

第 84 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

■開催日時

2025 年 4 月 25 日(金)16:00～

■開催場所

東京都品川区上大崎 3-1-1 USEN 本社



■出席者

品田 英雄 委員長
富澤 一誠 委員
長谷川 演 委員
和合 治久 委員
野崎 良太 委員

■局側出席者

代表取締役社長 貴船 靖彦
エンターテインメント事業部長 山下 光儀
エンターテインメント事業部制作 1 部長 村田 徹
エンターテインメント事業部制作 1 部長制作課長 小島 万奈
エンターテインメント事業部制作 1 部長制作課 野口 圭太郎
エンターテインメント事業部制作 1 部長制作課 黒光 樹理
エンターテインメント事業部制作 1 部長制作課 河合 芳樹

【番組審議会事務局:森角、大園、北村】

議事内容

1. 会社動向、放送事業動向についての報告
 - (1)第 61 期第 2 四半期経営成績について
店舗サービス事業の売上・営業利益は、60 期比で伸長した。
 - (2)新プロダクト「USEN レジ」販売開始について

2025 年 3 月 24 日より新プロダクト「USEN レジ」を販売開始した。独自に設計・開発した専用ハードウェアとソフトウェア一体型の高機能な飲食店向けの POS レジで、インバウンド接客の需要に応え、多言語対応のモバイルオーダーとタブレットオーダーは、POS レジから分離した独立構成で単体導入も可能となっている。

(3) 「大阪・関西万博」フードコートへの業務用ロボット提供について

次世代飲食店モデル営業施設サステナブルフードコート「大阪のれんめぐり〜食と祭 EXPO〜」において、業務用ロボット(配膳・運搬および清掃ロボット)を提供した。

(4) 4 月番組改編について

2025 年 4 月 1 日に番組改編を実施した。内装イメージ×ジャンルコンテンツの拡充、地域物産展に活用可能な BGM の展開、サブスク世代を意識したコンテンツの投入、新たな利用シーンを意識したコンテンツの拡充等、ユーザービリティ向上に向け、利用シーンを見据えた新番組を放送開始した。また、BGM 性向上を目的とするランキング番組の再編成を実施した。

(5) USEN MUSIC 新機能について

USEN MUSIC ご利用中のお客様よりご要望を頂いていた「アーティストプレイリスト」について、AI を活用し簡便にご利用頂ける機能として実装、サービスのご案内を開始した。指定したアーティストを元に自動で選曲してプレイリストを作成することが可能になっている。

2. 審議課題

「利用シーン」×「番組」

3. 【対象番組】

■「K-33 アクティヴ大阪！(J-POP)」

■「D-84 #日本のカッコいいインスト」

4. 審議

【放送局】

第 61 期は前期に引き続き、「利用シーン」×「番組」を審議テーマとし、今回は「季節番組の取り組み」として「K-33 アクティヴ大阪！(J-POP)」、「D-84 #日本のカッコいいインスト」の 2 番組を審議頂きたい。まずは、「K-33 アクティヴ大阪！(J-POP)」からご意見を伺いたい。

【審議委員】

私はいつも番組を聴くシチュエーションを大事にしている。今回は長時間車を運転する機会があったので、その際に集中して番組を聴く事が出来たが、「K-33 アクティヴ大阪！(J-POP)」は非常に元気付けられる内容だった。インパクトがあり、コンセプトに書かれている通り人情味溢れる選曲で、大阪らしさが表現されていた。ただし、アクティヴと感じたのはサンプル曲の半数程であったため、番組名に「アクティヴ」とは付けない方が良いのではないだろうか。関西弁のエモーショナルな部分には非常に惹かれるものがあるため、日本人には響く一方で、関西弁が分からない外国人観光客には伝わりづらいだろう。

今は大阪だけではなく、関西全体をテーマに盛り上がりを見せているタイミングなので、関西全体をイメージした選曲が出来ればなお良いが、それを音楽で表現するのは難しいのだろうと感じた。番組としては大阪の強さと人情味が伝わる

