

第 72 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

■開催日時

2022 年 4 月 28 日(木)16:00～

■開催場所

東京都渋谷区神泉町 9-8 USEN 渋谷ビル

渋谷ビルミーティングルームをベースとして、委員および USEN 側の一部がテレビ会議形式で出席。

■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

■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 佐々木 亮太

コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課 大園 絢音

【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 58 期第 2 四半期経営成績について

売上高は、店舗サービスは前期比引き続き増収で推移した。エネルギーは高低圧とも獲得増および燃調費単価回復により大幅増収した。営業利益/経常利益は、粗利微増、販管費微増により前期比ほぼ同水準で着地した。

(2)番組改編について

2022 年 4 月 1 日に番組改編を実施した。小売り/飲食シーンに向けた番組や流行に敏感な若い世代向けのランキング番組を開始した。

(3)企業オウンドメディアへのコンテンツ企画/制作について

株式会社三越伊勢丹のYouTube CH、株式会社イトーヨーカドーの店内放送にて、ヴァレンタイン販促商戦へ向けた企画物として、オリジナルのコンテンツを企画・制作した。

(4)『USEN magazine』の発行について

2022年3月、会報誌『USEN magazine Vol.03(2022年4～9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

「利用シーン」×「番組」

3. 【対象番組】

■C-47 静かな環境 BGM

■C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ

4. 審議

【放送局】

第58期は「利用シーン」×「番組」を審議テーマとする。今回は2022年4月に放送開始した「C-47 静かな環境 BGM」、
「C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ」の2番組を審議頂きたい。

【審議委員】

今回の2番組は正反対の番組に感じるので、両番組同時にご意見を伺った方が良いのではないかと思います。そこでまず「C-47 静かな環境 BGM」についてご意見を伺い、続けて「C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ」についてご意見を伺いたいと思う。

今期、USENの番組制作方針が、「音楽ジャンルの補完/音楽時流の再現」から「利用シーンがイメージできるBGM/空間の演出にマッチするBGM」になり、審議テーマも「利用シーン」×「番組」になったが、いきなりそう言われても何がどう違うのか私自身、実は理解出来ておらず、利用シーンがイメージ出来るBGM、その空間の演出にマッチするBGMなら良い、と理解して2番組を聴いた。

【審議委員】

私も、利用シーンと空間演出を念頭に置いて聴いた。

まず、「C-47 静かな環境 BGM」は、主にドローンアンビエントと呼ばれる音楽ジャンルのインストゥルメンタル作品で構成していると事だが、ドローンアンビエントという言葉が知らなかったのも、非常に新鮮だった。ドローンアンビエントには大衆音楽には大切なビートが無く、この音楽がどのようにして出来ているかという事と、集めた楽曲の中で統一感を持つ事でひとつの空気を作るという事は非常に勉強になった。

選曲からどのような印象を受けたかという話をすると、包み込まれるような印象を受け、聴くと集中力が上がると思った。曲としての品の良さも感じたが、その一方で私はリラックスというよりも少し緊張感も感じ、他の人とコミュニケーションをとらな

い方が良いような空間というのを感じた。具体的な利用シーンでは、美術展やギャラリーのような所で作品鑑賞を楽しむ為の音楽で、他の人とお喋りをしてはいけないという印象を受けた。今まで普通に行っていた商業施設での買い物は、家から出たという事が非日常ではあるが、気分が上がって色々な物を見て「これ買いたいね」等会話をするのが買い物の日常だとすると、この BGM が流れる事をイメージした場合、お喋りが減り、買い物に対して非日常的な物を感じた。集中力が上がるというのは、或る意味マインドフルネスやヨガをやるような気持ちに近いが、書店で真剣に本を買ったり、商業施設のエレベーターホールで一度気持ちを変えて買い物に集中したりするような利用の仕方は自分の中では非常に想像が出来た。

2 番組に言える事だが、今までには無い発想で作っており非常に新しいと思ったので、利用して下さっているお客様がどのように判断するかというのを大切にしてもらいたい。

「C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ」は、音色の作り方や和音の重ね方、リズムの作り方がこんな風に進歩しているのだと思い非常に驚いた。「Kawaii」という言葉は、私にとっては十数年前に原宿や裏原宿から出て来たもので、若い人達がキチュで少しチープな物を面白いイメージを抱いていたが、この番組は1曲1曲が非常に良く、作り上げていた音楽に本物感が有り、むしろきちんと聴いてしまう番組だという印象を抱いたので、今までの「Kawaii」の延長線で言うと本物過ぎないかという心配が有る。「かわいい」と「かわいくない」の違いや、親しみやすさの点では、ヴォーカルが入っているか、入っていないかの違いに左右された。キュートな声のヴォーカルが入れば一気に親近感が湧くが、それが無いと「作り込み感」が凄くて、本物の良い音楽を聴いていたり、コンサートに行っていたりするような感じがする。声優の楽曲も入っているとの事だが、アニメソングの盛り上がりを見ていると、聴いて気分が盛り上がれば良く、音楽の質や作り込みに関してはあまりこだわっていない印象が有るので、今回同じ番組で流すのはどうなのだろうというのは少し感じた。

