

## 第635回

# 九州朝日放送番組審議会議事録

—— 2021年7月度 ——

◇ 開催日

2021年7月19日(月)

◇ 議題

<ラジオ番組>

「アサデス。ラジオ（ランチ）」

※福岡のスーパー ルミエール 大特集

放送日時：5月21日(金) 9：00～12：45

今回は「新型コロナウイルス」感染防止（三密回避）の観点から、十分にソーシャル・ディスタンスを確保するため通常より広い会議室にて開催した。

九州朝日放送株式会社

## 第635回 番組審議会議事録

1. 開催年月日 2021年7月19日(月)午後3時25分～4時45分
2. 開催場所 九州朝日放送 本社7階A会議室  
今回は「新型コロナウイルス」感染防止（三密回避）の観点から、十分にソーシャル・ディスタンスを確保するため通常より広い会議室にて開催した。

### 3. 委員の出席

委員総数 8名

出席委員数 8名

委員長	戸田 康一郎
副委員長	赤木 由美
委員	石橋 和幸
委員	藤村 まこと
委員	丸石 伸一
委員	中山 裕二
委員	石井 靖子
委員	守田 有理子

欠席委員数 0名

### 放送事業者側出席者名

代表取締役社長	和氣 靖
執行役員	岩村 智
報道情報局長	柴田 高宏
総合編成局長	大保 一
総合編成局 総合編成部 ラジオ担当部長	原 由美子
ケービーシーメディア プロデューサー兼ディレクター	米 寄 竜 司
番組審議会事務局長兼視聴者・広報室長	園田 哲也
番組審議会事務局（視聴者・広報室）	松永 俊郎

#### 4. 議題

(1) ラジオ番組

「アサデス。ラジオ (ブランチ)」※福岡のスーパー ルミエール 大特集について  
放送日時：5月21日(金)9:00~12:45

(2) 7月・8月 ラジオ・テレビ番組編成状況の報告

(3) 6月 視聴者・聴取者応答状況の報告

(4) その他

#### 5. 議事の概要

委員の意見 (概要)

委員からは、

- 長時間の特集番組だったが、「ルミエール」を知らずとも楽しく聴くことができた。リスナーとの距離の近さがラジオの魅力の一つ。スーパーはとても身近な存在であり、生活感あふれる情報をたっぷりと時間を割いて伝える場面はラジオ「らしさ」を感じた。
- 店内の実況やりポートは、(テレビと異なり)映像がないことが逆に聴く側の想像力をかき立て、臨場感が伝わった。テレビだと逆に面白さが十分に伝わらないと思える場面もあった。ラジオならではの面白さを再発見できた。
- ラジオネーム・ピコソルジャーさんとリポーターがお弁当売り場の実況をする場面は、聴いていて本当に微笑ましく楽しかった。耳だけの情報でも状況がすぐリアルにイメージできた。バカバカしく感じられなくもないが、ラジオならではのちょっと緩くて、クスリと笑える二人のやり取りはとても分かりやすく聞き取りやすかった。
- リスナーであるピコソルジャーさんが番組に登場するという仕組みは、他のリスナーをも喜ばせたのではないか。コアな番組ファンがさらに増えるきっかけになったのではないか。ピコソルジャーさんの面白さを見逃さなかった制作スタッフの眼力はお見事だったと思う。
- 店内での取材にあたり、KBC近藤鉄太郎アナウンサーが感染症予防を徹底していると繰り返しコメントしていた。言わなくても良いコメントに聞こえなくもないが、アナウンサーによるちょっとした一言がリスナーへ感染予防を意識づけていたと思う。
- ラジオは場所を選ばずに利用できるし、他の生活行動を妨げない特性がある。テレビやネット環境が不十分な場所、停電時などにも有効なラジオは災害時などで威力を発揮することが知られており、経営面で厳しいとの話しも聞くが引き続き頑張ってほしいと思う。

などの評価を頂きました。

また、気になる点や望むこととして、

- 全般的に商品の「安さ」に着目した内容に終始していたように思えた。「こんな課題や要望もある」というプラス面以外にも触れてバランスを取る必要があるのではないか。

少し内容が偏っているように感じた。

- 公共の電波を使い特定の民間企業を長時間取り上げることの是非について少し議論が必要ではないかと感じた。
- あくまでも消費者目線にこだわった構成だろうが、普段、消費者には見えない部分やスーパーの企業努力なども盛り込めば、より立体感のある番組になったのではないか。せっかくご出演された箱崎店の店長の出番が少なかったのも残念に思った。
- 「Youは何しにルミエール？」というコーナーは、他局の人気番組のタイトルと酷似しており、あまりいい気持がしなかった。安売りスーパーが外国人留学生にとってどんな存在なのかをあぶり出すような密着取材をしてもよかったのではないか。
- 近藤アナが店で買い物をするという場面は、時間配分的に厳しかったのではないか。急いで車で移動している印象でハラハラした。運転中にラジオを聴くという人も多く「安全に帰って来てください」など交通安全順守へのコメントも欲しかった。

などの批評や提言を頂きました。

これらに対して、担当者からは、

- 4月に改編した「アサデス。ラジオ」のポイントに地域ネットワークの構築がある。地域情報のギャザリングに挑む中で、ピコソルジャーさんとの出会いに恵まれ、企画化が進められた。また、金曜日は通常とは異なる出演者であることなどもあり、様々なトライアル企画に取り組んでいる。
- 今回の特番のきっかけになったピコソルジャーさんは、4月のレギュラー放送時に大好きなスーパー「ルミエール」について電話インタビューに応じてくれたリスナー。声の様子から、一つのが好きな人のしゃべり方だと直感した。ピコソルジャーさんが、どれだけルミエールのことが好きなのかを探れば面白いと考えた。
- 一つの番組が、ある特定企業のPRに終始するのは良くないこと。今回、取材対象とさせていただいたルミエールには事前にリスナーから寄せられる様々な指摘や意見も紹介することを伝え、公平性を意識しながら番組制作に当たった。
- 企業努力や「安さのヒミツ」といった点などを十分に紹介しきれなかったという心残りがあるのも事実。また、「Youは何しにルミエール？」のコーナーでは、外国人のインタビューだけに固執してしまった。もっと深掘りの必要もあったと反省している。
- 今回はルミエールを知らないリスナーには面白みに欠ける番組だったかもしれない。しかし、ルミエールを第一弾として、別のスーパーマーケットの特集も可能だと考えている。また、全く違う企業や業界にもスポットを当てることができると考えている。様々な取り組みから、引き続き一人でも多くのリスナーの心に刺さる番組を制作したいと考えている。
- ラジオ番組において、他の番組を模倣した演出はしばしばあるが、不快に思うリスナーもいただろうというご指摘はスタッフで共有し、今後の番組制作に役立てたい。

などの説明をしました。