

第 61 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:2019 年 4 月 11 日 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
和合 治久 委員
長谷川 演 委員

■欠席者

大林 宣彦 委員

■局側出席者

代表取締役社長 田村 公正
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 2 課長 山下 幹太
コンテンツプロデュース統括部制作部制作 2 課 浦吉 和枝
コンテンツプロデュース統括部制作部制作 2 課 伊藤 祐樹

【番組審議会事務局: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)第 55 期第 2 四半期経営成績について

前期に対し、売上高はエネルギー事業の順調な推移により大幅に増収。営業利益及び経常利益は人員拡充や販売促進費用増により減益。当期純利益は遊休資産売却や前期の一過性費用(本社移転に伴う特別損失)減少により増益。

(2)レジ販売の強化について

2019年10月からの軽減税率導入に向けてレジ販売を強化し、大きなシェア獲得を狙っていく。

(3)春の番組改編について

2019年4月、春の番組改編を実施。「C-33 Urban Jazz & Soul」、「C-34 ドリーミーポップ」、「C-35 Neo-American Vintage」など新規6番組を開始し、10番組の放送を終了をした。

(4)追悼番組の配信について

3月22日～4月3日まで、3月11日に逝去されたトップ・セッション・ドラマーの「ハル・ブレイン追悼特集」を、3月29日～4月26日まで、3月26日に逝去された俳優でミュージシャンの「萩原健一追悼特集」をSMART USENで配信した。

(5)『With Music』の発行について

2019年3月、会報誌『With Music vol.47(2019年4～6月号)』を発行。業務店/個人宅のお客様にお届けした。

2. 審議課題

USENが展開するトーク番組について

【対象番組】

- C-43 MUSIC&TALK WAGON ～音バナ～
- C-42 元気はつらつ歌謡曲

3. 審議

【放送局】

今回はトーク番組の中から、「C-43 MUSIC&TALK WAGON ～音バナ～」から『VINTAGE MUSIC』(毎週更新、60分番組)と、「C-42 元気はつらつ歌謡曲」から『演歌男子。+ 純烈のドラマチック歌謡』(隔週更新 60分番組)の2番組を審議して頂きたい。

【審議委員】

私はトーク番組の審議は初めてで、いつものように職場のオーディオでドンと(大きな音量で)聴いたら、いつものBGM番組とは感じが全然違うので驚いた。車でラジオ風に聴けば良かったと思った。それはさておき、まず私が思ったのは、そういえば昔はよくラジオを聴いたのに、聴かなくなってしばらく経つなということだった。今回の審議対象番組はラジオのように感じたわけだが、USENは有料放送なので、スポンサーがいて成り立っている一般のラジオとは原点が違う。そこから考えると、NHKのようにかなり攻めた内容にしても良いのではないかと思った。「粘着性の高いファン」という言葉は初めて聞いたが、そういう層をターゲットにしているのであれば、もっと強気にコアなところを狙った方が面白いのではないか。一般のラジオとは違って然るべきで、違わなくてはまずいと思う。強い言い方だが、ラジオと同じだと感じた時点でもうまずいのではないか。もっと濃く深いところをやっていくと良いのではないかと思う。

今回、『VINTAGE MUSIC』から聴いたが、まず感じたのはタイトルへの違和感だ。「VINTAGE」という言葉を改めて考えると、すごく古い感じがする。私はインテリアやデザインに携わっているが、「VINTAGE」というと「ANTIQUE」に繋がる。正確に言えば「ANTIQUE」は100年以上前のものを指すが、「VINTAGE」もそれに続くイメージで、例えば車や時計を想像してもらおうと伝わりやすいかと思うが、「年代物」という感じだ。この番組はワインから来ているということだが、それでも「VINTAGE」と言うには違和感があつた。まあ、よく考えると、私もこの番組に出ているアーティストの方々と同じく年を取っ

たということなので、今どきからすると「VINTAGE」なのかも知れないという気もするし、インテリア業界は音楽業界ほど旬がないので、音楽の場合はこのあたりのアーティストでも「VINTAGE」と言ってしまうと良いのかなとも思うが。

あと気になったところは、小柳ゆきさんのインタビューがガチのファンからするとかなり内容が軽い感じだったのではないかと。そもそも番組を作る時には、ゲストの方とかなり打合せをして作るのか？

