

**第 45 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録**

開催日時:平成 27 年 4 月 22 日 16:00～

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  
山本 武司 副委員長  
富澤 一誠 委員  
品田 英雄 委員  
大林 宣彦 委員

**■局側出席者**

田村 代表取締役社長  
大田 取締役常務執行役員  
鈴木 顧問  
山下 コンテンツプロデュース統括部長兼制作部長  
松本 コンテンツプロデュース統括部 編成部長  
西田井 コンテンツプロデュース統括部 制作部 制作 1 課長  
村田 コンテンツプロデュース統括部 制作部 制作 2 課長  
新保 番組制作ディレクター  
遠藤 番組制作ディレクター  
瀬戸 コンテンツプロデュース統括部 編成部 マーケティング課長  
沖 広報部長

**【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)『こころの保健室』の販売開始について**

2015 年 2 月、メンタルヘルス対策支援 ASP サービス『こころの保健室』を販売開始。ストレスチェック対応から、eラーニング、組織診断に至るワンストップサービスを安価に提供する。

**(2)『デンタル・コンシェルジュ』の販売開始について**

歯科医院検索ポータルサイトおよび歯科医院に特化した予約管理ツールで効率的な集患を可能にする『デンタル・コンシェルジュ』の販売を開始した。

### (3) 番組改編の実施について

2015年4月6日、春の番組改編を実施。「C-42 元気はつらつ歌謡曲」、「C-43 MUSIC&TALK WAGON ～音バナ～」の2番組をリニューアルした。また、オフィス向け音楽放送サービス『Sound Design for OFFICE』では、新番組「C-71 オフィスのスピーチマスキング」を新規投入した。

### (4) 追悼番組の放送について

2015年2月20日～3月20日まで、シーナ&ロケッツのシーナさんの追悼特別番組を放送。3月20日～4月3日までは桂米朝さんの追悼特別番組を放送した。

### (5) 『With Music』発行について

2015年3月、会報誌『With Music vol. 31 (2015年4～6月号)』を発行し、業務店/個人宅のお客様にお届けした。

## 2. 審議課題

ヒットパレードについて

### 【対象番組】

■A-06 歌謡☆ヒットパレード

■A-07 洋楽☆ヒットパレード

## 3. 番組審議

### 【放送局】

今回は「A-06 歌謡☆ヒットパレード」と「A-07 洋楽☆ヒットパレード」の2チャンネルについて審議して頂きたい。従来、洋楽・邦楽共に、年代別のヒット曲チャンネルはラインナップしてきたが、業務店でお使い頂く場合、客層の世代にマッチングしていると喜ばれる一方で、幅広い世代の方が訪れる空間においては最適なBGMとは言えなかった。そこで、幅広い世代の方に楽しんで頂けるように、各年代のヒット曲からどの世代も一度は耳にしたことがあるヒット曲だけをセレクトした「ヒットパレード」チャンネルを開始させた。

### 【審議委員】

今、“ヒット”という言葉はあまりカッコいい言葉ではない時代になっている。「売れているものもいい」という時代ではなく、人それぞれの趣味に合わせたテイストのものを選ぶ時代になってきたので、今回の審議対象番組のコンセプトを読んだ時は心配したが、実際に聴いてみるととてもいいと思った。いろんな曲が気持ちよく流れてきて。家族とも聴いたが、「こんな曲あったよね」、「これは何の曲だっけ？」と盛り上がった。聴いているこちらが照れるような古いヒット曲も、気持ち悪くなく入ってきたのがすごく良かった。もしかすると、恥ずかしさも含めていいのかも知れない。我が家で盛り上がったように、飲食店のBGMとして聴いても、「この曲なんだっけ？」と一緒に飲んでいる仲間と話が弾むような想像ができたので、言葉としても「ヒットパレード」で良いのだろう。聴く前の懸念が払拭された。それは、選曲者のセンスによるものだと思う。今の時代に聴くとどうだろう？という選曲者の感覚がうまく活かしているのではないだろうか。(番組を聴いていて)楽しかったし、

