

第 57 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:2018 年 4 月 16 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
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 李 再恩
株式会社 USEN-NEXT HOLDINGS ライツ&コンテンツ推進室長 沖 秀史

【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 54 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伸長により大幅に増収。営業利益及び経常利益は主に人件費増により減益。当期純利益は一過性の費用計上により減益した。

(2) 「USEN Register for Store」リリースについて

「業務店領域の総合サービス企業」を目指し、U レジを中心にした「店舗向け IoT Platform」を提供。USEN Resister for Store は小売店に適した「在庫管理」「免税販売」「会計」「統計情報(売り上げ分析)」「複数店舗管理」などの機能を標準搭載しており、店舗の業務負荷軽減や事務作業の時間短縮に貢献する。

(3) 特別番組の放送について

1月12日～3月18日まで「平昌冬季五輪」にちなんだ特別番組を2番組放送した。2月1日からは「FIFA WORLD CUP ロシア 2018」にちなんだ特別番組を2番組放送している。

(4) 『With Music』の発行について

2018年3月、会報誌『With Music vol. 43 (2018年4～6月号)』を発行。業務店/個人のお客様にお届けした。

2. 審議課題

近年の改編時に投入した新番組について

【対象番組】

■C-52 POP PARIS

■I-59 ハワイアン・レゲエ

3. 審議

【放送局】

今回は、2016年4月に放送開始した「I-59 ハワイアン・レゲエ」と、2017年4月に放送開始した「C-52 POP PARIS」の2番組の審議を行って頂きたい。いずれも、ヘアサロンやアパレル、カフェでの利用を想定して投入した番組だが、それらの業種において、同時期に投入した他の新番組と比べて、人気面で伸び悩んでいる。

【審議委員】

今回の2番組はコンセプトもニーズもそれぞれ違うと思うので、1番組ずつ検討したい。まず「C-52 POP PARIS」から皆さんのご意見を伺いたい。「I-59 ハワイアン・レゲエ」と比べても伸び悩んでいるようだが、それには何か理由があると思うし、あるいは、「自分はすごく良かったと思うけど、なぜ人気が低いのだろう」と思われた方もいらっしゃるかも知れない。いかがだろう。

【審議委員】

(資料中の)番組担当者の分析を拝見すると、「想定空間とのマッチング」という項目において非常にポイント(=評価)が低い。ここをどう克服するかだが、私が放送楽曲を聴いたところ、学生時代～30歳前後によく聴いていた懐かしい曲が半分あった。私のような年配者には非常に心地良く、昔のことを懐かしむというか郷愁感が感じられた。だから年配の方が行くようなショップなどには良いのではないかと思った。「POP PARIS」だからエアポートのイメージ。フランスをはじめヨーロッパに旅行される時に利用する待合室やコスメショップ、ブランドショップなど、年配の方は時間とお金があるので立ち寄ることが結構ある。そういう店舗に向けて集中して広めていったらどうかと思った。

【審議委員】

私も同感で、「久しぶりに聴いたなあ」という感じだった。フランス・ギャル氏、シルヴィ・ヴァルタン氏、ダニエル・ビダル氏

…と、昔よく聴いた音楽だった。でも今となってはほとんど忘れていたという感じだったので、今その時代のフレンチ・ポップスを前面に出してきても、一体誰が聴くのだろう？と疑問を持ったのが正直なところだ。

いつも言うが、新番組を作るにあたってはまずマーケティング・リサーチをしてニーズを把握し、それに応えるものを作ると良いと思う。それがなく、ただ作りました、当たるかも知れない、でも結果的に聴かれていない…ということになると、やはりマーケティング・リサーチができていないのかなと思われる。闇雲に作っているのでは、制作するディレクターさんもかわいそうという感じがする。番組の開始背景にはきっと何かがあり、「こういう番組が良いでしょう」と検討されたのだと思うが、そのマーケティング自体をもっと精度の高いものにして、「こういう番組が求められている」という逆発想の方が良いのではないか。