ディレクターの話を知ると、「C-47 静かな環境 BGM」と同じように今までとは違う感性で選曲されているように感じるので、この先番組が続いていく中でお客様からのご意見等から選曲のヒントを見つけてもらえると思う。今までの番組ラインナップからは少し外れていると思うが、外れているというのは恐らく少し先を行っているという事で、どれ位読みが当たったかどうかを今後注目したいと思う。

【審議委員】

今回の2番組は今年の4月から始まったので、お客様からの反響はまだ分からない。その中で、新鮮味をもって聴いた。「C-47 静かな環境 BGM」は、穏やかさや静けさ、リラックス感、安心感を評価項目に聴いた。音楽療法的には、例えば穏やかさを演出するには安らぎを与えるゆったりしたテンポが良いのではないかと、静けさを演出するには高い音よりも少し落ち着いた低い音の方が良いのではないかと考える。したがって、4つの評価項目でポイントを付けながら聴いたが、全体的には求めている効果が得られにくいのではないかと感じた。サンプルの中には、非常にモノトーンで一定の音域の繰り返しが多いという特徴が有る楽曲や重低音で落ち着いた音が目立つ楽曲が有ると感じた。結果的には、モノトーンだからメトロノームのように一定のテンポでリズム感があまり無い流れの楽曲が多い印象を受けた。一方、中には音域に幅が有り、聴いていると安心感が得られた楽曲も有った。ただ、そういった楽曲はサンプルの中でも2~3分と比較的短い楽曲なので、全体を聴き終わった所で安心感が響いて来ない。同じような特徴を持つ、もっと長い楽曲を選んだら全体的な効果としては波及効果として出るのではないかと思う。私の音楽療法的な感覚では、「静かな環境 BGM」は人工音が無い事、自然音に近い揺らぎや風のそよぎ音、川のせせらぎのようなサウンドが豊富に含まれている事、小鳥のさえずりのような動物の優しい音等を選曲する。このような要素・要因にマッチした曲を選曲するように気を遣えば、確かに「静かな環境 BGM」になるのではないかと感じた。全体的に聴き終わった所で、利用シーンについて考えると、ターゲットとしている中にミュージアムが有り、ミュージアムにも色々種類が有るが、私はその中でも科学博物館の恐竜展や化

石館のような所に合うのではないかと感じた。他には水族館など、サイエンスに関係しているような場所であれば、静かに見たり、わくわくする気持ちが抱けたりするのではないかと思った。もうひとつは、健康ランドの着替え室に合うと思った。だから、ターゲットとしている商業施設の共用スペースやエレベーターホール、書店には合わないのではないかと感じた。

「C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ」は、番組名の「かわいい」を「Kawaii」とアルファベットでローマ字にしているが、何か意味が有るのだろうか。何故「Cute」にはしなかったのか？

【放送局】

「Kawaii」というワードは外国の方にも広く認知されているワードであり、元々、USEN には「Kawaii J-POP」という番組が有る。同じワードが入っていた方がお客様にとって比較や選択がしやすいのではないかと思い、「Kawaii」の部分を残している。

【審議委員】

なるほど、分かった。

「エレクトロ・ポップ」という事で、或る意味、電子音に重点を置いている番組というわけだ。「“Kawaii”空間を演出する、エレクトロでポップな BGM」というコンセプトに合うような評価項目として、かわいらしきやテンポ、明るい気分、心が弾むリズム感等を評価した。サンプルの中には、テンポが速くて激しくて活動的過ぎる曲が何曲か有ったので、そういった楽曲は本当に「かわいい」という所に通じるのかと疑問に思った。また、かわいらしいヴォーカルが入った楽曲もあったが、そういった楽曲はコンセプトに合っていると思った。かわいらしきのひとつに子どもっぽさが有る。子どもの声と言うのは大人が聴くと心が休まる。例えば、子ども達の合唱やコーラスを聴くと大人は落ち着き、特に高齢者の中には涙ぐむ人も居る。感覚的に、大人が歌う声と子どもが歌う声は受け入れ方が全然違うので、そういう事も加味して、子どものようなかわいらしいヴォーカルが入った曲がもっと多ければ、全体的にキュートな雰囲気につながっていくのではないかと感じた。ターゲットとしている利用シーンの他に、ショッピングセンターのキッズショップやシューズショップ、スポーツ用品店等も非常に合うのではないかと思ったので、利用シーンとしては想定しているよりも幅が出てくると思う。

