

JFN ASSOCIATION



ミュージックバード
<http://www.musicbird.jp>

FM 青森
<http://www.afb.co.jp>
FM 秋田
<http://www.fm-akita.co.jp>
FM 山形
<http://www.rfm.co.jp>
FM-NIIGATA
<http://www.fmniigata.com>

AIR-G (FM 北海道)
<http://www.air-g.co.jp>

FM 長野
<http://www.fmnagano.co.jp>
FM とやま
<http://www.fmtoyama.co.jp>
FM 石川
<http://hellofive.jp>
FM 福井
<http://www.fmfukui.jp>
FM 滋賀
<http://www.e-radio.co.jp>

FM 岩手
<http://www.fmii.co.jp>
FM 仙台
<http://www.datefm.co.jp>
ふくしま FM
<http://www.fmf.co.jp>
RADIO BERRY
<http://www.berry.co.jp>
FM GUNMA
<http://www.fmgunma.com>

FM 岡山
<http://www.fm-okeyama.co.jp>
FM 山陰
<http://www.fm-sanin.co.jp>
hiroshima-fm
<http://hfmweb.jp>
FM 山口
<http://www.fmy.co.jp>

TOKYO FM
<http://www.tfm.co.jp>
JFNC
<http://www.jfn.co.jp>

FM FUKUOKA
<http://fmfukuoka.co.jp>
FM 佐賀
<http://www.fmsaga.co.jp>
FM 長崎
<http://www.fmnagasaki.co.jp>
FM 大分
<http://www.fmoita.co.jp>
FM 熊本
<http://www.fmk.fm>
FM 鹿児島
<http://www.myufm.jp>
FM 宮崎
<http://www.joyfm.co.jp>

K-mix
<http://www.k-mix.co.jp>
FM 岐阜
<http://www.radio-80.com>
@FM(FM AICHI)
<http://fma.co.jp>
FM 三重
<http://www.fmmie.jp>
FM OH!(FM OSAKA)
<http://fmosaka.net>
Kiss FM KOBE
<http://www.kiss-fm.co.jp>

FM 徳島
<http://www.fm807.jp>
FM 香川
<http://www.fmkagawa.co.jp>
FM 高知
<http://www.fmkochi.com>
FM 愛媛
<http://www.joeufm.co.jp>

FM 沖縄
<http://www.fmokinawa.co.jp>

JFN 特別加盟局
Koror, Republic of Palau96940
パラオ共和国
「エコパラダイス FM」

音声広告市場の活性化に向けた
「デジタル・オーディオ・アド」への取り組み P2

地元における各社の存在感の向上 P4
放送連動によるSNS活用事例

TOKYO FM FM岩手 FM群馬 FM福岡

各局地元での売上シェアの拡大 P6
地域密着の強みを活かした地元企業・団体等との連携

FM北海道 FM青森 @FM(FM AICHI) FM三重

FM Festival 2016 未来授業 P8

JFN年末年始特別番組 P10
「Human Conscious Special Next Future〜こどもたちの未来へ〜」

JFNCはクラシック専門インターネットラジオ局
「OTTAVA」での企画・営業連携を開始 P11

営業責任者会議 P12

技術責任者会議 P13

JFN AWARD P14

音声広告市場の活性化に向けた「デジタル・オーディオ・アド」への取り組み

2017年度がスタートしました。放送業界は大変革の時代を迎えています。IoTの進展や5G時代における対応施策、AMのFM補完局等、激変の最中にあり、私共は、こうした環境変化に対する適応能力を持たなければなりません。そこで、JFN全社が経営の方向感を共有する新たな委員会として、今年1月、特別委員会「経営環境検討委員会」が新たに設置されました。また、i-dio事業の推進に向け、「マルチメディア放送委員会」の在り方を変更すると共に、名称も「i-dio推進委員会」としました。「経営環境検討委員会」では、各社の経営に影響する様々な情報を収集分析し、共有化しながら、JFN38局がどのようなビジョンを持ち、どのような戦略、戦術を持つべきかを議論して参ります。今号では、まず、「経営環境検討委員会」のテーマでもある「デジタル・オーディオ・アド」導入の目的と仕組みをご紹介します。