私も、確かに(この番組を)「ああ、懐かしいな」と思って聴いたが、それ以上の興味は湧かなかった。リスナーの興味もきっと同じような感じではないかと思う。

【審議委員】

私は中学に入る時分にラジオを聴き始め洋楽に馴染んだが、ちょうどその頃、シルヴィ・ヴァルタンやミッシェル・ポルナレフ、フラン・ギャルなどを繰り返し聴いた。日本語で歌えたりするほど自分の記憶の中に鮮明に残っている。今回事前に送られてきたサンプル音源を聴いてみたら、懐かしく、その頃の映画も含めて映像が浮かび上がり、なかなか良いなと思ったが、実際の放送を聴いてみると、結構辛かった。何が辛いのかというと、知らない曲が多かったことだ。知らないので懐かしさも感じられないのに、懐メロなので古くて、なんとするか「良い感じのまとめ」が自分には感じられなかった。この番組は営業要素も含め、コンテンツ化の要望が高かったから作られたのであろうが、今聴いてみて良いなと思える曲が少なかったというのが私の正直な感想だ。

それは何故なのかよく考えてみると、雑貨屋だったり、それこそ女性誌の『an・an』に代表される、「パリってすごくカッコいい」という時代があった。あの頃のそれこそ雑貨屋さんの『F.O.B COOP』や、代官山にあるようなお店などがそういうイメージを持っていたが、それはどんどん変わってきた。『フライング・タイガー』のような北欧発の雑貨屋さんが浸透してきて、広尾や代官山に行かなくても数百円でカッコいいものを買える時代になった。確かにあのイメージと繋がると良いが、そのイメージを作るようなものはこの「C-52 POP PARIS」ではなかったのかなという感じがしていて、残念だ。

インターネットの時代になり、今や世界中どここのクラブでも同じ曲がかかっているが、フランスでもそうだ。そうすると、“フランスらしさ”が重要になるが、それは何処に残るのかというと、やはり「フランス語」だ。番組を聴いてみて、フランス語は確かにすごいと感じたが、それ以外のところにフランスっぽいものやパリっぽいものを感じられなかった。後に議論される「I-59 ハワイアン・レゲエ」はすごく良かったが、そこにおそらく繋がることがある。

【放送局】

そういう時代なのかも知れない。この番組に関しては、そういう直感的なご意見が欲しかったので有り難い。

【審議委員】

今の話に繋がると思うが、「C-52 POP PARIS」は名曲揃いで、知っている曲が結構沢山あった。ただ、ファッションはよくリバイバルをしていくが、音楽はそうではないのだなと感じた。ファッションは、「ナントカスパイラル」で少しずつ進化していくが、音楽は、(その音楽を聴いていた)あの頃の刷り込みがされているので、進化しないで戻ってしまうのだと思った。(この番組は)みんな知っている曲なので、コアなファンというよりはどちらかと言うと、素人向けの感じの分かりやすいもので出来ていて、だからそこにまた戻る。

また今の話に繋がるが、パリが憧れだった時代もあったが、今は別にパリはそんなに憧れるところではない。

ちなみに私は、今週京都から帰ってきたばかりで、(京都では)お花を生けるのに籠っていた。その稽古の前日に、(この番組の楽曲を)大音量で聴いていたら、この曲が京都でずっと頭の中で残っていた。そのくらいインパクトが残るので、ここにあるレトロなアパレルには多分あてはまらない。おそらく一番はまるのは、アウトレットモールなど、とにかく人がたくさんいるところ。(資料の「選曲のポイント」欄には)「ハイテンションな印象を与えないように」と書いてあるが、実はかなりテンションの高い曲ばかりだと思うので、意外と 100 円ショップとか、カジュアルに物を買わせるのにすごく向いているのではないか。聴いていてすごく楽しいし、歌詞の意味も分からない。そういう意味ではノリノリになる感じがあり、幅広い世代に網羅できる曲が揃っているのも、低い音量で流すという感じではなくて、広い場所が似合いそうだったと思う。BGM としては主張する音になってしまうのではないかと思う。

