

第 74 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

■開催日時

2022 年 10 月 27 日(木)16:00～

■開催場所

東京都渋谷区神泉町 9-8 USEN 渋谷ビル

渋谷ビルミーティングルームをベースとして、委員および USEN 側の一部がテレビ会議形式で出席。

■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

■局側出席者

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課長 小島 万奈

コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課 加藤 亜紀子

コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課 五十嵐 英高

【番組審議会事務局:森角、林、大園】

議事内容

1. 会社動向、放送事業動向についての報告

(1)第 58 期第 4 四半期経営成績について

売上高は店舗サービス事業及びエネルギー事業で大幅増収した。営業利益/経常利益/当期純利益は前期を上回って着地した。

(2)「USEN MUSIC Enterprise」販売開始について

2022 年 7 月 19 日に AI 機能を搭載したチェーン店向け BGM サービス「USEN MUSIC Enterprise」を販売開始した。IoT でリアルタイム遠隔制御を行い、AI 機能で天候や店舗の混雑状況に合わせたプレイリストの自動変更や、場所に応じた複数 CM 流し分け等、複数店舗の空間演出の最適化が可能となる。

(3)番組情報サイトリニューアルについて

番組情報サイトの名称を「USEN MUSIC GUIDE」と改め、今まで商材毎に展開していた番組情報サイトを一元化し、お客様が利用されている音楽配信商材をご自身で設定出来るマイページ機能を実装した。最新の番組情報がチェック出来る機能や、現在の配信楽曲が確認出来る機能はそのままに、これまでよりも利用シーンに合わせた最適な番組が簡便に検索出来る機能等を強化した。

(4)番組改編について

2022年10月3日に一部チャンネル名の変更、一部チャンネルの終了に伴う番組改編を行った。サービスをご利用になるお客様がこれまでの「ジャンル選択」に加え、今までよりも番組内容をイメージし、「利用シーンに合わせた番組選択」をして頂けるよう、合計74番組に対して番組が醸し出す雰囲気を表す言葉や、特定の業種に向けている番組として楽曲が構成されている事を表す「for～」等を付け加える名称変更を行った。

(5)追悼番組の放送について

2022年8月10日～9月11日まで、8月8日に逝去されたオリビア・ニュートン・ジョン氏に追悼の意を表した特別番組を放送した。

(6)『USEN magazine』の発行について

2022年9月、会報誌『USEN magazine Vol.04(2022年10月～2023年3月号)』を発行。業務店/個人宅のお客様にお届けした。

2. 審議課題

「利用シーン」×「番組」

3. 【対象番組】

- 週間 USEN FESTIVAL
- イーजीリスニング・セレモニー

4. 審議

【放送局】

第59期は前期に引き続き「利用シーン」×「番組」を審議テーマとする。今回は新番組企画「週間 USEN FESTIVAL」、「イーजीリスニング・セレモニー」を審議頂きたい。

【審議委員】

制作方針を「音楽ジャンル」から「利用シーンがイメージ出来るBGM/空間の演出にマッチするBGM」に転換したという事で、2番組共非常に分かりやすかったのではないかと思います。「週間 USEN FESTIVAL」と「イーजीリスニング・セレモニー」は、内容的にかなり違うのでそれぞれの番組で分けて、ご意見を伺う。

【審議委員】

検討課題として、①設定利用シーンにおけるマッチング評価について、②選曲/演出手法等内容について、③その他利用シーンにおけるBGMについてのご意見の3つが挙げられているが、審議するに当たり、私なりに整理すると3つのポイントが有る。曲の良し悪しとBGMとして大切なチャンネルとしての統一感が有るか、利用シーンに合っているかという

3つのポイントから聴いた。

「週間 USEN FESTIVAL」は、どのように意見を言えば良いかまだ迷っており、これから素直な感想を述べるが、他の委員の意見も参考に自分なりの結論を出したいと思っている。

企画背景やコンセプトを見ると、リアルな店舗をより魅力的にする、元気付けるきっかけになる番組、しかも“今”を反映した新しいJ-POPがどんどん流れる、ジャンルを超えた番組という事だ。普段自分で音楽を聴いているとついつい偏ってしまうが、ジャンルを超える事によって良い曲に出会う機会が出来るというのは非常に良く、面白いと感じた。更に、工夫として別テイクバージョンやカバーも織り交ぜるとするのも面白いと思う。毎週3時間分、50曲以上の楽曲を全部入れ替えるのは、苦労も有るだろう。工夫と新しさへのチャレンジが感じられて、それを聴く番組という事なんだなと思った。

