

第 77 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

■開催日時

2023 年 7 月 27 日 (木) 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
長谷川 演 委員
和合 治久 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 大園 絢音

【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 59 期第 3 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ともに増収した。営業利益/経常利益/当期純利益は増益で順調に進捗した。

(2) 5G 店舗利用特化型 Wi-Fi ルーターについて

業界初の「5G 店舗利用特化型 Wi-Fi ルーター」を、6 月 30 日にリリースした。入線工事不要で、光回線同等スベ

ックの高速/容量無制限通信品質のWi-Fiルーターであり、店舗利用を想定した各種独自機能を搭載し、快適な通信環境の提供を目指している。

(3)涼感 BGM 放送開始について

6月1日より、音楽で感じる「涼」をテーマにお届けしている「涼感 BGM シリーズ」の放送を開始した。今夏は電気料金が値上げされる中、涼やかな空間演出の一助となる事が期待される。

2. 審議課題

「利用シーン」×「番組」

3. 【対象番組】

■C-09 J-POP カフェ

■D-63 美容空間向け BGM

4. 審議

【放送局】

第59期は「利用シーン」×「番組」を審議テーマとする。今回は「C-09 J-POP カフェ」、「D-63 美容空間向け BGM」の2番組を審議頂きたい。

【審議委員】

今回の2番組は性質が大変異なるので、1番組ずつ審議したいと思う。まずは、「C-09 J-POP カフェ」からご意見を伺いたい。

【審議委員】

「C-09 J-POP カフェ」は、親しみやすさや柔らかさ、軽快さ、洒落た雰囲気醸し出し、温かみを感じるカフェ・飲食店、雑貨店で利用して貰いたいという事だ。ディレクターの意図する方向性がどういう項目で満たされるのか、大きく4つの項目でサンプルを聴いた。まず、①親しみやすさを演出する為に、懐かしい曲や歌詞が入った曲が選曲されているか、②柔らかさを演出する為に、ソフトタッチなテンポで、それを聴いた時に落ち着いた雰囲気になっている、或いは自分の気持ちも落ち着く曲が選曲されているか、③軽快さを演出する為に、身体も軽快になる様な軽やかなリズムの曲が選曲されているか、④洒落た雰囲気を演出する為に、聴いた時に自分の心が明るくなる曲が選曲されているか、といった項目だ。また、BGMはそれを聴いた方々がどう感じるか、つまり顧客満足度がどれ程なのかという事が非常に重要だと考えている。そのため、想定している利用シーンであるカフェで自分が聴いた場合、本当に落ち着くのか、同伴者と語らう事が出来るのか、という観点で聴いた。

その結果、総合的には、評価項目を満たしており良かったと思う。ただ、世代については、若者や中年の方向けとしては全体的に良いと感じたが、個人的な考えにもなるが、高齢者にはあまり向かないと感じた。歌詞は音楽療法的にも非常に意味が有るが、高齢者の場合、歌詞を知っている曲が流れると昔を懐かしがって郷愁感が生まれたり、親しみを感じたりするので、歌詞にも考慮して選曲すると良いのではないかと。歌を通して季節を感じたり、昔参加した行事を思い出したりする事によって親しみ感が非常に増す。そうして当時をイメージする事が出来るので、高齢者に対しての音楽提供とい

う事に関しては、若い頃聴いたり歌ったりした曲を選曲したら良いのではないか。やはり世代も考慮して選曲をする事が非常に重要だ。

【審議委員】

「C-09 J-POP カフェ」で流れるアーティストはどの位メジャーなのだろうか。私はほとんど知らないアーティストだ。

【放送局】

テレビへの露出が多かったり、ヒットチャートで上位をとったりするアーティストではないが、メジャーデビューしているアーティストがほとんどだ。今や、メジャー/インディーの区別は昔ほど無いが、かといってインディーのアーティストばかりを選曲している訳ではない。

