

<株式会社エフエム東京 第 463 回放送番組審議会>

1. 開催年月日：令和元年 11 月 12 日（火）
2. 開催場所：エフエム東京 本社 10 階 大会議室
3. 委員の出席：委員総数 6 名（社外 6 名 社内 0 名）

◇出席委員（5 名）

横 森 美 奈 子 委員長  
内 館 牧 子 委員                      秋 元 康 委員  
ロバート キャンベル 委員              川 上 未 映 子 委員

◇欠席委員（1 名）

渡 辺 貞 夫 委員

◇社側出席者（8 名）

黒 坂 代表取締役社長  
西 川 取締役副社長  
小 川 常務取締役  
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  
高 橋 番組プロデューサー

◇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：番組試聴（約 25 分）  
『NISSAN あ、安部礼司』 TOKYO FM/JFN 全国 38 局ネット  
10 月 27 日(日)17:00～17:55 公開生放送

＜議事内容＞

議題 1:最近の活動について

■2019 年 10 月度 聴取率調査結果について

2019 年 10 月度の首都圏ラジオ合同聴取率調査結果が、ビデオリサーチより発表されました。（調査対象期間：2019 年 10 月 7 日～10 月 13 日）

当社コアターゲット M1F1 層（男女 20～34 歳）の全日平均において、今回は前回 8 月度からスコアが下降し、順位では在京第 3 位となりました。また今回は 20 代や 30 代といった年齢区分・男女区分においてもトップを獲得できておらず、編成制作面で大きな課題を残す結果となりました。

継続的課題である聴取分数の拡大ができておらず、内容・選曲面のみならず、長く聴取してもらえるようリスナー心理に寄り添った演出が結果的にできていなかったことも反省材料となります。さらに今回は平日・土日ともにスコアが低迷する結果となっています。

この現状を踏まえ、全番組・ゾーンの想定聴取者層の再設定、並びにそのターゲットに向けた象徴企画開発と選曲方針の抜本的な見直しを図り、次回 12 月度調査に向けて早急に対策を講じてまいります。

■『FM Festival 未来授業 2019～明日の日本人たちへ～』開催

TOKYO FM をはじめとする JFN38 局では、2010 年から、未来を担っていく大学生たちにエールを送る企画『FM Festival 2019 未来授業～明日の日本人たちへ～』を開催しています。人類が初めて月面に足跡を刻んだ瞬間から 50 年となる今年は、非常に困難ながら、実現すれば世界が変わるような壮大な挑戦＝「令和時代のムーンショット」をテーマに、知のフロントランナーの対談形式で 5 つのセッションを実施し、その模様を 11 月 4 日（月・休）に TOKYO FM をはじめとする JFN38 局で 16 時～19 時までの 3 時間の特別番組として放送しました。

【セッション 1】

10 月 3 日（木） 場所：TECH PLAY SHIBUYA

出演：山中伸弥（京都大学 iPS 細胞研究所所長）×川上未映子（芥川賞作家）

テーマ：「〈いのち〉は一体だれのもの？」

ヒト iPS 細胞の作製に世界で初めて成功した生命科学のトップランナー・山中伸弥氏と、最新作の長編小説『夏物語』にて AID（第三者精子提供）を扱った川上未映子氏が、「iPS 細胞で精子や卵子を作り、それを受精させて子供を作るこ

とは良いのでしょうか？」という質問を学生に投げかけ、参加した学生たちからは賛否の熱い意見が挙がり、熱い議論が交わされました。

**【セッション 2】**

10月3日（木） 場所：TECH PLAY SHIBUYA

出演：舟津圭三（探検家）×石川直樹（写真家）

テーマ：「地球がおしえてくれること」

犬ぞりの南極大陸横断国際隊に参加し、その後も数々の犬ぞりレースに参加している探検家の舟津圭三と、あらゆる場所を旅しながら、作品を発表し続けている写真家の石川直樹が、地球上を旅していて実際に見てきた環境問題を紹介し、地球で生きることにについて学生たちと考えました。

**【セッション 3】**

10月5日（土） 場所：大阪大学コンベンションセンター

出演：加藤一二三（元プロ将棋棋士）×水上颯（東大王）、須貝駿貴（QuizKnock）

テーマ：「ぼくたちはAIなんかにとって代わられない」

プロ棋士の加藤一二三（かとう・ひふみ）氏と、人気のテレビ番組『東大王』で東大王チームの大将をつとめる東京大学大学院生の水上颯（みずかみ・そう）氏、若者に人気の Youtube チャンネル『QuizKnock』の須貝駿貴（すがい・しゅんき）氏が、AI時代に、AIに変わられない人の役割・仕事について学生たちと議論をしました。