【審議委員】

「D-29 フレンチ・ポップス」という番組があるが、今回の「C-52 POP PARIS」と似たようなものに見え、どのような差があるのかと思った。間もなくシルヴィ・ヴァルタンが来日するが、そのキャッチコピーが「シルヴィ・ヴァルタン、最後の来日」だ。これはプロモーターがつけたのではなく、ご本人が「いよいよこれが大好きな日本での最後(の公演)です」と言ったからだ。確かもう 72 歳くらいだと思うが、ちょうどビートルズが「抱きしめたい」で出てきてすぐの頃に、シルヴィ・ヴァルタンは「アイドルを探せ」で出てくるが、その後、1965～1967 年くらいまでが一番ピークだった。それからちょうど 50 年、半世紀が経っているが、その時代を私は体験してきた。「フレンチ・ポップス」が本当にあったのかというと、実は日本でスターになったのはシルヴィ・ヴァルタンと、向こうでは 2 曲しかヒットがないフランス・ギャルだけだ。つまり日本で、「フレンチ・ポップス」のブームをかなり仕掛けたということだ。今回ディレクターさんが選曲するにあたっては、「POP PARIS」とは何かを考えただろう。イエイエガールなどが出てきて、日本では小林亜星さんらが音楽を作ったりしたが、「フレンチ・ポップス」という流行は日本にしかなかった。その中で何を選曲するかと考えたら、大変だったと思う。選曲する時に、「フレンチ・ポップス」とは何だったのだろうと調べたりしたのか。

【放送局】

楽曲やそのアーティストの背景でしか調べていない。

【審議委員】

調べても出てこなかったのではないかな。

【放送局】

その通りだ。

【審議委員】

実際にはそんなブームは無かったから。数人の楽曲を中心にして、一生懸命作ったブームであって、そこにはシルヴィ・ヴァルタンしかなかった。ジョニー・アリディやアダモなどもいたが、アダモはフレンチ・ポップスとは言えないだろう。そういう中でスターと言えるのはやはり、シルヴィ・ヴァルタンとフランス・ギャルしかいなかった。

「C-52 POP PARIS」が出来た背景に営業からの要望があったとしたら、それは何だったのか。50 年前のそういうものか。どういふところがニーズだったのか。おそらく最初の出発点において曖昧だったのではないかな。「何か楽しくイエイエな感じ

を」と言っても、どうやって曲を探して来れば良いか分からなかったのではないかな。それなりにオールディーズなアルバムには入っているかも知れないが、そんなに数は無いだろう。番組を聴いてみたところ、そこそこフィットはしているが、そんなに鮮烈な印象をもって残っている曲はそうないと思った。

こういう音楽を聴いていた人は60(歳)代から上、70代、80代だ。どういう場所でこれが素敵に聴こえるのかと考えるのは、ディレクターさんには大変だと思う。

【放送局】

アーティストに関しての情報を集めたり、雑誌だったり専門書籍を読んでみても、その当時にヒットしたのは本当なのか否か、今ひとつ分からない感じがする。

【審議委員】

分からないだろう。当時の資料がもし残っているとしても、当時の雑誌『ミュージック・ライフ』や、或いはTBSの『今週のベストテン』などでどの辺りまで入っているかというくらいが精いっぱい資料だと思う。『ミュージック・ライフ』などの今月のヒットというのは目まぐるしく変わっていき、消えていくからそんなに残っているものでもないし、『今週のベストテン』か何かの上位50位くらいまでに入っていれば残るものだと思うが、そういうチャートでも見ない限り選曲出来ないだろう。だから、ムードで選んでも仕方ない。

