

第三十九回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:平成 25 年 10 月 24 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

山本 武司 副委員長

富澤 一誠 委員

大林 宣彦 委員

品田 英雄 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

福田 番組制作ディレクター

【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

49 期経営報告を行い、50 期は「成長への第一歩を踏み出す」という全社方針を掲げ、49 期着地に対して増収増益を達成することを目標としていくことを報告。

(2) 日本産業精神保健学会へのブース出展について

2013 年 8 月 9 日、10 日に開催された「日本産業精神保健学会」に、法人向け音楽放送サービス「Sound Design for OFFICE ～働く人のメンタルバランス・ミュージック～」の展示ブースを出展した。

(3)「あべのハルカス近鉄本店」オリジナル BGM の作曲者・演奏者オーディション開催について

大阪府下の学生を対象に、あべのハルカス近鉄本店タワー館の各階パウダールームで流すオリジナル BGM の作曲者、演奏者を募集し、10月26日にオーディションを開催することを報告。

(4)2013年秋の番組改編について

2013年10月1日、秋の番組改編を実施した。最近の音楽のトレンドと利用シーンを想定して9つの音楽番組を新規投入。またプロ野球12球団の応援歌チャンネルもスタートさせ、さらに充実のラインナップとした。

(5)会報誌「With Music」について

2013年9月、会報誌「With Music vol.25(10～12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

「アニメ・ジャンル」について

【対象番組】

■C-39 リクエスト・アニメ

■A-31 週間 USEN HIT アニメ・ランキング

■C-25 アニメ・ステーション

■C-26 100%金月真美/a-FANFAN

■K-50 懐かしのアニメ・ソング

3. 番組審議

【放送局】

今回は「アニメ・ジャンル」の番組について審議していただきたい。現在アニメ・ジャンルには、お客様からのリクエスト曲を放送する「C-39 リクエスト・アニメ」、リクエストや USEN でのオンエア状況等から独自に集計する週間ランキング番組「A-31 週間 USEN HIT アニメ・ランキング」、1990年代以降のアニメソングを年代別でタイムテーブル放送する「C-25 アニメ・ステーション」、人気声優が DJ を務めるオリジナルトーク番組「C-26 100%金月真美/a-FANFAN」、1960～90年代のアニメソングを放送する「K-50 懐かしのアニメ・ソング」の5番組がある。

【審議委員】

CD が売れなくなった時代に、相対的にアニメ分野はどんどん伸びてきて、音楽業界全体がアニメに注目するようになっているが、アニメの歌がこれまで(の一般的な音楽)と一番違うのは、ただ聴いて喜ぶばかりではなく、“楽しむ”ところにあるのではないかと。歌って楽しんだり、ライブやイベントで盛り上がる。また、アニメソングのヒットパターンというものがあるような気がする。アニメを好きではないとわからないという作り方があり、我々では A と B(という楽曲)の違いがわからないということになるのでないかと心配もしている。今の時代をととても象徴しているジャンルではないかと思う。USEN ではいろいろなことに取り組んでいるのが新しく良いと思った。

【審議委員】

今年の国際映画祭でもアニメが注目されている。映画界でも世界的に日本のアニメは認められているし、そういう意味でも、まさにアニメの時代だと思う。

そこで、こういう番組を作るということになると思うが、今なぜアニメがこれだけ世の中で重要な位置を占めているのかを知りたい。例えば、「ゆるキャラ」が流行るといっても一つの時代の様相だろうし、アニメが、声優さん達も含めてトレンドであることも一つの時代の様相で、ジャーナリスティックな興味が沸く。(USEN の番組でも、)ただアニメファンが好きな音楽を聴かせるというのではなく、アニメがわからない人にも、今これだけアニメが時代の空気になっていることや、その魅力を教えてもらえると歴史を知るように面白いのではないかと思う。番組を作る時には「好きな人に好きなものを提供します」というばかりではなく、「好きではない人にもその面白さをわかってもらいますよ」という視点の番組の作り方があると良いのではないか。アニメソングには何か特別に「アニメソング風の作り方」があるのかも知れないが、アニメソングがそれだけ流行っているということはそれも含めてトレンドになっているということで、やはり時代の一つの動きだろう。私など(アニメに馴染みのない人)が疎外感を感じず、むしろ仲間に入れてもらえるような視点が欲しいと思う。

