

別冊

平成 28 (2016) 年度 第 1 四半期業務報告

自 平成 28 年 4 月 1 日
至 平成 28 年 6 月 30 日

本書は、放送法第 39 条第 3 項（会長は 3 箇月に 1 回以上、自己の職務の執行の状況を経営委員会に報告しなければならない）に基づき「平成 28 年度収支予算と事業計画」の進捗状況を報告するもので、金融商品取引法によって上場企業等に義務付けられている四半期財務報告とは異なります。

NHK ビジョン 2015→2020

信頼をより確かに、未来へつなぐ創造の力

最新技術を生かし、2020年に向けて世界最高水準の放送・サービスの実現をめざします。
取材・制作力をさらに強化します。放送法に則り、正確・迅速な報道と
豊かで質の高い多彩なコンテンツの充実、国際発信の強化を図り、
放送やインターネットを通じて、信頼される「情報の社会的基盤」の役割を果たします。



メディア環境が激変する中、世界から日本への注目が集まる2020年を見据えて、
「第一ステップ」として、「挑戦」と「改革」を進める3か年計画

NHK 経営計画 2015-2017年度

5つの重点方針

放送・
サービス

1. 判断のよりどころとなる正確な報道、豊かで多彩なコンテンツを充実

2. 日本を世界に、積極的に発信

3. 新たな可能性を開く放送・サービスを創造

経営

4. 受信料の公平負担の徹底に向け、最大限努力

5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革

目次

1 今期の概況 3

- 「5つの重点方針」の達成状況を測る世論調査について 5

2 「5つの重点方針」の達成状況 7

- ▼ 重点方針1. 判断のよりどころとなる正確な報道、
豊かで多彩なコンテンツを充実 7
- ▼ 重点方針2. 日本を世界に、積極的に発信 11
- ▼ 重点方針3. 新たな可能性を開く放送・サービスを創造 14
- ▼ 重点方針4. 受信料の公平負担の徹底に向け、最大限努力 17
- ▼ 重点方針5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革 20
- (参考) 指標による評価 23

3 (参考) 予算の執行状況 27

- (1) 収支の状況 28
- (2) 受信契約状況・受信料収入 29
- (3) その他の勘定 30



今期の総括

経営計画の2年目に入り、5つの重点方針の達成に向けた取り組みを加速させた。

放送では、総合テレビの平日夜間を中心に大規模な改定を行った28年度編成がスタート。「鶴瓶の家族に乾杯」「ガッテン！」など多くの番組が、昨年の同時間帯の世帯視聴率（関東地区）を上回ってよく見られ、順調に定着し始めている。

熊本地震、伊勢志摩サミット、米国オバマ大統領の広島訪問、英EU離脱国民投票など、今期も国内外で大きな出来事が相次いだ。部局を越えた連携で体制を構築し、放送やインターネットを通じて正確・迅速かつ役に立つ情報提供を行うとともに、緊急の特集番組などを制作して視聴者の関心に応えた。

NHKワールドTVでは、ニュース番組を刷新しアジア情報の発信を強化したほか、日本各地の観光情報番組の新設、VODサービスの拡充などにより、国際発信力を強化した。

インターネットの活用については、4月に「NHK for School」、6月に「NHKニュース・防災」のアプリをリリースし、公共性の高い情報を“いつでも、どこでも”得られる環境を整えた。8月1日の4K・8K試験放送開始に向けて編成計画の検討を進め、運用訓練を実施した。

受信料収入は、番組やイベントと連動した営業活動などにより、前年同期を4.8万件上回る契約総数増加となり、「支払率80%」「衛星契約割合50%」の目標達成に向け堅調に推移。

NHKグループの改革を進めるため、各関連団体に求められる役割やガバナンスを重視した新たな経営目標を策定し、初めての合同入局・入社式や連携強化を目的とした出向を実施した。

【今期の主な取り組み】

重点方針1. 判断のよりどころとなる正確な報道、豊かで多彩なコンテンツを充実

- ・新年度編成がスタートしたが、「鶴瓶の家族に乾杯」「うたコン」「ガッテン!」「ファミリーヒストリー」など平日夜間の番組を中心に、昨年の同時間帯の世帯視聴率（関東地区）を上回ってよく見られ、順調に定着し始めている。
- ・4月の熊本地震では、本部や全国の放送局からピーク時は600人以上の応援者を派遣し、ニュース・番組・デジタル発信を通じて、最新の被災状況やライフライン情報などをきめ細かく伝えた。
- ・伊勢志摩サミット(5/26~27)では、各国首脳の前伊勢神宮訪問などを特設ニュースで伝えたほか、各ニュースで現地の中継を交えて丁寧に伝えた。米国オバマ大統領の広島訪問(5/27)も、大統領の所感を含めた全行程を、大統領訪日前の単独インタビューも交えて伝えた。
- ・松山局制作の地域ドラマ「“くたばれ”坊っちゃん」(6/22・BSプレミアム)を放送。夏目漱石の文学作品の舞台となった愛媛県の地域の魅力を全国にアピールした。

重点方針2. 日本を世界に、積極的に発信

- ・NHKワールドTVでは、毎正時から放送しているニュース番組を4月から「NHK NEWSLINE」として刷新し、アジアの情報発信を強化した。世界の旬の人に聞くインタビュー番組「Direct Talk」や、実用的な観光情報番組「J-Trip Plan」など9本の新番組をスタートした。
- ・5月の伊勢志摩サミット、米国オバマ大統領広島訪問の際には、現地からの中継で世界に発信したほか、伊勢志摩地域の自然や食、文化を伝える番組を集中編成した。
- ・世界最大級の国際映像コンテンツ見本市・MIPTV(4月、フランス・カンヌ)で、大河ファンタジー「精霊の守り人」の4Kプレミアム上映を行った。高精細の映像合成・加工技術(VFX)を駆使したNHKの制作力をアピールし、香港や台湾への販売も決定した。

重点方針3. 新たな可能性を開く放送・サービスを創造

- ・国民生活や社会全体に大きな影響を及ぼす情報を伝える緊急ニュースを、放送と同時にインターネットでも提供した。熊本地震関連ニュース(4/14・16)、大分で震度5強(4/29)、オバマ大統領広島訪問(5/27)、北海道で震度6弱(6/16)、英国投票EU離脱へ(6/24)の6回実施した。

- ・スマートフォンやタブレット端末を対象にした公式アプリの運用を開始した。4月に学校教育コンテンツを閲覧できる「NHK for School」アプリ、6月に最新ニュースや気象・災害情報などを得られる「NHKニュース・防災」アプリをそれぞれリリースした。
- ・8月1日に予定されている、衛星放送による4K・8K試験放送開始に向け、ワークフローと運用体制、編成計画等について検討を進め、運用訓練を実施した。

重点方針4. 受信料の公平負担の徹底に向け、最大限努力

- ・契約総数は年間目標50万件に対して20.2万件の増加で進捗率40.5%、衛星契約は年間目標63万件に対して21.3万件の増加で進捗率33.7%となった。衛星契約割合は49.3%となり、27年度末と比べ0.3ポイント向上した。
- ・29年度末に支払率80%を目指す公平負担徹底の取り組み「ターゲット80」活動の一環として、「TOKYOディープ!」や、地域発ドラマなど、放送番組やイベントなどと連動した営業活動を積極的に展開し、大都市での対策に成果を上げている。

【受信契約の状況（6月末）】

（単位 万件）

契約増加件数	27年度 第1四半期			28年度 第1四半期			現在数
	年間増加目標	累計実績	進捗率	年間増加目標	累計実績	進捗率	
契約総数	51	15.4	30.2%	50	20.2	40.5%	3,998
衛星契約※	60	23.5	39.1%	63	21.3	33.7%	1,970

※ 衛星契約とは衛星系および地上系によるテレビジョン放送の受信についての放送受信契約

未収削減 (5月末値)	△13	△0.9	7.1%	△11	△1.5	13.2%	108
----------------	-----	------	------	-----	------	-------	-----

重点方針5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革

- ・関連団体の評価基準に関して、各団体に求められる役割やガバナンスを重視した新たな経営目標を策定し、グループ合同入局・入社式や、規律ある経営と一層緊密な関係を築くための管理職出向などを実施した。
- ・女性の積極登用を行い、女性管理職の割合は7%台となった。
- ・「追跡“出家詐欺”」問題を受けた再発防止策について、導入から1年の節目で、匿名取材のチェックシートの活用や試写における複数のチェックなど、全国の放送現場で日常的に行っていることを公表し、再発防止に向けてさらなる周知・徹底を図った。

【収支概況】

- ・6月末の収支の状況は、事業収入が1,789億円（予算に対する進捗率25.5%）、事業支出が1,645億円（進捗率23.7%）となり、事業収支差金は144億円となった。
- ・6月末の受信料収入は、契約収納活動の推進により受信契約件数が増加し、標準進捗率を維持し（進捗率25.0%）、1,690億円となり、前年度同期に対して40億円の増収を確保する見込みとなった。

