

2013年度 第3回 番組審議会 議事録

I. 開催概要

1. 日時場所 :

2013年11月20日(水) 15:30~17:00

@キッズステーション本社 roomD

2. 審議委員 :

宮下友美恵 (学校法人静岡豊田学園 静岡豊田幼稚園 園長)

斎藤汎司

北風祐子 (株式会社電通 電通総研 ママラボ所長、(株)電通 BIプランニング 5部 部長)

菅谷 実 (慶應義塾大学教授)

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)

田口成光 (脚本家・放送作家)

高芝利仁 (弁護士:高芝法律事務所)

計7名

3. 事業者 :

[経営] 宮内康行 (代表取締役社長)、北折尚志 (取締役)

[制作] 押田聖弘 (制作部部長)、山本満由美 (プロデューサー)

[経営企画] 飯野博之 (経営企画部長)

[事務局(記録)] 石田千佳子 (広報室長)、沼生祐介 (広報室)

計7名

II. 議事内容

1. ご挨拶

今年度第3回目の開会にあたり、代表取締役社長の宮内より挨拶を行った。

2. 番組審議

■審議対象番組: 『ハッピー!クラッピー 2013 サマーコンサート 前編/後編』

■司会進行: 宮下委員長

■概要: キッズステーションにて制作のオリジナル子ども向け番組『ハッピー!クラッピー』から生まれた有料イベント『ハッピー!クラッピー 2013 サマーコンサート 前編/後編』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。

(配布した資料に沿って説明)

『ハッピー!クラッピー 2013 サマーコンサート 前編/後編』

(企画・番組説明) 制作部部長 押田聖弘

【概要】

今回の様子は、8月10日（土曜日）に横浜のランドマークホールで開催した有料イベントの様子を番組としてオンエアしたもの。前週には大阪でも同イベントを実施し、夏の間で合計2日間にわたり有料イベントを開催した。

もともとは「ハッピー！クラッピー」に関する無料のイベントをショッピングモールやミキハウスの実施イベントにて2年前から実施してきており、番組内告知でどれだけ集客できるかを検証してきた。その検証結果を基に今回有料イベントを実施し、大阪と横浜でチケット完売という状況結果となった。来年3月には東京、大阪、福岡の3会場で有料イベントを開催予定。無料イベントも定期的に行う予定で、これまでの累計動員数は3万人以上。実際の視聴者に会うということと、放送することと、イベントの中で物販展開などのビジネスを展開中で、5年間の中でようやくここまで来た。まだ成長過程で、どこまでいけるかチャレンジしながら一步一步階段を上っていきたい。

<審議委員意見ならびに事業者側回答>

有料イベントに来られた方の構成は？

親子（親は35歳以上）と祖父母どちらかというパターンが多かった。

横浜の場合はアンパンマンミュージアムもあるのでイベントに来て外食して1日を家族の思い出作りとして来られた方の印象が強い。

有料イベントの顧客はチャンネルの加入者か？

ほぼチャンネルの加入者。有料、無料のイベント問わず契約者の場合は多い。

契約者ではなくても参加できるのか？

はい。今後の課題は未契約者にどうリーチしていくのかということ。

イベントを見てもらえれば満足してもらえる自信はある。無料イベントでよく言われたのが、「来て、初めて見て驚いた」という顧客の反応であった。

最近の2年間ではショッピングモールやケーブルテレビの方々にもパワーを認識して頂いている。

プラチナチケットを出してみたら？

最近ではチケット完売し、入手しづらいとお声を頂いている。12月2日オープンのハピクラコンテンツのファンサイト「ハピクラワールド」を立ち上げ、その会員の方は先行で春のイベントチケットを購入できる形を取っており、ファンにとってはプレミア感のある展開を行っている。

ハピクラ以外のスピンオフ番組も含め、ハピクラワールドの番組を楽しんでもらうと共に、放送、イベント、WEB連携ができるようになった。

そのネット会員には有料放送未加入者でなくても入れるのか？

はい。有料放送未加入者の方々がWEBのみの会員の場合には、その方々へ有料放送の訴求は行う。番組があることは認識してもらいたく、WEBは加入導線として機能する。

有料イベントにおけるサービスの違いは考えるのか？

5月にお姉さんである「まあたん」不在のキャラクターだけのショーをやってみた。やはり集客率にも影響するので、来期の課題はキャラクター訴求となる。キャラクターショーでは子どもが30分で飽きてしまうこともあり、どう面白くするかを業者任せにせず、自分たちで考える必要がある。そうしないとファンが離れてしまうので、ファンが離れない仕組み作りが課題。本物のショーを見せる必要があるが、現状では手弁当から脱却できていない。

