年ほど前よりメーカー及びキャリア各社に働きかけを行ってまいりました。多くのスマートフォンが内蔵するチップには FM 放送電波を受信する機能が組み込まれていますが、通常は製造コスト削減のため、機

能が活かされていません。この受信機能を他のメーカーにも活用してもらいスマートフォンを FM 受信機にしようというものです。

民放連ではメーカーに対して、「radiko」と FM 電波受信機能を切り替えて聴けるようにする、所謂「ハイブリッドラジオ」の実現を働きかけてきましたが、2月より、下記の2機種 of スマートフォンが「ハイブリッドラジオ」機能を搭載して発売になりました。

民放ラジオ 101 局では、このハイブリッドラジオの愛称を「ラジスマ」と定め、「ラジスマ発売記念式典」と銘打って、明日、3月6日（水）午後、都内で記者発表会を行うこととなりました。キャンペーンテーマソングは、ピンクレディの「カルメン」をアレンジしたもので、ももいろクローバーZ が歌を担当。PR 動画も3月6日以降拡散していく予定です。

民放連では、ハイブリッドラジオを他のスマートフォンメーカーにも広げ、聴取機会の拡大を目指すこととしています。

【らくらくスマートフォン me F-01L】

富士通コネクテッドテクノロジー社製
(NTT docomo)



【URBANO V04】

京セラ製
(au)



■ 『TOKYO FM Skyrocket Company LIVE SEMINAR』 を開催

TOKYO FM で、毎週月曜～木曜 17 時から放送中の『Skyrocket Company』では、2月24日(日)、SHIBUYA CLUBQUATTRO にて、番組発のライブイベント『TOKYO FM Skyrocket Company LIVE SEMINAR supported by PARCO』を開催しました。出演は、Nakamura Emi、Awesome City Club、オープニングアクトは浜端（はまばた）ヨウヘイ。ライブの MC は番組パーソナリティのマンボウやしろ、浜崎美保。“明日への狼煙を上げるラジオの中の会

社”をコンセプトに掲げ、働く会社員を応援する『Skyrocket Company』が、参加リスナー（社員）を応援する「出張セミナー」として、ゲストと一緒に音楽でエールを贈り、会場に集結した満員のリスナー（社員）が熱狂しました。



◀集合写真

ステージ左：まんぼうやしろ

右：浜崎美保

■人気声優によるアニソンカラオケイベント『アニカラっ！』を開催

TOKYO FM で、毎週土曜 20 時から放送中の足立梨花（あだち りか）がパーソナリティをつとめるアニメ入門プログラム、『チケットぴあ presents 足立梨花のアニだちっ！』では、番組初のイベント『アニカラっ！』を 2 月 24 日（日）豊洲 PIT にて開催しました。アニメキャラクターに扮したコスプレで登場した番組パーソナリティの足立梨花と、全世界で活躍してるアーティスト May'n（めいん）が MC をつとめ、人気声優の沢城千春（さわしろ ちはる）、古畑恵介（ふるはた けいすけ）、井澤美香子（いざわ みかこ）、相羽（あいば）あいな、松本梨香（まつもと りか）が、カラオケ BOX の VIP ルームに模したステージで「アニソン縛りのカラオケ大会」をテーマに、数々の「アニソン名曲」を披露しました。このイベントでしか聴けない選曲やコラボレーションにファンが熱狂し、SNS でも大きな盛り上がりが見られました。



▲番組パーソナリティ足立梨花



▲古畑恵介

<第 456 回放送番組審議会議事録>



▲カラオケボックスに模したステージ



▲参加者全員によるセッション

【委員の意見および社側説明】

(「○」委員意見／「■」社側意見)

○ハイブリッドラジオはとても面白そうなので、早速、試してみたいと思ったが、ほぼすべての機種に搭載されているのか。

■ほぼすべての機種に、FM 放送波の受信が可能なチップが埋め込まれているが、実際に受信して FM ラジオを聴くように機能が活かされていない状態となっている。聴けるように改良するにはコストがかかり、各メーカーと交渉をしながら今回の 2 機種の販売へと繋がった。発売まで、3 年という期間をかけての取り組みとなっている。この 2 機種の流れ行きが、今後の機種拡大の鍵になると言われている。

○メーカーにもメリットがないとコストをかけて導入とならないと思うが、どのようなメリットがあったのか。

■全国 101 局のラジオ局が、この 2 機種を、告知をはじめとする全面的なバックアップをするということにメリットを感じていただいている。

■ラジオアプリをベースにしたアプリがインストールされた状態で販売され、タップするだけで、通信と電波での受信とを切り替えることができるのがハイブリッドラジオの最大のポイント。災害時など、ケースバイケースで切り替えることを想定している。

