

## 第 62 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:2019 年 7 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  
 取締役副社長 大田 安彦  
 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1課長 小島 万奈  
 コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課 遠藤 哲夫  
 コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課 河合 芳樹

【番組審議会事務局:森角、林、大園】

### 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 3 四半期累計経営成績について

(2)新 Wi-Fi サービス「U-SPOT」リリースについて

インバウンド対策として急務となっている公共スペースでの Wi-Fi 提供に参入。商店街/大型商業施設やビルのエントランス/公園/駅/駐車場といった公共スペースへの提供を想定しており、「街の Wi-Fi 化」を進める。

(3)POS レジ分野における TB グループ(TOWA)との業務提携について

ECR 仕入元として取引のあった TB グループとタブレットレジ分野でも提携。全国 26 社の販社を抱える TB グループと提携することにより、これまで当社が展開できていないエリア/リーチできていない顧客への拡販を目指す。

(4)「涼感 BGM」の放送について

毎年ご好評を頂いている「涼感 BGM」を今年も 6 月 1 日より放送開始した。自然音と音楽のミックスで、涼しげな雰囲気演出する。9 月 15 日まで放送予定。

(5)『With Music』の発行について

2019 年 6 月、会報誌『With Music vol.48(2019 年 7～9 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

ジャンル内コンピレーション番組について PART2

### 【対象番組】

- B-68 シックエレガント・ミュージック
- D-60 おうちスパ！

## 3. 審議

### 【放送局】

今回は「ジャンル内コンピレーション番組について PART2」というテーマで、「B-68 シックエレガント・ミュージック」と「D-60 おうちスパ！」の 2 番組について審議頂きたい。ジャンル内コンピレーション番組とは、特定の音色やアレンジに統一せず、番組コンセプトに合う様々な種類の楽曲を選曲した番組を指す。

### 【審議委員】

私はまず、「B-68 シックエレガント・ミュージック」がシニア層向け番組だということに驚いた。自分自身聴いていて良いと感じたため自分ももうシニアなのかと思った。それはさておき、私はそもそも「シック」とはどういうものかが今ひとつ分からなかった。正直に言って、選曲内容が「シックエレガント」という言葉から想定したものとはギャップがあった。基本的には良い選曲がなされているが、時々、80 年前後のソウルフルでゴージャスに感じられる楽曲があり、その良し悪しはともかく、曲の並びの中では違和感を覚えた。

資料の「担当者による課題」として挙げられている「アクセントとして、ヴォーカル曲を入れているが、割合をもっと増やしたほうが良いか」という点については、歌ものが混ざっていても違和感はなかった。また、「ノスタルジーというよりは、“シック”、“エレガント”な統一感を重視しているため、耳馴染みのある曲を少なくしているが、もっと気づきとなるような有名曲(カバー等)を入れるべきか」という点については、私は入れなくて良いと思う。個人的にはカバー曲は好きだが、カバー曲を入れるとより人間臭くなったり、思い出が絡んだりしてしまうので、この番組には無い方が良い。ノスタルジーと言えば、80 年代くらいの中速テンポの楽曲が入っていたが、この選曲の中ではノスタルジックには感じられず、むしろ今っぽく感じられたので良いと思った。利用シーンとしては、幅広く様々なお店で使えると思った。放送楽曲数が「D-60 おうちスパ！」と比べるとかなり少ないようだが、確かに長時間聴いていると同じ曲が何度もかかり気になった。そういう意味では放送楽曲数は増やした方が良いと思う。

「D-60 おうちスパ！」については、担当者が「近年は業務店での利用も増えているため、番組名の変更も検討してい

る」とのことだが、そもそも「おうちスパ！」という場面が想定出来ない。また、「幅広く選曲している兼ね合いもあり、聴感上、テンポのバラつき等に違和感はないか」という点も気にされているようだが、確かにテンポは揃えた方が良いと思う。加えてもう一つ揃えて欲しいのは、ヒーリング系の楽曲の音の反響具合だ。音楽の専門用語では何というのか分からないが、文章で言うところのトーンマナ(トーン&マナー)が、あまり揃えられていないように感じた。1曲1曲はマッサージ店やエステサロンでかかっているのを想像出来るが、並ぶと統一感が無い。以前、オルゴール番組を審議した際に、統一感があった方が聴いていて落ち着くという話があったが、「D-60 おうちスパ！」もヒーリングを意識しているのであれば統一感を持たせた方が良いでしょう。放送楽曲数も多く、曜日別に選曲内容を変化させている点は良いと思う。また、ヒーリング系の番組は多数あり、差別化が難しいと想像するが、他の番組とは一味違う感じがして、そこはとても好感を持たれた。