【審議委員】

今回も全く聴いた事の無いジャンルを聴いて非常に貴重な体験をし、勉強になった。

「C-47 静かな環境 BGM」は、神秘的で包み込まれるような、吸い込まれるような感覚を覚えた。そして同時に研ぎ澄まされた静けさも感じ、川のせせらぎのような自然の音は完全に排除されたスタイリッシュでクールな静かなモノクロな世界に居るように感じた。聴く時の音量で印象がかなり左右されるというのにも気付いたが、耳の感覚が研ぎ澄まされると目の方に感覚が集中していくような気がしたので、美術館やミュージアム、高価なグラスや絵画を扱っているショップ、ギャラリーに合うと感じた。今時の感じだと、現代アートなど非常に合うのではないか。先程ディレクターの説明を聞いて、自分がイメージしていたものと違ったので納得したが、ターゲットとしているエレベーターホールでの利用は、巨大な格好良い施設ではなく、よくあるオフィスビルや百貨店のエレベーターホールで流れる事を考えるとイメージ出来なかった。感覚が研ぎ澄まされるからかもしれないが、エレベーターの中で聴いたら怖く感じると思う。少しでも自然の音が入ると一気に雰囲気が変わるのだらうかと思いつながりながら聴いた。また、このスタイリッシュさはプレゼンのシーンに非常にマッチする気もした。私も仕事でプレゼンをする前にクライアントに応接室などで待ってもらう時に聴かせたい。日々の喧騒から離れ、一旦気持ちをリセットしてもらい、緊張感を高めていくのにぴったりだと思った。静かな音量で聴くとエステやマッサージ、リラクゼー

ション、美容室でも利用出来るだろう。他には、水族館やアクアリウム、プラネタリウム、デジタルアートの空間にも合うだろう。今時のプラネタリウムは自然な雰囲気や寄せない方が合う事も有るので、この番組は合うと思う。夜景にもとても合うので、星空を見たり、ゆっくり静かに過ごしたりするようなアウトドアのシーンにも合いそうだ。ただ、物販で接客をする場所となると、緊張感が漂ってしまい声を掛けづらく、接客はしづらいのではないかと感じた。

「C-47 静かな環境 BGM」は、BGM が流れている事を意識させない番組だと感じた。何年か審議会を通して USEN の番組を色々聴く中で初めて抱いたかもしれない感覚で、凄いなと感心した。良い意味で曲と曲の境目が分からず、全部が同じ曲に聴こえる位で、少しずつ変化しながら何の刺激も無く聴けたのは非常に良かった。

それに対し、「C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ」は、モノクロの「C-47 静かな環境 BGM」とは真逆なカラフルさを感じた。私が住んでいる場所ではやっとな桜が咲き始め、日々景色が変わっており、この番組は今の春から夏のうきうきとしたテンションが上がるハッピーな気分ぴったりに合う。それにプラスして、ほとんど聴いた事の無いジャンルなのでじっくり聴いたが、それもまた刺激的で非常に良かった。言い方が変かもしれないが、BGM にするのは勿体無い。ちゃんと聴いて楽しい気分になったり、興味を引く新しい曲と出会ったりという方が楽しめる番組なのではないかと感じた。

今回気付いたのは、選曲されている楽曲のテンポやリズム、ノリ、ヴォーカルの有無、ヴォーカルの声質等の幅が広いという事だ。ヴォーカルの声はかなりポップで子どものような感じの声と、しっとりしたという所までは行かないが少し大人っぽい感じの声で、だいぶ曲の雰囲気が変わる。ディレクターからの説明を受け、ターゲットとしている利用シーンはかなり子どもに焦点を当てているように感じたが、ヴォーカル曲を無くすと、大人向けの広いアパレルショップでも色々なシーンをターゲットに出来るのではないかと感じた。ただ、やはりヴォーカルが入ると子どもっぽい印象がかなり強く、ターゲットに出来る利用シーンの幅が大分変わりそうだと思う。勿論、原宿のカフェやゲームセンターも合うだろう。UFO キャッチャーをしている時に流れていたら、夢中になって何回もプレイしてしまいそうだ。おもちゃ屋も今は非常に幅広いが、特定のシーンだったら合うだろう。インバウンドや海外のオタクの人達が集まる訪日外国人向け店舗をターゲットとしているが、そういったシーンを考えると、その少し先のイメージで、日本ではなく逆に海外のショップに非常に格好良く合うのではないかと感じた。一番格好良く合うと思ったのは、パリに在るトレンドの発信地とも言える最先端のセレクトショップだ。20代～40代のセンスの尖った若者たちが行くような所でこの番組が流れていたら非常に格好良いと思う。