【放送局】

雰囲気による選曲であった感は否めない。(番組を)立ち上げた経緯の中で、一定のブランドのアパレルの方の思い入れであったり、その発言力の大きさであったり、社内の声も加味してプロダクトアウトされていったところがある。しかし審議員の言われたマーケティング視点も含めご意見をお聞きしたところ、大きくずれているというか我々の勉強不足を感じる。

音楽はリバイバルしないのご意見があったが、「古いフランス」の“古い音楽”=なんとなく“お洒落”という雰囲気があり、そういうレトロな音楽を流せば、(店舗の)内装や売っているものがお洒落に感じられるだろうというイメージがあった。音楽のムーブメントを知っているか知らないかではなくて、例えばアメリカの昔の音楽がお洒落に聴こえるといった、要はその音楽の軸ではなく、雰囲気軸というか、そういったところが(番組を作る)きっかけではあった。

勉強不足と言ったが、ある一定の(世代の)人にとっては強烈なインパクトを持っている楽曲だったということについては考えが及んでいなかった。聴き流せるものではなく、離れてもずっと頭で鳴っていたという話もあった。昔よく聴いた曲なので、懐かしさを飛び越えて頭に刷り込まれている楽曲になってしまっている、ということまでは想像出来なかった。もう少し聴き流せる音楽であるべきなのかという気がする。

【審議委員】

今回の2番組を聴いてみて、ふと「世界には他にこういう音楽配信サービスがあるのだろうか」と思い、調べてみた。おそらく日本にしか無いのではないかと思っていたが、本当に日本にしか無い。ということは、この番組は世界に1つしか無いということ。60年代のわずかな時間にヒットしたフレンチものを集めるといった番組は他に無い。今回、シャルル・アズナヴールも92歳で来日するが、やはりもう日本しかない。そういう貴重な人が向こうから喜んで来てくれる日本はすごい国だなと改めて思った。そう考えると、番組としてはすごく貴重だ。

【放送局】

なんなくお洒落なBGMとして、昔のフレンチ・ポップスブームというものが題材としてあり得ると考えて作った部分はある。一定の年代の方にとっては、お洒落という感覚よりも過去の経験がグッと蘇って来てしまうということをどう排除できるか。今は当時の音源に拘っているが、今度はこの楽曲を聴きやすくアレンジしたらどのように聴こえるか、といった進化のさせ方もあるだろうし、検討してみたい。

ところで、昔のフレンチ・ポップスのコード進行などを聴いていると、言葉はフランス語だが日本の歌謡曲に近いものを感じた。日本の歌謡曲はフレンチ・ポップスを題材にして作られたということはあったのか。

【審議委員】

今で言う「昭和歌謡」だが、フレンチ・ポップスを題材にしたというよりは、世界的に同じような流れになっていたからだと思う。随分洋楽をカヴァーして歌っていたわけだから、やはり似てしまう。また、昭和歌謡は当時の若手の作詞・作曲家の先生方が、欧米のポップスに負けないような日本のポップスを作りましようと言って始まったものだから、当然、洋楽を研究しながら作ったということだ。だからニュアンスは似ていると思う。

もしテイストが一緒だとするならば、そういう楽曲の中に混ぜたらかえっておかしくないと思う。

【審議委員】

カンツォーネなどもそうだ。弘田三枝子や中尾ミエなどが一生懸命、カンツォーネを歌っていた。それはもう本物のカンツォーネで、「ほほにかかる涙」など沢山あった。やはり大ヒットしたのは数曲だったが。

【審議委員】

でも、ファッションなどは影響が大きかった。ミニスカートは、ツイギーは本当はイギリス出身だが、フランスのイメージで残ったりしている。

【放送局】

アパレルの方々はそういうリバイバル感があると思う。ファッションはリバイバルするから、その当時に流行ったものを日本でもう一度リバイバルさせる時に、音楽も当時のフランスの音楽で…みたいな発想はあったかも知れない。