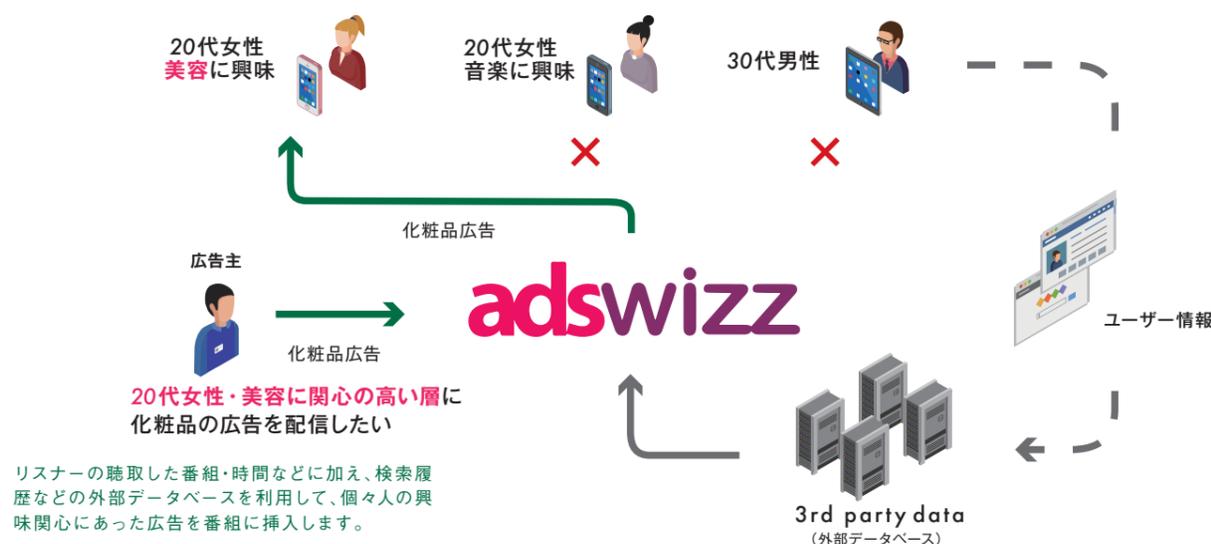
現在、インターネット広告市場の拡大とともに様々な広告技術が誕生しています。HPを見ている際、自分が興味のある情報に関連した広告が頻繁に掲載されるという経験をお持ちの方も多々あります。これは、現在見ているHPに広告枠だけが予め設定されており、ユーザーの嗜好性や閲覧時間によって、瞬時に最適な広告を判断して配信する技術によって実現しています。

インターネット広告の強みは、どんなコンテンツが誰に支持されているかをリアルタイムに把握でき、広告主が自社のターゲットだけに絞って広告を配信できる点です。加えて広告効果を数字で検証しやすいことも魅力となり、市場拡大につながっています。

このような動きの中で改めてJFNの強みを見つめ直す

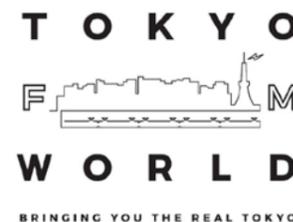
と、能動的にデジタルに取り組むことで新たなチャンスが見出せると考えています。地域に根差したコンテンツとネットワークを活かしたメジャーコンテンツを併せ持つコンテンツ面の強みと、全国の広告主とつながるセールス・ネットワークを形成する営業面の強みは、JFN独自の大きな価値です。一方で、2015年に当社がパートナーシップを締結した米・Adswizz社が取り扱う音声のインターネット広告「デジタル・オーディオ・アド」は、ラジオ局にとっては、導入しやすいフォーマットであることに加え、今後市場の拡大が期待されている新しい商品です。デジタル・オーディオ・アドは、ラジオ局にとって導入しやすく相性が良いと言えます。今後JFN各局のコンテンツをインターネット上で展開する際、デジタル・オーディオ・アドを挿入することで、インターネット広告市場からの取

デジタル・オーディオ・アドの仕組み



デジタル・オーディオ・アドの実例

TuneIn Radioで配信している番組「TOKYO FM WORLD」においても、「デジタル・オーディオ・アド」の技術が活用されています。



左/15分ごとのリスナーの数を記録し、リスナーが住んでいる国や地域などが分析できるようになっています。

右/世界中のラジオが聴取できるサービス・TuneIn Radioにて配信されたJALの広告。広告は、リスナーごとに異なる内容を配信することができます。



益化を図ることが可能になります。

ただ、この技術を収益目的で追うだけでなく、デジタル・オーディオ・アドの革新性とJFNの強みを活かして、ラジオがどう進化できるかが重要と考えています。インターネットの利点であるユーザーの把握は、番組作りに大きな進化をもたらします。リスナーがどんな方で、どこからどう反応をしているのかをリアルタイムに把握できれば、番組制作手法は大きく変わり、なにより制作者のモチベーションにつながります。さらに営業面では、広告

