

安心・安全と豊かな暮らしをお届けする i-dio

JFN マルチメディア放送委員会 委員長
株式会社エフエム東京 専務取締役 平一彦

2016年3月、いよいよ i-dio がプレ放送をスタートしました。デジタル地上波最高音質と多彩な安心・安全サービスを実現する多チャンネル放送です。そしてこの夏のグランドオープンに向けて、電子クーポン、カーナビの地図データ、インターネットのセキュリティを守る IoT 制御データなど通信的利用を拡大していく「進化する放送」です。

一方では、世界のインターネット音声サービスに広告を配信する、デジタル・オーディオ・アートの開発にも着手しています。デジタル大変革の時代においては、あらゆるものがインターネットにつながり、ビックデータを生み出し、新たな価値とサービスが創造されています。

JFN 加盟 38 局では M1F1 層を捉える最強の地上波ラジオネットワークとして、ますますその存在感を確立し、その上にデジタル時代の新しいサービスを創出していききたいと思います。

i-dio 無料の放送サービスです

～ 2016年3月1日から福岡・東京・大阪でプレ放送を開始～

新放送サービス「i-dio」は、地上アナログテレビ放送終了後に空いた周波数帯 (VHF-Low=99MHz～108MHz) を利用して創設される、既存のテレビでもラジオでもない全く新しい「第3の放送」です。受信機をお持ちであれば、契約などは原則必要ありません (今後有料サービスが個別に提供されることがあります)。

「i-dio」は、映像・音響・データなど、デジタルデータなら何でも送ることが可能です。また、放送波で送信するため、通信とは異なり、輻輳もなく、不特定多数に情報を送ることができます。好きなときにコンテンツを楽しむことが出来る、蓄積型放送も予定しています。



i-dio/FM/TV 対応
SIM フリースマートフォン
◎ i-dio Phone

いまお持ちのスマホで体験。
◎ i-dio Wi-Fi Tuner

車載用 Tuner Box (仮称)
※寸: 60×40×19mm

TS ONE

TOKYO SMARTCAST 株式会社
www.smartcast.co.jp

デジタル地上波最高音質の音楽やニュース・カルチャーを発信するフラッグシップ高音質チャンネル。

多彩なチャンネルをご紹介します

コンテンツプロバイダ各社による、i-dio の多彩な音声・映像チャンネル/データサービスをご紹介します。サービスは随時追加されていきます。



小林 克也

小沼 ようすけ

宮本 笑里

TS ONE 代表番組

PREMIUM ONE

ミュージシャンや音楽評論家など、音楽を知り尽くした一級の DJ がお届けする音楽レコメンデーション・プログラム。レコメンダー作成のプレイリストや楽曲レビューと新型 Now On Air 機能を活用し、楽曲購入などにリンクさせて展開していきます。出演: 小林克也、小沼ようすけ、宮本笑里ほか

HITS ONE

Billboard JAPAN と連携し、国内外の最新チャート、アーカイブチャートから楽曲を紹介。リアルタイム・ヒットから時代を彩ったヒットソング、さらにはブレイク前夜の新人アーティストのフューチャー・ヒットまで、「ヒット」をキーワードに現在・過去・未来の音楽シーンにフォーカスします。週末には Billboard JAPAN の大型カウントダウン番組を編成。来日アーティストのインタビュー、特集企画も予定しています。

Rockwell Sirkus

MIYAVI、サイモン・テイラー、宮下智裕、ファンタジスタ歌麿呂が週替わりで出演し、London/Paris/New York/Tokyo4 都市 4 様の最先端の情報とその都市の個性・人間性・感性を紐解くインターナショナルプログラム。

COTTON CLUB MUSIC TREE

各ジャンルの一級のアーティストにスポットを当て、軌跡をたどりながら代表曲や名演をたっぷりオンエア。さらに、影響を受けた&与えたアーティストなども、「MUSIC TREE」として紹介していきます。ライブハウス「COTTON CLUB」と連携し、出演が予定されているアーティストの特集もカバーします。



総務責任者会議

労務管理の最新動向と実務対応について

吉野 公浩氏 (石寄・山中総合法律事務所 弁護士)



吉野 公浩氏

労務管理の基本目標は、「人・組織(仕事)・賃金」について、高いレベルでの均衡(バランス)を図ることです。そのうち「人」の能力については、おおまかに「能力(保有能力)」「健康」「執務態度」「私生活」の4つの指標をもって判断され、能力の高い人材というのは、単に保有能力が高いだけではなく、その能力発揮の不可欠な条件として、良好な健康状態を保持していることが必要となります。

労働法における基本的な考え方では、労働者が自ら良好な健康状態を維持することが義務と解されています。そのため、業務外で病気になった場合、会社に出社出来ず、十分に能力が発揮できないとなれば、厳しいようですが通常は退職していただくこととなります。一方、労働者が自ら注意していても、良好な健康状態を維持できない場合があります。それは職場が労働者の健康を脅かす場合です。一般に労働者は、人生の大半、1日の半分以上を職場で過ごしています。労働者が私生活においていかに注意していても、職場の環境や仕事自体に労働者の健康が奪われる可能性があります。そのため、労働者が自ら健康状態を維持するよう努めることは重要ですが、他方で、企業の取り組みとして、労働者の健康を脅かさないよう良好な職場環境を整えることが大事であり、その取り組みの1つとしてハラスメント防止があります。

また、最近ではメンタルヘルス対策が非常に重要になっていることはご承知だと思いますが、労働者の健康が奪われ発症する精神障害が大きな問題となっています。精神障害発症の原因はストレスであり、その関係については、「ストレス＝脆弱性理論」に基づいて理解されています。すなわち、ストレスの脆弱性は人それぞれ異なり、環境由来のストレスの強弱とその個体側の反応性、脆弱性ととの相関関係で精神障害が発症するか否かが決まる、というのが一般に認められた精神障害発症のメカニズムとなっています。そこで、企業としては、従業員の精神障害発症を防止するためには、ストレスを軽減する、ストレスのない職場を作ることが重要となりますが、では実際に従業員のストレスの要因となるものは主に何なのかが問題となります。「平成24年健康状況調査結果の状況」によると、正社員がストレスを感じる事由のトップ3は、第3位が仕事の量、第2位が仕事の質、第1位は職場の人間関係の問題となっています。2位の仕事の質に関しては、取組みが難しいといえます。最近では高度なサービスや商品の提供が要求される傾向がありますが、ストレスをなくすために仕事の質を落としてもよいという企業は皆無だと思えます。そうすると、企業としては、できることから取り組むという考えの下に、3位の「仕事の量、つまり労働時間」と、1位の「職場の人間関係」の2つに取り組むことが重要となります。このうち「職場の人間関係」は、昨今言われているハラスメントの問題にあたります。