曲の良し悪しで言うと、カバーも含め良かった。ところが、統一感を感じられなかった。1曲1曲は良かったり、新しさを感じたりしたが、テンポや音数の多い/少ない等ばらつきが有り、落ち着かなかった。今はスマートフォンにヘッドフォンを繋いで聴く事を前提に作られているパーソナルな曲が多く、そこからヒット曲が生まれる一方で、ライブで受けるような曲がヒットする事も有る。このばらつき感が、落ち着かなさに繋がった。また、こんな所でこんな曲が聴けて嬉しいという程度で収まっていれば良いと思ったが、私の感覚で言うと収まっていない印象を抱いた。利用シーンに合っているかと言うと、難しい気がする。先程言ったようなヘッドフォンで歌を聴く時代になってくると、一人から一人へ、アーティストから個人のリスナーに伝えるものが非常に多い。これが大きなスーパーやショッピングモールで流れるのは合わないのではないかというもあって、少し戸惑った。

サンプルではJ-POPやK-POPが流れたが、歌謡曲も流れたのでテイストとしての統一感はまだ少し有った方が良いのではないと思う一方で、1曲1曲結構耳を引くものが多かった。ヒット曲の力とはこういう事なのかと、これがディレクターの狙いだったら凄いなと思った。1970年～1980年前後のAMラジオや音楽番組では、演歌や歌謡曲、フォーク、ロック、ポップスの洋楽が揃っていたというのを考えると同じような感じがしたが、今の時代はそれから30～40年経って、一人一人音楽的バックグラウンドが付いて、知識も増え、センスが有る人達が増えているのではないかという事を考えると、テイストを絞る方がBGMとしての力は強くなるのではないかと思った。

【審議委員】

私は普段「週間 USEN FESTIVAL」で流れるような曲はほとんど聴かないので非常に新鮮だった。サンプルを聴いた時、1曲1曲勿論歌詞が有り、ほとんど聴かないとは言ってもヒットして聴いた事が有る曲ではあるので、自然と意味が伝わってきて、考えたり刺激を受けたりして結構面白く、音楽の力みたいなものを改めて感じられた。英語の歌詞やインストゥルメンタルのBGMの場合は、身体に沁みってくるように感じられればUSENって良いんだろうなと思っていたが、今回は完全に言葉の意味が刺さって来るものが沢山有り、日本語のパワフルさを感じた。

全体としては、敢えてスローテンポとアップテンポの曲を混ぜているのだろうが、歌詞の意味も含めスローテンポとアップテンポの曲を分けて別の番組にも出来ると感じた。例えば、アップテンポな曲は想定する利用シーンに合い、スローテンポな曲は24時間営業で、深夜営業している店舗に合い、面白いのではないかと感じた。

もうひとつ気になったのが、「週間 USEN FESTIVAL」という番組名で、お客様が番組を見つけられるのだろうかという点だ。「FESTIVAL」というワードが引っ掛かる。何故「FESTIVAL」なのだろうと考えると、やはり音楽フェスから来ているのではないかと思ふ腑に落ちたのだが、「FESTIVAL」と言うと、夏しか聴かない、そしてお祭り騒ぎのようなもつとガンガン聴くような曲が流れる番組をイメージしてしまわないだろうか。

【放送局】

元々は、音楽特番のような番組名で立ち上げる事も考えた。テレビで「歌で元気を」と掲げるような番組が放送されるが、音楽フェスに出られないアーティストが居たり、テレビの特番でさえ新型コロナウイルスの影響で出演辞退するアーティストが居たりする。フェスティバルのような色々な人が歌う番組をUSENでも放送したいと思い、「週間 USEN FESTIVAL」という番組名にするきっかけにはなった。ただ、映像が無い分、ヒット曲のみを厳選した。