お店などでも喜ばれると思った。

#### 【審議委員】

ノスタルジアを含めての「ヒットパレード」も良いが、今、この言葉が生まれたとしたら、とても面白いのではないかと思った。何もヒットしない時代だからこそ、「ヒットパレード」をやろうというのは冒険的で面白い。ただ、その時に、受け身になったら負ける(失敗する)かも知れない。今回の番組の「よく知られている曲は放送回数が多く、そうではない曲は少ない」という選曲方針はちょっと受け身なのではないだろうか。むしろ、「この番組からヒット曲を生み出してやろう」というくらいの気持ちが良い。「懐メロヒット曲」になり損ねた曲でも、今「ヒットパレード」で放送することで、新しい人に面白いと発見してもらうような。…これは作り手(選曲者)のこだわりでしかなく、客観性などない。また今は“数字”はあてにならない。ヒット曲とは呼べない曲でも、作り手が好きだと思う曲を、この番組でヒットさせてやろうというくらいの気持ちで遊べば、案外(聴取者に)面白がってもらえるかも知れない。また逆に人気投票をしたりすると、今の聴取者から新しいヒット曲が生まれる可能性もある。「ヒットパレード」という言葉自体の意味を歴史からもう一度塗り替えるくらいの積極性を持つと面白いのではないか。「俺のヒットパレードを作ってやろう」くらいの。

#### 【審議委員】

(番組を)聴けば聴くほどあらゆるものが出てきて、「ヒットパレード」とはいったい何なのかと思った。古いところでは米軍キャンプから出てきたアーティストもいるし、キャバレーやナイトクラブ全盛時の活気を感じる曲もあったし、本当に様々な曲が出てきたが、楽曲を“テーマ”に分類してみてもどうだろう。例えば、「大人のムード歌謡」、「ご当地ムード歌謡」、「思い出の懐かしいムード歌謡」、「男と女のラブソング」、「魅惑の歌詞が集結」、「スペシャルムード歌謡」といった感じで、歌詞で分けると聴きやすいのではないだろうか。西田敏行の「もしもピアノが弾けたなら」などとても良い歌詞だが、それを聴いて気分になっている時に、突然、「UFO」みたいな曲が流れてくると(気分が)ブロックされて、また(別のテイストの曲が流れると気分が)ブロックされて…となると、気持ちが疲れてしまうし、落ち着かせてよと思う。コンセプトを決めて、楽曲を分類して番組を作ればどうだろう。24時間ランダムに放送するのではなく、ほろっと泣かせる時は15~20分くらいは泣かせる曲を続けるといった感じにすれば良いのではないか。また、最近、震災が多いが、震災で苦しむ人を歌で応援できるということもある。歌を分類する際に、先程伝えたものとは別にして、震災が起きてしまった時に届ける歌なども持っておいた方が良いのではないか。

#### 【放送局】

震災直後にそういう特集を1年以上お届けした。

#### 【審議委員】

これからの話をすると、震災があった時に急に(楽曲を)集めるのではなく、ストックしておく方が良いと思う。

#### 【審議委員】

年代別ではなく、世代を超えて知っているヒット曲を集めた番組を作ろうというコンセプトは良いと思ったが、実際に番組を聴いた時に流れてきた曲が、石嶺聡子「花」、坂本スミ子「夢で逢いましょう」、T-BOLAN「悲しみが痛いよ」、白井貴子「Chance!」、沢田研二「ヤマトより愛をこめて」だった。これは、誰もが知っている歌ではないのではないか。番組コンセプトと違うのではないかと思った。

**【放送局】**

ヒットの定義＝「誰もが知っている」という言葉から連想された楽曲と、放送されている楽曲が矛盾しているというご指摘だが、今日の焦点はここにあると想定していた。ヒット曲は人によって違うということが前提としてありながらも、世間を賑わしたヒット曲があるのも確かだ。それが、記憶に残ったかという、人によって違う。記憶に残ったのか、ランキング＝記録に残ったのか…。今の番組はどちらかと言えば「時代のヒット曲を並べた」という形だが、「誰もが知ってはいないよね」と言われるとそうかも知れない。ここは我々もある意味、迷っているという言葉がおかしいが、きっちりと線を引けない部分ではある。

**【審議委員】**

番組では 1000 曲以上の楽曲を放送しているということだが、到底すべての楽曲は聴けない。その放送楽曲の中からテーマを決めて3時間番組を作り、期間を決めてリピート放送すればどうか。3時間くらい経つと、「もう一度あの曲が聴きたい」と思われることもあるだろう。テーマは色々考えられるが、例えば季節をテーマにしても良いだろうし、「今回はこういう雰囲気だ」というのも良いだろう。いい曲が沢山あるのだから、それをいかに聴かせるかだ。同時に、新しい楽曲もどんどん増やして行って欲しい。

