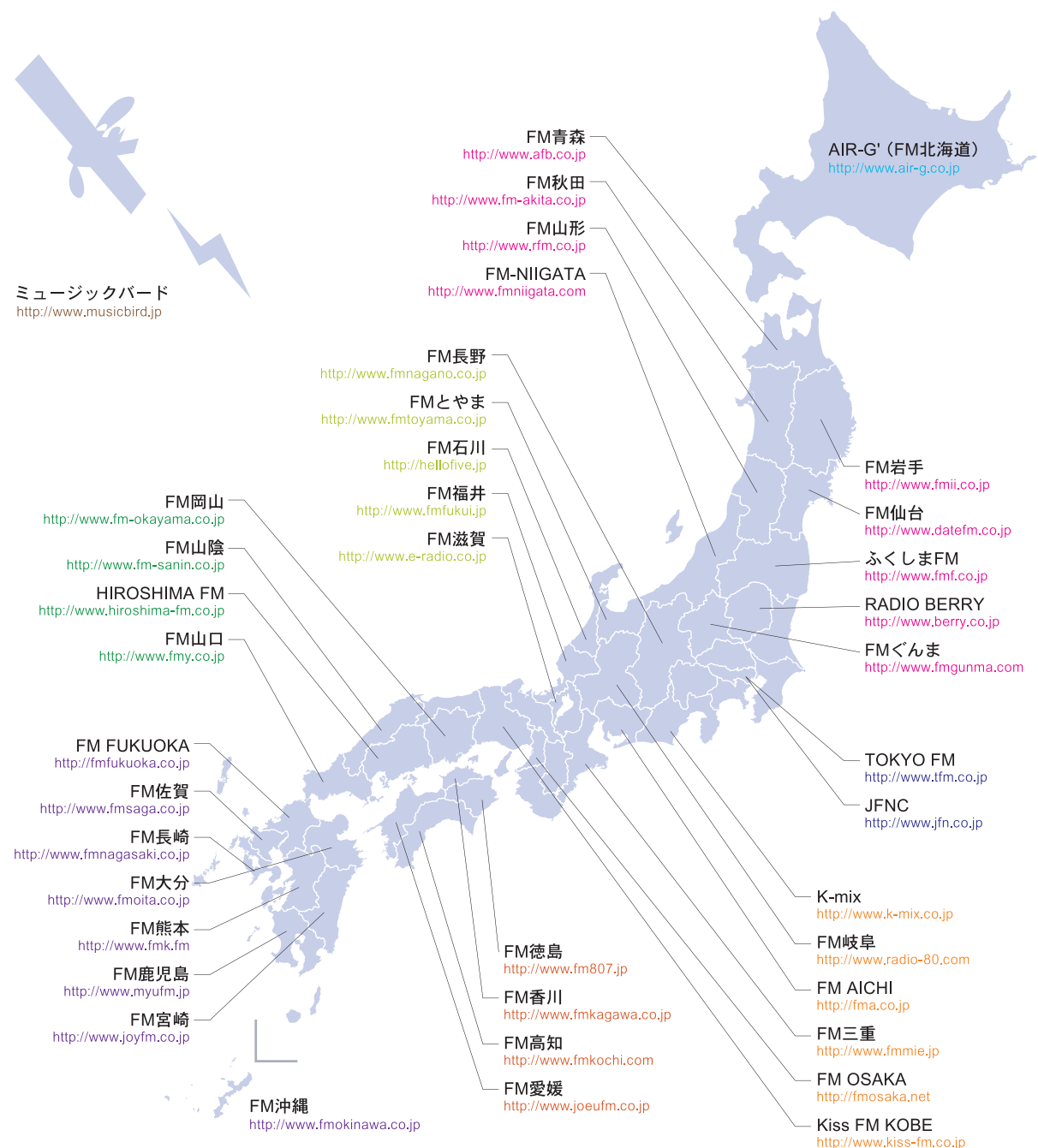


# JAPAN FM NETWORK ASSOCIATION

JFNは進化を続けています。地元地域に根差した各エリアNo.1FM局それぞれの“個の力”。  
そして音声メディア最大の全国38局が共に作る“ネットワークの力”。  
更には衛星放送、ブロードバンドコンテンツ開発を営む関連各社を合わせた“マルチメディアの力”。  
JFNは時代の要求に応える力を身につけ、進化を続けています。



JFN特別加盟局  
Koror, Republic of Palau96940

パラオ共和国  
「エコパラダイスFM」

全国FM放送協議会  
http://www.japanfmnetwork.com



JFN ASSOCIATION

第84号 2014年3月発行  
発行/全国FM放送協議会 〒102-0083 東京都千代田区麹町1-8 電話03(3221)0246(代) FAX03(3511)7370

AR-G/ FM青森/ FM岩手/ FM仙台/ FM秋田/ FM山形/ FM山陰/ FM山陽/ FM香川/ FM愛媛/ FM徳島/ FM高知/ FM福岡/ FM佐賀/ FM長崎/ FM熊本/ FM大分/ FM宮崎/ FM鹿児島/ FM沖縄/ FM香川/ FM徳島/ FM高知/ FM愛媛/ Kiss FM KOBE/ FM岡山/ HIROSHIMA FM/ FM山口/ FM香川/ FM愛媛/ FM徳島/ FM高知/ FM福岡/ FM佐賀/ FM長崎/ FM熊本/ FM大分/ FM宮崎/ FM鹿児島/ FM沖縄/ エコパラダイスFM(特別加盟)

# JFN ASSOCIATION

No.84  
2014 Mar.  
ジェイエフエヌアソシエーション



- 02 **NEWS**  
**災害時に最も役立ち信頼されるメディアへ**  
～ファーストインフォーマーとしての使命～  
・日本郵便株式会社との協定締結について  
・イオン株式会社との協定締結について  
・JCBA日本コミュニティ放送協会との協定について
- 04 **PROJECT**  
**「FM FESTIVAL2013 未来授業」**  
05 年末年始特番  
**「空を見上げて～明日へのチャレンジ」**
- 06 **SEMINAR**  
**ラジオメディアに期待する**  
**ネットワークの力**  
株式会社ゆうちょ銀行 執行役広報部長・牧野 洋子氏
- 09 **放送局に求められるBCP対策**  
ニュートン・コンサルティング株式会社 代表取締役社長・副島 一也氏
- 12 **マスメディア集中排除原則**  
**最新の動き**  
一般社団法人日本民間放送連盟 企画部長・堀木 卓也氏
- 14 **LOCAL TOPICS**  
**FM大阪** Facebookと連動「Drive Porter Radio」  
**FM新潟** ドライブで新潟を再発見「ヤンの気ままにドライブ」
- 15 **2013 JFN AWARD** 日本民間放送連盟賞/ACC CM FESTIVAL  
フィリピン台風被害 JFNアースコンシャス募金

# 災害時に最も役立ち 信頼されるメディアへ ～ファーストインフォーマーとしての使命～

TOKYO FM 執行役員経営企画室長兼統合メディア戦略室長 吉田乾朗

2011年3月11日(金)14:46。TOKYO FMの社屋が突然の揺れに襲われた。  
今までとは明らかに違う揺れの中、振り落とされそうになりながら手すりしがみつき階段を駆け下りる。途中、窓から見える向かいのビルの窓ガラスがビニールのように歪んでいた。  
報道のフロアに着くと、すでに社内外のスタッフが集まり固唾を飲んでニュースを見つめていた。  
東北でマグニチュード9.0の地震発生。  
「現地に電話をつなげ!」「FM仙台は大丈夫か!」怒りのようなスタッフの声が飛び交い、それからはまさに戦場のよう……。

震災発生直後より、富木田JFN会長の「これは国難であり、商売抜きでメディアの公共的役割を果たすべき」とのご判断のもと、「ヒューマンコンシャス～生命を愛し、つながる心」の理念の実践に徹し、被災者視線を強く意識し被災者の心情を大切に放送を行いました。  
直後より多くの反響がtwitterやメールで殺到。  
「アンパンマンの曲、子どもは喜ぶ。FMはちゃんと速報も流してくれる。要らない情報はない。思いを代弁してくれる」  
「首都圏の被災していない人に向けたテレビ。被災地に向けて