内容になっていた。

【審議委員】

統一された内容で全体的にまとまりがあり、非常に良い番組になっている。ただし、日本語がわからない外国人観光客には伝わらないという点は課題になるだろう。また、聴く場所によって異なるのだろうが、私が店舗を訪れた際にこの番組が流れていたら、1時間程度であれば楽しんで聴く事が出来るが、2時間以上続けて聴くと疲れると感じた。

大阪感を演出したい店舗は種類が限られ、大阪の中でも様々な種類の大阪があるのだろうが、ターゲットとして設定されている「大阪色を演出したい飲食店や土産物屋さん」には非常に合う選曲になっていた。

【審議委員】

顧客満足度の向上のためには BGM と利用シーンの設定が非常に重要だ。レストラン等の飲食を伴う場と、雑貨店やお土産物屋さん等の買い物を楽しむ場では雰囲気が異なるため、BGM もそれぞれの場に適した内容にするべきだ。飲食店に関しては和食店や洋食店、ファミレスや中華料理屋など様々な種類があり雰囲気も異なるため、飲食店の中でも更にターゲットを分ける必要がある。「K-33 アクティブ大阪！(J-POP)」はターゲットが混在しているため、番組全体がそれぞれの利用シーンに合っているのかというマクロな視点と、1曲1曲がそれぞれの利用シーンに合っているのかというミクロな視点で聴いた。また「大阪にちなんだ J-POP で大阪らしさを演出」というコンセプトから、それぞれの曲に大阪らしさがあるのか、「アクティブ大阪！(J-POP)」という番組名に相応しい快活さを感じられるのかという点にも着目した。まず大阪らしさという点では、関西弁で歌われている曲やお笑い文化と融合した曲が多く選ばれており、ちゃんと大阪らしさを感じることが出来た。快活さという点では、多くの曲は適っていたが、テンポが遅くアクティブとは言えない曲も含まれていた。このような曲は静かな喫茶店には合うのではないだろうか。1曲1曲を利用シーンに当てはめて聴いてみると、飲食店に合う曲が多く、買い物を楽しむ場には合わないと感じる曲が多かった。以上のことから、「K-33 アクティブ大阪！(J-POP)」は、飲食店には非常に合う番組になっていると言えるだろう。

【審議委員】

BGM をミュージックビジネスとして展開する際に、まずは BGM を企画する意図を明確にし、どのように選曲をして具体化するのかを考え、想定する利用シーンではどのような音楽が求められているのかをマーケティングする必要がある。そうして完成した番組が多くの人に聴かれて初めてミュージックビジネスとして成功したと言う事が出来る。「K-33 アクティブ大阪！(J-POP)」に関しては、明確な選曲意図があり、実際の利用シーンを想定した検討もされているのだろう。その点では素晴らしい番組になっていると言えるが、ミュージックビジネスの観点では、実際の利用実績を踏まえて継続的にリサーチを重ね、内容を修正していく事が重要になる。引き続きマーケティングリサーチを実施することで、ミュージックビジネスの観点においても素晴らしい番組になるだろう。

私が選曲をしたらもっと多くの大阪の定番曲を選ぶが、「K-33 アクティブ大阪！(J-POP)」では私の思いつく曲の多くが選ばれていなかった。この点は何か意図があるのだろうか？この番組を企画した際の狙いや選曲のポイントがあれば聞きたい。

【放送局】

「アクティブ」という点は特に意識しているため、定番曲であってもスロー～ミドルテンポの曲は選曲していない。また、「大阪」を感じて頂けるように関西弁に限定し、前向きな気持ちになれる歌詞の曲を選んでいく。

【審議委員】

BGM の流れの中で誰もが知っている定番曲が間に入るとメリハリがつく場合もある。大阪が盛り上がりを見せている時期なので、大阪らしい活気を演出する「K-33 アクティヴ大阪！(J-POP)」はニーズがあるだろう。今のままでも良い番組ではあるが、試行錯誤を繰り返して修正を重ねる事で、より良い番組になるだろう。

