

第 46 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:平成 27 年 7 月 29 日 16:00～

開催場所:東京都港区北青山 3-1-2 USEN 本社

**■出席者**

湯川 れい子 委員長
山本 武司 副委員長
富澤 一誠 委員
品田 英雄 委員

■欠席者

大林 宣彦 委員

■局側出席者

田村 代表取締役社長
大田 取締役常務執行役員
鈴木 顧問
益弘 顧問
山下 コンテンツプロデュース統括部長兼制作部長
松本 コンテンツプロデュース統括部 編成部長
西田井 コンテンツプロデュース統括部 制作部 制作 1 課長
村田 コンテンツプロデュース統括部 制作部 制作 2 課長
大森 番組制作ディレクター
沖 広報部長

【番組審議会事務局:薬師寺、森角】**議事内容****1. 会社動向、放送事業動向についての報告****(1)『OTORAKU-音・楽-』のサービス開始について**

2015 年 7 月、レコチョクとの協業により新たな店舗用 BGM 配信サービス『OTORAKU-音・楽-』をサービス開始。BGM 向けに作られた 300 以上のプレイリストに加え、店舗側で自由にプレイリストを作成できる機能を実装し、ラジオ型

とオンデマンド型の組み合わせにより他社にはない高品質なサービスを提供する。

(2) 電力関連事業について

2016年4月の電力の完全自由化に向け、東京電力と電力事業についての包括提携に向け協議を行う基本合意を締結した。両社が展開する商品・サービスと電力を組み合わせた新サービスの開発を検討していく。

(3) 株式会社サイファの株式取得について

「クーポンランド」等を運営する株式会社サイファの株式を取得。両社の営業網や顧客基盤を活用した商品・サービスの開発や市場開拓を行うことで、グループとして企業価値の増大を図っていく。

(4) 涼感 BGM の放送について

2015年6月1日～9月15日まで、音楽で涼しさを演出する「涼感 BGM」を5チャンネルのラインナップで放送。

(5) 追悼番組の放送について

2015年4月～6月には、Ben E. King、B. B. KING、ちあき哲也の追悼番組を放送した。

(6) 『With Music』発行について

2015年6月、会報誌『With Music vol. 32(2015年7～9月号)』を発行し、業務店/個人宅のお客様にお届けした。

2. 審議課題

特定業種向けクラシック番組について

【対象番組】

■C-23 クリニック向け Classic Compilation

■J-32 金融機関向けクラシック

3. 番組審議

【審議委員】

クラシックジャンルだけでも30チャンネルあるが、放送楽曲は被っていないのか。

【放送局】

作品は被っているが、各チャンネルのコンセプトに合わせて選曲をしているため、同じ作品でも演奏家は異なる。それぞれのチャンネルに最適な演奏家の曲を選曲している。

【審議委員】

よくこれだけのチャンネルを構成していると感心する。今やコンテンツが溢れる時代だが、同じコンテンツであっても、タイピングや見え方によって、支持されたりされなかったりする。“金融機関向け”や“クリニック向け”といった言葉を立てることにより、お客様と接する機会が増えるのはとても良いことであり、今時の見え方、マーケティングにも沿っているのではないかと思った。同じ物でもタイトルを変えることでヒットすることがある今の時代にマッチしているし、このような努力は続けていくべきだろう。

内容については、「C-23 クリニック向け Classic Compilation」は実際にクリニックで働いている人にヒアリングしたとのこと

だが、行く人(患者さん)の立場になると気分が違うのではないか。待合室にいると想定して聴いてみると、大抵は医者に行く時は不安なので、少し淋しい気がしたのが正直なところだ。冷たい気もした。クリニックでは、オシャレっぽさよりも、安心感や温かさが求められるのではないだろうか。

「J-32 金融機関向けクラシック」は時間帯で選曲を変えているということだが、集中力向上のために 116bpm の作品を集めた時間帯については、十分な楽曲数が集められるものなのか。

【放送局】

テンポカウンターでテンポをカウントして選曲している。楽曲の主要な部分というか、テンポが安定したところで、おおよそ 116bpm 前後の楽曲に絞っている。なお、マーチやワルツは入れていない。

