

第 53 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:平成 29 年 4 月 19 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

富澤 一誠 委員

品田 英雄 委員

笈川 誠 委員

■欠席者

大林 宣彦 委員

■局側出席者

大田 取締役常務執行役員

山下 コンテンツプロデュース統括部長

松本 コンテンツプロデュース統括部 編成部長

村田 コンテンツプロデュース統括部 制作部長

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

遠藤 番組制作ディレクター

小島 番組制作ディレクター

大森 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 編成課長

沖 広報部長

【番組審議会事務局:薬師寺、大口、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) 53 期第 2 四半期経営成績について**

売上高は各事業が堅調に推移し増収、営業利益は各事業での人員拡充・将来施策を含む費用投下により、ほぼ横ばい、経常利益は借入金圧縮に伴う金利負担が減少し増益。当期純利益は法人税等が増加し減益した。

(2) 春の番組改編について

2017年4月1日、番組改編を実施。新たに「B-05 J-POP 2010's Hits」、「B-06 洋楽 2010's Hits」、「C-51 ひだまり J-POP」、「C-52 POP PARIS」、「C-59 BUSHI. ST」の5番組を投入。また4番組をリニューアル、5番組を終了した。

(3) 追悼番組の放送について

2017年2月16日に享年84歳で逝去された船村徹氏を偲び、2月17日より3月31日まで「船村徹 追悼特別番組」を、3月1日に享年78歳で逝去されたムッシュかまやつ氏を偲び、3月3日より1ヵ月間にわたり「ムッシュかまやつ 追悼特別番組」を、3月18日に享年90歳で逝去されたチャック・ベリー氏を偲び、3月24日より2ヵ月間にわたり「チャック・ベリー 追悼特集」を放送あるいは配信した。

(4) 『プレミアムフライデー』への対応について

2017年2月、経済産業省が推進する『プレミアムフライデー』取組みへの対応として、オフィス向け音楽放送『Sound Design for OFFICE』において、認知を高めるコメント番組を3番組、新規投入した。

(5) 『With Music』の発行について

2017年3月、会報誌『With Music vol. 39 (2017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

オフィス空間での利用を想定したBGM番組について

【対象番組】

- B-39 バロック
- J-10 Piano Compilation
- C-18 salon jazz (Instrumental)

3. 番組審議

【放送局】

今回はオフィス空間での利用を想定し、「B-39 バロック」、「J-10 Piano Compilation」、「C-18 salon jazz (Instrumental)」の3番組を審議して頂きたい。

【審議委員】

オフィス空間での利用を想定するという前提があったので、いつもとは少し違う気分で聴いた。商業空間、お店で流す音楽は、その空間を演出するという部分がとても大きいですが、オフィスの中では集中力だったり、リラックスだったり求められる。その場合にどのような音楽が良いのかということは、個人的にも気になっていたからだ。私が会社で音楽を流していたら、若い後輩たちから「うるさい」と言われたことがある。今の若い子たちは皆それぞれが(自分の好みの)音楽を聴く。私の会社は仕事に何を聴いても良いのだが、昔はよくオフィス内で音楽が流れていたけれど、今は音楽が流れない職場になっていて悲しい。オフィス空間にプロモーションされる時はどのように説明するのか気になった。

それぞれの番組についての感想を伝えると、3番組の中で一番華やかな感じがしたり、逆に気持ちが沈んだりといったア

ップダウンがあったのは「B-39 バロック」だった。たぶん、これは本物だからだと思う。音楽の力が前面に出てくるので、落ち着いて仕事をするというよりも、気持ちが(音楽に)引っ張られる。3 番組の中で一番知っている曲が多かったというのもその要因だろう。番組としては問題なく、むしろ良いことだと思うが、オフィス空間を想定すると、引っ張られるというのは問題になる。テンポやメジャー・マイナーについては寄せた方が良いと思う。バロックのマイナーを聴くと、暗いというか、落ち着く。20 年ほど前にコンピレーションアルバムが流行った頃にバロックの CD を買い、「これから原稿を書くぞ」という時に落ち着かせるために聴いたものだ。だからバロックの効能はわかっているつもりではあるが、それこそヘンデルのように華やかなものからすごく暗いものまでと一緒に流れてくると、仕事をする時には結構アップダウンがあると感じた。

