

<株式会社エフエム東京 第 482 回放送番組審議会>

1. 開催年月日：令和 3 年 10 月 5 日（火）
2. 開催場所：TOKYO FM 11 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（6 名）

ロバート キャンベル	委員長	秋 元 康	委員
川上 未映子	委員	佐々木 俊尚	委員
松田 紀子	委員	山口 真由	委員

◇欠席委員（0 名）

◇社側出席者（8 名）

唐 島 代表取締役会長
黒 坂 代表取締役社長
小 川 取締役
内 藤 執行役員編成制作局長
延 江 編成制作局ゼネラルプロデューサー
宮 野 編成制作局次長 兼 編成部長
若 杉 編成制作局制作部長
山 領 編成制作局制作部プロデューサー

◇社側欠席者（0 名）

【事務担当 内藤放送番組審議会事務局長】

4. 議題：番組試聴（約 25 分）

『Blue Ocean』

9 月 17 日（金）、24 日（金）9：00～11：55 放送のダイジェスト

《議事内容》

議題 1:最近の活動について

■TOKYO FM10 月改編

※別紙プレスリリース参照

■TOKYO FM10 月度ステーションキャンペーン

『MURAKAMI RADIO presents October Music Fest.』

TOKYO FM では、10 月 1 日（金）から 31 日（日）までの 1 か月間に渡り、作家・村上春樹さんがディスクジョッキーをつとめる番組『村上 RADIO』と連動した大型キャンペーン『MURAKAMI RADIO presents October Music Fest.』を展開中です。早稲田大学国際文学館（通称：村上春樹ライブラリー）の開館を記念したキャンペーンで、10 月 1 日（金）からの平日毎朝 5 時からは、これまで放送した『村上 RADIO』の中から全 21 回分を再放送、さらに平日 15 時からのワイド番組『THE TRAD』でも、このキャンペーンと連動したコーナーをオンエアし、10 月 31 日（日）19 時からオンエアする『村上 RADIO』の最新放送回へと盛り上げていきます。

キャンペーンに合わせて『村上 RADIO』では、この 10 月に新たなグッズも販売します。クラフトビールメーカーの COEDO ビールとコラボレーションしたオリジナルビール『風歌-Kazeuta-』・『闇黒-Yamikuro-』のほか、T シャツ・缶バッジなどを制作しました。また、このキャンペーンを記念した特製ステッカーもこの度完成。キャンペーン特設サイトからご応募いただいたリスナーの中から抽選で 500 名にこのステッカーをプレゼントしています。

なお、TOKYO FM では、早稲田大学国際文学館（通称：村上春樹ライブラリー）開館記念の朗読イベント企画『Authors Alive! ～作家に会おう～』に、「村上 RADIO スペシャルシート」として、リスナーを各回 5 名様ずつご招待しています。一般からの参加受付はこの「村上 RADIO スペシャルシート」のみとなっております。



【委員の意見および社側説明】

(「○」委員意見／「■」社側意見)

○「いいこと、聴いた」はもともと私がパーソナリティをつとめる予定ではなかったのだが、JFN 各局の方とラジオについて話をする機会があった。ラジオの面白さのひとつは、それぞれの地方の声をどれだけ届けるか。もちろんそういう番組はずっとやってきているが、地方局に実際話を聞くと意外にどこかで諦めてしまっている部分がある。やりたいことは、メディアを超えないと拡がっていかない。つまり、ラジオだけで終わらずに、昔なら新聞や雑誌、今の時代なら口コミやネットで広がっていくことが大切。そんなことができたらということでパーソナリティをつとめることになった。初回の収録を終えたが、やはり「地方からの声」は面白い。ある企業の社長が山梨のある桃農家を訪れて、桃の漬物を食べた。それが非常に美味しかったと。聞けば、桃が落ちて傷が付くと商品にならない。でも捨てるのはもったいないから農家がむいて漬物にした。それが非常に美味しかったので「商品にしましょう」と言うと、「売るほど量がない」という。この「売るほど量がない」というのがとても面白いと思った。全国にはこういう「売るほどないんだけど、美味しいもの」がたくさんあるんじゃないかと。それは食べ物だけじゃなくて人間かもしれない。そういうことを伝えていく番組になればと思う。

