

第 71 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

■開催日時

2022 年 1 月 27 日 (木) 16:00～

■開催場所

東京都渋谷区神泉町 9-8 USEN 渋谷ビル

渋谷ビルミーティングルームをベースとして、委員および USEN 側の一部がテレビ会議形式で出席。

■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

■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課長 小島 万奈

コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課 李 再恩

コンテンツプロデュース統括部制作部制作1課 河合 芳樹

【番組審議会事務局: 森角、林、大園】

議事内容

1. 会社動向、放送事業動向についての報告

(1) 第 58 期第 1 四半期経営成績について

売上高は、店舗サービスは前期比増収で推移し、エネルギーは高低圧とも獲得が増加するとともに、燃調費単価回復により増収した。営業利益/経常利益は、粗利微増、販管費微増により前期比ほぼ同水準で着地した。

(2) 店舗 DX 推進について

配膳/運搬ロボットの販売により、コロナ下での対人接触機会削減、人手不足解消、生産性向上などによる飲食店支援を進めている。新たに Pudu 社の配膳ロボット2種類を取扱開始し、店舗の広さやニーズ等に合わせ、よりフレキシブルな提案が可能になった。

(3)After コロナ 飲食店支援 新規サービスについて

コロナにより対人接触機会を極力減らすために「キャッシュレス決済」導入の重要性が高まっているものの、現金決済と比較して入金サイクルの遅れによる資金繰りの問題からキャッシュレス導入を躊躇する店舗が存在する。USENの提供するキャッシュレス決済サービス『Uペイ』は、住信SBIネット銀行様との提携により、決済された翌日に「Uペイ」加盟店の銀行口座へ入金する『翌日入金サービス』を実現し、キャッシュレス決済を導入する店舗のキャッシュフロー良化に貢献する。

(4)USEN MUSIC AWARD 2021 開催について

1971年の創業から今年で60周年を迎え、イベント名称を「年間 USEN HIT ランキング表彰式」から『USEN MUSIC AWARD 2021』に一新して開催した。年間ランキング1位楽曲の表彰のみならず、一般投票結果で決定するUSEN ARTIST OF THE YEARの新設、また、創業60周年記念としてリクエスト累計1位楽曲の特別表彰も行った。

(5)追悼番組の放送について

2021年10月8日～10月29日まで、9月30日に逝去された、作曲家のすぎやまこういち氏(享年90歳)を偲んで、「すぎやまこういち 追悼特別番組」を放送した。

2. 審議課題

「利用シーン」×「番組」

3. 【対象番組】

- C-77 Quiet Lounge
- C-78 和風ラウンジ

4. 審議

【放送局】

第58期は「利用シーン」×「番組」を審議テーマとする。今回は2021年4月に放送開始した「C-77 Quiet Lounge」、
「C-78 和風ラウンジ」の2番組を審議頂きたい。

【審議委員】

「C-77 Quiet Lounge」も「C-78 和風ラウンジ」も、番組名を見た時から聴くのが非常に楽しみで、どのような番組だろうとイメージを膨らませて、期待も高まってから聴いた。

まず、「C-77 Quiet Lounge」は番組名から想像して、どのようなホテルのラウンジに合うだろうとイメージしながら聴いたが、私がイメージしたより動きが感じられる、若い印象の選曲だった。私がイメージしていたのは静かなラウンジなのでその様に感じたが、ディレクターはグレードの高い個性的なデザイナーズホテルをイメージしていると聞き、腑に落ちた。そのようなホテルに合わせたのなら丁度良い選曲だろう。全体的な感想としては、非常に良い選曲だと思った。この番組が想定しているようなホテルのラウンジで実際にサンプルを聴いてみると、最初は落ち着き、ゆったりした感じだったが、中には打ち込み系の曲やカバー曲で原曲よりもテンポが速い曲が有り、引っ掛かった。打ち込み系の曲については、個人的にそのような音に敏感なのかも知れないが、カバー曲については、皆知っている曲だけにどうして速いテンポの楽曲を