【審議委員】

そういうアーティストの楽曲はそもそも普段聴く機会がほぼ無いので、この様に同じトーンでまとめているのは、やはり流石と言うか USEN のやらなければいけない事なのだなと思う。つまりアーティストを見つけて世の中に表現する、伝える役割が有ると感じ、それ自体は非常に良いと思いながら聴いた。大袈裟に言えば、新しい才能を見つけ出すという事で、取り組みとして素敵だと感じた。

旧番組名「J-LOUNGE」は、J-POP の番組である事を表す「J」が付いているものの「LOUNGE」と付く番組で日本語の曲が聴こえるというのはどうしても違和感が有る。それが「カフェ」に変わる事で一気に幅が広がる。また、番組名に「カフェ」が付くと、非常に親しみやすく、取っつきやすくなるので、そういうポジティブな感情を持った言葉だと思う。私も色々な店舗をデザインする中で、猫カフェやそこから発展してウサギカフェをデザインした事が有る。他には、弁護士から相続の手続きをきちんと行う事が大事だと伝える為に、うまく表現出来ないかと相談された時に「相続カフェ」をデザインした事も有る。一見普通のカフェだが、店内には相続関連の物が置かれていて、カウンターの中では相続の大切さを伝えられるカフェだ。なかなか踏み出せないジャンルだが、「カフェ」と付けると入りやすくなる柔らかさが有るので、「J-POP カフェ」という番組名はばっちりだと思う。

番組に対して厳しい意見も言わなくてはいけないのが審議委員の役目でもあるので、何を言おうか考えながらいつも審議番組を聴いている。「C-09 J-POP カフェ」は、ヒットチャートには出て来ないアーティストでまとまっていて、全体のまとまりも良く聴きやすく、身を預ける様に安心して聴けたので、非常に良かった。シーンは時間帯では夜よりは昼が、年齢層ではどちらかと言うと若い方が合う。ディレクターが想定しているあたたかみを感じるカフェ・飲食店、雑貨店は勿論それはそれで良いと思う。他には「D-63 美容空間向け BGM」の想定シーンとなっている美容室等、美容空間も合うと思う。例えば、デートで若い子達が初めて入ったカフェでこういう日本語の知らない曲が流れていたら会話のきっかけになる事も沢山有るだろう。ひとつ気になったのは、カバー曲が流れる事だ。折角そういうテーマでまとめているのに、カバー曲が流れるのは勿体無い。勿論原曲とは全然違う曲には聴こえるのだが、知っている曲が流れない方が良いのではないか。

【放送局】

「J-POP カフェ」は「J-LOUNGE」と同じチャンネルアドレスなので、「J-LOUNGE」をご利用頂いていたお客様にも継続してご利用頂ける様に、「J-LOUNGE」で放送されていた楽曲も選曲している。「J-LOUNGE」ではカバー曲が多く流れていたため、その名残で「C-09 J-POP カフェ」でもカバー曲が流れているが、少しずつ減らしていった方が良いのか

と私も考えていたので、ご意見を頂けて有難い。

【審議委員】

審議会に臨むにあたっては、基本的にはサンプルを聴いて抱いた感想を、何故そう思うかを自分なりに細分化して、曲自体が良い曲か、繋がりや統一感が感じられる曲順か、シーンに合っているか、の3つの項目について複合的に考えて言葉にする様にしている。

今回は日本のJ-POPと言われる物で、これ程新しく面白い音楽が沢山出て来ているのだと感じた。本当に知らない曲なのに統一感が有り、しかも温かみを感じる空気を演出出来るのだという感動と驚きがあり、それを選曲してくるディレクターは凄いと思う。どの様にしてこれらの曲を見つけてきたのだろうか。

【放送局】

新譜をチェックする等、日々の業務の中で少しずつ貯めていったり、日々の生活の中で気になった曲を調べたりして見つけている。例えばコマーシャルで流れていた曲で良いなと思ったアーティストの楽曲を全て聴いてみたり、1曲から派生させて関連するアーティストの曲を全て聴いてみたりしている。

【審議委員】

聴いていてほっこりした気持ちになる。資料に載っている利用シーンの画像を見ると、ナチュラルな内装な空間を想定しているという事だろう。ディレクターの説明で、対極のワードとして「無機質」が出たが、ソリッドや金属質ではないというのが分かり、カフェや雑貨店に合うイメージがあり、本当に感心した。