【放送局】

最初はほとんど打合せをしない。ファーストインプレッションをすごく大切にしているので、敢えて打合せをせずに臨んでいる。今回から3代目のDJとしてケリー隆介氏を起用したが、彼は「何かを聞きたい。何かを探りたい」という好奇心や探求心が強く、そこが彼を起用した所以でもある。彼の起用も含め、この番組では話をしながらどんどん探っていくスタイルを取っている。「これを聞いたら深みが増していくのではないか」という部分を掘り下げていくことで、アーティストに迫っている。

【審議委員】

なるほど。私は仕事柄、時々対談をする機会があるのだが、今まで私の携わるデザイン業界ではほとんど打合せをせずに対談をすることが当たり前だった。今回の番組と同じで、その瞬間に展開していくわけだが、最近私はこの方法だと意外と表面的なことしか出てこないように思えてきた。本当に深いところに行きたいと思ったら、結構ガチで打合せをした方が良い。最後には何を言って落とすかというところまで練っていくとすごく面白いトークになってくる。私たちが、1時間のステージの中で3人くらい出て話をすると、触りだけでも半分くらいの時間を使ってしまい、それがすごく勿体ない。お互いに初対面だとそんなにいきなり深いところを聞くことはできないので。このような経験からちょっと思ったのは、事前の打ち合わせをしっかりやったらもっと深く、面白くなるのではないかと。毎回必ずやる必要はないかも知れないが、例えば2週にわたって同じアーティストをゲストに迎えるなら、2回目の時にだけでもっと打合せをするなどしても良いのではないか。ガチのファンは本当はもっと深いところを聞きたいと思っていると思う。それにより癖になると言うか、リピートしてくれるのではないだろうか。今回の内容だと普通のラジオ番組でも出来てしまう。それではちょっと勿体ないと思う。もう一歩突っ込んでいった方が面白いと思う。小柳ゆきさんが独立して経理も自分でやっているの…なんていう話は私は聞きたくないし、もっとアーティストである面を深く掘り下げて欲しかった。

『演歌男子。+ 純烈のドラマチック歌謡』はもう5年もやっているとのことだが、とても面白かった。このくらいやっても良いのだろうなという感じがした。

【審議委員】

『VINTAGE MUSIC』は、DJのケリー隆介さんとゲストの小柳ゆきさんのトークのテンポが良く、声もハキハキしていて歯切れも良く、非常に好印象だった。小柳ゆきさんのデビューから今日に至るまでのヒストリーと言うか、そういったものが率直に、思いとして述べられていて、リスナーにとってはとても良かったのではないかと感じたし、最新情報まで提供されていたので、ファンにも有益であったのではないかと考えた。アーティストの半生における心境の変化や考え方も述べられていて、番組ターゲットとしている30~50代の方々ばかりでなく、若い方たちにとっても心に響く内容で、生き方の参考になるのではないかと考えた。ただ、USENは音楽配信のトップ企業なので、音楽もしっかりと聴かせて欲しかったと思う。番組中にアーティストのフラッシュの5曲というのがあったと思うが、曲がワンフレーズか、非常に短く切られていた。そこは1曲1曲長く聴かせた方が良いのではないかと感じた。もっと聴きたかった。トークと音楽の配分という点では、バランスは取れていたと思う。

【審議委員】

『演歌男子。+ 純烈のドラマチック歌謡』については、番組制作者としては、「粘着質の高いファン(聴取者)に制作側のコンセプトが伝わるか」を確認したいとのことなので、その観点からまず気になったことを伝えたい。番組ターゲットは 50～70 代ということなのでいわゆる高齢者になるが、高齢者は耳が遠くなるし、静かな曲を聴きたいという気持ちもあるのではないだろうか。追っかけ熱烈ファンと言っても、年齢的に身体の状態も昔の自分のままというわけにはいかない。そんな人にとっては、この 3 人のクロストークはちょっとノイズーと言うか、落ち着いて聴いてられないのではないか。語る方は熱く語っているということは分かるが、聴く側のリスナーにとってはノイズーで、声が割れているような感じで私も聴き取れなかった。進行役と 1 対 1 か、1 対 2 くらいで話すのが良いのではないだろうか。3 人で一斉にしゃべるとワイワイガヤガヤになってしまう。そのあたりの工夫は必要ではないかと感じた。音楽とのバランスに関して言えば、トークの中に筋トレを教えるような場面があったが、音楽と共にそれがイメージできるかと言うと、私には困難だったので、そこも工夫が必要だったのではないかと感じた。全体的には、USEN の求めている音楽を主軸としていたので良かったという印象だった。

