

## 第 75 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

### ■開催日時

2023 年 1 月 26 日 (木)16:00～

### ■開催場所

東京都品川区上大崎 3-1-1 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

長谷川 演 委員

和合 治久 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 渋川 佳正

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 59 期第 1 四半期経営成績について

売上高は店舗サービス事業及びエネルギー事業は増収した。営業利益/経常利益/当期純利益粗利は増加した一方で販管費も増加したが、各段階利益は増益で推移した。

(2)店舗 DX 推進について

配膳ロボットが引き続き販売好調で、ファミリーレストランや弁当/定食屋チェーンに導入された。

(3)WEDDING MUSIC BOX について

業界初となる披露宴演出特化型 BGM サービスが 11 月 22 日に販売開始した。結婚式シーンでの BGM 関連処理(選曲・再生・権利処理)をワンストップで運用可能なだけでなく、レコチョク社協業により 1100 万曲以上の J-POP・洋楽・JAZZ・クラシック等、幅広いジャンルの楽曲を選択可能なサービスとなっている。

(4)オリジナル Bluetooth スピーカーについて

業界初となる店舗利用特化型モデルが 11 月 8 日に販売開始した。

(5)USEN MUSIC AWARD 2022 発表について

USEN MUSIC AWARD 2022 として、USEN 音楽放送におけるオンエア実績や、リスナーからのリクエストを基に独自に集計した『2022 年間 USEN HIT ランキング』と、創業 60 周年を記念した『時代別リクエスト 1 位アーティスト』を 12 月 22 日に発表した。併せて今回は特に若年層への USEN の認知度向上を目的に、SNS(TikTok) 上で有名クリエイター 5 名がランキングトピックを題材にした動画を投稿するキャンペーン施策「#USEN でバズ曲振り返ってみた」を実施した。

(6)サッカーワールドカップ特別放送について

11 月 21 日～12 月 18 日に開催された「FIFA ワールドカップカタール 2022」に合わせ、臨時特集枠にて店内の関連セール、イベントに活用いただける 2 種の特別番組を放送した。

(7)追悼番組の放送について

「K02 臨時特集 1」にて、12 月 13 日～1 月 13 日まで、12 月 6 日に逝去された、水木一郎氏を偲んで、「水木一郎 追悼特別番組」を放送し、1 月 13 日～2 月 13 日まで、1 月 10 日に逝去されたジェフ・ベック氏を偲んで、「ジェフ・ベック 追悼特別番組」を放送した。また、「K03 臨時特集 2」にて、1 月 17 日～2 月 15 日まで、1 月 11 日に逝去された 高橋幸宏氏を偲んで、「高橋幸宏 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】

■B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース

■C-50 ネオ・シティポップ

4. 審議

【放送局】

第 59 期は「利用シーン」×「番組」を審議テーマとする。今回は「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」、「C-50 ネオ・シティポップ」の 2 番組を審議頂きたい。

本日この場には出席できなかった委員より事前に審議コメントを頂いているので、「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスパー

ス」のコメントから紹介する。

「制作者の意図・コンセプトを考慮して、評価項目として、①テンポはアンダンテからアダージョでゆったり感が感じられるか、②落ち着き感を与えるために低音があり、一定の曲の流れがあるか、③リラックス、安心感を与えるために規則正しいリズムがあり、副交感神経に作用するか、この3点に加えて、自分がリモート、テレワークを実際に行っている際に聴き入った場合、仕事への集中力や没頭力と仕事の生産性が向上するかについて一曲ずつ検討した。試聴した結果、全体的には評価項目に適合した曲であった。しかし仕事、業務に悪影響をするビートが含まれ、不自然、不安定なビートと耳障りになるビートがあった。更にモノトーンのリズムで曲の流れが単調であるため、仕事中に眠気が襲ってくる可能性がある曲が含まれていた。今後の番組向上に向けてのアドバイスとして、テレワークやワークスペースでは集中して仕事の生産性を上げる事が重要だ。したがって、気になる耳障りな不安定なビートは避け、業務、特に思考の妨げにならない程度の心地良いビートを加えると、より良い番組になると思う。リモートワークには一人で取り組む業務と複数で取り組む業務がある。この観点でそれぞれに適合した番組を企画すると良いだろう。また、リモートワークでは業務時間と休憩時間もある。この観点で休憩中に適した音楽、心身を休ませるために副交感神経を優位にする音楽も大切になるので、この分野の音楽も提供してもらえると良い。」

