

第 58 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:2018 年 7 月 26 日 16:00～

開催場所:東京都品川区上大崎 3-1-1 USEN 本社



■出席者

湯川 れい子 委員長
富澤 一誠 委員
品田 英雄 委員
和合 治久 委員
長谷川 演 委員

■欠席者

大林 宣彦 委員

■局側出席者

代表取締役社長 田村 公正
取締役副社長 大田 安彦
コンテンツプロデュース統括部長 山下 光儀
コンテンツプロデュース統括部編成部長 松本 茂雄
コンテンツプロデュース統括部制作部長 村田 徹
コンテンツプロデュース統括部制作部制作 1 課 黒光 樹理
コンテンツプロデュース統括部制作部制作 1 課 三浦 祐司

【番組審議会事務局: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) 第 54 期第 3 四半期経営成績について

前期に対し、売上高はエネルギー事業の伸長により大幅に増収。営業利益及び経常利益は主に人員拡充による人件費増により減益。当期純利益は一過性の費用計上(本社移転に伴う一時費用の計上)等により減益した。

(2) 本社移転について

2018年7月、本社移転を実施。グループ会社9社1,300人が移転した。働き方改革の一環として新人事プロジェクト『Work Style Innovation』が始動しており、社員ひとりひとりの改革的なワークスタイルを推進していく。13Fには当社顧客の飲食店/小売店/理美容店/クリニック等の新たなテクノロジーを活用した店舗運営システムを体験頂けるショーケースラウンジ『Next Avenue』を設置し、来社されるお客様へ店舗の未来像を提案する。

(3) 新番組のリリースについて

2018年7月2日、音を活用した「働き方改革」サポートツールとして、オフィス向けBGMサービス『Sound Design for OFFICE』で「ノー残業デーアナウンス（男性）」と「終業時間アナウンス」の2番組を開始。ナレーションに声優の若本規夫さんを起用し、インパクトのある声できっかけ（気づき）を与え、社内に帰りやすい雰囲気を醸成する。

(4) 特別番組の放送について

2018年5月17日～6月17日まで、5月16日に逝去された歌手 西城秀樹氏の追悼特別番組を放送。2018年7月4日～7月31日まで、7月2日に逝去された落語家 桂歌丸氏の追悼特別番組を放送した。

(5) 『With Music』の発行について

2018年6月、会報誌『With Music vol. 44 (2018年7～9月号)』を発行。業務店/個人のお客様にお届けした。

2. 審議課題

BGMとしてのJ-POPチャンネルについて

【対象番組】

- I-02 GIRLS J-POP
- C-51 ひだまり J-POP

3. 審議

【放送局】

今回は「BGMとしてのJ-POPチャンネルについて」というテーマで、「I-02 GIRLS J-POP」と「C-51 ひだまり J-POP」の2番組を審議して頂きたい。ここ数年、BGMではJ-POP離れが進んでいる。USENでは、“ヒット曲”という括りではなく、BGMとして利用しやすいように“雰囲気軸”で選曲したJ-POPチャンネルを立ち上げたが、例えば、女性ヴォーカルの明るくテンポの良い洋楽を集めた「C-02 GIRLS POP」と、同じコンセプトで邦楽を集めた「I-02 GIRLS J-POP」を比較すると、「C-02 GIRLS POP」の方がよく利用されている。また、「C-51 ひだまり J-POP」や「I-04 Kawaii J-POP」など、ユーザーに興味を持って頂けるようなキーワードを取り入れたチャンネル名をつけたりもしているが、現時点では利用促進に繋がっていないように感じている。

【審議委員】

USENの番組の中で「I-02 GIRLS J-POP」は絶対外せない、王道としてあるべき番組だと思っには思ったが、私には実際にこの番組が流れるシチュエーションがあまり思いつかなかった。先程、ドラッグストア(でも使われる)と聞いて、なるほど考えればあるなと思ったが、自分では思いつかなかった。そもそもこの曲を聴く対象年代はどのくらいなのか。

