

第三十四回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:平成 24 年 7 月 19 日 14:00～

開催場所:東京都港区北青山 3-1-2 USEN 本社



■出席者

湯川 れい子 委員長

有馬 祐行 副委員長

山本 武司 副委員長

富澤 一誠 委員

■欠席者

大林 宣彦 委員

■局側出席者

中村 代表取締役社長 CEO

田村 副社長執行役員

鈴木 顧問

益弘 顧問

沖 放送企画本部長兼番組制作部長

瀬戸 番組企画ディレクター

井手口 番組制作エンジニア

【番組審議会事務局:薬師寺、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) 会社動向について

48 期第 3 四半期経営報告を行い、引き続き、「将来の飛躍に向けた土台を着実に作り上げる」という全社方針を掲げ、①既存事業の強化と②新たな収益機会の発掘を行うことで、予算数値の確実な達成と財務体質の強化を目指すことを報告。

- (2) 東京スカイツリータウン®のオリジナル BGM プロデュースについて
2012年5月22日 OPENした「東京スカイツリー®」館内と商業施設「東京ソラマチ®」に専用放送の提供を始めた。和楽器を使用したジャズや時間の経過とともに変化する現代音楽のほか、下町の賑やかさを感じられる楽曲も取り入れ、それぞれのフロアに合わせた演出をしている。
- (3) ラウドネス(音量調整技術)チラシのリリースについて
国内の放送業界に先駆けて USEN で採用している最新音圧調整技術「ラウドネス」について、業界向けセミナーを開催したり、営業提案の際にお客様にアピールするチラシを制作するなど社内外に発信している。
- (4) 季刊会報誌『With Music(業務店用)』のリニューアルについて
USEN ♪の利用シーン、活用方法、季節、効果効能など、様々な視点からの番組紹介を展開。特定の業種に偏らない手法で、よりお客様のチャンネル選定の参考になるガイドへリニューアルした。
- (5) 「C-65 オフィス BGM (powered by KOKUYO)」での脳波測定テスト実施について
コクヨエンジニアリング&テクノロジー株式会社と共同開発を行っている「C-65 オフィス BGM (powered by KOKUYO)」において、2012年6月に USEN オフィスにて脳波測定テストを行った。現在、コクヨエンジニアリング&テクノロジー株式会社にて分析中だが、8月中に研究結果リリースを目指している。
- (6) 「2012 上半期 USEN 総合ランキング表彰式」開催について
2012年7月12日、USEN 本社・USEN MUSIC GARDENにて「2012 上半期 USEN 総合ランキング表彰式」を開催した。J・POP 総合ランキング第1位に輝いた家入レオさん、洋楽総合ランキング第1位を獲得したアレクサンドラ・スタンさんを表彰した。
- (7) JOC 公式オリンピック日本代表選手団テーマソング「強く美しく」発売について
2012年7月11日に USEN グループである(株)ユーズミュージックより発売した JOC 公式オリンピック日本代表選手団テーマソング「強く美しく」のプレスカンファレンスを7月10日に USEN 本社にて行った。USEN グループ上げて放送とパッケージの両輪で楽曲のヒット化と話題作りを目指す。
- (8) メンタルヘルス対策への取組みについて
2012 年秋にも「職場のメンタルヘルス対策」が義務化される見込みとなっているが、USEN はその社会情勢を鑑み、BGM 業界でいち早く本格的に取組みを始めている。

2. 審議課題

「2012 年 涼感 BGM」について(放送期間:2012 年 6 月 1 日～9 月 15 日)

【対象番組】

■K-02 涼感ボサノヴァ (Vo)

＝爽やかで明るい雰囲気ボサノヴァを、涼を誘う小鳥のさえずりや小川のせせらぎ音とあわせて放送。

■K-03 涼感アコースティック (Inst)

＝アコースティック・ギターの穏やかな演奏を、涼を誘う小鳥のさえずりや小川のせせらぎ音とあわせて放送。

■K-28 涼感スムーズ・ジャズ～波の音入～ (Vo/Inst)

＝夏に似合う爽やかな風を感じさせるスムーズ・ジャズに、涼しさを演出する波の音をあわせて放送。

3. 番組審議

【放送局】

今回の審議課題である「涼感 BGM」は、昨夏、東日本大震災をきっかけに冷房や照明利用を控える節電対応が強く求められた際、USEN ♪のお客様である大型スーパーやオフィスなどから、「照明を控えているためフロアが暗い印象になる」、「冷房の温度設定を高くしているため、暑く感じてしまう」といった声が上がったことを受け、「“音”で体感温度を少しでも下げることができないか」という課題に取り組んだことから誕生した。そして、その放送が大変ご好評いただいたため、今年も引き続き「涼感 BGM」の放送を実施することとなり、昨年の放送内容をリニューアルし、新たな試みも取り入れて 6 月 1 日より放送している。

