

第 48 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:平成 28 年 1 月 28 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
大林 宣彦 委員
品田 英雄 委員
笈川 誠 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
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、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)「2015 年間 USEN HIT ランキング」について**

2015 年 12 月 7 日、「2015 年間 USEN HIT ランキング」を発表。同日表彰式を開催し、J-POP 部門では、三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE「R. Y. U. S. E. I.」を、洋楽部門では、テイラー・スウィフト「シェイク・イット・オ

フ〜気にしてなんかいられないっ！！〜」を表彰した。

(2) 追悼特別番組の放送について

2016年1月13日より、デヴィッド・ボウイ氏「David Bowie 追悼特別番組」を、同1月20日より、グレン・フライ氏「イーグルス グレン・フライ 追悼特別番組」を放送開始した。

(3) 『With Music』発行について

2015年12月、会報誌『With Music vol.34(2016年1〜3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

イタリア料理店をターゲットにしたBGM番組について

【対象番組】

- D-35 イタリアン・ポップス
- D-46 イタリアン空間向けクラシック
- H-36 カンツォーネ

3. 番組審議

【放送局】

主にイタリア料理店をターゲットに想定し、「D-35 イタリアン・ポップス」、「D-46 イタリアン空間向けクラシック」、「H-36 カンツォーネ」の3チャンネルを審議して頂きたい。

【審議委員】

「H-36 カンツォーネ」は50〜70年代の楽曲を集めているということだが、今のイタリアンレストランの雰囲気、トレンドから考えると、なかなか(この音楽が)合う店舗はないのではないかと。私が行くレストランが偏っている可能性もあるが、パール、リストランテ、トラットリア・・・いずれもカンツォーネがかかるというイメージがあまりない。USENを利用しているイタリアンレストランではこの番組も人気が高いようだが、正直、意外だと思った。番組内容については、「H-36 カンツォーネ」もそうだが、「D-35 イタリアン・ポップス」も、選曲のための情報収集源として『サンレモ音楽祭』をチェックしているということであれば、それは一番早い情報(を得られている)ということになるだろう。

「D-46 イタリアン空間向けクラシック」はもう少し評価されても(=USENご利用店で人気が高くて)良いのではないかと思った。もしかするとネーミングで敬遠されているのではないだろうか。チェーン店の店長なら別だがオーナーシェフなどには、「イタリア向け」と言われると、「いや、違う、違う」と言いたくなるようなひねくれた人が多いので、難しいかとは思いますが、敢えて「イタリア」と入れないネーミングを考えると良いかも知れない。

【審議委員】

質問になるが、フレンチや中華に比べてイタリア料理店はUSENを利用している店が非常に多いようだが、この違いは何によるのか。USENはイタリアに強いということなのか。

【放送局】

想像の域を超えない話だが、あるイタリア料理店のシェフから、「どうしたら店舗でイタリアを表現できるか」と相談を受けたことがある。そして、手軽にイタリアを表現する方法として音楽が使えるということはわかったが、自分ではどういう選曲をすれば良いかわからない…。ここにイタリア料理店で USEN をご利用頂ける理由があるのではないかと感じている。

【審議委員】

その話を聞き、また実際に USEN を使っているイタリアンレストランにおいて今回の審議対象3番組の人気が高いということを押さえると、番組も高く評価して良いのだろう。ただ、この中で比較的「D-46 イタリアン空間向けクラシック」の人気は低いのはちょっと残念ではないかと思う。

それを前提に各番組について言うと、まず「D-35 イタリアン・ポップス」については、この10年で世界中のクラブで流れている楽曲が本当に同じになってしまい、(この番組でも)EDMなどが来るのが当然だとも考えられるが、そうではなくて、“明るくて”、“ポップで”、“聴き心地の良いイタリア語”の曲という限られた切り出し方で選曲しながら、これだけの人気を得ているというのだからすごいと思う。