TOKYO FM

主の新しいニーズにお応えできる商品作りが可能になるなど、全体的に進化できる点が大きな魅力です。

既に海外向けに販売しているデジタル・オーディオ・アドは、高い広告効果を上げています。これはデジタル・アナログ問わず音声広告の高い価値を示すもので、音声広告そのものの価値が見直される機会になると考えています。これを国内最大の音声メディア・ネットワークであるJFNにとって大きなチャンスと捉え、総合的な視点から取り組んで参ります。

経営戦略室 メディア・イノベーション戦略部長 原田 俊亮

JFNネットワークの
ポジショニングの明確化

セールス連携の強化

地元における各社の
存在感の向上

各局地元での
売上シェアの拡大

全局黒字化による
健全なネットワーク形成

放送業界を取り巻く環境が大きく変化し、メディア再編成も取り沙汰される中においては、リスナーや広告主の皆様には、より強固なJFNネットワークを作り上げていく事が重要です。私共のテーマである「JFNネットワークのポジショニングの明確化」、「セールス連携の強化」、「地元における各社の存在感の向上」、「各局地元での売上シェアの拡大」、「全局黒字化による健全なネットワーク形成」を実現し、JFNはM1・F1層の共感を集めている最良最強のメディアであるとの存在感を打ち出して参りたいと思います。今号では、このうち「地元における各社の存在感の向上」と「各局地元での売上シェアの拡大」における各社の取り組みをご紹介します。

「地元における各社の存在感の向上」

放送連動によるSNS活用事例

CASE 01

TOKYO FM

CASE 02

FM岩手

「#ごほうびSK-II」が日本一のトレンドワードに！
「高橋みなみの『これから、何する?』
ごほうびあげちゃう?スペシャル
supported by SK-II」



11月23日(水・祝)、スペシャル番組「高橋みなみの『これから、なにをする?』」と連携し、この1年で頑張った女性にゲストがご褒美をあげる企画を展開しました。目的は、スポンサーのキャンペーンキーワードである「ごほうびSK-II」をWeb上で拡散させることです。丸ビルマルキューブから公開生放送を展開し、OAピンゴ企画やLINE LIVE等を通じて、SNS上での拡散をさらに促進する仕掛けを行いました。当日はOAピンゴ企画もあり、番組公式Twitterでのハッシュタグ「#ごほうびSK-II」が日本一のトレンドワードとなりました。スポンサーからは「ラジオとSNSの連携として大きな反響があった」と高く評価いただきました。

TOKYO FM 営業推進部長 嶋 裕司

TwitterとFacebookを活用した
ハッシュタグ展開
「ファミマに行こう！」



「何かタイアップできることはないですかね？」—ファミマさんからいただいた一言をキッカケに番組が誕生。生放送の番組でパーソナリティが商品「食べる」「飲む」。NGを設定せず、パーソナリティに任せ自然な感想で、リスナーを巻き込むことを最優先に展開しました。TwitterとFacebookも活用し、ハッシュタグ「#ファミマに行こう」を付けたTwitterでは、ファミマの様々な商品が投稿されます。プレゼント情報も発信し、プレゼント名必須の応募フォームへ誘導。聴き逃してもRadikoのタイムフリーを使って聴いてもらえばプレゼントも確認できるので、より多くの人にも聴いてもらう機会が増えるという利点も。

FM岩手 営業部長 八木 克久

CASE 03

FM群馬

CASE 04

FM福岡

YouTube・Twitter・Facebookで拡散中!
「茸とJOYのマイン・クライム」



茸(たけ)



JOY

2015年12月にスタートし2年目に突入した、SNS連動番組「茸とJOYのマイン・クライム」。コンピュータ・システム開発などを行う株式会社クライムが、リクルーティング・企業知名度アップを目的に提供しています。動画サイトで人気の「ゲーム実況」を業界で初めて(!?)ラジオ×YouTubeで展開。出演は「実況界の毒キノコ」こと「茸(たけ)」、群馬出身で「ゲーム初心者」の「JOY」。ラジオで、動画で、二人の楽しいゲーム実況を楽しんでいます。クライアントからは「ターゲットが明確で、YouTubeへのアクセスが40万回以上になり知名度アップに繋がった。10代に向けても拡散できるコンテンツ」と好評を得ています。