**【審議委員】**

朝、昼、夕方、夜、ミッドナイト…と時間帯に分けるのも良いのではないか。夜はじっくり聴かせる選曲、朝はシング&ジャンプする選曲…など。

**【審議委員】**

この「ヒットパレード」は、かつてあった“ヒットパレードの時代”の曲を今放送しようというものか？

**【放送局】**

「ヒットパレード」という言葉自体から連想される時代のもではなく、ここでは今現在も含め、ロングスパンで捉えている。ある一定の時代感だけを表現しようとする番組ではない。時折、“特集”という枠を設けて、期間限定でコンセプトを持った選曲も放送するが、通常は全放送楽曲をランダムに放送している。「コンセプトに分けて放送してはどうか」というご意見を頂いたが、それも一つの編成の方法だと思う。ただ、前述の「いきなり「UFO」が流れる」というのも、ある意味、出会いであり、それがランダム放送をしている狙いでもある。

**【審議委員】**

USEN のクラシック番組の中には、第二楽章ばかり放送する番組もあるが、あれもなかなか乙だ。USEN にしかできない技だ。そこから言うと、歌謡曲には楽章などないわけだから、やはりサブタイトル的なコンセプトがあっても良いのではないか。「地名が出てくる曲」だとか、「愛が出てくる曲」だとか。

**【審議委員】**

中高生の頃は歌謡曲など聴けなかったが、今聴くと「いいな」と思う。当時の様子や、どこで何をしていたか…といったことまで思い浮かぶ。やはり音楽の力はすごいと思う。歌詞も良いが、飲食店でBGMとして聴いていると、まずメロディに耳

が行く。メロディが引っかけると、詩に(意識が)行く。

#### 【審議委員】

「ヒットパレード」が存在したのは、80年代の終わりまでだ。1979年にウォークマンが出てから10年間で、「ザ・ベストテン」も「ザ・トップテン」もなくなり、同じ空間で家族が一緒にTVやラジオを見たり聴いたりすることがなくなって、“たこつぼ現象”になっていった。その前は、文化放送を中心に地方AMラジオ局が加盟する火曜会(地方民間放送共同制作協議会)や八木誠さんなどによる電リク(電話リクエスト)を中心にした番組があり、電リク全盛期が60～80年代まで続いた。TBSラジオの鈴木史朗さんの「今週のベストテン」などもあったが、やはり「ヒットパレード」があったのは、80年代の終わりまでだ。

また、90年代の半ば頃からアメリカでラップが全盛期になってくると、日本では洋楽が聴かれなくなっていった。「ヒットパレード」というワクワクするようなタイトル(番組名)から、洋楽は何が出てくるかと想像してみると、日本における洋楽のヒットパレードというと60～70年代で、たとえばクリス・モンテス「愛の聖書」やゼーガーとエヴァンス「西暦2525年」などは日本でしかヒットしなかった“日本独自の洋楽”だ。そういう曲がこの「ヒットパレード」に出てくるとそれはそれで面白い。今はなかなか聴けないし、そういう曲がファレル・ウィリアムスと混ざって出てきたりすれば、ワクワク感が醸し出せるかなと思いつつ聴いたが、(この番組は)平凡。「こんなの日本で聴かれていなかった」という曲もあった。特に、洋楽番組そのものがなくなってしまった90年代後半から2000年代の「ヒットパレード」などはない。せいぜい、マイケル・ジャクソンとかマライア・キヤリーあたりか。

それと、やはり一番難しいのは、「ヒット曲は追体験できない」ということ。その時代を生きていないと、追体験できない。それを踏まえ、何を基準にして選曲するかというと、やはり資料ではないか。「日本の洋楽ヒット」や「日本の歌謡曲ヒット」に関する資料は残っていると思う。「ヒットパレード」というのであれば、TVだったら1～10位までだし、ラジオだったら1～20位とか、“TOP40”のような40位までだが、やはり「日本のヒットパレード」だから、アメリカの“TOP40”は外した方が良くだろう。オリコンの売上、洋楽チャートを徹底的に追及して、日本での洋楽チャートで選ぶべき。