以上、「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」について頂いたコメントだ。

#### 【審議委員】

私は元々音楽が好きで、学生時代から自分でも演奏したり、ラジオ局で音楽番組のディレクターとしてプロと一緒に仕事したり、今では雑誌を作り取材する立場になったわけだが、音楽のすごい力というのは、人それぞれ好みはあるが好きだと思わせる力と、空間の空気を作るというBGMとしての力があると思う。後者はある意味サービス業であり、商品であるという視点で見ることが出来る。では、商品としてどのように考えるかと言うと、ひとつは気分が上がるのか下がるのか、耳に残るのか残らないのか、統一感があるのかという3つのものさしで、BGMとして番組がどう成立するかを考えるように意識している。ただ本音を言うと、音楽が格好良いか、好きか嫌いかという気持ちが出て来てしまっていて、考えている事と言っている事が別々になる場合があるので大目に見て欲しい。

「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」だが、ディレクターからの説明にあったように、働き方が多様化し、特にリモートワークがどんどん増えて来て、コワーキングスペースの利用も非常に盛んになった。作業用BGMとしてLo-Fi HIP HOPというジャンルがあるという事もよく理解出来た。選曲としては、統一感があって格好良く、今っぽいというのは非常に感じた。ただ、サンプルの中には曲としては格好良いが、ちょっとした緊張感のある落ち着いた曲が選曲されていた。音楽好きとしてはこういう曲が入るのは工夫しているなという気がしたが、ビートが食い気味で入っていたり、音を揺らしていたりする曲というのは、ちょっとした緊張感を生んでいるのかなという気がした。言葉が上手く見つからなかったのだが、“ツンツン”している印象がある。これはどういう事かと言うと、「こんなワーキングスペースを利用する俺ってイケてるでしょ！」というような、結構人の目を意識して聴くような音楽という印象である。好きにはならないが格好良いから聴かせたい曲というようなイメージだ。結果としてどういう風に思ったかと言うと、一曲一曲はそんなに立っていないのに、雰囲気を作る力は非常に大きいと感じた。先程、“ツンツン”していると言ったが、一人一人を近づけるというよりは、一人一人を切り離す音楽で、このBGMが流れる空間では大きい声で話したり、そこに居る人同士がもっと仲良くなったりという効果生まれるというのとは少し違うだろう。そのため、ワークには向いているがワークスペースに向いているかどうかは疑問だ。仕事をする中で、その緊張感が、頑張らなくてはいけないと思わせるには効果的だが、皆と仲良くする等リアルの楽しさを追求するという想定とは少し違っていると思う。「Lo-Fi HIP HOP」から改名リニューアルとしたという事だが、それに対するお客様の反響はどうだろうか。お客様の声を第一に番組作りをして欲しい。

#### 【審議委員】

今回は曲順をほとんど覚える程、サンプルを聴く時間をとることが出来た。

「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」は、事務所で仕事をしている中で流してみたり、自室のオーディオデッキで聴いたり、車で聴いたり、さまざまな場所で聴いたのだが、それぞれで聴こえ方が変わって少し驚いた。

うちはデザイン事務所なので、皆がそれぞれにメ切に追われて図面を描いているが、そのような所では全然合わなかった。先程、他の委員が言ったように、格好良いオフィスで皆パソコン作業をしているような所には合って、非常に今時だという感じがする。時間に追われているような余裕が無い時は聴けないなという発見があった。