「H-36 カンツォーネ」は、“家庭料理を売りにしているようなイタリアンレストラン”での利用を想定されているということだが、テーマ性を持つバルなどでもイタリアっぽい演出ができて良いのでは。実際のイタリアでも今ではもう“イタリアっぽい”などという情緒はなくなって、そういうところ(=イタリア情緒を感じられるところ)はテーマパークのようにになっている。テーマ性を立たせた店舗にはカンツォーネなどいかにもイタリア情緒を感じられる音楽が合うのではないか。

「D-46 イタリアン空間向けクラシック」は、一曲一曲(の選曲)はよく考えられていて良いが、全体として聴くと、アリアの後にパガニーニ(の楽曲)が流れたり、オーケストラもあれば、器楽曲もあったり…と、曲ごとのアップダウンが感じられた。また全体的に品が良過ぎて、食事をする時には“緊張する”とか“冷たい”という印象を受けた。(楽曲の)バリエーションを広げたことは良かったと思うが、“楽しく食事ができる”という選曲基準を加えても良いのではないかと思った。フレンチレストランではなくイタリアンレストランに行くということは、“家族でワイワイ食べたい”とか、デート利用でも“緊張感なく、ギャグが言えるくらいの距離感のデート”を望んでいるのではないだろうか。レストランであっても、フレンチではなくイタリアンを選んだ時点で、カジュアルな感じがあるのではないかと、利用する立場からすると考えた。アリアなどは食事を楽しんでくれるのではないかと感じた。

【放送局】

オーケストラの曲と器楽曲についての話があったが、どちらかに寄せた方が聴きやすいということか？

【審議委員】

器楽曲は品が良くて、少し緊張させるような気がした。また、(ヴァイオリンなど弦楽器の演奏を聴いて)ふと弦の使い方が気になったりすることもある。器楽曲はBGMっぽくないと思う。

【放送局】

その感じ方については、“クラシック”として聴いているか、BGMとして聴いているかの違いにもよるだろう。ネーミングの話もあったが、“クラシック”と思って聴いてしまうと、どうしてもクラシックの耳になってしまうというか…そういう部分もあると思う。

【放送局】

制作するにあたり、これまでどちらかと言えば、「歌ものを入れていていいのか」ということを模索していた。インストゥルメンタルで小編成ものの方がBGMとしてはふさわしいのではないかと考えて制作してきたので、今、(器楽曲に対するご意見を頂いて)ハッとしているが、今後はそこも模索して制作していきたいと思う。

