

第 87 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

■開催日時

2026 年 1 月 23 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
徳井 直生 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 瀬戸 彰人
エンターテインメント事業部副事業部長 亀割 誉
エンターテインメント事業部編成部長 村田 徹
エンターテインメント事業部編成部編成制作課長 小島 万奈
エンターテインメント事業部編成部編成制作課 黒光 樹理
エンターテインメント事業部編成部編成制作課 別所 亜紀

【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 62 期第 1 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、61 期比で伸長した。

(2) 2025 年度グッドデザイン賞 受賞について

POS システム・セルフオーダーシステム「USEN レジ」、「USEN ハンディ」、「USEN セルフオーダーシリーズ」が、「2025 年度グッドデザイン賞」を受賞。機能性と利便性を追求した「店舗経営に頼れるレジ」が評価された。

(3) 株式会社エクシングの株式取得について

ブラザー工業株式会社の完全子会社であり、「JOYSOUND」を中心とする業務用カラオケ事業や音楽・映像ソフト事業などを主業とする株式会社エクシング株式の 70%を取得し、連結子会社化するための株式譲渡契約を締結。2026 年 4 月 1 日より当社グループとして事業運営を開始予定となっている。

(4) 「USEN MUSIC AWARD 2025」の発表について

2025 年、1 年にわたり多くの商業施設や公共施設、飲食店や小売店などの店舗 BGMを通して親しまれた楽曲のランキングを 12 月 11 日（木）に発表。J-POP、演歌/歌謡曲、洋楽といった主要ジャンルをはじめ、SNS、K-POP、アニメなど流行に敏感な 10～20 代の若者から支持を集める楽曲ランキングまで、合計 7 部門においてそれぞれ 1 位を獲得したアーティストと楽曲の功績を讃えた。

2. 審議課題

「利用シーン」×「番組」

3. 【対象番組】

■C-01 季節の J-POP ベスト・セレクション

■洋楽ベスト・セレクション(春・夏・秋・冬)

4. 審議

【放送局】

第 62 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「音楽ジャンルでの季節感演出」として「C-01 季節の J-POP ベスト・セレクション」、「洋楽ベスト・セレクション(春・夏・秋・冬)」の 2 番組を審議頂きたい。それぞれご意見を伺いたい。

【審議委員】

今回の番組は評価が難しかった。私自身、USEN の番組選曲に携わっており、季節感をテーマにした選曲依頼を受ける事が多いが、なかなかイメージが湧かない事がある。私の場合は、その季節に流れている曲にそのまま「季節らしさ」を感じてしまうため、季節をテーマにした番組を制作するのは非常に大変だろうと感じた。また、私自身は J-POP から季節感を感じた事があまりなく、特に秋と冬、あるいは秋と春の区別が付きにくいのだが、どのような基準で選曲したのだろうか？ 季節ごとの印象としては、春は比較的賑やかであったため、私の春のイメージだともう少し落ち着いていても良いのではないかと感じ、夏は非常に夏らしさを感じる賑やかな選曲だった。一方で、秋と冬に関しては、イントロにエレクトリックピアノが入ると冬の印象を強く受けるため、やはり両者の区別は難しいと感じた。クリスマスについては、ベルの音色や、「サンタ」というキーワードがあるため、比較的特色を付けやすいように思う。しかし、一部の楽曲に関しては、曲名や歌詞に「メリークリスマス」という言葉が入っていても、アーティストの個性が強すぎてクリスマスの印象を超えてしまっていると感じた。全体として、何をポイントに各季節の選曲したのかが気になったが、やはり一番大切にしているのは歌詞なのだ

ろうか？

【放送局】

春であれば桜ソング、夏であればサマーバケーションを思わせる海ソングなどを選曲している。秋はリリースされる曲が少ないため選曲が難しいものの、しっとりとした系統の曲を選び、冬はゲレンデ等で流れていそうな楽曲を選んでいる。卒業シーズンに関しては、卒業式で歌われる定番の J-POP や、旅立ちをテーマにした楽曲など、歌詞を重要視して選曲している。