「J-10 Piano Compilation」は知らない楽曲が多く、世の中でこんなに音楽を作っているんだと思った。選曲の苦労も感じた。ただ個人的な感情だが、時にスーパーマーケットの BGM っぽいイージーリスニング的な曲も流れ、曲の質のばらつきがあると感じた。とはいえ、真剣に聴いていると気になるが、仕事をしながら聴いていると気にならないので、むしろそういう幅はあった方が良いのかも知れないが、一曲一曲聴くとばらつきがある。

「C-18 salon jazz (Instrumental)」は 3 番組の中では一番仕事には向いていないと思った。個人的にジャズが好きなせいもある。良い曲がいっぱいあり、気になってしまい、オフィスっぽくない、仕事っぽくないと思った。

これは見せ方になるが、オフィス向けに音楽を提供する際は「バロック」とか「Piano Compilation」とかいうよりも、きっと「集中力に向いている番組」とか「リラックスにはこの番組」というように、効用を軸にして見せた方が良いと思う。選曲の良し悪しも大事だが、例えば、「この番組を聴くと集中力がアップする」というデータを取り、『集中力がアップする番組 トップ 3』のような形で訴求する方が納得して頂けるのではないか。3 番組とも仕事をしながら聴くと、(音楽を)意識なくなり、仕事の方が重要になるが、時々、気になる楽曲が入ると「うーん」と思ったり、気づきがあったり、楽しかったりもした。

【審議委員】

最近、オフィスのデザインが注目されているが、以前は外資系のオフィスデザイン会社が主流を占めていて、その対極にコクヨ、イトーキ、内田洋行、オカムラといったオフィス家具の会社があり、インテリアデザインを作っていた。それがここ 10 年くらいには建築家がオフィスの空間デザインをしたり、店舗を手掛けていたようなインテリアデザイナーがオフィスを手掛けるようになってきた。この間に変わったことは何かというと、労働人口の動態がだんだん先細りになっているので若い人の採用が難しくなっていったことだ。そういう状況の中で、企業がどこにお金をかけるかという、インテリアなどになる。「ここは居心地が良い」ということをアピールしなくては、なかなか若い才能が集まってこないからだ。当然ながら、そこでかける BGM もにわかに注目されてきて、今やオフィスのインテリアの決定権を持つ方が、音楽を考えないということはない。必ず考える。とはいえ、現状はオフィスには音楽がないというのがベースだと思うので、ではどう売り込んでいくかだ。業務店是不特定多数(のお客様)を引き寄せるという性質もあり、お店のサービスと BGM がイコールでなければいけない。では、特定少数のオフィスでは何を求めるかという、やはり集中力とか、オフィスの効率性や向上性といったものだとよく言われるが、実は最も重要なのは「クリエイティブを刺激するかどうか」だと聞く。特に今の若い経営者はこの点をものすごく意識していると思う。例えば、スマホでニュース系のページを見ても、必ずと言ってよいほど、『オフィスでの効率の良いノートの取り方』といった記事が出てくる。また、机の面が上下して、立ちながら仕事ができるようになる『昇降式デスク』などもあるが、これらはすべてクリエイティブに繋がる。BGM もクリエイティブというところで攻めると、私が経営者であれば、「面白い。採用してみようかな」という気がする。集中力というのは結構難しく、例えばエクセルを整理するにも集中