【審議委員】

自宅で BGM として聴いている分には心地良く、うまくできていると思ったが、真剣に聴くと、ヴァイオリンのソロの楽曲などは強弱や抑揚があって引っ掛かった。パッションが入ると、BGM としてはうるさいと感じることがある。ピアノではそのように感じなかったが、弦楽器にはそう感じさせるところがあるのではないだろうか。

【審議委員】

2 チャンネル共、良くできていると思った。“モーツァルト”とか“ロマン派”といった集め方でもなく、国や時代で集めるのもなく、全部ばらして、恐らくリリースされている CD を全部調べてチャンネルを作られたのだろうと察しがつく。

「C-23 クリニック向け Classic Compilation」では、今や巨匠になっている演奏家の 20 年位前の演奏が集められていたりするが、そこを見つけたからこそ、いかにも“クラシック”ではなく、“ポピュラー”という感じが出ているのだろう。選曲する際にしっかりした意図をもって、様々な作品の中から特定の楽章だけをチョイスしているところも褒めたい。クラシックの固定観念にとらわれない、独自の聴き方をプロデュースしているところに意思が感じられるし、(聴取者が)普段聴けないような多彩な作品が取り上げられているところの努力を買いたい。音楽教室的に聴かせるのではなく、大人を対象にして BGM として聴かせる意思が伝わってきたのがとても素晴らしかった。それはやはり、楽器別とか作曲家別とか名曲から選ぶのではなく、「この演奏家が良い」と思ったところから選曲したからこそその良い結果だろうと思う。聴取者もいわゆる『名曲シリーズ』、『チャイコフスキーシリーズ』、『ウィーンワルツ』…といったものにはもう飽きている。今回のように、「え？これもクラシック？」というような驚きや喜びを提供していくやり方は良いと思う。

「J-32 金融機関向けクラシック」はほぼ器楽曲が選曲されていて、中でもクラリネットが多かったが、このチャンネルを病院で流すと煩いだろう。そののところもわかっていると感じた。ただ、時間帯で選曲を変えているが、金融機関でも、受付で流すのか、ATM コーナーで流すのか、銀行なのか、信用金庫なのか…といったシチュエーションでも丁寧に分けるとなお良いかも知れない。また、クラリネットの超絶技巧奏者が何人も出てきたが、あれは惹きつけられるから、(ATM コーナーで)立っている時よりも、座って待っている時の方が良いかも知れないとも思った。

【審議委員】

クリニックも金融機関も、待ち時間にイライラするので、落ち着きをもたらされる音楽が必要だと思う。私が普段通っているクリニックでは、先生がクラシック好きなので、ご自身で購入された CD を流していらっしゃるが、時々訪れる大病院では BGM が流れておらず、すごくイライラしてしまう。他に携帯ショップなどもそうだが、待ち時間の長い場所では、どうしてもイライラしてしまうので、ヒーリング効果が求められると思う。特にクリニックは先述されたが、不安感もあるので、その緩和の

ためにもヒーリング効果が求められるだろう。ただ、病院＝静寂、白といったイメージでクラシックを選曲されているということだが、クラシックに限定せずジャンルを広げても良いのではないか。クラシックをベースにしながらも、新しい音楽を入れても、センスを感じさせられると思う。

金融機関では最近あまり窓口には行かず、ATMのみ利用することが多いが、あまりBGMは流れていないのではないだろうか。2Fに融資相談などがあつたりもするが、そこもシーンとしているイメージだ。これからもっともっと(BGMの導入が)広がる可能性はある。企画としては、良いと思う。

【審議委員】

私の通っているクリニックも先生がクラシック好きで、ご自身で選曲して流していらっしゃる。待合室ではモーツァルトのCDを数枚、交換して流しておけば大丈夫だとおっしゃっていたが、モーツァルトの明るい作品は待合室に合うのだろう。今回の課題からは逸れるが、私はイタリアンレストランに行く機会が多いのだが、どこに行ってもいつも同じようなBGMがかかっている。パパロッチェの声、プッチーニのオペラなどだ。USENに「D-46 イタリアン空間向けクラシック」というチャンネルがあり、イタリアンレストランでよく使われているのだと思う。でも、何か違うのではないか、もっと良い音楽があるのではないかと感じる。クラシックでもナポリ民謡でもカンツォーネでもない、もう少しお洒落なイタリアらしいものが欲しい。例えば、サッパティーニなどが歌った曲でも、もっと色々あるのではないだろうか。