【審議委員】

イタリア民謡や歌曲が混ざっているという点については、いかにもイタリアらしい空間を作れて素晴らしいと思う。ウキウキ感や優しさを感じられると思った。

【審議委員】

あらゆる芸術の中で最もジェネレーションギャップがあるのが音楽だろう。10年、20年違うとまったく“音楽の世界”が違う。これらの番組を聴いて私はまずジェネレーションギャップを感じた。今、まさに時代の中心にいる(制作ディレクターの)皆さんが選曲した番組からは逆に教えられることもあるが、私の立場からの違和感を伝えることが参考になればと思う。最初に聴いた「D-46 イタリアン空間向けクラシック」については、1曲目が「サンタ・ルチア」だったことにまず驚いた。「サンタ・ルチア」がクラシックなのか?…と。私たちの世代にとっては「サンタ・ルチア」こそがポップスだが、少し考え、これは小学唱歌みたいなもので、今ではクラシックと呼ばれるのかなと理解した。それはさておき、「サンタ・ルチア」がかかった時はちょうど日差しが良くて、それこそ「おお、イタリアだな」という感じがした。BGM というと、映像の世界では伴奏音楽と言われ、テーマ性を感じなくて気にならない音楽が心地良く鳴っているだけだと思われていたが、それは間違いであり、そこにかかっている音楽はいわゆるテーマ性を持つ。だから、私は(「サンタ・ルチア」を聴いた時、)イタリアのような気持ちの良い空間を感じたのだ。話は少し飛ぶが、先日、歯医者に行った。口を開けてガーッとやられる(=治療される)のは人生の中で一番嫌なことではないかと思うが、その時に「カルメン(歌劇『カルメン』より「前奏曲」)が流れたのが非常に良かった。快感だった。口を開けながらあの旋律を聴いていると何か勇壮な気分になり、「ああ、音楽っていうのは良いなあ」と体感した。そういうことがあったばかりということもあり、1曲目の「サンタ・ルチア」はとても良かったのだが、他の曲にはイタリアを感じられなかった。イタリアの作曲家の作品が集められているということはわかったが、私たちの知っているイタリアの味と匂いがなかった。イタリアの持っている、「陽気で、明るくて…」という感じがなかったのだ。むしろ、(この番組は)フランス料理店でかかっていたら良いのかも知れないと思った。もしかしたら若い人にとってはこれで良いのかも知れないが、私たちの世代も実はイタリアンが大好きな人が多いので、番組を制作する際に、そのターゲットには60代、70代、80代の人もたくさんいることを考慮して欲しい。私たちが知っている、大好きだったイタリアの味と匂いを感じさせて欲しい。

次に、「H-36 カンツォーネ」。カンツォーネと言えば“イタリアン”で、歌うのも大好きなのだが、ここで選ばれているカンツォーネにはやはりジェネレーションギャップを感じた。例えば、「オー・ソレ・ミオ」という曲は、私たちの世代の人間に歌わせたら、(声高らかに)「♪オ～ソ～レ～ミ～オ！バ・バン・バン・バン！」と、こう来なくてはカンツォーネではない。それを軽やかに8ビートでやられたら、なんだこれは?…となる。「これではカンツォーネではない」とがっかり感がする。今の人たちにカンツォーネを聴かせようとしたら、このようにアレンジしなくては聴いてもらえないのかも知れないが、戦略としてどうなのだろうか。これではまるで、“ゆるキャラ”みたいだ。今、ゆるキャラが流行っているが、BGM がゆるキャラ揃いになるということは、戦略に乗せられているとも感じる。少し激しい物の見方だが、これではイタリアのものでもなくなってしまうように感じる。

最後に、「D-35 イタリアン・ポップス」だが、ポップスになるともう国籍がまったくなくなってしまうように感じる。アメリカのも

のでも、イギリスのものでも、どこのものでも、ポップスはポップス。皆さんの世代だと「イタリアン・ポップス」と聞いてピンと来るのかも知れないが、私からするとポップスというジャンルになってしまう。そういう意味で言うと、今回の 3 つの課題番組はすべて「イタリアの匂いがしない」ということが残念で、どうかすると、「イタリアの匂いが消されて行っているな」と感じた。音楽というのは世界各国みんな違うわけで、その違いを認め合い理解し合うことが共存であると思うし、オンリーワンであって欲しい。USEN のスタッフとして BGM を届けるということは、未来を作るということ。BGM は主題を持っているんだと認識し、戦略的に作って行って欲しい。私は音楽が専門の人間ではないから、各論としてではなく総論として伝えさせていただいた。イタリアというものの匂いをもっとピンピン出した方が、BGM でより演出が可能になるのではないかと思う。