【審議委員】

やはりそうだったか。私は歌詞を軽視しているわけではないが、どちらかと言うとサウンドで音楽を感じるタイプであるため、非常に興味深かった。歌詞をしっかりと理解して選曲していく作業は非常に大変だろう。特に秋に関しては、「秋らしさとは何か」と問われても明確に答える事が難しいため、苦勞されたのではないかと思う。

「洋楽ベスト・セレクション(春・夏・秋・冬)」はどのような基準で選んでいるのだろうか？

【放送局】

洋楽は歌詞よりもサウンドを重視しており、春は爽やかなポップスを中心に、女性ヴォーカルを多めにしている。夏は疾走感のあるロックに加えて、レゲエ調やラテンの曲を取り入れている。秋はしっとりとした雰囲気を出すために、ややセンチメンタルさを感じるアコースティックな楽曲を選んでいるが、センチメンタル過ぎると暗い印象になってしまうため、その匙加減を意識して選曲している。冬については、洋楽は一般的なウィンターソングが少なく、ホリデーシーズン、つまりクリスマスソングがメインになってしまうため選曲が非常に難しい。感覚的ではあるが、リラックス感やほっこりとした印象を与えられるような楽曲を選んでいる。

【審議委員】

J-POP に比べると、洋楽の方がサウンド的にイメージしやすかったが、冬に関しては選ばれている曲が本当に冬らしいのかは疑問に感じた。秋と言われれば秋のようにも感じる雰囲気であり、J-POP と同様に秋と冬の区別は容易ではないのだろう。強いワードや季節を感じる印象的な楽器が出てこない限り、特定の季節を印象付けるのは難しいと感じた。その点、クリスマスはベルや教会の鐘の音などを入れると非常に分かりやすく季節感が出る。夏もブラジリアンやラテンの要素が入っていれば、夏らしいと感じる人が多いだろう。そういった印象的なジャンルや楽器がない季節の楽曲は、聴く人によって季節を感じるかどうかは分からない。最初に述べた通り、実際の季節の雰囲気に流されて聴こえ方が変わる部分もあるだろう。極端に季節外れの楽曲が流れない限り、聴き手は意外と実際の季節感に影響されて聴いているのではないだろうか。洋楽に関しても、全体的に非常に楽しく聴かせて頂いた。

【審議委員】

例えば、飲食店と一括りにしても、居酒屋や海鮮料理店のような賑やかな場と、カフェや喫茶店のような静かな場とでは雰囲気が正反対だ。オフィスも一般事務所と現場の工場では全く環境が異なる。顧客満足度を考えた時に、業種や業態だけではなく、その場の雰囲気と選曲がどのようにマッチングしているかが、科学的には非常に重要になる。

全体的な総論として、まず「C-01 季節の J-POP ベスト・セレクション」については、理美容やオフィスにおいて、クリスマスのようなイベントと関連して利用されている点は非常に興味深い。また、私の専門領域である医療施設や老人施設など

の緊張感や不安を感じやすい場所においても、一定の利用がある事が分かった。オフィスも同様に、日々デスクワークをしている方はストレスを抱えやすいが、そういった場にマッチした楽曲が選ばれていたのだろう。

各論として、春から秋は、テンポやリズム感といった音響学的な特性が季節のコンセプトにマッチしていた。夏は長閑で広々とした気持ちになる雰囲気醸し出されており、秋は日が短くなる季節に合わせた、やや心が暗くなるような緩やかな楽曲ではあったが、季節感は演出されていた。冬やクリスマス、卒業シーズンに関しても、歌詞がイベントや季節感に合致していた。

医療・介護施設での利用も目立つという点については、回想法として馴染みのある J-POP が高齢者にも受け入れられているという事だと思うので、そういった施設に特化した番組を提供するのも良いのではないかな。また、ストレスがかかるオフィスや医療機関向けに、自律神経を和らげる効果が期待できるような音楽療法的なパターンに絞った選曲を行えば、ストレスを緩和する BGM としてさらに活用されるのではないかと感じた。

