

《株式会社エフエム東京 第422回放送番組審議会》

1. 開催年月日:平成 27 年 10 月 6 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(5 名)

横 森 美 奈 子 委員長	渡 辺 貞 夫 委員
内 館 牧 子 委員	ロバート・キャンベル 委員
川 上 未 映 子 委員	

◇欠席委員(1 名)

秋 元 康 委員

◇社側出席者(9 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
村 上 取締役 編成制作局長
山 科 常勤監査役
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 編成制作部長
平 岡 編成制作局番組プロデューサー(オブザーバー)

◇社側欠席者(1 名)

森 田 マルチメディア放送事業本部 ゼネラルプロデューサー

【事務担当 村上放送番組審議会事務局長】

4. 議題: 番組試聴 (約 25 分)
『 K-mix・TOKYO FM 共同制作 家康公四百年祭記念特別番組
成功のかげに食あり「割烹・家康」』
2015 年 9 月 13 日(日) 19:00~19:55 放送

＜議事内容＞

議題 1:最近の活動について

■2015 年 8 月度 聴取率調査結果について

2015 年 8 月の首都圏ラジオ合同聴取率調査結果が、ビデオリサーチより発表されました。(調査対象期間:8 月 24 日～8 月 30 日)

今回は、当社メインターゲットであるM1F1層(男女 20-34 才)において、全日平均で在京局中単独トップを獲得しました。なお、12-59 才の聴取率においても同率首位。12-59 才のリーチ(到達率)は 10 期連続で単独首位を継続中です。

今回の特長としては、今回で 3 期連続首位を獲得した F1 層(女性 20-34 才)を中心に 40 代、50 代まで幅広い層で数値を上げました。その理由としては、これまで首位を獲得していたリーチに加え、課題であった聴取分数についても少しずつ挽回できたことが挙げられます。しかしながら男性 20～34 歳層では伸び悩みを示しており、データを深く分析して構成演出面、広報面での改善に取り組みます。

今後も、リスナー第一主義の方針のもと、若者を中心に幅広いリスナー層に共感される話題、選曲、そして継続聴取を図った番組演出を講じ、聴取率向上を目指してまいります。

■10/2【金】『あ、安倍礼司』武道館イベントを実施

平均的なサラリーマンの日常を描いたコメディラジオドラマ『NISSAN あ、安部礼司～BEYOND THEAVERAGE～』(日曜日 17:00～17:55 放送)では、2006 年 4 月 2 日の放送開始から 10 年目を記念して、番組史上初の日本武道館イベント『NISSAN あ、安部礼司 史上最大のワクワク大作戦 ABE-GIG in 日本武道館～10 年に一度の大家族会議』を 10 月 2 日(金)19:00 より開催しました。

2013 年 12 月に放送 400 回突破を記念したイベント「安部魂(あベコン)」では、8 時間 23 分 31 秒の生ラジオドラマを上演し、世界で一番長い生ラジオドラマ部門・ギネス世界記録を達成。2014 年 12 月に開催したイベント「あベキュン」にはのべ 29,924 人が来場し、横浜の日産グローバル本社ギャラリーの 1 日ののべ人数、最多来場者数を更新しました。

そして放送 10 年目の秋、日本武道館のステージで安部ファミリー、スペシャルゲストに、渡辺美里、サンプラザ中野くん。平原綾香、千葉雄大、橋本奈々未(乃木坂 46)らを迎え、「笑って、泣けて、元気になれるラジオドラマ」と「生歌」と「映像」が融合したライブショーに挑戦しました。フィナーレでは全国から駆けつけた 8000 名のリスナーとともに安部礼司のテーマ曲を大合唱、武道館は大きな共感に包まれました。



▲10yearsを披露する ▲Jupiterを熱唱する ▲リスナーとの大合唱でフィナーレ
渡辺美里 平原綾香

■2015年10月改編について

「感動」ある放送を提供し、リスナーの「共感」の連鎖を生み出す。この当社編成指針の具体的なアクションとして昨年打ち出した「共感コミュニティの形成」は、その成果としてこの一年間の聴取率の推移で計6回の調査において当社コアターゲット M1F1 層で首位を3度獲得しました。10月改編では課題である「次世代リスナーの創造と育成」という編成戦略に向けて、特に平日夜帯を軸に若者リスナー創造につながる新コンテンツ開発に取り組みます。