〔事業収支（一般勘定）〕

（単位 億円）

区分	予算	第1四半期 (4～6月)	第1四半期 累計(4～6月)	進捗率
事業収入	7,017	1,789	1,789	25.5%
事業支出	6,937	1,645	1,645	23.7%
事業収支差金	80	144	144	—

〔受信料収入〕

（単位 億円）

区分	予算	第1四半期 (4～6月)	第1四半期 累計(4～6月)	進捗率
28年度	6,758	1,690	1,690	25.0%
27年度	6,608	1,650	1,650	25.0%

「5つの重点方針」の達成状況を測る世論調査について

NHK経営計画（2015-2017年度）では、視聴者のみなさまのNHKに対する期待を的確に把握し、NHK全体で応えていくことをめざしています。

このため、2012年度からの経営計画で導入した14項目の経営指標を、現経営計画の重点方針をふまえて改善し、半期ごと（7月・1月）に世論調査を実施します。14の指標それぞれについて、NHKに対する期待度と実現度を尋ね、計画の進捗状況を検証します。みなさまからのNHKへの期待度に、実現度をできるだけ近づける（期待度と実現度の差を縮める）ことを目標に、事業運営や業務改革を進めていきます。

NHKビジョン
2015→2020

信頼をより確かに、未来へつなぐ創造の力

NHK経営計画
2015-2017年度
5つの重点方針

判断のよりどころとなる
正確な報道、豊かで多彩
なコンテンツを充実

日本を世界に、
積極的に発信

新たな可能性を開く
放送・サービスを創造

受信料の公平負担の徹底
に向け、最大限努力

創造と効率を追求する、
最適な組織に改革

指標

① 公平・公正

② 正確・迅速な情報提供

③ 多角的論点の提示

④ 記録・伝承

⑤ 文化の創造・発展

⑥ 多様性をふまえた編成

⑦ 新規性・創造性

⑧ 世界への情報発信

⑨ 地域社会への貢献

⑩ 人にやさしい放送

⑪ インターネットの活用

⑫ 放送技術の発展

⑬ 受信料制度の理解促進

⑭ 受信料の公平負担

質・量両面の放送・ネットサービスの評価
（＝「トータルリーチ」）、
海外における国際放送・国際展開の評価、地域指標 等

満足度、支払率、
衛星契約割合 等

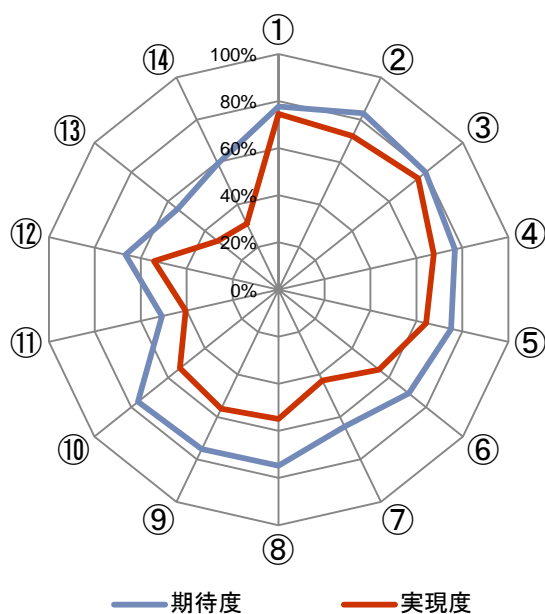
VFM1以上、営業経費率、NHKグループ全体の業務体制改革推進 等

(参考) 1月に実施した世論調査の結果

- ・ 今期は世論調査を行っていませんので、参考として1月の調査結果を掲載しています（下表）。
- ・ 世論調査は7月に実施し、結果は第2四半期業務報告で公表します。

▽全国の16歳以上の男女個人3,600人を対象に、1月8日～31日に世論調査を実施※。

▽各指標の設問に対し、「期待している」と「どちらかという期待している」と回答した人の割合を「期待度」、「実現している」と「どちらかという実現している」と回答した人の割合を「実現度」とする。



○は過去調査と比較し期待・実現差が統計的に縮まったもの
 ○は過去調査と比較し期待・実現差が統計的に広がったもの
 今回は、○、○該当なし。

() は前回調査における期待度と実現度の差

指標	期待度 (%)	実現度 (%)	差 (28年1月)	差 (27年7月)
①公平・公正	77.7	74.6	3.2	(2.0)
②正確・迅速な情報提供	83.0	72.4	10.5	(12.4)
③多角的論点の提示	79.8	75.8	4.1	(2.2)
④記録・伝承	76.7	67.6	9.1	(8.2)
⑤文化の創造・発展	75.1	64.2	11.0	(11.3)
⑥多様性をふまえた編成	70.7	54.5	16.3	(17.9)
⑦新規性・創造性	64.6	42.9	21.7	(22.5)
⑧世界への情報発信	74.8	55.0	19.8	(20.8)
⑨地域社会への貢献	75.2	56.1	19.1	(18.4)
⑩人にやさしい放送	76.3	53.5	22.8	(21.5)
⑪インターネットの活用	50.7	40.5	10.2	(10.3)
⑫放送技術の発展	66.6	54.2	12.3	(12.3)
⑬受信料制度の理解促進	54.8	33.1	21.7	(22.0)
⑭受信料の公平負担	59.3	31.0	28.3	(27.1)

※ 層化2段無作為抽出法で抽出し訪問留置法で実施。有効回答数は1,851件（有効回答率51.4%）。

重点方針1. 判断のよりどころとなる正確な報道、豊かで多彩なコンテンツを充実

主な取り組みと評価

- 総合テレビでは、平日夜間を中心に大規模な改定を行った。新設・移設した番組の多くがよく見られ、定着し始めている。
- 熊本地震では、全局的な支援体制で臨んだ。緊急ニュースのインターネットでの同時配信や、ホームページ・データ放送・SNSを通じた情報発信、ライフライン情報や障害者向け放送など、被災地のニーズにきめ細かく応える情報発信を行った。
- 「ニュース・防災」「NHK for School」「語学」など、公共性の高い情報を“いつでもどこでも”利用していただけるように、新しいアプリのリリースや大規模リニューアルを行った。

▽依然として課題となっている40代以下の視聴者層への浸透については、引き続き、若い世代の期待に応える番組作りを目指すことで、拡大を図っていきたい。

達成状況 一覧

① 「命と暮らしを守る」報道に全力を挙げ、東日本大震災からの復興を積極的に支援

首都直下地震や南海トラフ巨大地震などに備え、いかなる時にも放送・サービスを継続するため、本部や、代替機能を担う大阪局など、放送局の機能や運用・実施体制を強化

- ・4月14日に発生した熊本地震では、渋谷・放送センターに災害対策本部を設置し、現地の被害状況や安全確保上の留意点などを全局的に共有して対応にあたった。本部や全国の放送局からピーク時は600人以上応援者を派遣し、ニュース・番組・デジタル発信を通じて、最新状況やライフライン情報などをきめ細かく伝えた。
- ・阿蘇山の噴火や停電の影響に備え、24時間監視できる簡易カメラの緊急展開を実施した。
- ・関東エリアを中心に、水害時に大きな威力を発揮する「河川カメラ」の中継機能を強化したほか、編集機能を備えた「ニュース制作支援車」を熊本地震の際に初めて派遣した。

スーパーハイビジョンやインターネットなど、新しい技術を活用し、正確・迅速で、多角的な防災・減災報道を強化

- ・熊本地震では、インターネットによるテレビ放送の同時配信を4月14日から18日にかけて断続的に実施し、訪問者数は約529万、再生数は約236万を記録した。
- ・全国の地域拠点局のニュースをインターネットで同時配信ができるように設備改修を実施し、熊本地震の際に初めて福岡局発の管中ニュースの同時配信を実施した。
- ・現場からスマートフォンなどを通じて送られてくる大量のIP映像を一覧できる新設備「ITプロ・ブース」を活用して、熊本地震の際には迅速な放送対応に結びつけた。
- ・ドローンでの4K撮影体制を整備した。今期は、地震で被害を受けた熊本城や断層のリアルな立体映像を作成し、地震メカニズム究明や防災・減災に役立てた。

東日本大震災の課題やエネルギー問題に向き合う番組、防災・減災に役立つ番組、さまざまな大規模災害からの復興を支援する番組や応援キャンペーンなどに取り組み、積極的に発信

- ・NHKスペシャルでは、「緊急報告 熊本地震 活断層の脅威」(4/16)、「“連鎖”大地震 緊迫の10日 いのちを守るために」(4/23)、「最新報告“連鎖”大地震 終わらない危機」(5/14)の3本を放送。地震連鎖のメカニズムやデータによる検証、最前線のルポなどを伝えた。
- ・「ハートネットTV」では「緊急報告・熊本地震」を地震発生4日後から2日連続で放送。障害のある人や高齢者が置かれた状況に焦点を当て、必要な支援について生放送で伝えた。
- ・熊本地震のニュースでは、スタジオを担当したアナウンサーが行った被災地への積極的な呼びかけ(「まわりの人に声をかけながら避難してください」「小さな子供の手を握ってあげてください」など)について、全国紙が記事にするなど大きな反響があった。
- ・東日本大震災6年に向けて福島県郡山市で実施した公開復興サポート(5/22)で、「ガールズクラフト」「きょうの料理」「趣味の園芸やさいの時間」「東北発☆未来塾」「福島をずっと見ているTV」「ハートネットTV 震災を詠む」の6番組の公開収録を行った。イベント入場者は7,731人で過去2番目の集客となった。
- ・「ドキュメント72時間」「ETV特集」「福島をずっと見ているTV」でも東北復興をテーマに制作。若い世代の視聴者層を広げた。
- ・NHKスペシャル「廃炉への道2016」(5/29)では、完了までに最長40年かかるとされる福島第一原発の廃炉作業を独自に検証・記録した。