【放送局】

四季に対する感覚は、日本人特有のものが影響しているのだろうか？USEN のターゲットであるスーパー等の小売り店では、四季に合わせて BGM を変えるという事に需要がある。その中で、秋に暗く寂しい印象の楽曲を流す事が、購買意欲にどのような影響を与えるのかが気になった。

【審議委員】

音楽療法を行う立場からしても、四季に関係した楽曲は非常に重要だ。購買意欲を高めるためには、明るい要素を取り入れるのが良いだろう。

「洋楽ベスト・セレクション(春・夏・秋・冬)」についても非常にコンセプトが明確で、四季がしっかりと表現されていた。実際の利用傾向を見ると、J-POP と同様に飲食店での利用がどの季節でも 1 位を占めており、2 位が小売、3 位が理美容となっている。しかし、春においてはオフィスでの利用が少ない点や、夏・秋・冬になると理美容と小売の利用率が逆転するなど、季節による利用状況の変動が非常に不思議に感じた。この理由についての考察は難しいが、利用状況とコンセプトは概ね合致しているといえるだろう。

選曲について、春はリズムカルでテンポが良く、心が明るくなるコンセプトに合っており、夏は体を動かしたくなるようなアップテンポの楽曲が多かった。秋はゆったりとした落ち着いた雰囲気が醸し出されており、冬もゆったりとした楽曲が揃っていた。ただ、冬の選曲の中にはノイズのように聴こえる違和感のある楽曲が含まれており、ゆったりとした雰囲気を損なっていたため、その点を意識して選曲するとさらに良くなると感じた。全体として、利用状況がコンセプトとマッチしている部分は良いが、「なぜそのシーズンに特定の業種での利用が減るのか」といった背景をさらに吟味すれば、より良い番組作りに繋がるのではないだろうか。

【審議委員】

私は、いつも番組の情報を見る前に、どのようなテーマの番組なのかを考えながら試聴している。いつもは BGM を「感情を一定に保つための音楽効果」として捉えているが、J-POP は歌詞が理解できるため感情がぶれてしまうのではないかと感じ、これを BGM と呼べるのかという戸惑いがあった。しかし、資料を読むと季節の演出をテーマにした番組という事で、コンセプトが理解できた。想定される利用シーンが百貨店やショッピングセンターである以上、季節外れの曲が流れてしまう事は絶対に避けるべきであり、歌詞を基準に選曲するのは正しいアプローチだ。ただ、サウンドとして聴くと気分はどんどんぶれていくという事に気が付いた。J-POP の選曲は 1 曲 1 曲への思い入れが強くなるため、BGM として成立させ

るためには、職人技としてあえて名曲を外すような作業も必要になり、非常に大変なのだろうと考えさせられた。
選曲の年代はどのくらいでまとめているのだろうか？

【放送局】

「J-POP」という言葉が生まれた 1990 年代から最新曲までをメインに選曲している。

【審議委員】

年代を絞り込む事で、さらに特定のターゲットやシーンに合致する番組が出来るのではないだろうか。
「洋楽ベスト・セレクション(春・夏・秋・冬)」についてだが、海外には日本ほど明確な四季がないため、実際の季節感とはリンクしづらいだろうが、歌詞の内容に応じて選曲しているのだろうか？

【放送局】

海外では四季が細かく分かれておらず、季節に合う楽曲は非常に少ないため、基本的には楽曲の持つ雰囲気を選曲している。

【審議委員】

なるほど。そうした中でも、洋楽の秋の雰囲気は非常によく伝わってきた。J-POP の秋は暗いという意見もあったが、洋楽の秋は良い雰囲気だった。どちらの番組にも言える事だが、単純に「春・夏・秋・冬」とするよりも、「センチメンタルな洋楽」など別のネーミングにするだけで、全く違った聴こえ方がするのではないかと感じた。