* (月)～(木) 19:00～19:54 「TIMELINE」

改正公職選挙法により選挙権年齢が引き下げられるという政治の大きな転換点を迎え、番組では18歳前後のリスナーにも国の社会的課題、経済動静、国際問題などの論点を共有します。気鋭の論客が揃い新たな価値観を有する大学の准教授たちの知見も活用し、専門的なテーマを分かりやすく紐解きます。

* (月)～(水) 20:00～21:15 「TOKYO FM WORLD」【新番組】

ボーダレス時代に生きる若者たちにグローバルな情報感度を養ってもらう新番組をスタートします。世界のメガシティ東京で日々生まれる新しい情報と東京の未来像、訪日外国人とのコミュニティ創造、海外のエンターテインメント情報、世界に発信すべき日本文化などで構成します。

番組では、先月ご報告申し上げた世界最大級のオーディオネットワーク「tunein」(月間 5,000 万人以上のアクティブリスナーを抱える世界最大級のオーディオネットワークで、世界 230 の国・地域で利用され、世界各国のラジオ局の 10 万のコンテンツ、400 万のポッドキャストを配信)とも連携し、ワールドワイドに楽しんでいただける多言語コンテンツの開発にも取り組みます。

出演者も才能発掘の観点から新たなバイリンガルDJを3名抜擢し、日本語、英語、

中国語による国際性豊かな番組を目指します。

*** (月)～(木) 22:00～23:55 「SCHOOL OF LOCK ! 」**

今月10月で番組開始から10周年を迎え、次世代リスナーの創造開拓の最重要拠点番組という位置づけを再強化させ聴取率の弱含み傾向からの脱却を図ります。今夏よりリスナーとのコミュニケーションツールである番組掲示板を、スマートフォンユーザーがより参加しやすい機能に大幅なリニューアルを施しました。リニューアル初日には2,500人の新規登録があり、約一カ月で9,380人会員が増加。現在も放送日は150～200人ペースで会員が増加中（以前は1日100人程度でした）です。掲示板の投稿数も1日あたり5000件を超える日もあり、こちらも従前から2～3倍の数を維持しています。

リスナーの本音の声を集めるツールとしてこの機能を最大限活用しながら、当番組の原点であるティーンたちが日々の生活で抱える学校の悩み、家族の問題、将来の不安や希望などを番組とリスナーとの対話型の放送企画に収斂させつつ、10代の共感と心情に深く入り込む放送を行います。

また、さらなるリーチ向上のために、10代に絶大な支持を得る「ゲスの極み乙女。」、 「アレキサンドロス」、「きゃりーぱみゅぱみゅ」という強力な新レギュラー陣を擁します。



▲きゃりーぱみゅぱみゅ



▲ゲスの極み乙女。



▲アレキサンドロス

【委員の意見および社側説明】

（「○」委員意見／「■」社側説明）

○「SCHOOL OF LOCK!」の新番組掲示板の新規登録も多いということだが、ここではリスナー同士のやりとりもあり、番組側とのやりとりもあるということか？

■登録しなくても閲覧だけ可能で、書き込みするためには登録が必要な仕組み。但し、主に10代が利用するためセキュリティには気を付けており、掲載コメントは常に番組スタッフがチェックをして問題のないものを掲載している。もちろんリスナー間での交流もあり、番組サイドからコメントに応える場合もある。時にはゲストで出演したアーティストから直接書き込むこともある。

○以前、この番組で開発した LINE スタンプは、新掲示板ともリンクしているのか？

■新掲示板でも LINE スタンプのようなものを数種類用意しており、簡単に利用できるようになっている。

○利用者としてはどの年代が多いのか？

■SCHOOL OF LOCK!の番組リスナーと比例しており、10 代の利用が圧倒的である。男女の比率で言えば、若干だが、女性の方が多い。

○聴取率で男性が伸び悩んでいるということだったが、そのためにどんな施策をしているのか？

■10 代男性で言うと、例えば「なかなか聞けない女の子のヒミツ」というようなテーマを番組で取り上げると、アクセスが大きく伸びる傾向がある。SCHOOL OF LOCK!は今年、番組開始 10 年目になる。学校での悩み、家庭での悩みなど、日頃の生活の中で心に悩みや問題を抱える少年少女たちとパーソナリティが音楽というキーワードを用いながら真正面から会話をし、24 時間書き込める掲示板機能をフルに活用するなど、コミュニティ戦略としては常に進化してきている。