放送されるラジオ」  
「絵本の読み聞かせとか音楽とか、災害情報以外にも本当に工夫され充実している。一番感動したメディア」  
……など、放送姿勢を賞賛する声が集まりました。  
ラジオが再評価を受ける中、JFN38局は特に高い評価を頂きましたが、さらに災害報道を充実させることが地元での信頼感や存在感を高め、ひいてはリスナー獲得にもつながって行きます。

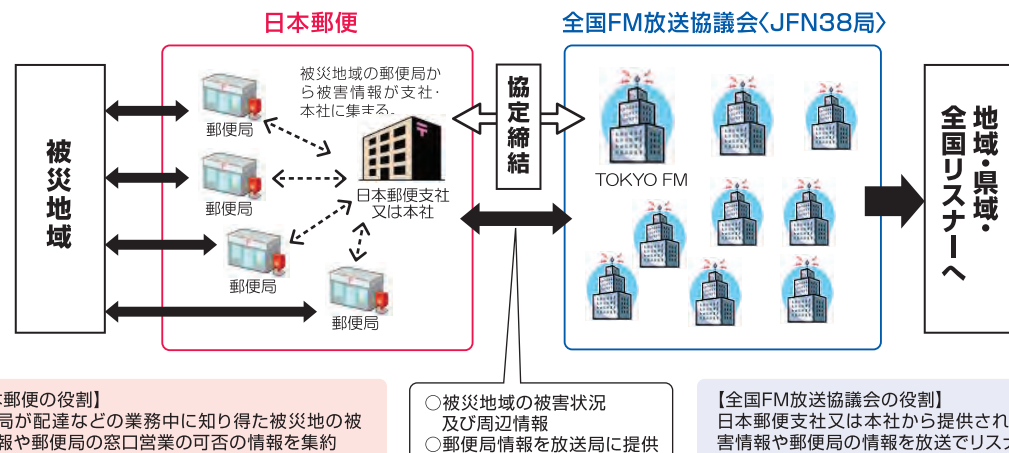
その中で、JFNに必要なことが二つあります。一つはJFNの非常時放送体制の強化、つまりハードの強化であり、もう一つが情報強化つまりソフトの強化です。  
前者は理事会において非常時キー局、第2非常時キー局の衛星アップリンクの設置や速報の強制割込装置の設置などが決定され、強化が図られることとなりました。  
後者は最も重要なテーマです。災害報道で最も必要なのは、信頼できる情報をいかに有効に収集し、効果的に発信できるかに尽きます。しかし、個々の力だけでは限界があります。そこで、JFN全体として**情報源を強化し、かつ相互に協力できる情報ネットワーク**を構築出来ないかという考えから3つの防災協定を結ぶこととしたわけです。

## 日本郵便株式会社との協定締結について

2万4千を超える郵便局は全国津々浦々にあり、約40万人の局員の皆様は配達区域の地理、住民の方々を全て把握されているため、周辺地域の被災状況の情報取得が期待できます。  
また、災害時の支援物資や義援金の窓口として郵便局は重要な拠点であり、稼働状況は被災地のみならず、全国に必要な情報となります。  
東日本大震災時には、瓦礫の中を徒歩で配達されたり、避難所に臨時窓口を開設されるなど、極限状態の中でいかに物資を届け、現金をお渡しできるかに取り組まれました。

そこで、被害のあった郵便局から管轄の支社に集約される周辺の被害状況をJFN38局が入手し伝えるとともに、郵便局の稼働状況もお伝えすることで、双方に有効な協定として締結に至りました。  
昨年末より、日本郵便13支社と夫々の管轄エリアの幹事局の皆様との連絡協議会が順次行われ、3月には支社からJFN38局へのテストメール配信を行いました。  
今後は各地で定期的に訓練を行い、災害時に実際に機能する仕組みに精度を上げて行けるよう取り組みたいと考えています。

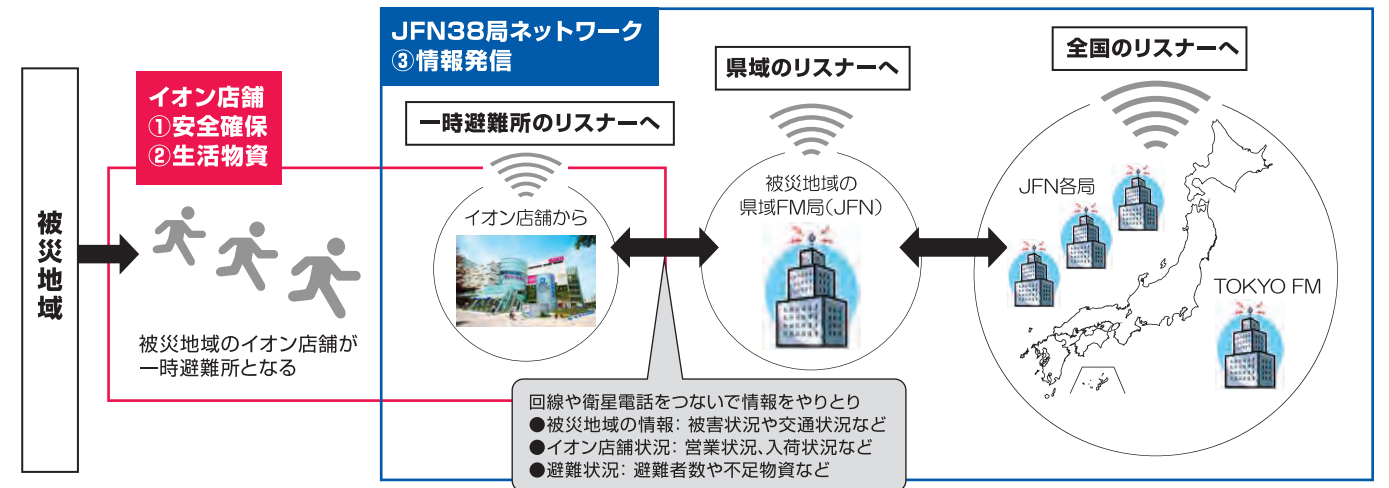
### 連携イメージ図



## イオン株式会社との協定締結について

イオングループは東日本大震災時に、発生15分後には災害対策本部が稼働し、翌日には2,500名の応援隊が派遣され、流通は中部・関西地区の流通センターが対応され、海外からも商品調達されました。その結果、東北エリアの65%の店舗が営業不可能となりながら、2週間で95%の店舗が営業を再開するという強靱な災害対応能力を発揮されました。  
中でも、イオン石巻店では店長判断で、近隣の方々に店内を避難所として開放。物資を無償提供され、薬剤師による体調のケアなども行われ、2週間にわたり2,500名の方を受け入れられるなど多大な貢献をされました。しかし、唯一不足していたのが「情報」でした。  
同社は、耐震強化や非常用電源増強を図り、一時避難設備も備えた防災拠点となる店舗を2020年までに100店舗構築されます。そこで、JFN38局とこの防災拠点店舗が連携すれば、災害時に必要な「安全確保」「生活物資供給」「情

報」が全て揃った総合防災拠点とすることが可能となります。  
具体的には、災害時に被災地域のイオン防災拠点店舗とJFNの該当地域の局とをISDNや衛星携帯電話等でつなぎ、周辺状況や一時避難所の様子をインタビューするとともに、被災者にとって重要な生活物資の流通状況やイオン店舗の稼働状況を伝えます。同時に店舗内の一時避難所となる場所では、館内放送等を通じてJFNの該当局の放送を流し被災者の方に情報を伝えていただきます。  
3月にはイオン本社ビル内の災害対策本部および非常時第2災害対策本部が設置されるイオン小牧店とTOKYO FMとを、ISDN回線とIP回線で接続。これにより、イオングループからの情報入手がまず可能となります。  
この後、イオン各ブロックのカンパニーとJFN38局との連絡網を構築し、各ブロックでの情報連絡会を通じて体制を構築していきます。

