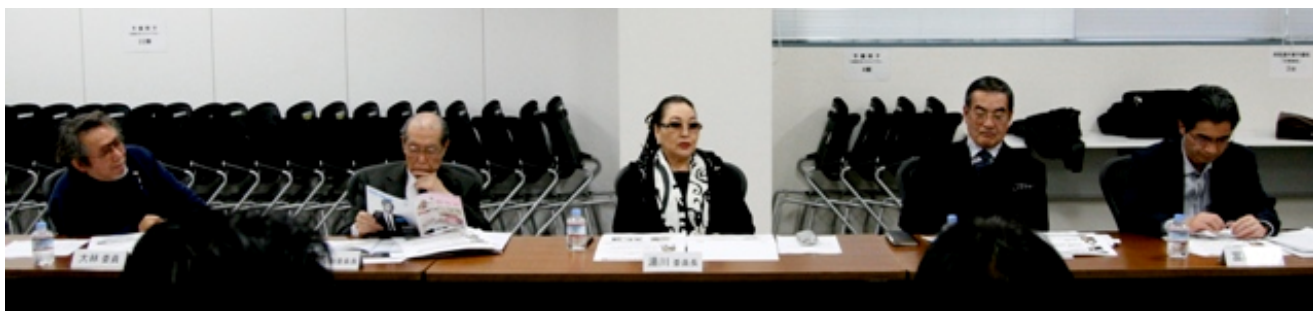


第三十三回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:平成 24 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
有馬 祐行 副委員長
山本 武司 副委員長
富澤 一誠 委員
大林 宣彦 委員

■局側出席者

中村 代表取締役社長 CEO
田村 副社長執行役員
鈴木 顧問
益弘 顧問
沖 放送企画本部長兼番組制作部長
西田井 番組制作部 制作 1 課長
村田 番組制作部 制作 2 課長

【番組審議会事務局:薬師寺、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) 会社動向について

48 期下期も引き続き、「将来の飛躍に向けた土台を着実に作り上げる」という全社方針を掲げ、①既存事業の強化と②新たな収益機会の発掘を行うことで、予算数値の確実な達成と財務体質の強化を目指す。

(2) ホイトニー・ヒューストン追悼番組の放送について

2012 年 2 月 13 日～4 月 1 日まで、現地時間の 2 月 11 日に突然の訃報が伝えられたホイトニー・ヒューストン

追悼特集番組を放送した。

(3) 東日本大震災復興支援プロジェクト「こころ音プロジェクト」への協力について

JASRACの復興支援プロジェクト「こころ音プロジェクト」に賛同し、2012年3月11日より「D-72 こころ音プロジェクト」番組の放送を開始した。同番組の放送から生じる著作権使用料も復興支援に繋がり、またUSENを通じてプロジェクトへの関心を高め、支援の輪を広げることに貢献したいと考えている。

(4) メンタルヘルス対策への取組みについて

2012年秋にも「職場のメンタルヘルス対策」が義務化される見込みとなっているが、USENはその社会情勢を鑑み、BGM業界でいち早くBGMのメンタルヘルス効果を考える勉強会を企画する等の取組みを始めている。

2. 委員長の互選

作曲家の小林亜星氏の委員長退任を受け、委員互選の結果、音楽評論家・作詞家の湯川れい子氏が新委員長に就任した。

3. 審議課題

「2012年4月番組改編」について

【新番組】 D-71 矢沢永吉

B-64 坂本龍一／commons

D-65 吹奏楽

A-55 週間 HIT J-POP／洋楽 USEN 総合チャート

C-39 リクエスト・アニメ

A-31 週間 HIT アニメ USEN 総合チャート

4. 番組審議

【放送局】

2012年4月番組改編は「新規顧客獲得」と「顧客満足度の向上」を目的とし、①わかりやすく伝えやすい新番組、②同軸放送におけるBGM番組の強化、③リクエストチャンネルの顧客満足度向上…の3要件の実現を目指して行った。特に6つの新番組については、お客様のニーズにお応えするために営業スタッフに対して行ったアンケートを元に検討し、チャンネル化に至った。具体的には24時間矢沢永吉氏の楽曲が楽しめる「D-71 矢沢永吉」、坂本龍一氏が選曲監修を手掛ける「B-64 坂本龍一／commons」という2つのアーティストチャンネルを新設。またOB・OGを含めると500万人を超えるともいわれる吹奏楽人口に向けて「D-65 吹奏楽」を投入。さらに、洋楽も邦楽も楽しめるUSENオリジナルのチャート番組「A-55 週間 HIT J-POP／洋楽 USEN 総合チャート」を新設した。また、もはやサブカルチャーとは言えないほどファンの多いアニメ市場に向けて、アニメ専門のリクエストチャンネル「C-39 リクエスト・アニメ」と「A-31 週間 HIT アニメ USEN チャート」の2番組を投入した。今回は番組改編全体に対して、あるいは個々の新番組に対して、忌憚なきご意見を賜りたい。