私は資料を見る前に、まずサンプルを聴くのだが、自然のエモーショナルな雰囲気と今時の冷たいクールな雰囲気がミックスしていて、最初は少し不思議な BGM だと思った。後で番組名を見て、「確かに今そういうシーンはかなりある」と腑に落ちたが、私は低音の打ち込みの音が苦手なので、個人的には仕事中に聴くには厳しいと思った。また、一曲ずつが結構短いので、クロスフェードで繋がっていけば、すんなり聴きやすいかもしれない。格好良くてリラックスな BGM というのは頭では理解出来るが、仕事中に聴くとやはり違和感を抱く箇所が所々ある。繰り返し聴いていると感情に触れる時があり、それも不思議に感じた。利用シーンは、オフィスだけでなく、モード系というか今時な感じであればアパレルでも合うし、カフェは勿論、少し尖ったサウナも沢山出来ているので、そういった場所に非常に合うのではないかと思う。

#### 【審議委員】

「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」は、マーケティングをして、出口から入口へと番組作りがされているが、そもそも出口がよく分からないというのが正直なところだ。私はワークスペースに行った事が無く、そこでどのような音楽が流れていたかというイメージが無い。誰もが知っているシーンであれば分かるがそうではないので、今回ワークスペースに合わせて作られたという番組に対して違うとも言えない。ディレクターの判断の中でこのような番組が良いだろうと考えて作っているという事なので、良いのではないかと思う。

ただ、私が気になったのは、番組名だ。改名前の「Lo-Fi HIP HOP」だと、HIP HOP と言うとラップが流れるのかと思ってしまうので、これを改名したのは良いと思う。しかし、改名して、「Lo-Fi Beats for ワークスペース」になったという事だが、これもよく分からない。まず、番組名を分かりやすいようにするのが良いのではないかと思う。

また、病院や図書館等静かな場所でヒーリング系の BGM が流れていることがあるが、そことどこが違うのかなと思う。これだけシーンを分けて番組を作る必要があるのか。とある仕事着メーカーの服が機能的で格好良いということで一般ユーザーにも受けて、今ではそのメーカーは普段着としても着られるお洒落なアイテムも売ようになった。ジーパンも元々は仕事着だったのがお洒落なアイテムとして変わっていった。このように何かのきっかけで、捉えられ方が変化するという事はままある。ワークスペースは確かに増えているのだろうが、まだ誰もが知っていて統一したイメージを持っているという場所ではないので、思うように自分のセンスを出して番組を作れば良いのではないかと思う。

#### 【審議委員】

音楽ジャンルから番組を作るのではなく、利用シーンに合わせて作るように制作方針が変更されたという事で、「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」のような番組が出て来たのだろう。私はコワーキングスペースやシェアオフィスを体験した事が無いので、そこで人が喋るのか、ただただ静かにパソコンに向き合っているのか、電話はかけられるのか、等そういう事も全然分からないので、どういう音楽がそこで必要なのか全く分からないまま聴かなければならなかった。他の審議員からも「掴みどころが無い」という意見が多かったが、多分シーンをイメージ出来なかったのが理由ではないかと思う。

私の書斎とどう違うのか、つまり私自身が一生懸命仕事に集中する場所と、コワーキングスペースやシェアオフィスがどう違うのか分からなくて、ちゃんとした感想が言えない。私の書斎で自分が一生懸命仕事をしている時にこの番組が流れたらどうだろうという聴き方しか出来なかったので、想定とは違うだろうが率直に言って要らないと思った。「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」を聴く事で、私が仕事により集中出来たか、リラックス出来たか、と言うと逆に BGM が気になってしまった。多分苦勞して選曲したのだろうなという事はよく分かったが、落ち着きよりも尖った印象があって、引っ掛かってしまう。非常にクールな場所で、人が話しながらリラックスするような、ちょっと高級なバーや高級なアパレル等で流れた方が、無機質なのに結構情緒に訴えてくるという部分が合うのではないかと思う。コワーキングスペースやシェアオフィスにとってはもしかすると非常に良いのかもしれないが、私の書斎には合わなかった。

#### 【放送局】

皆さんのコメントの中に不安定、緊張感、ツンツン、感情に触れる、引っ掛かる、など様々なワードが出て来たが、この番組を表現するのに私としては納得のいく部分もある。若者が仕事や学習をする際に聴く作業用 BGM として、「Lo-Fi HIP HOP」というジャンルが主流になっており、それをワークスペース向けに音味等を整えて空間 BGM として採用すればある程度合うのではないかと思ったが、ご意見を聞きながら、その思考回路が安直だったかもしれないと思った。