10 年前の 10 代から現在の 10 代に至る間には、時代背景も含む生活環境や心情も常に変化してきているので、その変化を敏感に察知しながら、番組の内容もそれに応じて工夫している。

○そのような戦略は他の番組にも波及していつているのか？

■平日の夕方に働く男性を応援しようというテーマで放送している Skyrocket company という番組は、それに追随していると思う。今後タイムテーブル全体で、統合メディア的な動きは強化していきたいと考えている。

○安部礼司のイベントは大成功ということであったが詳細を教えてください。

■イベントは先週の金曜日に実施しました。出演者たちの醸し出す世界観とリスナーである観客たちの共鳴の連鎖が武道館いっぱいに広がり、いいイベントになったと思う。

○ラジオの中だけのバーチャルである番組がリアルになった、ということだと思うが、物販の世界でもネットショッピングというバーチャルショップがリアルな店舗を追い抜いている、という現象が起きている。最近はおムニチャンネルとして、ネットと店舗が連携して売り上げを

伸ばしていく、という方向が主流になってきているが、今回のイベントもバーチャルとリアル
の融合だと感じる。

TOKYO FM の中でこのように番組がリアル化しているものとしては SCHOOL OF
LOCK!もそうだと感じるが、他にはどのような番組があるのか？

■安部礼司のラジオドラマというバーチャル空間は、出演者のシルエットだけで公開生放
送を実施するなど、番組開始当初は徹底させていた。しかし数年経ってから安部礼司の
結婚式などのリアルイベントを実施したところ、思いのほか、多くのリスナーに駆けつけて
いただいた。この傾向が地方にも波及し、各地でのイベントでも大成功した。

この安部礼司という番組では番組内のファンタジーをリアル化することで、お客さんの動
員やリスナーの増加を稼ぐという新展開が起きている。

○そういう意味でいうと、TOKYO FM の中ではレアケースなのか？

■確かにレアケースではあるが、SCHOOL OF LOCK!も年間スケジュールを立てて大き
いイベントを実施することが定例になっており、毎回多くの 10 代リスナーが楽しみに来場し
ている。年に数回番組とリスナーが直接会う接点を作ることで、番組への相乗効果もあり、
既にコミュニティツールの一環になっていると実感している。

○他局でこのようなイベントの事例はあるのか？

■他のラジオ局では、局をあげてのイベントを露店形式などで実施するケースはあるが、
番組単体で実施している当社の安部礼司のようなケースはあまり見られないパターンだと思
う。

■バーチャルとリアルの融合で言うと、先ほどの Skyrocket company も番組と掲示板を起
点にコミュニケーションをとっているが、毎月パーソナリティの 2 人とリスナーを集めて飲み
会を実施している。これも、バーチャルとリアルが月に 1 度融合する、というケースだと思う。

議題2: 番組試聴

【番組名】『K-mix・TOKYO FM 共同制作 家康公四百年祭記念特別番組
成功のかけに食あり「割烹・家康」』

出演: 澤部佑(ハライチ)、山根基世、川瀬良子

【放送日時】 2015年9月13日(日) 19:00~19:55 放送

【番組概要】

本日も試聴いただくのは、ラジオドラマ『家康公四百年祭記念特別番組 成功のかけに食あり「割烹・家康」』、9月13日(日)の放送回のダイジェストです。

平均寿命が40歳にも満たなかった時代に75歳まで生きた徳川家康は、「天下取りの医業は健康的な食生活にあり」と、栄養学の観点から見ても非常に優れた質素な食生活に徹し、休日は鷹狩りなどの運動をするなど、独自の健康管理法を心掛けていました。

ラジオドラマ仕立ての同番組では、主人公のサラリーマンがひょんなことから都内のオフィス街にある架空のお店「割烹・家康」を訪れるところから始まります。先行きの見えないこの時代を生き抜くサラリーマンに、徳川家康のように天下を取ってほしいという願いを込めて、「家康好き」の女将が出す彼が愛した食事を紹介しながら番組は進んでいきます。

主人公のサラリーマン役は澤部佑(ハライチ)、アルバイト役は川瀬良子、そして「割烹・家康」女将役を山根基世が演じました。



【委員の意見および社側説明】

(「○」委員意見／「■」社側説明)