②日本や世界の課題に向き合い、新たな手法を活用して真相に迫る報道を充実

公平・公正で、正確・迅速な報道を堅持し、広範な取材ネットワークを生かして、時代を読み解く、わかりやすく丁寧なニュース・番組を積極的に発信

- ・伊勢志摩サミット(5/26~27)では、各国首脳伊勢神宮訪問などを特設ニュースで伝えただけ、各ニュースで現地の中継を交えて丁寧に伝えた。米国オバマ大統領の広島訪問(5/27)も、大統領の所感を含めた全行程を、大統領訪日前の単独インタビューも交えて伝えるなど、視聴者の関心に応えた。8Kカメラによる映像取材も行い、歴史的な行事を記録した。
- ・18歳以上の投票が初めて行われる参議院議員選挙(7/10)に向けて、「18歳キャンペーン」としてNHKスペシャル「18歳からの質問状」(5/4)を中心に、ミニ番組「ムズムズ18」などを編成した。
- ・「おはよう日本」では、気象コーナーで過去数十年のデータから直近の気象現象を読み解く解説を強化。高画質大型モニターを生かした演出を取り入れ、分かりやすいニュースを目指した。「ニュース7」は新年度から冒頭に5項目のインデックスを表示して、ニュースの一覧性を高めた。気象情報コーナーではフルバーチャルを導入。用語を解説するキーワードも増やすなど、分かりやすさを向上させた。
- ・「ニュースウオッチ9」では若者の投票率が高いドイツの教育現場を取材。日本の高校生の意見もあわせて放送した(4/29)。「おはよう日本」では、愛媛県の高中生たちによる投票を呼び掛ける活動や、若者への各党の取り組みを特集で伝えた(6/20~21)。

少子高齢化、社会保障、いじめ、多様な働き方、紛争、安全保障など、日本や世界の政治、経済、社会、文化などの課題に迫る骨太な番組を強化

- ・NHKスペシャル「老人漂流社会 団塊世代のしびる“老後破産”」(4/17)、「人生の終(しま)い方」(5/22)など、日本の社会構造の変動との中で生きる人々の姿を捉えた番組を編成した。「私たちのこれから #不寛容社会」(6/11)では、ネットを中心に自分の考え以外を受け入れない風潮と、それに過剰に反応する社会の問題を議論した。
- ・「クローズアップ現代+」では、人材会社が企業に勤めるリストラ(4/13)、保育施設の質と安全(4/12)、ATM不正引き出し事件(6/21)などの真相に迫った。タワーマンションの不動産“バブル”(5/19)は、男性40~50代など現役世代の関心と呼んだ。
- ・「あさいち」では、認知症介護(4/11)、乳がんの再発(4/13)、子どもの発達障害(6/22)、延命治療(6/27)などを特集。「E TV特集」では「お墓のゆくえ」(5/7)をはじめ、少子高齢化や児童虐待をテーマに制作するなど、社会の課題に向き合う番組を放送した。

ビッグデータの多角的分析を活用するデータジャーナリズムなど、新手法の調査報道を強化

- ・気象などのビッグデータを可視化する「NMAPS」では、熊本地震後に起こった全ての地震の震度分布や主要道路の寸断と物流の停滞などを時系列で映像化。「クローズアップ現代+」(4/18)や「NHKスペシャル」(4/23)、「サイエンスZERO」(5/1)で放送したほか、立体撮影で南阿蘇の土砂災害現場を再現し「ニュースウオッチ9」で伝えた。また、クローズアップ現代+「呼び寄せ高齢者」(6/20)では、呼び寄せた高齢の親が都心に集まる状況を可視化した。
- ・360°バーチャルリアリティを活用し、熊本地震の状況やパタゴニア極限レースの現場を伝えるなど、新しい映像表現に挑戦した。

インターネットを活用した情報の収集や発信により、報道を強化

- ・SNSなどインターネット上の情報を報道に生かす「ソーシャル・リスニングチーム(SOLT)」では、地震等の被害や事件事故の一報を毎日50件程度キャッチし放送につなげるなど、迅速な報道に貢献した。

③視聴者の幅広い期待に応えて、見ごたえある魅力的なコンテンツを開発・制作

戦後70年、放送90年の節目に多彩な大型企画を制作

- ・NHKスペシャル「きのこ雲の下で何が起きているのか」(「ワールド・メディア・フェスティバル」ドキュメンタリー部門受賞)、「70年目の戦争と平和」(「ウェービー賞」テレビ部門佳作)など戦争をテーマにした番組の国際コンクールでの受賞が相次いだ。
- ・沖縄「慰霊の日」(6/23)には「沖縄全戦没者追悼式」を全国に生中継。「ニュース7」や「ニュースウオッチ9」のほか、NHKワールドTVで海外にも発信した。

取材・制作力やスーパーハイビジョン(8K・4K)などの表現力を生かし、国際展開も視野に、複数年かけて取り組む大型コンテンツを強化

- ・NHKスペシャルの大型シリーズ「大アマゾン最後の秘境」「古代遺跡透視」などは、ほぼ4K化を実現し、「若冲 天才絵師の謎に迫る」(4/24)や長野県諏訪地方の祭りを描いた「古代史ミステリー御柱」(6/26)など、高精細の特性が発揮されるテーマに4Kを積極的に取り入れた。
- ・SHV試験放送に向けたドキュメンタリーとして、福島県楡葉町で鮭の養殖を通して町の復興を目指す人たちの姿を8Kで撮影。同時に2Kでも発信できるコンテンツに仕上げた。

幅広い視聴者に愛される番組、次の世代の育成に役立つ番組など、魅力あふれる多彩なコンテンツを開発・制作

- ・「鶴瓶の家族に乾杯」「うたコン」「ガッテン!」「ファミリーヒストリー」など番組改定の対象番組が多い平日夜間の世帯視聴率(ビデオリサーチ・関東地区 以下同様)は、昨年の同時帯を上回り、ゴールデンタイムでは昨年同期9.9%から11.8%へと1.9ポイント上昇するなど、各番組とも順調に定着し始めた。
- ・連続テレビ小説「とと姉ちゃん」(4/4放送開始)は、平均世帯視聴率が22.7%と極めて高く、59歳以下平均視聴率はNHKの全番組中トップだった。
- ・大河ドラマ「真田丸」は、今期の平均世帯視聴率が17.6%で「これからも見たい」という評価を多くいただいた。