#### 【審議委員】

リラックスな演出というのが全然理解出来なくて、「やばい、年取ったのかな」と焦った。本当にユーザー側がリラックス出来る事を求めているのであれば上手くはまっている。工作中的の BGM として悪くないなと思ったのは、作業っぽい事をしている時にあんまり気分が良くなる BGM だと駄目だが、「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」は丁度良く、決して好きにはならないが格好良いというのが今の令和の時代に合っていると感じたためだ。

#### 【放送局】

一曲一曲は短いですが、番組で流れる候補の楽曲は 1000 曲程度ある。不安定さを取り除いて行けば、ひょっとすると何か違う BGM になるかもしれないが、その不安定さが格好良さに繋がっている。逆に安定感のある曲だけにすると、作業用 BGM にはならないのかもしれない。

#### 【審議委員】

自然音が入っている曲もある事を踏まえると、アンビエントに似た感覚で作られているが、それがちょっとリラックス効果に繋がっているかもしれない。

#### 【審議委員】

私はこういうオフィススペースを沢山デザインしているが、この番組が流れていると空間としては間違いなく格好良い。そこを借りようかと見に来る人に対しては非常に良いアプローチだと思う。そこで、ゆるい曲やふわふわした曲が流れていると、なんだか格好良く見えず、働きたいとは思わないだろう。ただ実際に働くと音が気になってしまう。

#### 【放送局】

それは非常に分かる気がする。人に格好良く見られたい時には効果的だが、実際に仕事をするとう気が散ってしまうという事だろう。



自宅で仕事をする場合や、コワーキングスペースでもイヤフォンやヘッドフォンを使って一人で聴く場合には、それぞれに自分の好きな音楽を自分好みの音量で聴けば良いのだが、コワーキングスペース全体に流すということは1対1ではなく1対nで届けることになる。Lo-Fi HIP HOPが個人が仕事や学習をする際に聴くBGMとして人気があるということで、それをワークスペース向けの番組にするというコンセプト自体は良くても、1対nで届ける場合にはまた違った方法があるのではないかと今日ご意見を聞いて思った。

**【審議委員】**

この番組の良くない点は、利用シーンが分からないから評価が出来ない点だ。

**【放送局】**

この利用シーンに対して、この番組を作りましたと言っているのに、その利用シーンが分からなければ評価が出来ないというのはその通りだが、この番組を聴いてどう感じたかという感想自体も我々にとっては貴重な意見なので、ポジティブだけでなくネガティブな意見でも受け止めて、番組作りに生かしていきたい。

**【審議委員】**

この番組はどこから選曲してきたのか。

**【放送局】**

Lo-Fi HIP HOPの発祥としては、2000年代前半位からビートメイカー達がJ・ディラやNujabesといったアーティストに感化されて、インストゥルメンタルのHIP HOPのトラックを作ったのが始まりだ。そこから派生して、2010年代以降から、不安定さや緊張感、時にはリラックス出来るような色々な表情があるビートを作り始めて、それを総称して「Lo-Fi HIP HOP」と呼ばれるようになった。

**【審議委員】**

他の委員も言っていたが、コワーキングスペースだけではなく、格好良く見せたいがあまり長くは滞在しない場所には非常に合うと思う。空気を作るという点では、格好良い、ちょっと緊張感があるような空気を作っているのは間違いなく、時代を反映していると感じた。この番組内容のまま、ぴったり合う場所がある気がする。