【審議委員】

社会情勢を鑑みて番組を作るというチャレンジが良いと思う。内容もよく考えられていて大変良かった。

【審議委員】

企業は社会に対して貢献する役割も担っているが、この 1～2 年間、社会に貢献しようという意思が番組制作に明確に反映されるようになってきたと評価している。番組を制作する人間の使命感や制作意図、「こういうものを作りたいんだ」という思いが見えてくるようになった。「涼感 BGM」は音楽だけの番組とは一線を画すものであるが、良い音楽をそのまま届けるだけではなく、音楽を活かして新たな価値を持つ番組を作るというコンセプトが素晴らしい。今回は「自然」に着目しているが、涼を求める心は実は「自然や人の命を大切にしよう」とか、「売り手と買い手の中でもっとコミュニケーションを作ろう」というところに繋がっているのではないかと感じる。また、まず音楽があるのではなく、森林の中に音楽があるという作り方をしているところも良い。こうすることにより、より爽やかさが生まれているのではないかと感じられる。森林の中で流れている川の音を聴かせながら、アーティストの奏でる音楽を聴かせていくところに、すごく「宝物」を感じさせてくれる。

「K-28 涼感スムーズ・ジャズ ～波の音入～」では波の音を使っているが、それもただ波の音を聴かせるのではなく、アメリカ西海岸のスロー～ミディアム・テンポの心地良いスムーズ・ジャズを聴かせることによって、アメリカ西海岸の空気の中に導き込むという作戦で、これは（聴取者の皆様に）受けると思う。この「涼感 BGM」の 3 つのテーマはこれまでの発想ではなくて、音楽をクリエイティブする、自然と人間が作ったものを合致させるところに素晴らしさがあるのではないかと感じる。

【審議委員】

「涼感 BGM」という言葉を見た瞬間、正直言って「やられた」と思った。言葉を見るだけでなんとなく涼しくて、イメージが湧く。そして、それぞれの番組コンセプトに違いがあって素晴らしい。昨年から続く“涼を演出する”2 チャンネル＝「涼感ボサノヴァ」、「涼感アコースティック」に、今年新たに「涼を演出しながらも適度な快活さを添えたい」という業務店オーナー様のご要望に応えるべく投入した「涼感スムーズ・ジャズ」…誕生背景がよくわかるし、明確に違いもあり、すべて良い。また、いくら良い番組でも（利用される店舗などの）コンセプトに合わなければマッチしないが、こうしてバリエーション豊かにラインナップがあると、演出に合わせて選べる。これは相当レベルが高いと感じた。

【審議委員】

効果音と音楽を合わせる専門部隊を作っても良いのではないかと感じる。今はまだ医療的にも学術的にも研究段階だが、音響効果を探究することは音楽療法に繋がってくるのではないかと感じる。効果音の収集もこれから新たな使命になっていくのではないかと感じる。

ないかと思う。

【放送局】

「涼感BGM」を作るにあたっては、波の音ひとつ、川の音ひとつ選ぶにも、膨大な数の音を聴いて選び抜いた。アコースティック・ギターの音に対してはどんな川の音が合うか、西海岸のスムーズ・ジャズに対してはどんな波の音が合うか…と。また、(音量)レベルを考える際も、USEN ♪は業務店でお使いいただいているお客様が多いので、商業施設で使う場合を想定し、最適なバランスを考え抜いた。

【審議委員】

曲間で一瞬音が切れることがあるが、切らさない方が良いのではないかと。川の音もずっと同じではなくて、曲に合わせて流れ(の聴こえ方)を変えたり、小鳥のさえずりの出てくるところも変化をつけることができればなお良いと思う。

【放送局】

音楽に自然音を足すというよりは、川のせせらぎや鳥のさえずり、風の音などの中でラジカセを置いて音楽を聴いている…そんな音場の作り方にも工夫を凝らした。ただ音をミックスしているだけだと場所が見えない。聴く人の過去の記憶と相まって「なんとなく田舎にこんな場所がありそう」といった空想や個人の思い出に繋がって欲しいと思う。

【審議委員】

USEN ♪は映像がないから余計に良いのかも知れない。映像がないからこそ、子どもの頃の原風景を思い出す。それがすごく涼しい感覚を呼び起こす。映像を見てしまったら、原風景とはかけ離れてしまう。映像のない音だけの世界でイメージを膨らませるとするのが良いのだと思う。ただ音楽だけだとイメージできなくて、このように波の音やせせらぎの音、小鳥の声が聴こえると、自分の中で覚えている一番いい風景が刺激される。そういうきっかけを与えるというのは良いアイデアだと思う。