**【放送局】**

「音の反響具合」というのは具体的にはどういうことか。倍音の響きということか。

**【審議委員】**

レコーディング時の「ワーン」という反響音のことだ。響きの少ないスタジオで録音された楽曲と、コンサートホールの反響を拾って録音している楽曲がある。その2種類、距離感が近い感じがする楽曲と遠い感じがする楽曲が続いて流れると多少違和感があった。

**【放送局】**

その統一感が欲しいという意味か。

**【審議委員】**

両方放送してはいけないということではなく、次第に変わっていくのであれば良いが、いきなり反響の具合が大きく違う楽曲が流れると、自分がどこにいるのか分からなくなってしまう。

**【放送局】**

なるほど。同じ空間で聴いているような感覚がなくなるということか。

**【審議委員】**

「B-68 シックエレガント・ミュージック」がターゲットとしているアクティブ・シニア層というのは60～70歳を指すのか、あるいはもっと上の年齢か。アクティブに働いている人を指すのか。

**【放送局】**

65～75歳を想定している。働いている人だけでなく、働いていなくても旅行や買い物等を積極的に楽しむ、活動的な人を指している。

**【審議委員】**

なるほど。アクティブ・シニア層にとって、番組の選曲キーワードのうちのひとつである「モダン」というのはどういうイメージなのか。

## 【放送局】

アクティブ・シニア層は 65～75 歳を指すと言ったが、65 歳の人は若い頃にロックを聴いていた人たちで、年を重ねてもロックが 1 番新しかった頃の記憶もまだ残っていると思う。この場合の「モダン」というのは感性のモダンさであり、それはアクティブ・シニア層の中では失われていないと考え、選曲においても大切にしている。

## 【審議委員】

なるほど。この番組は「モダン」の他に、「明るさ」や「美」、「落ち着き」、あるいは「上品」、「エレガント」をキーワードに選曲されたとのことなので、私はこれらが表現されているかという観点で聴き、スコアを付けた。

まず、「明るさ」や「美」を醸し出すためには、周波数の高い楽曲を選曲すると良い。特に協和音が使われていると、音と音が響き合って非常に高い周波数帯域の音が生まれる。それは、「明るさ」や「美」を出すために非常に重要な要素だ。どのような動物でも昆虫でもそうだが、人間にも喜怒哀楽という感情があり、例えば私が普段より低音あるいは高音で話す場合は感情がこもっている。怒りや悲しさ、寂しさといった感情を表す場合は低音を使い、一方、嬉しさや喜びといった感情を表す場合は高音を使う。電話を受ける場面をイメージすると分かりやすいと思うが、相手が低音で話し始めると自分に対して怒っているのではないかと思ったりする。動物や昆虫はそのようにしてコミュニケーションをとっており、人間にも音楽療法的あるいは動物学的な本能があるので、「明るさ」や「美」を醸し出すためにはそのような点を踏まえ、選曲してはどうかと思った。次に、「落ち着き」を醸し出す場合だが、これはもう皆さんご存知の通り、テンポがゆったりとした、穏やかなといった要素が必要なので、そのような観点でスコアを付けた。選曲されていたのはクラシックとスロー・テンポのヴォーカルが入った楽曲が主であり、音楽療法的な観点ではとても良いと感じた。しかし、そういった楽曲にジャズが混ざると、落ち着きという観点ではそぐわず、バランスが悪く感じた。

「担当者による課題」として挙げられている「アクセントとして、ヴォーカル曲を入れているが、割合をもっと増やしたほうが良いか」という点については、私は増やしても良いと感じた。先程指摘されていたが、アクティブ・シニア層が若い頃に聴いた馴染みのある曲、名曲をもっと入れても良いと思う。