【放送局】

“GIRLS”とついてはいるが、20代～30代半ばを想定している。

【審議委員】

これは「C-51 ひだまり J-POP」にも言えることだが、歌詞が日本語なのでリアルに感じられ、BGMというよりはつい気持ちがそちらに持っていかれてしまう。例えば、情景がシンクロしたり、歌の時代背景のようなものが感じられ、「これは旬だよね」とか「旬を逃しているね」とか考えさせられたり、色々とリアルに入ってくるので、聴く人の感情が動かされるように感じた。洋楽の「GIRLS POP」は、多分それがないのだろう。(洋楽だと)音としてサラッと流れる感じで、心地良く聴こえるが、J-POPだと歌詞がズバッと入ってくるので、歌詞によっては少し照れるなと思った。対象年代は20代～30代半ばとのことだが、20代後半とか30代まではいかないのではないかな。ハマるのは10代の小中学生ではないだろうか。そう考えると、やはりこの番組を使う店舗がイメージできない。そもそも小中学生はお金を使わないし。

【放送局】

確かに、歌詞が日本語だということは、BGMとしてはウィークポイントとなるかも知れない。一方で、知っている曲には親近感が湧くので、そこがJ-POPの強みだとも考えられる。

【審議委員】

昔、今ほどの豊かさがなかった時代には、流行っているものを聴きたいなと思った。自分もその中に入っているような、一体感のようなものがあり、そこにいる自分が素敵とか好きという感じで聴いたものだ。情報がたくさんある今は逆に、そこに一緒にされたくないなと感じる。今は、流行っているものからは外れていきたいという人も多いのではないだろうか。そういう時代背景もあり、J-POPがBGMとして支持されなくなるのは必然、というか仕方がないのではないかなという気がする。そもそもだが、歌詞があると曲そのものが目的になってしまう。BGMという感じではなく、ちゃんと聴こうと思ったり、もしくはそれがマッチしないと、この曲は今聴く感じなのかなと違和感を覚えてしまったりする。

【審議委員】

「C-51 ひだまり J-POP」は、アーティストや楽曲はすごく良いと思ったが、テンポが速くて、私の思う“ひだまり”のイメージではなかった。私としては、もうちょっとリラックスした雰囲気というか、全部脱いでまっさらになって聴くのが“ひだまり”な感じがするのだが。

【放送局】

テンポに関しては、(速い楽曲も)わざと入れている部分もある。“ひだまり”というと、まどろんだりゆったりとすることをイメージされることが多いとは思いますが、私としては少し心躍る感じもあるのかなと考え、それを表現している。テンポ感は少し速い曲でも、生楽器主体で演奏している楽曲であれば、ミックスされて流れても違和感はないかなという想定で入れている。

【審議委員】

すごく真面目ですね。(一同笑い)

頭で考えるイメージで真面目に制作しているのだと思うが、聴く方の私としては理屈というか、頭で考えずにダラーッとしながら聴きたいので、その感覚に隔たりがあったのかも知れない。番組内容だけみると、まとまっている感じはするが、やはり「ひだまり J-POP」というからには、“ひだまり”を聴きたい。

【放送局】

なるほど。雰囲気を知りたいということか。

【審議委員】

“ひだまり”に対するイメージは人それぞれあると思うので、これは私の勝手な意見ではあるが、そう思った。

【審議委員】

2013 年までは J-POP 番組の人気が一番高かったのに、この数年間で段階的に落ちてきたとのこと。要因分析はされたのか。

【放送局】

それなりに分析はした。まず最も大きな要因は世間的にもよく言われる、音楽業界全体的な J-POP 離れだと思われる。BGM ばかりでなく、CD の売上も含め、落ちている。それに伴い、ヒットチャートがなかなか聴かれなくなっていった。TV でも音楽番組がなくなっていった。この業界全体的な流れが影響していると考えている。また、これは BGM 業界における要因だが、最近は蕎麦屋さんでもジャズをかけるようになった。これまで邦楽やお琴が流れていた店舗が、ジャズや洋楽を流し始め、BGM 業界の人気構造が変化してきている。この 2 つの要因があると理解している。

【審議委員】

2014 年以降、J-POP に代わって洋楽が人気を独占している。洋楽ニーズが非常に高まっているということか。

【放送局】

いささか陳腐な表現をすると、「J-POP がダサくて、洋楽がかっこいい」という雰囲気があるのだろうかという気がする。

【審議委員】

USEN の提供する“雰囲気”と、利用される側のお客様の求めている“雰囲気”がどの程度合致しているのかが問題だと思う。お客様の年齢層や職業、お聴きになる環境や目的等をわかった上で選曲しているのか。そういう細かい分析はどの程度されているのか。

