



TOKYO FM & JFN present

EARTH×HEART LIVE 2014

～国境を越えて生命を愛しつながら心～



東京国際フォーラムに4組のバンドが集結、地球を緑の星へ・・・"to GREENASIA"のメッセージを、世界へ発信！

「アースコンシャス～地球を愛し、感じるこころ」を象徴するライブイベントも、歴史を重ねて四半世紀。思い起こせば1990年当時、まだ環境問題が切実な社会問題化される前に日本から世界に、特に次代を担う若者へ環境保全を発信、メディアの矜持と価値観を示した。世界の若者たちとの感動と共感のネットワークを広げ、そして深めていくというJFNネットワークの理念に、これまで内外多くのミュージシャン、アーティストたちが賛意を示し環境保護のメッセージを伝えてくれた。

時を経て2011年3月11日の震災を機に「ヒューマンコンシャス～生命を愛しつながら心」をテーマに加え、イベント名称を「EARTH×HEART」とし、よりグローバルな視座を持った琴線に響くイベントに昇華させるべく取り組みを新たにしました。今年はアジアのネットワークをキーワードに、昨年12月、韓国、台湾、シンガポールのラジオステーションとの連携を基盤に、各国を巡り熱狂のライブサーキットを敢行、アジアの環境問題のメッセージを各国の若者たちと分かち合った。このサーキットを経た集大成イベントとして、4月21日（月）東京国際フォーラムに4組のバンドが集結、国境を超えてEARTH×HEARTの理念を音楽で表現するコラボレーションを展開した。この夜の主役は、台湾のTizzyBac、韓国のNell、そして日本から、アジアをサーキットしたAJIAN KUNG-FU GENERATIONとSTREIGHTENER。どのバンドも卓越した演奏技量と全身全霊のプレイで、4,800名の観客を圧倒した。このライブはJFN全局をはじめ台湾UFO、韓国MBC、シンガポールYES FMなどのアジア圏でも放送された。さらに英語版特別番組を世界最大のオンライン・ラジオプラットフォームTuneinRadioと連携しアメリカ、イギリス、オーストラリアなど英語圏へ配信した。

毎年4月22日のEarthDayが巡るたびにFMマンとしての使命と責務を確認し背筋が伸びる。

TOKYO FM 執行役員編成制作局長 村上 正光



独特のピアノロックで会場を沸かせた、Tizzy Bac



透明感あふれるボーカルで魅了！韓国のNell



グルーブ感溢れるSTREIGHTENERのステージ



新曲も初披露！ASIAN KUNG-FU GENERATION

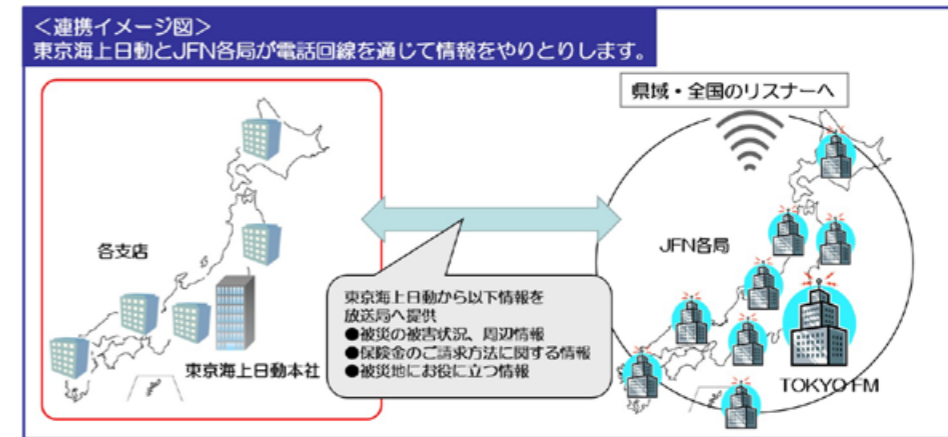
JFN38局と東京海上日動が「災害時における地域情報ネットワーク構築に関する協定」締結

被災地の被害状況や保険金のご請求方法に関する情報等を、県域・全国へ発信

TOKYO FM、全国FM放送協議会と、東京海上日動火災保険株式会社（東京都千代田区、代表取締役社長 永野 毅／以下「東京海上日動」）は、2014年8月1日（金）、「災害時における地域情報ネットワーク構築に関する協定」を締結しました。

災害時には、被災地のリアルな情報を吸い上げ、被災地域・全国へ迅速に発信することが求められます。今回の協定締結は、昨年2013年9月1日に日本郵便株式会社、11月1日にイオン株式会社、

2014年1月17日に全国213のコミュニティFM局が加盟する一般社団法人日本コミュニティ放送協会（JCBA）と、それぞれ締結した防災協定に続くものであり、東京海上日動とTOKYO FM/JFNは、本協定の締結によって、同社の専門家の目で見られた被災地の周辺情報・被害状況や、保険金のご請求に関する情報を、被災地の皆様及び、県域・全国へ発信し、地域住民の安全確保や復旧・復興のための支援に役立てることを目指します。



V-Lowマルチメディア放送に係る特定基地局の開設計画の認定取得

V-Lowマルチメディア放送に係る特定基地局の開設計画を申請していた株式会社VIP（以下「VIP社」）に対し、総務大臣より認定証が7月15日に交付されました。

VIP社は、2014年2月3日に、99MHzを超え108MHz以下の周波数を使用する特定基地局の開設計画を総務省に提出しました。事前審査を経て、去る2014年6月25日の電波監理審議会に諮問され、認定適当の答申を受けておりましたが、7月15日付で、総務大臣より「V-Lowマルチメディア放送に係る開設計画」を認定され、VIP社は認定証を交付されました。

TOKYO FMは、VIP社と同時に、V-Lowマルチメディア放送の事業全般を推進するホールディングカンパニーとなるBIC株式会社（以下「BIC社」）を多彩な産業分野のパートナー企業と共同で設立しています。

V-Lowマルチメディア放送は既存のラジオでもテレビでもなく、放送波伝送路の一斉同報性を活用してデジタルデータを配信する、いわば通信的な放送サービスです。BIC社はV-Lowマルチメディア放送を、既存放送事業者以外の多彩な産業分野の企業のソリューション、新規ビジネス開発に活用することを積極的に提案し、戦略



認定証を受け取るTOKYO FM千代社長（右側）

的な事業推進パートナー開拓等を推し進め、各ブロックのマルチメディア放送ソフト事業者と共に、真に通信と放送の融合領域にある全く新しいサービスの開発・普及に全力を注いでいきます。

JFN 賞 2014 各賞決定!

JFN (全国 FM 放送協議会) 加盟 38 局が、放送活動並びに新規事業の活性化と質的向上を目指し、社会的影響力や企画力から JFN グループ全体の発展に大きく貢献した局を表彰する「JFN 賞 2014」の各賞が決定しました。

「JFN 賞 2014」の授賞式は 7 月 17 日 (木)、TOKYO FM ホールで行われ、今年度「CM 部門」の最優秀作品に贈られる「CM 大賞」は、FM 大阪制作の「Tokyo Style」(120 秒)、第 1 部門最優秀賞(20 秒以内)には、FM 栃木制作の「どんな人間に」(20 秒)、第 2 部門最優秀賞(21 秒以上)には TOKYO FM の「生きるコツ」(60 秒)がそれぞれ選ばれました。

さらに JFN 加盟各局が制作し、優秀作を決する「統一部門」では、株式会社川口技研様のご協賛を得て、「川口技研賞」を競い、FM 沖縄の「オジイのアミド」(40 秒)が選出されました。

特別審査員の方々が独自の視点から高い評価と認めた作品に対して贈られる弘兼憲史賞、谷山雅計賞、箭内道彦賞には、FM 福岡制作の「天才家族」(20 秒)、FM 新潟制作の「先輩」(40 秒)、TOKYO FM 制作の「おわび」(20 秒)がそれぞれ選ばれました。