職場の様々な人間関係トラブル

紙面の関係上、ここでは事由のトップ1、「職場の人間関係」についてご説明します。職場の人間関係のトラブルで最も多いのが上司とのトラブルです。顧客先や先輩、同僚とのトラブルもありますが、労災の申請件数がかつても多いのは上司とのトラブルであり、これは具体的に上司からのハラスメントに当たるものです。

このうち、最近特に問題となっているのがパワハラです。職場のパワハラは、同じ職場で働く者に対して、職務上の地位や人間関係などの職場内での優位性を背景に、業務の適正な範囲を超えて、精神的・身体的苦痛を与える又は職場環境を悪化させる行為をいうと定義されています。しかし、「業務の適正な範囲」を超えたか否かは非常に実質的な判断であり、その判断は簡単ではありません。いじめや嫌がらせの類は論外ですが、そうではない日常的な業務上のコミュニケーションをも捉えて、最近では労働者からパワハラであると訴えられることが多くなっています。これに対する企業の対応は非常に難

しいですが、悪質性がある事例は別として、パワハラとされる事例の多くは、上司と部下の意思疎通ができておらず、表現方法の不適切さなどからくる一種のコミュニケーショントラブルのようなものです。このような事例については、一罰百戒で厳しく対応するとかえって職場内の円滑なコミュニケーションが阻害され、より上司・部下の意思疎通が難しくなります。そこで、企業としては、上司・部下がお互いの性格などを理解し適切に意思疎通が図れるようコミュニケーションの円滑化に向けた取組みに重点を置くべきと考えます。

これに対し、セクシャルハラスメントについては相当以前から問題とされていますが、一言でセクハラといっても、その中には犯罪行為、不法行為、労働行政均等法など色々なレベルがあります。セクハラ対策において重要な視点は、平成20年代に入って特に議論されているところですが、労働力人口が減少しており、昔のように男性中心の職場づくりをして男性から人材を登用していたら企業は保てないということです。男性・女性に関わらず優秀な人をどんどん労働市場から調達し、育てていかなくては企業は保てない状況にあり、それだけ労働者というパイが縮小しているわけです。女性にとって働きやすい職場づくりに努めなければ、女性はどんどん辞めていってしまい、企業としての競争力を失ってしまうので、男性・女性ともに働きやすい職場を目指すことが、セクシャルハラスメントに対する取組みの必要性につながるのです。このような視点に基づけば、わいせつ行為のようなものが対策の対象となるのではなく、違法とはいえないような行為であっても、女性社員が有する具体的な職務遂行能力を阻害するような行為を許さないという方針で対策することが必要です。つまり、女性社員の労働意欲を喪失させたり、嫌な気分させパフォーマンスを阻害する言動というのは、現状は全てセクハラとして捉え、企業として防止に取り組んでいかなければならない、というのが現在企業に求められる理解になっています。

さらに、最近ではマタニティハラスメント(マタハラ)というも大きな社会問題になっています。若い企業になればなるほど、育児や産前産後に対する取組みが遅れています。結婚、妊娠、出産しても働けないという会社は、当然、女性労働者はライフイベントを迎えることを機に辞めてしまうこととなります。このような労働者の働き方では、優秀な人材を確保できないことは先ほどのとおりです。ですからきちんと育児介護休業法、男女雇用機会均等法、あるいは労働基準法に定める妊娠、出産、育児を行う労働者の権利を守って頂くことが非常に重要であり、最近では社会的な関心も強くなっていることに注意いただければと思います。

(講演日 2015年10月27日)

営業責任者会議

JAグループと農業を取り巻く情勢

久保田 治己氏 (全国農業協同組合連合会 広報部長)

JAグループは、農業に携わっている人たちが農業を営む法人によって組織された協同組合です。効率的な事業展開をはかるため、指導・経済・共済・信用・厚生などの事業ごとに、JAとJA連合会による事業組織が形作られて展開しています。

農協改革で注目されましたが全国各地にある農協を取りまとめる中央組織として、全国農業協同組合中央会(JA全中)があり、グループ全体の方向性の決定や指導などを行っています。また、ご存じない方もいるかもしれませんが、JAグループが経営している病院や診療所の連合会でJA厚生連という組織もあります。病院数は全国で115ヶ所、病床数は約35,000で、最先端の医療機器により組合員や地域住民への治療や介護サービスの提供を行っています。現在は組合員ではない外国人でも受診できますが、これを制限してしまうというのも農協改革の一つの考え方で

です。農林水産省資料(H25.9)の「農協の性格」に、農協と株式会社の比較が掲載されています。一番の違いは、法人税率です。農協は19%、株式会社は25.5%なので、法人税率は農協の方が低くなっています。法人税率は利益に対する課税なので、利潤追求を目的としていない協同組合の税率は低くなっています。また、独禁法が一部適応除外になっています。

ですが、協同組合と株式会社の決定的な違いは、この農水省の資料には載っていません。最大の違いは、株式会社は金で買収できてしまいますが、協同組合は絶対に買収できない組織だということです。そのため、協同組合を政府が株式会社化しろというのは、買収できる組織にしてしまおうという意味で、これが今回のJA改革の隠れた目的の一つになっています。

農協改革の本質

農協事業の中の信用事業は、農林中金が行っている銀行業的な事業で、全国の農協で約90兆円の預貯金がありますが、これは100%日本人の資産です。一方、大手メガバンクの外資比率は、2015年3月末時点で三菱東京UFJ銀行40.3%、三井住友銀行48.7%、みずほ銀行28.7%です。ゆうちょ銀行はつい先日(2015年11月4日)上場しましたが、外資出資規制はかかっていませんから、いくらでも外資が買えます。日本政府が3分の1以上株式を保有するということがありますが、3分の2までは外国人が



会場の風景



久保田 治己氏

買えます。ちなみに、日本銀行は日本政府が55%の株を保有しています。残りの45%は公表されておりませんが、外国人がかなりの株を保有していると言われています。

共済事業ではJA共済連の場合、生命保険と損害保険の両方を行っています。生命保険の場合、すでに第一生命が2010年4月に株式会社となり、45.6%を外資が持っている状況です。損保では押しなべて4割前後が外資になっています。農林中金、全共連は100%民族資本です。利益が出ると配当も全てJA組合員に入りますので、日本国内に資金が留まる構図になっています。我々は民族資本100%の協同組合を守ってくださいと国に言っていたのですが、それを株式会社化して外資が買収できる組織にし、と言われたのが農協改革の本質です。

一方、日本の農業総産出額の推移ですが、1984年の11兆7千億円をピークに、2008年には8兆5千億円と減少しました。背景には、プラザ合意(1985年)以降の急速な円高で日本市場には価格の安い輸入農畜産物が出回り、追い打ちをかけるように農産物の輸入自由化が拡大したことがあります。このような外部環境の激変に直面し、日本の農家は離農が続き減少しましたが、一軒あたりの経営規模は畜産農家では大きく拡大しました。しかし、日本でいくら規模を拡大してもアメリカや豪州にはかないません。