【放送局】

そこまで細かい分析はできていない。先程も同様のご指摘があったが、それは我々の反省すべき点だと認識している。元々 J-POP はよく聴かれていたので、新しい切り口で出せばまた聴いて頂けるのではないかと考えたが、それは安易だったかも知れない。

【審議委員】

逆に利用頂いている店舗様もあるわけだから、そのお客様になぜこの番組を選んで頂いたのかを聞いてみても良いのではないかと。そういうポジティブな意見を取り入れるということも非常に重要だと思う。

【審議委員】

「I-02 GIRLS J-POP」は、制作担当者の分析では「番組コンセプトに沿った選曲」と「想定空間とのマッチング」の項目でスコアが低い。おそらくご利用者様のニーズと提供しているものがうまく整合していないということだろう。やはり、御用聞きではないが、現場のご利用者様が本当に求めているものを調査する必要があると思う。そのニーズと提供するものが、100%まではいかないにしても近づいてきたなら、もっと使って頂けるようになるのではないだろうか。

「C-51 ひだまり J-POP」も、制作担当者の分析では「番組コンセプトに沿った選曲」の項目でスコアが低い。その要因を分析して改善していくことが、科学的には非常に重要かと思う。それはそんなに難しいことでもないだろう。

【放送局】

使って頂いている方を特定してポジティブな声を聞き、そこにコンセプトに置いて精度を高めていく…ということか。

【審議委員】

その通りだ。その方がよほど整合性があると思う。

【審議委員】

厳しいご意見が続いているが、音楽業界全体が苦しい今、制作側は「売らなければいけない」という思いがあり、一曲一曲がすごく強くなってきている。アーティストを売るために、楽曲にその色が強く反映されているのだ。そうすると、曲を聴いてすぐに「あ、これは誰の曲だ」というのが分かったりするのだが、それが並ぶと雰囲気づくりの BGM としては難しい。それ以前に先述されている通り、日本語なので BGM として聴くというよりも、つい曲に引っ張られてしまうということもある。そこに、J-POP を BGM として使う難しさがある。ヒット曲には、その時の自分を思い出させたり、情景を思い出させたりする力があり、どうしても引っ張られる。他の人との会話をするというよりも、個として曲に聴き入ってしまう。

「I-02 GIRLS J-POP」については、「GIRLS J-POP」と言っても色々あるため、「この曲は好きだけど、この曲は嫌い」というのも出てくるのではないかと思った。

【放送局】

それも、一曲一曲が強いかからか。一曲一曲が強いかからこそ、ファンの思い入れ、好き嫌いも強くなる…。なるほど。

【審議委員】

ヒット曲は時代を反映する。時代を反映するがゆえに、少しでもズレていると、「今じゃないよね」とも捉えられてしまう。ただ、相対的に見ると J-POP 離れが進んでいるとはいえ、絶対数でも見た方が良い。ニーズがあるのであれば続けていくべきだ。

【審議委員】

「C-51 ひだまり J-POP」を聴いた時は、まさにその原曲を聴いていた頃の私を思い出してしまった。70 年代の、富澤一誠さんの音楽トークを夢中で聴いていた頃の私を。(一同笑い)

カントリー・ミュージックやディキシー・ジャズの影響を色濃く受けた日本のフォークがすごく感じられ、近年の J-POP でよくこれだけの曲を揃えられたなとリスペクトしたし、感心した。だがその一方で、番組名の“ひだまり”という言葉がフィットしないように感じた。“ひだまり”というと、“ほっこり”というイメージだが、この番組は私にとっては懐かしさやウキウキ感が先立った。高田渡さんの「生活の柄」のカヴァーがここに入ってくるかとすごく面白く感じられたりして。こういう曲を若い人が