	<ul style="list-style-type: none"> ・「サラメシ」は火曜日夜8時台に移設後、前の時間帯に放送している「うたコン」の出場歌手のお昼ごはんの素顔取材する「うたコンランチ」を企画。「うたコン」から引き続きご覧いただく演出により、高齢者層と比較的若い世代の双方に楽しんでもらうことに成功した。 ・「プラタモリ」は、今年度から案内役のアナウンサーが交代したが、「伊勢神宮」(6/11)では、平均世帯視聴率が過去最高の18.6%を記録。ますます視聴者層を広げている。
2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた情報や番組を充実	<ul style="list-style-type: none"> ・リオ五輪の代表選考を兼ねた日本選手権(競泳・陸上)を平日の総合ゴールデンタイムで放送し、本番への期待を高めるとともに、水中レールカメラやワイヤークカム、加速度表示システムなど、競技を多角的に捉えるための新技術を取り入れて放送した。 ・新番組「グッと！スポーツ」や「アスリートの魂」では、リオ五輪・パラリンピックでの活躍が期待される選手を積極的に取り上げた。データ解析により試合の流れをひもとく「スポーツ データ・コロシウム」(BS1)では、新技術を積極的に取り入れる番組を開発。 ・インターネット関連では、リオ五輪の期間中に開閉会式や午前中の競技を中心にテレビ放送の同時配信実験(試験的提供A)を実施することを決定し、大規模アクセスが予想される環境下におけるモバイル視聴ニーズへの対応を検証することにした。
取材・制作の過程で得られる多くの情報を、放送やインターネットなど、さまざまな伝送路を用いて効果的に発信	<ul style="list-style-type: none"> ・これまでホームページで多く利用されてきた「NHK for School」のアプリを4月にリリースした。約2,000本の教育番組動画をいつでもどこでも視聴できるサービスとして展開。 ・4月に「NHKゴガク」アプリの大規模アップデートを行い、英語や中国語の発音練習機能に加え、ラジオ番組(英語10番組)のストリーミングが可能になった。1週間の訪問者数は、アップデート前と比べ増加した。 ・3月末にリニューアルした「NHK NEWS WEB」は、SNSのシェアボタンを各項目に設置したことなどから、SNSから流入する訪問者が増加。全体の訪問者数も大きく伸びた。 ・「ハートネットTV」では災害時に弱者となる「要支援者」に向けて特設サイトを立ち上げ、随時情報を更新。4/18以降に放送した熊本地震関連の動画を期間限定で公開した。
④放送局は、地域の「安全・安心の拠点」となり、地域活性化に積極的に貢献	
NHKの全国ネットワークを生かし、防災・減災報道、緊急報道などに全力を挙げるとともに、ラジオの発信強化など、平時から非常災害時に備えた取り組みを推進	<ul style="list-style-type: none"> ・熊本地震では、本部各部局と全国の放送局が連携し、迅速に応援体制を構築。継続的な応援でデジタル発信やライフライン放送を支える要員を確保するなどして報道を継続した。 ・「ニュース7」は、大型連休に相次いだ各地の山岳遭難をまとめて伝え、標高の高い山では5月でも「冬の状態」であることなど多角的に伝えて注意を呼びかけた。 ・ラジオ第1放送では、夕方5時台に「地域応援ゾーン」を設け、その時間帯を中心に全国18局が生活情報番組を放送。ふだんからNHKラジオに親しんでもらい、防災・減災につながる放送を目指している。
地域や日本の課題にしっかりと向き合うニュースや番組を、地域や全国に積極的に発信	<ul style="list-style-type: none"> ・13人の大学生の命を奪った1月の軽井沢スキーバス事故について、長野局と本部が連携して取材し、高齢の運転手が過酷な乗務を担い、安全対策を怠る会社が相次ぐバス業界の実態を「クローズアップ現代+」やNHKスペシャル「そしてバスは暴走した」(4/30)で放送した。 ・NHKスペシャル「私は家族を殺した“介護殺人”当事者たちの告白」(7/3)では、福岡局・名古屋局・富山局・熊本局が連携して取材を行い、なぜ介護を苦に家族が一線を越えてしまうのか、受刑中や執行猶予中の11人の声から悲劇を防ぐ手がかりを探った。 ・「国際報道2016」では名古屋局と連携し、地場産業の海外進出の課題などを取り上げたほか、NEXT未来のために「沖縄“移設先”の町で ある親子の選択」(4/9)は、普天間基地移設問題に揺れる辺野古地区を沖縄局が密着取材し、地元住民の本音に迫った。
自然や文化、人や暮らし、観光資源など、地域の魅力や価値を、インターネットも活用して、積極的に全国や世界に発信	<ul style="list-style-type: none"> ・「ドキュメント72時間」では、65年の歴史に幕を下ろしたオートレース場の最後の3日間(千葉局4/22)、24時間営業の大衆食堂(仙台局5/6)、過酷な“酷道”として知られる四国の国道439号(高知局5/27)などを舞台に制作。幅広い層から好評を得た。 ・BSプレミアムの夜7時台を中心に「にっぽんプレミアムゾーン」として、「にっぽん百名山」「にっぽん縦断 ころろ旅」「ニッポンぶらり鉄道旅」「中井精也のてつたび!」「新日本風土記」などを編成し、地域の魅力を伝える番組を放送した。 ・「海外発信プロジェクト」のもと、地域放送局と国際放送局、報道局が連携し、少子高齢化対策や地域経済などについてのニュースや企画、あわせて71本を国際発信した。
地域を舞台にしたドラマや公開番組など、地域を応援する放送・サービスやイベントを効果的に実施	<ul style="list-style-type: none"> ・松山局制作の地域ドラマ「くたばれ 坊っちゃん」(6/22・BSプレミアム)を放送。夏目漱石の文学作品の舞台となった地域の魅力を全国にアピールした。 ・「民謡魂 ふるさとの唄」は神戸(4/17)・仙台(5/15)・大分(6/5)、「ららら♪クラシック」は横浜(6/15)、「民謡をたずねて」(R1/FM)は函館(4/10)・徳島(4/29)、「きらクラ!」は福島(6/12)でそれぞれ公開収録し、音楽を通じて地域の魅力を全国に伝えた。

放送局のデジタルサービスは、安全・安心に役立つ情報を中心に、選択と集中で実施

NHKの「地域社会への貢献」を評価する手法を開発し、地域貢献を強化

- ・横浜局は「開局 90 周年記念特設サイト」を開設。FM番組「横浜サウンド☆クルーズ」や公開番組に出演する有名人からの「90 年スペシャルメッセージ」を掲載。記念番組やイベントに展開し、さらに横浜局の認知度向上を目指す。
- ・熊本地震や北部九州の豪雨（6/22）などL字、データ放送、各放送局のホームページを通じて、避難所の提供などの情報を発信し、防災・減災放送を充実させた。鹿児島局ではデータ放送やホームページで伝えている桜島情報に、噴火や上空の風向き情報、視聴者からの要望が多かった「降灰予想」など加え、より充実させた（4/4～）。
- ・東北各局ニュースのデータ放送とインターネットの更新作業を仙台局での一括対応に改めたことで、迅速なネット展開が可能となった。またデータ放送で東北の高速道路情報コンテンツ提供を開始。（6/27）JRと道路の状況が一目でわかるよう内容充実が出来た。

- ・昨年度新設した地域指標調査について、地域放送局の活用事例や意見をまとめて周知した。次年度の番組編成の作業や各放送局の地域の実情を考慮し、より効果的な調査になるよう改善を行ったうえで、今年度 1 回目の調査を 5 月下旬（5/21～31）に実施した。

【ピックアップ】

平日夜間の番組を大幅改定（総合テレビ）

- ◇総合テレビ・平日夜間は大規模な改定を行った。「鶴瓶の家族に乾杯」「うたコン」「ガッテン!」「ファミリーヒストリー」など新設・移設した番組の多くが順調に定着し始めている。
- ◇連続テレビ小説「とと姉ちゃん」は平均世帯視聴率が 20 パーセントを超え、幅広く見られている。大河ドラマ「真田丸」はインターネット上でのスピノフ企画を実現。



連続テレビ小説「とと姉ちゃん」



熊本地震の被害を伝える「ニュース7」

熊本地震では多角的な防災・減災報道を強化

- ◇熊本地震では災害対策本部を立ち上げ、発災直後から全局体制での応援を実施。放送、技術、インターネットを連携させ、多くのIP中継や、簡易カメラによる 24 時間の噴火監視、拠点局からの同時配信など、防災・減災報道の新たな手法につなげた。

デジタル戦略の構築

- ◇「NHK for School」「NHKゴガク」「NHKニュース・防災」など新アプリのリリースやリニューアルを進め、教育番組や重要ニュース、災害情報など取材・制作の過程で得られた情報を効果的に発信。アクセス増につなげた。
- ◇「プロフェッショナル」アプリは、NHKの弱点とされる若年層にリーチするきっかけをつくった。



リリース・リニューアルしたアプリ

今後に向けて

- ・熊本地震の対応から得られた教訓を、今後の大規模災害報道に生かしていく。
- ・番組改定については、新番組・移設番組の認知度向上に努めたうえで、幅広い視聴者の方々にご覧いただく番組制作を目指す。
- ・リオデジャネイロ五輪・パラリンピックに向けて、放送とインターネットサービスの充実を図るとともに「2020 年東京」を見据えた期待と関心を高める。
- ・終戦 71 年となる夏に向けて、日本の戦争と平和を検証するコンテンツを編成する。

重点方針2. 日本を世界に、積極的に発信

主な取り組みと評価

- NHKワールドTVでは、毎正時からのニュース番組を「NHK NEWSLINE」として刷新し、アジアの情報発信を強化したほか、インタビュー番組「Direct Talk」や観光情報番組「J-Trip Plan」など、9本の新番組をスタートした。
- ビデオ・オン・デマンド（VOD）サービスで提供する番組を27番組に倍増し、日本の食を紹介するポータルサイト「JAPANESE FOOD」を開設するなど、インターネットによるサービスを充実した。

▽国際戦略調査によると、重点地域と位置づけた北米とアジアの主要都市で、NHKワールドTVに接触のある人の理解度は高水準を維持している。

達成状況 一覧

①「信頼される国際放送」として、日本を世界に、発信を強化

英語によるテレビ国際放送「NHKワールドTV」は、北米とアジアを重点地域と位置づけ、「見たくなる国際放送」をめざして、視聴意向などを把握して、ニュース・番組や編成を充実・強化

- ・大型ニュース番組や現地制作の大型討論番組を新設
- ・観光、食、ファッション、アニメ、先端技術など、日本の文化、産業、科学技術などを多彩に発信
- ・国内で放送する番組の英語化を進め、日本の魅力や姿を積極的に発信
- ・「NHKワールドTV」の認知度向上のため、重点地域などでのプロモーションを強化
- ・国内外の取材・制作体制の強化や日本国際放送（JIB）をはじめとする関連団体との連携の強化などを通じて、実施体制を強化

「NHKワールド」のウェブサイトを更新し、国際放送の主要番組のビデオ・オン・デマンドサービスの導入やウェブニュースの多言語化の充実など、インターネットの発信と普及活動を強化