問題点を指摘するのも審議委員の仕事なので言わせてもらおうと、番組名に「J-POP」と入っているのでチャンネルを合わせるお客様は沢山いると思うが、J-POPなのにメジャーなアーティストの曲が流れないのが気になってしまったりかもしれないと思った。だから最初はヒット曲を選曲した方が良いのではないかと思いながらサンプルを聴き始めた。そうであるにも関わらず、気持ち良く聴く事が出来たので、次のステージに行ける番組なのではないか。選曲の際に過度に情熱的・壮大・激しい楽曲、曲中の抑揚が大きい楽曲は選曲しない様に留意しているとの事だが、それ以上に雰囲気統一感が有って良かった。個人的には、サンプルの中で1曲だけテイストが違ったので、違和感を抱いた。

【放送局】

統一感を持たせつつも一旦選曲の幅を広げてから、次第により統一感を高めていきたいと思っているので、頂いたご意見を参考にしたい。

【審議委員】

いや、参考にしない方が良い位だ。選曲に今のセンスを感じ、選曲されている楽曲もこれ程良い曲なのにヒットしていないという事に驚き、感心もした。80年代の邦楽、シティポップにも通じるものが有るのだろう。もっと聴きたくなる番組だった。

【放送局】

統一感が有るとの事だが、今後この番組がもっと成長する為には、統一感をキープしつつアーティストの幅を広げた方が良いのか、それとも選曲の幅を広げた方が良いのか、どちらだろうか？

【審議委員】

利用状況も鑑みながら決めれば良いと思う。昔は日本語の歌詞の楽曲を BGM として使うのはタブーな雰囲気が有り、インストゥルメンタルでないと BGM として受け入れられづらかったと思うが、「C-09 J-POP カフェ」の様に日本語の歌詞でも空間演出の BGM になるというのは時代が変わっていると感じ、その点も非常に勉強になった。

メジャーなアーティストの曲が選曲に入ってくると、この番組を利用するお客様は増えると思う。ラジオ局で働いていた事も有るが、昔のラジオではメジャーではない曲は 3 曲に 1 曲放送する位で、メジャーな曲を放送する方がリスナーに喜んで貰えるというサービスだったが、今はどうだろうか。非常に難しい。

【審議委員】

メジャーなアーティストの曲が流れると安っぽくなるのではないかと。メジャーな曲が流れない事でグレードがキープされていると言おうか、ハイセンスな感じがする。非常に新鮮で新しく、静かな曲の中に次の時代に進んで行く様なエネルギーが感じられるので、今時のメジャーな曲が流れると違和感を覚える人も居るのではないかと。

【放送局】

メジャーなアーティストの中でもヒット曲ではなく、「C-09 J-POP カフェ」に合う曲を入れてみたらどういう反応が有るかというのは試してみても面白いのではないかと。アーティストのファンは分かると思うが、ひょっとしたらファンではない人は聴いてもそのアーティストの曲だとは分からないかもしれない。今までメジャーなアーティストから選曲しようとしていなかった理由として、他の番組と差別化が必要であると考えていたからだと思う。「C-09 J-POP カフェ」で選曲しているアーティストは他の既存の番組で全く流れないというわけではないが、あまり流れないアーティストから意識的に選曲しており、その点については思考が凝り固まっていたと感じた。メジャーなアーティストでも「C-09 J-POP カフェ」に合う曲が有るかもしれないので、視野を広げて検討したい。

【審議委員】

番組制作には出口が必要で、出口が決まっていれば入り口も決まると思うが、そういう点では文句の付けようが無い程、良く出来た番組だと思う。

「C-09 J-POP カフェ」で選曲されている曲は、良い曲だけど売れない曲だと思う。でもそれが格好良い。音楽の歴史にはそういう事が有って、フォークもニューミュージック、シティポップもブームになるまで時間が掛かった。私としては、この番組でメジャーな楽曲が流れると駄目だと思う。サンプルでも私が名前を知っているアーティストはほとんど居ないが、皆良い曲を書いている事は事実だ。そういった曲を上手く選曲しているので、素晴らしい番組になっているのではないかと。