FM群馬 営業部 原 壮俊

SNSを通し大改造のアイデアを募集!
「マンション大改造そこまでやって委員会」



この番組は、素敵なマンションを完全に番組好きに変えたらどうなるか!という実験をする抜破りなコンセプトでお届けしている番組です。広告主は、株式会社アライアンスという総合住宅メーカーです。毎回番組から出てくるアイデアに、法律やプロの観点からの意見をいただいています。「あったらいいな」をキャッチフレーズにされている会社ということもあり、採用されれば番組プロデュースの部屋を実際に販売していただくという全面協力ぶり。リスナーとは大改造のアイデア、住宅について専門家に聞きたいことなどを番組ブログやSNSを通して受け付けています。ブログを見たリスナーから反響もあり、ちゃんと売れているんです。

FM福岡 営業本部営業部次長 平塚 靖弘

「各局地元での売上シェアの拡大」 地域密着の強みを活かした地元企業・団体等との連携

CASE 01

FM北海道

CASE 02

FM青森

ティーンエイジャーの顧客を持つ
学習塾との連動番組
「Go!Go!合格ラジオ」



北海道・東北・海外に展開する学習塾「練成会グループ」の代表取締役・奥山会長から当社代表取締役・木村へ、「講師・先生を更なる高みへとステージアップさせたい」とお話をいただいて当番組が始まりました。受験生・学生に向けて先生の声を直接伝えるというコンセプトを立て、DJ志望・19歳の女子大生をパーソナリティに起用。彼女と北海道各地の練成会グループの先生たちが、受験生活の送り方などを届けています。練成会グループ・今村塾長からは、「先生たちの活力にもなりますし、生徒たちも非常に喜んでます」とのお言葉。ラジオ局にとっても「宝」であるティーンエイジャー。彼らと密接な学習塾との連携番組は、AIR-G'の若年層リスナー拡大にも繋がっています。

FM北海道 営業本部営業副部長 藤枝 英樹

建退共 青森県支部が働く女子を応援
「ぼーんが行く! 建退共のぐっじょぶ建設」



本番組は、番組内の建設会社「ぐっじょぶ建設」に勤めるゲータラOL・ぼーん(高田千尋・高坂友衣)が建設業界で働く女子に注目しながら、建退共制度の認知度・理解度を調査・報告をしていく設定です。青森県の建設業従事者率は高いものの、賃金は全国平均より低いです。また、従事者の高齢化により業界は女性の雇用を活発化しています。そこで業界のイメージアップと、建退共制度をはじめとした福利厚生制度の周知を目的に本番組がスタートしました。「制度の説明」となれば難しい内容になりがちなので、あえてお笑い芸人のぼーんを起用し、耳障りよく煩雑な説明をしないことに徹しています。さらに、1回のOAで1フレーズだけ耳に残すことに留意しています。

FM青森 営業部副部長 小野 詠右

本テーマにおいては、売上シェアの拡大に向け、地域に根差した放送局の強みを活かし、地元企業、団体、自治体等とリスナーをいかに結び付け、橋渡しするかが非常に大切な要素です。今号では、地域に密着した各社の営業取り組み事例をご紹介します。

CASE 03

@FM (FM AICHI)

CASE 04

FM三重

交通安全啓蒙のための
聴取者参加型ステーション・キャンペーン
「Do! Safety」



当社は1999年の開局30周年を機に、社会貢献活動の一環として、交通安全啓蒙のための聴取者参加型ステーション・キャンペーン「Do! Safety」をスタート。2017年で19年目を迎えます。愛知県は全国では交通死亡事故者数がワースト1に数えられる交通事故多発県となっておりますが、近年は交通死亡事故者数も右肩下がりとなっております。参加のためのエントリー形式は以前は個人のみでしたが、複数申込ができるグループ、ファミリーエントリーを追加し、参加者は右肩上がりとなっております。また、2016年度は協賛企業数も10社と過去最高となりました。愛知県警や愛知県、名古屋市からも高く評価されており、今後とも継続していきます。

@FM(FM AICHI) 常務取締役 岡本 利彦

パン&ワイン・グルメde大人の休日
「第1回レディオキューブオータムフェスタ」



このイベントは、女性におしゃれで楽しい時間を過ごしてもらうことを目的とした野外イベントです。内容は人気のパン屋17店、レストランなど6店、おしゃれ雑貨12店の出店と、世界6ヶ国の輸入車展示、世界の民族音楽のライブイベントでした。直前の新聞折り込みと3時間の生特番、出店者と出演者のSNS発信の効果で、予想を大幅に上回る12000人の来場がありました。結果、パン屋では午前中に売り切れ、レストランでも15時で売り切れ。ワインショップでは100本が売れ、輸入車も新車が売れました。すべての出店者が次回の開催を希望しており、次回は5月に開催します。また、パンとワインへの関心の高さから、グルメ本を4月に発刊します。

