

＜株式会社エフエム東京 第 4 3 5 回放送番組審議会＞

1. 開催年月日：平成 29 年 2 月 7 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                              秋 元 康 委員  
ロバート キャンベル 委員

◇欠席委員（1 名）

川 上 未 映 子 委員

◇社側出席者（8 名）

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 営業局 エグゼクティブ・プランナー  
宮 野 編成制作局 編成制作部長  
増 山 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（2 名）

富木田 代表取締役会長  
森田 編成制作局コンテンツ開発特命担当  
兼 株式会社グランド・ロック代表取締役社長

【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 23 分）  
『NAGOMI Setouchi』  
2017 年 1 月 28 日（土）18:30～18:55 8 局ネットで放送

＜議事内容＞

議題 1:最近の活動について

■2016 年 12 月度 聴取率調査結果について

2016 年 12 月度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：12 月 12 日～12 月 18 日）。

前回まで三期連続で首位だった当社メインターゲット M1F1 層（男女 20-34 才）の全日平均において今回はスコアが低下し、在京局第 2 位という結果になりました。なお、男女 12-59 才のリーチ（到達率）は 18 期連続で単独首位を継続中です。

ターゲット別で見れば、20 代男女、20 代女性区分では単独首位を獲得しました。とりわけ 20 代女性は調査開始以来当社最高値をマークするなど主に若年女性リスナー層は引き続き好調に推移していますが、一方で M1 層、30 代男性等男性リスナー層におけるリーチ・聴取分数が下降したことが全体スコア低下の要因となり、課題を残す結果となりました。

リスナー第一主義の方針の元、各番組がターゲットリスナーの聴取心理や関心事に寄り添った放送を届けられているか、企画やテーマ設定、選曲や出演者トークなど番組演出に及ぶ細部までを総点検して、聴取率回復に取り組んでまいります。

■特別番組「言の葉の海に漕ぎ出して」 第 71 回文化庁芸術祭優秀賞を受賞

平成 28 年度 第 71 回 文化庁芸術祭受賞作品が昨年末に発表され、TOKYO FM 制作の特別番組『ミュージック ドキュメント 井上陽水×ロバート キャンベル「言の葉の海に漕ぎ出して」』（2016 年 11 月 23 日放送）が、ラジオ部門（ドキュメンタリーの部）において「優秀賞」を受賞しました。

出演は、ロバート キャンベル氏、井上陽水氏、朗読は俳優の三上博史氏。日本に来て 30 年以上になるロバート キャンベル氏が 1970 年代から井上陽水の歌を聴き始め、英訳が困難な陽水氏の独創的な日本語歌詞に着目。そんな二人の対談が実現し、陽水氏の歌詞の世界を通じ、

“言葉の曖昧さ”が持つ「あたたかさ」や、「言葉が持つ本来の力」についてもう一度考えたいというという想いで制作した、知的エンターテインメント番組です。この受賞を受けて、1 月 8 日（日）サンデースペシャルにて 55 分の特別篇として再放送を



実施しました。

なお、贈呈式は 2 月 6 日（月）に明治記念館で行われました。

#### ＜文化庁芸術祭・審査講評より＞

井上陽水の歌の魅力の一つである、どことなくとらえどころのない歌詞に、ロバート・キャンベルが英訳という手法で切り込む面白さが光っている。それでもあいまいさが残り、陽水という言葉の持つ深みがさらに引き出される。陽水の曲もふんだんにかかり、音楽と文学が融合した知的エンターテインメントに仕上がった。

#### ■新番組『NAGOMI Setouchi』放送開始

2017 年 1 月 7 日（土）から新番組『NAGOMI Setouchi』（毎週土曜 18 時 30 分～18 時 55 分／全国 8 局ネット・放送時間違い）を放送開始しました。

これは、瀬戸内を囲む 7 県（兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県）が合同してせとうちブランドの確立による地方創生＝地域再生と成長循環を実現することを目的に発足した「せとうち DMO（Destination Management/Marketing Organization）」（一般社団法人せとうち観光推進機構および株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション）と、その趣旨に賛同した TOKYO FM および JFN が連携して瀬戸内の文化発信と活性化に向けて活動していくための拠点番組です。

「せとうち観光推進機構」は 7 県の知事が協働し、民間企業も参画して観光推進戦略を立案・推進する組織であり、また「瀬戸内ブランドコーポレーション」は日本政策投資銀行が中心となり、7 県の各地銀と一般企業が参画してせとうちでの事業支援、経営支援を行う投資会社として、両者が連携して推進する国内でも初の取り組みとして注目されています。

当プロジェクトでは、せとうち観光推進機構と密接な連携を図り、せとうち DMO の広報番組としての役割を担いながら、JFN ネットワークを活かした観光、物産販売、イベント等、発展的ビジネスの創出に取り組み、せとうちを「地中海をはるかに超える、世界 No.1 の和みの地」とするブランディングの確立を目指します。