聴いた時にどう思うのかと個人的にはウキウキしたが、そのあたりはどうか。

【放送局】

私としては、「古い」という言い方が合っているかはわからないが、そういう時代の曲のカヴァーは意図的に入れている。

【審議委員】

目新しいけど懐かしいという感じか。

【放送局】

その通りだ。カフェといっても色々あるが、この番組は今流行りの「古民家カフェ」のような、ノスタルジックな空間で使って欲しいという希望を持っている。

【審議委員】

なるほど。コンセプトもよくわかったし、選曲意図もよくわかった。ニーズがあるかどうかは私の中では見えていなかったが、頑張っ欲しい。

【審議委員】

今日のテーマは、番組審議会のテーマではないのではないか。というのは、これはもはや USEN の根幹に関わる問題だからだ。まず、J-POP が聴かれていないところだが、この現象は J-POP が地盤沈下して洋楽が上がったという感じで、洋楽が良かったから上がったわけではなく、J-POP の地盤が落ちた状態だ。一人負けといったところ。また、「BGM としての J-POP」と言っているが、「BGM としての」というところがどうも引っ掛かる。バックグラウンドミュージックというのは、バックで流れているものだ。普通、私たちが音楽を聴く場合は能動的に聴くわけだから、「BGM としての J-POP」ではなくて、いわば「時代のテーマソングとしての J-POP」を聴いているのだと思う。最初からボタンを掛け違えている。BGM ではない言葉が要る。BGM というと、後ろで流れている BGM になってしまう。

【放送局】

確かに BGM というと、聴き流せる音楽という認識がある。先程からお聞きしていると、聴き流すということがそもそも不自然で、J-POP を使って聴き流すような番組を作ること自体が不自然というように聞こえるが。

【審議委員】

だから、根幹と言ったのだ。そもそも「BGM としての J-POP」と言っているが、果たして今の時代にそのニーズがあるのだろうか。そこをまず調査して頂きたいと私は思う。

最初に「J-POP が地盤沈下している」と言ったが、数年前からヒット曲がない。以前は出せば 100 万枚(売れる)という時代だったが、数年前からは例えば「このアーティストの代表曲は？」と聞いても、誰でも知っているヒット曲が出ない。かと言って、ヒット曲がないわけではないのだが。今は CD のセールスがそのままランキングというわけでもないので、番組を作るにあたっては USEN としての「ヒット曲の基準」を考える必要があるだろう。また先述されていたが、ジャンル別の利用状況も徹底的に分析していかなくては、次に進めないと思う。

【審議委員】

「I-02 GIRLS J-POP」については、マーケットの対象がはっきりしているので、徹底的にそこに対しての選曲をするべきだと思うが、安室奈美恵(の楽曲)が出てくると強すぎる。これも先述されていたが、(アーティスト色が)すごい人はすごいから。つい「安室奈美恵、いいよね」と引き付けられ、BGMとしては雰囲気が壊れてしまう。

「C-51 ひだまり J-POP」はネーミングが最高に良い。ただ、私は「ひだまり J-POP」と聴くとやはり、ル・クプルの「ひだまりの詩」を真っ先に思い出し“ヒーリング系”を連想したが、番組はイメージが違い、すごく地味だと思った。これはこれで素晴らしいのだが、ひだまりではないのではないかと思った。「ひだまりの詩」を中心にして、癒し系の曲を揃えたらどうか。

【審議委員】

私は審議課題を頂いた時にまず、「GIRLS J-POP」というジャンルなんてあったのかな?と思った。きゃりーぱみゅぱみゅやチャットモンチーに、安室奈美恵や家入レオといった個性的なアーティストも入っているが、こうして女の子のJ-POPだけをまとめて、いったい誰が聴くだろうか。アイドルファンの男性とも違うだろうし、ターゲットは20~30代女性と言っていたが、その層の人が心地良く聴くとは思えなかった。50代の男性が鼻の下を伸ばして聴く分には、それはそれで一種のかわいらしさは感じられるのかも知れないが…。今回、「GIRLS J-POP」としてまとめたものを聴いてみて、改めて「こんなに舌足らずで、こんなに未成熟だったのかな」と思った。一般の女の子が、その時代時代を反映した歌詞に共感しながら聴くのであれば許されるだろうが、やはり誰が聴くのか想像がつかない。そこで改めて(洋楽の)「GIRLS POP」を考えてみると、日本で最も人気の高いのはアバやカーペンターズだった。メンバーに男性は入っているが、女性ヴォーカルとして。そのカーペンターズのリチャード・カーペンターは、妹のカレンにいつも「そんな高い声で歌うな」「そんなキャピキャピ歌うな」と言っていた。なぜなら、(キャピキャピした声で歌われた楽曲は)残らないから。本当に人気があり長続きた女性シンガーは歴代皆アルトだということで、徹底的にアルトの声域で歌わせた。考えてみれば、バーバラ・ストライサンド、今のアデルに至るまで、本当にアルトは強い。それは日本でも同じで、キャピキャピした声でいつまでも人気を保つアーティストなどいない。竹内まりやにしても高橋真梨子にしても、残っている人は皆アルトだ。そうすると、この「I-02 GIRLS J-POP」は誰が聴くのだろうか。括り自体に無理があるのではないだろうか。

