

「2009年度 第3回 番組審議会 議事録」

I. 開催概要

1. 日時場所：

2009年11月27日（火） 15：15～17：15

@キッズステーション本社 roomD

2. 審議委員：

阿部敬悦（株式会社講談社 第六編集局局長）

浮田周男（株式会社ジェー・プラネット エグゼクティブ プロデューサー）

斎藤汎司（株式会社トムス・エンタテインメント スーパーバイザー）

副島恒次（舞台・TV演出家：バウ・スプリット株式会社 スーパーバイザー）

高芝利仁（弁護士：高芝法律事務所）

田口成光（脚本家・放送作家）

計6名

〔欠席〕宮下友美恵（学校法人静岡豊田学園 静岡豊田幼稚園 園長）

3. 事業者：

〔経営〕渡辺喜久（代表取締役社長）、貞松慎太郎（取締役）、丸恒樹（MM本部付）

〔編成・制作〕因真一郎（放送本部長）、沼生祐介（編成部長）、押田聖弘（制作部長代行）

〔事務局〕青木恒子（広報室）

〔記録〕飯野博之（経営企画室長）

計8名

II. 議事内容

1. ご挨拶

代表取締役社長渡辺より、以下報告を行った。

役員人事で、丸恒樹が、本日三井物産より当社に着任した。12月10日の株主総会を以て貞松慎太郎取締役と交代で取締役に就任する予定。

10月からスカパー！HDのプラットフォームで当社初のHD放送が開始した。10月のHD比率は約47%で、同時にCATVの「ケイ・オブティコム」、IPTVの「ひかりTV」でもHD放送が始まっている。また、「スカパー！e2」でも4月からHD放送を決定しており、他のCATV局でもHD放送を採用すべく交渉中
上期が終了。数字がまとまり下期の見直し実施中。

2. 番組審議

審議対象番組：『ハッピー!クラッピー』 司会進行：阿部副委員長

オリジナル制作番組の『ハッピー!クラッピー』について、事業者側より企画・詳細説明を行い、審議を行った。

(企画・番組説明) 押田部長代行

(配布した資料に沿って説明)

去る8月19日(水)に、府中の森芸術劇場 ふるさとホールにて、「ハッピー!クラッピー」公開収録を行った。(2回公演/1日) 真夏の暑い時期であったことと、新型インフルエンザの影響があったことが影響し、当日キャンセルが目立った。もう少し当選者を多くしておけば良かった、との反省ある。多くの来場者は非常に喜んで笑顔で帰路につき、キャストも一同感動した。このようなホールでの公開収録は初めてだったが、課題も見つかったので次に繋げたいと思う。

<審議委員意見>

ものすごく小さい子どもにあわせてやると、わざとらしさが出るが、そうでなくてよかった。

演技・進行の仕方がナチュラルだったところが印象的。

客席の子どもが集中していたので惹きつけるものがあったのだろう。

収録が8月で、放送が10月というのは、ちょっと遅いという印象。

構成上、「ふしぎの木の実」がないとどうして困るのか、ハッピーじゃなくなるとしか説明しておらず、視覚的にも示さないと分かりにくかった。そういう演出、きっかけ作りがほしかった。

更にいえば、会場の子どものコミュニケーション、会場との一体感、「あそこ!あそこ」、というようなやり取りがあれば、さらに良かった。

ファミリー志向の番組が少なくなっている中、公開収録を実施するのは素晴らしいことではないか。

来場した子どもたちの顔をエンディングで全部映してあげるなどの工夫があったら、と思う。

大変楽しく拝見した。細かい要望、注文あったが今後も良い作品をお願いしたい。

ぜひ恒例のイベントとして定着させて頂きたい。

<事業者側回答>

いつも番組を実際に観ている方が多数来場してくれた。よいリアクションがあつてよかった。

本来であれば、9月に放送すべきだったが、10月のHD開始にあわせることで、10月の放送となった。

絶えず客席に語りかけ、子どもとの共有感、距離感を縮める、そういうエッセンスを増やしていったがもっと客席の子どもたちが「前のめり」になる参加意識、共有意識を作り出せれば良かった。

ステージが「高台」という構造的制約もあるが、一体感を得られる演出を引き続き研究していきたい。

お父さんと子ども、夫婦と子どもで来場している人も目立った。

最近はお父さんから、番組へのお便りをいただいている。

子どもだけでなく、親子で楽しんでもらえるような番組作りを引き続き行っていきたい。

イベント時における、客席の表情を捉える工夫は今後の課題。

3. 報告事項

年末年始編成について報告（編成部長：沼生祐介）

配布資料に沿って以下報告を行った。

・ハピクラタイム、午前帯に未就学を中心にしたSP、クリスマスに因んだ番組を一举放送する。

単品番組の「段積み」ではなく、楽しくエンタテインメントな盛り上げをするために、全体の進行役を設けて、番組からのクリスマス・プレゼントです、という打ち出しをする。

12月28日から1月3日までキッズ・スペシャルウィーク。未就学児童だけが対象ではなく、アニメファン、ファミリーまでも視聴してもらおう。一举放送などの特別編成。

もうひとつの目的としては、年末年始をひとつのショー・ケースのような形にする。普段すべて視聴している人ばかりではないので、ショー・ケース的に色々なセグメントに分けて特色出す。

ブランド体感プログラム説明（渡辺社長） 配布資料に沿って以下報告を行った。

(趣旨説明)

約5年前に新ロゴ制定するなど、第一次ブランディング作業を行った。

昨年からはブランディング見直し（第二次ブランディング）を実施。

主な視聴者層である子どもたちと触れ合い、リアルな考え方や反応を体感する機会を持ち、自社ブランドの理解促進及び推進に役立てようという趣旨で社員向け体感プログラムを企画し、月1回のペースで保育園を訪問し、絵本の「よみきかせ」をはじめたところである。

<審議委員意見>

この時期といえ、テレビ的には「紅白」となる。キッズステーションの編成にひとつあってもいいのではないか。年末に、「アニメ紅白」をやってみては如何か。

保育園訪問は、大変素晴らしい。子どもに関わる仕事をしていながら、子どものことを知らない人が案外と多いもの。

「ブランド体感プロジェクト」というプロジェクト名を進めるにあたって、相手方が受け取るイメージはどうも双方向的な要素を期待するので、それが伝わる形でのプロジェクト名に変更したほうが良いのではないか。

<事業者側回答>

アニソンは、最近他のチャンネルでも取り上げはじめているが、古くからこの「アニソン」を取り上げている放送局として、いろいろプランニングしていきたい。

番組絡みで全国の保育園を回っているが、キッズステーションが唯一無二の子育て支援の放送局になれる、と言っている。「子育て」のためになるステーションとは何か、という部分を突き詰めていく必要があると思っている。

ー以上をもって本日の番組審議会の議事全てを終了した。

以 上