また、世界の穀物事情ですが、急激な経済成長と共に中国や中近東が猛烈な勢いで穀物確保に走っているため、買収合戦、争奪戦が行われており、世界の食料需給が不安定化しています。日本の食料自給率は4割弱ですが、中近東では2割弱です。日本の食料自給率を上げるために私どもも知恵を絞っていますが、各地の気候風土も違い、高齢化などの課題もあって難しい。これから世界の穀物の争奪戦に参戦しようとしても数千億円単位の買収合戦になりますので、そう簡単ではありません。

それよりは日本で作った方が新鮮ですし、無駄なエネルギーをかけなくて済みますから、全国にネットワークがあるJFN各社の皆様のお知恵を拝借し、農家や地方が元気になる取り組みをさせていただけたらと思います。

(講演日:2015年11月18日)

Amanek チャンネル

株式会社アマネク・テレマティクスデザイン
www.amanek.co.jp

クルマの未来を、外から変える

放送と通信、位置情報(GPS)とビッグデータを融合したドライバー向けデジタルラジオチャンネル。クルマの中の体験を、もっと安全に、もっと快適に、もっと楽しく! 全国あまねく、あなたの快適ドライブをサポートする番組をお届けします。

2016年、日本初のモビリティ向け専用ラジオチャンネル
「Amanek チャンネル」サービス開始

アナウンサーの音声とTTS(自動音声)を組み合わせた、新しい放送

アマネクナビゲーター

アマネクスタジオ

アマネク気象&交通情報モニター

ブロック全体へは、オリジナルをモニターを見ながら、ナビゲーターが放送!

市町村などのエリアに向けては、最新データからの生成情報を、TTS(自動音声)でタイムリー!

アナウンサーの声と、TTS(TEXT TO SPEECH=自動音声)を組み合わせた新しい放送!

★ブロック別放送: ブロック全体向けには、アマネクのナビゲーターがスタジオから放送します。スタジオに設置したオリジナルモニターで、天気情報やリスナーからの投稿などをチェックしながら、音楽やドライブ情報をお届けします。(※生放送と収録番組があります)

★エリア別放送: 市町村などのエリア別の情報は、TTS(TEXT TO SPEECH=自動音声)でお届けします。車の位置情報(GPS)に合わせた気象情報や観光情報などをお伝えします。

i-dio(V-Low マルチメディア放送)を活用した新しい災害情報伝達手段

～V-ALERTは放送波を使ってアラートを発信する～

「V-ALERT」は、V-Low マルチメディア放送「i-dio」の放送波を使って防災情報を配信するシステムで、災害時の緊急情報や避難情報を音声のみならず、文字、画像でもすみやかに地域住民に伝えることができます。

また、受信端末へ放送波を使って起動信号を送ることができるため、スイッチが切られた状態でも自動的に起動することができます。

「V-ALERT」は自治体との協定にもとづき、提供された情報をそのまま放送するだけでなく、エリアコードの設定やグルーピングも可能で、土砂災害警戒区域や沿岸部など、情報を受け取る先を詳細に細分化することも可能です。



防災ラジオ MS-VL1

KANSAI チャンネル 大阪マルチメディア放送株式会社

V-Low マルチメディア放送、i-dio がサービスインしました。まだまだこれからではありますが、あらゆる意味で既存の放送とは違ったものになっていくと思います。それは、テクノロジーだけのことでなく、マルチチャンネルによって、より専門的なチャンネルや、より細かな情報を発信するチャンネル等、バラエティに富んだサービスが可能になっていくことでもあります。しかも衛星放送のように全国一律なものではない、各地域ごとの特色あるチャンネルが、i-dio の魅力のひとつなのではないかと思えます。

KANSAI チャンネルでは、当初は、FM OSAKA のサイマル放送をベースにしておりますが、月～木曜日の21時～22時と金曜日の22時～24時は、関西各地の旬な話題や週末に開催される様々なイベントを紹介する、オリジナルな番組を放送します。これが2、3年後には全編オリジナルな、関西各地のあらゆる情報を発信できるチャンネルになっていければと願っております。

(FM OSAKA V-Low 事業推進室室長 福田 一夫)



Q リーグチャンネル 九州・沖縄マルチメディア放送株式会社

九州・沖縄マルチメディア放送は、昨年11月24日に、ソフト会社として日本で最初の業務認定証を交付され、今年3月1日に新放送サービス「i-dio」をスタートさせた。

サービスエリアは九州・沖縄広域圏だが、まずは福岡・久留米・北九州に送信所を置いて、福岡県でのサービス開始となる。本年秋には、熊本、長崎、大分に中継局が開設され、北部九州のほぼ半分をカバーする予定。

地域ブロックで展開するローカルチャンネルは、「Q リーグチャンネル」の名称に決まり、ベースはFM福岡のサイマル放送を九州・沖縄全域のリスナーに楽しんでもらうことになる。

i-dio オリジナル・プログラムも用意した。FM福岡で爆発的な人気を誇る「MORNING JAM」のi-dio版として、土曜日13時から「WEEKEND JAM」を立ち上げる。パーソナリティ中島浩二君と共に、マルチメディア放送の可能性を探りたい。

(FM福岡 常任顧問マルチメディア本部担当兼務 首藤 裕)



パーソナリティ 中島 浩二



デジタル・オーディオ・アド

米「adswizz(アズウィズ)」社と 戦略的パートナーシップを締結

～次世代の「音声広告ソリューション」を共同開発～

音声広告は、バナーや動画広告に比べて、ターゲットへのリーチを獲得しやすいというメリットがあり、海外で市場を急激に伸ばしている。デジタル・オーディオ・アドはインプレッション数に応じて、再生回数保証で販売し、「adswizz」社が有するターゲティング・アド・テクノロジーによって、国や地域、リスナーの嗜好性に応じた効果的なPRが可能となる。

現在、webの世界で一般的となっているバナー広告や動画広告等の配信の仕組みは、

- 「アド・ネットワーク」
＝複数のwebサイトをネットワーク化して、web広告を自動挿入する仕組み。
- 「DSP(デマンド・サイド・プラットフォーム)」
＝複数の「アド・ネットワーク」に跨って、自動的に広告取引から配信までを行う仕組み。