今回の審議対象は、静かな番組とカラフルな番組の対極な2番組だったが、夜の真っ暗な中、広いエリアでは「C-47 静かな環境 BGM」を流し、所々、光や音の演出が有るエリアでは「C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ」を流すと合うのではないかと考えた。

【審議委員】

これまでも言ってきたが、番組制作において、やはり出口志向が大切だと思っている。普通の音楽の場合は、アーティスト、クリエイターが居て、自分の好きな音を作っていくという入口から入るので、出口が分からない。だから何処に出るか分からない迷路に入ってしまう人も居るが、良い所に出るケースが有るからこそ面白いという事も有る。USEN の場合は、やはりお客様が居て、利用シーンが有り、それつまり出口だ。だからそういう意味での方法論としては出口志向が合うと思う。

「C-47 静かな環境 BGM」で言えば、静かな環境を作る為にはどうしたら良いか、クライアントが何を求めているのかという事をマーケティングリサーチして分析をしながら入口を探していくという流れだと思う。その方法では静かな環境を作る事が出来る成功率が高いと思う。ここで問題になるのは、アーティストは当然自分の意思を持っており、最初からBGMになる事を目指して作っている人は居ないだろうという事で、嬉しい気持ちや複雑な気持ちは色々有るだろうが、作った曲がたまたまBGMの中に入れられただけだろうと思う。先程言った方法をとるとするならば、劇伴の音楽のようにアーティスト

トに USEN オリジナルの楽曲を発注すると、余計出口と入口がはっきりするのではないかと思う。劇伴の音楽は脚本や出来上がった映像を見ながら、それに合わせて作られるので結果的なBGMではなく、積極的なBGMだ。今回客観的に聴いて、色々な音楽の中からディレクターがちゃんと聴いて、良い曲を選曲しているのだろうと思うが、有物の中から探すからやはり 80 点~90 点位だと思う。100 点を目指すには、ディレクターの中に有るイメージを再現したオリジナルの楽曲も有っても良いのではないかと思う。

「C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ」の方は、はっきり言ってよく分からなかった。「Kawaii」は「Cute」とは違うし、「Kawaii」となると私の頭の中では「キッズ」という見方になる。ヴォーカルが入っている曲は比較的私のイメージするものに近いが、入っていないものは違うし、「Kawaii」と言えるのか分からない。ディレクターは色々な曲を聴いて苦労したと思うが、「Kawaii」という言葉は強過ぎて、人によってイメージが違うのでまとめにくいのではないかと感じた。違う言葉を使えばもっと面白いかもしれないと思う。先程他の委員も言っていたが、BGMという形で聴くよりも、「こんな面白い音楽があったのか」と耳を傾けて聴いてしまう番組だと感じた。

【審議委員】

「C-47 静かな環境 BGM」は、流れている事自体を意識させない選曲をするよう留意しているとの事だ。今回は、利用シーンを非常に意識しながら聴いたという事も有るので、どうして BGM が流れている事を意識させない必要が有るのか分からなかった。空間に溶け込むと言っても、何故そこに BGM が有ってはいけないのか。USEN の番組はそこに音楽、音有るから意味が有って、それが有るから空間に溶け込めるのではないかと思いながら聴いた。そういう意味では、静けさを演出するというよりも、緊張感や無機質な冷たさを感じた。特にシンセサイザー的な音は、無機質であるとともに非常に冷たさを感じさせられる。別にそこに自然音が入ってきたり、小鳥の音が聞こえたりはしなくて良いが、もう少し温かくリラックス出来た方が、ミュージアムでも何処でも居心地が良くなるのではないかと思った。先日、斎場に行った際も何か BGM が流れていたが、もしそういう所で BGM を流すとしたらこの番組も良いと思った。それ程の暗さを感じたというのが正直な感想だ。