力はあるが、クリエイティブ能力はあまりいない。スタッフに企画を考えさせる時、事務所にいるスタッフは面白くない企画を出してきて、遊びに行ったスタッフは面白い企画を上げてくる…ということもあったが、クリエイティブ能力というのは、内側に集中していくというよりは、外に広がっていくような効能がないと厳しいのではないか。このような効能のエビデンスが取れるかはわからないが、いろんな学者にあたって、エビデンスを取られていくと面白いのではないか。

「B-39 バロック」はクリエイティブというよりは集中力だった。流れていることを忘れてしまう感じだった。また、楽曲が(全楽章)繋がっているのがすごく良かった。ぶつ切りだと切り替わる時につい曲に意識が行ってしまったり、「さっきはすごく良かったのにな」と思ってしまうこともある。

3番組の中で最もクリエイティブな感じがしたのが、「J-10 Piano Compilation」だった。今、映画など、いろんなところで聴く音楽…意識して聴く音楽ではなく、入ってくる音楽の中に、ピアノを聴く機会が増えているような気がする。ピアノの伸びとか、世界観とか…ピアノの何か、存在感のようなものが今、時代としては来ている(求められている)気がする。

「C-18 salon jazz (Instrumental)」は(オフィスでは)難しい。聴いていると、例えばベースの音一つ来ると、なんとなくウイスキーが飲みたくなると思うか。集中力やクリエイティブというよりは、クリエイティブのさらに先を作っていくとか、上がっていくとか、テンポの速いロックに近いような上がり方を感じてしまう。抑揚がある曲が集まっていたと思うが、曲の切り替えでふっと気が(音楽に)行くということではなかった。でもやはり乗ってしまうとか、「いいねえ、ジャズ」という感じになってしまい、オフィスでは結構難しいなと思った。

私のオフィスではBGMの選択権は私にあるが、一日出掛けたりすると、次の日にUSENのチューナー(番組)が変わっていたりする。好みは人それぞれようだ。コーヒーを作る時に音楽を流すと、メリハリがつく。音楽はそういうメリハリにはとても有用だと思うが、オフィスですずっとかけるBGMとしては、選び方が難しいと感じた。

【審議委員】

私は音楽を聴く時は「聴くぞ」という態勢になり、耳が行ってしまう。例えば自分が書き物する時なども、音楽は一切ない方が良かったりする。でも、喫茶店に行ったりすると、音楽が流れていた方が良いと思う。すごく矛盾しているようだが、実際そういう感じだ。今回の対象番組については、新聞でも読みながら聴こうと思ったが、やはり耳がどうしても行ってしまうというのが正直なところだった。以前の審議会でも話したと思うが、番組制作者にとっては二律背反というか、自分が好きだから作ったものがBGMとして成り立つということが大事でありながら、逆に、聴かせるという部分でも大事だし、すごく大変だと思う。カラオケの採点機でも、うまく歌おうと思うと100点は取れないし、100点を狙うと、今度は味気がなくなってしまう。それに近いものがあるのではないか。普通のラジオ番組でも、自分の色を見せるのが良いのだが、出し過ぎるとダメだし、そうかといってまったくなくてもおかしい。そういう部分が大変だと思うが、しっかり番組を作られていると思った。

「B-39 バロック」は優しい音があったり、ゆったり感があったり、きらびやかだったり、アクロバットで軽快だったり、華やかだったり、暗かったり…色々な音が入っているという感じがして、聴く分にはすごく良かった。

それは他の番組でも同様で、「J-10 Piano Compilation」に関しても、ひとくちにピアニストといっても、タッチも違えば、音自体も違う。皆、ピアノという楽器で弾いているのに、なぜこんなに違うのだろうかという感じを受けた。以前から知っている

方も多かったが、妹尾武さんの天から降ってくるような音や、加古隆さんのやはりすごく優しいけれど芯が強い音が良かった。村松崇継さんはしっとり系だが受容的な部分もあり、個に入ってくる感じがした。また、松居慶子さんはもちろんそのキャリアはわかっていたが、やっぱりすごいなと思った。

