

第二十八回（株）USEN 番組審議会 議事録

開催日時：平成 21 年 9 月 18 日 14：30～
開催場所：（株）USEN ミッドタウンタワー33F
F07 会議室

出席者 委員：有馬祐行、山本武司、湯川れい子、富澤一誠（順不同・敬称略）

放送局側：5 名

議事内容

1. 会社動向、放送事業についての報告
2. 番組課題
A/E-51「リゾート・ミュージック～楽園音楽～」について
3. 番組審議

【審議委員】

リゾート音楽の概念が、聴き手にとって確立しづらい。音楽のジャンルとしてはいろいろな音楽が出てくるが、バラエティに富み過ぎているのでは？

【審議委員】

このチャンネルで多く使われているウクレレ、スティールパンという楽器は、都会に住む人々にとってあまり馴染みがない。このことも、リゾート・ミュージックの概念を実感しづらくする要因だろう。

【放送局】

時々誰もが知っているアーティストの楽曲が入ると芯のようなものが出るかもしれない。しかし反面、本チャンネルは雰囲気重視しており、ヒット曲やトラディショナルな曲を敢えて避けて放送している。

【審議委員】

イメージ、雰囲気を重視しながらも本物感、しっかりとしたベース感を感じさせるには、知識の豊富なアドバイザーを確保することも必要だろう。

【審議委員】

一方で、このチャンネルは音楽をそれほど真剣に聴きたい人向けのチャンネルではないのではないかとも思う。リラックスした気分で聴き流していると、心地よいと感じる。

【審議委員】

このチャンネルにはターゲットがある。ということはコンセプトありきというよりは、マーケティングリサーチをまず行うべきチャンネルだと思うが、マーケティングリサーチはどのようにして行っているのか。例えばチャンネルが成り立つ最少聴取者数は設定されているのか。

【放送局】

我々のマーケティングリサーチは、営業社員の「こういうチャンネルがあれば売れる」という意見に基づくもの。これら意見の集約、精査は行っているが、残念ながら、具体的な聴取者数に基づいたマーケティングは物理的に難しい。これは積年の課題となっている。

【審議委員】

本チャンネルは、現在 USEN 音楽放送に加入しているお客様にとっては、「聴き流せるチャンネル」として、一年を通してニーズが高いチャンネルではないかと思う。しかし、解約防止というフェーズになると、なかなか手に入らない音源が聴けるなどのクオリティが重要になるのではないか。

【審議委員】

ヴォーカル入りの楽曲と、インストのみの楽曲の配分も重要である。

【審議委員】

聴き流せる雰囲気重視しつつも、「この選曲はわかっているな」と感じさせるクオリティをもったチャンネルにすることが重要であると考え。

【放送局】

「A/E-51 リゾート・ミュージック ～楽園音楽～」と「D-27 リゾート BGM」のネーミングにおける紛らわしさをお客様は感じているかもしれない。お客様にとってよりわかりやすいネーミングを考えていかなくてはならない。

【放送局】

リラックス系業種のお客様は、低コストで開業できるので乱立している感があるが、USEN の導入率はそのうち 20%にも満たない。この市場に切り込むチャンネル作りに一層の努力をしていく。