選曲しているのだろうと驚いた。

【放送局】

ご指摘の曲は原曲よりは速いもののスローテンポ～ミドルテンポなので、テンポ自体が速い訳ではない。ヴォーカルによる演出で実際より速く聴こえるのかも知れない。

【審議委員】

打ち込み系の曲も極端ではないが、静かなラウンジで流れると聴く人は驚くだろうと思った。イメージ的には弦楽器等、ゆったりとした大らかで柔らかい音が響いてくる曲が選曲されていると良いと感じた。このままでも良いが、やはり若い選曲だと感じたので、そのような曲が選曲されると良いだろう。ホテル以外の業種では、大人向けのアパレルや美容室が合うだろうが、40代後半～50代向けではなく、もう少し若めの30代～40代向けのように感じた。時間帯では夕方～夜帯向けに感じたので、爽やかなボサノヴァ・テイストの曲が選曲されると一日通しても利用しやすい番組になるのではないかと感じた。

「C-77 Quiet Lounge」の選曲に関してはディレクターの意図を感じ、USENとしては選曲の職人として自分の個性を出すのか消すのか、どちらなのかという疑問を今回も感じた。

【放送局】

これまでは職人として、選曲者やコンセプト、プロセスは表に出さず出来上がった番組を聴いて頂き、評価頂いていたが、企業向けのオリジナル BGM を制作する過程では、お客様に対し選曲者やコンセプト、プロセスを説明する機会にも恵まれている。その為、基本的には職人として選曲するが、場合によってはコンセプトやプロセスを含め、意図を表に出していくというのが現状だ。

【審議委員】

BGM はその場に溶け込み、音楽が流れているのを気付かせる事無く雰囲気や空気を作り上げる物だと思うが、「C-77 Quiet Lounge」には引っ掛かる曲があった。

「C-78 和風ラウンジ」は、評価するのが難しい。私も店舗のデザインやプロデュースをする中で、和の空間を演出する為に琴や尺八等の伝統的な和楽器を取り入れた現代的な楽曲を探した事が有る。この番組では正に探していたような曲が流れていたが、実際に聴いてみるとどのようなシーンに合うか分からなかった。曲自体は非常に完成度が高く、嫌いではないし、良い線を行っているが、例えば高級な和風旅館やラウンジ、飲食店等何処かの空間に合わせるとなると難しい。ずっと聴いているうちに、インバウンド向けに作った「これが新しい日本です」と表現する場所には合うのだろうと思った。日本人が日本の「和」の雰囲気をデザインするのは当たり前だが、外国人がデザインすると不思議な違和感を抱き、それと通じる物が有る。外国人からすると非常に新しく格好良く、すんなり受け止められるが、日本人からすると真面目に聴くとやり過ぎていて、一歩間違えると滑稽に聴こえてしまう。

【放送局】

わざとらしく聴こえるのだろうか。

【審議委員】

そうだ。BGM と空間があまりに合うとそう感じる人も居るだろう。外国人が訪れる国際空港のラウンジや貸衣装屋、書道の

グッズ売り場、ニューヨークの和食屋等で流すには非常に良いと思う。

【放送局】

「和」の雰囲気の内装より、そうではない内装の店舗の方がこの番組は合うと感じられているのだろう。

【審議委員】

「和」の内装に、「和」のBGMを合わせるとやり過ぎて、わざとらしくなるように感じる。「C-78 和風ラウンジ」で流れている曲はCMや映画にも合いそうだ。

【審議委員】

「C-77 Quiet Lounge」と「C-78 和風ラウンジ」は別番組だが、ターゲットとしている利用シーンを見てみると似通っているので、1番組に統一して良いのではないかと。

これまでの審議の中でも言った様に、出口から入口へ向かって選曲する事を提案してきた。つまり、利用シーンを設定してそこに向けて選曲していくという事で、相応しい選曲が出来る確率が高くなると思う。「C-77 Quiet Lounge」と「C-78 和風ラウンジ」は、利用シーンに向けてディレクターがそれぞれ相当研究して選曲したのだろう。どちらのサンプルも、市販のコンピレーション・アルバムと比べて実に良く出来ていると感じた。特に、「C-78 和風ラウンジ」の方は良く知っているアーティストの楽曲も選曲されていたが、知らないアーティストの楽曲も選曲されていた。曲を聴きながらアーティストについて調べていると、私も知っているようで知らないアーティストも居て、良い曲も沢山有るのだと思った。ディレクター達は大変な曲数の中から選んでいると思うので、その探求心に敬意を表したい。