また話は逸れるが、「BGM」という言葉が多々出るが、今の時代、「バックグラウンドミュージック」というのはなくなったとも思う。我々は空気の中で生きていて、その空気感を作っているのが音楽である。そう考えると、「バックグラウンドミュージック」ではなく、もっとフィロソフィーが欲しい。どういうフィロソフィーで音楽を受け止めていくのが前提としてあった上で、今回のアニメソングを持ってこられると、「この機会にこれだけアニメが受けている世相を学べる良いチャンスだ」と思える。日本人は勉強好きなので、「甘いもの好きに甘いものを与えよう」ということではなく、「甘いものを辛いもの好きの人にも与えよう」というような視点が一つあると、ジャーナリスティックな視点を加味すると面白いのではないかと思う。

【審議委員】

それはとても重要な視点だと思う。

【審議委員】

今回、審議対象の 5 番組を聴いていると、自分の場合は自然と「主題歌」に絞って聴いていることに気付いた。他の曲(キャラクターソングなど)は削っていたように思う。また、チャンネルでは「K-50 懐かしのアニメ・ソング」にたどり着いていた。それも、「音楽を聴いている」というよりも、昔の映像を思い起こしたり、記憶をたどっているような感じだった。アニメソングは単に音楽を聴くばかりではなく、映像や思い出とリンクしたりするものなので、年代別や好み別に番組を作るのが良いのかも知れない。

楽曲のテンポだが、「C-39 リクエスト・アニメ」、「A-31 週間 USEN HIT アニメ・ランキング」、「C-25 アニメ・ステーション」はアレグロで 126~130bpm あたりの速いビートの楽曲が圧倒的に多かった。今、AKB48 に代表されるような(アップテンポの)音楽が流行っているというのもわかる。また、アニメソングは極端に言うと、音楽を聴くというよりはキャラクターを思い出すものなので、作曲家や作詞家というのがなかなか伝わらない。音楽を作る人を思うと申し訳ないような気もする。

【審議委員】

最近、カラオケ・ランキングでも Linked Horizon の「紅蓮の弓矢」といったアニメ主題歌が 1 位になったりしたが、CD の売り上げなど音楽業界全体が厳しい状況の中でアニメソングは本当に人気が高い。それはなぜかということ突き詰めていくと、「タイアップ」にあるのではないかと考えられる。1990 年代、タイアップはすごく良くできていた。例えば、ドラマ『東京ラブストーリー』の主題歌、小田和正さんの「ラブ・ストーリーは突然に」は 280 万枚くらいのセールスがあったし、ドラマ『101 回目のプロポーズ』の主題歌、CHAGE & ASKA さんの「SAY YES」は 230 万枚くらいのセールスがあった。「出せばメガヒット」という感じだが、これはなぜかというと、作品に合う曲をきちんと制作していたからだ。主人公が出てきた時に主人公が自分の心情を言葉で話さずとも、歌が台詞の代わりをしている…といったように、作品と主題歌がぴった

りリンクしていた時代があった。しかしそのうち、「テレビドラマの主題歌になると売れる」という戦略になり、「なぜこの内容にこの主題歌なの？」というように(その関係が)崩れてきた。そんな中であって、アニメはタイアップの原点に戻っているのではないかと思う。実際、「アニメのヒット曲はそこ(タイアップ)がキチツとなっている」と音楽制作会社の担当者も言っていた。まだアニメはオタクのものと言われてしまうこともあるが、そうではなく今やアニメの方が主流かも知れないということ(USENの番組でも)全面的に打ち出せば、もっとユーザーが増えるのではないかと思う。

【審議委員】

アニサマ(=イベント名:Animelo Summer Live)は今年8万人以上集めていたが、水樹奈々さんなどもかなり人気が高い。そうしたアーティストが音楽業界の新人賞などに入らないというのは、もしかしたら業界の方が遅れているのかも知れない。