また、JFN ネットワークが主体的役割を担って成功事例を創ることで、国内の他の地域にも波及させ、JFN の価値向上につなげて行くことを目指します。

今後は、当社から日本文化を世界に発信しているプロジェクト「TOKYO FM WORLD」と連動し、海外 FM 局やインターネットラジオを通じて英語・中国語・フランス語版コンテンツも展開することにより、せとうちの美しい原風景と日本人が持つ心の優しさや思いやりを「NAGOMI」と表現し、世界共通語にすべく海外にもその魅力を伝え、インバウンドも視野に入れていきます。

**【委員の意見および社側説明】**

(「○」委員意見／「■」社側意見)

○文化庁芸術祭の件は、今まで気づかなかったが英訳が困難という視点には驚かされた。例えばどんな言葉を英訳するのが困難だったのか？

■言葉ひとつひとつの英訳が困難という場合もあるが、ストーブ的なもの。例えばストーリーが 3 章あるとすると、時世が変わって今なのか、昔なのか。男が歌っているのか歌われているのか、歌われる対象が女なのか、曖昧な部分の揺れや揺らぎが、普通 10 人いれば 7 通りくらい解釈が出ていいところの意味を確定させないといけない。これが難しい。

○確かに、突然「傘がない」というフレーズが出てきても訳すのは難しそうだ。

■『飾りじゃないよの涙は』の歌詞に「赤いスカーフ」が出てくるがそれは誰のスカーフなのか、どこにあるのものなのか、実際に井上陽水氏のライブ会場に行って来ていたファンに聞いたら、全員が違うことを言った。そういう曖昧な部分の意味を確定しながら訳していくのは難しかった。

○先ほど聴取率の説明があったが、M1F1 層で今回首位を奪われた要因は？

■資料にも記載したが、特に 30 代男性の聴取分数が落ちてそれが今回の結果に繋がったと思われる。女性に関していえば、過去最高の数値となっている。聴取率というのは接触率×分数の掛け算によって算出されるが、接触率だけなら当社が一番高い。しかし、聴取分数の長さ=一度聴いた人がどれだけ続けて聴いてくれるかという部分に落ち込みがあり、ここが当社の課題。聴いてくれる人の数が多い分、長く聴いてくれる人が増える様な演出をしていきたいと考えている。

○女性の数字は高く男性が課題と説明があったが…相反する部分があるか？

■実際に番組を制作しているとなかなかスカッとミサイルのように読み切れないところはあるが、女性に関してはずっと支持を得ている。対して男性は不安定。男女ともに首位を獲得したこともあるし、数字の乱高下が激しい。

1 年前の 12 月はセッツインユースが上がって、ラジオの価値が上がったと業界全体も盛り上がり、その数字が推移していたが、前回の 12 月はセッツインユースが下がり、(大きなトレンドの中では一時的なものだろうと言われているが) 業界としても立て直していきたいと思っている。

## 議題 2 : 番組試聴

【番組名】 『NAGOMI Setouchi』

【放送日時】 2017年1月28日（土）18:30～18:55 8局ネット  
(FM愛媛、FM岡山、FM香川、FM徳島、広島FM、FM山口、Kiss FM KOBE  
及び、TOKYO FM)

### 【番組概要】

本日ご試聴いただくのは、1月28日（土）に放送した『NAGOMI Setouchi』のダイジェストです。

「これ以上のものは、世界のどこにもないであろう」。

シルクロードの命名者として知られる、ドイツの探検家、フェルディナンド・フォン・リヒトホーフエンは、明治維新直後、瀬戸内を旅し、日記にこう書いています。瀬戸内は、こうした海外からの旅人に賞賛され、日本初の国立公園になりました。

新番組「NAGOMI Setouchi」は、近代化・効率化と反比例しながら失われていった「美」や「癒し」のある瀬戸内を旅し、そこに住む人々が大切にしてきた生活と文化の奥行きを見つめながら、今の日本人が忘れつつある「日本人の精神の奥深さ」をリスナーと共有していきます。番組では作家・画家・音楽家・演出家という「表現者」が毎月一人、瀬戸内を訪れ、旅に触発されて創作した作品を呈示していきます。

番組のナレーションは、山根基世さん。1月の旅人は、書家の紫舟さん。



▲瀬戸内取材する紫舟さん

- ・初回1月7日の放送は、香川県栗島の「漂流郵便局」を再訪。
- ・2回目1月14日の放送は、「豊島」。瀬戸内国際芸術祭2010で空き家をベースに誕生した“食とアートで人々をつなぐ出逢いの場”「島キッチン」へ。
- ・3回目1月21日は「犬島」。「家プロジェクト」が点在する集落を歩きました。