**【放送局】**

ワークスペースをターゲットとするなら改良が必要なのか、ターゲットを変えた方がこの番組が活きるのかというのは改めて検討したい。

**【審議委員】**

それでは、「C-50 ネオ・シティポップ」についての審議に移る。

**【放送局】**

まず、本日この場には出席できなかった委員の審議コメントから紹介する。

「制作者の意図・コンセプトを考慮して、評価項目として、①リズム・テンポの適合性、②曲の明るさ(ピッチの良さ)と浮き浮

きする気持ち)、③曲のもつ活発さ(歯切れの良い曲の流れ)等について、1曲ずつ検討した。この3点に加えて、昼間と夜間に適合した曲なのか、についても検討した。試聴した結果、昼間の曲については、リズム・テンポ、明るさ、活発さにおいて全体的に制作者の目標を達成していたと思う。また利用空間については、若者向けアパレルショップでは良いと思ったが、カフェ等若者以外の世代も多く利用する場所や、居酒屋等のカフェとは異なる異次元の雰囲気の空間では、こうした曲は不向きであり、再考した方が良いと感じた。夜間の曲については、一般的にピッチが低く落ち着いた曲が望まれるが、明るさと活発さにおいてポイントが低い曲を除き、全体的に夜間の曲の特性に合致していたと思う。加えて、昼間と同様に、環境、雰囲気の異なる空間(アパレル用、カフェ用、居酒屋用等)に適した音楽を再考して提供して欲しいと感じた。今後の番組向上に向けてのアドバイスとしては、今回の制作意図が若者向けと世代が限られた人達を対象にしているため、その目的に沿った曲に適した空間(利用場所)が一体どれだけあるのか、についてリサーチして、こうした曲がそこで利用されると良いと思う。想定している利用場所の中に、カフェや居酒屋があるが、若者以外の世代も多く訪れ、そうした場所では多くの世代にマッチした音楽が望まれるので、新たな曲が必要となると思う。選曲に当たっては、人間側からの要望を軸に選曲されているが、今回のように、利用されて欲しい空間がある場合には、例えば、アパレルショップの環境、雰囲気の視点を重視して、そこからどんな曲がアパレル環境に適しているか、その中で若者世代に合う曲はあるのか、という方向性も選曲に当たり大切か、とも思う。」

以上、「C-50 ネオ・シティポップ」について頂いたコメントだ。

#### 【審議委員】

「C-50 ネオ・シティポップ」で流れるような曲は誰が歌っているのだろうと思ったが、誰も分からなかった。世代的な問題もあるかもしれないが、日本人のアーティストなのに分からないというのが驚いた。そういったメジャーではないアーティストの曲を放送で届けるというのはアーティストにとっては神様のように、USENの選曲はすごい仕事だと思いながら聴いた。ちなみに、「C-50 ネオ・シティポップ」を聴いている時に、私の子どもも一緒に聴いていた。今、高校一年生で、今度は若過ぎてなのか、知らないアーティストばかりだと言っていた。また、私の子どもは英語の勉強を頑張っているのだが、英語の曲より意味が入って来ないと言っていた。私も、最初聴いた時からそう思っていて、すごいと感じたのはまずそこだ。全然歌詞が頭に入って来ないが、しっかり日本語で歌っている。しかし、ずっと聴いていると曲の何小節かが頭に残る。それが一日中頭の中で鳴り響くような強さもあり、とても面白かった。また、テンポも曲調も幅広いが、日本語のちょっとふわふわした、伝わるか伝わらないか微妙な曲を集めると意外とまとまるのだと気づいた。シーンとしてはアパレルショップ等、若者向けでないと合わないと思うが、トレンドを意識したシーンであっても飲食店では合わないと思う。二捻り位した飲食店では合うかもしれないが、難しいだろう。他のシーンでは美容室やネイルサロン、雑貨屋等に合うだろう。また、デイトムとナイトタイムの選曲はそんなに変わらないと感じ、昼の選曲が夜に流れてもそのまま違和感が無い曲もあった。

#### 【審議委員】

1970年代～80年代のシティポップが出て来た時、私は青春ど真ん中だったので、「C-50 ネオ・シティポップ」は、当時を思い出させる良い曲の数々に魅了された。知らないアーティストの曲も沢山流れて、日本の音楽史はどんどん変わっていくのだと驚いた。気分が上がるのが下がるのか、耳に残るか残らないのか、統一感があるのかどうかという3つのものさしでの評価で言うと、気分が上がって、ついつい聴いてしまう音楽なのでBGMとして丁度良いかというのは分からない。また、ビート等含めて曲の統一感は無いが、それでも番組としての統一感があったので感心した。「C-50 ネオ・シティポップ」を聴きながら、選曲したディレクターは何か楽器をしていたのではないか、ギターが好きなのではないか、洋楽が好きだろう、等思いを巡らせる事も出来て、非常に良い番組に出会ったと思った。私は、この番組が絶対にトレンドを意識し