また今回、3 回目となった全国の学生が自身の学校を PR するラジオ CM コピーを競う「JFN 学生ラジオ CM コンテスト 2014」は、大阪芸術大学の井上望伯さんが最優秀賞を、高知大学の和根崎友梨子さん、志学館大学の稲森公彬さんがそれぞれ優秀賞を受賞しました。

そして「企画部門」大賞には、TOKYO FM 「リスナーの可視化を実現『Skyrocket Company』」が選ばれました。また優秀賞には、TOKYO FM 「NISSAN あ、安部礼司」連続生ラジオドラマ ギネス世界記録™達成、FM 福岡「霧島酒造提供 Q リーグネット番組 10 周年 & 番組イベント 11 回目 レギュラー番組「匠の蔵〜ワーズ オブ マイ スター〜」番組イベント「匠のついで〜ミーツ オブマイスター〜」がそれぞれ選ばれました。



富木田道臣 全国 FM 放送協議会会長・TOKYO FM 代表取締役会長より挨拶



CM 部門大賞 / FM 大阪 ※プレゼンターは TOKYO FM 千代社長 (昨年の大賞局)

企画部門大賞 / TOKYO FM ※プレゼンターは FM 大阪 田辺社長 (全国 FM 放送協議会常任理事)

統一部門川口技研賞 株式会社川口技研取締役社長 納口成一朗氏

本多立太郎 JFN 賞選考委員会委員長・全国 FM 放送協議会副会長・FM 愛知代表取締役社長より総評

弘兼憲史賞 / FM 福岡

谷山雅計賞 / FM 新潟

箭内道彦賞 / TOKYO FM

統一部門川口技研賞 / FM 沖縄

特別審査員講評



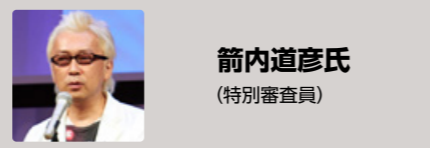
弘兼憲史氏
(特別審査員長)

前回までの重鎮の審査員お二人 (故・天野祐吉氏、小野田隆雄氏) から、箭内道彦さん、谷山雅計さんといった脂が乗り切ったクリエイターとコピーライターのお二人が審査員になりました。プロであるお二人に囲まれて、私はいわば仲裁役のようなもの。審査は楽しいトークショーのようです。今後もこのような楽しい審査を続けていきたいと思えます。弘兼憲史賞受賞作品は、普通のゴルフ場ではなく、ファミリー向けのゴルフ場の CM が面白く、「パー！」の言い方とにかくインパクトがあり、FM 福岡制作の「天才家族」に決めました。また FM 福岡にはいい作品がたくさんありましたが、次点という形がかなり惜しいものがあったので、弘兼賞でぜひ選出したいと思いました。



谷山雅計氏
(特別審査員)

私事ですが、妻は故・天野祐吉さんの元部下で、娘は天野さんが名付け親です。そんな天野さんのあとを継いで審査員になったことは大変名誉なことです。仕事柄、いろんなところで審査員をしますが、審査員を全国の制作者が囲む、という審査の形はあまりありません。全国のラジオ局の方々に囲まれて、まるで甲子園の審判のようで、心地よい緊張感を味わえました。内容はレベルも様々ですが、ラジオ局の中で、CM を自主制作する文化があることは素晴らしい。そのような素晴らしい知恵がラジオ全体を活性化させる原動力としてほしいと思えます。谷山雅計賞には、FM 新潟制作「先輩」(40 秒 / 株式会社川口技研) を選びましたが、網戸というものを、「虫を人間から守る」という逆の視点でとらえている。そういう視点、もの見方に気づかされ、心豊かになるいい CM だと思います。



箭内道彦氏
(特別審査員)

とても楽しい審査でした。天野さんが呼んでくれたのだな、と思います。僕は「群雄割拠」という言葉が好きですが、全国には、いろんなおもしろい人、モノ、コト、事象があります。それを自慢し合えるこの JFN 賞は、とても素晴らしい賞だと思います。TOKYO FM 制作「おわび」(20 秒 / 味の素株式会社) を箭内道彦賞作品に選んだのは「肉じゃが、おふくろの味じゃなくて、女子高生の味」というオチを聞いてがっかりする人もいるし、食べてみたいと思う人もいるかもしれません。受け取り方がそれぞれあっていいと思います。世の中が今、違う者同士を認め合えない中で、全国の FM ラジオ局各局にいる個性があり、お互いを認め合う JFN の素晴らしさを象徴している作品なのではないかと思いました。

JFN 賞 2014 CM 部門受賞作品一覧

賞タイトル	局名	広告主	作品名	秒数
CM 大賞	FM 大阪	エフエム大阪 社告	Tokyo Style	120
第 1 部門 最優秀賞 (20 秒以内)	FM 栃木	下野新聞社	どんな人間に	20
第 2 部門 最優秀賞 (21 秒以上)	TOKYO FM	味の素 株式会社	生きるコツ	60
奨励賞 北海道・東北ブロック	FM 北海道	北海道品質	「北海道品質 ごはんの素」中継	60
奨励賞 関東・甲信越・静岡ブロック	FM ぐんま	FM ぐんま (自社キャンペーン CM)	FM ぐんま 特殊詐欺対策キャンペーン「政子の場合」	90
奨励賞 中部・北陸ブロック	FM とやま	富山県	平成 25 年度 救急医療 適正受診啓発「あなたの気持ちで助けてください」	20
奨励賞 近畿・中国・四国ブロック	FM 山陰	東洋ソーラー 株式会社	3 時の太陽光	10
奨励賞 九州・沖縄ブロック	FM 鹿児島	鹿児島ターミナルビル	スローモーション	60
統一部門 川口技研賞	FM 沖縄	株式会社川口技研	オジイのアミド	40
制作者 審査員賞	TOKYO FM	味の素 株式会社	生きるコツ	60
弘兼憲史賞	FM 福岡	博多金の隈 ゴルフヒルズ	天才家族	20
谷山雅計賞	FM 新潟	株式会社川口技研	先輩	40
箭内道彦賞	TOKYO FM	味の素 株式会社	おわび	20

JFN 学生ラジオ CM コンテスト 2014

賞タイトル	受賞者	学校名	秒数
最優秀賞	井上望伯さん	大阪芸術大学	40
優秀賞	和根崎友梨子さん	高知大学	20
優秀賞	稲森公彬さん	志学館大学	40



最優秀賞 井上望伯さん (大阪芸術大学)



左) 優秀賞 稲森公彬さん (志学館大学)
右) 優秀賞 和根崎友梨子さん (高知大学)



JFN 学生ラジオ CM コンテスト 2014 のポスター

JFN 賞 2014 企画部門 受賞作品一覧

賞タイトル	局名	作品名
大賞	TOKYO FM	リスナーの可視化を実現「Skyrocket Company」
優秀賞	TOKYO FM	「NISSAN あ、安部礼司」連続生ラジオドラマ ギネス世界記録™達成
優秀賞	FM 福岡	霧島酒造提供 Q リーグネット番組 10 周年 & 番組イベント 11 回目レギュラー番組「匠の蔵〜ワーズ オブ マイスター〜」番組イベント「匠のついで〜ミーツ オブマイスター〜」
奨励賞	FM 仙台	Date fm Bright ★A 【想像ラジオ】 ~いとうせいこうが語る、今、文学だからできること~
奨励賞	FM ぐんま	FM ぐんま「試し聴き」~ラジオ CM は楽しいの巻~
特別賞	FM 沖縄	「ゴールデンアワー」西向幸三アナ ガヤラクシー DJ パーソナリティ賞
地域賞	FM 青森	白神山地 世界自然遺産登録 20 周年記念番組「世界自然遺産 白神山地」
地域賞	FM 新潟	番組・イベント運動 O2O2O【オーツーオーツーオー】企画
地域賞	K-mix	徳川家康公顕彰四百年記念事業 プラウド presents K-mix 開局 30 周年記念 42.195 km リレーマラソン in エコパスタジアム 2013
地域賞	FM とやま	特別番組「ここに生きる~限界の先に見える風景~」
地域賞	FM 香川	エフエム香川卒業キャンペーン 2014 あなたにありがとう