【審議委員】

「週間 USEN FESTIVAL」ではなく、「週間 USEN フェス」で認知されるのではないか。「フェス」の方が、今時の人達は選びやすいと思う。

車で移動する時にも聴いていた。今まで審議した番組は、車でサンプルを流しても曲自体はあまり話題にならなかったが、「週間 USEN FESTIVAL」の場合は、曲自体が話題に上がって非常に面白かった。ヒット曲でもアレンジ・ヴァージョンやカバー・ヴァージョンを選曲して工夫しているから、やはり話題になりやすいのだろうと思う。そのような引っ掛かりも凄いと、私的には非常に勉強になって楽しい番組だと思った。

【審議委員】

「週間 USEN FESTIVAL」は、ヴォーカル作品でワクワク感や活気を演出し、“今”を感じられるという番組コンセプトだ。サンプルを1曲1曲聴くに当たり、それを醸し出す為に、ワクワク感、ウキウキ感、新鮮さ、明るい曲か、ミドルテンポ〜アップテンポか、を評価項目にして聴いた。

先程、他の委員から有ったが、1曲1曲素晴らしい選曲だと思った。全体として考えると利用シーンに幅広い年齢層が訪れる施設が想定されていたが、幅広い年齢層には高齢者も入るのだろうか？

【放送局】

高齢者も想定している。

【審議委員】

今のキーワードの中で、若者や40代〜50代の人にとっては英語歌詞の曲は馴染みやすいと思うが、高齢者には英語歌詞でテンポが速い曲はもしかすると受け入れられないかもしれない。幅広い年齢層と謳っているから、その点を改善したら良いと思う。高齢者は日本語の歌詞はすっと頭に入って、意味も分かるので、シーンとのマッチングが上手くいくのではないかと感じた。全体的には良い内容だったが、サンプルの内、三分の一程度が高齢者向きであり、英語のテンポが速い曲は若い層には合うのではないかと感じた。フードコートやイベント広場、カーディーラーやアミューズメント施設等、大きな施設が利用シーンに想定されているが、子供から大人、そして高齢者というファミリーが訪れる事を考えると、そのバランスを考えるともっと良い番組になるのではないかと感じた。

【審議委員】

私はいつも番組作りで大事なのはマーケットインの考え方だと言っている。今回は、ファミリー層をはじめ幅広い年齢層が訪れる施設を想定して、こういう音楽が鳴っていたら良いとディレクターが考えたのだと思うが、例えば、フードコートやカーディーラーのスタッフが実際どのようなBGMを欲しがっているのかというのを参考にしながらディレクターの意向で選曲を決めて行くというのも一つの在り方ではないかと思う。

ディレクターは幅広い年齢層が多く訪れる施設には様々なジャンルのヒット曲が流れるのが良いと思ったという事だろうが、

その根拠はどこに有るのか聞きたい。今回サンプルを聴きながら、まさしく世代やジャンルを超えたヒット曲が選曲されていると感じた。その中でも、私もよく聴く曲、聴かない曲と有るが、インパクトが強い曲は目立っていた。それぞれ個性豊かなヒット曲を上手くまとめて、ひとつの力を出す為には野球チームのような形が必要ではないかと思う。そのチームを作るゼネラルマネージャーがUSENで言う番組ディレクターだろう。その枠組みはしっかり出来ているが、一番大事なポイントは、果たして想定したシーンにこういう番組が必要なのかという事だ。

【放送局】

例えば、K-POPは子供でも歌える程人気なので、子供達にご機嫌になるとおじいちゃん、おばあちゃんも助かるだろうと想定をしている。また、昔のヒット曲のカヴァーは世代を超えて歌い継がれていけば良いなという思いも有り、バランスを考えながら選曲した。BGMの域を超えるが、特定の世代に刺さる曲も色とりどりに合わせる事で、そこから多感なお嬢さんとお父さんの会話が始まったり、一人で来ているお客様にとっても新しい曲を知るきっかけになったりすると良いと思いい選曲している。

【放送局】

「週間 USEN FESTIVAL」が想定する利用シーンでは、J-POPがよく聴かれている。現状、USENのJ-POPの番組は、新曲やランキング、年代等、J-POPというジャンルを何かで区切って作られている。J-POP自体は人気だが、特にランキング番組なら聴き飽きてしまうという課題が有り、またジャンルを絞れば絞る程番組としての統一感が増すが、放送出来る楽曲は減って同じ曲が何度も流れてしまうという課題も有る。その為、今J-POPを気持ち良く聴いて頂いている方々に対して、新たなJ-POPが流れる番組の提案は出来ないかという発想で選曲された番組でもある。そのような意味では、マーケットインの考え方も含まれている。