【放送局】

震災以降、自然の怖さを感じ、それに翻弄されながらも、一方で、自然に回帰していつている流れも感じている。USENでは「虫の音色」など自然音の番組はずいぶん前から放送しているが、最近、虫の種類へのお問合せをいただくことも増えてきている。昔から曲名の問合せはあったが、このような問合せは最近になって出てきたものだ。日本人として、もう一度自然と向き合っていこうという流れもあるのかと思う。

【審議委員】

情景をきちっと思い浮かべて、そこに流す曲を丁寧に選んでいる。そこに制作する人の思いや喜びが溢れているのではないかと。

【放送局】

音を聴くだけで「涼しくなる」というのは難しいと思うが、そういうような気持ちになることによって涼しく感じることもあるのではないかと考えている。

【審議委員】

それは、実際に涼しくなるんだろうと思う。例えば、音楽療法的に調べたところでは、ドラムのビート、速さで体温が違ってくるとい研究結果もある。そこから考えると、体感温度が変わるということは実際にあると思う。今年の「涼感 BGM」であった「風鈴の音色」は放送では何の音かよくわからないという声が多かったために今年はやめて、川のせせらぎの音や波の音といった「空間の音」に変えたのは良かったと思う。

制作している側の熱意のようなものが、ちゃんと見えてくるものを放送することはすごく素敵なことだ。また、先ほど話にも出たが、ハワイの波音、沖縄の波音…というのではなく、作った音の方がリアルに感じさせてくれる可能性があると思う。これからもそれを丁寧に探して行って欲しい。

あるアーティストは八ヶ岳の洞窟の中で滴る雫の音だけを使った音楽を作り、それをコンサートが始まる前に会場に流すと、お客様が集中してくれると言っていた。人間の体内は80%が水だとも言われるが、それに呼応する肉体的・精神的な特性が人間にはあるような気がする。そういうことも加味して考えて作っていくと、さらに素敵なものになるのではないかな。

【審議委員】

「涼感 BGM」は良い企画だし、丁寧に作っているし、良くできていると思う。午後1時～3時頃の暑い時間帯にスーパーマーケットに行って節電するということもあるので、スーパーマーケットなどでは特にその時間帯にかけると良いと思う。オーナー様に対して「お客様にも喜んでもらえますよ」というのも営業トークになるのではないかな。

【審議委員】

『With Music』などの会報誌もこれまでのイメージではなくて、もっと「ひとつひとつ番組を大切に作っている」ということを伝えるなど、PRも大事だと思う。

【放送局】

USEN は音を作ることにに関しては一生懸命やっている。だからこそ確かに売り方も大事だと思う。今後はもっと内容の良さをアピールしていくことにも注力したい。(東日本)大震災をきっかけに、今、日本というもの、絆とか和というものを見直す動きがあるが、USEN もこうして音に対してこだわって作っているということを世の中にアピールしていけたらと思う。音楽だけの放送局ということでは USEN が最大なので、自信を持ってやっていきたいと思う。また、今回はお褒めの言葉をたくさんいただいたが、きちんと作っているものは評価していただける。これからもより良いものを作っていきたいと思う。

【審議委員】

何度か被災地に音楽を届ける活動を行っているが、「さあ、みんなで歌いましょう」と言った時には圧倒的に「海」の歌が多い。あれだけ大変な思いをされても、やっぱりご自身にとっての一番幸せな風景には「海」があって、そこでお父さんが働いていて、子どもの頃から「海」を見て育った背景がある。その時、「海は広いな、大きいな」と涙を流しながら歌う姿を見て、当初海の歌を届けるのを心配していたが、そうではないことに気づいた。今回の「涼感 BGM」では波の音を使うことにずいぶん配慮されたようだが、自信を持って波の音を届けても大丈夫だと思う。

【放送局】

今年の「涼感 BGM」では波の音は取入れなかったが、今回採用した背景にはやはり被災地の方の声がある。営業に協力を仰ぎ被災地の方にアンケートを取らせていただいた際、胸に刺さる言葉もあったが、「やっぱり海は嫌いになれな

い」という言葉もあったため、こういう新しい形で海も演出することにした。

【放送局】

今回は幸い、好意のご意見を多数いただいたが、これに甘んじることなく、これからも番組に磨きをかけていきたい。また、良いものを作って満足するのではなく、それを発信する力も強化していきたいと思う。

【審議委員】

リスナー（聴取者）は増やさなくてはいけない。良い番組があることをきちんとアピールしていくことを期待する。