

ほうこん

題字・清水英夫

GALAC・4月号・付録
2025年4月6日発行(毎月1回6日発行)
昭和43年3月8日第三種郵便物許可

〒160-0022
東京都新宿区新宿5-10-14 中村ビル2F

NPO法人放送批評懇談会

TEL(03)5379-5521/FAX(03)5379-5510

ホームページ <https://www.houkon.jp/>

Eメール kondankai@houkon.jp

編集・川喜田尚

事務局規程の新設、 改正承認

—2月理事会報告—

2025年2月20日、2月理事会をZoomミーティングにて開催した。

1. 委員会活動報告

◇出版編集委員会 茅原委員長

・2月14日にZoomで委員会を開催した。

・「GALAC」5月号特集「ラジオ・100年の先へ」(仮題)。予定の特集項目の依頼を進め、進行中。表紙は塩野瑛久さん、ザ・パライソンはニッポン放送の富山雄一さん。

・6月号は時代劇特集。真田広之さんへの取材アプローチを試みるほか、「SHOGUN」の時代考証を担当したフレデリック・クレインズ教授(国際日本文化研究センター)、時代劇専門チャンネルへの取材、NHK大河ドラマの展

望などについて構成予定。

◇選挙事業委員会 出田委員長

・62回下期テレビ部門の応募受付中。3月4日よりラジオ・CM・報道活動部門の募集を開始する。

〈テレビ部門〉 松山委員長

・1月31日にZoomで月評会を開催した。1月度月間賞には「テレビ東の人気企画を世界のテレビ局がやってみた!テレ東スマッシュヒッツ」(テレビ東京)、新春スペシャルドラマ「スロウトレイン」(TBS)、阪神・淡路大震災30年特番「刻み続ける1995年1月17日くあの日、現場で起きていたこと」(毎日放送)、報道特集「特集 元兵庫県議、自殺」の背景は? 誹謗中傷の投稿を検証」(TBS)の4本を選出した。

〈ラジオ部門〉 桜井委員長

・井上佳央里委員が諸般の事情により3月度をもって退任することを承認した(62回選考は引き続き担当する)。

・2月19日にZoomで定例会を開催した。「20代女性パソナリテイ」の番組をテーマに、「飯沼愛の明日、恋するために:」(TBSラジオ)、「アンジェリーナ1/3のA世代!ラジオ」(文化放送)、「なえなののブカピなの」(朝日放送ラジオ)を聴取し議論を交わした。

〈CM部門〉 家田委員長

・報告は特になし。

〈報道活動部門〉 古川委員長

・2月18日にZoomで意見交換会を開催した。選挙報道やフジテレビ記者会見問題、災害報道、トランプ大統領をめぐる報道、報道活動をめぐる連携の動きなど、各委員が着目する事例を取り上げ、意見交換を行った。

◇企画事業委員会 長井委員長

・報告は特になし。

◇広報委員会 滝野委員長

・2月5日、HP「オリジナルコンテンツ」に「座談会」2025

年冬ドラマを語る！」を掲載。

・Gメンバー…1541人(2/18現在)
・マイベストTV賞12月度月間ノミネートは、「第75回NHK紅白歌合戦」(NHK)、土曜ドラマ「放課後カルテ」(日本テレビ)、「嘘解きレトリック」(フジテレビ)に決定した。

2. 事務局規程改正の件

「内部通報規程」「出張旅費規程」の新設および、「テレワーク勤務規程」の改正を理事会で承認した。

3. その他

①入会・退会の件

〈正会員入会〉小林二希子さん
〈正会員退会〉縫崇さん、山口菜穂美さん

今後の会議スケジュール

理事会 3月23日、4月24日

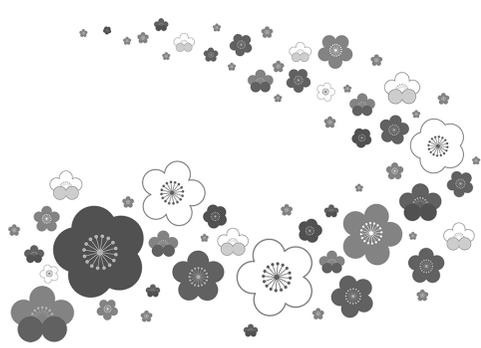
総会 3月23日

【出席】音好宏、川喜田尚、出田幸彦、桜井聖子、茅原良平、桧山珠美、家田利一、古川柳子、長井展光、滝野俊一、入江たのし、岩根彰子、風間恵美子、加藤久仁、国枝智樹、五井千鶴子、小林毅、仲宇佐ゆり、渡邊悟、中島好登

会議記録

2月

28日	(選奨) テレビ月評会
25日	(選奨) 広報委員会
21日	(選奨) CM定例部会
20日	理事会
19日	(選奨) ラジオ定例部会
18日	(選奨) 報道活動意見交換会
14日	出版編集委員会



「創意工夫」

渡辺秀文

新入正会員自己紹介

1983年大学4年生の時にCM音楽制作会社の存在を知り、縁あって(株)ミスターミュージックに入社、40年以上にわたりCM音楽プロデューサーとして数多くのCMを手掛けてきました。

一時期は月に20本もの制作をして多くの代え難い経験ができました。今のデジタル技術やテレビ媒体のあり方の変化に伴って、CMやCM音楽の環境も大きく変わりました。

以前は普通だった海外ロケ、海外録音もほぼ無くなり、特にテレビCMは予算的にも緊縮化が進み、内容も「お知らせ」に特化したものが増え、なんとか「楽しませよう」という「工夫」が二の次になってしまいました。

しかし逆に媒体費がほかからないウェブCMにおいては眼を見張るような、そして秒数にとらわれないとても上質な広告作品も見受けられます。

できればテレビCMにおいても「創意工夫」を忘れずに「もう一度観たい」と思ってもらえる作品がまた増えていってほしいと切に思います。