ターゲットとしている利用シーンに合っているのかという点については、正直に言うと分からない。何故かと言うと、ディレクターが考えた中で選曲し、満点に近い選曲をしているのではないかと思うからだ。ただそれは、選曲者が変わると選曲内容も変わるという事であり、ビジネスとしては大きなロスだ。そこで考えたのだが、選曲者の良さを出してもらいつつ、尚且つ負担を軽減する為には、選曲にAIを導入してみてもどうだろうか。選曲者の意見を聞きながらAIの学習を重ねて行けば、利用シーンに対してAIで瞬時に選曲出来るような仕組みも考えた方が良いのではないかと思う。毎回これだけのクオリティの選曲をするのは大変だ。

【放送局】

実は2020年秋より一部のサービスにおいてAI選曲を導入しているが、AIの選曲と人の選曲ではやはり差が有ると思うので、どこを自動化するかという線引きは課題であると認識している。今後、しっかり決めて行きたい。

【審議委員】

AIの良さと人間でないと駄目な部分が有るので、ハイブリッドさせてバランスを取りながら進めるのが良いのではないかと思う。「C-78 和風ラウンジ」をAIに選曲させようとしても、これだけのクオリティの選曲は出せないだろう。

【放送局】

AIは学習無しには何も出来ないもので、人が学習した事をどれだけAIに学習させるか、学習させてどこまで良い選曲が出来るかといった点も含め、今後、人が選曲したものではなくAIが選曲したものを審議頂く日が来るかも知れないので是非楽しみにして頂きたい。

【審議委員】

まず、「C-77 Quiet Lounge」は、ディレクターが実際にホテルのラウンジに行って、安心感と洗練された演出が必要だと感じた体験をした上で選曲をしたという事については非常に良い流れだと思った。上品かつ落ち着いた雰囲気のある飲食店、待合スペースをターゲットとして、心地良い安心感と洗練されたくつろぎを演出する為、柔らかく響く安心感の有るヴォーカルに拘り選曲したと思う。この番組は評価項目として、心地良さを感じるか、安心感が得られるか、この番組を聴いて本当にリラックス出来るかの三点に加え、曲に優しいリズムが有るか、テンポはどうかといった事も加味しながらサンプルを聴いた。総論的には、これらの評価項目については満足行く曲が殆どだったように思う。特に柔らかく響く安心感の有る曲が殆どだった。番組コンセプトにも「ジャジーなヴォーカルで、ゆったりとしたホテルラウンジの雰囲気を」と掲げられているが、実際に体験した中で選曲したという事だったので、醸し出されたのではないかという印象だ。各論的には、音楽療法的に不足している楽曲も選曲されていた。音楽療法的にはどのような所に心地良さを求めるかと言うと、少し高いサウンドで明るいイメージが有り、そして透明感が有る音から心地良さは生まれて、私はそういう物を提供するよう心掛けている。サンプルの中には、単調過ぎる曲も含まれていて、そういう曲についてはもう少し再考すると全体的に更にコンセプトに近い選曲が出来るのではないかと感じた。全体的に単調な曲が多かったので、もう少しメリハリが有っても良いように感じた。利用シーンへのマッチングだが、確かに上品かつ落ち着いた雰囲気のある飲食店、待合スペースには合っていたように思う。他には、ビアガーデンやゆっくり買い物出来る若者向けのアパレルショップ、コーヒーショップ等でも合うのではないかと感じた。

「C-78 和風ラウンジ」は、和モダンな雰囲気を持つ飲食店、待合スペースをターゲットとしている。「和」空間における高級感とくつろぎや今の時代を反映した和風BGMは、私にはあまり分からないが、そのような雰囲気が醸し出されているかという観点で聴いた。特に尺八は音楽療法的には自然音に近い揺らぎが良く出て、三味線はヴァイオリンに比べると周波数は低いが倍音が良く出て、自律神経に作用する。尺八も三味線も音楽療法ではよく使われるが、そういうものと西洋楽器を上手く組み合わせる奇抜な発想で選曲されていると思った。この番組は評価項目として、心が和むのか、高級感が感じられるか、ゆったりした気分になって落ち着くのか、の三点を設けた。総論的には、コンセプトに有るような「和」の雰囲気と現代的なエッセンスが和楽器と西洋楽器との上手いコンビネーションで醸し出されていたのではないかと思うので、選曲は非常に良かったと思う。各論的には、どの曲も評価項目について満足が行くように思えたが、高級感という点においては不足している楽曲も選曲されていた。サンプルの中にはスローテンポな楽曲や、透き通った音色がしっかり出ていない楽曲も含まれていて、そういう曲についてはもう少し再考するとより良番組になるのではないかと感じた。和の要素と、和楽器と西洋楽器との組み合わせの中で面白い現代的な雰囲気が出ていたので、想定している和モダンな雰囲気を演出するホテル／旅館のラウンジにマッチするのではないかと感じた。他の委員が言った様に、インバウンド向けの空間で流すと印象深い雰囲気になるのではないかと感じた。他には、日本人形を売っている店舗等、和服が似合う店舗やお酒を飲みながら談話を楽しむような場所にも合うのではないかと感じた。