「C-18 salon jazz (Instrumental)」は、私にとっては今回の対象番組の中で最も新聞を読みながら聴くのちょうど良かった。ぐっと耳に来る感覚ではなく、ちょっと気が緩んだ時にうまくはまっていくという感じだった。それにしても、軽快だったり、細やかだったり、ノリが良かったり…いろんなものがあり、これを選曲するのはすごく大変だなあと感じた。それは今回の3番組すべてについて同様で、制作サイドの方の苦労を感じた。

また、例えば“サロン空間”という一つのターゲットがある時に、何を狙うのか…癒しを狙うのか、落ち着きを狙うのか、また、それをどう表現するのか、そういったところの決め方はどうしているのか。きっと今は(制作者が)一人でやっているのだと思うが、それは大変なのではないか。USEN はこれだけ大きな企業なのだから、ソフト研究所を作ったらいいか。「癒しとはこういうものだ」という基準などもあれば良いと思う。

【審議委員】

私は書齋で書く仕事をする時に、実際に自分がオフィスで仕事しているつもりで聴いてみた。

その結果、一番気にならないで集中できたのは、ほとんど自分が関心のない「B-39 バロック」をかけてる時だった。気づいたのは、平均的に非常に音質が良かったということと、オーケストレーションのクオリティが非常に高い、良いオケを選んだのだろうということ。結局、自分にとって普段聴くものと異質だから集中力も高くなったのではないだろうか。

「J-10 Piano Compilation」は、私もアーティストの多彩さに驚いた。また、流していても気にならず、とてもリラックスした。「バロック」ほど集中してないで、親しみやすさもあり、お茶を飲んだりしながら、かなり気持ち良く聴いた。そういう意味では、ギターよりピアノの方が耳障りが良いのかなと思った。リラクゼーションするには一番良いような感じで、要は気にならなかった。

逆に一番気になってしまったのは、やはり「C-18 salon jazz (Instrumental)」だった。オフィスの夕方、喉が渴いたなとか、何か食べるもの探そうかなとか、ちょっとそわそわするような気分になって、気がついたら「C-18 salon jazz (Instrumental)」だった。私はジャズに興味があるので、リズムとテンポが曲によってすごく違うとか…これは仕方のないことだが、時代によって微妙に違うジャズが入り込んでいたりとか、そういうこと耳が行ってしまい、面白さはあったのだが集中して聴くものではなかった。オフィスで集中して仕事するというよりむしろ、「今日は金曜日、そろそろ仕事を止めて帰ろうか」というような、一杯飲みたくなるような感じがした。

皆様の意見を聞いても、今回(の審議課題)が一番個人差があったように思う。「オフィスのどういう時間に使う、どういう意図を持ったチャンネルだ」と言うのであれば、やはり10人、20人、30人と(多くの)モニターに聴いてもらわないと意見がまとめられないだろう。だから、それぞれの良さもあり、面白くなかった番組は一つもなかった。

【審議委員】

「B-39 バロック」に関していうと、まささらな人が聴いたときに集中力が上がるという研究は30~40年前に数多くあったが、何度も聴いてると集中力が出てこなくなる。慣れてしまうとダメだということもあるようだ。

【審議委員】

聴く人の年齢にもよるだろう。

【放送局】

まずは、オフィス空間をイメージして番組を聴いていただいたことに深く感謝する。

ただの音ではなく音楽である以上、好き嫌いもあり、知らないものは聞き流せるが、知ってるものは気になってしまう、ということに気づかせてもらった。一方で、知っているものだが集中できるというニーズもあるような気もする。

【審議委員】

それで言うと、「クリエイティブと集中」という考えは面白い。

【放送局】

我々がイメージしているオフィスの BGM に求める効果とは、集中、リフレッシュ、リラックスなど、作業する中でのものであるから、クリエイティブというのは違うものではないか。