議題 2：番組試聴

【番組名】

『Blue Ocean』

9月17日（金）、24日（金） 9：00～11：00 放送のダイジェスト

【番組概要】

本日ご視聴いただくのは、毎週月曜～金曜午前中に放送中の生ワイド番組『住吉美紀のBlue Ocean』の、9月17日（金）、24日（金）放送回のダイジェストです。この番組は、2012年4月からフリーアナウンサーの住吉美紀がパーソナリティをつとめ、今年で10年目を迎えています。20代～40代の女性を中心に、今話題になっていることや、社会で問題になっていることをリスナーの視線（メール）を大切にしながら取り上げています。特に、リスナーの悩みにリスナーが答えるという毎週金曜日恒例の企画「大人のなんでも相談室」が人気で、番組を介しリスナー同士がコミュニケーションするプラットフォームとしても機能。パーソナリティの住吉美紀もリスナーから大変親しまれている存在です。

9月17日（金）、24日（金）の放送では、これまでにメールで受け付け、紹介していたこの「大人のなんでも相談室」をリスナーと電話を繋ぐ形でお届けしました。長引くコロナ禍で、テレワーク中に聴いているリスナーや、生活の制限などでストレスをためているリスナーが多く、直接肉声でお悩みを聴いていこうという試みでスタートしました。

現在5ヶ月の子どもの育休中という29歳女性リスナーから、産休から復帰して席があるのか、また、勤務先であるブライダル業界がコロナ禍で不調なこと、息抜きをしようにもどこにも出かけられない。何かいいリフレッシュ方法はないか、というお悩みが寄せられ、過去に同じような経験をしたリスナーからのアドバイスや、とても共感できるという同じような悩みを持った方の声がSNS上でも見られました。

45歳男性リスナーからは、コロナ禍で会社をリストラされ、就職活動をするも書類選考で不採用となってしまう。どうやって気持ちを前向きにしよう。というお悩みが寄せられ、町工場の方、同じような経験をした方、企業の人事担当者からなど、応援やアドバイスが届きました。

【委員の意見および社側説明】

(「○」委員意見／「■」社側意見)

○面白く聴いた。1人目のメールは、1人で1日中家にいると世界が自分を取り残して動いていく気持ちになって、どうしても精神的にダウンして何もしたくなくなってしまう、1日を無駄にしたくなくても気分を変えられない、メールも返したくない。2人目の転職の話では、書類選考で落とされ続けるというのは自分の価値が削れていくみたいなこともあるだろう。そのような時は具体的なアドバイスよりも、また、身近な人に相談するには抵抗があることも、そんな時に自分を直接知らない人が自分を心配してくれたり、共感してくれたりというのはかなり救われるところがあるかと思う。住吉氏の声に包容力があって、普通におしゃべりをしているような感覚もありいい時間だった。

○このような3WAYの番組がこれまでもあったのかは分からないが、まるでTwitterのまとめを見ているかのようだった。リスナーとパーソナリティが1対1で向き合うのがこれまでのラジオの役割だったと思うが、このような形でリスナーとリスナーがつながり合って、そのつながりの土台をパーソナリティが作るの SNS時代っぽい感じで面白いと思った。

○本来メディア=媒体は情報が流れることであつたが、ネットの時代になってからは単に情報を発信する・流すだけでなく、もう少し文化圏を作る土台になるとか、情報が流れる基盤を作るとかそういう風になってきていると言われていいる。その意味だと、ラジオでリスナー同士がつながる土台を作るという新しい方向・雰囲気を感じて、その点が面白いと感じた。本当につらい時は上から目線で偉い人や有名な人の声を聞くより、Twitterとかでどこの誰ともしれない一般の人の身近な目線の庶民の声を聞く方が癒されるというのは、震災以降何度もあった。こういう流れにラジオが沿っていくというのはいいことだと思う。