【放送局】

和楽器が音楽療法的に良いというのは初めて知った。

【審議委員】

尺八や三味線は曲が違っていても、非常に馴染みの有るサウンドなので、この番組は高齢者施設で流しても合うと思う。

【審議委員】

パンデミックになる前は、世界中で観光客が増えている時代で、ホテルの利用者は次第に変わり、ホテルの作り方も利用の仕方も次第に変わる中で、今回の2番組は面白い企画で良いと思った。

「C-77 Quiet Lounge」を聴いて、ジャズを中心とした新しい音楽が、今は特にヨーロッパのアーティストの音楽が多く、凄いと感じた。最近ジャズをちゃんと聴く事が無かったが、新しいジャズの解釈の仕方や演奏の仕方がこんなにも沢山曲が有るのかと驚いた。

ターゲットとしている利用シーンに関しては、モダンな高級ホテルに非常に合っていると感じた。しかし、資料に載っているような綺麗なソファが置かれているラウンジというより、比較的若い年代のビジネスパーソンがパソコンで作業するのに利用するようなスタイリッシュなラウンジに合うと思い、それは非常に良いと感じた。選曲も含めて言うと90点位取れるが、敢えて問題提起をするのであれば、選曲されている曲が良く、楽しい気持ちになってしまうので、老舗ホテル等のラウンジでビジネストークをする場合には邪魔になってしまうのではないかと感じた。また、サンプルでは個人的に好きな曲が続いた後、緊張感や不安を抱く曲が続き、その後また緊張感を解くような選曲がされていて、考えられた選曲だと感心する一方、ひねくれた見方もしてしまった。昼と夜では夜向きの選曲だと思うし、リラックス出来て、楽しい気持ちで、長い時間を過ごす為に丁度良い、邪魔にならない番組にするには、緊張感や不安を抱く選曲は外して、もう少しコンセプトに寄せていった方が良いのではないと思う。全体的にはとても良い番組だと思うので、このような番組や選曲を広げて欲しい。

【放送局】

狙ってしている選曲についてご指摘を頂いた。この番組は若い人向けに、人気の有る最近のサウンドをわざと取り入れた面が有り、そのような楽曲を外すかどうか検討したい。

ターゲットとしている利用シーンは、高級ホテルというより、どちらかと言うと若い人が訪れる洗練されたホテルのカジュアルで入りやすいスペースも想定して選曲している。その為、幅広い選曲をするよう心掛けていたが、ターゲットをもう少し絞って、より良い内容にしていきたい。

【審議委員】

そもそもホテルのラウンジでビジネストークをする人をターゲットにしていないのだろう。

【放送局】

市場規模で言うと、ビジネストークをするようなホテルのラウンジの方が大きいだろうか。

【審議委員】

そのような人達は、流れている音楽の質を気にしていないと思う。新しいホテルの中でも、特にDJが選曲をしているようなラウンジでは選曲は勿論、来る人がその場の雰囲気や空気を作っていて、その人達のファッションがホテルのグレードを上げている印象が有り、そこまで拘った選曲が良いと思う。ビジネストークをする人にとってはホテルという場は、日常的に訪れるので特別な場所ではないが、気分を上げて遊びに行く観光客までターゲットに含めると、「C-77 Quiet Lounge」のような選曲や番組は大切になってきているように感じる。