ただひとつ気になるのは番組名だ。「J-POP」と言うと売れているイメージなので、番組名に入っていると、何故メジャーなアーティストが選曲されていないのか、と思わせてしまうかも知れない。番組名から「J-POP」は取ったら良いのではないかと。

【審議委員】

確かに、「J-POP」と言うとそういう傾向が有るかもしれない。

「C-09 J-POP カフェ」のサンプルの曲は全部知らなかったなので、カバー曲かオリジナル曲かも分からず聴き、若いデ

イレクターが選曲したのだらうと思った。それでも他の委員からの指摘にも有った様に、80年代の匂いがするというのは非常に分かりやすかった。

利用シーンとして想定している中ではカフェと雑貨店には合う一方、飲食店に合うとはあまり思わなかったが、とても気持ち良く聴く事が出来た。また、かなり女性向きだらうと思う。特に10代～30代の女性向きで、男性が聴いてもほとんど反応は無いのではないかと思うが、だから良いという事も有るかもしれない。

非常にバランスが良く、1曲も分からなかったという事は耳に引っ掛からないという事で、変に引っ掛かる曲が流れるよりは、BGMとして聴くのに良いと思う。他の委員からも指摘が有った様に「J-POP」と言わない方がなんだか分からなくて良いのではないか。世代的にはおばあちゃんの私が聴いても心地良く、とても親しみを持てたので、良い感じだと思いつつ聴いた。

【審議委員】

「D-63 美容空間向け BGM」は、教科書的と言おうか正統派と言おうか、非常に分かりやすいと真ん中を狙った、安定した番組だと思いつつ聴いたのだが、聴いてすぐ図書館のイメージが浮かんだ。勿論、利用シーンとして想定されている美容空間は合うと思うが、図書館で眼鏡を掛けた人が本を読んでいる様な光景を想起させる曲が揃っていると感じた。大体何処のロビーでもラウンジでも合うだらうし、クリニックや学校等、場所を選ばない。少し高級感の有る場所であれば合うのではないか。

サンプルを聴きながら気になったのは、美容空間で施術を受けているうちに眠くなる様なゆったり感が漂う中で、途中でテンポアップし、それで目が覚める様な曲が選曲されていた。それは意図的なのだらうか？

【放送局】

ご指摘の通りで意図的に選曲している。施術のプロに相談した際、BGMが平坦だと施術する側も眠ってしまうので、ある程度小さな音の粒やリズムが欲しいというご意見が有り、それをそのまま活かしている。

【審議委員】

私はその意図通りに感じたという事だらう。リラクゼーションという観点では短く感じる曲も流れたが、それも目覚めさせる意図が有るのであれば良いと思う。

番組名は今のままでは勿体無いと思う。USENの音楽配信サービスと言うからには全てBGMである事が前提となっていると思うのだが、決められた文字数で番組名を付けなければいけない。「美容空間向け BGM」で言うと、「向け」も「BGM」も番組名に入らなくても伝わるので省略して、例えば「優しい美容空間」等、そのBGMで空間をどの様に演出するかが伝わる言葉を入れた方が選びやすさに繋がるのではないか。他の番組でも同じ事は言えると思う。

【放送局】

現状、番組名の付け方に明確なルールが有る訳ではないが、音楽ジャンルを冠した番組と業務店向けの番組とで多少変化を付けている。音楽ジャンルを冠した番組では、例えばクラシックの「バロック」やロックの「A.O.R.」等、分かりやすい音楽用語を付けている。一方、業務店向けの番組では音楽ジャンルと対極をなす番組である事が伝わる様に、意図的に「BGM」と付けている。ラジオ番組を放送したり、過去には個人宅向けの番組が存在したりしていた関係で、その番組が特定の音楽ジャンルで括った番組ではなく、業務店向けのBGMとして作っているという事を積極的に伝えたいと考えての事だ。しかし、頂いたご意見については非常に理解出来るので、今後の番組名検討時に活かしたい。