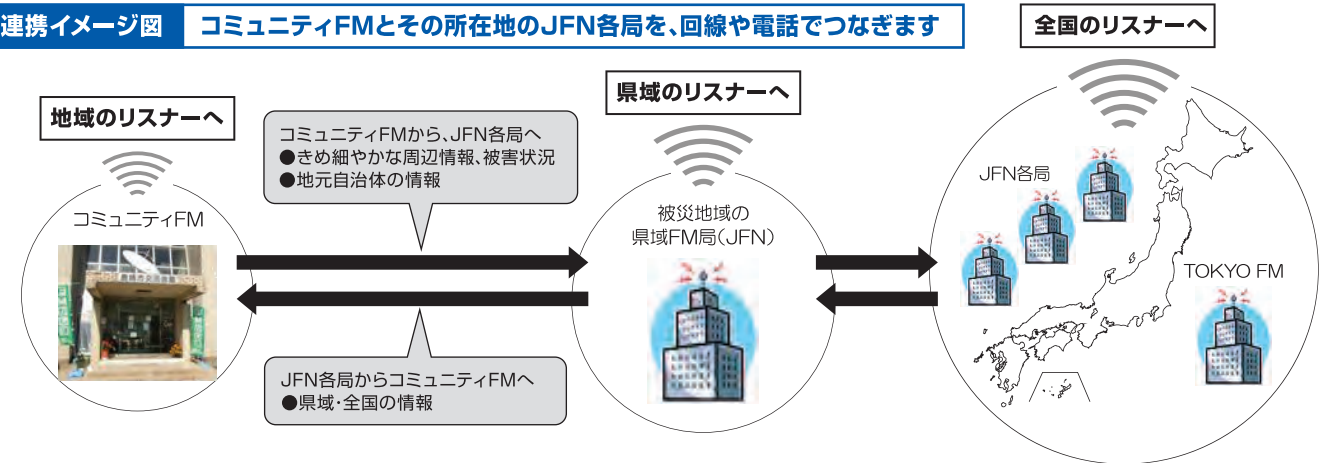


## JCBA 日本コミュニティ放送協会との協定について

東日本大震災時にFM岩手さんからお話を受けた「かまいさいがFM」の開設により、地域、県域、全国の3レイヤーでそれぞれの役割を果たしながら、相互協力によって情報をより効果的に国民の皆様にお届けできる、災害時の新しい情報流通のあり方を示すこととなりました。  
現在全国で280局中213局が加盟する日本コミュニティ放送協会(JCBA)理事

会との協議におきましても、各地域個別ではさまざまな状況があり、全てで連携することはできないかもしれないという前提のもと、それでも互いに災害報道に有効な協力関係を構築しようという強い使命感のもと締結に至りました。  
今後は具体的な参加局を決定し、JFN38局との連絡体制を構築していきます。

### 連携イメージ図 コミュニティFMとその所在地のJFN各局を、回線や電話でつなぎます



今回の一連の協定締結にあたっては、三者ともに防災に対する意識が非常に高く、また体制も強化しようという意思をお持ちであり、JFNとの連携につきましては非常に好感をもって受け入れて頂きました。今後想定される南海トラフや首都直下地震をはじめ、豪雨豪雪など増加する自然災害の中、JFN38局として果たすべき役割はますます大きくなっています。さらに、間もなくスタートす

るV-Lowマルチメディア放送においても「安心・安全」は重要なテーマの一つであり、この「超」多メディア時代にJFNが信頼感と存在感を持つためにも、本協定をきっかけに、「災害時にはJFN」と思ってもらえるよう、機能する災害報道体制をさらに強化していければと考えています。

# FM FESTIVAL2013 未来授業 「ニッポンの転換点・未来を創る」



2011年2月から始まった「未来授業」の取り組み。「知性、感性、野性、若い世代の3つのセンスを刺激すること」をコンセプトに、各分野で活躍する方々をお招きして授業を行っています。今回の番組総司会は茂木健一郎氏。東京会場のほか、広島・京都会場でも熱いトークが交わされました。



未来授業の主演は現役大学生です。私たちは学生のために毎年テーマを決め、そのテーマに基づいて、先生は学生の人生のために1回限りの授業を行います。未来授業は招待制です。普通、放送局からの招待状は1枚で2名入れますが、未来授業は1枚で1人だけ。

複雑な問題について学者や思想家と議論しよう、立ち向かおうという企画には、道場破りのごとく颯爽と自立した学生に参加してもらわなければなりません。学生が先生に圧倒されて押し黙り、一方的な講義では話にならないのです。例えば、「あなたのぶっ壊したいものはなんですか?」。これがスズニ子!先生から学生への挑戦状でした。知性・感性・野性の戦い。先生と学生との間に一触即発の雰囲気があるからこそ誇りと希望の未来授業になるのです。

未来授業が始まった2011年2月から3年間を俯瞰すると、リーマン・ショック、東日本大震災と原発事故、そして領土問題、政権交代にアベノミクスなど様々なことが起こりました。未来に目を向けると、今年4月に17年ぶりに消費税が上がり、2020年にはオリンピック開催決定と、日本は大きな転換点を迎えています。

そんな中、私たちはどこにいて、日本はどんな立ち位置にあるのか。足元を見つめ選択肢を明らかにした上で、自らのイノベーションを起こし、その先の「未来」を創りあげようという試みとして、未来授業があるのです。

東京会場は渋谷ヒカリエ。28才にしてMIT助教に就任したスズニ子!先生(『～はみだす力を変えるニッポンの未来～』)、世界的建築家で東京大学名誉教授の安藤忠雄先生(『生きる力』)、ジャーナリストで東京工業大学教授の池上彰先生(『未来を生き抜く「武器」としての教養～大学で何を学ぶか～』)、現役大学生との会話を通して東日本大震災から心の復興を描いた『心』が30万部のベストセラーとなった聖学院大学の姜尚中先生(過去の未来授業を振り返りながら

『幸福の在り方を問いかける～』)が、次々に登壇。広島会場の平和記念資料館では、生物学者で広島大学大学院の長沼毅先生が「協調する人種・ホモ・ハックスへの進化」を(広島FMの屋形さん、井上さん、近藤さん、石丸さん、熱く、効率的な運営ありがとうございます!)、京都では世界遺産・下賀茂神社で、脚本家・劇作家の倉本聰先生が「海拔ゼロの思想」の授業を行いました(FM滋賀の糸井さん、お疲れ様でした!)

11月4日放送当日は、総司会の茂木健一郎さんのツイート協力も得ながら、WEBチームがフル回転。番組の枠を飛び越えたソーシャルな領域まで議論が広がり、「スズニ子!」の名前が放送中にヤフー検索急上昇ワードで首位となるなど「放送→つぶやき→検索→放送→つぶやき→検索」という理想的な循環が成功しました。また、完全映像版は現在1800万DLに上り、「iTunes Best of 2013～今年のベスト」において、「今年のベストビデオ Podcast」に選出されました。

「わけもなく泣けてくるのは1日中、心を大きく振動させられたから」「学生である喜びを感じた。向上心のある同世代からの意見にも同じくらい刺激されて勉強になった」「本当に参加して良かった、自分ももっといろんなことをやりたい、変わりたい」「刺激をたくさん得ることができた。これからそれを昇華していくのが大変だ～」

参加した学生からの感想です。さっと手を上げ、先生との議論に頬を上気させる学生、涙ぐむ学生、悩み、笑いあい、未来へ向けて連帯する学生。彼らのこの表情こそが、FMフェスティバルの姿なのだと思います。そして、提供社の三菱商事さま、電通の皆さま、お世話になりました。この企画は、JFN各局の皆さまのご理解とご支援の賜物です。本当にありがとうございました。

(TOKYO FMゼネラルプロデューサー 延江 浩)

## 年末年始特番「空を見上げて～明日へのチャレンジ」



▲ 松任谷氏、千住氏と一緒に音羽ゆりかご会の子どもたち20人が合唱しました

冒険家の三浦雄一郎氏をゲストにパーソナリティーの松任谷正隆氏(左側)と中井美穂氏(右側)

行く年を振りかえり、来る年への希望をつなぐ、年をまたぐ2時間の特別番組を制作しました。パーソナリティーは、それぞれの世界で言葉を生業にするお二人、音楽プロデューサー・松任谷正隆氏とフリーアナウンサー・中井美穂氏をお願いをしました。