#### 【審議委員】

でも、私はラジオ(“TOP40”)を聴いていた。

#### 【審議委員】

それでも、「ヒットパレード」というタイトルにこだわるのなら、そうすべき(アメリカの“TOP40”は外すべき)だと思う。たとえば、「洋楽名曲チャンネル」というタイトルだとするとまた全然違うだろう。それなら、“TO40”で選んでもらいたいし、逆にクリス・モンテスさんが出てきたら「ナニコレ？」となる。どちらかに、哲学を持って選んで欲しい。やはり「ヒットパレード」というなら、「日本におけるヒットパレード」を選んで欲しい。

#### 【審議委員】

「ヒットパレードはワクワクする」というのはとても素敵だ。80年代で終わったというのは、「ヒットパレードがワクワクする」という感じが終わったということか。今、「ヒットパレード」と聞いても、ワクワクしないのだろうか。

#### 【審議委員】

しないだろう。今の子どもたちは、「ヒットパレードって何？」という感覚だろう。ワクワク感はないだろう。

**【審議委員】**

自分は「ヒットパレード」という言葉はまったく知らなかったから、今「ヒットパレード」と聞いたら、ここからワクワクが始まるんじゃないかなと思った。

**【審議委員】**

ワクワクしてくれるといいが、洋楽にワクワクする子自体が非常に少ないから、それが辛いところだ。

**【審議委員】**

終わったものを今やるとするならば、わかりやすく言うと、「戦争体験を今伝える」ということ。つまり、伝わらない。でも、それを何とか追体験して伝えなければいけないということはある。同じように、過去の「ヒットパレード」もそこにある曲たちも何らかの形で伝えなければいけないということはあると思う。過去のものを今伝えるということになると、皆が知っているポキャブラリはもうない。皆が知っていた…だ。それを今どうするかというと、皆が覚えているものを選ぶか、あるいは、皆が忘れなかったものを選ぶか、あるいは皆が忘れたけど、これから誰かが発見してくれるということで選ぶのかということになる。それには、2つの方法がある。演繹法か帰納法。先程おっしゃった(放送局側の意図として)「発見してもらう」ということだと、「混沌」がいい。つまり、いきなり「UFO」が出てきてびっくりするから発見するのだ。一方で、先程から語られているように、過去の歴史などで分類して、一つ一つを理路整然と伝え、認識してもらって愛してもらう方法もある。これはどちらが良いというわけではなくて、どちらもありだと思う。

今の放送は前者の「混沌」だと思うが、私もいきなり「UFO」が出てきたらびっくりはする。でも、その突出の仕方が面白い。あるいは、かつて若い時は演歌など好きではなかった人も、今聴くとしみじみ「いいなあ」と思ったりするもの。でも、(そういう人は)演歌なんてわざわざ聴かないから、洋楽の間にちょっと演歌を入れてもらうと、発見できる。そういう意味では「混沌」という方法も面白い。今の番組も面白いと思う。さらに言うと、発見した後は教養が必要で、これを一つのカルチャーにするには、教養にしていくための作業というか、そこをプログラミングして何かうまく整理整頓できないかなという気がする。

**【審議委員】**

「ヒットパレード」の概念は、誰もが知っている曲か、誰もが知っていた曲となるが、その根拠はやはりオリコンのデータしかないだろう。あとは、自分の勘になってしまう。あくまでも「ヒットパレード」というならば、やはり数字(データ)を根拠にして、誰にも文句を言わせないものを出すと言うのも一つ。もう一つは、「発見」。私などは若い頃はフォークの急先鋒だったから、敵が歌謡曲だった。でも、今歌謡曲を聴くと、すごくいい曲が多い。また、同じフォークの中でも、当時、高田渡さんの良さはわからなかったが、今「生活の柄」など聴くとすごくいい。40年以上経って、これはすごい歌だったんだとはっきりとわかった。私は「歌は生きている」と思う。歌も日々生きているし、我々聴いている人も日々生きている。(当時はピンと来なかったが)今聞いたらいいと思う曲は、「今発見した」ということ。これは「誰もが知って欲しい歌」であり、「ヒットパレード」のコンセプトとは違うのではないか。「ヒットパレード」は「ヒットパレード」でやった方がよいのではないかと思う。

**【審議委員】**

「ヒットパレード」というのであれば、「ヒットパレード」であって欲しい。

**【放送局】**

それは非常にわかりやすい。

**【審議委員】**

私は音楽業界の人間ではないからか、そこはくっつかない。過去は「ヒットパレード」というものがあっただろうが、それとこれとは別でも良いのではないかというくらい割り切れる。一般の人はそうではないかな。今の十代の子たちの「ヒットパレード」はそれはそれで良いのではないか。これは(音楽)業界人ではない勝手な考えだが。