【審議委員】

『VINTAGE MUSIC』でケリー隆介さんのトークを初めて聴いたが、声がすごく良いし、しゃべるテンポも良いなとすごく感じた。こういう方がいらっしゃるんだと感心した。ブッキングも良かったと思う。先程も話が出ていたが、『VINTAGE MUSIC』という言葉から、私はポップスの名曲がかかるのかなと想像したのだが違った。また全体的に音楽のかかる量が少なくて、ちょっと勿体ないと思った。私は最近よくラジオを聴くのだが、曲が次々に流れ、それに関するしゃべりがあったらテンションが上がるのと思う。今回の内容だが、1 週目と 2 週目ではずいぶん空気が違っていただろうか？

【放送局】

1 週目は、過去・現在・未来の中の過去に焦点を当て、自分の半生を振り返って語ってもらった。2 週目は、それを経ての今現在、この先の未来をしっかりと出そうとしたので、敢えてイメージをガラッと変えた。

【審議委員】

1 週目では、ケリー隆介さんと小柳ゆきさんの距離感が遠くて、聴く分にも結構辛かったが、2 週目で一気に距離感が縮まり、仲良くなったんだなと感じた。

【放送局】

1 週目分と 2 週目分の収録の合間に、演出としてではないが、ディレクターは敢えて少し放置しておくようにしている。2 人の距離をより縮めてもらうために時間を取っているという感じで。そこでぐっと近くなる人と、ならない人はもちろんいて、差は出るが、2 週目の方が話がぐっと深みを増していく。そういうことを心掛けている。

【審議委員】

なるほど。2 週目は良い空気になったと思った。小柳ゆきさんはデビューの頃から知っている。20 年間芸能界を生き抜いてきたこともすごいし、歌い手としてのすごさもあるが、しゃべりでそれがどれくらい伝わるかというところ少し疑問に思う。それよりも話の中で色んなアーティストや曲の名前が出てきたが、実際に曲を聴かせてくれたら、彼女の嗜好性やキャラクターが出るんじゃないかと思った。これは音楽好きの私としてのお願いでもあるが、バンバン曲をかけて、彼女の歩んだ 20

年にどんな曲があったとか、それらの曲への思い入れなどを語ってもらった方がよほど良かったと思う。彼女がデビューした 99 年のランキングも紹介されていたが、曲をかけて、「こんな時代だったよね」などと語ってもらった方が共感されたのではないかな。番組ターゲットが粘着質の高いリスナーということであれば、同じ時代を生きた経験を持っている人が多いと思うので。1リスナーとしての感想のようだが、私はそう思った。

【審議委員】

『演歌男子。+ 純烈のドラマチック歌謡』については、すごく仲良くて楽しそうな雰囲気だった。「ガールズトークを聴くように男子の本音トークを聴く」ということにはなるほどと思ったが、自分が男ということもあり、男子の本音トークのどこが面白いのかと思ってしまった。これは 2 番組を何度も聴かせて頂いて気づいたことだが、いずれもカヴァー曲がかかっている、それが印象に残った。つまり「曲が良い」のだと思うので、やはり曲をフィーチャーし方が良いと思う。今日の出掛けに「野村義男のおなか(ま)いっぱいラジオ」を聴いたが、音楽がたくさんかかっている、しゃべりとのバランスが良かった。今はFM局でもしゃべりが多くなっていて、音楽があまりかからない。それを考えても、音楽をメインにした方がUSENを聴いているファンとしては良いのではないかと思った。

【放送局】

それは非常に参考になる。

【審議委員】

『VINTAGE MUSIC』は、全体的な印象としては良くできている番組だと思ったが、無難にまとまっている感じで、逆にここまで隅々まで気を遣わなくても良いのではないかと私は思った。小柳ゆきさんがデビュー20年経ち、ここで話していることは私の世代ではどうの昔に知っていることだった。番組DJがここでもっと突っ込もうとするならば、彼女の音楽や彼女自身について相当詳しいか、相当(話が)合わないと思えないと思う。そもそも私はケリー隆介さんがどういう人なのかわからなかった。ケリー隆介さんは声も良くて進行役には良いが、彼がどういう人なのか、なぜこの音楽番組のDJをしているのか気がになった。また、番組DJとゲストの立ち位置が曖昧だった。番組DJを立てるか、ゲストを立てるかのどちらかとなるわけだが、この番組ではゲストを立てているので、それならばケリー隆介さんの比重をもう少し軽くするべきだ。そうではなくて番組DJを立てるならば、ケリー隆介さんをしっかり立てて彼の得意な部分をもっとしゃべらせた方が良い。私はコーヒーには詳しくないが、ゲストの音楽性やイメージに合うコーヒーをケリー隆介さんが提案する「コーヒー診断」のコーナーなど面白かったし、いっそ番組名を「ケリー's VINTAGE CAFE」とでもして、そこにゲストを呼んで蘊蓄を語るという構成にするなどした方が良いのではないかと思う。立ち位置について2つのパターンがあるわけだが、私は後者の、ケリー隆介さんを立たせる方が面白くなるのではないかと思った。