JFN 賞 2014 企画部門

JFN 賞・企画部門は、年間の放送・事業・営業活動事例の中から、JFN 賞選考委員会によって選定されるもの。今年度は 23 社 43 件のエントリーの中から各賞が決定しました。

(所属部署・役職は 5 月 9 日現在のものです)



TOKYO FM 企画部門 営業

リスナーの可視化を実現 『Skyrocket Company』

これまでラジオはリスナーとの見えない繋がりに、その価値を置いてきましたが、新しい時代のラジオの在り方として、リスナーの顔が見える番組に取り組みました。会員情報をデータベース化することでリスナーが可視化され、番組を通してリーチすることが出来るリスナー像を、スポンサーがイメージしやすくなりました。「どんな人が、どれくらい聴いていて、どんな反響が得られるのか」を明確に説明できることが、番組をセールスしていくうえでイチバンの武器だと思えます。

担当者：編成制作局 編成制作部長 宮野 潤一



TOKYO FM 企画部門 番組

「NISSAN あ、安部礼司」 連続生ラジオドラマ ギネス世界記録™達成

「NISSAN あ、安部礼司」は、現在放送開始から 9 年目を迎えました。これまで日本各地で公開収録や生放送を行ってきましたが、今回、かまいたしい FM、FM 若手の皆様とともに世界記録に挑むという企画を実施しました。また同時に JFN のネットワークと臨時災害 FM 局が協力し、IP サイマルラジオでの配信、コミュニー FM との連携など、あらゆる音声チャンネルを活用したラジオの新たな可能性への挑戦でもありました。このチャレンジを成功させたのは、キャスト、制作スタッフはもちろん、営業、クライアント、JFN のネットワークが一体となったチーム力による成果だと思っております。

担当者：編成制作部 砂井 博文



FM仙台 企画部門 番組

Date fm Bright★A「想像ラジオ」 ~いとうせいこうが語る、今、文学だからできること~ 2013年12月22日(日) 19:00~19:55 O.A

東日本大震災について描かれた小説についての番組で、著者のいとうせいこうさんをはじめ、イベント出演者の皆様、主催の東北学院大学様、出版社の河出書房新社、有限会社 荒蝦夷の皆様により感謝申し上げます。

東日本大震災の被災地では、遅れながらも災害公営住宅などのモノの復興が進みつつある中で、より長期的な課題となるのは心の問題です。被災者の心の問題に「小説」という形でできることを成そうとした作品として、また、その中でも「ラジオ」がポイントにもなっているということで、被災地ラジオ局として、ぜひラジオを通じて作者の思いを伝えたいと思えました。

担当者：編成局 放送部主事 石垣のりこ



FM福岡 企画部門 営業

霧島酒造提供 Qリーグネット番組10周年&番組イベント11回目 レギュラー番組「匠の蔵〜ワーズ オブ マイスター〜」 番組イベント「匠のついで〜ミーツ オブ マイスター〜」

歴代の番組担当、営業担当が、クライアント・広告会社・FMQ リーグ各局と連動して試行錯誤をくり返し、現在の番組形態となりました。10 年間という時間と歴代、そして、現在の関係者の継続力をご評価いただき嬉しく思っております。

この番組のポイントは、FMQ リーグの九州・沖縄エリア全体で展開できていること。番組が独特の構成で放送されているため、番組内容がわかりやすいこと。番組と連動したイベント展開ができていること。長寿番組なので過去のデータ補完として HP を充実させていること。付帯展開で番組会報誌を発刊していること、等が上げられると思います。

担当者：営業課長 平塚 靖弘



FMぐんま 企画部門 営業

FMぐんま「試し聴き」 ~ラジオCMは楽しいの巻~

ラジオのセールスツールとしてメディアレポート他、印刷物を中心に作成してきましたが、音声メディアの魅力はやはり「音」によるものが伝わりやすいと考え、ラジオ初心者ターゲットにラジオ広告を「音」で楽しく伝えるプレゼン資料として「試し聴き」を制作しました。リスナーズボイス、スポットCM・番組提供について、各社CMサンプル、ゲストトーク、お客様インタビュー等を音で分かりやすく楽しめるよう心がけました。また、群馬初心者にも役立てていただけるよう、群馬のことを音楽で楽しく伝えようと、地元ミュージシャンにご協力いただき、オリジナルソング「グンマLOVE」制作も試みました。

担当者：営業部長 野口 正人



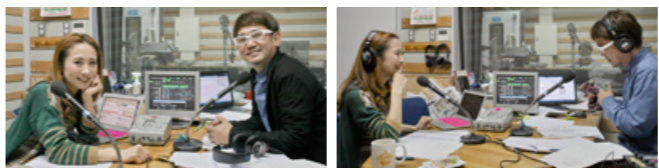
FM沖縄 企画部門 番組

「ゴールデンアワー」西向幸三アナギャラクシーDJパーソナリティ賞

常日頃からラジオに何ができるか？ ローカルから何ができるか？ を考えながら番組制作、しゃべりに取り組んでいます。これを励みにさらに「ラジオはソーゾーです」を実践していきたいと思っています。(ギャラクシーDJパーソナリティ賞 受賞者 西向 幸三)

エリア人口 128 万人の沖縄から、このような大きな賞(第 51 回ギャラクシーDJパーソナリティ賞)をいただき、地元二紙(沖縄タイムス、琉球新報)や沖縄テレビでも報道されるなど、社の大きなイメージアップになりました。また出張放送(特番)の他、毎年 1 回実施しているリスナー社員入社式イベント等、放送以外での企画収益もあり、podcast、SNS にも力を入れてきた結果が実を結んだと考えています。

担当者：放送制作部長 山川 悦史



FM新潟 企画部門 番組

番組・イベント連動 O2O2O企画

この企画を通して、来るべき V-Low 時代に向けて、リスナーのみならずラジオとスマートフォンの親和性を実感できる場を JFN 各局がぜひ伝えていただきたいと思えます。ラジオとの親和性が高いスマートフォンのアプリを使って、いつも以上にリスナーに楽しんでもらえる番組を提供できたいと思えます。番組を聴いて、自分の持っているスマホのアプリが動くことをリスナーに体験してもらうことは、来るべき V-Low 時代へ向けた、ラジオの新たな取り組み(O2O2O=オーツーツオ)であること。番組を聴いて、スタンプを貯めて、イベントに行く、という行動を起こした人が多くあり、ひとつのアクションを起こせたと思えます。

担当者：業務本部 業務部長 中村 智景



FMとやま 企画部門 番組

特別番組「ここに生きる~限界の先に見える風景~」

この番組は、3 月末で退職するアナウンサーが企画立案の中心となり、いわば「卒業作品」として、アナウンサー業務の集大成として制作したものです。取材で出会った一人の女性の生き方に共感を覚えたのがきっかけで番組作りが始まり、取材を進める中で、地域社会が抱えている問題点、行政の役割、人の生き様などに視点が広がっていきました。当初は限界集落を社会問題として、またネガティブな事象としてとらえていました。しかし出会った人々は皆、自然や人のつながりを大切に、そこに可能性を見出し、「光」に向かって暮らしていました。限界集落に暮らす人々の生き方を通じ、リスナーの方に何かを感じてもらえればと思います。

担当者：取締役 放送営業部長 藤根 太



FM青森 企画部門 番組

白神山地 世界自然遺産登録20周年記念番組「世界自然遺産 白神山地」

青森県が誇る世界自然遺産「白神山地」の素晴らしさを番組取材、制作を通して、自分たちも知ることが出来たことが何よりの財産です。人間と自然との共生の在り方をラジオを通じて伝えられて良かったと思えます。2013 年 12 月 11 日、白神山地が日本初の世界自然遺産に登録されてから 20 周年を迎えました。これまで白神山地が歩いて来た道のりや今後の問題点、白神山地と共に生きる人達の言葉と白神山地の音を表現し、多くの県民に伝えたく番組を企画し放送しました。JFN 賞へのエントリーは、富士山が世界遺産に登録されたからこそ、世界遺産の先輩である「山」からの問題点を改めて知って欲しいと思ったからです。