- ・28年度の番組改定にあたり、毎正時から放送しているニュース番組「NEWSLINE」を「NHK NEWSLINE」として刷新し、新コーナー「Eye on Asia」でアジアの情報発信を強化した。また、大型ニュース番組「NEWSROOM TOKYO」と連続して編成し相乗効果を図るインタビュー番組「Direct Talk」や、東京オリンピック・パラリンピックに向けて日本各地の魅力を紹介する観光情報番組「J-Trip Plan」など、9本の新番組をスタートした。
- ・4月の熊本地震では、地震発生直後からNHKワールドTVの特設ニュースで被災地の状況を伝え、イギリスBBCやアメリカCNNなど海外の放送局もNHKワールドTVの映像を使って報道した。ラジオ日本でも各言語の放送でニュースや外国人支援のリポート、世界からの励ましのメッセージなどを放送した。
- ・5月の伊勢志摩サミットでは、現地からの中継のほか、伊勢志摩地域の自然や食、文化を伝える番組を集中編成し、地域の魅力を発信した。米国オバマ大統領の広島訪問も中継で伝え、日本発の国際放送としての存在感を示した。中部国際空港や閣僚会合が開催された各地で国際放送のPRに取り組んだ。
- ・北米では、伊勢志摩サミット開催にあわせて、集中的にキャンペーンを実施。8都市の地元放送局で「NEWSROOM TOKYO」を特別編成したほか、テレビ・ラジオでのスポット広告、インターネット広告、雑誌広告などを行った。アジアでも、伊勢志摩の旅や食を紹介する番組の広告をフェイスブック上で実施した。
- ・海外総支局、特にアジア各局との連携を強化し、日本のジャーナリストの視点で現地の支局から各国の政治・経済・社会情勢について国際発信を行った。
- ・国内視聴者に向けて、NHKワールドTVの番組の公開イベント等を大阪や広島、松山などで実施したほか、広報局と連携し、「うたコン」などの公開番組収録会場で広報活動を拡充した。
- ・VODサービスは、提供する番組の数を13番組から27番組に倍増した。スマートフォンや、Apple TV・Amazon Fire TV向けのアプリに、VOD視聴機能を新たに追加した。
- ・4月にツイッターによるニュース発信を開始。フェイスブック上では、5月にオバマ大統領のNHK単独インタビュー記事を投稿し、NHKワールド・オンラインへの訪問者数の増加につなげるなど、SNSを活用した発信を強化した。
- ・著書が海外でもベストセラーになった片づけコンサルタントの特集番組「Tidy Up with KonMari!」（5月）では、VOD提供をSNS

	<p>広告と連動して行い、再生回数の増加につなげた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本食を紹介するポータルサイト「JAPANESE FOOD」を6月20日に開設。NHKワールドTVで放送している料理や食材に関する番組と連動し、関連情報やレシピ集を掲載した。 ・4月からヒンディー語とビルマ語のニューステキストを本格公開。スワヒリ語のテスト配信も開始し、17言語のホームページすべてにおいて、ニューステキスト配信が実現した。
<p>受信環境の整備を効果的に実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・米国・ワシントンDC地域の公共放送局との契約がまとまり、29年1月からワシントンDCに加えて、ボルチモアなど、より広範囲でNHKワールドTVの24時間放送が視聴可能となる。 ・ラジオ放送などを配信するアプリが世界で普及しているインターネットサービス「TuneIn Radio」で、ラジオ日本のライブストリーミングを開始した。
<p>重点地域での国際放送の強化の取り組みなどを評価する指標を導入・活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・5月、重点地域である北米とアジアの主要都市などで、国際戦略調査を実施した。NHKワールドTVへの接触や日本の理解度を分析、検証を行い、関係部局と勉強会を実施するなど、戦略立案につなげた。
<p>②国際戦略を強化し、コンテンツ展開など、さまざまな分野で世界に貢献</p>	
<p>質の高い大型コンテンツの国際共同制作、国際版の制作や販売、優れた放送技術の普及など、さまざまな形での国際展開を、NHKと関連団体が連携して積極的に推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・大河ファンタジー「精霊の守り人」は、コンテンツ見本市MIP TV（4月、フランス・カンヌ）で4K映像によるプレミアム上映を行い、NHKの制作力をPR。香港や台湾に販売が決定し、欧米や東南アジアの各国からも高い関心が寄せられた。 ・NHKスペシャル「大アマゾン」はブラジルの制作会社との国際共同制作を実施。「ドキュメント72時間」は関連団体と連携し、MIP TVで国際市場に向けたフォーマット販売を開始した。 ・27年度に国内で「100万人の行動宣言」の目標を達成した「いじめを考えるキャンペーン」は、28年度から国際展開を本格スタートさせ、世界7か国の放送局が参加を表明している。
<p>国際マーケットを意識した制作手法の開発など、国際展開を強化するための体制整備を推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「ETV特集」では、制作局や編成局、知財センターなど、関係部局が連携して国際展開を推進するスキームを構築。一部番組で国際版の制作を行っている。 ・アニメ「山賊のローニャ」が国際エミー賞こども部門賞を受賞したほか、ドイツで開かれた世界の子ども・青少年のためのコンクール「プリ・ジュネス2016」で、海外での視聴を想定して制作した「テイクテック」、「昔話法廷」の2番組が「国際子ども審査員賞」を受賞。これまでにない成果を上げた。
<p>自然、科学、防災、教育などの放送ジャンルや放送技術など、NHKの得意分野を生かし、国際会議や研修などを通じて世界に貢献</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ABU（アジア太平洋放送連合）では、NHKが年央理事会（5月、フィジー）の議長を務め重要事項を協議したほか、ABU気候変動・減災メディアサミット（5月、タイ）では職員4人を派遣し、NHKの災害報道などを紹介した。 ・世界プラネタリウムシンポジウム（ポーランド）では、科学環境番組を担当するディレクターやカメラマンが4K・8Kの高精細撮影の最新技術を報告、EBU（欧州放送連合）ユーロラジオ音楽専門家会議にはプロデューサーを派遣しクラシック番組のプレゼンテーションを行うなど、NHKの存在感を示した。
<p>世界の放送局や関係機関と連携して、映像アーカイブの保全や利活用など、文化的な貢献を強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・SEAPAVAA（東南アジア太平洋地区視聴覚アーカイブ連合）に職員を派遣し、NHKアーカイブスの仕組みや著作権情報充実のための運用体制について報告を行った。
<p>NHKの国際化への対応を進め、国際情報の収集と戦略開発への反映、国際人材の育成、NHKブランドの積極発信などを推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・海外ビジネススクールや、米国のスタンフォード大学、MITメディアラボへの職員派遣を継続。新たに実施した海外インターンシップ派遣では、国際的で広い視野と柔軟な対応力を身につけるため、ベトナムの現地企業に報道局の職員を派遣した。 ・アメリカ最新動向報告会や、MITメディアラボの研究者とNHK職員がアイデアを競うイベントを実施するなど、海外のノウハウを職員の創造性向上に生かす施策に取り組んだ。

【ピックアップ】

「NHK NEWSLINE」リニューアル



「NHK NEWSLINE」

◇毎正時からのニュース番組「NEWSLINE」は、4月からタイトルに「NHK」の名前を冠し、内容を充実させた。アジアのニュースを集中的に伝える新コーナー「Eye on Asia」では、NHKの取材力を結集し海外取材の経験が豊富な記者をキャスターに据え、発信を強化した。視聴者からは、「自国のニュースチャンネルでは得られない情報だ」などと好評で、「日本から伝えるアジア情報」のコンセプトが評価された。

伊勢志摩サミット・オバマ大統領広島訪問

◇5月26～27日に伊勢志摩で開催されたG7首脳会合と、米国オバマ大統領の広島訪問は、国際的にも関心が高く、報道局と国際放送局、地域放送局が連携して、国際放送を通じて海外に分厚く報道した。オバマ大統領のNHK単独インタビュー記事についてSNSの公式アカウントで投稿し、NHKワールド・オンラインの該当記事に多くのアクセスがあった。

◇伊勢志摩地域の豊かな自然や食、文化などを伝える番組を集中的に編成し、地域の魅力を発信した。インドネシアの人気若手俳優が旅する「ムスリム・ツーリスト、伊勢志摩に行く！」や、地元の伝統工芸品の奥深さを描いた「伊勢型紙～千年の旅」などの特集番組のほか、「Dining with the Chef」や「J-Trip Plan」などの定時番組でも、郷土料理や地元の観光情報を紹介した。



オバマ大統領単独インタビューをSNS投稿



「ムスリム・ツーリスト、伊勢志摩に行く！」

MIPTV「精霊の守り人」プレミアム上映

◇世界最大級の国際映像コンテンツ見本市MIPTV（4月、フランス・カンヌ）の初日に、大河ファンタジー「精霊の守り人」の4K映像によるプレミアム上映を行った。MIPTVでアジアの作品が公式に上映されたのは初めて。出演者と担当プロデューサーが登壇し、番組の見どころをPRした。香港や台湾への販売が決定し、その他の国からも関心が寄せられている。