コンセプトを考える上で2013年という1年を振り返ると、アベノミクスによる景気回復、2020年の東京オリンピック開催の決定、東北楽天ゴールデンイーグルスの優勝などがありました。震災からも時間を経るなかで、人々の思いや希望がようやく動き始めた年なのではないかと考えていました。そういった前に進もうとする日本社会の風向きを反映した形で、タイトルを「空を見上げて～明日へのチャレンジ」としました。

番組では、震災から3年目に向かう東北の空をライブでつなぐお寺からの除夜の鐘レポートを放送。このほか、「大きな目標を持って取り組んでいる人」「空を見上げてチャレンジし続けるプロフェッショナル」として、史上最高齢でエベレスト登頂に成功した冒険家の三浦雄一郎氏、著書『永遠の0』がベストセラーとなった作家の百田尚樹氏を紹介。また、「2014年に空に羽ばたく若き才能」として、アメリカMIT助教として活躍するアーティストのスズニ子!氏、海上自衛隊東京音楽隊に所属するソプラノ歌手の三宅由佳莉氏へのインタビューを紹介しました。スポーツ界からは、2014年のソチオリンピ

クに出場するアスリートとして、スピードスケート男子500mのエース・長島圭一郎選手、アイスホッケー女子チーム「スマイルジャパン」の近藤陽子選手が、ベテランとしてのプレッシャーを抱えながらもチャレンジし続ける理由についてコメントを寄せて下さいました。

そして2014年を迎えた午前0時過ぎ、番組のハイライトとして、ニューイヤースペシャルライブを実施しました。松任谷正隆氏のピアノと千住真理子氏のヴァイオリン、音羽ゆりかご会の子どもたち20人の合唱という大編成です。演奏するのは、ヒット映画『風立ちぬ』の主題歌で、正隆氏の奥様・松任谷由実氏の「ひこうき雲」です。子どもたちの歌声はとて清らかで初々しく、新しい年を新鮮な気持ちで迎えるのに相応しい曲となりました。「空にあこがれて～空を駆けていく～」という歌詞にあるように、あの「雲」のように速くても、遅かなる夢のために自分の可能性を信じて頑張ろう、という意図を込めて選曲しました。

全国のリスナーからは、JFN各局の皆様からのご協力のおかげで、放送終了までに800通を超えるメッセージが届きました。「チャレンジしたこと、したいこと」をテーマに熟を持って書かれたメールは希望と勇気に満ちた言葉で溢れ、全国のラジオリスナーと「空」でつながっていることを実感するような温かい放送になったと思います。

(TOKYO FM 編成制作部 高橋智彦)

# ラジオメディアに期待する ネットワークの力

株式会社ゆうちょ銀行執行役広報部長の牧野洋子さんをお招きし、「ラジオメディアに期待するネットワークの力」と題し、ゆうちょ銀行とラジオの将来などさまざまなテーマについてお話いただきました。



まきの ようこ  
**牧野 洋子氏**

株式会社ゆうちょ銀行  
執行役広報部長

## ネットワークの誕生と現在

私が就職した1980年代はワープロやパソコンが誕生した時代で、「ネットワーク」という言葉がメディアに満ち溢れていました。今やネットワークはあって当たり前のものとなっていますが、改めて広辞苑でその意味を調べてみると「地理的な広がりを持つ、物理的な網状のシステム」と書いてあります。郵便局のネットワークを地図に乗せると見事な網状で、まさにこの表現がピッタリだなと思います。しかし今ではコンビニや飲食店チェーンなど、多くの企業が個々に網状のネットワークを築かれ、ネットワークを張っているだけでは、企業の強みとはいえない時代になりました。

ネットワークという概念が一般化したのは明治時代ではないかと思えます。道路、港湾、鉄道、郵便、電話は国が作った官製のネットワークで、物理的かつ社会的なインフラでした。道路と港湾と鉄道は国が作ったのに対し、郵便・電話ネットワークはほとんど国の予算を使わず、国民の協力のもと、わずか5年あまりで山間地を含む小さな村まで配達網ができ、そのネットワークを活用して電信社が立てられました。郵便物を置いたり、区分けしたりする場所として、当時の篤志家の方が納屋や物置等をほとんど無償で提供してくれたのです。これが世界にも類をみない特定郵便局制度の始まりです。当時の郵便局ネットワークは存在としてのネットワークであり、とても地味な、静的なネットワークでした。

これら官製によるインフラのネットワークは1985年にNTT、87年にJRが民営化されました。これらの民営化と郵便局の民営化の大きな違いは、NTTとJRは地域分割されたのに対し、私どもは事業分割されたことです。また21世紀に入り我が社は4回も経営形態が変わりました。郵政省→郵政事業庁→日本郵政公社→民営化時の日本郵政株式会社・五社体制→民営化法改正後の日本郵政株式会社・四社体制という具合です。

当然のことながら体制が変わるごとにトップも交代。トップが代わると社内の中間層の人事もまた変わります。公社時代はコストカット最優先で人材の育成プログラムがほとんど停止状態でした。そして民営化直前はモノ、人、資産の分社化作業と銀行法や保険法への対応などにより、事業の継承や組織の運営が混乱しました。正直申し上げて本当にこの約10年間、お客さまに多大なご迷惑をおかけすることなく、よくやって来られたなと感じています。郵便局の現場力に支えられた10年あまりだったと思います。

2012年10月に郵便事業会社と郵便局会社が統合され日本郵便株式会社となり、そして郵便事業だけでなく、金融2社のユニバーサルサービスが法的に担保されることが決まりました。つまり過疎地や離島に至るまで全国どこにいる方でも、金融サービスを受けられる環境を、民営化した我が社が作らなければなりません。総合口座、定額・定期貯金、為替や払込、送金、生命保険の募集、入院したときの保険金受け取り、年金の受け取りなど、日常生活に必要な金融サービスを提供するために収益上とても厳しいところでも、サービスを提供し、郵便局を運営していくことを義務付けられました。私どもは貯金、郵便・物流、保険といった生活に欠かせない事業に長年取り組んで来ましたので、官のネットワークよりは民間企業のネットワークに近くなければ効率的な企業運営は行えません。ITのネットワーク時代に入り、インターネット網が普及し、各種新規サービスが急成長していくなか、先ほど申し上げた通り、営業拠点である郵便局を支えるためのサービスの開発やシステム投資、人材育成事業が遅々として進まなかったという不幸な時代がありました。結局のところ、官とも言えない、民とも言えない巨大な古いネットワークだけが残ったというような状況でした。

## 緊張感のある「和合」と「補完」が ネットワークを動かす

私は民営化後3年目に広報部長になり、この静的なネットワークをもっと動かして、成長させなければならぬと日夜考え続けています。最近感じていることは、ネットワークには適度な緊張感が不可欠だということです。緊張感のない緩んだ網状の組織では、ネットワークはその機能を強化することができないように思います。「つながっているのが当たり前」、「郵便局のネットワークはすごいんだ」という時代は終わりました。銀行やコンビニなどの競争のおかげで、グループ内にも緊張感が生まれています。またゆうちょ銀行の13エリア間同士、社内であっても地域間に競争があると、営業部門だけでなくいろいろな意味でネット

ワークが元気になる実例をいくつも見てきました。

今回JFNさまと私ども日本郵便との防災協定も典型的ですが、ネットワークは「和合」と「補完」をしっかりと追求していくべきだと思います。和合とは相互の承認でお互い賛同したり、共感しあったり、賞賛しあったりするという意味です。一方、補完は、お互いにならぬものを補い合うという意味です。私どもは郵便局という全国各地に対面メディアを持ち、皆さまは全国各地にいても聴ける電波という武器を持っていらっしゃるの、補い合うパートナーとして、とても良い組み合わせなのではないかと思えます。

存在だけのネットワークならいいのですが、収益向上のためにネットワークを開発しようとする、古い組織であればあるほど硬直化も否めず、難しい局面に遭遇します。例えば我がグループの場合、本社と支社、中央と現場という意識が正直まだまだ根深くあります。地方はどちらかという指示待ちの態勢で、「自分たちが工夫してやってみようよ」と言う若い社員がいても、中間組織としては腰が引けてしまうことが少なくありません。何か言って中央の反感や叱責を買うのであれば黙っていたほうが得!という風土もあり、勇気を出して企画を提案したりすることがまだまだ少ないのです。昔の統制型ネットワークから脱却し、自発性と主体性を発揮するためのシステムとして、新しいスタイルのネットワークを再構築しなければならないと思っています。