【審議委員】

番組名だが、「POP PARIS」と言われてもイメージが湧かないのではないだろうか。例えば、本当はこんな言葉はないし、訳の分からないタイトルだが、「B-59 コーヒー・ジャズ」と言われたらなんとなく分かる。分からないが、分かる気がする。同時期に放送開始したこの番組が人気を得た理由は番組名にもあるのではないだろうか。「POP PARIS」と言われても、「コーヒー・ジャズ」のようなイメージは湧いてこないのではないかと思う。タイトルの問題もあるかも知れない。それでは、「I-59 ハワイアン・レゲエ」の審議に移りたいと思う。

【審議委員】

「I-59 ハワイアン・レゲエ」の資料にある番組担当者自身の分析では、「想定空間とのマッチング」と「選曲の深さ・広さ」についての評価ポイントが(5段階評価の)3.5と、低く付けられているが、カフェではまずまずの人気があるとのこと。開放的で明るいテンポやリズムの楽曲が、カフェという憩いの場所での環境には合っているのだと思う。音楽としては、いわゆるハワイアンだけではなく、ジャマイカのリズムも入っているが、それが強く出ているので、もっとハワイアン寄りにテンポを

緩やかにしたらどうかと感じた。また「ハワイアン」というと私たちは昔から、夏に聞くもので、冬には聞かないという意識がある。それを踏まえて、例えばカフェに対しては、6～8月の初夏から真夏におすすめするなど、こういう曲は季節感があるので、そのバックグラウンドを活かしたらどうだろうか。

【審議委員】

「I-59 ハワイアン・レゲエ」は、まずネーミングが良いと思った。ハワイアンが好きな人も、レゲエが好きな人も沢山いる。別々(のジャンル)だったものが、「なんとなくそれが一緒になったらカッコいい」というのが始まりだろう。カフェでの人気番組を見ると、ボサノヴァやジャズ、洋楽といったいわゆる「お洒落な」ジャンルが並んでいて、この「I-59 ハワイアン・レゲエ」もまずまずの人気を獲得している。ハワイアン・レゲエというジャンルがカフェにおいてお洒落だと思われているということだ。番組のメインターゲットとしては飲食店やアパレルを想定しているようだが、マーケティングとしては、カフェに集中的にプロモーションしていけばもっと人気が出るのではないかな。

また先述されたように、私も「ハワイアン」と言う「夏」というイメージがあったが、実際に聴いてみるとそこまで「夏」という感じでもないし、年中どこで聴いてもお洒落だと思う。「ハワイアン」と「レゲエ」がハイブリッドに混ざっていて、非常に素晴らしいと思った。

【審議委員】

「C-52 POP PARIS」と違い、知らない曲がほとんどなのに、聴いていてとても気持ち良かった。以前、ヘビーローテーションで聴いていた番組は「C-17 スロウ・ボサノヴァ ～シエスタ～」だったが、最近「I-59 ハワイアン・レゲエ」に代わってきている。私は「ジャワイアン」から入って、こういう音楽を親しむようになった。ジャワイアンが持つ要素のうちの「レゲエ」には暗いところも感じたが、こちらはそれが全然なくて、逆にナチュラルで、風の流れて感じて気持ちが良い。今の季節の土曜日の午前中なんか聴くと気持ちが良い選曲だと感じた。先程の話を聞いて、これが「今の曲」だということがわかった。感覚が新しくなったり、技術が進歩したりして、「今の曲」を作るとこういう曲になるということ、こういう雰囲気で作れるのだということも勉強になった。カフェだけではなく、もっと利用シーンが広がるのではないかなと思った。先程、パンケーキと言っていたが、それ以外でもハワイでヒットしたものは小売店ベースでいうと色々あると思うので、そういうところでも使えるのではないかな。