今後に向けて

- ・NHKワールドTVは28年度、ニュース番組の充実・強化、国内放送と国際放送とのさらなる連携による番組の充実、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて日本への関心を高める番組の編成に力を入れていく。
- ・国際戦略調査などの分析を活用して、重点地域における国際放送・国際展開の手応えを測り、効果的な編成やプロモーション施策、番組の展開につなげていく。

重点方針3. 新たな可能性を開く放送・サービスを創造

主な取り組みと評価

- 熊本地震関連ニュースのインターネットによる同時配信を実施、安否確認や被災地の状況把握に関する要望に応じて、アクセス制限（国内利用限定）を一時的に解除した。さらにラジオ圏域放送のインターネット同時配信により、情報提供をきめ細かく行った。
- スーパーハイビジョン試験放送開始（8月1日）に向けて、送出設備の動作確認テストや運用訓練を継続的に実施した。
- リオデジャネイロ五輪・パラリンピック中継やインターネット配信を確実に実施するため、実際に会場で使用する機材を使ってシステムを構築し、国内で最終テストを実施した。

達成状況 一覧

① インターネットを活用して、より多くの人にNHKコンテンツを届ける新たなサービスを創造

放送法の改正を踏まえ、テレビだけでなく、パソコンやスマートフォン、タブレットなどでも、NHKの公共性の高い情報や番組などのコンテンツに積極的に接してもらうため、「インターネット実施基準」に則り、インターネットを活用したサービスを強化

- ・国民生活や社会全体に大きな影響を及ぼす内容の緊急ニュースをテレビ放送と同時にインターネットでも配信した。熊本地震関連ニュース（4/14・16）、大分で震度5強（4/29）、オバマ大統領の広島訪問（5/27）、北海道で震度6強（6/16）、英国民投票EU離脱へ（6/24）の6回実施。
- ・熊本地震では、安否確認を希望する在外日本人からの強い要望に応えるため、テレビ放送のインターネット同時配信の国内利用限定を一時的に解除した。またラジオ第1（4/19開始、6/14終了）とFM（4/22開始、5/31終了）の圏域放送のインターネットによる同時配信を実施した。
- ・最新ニュース、災害・気象情報、ライブ映像などを提供する「NHKニュース・防災」アプリの運用を開始した（6/20）。「英EU離脱多数確実」（6/24）では、ニュースとして初のプッシュ通知と同時配信を実施。
- ・「プロフェッショナル」アプリは、若年層のユーザーが多く、利用者がアプリで制作した5,000以上の動画がサイトに投稿されている。中学、高校、大学の授業でも使われるなど活用が進んでいる。

インターネットを活用してNHKのコンテンツをより広く届けるため、“放送の同時再送信”の課題の解決を図るとともに、取り組みを推進

- ・今年度実施予定の、スポーツイベントを対象にした「試験的提供A」に向けた演出・技術面の準備を進めた。
- ・利用者を限定して一定期間に1日16時間以内でテレビ放送の同時配信を行う「試験的提供B」の検証実験については、下半期の実施を目指してアプリ開発や認証システム、配信基盤の設計に取り組んでいる。

放送、「NHKオンライン（NHKホームページ）」と「NHKオンデマンド（NOD）」の連携を強化するなど、利用者の利便性を向上

- ・NODでは、4月開始の連続テレビ小説「とと姉ちゃん」第1週の無料配信を実施。今年度から無料配信を始めた「明日へ」は、平均視聴数が昨年同期比4倍以上となり、視聴拡大・認知度向上に貢献した。
- ・札幌局制作の地域番組「北海道戦後70年」7回シリーズを配信。番組の再放送にあわせてNODの理解促進を図るなど、地域放送と連動したNODの取り組みも推進した。

NHKオンデマンドでは、高精細映像（4K）の動画配信など、新たなサービスを実施

- ・動画配信サービス大手のU-NEXTと契約し、6月2日から、サービス利用者がNODも利用できるようになった。
- ・4月から、外部プラットフォーム「milplus」で、5タイトル9本の4Kコンテンツの配信を開始した。これによりNODの4K配信を実施するプラットフォームは4社となった。

放送と通信の連携サービス「ハイブリッドキャスト」は、24時間いつでも活用できるサービスを中心に充実を図り、より効果的で魅力的なサービスを選択して実施

- ・初の実験的な試みとして、リオデジャネイロ五輪の8K競技中継などの映像の一部を4Kに変換して、ハイブリッドキャスト経由で配信するための準備を行った。
- ・テレビと携帯端末を連携したサービスの利便性を高めるため、NHKも参加している一般社団法人「IPTVフォーラム」では、6月に端末連携に関する受信機メーカー共通の技術仕様を策定した。

<p>放送やインターネットを通じてNHKのコンテンツに接触する利用者の利便性を向上させるため、認証や管理のシステムを整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネットサービスにおけるユーザーの利便性向上を目的とした認証の活用方法や、既存の基盤を拡充する場合の管理システムの整備に関する検討を行った。
<p>②NHKコンテンツへの多様な接触を把握する新たな評価手法“トータルリーチ”を開発し、サービス向上に活用</p>	
<p>放送やインターネット、録画視聴など、さまざまな形でのNHKコンテンツへの接触や質的・量的評価を総合的に把握する手法(“トータルリーチ”)を開発し、放送・サービスの向上に活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・“トータルリーチ”の調査を実施し、視聴者によるメディアを超えたNHKコンテンツの接触状況を検証し、今後の番組改善の参考とした。 ・コンテンツの質的評価と、視聴率や録画再生率などの量的評価を統合して、視覚的に表示する新たな方法の開発を進め、制作者がより利用しやすい指標となることを目指す。
<p>③技術面で先導的な役割を果たし、スーパーハイビジョンの制作・活用を戦略的に推進</p>	
<p>民間放送局やメーカーなどとともオールジャパンの体制でスーパーハイビジョンの推進に取り組む国のロードマップなどを踏まえ、2016年の試験放送、2020年の東京オリンピック・パラリンピックなどを見据えて、設備や実施体制の整備、コンテンツの開発、ノウハウの蓄積、周知広報などを、NHKグループが連携して推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・8月1日の衛星放送の4K・8K試験放送開始に向け、ワークフローと運用体制、編成計画等について検討を進め、運用訓練を実施した。 ・4K・8K実用放送の業務認定に必要な事項等に関する、総務省「放送法施行規則等の一部を改正する省令案等についての意見募集」に対し、NHKとしての意見を提出。現在の衛星放送の視聴者保護を最優先とし、帯域再編に必要な事業者間調整や、受信機テストに必要な経費の負担などを国の責任で実施すること、試験放送の終了時期には実用放送の開始時期を踏まえて柔軟な対応ができるようにすること等を求めた。 ・4K・8Kを含むコンテンツ保護の環境整備を推進する新CAS協議会(27年10月発足)の会員として、受信機実装方法などの技術検証を進め、JEITA(電子情報技術産業協会)に対して、方式の概要、開発スケジュール等の説明会を実施した。
<p>スーパーハイビジョンでの番組制作は、ハイビジョンでも放送することを基本として効率的に実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・試験放送の開始に向けて、制作手法やノウハウの蓄積に努めた。6月にはNHKホールで音楽番組「うたコン」の8K収録を行い、定時番組における8K制作のノウハウを蓄積した。 ・NHKスペシャル「古代遺跡透視」では、フランスとの国際共同制作での4K制作を実施した。「アマゾン最後の秘境」では、アマゾンの自然をテーマにした2本で4Kによる番組制作を実施した。
<p>医療、防災、芸術など、8Kの特性が発揮される分野を開拓するなど、放送外を含めた多様な活用法を研究・開発し、国際的な普及を推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都美術館で開催された「生誕300年記念 若冲展」にて8Kコンテンツを上映し、約20万人に体感いただき、大きな反響を得た。 ・今後の自然災害の検証や、被災地などの復興に役立てるため、現在の日本の様子を8Kカメラで空から撮影・記録している。4月の熊本地震の際には、断層周辺や被害集中地域などを撮影した。 ・アメリカのMITメディアラボに職員2人を派遣し、8Kの効果的活用に関する共同研究を行っている。高精細だけでなく8Kの特性に着目し、タッチパネルと組み合わせることで新たな用途やサービスを開発するなど、将来を見据えた研究に取り組んでいる。
<p>④「人にやさしい」放送・サービスの推進</p>	
<p>高齢者や障害者、デジタル機器が苦手な人などが、放送・サービスを楽しむことができる技術の開発を推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・番組制作を支援する技術と「人にやさしい」放送技術を融合した新しい放送コンセプト「スマートプロダクション」を提案した。例えば、気象庁防災情報データをもとにした手話CG(コンピュータグラフィックス)の自動生成、ハイブリッドキャストによる緊急地震速報の手話CG提示、ニュースの読解支援の基盤となるやさしい日本語変換・日韓翻訳システムを技研公開で展示した。
<p>テレビの全国放送や地域放送への字幕付与を、計画に基づき拡充</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・29年度までの字幕・解説放送の行政指針に基づき、字幕付与可能な全ての放送番組に付与する取り組みを着実に推進。 ・NHKオンデマンドでは、定時番組での字幕付配信を11番組から20番組に拡充。
<p>2020年に向け増加が予想される国内の外国人に向け、平時・非常時の情報提供を強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・4月の熊本地震では、国際放送「ラジオ日本」の各言語による放送で、現地在住の外国人に被災の状況を取材し、外国人支援についてレポートしたほか、世界中のリスナーから集まった励ましのメッセージを伝えた。 ・大手ケーブルテレビ局との契約が完了し、国内でNHKワールドTVの視聴可能な環境がさらに広がる見込みとなった。 ・大阪局発の関西地区向けブロック放送として初めて、二か国語「2055ニュース」を実施した(5月)。