『演歌男子。+ 純烈のドラマチック歌謡』は、まず基本的なことだが、一体誰が話しているのか分からないことが問題だと思った。出演者が多いので、途中で「○○が」とか名前を入れた方が良い。そうしなければ、誰が何をしゃべっているのか分からない。わざと普通のラジオのようにしゃべらせず、ワイワイガヤガヤと賑やかなトークにしているのだろうが、そこはちゃんとした方が良いのではないかと思った。また、純烈といえば最近大きな騒動があり、メンバーが脱退したばかりなので、その点でも気がになった。いかにも全開トークという感じだったが、もう少し抑えた方が良いのではないかという感じがした。

【審議委員】

それぞれ番組の内容について熱心な話を頂いたが、粘着性のあるファンに向けて作っているこれらの番組ができたこと
によって、例えば純烈にしても演歌男子。にしてもこの番組を聴くための契約者というのは、どのように見つけてくるの
か？

【放送局】

見つけてくるというよりは、演歌男子。の面々がもともと SNS に疎い世代に向けて、SNS の使用方法などをレクチャーした
おかげで、彼らの SNS には既に粘着質なファンが集まっていた。我々はそこに向けて番組や公開収録イベントの紹介を
し、USEN の加入・契約を募り、少しずつだが番組単位のファンが増えてきている状況だ。

【審議委員】

演歌男子。など、新進のアーティストが出演するラジオ番組をいくつか知っているが、多くは明け方 5 時とか夜中の 2 時、
3 時など、リスナーにとっては聴きづらい条件で、しかもアーティストにとってもあまり良い条件ではなく番組が運営されて
いる。USEN は自身がスポンサーとなってこういった粘着性を持つファンに向けて番組を制作できるということがものすご
い強みだ。一般的なラジオ局ではありえない。そういう意味から言うと、ファンからすれば希少性が高い番組を USEN で制
作することは、ファンにとって本当に聴きたい番組として作っているのだと思うが、そのファンが果たして USEN を契約して
まで聴いてくれるかどうか。なぜならば、演歌男子。の番組に関しては、ごちゃごちゃして誰の声だか分からない、テレビ
だったら喋る人を映すから顔が分かるが、誰が喋っているか分からない上に、お互い仲が良いから、げらげら笑えばな
しの内輪受けのような内容で、ファンにしてもひとつの番組として聴くことができないのではないか。一方で、『VINTAGE
MUSIC』のゲスト履歴を見ても、そんなに粘着性の高いファンをもつアーティストはいないように思う。一体、『VINTAGE
MUSIC』目当てで契約をしてくれているユーザーはいるのか。

【放送局】

現在はいないと思う。

【審議委員】

登場するアーティストが 2 週おきに代わる『VINTAGE MUSIC』は、1 回だけ、例えばたまたま飲食店で聴くような番組で
はないので、こういう取り組みをしてその先をどう考えているのかが疑問だ。

【放送局】

まず、出演するゲストアーティストと連携して、SNS や WEB を活用して番組の存在の周知していくことを行っている。
YouTube で番組音声の一部を切り出したり、収録の風景写真や内容の一部を紹介したり、現在は総合的に番組の認知
度向上に努めている段階だ。

【審議委員】

自身で関わるイベントなどでも、様々なアーティストの出演があるが、その対価は出演料か、宣伝効果によって結果的に
アーティストの商品が売れることに繋げていくことしかないと考えている。

【放送局】

それは、そうだと思う。

【審議委員】

『VINTAGE MUSIC』は、USEN の放送だけではなく、特に出演するアーティストの対価としてもっとほかの媒体、例えば航空機内の放送などでの展開を検討することも必要なのではないか。例えば AM、FM で放送中の往年の人気アーティストの番組にしてもそうだ。色んなミュージシャンがゲストで登場したり、自身のライブラリーから選曲したり、番組の企画性やアーティストの魅力を感じたら、過去のものでも、それが仮にラジオからの放送でなくとも聴きたいと思われる番組が生き残り、いまだに掘り起こして聴いているファンの人たちがいたりする。

