

第十六回 (株) USEN 番組審議会 議事録

開催日時：平成 17 年 10 月 21 日 11：00～

開催場所：(株) USEN 山王パークタワー13F
プレゼンテーションルーム

出席者 委員：小林亜星、有馬祐行、池田憲一、山本武司、渡辺英夫（順不同・敬称略）

放送局側：6名

議事内容

1. 会社動向についての報告
2. 放送事業についての報告
3. 番組課題

和風 BGM 系番組について (H-21 大正琴&箏曲ヒット歌謡、H-18 和風創作 BGM、DH-55 PACIFIC MOON)

4. 番組審議

- 営業担当の意見は業務店店主の意見を反映したものであり、業務店向けの番組は、営業担当の意見を大切にし、制作すべきである。
- H-21 は伝統的な「こだわりの店」での使用には違和感を感じる。無理に新しくする必要は無く、店内で聴いて納得のできるようなクラシック重視の楽曲を放送する等して、H-18 との差別化を行って欲しい。
- H-21 は高音が多く、もう少しベース音を入れた方がよい。リズムのみでなく、重低音を響かせる事によってより高音が引き立つ。
- H-18 で放送しているオリジナル楽曲を、著作権フリーにして他媒体でも自由に使用可能にし、クレジット使用を行うなどしてはどうか。
- H-18 の自然音との融合は逆効果になるのではないか。
- DH-55 は業務店向けというよりはどちらかというと個人向けの印象がある。斬新でなお、音もしっかりしていて、若い世代にも受け入れられると予想できる。ただ、言うならば、もっと国や衣装を連想させることができる等、音楽の起源に触れるような番組構成にすると良い。そのためには、地域や国毎にチャンネル分けを行う、楽器をジャンル毎に分類して構成するなど、もっとそれぞれの特徴を掘り下げた内容にするべき。現在の放送楽曲は幅が広すぎている。
- H-55 は単なる BGM というよりはしっかり「聴く」音楽という印象を受ける。業務店での使用は「和風」店のみではなく、高級バーやラウンジでの使用も効果的ではないか。
- 外国人観光者をターゲットとした放送内容にしてみてもどうか。日本人の趣向は日々変化していて、単なる日本伝統音楽では満足していない現状があるが、外国人旅行者はそうではない。外国人を対象としている宿泊施設や店舗などで、純粋な「日本の音楽」の需要は多いはずである。
- 近年は世界のデザイナーなどもアジアに注目を置いている。日本人の持つきめ細かい仕事や精神性は高く評価されている。感情や心がこもっているかという事をもっと意識し、音楽にも反映すべき。
- 長期的ビジョンを持ち、少子高齢化にいち早く対応した音楽を供給する必要がある。
- どのような需要があるのかを確実に吸い上げる事で、和風 BGM は今後より大きな市場に発展する可能性を秘めている。
- チェーン店にはそれぞれ個性にあった商品の提供など、個別対応を行うなどの工夫ができるとよい。

- 今や音楽はビジネスとして食や住と肩を並べる時代となった。従来の垣根をはずし、新しい分野との融合や新しい仕掛けを行い「本物」を提供する事で成功を収める事ができる。ビジネスとしての新時代を切り裂いて行って欲しい。