【ピックアップ】

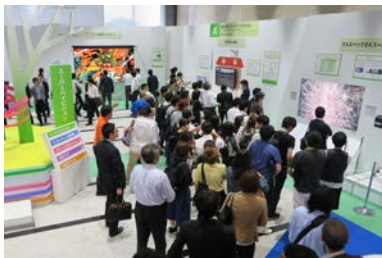
ニュース・防災アプリの運用開始

◇いざという時に頼りにされる“公共メディア”に向けて、スマートフォン、タブレット端末を対象にした公式アプリ「NHK ニュース・防災」の運用を6月20日に開始した。最新ニュースや、気象・災害関連情報を提供するほか、放送同時配信やライブ配信映像を再生できる。



最新の研究開発の成果を展示

◇「技研公開 2016」を5月末に開催。進化が続く「スーパーハイビジョン」、放送と連携する「インターネット活用技術」、放送のバリアフリー化をめざす「スマートプロダクション」、自然な映像を目指す「立体テレビ」、放送の進化を支える「次世代デバイス」など、27項目を展示した。



技研公開（エントランス）



シート型ディスプレイ



立体映像

長年にわたる研究開発と実用化の業績が認定

◇5月、NHKの業績（ハイビジョン、緊急警報放送）がIEEEマイルストーン*に認定された。“ハイビジョン”は、1964年から研究に着手し、高品位テレビを目指した心理物理実験、放送方式の実用化、技術規格の国際標準化をリード。“緊急警報放送”は、地震、津波の際、自動的にテレビ、ラジオの電源を入れて、災害放送を支援するシステムを実現した。



*世界最大の技術者組織IEEE（Institute of Electrical and Electronics Engineers）が、地域社会や産業の発展に多大な貢献をし、歴史的業績を表彰する制度。

今後に向けて

- ・リオ五輪・パラリンピックのインターネット配信は、テレビ放送の同時配信や、放送しない競技のライブストリーミング、動画の見逃しサービスなど、競技映像を“いつでも、どこでも”ご覧いただけるようサービスの充実に取り組む。
- ・スーパーハイビジョンについては、コンテンツ制作ノウハウを引き続き蓄積しながら、総務省から公表された「4K・8K実用放送の認定申請の審査基準」を踏まえ、NHKとしての対応を進める。

2 「5つの重点方針」 第1四半期の達成状況

重点方針4. 受信料の公平負担の徹底に向け、最大限努力

主な取り組みと評価

- 受信料収入（6月末）は、前年度と比べて40億円増収の1,690億円となり、堅調に推移している。
- 契約総数増加については、前年度を4.8万件上回る20.2万件を確保し、順調にスタートすることができた。
- 29年度末に支払率80%を目指す公平負担徹底の取り組みとして、「ターゲット80」活動を昨年度に引き続き展開し、大都市圏対策の強化や各地域の営業課題に全局体制で取り組んでいる。

[受信契約の状況（6月末）]

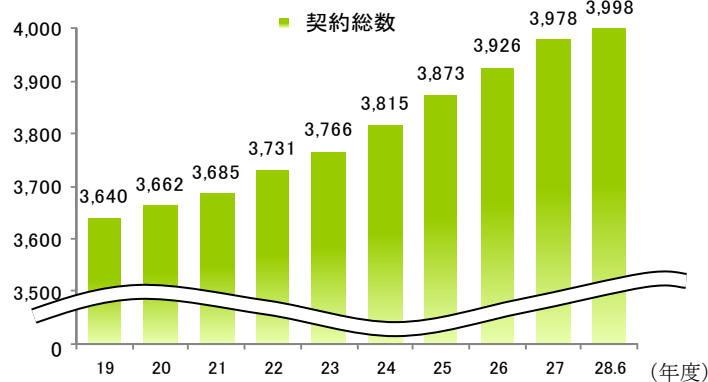
（単位 万件）

契約増加件数	27年度 第1四半期			28年度 第1四半期			現在数
	年間増加目標	累計実績	進捗率	年間増加目標	累計実績	進捗率	
契約総数	51	15.4	30.2%	50	20.2	40.5%	3,998
衛星契約※	60	23.5	39.1%	63	21.3	33.7%	1,970
未収削減 (5月末値)	△13	△0.9	7.1%	△11	△1.5	13.2%	108

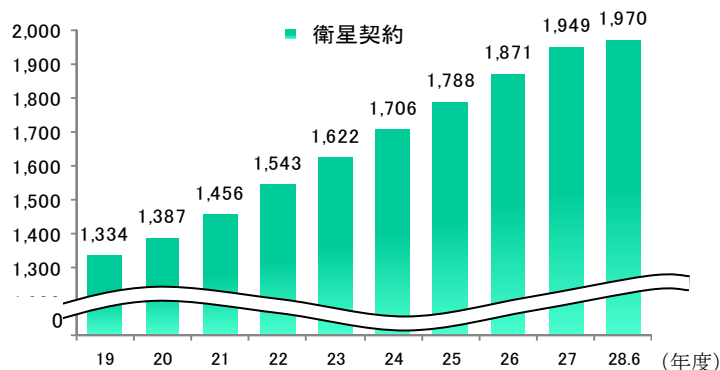
※ 衛星契約とは衛星系および地上系によるテレビジョン放送の受信についての放送受信契約

[契約数の推移]

(万件)



(万件)



①営業改革を一層推進し、過去最高の支払率を目標に最大限努力

2017(平成 29)年度末に、過去最高の「支払率 80%」「衛星契約割合 50%」の達成をめざす

- ・契約総数は年間目標 50 万件に対して 20.2 万件の増加、進捗率 40.5%、衛星契約は年間目標 63 万件に対して 21.3 万件の増加、進捗率 33.7%となった。
- ・未収数は 5 月末で年間目標 11 万件削減の計画に対して 1.5 万件の削減、進捗率 13.2%となった。
- ・衛星契約割合は 49.3%となり、27 年度末と比べ 0.3 ポイント向上した。
(支払率は半期ごとに集計するため、第 2 四半期で報告)

支払率の低い大都市圏などに重点を置いた新たな営業対策を推進

- ・ガス事業者による住所変更手続きを昨年度から段階的に実施し、6 月末までの 3 か月間で 2,303 件の取次となった。また、他のガス事業者への導入に向けた準備を進めた。

法人委託の拡大など、より効率的な営業体制・手法に向けた改革を徹底

- [法人委託の拡大]
- ・エリア型法人委託は、28 年度は 27 地区で新たに業務を開始。6 月末現在で 336 地区 (1,506 万世帯) において業務を実施
 - ・公開競争入札による法人委託は、28 年度は 1 地区 (16 万世帯) で新たに業務を開始。6 月末現在で 80 地区 (1,198 万世帯) において業務を実施。

- [民事手続きの強化]
- ・支払督促の申立てを第 1 四半期で 191 件実施。平成 18 年 11 月からの申立て累計件数は 8,224 件。判決や支払督促が確定したにもかかわらず、なお支払いのない 86 件に対し、強制執行の申立てを行った。
 - ・4 件 (世帯 3 件、事業所 1 件) の民事訴訟を提起し、平成 21 年 6 月からの累計で 182 件 (世帯 165 件、事業所 17 件) となった。

- [契約・収納手法の開発]
- ・「住民票除票を活用した住所変更手続き」は、6 月末で 7,036 件 (前年同期 6,485 件)、「メッセージ消去連絡との同時契約」は、6 月末で 8,992 件 (前年同期 7,573 件) となった。

- [各種法人・団体等との連携強化]
- ・郵便転居届のワンライティングについて、6 月末で 1.2 万件 (前年度比 70.3%) となった。
 - ・「N T T 電話料金等との一括支払い」の 6 月末の利用件数は、27 年度末より 1.4 万件増加し、21.4 万件となった。
 - ・「Yahoo! 公金支払い」での 6 月までの収納件数は 2,075 件 (前年同期 2,375 件)、収納額は 865 万円となった。
 - ・ホテル・旅館の事業者 6 団体における 5 月末の受信料取りまとめ参加率は 80.7% (前年度末 80.3%) となった。