であり、広告主はDSPを用いて、配信したいターゲット、予算などを設定し、広告原稿を入稿すれば、あとはDSPが自動で最適な広告配信を行ってくれます。

この仕組みの中で、欧米で伸びてきているのが、音声広告を自動配信する「デジタル・オーディオ・アド」と呼ばれるもので、動画広告やバナー広告と同様に、音声サービスに音声広告を挿入するシステムであり、米最大のラジオネットワーク「iHeart radio」、webラジオプラットフォーム「tunein」、英「BBC」、 「global」、仏「DEEZER」などが導入しており、欧米では広告効

adswizz

MEASURE TARGET MONETIZE

音声広告配信ソリューションをグローバルで提供する米・アズウィズ社とTOKYO FMグループが、戦略的パートナーシップを締結。

率の高さが注目され市場が拡大しています。

アメリカでは、web広告市場5兆8千億円のうち、2015年の音声広告市場は約3千億円に及ぶと予測されており、ラジオ広告費の1兆7千億円と合わせると音声広告市場は2兆円に拡大しており、今後急速な進展が予測されます。

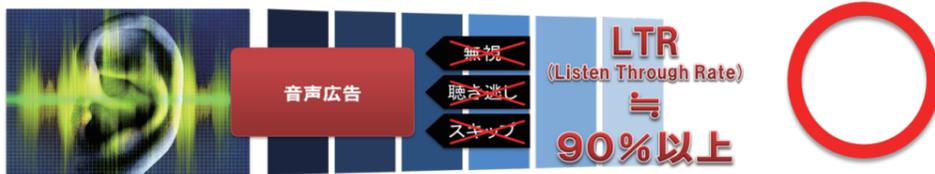
日本では、マス四媒体広告費は低落する中、インターネット広告費は伸長を続け、2014年に初めて1兆円を突破し2015年も二桁成長を続けています。

TOKYO FMでは、海外広告の効率的展開を目指す広告主の支援となるよう、アメリカに本社を置く、デジタル・オーディオ・アド配信技術の世界的リーディング・カンパニー「adswizz(アズウィズ)」社の技術を組み込んだ世界の主要音声サービスへのデジタル・オーディオ・アド(月間20億インプレッション)に関して、日本国内における海外向け音声広告販売窓口として同社と独占契約を締結しました。これにより、日本においてJFNがいち早くデジタル・オーディオ・アド市場に参入し、拡大するインターネット広告市場におけるデジタル・オーディオ・アド分野で収益を獲得し、JFN全体での収益拡大を行うことが可能となりました。

JFN各局の皆様は、自治体の外国人観光客誘致や、地元企業の海外での販促やブランディングなどに新しい提案としてこの仕組みをぜひご活用頂ければ幸いです。<お問い合わせ:TOKYO FM営業局営業推進部まで>

(TOKYO FM 常務取締役 吉田 乾朗)

デジタル・オーディオ・アド



インターネット広告分野では、音声広告はバナーや動画に比べ到達率が高いことに広告業界の注目が集まっている。

「Brillante!～四国の輝く人たち」

FM 香川

「Brillante(ブリランテ)」とは「輝く」という意味のイタリア語です。

地元をしっかり根を下ろし、地域を元気にするために頑張る = 輝く人をご紹介します。ゲストの活動分野は NPO 代表・農家・ミュージシャン・クラフト作家・大学教授など多彩。

愛媛・高知・徳島・香川の4局がもしまわりで共同制作することで、単県のみならず四国全体にその活動を紹介できることが強みとなり、リスナー、クライアント双方から好評をいただいております。

番組では「これまでの活動をキーワードで表す」という共通の質問を通じて、人が「輝ける」秘訣を浮き彫りにしています。エピソードはブログで補完し、2015年10月からはインターネットでの再放送も始めました。

本番組はそれぞれの局が制作を担当することで地域のユニークな人たちの接点として機能しており、より地域に根ざしたコンテンツ作りのヒントともなっています。「一隅を照らす。これ則ち国宝なり」という最澄の言葉のように、地域を照らす人たちの集め、四国全体が元気になるようにという思いを込めて制作しています。

(FM 香川 制作技術部グループリーダー 蒲野 誠一)



HPからはネット配信もおこなっています



毎週多彩なゲストと和やかに収録

サイクリスト・ステーション～ツアー・オブ・ジャパン

JFNC

近年ブームとなっているスポーツ・サイクル、その人口は800万人に増加、生産年齢人口の10人にひとりに及ぶブームとなっているのをご存知ですか。

東日本大震災以降、シニア・ミドル層から人気に火がつき、近年では若年層、女性へと広がり、全国各地へ急激な広がりを見せています。大手店頭での女性層ユーザーは前年比5倍に増加というデータもあり、マーケットとしてもサイクル本体のメーカーから、ショップ、健康、美容、グルメ、ファッション、そして観光分野まで関連業界に広がり、スポーツ、レジャーを越えたひとつのライフスタイルとして注目されています。

2015年10月にスタートした番組「サイクリスト・ステーション～ツアー・オブ・ジャパン」は、スポーツ自転車のある生活に注目し、ターゲットリスナーを明確に見据えた番組運営を行っています。

FM山口では、昨年10月のスタートと同時に複数のサイクルショップから、早々に投稿いただき、その後は、レギュラスポンサーとして、番組をバックアップいただいております。

また、昨年12月には、熊本の名所を案内する特番を制作する運びになりました。これは、スポーツ自転車ブームのきっかけとなった漫画『弱虫ペダル』の映画の舞台を、実際に自転車でめぐるというもので、同作に出演する声優であり、また自らもサイクリストとしてロードバイクを楽しむ野島裕史さんを番組パーソナリティに迎えられたことが大きいです。

今後は、日本最大級のレースイベント「ツアー・オブ・ジャパン」とのコラボも予定しており、番組提供だけでなく、イベントと連動した仕掛けも積極的に行っていきます。

この番組においては、各局の営業ニーズに制作現場が柔軟に対応、提供形態に応じてアレンジすることが可能です。情報を取り上げる、関係者をゲストに呼ぶ以外にも、熊本を特集したように各地の観光スポットを実際に自転車で走りながら紹介したり、トークイベントなどの展開も考えられます。ぜひ、スポンサー開拓にご活用いただけますと幸いです。

(JFNC 取締役 小川 聡)



熊本出張収録の様子



水樹奈々氏との合同収録



左: レース「ツアー・オブ・ジャパン」大会ディレクター・栗村修氏(日本自転車普及協会)をゲストに招いての収録
右: 番組パーソナリティの野島裕史氏

セールス連携の強化～各局発フルネット、ブロックネット企画等



北海道新幹線開業記念カウントダウン特別コーナー

AIR-G'

2016年3月26日に北海道新幹線が開業しました。そのカウントダウン企画として AIR-G'（エフエム北海道）と Date fm（エフエム仙台）が毎週同時生放送を行いました。毎回テーマを設定し、それぞれのパーソナリティーが各々の地域の自慢対決を展開。北海道からは、お昼のワイド番組「Sparkle Sparkler」（毎週月～木曜日 12:00～15:55）を担当する松尾亜希子さん。一方、宮城からは、「Healthy&Beauty」「Life&Town」をテーマに、旬の話題や身近な情報をお届けするワイド番組「J-SIDE STATION」（毎週月～木曜日 13:30～15:50）月・火担当のパーソナリティー名護ひと美さん。何とこの二人、1月21日の誕生日と血液型のB型まで同じという偶然の一致!! 新幹線でつながる北海道、東北・宮城それぞれの魅力を毎週白熱トークでお届けする3ヶ月限定のコーナー。「なまらアツイ女性の戦い! これは聴きものでした。」