○今までよりもスマホでのラジオ聴取が簡単になったということか。

■電波での聴取にはイヤフォンジャックがアンテナとして必要になるので、簡単になったとは言えない。Bluetooth イヤフォンが普及しているので、その部分ではまだ課題があると言える。

○NHK と民放の共同キャンペーンは画期的なことかと思うが。

■NHK と民放のキャンペーンは 2010 年頃から長くやっている。NHK と民放が共同して、ラジオ接触のない若者をターゲットに、ラジオを聴いてもらうという趣旨で行っているキャンペーン。初年度は東京で開催し、SEKAI NO OWARI がキャンペーンソングを歌うなど、盛り上がった。翌年から、各エリアへと引き継がれ、中部エリア、関西エリアなど全国を一周し、昨年東京に戻り、全国展開となった。

○キャンペーンが盛り上がっているように感じる。

■かなり盛り上がっていると言える。直接の理由ではないが、今回のキャンペーンは運営チームが 30 代以下のスタッフで構成されている。非常に議論が闊達で、キャンペーンに「ヤバイ」という言葉を使用するなど、部長クラスからは出てこないような企画となった。運営チームのメンバーと挨拶をしたが、局の垣根を越えて、みんなでラジオを盛りあげようという熱が強い。

議題 2 : 番組試聴

【番組名】 『エンタメの夜明けスペシャル～あの Bar で、もう一度～』

【放送日時】 2019年2月6日（水）20:00～20:55

【番組概要】

本日ご試聴いただくのは、2月6日（日）に放送した TOKYO FM 特別番組 『エンタメの夜明けスペシャル～あの Bar で、もう一度～』のダイジェストです。

この番組は、2007年に発売されたエンタメ業界人必読の本『「エンタメ」の夜明け ディズニーランドが日本に来た日』が「聴く本」としてオーディオブック化されたことを記念した特別番組として放送しました。

今から、35年前、「東京ディズニーランド」が浦安に開業しました。三菱と三井、そして世界中の企業がウォルトディズニーに対して誘致活動を行いました。三井のプレゼンテーションが成功し、結果、浦安にアジア初のディズニーランドが建設となりました。その三井側のプレゼンテーションを担当していたのが、元オリエンタルランド常務、故 堀貞一郎氏です。ウォルトディズニー 会長の心を開いた、伝説のプレゼンテーションは、どのようなものだったのか、また堀貞一郎とはどのような人物だったのか、BRUTUS 編集長の西田善太氏や、同書を獄中で読んだ堀江貴文はどのような印象を抱いたのか、番組で紹介しています。この番組は、「あの Bar」と暗喩しているように、6年前に終了した人気番組「Suntory Saturday Waiting Bar Avanti」のオマージュで構成されています。当時のインタビュー音源を、「エンタメの夜明け ディズニーランドが日本に来た日」の著者であり、「Suntory Saturday Waiting Bar Avanti」のプロデューサーである、ホイチョイプロダクション代表の馬場康夫氏自らが、再構築しました。放送当日は、twitter や yahoo!でも話題となりました。

また、この企画はオーディオコンテンツを販売し、特番を制作するという実験的取り組みになります。今回は、株式会社オトバンクとジグノシステムジャパン株式会社との共同出資によって、『新装版「エンタメ」の夜明け ディズニーランドが日本に来た日』のオーディオブックを制作。同書の PR として、主人公の一人である、堀貞一郎氏の特集番組を放送しました。

スポンサー収入の減少に伴い番組制作費が少なくなる中、スポンサー提供がない番組も、オーディオコンテンツを販売するという別のエンジンを搭載することによって、番組の制作費を生み出すという挑戦になりました。

2月1日（金）より『「エンタメ」の夜明け ディズニーランドが日本に来た！』は「聴く本」としてオーディオブックから試聴が可能となっております。

【『「エンタメ」の夜明け ディズニーランドが日本に来た日』 オーディオブックについて】



あらすじ:小谷正一氏、堀貞一郎氏という2人のプロデューサーを軸に、日本のエンターテインメントビジネスの草創期から、東京ディズニーランド誕生までを追うノンフィクション。2人が魅せられた、ウォルト・ディズニーという巨人にもスポットを当てながら、究極のテーマパーク招致に奔走し、成し遂げるまでを描きます。そんな本書がこのたび「聴く本」としてオーディオブックになりました。詳しくはこちらから。

・特設サイト URL : <https://pages.audiobook.jp/special/entame-no-yoake/index.html>

販売価格 : 1,296 円

作者 : 馬場康夫 (ホイチョイ・プロダクションズ)