また、「シニア層向け番組として 2015 年にスタートしたが、アクティブなシニア層の幅は広がっており、一般的な“大人向け”番組として利用頂ける汎用性のあるものになるよう検討している」とのことだが、層は広がっているとは言え世代によって好みは異なるためアクティブ・シニア層を 65～75 歳と絞っているのは良いと思う。

「D-60 おうちスパ！」はヒーリングやリラックスに留意して選曲しているということだが、音楽療法的にそれを考えると、心と身体、脳がいかに休めてリラックスできるかということが生体機能的に非常に重要であり、副交感神経を優位にすることが真っ先に問われる。それには音の周波数で言うと、脳幹部に波及するような 4000Hz という非常に高い音が良く、これは自然音に豊富に含まれている。さらに川のせせらぎや風のそよぎといった自然音には揺らぎが非常に多いのだが、それも副交感神経を優位にするために良い。ヴァイオリンでいうとヴィブラートのようなものが揺らぎになる。また和音が豊富であり、高い倍音を出していることが音楽療法的には非常に重要だ。深い森の中に行くとき非常に穏やかな気持ちになるというのが良い例だが、自然界には 2 万 Hz 以上のハイパー・ソニックサウンドというものがあり、私たちの耳では聴き取れないが、身体全体が感じ取って、ストレスホルモンを減らし、リラックスを生むということが段々分かってきた。

今回はこういった観点で番組サンプルの 14 曲を聴き、リラックス効果、ヒーリング効果について考えた。評価をするにあたっては他に、ゆったりとしたテンポか、リズムに柔らかさがあるか、透明感が感じられるか、穏やかさが得られるかといった

項目についてもスコアを付けた。楽曲単位では、川のせせらぎのような自然音が入った楽曲等はとても良い選曲であると思ったが、中には非常にモノトーンで単調過ぎる楽曲もあったため、番組全体として捉えると、ばらつきがあり違和感を覚えた。ヴォーカル曲は良かったと思う。ばらつきによる違和感はあったものの全体的に判断すると、この番組の選曲内容は概ねコンセプトに合致していたと感じた。

#### 【審議委員】

私はデザインが本業であり、その観点からすると納得がいく、感心するような選曲内容だったが、審議委員としては厳しい意見も言わなければならない。

昨日は東京でセミナーを行い、非常に疲れた状態でホテルに戻ったので、疲れを癒すのに丁度良いと思い、入浴しながら「D-60 おうちスパ！」を聴いてみた。結論的には良い評価、悪い評価半々くらいだ。ヒーリングをどう捉えるかということが問題になるが、傷ついたり疲れたりした状態を癒して回復させる、要するに元気にさせるというのがヒーリングなので、聴いている人を寝かせるのか、それとも起こすのかという相反する2つの捉え方があり、実際選曲された楽曲の中には寝られる楽曲もあれば驚いて起きる曲もあった。起きてしまう曲は楽曲自体が悪いわけではないが、感情を盛り上げるような曲調もあり、寝かせる楽曲と起こす楽曲とで全体の流れとしては起伏があった。私はデザインをする際、作為と無作為の両方が同居しているのだが、今回の「D-60 おうちスパ！」の選曲を聴く際も作為はあった方が良いのかという点について考えた。選曲者は勿論作為を以て選曲を行っていると思うが、聴いている人を寝かせようと思うのであれば作為はない方が良い。後半の方のかっこいい楽曲には、「かっこいい楽曲も知っている」という自己主張が見えてきて、コアな音楽ファンに気づかせようというような作為を感じた。

#### 【放送局】

「D-60 おうちスパ！」は曜日毎のテーマで選曲しており、今回聴いて頂いたサンプルは各曜日2曲ずつ選曲したものだ。今言われた「かっこいい楽曲」は恐らく金曜日の楽曲だろうと思う。金曜日は休日の前の日で、美容など自分を磨くモチベーションが上がるため、お洒落が楽曲を聴いて気分を高めてもらおうという意図があり、「愛と輝きに満ちた美しさ」をテーマにお洒落な楽曲も選曲に入れている。

#### 【審議委員】

それは非常に良く分かる。しかし、昨日の私のように疲れてぐったりしていたり、お店にマッサージに行ったり家にマッサージ師に来てもらったりする時にかかるなら、知らないうちに寝てしまうような選曲の方が番組コンセプトには合致するのではないかと思う。