(FM 北海道 取締役営業編成局長兼東京支社長 岡部 唯彦)

北海道・宮城の女子力対決!! 「なまらだっちゃで自慢しま SHOW」



松尾亜希子 (AIR-G')



名護ひと美 (Date fm)



ライターをつぶやき～河北新報の5年～

FM 仙台

2011年3月、東日本大震災で甚大な被害に遭った宮城県女川町で、新聞配達に奔走した方がおられました。自宅兼店舗の新聞販売店が津波で流されながら、自らの力で新聞を入手。当時ライフラインでもあった貴重な情報を、避難所に届け続けた梅丸新聞店の阿部さん。一方、未曾有の出来事に翻弄されつつ、使命である新聞発行を続けた「河北新報」。番組は、「成人の日」に起きた奇跡のものがたりを、心に沁みるラジオドラマで描きながら、未曾有の大震災を経験した人々のリアルな声も紹介。ドラマとリアルをミックスした、セミ・ドキュメンタリー番組「ライターをつぶやき～河北新報の5年～」。TOKYO FM と地元のエフエム仙台が共同制作、河北新報社の協力のもと実現しました。震災から5年という節目の2016年。今だから語れること、2万人近くの方が犠牲になったという、忘れてはならない事実、そして、何よりこれから先の未来に思いをはせる番組にできたのではないかと思います。

また、エフエム仙台独自の企画としては、国道45号線と6号線の被災地を結ぶルートめぐり、各地の今を伝える震災復興「旅」番組「HOPE FOR MIYAGI 2016～ROUTE 45+6～東北の新たな旅立ち」を制作。旅人には、東北に足を運び続ける Dragon Ash のダンサー ATSUSHI さん、その旅を紡ぐ語りには、地元気仙沼を拠点に活動するシンガー・ソングライターの熊谷育美さんを起用。復興の姿を旅人の視点で描き出し、「新しい東北」の魅力を見つけ出すプログラムになりました。

(FM 仙台 編成局編成部専任部長 澁谷 彰一)



避難所に情報を届け続けた梅丸新聞店の阿部さん (左)



Dragon Ash のダンサー ATSUSHI



中国インバウンド企画

日本を訪れる外国人観光客は年間 2,000 万人。中でも中国人観光客の数は前年比 200% に伸びました。日本に来る前に、彼らはどこで日本の情報を仕入れるのでしょうか？

日本を訪れる中国人の多くはインターネットのリテラシーが高く日常的に SNS 等も含めスマートフォンを徹底的に使いこなします。ただし自国内で Google や Youtube が使えない彼らは、中国版 Google に例えられる百度（バイドゥ）や、Yahoo に例えられるテンセント、Youtube に相当する Youku（ヨウク）などの動画サイトにアップされた日本関連の動画、そして中国版の Twitter 微博（ウェイボー）や Line に相当する微信（ウィーチャット）を使いこなし、日本の情報を、もちろん中国語で調べまわるといいます。

そして訪日前には「買い物リスト」をわざわざ紙のリストにして日本の空港に降り立ちます。わざわざ紙に書く理由は、精力的に日本を移動中に、スムーズに Wifi 接続が出来ないケースも想定しての選択といえます。つまり彼らは訪日前に行く場所や買いたいものを調べ上げ、決めてから日本にやってくるということです。彼らへのプロモーションは訪日前が肝心です。

JFNC が推進するアジアへの情報発信事業、JFN ASIA では、訪日間近の中国人観光客に向けたプロモーションに目的を絞り込み、上記のような中国主要メディアとの提携を進めました。そして JFNC の中国人プロデューサーやクリエイターの感性で、スポンサーの商品や日本の魅力を、ネット動画と SNS を駆使して中国語で発信しています。出演するのも、シナリオを作るのも、撮影するのも、そしてメディアを選んで発信・拡散するのも、日本の今と、中国人のメディア接触習慣を熟知する中国人クリエイターとタレント達です。



東京・上海・北京で活躍中の映像プロデューサー JJ 氏 (左) と同 Chao 氏 (右)

これにより今年度第3四半期までに45社のスポンサーを獲得。下期には、産地限定の高級フルーツ、製菓、外食、観光など業種の裾野は広がりを見せ、「買う」から、「食べる」や「泊まる」「体験する」等に関連するスポンサーが増えつつあり、今後は、日本各地の魅力的な物産や特別なサービス、観光資源に大きな可能性があります。

下期には FM 福岡のご尽力により九州観光推進機構の提供により、九州7県でのロケを行い各県の「温泉」「美食」「観光地」を紹介しました。また3月には FM 山口との連携により山口市の観光プロモーションも受託しました。



福岡県原鶴温泉にて



佐賀県の紹介。中国人の視点から九州の魅力発信

春節を控えた1月には提携する No.1FM 局の上海東方ラジオのトップDJの麦子（マイズ）さんをサントリーさんの提供で東京に招聘、「春節直前東京観光情報」の来日取材を5日間にわたり実施。中国人の個人旅行が増えてきた背景から、ちょっとディープな東京観光を人気DJが実体験。



麦子主演の動画は1ヶ月で65万回再生を記録

この模様は春節直前、麦子（マイズ）さん自身の人気番組で放送され、取材の様子は中国全土にネット動画で配信されました。今後は、中国にもファンの多い日本酒をテーマに、各地の人気酒蔵を複数スポンサーに迎え、中国のトップDJが人気の酒蔵を巡るといった企画等も実施可能です。ぜひ各局の営業現場において JFN ASIA 企画ご活用ください。

(JFNC 取締役 小川 聡)

FM フェスティバル未来授業 東京会場

TOKYO FM

TOKYO FM 編成制作局ゼネラルプロデューサー 延江 浩

1 限目

中村 修二 先生（電子工学者、2014年ノーベル物理学賞受賞） 「君たちは、そのまま日本に留まるつもりなのか」

日本が今直面している構造的な問題を指摘しつつ、日本というシステムを相対化するためにも海外へ飛び出していくことの大切さをメッセージ。授業冒頭の大学生への問いかけ「海外で働く意思はありますか？」では、海外に出たい / 日本に留まる の比率は5:5だったが、授業最後にあらためて参加者に問いかけたところ9割が海外に出たいと意思を変えた。中村先生自身、日亜化学に籍を置きながら、青色LED開発への挑戦を会社に直訴。米国留学し博士号を取得した。日本の企業の良いところ悪いところは何かを学生に問いかけ、良いところがチームワークや「和」の共同作業、悪いところはチャレンジ精神が無い、減点主義、ミスをしなない人が出世するシステムなどを挙げ、イノベーションは「個人」から始まることと繋げた。戦後70年で日本が生み出したイノベーションは数々あるが、世界と競い合う力が不足している。日本には「発明する力」はあるが、「コピー」されてしまう。これからのニッポン人の突破力を養うには「とにかく若いうちに海外へ行け!!」