【審議委員】

普段はまったく聴かないジャンルだが、初めてちゃんと聴いたら、好きになってしまい、すんなり入ってきたので少し驚いた。「ハワイ」自体が、普通のウィークデイに聞いたらなんというか罪悪感があり、週末に車の屋根を開けてドライブするか、海にキャンプに行くといった時にばっちりハマると思う。だからこれが理美容店には入っても良いと思うが、アパレルには抵抗があるかも知れない。意外と、好き嫌いがある(ジャンルだ)と思うので、きちんとした女性や、そもそもレゲエなんて苦手という人もいる気がするので、これをかけづらいのが現状かと思う。ただ、(夜風が)気持ち良い季節になってくると、「夜カフェ」などでこの番組がもっと使われる感じもする。これは人から聞いた話だが、ネーミングとしては「ジャワイアン」の方が、そのジャンルが好きな人にウケるのではないかなという話もある。私はそこまでわからないが、聞いた話によると「ジャワイアン」は既に世に出回っているもので、そうってしまった方が「ハワイ」よりも抵抗なく入れる人もいないかなと。

【審議委員】

「D-37 ハワイアン」という番組もあるが、「ハワイアン」と言うとやはり古いという感じがする。

【放送局】

どちらからと言うとそうだと思う。「D-37 ハワイアン」は昔のハワイアンというか、日本が感じる「ド・ハワイアン」で「フラ」の感じだ。

【審議委員】

そうなるだろう。だから先程話に上がったように、「ジャワイアン」と言った方が良いのかも知れない。最近、「ジャワイアン」でも色んなアルバムが出ている。この前ハワイに行った時にアラモアナセンターの中には大きなレコードショップが無くて、すごくショックだった。例えばブルーノ・マーズはハワイから出てきているのに、今のハワイの音楽を知りたくてもレコードショップがないから、「どこへ行ったら今のハワイの音楽が買えるのか」と尋ねてみたら、昔からある大きなスーパーマーケットの片隅にあった。本当に片隅で、ほんの僅かの棚しかないところで、「今のハワイの音楽は何かあるか」と聞いたら、「今ハワイではほとんど(音楽を)作っていないから」と言われて、ガクッと来た。今、ハワイには稼ぎ場所がないということだ。昔のようなバンドが出る場所やナイトクラブもない。観光客が来るホテルのラウンジなどでやるのも古い。

「ジャワイアン」を作っているのは、ハワイのミュージシャンだが、既に売れているから、スタジオでアルバムを作り、そのCDをワールドマーケットに出すそうで、ハワイ自体では全く動いていないという。番組担当者は選曲しているので分かると思うが、LAでもレコーディングしている人たちが随分いる。サーフミュージックとして「ジャワイアン」が人気なのだ。「サーフミュージックのマーケットだ」と考えたら良いのかも知れない。

【審議委員】

パリで聴いても全然OKだと思う。湘南もパリもハワイも一緒だろう。

【審議委員】

そうだ。この「ジャワイアン」はもちろんジャマイカでも良いし、ニューヨークでも良い。ただ、オープンカフェとか、プールサイドとか、ビーチとか、そういったところで夏に需要がグッと伸びるものだが、シックなレストランでは絶対かからない。

【審議委員】

ドレスダウン系だろう。

【審議委員】

その通りだ。ディスコとかそういう感じの遊び場だと、いくらでもかかる可能性はあるだろう。

また一般的には、「ジャワイアン」は季節モノではないかと思う。カフェの中には年中流すところもあるとは思いますが。

【放送局】

「ジャワイアン」か。「ジャワイアン」となると、「ハワイアン・レゲエ」より選曲の幅は広がるものだろうか。

【審議委員】

幅は広がらないだろう。例えばだが、他のタイプの音楽をやっているアーティストが仮にいて、その中でレゲエを演

奏している 1 曲を探すのはまず難しいし、無理だ。コンセプトとして、既に「ジャワイアン」で売れているアーティストは、テンポの差やリードヴォーカルが男性だったり女性だったりグループだったりという違いはあるが、どちらかと言うとレゲエに寄った演奏をしている。他のタイプの音楽の中に「ジャワイアン」が 1、2 曲入っているというケースは少ないと思う。