担当者：営業部 弘前支局長 齋藤 寛



K-mix 企画部門 営業

徳川家康公顕彰四百年記念事業 プラウド presents K-mix 開局30周年記念 42.195kmリレーマラソンinエコパスタジアム2013

参加料収入に加えスポット収入獲得も念頭に置いた新企画で、30 周年のタイミングで当社 PR も兼ねて実施しました。初開催とあって、当社社員は実際の大会を見たことのない中でのスポンサーセールスだったため、提案してもほとんどの企業に様子見とされましたが、当日参加者の熱気や大型会場「エコパスタジアム」で参加者が一体となって準備運動する様子は、次年度に期待を持たせてくれました。

担当者：企画事業部 副部長 匂坂 良一



FM香川 企画部門 営業

エフエム香川卒業キャンペーン2014 あなたにありがとう

卒業生たちは、面と向かっては絶対言わないような言葉を素直に話してくれました。それは誰もが心に持っている気持ちであり、共感してもらえるのだと思います。後日、「直接言われるより、ラジオを通して聞いたほうがグッと来る」と言われたことがあり、これこそが「ラジオのマジック」だと思っています。企画自体は非常にオンソックスなものであり、テーマも普遍的なもので、どこの局でもすぐに始められます。クライアント受けもいい企画なので、ぜひ全国にこういったキャンペーンが広がってほしいと思えます。

担当者：制作技術部 グループリーダー 蒲野 誠一



祝 周年記念番組・イベント

今年、7つのFM各局がそれぞれ周年を迎え、記念の番組・イベントを企画しました。
これまで辿ってきた軌跡を振り返りつつ、思いを新たに次のステップに向けて躍進を続けます。

開局45周年 FM AICHI

『開局45周年』を迎えて

FM AICHIは、今年12月24日、民放FM Stationで初めて開局45周年を迎えます。この4月、45周年イヤーをスタートするにあたり、良質な音楽と必要な情報を発信することで地域に貢献する基本姿勢を引き続き踏襲しつつ、新時代のラジオを目指す第一歩として位置付けて、「FM AICHIのオンエアの向こうには必ず笑顔があるはず!」というコンセプトの元、アンバーサリー・イヤー・ワードを『Make A Smile』としました。

そして、街がワクワク感で溢れるゴールデンウィーク初日、4月29日に、周年キャンペーン『Make A Smile』のスタートを飾るホリデースペシャルを企画。担当パーソナリティーに、「ミリオン・ナイツ」以来、FM AICHIでも圧倒的な人気を誇る、ラジオDJの代表・赤坂泰彦さんを迎え、「音楽」「人」「エリア」にこだわった5時間半のドリーム・プログラムをオンエアしました。

リスナーが待ち望んだ赤坂さんのスピード感溢れる軽快なトークと共にお届けするのは、洋楽・邦楽、新曲も含め、45年をふり返るこだわりの選曲。リクエストも採用しつつ、時には電話を繋いでリスナーとコミュニケーション、中には感激で泣いてしまうリスナーもいて盛り上がりました。その他にも周年を迎える地元老舗企業担当者や、ライブハウス、アーティスト等の地元音楽関係者とのインタビューで、FM AICHIが共に過ごしてきたエリアの移り変わりや色、魅力を探求、他局には真似の出来ない45年の深みを演出。さらに、レポーターが、赤坂さんと親交深い洋菓子店や、赤坂さん思い出の名古屋グルメの味噌煮込みうどん店などから生レポートを行って、「これからでも間に合う行楽情報」としてリアルタイムで紹介していきました。音楽の楽しさ・人との繋がり・街の歴史…、赤坂泰彦さんの魅力を媒介に、行楽の車中のファミリーやカップル・学生層に、ラジオの魅力をつまみとお届けする事が出来ました。

当日、その次の番組パーソナリティーは、赤坂さんの番組を聴いて自身も志した事もある感激しきりで、その日のFM AICHIは大変気合のこもったオンエアになりました。

このようにスタートダッシュを飾った今年の45周年アンバーサリーイヤー、開局記念日の12月24日まで、オンエア、イベント、盛り沢山で勢良く駆け抜けたと思います。

FM AICHI 編成制作部 部長 石田 寿弥



“5時間半のドリーム”終了後、FM AICHI スタッフ。



FM AICHI [A-live!] パーソナリティー「内藤聡」。憧れの赤坂さんとドリーム・トーク。



赤坂泰彦のミリオン・ナイツ世代をはじめ、若いリスナーからも熱いメッセージが盛り沢山。1通1通すべて目を通していただきました。

開局30周年 FM沖縄

リスナーに感謝をこめて、入場無料のイベントを開催

エフエム沖縄では、2014年9月1日(月)に開局30周年を迎えるにあたり、これまで支えてくれたリスナーに感謝の意味を込めて、去る8月30日(土)に、沖縄県浦添市でだこホール一帯で入場無料のイベントを実施しました。

まず、県内若手のミュージシャンとお笑い芸人によるステージと、最長寿番組「スクリーンへ招待」番組パーソナリティーと県内の映画興行会社2社からゲストを迎えたトークショーの2つの観覧自由イベントを開催。

そして、招待制イベントのひとつが、お笑い演劇集団 FEC によるエフエム沖縄関係者の事件簿を再現したコントなどの「お笑いエフエム沖縄」が小ホールで行われ、会場全体が笑いに包まれました。

そして、もうひとつの招待制イベントが、大ホールで行われた今回のイベントのメインとなる3時間の公開生放送「エフエム沖縄開局30周年記念 special program “with you”」、MCの西向幸三と糸数美樹が各ワイド番組のパーソナリティーとのトークを織り交ぜながら、HY、EPOさん、島袋寛子さん、Kiroroらが素敵なミニライブで華を添えていただき、笑いあり涙ありのステージとなりました。

エフエム沖縄 放送制作部 次長 下地 優



special program



お笑いエフエム沖縄



スクリーンへ招待トークショー



屋外ステージ

開局30周年 FM宮崎

媒体力向上のためには、LIVE事業は必須! JOY FMのみんなに感謝!

エフエム宮崎の30周年事業は、今年、1月23日のPower Of Radio Kick Off Live [Ms.OOJA]。そして「きゃりーぱみゅぱみゅ」から始まった!

宮崎のローカルで、これほど旬でビッグなアーティストのライブができるなんて…。エフエム宮崎は今年の12月1日で満30歳を迎える。

10周年の時に、現在のステーション愛称「JOY FM」を、一般公募で命名した。その頃は、メディアとしても力をつけており、音声媒体としての位置づけがなされていた。昨今、そのラジオ全体が下降線を辿っている。ここでなんとプラスに転じなくては…。30周年事業のコンセプトはない!とにかく元気を取り戻し、ラジオをもっと身近に感じていただき、媒体力を向上させ、営業販売力のアップにつなげたい。

それにはやはり、ライブコンサートを核とした事業展開が必要と感じ、30周年委員会から編成制作部に依頼!

我々の制作・事業は期待に答えてくれた! 永年蓄積してきたノウハウを駆使し、あっと驚かせた1月のキック・オフ・ライブに続き、事業スタートの4月には、スターダストレビューをバックバンドに、鈴木雅之、佐藤竹善、クリスハート、根本要のビッグなボーカリストの記念ライブ「Power Of Radio」第2弾を開催。即チケット完売という圧巻のスタートが切れた。これも、ブックイング&制作陣の、音楽を愛し、リスナーを愛し、事業に携わる人を大切にしてきた中から培われてきたノウハウの賜物だと、仲間であるが、あらためて拍手を送りたい!