中村 修二 先生

2 限目

宮本 亜門 先生（演出家） 「ライブがこれから求められること、異種格闘技が切り開く未来」

宮本氏自身、高校時代にひきこもり、自分を責める時期があったことで、自分が人と違う発想を持っていることに気づいたという体験談をお話いただいた。何故こんなに違うのか、なぜ自分はこんな発想をするのか。それは、個性が生まれる素晴らしい瞬間なのだ。宮本氏の職業「演出家」とは、20世紀の半ばに生まれた新しい分野であり、もともとはそれぞれの分野で行ってきたものを一つにまとめる「助け」の仕事、いわば、イノベーションから生まれた新しい仕事。16世紀に出現したイタリアのオペラも、20世紀初頭にNYに突如現れたミュージカルも、化学反応から起こった「事件」だった。文化は化学反応の繰り返し、こうでなければいけないということはない。さらに、宮本先生は人間と人間の「生（ライブ）」の感覚こそが文化の本質である。偶然が作り出すリアルな舞台は、常に今も進化し続けている。既存の発想を捨てて、学生たちには化学反応の喜びを享受してほしい。奇想天外な「かけあわせ」「掛け算」が新しいものを創る。「演出とは、徹底的に相手を知ること。相手を知ること、どの自分を伝えていこうか、と考える。決して自分を偽るとか飾るということではなく、相手にどう自分を伝えていこうか、というコミュニケーションなのだ」



宮本 亜門 先生

3 限目

瀬谷 ルミ子 先生（日本紛争予防センター理事長） 「平和をつくる、紛争解決という仕事」

安倍政権が安保関連法案を通し、学生の間でも日本の安全保障問題に注目が集まった。日本は70年間武力紛争に巻き込まれてはいないが、世界では500以上の紛争が起き、1000万人以上の被害者が出ている。現在、ケニア、ソマリア、南部スーダン、トルコなどで活躍している瀬谷先生は、外国人が紛争地帯の和解や平和を語る際の難しさを「少年犯罪の被害者になぜ犯人と和解しないのか薦めようとしているようなもの」と言い、紛争解決を理想論の押し付けとせず、身近な問題として捉えなおすことが大切だと言う。「日本にとって紛争は無関係という時代はもう終わり。テロという新しい形で紛争が国境を越えている時代になった」。授業の最後には、「社会を動かすのは個人の活動である。今大学生のキミたちにはたくさんの選択肢があると思うが、その選択肢には使用期限があると」と発破をかけた。会場からも「安保関連法案が国会を通過したことに対してどう思うか」など、紛争解決の仕事、国際貢献のキャリアを積みみたいと願う学生の質問が相次いだ。



瀬谷 ルミ子 先生



自局名挿入可能なフルネット番宣スポット

FM 大阪

ネット番組の番宣スポット素材の活用

FM大阪でも、BGMのみの部分に自局での放送曜日と時刻を別ナレーションで挿入し、活用させていただいています。そもそも関西は、マーケットサイズの割には他の基幹地区に比べてラジオの競合状況が激しいという地域特性があります。また、巷では音楽のサブスクリプション（定額聴き放題）サービスが充実してユーザーに浸透しつつあり、リスナーの耳と時間を奪い合う競合相手はもはやラジオ局のみではなくなっています。このような状況の中、リスナーに「今自分はどのラジオ局や音声サービスを聴いているのか」を自覚してもらうことが、局の存在感をアピールするためにはより重要になると考えています。ステーションジングルや局名入りの番宣スポット、またそれらの演出上のアイデアや工夫は、局のブランディングにおいて従来以上に要となるでしょう。

(FM OSAKA クリエイティブ本部編成部長 樋口 秀晃)



DJ 発案メニューからコーナー書籍化までのマルチ展開

FM 福岡

超人気生ワイド番組 MORNING JAM の成果

毎週月曜～金曜 7:30～10:55、生放送でお送りしている超人気ワイド番組「MORNING JAM」。

共同聴取率では、地元の他局を数倍リード、コーナーセールス枠もほぼ完売しています。又、大手うどん店とコラボした DJ 発案メニューは10万食、デパ地下との食品フェアでは7200個、人気コーナーの書籍は、2万5千冊も売れました。さらに、公開生放送もゲストなしで毎回約千人を動員しています。

現在の DJ ナカジーこと中島浩二になって18年、年々力をつけ、今や福岡を代表するお化け番組に成長しました。その要因として、ナカジーは有能なディレクターでもあり、相方のしゃべり、全体構成、果てはジングルのタイミングまで常時目を光らせているからです。従って、オンエア中は緊張感に満ち、スタッフも、最大限の力を発揮してくれています。上記のイベントや書籍との連動も、人気に拍車をかけています。

今年の4月改編では、放送時間をお昼12時半まで延長し、聴取率と売上のアップを図ります。

(FM福岡 取締役放送本部本部長 小田 浩稔)



パーソナリティ 中島浩二

大学生委員会

東京大学、首都大学東京、埼玉大学、明治大学、法政大学、東海大学、慶應義塾大学、昭和女子大学、中央大学から14名の学生が参加。事前に5回のミーティングを開催。集客に関しては、各大学や他大にポスターを掲示、また、自身のSNSを使って積極的に大学生に呼びかけるなど広報活動を活発に行う。受講応募者の多くは、参加動機として「友人・知人から」を選択している。事前レポート班と、各講師班に分けて活動。メンバーは事前に予習を済ませ、当日講義中に疑問を見て質問を入れるなど活発に発言。また、終演後に各先生への取材、また来場者への取材も大学生委員会メンバー自身が行った。総じて各人が自分ごとに捉え、事前の集客、準備、当日の各自役割に積極的に取り組んでいて、大学生たちと一緒に創りあげていく未来授業の在り方を象徴する取り組みとなった。

ツイキャス

あらたな取り組みとして、授業の様態をネット上(PC、スマホ)で動画中継するツイキャスを実施。1限目中村先生 のべ340人アクセス、3限目瀬谷先生 のべ411人がアクセスした。2限目宮本亜門先生は目の前の学生たちとの対話に集中したいという理由でツイキャスでの中継は行わなかった。