【放送局】

楽曲数を増やすことも番組作りにおいては重要なため、様々な可能性を考慮して選曲していきたい。

【審議委員】

「大阪らしさ」と「アクティヴ」を音楽で表現する中で、どこまでこだわって大阪らしさを演出するのかという点と、アクティヴの意味がどのようなものなのかを考えながら聴いた。利用シーンとしては、想定されているような大阪色を演出する飲食店やお土産物屋さんには非常に合っていて、まとまりのある選曲になっていたが、「K-33 アクティヴ大阪！(J-POP)」が表現するアクティヴはお祭りに近い雰囲気、他の委員からも指摘があったように、長時間聴いていると疲れるだろうと感じた。また、サンプルの半数程は意図的に作られた大阪のように感じてしまう曲が選ばれており違和感を覚えた。非常に盛り上がる曲で親しみやすさがある反面、大阪らしさとしては物足りなく感じたので、そのような曲の割合を減らし、より自然体の大阪らしさを表現している曲が多く選ばれる事でさらに良い番組になるのではないだろうか。関西フォーク等を含め、長時間聴いていても疲れなような、前向きな大阪の良さを表現できる曲は豊富にあるはずだ。ただこれは私個人の感覚的な指摘となるので、実際にはどのような曲が求められているのかユーザーの意見を聞いて番組に反映しても良いだろう。「K-33 アクティヴ大阪！(J-POP)」は、1 曲 1 曲は良い曲で、流れもまとまっており利用シーンにも合っているが、作られた大阪感が強いという点は危惧すべきポイントだろう。

【審議委員】

続いて、「D-84 #日本のカッコいいインスト」について意見を述べたい。番組名の「#」は「ハッシュタグ」と読むのだろうか？

【放送局】

「ハッシュタグ」と読むが、ディレクターの間では基本的に「日本のカッコいいインスト」と呼んでいる。

【審議委員】

「D-84 #日本のカッコいいインスト」は、どのような選曲か全く想像が付かない状態で聴き始めた。私はそれ程音楽に詳しくないので、実際に選曲を聴いてもよく分からず、これが新しい日本を表現しているのかと未知の体験として期待しながら聴き進めた。しかし、数曲聴き進めたところで尺八の演奏の楽曲が流れてきて拍子抜けしてしまった。今は「カッコいい」と言う事自体がかっこ悪い時代だろう。その中で「#日本のカッコいいインスト」という番組名にしているからには何かひねっているのかと思っていたが、期待とは違っていた。何を以て日本かというのが問題で、アーティストなのか、楽曲のもつ雰囲気なのか、楽器なのかを考えた時、楽器にしてしまうと尺八や三味線は日本人の昔ながらの DNA に訴えかけてくると言うか、懐かしい気持ちになり、コンセプトとはまるっきり逆に古く感じてしまう。楽器ではなく、他の要素を以て日本だと押してくれるとすんなり「これが新しい日本だ」と納得して聴けて、利用シーンも今想定されているよりももっとカッコいいア

パレルやセレクトショップでも利用しやすいだろうと思う。

【放送局】

なるほど。古典的な和楽器は“今”のものではないから、音自体に“昔”を感じてしまうのだろう。

【審議委員】

和楽器の演奏が入った時点で、他の楽曲とは馴染めず耳に付いて BGM にならない。USEN のディレクターは、選曲の中に“気付き”を与える曲も敢えて入れているのだろうが、それが却って BGM としては逆効果になる事もあるのではないだろうか。BGM は目立たず BGM に徹して欲しい。

【放送局】

どの様に“日本らしさ”を醸し出すか検討した結果、和楽器でかっこいい演奏をしている楽曲も馴染むのではないかと思います。選曲しているが、確かに BGM として他の曲と並べて流すと浮くのではないかという懸念はあった。その点は悩みながら選曲していた。