これからは存在するだけの、平面的なネットワークではなく、立体的な参画型、双方向型の“ネットワーク”=ingのネットワークとして成長させていくことが私のミッションだと理解しています。今『ジャバモン』という番組のスポンサーをさせていただいております。お客さま向けにネットワーク性をアピールするという目的もありますが、本社の社員には全国各地の地域を、また地方勤務の社員には他の市町村にも関心を持ってもらうという、企業内ネットワークの和合と補完を認識させるインナー向けの仕掛けでもあります。

## 日本郵政グループの資産とは

我がグループの新しいキャッチフレーズは「トータル生活サポート企業」。生活支援のためのサービス企業です。もちろん民間企業になりましたから、収益性も考慮しなければなりません。これまで社員がボラ

ンティアで高齢者の独居宅を訪問することもあったのですが、これをもっと充実した形の新規ビジネスとして「郵便局のみまもりサービス」を試行スタートさせました。月額千円程度ですがビジネスなので料金をいただかなければなりません。半分困ったことなのですが、局長さんの中には、ずっとボランティアでやっていたこうした活動を有償化することに非常に抵抗感を持ってしまふ方も少なくなく、100年以上続く組織の風土を変えるのは並大抵ではありません。(笑)

いずれにせよ少なからぬ社員が郵便局ネットワークに誇りを持って仕事をしてくれています。もともと公務員で、公的なユニバーサルサービスを託された企業ということもありますが、私たちのネットワークが社会の進歩に寄与していくべきだという強い意志を持つ社員がいることはわが社の強みです。店舗数は約2万4千で、かつては小学校の数とほぼ同数だったのですが、少子高齢化により今では小学校が割以上減ってしまいました。ATMの台数は約2万6千。市場性に基づいて店舗やATMを設置する民間金融機関に対し、郵便局の場合は明治以降のコミュニティを基準に設置されて来たので、今は裏通りにある郵便局が、かつては人で賑わう表通りの中心にあったという所も少なくありません。

日本郵政グループの資産は、ネットワーク以外にはコミュニケーション、コミュニティがあります。ネットワークを開発するためにはコミュニケーションが不可欠です。広報部の方針でもありますが、相互理解を深めるために、もっと個々の地域の情報を社内外に発信してほしい、アピールしてほしいと呼びかけています。





▲講演後、牧野氏より参加者の皆様に送られた温かいメッセージとマチオモイカレンダー

(カレンダーを示し)これは私どもが制作した2014年のカレンダーです。最後のページには郵便局長12人にクイズ形式で、その地方の方言を紹介してもらっています。まだまだ知らない日本があるな〜と痛感しました。その地域の方にとっては当たり前、あるいはつまらないモノだと思っても、その地を知らない人が見聞すると面白かったり、感心、感動したりします。そんな双方向型のコミュニケーションが生起するようなネットワークの開発をしていきたいと思っております。

最後にコミュニティについてですが、我がグループには郷土愛が非常に強い社員が多く、みんな「我が地域(まち)が一番」と思っています(笑)。そんなマチオモイ社員同士が、地域性を超えて、お互いをもっと高め合っていく相互理解が生まれるようなコミュニケーションを設計し、異質でありながらも全国的な共同性を持つ、企業グループにしていきたい…そんなことを目指しながらインナー向けの広報活動も展開しているところです。

2013年夏に、ふくしまFMさまの冊子に広告掲載させていただきました。冊子の企画も素晴らしく好評でしたが、地元の社員から「初めて知った」という情報もありました。地元人同士でも新たに知ることが、まだあるんだということを見発せしてもらった事例でした。地域コミュニケーション活性化のために、そんな小さな積み重ねを皆さんと一緒に行っていくんじゃないかとイメージしています。

私どものネットワークにもJFNさま同様、北から南までたくさんの社員がいます。JFN各社さまはSNSも活用し、ターゲットを絞った番組企画に大変優れていらっしゃいます。まだ防災協定を締結したばかりの段階ですが、実験的にでも各地域で面白いアクションを起こしていけたらいいですね。

## 信頼されるメディア・ネットワークをめざして

私どもが今後やっていかなければならないのは、民になった今、信用や信頼といったネットワークを改めて再構築していくことだと思っています。民営化前までは貯金に政府保証という信用がついていることをもって、ゆうちょを信頼していたお客さまもいらっしゃいました。しかし、これからは自分たちの力で信用や信頼を築いていかなければなりません。真心と誠意をもって一生懸命仕事をすれば目の前のお客さまが変わっていく、町が元気になっていく、日本も良くなっていく。「こんな素晴らしい仕事はない!」と社員を鼓舞しています。

しかし信用とか信頼とか、言うは易いですが、いったい信頼というのはどういうことなのでしょう? いろんな本を読み漁る中で、素敵な言葉に出会いました。霊長類の研究をしていらっしゃる山極寿一先生が「信頼とは人々の間に生じた“優しい記憶”によって生まれ、維持されているもの」と表現していて、実に共感しました。単独スポンサーをやらせていただいている『LETTER for LINKS』や『ジャパモン』では、羽田美智子さんの柔らかな声が耳に残り、故郷を思うゲストの語り、そしてそれに感動する小山薫堂さんや柴田玲さんの言葉も心に残ります。今後こうした“優しい記憶”を維持できる番組を…と願っています。

優しい記憶というのが何なのかはうまく表現できませんが、FMを聴きながら、私も広報部の社員たちも“優しい記憶の創り方”をトレーニングしている最中です。

『LETTER for LINKS』は、ゆうちょ銀行にとって初めての番組提供＝トライアルの番組で、優しい記憶を残すために、柔らかな企画にいただきました。『ジャパモン』はインナー向けにも相互理解を促していけるような企画なので、グループ全体で盛り上げていきたいと思っております。4月からはグループ共同提供となります。

昨年、雑誌の『宣伝会議』が主催し、一般のクリエイターやコピーライターから作品を集める『宣伝会議賞』に思い切って手をあげました。担当者の方には「金融は非常に広告が難しい」と言われましたが、1万点くらいの作品が集まりました。その担当者も「抽象的な課題に対してこんなにたくさん集まるとは思わなかった」と言ってくれました。これは歴史ある郵便局という対面メディア、幼少の頃からその存在を知っている郵便局への親しみがあつたおかげだと思っています。

最後になりますが、社内で『ジャパモン』や『LETTER for LINKS』を聴いてね〜と社員が呼びかけても、正直キックレスポンスがありません。新たなメディアであるスマホに時間が占有されてしまっているのでしょうか、都市部ではまだまだラジオを生活の一部にしている人が少ないようです。テレビの人気番組のように、「面白いから聴きたい!」というような番組ファン、ラジオファンをもっともっと増やしていきたいですね。もう一度ライフスタイルの中に、FMラジオを聴くセッティングをJFNさまと一緒に行けないかと日々探究したりもしています。

メディアとして信頼され、ファンを獲得していくという意味では、JFNさまとゆうちょ銀行・郵便局の企業活動は共通する部分もあるかと思えます。これからもより一層協力し合えたらと強く願っています。今後ともどうぞよろしくお願い申し上げます。

# 放送局に求められるBCP対策

BCP(Business continuity planning、事業継続計画)とは、企業が事故や災害に直面しても、しっかりと人命を守り、ひいては速やかに事業を継続・復旧させるためにあらかじめとっておく対策のこと。さまざまな企業のBCP対策構築に取り組みされてきたニュートン・コンサルティングの副島社長をお招きして、放送局に求められるBCP対策についてお話をいただきました。



そえじま かずや  
副島 一也氏

ニュートン・コンサルティング  
株式会社  
代表取締役社長

## ロンドンテロを現地で体験して

私は、国内外で10年以上このBCPの取り組みをしています。1998年にイギリスで会社の立ち上げに参加し、そこからBCPに関わる仕事に携わるようになりました。イギリスでは主に日系の金融機関をはじめとする金融機関のBCPのお手伝いをしていました。