FM三重 営業部次長 日比野 英明

FM Festival 2016 未来授業



FM FESTIVALは、2010年度から「未来授業」を開講しています。グローバル化が進む世界の中で変化の本質を見極め、様々な問題を個人の生き方に引き寄せて考えていくために、日本や世界を舞台に第一線で活躍し、時代の礎を築いている「知の先達」達による一夜限りの公開授業を行っています。

01 | 東京会場の模様

AIやIoTの進化が産業構造を大きく変えようとしている2016年。FMフェスティバルの大テーマも、「WORK SHIFT 2016 ~第4次産業革命のハピネスとは?~」と題し、テクノロジーの進化が描き出す“新しい価値”について、東京会場では3人の講師を迎え講義を行いました。

1時限目の講師は、メディアアーティストで筑波大学助教授の落合陽一さん。落合さんが提唱する「デジタルネイチャー」とは、コンピューターが張り巡らされてどこからでもアクセスできるユビキタス社会のその先、「コンピューターがシームレスに溶け込む社会」のこと。例えば、画面の中には確かに存在する(実質としてはある)けれど物質としては触れないものとして音楽を取り上げ、「音楽を買うときはCDかデータか」と会場の学生に質問すると、意見は半分に割れるなど、熱い議論が繰り広げられました。

2時限目は、パラリンピック選手でリオ五輪代表の高桑早生さん。会場にリオ五輪で使った義足を取り出し、義足の選手がオリンピック記録を超える時代における、身体機能を代替する最先端のテクノロジーについて学生と討論しました。

3時限目は、東京大学教授で「ユビキタス」の提唱者である坂村健さん。人工知能が人類の能力を超えない理由のひとつとして、人間のゼロから何かを作り出す可能性の価値に触れ、学生たちに未来へのエールを送りながら講義を終えました。

TOKYO FM
編成制作局編成制作部 増山 麗央



1時限目 落合陽一さん



2時限目 高桑早生さん



3時限目 坂村健さん

02 | 北海道会場の模様

「FM Festival2016 未来授業~明日の日本人たちへ~」が初めて開催された北海道会場は、大いに刺激を受けた公開授業となりました。

講師は登山家・医学博士の三浦豪太さん。数々の登山の話から「冒険」とは挑戦することであり、自分の可能性を広げるために必要なことだと伝えてくれました。また医学博士の立場による、「冒険」が脳の中で生まれる瞬間“理論的小宇宙”の話はとても興味深く、参加者も真剣な表情に。だからこそ「知的好奇心を行動に移し脳を刺激して欲しい」という話には強い説得力がありました。また、人類進化の過程で脳が小さくなっているという研究結果の引用も、参加者の興味を強く惹きつけていました。

FM北海道 編成制作局編成制作部長
千葉 ひろみ



左:三浦豪太さん 右:千葉ひろみ



03 | 大阪会場の模様

大阪会場ではロボット学の権威・大阪大学教授の石黒浩さんをお迎えし、「人間とロボットの境界線—あなたの存在価値はどこにある?—」というテーマで実施。肉体は人間の要件か?心とは何か?自分の存在価値はどこにあると思うか?といった問いかけを切り口として、人間とロボットの境界について考えました。

はじめは様子を見ていた学生たちも、授業が進むにつれてテーマの奥深さに引き込まれて次々と意見が飛び出すようになり、白熱した80分となりました。

FM大阪 クリエイティブ本部事業部
菅原 真央



石黒浩さん



JFN年末年始特別番組
Human Conscious Special

Next Future

～こどもたちの未来へ～

JFN年末年始特別番組「Human Conscious Special Next Future～こどもたちの未来へ～」では、子どもたちが笑顔になれる世界にするために我々大人ができることは何かを、実際に被災地で頑張る若者への取材や、2016年リオ五輪陸上400mリレーで銀メダルを取った山縣亮太選手との対談などを通じて表現しました。

出演者は、「クロノス」のパーソナリティ中西哲生さんとTOKYO FM「Blue Ocean」パーソナリティの住吉美紀さん。中西さんは熊本県阿蘇市に、住吉さんは宮城県南三陸町に赴き、地元の高中生や大学生のインタビューを通じて現地の復興の状況などを伝えました。

年越しライブは、もう子どもではないけれど、まだ大人でもない、若干17歳にして世界の舞台でプロの音楽家として戦う服部百音さんの生演奏(収録)を放送。

また、事前にHPを開設し、子どもたちに伝えたいことを募集。メールでのコミュニケーションも取りながら番組を進行しました(放送前に650通、放送中に300通を超えるメールが番組に届きました)。