【審議委員】

声優さんを否定するわけではないが、アニメソングももっと作曲家や作詞家にスポットを当てても良いと思う。アニメに真摯に向き合い音楽を制作している人を浮かび上がらせず、(今のアニメブームの)現象面だけを追いかけていくと、国民的な「文化」にならないのではないかと思う。

【放送局】

今はアニメタイアップ曲もワンクールごとに代わり、アニメの内容とリンクしていないことがある。声優さんが歌う歌が出てきたことも含めて、アニメソングの在り方も変わってきたということだろう。そこを(番組で)どう追いかけていくか、もしくはどうUSENらしさを出し、エッジを効かせていくかということは課題だと思う。

【放送局】

そのエッジでいうと、「C-25 アニメ・ステーション」に注目いただきたい。このチャンネルはタイムテーブル放送だが、「最新ヒット」の時間帯を最も長く取っていて、実はここに独自性がある。この時間帯はキャラクターソングを含め、「主題歌以外の楽曲もすべて流れる」ことをウリにしている。テレビやラジオなど他の媒体では「キャラクターソング」はほとんど流れないが、この枠は今流行っているアニメの、みんなが見ているキャラクターが歌っている楽曲もガッツリ入れて作っている。今アニメを見ている人、アニメ好きの人に一番刺さる(喜ばれる)。

また、先述されたようにアニメタイアップ曲は作品に合うように作っているものが多い。作詞家や作曲家が楽曲制作前にシナリオを読み、オープニング曲もエンディング曲もしっかり作り上げる。キャラクターソングは昔はあまりなかったかと思うが、第1話、2話、3話…とそれぞれの話の中でスポットが当てられるキャラクターがいて、そのキャラクターや話に合ったキャラクターソングを作っている。ファンはそういう楽曲も聴きたいと思うものだが、他の放送媒体では流れていないので、USENではしっかりフォローしている。

【審議委員】

先程、アニメソングも作詞家や作曲家にスポットを当てたらどうかというような意見もあったが、アニメタイアップ曲の発注の仕方(制作方法)も独特で、プロジェクトで作ることも多いので難しいのかも知れない。

【放送局】

アニメファンはネットへの依存度が高い傾向にある。ネットなどで繰り返し同じ作品を見ることによって、そこで流れている音楽も何度も聴き、刷り込まれる形でその曲を好きになっていく。それはメーカーもわかっている、だからこそキャラクターソングもCD化されている。今や声優オーディション時に、歌が歌えることが選考基準にもなったりしているが、市場として完璧に出来上がっている。ここ5年、こうした動きが非常に極端になってきたと感じる。また、アニメ音楽はやはり作品ありきだ。音楽だけでは成り立たないもので、アニメがあり、プラス音楽という形になっている。

【審議委員】

ここで語られる「アニメ」はジブリやディズニーとは違って、アニメファンだけのもののような感じがして垣根を感じる。それは非常に勿体ないと思う。今やアニメはメジャーなのだから、USENの番組まで囲いが見えるのはもったいない。今これだけウケているアニメソングを広く伝えられると、ジャーナリスティックで面白いと思う。

【審議委員】

(アニメソングや声優の)コンサートに行ってみると、まるで運動会のような感じだ。踊りに行っているようで、音楽をどこまで楽しんでいるかわからない。それこそ、エアロビクスのBGMが流れているような感じに近いのだろうか。

【審議委員】

それよりはもっとちゃんと共感していると思う。

【放送局】

アニメ(の音楽)を聴きたいと思った時に、マニアックなファンでなくても取っつきやすい番組も確かに必要かも知れない。アニメ好きだけれど何から聴けば良いのだろう、どのアニメから見れば良いのだろうといった層に向けて。

【審議委員】

アニメソングの魅力はズバリ何なのか、制作担当者に聴きたい。

【放送局】

アニメ番組を担当し始めた当初はまったくわからなかったし、音楽ジャンルとしてどうなのだろうと疑問があったが、内側に入って一番感じるのは、作品に合わせて作詞されていたり、メロディーもその作品に合わせて作られている楽曲もたくさんあるので、感情移入しやすい音楽なのかな…というところ。今、音楽にあまり触れない子も多いが、J-POPも洋楽も聴かない子でも、作品が好きだったり、キャラクターに感情移入している子たちが聴いても楽しめるという音楽がアニメソングなのではないかと思う。今、アニメソングがここまでウケているのは、それぞれの人の感情に訴えかける力がすごく強いからなんだと思う。誰にでも合わせるのではなくて、「この作品が好きだから」という人に対してはズドンとまっすぐに届くというのがアニメソングなのだろうと思う。