【審議委員】

今のイタリアの Billboard チャートを見ると、上位にテイラー・スウィフトが入っていたりして、日本とあまり変わらないが、「D-35 イタリアン・ポップス」ではイタリア語で歌われた今のもの(楽曲)が選曲されていて、聴いていて面白かったし、それがイタリアンレストランで人気が高いのもわかる気がした。また、先ほどから語られているが、日本のお寿司屋さんでもジャズがかかっているような時代なので、イタリアのコンテンツ以外に、「B-31 モダン・ジャズ」や「I-14 ランチタイム 洋楽」、「D-30 ボサノヴァ」などのチャンネルも人気が高いのも“今”を表していると思うし、多様なチャンネルがあることは USEN の強みなので、それもイタリア料理店の多くのお店でお使い頂いている理由なのだろう。そういう観点で見た場合、今回の課題とは離れるが、イタリア料理店に比べてフランス料理店は USEN ご利用店が少ないというのは、フランス料理店の方がこだわりが強いお店が多く、「BGM がない方が良い」というお店も多いのではないかと思った。イタリア料理店では「D-35 イタリアン・ポップス」や「H-36 カンツォーネ」をかけるが、フランス料理店で「D-29 フレンチ・ポップス」や「H-29 シャンソン」をかけるかと言えば、たぶんかけないと思う。お店が必要とする音楽について、もう一度考えてみないとフランス料理店でのご利用店数は伸びないように思う。

イタリア料理店での BGM に話を戻すと、これもジェネレーションギャップかも知れないが、私はやはりナポリ民謡など、本物のイタリア民謡に強くイタリアを感じる。「イタリアを感じる音楽とはどのようなものか」を考えたチャンネルを 1、2 チャンネル作ると良いと思う。

【放送局】

個人的には、民謡をマンドリンで弾いているような音楽は本当に(気持ち)ほっこりするし、そんなチャンネルを作りたいと思う。

【審議委員】

なるほど。考えてみれば、私たちが「イタリア料理が好き」と言っても、イタリアのことをそんなに知っているわけではない。例えば、ブラッドオレンジというとイタリアをイメージするが、シチリア島の特産物であって、イタリア全体にあるわけでもない。そんなイメージで言うと、確かにギターやマンドリンの演奏の民謡などはいかにもイタリアを感じられて良いかも知れない。今回の審議課題ではないが、先ほどたフランス料理店についても、同様に考えられると良いだろう。

【審議委員】

今回の審議課題番組を聴いてみて、率直にすごくいい番組だと思った。しかし、私はよくイタリアンレストランに行くが、イタリアンレストランで“イタリア”などと改めて思ったことがない。イタリアンがイタリア料理だと意識して食事をする人もあまりいないのではないかという感じがした。また、イタリアンレストランでは多くのお店で USEN を使って頂いているということだ

が、イタリアンレストランの音楽も全く思い浮かんでこない。意識させずに音の壁を作り居心地の良い空間を作ってくれていて素晴らしいということでもあるが、逆に言うと、番組制作者が一生懸命作っている BGM が聴かれていないというのは寂しい話ではないか。矛盾しているが、きっといい番組を作れば作るほど、ニーズに応えきれなくなってしまうという面もあるのではないだろうか。先ほど語られたが、BGM は耳障りがいいというばかりではなくて、何かアクセントをつけることにより、ふと入ってくるという時があるように思う。また、例えば、“食欲が出る”とか何か新しい発想をしても、面白いものができるのではないかという感じもする

「D-35 イタリアン・ポップス」は、全体的によくできていると感じた。時間帯によって選曲を変えているが、それも見事にちゃんと変わっていた。相当(数の)楽曲を聴いていると思うし、選曲も素晴らしかった。制作者自身の評価を見ても、「番組コンセプトに沿った選曲」の項目で満点の 5 をつけているが、自信を持って作られているのだろう。

その点、「D-46 イタリアン空間向けクラシック」は「番組コンセプトに沿った選曲」の項目で 3 をつけているが、それだけやはり難しいということだろうし、「H-36 カンツォーネ」は同じ項目に 5 をつけているが、これも正直なところだろう。番組のための選曲では、繰り返しになるが、“BGM”としてお店のニーズに応えなくてはいけないけれども、全部そのまま応えていたのでは、制作者のやる気も失せるだろうし、一生懸命作った BGM が聴かれないということにもなるだろう。逆の発想で、一度、本当に自分の作りたいものを作って出してみたらどうだろう。ウケるかウケないかは分からないけれど、とりあえず出してみたらどうかと思う。