「俺たち復興世代が頑張る故郷を守ります」と言うのは南三陸出身の20歳、三浦君。東日本大震災当時中学2年だった三浦君も、もう20歳の大学生。悲惨な体験を乗り越えて成長の糧とし、夢に向かって一直線に進んでいる姿。そこから我々大人が学ぶ部分も多く、子どもの力を感じる2時間となりました。



中西哲生さんと阿蘇市の高校生



住吉美紀さんと南三陸町の高校生



バイオリニスト・服部百音さん

TOKYO FM 編成制作局編成制作部 増山 麗央

JFNCは クラシック専門 インターネットラジオ局 「OTTAVA」での 企画・営業連携を開始

オッターヴァ
OTTAVA
<http://ottava.jp/>

OTTAVA
records

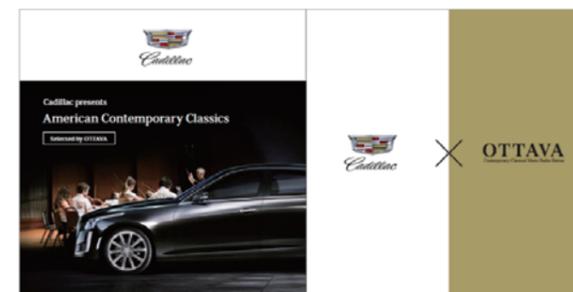
JFNCは、国内唯一のクラシック専門インターネットラジオ局「OTTAVA(オッターヴァ)」への出資について、1月18日の取締役会で決議をいただきました。

OTTAVAは、「生活の中に取り込めるクラシック放送局」を標榜し、日本人の感性に響く幅広いレパートリーを128kbpsの高音質で24時間提供。150万人の登録リスナー、月間20万人のユニークユーザーを擁しています。また、独自のレコードレーベル「OTTAVA records」を設立、さらにはホールやサロンでのハイレゾ収録番組をレギュラー化するなど、次世代の音楽家の育成と、5Gの超高速通信時代の有力サービス化に向かっていきます。JFN各局においても、本業以外の、本業と差別化した上での関連ビジネスとして、中国企画同様にセールスしていただけるよう企画開発を推進しています。

まず、セールス面におけるマージン比率について、当社やJFN各局は有利な条件を確保できる見通しです。企画面では、GWに丸の内で開催される大規模クラシック音楽祭「ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン」へのブース出展と、OTTAVAにおける事前特番、会場ブースからの生中継番組、一連のプロモーション番組等もセットにした企画のセールスをすでに開始。マーチャンダイジングを組み合わせた商品も開発しています。



「Cadillac presents 東京フィル アメリカン クラシックの旅～「パリのアメリカ人」から「スター・ウォーズ」まで～」
2016年6月4日(土) 当日動員人数:1520人(会場キャパ1570人)



また、通常のFM番組同様に週1回10分枠からセールスできる柔軟なメニューを用意。さらに単発のセールスにも対応。30分特番も用意し、内容面やキャスティング権も都度相談により確保できることとなりました。クラシック音楽に造詣の深いクライアントの幹部等をゲストに起用することも可能です。YouTube等も活用し、特番そのものをネット上やクライアントのHP上で一定期間ストリーミング再生することも可能です。よりセールスしやすい体制が整いつつあると言えます。

直近で有望な売り物としては、通販が挙げられます。ブランド価値を大切にしているOTTAVAですが、番組制作ノウハウを持つ当社がセールスし、かつ演出面に関与することを前提に通販スポンサーのセールスも可能となり、早速販売を開始しました。

今後一人歩きさせられるセールス・シートがまとまり次第、JFN各局様をはじめ各方面にご案内させていただく予定です。

ジャパンエフエムネットワーク 常務取締役 小川 聡



「OTTAVA「ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン 2016」スペシャル」
(2016年5月3日～5日公開放送実施)

営業責任者会議 日本ハムの コミュニケーション施策とJFN

■ 私たちはここ3年ほど、「日本ハムはハムソーセージだけでなく、食肉も扱っている」ということをコミュニケーションしております。2年ほど前から、「桜姫」というネーミングでニッポンハムが生産から販売まで一貫管理した国産鶏肉を、地鶏ほど高くなく、一般鶏肉に20~30円だけプラスした価格帯で販売しています。

私たちはまず、「桜姫」のTVCMを関東圏から流しました。認知度が高まり、置いて下さるお客様は増えてきましたが、TVCMのみでは生活者に対するコミュニケーションが年間を通じて継続できない、という課題も見えてきました。