#### 【放送局】

放送開始当初から利用シーンをあくまで「家」と想定しており、飽きが来ないというのが最も重要であると思っている。各曜日でテーマを設け選曲内容を変えた方が楽しんで毎日家で使ってもらえるだろう、また、いかにもヒーリングという楽曲ばかりだとお風呂で聴いても楽しくないだろうと思い、オールジャンルで選曲することにした。また聴く人も様々だと思うので、テンポ感があって目が覚めるような楽曲も選曲している。

#### 【審議委員】

意図はよくわかったが、まずどこを狙うかということ想定するべきかも知れない。

#### 【放送局】

確かに、どちらかに寄せるというのは考えていなかった。

#### 【審議委員】

ヒーリングとしては変化が必要なのか必要ではないのかというところもあると思うが、この番組を聴いていると、恐らく意図的に変化を付けていると感じる。

#### 【放送局】

変化をつけるというのは意識的に狙っている。

#### 【審議委員】

番組名だが、「おうちスパ！」というネーミングは違和感がある。子どもっぽく、お洒落とは相反するものとして受け取られるのではないだろうか。もう少しカッコよくても良いと思う。

#### 【審議委員】

「B-68 シックエレガント・ミュージック」は、ターゲットであるアクティブ・シニア層が 65～75 歳と聞いて、想定していたよりも上の年齢をターゲットにしているのが驚いたが、私は違和感なく聴くことができた。私が東京で経営しているカフェもエレガントやシック、モダンというイメージで作っていて、今朝、店内に誰もいない時に(この番組を)聴いてみたのだが、かなり合うと感じた。カフェは話をする場所であるため、ヴォーカル曲が流れていると頑張って(大きな声で)話す人が増えてしまうので絶対にかけないようにしているのだが、この番組は試聴した限りではそういうことはないと感じた。カバー曲は曲調が合えばたまに流れる分には良いと思うし、聴いている人も聴き馴染みがある曲が流れると安心すると思う。他にどのようなシーンでこの番組が合うかを考えてみたが、様々なシーンに合うと思う。テレビの旅番組等の BGM としても合うのではないだろうか。そんなシーンがたくさん思い浮かんだ。

#### 【審議委員】

番組内容についてはではないが、そもそも「イージーリスニング/インストゥルメンタル etc.」というジャンルに 53 番組も必要だろうか。例えばレストランに食事に行った際、メニューが多すぎると選びきれないが、メニューが限られていると選びやすく利用者は楽だ。また、「イージーリスニング/インストゥルメンタル etc.」ジャンル内の番組の中で、番組名から選曲内容がイメージ出来るものがほとんど無く、みんな同じような印象を受ける。例えば、「夏の海を盛り上げるサマーソング」や「雨の日の午後に聴きたい歌」、「雨の日に心が晴れる歌」、「父の日に親子で聴いてほしい父の歌」、「春の行楽イメージソング」、「冬の温もりソング」、「夏の夕べに聴きたい歌」というような番組名だとイメージが出来る。今回審議対象になっている「B-68 シックエレガント・ミュージック」もシックでエレガントとはどのような意味か分からず、「D-60 おうちスパ！」も最初は家でスパゲッティを食べるのかと思ったくらいだ。どちらの番組も選曲コンセプトがあると思うので、それをサブタイトルとして番組名に含める等工夫すると分かりやすいのではないかな。

番組内容については、審議のためにしっかりと耳を傾けて聴いたので 1 曲 1 曲に対して思うところもあったが、普通に番組の中で流れてくるのであれば違和感はないと思うし、選曲者にしっかり意図をもって選曲してもらった方が良い。ただ、分かりやすい打ち出し方をした方が良いと思うし、こんなに多くの番組を制作するのは大変じゃないかとも思う。働き方改

革という世の中の動きもあることだし、選曲者が自信をもって 10 番組程度を用意するというのが良いのではないか。

#### 【放送局】

仰ることは理解できるし、今まで幾度か検討したこともあるが、番組数の議論は制作ではなく編成の問題だ。USEN は多チャンネルがひとつの強みでもあるので、番組数についての議論はここでは置いておきたい。番組名の付け方については確かに「冬の温もりソング」のようなものも一つの方法だと思うが、お客様に提供する際にはジャンルが分からないと選んで頂けない。例えば「ジャズを流したい」というような、ジャンルを軸にしたニーズが高い。