@tokyofm のツイッターでも頻繁に実況、Podcastと同じく、継続的に施策を実施して定着させていく。

来場者アンケートより

- 海外に行ってはじめて、日本の価値観の良いところが見えてくるのだと痛感した。(東京大学1年 男性)
- 宮本先生の「変は個性、宝石」という言葉が印象的でした。自分の変なところを含めて自分のことをもっと知ろうと思いました(独協大学1年 女性)
- 瀬谷先生の「今たくさんある選択肢には賞味期限がある」という言葉に考えさせられました。若いからまだいつでも出来ると考えがちですが、今でしかできないこと、今やるべきことがあるのだと思い直しました。(聖心女子大学2年 女性)

地元における存在感の向上



お祭り色満載の 13 時間半 公開生放送

K-mix

「K-mix 1DAY SPECIAL ありがとう!カンシャカングキ in ソラモ～」

K-mix では、12 月 23 日（水・祝日）リスナーのみなさんへの「ありがとう」の気持ちを込めて、浜松駅前イベントスペース「ソラモ」から、早朝から夜にかけての 13 時間半の公開生放送「K-mix 1DAY SPECIAL ありがとう!カンシャカングキ in ソラモ～」(略して「ありカン」)をお送りしました。

番組の途中、飽きさせない演出として、アーティスト総勢 5 組によるライブの競演や、ゆるキャラグランプリで人気第 1 位に輝いた「出世大名 家康くん」も登場するなど、お祭り色いっぱいのイベントとなりました。

19:00～21:00 の放送では、「7 時だヨ!全員集合」というタイトルで K-mix の各ワイド番組を担当する 8 名のパーソナリティーが大集合。真冬の夜のコンディションにもかかわらず、たいへん多くの方に最後まで観覧いただきました。

また、営業的には出展ブース付企画として、セールスし、目標を上回る出稿を獲得するなど営業的にも広報的にも大きな成果をあげることであったイベントとなりました。

(K-mix 沼津支社長 佐藤 智宣)



8名のパーソナリティと記念撮影



ゆるキャラ家康くん登場



会場集客の様子



ローカル番組のフルネット化実現

FM 三重

平井堅 NOW ON AIR ～やっと逢えたね～

昨年 6 月、「開局 30 周年」を迎えたレディオキューブでは、地元育ちのシンガーソングライター、「デビュー 20 周年」を迎えた平井堅さんに記念曲を依頼し、書き下ろし曲「ON AIR」が完成しました。

およそ半年間、レディオキューブのみで放送された「ON AIR」は、未発売ながら全国ツアーで披露され大きな反響をよび、今年 1 月からフルネットで放送開始となった「平井堅 NOW ON AIR ～やっと逢えたね～」がスタートするきっかけとなりました。全ては、平井堅というアーティストとの絆があってこそですが、ローカルからフルネットのレギュラーを発信することは、大変なことです。様々な面でお力添え頂いた TOKYO FM の皆様に感謝致します。番組は、25 分間、小気味よく平井堅の新たな魅力を感じることができる内容で、たくさんの反響を頂いています。媒体価値の向上にも大きく寄与しました。楽曲は育っていきます。

ラジオ発、JFN 発のヒットとなるべく、盛り上げに皆様のお力添えをお願いします!

(レディオキューブ FM 三重 放送部 チーフ・プロデューサー 富田 哲也)



パーソナリティ 平井 堅



「平井堅 NOW ON AIR ～やっと逢えたね～」番組ロゴ



筆者: 番組チーフ・プロデューサー 富田 哲也

FM フェスティバル未来授業 新潟会場

FM 新潟

藤沢 周 先生 (小説家)

「戦後 70 年、言葉の力、文学の力」

FM Festival 2015 未来授業～明日の日本人たちへ～。昨年 10 月 22 日に初の新潟開催を行いました。普段はアーティストのライブで盛り上がる新潟 LOTS を会場に、芥川賞作家 藤沢周氏を講師に迎え、「戦後 70 年、言葉の力、文学の力」と題し熱い講義をしていただきました。

会場では、先生を取り囲む距離の近い授業形式を展開。藤沢氏が、新潟出身の作家、坂口安吾の「墮落論」を紹介し、戦後の焼野原で絶望していた人々に対して「墮ちろ」とメッセージを発したこの作品の一節を読み上げると、学生の 9 割が「心に響いた」と回答しました。

また、授業の最後には、「小さな声を聴きとる聴力と想像力を養うことが大切。そのためには自分の言葉で、自分で考えること。短い文章でもいいから作文を書いてみて下さい。」と学生たちにアドバイスを贈りました。参加した 46 名の学生は、授業終了後のコミュニケーションタイムにも、写真撮影や様々な質問を行うなど、熱い内容のイベントとなりました。

(FM 新潟 取締役東京支社長 盛田 眞一)



「小さな声をも、胸にとっていき聴力と想像力が必要なのだ」と語る藤沢周氏



参加した学生からも熱い質問が次々と



授業終了後のコミュニケーションタイムも熱気に包まれていました!

FM フェスティバル未来授業 大阪会場

FM 大阪

山極 壽一 先生 (京都大学総長、理学博士、人類学者、霊長類学者)

「ゴリラ学の権威が、現代人のコミュニケーションに警鐘！」

10 月 18 日、グランフロント大阪 ナレッジキャピタル カンファレンスルームに、京都大学総長の山極壽一さんをお迎えし、「サル化する人間社会 この危機を乗り越えるニッポン人の突破力」をテーマに開催した。山極先生の専門は人類学・霊長類学、ゴリラ研究の世界的権威だが、冒頭の「私を京大の総長ではなく、ゴリラとしてみてください。」とのユーモア溢れる発言で学生の緊張をほぐし、一挙に授業に引き込んでしまわれた。そして「一人で食事をする方が好き? or 家族や友と食事する方が好き?」「大切な人に相談する時メールです? or 直接会ってする?」…と質問を投げかけ、学生は手元の「YES」「NO」のボードで答えたあと、討論へ。先生はご自身のサル学の立場から考察を加え、最後に「効率化が進む現代、時間はコストと考えられがちだが、長い人類の進化において時間は宝物であり、サルにはない信頼関係を醸成してきた。」と締め括られた。学生達の心を捉えた授業は、現代人の意思疎通のあり方に関し多大な示唆を与えてくれた。参加者からも「大変面白かった」「刺激的だった」等の感想が寄せられた。

(FM OSAKA クリエイティブ本部編成部 高崎 克哉)



ご自身のサル学から、人間社会を分かりやすく分析



大阪会場は、60名の学生・大学院生が参加



最後に、参加者全員で記念撮影

JFN 年末年始特別番組 『GIFT for the FUTURE』

～ 2015 年 12 月 31 日 (木) 23:00 ～ 25:00 生放送～

恒例、パーソナリティに松任谷正隆氏と中井美穂氏を迎えた「GIFT for the FUTURE」。番組テーマは「GIFT for the FUTURE=未来に残したい宝物」。