今回ご試聴いただく1月28日の放送は、「男木島」です。島民180人ほどのとても小さな島にある「男木島図書館」を訪れ、図書係・理事長の福井順子さんにお話を伺いました。

※紫舟さんが書で表現したのは、「不終」。

「終わることなく」。「良いことも悪いことも、自分がしたことも、されたことも、そして、社会のあらゆる出来事、自然によるものも人によるものも、すべてはずっと続いていて、けっして終わることはない」。



紫舟（書家・アーティスト）

パリ・ルーブル美術館地下会場 Carrousel du Louvre にて開催されたフランス国民美術協会（155 年前にロダンらが設立）サロン展 2015 にて、横山大観以来の世界で 1 名が選出される「主賓招待アーティスト」としてメイン会場約 250m<sup>2</sup> で展示。2014 年同展では「北斎は立体を平面に、紫舟は平面を立体にした」と評され、日本人初・金賞をダブル受賞。

日本の伝統文化である「書」を書画・メディアアート・彫刻へと昇華させながら、文字に内包される感情や理を引き出し表現するその作品は唯一無二の現代アートとなり、世界に向けて日本の文化と思想を発信している。

文科省 2020 年に向けた文化イベント等の在り方検討会委員、内閣官房伊勢志摩サミット・ロゴマーク選考会審議委員、大阪芸術大学教授

※2 月は、ギタリストの村治佳織さん。3 月は、バイオリニストの古澤巖さん。



▲村治佳織さん（取材の様子）



▲古澤巖さん（取材の様子）

**【委員の意見および社側説明】**

（「○」委員意見／「■」社側意見）

○いい番組だと思うが、先ほどの聴取率調査の結果の説明で、M1F1 がターゲットという話や、30代男性の落ち込みの話を聴いた後に聴取すると、この番組のターゲットは誰なのか、と思える。いい番組だし、瀬戸内の魅力を伝えていると思うが、聴取率に結びつけるとこと、いい作品を作ることとはイコールではない難しさがあると感じた。

■ターゲットについては、王道を狙った番組作りをした。

○音で伝えることの難しさを感じた。映像がない旅番組は難しい。何が伝えたいのかが分かりにくくなってしまい、瀬戸内じゃなくても、番組が成立してしまう気がした。民家が密集してあって、路地があって。そういう土地は瀬戸内だけではないので。例えば、どこも同じような地方だけれど、なぜ瀬戸内に移住したのか、ということにフォーカスしても良かったのではないかな。どこも高齢化していて人が離れていく中で、逆に瀬戸内に向かっていく人たち、それこそが瀬戸内気候と想いが一緒な気がした。その人たちから見た瀬戸内の良さを引き出したら良かったのでは？

■ご指摘のあった「音」作りについては、制作サイドも苦心をした。特に今回の表現者が「書家」であり、音楽家と違い、「音」で表現する方ではないので、どのように表現していくかは頭を悩ませました。

○音楽は土地の民謡とかを流したほうがいい。

○非常に良質な番組で育てていくべきだと思った。綺麗な良いシーンを探して行って欲しい。

○出てくる人がそれぞれ産業をしていたり、情報としては伝わってくるが、風景からの臨場感がもっとあってもいいのではないかと思った。

■回ごとに特徴があり、来月はもっと躍動感のある仕立てになっていくと思う。

○ローカル色が強く感じられ、もう少しアーバンな感じに仕立ててもいいのではと思った。今はやりのレトロ・懐かしさ、これは東京にはないでしょう、という型にはまった番組作りにならないようにしてほしい。

○きれいにまとまっているが、そこが選曲も含め単調に感じられるので、例えば紫舟さんなどがそこで聴きたい曲、思い出した曲など、番組のテイストにそぐわなくてもそういう曲を流したほうが臨場感があるのではないか。

■音風景は現地の人の話も聴きながら制作しているが音像風景を作る番組なので現地での音の取れ高によって番組が変わって来る。

○「NAGOMI (なごみ)」という言葉に捕らわれているんじゃないかと。穏やかな番組作りをしているから、瀬戸内の元気さが伝わりにくいんじゃないかと思った。

■「なごみ」をどうとらえるか、ということに関して、「音」は波の音と風の音と言葉しかないので、なかなか演出どおりにはならないとう難しい部分もある。「なごみ」という言葉に引きずられて番組の輪郭があいまいになってしまうのは避けたいと思っている。

○タイトルコールがフランス人なのはなぜなのか？

■瀬戸内の美しさ、というのは幕末から明治にかけて海外の方が気づき発信したものだ。なのであえてヨーロッパのテイストを取り入れた。



5.放送番組審議会の内容について

審議会の意見は、放送番組審議会事務局から各担当部長に伝達した。

6.議事内容を以下の方法で公表した。

① 放送:番組「JOGLIS」

2月25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、3月7日(火)に開催することを決めた。