

第十八回 (株) USEN 番組審議会 議事録

開催日時：平成 18 年 6 月 13 日 12：15～  
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、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

- (1) 社内営業向けコンテンツ研修について
- (2) リクエストサービスについて
- (3) 他、番組全般について自由討論

4. 番組審議

- 現在、音楽需要の市場はほぼ飽和状態にある。さらに市場を拡大していく為には、顧客の声を直に聞いている営業スタッフの意見を大切に、ニーズに合わせて商品を提供する受注産業に近い形での販売が必要である。（営業活動が新サービスの機関を作るというサイクルの確立が望ましい）
- 社内コミュニケーションの方法について、本部と営業をつなぎ、問題提起型の共有化が効果的である。
- ラジオの業務店での利用の可能性を追求すべき。（例：海外ラジオは実際にBGMとしてカフェなどで利用されている。今後もこういった提案を業務店に向け行っていくための研修も行うべきである。）
- USENのリクエストサービスは、早くから双方向サービスとして確立し、現在も非常に顧客満足度の高いサービスとして有効である。
- クラシック音楽を大切にしている街（例：川崎市）の、コンサートホール周辺の飲食店や交通機関、駅内放送などで、効果的な音楽をもっと導入すべき。団塊の世代をターゲットに取り込んでいく上でも、音楽コンテンツの多様な利用は非常に効果的であり、且つビジネスチャンスでもある。
- 買い物／食／音楽の3種のコンテンツをバランスよく複合化することで、ビジネスにおいてより効果を発揮する。
- 地域によって、音楽による演出方法を差別化していく必要がある。
- カクテルピアノ専用のチャンネルは需要が有り、必要である。
- クラシックの小曲、アンコールで演奏される演奏時間の短い楽曲専用のチャンネルは需要が有り、必要である。
- クラシック音楽において、やはり有名曲にはファンが多く、人気・集客力がある。番組にも反映すべきである。