た飲食店に合うと思ったので、先程の委員のトレンド系ではないというコメントはショックだった。ありとあらゆる所にプロモーションしたくて、カフェであろうと、バーであろうと関係なく、今一番格好良いよねと人が付いてくるだろうと思っていたので、私の感覚はひょっとしたらずれているかもしれない。中には、ギャグで狙って選曲したのかと思う曲もあった。昔のシティポップのような生活感の無い曲が続いた後に、生活感のあるダサイ歌詞の曲が流れて、ラジオ番組ではこういう違いがあると面白いが、「C-50 ネオ・シティポップ」には入れて欲しくなかった。「はっぴいえんど」や「ティン・パン・アレイ・ファミリー」、「ユーミン」とかが出て来た頃の、洋楽にルーツがある、日本の格好良い音楽が聴けるというムーブメントが、2020年代になってこんなに熱くて感動した。このレベルの曲の数は十分にあるのだろうか。

#### 【放送局】

選曲しているものでも 1500 曲程度保有している。

#### 【審議委員】

なるほど、分かった。先程ディレクターからの説明の中で、デイトタイムはトレンドの“レトロ”なカフェ等も意識していると言っていたが、私はあくまでトレンド向けであって、“レトロ”ではないと思っている。個人的な感覚で言うと、昔の曲のカヴァーやリミックスが選曲されていたら、もっと気分が上がる。当時の曲は、今聴いてみると明らかに音の作りが違う。カヴァーも多少選曲されているということだが、どんどん入れて行くと良いと思う。人はずっと聴いていると飽きてしまうものだが、「C-50 ネオ・シティポップ」は聴き飽きない。BGM とすると仕事にも会話にも身が入らないが、レトロっぽい曲も含めて格好良く、特にギターが目立つサウンドが次々に入っていて、つい聴き入って、この曲は何だろうと気になるためだ。デイトタイムもナイトタイムも関係なく、良い番組だと思った。

#### 【審議委員】

「C-50 ネオ・シティポップ」は素晴らしい番組だと思う。アーティストを見ても分からなかったのが、チェックしつつ聴いた。私の世代でシティポップと言うと「南佳孝」だが、最近の若い人達はこういう格好良いシティポップを作っているのかと感心した。中には、間奏が長い曲や、「はっぴいえんど」のエッセンスを感じる男性ヴォーカルや、ヴォーカルが立ち過ぎて邪魔に感じる曲も流れたが、全体的にはアンニュイな女性ヴォーカルの曲が非常に良く、良い番組を聴かせてもらったと思う。先程の「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」とは逆に、利用シーンは一切関係なく、番組だけですごいなと感じ、チューナーをひねっていくうちにたまたま「C-50 ネオ・シティポップ」を聴いた人が、思ったよりいい番組ではないかと聴き続け、結果利用するお客様が増えるのではないかと思う程、良い番組だ。

#### 【放送局】

男性ヴォーカルと女性ヴォーカルの割合は特に気を付けてバランスを取ってはいないが、結果的に大体同じ位の割合になっている。シャッフル放送なので、実際の放送では女性が続く場合もあるし、男性が続く場合もある。男性ヴォーカルの方が耳に引っ掛かるというご意見はその通りだと思う部分もあるので、留意した方が良いかもしれない。

#### 【審議委員】

「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」には番組名に利用シーンの指定があるが、「C-50 ネオ・シティポップ」にはその指定がなく、お客様も単に「C-50 ネオ・シティポップ」という番組名で聴いてみようという流れになる。そうすると、本当に面白いと思う。私も「シティポップ」に「ネオ」が付くのは何だろうと思いつつ聴いたが、確かに私の年代の人間が聴くと、



日本語の歌詞でも聴き取れない曲が沢山有り、それがまた面白い。選曲されているアーティストもいろいろで、邦楽のアーティストだけでこれだけ多いというのも非常に面白かったし、ある種無国籍で、でもこれが「ネオ・シティポップ」なのかと良い勉強になった。ひょっとしたらシンガポール辺りで人気になりそうな気がする。そういう意味では、国も性別も垣根を越えて、インターナショナルでジェンダーレスな感じがする。