【審議委員】

私も J-POP で季節感を感じたことがあまり無かったので、難しいテーマだと思った。しかし、実際に「C-01 季節の J-POP ベスト・セレクション」を聴くと、全体的に季節感が出ていたと感じた。同じ季節でもさまざまなジャンルやリズム、テンポの楽曲が選曲されていると思うが、選曲の際にはどのような点に留意されているのだろうか？ 番組の中でも、次第に楽曲のテンポが速くなったり遅くなったり、ジャンルやリズムが変わったりしていくのか、それとも気を付けて、滑らかに繋がるように選曲しているのか。

【放送局】

放送される楽曲や曲順は、システムで自動的に決まるため、季節毎に一定のテンポ感が保たれるように留意している。
春・クリスマス・冬・卒業シーズンはオールテンポとし、夏はミドル～アップテンポ、秋はスロー～ミドルテンポに統一している。

【審議委員】

曲順が自動で決まるという点が、DJ とは異なる点だ。

【審議委員】

曲順には歌詞の内容も留意されていないということだろう。同じく春の楽曲でも、失恋の歌詞もあれば、出会いの歌詞もあり、その間を行ったり来たりする。そういった点からも感情のアップダウンはどうしても多少出て来るだろう。

1 点気になったのは、他の委員も述べていたが、やはり秋や冬はどうしても落ち着いた楽曲や暗い楽曲が多くなってしまったため、小売店における販売促進という意味ではどうなのだろうか。

【放送局】

秋というどうしても、“秋の夜長に、しっとりとしながら本を読む”といった落ち着いた雰囲気をイメージするが、それに合わせて落ち着いた選曲をした結果、暗い雰囲気に繋がってしまうのは本末転倒だろう。

【審議委員】

もしかすると利用状況も季節によって変動があるかもしれない。

「洋楽ベスト・セレクション」も J-POP と同じく、季節に合わせた雰囲気が醸し出されており、楽しく聴いた。洋楽はアップテンポだが失恋の曲であるように、曲調と歌詞の内容を合わせるのが難しいのではないかと思ったのだが、選曲においてはその点はあまり考慮していないのだろうか？

【放送局】

失恋の曲に関しては、取り立ててどの季節だから入れないといったことは考慮していないが、今後は歌詞も調べて考慮しながら選曲しなければならないと感じている。

【審議委員】

そこまでお客様は気にしていないのかもしれない。

【放送局】

基本的には日本人のお客様は恐らく気付かれないだろうと思うが、海外のお客様も増えているので、やはり意識していないといけない。

【審議委員】

テンポやジャンルはある程度季節毎に分けているのだろうか？

【放送局】

テンポに関しては、J-POP とほぼ同じだが季節毎に線引きをしており、春はミドルテンポ、夏はミドル～アップテンポ、秋はスロー～ミドルテンポ、冬もスロー～ミドルテンポで選曲している。ジャンルに関しては、分かりやすく POPS や R&B を中心に選曲している。

【審議委員】

「C-01 季節の J-POP ベスト・セレクション」は、全体的に癖のある楽曲がないので、BGM としてさらっと流している分には良いと思う。一方で、季節をしっかりと感じさせる楽曲が少ないため、この番組を聴いてそれぞれの季節をイメージしづらい印象を抱いた。また、メジャーなアーティストの楽曲も多い中で、王道的な楽曲がかなり少ないのも気になった。意図的ではないかもしれないが、リピートして聴いてもらうのは難しいのではないかと思う。2000 年代以降の楽曲が多いので、J-POP の括りであれば、90 年代のヒット曲をさらに選曲するのも良いのではないか。

コンピレーション・アルバムを作る時など、テーマに沿って選曲する際、季節をテーマとすることはよくあるし、J-POP の場合は言葉があるのでそれ程難しい話ではない。マーケティングを自分なりにしながら、自分の思う選曲をするのがいいのではないかな。