8月には、南九州では初のライブサーキット「Power Of Radio ~ Clap Your Hands」を手がけ、10月には、50代~60代のリスナーへ、スペシャルゲストに姫野達也を迎えた「財津和夫コンサート~ TULIPの夢を歌う~」を実施、さらに同月の24日には、全国では宮崎だけという、JOY FM エアポー

トナイトライブを開催予定! アーティストに小林武史&サリュをブックイング、音楽ファンにはたまらないメニューを組んでくれた!

もうすぐ、12月1日を迎える。ライブ事業がすべてではないが、スポンサーが魅力を感じてくれるには、JOY FM が輝いていなくてはならない。元気で、輝いているからこそスポンサーになる!

あらためて会社のみんなに感謝! 感謝!

JOY FM 30周年実行委員会委員長 溝口 康志



10月11日(土) [JOYFM POWER OF RADIO] 財津和夫コンサート2014



10月24日(金) [30th Anniversary JOY FM エアポートナイトライブ] 上:小林武史 下:サリュ

開局30周年 FM福井

開局30周年のキーワードは「Colors」

FM 福井は今年、開局 30 周年を迎えることになりました。

1984年12月18日、FM 福井は日本海側初、全国でも 13 番目の民放 FM 局として放送を開始しました。

開局 30 周年のキーワードは「Colors」。FM 福井がお届けする様々な番組、情報、音をあふれる色に例えたこの言葉には、30 年間にわたってご支援いただいた福井の皆さんの毎日を、美しく、そして楽しく彩りたいという想いが込められています。

今年はこのキーワードのもと、様々な企画を実施しています。

レギュラー番組として、本とラジオの親和性に着目した「空飛ぶ文庫」や、県内の高校生の部活動にスポットライトを当てた「気持ち届け Running HIGH」をスタートさせました。

開局記念特別番組としては、休日を利用して年間数本の公開生放送を実施する予定で、すでに 4 月 29 日には福井県児童科学館で、また 5 月 5 日、6 日には県内最大のショッピングモール「ラプリーパートナー エルパ」で、さらに 7 月 21 日には越前松島水族館を会場に行われ大変盛り上がりしました。

また、8 月 3 日には廃校になった竹田小学校跡を会場に、竹田野外体験イベントを実施。約 20 組の親子が防災をテーマに野外体験を楽しみました。さらに、9 月 28 日には広大な敷地に芝生広場が日本海をバックに広がるアミューズメント施設「芝政ワールド」を会場に「グリーンフラ」という約 500 名のフラダンス愛好家が参加するイベントを実施予定です。



福井県児童科学館からの生放送。フルート奏者 Kana さんを迎えて。



ラプリーパートナーエルパからの生放送。ゲストはシンガーソングライターのタカハシ ケンジさん、堀川千尋さん

この他にも、開局記念日にむけて様々な番組、イベント等を模索中です。FM 福井は開局 30 周年を機に、地域を様々な音色で彩るメディアへと進化したいと考えています。

FM 福井 取締役営業放送本部長 黒川 元司

開局20周年 FM栃木

開局20周年キャッチコピー「ハタッチ」からスタート

RADIO BERRY は、開局 20 周年のキャッチコピーを 20 才=はたちから「ハタッチ」としてスタート。今年には地元栃木をさらに盛り上げていきたいという思いのもと、様々な企画を展開。第一弾として、パーソナリティーと一緒に東京ディズニーランドを楽しむバスツアーを実施。ツアーの参加者しか見ることのできない「Special Party」には、ディズニーキャラクターが総出演するなど、多くのリスナーから大変好評を得ました。また、スポーツイベントにも新たに取り組み、リスナー参加型のフットサル大会を実施。初の試みにも関わらず 24 チームが大会に出場、リスナー同士交流を深めました。

そして 9 月には今年 12 回目を迎えた栃木最大級の野外フェス「ペリテンライブ」を 20 周年記念として開催し 11,000 人を動員、大盛況のうちに終了しました。今後も様々な番組・イベントを積極的に展開し、エリアに密着した取り組みを行っていきたく考えています。

FM 栃木 営業・事業部長 村山 祥久



バスで行く東京ディズニーランド RADIO BERRY Special Party



ペリテンライブ (真岡市井頭公園・運動広場)



RADIO BERRY カップフットサル大会 (宇都宮市サッカー場)

開局25周年 FM山形

ブランド戦略部を新設、県民に愛される特番・イベントを

平成元年・1989年4月1日、第一声をあげたエフエム山形は、このたび 25 周年を迎えました。開局当初は愛称を「Boy (broadcasting of Yamagata) FM / ボーイエフエム」としていましたが、2010 年に現在の「rhythm station / リズムステーション」と改め、「ときめくりズム・つながるステーション」をキャッチコピーとし、良質かつ多彩な音楽を中心とした自社番組編成を心掛けています。

25 周年となった今年度は、記念事業の専門部として「ブランド戦略部」を新たに創設しました。25 周年事業第一弾として記念ステーションジングルを、山形県出身・在住のミュージシャンに制作を依頼、放送しています。各種記念特番・イベントとして、開局記念日の 4 月 1 日に、特別番組「ニューミュージックセレクション」を放送。これは開局当時、最もリスナーからリクエストの多かったジャンル「ニューミュージック」の名曲だけを集めた音楽番組です。合わせて開局 WEEK は、25 年前のヒット曲を中心とした選曲で朝・タベルト番組を構成しました。

7 月からは、東北の短い夏を盛り上げるべく夏のキャンペーン「ナツノリズム」を始動。テーマを「夏を聴こう」とし、ラジオから夏にピッタリの音楽をいっぱい ON AIR すると同時に、山形県内の夏祭りやフェス・花火大会情報などを網羅する特別コーナーを自社番組に新設しました。ナツノリズム期間中は公開イベントも多数実施しました。7 月 5 日には上市市のテーマパークで公開生放送。翌 6 日の上市市のワインまつり会場での公開録音では、ゲストミュージシャンの「ピストルバルブ」と地元中学校吹奏楽部のコラボを実現させました。8 月 3 日には県内最大級の海水浴場鶴岡市湯野浜にて「LGMonkeys」[Gille] の 2 組をゲストに迎えたビーチライブ「Sea Side Station 2014」を行い、海水浴シーズンのピークももたせて数千人のオーディエンスが集まりました。また旧盆休みの時期には、県内二大花火大会である山形市の「山形大花火大会」、鶴岡市の「赤川花火大会」の完全実況生中

継も行いました。赤川花火大会では「手裏剣」さんを迎え、打ち上げカウントダウン直前に、数万人の観客席前でミニ LIVE を行っていただきました。8 月 24 日には、南陽市の平和祈念イベント「あかり絵」にて「つじあやの」さんを迎えての公開録音。2 千人の来場者が集まりました。これらのナツノリズムキャンペーンのノベルティとして、それぞれ 2 千枚製作した「うちわ」「ステッカー」もリスナー間で激しい争奪戦となり、あっという間に完売状態、スタッフ一同嬉しい悲鳴をあげているところです。下半期も公開イベントを中心に県内の皆様に愛される 25 周年記念事業を進めて行く予定です。

FM 山形 ブランド戦略部長 岩崎 敬



ピストルバルブ LIVE (やまがたワイン BAR in 上山温泉)



つじあやの LIVE (南陽あかり絵)



LGMonkeys LIVE (Sea Side Station 2014)



ピストルバルブと上山北中吹奏楽部 (やまがたワイン BAR in 上山温泉)

開局15周年 FM岡山

タイムテーブルのリニューアル&ステーションキャンペーンを展開

4 月 1 日で開局 15 周年を迎えた FM 岡山では、アニバーサリーイヤーとして春から様々な企画を展開しています。

まず、季刊発行のタイムテーブルをリニューアル。これまで B5 判変形だった冊子からタブロイド判にしました。名称も「Hare Press」とし、第 1 弾の表紙とインタビューは柏木由紀 (AKB48・NMB48) で好評を得ました。