「Kawaii」というのは、海外でも 15 年~20 年程前に一時期非常に流行ったが、「C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ」は海外でも受けそうだと思うながら聴いた。「Kawaii」カルチャーのアーティストは海外でもコンサートをしているが、海外にこういう音楽が有るかと言うと未だに無い。日本独特の、非常に世界に特化したジャンル、音風景ではないかと思う。先程他の委員も非常に本物感が有ると言っていたが、確かに抜き出た本物感が有り、このまま成立してしまう面白い世界が有る。ヨーロッパで「Kawaii」ブームが起こった時から有る、日本独自の世界観だろう。ティーンの女の子向けのショップにこういう音楽を合わせるのは勿論非常に良いが、何故男の子がヴォーカルの曲が無いのだろうと思った。昔、ウィーン少年合唱団がブームになったように、恐らく男の子のソロで歌われている曲が有れば、もっと違った世界観で面白い番組が出来るのではないだろうか。

世界で日本にしか無い独自の世界で、非常に商品価値が有る番組だと思う。はっきり言うと、男性が喜びそうだと思うので、元気の無い中年男性用の番組にすると、より商品価値が有るのではないか。

【放送局】

色々なご意見を頂いて、非常に参考になった。今後、「C-47 静かな環境 BGM」は温もりを感じるタイプの番組と冷たさを感じるタイプの番組とで分けられたら、ご意見を全て取り入れられた番組が作れるかもしれないと思った。緊張感とリラックスという両極端な物を混在させる事が出来るのか、混在すべきなのかという点についても考える必要が有ると思うので、是非参考にしたい。

「C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ」は、想定していなかった利用シーンを挙げて頂いたので、この番組の可能性をもう少し模索していきたいと思った。ヴォーカル曲とインスト曲の流し分けや番組の細分化についても検討して、番組制作をしていきたい。

【放送局】

両番組 4 月に放送開始したばかりの番組で、今後も試行錯誤を続けて行かないといけないと感じる様々なご意見を頂いた。

「C-47 静かな環境 BGM」は、委員の皆さんが感じた「緊張感」について、緊張感が似合うシーンとそうではないシーンはやはり違うと思ったので、改めてターゲットを検討した方が良いと感じた。また、番組制作における出口と入口については、この番組を作る時に強く意識した部分なので、ご理解頂けて非常に嬉しかった。

「C-48 Kawaii エレクトロ・ポップ」は、ヴォーカルの有無、特に子どもっぽい声と大人っぽい声でも印象がかなり違うと思うというご意見を頂いたので、細分化もひとつの方法だと思う。ヴォーカル曲を無くした方がコンセプトの強い番組が出来るのではないかとご意見も頂いたので、改めて検討したい。男の子のヴォーカルの曲が有っても良いというご意見があったが、選曲している中でも男性ヴォーカルである事がかなり分かりにくい曲しか無く、そういった曲も見つけられたら番組の新しい可能性として模索したい。

両番組共非常に細かく聴いて頂いて有難い。普段あまり耳にされない音楽だと思い、音楽論議より雰囲気やシーンについてご意見が頂けるのではないかと想定していたが、本当にその通りのご意見を頂いたので、是非今後の番組制作に生かしていきたい。

非常に興味深く感じたのだが、「C-47 静かな環境 BGM」について「他の人とコミュニケーションをとらない方が良いような空間というのを感じた」というのは、やはり緊張感から来るものだろうか。

【審議委員】

他の人の邪魔をしてはいけないという印象を受ける選曲だったように感じる。逆に言うと、集中力が高まる等、内省的になるという事なので、例えば絵を見て向き合うような時には非常に有効だと思う。ディレクターが言う通り、冷たい、温かいという、両方のタイプの番組も成り立つと思う。

【放送局】

また、耳の感覚が研ぎ澄まされると目の感覚も研ぎ澄まされるという意見も印象的だった。絵を見る時に良いという意見と合致するので、この点は新しい発見だと思う。

【審議委員】

しかし、人が沢山集まった時に成り立つのかどうかは疑問だ。

【放送局】

利用シーンとしてプラネタリウムにも合うとご意見を頂いた。プラネタリウムも沢山人は居ても騒がしさは無く、美術館とは全く違うが、一定の緊張感を醸し出す場ではある。科学博物館の恐竜展に合うというご意見も、私も非常に納得した。

【審議委員】

神秘的な雰囲気がある場に合うと思う。

【放送局】

繰り返しになるが、この2番組をしっかり育てていき、また結果をご報告させて頂きたいと思う。