【審議委員】

私は自分で選曲するとしたらこういう選曲内容にならないが、ただ逆に言うとそれは若い感性で作られているという事で、ディレクターの言っている事も確かにそうだと腑に落ちた。世代が同じ4人だったらその世代に向けたヒット曲を流せばそれで盛り上がるが、世代が違う4人だと好きなものも違うので、1曲流れた後に違う世代に向けた曲が流れないと話題には上らないというのは新しい発想だと感じた。私では出て来ない発想の面白さが有るので、非常に良いのではないかと思う。ディレクターとして、先程言っていたようなきちんとしたコンセプトが有って、こういう番組が有っても良いのではないかという志が非常に熱く感じられて良いと思った

【審議委員】

想定する利用シーンの中でも、フードコートなのか、倉庫スタイル店舗なのか、昼間向けの店舗なのか、野外なのかで選曲は違ってくるだろうと思う。K-POPの後にJ-POPが流れたり、今の流行りながらもどこか懐かしい曲が流れたり、年齢層が30代~40代、もしかすると50代~60代まで広がるかもしれないという思いで選曲しているのだろうと思い、聴いていて非常に面白かった。K-POPやJ-POPだけでなく、そこにまさか歌謡曲が流れるとは思わず、それも非常に面白かった。では、誰がどういう風に意識して喜んで聴くのかと考えると、シーンが分からない。多分夜向きではなく昼間向きだろう。昼間の、そんなに聞き耳を立てず気にしないで、なんとなく流れていてふっと耳に入った時にはこんな曲が流れているんだと面白がってくれそうな場所なら良いと思う。そういう意味では、広い屋内施設や遊び場では面白がってくれるのだろうかと思いましたが、ジャンルではなくシーンにマッチした番組を作るという制作方針から考えると、私は逆にシーンが選べ

なかった。では、その面白さをどう伝えたら聴いてもらえるかという事を考えないといけない。ひとつ変えられるとしたら番組名ではないだろうか。先程他の委員も言っていたが、この番組名ではどういう番組か分からない。どういうシーンで選ぶべきチャンネルなのかがタイトルから分からないので、折角の「シーンにマッチした番組を作る」という制作方針から外れてしまうのではないかと心配した。

非常に面白い番組で、今も流行っているが少し古い曲も上手く織り交ぜながら放送している番組として私は面白いと思った。また、英語と日本語でやはりどうしても耳が持つて行かれるか持つて行かれないかという差が出てしまうので、そのバランスが難しいだろうと思う。

【審議委員】

「イーजीリスニング・セレモニー」はまさに「セレモニー」、つまり「葬儀」を利用シーンとして想定して作られているという事だ。個人的な事で言っても、ここ5~6年で葬儀に参列する機会が多く、葬儀屋のCMの「小さなお葬式」という言葉に代表されるようにどんどん変わってきていると感じている。更に、顧客開拓という事でUSENがこれから取り組むべき所が見事に考えられていて凄いなと思う。実際にサンプルを聴いて、全然知らない曲でこんなに良い感じにもらえるんだと感心した。曲の良し悪しや統一感、利用シーンへのマッチはいずれも非常に高いバランスが取れていて、90点以上の点を出したくなるようなレベルの高い選曲だった。個人的な考えを少し付け加えると、小さな葬儀の場で何が起きるかと言うと、結局親しくない人は来ていないという事だ。故人の仲の良い人が集まるという事はお互いも知り合いである場合が多く、時に笑いが起こる。「D-20 セレモニー・クラシック」がシーンとして想定している大規模セレモニーでも、故人と親しい訳ではないが葬儀に参列するような場合は、笑うと不謹慎になるのでレクイエムが流れている方が落ち着くが、仲の良い人の葬儀では「イーजीリスニング・セレモニー」でも全く問題なく使えると思う。例えば、小さな葬儀では好きなスポーツチームの応援歌や好きなアーティストの曲を流す場合も有るので、そういう変化を前提に中小規模のセレモニーホールで温かい空気の葬儀を作るという意味では非常に良い選曲だと思ったので、是非どんどん売り出してもらえればと思う。