【審議委員】

ホテルも今では非常に幅広く、最近のデザイナーズホテルではBGMも非常に個性的になってきている。

【審議委員】

「C-78 和風ラウンジ」を聴き、まず自分が聴いた事の無い音楽がこんなに沢山有るのだと感じた。また、和楽器の魅力の多さや、楽曲としての面白さも非常に感じた。選曲されているアーティストの名前は殆ど知らず、調べながら聴いたが、新しいアーティストが、このように良い曲を作れているのは凄いと思う。非常に耳に残る選曲だったので、ディレクターの選曲のセンスと楽曲を探す能力に感心した。ディレクターから「和」空間における高級感を演出する番組だと説明があったが、曲が耳に残る分、日本的というより無国籍、或いはアジアっぽいと感じた。私達が感じている日本のほのぼのの感とは異なり、全体的にくつろぐというよりも緊張感を生み出す曲が多いのではないかと感じたので、滞留時間を長くしたいラウンジや店舗より、緊張感を高めた後に解し、カタルシスを演出したい空間の方が合うのではないかと。「C-77 Quiet Lounge」と同様、点数を付けられると良いが、難しい。恐らくターゲットではないが、インバウンドで「日本」というものを期待した時に、こういった曲を聴くと日本に来てよかったと思うのか、違和感を抱いて楽しめないのか、日本人の私の感覚とは違うと思うので判断が難しい。

BGMとして考えると、聴く人の心があまり解れないのではないかとという心配が有る。また、つい聴いてしまう選曲なので他の人とコミュニケーションを取る雰囲気演出するのが難しいのではないかと。アンビエント風のBGMの中でも、オープンなのか、クローズドなのかは分かれる点であり、コミュニケーションを取らない方が高級感を醸し出すという考えも有るので、ディレクターの考えを聞いてみたい。

【放送局】

和風のメロディは切ないものが多く、その中でも現代的な雰囲気が合わさった曲を選んでいるので、緊張感が出てしまったのかも知れない。勿論、リラックス出来る曲も選んでいるが、そのようなサウンドの曲が多くなってしまふ。

【審議委員】

リラックス出来る曲を選ぶと、内容が薄く安っぽい選曲になってしまうだろう。顧客の声を聞いて判断するのが一番良いと思う。

【放送局】

無国籍、アジアっぽいというご意見は、選曲の妙も含めてそれも逆に良いのではないかと。思う。

【審議委員】

「C-77 Quiet Lounge」はなかなか良い選曲だと思う。サンプルの中にも面白いアクセントになっている楽曲が選曲されていた。

「C-78 和風ラウンジ」はあまりにもパターン化した和のテイストなので、かえって好みに分かれるのではないかと感じた。

【放送局】

ここまで様々なご意見を頂いた。

「C-77 Quiet Lounge」は、ターゲットと選曲のバリエーションについて多くご意見を頂いた。特に、ターゲットとする世代や、時間帯を選ばない選曲についてご意見を頂き、全体の選曲のトーンを今後どのようにしていくかという点と、サンプルの

中でもご指摘を頂いたような曲を今後選曲するのかといった点は改めて考えたい。前提として、ビジネストークをする場をターゲットとするかによって変わってくるだろう。

「C-78 和風ラウンジ」は、楽曲としては非常に面白いという事で比較的肯定的なご意見を頂いたが、利用シーンとのマッチングについては、和の空間以外に合うというご意見を頂いた一方で、純粋な和の空間に合うというご意見を頂いたり、くつろぎではなく緊張感を感じたというご意見を頂いたり、様々なご意見を頂いた。選曲とターゲットへのマッチングのバランスをどう取れば良いのかについて、参考に出来るご意見が非常に多かったと思う。

また、選曲に AI を導入してみてもどうかというご提案を頂いたが、流石だと感じた。既に一部取組みを始めてはいるものの、まだ課題が多い所なので、今後、ご相談させて頂けると有難い。

2 番組共コンピレーション・アルバムだとすると良く出来ているというお褒めの言葉は、当然市販はしないが、大変嬉しい。ただ、BGM としてという事になると、やはりターゲットとしている利用シーンとのずれが有るのは問題だ。

【審議委員】

ターゲットはラウンジにくつろぎに行くのか、ビジネスに行くのかの二つで大きく分かれると思う。

私は、ホテルで待ち合わせをする事が結構有るが、人と行っているなのでその時に音楽が流れていたか覚えていない。BGM は意識しないと聴こえないと思う。最初からあそこに行けば良い BGM が流れているとくつろぎに行く人も居れば、ビジネストークが途切れた時にふと聴く人も居ると思う。

【放送局】

人や場所、シチュエーションによる番組の細分化も必要かも知れない。

【審議委員】

企業向けのオリジナル BGM を制作する中で、企業の要望がどの様になってきているか等、教えてもらえるとより良い審議が出来ると思う。

【放送局】

確かに、遍歴や傾向のレポートをお伝えすると、面白いご意見が頂けるかも知れない。本日頂いたご意見は、今後の番組制作の参考にさせて頂きたい。