イギリスで10年ほど業務を行っているなかで一番恐ろしかったのは、2005年のロンドン同時多発テロです。当日のことは、今でも鮮明に覚えています。8時50分から9時10分頃、ロンドンの中心部を走る地下鉄3カ所所で次々に爆発が起き、2階建てバスが爆破されました。私はその日、オフィスにいたのですが、イギリス人の人事ディレクターがデスクに来て「カズ、大変だ、爆発だ、テロだ」、しかも、「次々起きているようだ」と。

私たちはこういう仕事をしておりますので、もちろん自社のBCPとして「有事の際どう動くか」ということを常々考えておりました。すぐに対策本部を作り、社内の人間で危険な地域に誰がいるかをリストアップし、人命第一に避難指示を出しました。しかし、電話が繋がらないのです。朝の9時前後といえば、多くの人々がロンドンへ通勤に出ている時間です。その中全ての交通機関が止まったため、街中が人で溢れていました。皆が電話をかけるため、電話が全く繋がらない。何とかつながった電話では「外に非難しようにも全部止まっている」と言われる状態でした。「歩いて出る、無理ならタクシーを捕まえろ」と最後の1人が出るまでずっと電話を続けていました。

私たちのお客さまの多くは、ロンドンの中心地にオフィスがありません。現地の会社は、こういうことが起きたらすぐに避難するのですが、

我々のお客さまである日系の金融機関はその日の出来事を振り返り「自分たちで判断していいのだろうかと思い悩んでしまった」と話していました。支社とはいえ、数百人もの人が働いています。確かにすごい事件が起きている、しかし自分のビルは破壊されているわけじゃない。そんななか、数百人の仕事を止めて避難させるなんて、そんなことしていいのだろうかと考えてしまったと。そこで、日本の本社に電話を掛けるわけですが、当然真夜中なのでつながらない。

日系の金融機関のため、トップマネジメントは日本人ですが、現場を仕切っているミドルマネージャーはイギリス人など現地の人です。そのとき何が起きたかという、ミドルマネージャーはその様子を見て「どうして避難しないのか」と驚き、「自分の責任で避難します」という動きが出てきたのです。そして、「我が社のトップは判断ができないのではないか」、「自分たちの命を大事に想ってくれてないのではないか」と信頼をなくしてしまうことにつながりました。

この話は、「海外の人はすぐに避難をして偉いですね」とか「日本人はおかしいですね」ということを言いたいのではありません。日本人は責任感が強く義務を果たそうとする民族です。そういう日本人だからこそ、事前にBCPについてしっかり考えておくことが必要なのです。日頃からBCPに無関心では、有事の際に驚くほど判断に迷ったり、優先順位が分からなくなったりと、現場ですぐに動けないものなのです。

## BCPで重要な2つのこと

昨今の状況を考えると、どのような活動をしている人もグローバルな影響を受けずに事業をすることは不可能です。サプライチェーンはグローバルでつながっており、知らないうちにサプライチェーンはどんどん長くなっています。情報も同じで、地球の裏側で起きたことがネットを介して即座に届きます。世界の情勢をダイレクトに影響を受けるような中で、我々は事業を行っているのです。

特に3.11以降は、改めてBCPの整備や見直しが求められるようになりました。東京に約50万社ある中小企業のBCP策定が進んでいない状況から、東京都がスポンサーとなって「BCP策定支援事業」を行っています。また、省庁や国際機関など、さまざまな機関がガイドラインを出しています。国際規格だとISO22301がありますが、読んでみると難しいのです。

私はあえてBCPは2つのことをするだけだと申し上げたいです。

1. 命を守ること
2. その上で事業を続けること

この2つだけです。非常にシンプルなことです。これを基に、事前に行えることはしっかり準備し、起きてからどう適切に動くかを考えるのがBCPだと私は考えます。

我々が住む日本は、いつどこで地震が起きてもおかしくないという地震大国です。昨今ビジネス業界全体の動きとして、BCPが未整備の企業への発注を控える傾向がだんだん出てきています。大手企業と言われるところでは「BCP未整備です」とは、今もう言えないのです。

各企業が行っているBCPでは、まずは発注先の整備をします。購買先のリストを作り、1社購買になっているところやボトルネックになるところはないかをチェックします。また、取引先を選定するときの条件項目の一つとして、BCPの取り組みを行っているかどうか調べられます。今はもう、BCPが経営上欠かすことのできない取り組みとなっているのです。

## 首都直下地震の被災想定

そこで今日は、自社のBCPを作るにあたり、今後日本でどんなことが起きそうかということをお話します。日本の場合、特にリスクとなるのが地震です。

例えば首都直下型地震。「首都直下地震対策の概要」(内閣府 平成17年2月)によると、M7クラスの地震が今後30年以内に発生する確率は70%と推定されています。過去に起きた首都直下型の大地震は、1703年の元禄関東地震、1923年の関東大震災です。関東大震災では、10万5千人の方が亡くなったと言われています。阪神淡路大震災のときは6千数百名の方がお亡くなりになりました。近年においてこれだけの惨事はないだろうと言われてきましたが、その後我々は東日本大震災で2万人近い命を失うということを経験しました。実は明治時代にも、東日本大地震と非常に似た地震が起きていて、やっぱり犠牲者は2万人規模だったのです。時代が変わりさまざまなことが進歩したはずなのに被害規模が変わっていないのです。現在の被災想定では、内閣府の報告で2万3千人と言われていますが、本当なのかと思うこともあります。

3.11以降、首都直下地震の被災想定の見直しが発表されました。ポイントは次の3つです。

1. 震度について
2. 被災想定エリアについて
3. 津波について

1つ目の震度については、以前は震度6強と言われていましたが、震度7もあり得ると変更されました。

2つ目は、震度6強の地域が拡大されたことです。東京湾北部地震の場合、区部の約7割が、多摩直下地震の場合、多摩の約4割が想定されました。

3つ目は津波です。東京湾は津波の被害を受けにくいということだったのですが、場合によってはあり得るとの発表がありました。被災想定エリアは、大田区、品川区、港区、中央区、江東区のいずれも人口密集区域です。ちなみに数十センチの波が襲ってきただけでも、人はほとんど生存できないと言われています。私がよく利用する港区の施設の想定は2.47メートルでした。2メートル以上なので、人間の背より高い波が襲ってくることになります。ご自身の会社が海から遠く離れていても安

心できません。外出先で被災するケースを考えた際、自分が今どういうエリアにいて何をしなければならぬかを知るだけで結果が変わってくるでしょう。

また、東京では震度6以上の大地震で交通規制が実施されます。第一次交通規制ということで規制がかかり、そのあと第二次交通規制ということで、多くの箇所が規制の対象になります。道路を通行できる車両は緊急自動車、緊急通行車両確認表示を掲示している車両のみ。それから電車ですが、電車は震度5以上になると点検のため停止します。震度6強になると、おそらく点検するのも時間がかかるでしょう。被災している場合は補修するのに数日要することもあります。☑

## 南海トラフ巨大地震被災想定

次に、全国規模の地震を見てみましょう。可能性として考えられる南海トラフです。南海トラフの巨大地震は、東海・東南海・南海の「3連動地震」とも言われています。過去数百年を遡ってみると、1605年にM7.9の慶長地震、その102年後の1707年にM8.6の宝永地震が起きています。147年後の1854年にはM8.4の安政東海地震が起きたのですが、この地震では32時間後にM8.4の安政南海地震が起きました。その90年後にも同規模の地震が起きているのですが、そういう地震は単体ではなく連動して100~150年のサイクルで起きています。現在、160年ぐらいが空白区域になっているのですが、現代において起きたらどうなるのだろうかという心配があります。

資料として残っていないため、過去の被災状況全体を把握するのは難しいのですが、当時の大阪市に関する資料が見つかっています。ここでは、大阪市だけで2万人の方が亡くなったと記されています。当時の大阪市の人口は35万人だったことを考えると、とんでもない被害です。