全体のトーンとして、元気な部分とそうでない部分があるが、子どもがしみじみとする部分をもっとあってもいいのではないかな？全編を通して元気な雰囲気を出しすぎているのでは？

今回の有料イベントショーは正味70分であり、子どもがギリギリ持つ時間。番組としては25分x2（前編・後編）の合計50分なので、ブレイクしている緩いところやふれあいのコーナー等から20分相当分はカットしている。

ダンスパーティーと題しており、チームワークも良いので、彼らの元気で仲良いところを今回優先し、敢えてその雰囲気を出した。

過去のイベントでは子どもたちにじっくり聞かせるコーナーなどつくったこともある。

やりたいことは沢山あるが、春のイベント向けに諸々検討してみたい。

顧客とキャストのやりとりはもっとあるといいのではないかな？

実は放送用にはカットしてしまっているが、顧客とキャストとのやりとりはあり、大切にしている。ピクニックシートにしているのも売りと考えている。

去年まで追求していたのはステージ上のきらびやかなセットのあるショーであったが。コミュニケーションをとることに限界がある。当社にとっての売りは何かを考えた結果である。

壇上に子どもを上げるのはどうか？

壇上は危険なので、アンコールではキャスト用の花道に子どもたちが出られるようにした。

楽器による演出があっても良いのでは？

検討はしてみる。

不満点としては、実際は別として、番組としてはダンスパーティーの体となっているところ。

参加、体験が実感できるようにしてほしい。

今回はあくまで第一弾であり、こういうショーになっているというのを知ってもらおうこ

とがきっかけで興味を持ってもらいたいと考えている。春のコンサートは5月に放送したいのだが、構成は現在検討中であり、ストーリーや演出での工夫を凝らしたい。

海外含め、二次利用はするのか？

海外はこのまま持っていくのは厳しいかもしれないが、二次利用三次利用は考えていきたい。日本の子どもの「間」と海外の子どものそれとは違うと考えており、海外にもっていくには言葉がなくても理解できたりする内容を検討もしており、海外進出の意識はしている。

1回400人規模はちょうどいいのでは？その場で踊ったりできたのが良かったのでは？

主催側として見えないからといって子どもにイスの上に立ってねとは言えない中で、シートという選択をしたわけで、なかなか場所がないのだが本当はもっと広い平土間でやってみたい。

イベントにおける地震対策はどのようにしているのか？

現場でのシミュレーションは必ずおこなっており、ホール側との連携を密にとって対策は継続して講じている。

スポンサーは取ったのか？

冠スポンサーは取らなかったが、イベントでのブース出展は営業部を通して販売した。今後はまだまだ成長できると思うので、しっかりと考えながらやっていきたい。

イベント対象は未就学であるが、歌や踊りは歯切れがよく良かった。

子どもたちがしっかりと一緒に踊れるようなパートも入れて欲しいと必ずオーダーしている。一方で、踊れなくても憧れとなるような演出として難しいフリを入れる事も考慮している。

子どもっぽくするところと、上の子どもに向けて下の子どもについてこれるようにするなどバランスも十分考えている。ハピクラVというヒーローコンテンツを4月から入れているが、ヒーローが寝をおしてくれするという要素をいれると共に、3歳以上の子ども達でも楽しんでもらえる演出を入れる事により、長い期間番組視聴をして頂けるようになった。

子どもが大きくなって、またその子どもに受け継がれるようだといいが。

種まきをしているようなもので、そのように考えている。

「まあたん」の衣装はどのように考えているか？

イベントで使った衣装は7月～8月に放送した歌の衣装をバージョンアップしたもの。

2ヶ月間放送をした曲が本イベントのフックにもなっているので、PVを見た視聴者が来て喜んでくれることを想定した衣装になっている。

ヒーローは表情があるので、いいですね。

個々の出演者のキャラクターを活かすと共に、子どもは人の表情に反応するので、あえてそのように狙っている。

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