【審議委員】

「C-51 ひだまり J-POP」も似たようなところがあり、「これだったらのんびりとリラックスできるでしょ」という感じには選曲されているのだが、できなかった。すごく苦労されただろうとは思っているのだが。テンポや雰囲気は割と“ひだまり”っぽくはなっているが、1曲1曲について耳が行ってしまう。のどかにのんびりとした情景が浮かんできたり、誰かが膝枕していたり、どこかで寝っ転がっているという感じの音楽ではないからだ。1曲1曲、音楽としてはそれなりにテイストもあって良かったのだが…。もしかすると先述されていたように、全然違うタイトル(=番組名)にした方が良いのかも知れない。

坂本龍一さんが、ニューヨークの行きつけレストランの音楽があまりにもつまらないので自ら選曲を引き受けたというエピソードはニュースで知っていると思うが、その選曲リストを見ただけで仰天し、「聴きたい!」と思った。何でも新しいものを増やせば良いというわけではなく、徹底的に拘り抜いたものを作ったら、USENの強みになると思う。

最近の審議会でテーマになった「I-31 Electro Swing」や「I-59 ハワイアン・レゲエ」などは、今の括りで無理なく存在する。そういう新しさは必要だと思うが、無理矢理“新しみ”を作って人気番組にしようというのは無理があるような気がする。

【放送局】

“ひだまり”という言葉はインパクトがあり人を惹きつける力があるようだが、その言葉と選曲内容のミスマッチを複数の方

からご指摘頂いた。その要因としては、“ひだまり”に対して持つイメージが人によって異なるという点があげられるだろう。また、番組ごとの各論ではなく、J-POP というジャンルの強みと弱みを我々がいかに判断するかということだ。J-POP が今、どういう聴かれ方をしているのかをもっと知る必要があるし、“一人負け”という言葉もあったが、そこを我々がどう見定めるのかということも肝要だ。これは反省点だが、もしかしたら我々は 90 年代の、毎週のようにミリオンヒットが出ていた時代にしがみつき過ぎているのかも知れないとも思った。そこに対して新たにマーケティングをする必要もあると思った。

【審議委員】

「I-02 GIRLS J-POP」についてだが、女性アーティストの J-POP は同世代よりも若い女の子を掴んでいるのではないかと思う。先程、「50 代の男性からしたら一種のかわいらしさがあるかも知れない」と言われていたが、50 代男性も駄目だ。何が駄目かというと、若い女の子が必死になって「私が、私が」と(自己主張する)思いが伝わるからだ。それが、同世代よりも若い女の子を掴むのだろうが、年上の女性にもおじさんにも多分息苦しくなってしまうところなのではないだろうか。その対極にあるのがまさに先ほど出た“アルト”で、同じ話を山下達郎さんから聞いたことがある。日本の 3 大アルトは美空ひばりさん、山口百恵さん、竹内まりやさんだそう。高い音だからこそ、感受性の強い女の子たちの共感を呼ぶということもあるだろうが、聴き続けるものではないのではないかなと思った。

【放送局】

BGM としては、聴き続けて頂かなければいけないので…

【審議委員】

アルトを集めると、“懐メロ”として年上の女性やおじさんを掴める可能性もあるが、それが世代を超えるかは疑問だ。

【審議委員】

20 年後になったら支持されるかも知れない。

【審議委員】

確かに、そうかも知れない。

【放送局】

皆様のご意見を聞き、無理矢理感を感じさせてしまっていたのだなと思った。我々が作るのは BGM なので、本来ならば(聴く人に)ずっと入っていかなくてはならない。「なんか心地良いな」とか「良い雰囲気だな」という感じで、自然に受け入れられるものであり、耳をそばだてて聴いてもらうものではない。皆さんに無理矢理感が伝わっていたならば、それはきっと我々の力が足りていないからだと思う。「J-POP を BGM として届けたい」という一心で、肩に力が入っていて、それがそのまま伝わっているのだと思う。それが違和感や無理矢理感、「この番組は一体どこで流れるの?」という疑問に繋がったのだろう。

