

<株式会社エフエム東京 第 494 回放送番組審議会>

1. 開催年月日：令和 4 年 12 月 6 日（火）
2. 開催場所：エフエム東京 11 階大会議室／リモート併用開催
3. 委員の出席：委員総数 6 名（社外 6 名 社内 0 名）

◇出席委員（6 名）

ロバート キャンベル 委員長	秋 元 康 委員
川上 未映子 委員	佐々木 俊尚 委員
松田 紀子 委員	山口 真由 委員

◇欠席委員（0 名）

◇社側出席者（8 名）

唐 島 代表取締役会長
黒 坂 代表取締役社長
小 川 取締役
内 藤 執行役員編成制作局長
延 江 編成制作局ゼネラルプロデューサー
宮 野 編成制作局次長 兼 編成部長
若 杉 編成制作局制作部長

◇社側欠席者（0 名）

【事務担当 内藤放送番組審議会事務局長】

4. 議題：CM 試聴（約 10 分）

2022 年に TOKYO FM が制作した CM を試聴

≪議事内容≫

議題 1:最近の活動について

■2022 年 10 月度聴取率調査結果について

2022 年 10 月度の首都圏ラジオ合同聴取率調査結果を報告します（調査期間：2022 年 10 月 17 日～23 日）。今回も 6:00～24:00 の週平均におきまして、TOKYO FM はコアターゲット【男女 18～49 才】区分、また【男女 12～59 才】、個人全体【男女 12～69 才】の区分において、在京首位（同率を含む）を獲得することができました。

- ◎【男女 18～49 才】首位 (※単独)
- ◎【男女 12～59 才】首位 (※J-WAVE、LF と同率)
- ◎【男女 12～69 才】首位 (※LF と同率)

同率首位も含まれますが、当社コアターゲット【男女 18～49 才】と【男女 12～59 才】区分は 5 期連続での首位を継続。さらに個人全体区分の【男女 12～69 才】では 4 期連続の首位となりました。

各年代区分では上記のほか、【M1F1（男女 20-34 才）】、【M2F2（男女 35-49 才）】、【男女 20 代】、【男女 30 代】、【男女 40 代】でも首位を獲得することができ、幅広い世代からの支持を得ることができました。

平日の朝ワイド番組「ONE MORNING」（月～金曜日 6:00～9:00）が【男女 18～49 才】区分で在京単独首位を獲得する好スコアを獲得し、朝の聴取立ち上がりがそのまま継続聴取につながり、続く各ワイド番組も各世代で在京トップを獲得する良い流れをつくることができました。特に夕方ワイド番組「Skyrocket Company」（月～木曜日 17:00～19:52）は、男性層で 20 代から 50 代までの各世代で在京単独トップを獲得するなど幅広く支持を得ました。

今後も主要ターゲット区分での在京トップ維持を目指すとともに、編成制作面では引き続き興味をひく話題関心事の取り上げ、リスナーに発見のある選曲検証等を重ね、更なる聴取率の向上を目指して参ります。

■「エフエム東京 放送番組基準」の一部変更について

11 月の番組審議会に説明したエフエム東京 放送基準の変更についての諮問・答申を行い、委員に承諾を得ました。

議題 2 : CM 試聴 (約 10 分)

2022 年に TOKYO FM が制作した CM を試聴

CM① 明治薬科大学 「三毛猫」篇 40 秒
＜日本民間放送連盟賞 CM 部門 第二種 最優秀賞受賞＞

CM② 國學院大學 「若者言葉」篇 20 秒
＜JFN ラジオ CM コンクール「ラジオにのせて学校アピール」最優秀賞受賞＞

CM③ 日機装 エアロピュア「汚い言葉」篇 20 秒
＜日本民間放送連盟賞 CM 部門 第一種 優秀賞受賞＞

CM④ TOKYO FM 局報 耳の日「検査」篇 30 秒
＜日本民間放送連盟賞 CM 部門 第二種 優秀賞受賞＞

CM⑤ TOKYO FM セールス局報「忘れられない言葉」シリーズから
「女友達 (麦茶)」篇 20 秒
＜日本民間放送連盟賞 CM 部門 第一種 優秀賞受賞＞
＜CCN コピーライターズクラブ名古屋賞 2022 ラジオ部門＞

CM⑥ 聖教新聞「ただいま」篇 20 秒

CM⑦、⑧ 島根県 ドラマ CM シリーズから
「島の汽笛」篇 前 CM 60 秒 「島の汽笛」篇 後 CM 103 秒
(人口減少が止まらない島根県で、2 拠点生活、リモート勤務が社会的に進む現在、U ターンを真剣に考えてほしい、そんな思いから FM 山陰が制作したラジオドラマ「HEARTFUL DAYS～しまねに暮らす誰かのホンネのお話」。このドラマの前と後で流す CM を TOKYO FM が制作しました。)