【審議委員】

クラシックジャンルに30チャンネルあり、「シンフォニー／コンチェルト」や「室内楽／器楽曲」といった編成別のチャンネルや作曲家別のチャンネルなど明確な区分を持つチャンネル、「チャペル向けパイプオルガン」や「イタリアン空間向けクラシック」といった特定の空間向けのチャンネル、「やさしいクラシック」や「ライト・クラシック」といった雰囲気軸のチャンネルなどがある。明確な区分を持つチャンネルは(今のままで)良いが、それ以外のテーマを持つチャンネルについては、今一度、すべてのチャンネルを整理した方が良いのではないか。それぞれのチャンネルはどのようなスペースで使われることを想定しているのか、そして、それぞれのお客様のニーズに合った内容となっているのか。目的とUSEN側の意思を明確に持って提供して欲しいと願う。編成や作曲家別のチャンネルも必要だが、お客様のニーズに合わせて選曲したチャンネルにこそ、USENの活路があるのではないかとと思うので、頑張ってください。

また、これはクラシックジャンルに限らず、チャンネル編成を見ると、使命が終わったチャンネルもあるかも知れない。開発すべきチャンネルがあれば、時代の変容と共に使命が終わったチャンネルもあるはずだとつくづく感じる。

【審議委員】

いずれのチャンネルも、その空間にいるどのような立場の方をメインターゲットとしているのかが明確ではないことも気になった。そこで働くスタッフの方なのか、そこにいらっしゃるお客様なのか。メインターゲットをどちらにするかにより、内容も変わってくるはずなので、そこは明確にした方が良いと思う。

【放送局】

メインターゲットは、我々のお客様のお客様になる。つまり、店舗にいらっしゃるお客様だ。お客様がいらっしゃる時間は長くても10分程度かと思うが、その一瞬の滞在時間を心地良くしたい。ただ一方で、我々のサービスを採用頂いている店舗のスタッフの方々は一日中それ(BGM)を聴くことになるので、そちらへの配慮も必要だと感じている。メインターゲットはお客様のお客様としながらも、両方大事にするという考え方で、貪欲に追及していきたい。

【審議委員】

そこはやはり、きめ細かく丁寧にセグメントする必要があるのではないだろうか。従業員向けかお客様向けかではやはり異なる。従業員向けなら士気が上がり、眠くならないようなBGMが必要だろう。また繰り返しになるが、窓口とATMコーナーでも異なる。ATMは音声案内もあるので、BGMがあると案内が聞きづらかったりもする。他に相談室などもあるだろうし、銀行の規模によっても違うと思う。

【放送局】

ATMコーナー用には、「J-33 ATM 向け BGM (防犯コメント入)」というチャンネルを用意しており、振り込め詐欺などに対する犯罪防止啓発コメントを流すご提案もさせて頂いている。犯罪防止のためにご加入頂くというニーズもある。

本日も多数貴重なご意見を頂いた。クリニック向けについては、直感として「淋しく感じられる」というご意見もあったが、BGM はそれを聴く人の直感も非常に大事だと思うので、そのご意見も踏まえて内容を考えていきたい。また、ヴァイオリンなど抑揚が出てしまう楽器の扱いも検討すべきところだと思う。演奏家で選曲したところについては評価を頂いたが、これまではクラシックは作品や作曲家で選曲しがちだった。今後より一層、選曲スキルを磨き、多彩な角度からお客様のニーズにお応えする選曲をできるようにしていきたい。また、金融機関といっても様々な形態があり、場所や対象によりBGM の使い方が変わるということも意識していかなければならないと思う。クラシックジャンルのチャンネル編成についても、今一度、見直していきたい。審議課題以外の「D-46 イタリアン空間向けクラシック」についてもご意見を頂いたが、今回頂いたご意見は対象の2チャンネルだけではなく、クラシック全体の糧にしていきたい。