「洋楽ベスト・セレクション」は、春・夏は爽やかなで軽快な楽曲が多く、聴きやすいセレクションだと思う。秋・冬セレクションはアコースティックで温かみのある楽曲を中心にセレクトされている点が良いと思う。しかし、どちらも事前にどの季節に合わせて選曲されたものか知らずに聴いた場合、実際にそれぞれの季節感を感じられるかどうかは疑問に思う。もう少し選曲時のテーマを絞って、何をもって選曲するのか再考すると、さらに良い番組になるのではないだろうか。

【審議委員】

季節感を強調して、四季折々の空間づくり・売り場づくりをしたいというお客様の声は非常に多く、季節や時間で細分化することで販売機会が増えるということを考えると、大きなニーズがあるマーケットだろうと思う。

空間づくりにおいては、1 曲 1 曲の選び方、それらの繋がりがどういった雰囲気演出するのか、そしてその雰囲気が利用シーンに結び付くことで BGM が成り立つ。

「洋楽ベスト・セレクション」は、1 曲 1 曲を聴いていると季節感を感じないが、番組全体を通して聴くと季節感が伝わってきたので感心した。それぞれの季節の繋がりは、春から夏にかけてどんどん疾走感が出て、秋になると少し落ち着いて、冬になるともう少し落ち着いた選曲になるという流れだ。業種によって求める雰囲気は異なるため、秋冬の落ち着いた雰囲気は小売店では利用しづらいのではないだろうか。大好きな選曲だが、「センチメンタルな秋」というふうに、秋は秋でもどういう雰囲気演出するのか説明するようにした方が良いと思う。

「C-01 季節の J-POP ベスト・セレクション」は、知っているアーティストの曲が沢山流れて、1 曲 1 曲は耳馴染みがあったり、インパクトを感じたりするが、曲同士の繋がりは全くない。カフェ・ミュージックが流行った時代を知っている私からすると、おしゃれな雰囲気を醸し出すカフェ・ミュージックとは対極にある番組だ。これまでの審議会では、統一感のある空間演出する番組を目指して審議していたので、BGM としては駄目なのではないかと思った。しかし、「C-01 季節の J-POP ベスト・セレクション」はそういった番組とは異なり、季節に合わせていろいろな楽曲を選曲して聴く人の気分を盛り上げるような番組であり、それが支持されているのだろう。2010 年代以降の J-POP は、イヤホンで音楽を聴く時代になり、1 人 1 人に直接刺さるメッセージ性のある楽曲が非常に増えた。そのため、BGM として 2010 年代の前と後の楽曲が並んで流れると違和感を覚えた。どういったシーンで流れるのかという点を考慮して精査すると、この番組はさらに良い番組になるのではないだろうか。

【放送局】

J-POP はやはり CM 等でも季節によって使い分けられており、演出として使われることが多い。それに対して、洋楽は BGM として聴き流せるもの、あるいは雰囲気づくりとして使われることが多く、やはり両者には使い分けがあるだろう。おしゃれなカフェや図書館のようなゆっくりする場所では洋楽の方が合う一方で、賑やかに飲んだり、話したり、買い物したりという時には J-POP の方が合うなど、利用シーンによって使い分けるのは効果的だろう。

【放送局】

「洋楽ベスト・セレクション」の選曲について、秋の選曲はセンチメンタルでありつつ、あまり暗くならないようにと意識しているが、暗さを感じられた方はいるだろうか？

【審議委員】

落ち着きは感じたが、暗さは感じなかった。逆に、春に「洋楽ベスト・セレクション 秋」を放送する、というような使い方はしてもいいのだろうか？

【放送局】

春と夏、秋と冬の差別化には日々苦勞しながら選曲しているので、そう言っていただけて安心した。もちろん、必ずしもその季節に使わないといけないわけではなく、自由に使っていただけるようにと考えて番組を作っている。

【放送局】

加入業種の分布も踏まえ、今後は実際の利用傾向をさらに注視していきたい。また、番組名に情景や気分、シーンといったワードを入れることによって、お客様に番組の内容をイメージしていただきやすくなるのではないかといったご意見もいただいたので、検討していきたい。