【審議委員】

今回は番組の情報を一切知らない状態で、まずサンプルだけ聴いてみた。「週間 USEN FESTIVAL」の方はなんとなく何処に流すか場所のシチュエーションが沢山イメージ出来たが、「イーजीリスニング・セレモニー」の方はあまりイメージが出来なかった。少し重いというか静かな曲も流れるが、聴くタイミングによれば感情に触れると言うか本当に泣いてしまいそうな曲も流れるので、何処で流せば良いのだろうと思いお題を見たら納得し、非常に驚いた。選曲されている曲やアーティストはあまり知らないが、こういう曲をこういう人達が作っていて、抑揚と言うか聴かせたいサビ的な箇所が有り、そこが少し心に触れ、なるほどと思いながら聴いた。少し気になったのは、曲と曲の繋がりだ。曲がいきなり終わって、いきなり次の曲が始まるというよりは、クロスフェードさせると通した1曲のように聴こえて、聴いていて引っ掛からないのではないかと思った。

私は普段お店のデザインをする中で、葬儀場のデザインをする事も有り、今は大体小さいものになっている。少し不思議なのだが、参考資料を見せてもらおうと皆色合いが真っ白だ。真っ白で、明るく、カーテンの隙間から陽ざしが差し込み、カジュアルで少し格好良い。何故かと言うと、十字架を付けると教会になるようになっていて、挙式の会場と葬儀の会場がほとんど表裏一体になっている。チャペルもデザインするが、チャペルも十字架を付けると宗教的な問題で挙式が出来ないという人も増えていて、十字架を取り外し出来ないと集客が出来ないので、取り外し出来るようになってきている事も有る。今は、お別れ会的なものまで葬儀のバリエーションが増えている中で、この番組はスタンダードとしては非常に合うのではないかと思う。企画背景に未加入顧客へのアプローチという点も挙げられていたもので、私がデザインした葬儀場のオ

一ナーや支配人にも聞いてみたが、USEN に加入している人も居れば、残念ながら最近解約した人も居た。何故解約したか質問すると、カラオケをしたり、好きな曲を流したりと冠婚葬祭のバリエーションが増え過ぎて、いずれにせよ著作権管理団体の手続きをしないといけなくなったという事と、USEN は多くの曲が流れる事は知っているが、番組が多くて合う番組を探すのに時間が掛かるという事を言っていた。

【審議委員】

私は「D-20 セレモニー・クラシック」を知らなかったのだが、結構華やかな印象なのだろうか？

【放送局】

慶事での利用も想定しているので、盛り上がる華やかな楽曲も含まれる。

【審議委員】

「D-20 セレモニー・クラシック」は、利用シーンとして中小規模のセレモニーホールには合致しないのだろうか？

【放送局】

一概に合致しないとはいづらいが、利用はしづらいのではないかと考えている。

【審議委員】

確かにコロナ禍での最近の葬儀は家族葬が多く、今は中・小規模のセレモニーホールを利用して葬儀が営まれるというケースがほとんどだと思う。今回の「イーजीリスニング・セレモニー」の設定は、限定された場所で、時間も夜間にはあまり無いから昼間だろうと思いつながりながらサンプルを聴いた。こういうセレモニーというのは大体雰囲気が決まっており、ディレクターから、穏やかさや落ち着きが有り、スローテンポで、抑揚が無い曲を選曲していると説明された。また、透明感が有るという事でピアノ、そして弦楽器でチェロを使っていた。音楽療法的には、とても心にすーっと沁み込んでくる音色をしていたと思う。その点では相応しい空間を演出している選曲だった。

コンセプトと番組内容から、穏やかさが有るか、少し低音で落ち着き感が有るか、スローテンポでゆったりした感覚が醸し出されているか、透明感や優しさが有るか、といった点をキーワードとして聴いた。それぞれこのキーワードに対しては、合致していたと思う。よく葬儀で故人が生前どのような曲が好きだったのかと問われ、生前よく歌った曲や聴いていた曲を流すというケースも有ると思う。そういう事を考慮すれば、何かもっと別のスタイルが生まれたのではないかな。

送る側にとっても、送られる側にとっても本当に良い曲かという観点でも聴いたが、全体的には本当にどれも良い曲で、自分の葬儀では是非流して欲しいと思う程で、中・小規模のセレモニーホールにおいてとても良いと思った。中・小規模のセレモニーホールだけでなく、大規模のセレモニーホールで流してもほぼ変わらないのではないかなとも感じた。