○人生相談というのはとても難しい。誰が、どういう根拠があつて言うのかということを考えてしまう。テレビのコメンテーターが発言する内容などもこの人は何を思つて言うのかなと考えてしまう。そういう意味では広くリスナーに呼びかけてリスナーがリスナーの相談に答えるという構造はすごくいいなと思った。アドバイスにならなくても「私も全く同じ」というメッセージに勇気づけられることもあると思う。

○相談への回答がどうしても抽象的なものになりがちなので、もっと具体性が出てくると良いのでは。1人目の相談についてなら、「韓流ドラマを見たらどう

ですか？」ではなく「韓流ドラマの〇〇」を見たらどうですか、とか、「コンビニに行ってスイーツを食べる」ではなく「コンビニの〇〇というスイーツを食べる」というような。実際にそれをやってみようかな、と思わせるには具体性が大切。2人目の就職活動で面接へ進めない方へのアドバイスも、もう少し具体性があったら良かったと思った。極論を言えば、責任がとれないので番組では難しいかもしれないが、町工場で働くリスナーから相談者へ「下町の工場では40代はまだまだ若いですよ」という励ましのメールが届いたが、そこでもう一声「うちに一度面接に来ませんか」ということができれば、この番組で相談すれば何かが生まれるということにもなる。私は相談者の男性の話をラジオで聞いて、「とても誠実そうでいいな」と思った。こういう人を求めている職場はいくつもあるのではと感じた。住吉氏はリアクションも上手なので、そういうのをラジオでつなげていけたら相当面白いのでは。

○1人じゃないんだと思わせてくれる感情のシェア・状況のシェアが基本的にできている、この構造は素晴らしい。ただ、それとは別に人生相談は本当に難しい。アドバイスした側はどの立場から、どんな目線で言っているのですか？ということ考えた時に、下手をすると相談者にとっては何を言っても「いいよな、金持ちは」で終わってしまうことがたくさんある。特に2人目の相談者のような深刻な内容では、天真爛漫に話しすぎても他人事感が出てしまうし、暗くなっても深刻さを増やしてしまう。今回、BGMを、明るくポップな音楽に選曲していたのがこの話をどういうムードで聴くのかをプロデュースしていたと理解した。パーソナリティの明るさ、天真爛漫な雰囲気と、BGMのポップさに齟齬がなかった。深刻な内容だが、そこまで他人事だなという感じも出さず、良い感じの塩梅になったと感じた。その意味でも、相談者とパーソナリティが1対1で向き合うのではなく、そこから一歩ひいて、実際にコミュニケーションをとっているのが同じ境遇にあるリスナー同士だというその形が素晴らしいのかと思った。

○先ほど別の委員から意見のあった具体的なアドバイスには賛同する。若者や子育てママの間でも実際にSNS上でのコミュニティができている。美容や整形に関する悩み、子育ての悩み。そこでは、ここの病院がいいよ、この病院の先生がいいよ、という具体的な固有名詞がやり取りされている。そこで何が一番心配事を安心させてくれる情報になり、参考にしようというアドバイスになるかという、具体的な固有名詞。SNSではすでにそういうことが起きているので、そういうことを意識していけばもっと深いコミュニケーションができる番組になるのかと感じた。

○この番組はよく聴く番組。今回試聴した放送回もリアルタイムで聴いていた。

1人目の相談では、5ヶ月の子どもがいるお母さんに「写経でもしたら」という提案はどうなのかな?と思いつつも、相談者ご本人は「同じ悩みを共感できてとても気分が晴れた」とおっしゃっていたのでそれでよかったのかと思った。2人目の、リストラされて就職活動中の男性の時は、結構ヒヤヒヤしながら聴いていた。というのは、履歴書を送っても面接まで行けないというのは本当に深刻というか、「ヤバい相談をひいてしまったな」と。住吉氏が「大変ですよー」と返した時に、聴いていたこちら側が「え、大丈夫?そんな軽い話じゃないのでは?」と、心配した。結果論から言うと、採用関係のプロの方からのメールが届いて履歴書の書き方をアドバイスしてくれたので、すごくホッしたが、もし、このメールが来ず、何も具体的なものが出ずに「大変ですよー」で終わっていたらどうしようと、スリリングな回だった。