【審議委員】

全部和楽器の演奏でかっこいい曲を選曲すればそれはそれで番組名にも合うと思うが、和楽器以外の演奏の曲と織り交ぜて選曲されているのに違和感を覚えた。

【審議委員】

近代的な日本を感じるスタイリッシュなインストルメンタルが選曲されているという事で楽しみに聴いた。最初に思ったのは、選曲が絞り切れておらず、曲にばらつきがあるという事だ。三味線や尺八など和楽器の演奏が入っている曲は日本的な雰囲気を感じられる点では非常に良いが、中には飲食店で流れるには怖く感じるようなシリアスな印象の楽曲が選曲されていて、私の感覚ではもう少し違う選曲が出来たのではないかなと思う。また、曲の良し悪しは別として、和楽器以外の演奏の曲がスタイリッシュかと言われるとそうは感じなかった。それは、日本の人の音づくりが特徴的で、音色は非常に日本的で今回のコンセプトに合致しているのだが、全体的に“かっこいい”や“スタイリッシュ”というより、可愛く感じられるからだ。エンジニアのミックスやアーティストが選ぶ音色、最終的なマスタリングの仕上がりソフトで日本のミックスだと分かる。エレクトリックピアノとギターのバンドサウンドでスタイリッシュに感じられる曲もあったが、近代的な日本の雰囲気を感ずるかと言われるとそういう事は特になく、BGM としては良いがサーッと流れていってしまう印象だった。想定する利用シーンの「近年の日本の雰囲気を演出したい飲食店、雑貨・土産物屋」というシーンがどの様な店の事を指しているのかイメージが湧いていないが、この番組が個性的でスタイリッシュなアパレルの店舗に合うかと言うと合わないと思う。どのシーンに焦点を当てて選曲したのかというのが最後まで分からなかったが、まだ絞り切れていない感じがした。もう少しやり方があるのではないだろうか。

【審議委員】

「D-84 #日本のかっこいいインスト」で言われている、“日本の音楽のかっこよさ”は何かと言うのは今も全く分からない。日本の音楽の特徴というのは確かにある。日本的な音楽の特徴は、情緒やわびさびやそこにある美学、季節感、自然との結びつき、抑圧された感情、そして民謡に代表されるように地域の文化が反映された歌詞という事が挙げられるだろう。

現代の日本的な音楽の特徴は、J-POP に代表されるようにメロディーを重視した感情的な歌詞だろう。いずれにせよ、伝統的な音楽は日本各地にあり、独特な地域の哀愁を漂わせたり、あるいは静けさを感じられるメロディーが流れたりする事で特徴付けられると思う。「D-84 #日本のカッコいいインスト」は日本的な特徴があり、カッコよさを醸し出す曲を選曲したという事だと思うが、それらを感じられるかと言われると、私には分からなかった。

全体的には、テンポの良さ、つまり心地良さや快活さを感じられるか、そしてジャズ、エレクトロ、和風といった幅広い音楽から選曲しているという事なので、どのジャンルに属しているかを私なりに考えながら聴いた。日本らしさを感じた楽曲と言えば、結局和楽器を使った楽曲が殆どだ。そして、利用シーンとして飲食店、雑貨・土産物屋を想定しているが、それらの空間には違いがある。全く雰囲気が異なるシーンを一緒にくたに扱って良いのだろうか、ひいては音楽も一緒にくたに扱って良いのかと言うのは強く違和感を覚えた。お客様が身を置く場と音楽がマッチすれば非常に良いが、「D-84 #日本のカッコいいインスト」では難しいのではないだろうか。流れる曲の中にも飲食店に合うもの、土産物屋に合うもの、それぞれある。和楽器の演奏の曲は京都に行けば流れているが、それがカッコよさに繋がるかというのは私には分からない。今回、シーンやその場の雰囲気を考えて様々な工夫をしているというのは分かるので、是非引き続き試行錯誤してもらいたい。

【審議委員】

まず“カッコいい”とはどういう事なのかというのが重要だ。人それぞれによって全然違うと思うが、まずディレクターが考えている“カッコよさ”がよく分からない。ジャズ、エレクトロ、和風といった幅広い音楽から選曲しているというのも、それぞれ多分違うカッコよさがあると思うが、それを一つの番組で括るのは難しいのではないだろうか。ビジネスとして考えた時に、まずは「近代的な日本を感じるインストゥルメンタル」というコンセプトで番組を作る事によって何を意図していたかディレクターの中で明確にして、それが我々に伝わるようになった方が良いと思う。

