

**第 47 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録**

開催日時:平成 27 年 10 月 22 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**

田村 代表取締役社長

大田 取締役常務執行役員

鈴木 顧問

益弘 顧問

山下(光) 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

山下(幹) コンテンツプロデュース統括部 制作部 制作 2 課長

李 番組制作ディレクター

河田 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、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) 秋の番組改編について

2015年10月1日、ニーズやトレンドに対応し、シニア向けの番組を中心に6チャンネルの新番組を投入するなど、番組改編を実施しました。

(2)『OTORAKU -音・楽-』のグッドデザイン賞受賞について

2015年9月29日、業務用BGM配信サービス『OTORAKU -音・楽-』がグッドデザイン賞を受賞しました。

(3)『With Music』発行について

2015年9月、会報誌『With Music vol. 33(2015年10～12月号)』を発行し、業務店/個人宅のお客様にお届けしました。

## 2. 審議課題

ヘアサロンをターゲットにしたBGM番組について

### 【対象番組】

■B-15 R&B

■B-14 CONTEMPORARY VOCAL

■D-04 HOUSE MUSIC (125bpm)

## 3. 番組審議

### 【放送局】

美容室での上位人気チャンネルから「B-15 R&B」、「B-14 CONTEMPORARY VOCAL」、「D-04 HOUSE MUSIC (125bpm)」の3チャンネルを審議して頂きたい。これらはいずれも美容室向けに特化したチャンネルではないが、今回は美容室での利用を想定して、現代の美容室空間とのマッチングといった観点などからもご意見を頂けると有難い。

### 【審議委員】

いずれのチャンネルも「いい曲を使っている」という点で、完成度が高い。これまで審議課題に上がったチャンネルと比べてもはるかに完成度が高く、聴いていて安心できるというところはクリアしていると思う。その上で各チャンネルについて述べると、「B-15 R&B」と「B-14 CONTEMPORARY VOCAL」はやはり「人間の声がある」ということが安心感に繋がる。

「B-14 CONTEMPORARY VOCAL」は曲調も転調が頻繁に行われていない楽曲を選曲されていて、まさに「くつろぎのひとときを演出する」というコンセプトが体現されている。美容室で聴くとどのような感じで聴こえるかを想像しながら聴いてみても、気持ちのいい空間を作れると思うし、そこがウケているのだろうと思う。ただ、美容室に行くということはどういうことかと考えた時、「綺麗になりたい」とか「もっとお洒落になりたい」ということなので、ある意味、「非日常を演出できる」ということも大切なのではないかと思った。

ダンス・ミュージックやR&B、ソウルなど「ブラック・ミュージックが好き」という世代の私にとっては、(ジャンルとしての)ハウス・ミュージックはずっと相性が悪く、ハウスのイベントなどに行っても居心地が悪かったりしたので、聴く前はこうしたものかという(先入観)があったが、「D-04 HOUSE MUSIC (125bpm)」の選曲はすごいと思った。125bpmで、メロディがこんなに綺麗な楽曲で「高揚感」が作れるんだと感心した。新しく、今っぽい感じがして、こういったものこそ今の新しい美容室に必要なのではないかと思った。

「B-15 R&B」は2000年以降の楽曲でトレンド感を表現されていて、確かにR&Bの中で「お洒落感」を切り取るとまさにこ

のチャンネルの通りになると思うが、美容室で流すことを想定すると、「気持ちいい」とか「かっこいい」とは感じられないのではないかという気がした。「B-15 R&B」はジャンルそのものがコンセプトになっているが、他のチャンネルは「くつろぎ」や「高揚感」といった“感じ”がコンセプトになっている。聴いている方々や利用シーンを考えると、選曲する際に「くつろぎ」や「高揚感」といった“感じ”を考慮した方が良いのではないかと。

ところで、今回から導入された「番組を 5 要素に分けて評価する」という仕組み(※番組を「番組コンセプト」、「番組コンセプトに沿った選曲」、「選曲の深さ・広さ」、「今」の空間とのマッチング」、「番組の必要性」という 5 つの観点から評価するシステム)はとても良いと思う。今後、番組担当者が代わり、引継ぎがなされる時にもとても良いシステムだし、それを基に改善できるという点でもとても良いと思う。音楽やアートなどは本来は作る人のものだが、今の時代、それが利用シーンに落ちる時には、やはり商品であったり、サービスになる。そこをうまく作ろうとしている姿勢が良いと思った。誰をお客様だと思ひ、どの声を聞くのかを考え、そこに合わせて行けば、おのずと満足頂けるチャンネルができるのではないかと。そして、より適切な KPI ができるとさらに良くなるのではないかと。

#### 【審議委員】

今回から「審議の 5 要素」に対して番組担当者の自己評価が掲載されている。自分なら全部 5 にするところだが…(笑)。謙虚なところもあるのかと思うが、これはこれで合っていると思う。