**【セッション 4】**

10月25日（土） 場所：TOKYO FM スタジオイリス

出演：藤島皓介（宇宙生物学研究者）×茂木健一郎（脳科学者）

テーマ：「人類はなぜ宇宙を目指すのか？」

NASA 研究員などを経て、東京工業大学地球生命研究所で特任准教授をつとめる藤島皓介氏と、脳科学者の茂木健一郎氏が、人類だけが突出して持っている欲求・意識や、今後の地球について宇宙という視点から、学生たちと一緒に考えました。

**【セッション 5】 ※生放送**

11月4日（月・休） 場所：TOKYO FM スタジオイリス

出演：上野千鶴子（社会学者）×ゆうこす（モテクリエイター）

テーマ：「女子力って必要ですか？モテるって必要ですか？」

未来授業初の生放送形式の講義。ジェンダー・女性学を中心とする社会学者・上野千鶴子とモテクリエイター・ゆうこすが、参加した学生からの質問も交えながら、「女性学を学ぶことについて」「モテるとは？」などについて生放送ならではの白熱した議論を展開しました。

<第 463 回放送番組審議会議事録>



▲山中伸弥氏×川上未映子氏のセッション



▲舟津圭三氏×石川直樹氏のセッション



▲加藤一二三氏×東大王・Quizknock のセッション



▲藤島皓介氏×茂木健一郎氏のセッション



▲上野千鶴子氏×ゆうこすのセッション

【委員の意見および社側説明】

(「○」委員意見／「■」社側意見)

■聴取率調査の補足をすると、これまで弊社は 20 年近く M1F1 層をターゲットとしてきた。その層の聴取者数が減少している現状において、改編を行っていく中で、ターゲットの見直しをしているところ。M1F1 に合理性があるのか、広告業界では意味があるのか、再考したいと考えている。人口動態も考えながら、実年齢と精神年齢が必ずしも一致しない時代になっている。これまでのステレオタイプの考え方を捨てて、来年の改編に臨んでいきたい。今回、数字が低かった原因のひとつに、TOKYO FM の顔が見えにくくなっているということがあると思う。どういう個性の放送局なのかが希薄になっている。その象徴が、土日の番組編成。30 分、60 分おきに、スポンサー都合で、全く違う番組が段積みになっている。来年の 4 月には、日曜日には日本の一級のアーティストによる番組編成、土曜日はクリエイターやプロデューサーによる番組編成を行い、個性の見える局となるよう準備を進めている。

■さらに補足の説明となるが、昨年 4 月より提供していたサービス「WIZ RADIO」を近く終了する。これは、収益を見込んでいたオーディオアドの市場や海外の事業者との契約が当初の見通しと実態を大きく欠くものであることが分かりこのような判断とした。今後は radiko と緊密な関係を保って、インターネット聴取の促進を行っていく予定。

■その一方で今後は、インターネット事業には力を入れていきたいと考えている。アメリカでは「ラジオ業界」という言葉はすでに使用されず「オーディオ業界」と呼ばれているとのこと。地上波放送と、ポッドキャストをはじめとするオンデマンドコンテンツ、そしてストリーミングをセットでラジオ局が運営している。特にオンデマンドコンテンツの部分の広告収入が伸びている。アメリカと日本が同じ状況ではないのだが、今後はオンデマンドコンテンツのプラットフォームづくり、また、放送番組を核としたスピンオフコンテンツの拡充に力を入れていきたいと考えている。すでに JFN では始めているので、今後は TOKYO FM と JFN ネットワークとで作り上げていく。