【審議委員】

例えばデザイナーなど、非常にクリエイティビティを要求されるオフィスもある。

【審議委員】

「原稿を書く」ということで考えると、話の素材を考えている時はテンションが上がっていった方が発想が湧いてくるので、新しい音楽を聴いたり良い映画を観ると良いのだが、書く段階ではそぎ落とす作業なので、あまり面白くない方が良い。「ゾーン」や「フロー」という言葉が今流行っているが、自分の力を発揮させるための手法として、そういうものにうまく音楽を合わせられるのではないか。「ルーティン」をとり入れるのも効果があるようだから、その中に音楽があると効果が高まるのではないか。

【審議委員】

ただ、オフィス空間というのは難しい。書く人、読む人、ゆったりしたい人などが一緒にいるのだから、一つの音楽で10人が10人全部集中できるということはあるまい。

【審議委員】

でも、脳波を用いた研究で、耳には聴こえていないが高周波の音を流すとリラックスできる…という理論があったが、そのように、こういう音楽を聴くとリラックスするということは明らかにできるかも知れない。個人個人はもちろん違うが、ある程度の集合として捉えることはできるのではないか。

【審議委員】

脳波で言うと、ホワイトノイズを聴かせると一番集中力が高まると言われている。でも、その人の経験してきた音楽というのがすごく大きな影響を及ぼすと思う。

【放送局】

まさに、十人十色とを感じる。ところで、皆様のオフィスではどんなジャンルの音楽を流しているのか？

【審議委員】

私はスムーズジャズや、ラテンのゆっくりしたものを聴いている。バロックを使って、ルーティン作業をすることもある。

【審議委員】

私もスムーズジャズだ。集中に入っていく時にもものすごく良い。

先程の話にあった「ゾーン」「フロー」とか「ループ」というタイトルで番組を作っても面白いかも知れない。

【審議委員】

確かに。今そういうネーミングはビッグワードだ。

【放送局】

冒頭に、お店という“不特定多数”に対してではなく、オフィスという“特定少数”に対してどうなのかという話があったが、同じく人が集まる場所ではありながら、毎日同じ人が長時間仕事をされる空間に対して音楽をどのように提供すべきなのか、ということを変更して認識させてもらった。「気になるからダメ」というのではなく、逆にうまく作用すれば、気にならないもの、集中するものになっていくことも可能だろう。あとは、何を求めるかだ。エビデンスを取ることも 1 つの手段だが、今後我々がオフィスに音楽を提供する時に、何を目的としていくかということを変更して考えた方が良いと思った。

【審議委員】

オフィスで音が鳴っているか、鳴っていないかで、細胞や脳の疲れがどのくらい違うか、というエビデンスは取れると思うのでやった方が良いのではないかと。ボリュームはどのくらいが良いのかといったことも。

【放送局】

確かに、どんなに良い音楽でもボリューム大きすぎると、うるさいということになってしまうし、流し方も含めて考える必要があると思う。スピーカーの位置によっても違うだろう。

【審議委員】

「オフィス」とひとくちに言っても、職種によっても全然違うものだから、選べるチャンネルを 10 番組くらい作り、「この番組はこういうオフィスに良いですよ」というような、エビデンスに基づいたメニューを見て選んでもらえると良いのではないかと。

【審議委員】

どんどん仕事をしてくれるチャンネルができればすごい(笑)

【放送局】

それが開発できるなら、弊社が真っ先に実証実験を行うべきだ。そういうことも含め、お店だけではなく、ありとあらゆる空間に対して、音楽、音を使えるものにしていきたいという思いもあるので、今回審議対象となった 3 番組の他にも様々な使えるチャンネルがあるが、いただいた意見を参考にして突き詰めていきたい。クリエイティブを刺激する音楽という観点

や、それぞれの聴き方が違うこと、音の力に引っ張られるというような部分など、どう考慮していくか検討を重ねていきたい。