【放送局】

放送を続けていくからには、放送楽曲は当然増やしていきたい。増やしていくには、選曲の幅を広げるか、その幅の中で掘っていくかという話になる。

【放送局】

今のところはハワイ出身のアーティストだけに絞っている。最近では他の国、例えばニュージーランド出身のアーティストなども沢山知っているが、それは入れないようにしている。

【放送局】

「ジャワイアン」というジャンルが広がっているのであれば、それは今後の選曲に活かせるのではないか。言語がハワイのものでなければならないのか。

【審議委員】

今は昔の「ハワイアン」のあの色はあまりない。ハワイの言葉で歌っている「ハワイアン」とは全く違う。

【放送局】

そうであれば、選曲の幅を広げることはできるだろう。

【審議委員】

「ジャワイアン」はどこまで行ってもものんびり、もったり、まったりするミュージックだと思う。緊張感が必要なところや、ドレッシーな場所では絶対似合わない。季節や場所によってはまだ伸びる可能性はあると思うが、(番組名に)「ハワイ」や「ハワイアン」と入れて良いのか、とは思う。

【放送局】

ネーミングについては再考しても良いかも知れない。一般的には「ハワイ」と「レゲエ」が合わさった言葉は伝わりづらいかも知れない。

【審議委員】

もしかしたら、「ジャワイアン・レゲエ」と「レゲエ」が残ってくれば伝わりやすいかも知れない。

【放送局】

なるほど。普通の日本人にとって「ハワイアン」というと、どうしても「フラ」のイメージがある。まずは番組を選んで、少しでも聴いて頂くために、今後どうすべきかを考える必要がある。「B-59 コーヒー・ジャズ」というタイトルは分かりやすいと皆さん仰るが、そういうところを目指したい。

【審議委員】

それなら「ジャワイアン・レゲエ」だろうか。

【放送局】

実は番組を立ち上げた時には、「ジャワイアン・レゲエ」というネーミングも検討したが、最終的に「ハワイアン」が付いた方が伝わりやすいかということになった。

【放送局】

番組のネーミングについては、よりユーザーの皆さんに身近な言葉を選んでいるが、最近の番組審議会でも色々ご意見を頂戴することが多い。以前の審議会で、「美容室でハワイアンをかけると、イライラ度がかなり減った」という話が出たことがあったが、「ハワイアン」は魔法の言葉とまでは言わないまでも、イメージや親近感があるので、「ハワイアン」という言葉を大事にした。

【審議委員】

なるほど。確かに、飲食のヒットのキーワードはハワイだ。でもそこでかける音楽は、「ハワイアン」ではないかも知れない。言語も完全に英語中心だし。

【審議委員】

日本人は「ハワイが好き」ということだ。

【放送局】

確かに「ハワイ」と聞いただけで、「間違いはない」と思う。

色々ご意見を頂いたが、どのように番組を広めていくかということについては改めて注力していきたい。放送楽曲も今後広げていきたいところだ。

「C-52 POP PARIS」については、まだ考えがまとまらないが、社内からの意見も含めて、ヒアリングしてみたいと思う。番組自体の是非というよりは、この番組をどう良い形に持っていくかを考えたい。ご指摘があったように、その時代を知らない人にとっては、「レトロ＝お洒落」だと感じてもらえると思っていたものが、必ずしもそうではなかったとすると、方向修正が必要で、そのやり方が課題だ。

【審議委員】

最近、若い人の方がむしろ知っているような、この時代のテイストを持った楽曲がある。そういう音楽の方が、アパレルファッション系には合うのではないかと思う。

【放送局】

確かに「フレンチ・ポップス」を模したような感じの現代曲はあるが、それを何と呼ぶのかは分かりかねる。Eurythmicsも「フレンチ・ポップス」のような楽曲を作っていた時代もあったような気がするが、違うのか。