【審議委員】

ゆったりとエレガントな雰囲気のあるインストゥルメンタル楽曲で構成している番組という事なので、音楽療法的にゆったり感やエレガントな雰囲気が感じられるかという観点で聴いた。ゆったり感を演出する為に、自律神経学的には副交感神経を刺激する要素が必要になる。副交感神経を刺激すると必然的に内から出る美、つまり肌の艶やかなやかさ、ハリ等の肌の自然美にも繋がる。副交感神経を刺激し、自律神経を整える為に、一定のテンポやエレガントな明るさ、ピッチ・周波数、1/f ゆらぎ音、倍音といった要素を評価した。まずテンポについては、スローテンポからミドルテンポで選曲されていた。明るさについては、明るさも感じられる一方で重低音が入る曲も流れたので、エレガントには感じられない部分もあった。ピッチ・周波数については、大体 3,000~4,000 位の周波数が出ると副交感を刺激し、自律神経を整える波及効果を持つのだが、中には低い楽曲も選曲されていた。1/f ゆらぎ音は風のそよぎや川のせせらぎ等の音で、中には木管楽器のピッコロやクラリネット等、1/f ゆらぎ音が生まれる楽器の演奏の曲が有り、それはそれで良かったが、サンプルではピアノの曲が多いと感じた。ピアノは、倍音は良く出るが1/fゆらぎ音はあまり出ないので、選曲の際は1/fゆらぎ音を醸し出す楽器による演奏かという点も考慮する事が望まれるのではないかと。全体的には副交感神経を刺激するパターンが有り良かったが、美容空間はやはり美を求める空間なので自律神経を整えるという観点で以上の要素が入っている曲を選曲すれば更に良くなるのではないかと。

【審議委員】

「D-63 美容空間向け BGM」で気になる点は番組名だけではないかと思う。どのような演出を目指しているかを一言で表せる良い言葉が無いかと考えているが難しい。昔で言うと「癒し」だと思いが、手垢の付いた言葉なので、新しい言葉だと「リラックス」なのだろうかとか色々考えていた。何か良い言葉が付けられたら、文句の付けようがないと思う。

【放送局】

USEN の営業にとって、どういう番組名だったら営業しやすいかという所から考えて、「美容空間向け BGM」なら美容にまつわる業務店に営業しやすいだろうと考えて番組名を付けたが、何か表現出来る良い言葉が無いか考えたいと思う。

【審議委員】

今の番組名だと、逆に美容空間ではないシーンでは聴こうとは思われないだろう。

【放送局】

その点は我々にとっても難しい問題だ。パチンコ店向けの BGM はパチンコ店の利用は非常に良いが、パチンコ店しか使わなくなってしまった。かと言って漠然とした番組名にしてしまうと、誰の為の番組か分からなくなってしまうので、番組名の付け方は非常に難しい。

【審議委員】

「D-63 美容空間向け BGM」はもっと色々なビジネスシーンに使えると思う。爽やかというまではいかないが、清々しさと落ち着きが有って、仕事の効率も非常に上がる BGM だと思う。

美の空間に、心も身体もゆったりとリラックス出来る、癒し BGM を提供するという狙いは非常に成功している。曲自体が良い曲か、繋がりや統一感が感じられる曲順か、シーンに合っているかという観点で聴いた。一曲ずつを確認していくと結

構ばらつきが有るものの統一の空気感を作っているのは選曲者の凄さ、職人芸だと思う。

【放送局】

ばらつきが有る点については今も選曲しながら悩んでいる。アコースティックな楽曲も電子的な楽曲も選曲していて、そこに乖離が有るとご意見を頂くのではないかと思っていた。

【審議委員】

一曲ずつ聴いたら乖離は有るが、仕事をしながら聴いているとそれが気にならなくなったので、曲毎のばらつきを超えた全体的なまとまりがあるのだろうと思った。一曲ずつ聴いて、楽器の数が少ないという事にも気が付いた。楽器の数が少ないと身近に感じ、プライベートな雰囲気が漂うので、クリニックの様な 1 対 1 で話す様な所に合うだろう。私は美容空間を訪れるお客様目線で考えていたが、先程ディレクターからそこで働いている人の事も考えているという話も有った。話を聞いて納得は出来たが、聴いている時は働いている人の気持ちになって考えられなかったので、ディレクターや他の委員の意見も聞きたい。美容空間向けの BGM として、やはりリラックスし過ぎないで、少しの違和感やピリッとした緊張感を抱かせる事が大切なのだろうか。