そこでラジオでの展開を検討していた折、TOKYO FMさんから「桑田佳祐のやさしい夜遊び」のスポンサーをご提案いただきました。私自身サザンオールスターズのファンとしてコンサートで幅広い年代のファン層を実感し、桑田さんの番組の目的聴取が多いことが会社のブランド戦略と合致したため、まず1年間取り組ませていただくことになりました。番組にはリスナーから「番組で話されている『桜姫』、どこで買えますか?」や「『桜姫』、よく買ってます」といった声が多く寄せられ、お客様様の売場をも変えていただく原動力の一助となっています。

さらに、JFNのネットワークは全国で同時に水平展開できるという点も本当に心に響きました。現在各局の皆様にご協力いただき、全国の営業所にいる女性営業職「フードアドバイザー」と、キャンペーン告知などをさせていただいております。

TVには大きなインパクトがありますが、地元に着したFMラジオ番組で取り上げていただいたことで、JFN各局のお力をひしひしと感じております。来年は、国産豚肉「麦小町」も販促していく予定です。さらに、各局の皆様といろいろなことができたありがたいと思っていますので、その上で皆様からもご提案をいただければと考えております。

2016年11月30日講演

講師：梅村享司氏

日本ハム株式会社 食肉事業本部 フード・物流事業部
事業管理室 食肉マーケティング課 マネージャー



Q&A

Q バブリシティなどで協力させていただいたり、事業に協賛をいただいたりしたい場合、どちらにご相談をさせていただければよろしいですか。

A TOKYO FMさんを通じて私の方にお話をいただければと思います。各地でタイアップできる量販店様を紹介するなど、営業部と私も一緒に取り組んでいきたいと思っています。

Q 各営業所の広報活動の予算措置について、日本ハム株式会社の本社一括で決められているのですか。

A 本社一括で全体予算を立てており、加えて各営業所で決める部分もあります。

技術責任者会議

IP音声伝送ソフトウェアの開発

■ 近年、SkypeやLINE電話など、IPを利用した音声伝送が広くおこなわれるようになってきました。ラジオ放送においても、これらを活用した中継・入り中の事例はありますが、音声や安定性の問題など、放送で活用するにあたってはまだ足りない部分もあります。そこで今回は、独自にIP音声伝送ソフトウェアを開発することにしました。今回の開発では、①放送に耐えられる音質でステレオ音声を伝送可能なこと、②IP回線として、スマートフォンで使用されるのと同じ4G/LTEやWi-Fiを使用して音声伝送ができることを目標に開発をおこないました。

開発にあたって最も苦労したのは、4G/LTEやWi-Fiなどのインターネット回線を使用することによって起こる特有の問題を、どう解決するかということでした。インターネット回線では、放送で使用される中継回線(ISDN回線)などとは違い、データの損失やデータの到着時間のばらつきがどうしても起こってしまいます。データの損失や到着のばらつきが起こると、音声はとぎれとぎれになり、放送に耐えられない音になってしまいます。これをできるだけ克服するために、独自のデータ回復処理をおこなっています。

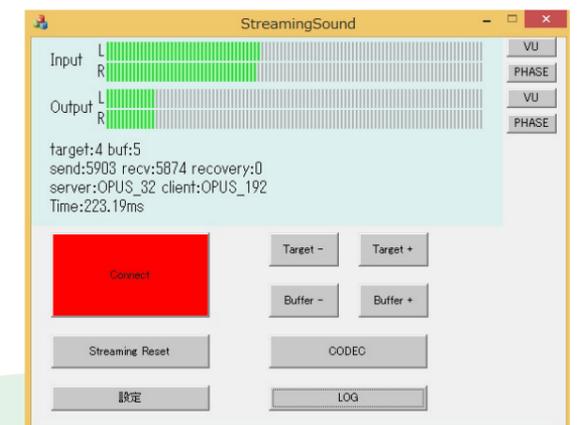
このソフトウェアは実際に、リオデジャネイロオリンピックの現地からの入り中や、TOKYO FMのワイド番組の入り中などで使用しています。今後も実際の運用を通じて、さらに機能改善をおこなっていきたくと思っています。