【委員の意見および社側説明】

（「○」委員意見／「■」社側意見）

○どの CM もテンポがよく、それぞれに印象に残るポイントがあった。学生が作った CM もあったようだが、今は YouTube や TikTok を使えば思いついたものはすぐに形にできる時代だが、こうやって SNS 以外の場に出る作品が出ていくことは刺激になったのではないか。

○CM を聴いていて、改めて、時代が変わり、人の価値観が変わっていく中で、いろんなアップデートがされて CM の世界観にもそれがよく表れていると感じた。例えば、島根県の CM は、少し前までは東京に出た若者が地元に戻ってくるということは、夢を諦めたとか、東京で通用しなかったから、とかそういうネガティブな意味を含んでいた。しかし今は、地方創生や、リモートワークの浸透、働き方や都市に対する考え方も変化しているのが CM から伝わってくる。加えて、登場する父親像も、昭和のそれとはずいぶん違う。多様性、という言葉を想起した。どれも素晴らしかった。

○聖教新聞の CM や島根県の CM は聴いていると情景が浮かんでくる。頭の中にそれぞれ風景を思い浮かべる人が多いと思う。その一方でエアロピュアの CM は全く映像のイメージがわからず、音だけで面白かった。話は逸れるが、以前にある学者が、視覚障がい者はどのように世界を理解しているかを研究していて、富士山をイメージした時に目が見える人は山の形、三角形をイメージする。平面、二次元。それに対して視覚障がい者は手を使って感じているので、三角錐をイメージすると、で、実際にどちらが富士山に近いものをイメージしているのは三角錐をイメージした視覚障がい者の方で。ラジオは、音だけのメディアなので、テレビや映像コンテンツからは1つマイナスのコンテンツという捉え方もあって、音で聴くとつい頭の中で映像を補完して作り上げてしまう。しかし、エアロピュアの CM のように、音だけで純粋に面白いものを聴くと、ラジオにはまだまだ可能性があるということを感じる。

○エアロピュアの CM は納得度が高い。ユーモアたっぷりで、誰が聞いても分かり、誰が聞いても笑える。聖教新聞の CM も、「麦茶薄いね」という誰もが感じたことがある貧富の差、友達から言われてショックだったことみたいなものがよく表現されていて、思わず自身のことを思い出してしまった。聴いている人の8割9割思い当たるような共通項・共感性を上手く掬い上げていて感心した。

○ラジオ CM は「音だけ」という不自由さがある分、作り手に工夫のしがいがある

あると感じた。

○島根県の CM は TOKYO FM が制作したということだが、放送エリアが気になった。U ターンして欲しければ、島根県で放送している番組ではなく、首都圏で流さなければ意味がないように思う。

■もともと、移住や U ターンについては、島根県は何年も前から取り組んできた。過疎という言葉は島根から生まれたほどに、課題意識は早くからあった。取り組んだ結果によって、I ターンする人たちも一定数は増えたが、ここで何が問題かという、島根に住んでいる親世代が自分の子どもたちに「どんどん都会に出なさい」と言ってしまうこと。島根県には何もないから、仕事もないから、どんどん都会で活躍しなさいと。そもそもそういうマインドが問題なのではないかと。島根に暮らす親世代に聴かせたい想いも込めて、この CM は島根県で流している。

○今回試聴した CM はイメージ CM が多かった。商品を訴求する CM はあまりないのか。

■商品そのまの表現で認知拡大させたいというよりは、工夫を凝らしたいという企業が増えていることは確かにある。あとは、今回は、各種賞にて受賞した作品を中心にお聴きいただいたが、やはり CM を作品と捉えて、賞に応募したりする際はどうしても、商品訴求の CM より企業広告の方が、アイデアを凝らして工夫しやすいということはある。

○どれもレベルが高く、クオリティが高いと感じたが、何かに突き抜けたものがないと感じた。どういう意味かという、学生たちが CM を作るならもっと下手でもいいと思う。今あるラジオ CM のフォーマットに入れ込んで、それっぽいうまい CM でなくても良いので、プロが聴いた時に「これは私たちには作れない」と思うようなものがあったら面白いのではと思った。CM のクオリティが高いのは確か。TOKYO FM の CM ルームは相当力があると思う。それをもっと活かしたらいいのではと思う。ラジオドラマなど楽勝で作れるのではないか。TOKYO FM の CM ルーム発の特別番組が名物企画として出てくるのを期待している。

■CM ルームと制作チームが連動するという発想はこれまでになかった。検討していきたい。

<第 494 回放送番組審議会議事録>

6.議事内容を以下の方法で公表した。

① 放送:番組「ドライバーズインフォ」

12月31日(土) 5:55~6:00 放送

② 書面:TOKYO FM サービスセンターに据え置き

③ インターネット:TOKYO FM ホームページ内 <https://www.tfm.co.jp/>