【放送局】

YouTube で過去放送分のラジオのコンテンツがあがっていたりする。

【審議委員】

その通り、「あの人が喋っている」のだったら、「あの人が選んでくれている音楽を聴ける番組」だったというファンを吸収することが、それこそ USEN が言う粘着ファン層を増やしていくことに繋がるのではないか。この観点でいうと、今回の審議対象番組はそこまで辿り着けていないのではないか。加えて他媒体での放送なのか、番組単独で売れるということなのか、出演したアーティストに対する対価もきちんと考えないと、スポンサーがいない USEN という放送媒体で制作する番組は、大きな広がりは見出せず、制作しているスタッフだけが満足している状態にとどまるのではないか。

【放送局】

今回のテーマは特に個人向けの番組としたが、ファンが聴いた時とファン以外が聴いた時の感覚の違いもありながら、番組としては聴きやすい内容と聴きにくい内容があるということを確認した。AM、FM ラジオとの比較の中で、USEN で番組を作っていく上では、AM、FM の番組作りを模倣することもあるが、他の媒体で、また番組単体で売れるものとは何かを考えないといけないと思っている。審議委員からの『VINTAGE MUSIC』の DJ の個性をもっと前に出していきべきだという先程の意見を参考に、聴き心地の良いトークと選曲を売りにしたある意味聴き流せる BGM 的な番組などを立ち上げてみるのも面白いと思ったが、どう思うか。

【審議委員】

DJ の選曲能力がないと難しいと思う。

【審議委員】

カフェとかだったら需要があるかもしれない。

【放送局】

今回の審議内容を受けて、業種を定かにはできないが、業務店に向けて新しい形のトーク番組を企画するというのもありかと思った。

【放送局】

以前より、ラジオ風の店内放送番組を作って欲しいという要望はあり、実際にファストフード店や書店向きに制作対応を行ったことがある。今出た話になぞらえると、USEN で個人向けに制作しているトーク番組とは違い、曲をなるべく聴かせる、そしてトークを少なめにするといったある意味 BGM 的な番組を、とあるスーパーマーケット様用に制作した。そういう発想の転換は行っているつもりだ。

【審議委員】

自分がよく行く歯医者には、ラジオの番組を流しているが、DJ が音楽のことや曲名を話さない番組が多くて、曲名くらいきちんと欲しと思うし、そんな声をよく聞く。トレンドなのだと思うが、とにかくブリッジで音楽をかけ流して全く違う話をしたりしている番組ばかりになってしまった。その辺のバランスを今一度取り直したら、私は歯医者だけではなく、今出た話の通り、色々な業務店にも使われるような気がする。

【放送局】

そういう考え方や発想の転換をもって番組の制作を進めるのも USEN らしいかと思う。

【審議委員】

自分たちがやりたいことがまだ不確かなのだろう。これまで審議した BGM 番組ではマーケティングリサーチをやっていると思う。本来はマーケティング結果に則った形で企画を進めるべきだが、他の媒体ではできないことをやろうというのであれば、思い切り『VINTAGE MUSIC』はこれが特色だ」ということを出せば良い。普通のラジオ各局はスポンサーがつかないとなかなか番組の運営ができないが、『VINTAGE MUSIC』にしろ、『演歌男子。』にしろ、制作スタッフが企画や狙いを思い切り打ち出してファンの粘着質度を期待するのではなく、番組の粘着質度を上げていき、リスナーを呼び込むようにすべきではないか。

【審議委員】

平成の時代にエンターテインメントも音楽もどんどん多様化して、結局好きなものが限られてくる。いよいよ CD も売れなくなってきた時代に、アーティストパワーに頼っているのが顕著だ。音楽も売る、映像も売る、キャラクター商品も売るなど大小問わず 360 度展開の商法スタイルが一般的となった。ただ、そこに TV やラジオなどの放送メディアは外されて考えられていることが多い。自分で発信するシステムを確保、構築して個人でも運営ができるし、実際にそうやって投げ銭などで稼ぐというビジネスモデルも出来上がってきている。そうすると、USEN がやるべきことは何なのか。USEN がここまで話に出ている「アーティストだけの粘着質」を頼りに番組を企画運営していくと、今後、結局はアーティスト自身が発信し、多展開していきたいという現象が起きていくと思う。いわゆるメディア外しだ。USEN はメディアとして媒体としてもっと付加価値をつけていくことが重要だ。

【審議委員】

USEN じゃないと実現しない番組もあると思う。ぜひ考えてほしい。

【放送局】

結論が出せるとはそもそも思っていなかったが、いくつかの方向性が見えた気がする。
本日はありがとうございました。