▼ ワークショップを実施し、テーブル隣席同士で議論を行いました



東海地震では愛知県の東部、静岡県の多くのエリアで震度7と想定されており、津波も広い範囲で起きると想定されています。万が一3連動だったら、三重、和歌山、徳島、高知と、大分、宮崎の一部地域に5メートル以上の波が来ると想定されています。ちなみに南海トラフで被災想定では、最大32万人の死者が出るとも言われています。

ラジオは、多くの市民が災害時のために備えており、「いざというときはラジオを聞くのだ」と思っています。私もその一人です。頼りにされている責任が重いことは大変なことですが、一緒にBCP対策を頑張っていければと思います。

	東北地方太平洋沖地震	東海・東南海・南海地震	南海トラフ巨大地震
マグニチュード	9	9	9
浸水面積	561km <sup>2</sup>	-	1015km <sup>2</sup>
浸水域内人口	約62万人	-	約163万人
死者・行方不明者	約18,800人	約24,700人	約323,000人
建物被害(全壊棟数)	約130,400棟	約940,200棟	約2,386,000棟

※内閣府 中央防災会議 防災対策推進検討会議 南海トラフ巨大地震対策検討ワーキンググループ「東北地方太平洋沖地震、2003年東海・東南海・南海地震想定との比較」(平成24年8月29日)より

内閣府 中央防災会議 防災対策推進検討会議 南海トラフ巨大地震対策検討ワーキンググループ 「東北地方太平洋沖地震、2003年東海・東南海・南海地震想定との比較」(平成24年8月29日)より

All Rights Reserved, © 2013 ニュートン・コンサルティング株式会社



内閣府 首都直下地震対策の概要(平成17年2月)より

# マスメディア集中排除原則 最新の動き

日本民間放送連盟の堀木様をお招きし、マスメディア集中排除原則の最新の動きや、ラジオを取り巻く環境の変化についてご講演をいただきました。



ほりき たくや  
**堀木 卓也氏**

一般社団法人  
日本民間放送連盟  
企画部長

今日のテーマは、マスメディア集中排除原則(マス排)についてです。総務省「放送政策に関する調査研究会」の審議動向と、ラジオを取り巻くインターネット事情についてもお話しします。

マス排は「所有または支配される放送系の数を制限することにより、放送の多元性、多様性、地域性の三原則を実現する」ために設けられています。基本的に1つの企業(または1個人)は、1つの放送局しか支配できないことが定められています。一方で多くの特例が幅をきかせている制度でもあります。

## マス排の「支配関係」の基準 (議決権保有比率規制・役員比率規制)

マスメディア集中排除原則における「支配関係」の基準のうち、議決権保有比率規制については次の2つの場合が「支配」に該当すると定められています。

**1. 放送対象地域が重複する場合、  
10分の1を超える議決権を保有している場合**

**2. 放送対象地域が重複しない場合、  
100分の33.33333を超える議決権を保有している場合**

例えば、甲県にX社とY社、A社(テレビ局。以下、Aテレビ)、B社(テレビ局。以下、Bテレビ)、乙県にC社(テレビ局。以下、Cテレビ)という会社があるとします。X社が10分の1を超えるAテレビの議決権を所有していた場合、支配関係に相当します。その場合、同一県内のBテレビの議決権は10%以下しか保有できません。また、Y社が33.33333%を超えるA社の議決権を保有している場合、他県のCテレビの議決権の所有は33.33333%以下に留めなければなりません。

放送局1局だけなら、当該局の議決権株式を100%所有できます。新聞社

が放送局の議決権を100%所有しても構いません。「言論の集中排除だから、新聞社は持ってはいけない」と誤解されることも多いのですが、株主に制限はなく誰でも構いません。

また、マス排は議決権保有だけでなく役員比率も規制しており、支配関係に該当するのは以下の2つです。

**1. 5分の1を超える役員兼務**

**2. 代表権を有する役員・常勤役員の兼務**

## マスメディア集中排除原則の特例

次に、マス排には主に以下の4つの特例があります。

**1. ラジオ兼営特例**

2011年の放送法改正で設けられました。放送対象地域の重複を問わず、1つの事業者が地上ラジオ放送(AM、短波、FM[コミュニティFMを除く])を4波まで持つことができるものです。別名、「ララ特例」や「ラジオの4波特例」とも言われています。例えば関東地域で言うと、TOKYO FM、TBSラジオ&コミュニケーションズ、文化放送、ニッポン放送の4局を所有することが可能です。実際にそのようなケースはないと思いますが、制度としては禁止されていません。

コミュニティFM局はラジオ兼営特例の枠外となっています。日頃の番組制作や災害時対応での連携を考えれば、広域・県域ラジオとコミュニティFMのマス排はそろそろ緩和してもよい時期ではないでしょうか。

**2. テレビラジオ兼営特例**

放送対象地域の重複を問わず、テレビ1局とラジオ局(AM、短波、FM[コミュニティ放送を除く])4局までの兼営を可能とした特例です。かつてはテレビ1局とAM1局の組み合わせしか認められていませんでしたが、現在は短波やFMも認められています。

**3. 三事業支配の禁止**

三事業とはテレビ、AMまたはFM、新聞の3つで、この三事業を支配することは原則禁止されています。ただし、三事業支配が当該地域におけるニュースまたは情報の独占的頒布に該当しなければ例外として認められます。

**4. 広域連携地域における兼営特例**

一つの地域に他のすべての地域が隣接していれば、計7地域までローカル局相互の兼営・合併が可能です。地方局のブロック統合をできるようにする目的で2004年に規制緩和されたものですが、この特例はこれまでに活用例がありません。

## 総務省の研究会の審議動向

マスメディア集中排除原則について検討しているのが「放送政策に関する調査研究会」です。研究会は憲法、商法、会社法などを専門にする学識者で構成され、関係事業者からマスメディア集中排除原則に関するヒアリングを行っています。2013年10月31日には電通とみずほ銀行が招請されました。

このうち、みずほ銀行が提案したのは従来の放送制度の基本構造や放送の地域性、多様性を維持しながら、経営の合理化に取り組もうとする放送事業者の事業再編を後押しするような新たな制度を制定したらどうかというものです。具体的には、次の3つです。

**1. マスメディア集中排除原則の特例とする**

**2. 経営の合理化に取り組もうとしている  
放送事業者のみに適用する**

**3. 異なる放送対象地域間で同一の放送番組を  
放送することを可能とする**

異なる地域の事業者同士の再編で十分なコストメリットが享受できないことが、再編が進まない理由であると考え、放送番組を同一化することで制作費を削減して合理化するという提案です。

研究会のこうした議論の背景には「ラジオの強硬化」があります。強硬化は設備面にとどまらず経営面の強化が課題とされ、経営の強硬化に役立つ制度緩和が放送政策研究会の議題となりました。経営の強硬化はラジオに限定した課題ではないとの考えから、総務省は研究会が提言する制度緩和をテレビも対象とする方向です。

## インターネットとラジオ

最後に、インターネットとラジオについてです。ラジオですでに、放送と同時にインターネットでストリーミング配信することが当たり前になっています。日本においてラジオのネット配信を最初に開始したのは、多くの民法ラジオ社が参加しているradikoです。radikoは電通が主導しているプラットフォームであるため、NHKとしては非常に参入しにくいところがありました。その結果、特別に認可を得て「らじる★らじる」という同種のサービスを開始しました。東京、大阪、名古屋、仙台の4地区のNHKのラジオ放送をエリア制限をかけずに全国に配信しています。radikoはエリア制限をかけて配信していますが、「らじる★らじる」はエリア制限をかけていません。制限をかけるためのシステム上の費用が問題とされているようです。エリアを4地区から広げる意向は、NHKからは聞こえてきません。

ラジオ放送のネット同時配信でこれから課題となることは「エリア制限」についてだろうと考えられます。radikoはエリア制限は維持しつつ、エリア外に関して有料配信の導入も選択肢としてありうると思います。無料か有料かは大きな差異ではありますが、ラジオ放送がエリアを越えて全国に配信されるのが当たり前の状況になれば、無線の放送との関係があらためて議論になるかもしれません。