また、15 周年記念のステーションキャンペーンを展開。防災特別番組の放送、地域の安心・安全をテーマにした 25 分番組のスタート。8 月からは岡山の自然環境を見つめなおす「Think Green Project」を立ち上げ、県内を流れる一級河川の流域地域の歴史・文化・自然を紹介するコーナーを朝ワイド内で放送。10 月にはシンポジウムも開催します。

15 年という時間は系列局の中ではまだ歴史が浅いですが、岡山で光る存在のステーションになれるよう今後も邁進していきたく思います。

FM 岡山 放送部主任 入野 真由美



「大好評だった第 1 号 (左) に続き、第 2 号の表紙は NMB48 (右)」

JFN CMセミナー2014 これからの局制作のCMを考える

CMセミナー・午前の部は、林屋創一氏（TOKYO FM 営業局専任局長）の進行による JFN 賞入賞作品の解説が行われました。午後の部は、面白いラジオCMを作るにはどうしたらいいのか、をテーマに、各局がかかえるラジオCMの課題や問題点をコピーライター・森田一成氏と一緒に考え、今後のラジオCM制作に役立つ方法を探ります。

- ゲスト：森田一成氏
（株式会社ビッグフェイス コピーライター・ディレクター）
- 進行：林屋創一氏（TOKYO FM 営業局専任局長）
- 司会：横山修司氏（JFN賞CM部門実行委員長・FM福岡東京支社長）

司会 CMセミナー第二部は、JFN賞CM大賞を取られたコピーライターの森田一成さんをゲストにお迎えしていますが、はじめに森田さんのプロフィールをご紹介させていただきます。

森田さんは、(株)ビッグフェイスのコピーライターです。色々な賞を取られていて、私もJFNでは、2011年にJFN賞最優秀賞を取られて、昨日また大賞を取られた。今年TCCの新人賞も取られた新進気鋭のバリバリのコピーライターです。

森田 森田です。ビッグフェイスという会社でコピーライター・ディレクターをしています。言葉でも分かると思いますが関西の人間で、2年前に東京に出てきました。東京に住んでいますが、FM大阪さん、朝日放送さんといった地方の放送局さんと今でも仕事をしているので、皆さんと近いところはあると思います。過去のCMセミナーの講師の方はビッグネームの方が多いですが、僕はビッグネームでも新進気鋭でもないで(笑)、ざっくばらんにいろんなことを質問していただくと嬉しいですね。どうぞよろしくお願いします。

司会 先ほど森田さんがざっくばらんに、とおっしゃっていただきましたが、コピーライターと知り合う機会もあまりないと思いますので、CM制作についてどうやったらいいのかなど、お聞きしたいと思います。

森田 ではとりえず、昨日賞をいただいた作品「Tokyo Style」の制作秘話的なところからお話ししたいと思います。昨日の総評で、「最後のあほくさっていうコピーがよかった」、という話があったのですが、実は最初「あほくさ」というコピーではなくて、別のコピーでした。でも全体を聞いてみて、すぐあほくさいCMだなと思ったので、「あほくさ」にコピーを変えて読んでもらったんです。そういうふうにして作らなからコピーを変えていくことがよくあります。アイデア的なことを言うとか大阪人の生感ですね。大阪人は東京には負けることは認めています、憧れたいのにはすごくあって。飲み会で東京の話題が出たりすると、「じゃあ今からみんな標準語で話しようよ」とか言って話し始めるんですけど、10分たったら「もうしんどいわ、やめとこ」となるんですね(笑)。そういう大阪人の面白さとか可愛いらしさをCMにしたいな、と思い企画しました。

司会 ではまず、FM大阪さんからのオリエン、制作過程についてお話しただけですか。

FM大阪 簡単なオリエンをして、それから原稿をいただいて、スタッフを集めて、制作期間は1ヶ月ぐらいですね。

森田 はい。「言わないといけないのは月額350円、あとは面白いCMを」、というオリエンでした(笑)。

司会 radikoというものに対して調べはされたんですか？

森田 そうですね。ラジオ業界で生きていますから radiko は前から知っていました。radiko プレミアムについても興味があったので申し込んで、各地方のラジオをチェックしたりしていました。

司会 キャスティングをして、登場人物がだいたい何人ぐらいと、FM大阪さんに揃えてほしいとお願いするのですか？

森田 キャスティングについては、すべて僕がやっています。

FM大阪 ビッグフェイスさんは、声の引出しをすごくお持ちです。いかにも大阪のおばさんとか、変なおっさんとか、そういう人をいっぱい持っているから、関西弁で面白いCMを作るんだと思ったら、お任せした方が絶対安心です。

司会 では今回の作品の中で、会話など特徴などについて教えてください。

森田 この作品の原稿は、最初から出演者をイメージして書いています。あてがきですね。なので、役者さんは原稿を見て「なるほど、おれはこの役をやるんだな」とすぐ納得して演じてくれたので、録音はすぐ終わりました。あ



講師はコピーライターの森田一成氏（左から）林屋創一氏（進行/TOKYO FM）、森田一成氏、横山修司氏（司会/FM福岡）

と120秒なので長いCMなんですけど、一発録りで録音しました。普通120秒だとナレーションだけ別録りすることが多いのですが、それだとこのCMは雰囲気が出ないと思ったので、一発録りです。別録りしてません。一発録りの時に注意しないといけないのは、出演者が一人でもイメージが違うと全然ダメになってしまうので、事前の説明をきちんとして、狙いどころをきちんと共有しました。打ち合わせ30分、収録5分、そんな感じです。

司会 その狙いとは何ですか？

森田 大阪人が東京に対し憧れ意識をすごく持っていて、東京的なことをしたがるけれど、結局はできなくて大阪的なものに戻る。そういう大阪人の性みたいな部分ですね。「スカイツリーなんて全然良くない、通天閣の方がええわ〜」とか言ってるノリですね。実際、スカイツリーに行ったら「スカイツリー、最高や〜!」とか言うんですけど(笑)。そういう面白さを表現したいと思いました。

FM山形 今回のCMはこの「あほくさ」っていうところに頂点を持ってこられてるCMだったと思うのですが、収録するときのミーティング時点で役者さんたちにもそう話されたのですか。それをみんなで共有したということですか。

森田 そうです。そうです。そういうことです。打ち合わせの内容のほとんどは、「あほくさ」までをどうやりきるか、「あほくさ」をどう言うか、みたいな打ち合わせでした(笑)。

司会 二点ほどお聞きしたいのですが、間接的なオリエンの場合、何に注意されるのか、またキャストのネットワークの広げ方についてお聞きしたいのですが。

森田 クライアントさんと直接話す機会はあまりないので、オリエンシートはクライアントからではなく誰かを介していただくことが多いです。基本的にそのオリエンシートを見て、その場で気づいたこと、疑問に思うことを全部ぶつけ、担当者の反応を見て、もう一度自分なりにオリエンシートを作り直す、考え直すようにしています。

キャストの広げ方は、芝居やライブを観に行くことですね。あと、好きになった役者の周りにはいい人が絶対いるので、紹介してもらいます。で、紹介してもらった人の芝居やライブをまた観に行く。ひたすら地道に足でかせぐパターンですね。

各局のCM制作の取り組みは

司会 私どもが一番困るのは局アナでCMを作ってくれ、という話ですが、お金も時間もスタジオもない、短い時間の中で番組を作りながらCMを作るというご苦労がみなさんにはおありになる。キャストも大事ですが、CMのオファーのタイミングがどのくらいで来るのか。みなさんのところはどのように対応をされているのか、お聞きしたいですね。

FM愛媛 今までのFM愛媛のCM制作の状況で言うと、一応僕が局のCM制作担当で、基本的に僕が全部作ります。だいたい月に300本位、年間にする3000本位のCMを、ひたすら作っているという感じですね。人がかぶらないようにするのは現実的に不可能に近く、空いている人をつかまえて読んでもらいます。正直、普段のCM制作においてクリエイティブな部分は皆無に近い。コピーは営業とか代理店が書いてもらっています。