**【放送局】**

1970年代～80年代のシティポップがどうだったかは分からないが、そう言われてみると、ネオ・シティポップには確かにそういった壁が無い気がする。

**【審議委員】**

インターナショナルというのは、つまり言葉を必要として聴かないという事だ。どこの国の人か気にせず、言葉を聞き取ろうとするのではなく、音で聴いている、そういう聴き方をする国も多くなっているのでは、日本に限らず海外のマーケットもあるのではないかと思う。最近、アメリカから遊びに来た 10 歳の子を原宿の竹下通りに連れて行ったが、訪日外国人が増えているし、竹下通りあたりで流れても良いだろう。そういうマーケットが広がるのではないかと、面白く聴かせてもらった。

**【審議委員】**

このアーティスト達は 1970 年代～80 年代の細野晴臣さんや大滝詠一さんのようなビートを意識しているのだろうか。ヴォーカルを変えるだけで、同じような雰囲気になるような気がする。

**【放送局】**

元々、シティポップはブラックミュージックを取り入れているので、洋楽に影響を受けているアーティストも居れば、1970 年代～80 年代のシティポップを意識したアーティストも居る。どちらが混ざっても統一感を出せるように選曲しているので、どちらに影響を受けたアーティストが多いとは断言出来ないが、意識はしていると思う。

**【審議委員】**

他の委員の話の聞くと、質的には高いという評価だがマーケットとのマッチングという点はどうだろう。トレンド感があるので、ありとあらゆる所にプロモーションしたいというのは、私が勝手に盛り上がっているだけだろうか。先程、トレンドを意識したシーンでも飲食店では合わないという話もあった。“音楽としてのトレンド”と、“トレンド空間”にこの音楽が合うかと、それぞれトレンドという言葉が何に係るかが違っていたと思う。

**【放送局】**

「B-86 Lo-Fi Beats for ワークスペース」は、ワークスペースという空間にはこの音楽が合うという考え方なのに対し、「C-50 ネオ・シティポップ」は、若者の集まる空間に合うのではないかと、という考え方で、若者が集まる空間であれば居酒屋でもカフェでも何処でも良いという考え方であり、その差だと思う。

**【審議委員】**

せっかく良い番組なのに、「ネオ・シティポップ」という命名が古い。「ネオ・シティポップ」という言葉自体は、ブームが来ているのである程度は若者にも浸透しているということだが、この「ネオ」が手垢の付いた言葉なので、「シティポップ

today」とかの方が良いのではないかと。良い番組なので、番組名も格好良いのが良いと思う。

#### 【放送局】

新曲も定期的に出ているが、ネオ・シティポップのブームがいつまで続くか分からない。5年後も同じようにこういった音楽が生み出されているか分からないが、今は一定の曲数を集める事が出来たので番組として放送している。

#### 【審議委員】

もうシティポップのリバイバルヒットもここ3~4年程の出来事だ。今、新しく出てくる曲だったら、シティポップとわざわざ言わなくても選曲に組み込めるのではないかと。番組名も、ひょっとすると「ジェンダーレス・ミュージック」という番組名を勝手につけてもいいかもしれない。

#### 【放送局】

「C-50 ネオ・シティポップ」に関しては、番組の内容としてはそのまま良いとすると、利用シーンはどこに合うのか、BGMとしてどう活かせるのか、を考えていきたい。現状、デイトタイムとナイトタイムで時間帯別で選曲しているが、あまり差を感じないというご意見や、分ける必要はないのではないかとのご意見もいただいたので、どのように構成するかも改めて考えたい。また、番組名についても検討したい。時代のワードとしてジェンダーレスや多様性が謳われている世の中なので、セグメントするばかりでなく、オープンにするのもコンセプトとして非常に良いと思う。国内だけではなく、海外やインバウンドで来日する外国人に対して、と視野を広げたコンテンツも今回の審議会をきっかけに考えて行こうと思った。本日も大変貴重なご意見を頂いた。