2014年には放送法改正が予定されており、総務省はNHKがインターネットを十全に使えるように放送法を手直しする考えです。具体的には、NHKの「らじる★らじる」をNHKの任意業務として法定化したり、ハイブリッドキャスト(スマートテレビの技術方式)を運用できるようにインターネットで未放送の情報や番組を配信できるように制度を改正することが検討されています。そうした制度改正において、テレビとラジオが切り分けられるのかということがポイントの一つになります。ラジオの規制緩和が発端ではありますが、テレビに関してはどこまで緩和するのか、ラジオも含めてNHKのインターネット業務にどのように枠をはめていくのかなど論点は尽きません。

「らじる★らじる」を放送法で認められたサービスにすれば、民放にも少なからず影響があると思われます。民放はNHKと組めるところは組み、良好な関係を築いていくことも重要な視点だと考えます。民放連は会員社のご意見を聞きながら、ラジオ事業をどのように進めていけばいいのかを考えていきたいと思っておりますので、引き続きよろしくお願いたします。



## FM 大阪 Facebookとの連動で番組盛り上げ リスナーとのリアルなつながりを確認

『Drive Porter Radio』毎週(日)16:55~17:00OA  
提供:西日本高速道路(NEXCO西日本)  
パーソナリティ:大石英子

西日本エリア20局ネットで放送している「NEXCO西日本 Drive Porter Radio」は、お出かけ情報やハイウェイ・インフォメーションとともに、リスナーから寄せられた「ドライビングエピソード」を毎週日曜日に紹介している番組です。

リスナーとのより深い総合交流を目的として、2012年10月に番組のFacebookページを開設。当初は週1回の更新予定でしたが、「いいね」数の獲得を増やすべく中身を再度検討し毎日更新することになりました。更新内容は各局の協力のもとで、現地のイベント情報やお出かけ情報をローテーションで掲載しています。20局の広域なネットワークを活かし、週末に車でのお出かけしたくなるような情報が満載です。また文字だけでなく極力写真を掲載することで視覚的にもPRしています。



2013年からは番組内容もリニューアル、Facebookで掲載する情報を番組でも取り上げるなどして連動をはかっています。

Facebookではいいね数・リーチ数、リスナー投稿などがリアルに確認できる点が魅力。

今後も番組とFacebookの双方から、リスナーの皆さんに役立つ情報を展開していきたいと考えています。

(FM大阪 営業部 家谷悠子)

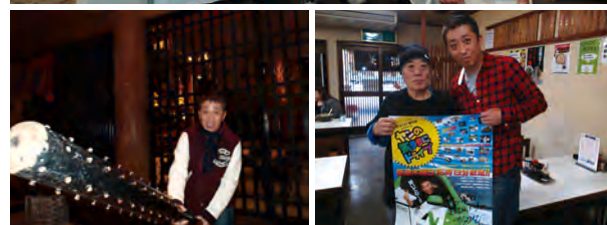
## FM 新潟 ドライブで新潟を再発見 「ラジオとネットの相性は良いね」の声も

『NEXCO東日本Presentsヤンの気ままにドライブ』  
毎週(木)16:13~OA 提供:東日本高速道路(株)新潟支社  
パーソナリティ:ヤン

オリジナルコーナー番組のスタートは2006年10月。すでに7年以上も続いている、弊社の長寿コーナーです。パーソナリティのヤンが、高速道路を使って新潟県内を中心にドライブしています。海や山、自然いっぱいの新潟。美味しいものから珍しいものなど、ふだん見落としてしまっていることがたくさんあるはず...ということで、人との出会いや地域の魅力をヤン自身が体感し、より地域に密着した身近な楽しみ、素敵な発見をお伝えしているコーナー番組です。

スタート当初より、音声媒体であることからオリジナルHPの制作とポッドキャストでの音声再生は実施させていただき、その後UstreamやtwitterなどのSNSも積極的に取り組んでいきます。コーナー番組ホームページとしてはアクセスも多く、「ラジオとネットの相性は良いね」と評価をいただいています。

真冬に淹に打たれたり、全国優勝した中学校の剣道部に勝負を挑んだり体当たり取材し、台本のない収録なので、いつもハプニング続きで、笑いが絶えません。すでに放送は350回を越え、400回を目指してスタッフ一同取り組



んでいます。

営業的にも、週1回のコーナー番組だけでなく、年間数回の特番や、SA・PAでの飲食メニュー開発のお手伝い、リスナーを巻き込んだ海岸清掃なども行い、東日本高速道路新潟支社様とも良いお付き合いができています。

(FM新潟 東京支社支社次長 島田直志)

## 2013 JFN AWARD

### 日本民間放送連盟賞

#### CM部門 [ラジオCM 第1種(20秒以内)]

##### 最優秀賞 FM 大阪

##### 「関西大学 関西大学篇(20秒)」

プロデューサー: 福田一夫  
ディレクター: 小田切武史

フィギュアスケート選手や肝っ玉母さん、国会議員までさまざまな人材を輩出していると関西大学を紹介し、リスナーに向かって「さあ、関西大学で何しよう」と問いかけてCMが終わる。現役の関大生が書いた等身大のCMコピーと、表現のさわやかさが評価されました。

##### 優秀賞 FM 新潟

##### 「自社媒体PRスポット/効果あるの?篇(20秒)」

プロデューサー: 田代邦宏

「ラジオCMって効果あるのかなあ。そもそも、ラジオって聞いてんのかなあ」という問いかけに、「微妙だね……」という返答。しかし、最後には「そんなことはありません。このCMを聞いているアナタが証人です」とナレーション。リスナー自身がラジオCMの効果を実感できるという仕掛けが評価されました。

#### CM部門 [ラジオCM 第2種(21秒以上)]

##### 最優秀賞 FM 新潟

##### 「自社媒体PRスポット 世界3万円紀行篇(60秒)」

プロデューサー: 田代邦宏

3万円のできる。トルコの温泉で300回入浴、ネパールでは150回乗れる...などさまざまな体験が紹介され、オチは「ここ新潟で3万円あれば、エフエム新潟でラジオCMが流せます」。意表を突いた笑いを誘う展開ながらも、ラジオの現状を訴えていると評価されました。

##### 優秀賞 TOKYO FM

##### 「日産自動車 愛車へのラブレター Z33へ(150秒)」

プロデューサー・ディレクター: 山口景子

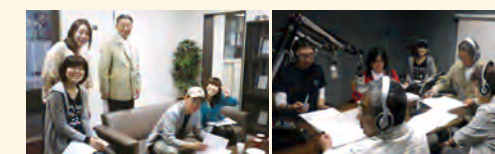
Facebookで募った「愛車へのラブレター」をラジオドラマの人気出演者が朗読。津波によって20歳で買ったフェアレディZ33を失った岩手県釜石市の男性は新車購入を決意するも、「あなたと走った2万キロを、僕は一生忘れません」。SNSとラジオを連動させた点などが評価されました。

#### 番組部門 [ラジオエンターテインメント番組]

##### 優秀賞 FM 青森 「FM青森開局25周年記念 ラジオドラマ『祝いの響き』」

プロデューサー: 平山早苗

主人公は東京から青森の老人ホームに手伝いにやってきたフリーター。主人公が高齢者とのやり取りを通して成長していく姿を描く。高齢者が話す津軽弁や次々と登場する青森の旬の食材、青森ねぶたの囃子などに、制作者のこだわりがうかがえると評価されました。



## ACC CM FESTIVAL

#### ラジオCM部門

##### ACCゴールド FM 鹿児島 「指宿白水館/足りなかったイヴ(60秒)」

プロデューサー: 佐藤孝、長友翼 ディレクター: 野添喜代恵 ミキサー: 大川和文

## フィリピン台風被害 JFNアースコンシャス募金

2013年11月8日に発生致しましたフィリピン中部を直撃した大型台風30号被害に際し、JFN 38社を通じて多くの皆様から被災者の方々への募金をお寄せ頂きました。JFNアースコンシャス募金は、フィリピン共和国大使館を通じて、被害に遭われた方々の救済、支援活動に役立てられております。皆様からの暖かいご支援に深く感謝申し上げます。



右)フィリピン共和国大使館 公使兼総領事  
マリアン・ジョセリン・ティロル・イグナシオ氏  
左)全国FM放送協議会 事務局長 大内真人