FM新潟 数は違えど、愛媛さんとほぼ同じような状況で、一人が原稿制作

を担当するのではなく、営業担当に分配してやっているという状況です。また音楽を選ぶ人が別について、その人がクライアント企業によって機械的に音楽ライブラリーで決めています。

広島FM 広島FMの方針は、生の番組・パーソナリティが喋っている中のCMでは、その人の声のCMが流れないようにしています。CM原稿はうちで作ることは全くなく、代理店から原稿が入ってきて、それを基に読み手をこちらで手配し、曲を選びます。スポンサー競合がないように重視して、立ち会いの場でも戸惑うことがないように事前にイメージを聞いておいて人選をし、立ち会いの場で用意した3タイプの曲をはめて聞いていただき、選んでいただき、決めていくという収録スタイルを取っています。

司会 局の都合や体制もあると思いますが、余裕を持ったディスカッションができるもの、取り組めるものが年間いくつあると、より良いCMができて、クライアントともより良い関係ができていくような気がしますね。こんな面白いCMを作ったから効果が上がったんだよ、というような実例、成功事例を作っていくには、多少なりともスポンサーから理解が出てくる。それは営業との運動が必要かな、という気がしますが。

森田 そうですね。時間をかけられないとなると、やっぱり少なくとも成功例を作っていくしかないのかなと。いい作品を作って、それを宣伝に使う。「うちでこんないいCMが作れますよ」ともし賞を取ったら、それも宣伝に使う。成功事例が一つあれば、広げていけるというか。そうやって面白いCMのパーセンテージをちょっとずつ上げていくしかないのかなと。なかなか難しいですけど。

司会 もう少し面白いCMにするにはどうしたらいいのかが、ローカル局が抱えている問題ではないかという気がします。FM仙台さん、現状で悩んでいること、聞きたいことなどごまかせませんか。

FM仙台 弊社では昨年、わが社でCMを流しませんか、と今まで接点のなかったクライアントさんに向けてCMを流しています。営業がコピーを考えて、社の方が出演して流しているんですが、森田さんには、そういうCMを作る上でポイントをうかがいたいと思います。わが社の反応としては、イベントを開催したいのだけ告知するにはどうしたらいいの、という問い合わせは件数ありますが、関係のない一般リスナーの方は、「仙台さん、相当困っているんだね」というような感想をいただくこともあります。

森田 自社のCMですか。

FM仙台 はい、局放みたいなものです。それが20秒のCMで、芝居風であったりします。

森田 何本か作って、リスナーさんの反応が一番いいのを選ぶとか、どうですかね？ せっかくなんで考えていらっしゃるんですから、リスナー投票的なお祭りにしてしまうとか。

あと公募のラジオCMコンテストをやっている局もたくさんありますよね。CMコンテストには僕も数年前までたくさん出していました。若手クリエイターにはコンテストが生きがいのような人もいて、「いい仕事が欲しいから、少しでも自分の名前を上げたい。だからコンテストを頑張るんだ!」と寝る間も惜しんでやっているクリエイターがたくさんいますよ。CMコンテストが若手にとって魅力的なのは、オンエアされると広告賞に出せますよね。ACCとかTCCとか。それを目標にコンテストに作品を送っている人も多いです。大きな代理店の人もいれば、フリーの人もいますので、そういう人とのつながりをつければ、各地方でももう少しラジオCMを面白くしていけるのかな、と思っています。なので、コンテストは、クリエイターを見つけたら、つながりをつけたり、という意味でも放送局さんにとってメリットがあると思います。

ふくしまFM ふくしまFMのCMの作り方は、局アナで回すのがだいたい、他に外注の人間に振って進めていくのがほとんどです。困っていること、自分の疑問に思っていることは、同じ業種のCMを同じ人間が掛け持っているの、それは何かしなきゃいけない、と考えています。

面白いラジオCMを作るには

森田 当たり前のことを言いますが、面白いものを作っていくこと、良いものを作っていくことでしか、より良くなっていかないですね。僕も含め制作者のみなさんはその努力をしていくしかないと思います。答えはすぐ出ないとは思いますが、少しでも良いCMを増やして、クライアントさんも増やしていければと思っています。

逆質問で、鹿児島さんにお聞きしたいのですが、ACCでゴールドを取られた作品をどう営業に利用されているのかお聞きしたいのですが。

FM鹿児島 昨年の11月、指宿白水館という指宿にある老舗の旅館の60秒CMがACCでゴールド賞をいただくことになりました。営業的なお話ですが、CMを作るクリエイティブの部分にすごくご賛同をいただいている、ご理解があるクライアントさんです。その実例がありますので、他のクライアントさんにも「実はこういうCMをコピーから作れるんですよ」ということを営業が

説明します。営業がどうプレゼンをするか、時間があれば営業と制作と一緒に説明をさせていただくこともあります。その方が早かったりします。間に誰かが入ると、どういうことをしたいのか、そのニュアンスが伝わらなかつたり、分からなくなってしまうことがあって時間が掛かってしまうので、その分は早いかなと思います。ケース・バイ・ケースですが、そのようになっています。

森田 はい、ありがとうございます。営業ツールではないですが、いいCMを作れば、そのようになるということですね。

司会 もうちょっとお話をうかがいたいと思います。FM香川さんは局の現状などは。

FM香川 うちも声のバリエーションが少ないとか、入稿されてから制作するまでの期間が短いというのは、多かれ少なかれあります。先ほどの方言などの手法で言うと、香川も10年ぐらい前までは方言のCMはすごく少なかったですが、今は「うどん県だ、なんだ」と言い出して、自分たちの言葉を自分たちのまんま発信することにプライドを多少捨ててきているのかなと。逆に讃岐弁のCMが増えたような気がしています。一つ質問ですが、代理店発注のCMと局発注のCMで、発注のされ方や条件の違いはありますか。

森田 ものにもよるんですけど、僕の場合、代理店さんからくるコピーの仕事は、代理店さんにもコピーライターがいることが多いです。そのコピーライターさんと僕と書くことになるので、「自分らしい案」と「こういうところはおさえておこうという分かりやすい案」と両方を出しますね。放送局さんの発注は、僕の色という傾向を分かって仕事を振ってくれることが多いので、そのときは自分色満開みたいなものを出して様子を見ようというパターンです。あくまで僕の場合なので参考になるかわかりませんが、ちょっとだけ頭のスイッチを使い分けようかなと思っています。

司会 昨日からCM作品を聞いて、森田さんだったらこれがいい、と選ぶ作品はどれなのか。また全体を聞いてみて講評などをいただけたらと思うのですが。

森田 まず僕だったらというCMから言いますと、20秒だと好きだったのはFM仙台さんの「家の庭でテントを張った」というやつですね。何やっとなん、という話なので(笑) それがすごく好きでいいなあと思っていました。これは何かに絡んでくると思っていたんですけどね。20秒以上だと、TOKYO FMさんの「生きるコツ」というのがやっぱりすごく良くできていたと思いました。関西のCMと東京のCMというのがあるとしたら、「Tokyo Style」が分かりやすい大阪のCMで、「生きるコツ」が分かりやすい東京のCMですね。伝統芸というか名人芸というか、しっかりしたすきのないコピーだし、編集もきれいにできているなと思いました。

全体の話で言うと、色々事情はあると思いますが、このCMにBGMはいらないんじゃないかな、と思う作品がたくさんありました。声だけで充分成立しているのに、余計な音と。少ない要素で出来上がっている方がいいのになあ〜と思ってました。あと昔、ACC賞の地域審査に参加したことがあるんですけど、20秒でいいのが少ないんですよ。20秒以上はいいのがたくさんあるんですが、今回聞いてみて、20秒にいいものが多かったんで、嬉しかったです。20秒はラジオCMの基本なので、いい傾向だなあと思いました。

司会 今日、CM制作について様々なヒントをいただきましたが、最後に、プロ意識とか何か。また、ご自身が仕事を進めるなかで、一番大切にされていることをお話しいただけますか。