【放送局】

美容にも様々な美容が有るのだろうと想像している。オーガニックな美容も有れば、そうでない美容も勿論有って、そのバランスを悩みながら選曲している。

【審議委員】

つまり、今は模索している途中で、誰もどちらが良いか分からないという事だろう。

【審議委員】

利用シーンとして、美容エステ、ヘッドスパ、美容室、美容クリニック、化粧室、化粧品店等、美容空間が色々挙げられているが、ホットヨガのスタジオやネイルサロンで流れていたら良いと思った。アンビエントミュージック、クラシック、ジャズ、ワールドミュージックと幅広いジャンルから選曲されていて、その違いが気になりもした。今の放送の仕方は曲と曲の間に無音を挟むが、全部繋いで放送すると違和感無くひとまとめに出来るのではないかな。でも、これだけ質の高い BGM を選曲するのは本当に凄と思う。

番組名については、「BGM」はとても良い言葉だと思う。今更「癒し」と付けるのもおかしいし、私がホットヨガやネイルサロンをイメージした様に、例えば「BGM for Beauty」等、具体的過ぎないよく分からない番組名でも良いのではないかな。

【放送局】

「D-63 美容空間向け BGM」は聴いて頂いた通り、幅広いジャンルを織り交ぜながらひとつの空間を演出する為の BGM として提供しているが、美容空間と言っても色々な空間が出来ているし、これからも生まれていき、恐らく一括りに出来ないシーンになっていくと思う。それを一括りにして、「美容空間向け」と付ける事自体が乱暴なのかもしれない。今はシーンのセグメントに向けた BGM を作りたいとチャレンジしている所なので、頂いたご意見を参考に試行錯誤しながら番組を作っていきたいと思う。今日頂いたご意見を元に細分化するかもしれないし、形になった時にご報告させて頂きたいと思う。

先に審議頂いた「C-09 J-POP カフェ」についても非常に様々なお意見を頂いた。空間も細分化して設定し、そしてその空間を訪れる人の世代も考慮してどう聴かせていくかという事が大事だと感じた。「C-09 J-POP カフェ」で選曲されている曲は、良い曲だけど売れない曲だというご意見を頂いた事も印象的だ。いつかは売れるかも知れないし、ヒット曲だけが曲ではない。番組名については「J-POP」を取った方が良いというご意見を頂いたが、仰る通りだと感じた。「D-63 美容空間向け BGM」の「BGM」と同様、USEN の従来 of 番組名の付け方に縛られず、試行錯誤したいと思う。

「C-09 J-POP カフェ」に限らず、J-POP の BGM 作りにチャレンジしたい理由がいくつか有る。まずひとつが、J-POP で BGM 性の高い番組を作りたいという事だ。J-POP は、ヒット曲やアーティスト、年代等様々な聴かれ方が有り、その聴かれ方が USEN を引っ張ってきたのは事実だが、それだと飽きも早い。例えばランキング番組では同じ曲がずっとランクインする事も有るので、ヒット曲は初めのうちは聴けるが長く聴いているとやはり飽きが来てしまう。昔は日本語の歌詞の楽曲を BGM として使うのはタブーな雰囲気が有ったというご意見も有ったが、J-POP でどれだけ雰囲気の良い BGM を作る事が出来るかというのにチャレンジしたいと考えている。また、著作権フリーの音源や安価な音源ではなくメジャーなヒットした J-POP を放送出来るというのが USEN の強みでもある。今日頂いたご意見を参考にしながら、これからも J-POP の BGM 番組を増やしていきたいし、色々なチャレンジをしていきたいと考えている。それは USEN だから出来る事であり、やらなくてはいけない事だと思っている。その際は、皆様にもご相談させて頂きたい。

本日も大変貴重なご意見を頂いた。