○業界全体の方向性・傾向を把握するのは大切だと思う。

○アメリカは専門チャンネルをはじめとするラジオ局が数多あって、自分の好みのチャンネルを選択できるというのはもともとオンデマンドコンテンツに近い気がする。

■（アメリカにおける）広告出稿の面では、まだ地上波の方が多いが、減少傾向にある。ポッドキャストが伸ばしているのが差し引きという見方になってくる。

○放送と同じように出版業界にしても、定額制動画サービスと可処分時間の奪い合いが起きている。そして、その多くの時間を動画サービスが占めるようになっている。一定の金額を払い、いくらでも見放題というシステムに、魅力的な動画がたくさんあって、ひとつのコンテンツを視聴すると、別のコンテンツが Recommend されるようになっている。先ほど、M1F1 としていたターゲットの見直しの説明があったが、定額制動画サービスの代表がインタビューで、Recommend する際のデータに年齢と性別を入れないと言っていた。あくまで「個」としての行動パターンを取り入れているという。これまでだったら「F1 にはこのコンテンツ」というターゲティングだったが変わってきている。時代小説が読みたい 10 代がいるかもしれないし、少女漫画が好きな 60 代男性もいるかもしれない。個性を見つける、ということが大切になってくる。

○土曜日がクリエイター、日曜日がアーティスト、というジャンルありきの編成は少し心配。あくまで「そのコンテンツがおもしろい」というのが大切。また、今の時代は世界観を持った人が求められている。アーティストはあくまでアーティスト。どこまで世界観を持った人を起用できるかだと思う。他局では作り手側の人間を抜擢して大成功した例もある。有名人だけを起用しなくても、世の中にはまだまだ面白い人がいる。

■まだまだ面白い人はたくさんいるのに、それを発掘する力があるかは課題である。ビッグネームによる番組を大切にしつつ、人材の発掘力を高めていきたいと考える。

○スピンオフコンテンツの拡充という説明があったが、コンテンツを抱えるのか、自分たちだけのサービスに使用するのか、他のプラットフォームに積極的に販売していくプロダクショナルな動きをするのか。また、属性ではなく実績・選択の履歴からターゲティングしていくことは、顔が見えにくくなっているという中で、地上波を抱えるラジオ局が、クライアントへどのように説明し、どのようにシステムを構築していくのか。

■クライアントへの説明という点では、クライアントによってケースバイケース。年代別マーケティングをしている企業もあれば、趣味嗜好を採用している場合もある。M1F1 の数字が落ちてもネガティブな反応はなかった。また、局とし

<第 463 回放送番組審議会議事録>

て抱えていこうという訳ではなく、**radiko** をはじめとする様々なプラットフォームと接続していく予定。オンデマンドコンテンツについては、先々には、コンテンツに接した履歴によって、リスナーの趣味嗜好を抽出して、そのリスナーへ提案したいコンテンツが毎朝届くようにしたいと思っている。

■たくさんのヒントを頂いた。参考にしていきたい。

## 議題 2 : 番組試聴

### 【番組名】

『NISSAN あ、安部礼司』公開生放送ダイジェスト

### 【放送日時】

2019年10月27日（日）17:00～17:55 TOKYO FM/JFN全国38局ネット

### 【番組概要】

本日ご視聴いただくのは、毎週日曜日の夕方17時から放送している『NISSAN あ、安部礼司』、10月27日（日）放送のダイジェストです。

この番組は、主人公である“ごく平均的なサラリーマン「安部礼司」”が、社会の荒波に揉まれながら成長していく日常の一場面を、今の30～40代がツボだと感じる1980年代を中心とした選曲とともに描くコメディラジオドラマです。2006年4月にスタートし、今年で14年目を迎えています。毎年開催している恒例の番組イベント（横浜・日産本社ギャラリー）では、全国から毎回のべ2万～3万人のリスナーが来場しています。

本日ご視聴いただく10月27日（日）の放送は、番組の物語の舞台となっている街・神保町で初の公開生放送を行った回です。神保町を舞台に14年放送してきた事で、ストーリーに出てくる神保町のスポットをリスナーが訪れたり、リスナー同士の“オフ会”が神保町で開催されるなど、番組が結果的に地域活性にも繋がっています。そのような背景の元、今回は、神保町古書店協会の協力により公開放送が実現しました。ストーリーの中にも、喫茶店やカレー屋、当日開催されていた「神田古本まつり」など神保町に実際にある固有名詞が多く登場しています。会場となった共立講堂には抽選で選ばれたおよそ1,700人のリスナーが来場。番組では「あなたの好きな神保町」というテーマでメッセージを募集し、全国各地のリスナーから神保町での思い出エピソードが披露されるなど、神保町の街とチーム安部礼司、そして会場と全国のリスナーが一つになったメモリアルな放送となりました。