私は男性だからシャンプーとカットをしても 1 時間しかかからないので、BGM がもし好みに合わなかったとしても少し我慢すれば終わってしまうという感じもするが、女性などもっと長く過ごす人からすると気になるかも知れない。またお客様の中でも色々な方がいらっしゃる。年齢層も様々だろうし、気持ち良く過ごしたい方もいれば、寝てしまう方もいるだろう。BGM が誰に必要とされているのかを考えるべきだ。つまり、お店が BGM に対して何を求めているのかをまずリサーチしなくてはならないだろう。その上で、「だったらこういう番組が良いのではないかと」という「番組コンセプト」が決まり、次に「コンセプトに沿った選曲とは何か」という感じになってくる。ここまでで、8 割ぐらい(番組の成否が)決まるのではないかと。あとの「選曲の深さ・広さ」といった項目は番組担当者のセンスにもよるもので、多少好みが出るころだと思う。番組を作る上では、必要とされている「コンセプト」をいかに見つけて行くかが一番大事ではないか。

今回の審議対象チャンネルは洋楽ばかりだが、「美容室＝洋楽＝かっこいいものが流れてくる」というのは画一的ではないか。邦楽でもかっこいいポップスなど多数あるので、入れても良いのではないかと感じた。また、今回のチャンネルはいずれも読書中などにはとても良かった。「D-04 HOUSE MUSIC (125bpm)」は本をめくるのが速くなったが、そういう点でも良くできていると思った。最近、「周波数 528Hz の音を含む音楽でリラックスできる」というコンセプトの CD が出ているが、音楽がもたらす効果といった観点からもいろんなことができるのではないかと感じる。今回の 5 要素はすごくわかりやすくよかったと思うが、私としては、邦楽のいい音楽が聴きたいと感じた。

#### 【審議委員】

「番組の必要性」については担当者自身でも認識されているが、その通りだ(＝必要性が高い)と思う。「番組コンセプト」と「番組コンセプトに沿った選曲」については、自己評価では遠慮しているところがあるが、番組を聴くとそれぞれに大変な苦勞をして選曲していることが伝わる。

まず、「B-15 R&B」は 2000 年以降の楽曲から選曲されているということだが、膨大な楽曲から絞り込んで作っていることが伝わる。きっと驚くほど沢山聴いているのだろう。ラジオ・エディションやアルバム・ヴァージョン、リミックスに至るまで、手広く集めてその中から番組にフィットする楽曲をセレクトしているので、「番組コンセプトに沿った選曲」、「今の空間とのマ

ッティング」にも適う選曲になっているのだと思う。ただ、聴いている中で 1 曲だけ、ラップが入ってきた時に、ここまでの選曲をしながら惜しいと感じたが、それも敢えて指摘をするならば・・・という程度の指摘だ。よくここまでの選曲をした、たいしたものだと思う。番組担当者は大変だったと思うが、本当にすごいと改めて敬服した。

次に、「B-14 CONTEMPORARY VOCAL」だが、これは「くつろぎのひとときを演出する」というコンセプトで、テンポ感もテイストも幅広い中から選曲されていて、これも苦勞の程がすごくよくわかった。アーティスト名を見ながら聴いていて、本当に手広く集めていることに驚いた。今回の 3 チャンネルの中で最も“大人感”があり、安心して、落ち着いて聴くことができたし、「こういう楽曲が入ってくるんだ」という面白みも感じられ、個人的にも楽しんで聴かせていただけた。

「D-04 HOUSE MUSIC (125bpm)」については、先程、別の委員から「今まで苦手だった」という言葉もあったが、私も未だに苦手意識がある。125bpm で選曲されており、これは原宿や青山あたり的美容室なら良いかと思うが、例えば、田舎の、おばちゃんたちが一日中おしゃべりしているような美容室だと、少し落ち着かないのではないかと。bpm だと、せいぜい 111 くらいが適切かと思う。125 まで来てしまうと辛いかも知れない。また、この番組は“無国籍感”がおもしろいところだと感じた。日本のアーティストも多数採用されていて、いかにも日本らしい。国内で高いニーズがあるからこそ、これだけの楽曲が揃えられるのだらうと思うし、若い世代の人たちには良いと思う。ひとくちに美容室といっても、求められる音楽は、美容室にいらっしゃるお客様の年齢層によっても変わるだらうし、場所や店舗のつくりにもよるだらう。

#### 【審議委員】

付き合いのある美容室のオーナー数人にヒアリングをしたが、青山で 2 店舗経営しているある美容室では USEN の「D-37 ハワイアン」しか流していないという話があった。その店では以前は毎月 CD を 2~3 枚、センスの良い若いスタッフが選んで購入していたが、キャッチアップできなくなったり、同じ音楽を繰り返しかけていたりしたことから、試行錯誤した結果、USEN に行きついたとのこと。美容室は一般的に利幅が少なく経費的にもシビアだが、CD を毎月 2~3 枚購入するのと、USEN を導入するのでは、費用は変わらない。それでいて USEN だとこれだけのチャンネルを試してみることができるということが大きなメリットだということだ。また、流す音楽の種類だが、この業界にも“少子高齢化”が響いていて、ターゲットの年齢層の主軸が年々上がってきているという背景があり、必ずしも感度の良い音楽がお客様に喜ばれるとは限らないらしい。初めて来店されたお客様が BGM を聴いただけで店を判断して帰ってしまうこともあるらしいが、その店では「ハワイアン」を流し始めてクレームが減ったとも言っていた。本当かな？とも思うところだが、2 号店でも「ハワイアン」を流すとクレーム率が下がったとのこと。なんでも美容室でのクレームは「予約したのになぜ待たせるのか」など、だいたい待ち時間に関してのもので、それに対して「ハワイアン」が良く効くのではないかと言っていた。クレームが減っただけでなく、お客様からは総じて「いいね」という反応があるらしい。また最近、ヘッドスパなど施術に 70~100 分程度かかる頭皮ケアメニューの popularity が高まってきており、その美容室では VIP ルームで長時間施術を受けるお客様には BGM のリクエストを聞いたりしているそうだが、「ハワイアンのままでいい」とおっしゃる方が多いとのこと。偏った意見ではあるが、参考になるのではないかと。