森田 プロ意識について話をします。とりえず、リスナーが聞いていて面白くないCMは作ってはいけない、と思っています。僕の仕事は「面白いラジオCM、いいラジオCMを作ること」だと思っています。そこはものすごく意識するようにしています。制作過程で、「この文言を入れてしまうと面白みが減る」とか「尺がキツキツで早読みになってしまう」みたいなところは、ちゃんと意見を言うようにしています。まだまだの制作者なので、僕が言う意見が間違っていることもよくありますが(笑)、とりえず1回ディスカッションをする、お互いの意見をぶつける、そうすることで信頼関係が生まれます。それが少しでもラジオCMを良くすることにつながると信じているし、これからも「常に面白いラジオCMを作るんだ」というプロ意識というプライドを持って、謙虚に仕事をしていきたいな、と思っています。

(2014年7月18日)



CMセミナー会場風景

クリーン・キャンペーン

TOKYO FM

コスモアースコンシャスアクト クリーン・キャンペーン in Mt.FUJI



活動前、参加者全員での集合写真。

「富士山でゴミ拾い」というと、ハイカーが捨てたペットボトルなどのゴミを拾いながら山歩きをするという姿を想像されるのではないだろうか。

しかし、この「コスモアースコンシャスアクト クリーン・キャンペーン in Mt.FUJI」における清掃活動は、そのような生易しいものではない。それは、清掃活動というよりも、ゴミの発掘作業に近い。清掃会場となる場所に到着しても、初めはそこにゴミが存在することをすぐに認識できない。なぜなら、自分たちが立っている足下の土の中に、ゴミは埋まっているから。割れたお皿、昔懐かしいパッケージのジュースの缶や瓶、とてつもなく長いホース。私達が普使っていた日用品の数々が、貝塚のごとく埋まっている。そのゴミ塚をスコップで大まかに掘り起こし、大きなゴミを取り除く。その後、細かく砕けたガラスやプラスチックの破片を丁寧に拾い集め、分別していく。そして、2時間の清掃活動が終わる頃、参加した全員が驚く。少しもゴミが減っていない！

しかも、この場所は、初めて清掃する場所ではない。過去すでに5回も清

掃を行っている地点なのだ。当然、まだまだ清掃活動を続けたいという声がリスナーの口から漏れる。しかし、あと1時間、あと1日長く清掃を行っても、まだまだゴミは無くならない。

そんな一朝一夕では片付かない問題だからこそ、これからも長く活動を続けていくことが大切だろう。「コスモアースコンシャスアクト クリーン・キャンペーン」は、来年でスタートから15年目を迎える。長く続けていくためにも、情性やマンネリではなく取り組んでいかなくてはならないと痛感した、今回の活動となった。

TOKYO FM 営業局第1営業部 羽田 芝朗



野口健さんとJFN38局のリスナー、パーソナリティの交流の場も。

一人では運ぶことができないほど大きな金網も捨てられていました。

FM とやま

クリーン・キャンペーン in 六渡寺海岸

6月29日日曜に、射水市六渡寺海岸の清掃活動を行いました。

悪天候のため延期となつての開催にも関わらず、300人以上の方が駆けつけてくださいました。当日も雨のため、一時間弱で切り上げる形となってしまいましたが、1万5千リットル近くのゴミを回収することができ、地元の方々にも大変喜んで頂けました。終了後には「富山湾をもっと豊かな海にしたい」という想いを込め、綺麗な海にヒラメの放流を行いました。

私自身、富山県に来て3ヶ月余り、入社1年目のアナウンサーとして初めてのクリーン・キャンペーンでした。7月には「コスモアースコンシャスアクト クリーン・キャンペーン in Mt.FUJI」にも参加し、環境についての考えを深めました。また、これらの活動から、ゴミを捨てるのも拾うのも、同じ私たち人間なのだという現実を痛感しました。私を感じたことが環境を守っていく第一歩に繋がることを信じ、多くの人に伝えていきたいと思っています。

FM とやま 放送営業部 船岡 未沙希



驚くようなゴミの量！綺麗な海岸を取り戻すべく作業は進みます。



ゴミ袋が並びます。みんなで力を合わせた結果です！

初めての清掃活動、司会も務めさせていただきました！

TOKYO FM 軍艦島閉山 40周年特別番組



世界遺産暫定リストにも追加記載されている長崎県の端島(=軍艦島)。



番組ナビゲーターの麻生祐未。

この島には日陰がありません。白日の下に晒すかのようにまっすぐ日差しが降り注ぎ、眼下のコンクリートを外洋が洗い続けます。ここは廃墟、軍艦島。歴史を紐解くと、国の政策に翻弄された歴史に眩暈さえ覚えました。

「そんなに(廃墟の)写真を撮って、きれいだと思うんですか!？」番組のもう一人の主人公、世界遺産化の先頭を走る坂本道徳さんの恫喝にも近いガイドに、国のエネルギー政策とは、私たち国民生活の繁栄のもう一つの面だったのだ、私たちは当事者であり、決して他人ごとではないのだと気づくことから取材が始まりました。

軍艦島は、廃墟=人気観光スポットだと宣伝されています。観光客が押し寄せ(中国や台湾からも)、テレビやブルーレイでは、壮大なロック音楽をBGMに空撮映像でいかにも恰好よく紹介されます。しかし、それら映像には40年前まで住んでいた人々の息遣いは何一つ表現されていません。まるで過去はすべて忘れてしまえ、というように。過去とは、半島や大陸から安価な労働力を求め、過酷な労働条件で「鬼ヶ島」といわれた戦前から、国家の殖産政策の先兵となった戦後、そしてエネルギー転換のもとで一挙に斜陽化し、廃墟となってしまった現在のことです。

端島(軍艦島の通称)を訪れて以来、かつてそこに住んでいた人たちのことを考え続けました。福島と同様、エネルギー政策変更で閉山、廃墟になって40年が経ちました。番組スタッフは長崎に通い、かつての島の住民が今、複雑な心境にあることに気づきました。

私たちは、まったく正反対の想いを持つ2つの家族に出会いました。「島を世界遺産に!」「見世物にたくない!」…相反する2つの想い。軍艦島でガイドをしながら、島の歴史と現状を語り継ぎ、世界遺産登録に尽力する坂本道徳さん。そして「故郷を見世物にたくない」と世界遺産登録に反対する元郵便局員の松森英子さん。端島を「故郷」とする2つの家族の声。一見相反する想いは実は同じで、それは「失ってしまった故郷への、切実な想い」なのでした。

長崎弁の愛おしさに、ラジオは人の声で成り立っていると改めて気づきました。映画監督でもある及川中さん作成の台本の最後は「そんな複雑な想いは、波間に揺れて、泊まっ所ば見つけられんごとなつるように見えます」となりました。坂本道徳さんの娘さんの声が、悲しみと諦めを混えていました。

番組ナビゲーターに長崎出身の女優、麻生祐未さんを迎え、放送は8月16

日の土曜。私たち日本人が故郷と祖先、そして戦後を考えるお盆の時期でした。

エネルギーに満ちた当時の音風景、夏のお祭りの音。炭鉱のサイレンの音。小さな島を襲った強烈な台風の音に古いレコードから流れてくる「端島音頭」のメロディ。記憶の中の「ふるさとの音」とともに、坂本さん、山根さんの想いが聴き手に届き、それぞれ自分にとって「故郷」とは何かを考えて頂くことを念頭に番組を制作しました

共同制作のFM長崎の栗原さん、白石さん、清島さんをはじめ、皆さんにはいろいろご迷惑をおかけしました。そしてお世話になりました。お気遣い、心より感謝いたします。温かいおもてなしに、スタッフともども故郷に帰省したような感慨を味わいました。

TOKYO FM ゼネラルプロデューサー 延江 浩



周囲1kmほどの小さな島に、学校、病院、映画館、商店街が密集していた跡地。



島の歴史をガイドしながら、世界遺産登録に尽力する坂本道徳さん。