▲生ラジオドラマ



▲集合写真



**【委員の意見および社側説明】**

(「○」委員意見／「■」社側意見)

○聴いていて全く分からなかったのがとても良かった。と、いうのは、コンテンツとして濃く、きちんと番組としての村社会ができているということ。もっと分からなくても良かったかもしれない。今、強いコンテンツのほとんどは、一見では全く分からない。地下アイドルなどにも通じる。専門性というか、そのようなコンテンツの濃さを感じた。普段から聴いていない番組なので、何が面白いのかは全く分からなかったが、通常のラジオ番組で神保町を取り上げたら、それは神保町の紹介になるのだから、「安部礼司」の世界観で取り上げる聖地としての神保町は全く違う。

○生放送にすると偶然聴いてしまった人が楽しめるような構成になるので、生放送で広く伝えずに、ここに来た人だけが楽しめるもっとマニアックで閉鎖的な企画でも良かったかもしれない。そうすればコンテンツとしてもっと強くなると思う。ヒットした映画「翔んで埼玉」も良い例だが、閉鎖的なものの方がヒットしている。その意味では「安部礼司」は成功例だと思う。

○私はよく聴いている番組だが、基本はながら聴取だったので、じっくり聴くのは初めてだった。すこし騒々しく聴こえた。騒々しく大きな声で話す方が、明るく元気な感じがして盛り上がるのかもしれないが、ながら聴取ではなくじっくり聴いてみると、すこし気になった。もちろん全部を静かに、という訳ではないが、全体を通して騒々しいのではなく、ポイントポイントの抑揚が大切だと思う。

○よく聴いている人は面白いんだろうと思う。閉ざされた感じがした。神保町の街中の中継と共立講堂での放送があったが、どちらかひとつにしたほうが聴きやすかったかもしれない。中継を入れた喫茶店にはもっと個性があるのに伝わっていなかったし、街中にもいろいろある。せつかく神保町から放送したのに安部礼司の世界観が喰ってしまった。それは悪いことではないが、街のリアリティを感じなかった。講堂からの放送は、目の前の人に届けようとして、どうしても声やトーンが張ってしまって聴きにくさもあった。

○これまでとこれからの番組作りで、とても象徴的な気がした。一見さんを追い返すほどの村の強度を上げていく方向性や濃さと、会場に 1700 人も集める集客力。出版の世界でも、本を売るだけでなく、リーディングなどの体験もセットにして、両輪を回している。1700 人というのは少なくない数だと思う。ファンミーティングというか、ラジオファンの不思議なコミュニティができていると感

じた。

○今はただの素人が配信して、それに対して視聴者が投げ銭システムでお金を払って、月に 200 万も稼ぐ人がいると聞く。そこで配信しているのは本当にただの素人で、話が特段面白いわけでもない。その素人たちのリアルイベントにたくさんの方が集まる。それに比べたらこのコンテンツはプロフェッショナル。ファンコミュニティと聞いて咄嗟に思い出したが、人々が何に時間を使うのか、とても考えさせられた。

○この番組はいい意味で、ベタで安定路線。TOKYO FM として変革の時期であるこのタイミングでなぜ視聴番組に選定したのか疑問に思えた。安定していて突っ込みどころがない。せっかく変革の時期なのであれば、海のものとも山のものとも分からないけれどやってみたものや、実験的な番組を取り上げて頂いた方が前向きな意見・否定的な意見含め、審議が活きてくるのではないかと感じた。

■今進めているものもあるので、今後は実験的なものもご視聴いただきたい。

○10 年も続いている秘訣はあるのか。

■番組開始当初は、番組ではターゲット世代の今ツボ曲と定義しているが、当時の 20 代 30 代が青春を過ごした 80 年代の曲をたくさんかける番組はそんなになかったなのでその辺が刺さっていた。年数を重ねるごとに、ラジオドラマの主人公もリスナーとともに歳を重ねて、結婚や仕事など、同じような悩みを抱えていくことが共感へと繋がったのだと思う。13 年目を迎えたところで、村社会的な在り方はどうかとリニューアルの議論があった。

○村社会は村社会でずっと続けていくと、流行った時に入りたい人がたくさんでてくるから続けていいと思う。

■今後の参考にしていきたい。

6.議事内容を以下の方法で公表した。

① 放送:番組「Ready Saturday Go」

11月30日(土) 6:00~6:40 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/>