「D-84 #日本のカッコいいインスト」の狙いは何だろうか？

【放送局】

訪日外国人に、日本の音楽を聴いて「こういう今風の音楽があるのか」というのに気付いて欲しいというのが狙いの一つだ。そのため、純和風な楽曲は選曲しておらず、和楽器の演奏の楽曲を選曲する際も、和楽器だけでなくドラムや洋楽器の演奏も含まれる楽曲を選曲している。

【審議委員】

コンセプトをもっと明確にした方が良いのではないか。“カッコいい”というのはイメージが広がっていかないので、番組名の“カッコいい”の部分を変えるだけでも伝わりやすくなるのではないだろうか。

【審議委員】

「D-84 #日本のカッコいいインスト」は、1曲1曲は新しくて面白い曲が沢山選曲されていた。他の委員からも指摘があった通り、つい聴いてしまう曲が多く、それがトータルとして BGM らしさが欠けた番組になっていると感じた。特にリズムが複雑で演奏自体が面白いと感じる曲があったが、それは緊張感に繋がるので、ほっとするような飲食店には向かないだろう。また、和楽器の演奏の楽曲について、個人的には三味線や尺八は非常に良いと感じたので、和楽器の曲はどんどん入れていった方がまとまりとしては良いのではないだろうか。ディレクターの説明で和楽器の演奏も取り入れた新しい日本のアーティストが居るということを伝えたいというのも分かったが、聴く人によっては日本のアーティストなのか海外のア

ーティストなのか、特に外国人向けだと分からないかもしれない。

良い曲を発掘して選曲されてはいるが、利用シーンが見えづらいというのと、“カッコいい”が伝わらないというのが課題だろう。番組名と選曲内容、そして醸し出す雰囲気は少しずつチューニングする必要がある。

【放送局】

“カッコいい”のイメージは、日々の業務の中で我々ディレクターの間で自然と形成されていき、言語化されないまま、番組として届けたいという気持ちが先行してしまっていたかもしれない。

【審議委員】

“カッコいい”のイメージは、審議委員の中でもそれぞれだろう。ファッション界では緊張感を抱かせるものを“カッコいい”とする流れもあるが、それについてはどうだろうか？

【放送局】

緊張感があればカッコいいという訳ではないが、ひとつの要素として緊張感はあっても良いと思う。特に若い方やファッションのムーブメントにおいても“カッコいい”には、緊張感やビビッド、尖っているイメージは含まれるだろう。

【審議委員】

“カッコいい”は人それぞれの中にあるから、それに代わる良い言葉が生まれれば全く変わるだろう。

【審議委員】

和楽器も、日本人にとっては三味線も尺八もそれぞれ強烈に聴こえるが、訪日外国人にとってはひとつの楽器として聴こえるので入れているのだろう。

【放送局】

「K-33 アクティヴ大阪！（J-POP）」は、概ねポジティブなご意見が多かったが、聴いていると疲れるというのは解消したい点だ。疲れるというのはつまりインパクトがあり、つい聴いてしまうからで、それは良い事でもあるが、往年の定番曲を織り交ぜる事で安らいだり、疲れが緩和したりということも考えられるので、選曲の工夫も出来るのではないかと思う。ご意見を頂いた通り、大阪の色の濃さは考慮しながら、アクティヴに感じるかという点や、「好きやねん、大阪」みたいな番組が聴きたかったというご意見も参考にしながら、番組をより良くしていきたい。

「D-84 #日本のカッコいいインスト」は、審議委員によって受け止め方がこれ程違うのはやはりひとつの番組として収まりきっていないからだろう。“カッコいい”という言葉と利用シーン、楽曲のバリエーションの三つをちゃんと掛け合わせて表現しようとする中でまとまりきっていないのだろうとも思うので、現状の放送楽曲から絞り込むというのもひとつの方法だろうし、コンセプトを考え直すのもひとつの方法だろう。

2番組共放送が始まったばかりで10月まで放送されるので、聴取状況の確認やPRもしていきながら、番組のブラッシュアップも行っていきたい。