【審議委員】

番組改編全体については、創業50周年という節目での改編ということと、中村新社長の体制となったことから、新たな

意気込みや真剣さが感じられた。お客様のニーズに応えるべく営業ヒアリングを行う等の努力を行い、より若々しく、より今のニーズに則した改編を目指したことも見受けられる。ただ、音楽業界全体と言えることだが、いいものをただ発信するだけでは(お客様に)届かない時代なので、広報・PRも大事だ。例えば TV-CM や広告を打つといったことも検討してはどうか。

【審議委員】

吹奏楽は 500 万人くらい愛好家がいるということだが、アマチュア演奏家は概して他人の演奏を聴かないものだ。そこを踏まえて放送内容を見てみると、プロの演奏、大学の演奏、高校の演奏に、コンクール入賞曲が入るといった構成はいかかなものかと思う。芸術的な品性や感性が感じられず、まるでスポーツ的だ。単に並べるのではなく、例えば都道府県別に分けて、その中から選りすぐった学校をピックアップする等の作業があっても良いのではないか。他にも「ソロで、コンクール以外のところで傑出している学校の演奏を紹介する」とか、「名曲を編成する」とか、「最高の評判のある学校の演奏をピックアップする」等、さすが USEN と思わせる切り口で番組を構成しなければリスナーは満足しないのではないか。

【審議委員】

「吹奏楽愛好家は他人の演奏を聴かない」というのは同感だ。吹奏楽は大人数で行うことが多いので、イベントでの観客動員では人集めに困らないものだが、USEN で番組にした場合に聴いてくれるかと考えると難しいかも知れない。

【放送局】

吹奏楽界では(年間のスケジュールでいうと)ちょうどこれから課題曲や推薦曲が選ばれ、大会が行われ、年末に CD 化されるという流れがある。現在、全吹連(社団法人全国吹奏楽連盟)とコンタクトを取り、その流れと連動しての放送も考えている。ただ、ご指摘いただいた地域性といったところまでは確かに深掘りができていない。今後の参考にしたい。

【審議委員】

吹奏楽は若い人に人間教育の場を提供しているという側面もある。そこを考えると、吹奏楽チャンネルは 2 つ必要なのではないか。他人の作品を聴かない愛好家に対して、逆に自分たちが出る場を与えるチャンネルも作ってはどうか。発表の場を与えることで、社会的な意味合いも出てくるのではないかと思う。

【審議委員】

吹奏楽はマーケットとしては確かに大きい。記憶に新しいところではマイケル・ジャクソンの楽曲を吹奏楽で演奏した CD が売れたりもしたが、やはり(ビジュアルがなく)音だけで聴くのは辛いと思う。しかし、企画としてはおもしろいので成功して欲しい。

【審議委員】

昨年 3 月 11 日(東日本大震災)以降、音楽はただ「やさしい」とか「気持ちいい」という感覚で使われるのではなく、それ自体が人格を持ち、我々人間が生きていく上での力をくれる…そういうパートナーになることが求められていると思う。それを前提に考えると、ただ吹奏楽の楽曲を聴かせるのではなく、例えば、「マイナスワン」というものはどうだろうか。吹奏楽の中の何か 1 つの楽器を引いたものを放送するとか。そういうコメディリーフとかコントのような発想のものが入ると面白いかも知れない。BGM は何かをしながらか聴くばかりではなく、聴くことで心と心が弾むとか、励まされるとか、も

つと言え音楽と一緒に汗を流せるみたいな…そんな感じが出てくると面白いと思う。

【審議委員】

私の友人のロックミュージシャンは昔、「日本のロックはだめだ」と言ってアメリカに行き、日が昇って沈むまでずっと歌い続けていたが、3日目くらいにハッと気がつけば演歌を歌っていたらしい。その時、彼は「ああ、俺は日本人だ。俺の体内には演歌がある。この演歌をいかしたロックをやるのが、日本人としての俺の世界に通用するロックだと思った」と話していた。「B-64 坂本龍一／commons」はこのエピソードに通ずるところがあり、非常に面白かった。坂本龍一さんの音楽を流すだけではなく、坂本さんの選んだ曲を聴くことで、また坂本さんの音楽ももう一度聴いてみたいと思った。こんな音楽を聴く坂本さんの音楽を聴きたい…と。そこ(坂本さんの選曲)には彼の隠れた人格のようなものが出ていて興味を引いた。前述のロックミュージシャンとカラオケに行くと船村徹の演歌を歌うこともあったりするのだが、そういうことでその人のことがよくわかる。そんな面白さがこのチャンネルにはある。