【審議委員】

セレモニーホールは非常に大きなマーケットで、今後大切だと思うので、きっちり番組を作った方が良いと思う。小規模のセレモニーホールや家族葬、勿論大規模なセレモニーホールも有るが、一概に全部一緒くたにしないで、大きなもの、中位のもの、小さなものという風に個別に分けた方が良いのではないだろうか。それ位マーケットとしては大きいと思う。この点を如何にとるかというのが、今後の USEN にも大きな影響を与えるのではないかな。

今回サンプルを聴く中で、名前を知っているアーティストがかなり居たがその曲は知らなかったり、逆に名前も知らないア

アーティストも居たりした。ほとんどピアノか弦楽器の曲だった。ピアノはピアニストによって音が違い、セレモニーホール向きの音、そうではない音が有ると思うので、もう少し厳選した方が良い。弦楽器も色々な弦楽器が有る。ピアノの音と弦楽器の音が非常に大きな影響を与えるので、精査した方が良いと思う。また、単純だが定番として「千の風になって」や「精霊流し」等、誰もが知っている曲をさりげなく入れると、その中で合う曲が有るのではないかな。楽器の音色を含めた中でもう少し曲を探して、全く知らない曲と耳に残る曲をバランスよく入れると良いと思う。マーケットの狙いどころとしては最高だと思う。

【審議委員】

「イーजीリスニング・セレモニー」という番組名を見た時に、何のセレモニーだろうと最初に思った。セレモニーと言うのは、必ずしも葬儀とは限らない。番組名の最初に「イーजीリスニング」が付いていたので、余計何のセレモニーだろうと思いつきながら聴き、番組資料を読んでみて、そういう事かと思いつきながらその耳でまた聴いた。今年には新型コロナウイルスも影響していたと思うが葬儀に参列する機会が多く、自分でも執り行ったので、そういう耳で聴きながら、これだけピアノと弦楽器を主体にして暗過ぎも明る過ぎもせず、なかなか良い選曲だと思った。必ずしも静かな状況ではなく、親族が集まって故人の懐かしい話をしたり、時々笑い声が起こったりするような場所で「イーजीリスニング・セレモニー」が流れているのを想像すると、非常に良かったと思う。改めて選曲されているアーティスト名を見て、ほとんど日本人というのが驚いた。それも良さの大きな一因だったのではないかな。やはり音楽と言うのは、その時代とその場所、その空気とその人達が食べている食べ物と非常にリンクするし、特にその時代のリズムと大きくリンクする。日本の適度なウェット感がそのまま醸し出されていながら過度にはならず、センチメンタルさも過度にならず、そういう意味では非常に良い選曲だった。意図して日本人のアーティストから多く選曲したのだろうか。

私の思う「イーजीリスニング・セレモニー」の課題は、番組名だけだと思う。先程、他の委員からも USEN は番組を探すのに時間が掛かるという話が出たが、私だったら「イーजीリスニング・セレモニー」で葬儀などは絶対に思わない。お客様も選びにくいのだとしたら、「イーजीリスニング・ご葬儀」とまで言っているのかは分からないが、例えば「悲しみのセレモニー」と日本語で付けた方が余程良いのではないかな。

【放送局】

「週間 USEN FESTIVAL」は、ヒット曲の個々の強さを感じるというご指摘を頂き、ヒット曲を1番組にまとめる難しさを改めて感じた。また、ヒット曲ばかり集めても良い番組にはならないという事も勉強させて頂いたので、バランスをどう取っていくのかを検討したい。この点は、「週間 USEN FESTIVAL」だけでなくJ-POPというジャンル全体の課題として認識すべきことだと思う。この番組はまだ企画段階だが、晴れて番組として放送開始する時にはお知らせさせて頂くので、ご意見を頂戴しながら成長させていければ有難い。

「イーजीリスニング・セレモニー」は、番組名を改めて検討したい。選曲は概ね良い選曲だと言って頂いたが、小さな葬儀では参列者は多くの場合知り合い同士であるという点と、今後我々がどうマーケットを見ていくかという点、つまり式場の大小だけではなく、どのような方が集まってどのようなセレモニーが行われるのかという点までしっかり鑑みた上で、そこにマッチしたBGMを提供すべきだと改めて認識した。

本日も大変貴重なご意見を頂いた。