【審議委員】

どちらの番組も車で聴くにはかなり良いとは思った。

【放送局】

やはり“パーソナル要素”が強いということか。

【審議委員】

例えば、「I-02 GIRLS J-POP」は、「今からプレゼンに行くぞ！」という時には気分が盛り上がって良いかも知れないし、プレゼンを終えて帰る時は「C-51 ひだまり J-POP」が良いと思う。車の運転中はあまりくつろぎ過ぎて眠くなってもまずいので、やはり歌詞が理解できる音楽の方が良いなと思う。

【放送局】

個人的にこの2番組がどうだったかという各論もあるが、まずはUSENにおけるJ-POPの位置付けを今度どうしていくのかを検討するために分析とマーケティングを行う必要があり、それは喫緊の課題だと認識した。本日皆さんには様々なご意見を頂いた。そもそもJ-POPはBGMとしては難しいというご意見も多かったが、それでもやはり我々はBGMとしてのJ-POP番組を作っていきたい。無理だと諦めるのではなく、今日頂いたご意見を参考にさせて頂きながら、何か「すうっと聴けるよね」とか「雰囲気良いよね」と言われるようなJ-POP番組を作る挑戦はしていきたいと思う。挑戦をして、またいつかタイミングを見て、「BGMとしてのJ-POP」をテーマに審議して頂ければと思う。

【審議委員】

いつも言うが、番組を作る時には、お客様のご要望に応えるものを作るという方法と、自分たちが良いと思うものを作って提案するという2つの方法がある。どうしても前者の方法が多いと思うが、時には、自分たちが良いと思うものを作ってみれば良いと思う。今日、アルトを集めたJ-POP番組という具体的なアイディアも出たので、すぐにでも作ってみたいかどうか。

【放送局】

それはぜひやってみたい。

【審議委員】

制作にコストがかかるかも知れないが、「この人の選曲なら聴いてみたい」と思われるような、特別な人に選曲してもらってチャンネルがあっても良いと思う。

【放送局】

実は、以前はUSENにも坂本龍一さんが選曲する番組があったのだが、残念ながら終了した。今もいくつか選曲家による番組はあり、常に次はどなたに選曲して頂くかという検討はしている。

【審議委員】

選曲家による番組というのではなく、誰が選んだかが大事だ。特別な人に選曲してもらい、「今回はこの人に選曲して頂きました」としっかりスポットを当てる。

【放送局】

なるほど。少し話はずれるかも知れないが、坂本龍一さんが行きつけのレストランの BGM を選曲したという話が出たが、坂本さんが 1 軒のレストランのために選曲をしたというところがすごいなと思った。その空間のための選曲。我々のサービスだと 1 対 N に対する選曲になるが、1 対 1 と 1 対 N では選曲の仕方が違って来る気がする。本来、1 対 N のサービスだが、1 に向かって選曲したものの方がもしかしたら良いものができるかも知れない…そんなことも思った。つまり、どこか 1 つの店舗に向けて選曲したものが、皆さんのものになるかも知れないということだ。そういう選曲の仕方もチャレンジしていくことができるのではないかと思った。

【審議委員】

村上春樹さんが 8 月 5 日に TOKYO FM で初めてラジオ番組をやるが、サブタイトルが「RUN & SONGS」で、彼が走る時に聴いている曲から選んでかけるという。1 人の人から発信する、まさにプレイリストの時代だなと思った。

【審議委員】

1 人から 1 人に発信しても良いのだ。1 人が 1 人に発信するものがあり、「それを聴きたい！」と思う人がいっぱいいれば良いわけだから。

【放送局】

そこは視点の違いというか、着目点の違いだが、我々はいつも広く世間に、1 軒でも多く(聴いてもらいたい)と考えている。しかし、それがもしかしたら何かをブレさせていたり、何かを迷わせているのかも知れない。

【審議委員】

1 回、チャレンジされたらいかがか。これだけチャンネルがあるのだから。やってみて、どうかなと考えれば良いのではないか。

【放送局】

ぜひチャレンジしていきたい。今日も色々なヒントを頂いたので、それを生かし、J-POP でなんとか起死回生の一発を作っていきたいと思う。