女子ラグビー桜セブンズの中村主将のリオオリンピックへの意気込みや、車椅子テニス国枝選手の未来に残したい言葉「俺は最強だ!」に加え、未来を切り開いていくために大切にしたいもの・守りたいものについて、応募 2000 通の中から全国のリスナーのメッセージを紹介。「待望の子供が生まれた」、「おじちゃんが喜寿になった」、「僕自身、病気を克服して新たなことをしようと思います」などのメッセージを読んだ。

今回は、松任谷正隆氏と中井美穂氏が、震災から 5 年を迎えようとしている宮城県牡鹿郡女川町を訪ね、新しい街を創りたいと集まる熱い若者たちが立ち上がった独自のまちづくりを取材。新年の幕開けを彩るニューイヤーライブでは、松任谷正隆氏と藤巻亮太 (レミオロメン) が初共演。藤巻は、松任谷氏のピアノの伴奏で、東北の木材を使い女川町の工房で作られたギターを弾きながら、自身の曲「3月9日」そしてユーミンの「やさしさに包まれたなら」を披露。さらに、2016 年期待の若手歌舞伎俳優の中村七之助・松任谷正隆両氏のスペシャル対談も放送した。未来に残したい音楽と言葉で綴る、新しい年への期待を込めた 2 時間のスペシャルプログラムとなった。

(TOKYO FM 編成制作部 松任谷 玉子)



松任谷 正隆氏

藤巻 亮太 (レミオロメン)

ポジショニングの明確化

M1・F1 層や次世代リスナーをターゲットにした番組



総務省による若者への選挙啓蒙キャンペーン

TOKYO FM

選挙権年齢が18歳以上に。 in シンポジウム supported by 『SCHOOL OF LOCK!』

2015年6月、選挙権年齢が18歳以上に引き下げられることが決定しました。今年夏の参議院議員選挙で最初に適用されます。

SCHOOL OF LOCK! では、総務省とともに、この18歳の選挙権を考えるシンポジウム「選挙権年齢が18歳以上に。in シンポジウム supported by 『SCHOOL OF LOCK!』」を、東京・名古屋・大阪・札幌・仙台・新潟・広島・松山・福岡の全国9箇所で開催しました。各会場には、SCHOOL OF LOCK! のとーやま校長・あしざわ教頭のほか、小芝風花・飯豊まりえ・高山一実(乃木坂46)・内山奈月(AKB48)・椎木里佳・井上苑子・安田レイといった、10代リスナーに人気のある同世代の女性タレントのほか、「若者と政治をつなぐ」をコンセプトに活動するNPO法人「YouthCreate」代表の原田謙介さんもゲスト講師として参加、それぞれおよそ300名の10代と共に、この18歳の選挙権について考えました。このうち、東京会場には高市早苗総務大臣も参加。「一票はすごく重い。どんな日本を作りたいか考えてほしい」と参加した10代へのメッセージを届けていただきました。

10代にとって、選挙権は文字通り未知の権利です。自分の意志で、自分の意志を表明する…。学校という社会の中で、与えられてきた自由を享受する彼らにとって、その意志の表明は、希望でもあり不安でもあります。そんな彼らを前に、会場では学校の授業形式で進行。「選挙とは何なのか?」「なぜこのタイミングで年齢が引き下げられたのか?」といった基本的なことを学びながら、実際の選挙をイメージした「模擬投票」も開催したほか、選挙における基本的なルールなどをテスト形式で出題するなど、より具体的な知識を吸収する場としても役立ちました。

シンポジウムに参加した10代リスナーからは、「政治は人事だと思っていたけれど、自分たちが主役で生活に関わることなんだと考えた」といった意識の変化を感じさせる感想が数多く寄せられ、手応えの感じられるシンポジウムとなりました。

(『SCHOOL OF LOCK!』プロデューサー TOKYO FM 編成制作部 平岡 俊一)



東京会場には高市早苗総務大臣も出席



東京会場に参加した小芝風花さんとともに、ときに真剣に耳をかたむけ



ときに、笑い声も広がるシンポジウムでした



会場に参加した10代はシンポジウムに積極的に参加



イベント終了後には、校長・教頭から番組特製クリアファイルを配布



次世代リスナーをターゲットにしたコミュニケーション・プログラム

@FM (FM AICHI)

番組タイトル: ROCK YOU!

放送曜日/時間: 毎週木曜 20時30分~21時55分(生放送)

DJ: Nozomi

『これからの @FM リスナーを醸成するために』今年1月よりスタートした「ROCK YOU!」。

特に、10代、そして20代リスナーとのコミュニケーション・プログラムとして、「SCHOOL OF LOCK!」につながる時間帯で、ターゲット層のスピード感を考え「生放送」を基本に、「イマ」の地元ROCKシーンや「全国区」のROCKシーンなど「ROCK」分野を「共通言語」とする番組としてOA展開。10代に人気のバンドや、次世代バンドとの企画も積極的に実施しています。

番組では、ターゲット層にリーチするためにTwitterでの連動、情報拡散を狙い、独自のハッシュタグを使用(#rockyou807)全国からのメッセージが届き、この放送のためにラジオを聴く為にアプリをダウンロードした人や、フォロワー同士のコミュニケーションも生まれました。また、Twitterを見ていると、「SCHOOL OF LOCK!」のリスナーで、今までこの時間、弊社を聞いていなかった中高生が積極的に参加してくれています。

(@FM(FM AICHI) 編成制作部副主事 三輪 徹)



ROCK YOU!



ROCK YOU!



9ジラーに本気で向き合う人気DJ大窪シゲキ

広島 FM

番組タイトル: 大窪シゲキの9ジラジ

放送曜日/時間: 毎週月曜~木曜 21時00分~22時00分(生放送)

DJ: 大窪シゲキ

毎週月~木曜日 21:00~22:00、10代をメインターゲットにお送りしている「大窪シゲキの9ジラジ」では、毎日、10代の居場所として、時に楽しく、時に真剣に、9ジラー(9ジラジリスナーの呼称)と向き合っています。広島県が消費者トラブル防止啓発のために制作した学校向け教材のナレーションを担当したことをきっかけに、大窪シゲキが、2015年7月、広島県より「広島県消費者トラブル防止DJ大使」に任命されました。さらに、同年9月、「9ジラジ」内では、広島県のご提供で「クイズ! 消費者トラブル相談してム〜チョ!」というコーナー企画を1カ月間にわたり展開。オンラインショッピング、ネットオークション、マルチ商法、ワンクリック詐欺など、若者が巻き込まれるトラブルについて、10代リスナーに対し、ミニドラマ形式でクイズを出し、啓発しました。

(広島 FM 制作事業広報部 副部長 磯貝 修也)



9ジラジDJ大窪シゲキ



「広島県消費者トラブル防止DJ大使」に湯崎英彦広島県知事より任命



県内の中学、高校へ出前授業も実施