【審議委員】

お客様からご意見を伺うことはできるのか。例えば、理美容の事業者様からは「C-20 ミュージック・セラピー ～心の癒し～」をはじめいわゆるヒーリング系の番組が選ばれているようだが、なぜ選ぶのか、逆に選ばないのか、その理由を聴くと非常に参考になると思う。理美容で選ばれている番組に関しては、非常にファンクショナルだと思った。美容といえば皮膚のツヤ、ハリ、しなやかさといった美を求めるわけだが、自律神経の副交感神経を刺激するような番組が人気を集めている。「C-52 POP PARIS」にそういうものがあるかはわからないが、テンポやリズムをモディファイしたものを提供できる可能性もあるのではないかと思った。

【放送局】

その方面は何かできれば良いと思う。機能としての用途も存在すると思う。

【審議委員】

先日新しく店舗をオープンさせ、USEN(音楽放送サービス)を使うことにしたが、オープン直前のタイミングで、どの番組を流すかを選ぶのに焦ってしまった。スタッフは基本的には音楽に関して興味がないし、私も詳しくはないので、選びようがなくて困ってしまった。これかこれかと1個ずつ番組を試聴していかなければいけないが、1つの番組を何分間か聴かないと決まらない。聴いた瞬間の1曲だけで決めることはできないので。今日の審議会でも色んな話が出ているが、番組を使うのはお店だから、どうやって番組を選ばれるのかということも知る必要があるだろう。要は、番組を選びやすくしてあげることが大事だと思う。「B-59 コーヒー・ジャズ」が選ばれるのはすごく分かる。「焼き鳥ジャズ」があっても良いのではないか。

【審議委員】

「寿司ジャズ」とか。

【審議委員】

そう。「寿司クラシック」なども良いだろう。USENの顧客には飲食店が多いと思うが、飲食店に向けてのサービスがそんなにされていない。「USENはこれだけ番組を作っているから、好きなものを選んで」といった感じだ。例えば、居酒屋と一口に言っても、重いものから軽いものまであるだろうし、ランチタイムにはどういう音楽が良いのだろうとか、すごく困っているのではないだろうか。

【放送局】

番組にまで落とし込むのか、業種ごとに見せ方を変えるのかということになる。我々の今までの番組の見せ方は、チャンネル・アドレス順に並べるか、音楽ジャンルでカテゴライズして提示するか、のいずれかであり、お店とのマッチングというところまでは落とし込んでいない。

【審議委員】

USENには営業の方も沢山いらっしゃると思うので、できれば「今月はこういう曲が入っているので、ちょっと変えてみては」とセレクトしてあげると喜ばれると思うし、お店ともっと繋がれると思う。

お店ではチューナーはやはり見せたくない、邪魔なものなので、収納スペースに入ってしまった。出勤した時に、収

納スペースの扉を開けて電源を入れてすぐに閉じるのではなく、日々活かしていくべきだ。例えば、午前中と午後には番組を変える癖をつけるとか、夜はこれにしようとか、週末だからこれにしようとか。私の店はオープンしてもう少しで1ヶ月経つが、番組を全く変えていないと思う。「昼はこれかこの番組で、夜はこれかこの番組をかけて」とスタッフには伝えているが、多分変えていないと思う。

【審議委員】

USENには『Sound Design for OFFICE』（※オフィス向け音楽放送サービス）があり、「オフィスに何が必要か」を考えて番組を提案しているが、今の話と関連すると思う。現場が何を求めているかという声を聴いた上で、それに応える番組の候補を挙げる。そして実際にそれをお客様に聴いて頂いて評価をする。そういった現場第一主義をもって、現場の満足度向上に対していかにプロモートしていくかということが、今後のヒットに繋がるのではないかと思う。

【審議委員】

売上を上げる曲とか。

【放送局】

それは昔から本当によく言われていることで、回転率を上げる音楽とか、食べるのが早くなる音楽とか、逆に遅くなる音楽とか求められている。今日は2番組を審議頂いた。音楽的なことからサービス、売り方のようなところまで、様々なご意見を頂いたので、参考にさせて頂き、より良いサービスにしていきたいと思う。