#### 【審議委員】

それならば、例えばジャズというメニューの中に「冬の温もりソング」や「夏の夕暮れソング」を入れると、分かりやすいのではないか。

#### 【放送局】

それは仰る通りだ。見せ方の問題だと思うが、ジャンル別にカテゴリ化した番組表では確かにその表現でも良いだろう。しかし、アドレス順の番組表ではそうはいかない。さらに文字数の制限もある。そのため、番組名の付け方には我々なりのルールを設けており、それが番組表に落とし込まれている。今や紙媒体が主流の時代ではなく、番組表に収まらない番組名を付けることも可能な時代になってきているので、先述されたようにサブタイトルを入れたりする等、もっとわかりやすくできれば良いとも思うが、今すぐにはそうできない現状がある。

#### 【審議委員】

似たような意見になるが、私もまず番組名に対して疑問を感じた。特に「B-68 シックエレガント・ミュージック」については、シックエレガントとは何なのか、シックとエレガントの線引きも分からない。「D-60 おうちスパ！」については、家にスパがある人は居ないと思うので、「おうちのスパ」とはお風呂のことなのかと思ひ、つまりはバスタイムヒーリングミュージックの番組なのかと考えた。そんなことを考えつつもかく番組を聴いてみたのだが、番組名に対する疑問はそのまま選曲内容に対する疑問にも繋がった。選曲の良し悪しではなく、何を表現しているのだろう、一体何なんだろうという疑問だ。少し話が逸れるが、先日、ニューヨークであるレストランに行き非常にショックを受けた。そのレストランはとてもユニークで人気があり、なかなか予約が取れないエスニックレストランなのだが、エスニックと言ってもどこの国のものなのか分からず、メニューを見ても一体どのような料理なのか分からなかった。そして、提供された料理を見ても、注文したどの料理なのか分からなかった。店員にこの料理は一体何か、材料は何か、産地は何かということを質問したところ、面倒くさそうに説明してくれたのだが、聞いても大したものには感じられなかった。それなのに、店内は IT 関連の仕事をしていそうな若い 20~30 代のお客様で賑わい、彼らは高い料金を支払って食事をしているのだ。

音楽にも同じことが言えて、よく分からないが有難く感じるものがある。例えばボサノヴァがそれにあたる。先日ジョアン・ジルベルトが亡くなったが、彼はブラジルの人であり、ボサノヴァは所謂ワールド・ミュージックの走りだ。非常にユニークなものであるはずのボサノヴァが逆に非常に洗練された、エレガントでモダンなものに聴こえ、世界中で大ヒットしたことから考えると、実は何でも許されてしまうのかも知れない。今回の番組を聴いていてカヴァー曲に違和感を覚えたり、安っぽいと感じたものもあつたりしたので、これでは耳の肥えた熟年ファンには通用しないだろうと思ったが、その楽曲の元々の時代から半世紀も経ってしまうと、「シックエレガント」といういい加減な括り方をすれば何でも許されるわけだ。ただ聴いていて気持ち良くて、カヴァー曲も流れて、シックに聴こえたりエレガントに聴こえたりする曲も流れる何でもありの番組で

あると言ってしまうと通用すると思う。でも、耳の肥えた熟年ファンにも楽しんでもらえるような選曲を心掛けているとのことであれば、これでは通用しない。耳の肥えた熟年ファン、即ちターゲットであるアクティヴ・シニア層の中の音楽を分かっている人は本当にちゃんと分かっている。番組表の中で、他は番組名に「イージーリスニング」とか「スクリーン・ミュージック」、「ストリングス」といった言葉が入っていて選曲のイメージが何となく分かる中に、「B-68 シックエレガント・ミュージック」という番組が入っているが、果たしてこの番組名はお客様の目を引くのか、聴いてみて耳を引くのかと考えると、やはり疑問に思う。先述したニューヨークのレストランのような役割を果たせる程の「いい加減な個性」を持っているかと考えると、そこまで強い個性もないように思う。