矢沢永吉さんのチャンネルでは矢沢さんの音楽がメインとなるわけだが、坂本さんと同じような趣向にしても良いと思う。日本のロック界を代表する彼のセレクトした演歌集も面白だろうし、その音楽的感性を形成した背景…歴史や伝統やあるいは現代の混沌…そんなものが見えてくると、ただのBGMではないものになる。

【放送局】

昔は音楽に求められるのは「雰囲気がよくなります」とか「汚い部屋もきれいに見えます」みたいなところだったが、今は例えば、「オフィスにUSEN放送を入れたら働いている人の能率がどれだけ高められるのか？」といった音楽の効果効能、結果を求められるようになってきた。USENはそういう企業様向けと個人のお客様向けの2軸に向けてサービスを提供しているので、制作の仕方もそれぞれに特化させていく必要があるかも知れない。

【審議委員】

今回の番組改編で総チャンネル数が532になったとのことだが、果たしてそれだけ(多く)必要なのか？また、1チャンネル増やす場合、どのくらいの人のリクエストがあればいいのか？冒頭の会社動向の報告で「個人のお客様を増やすことが重要」という話があったが、今回の坂本さんや矢沢さんのようなアーティストチャンネルを50チャンネルくらいに増やすと、聴きたい方も増えるのではないかな。

【放送局】

チャンネル数は無限に増やしているわけではない。衛星はリソースも限られているので、現状のチャンネル数でほぼ筒いっぱいの状態だ。これから衛星放送が莫大にチャンネルが増えるといったことは想定していない。新番組を投入する場合は別の番組を終了させるというやり方となる。また、新番組に関しては、どれくらい人が聴いてくださるかというよりも、この番組を作ることによってどのくらいお客様を増やすことができるのかという観点で考えている。

【審議委員】

USENのお客様は、「聴くだけの人」という考え方で良いのだろうか。映画・映像の世界では今や「聴くだけの人」や「見るだけの人」はなくて、みんな「作る人」になっている。先程話題に出たPCにも繋がるが、今映像の世界で一番見られているのはネット上のオモシロ動画だったりする。今やみんなが作家だということだ。USENは音楽を配信する、送り出すだけではアナログなのではないか。ユーザーが作ったJ-POPや演歌や吹奏楽等の音楽を発信する場所を提供す

ると、ユーザーは喜んで参加してくれるだろう。デジタル時代の今、聴いているだけでは特に若者は退屈でついてこない。そういう若者に訴求する番組も必要だと思う。それはひとつのジャーナリズムだと思う。「C-39 リクエスト・アニメ」を作った人はどこかにそういう(今や双方向のデジタル時代だという)予感があったのではないか。

また、この「リクエスト・アニメ」は完全にオタク層に向けた番組だが、細分化された文化も拾ってジャーナリズムにしてしまうエネルギーも感じられる。

【審議委員】

今、人や組織とのコラボレーションは大事だ。そういう意味では「吹奏楽」はひとつのヒントになるかも知れない。吹奏楽は組織的に確固たるもので、学校も教育委員会も応援している。単に放送するだけではなくて、組織と何かを作ろうと考えてはどうだろう。

【審議委員】

ユーザーからいただく音源を流すチャンネルを試験的に 1 チャンネル作るのも面白いかも知れない。ある程度のレベルは揃えなければいけないが、そこから人気楽曲が出てくることはないとは言えない。

【放送局】

ラジオでは聴取者参加という形は昭和 21 年からあった。ある放送局では 15 年くらい前からは一般の方が制作に参加する番組まで出現し、これが相当面白い。USEN では前回の改編時にライブ音源を放送するという番組も始めたが、多チャンネルの中ではもっとお客様に近い、参加型の番組を作ってもよいかも知れない。

【審議委員】

(放送や興行の)送り手がイニシアチブを取って受け手(聴き手)を育て増やし、消費者になっていただくという発想が重要であり、それがこれから企業の生存の源になるだろう。

【審議委員】

今はレベルでいうとプロやアマチュアの差はなく、みんな作り手になっている。作り手同士が交換することで、お互いが発信して、対話をしている。送り手があって、道があって、受け手(聴取者)がいるという構図ではなく、USEN は広場になり、そこにいたるところから参加して対話をするという発想。聴いているだけでは飽きてしまうという時代なので、そういう広場的発想が必要なのかも知れない。我々が発見できていない価値観を広場に入れてみて、それを偶然目にした人がその価値観を発見してくれて、それが新しい音楽を生んでいくということ。そういう広場を提供するということは大きな意味があると思う。