出版社 : 講談社 ナレーター : 伊藤明賢

配信元 : オーディオブック配信サービス「audiobook.jp」

制作 : 株式会社オトバンク、株式会社ジグノシステムジャパン

番組 ON AIR 曲

小さな世界 [イツ・ア・スモール・ワールド] /Nikki Yanofsky

Pinocchio : : When You Wish Upon /ニコラ・コンテ

ビビディ・バビディ・ブー (フレンチ・ヴァージョン) /ステイシー・ケント

チム・チム・チェリー /ルイ・アームストロング

The Second Star To The Right / Disney

【委員の意見および社側説明】

(「○」委員意見／「■」社側意見)

○ラジオの醍醐味を感じるとても面白い番組だった。手間をかけて番組を作り込んでいるのが伝わってくる。これが、TOKYO FMのクオリティであると思う。他の番組でもこれだけの手間と時間とお金を割くことができれば素晴らしいと思う。なかなか難しいと思うが、1つ疑問なのは、これはオーディオブックとして売れたのかどうか。

■ロングテールで回収していく予定。

○オーディオブックの販売だけでなく、違う形があるのではないかと思う。映画などもそうだが、買うということは保存したい・所有したいということ。これを所有したいかといえば、おそらく一度聴きたいという感覚なのかと思う。それであれば、保存するのではなくて、別のチャンネルが有料で聴ける、というようなものの方が向いているのかもしれない。例えば、月額1000円で聴けるチャンネルがあって、そこには1000円払ってでも聴きたいような、かなり上質な番組があって、所有するのとは違う。そして、今の時代で大切なのは誰がリコメンドしているかということ。動画サービスなども苦しんでいるが、コンテンツがありすぎる。ユーザーの時間は24時間。地上波がつまらなくなっているのではなくて、時間がないのだと思う。TOKYO FMが、本当に面白いものだけを集めてキュレーションするのは求められるかもしれない。アメリカでサブスクリプションサービスが伸びているのは、所有という概念が変わってきているのかもしれない。CDジャケットを持っていたという若者は減ったし、ある年齢から上の層は文庫本ですら捨てたがらないのに、今の若者はハードカバーですら所有しない。そういう「所有しない」サービスでのマネタイズも検討の余地があると思う。

○「先生、今度ゆっくり」という発言は今の時代にはちょっと危ないかもしれないが、とても面白かった。

○大変面白く聴いた。堀さんは声が良い。笑い声も含め、古き良き業界人が感じられる。しかし、若い人や一般の人は興味があるのだろうか、と思った。モデルになった本「エンタメの夜明け」の購入層が気になった。業界に興味のない人が聴いたらどう感じるのは課題かと思う。

○堀さんの声もちろん素晴らしいが、語り口が良い。ヘリコプターに乗っている風景が思い浮かべられるような語り口であり、また、この話はすでに何度もしているはずなのに、とてもフレッシュに語られているのも大変良いと思う。

○良い曲が良い頃合いで聴こえてきた。

○熱を持って作り込んできたのが分かる番組内容であったので、最後に堀江貴文氏が出てきた部分に違和感を感じた。クオリティを下げているように感じた。

○この番組を所有したいという人が多いとは思えないので、この番組の作り手がオンラインサロンを開いて、その入会特典で聴けるなどした方がいいと思う。

○オーディオブックがあるということを知らなかった。検索したらたくさんあって驚いた。ビジネスやレクチャー、また、視覚障がい者へ向けたサービスなどいろいろな用途があるだろう。この番組はどんな人が聴くのだろう。ビジネスマン向けの番組かと思うが、今とは時代が違う。聴いていると、「バブルの頃は良かったな」的な回顧録を感じる。

○オーディオブックを買くとCDが付いてくるのか。

■ダウンロードなど様々な形に対応している。

○所有してもう1回聴くのか、というのは疑問。

■アメリカではオーディオブックは一般的で、日本ではまだ普及されていないのが現状。アメリカでは、(長時間運転のため)車の運転中や、また、退役軍人で目の不自由な方が本が読めない代わりに聴くものとして、図書館にも多くある。今後は、拡大されていくだろうと推測される。

○読むのが面倒な人にもいいのかもしれない。

■地方では経営者が車に乗っている間、3倍速で聴いて、移動中に1冊読み終えるなどして、朝礼のネタにする例があると聴いている。

<第 456 回放送番組審議会議事録>

6.議事内容を以下の方法で公表した。

① 放送:番組「JOGLIS」

3月30日(土)7:00～7:20 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

次回の放送番組審議会を、4月2日(火)に開催することを決めた。