【放送局】

ありがとうございます。BGM サービスを生業にしているので、音楽で雰囲気演出することについてはもっと突き詰めて行きたい。また一方で、音楽は文化なので、その音楽の意味を失くして雰囲気だけになってしまわないようにも留意し、番組制作者の音楽への熱意も番組で表現できれば。これらを確認することは難しいとは思いますが、実現できたら、それがたぶん究極の BGM なのだろうと思う。あと、「上品過ぎて緊張する」というようなご意見も頂いたが、音楽が与えるそういう雰囲気についてはすぐに修正できる部分かも知れない。

【審議委員】

BGM というのはまさに雰囲気を作るものであり、「より気持ち良くさせる」、「邪魔にならない」というのが基本。映画音楽でも基本的にはそのように使うが、“対位法”という使い方もある。日本では黒澤明監督が音楽に大変詳しくあったが、いつも二言目には「コントラプンクト、コントラプンクト」と言っていた。悲しいシーンには楽しい音楽をつける。楽しいシーンには悲しい音楽をつける。そうすると音楽が意思を持ち、そのことがより後衛を支えることになる。先ほど話した「歯医者さんでの音楽」の話だが、歯を治療されながら聴いたあの「カルメン」は決して心地の良い伴奏ではなく、対位法で迫ってきた。“グサグサ刺さる”音楽であり、決して心地良い音楽ではなかった。でも、“グサグサ刺さる”ということの不快感が私にとっては快感になって、歯の痛みを忘れて、なんだか“研ぎ石”になったような気分になった。ここに、先ほど別の方のご意見にあったように「違和感のある曲を持って行くと、かえって効き目がある」世界があるわけだ。「大勢の人の要望に応え、お邪魔にならないような音楽をかけて、できれば雰囲気が良くなればいいですね」というタイプの提供法ならば、今のままで十分だが、皆さんがもしこれから「音楽によって世界を変えていこう」、「良くしていこう」という意思を持っているならば、対位法という意味での BGM を考えてみたらどうだろう。

例えば、「H-36 カンツォーネ」では、8 ビートやバソノヴァのリズムで聴きやすくアレンジされた「オー・ソレ・ミオ」が流れていたが、そうではなく、昔の「♪オ～ソ～レミ～オ！バ・バン・バン・バン！」と歌い上げるものをわざと入れると、居心地は悪いが(聴く人に)刺さるだろう。考えれば、本来、日本人がイタリア音楽を聴くということはそもそも対位法なのだ。他国の

文化が心地良いわけがないのだから。しかし、それはデメリットではなく、それを体験することこそがオンリーワンの世界なのかも知れない。どこの国の音楽も同じようなアレンジにして、「心地良い BGM でしょう」と言っても面白くない。冒険だが、そういうことを試してみる余裕もあると良いのかも知れない。受け手に好まれるようにただ「心地良いものを出しました」というのでは悲しい。

【放送局】

正解はないと思うが、「H-36 カンツォーネ」については、いかにもイタリアらしい趣のあるナポリ民謡、カンツォーネの音源もライブラリーにはあるので、そういった音源も入れたデモ番組を制作して、イメージしながら聴いてみるなどしたいと思う。また、フランス料理店ではイタリア料理店ほどには USEN をお使い頂けていないということについても、なぜなのか今一度考え、新しい番組の検討もしてみたい。「D-46 イタリアン空間向けクラシック」については、イタリアらしさを表現できる選曲を改めて考えていきたいし、ネーミングを含めてその打ち出し方も考えたい。「D-35 イタリアン・ポップス」については、概ね良いご意見を頂けたが、常に“旬のイタリア現地の流行歌”をポップスと定義し、クラブ・ミュージックや EDM などに染まって行くことが求められるのか…。業務店向け BGM サービスで求められる“イタリア”の表現はいかなるものかをしっかり考えていきたい。