美容室の空間作りにはオーナーの世界観が最も大きく反映されるかと思いきや、そうではなくて、マーケティングがしっかりなされている。今やオーナーが好きな曲をかける時代ではなく、ユーザーがどう感じるかが第一であり、またユーザー以上に長く店内にいななければならない従業員にとってどうであるかも非常に重要視されている。従業員(の気持ち)がどれくらい上がるか、またいかに疲れないかということにもオーナーは気を使っている。そうした切り口で、音、曲の並びなどを工夫して選曲できたならば、強烈に刺さるチャンネルができると思う。

#### 【審議委員】

私に通っている歯医者さんでもいつも「ハワイアン」が流れていて、その理由を聞くと、「患者さんは中高年の人が多いし、僕が好きなんですよ」と言っていた。先生の好みも大きいと思う。ご苦労も多いただろうし。

#### 【放送局】

様々なご意見を頂き、ありがとうございます。まず、「B-15 R&B」にラップが入っていたというご意見についてだが、今、ラップが入っていない R&B に限定すると選曲の幅が非常に狭くなり、厳しい。ただし、全体の雰囲気 considering、より細やかに選曲していきたい。また、「ハワイアン」についてはムーブメントというまでではなくとも、何か来ているのだろうか。

#### 【審議委員】

多少、来ていると思う。一時期、モーツァルトが良いと言われて流行ったように、ハワイアンにも何かあるのではないかな。

#### 【放送局】

音楽的に“WAVE”までは来ていないとは思いますが、こうしてご意見を伺うと、やはりイライラ防止に寄与するのではないかなという気がする。イライラしている時に穏やかなハワイアンを聴くと、「こんな気にしなくて良いのかな」というような印象を与えられるのかも知れない。

今回、いずれのチャンネルも「選曲の深さ・広さ」についてはある程度、評価を頂けたが、「“今”の空間とのマッチング」という点では、美容室のためだけにチャンネルを作っているというわけではないので、どうしても、最大公約数を取ろうとするというか、ベターな選曲になってしまうのは否めないところだ。

#### 【審議委員】

今回、美容室をターゲットとした 3 チャンネルを課題としているが、美容室向けには何チャンネル位用意しているのか。

#### 【放送局】

美容室といっても様々ある。美容室の空間デザインを 15 にカテゴライズして、それぞれに対してどのチャンネルをおすすめできるかを選んだことがあるが、100 チャンネル位ははまるのではないかと考えている。実際にお客様におすすめする時は、個々の空間デザインやシーンに合わせて、チャンネルのセレクトの仕方をご提案している。

#### 【審議委員】

美容室のオーナーの中には強いこだわりを持つ方もいて、お客様を限定して、チェアも 1 台しか置かないという店もある。時間帯によって音楽を変えてもらえると嬉しいというオーナーもいた。

#### 【放送局】

今回ご紹介はしていないが、「A-40 ブラックミュージック・ステーション」や「A-39 ロック&ポップス・ステーション」、「A-37 ジャズ・ステーション」などは朝・昼・夜…と時系列に沿って選曲しているので、1つのチャンネルのままで、1日の演出をして頂ける。また、「I-13 モーニングタイム 洋楽」、「I-14 ランチタイム 洋楽」、「I-15 ディナータイム 洋楽」、「I-16 パータイム 洋楽」などは時間帯そのものがチャンネルのコンセプトになっていて、それらを自由に組み合わせて使って頂くこともできる。USEN は様々なニーズにお応えするために多彩なチャンネルを用意しているが、それを如何に伝えるかも課題である。

本日は本当に様々なご意見を頂いた。ターゲットとするユーザーに対してヒアリングを行うともっとわかりやすいのではないかというご意見、邦楽でも何かできないかというご意見などについては、編成部分だと思うが、例えばお客様の年齢層が上がっていることだったり、ご紹介頂いたCDのような“もたらず効果”だったりも考慮して、様々な切り口でコンプレーションすることも考えて行かなくてはならないのかも知れない。また、「空間とのマッチング」については、「ハワイアン」の例があったが、我々が想定している以外のニーズも生まれているということを確認していきたい。

今回頂いたご意見を新しい番組作り、もしくは既存の番組の更なる精度の向上に活かしていきたいと思う。