そうすると、番組数をここまで増やす必要があるのかと疑問に思う。USEN は音楽配信サービスの中で老舗であり、老舗の強みというのは変わらないメニューがあるということと絶対的な信頼が置けるということだ。絶対的な信頼を置ける老舗のメニューの中に、どのように新しいものを増やしていくかという過程で老舗として考えなくてはいけないのは、それがショッキングな程面白ければ良いが、そうでなければ単なるいい加減なものではなく、やはり違うのではないかということ。よし悪しではなく、シックでエレガントという何でも許されてしまう一種の曖昧さが魅力であればそれはそれで良いと思うが、私は違和感を覚えた。

「D-60 おうちスパ！」も本当に分かりにくいタイトルだが、「HEALING」のジャンルに含まれていることで、バスタイムヒーリング、家でのお風呂の時間に聴いたら良いのだなという解釈が出来る。面白いタイトルなので、「ちょっと聴いてみたいな」と思う人が出てくるのではないかと思うし、聴いた結果、私は結構面白いと思った。所謂シンセサイザー多用のヒーリングミュージックとは少し異なり、中には意外に思う曲もあつたりして、選曲に非常に広がりがあった。ジャンルに括ることも出来ないような曲もあり、それが逆に非常に良かった。そういう意味では面白く聴けたので、「D-60 おうちスパ！」はこのタイトルが良いのかどうかは分からないが、老舗のメニューの中に入れても違和感なく聴けるという感じはした。

#### 【放送局】

老舗を意識していたかどうかは別だが、意識しないといけないということを改めて感じた。

#### 【審議委員】

生き残るために老舗というのはやはりある種ブランドだと思う。

#### 【放送局】

「B-68 シックエレガント・ミュージック」という番組が立ち上がった経緯は様々あるが、我々が作った新しいものがよし悪しではなく、いい加減に映るのだということが意外と言うか、想定はしていなかった。コンピレーション番組は楽曲の集め方が要となるが、厳密に精査し過ぎても同じような楽曲の塊になるし、逆に揃えなさ過ぎなくても今言っていたような違和感を覚えることになるので難しい。

一方、「D-60 おうちスパ！」に対して頂いたご指摘は、テンポや反響音であつたり、また聴く人を寝かせるのか寝かせないのかということであつたり、曜日毎に選曲内容を変えていることであつたり、全てばらつきに関する事だ。放送楽曲数が非常に多いこともあるが、ばらつきのあることをよしとするのか、ばらつきがないことをよしとするのか。今回の審議会で両極のご意見を持つ方が居るといふことも認識出来たので、そこは一つの検討課題だと思う。

#### 【審議委員】

タイトルの付け方次第で、例えば「ワールド・イーजीリスニング」というタイトルなら何でも選曲しても良いかもしれない。

**【放送局】**

確かにそのタイトルであったら全世界の様々なイーजीリスニングが流れても別に違和感はない。今回の審議対象の2番組では、選曲者がその番組の世界観を作るために選曲した放送楽曲数に大きな開きがある。選曲とは楽曲を絞り込む作業であるが、世界観を広げれば広げるほど飽きが来ない番組になる一方、いい加減さが浮き彫りになるかも知れない。BGMとして何が良いかのというのは今回の審議を通して非常に考えさせられたので、正解はないと思うが、述べられた意見をしっかり吟味しながら、今後のジャンル内コンピレーション番組について考えていきたい。

**【審議委員】**

生の音と所謂打ち込み系の音というのは聴いていて共存できているのか、それとも別なものと感じるのか。

**【放送局】**

リラックスという意味では共存出来ると今は考えている。ただ私には、今日ご意見を頂いた「反響」という感覚が無かったので、再検討したいと考えている。

**【審議委員】**

最近の聴き手は生の音と打ち込み系の音を区別せずに聴いているのではないだろうか。

**【審議委員】**

確かにもう融合していると思っはいるが、1曲1曲改めて聴くと、それこそ森の中の音ではないが、生音の凄さを感じる。

**【放送局】**

その違いは、特にヒーリング系のジャンルの音楽では余計に感じやすいと思う。厳密に言うと、楽曲によっても楽器によっても違うものだ。今日も様々なご意見を頂いたので、今後改めて課題を整理して検討していきたいと思う。