○このお悩みのコーナーは私も好きな企画で毎週楽しみにしているが、相談者については選定をしているのか?今回の方のようにうまく話せない人もいるのではないか。一か八か、ということもあるのか。

■相談を寄せてくる時点で電話をしてもいいか記入してもらっている。相談者は話せるが、相談内容によってどんな風になるのかは制作サイドにも読めない部分もあり、今回に関しては、どうなるのだろうかと思いながら番組に臨んだ部分もあった。

○私は今回の内容に好意を持てなかった。この番組を聴きながら以前にこの審議会でも試聴した「SCHOOL OF LOCK!」のヤングケアラーの回を思い出した。あの番組ではパーソナリティが「これはまずい」と思いながらも最後に「これはどうということなのか分からない」「どうすればいいか分からない」と正直に言っていて、そこに好感を持った。安請け合いしていない。今回の回は、住吉氏が「共感で救われるよね」と言っていたことに、「共感の安売り」的なものを感じた。今、そういう場がとても多いと思っている。「私たちはそうだよ、あるある」と。そういう意味で対照的なコンテンツだと思った。

○先ほどの委員のお話は大変興味深い。私が今回、この番組の構成と住吉氏の立ち位置を批判的に言わなかったのは、この番組(パーソナリティ)が10年続いている人気番組ということ。リスナーの悩みに対してこの番組としてどれくらいで返すかというのは「幸せはいつ来るかわからない。希望を捨てずに頑張ろう」が限界なのだと思う。それをリスナーは分かっている、この番組を聴いている人たちが何を求めているのかというと、マジレスではないのかなと。「分かる分かる、そうだよー」なのではないかと。それがこの番組の存在意義であり、そうい

う番組があってもいいのだと思った。なので先ほど、BGM のポップさという意見を述べた。ただ、先ほどの委員の意見もあるように、世の中にはそういう共感や癒しを求める人もいれば、本当に助けを必要としている人もいることを忘れずにいて欲しい。せめて質問の内容を住吉氏との相性を考えて選んだ方がいいのかなとは思う。

○毎朝聴いている意見を言うと、もっと気軽に聴けるカジュアルな質問がいいのだと思っている。ちなみにいつもそう思って聴いている。たまたまこの回で急に深刻な相談が来たので、先ほどヒヤヒヤしたという意見を述べた。朝という時間帯を考えてももっと明るい気分で過ごせる相談を選定したほうが良い。

○私は逆に、これでいいのだと思った。この相談者は番組中に「ありがとう」とメールを送ってきて、本当に喜んでいて、成立している。一般論の人生相談ではなく、この方の相談。なので、この人が納得すればいいのではないかな、と。そこでありがとう、というこの相談者が誠実な人なんだということも伝わって来た。

○ラジオはテレビとは違う。テレビを求めて、世論の最大公約数を入れなくてはいけないのとは違う。朝のテレビのニュースとこの「Blue Ocean」という番組は全く違う。住吉氏のパーソナリティありきの空間。住吉氏ならこうしてくれるというのを分かってリスナーが聴いている。そこで、こうしないといけない、という全方位的、ワイドショーのコメント的なものを求めるとラジオの良さがなくなってしまうので、私はこれでいいと思ったし、徹底的にパーソナルにこだわるのがラジオの向かう先だと考えている。

○私も賛同する。人によると思うが相談した時に相手の方が深刻になると、「私はそんなに悲惨なのかな？」と動揺してしまう。どちらかといえば、「そうだよね、そうだよね」と言って欲しい気もする。気持ちがフッと楽になるというか。そういう人、多いんじゃないかと。あんまり具体的に教えてもらう方が驚いてしまうかもしれない。

○では、逆にどのようなまとめ方があったのかという疑問も残る。「これからもっと厳しくなっていく…」という訳にはいかない。後でどうなったかもう一度話を聴いたらいいのではないか。

■たくさんのご意見を頂き、ありがとうございます。頂いたご意見を元に番組作りに反映させていきたい。

6.議事内容を以下の方法で公表した。

① 放送:番組「ドライバーズインフォ」

10月30日(土) 5:55~6:00 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 <https://www.tfm.co.jp/>