○テーマとして、ものすごくいいところに目をつけたと思う。「割烹・家康」というタイトルも、とてもいい。しかし、聴いてみると、期待していたよりも肩すかしだった。どうしてかというと、番組のコンセプトがよくわからない。天下取りの陰には食があった、と言っていることはわかる。しかし、番組そのものをドラマとして作ったのか、あるいはバラエティとして作ったのか、紀行ものとして作ったのか、わからなかった。ラジオドラマは映像ではできないことがいっぱいできるから、本当はすごく面白くなれる要素がたくさんあるはずと思う。

今回の番組をドラマとして見た場合、いくつか大きな欠点があると感じる。ひとつは、セリフのトーンとナレーションが一緒なので、どれがナレーションでどれが演技なのか区別がつかない。もうひとつは、納豆やわさびの生産者とか学者の先生などが突然出てきて、リスナーとしては訳がわからない展開だったこと。それと、突然訪ねてくるサラリーマンの演技もあまりにも当たり前だったので、もうちょっとキャラクターを明確にした方がよかった。

全ては、ドラマ仕立てにするのか、バラエティ仕立てにするのか、制作者が最初に構成をしっかりと考えれば、もっと面白い番組になったと思う。そのためには、演者を普通の俳優さんにして演技の不安をなくすか、山根さんのナレーションを中心に、いいバラエティとして構成し直すか、それによって、かなり違ってくると思う。

このテーマは、ものすごく面白くなる要素がいっぱいあるので、シリーズ化するなどの方法もあるんじゃないかな、と思う。

○何を作りたかったのか見えず、退屈な番組だと感じた。日曜日の夜7時という時間帯は通常であればリラックスする時間だと思うので、このような考えさせる番組を中途半端にオンエアするのであれば、心癒される音楽でも流した方がずっといいのでは。

○すごく可能性のある番組だと思った。しかし、1時間弱の番組全体を家康のテーマだけで乗り切ろうとすると、今回の番組のように専門家の意見を入れたり、バラエティ色をつけないといけなくなってしまう。

印象としては、最初の場面で割烹にいたのに、急に勉強する要素が入って、また各キャラクターに戻ると、聴きどころが散漫になっているように感じる。とはいえ、冒頭の家康の紹介から、食の話に入る掴み部分がとても面白かったのでサイズと内容を再考すれば、面白い番組になるのではないかな。

例えば、30 分くらいの番組で戦国武将などの偉人シリーズにし、歴史と食と偉業といった番組であれば、ちょっと聴いてみようかな、という気持ちになると思う。

○タイトルに興味を惹かれて聴いたが、少々テンポが遅く感じたし、展開がまどろっこしい。TOKYO FM のターゲットである M1F1 リスナーが持っているテンポとも違うのでは。そうかと思うとインタビューが入ってきたり、すごく散漫でコンセプトもなんだかはっきりしなかった。

可能性はあるテーマなのに、本当にもったいないと思う。

内容については、家康がやっていることは本当に現代人に近いと思う。現代は TV でも健康番組が多いことからわかるように、国民総健康志向だから、この内容には興味がある人が多い。だから番組の作り方次第では、多くの人の関心を惹く番組になったはず。

戦国武将好きの若い男性も多いし、若い女性も健康と食に興味がある。展開次第によっては、少しだけ聴こうかな、と思ったらテンポ良くて、ついつい全部聞いてしまった、ということにもなったはず。

■家康没後 400 年ということで、静岡各地で 400 年祭がたくさん行われていることもあり、K-mix から徳川家康で何かやりましょう、というアイデアをいただいた。そこで、「食」の部分で番組を制作したい旨を当社から提案し、制作編集もこちらで実施した。

委員のみなさまに提案いただいたとおり、食べものと政治、食べ物と生き方のようなテーマに絞り、1エピソードを 10 分くらいにまとめてベルト番組にして毎日オンエアすると、必ずテーマごとの知恵があって面白いと思う。

現在、山根さんに出演いただいている土曜日朝の漢字をテーマにした番組がある。その番組では毎週、漢字の成り立ちについて話しているが、ただ話すだけでは面白くないので、例えば馬の蹄の音を SE にして入れるなどの工夫を凝らし、立体的な番組にしている。

今後も JFN の各ネットワークと一緒に、リスナーにとって興味を引く番組を考え、作り、提案し続けたいと考えている。

6. 公表

議事内容を以下の方法で公表した。

- ① 放送: 番組「SPO☆LOVE」
10月31日(土)5:00～6:50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、11月4日(火)に開催することを決めた。