2016年11月16日講演

講師：秋山拓也氏

TOKYO FM 技術部

左/通常の中継に使用している機材
右/IP音声伝送システム・機材例



IP音声伝送ソフトウェア・操作画面

JFN AWARD

2016年もJFN38局の番組・CM作品が様々な賞を受賞しました。

第71回文化庁芸術祭賞 ラジオ部門 優秀賞

TOKYO FM 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」



左/ロバート キャンベル 右/井上陽水



三上博史

シンガーソングライター・井上陽水。彼の紡ぎ出す「歌詞」は常に議論的になってきましたが、陽水は決してそれについて説明をしようとはしませんでした。

そこに日本語学者のロバート キャンベルが切り込みます。彼は生死にかかわる病気で数か月の入院を余儀なくされていましたが、病床で向き合った陽水の歌詞の英訳を試みました。翻訳作業の中、彼は陽水の代表曲「最後のニュース」の歌詞を英訳する仕事を請け負い、分かりえない「曖昧な」歌詞世界が、英語というフィルターを通すことで現出することに気づきます。

そこで陽水に歌詞についての討論を呼びかけ、陽水が受け立つ形でこの番組が実現。歌詞の「主体」はどこなのか、出来事は「いつ」なのか。あえて意味を探しに「言の葉の海」に漕ぎ出して、その歌詞世界が今もなおリアルティを持っていることを感じます。

番組では井上陽水の歌詞を俳優の三上博史が朗読。ラジオならではの「解釈」についても広くリスナーに訴えかけました。

放送日時
2016年11月23日(水) 19:00 ~ 20:47 (完パケ番組)

出演者
井上陽水、ロバート キャンベル ストーリーテラー：三上博史

◆受賞のコメント

陽水さんの歌詞の世界にどっぷりと漬かり、キャンベル船長と共に「言の葉の海」に漂う至極の数か月を過ごさせていただきました。

数回に分けて行った収録の最中に、同じく曖昧な歌詞で井上陽水に大きな影響を与えてきた歌手、ポップ・ディランのノーベル文学賞受賞の報がありました。世界もまた、この文学的で、聞き手の想像力を試すような曖昧な歌詞が、白黒つけたがる今の時代に必要であると言っているような気がします。

TOKYO FM
編成制作局編成制作部 増山 麗央

◆2016年日本民間放送連盟賞 番組部門

ラジオ教養番組

優秀 FM鹿児島
「otto & orabu ポンピドウ!」
第12回日本放送文化大賞 九州・沖縄地区 最優秀賞



ラジオエンターテインメント番組

優秀 TOKYO FM
「JAPANESE POPS REFRAIN 1945-2015
～作詞家・松本隆の45年～」



優秀 FM福井
「ベッドの上のカメラマン」



ラジオ生ワイド番組

優秀 広島FM
「大窪シゲキの9ジラジ」



優秀 FM熊本
「FMK RADIO BUSTERS」



◆第53回ギャラクシー賞

選奨	TOKYO FM 「SCHOOL OF LOCK!」	奨励賞	FM鹿児島 「元とせの奄美唄紀行～戦後70年、島唄は今～」
選奨	FM仙台・TOKYO FM共同制作 「ライターをつぶやき～河北新報の5年～」	奨励賞	TOKYO FM 戦後70年特別番組 「ポップコーン・オン・ザ・ギンザ 1945-1952」

◆2016年日本民間放送連盟賞 CM部門

第1種(20秒以内)

優秀	TOKYO FM 有明興業 企業/おききぐるしいCM/20秒	優秀	FM熊本 味千拉麺 ラーメン/それもまた/20秒
----	--------------------------------	----	--------------------------

第2種(21秒以上)

優秀	FM北海道 北海道索道協会 LOVE SNOW HOKKAIDOキャンペーン/LOVE SNOW HOKKAIDO「雪の音」篇/50秒
優秀	@FM(FM AICHI) 公共キャンペーン・スポット/@FM 防災キャンペーン To Keep Life「祝辞」篇/60秒
優秀	FM沖縄 東京海上日動火災保険 企業/再挑戦/40秒

◆ACC CM FESTIVAL

ACCシルバー	ファイナリスト
FM群馬 特殊詐欺対策キャンペーン/「実験」篇 下村さんバージョン改訂/60秒	TOKYO FM 鹿島建設 企業/橋渡し/80秒 TOKYO FM アース製薬 モンダミン/寒い夜/40秒 TOKYO FM 楽天 楽天トラベル/ある金曜日/100秒
地域ファイナリスト	
FM北海道 北海道索道協会 LOVE SNOW HOKKAIDOキャンペーン/LOVE SNOW HOKKAIDO「雪の音」篇/50秒	
FM群馬 特殊詐欺対策キャンペーン/下村さんバージョン改訂・戸谷さんバージョン改訂・おおみさんバージョン改訂/60秒・60秒・90秒	
@FM(FM AICHI) @FM 防災キャンペーン To Keep Life/泥棒/20秒	
FM愛媛 媛彦温泉 たかのこの湯/すべすべ/20秒	