**【放送局】**

0か1のどちらかではないとは思いますが、24時間365日毎日お届けしているが故に、コンセプトをしっかり持たなければいけないということを認識した。「混沌」として何かを発見させる楽しみを持たせるのが良いのか、音楽史の一つの時代を作った「ヒットパレード」とはこういうものなんだということを、整理整頓して伝えていくものなのか。また、時間帯や何かのコンセプトを持っての伝え方もある。それだけ、「ヒットパレード」というものには力があり、パーツがいっぱいあるということだろう。また、歌謡曲と洋楽の考え方は同じではないんだらうということにも気づかされた。

**【審議委員】**

今回、歌っていいなあとつくづく痛感させられた。自分という人間が変わりそうなくらい。USEN放送が過去から現在までやってきた、「作詞家・作曲家の思いを大切に放送する」ということは、社会的評価や支持を得られると思う。音楽は社会的評価や支持を得るための武器としては、すごいものだと思った。今日はそれが伝えたくなくなった。

**【審議委員】**

やはりヒット曲にはパワーがある。その時代を動かしたのだから。だからこそ、「ヒットパレード」というのであれば、「ヒットパレード」にこだわって欲しい。それだけのエネルギーがあったということの評価して、再編成して欲しい。

**【放送局】**

「混沌」なのかどうかという話があったが、番組制作者としては「混沌」を狙っていた。イメージとしてはそれこそ「夜のヒットスタジオ」とか「ザ・ベストテン」の時は曲が「混沌」だったが、それが良かった。あの時代をイメージして放送していることは間違いない。いまだにAKB48が間に流れていたりもする。本日も意見を頂き、時間帯や季節感に合わせての放送はできることだろうと思った。実は過去に、実際に手をつけようとしたこともあったのだが、なかなか進まなかった。しかし、もう一度、がんばってやってみようと思う。また、「番組を聴いた途端に知らない曲がいっぱい出てきた」というご意見については、たぶん選曲の甘さだ。精進していきたい。

**【審議委員】**

「ヒットパレードにワクワクした」というのが沁みた。とても納得した。かつてワクワクしたではなく、私は今もワクワクする。「ヒットパレード」という言葉、五感もいいし、文字にしてもデザイン力がある。

**【審議委員】**

言葉が躍っている。

**【審議委員】**

それ(ヒットパレードという言葉)自体にパワーがあるのだと思う。「ヒットパレード」は再生すべきだ。

**【放送局】**

ちなみに、この「ヒットパレード」という言葉はどのメディアが一番初めに使い始めたのだろうか？

**【審議委員】**

アメリカの雑誌だと思う。『HIT PARADER』という、その週その週のヒット曲や歌手を紹介する情報誌があり、洋楽に関心を持っている人間はそれを必死になって買っていた。『ビルボード』などが入ってくる前に。だから、60年代初頭から、ラジオなどでも、たとえばニッポン放送の高崎一郎さんが「ヒットパレード」と言ったとか。それからTVでも「ヒットパレード」という言葉が使われ出した。「ヒットパレード」という言葉自体がキラキラしていた。

**【審議委員】**

窓を開けたような感じがする。

**【審議委員】**

そう。キッチンの白いカーテンが揺れているようなイメージだ。季節はいつも若葉の頃といった感じか。

**【審議委員】**

いい言葉に目をつけられたなと思う。

**【放送局】**

そのように言われると、皆様の中の「ヒットパレード」を今は何か汚しているようにも思えてしまう。

**【審議委員】**

そんなことはない。「ヒットパレード」というのは、いかようにも選曲できるということ。だからこそ、いい加減な選び方ではなく、何か根拠を持って欲しいと思う。追体験できないものだから。また、その時代その時代にフィットしたものには力がある。大衆が選んだのだから。「力があつた」ものをもう一回ちゃんと掘り出して欲しいと思う。

**【審議委員】**

そう。「混沌」は良いが、「混沌」こそフィロソフィーがしっかりしていなければだめだ。「混沌」と「でたらめ」は違う。

**【放送局】**

冒頭、この番組を聴いて家族で会話が盛り上がったとおっしゃって頂けたのは非常に嬉しかった。また、「ヒットパレード」は、発見させるものなのか、歴史を伝えていくものなのか…については、今一度しっかりと考えたい。本日頂いたご意見を活かし、より良い番組を届けていきたい。