【審議委員】

なるほど。だから、バラードテンポの楽曲はないのかも知れない。テンポが速くて、「1・2・3・4、1・2・3・4」と絶えず高揚させていく。マーチ系の曲も多い。

【審議委員】

とても乱暴な言い方をすると、「童謡」のようなジャンルになるのかも知れない。今、童謡がない代わりに。そこまで行っている、「J-POPの1ジャンル」と片付けることもできるかも知れない。

【審議委員】

確かに、もう童謡は(アニメに)食われちゃっているのかなと思う。レコード会社も「童謡」では生きていけない。「サザエさん」や「アンパンマン」はもう童謡と言っても良いのかも知れない。

【放送局】

(アニメの)楽曲に対する目利き力はさらに上げなければいけない。ビッグアーティストによるアニメタイアップ曲であっても、特に作品にリンクしない楽曲は、アニメファンからの評価が著しく悪かったりする。ただタイアップがついているからとか、ビッグアーティストだからということだけで判断して番組を作ってしまうと、アニメファンに信頼してもらえないようなところもあり、これは難しいところだと感じる。

【審議委員】

これまでアニメにまったく触れて来なかったので、「アンパンマン」も知らなかったが、先日、やなせたかしさんが亡くなったニュースで知った。そこで、お腹が空いた子がいたら顔の一部をちぎってあげるということを知り、すごいと思った。この「顔をちぎって食べさせる」というのはいわゆる常識のある大人から見れば嫌な表現に見えるかも知れないが、子どもはとても自然に、愛であるとか優しさであるとか、あるいは空腹が満たされるものだから、素直に受け入れる。天才の作品は子どもの方が良くわかったりする。そこに垣根を作っているのも大人なのかも知れない。それも勿体ないと思う。

【審議委員】

「アンパンマン」は主題歌も本当にすごい。3.11(東日本大震災)の時も被災地で一番最初に歌われ始めた歌だった。もしかしたら、垣根を作っているのは我々なのかも知れない。やなせさんが亡くなって「アンパンマン」を知り、すごいと思ったように、今こういうもの(アニメ)の中にはすごいものがあるということはどうやって提供していけるか。そこも視点として入れて、どうせ番組を作るのだったら尖がったものを作って欲しいと思う。単に、今売れているからではなく。

【審議委員】

音楽は空気を作るものだ。空気というのは吸わなければ生きていけない。今の人にとっては、音楽を聴かなければ生きていけない時代になっている。「心地良い音楽」というよりは、「これを聴くと元気になるぞ」とか、多少強引だったとしても、そういう番組を届けることが力になると思う。

今やアニメが天下の時代だから、何でもできる。それは良いチャンスだから、強引でもジャーナリスティックに。できることもいっぱいあるはずだから、それを探すことも一つの演出になると思う。

【放送局】

オリンピックが近づくと、「クールジャパン」といった風潮になっていく気がしており、それは何か大きな制約のようなものが外れるトリガーになる良いタイミングかも知れない。

【審議委員】

やはり大衆が好む人気のあるものには、必ずエネルギーがあると思う。元気をくれる。そういう意味から言っても、アニメはとても重要なキーだと思う。それを先取りして組み上げていくことが大事だと思う。

【審議委員】

(これだけアニメが人気なのには)何かあるはずだ。自覚せずとも。「無自覚でできている良いものに自覚を与えること」が我々にとって大事なのだと思う。無自覚な人気度を、我々が借りただけではだめで、人気があるものの本質に気が付いていないと、それが死んでしまう。

【審議委員】

エレキギターがそうだった。まさにビートルズもそうだったし、そういうことだったと思う。

【審議委員】

アニメにも、きっとあるんだと思う。それ見つけて欲しい。見つけて、教えて欲しい。

【放送局】

本日いただいたご意見をより良い番組制作に活かしていきたい。