全局体制で受信料制度の理解促進活動を実施

- ・「T O K Y O ディープ!」や、地域ドラマなど、放送番組やイベントなどと連動した営業活動を積極的に展開し、大都市での対策を上げている。

放送と通信の連携など、メディア環境や放送・サービス展開を踏まえて、受信料制度のあり方を研究

- ・世界の公共放送の情勢やメディア環境の調査を継続しながら、受信料制度のあり方について研究を進めている。

②視聴者との結びつきを強化し、意見を適切に事業運営に反映

公共放送の放送・サービスや新たな取り組みなどについて、積極的に広報

- ・公共放送の取り組みを P R する 1 分スポット番組「ここに、公共放送」は、「大河ドラマ真田丸で地域おこし」「NHK ハート展」「NHK ラジオは安心ラジオ」を放送。
- ・受信料制度の意義をわかりやすく P R する連続ミニドラマ形式のスポット番組「受信寮の人々」は、第 8 話を制作・放送。事前に若年層が親しみを持てる番組を調査し、好感度上位の番組の出演者を取り入れて制作した。

公共放送の理解促進に資するイベントなどをより効果的に実施

- ・今期は全国で 393 件の公開番組・イベントを実施し、およそ 304 万人にご参加いただいた。このうち 64 件の公開番組・イベントで参加者を対象にアンケートを行った。
(サンプル数: 28,746 人)
- ・満足度 84.7% (27 年度年間 84.5%)
- ・理解促進度 70.9% (27 年度年間 71.1%)

視聴者の多様な意向を効果的・効率的に把握する方法を検討し、視聴者対応を充実

- ・英語メールへの対応は、昨年 9 月に専用メールフォームで受付を開始して以来、4 月に初めて月間 80 件を上回った。
- ・7 月の参議院議員選挙を控え、選挙報道や政見・経歴放送に対する視聴者からの問い合わせや意見に的確・迅速に回答するため、ふれあいセンターのコミュニケーターやスーパーバイザーを対象にした「選挙勉強会」を開催した。

【ピックアップ】



「とと姉ちゃん」プレミアムトークを大学で開催

- ◇4月16日に浜松の静岡文化芸術大学で『とと姉ちゃん』プレミアムトーク「遠州からはじまる物語」を開催した。当日は450人を超える来場者で会場はいっぱいとなり、大盛況のイベントとなった。
- ◇このイベントを通して、同大学の学生のNHKへの理解促進につなげるとともに、大学生協との取次業務委託の締結に向けた活動を展開した。

「ニコニコ超会議2016」に真田丸ブースを出展

- ◇若年層へのアプローチとして、幕張メッセで開催された「ニコニコ超会議2016」(4/29~30)に初めてブースを出展。2日間で約15万人が来場し、動画配信で約550万人が視聴したビッグイベントで、出演者のトークショーや甲冑(かっちゅう)の展示などを行った。動画で約10万人が視聴したほか、ネットニュースなどでも10本以上の記事となり、話題が拡散した。



愛媛発地域ドラマ「くたばれ」坊っちゃん、 ドラマ制作と連動した活動展開

- ◇6月22日に放送された松山局制作の地域ドラマ「くたばれ」坊っちゃん(BSプレミアム)に連動し、4月19日から、さまざまな方に出演してもらった1分ミニ番組「今、坊っちゃんに伝えたい!愛媛・松山ここが好き」の収録を開始し、出演者への受信料制度の理解促進に努めた。
- ◇また、地元を対象にした先行試写会やトークショーといった各種イベントなどのPR活動に合わせ、NHKへの理解を深めるための活動も積極的に展開した。

今後に向けて

- ・公平負担を徹底し、29年度末支払率80%、衛星契約割合50%を達成するため、引き続き法人委託の拡大などの営業改革を進めるとともに、「ターゲット80」活動に全局体制で取り組んでいく。
- ・契約総数4,000万件到達を目前に控えるとともに、衛星契約2,000万件も今年度中に達する見込みであり、前倒しの活動を展開し早期到達を目指す。
- ・引き続き、法人事業者の育成など継続的に目標達成が可能な訪問要員体制の構築に取り組む。
- ・大都市圏やふだんNHKの番組を見ない若年層の意向収集を行うとともに、今後も多様な媒体を通じて、受信料制度に理解を深めてもらうためのPR活動を継続していく。

重点方針5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革

主な取り組みと評価

- NHKアイテックの不祥事などを踏まえたグループ経営改革を進め、NHK本体の指導監督機能の強化やグループの一員としての意識醸成を図るためにNHKと関連団体の合同入局・入社式を実施した。
- 「全体最適」の改革を進め、2020年東京オリンピック・パラリンピック準備体制の強化など、経営課題に対応する要員シフトを実施、女性管理職の積極的な登用も進めた。
- 「追跡“出家詐欺”」問題を受けた再発防止策については、新採用者研修などでの放送倫理の取り組みを強化するとともに、この1年の実施状況を公表し、さらなる周知・徹底を図った。

達成状況 一覧

① コンテンツ制作力強化のため、NHKグループ全体の業務体制改革を推進

取材・制作力の強化などに対応するため、本部・放送局を一貫した業務の見直しと経営資源の重点再配置を行う業務体制の改革を着実に推進

・「全体最適」の業務体制改革を進め、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた準備体制の強化など、経営課題に対応する要員シフトを実施した。

NHKグループ全体で、将来にわたってコンテンツ制作力の強化を図り、生産性を高めるため、NHKと関連団体が一体となって、業務の抜本的な見直しを行い、経営資源の再配置を実施

・6月の管理職異動で、グループ経営強化のため、関連団体7社の経営層に管理職を1名ずつ出向させた。
 ・外部の専門的知見を活用しながら、NHKグループの課題整理、取るべき施策の検討を進めた。
 ・委託業務の「見える化」については、委託業務のコストや要員の精査を進めるために必要な準備として各関連団体の決算データの収集などを実施した。

関連団体の社会貢献を含めて、役割・機能を明確化するとともに、NHKグループ全体での管理会計や要員管理の仕組みの導入を図り、受信料の価値を高めるグループ経営を推進

・関連団体の評価基準に関して、各団体に求められる役割やガバナンスを重視した新たな経営目標を策定した。
 ・決算公表の早期化に取り組み、27年度連結決算の速報を昨年度より約2週間早め、単体・連結同時に報告・公表した。

② 高度な専門性を発揮できる人材をNHKグループで確保・育成

東京オリンピック・パラリンピックの放送対応を見据えた、計画的な採用・育成を実施

・29年度の職員採用は、経団連の指針を踏まえて6月に選考を開始し、インターネット技術に詳しい人材など今後の公共放送を支える多様な人材を確保した。

コンテンツ制作力の強化に向けて、国際発信やインターネット活用業務など、新たに求められる分野・業務の専門性を備えた人材などを、NHKグループで計画的に確保・育成

・NHKと関連団体の合同入局・入社式を初めて実施し、NHKグループの一員としての意識の醸成を図った。
 ・ビッグデータ解析の再先端事例の研究など専門性を身につけるため、海外の放送機関や大学への派遣を実施したほか、ビジネススクールや初めての海外企業インターンシップ派遣を実施した。

③ 女性の積極登用を進め、仕事と生活の調和を実現し、多様な働き方ができる組織に改革

女性の管理職への登用などについて、具体的な目標を掲げて積極的に取り組み、男性・女性を問わず、ワーク・ライフ・バランス(WLB)や多様性を尊重する働き方や組織に改革

・女性職員を積極的に管理職に登用し、女性管理職の割合は7%台となった。また、28年4月施行の「女性活躍推進法」に対応し、行動計画を策定・公表した。
 ・配偶者の外国勤務に同行するための休職を認める新たな制度を導入し、職員の生活の安定を図った。
 ・育児休職者など局外での個人所有のパソコンを利用した業務を可能とする新たなリモートアクセス機能の運用を開始、セキュリティと利便性を両立させた新たな業務環境の整備を進めた。

④コンプライアンスを徹底し、「放送ガイドライン」を順守

NHKグループ全体でのリスク管理・コンプライアンス推進体制を強化

- ・NHKアイテックでは、不祥事を受けて4月に経営陣を刷新し、常勤監査役に外部人材を選任するとともに、「経営改革プロジェクト」を発足し、組織風土の刷新や業務分野見直し等に向けた検討を開始した。
- ・NHK本体における子会社等の所管部局を明確化し、部局長が非常勤取締役等に就任するなどNHK本体の指導監督機能の強化を進めた。
- ・NHKグループのリスクマネジメントをより迅速に遂行するため、リスクマネジメント規程を改正するとともに、NHKトータルでの対応を行うため、関係部局による連絡会を立ち上げた。
- ・さいたま局記者のタクシー券不正使用を受けて、「全国タクシー使用要領」の一部改正などを実施し、適正管理に向けた体制を整備した。

放送と通信の連携を踏まえ、取材・制作の高度化に適切に対応するため、「放送ガイドライン」を改訂し、順守する取り組みを強化

- ・「追跡“出家詐欺”」問題を受けた再発防止策について、導入から1年の節目で、匿名取材のチェックシートの活用や試写における複数のチェックなど、全国の放送現場で日常的に行っていることを公表し、再発防止に向けてさらなる周知・徹底を図った。
- ・放送倫理などジャーナリストとしての基本姿勢を身につけさせるため、取材系の新採用者研修を従来の1か月から2か月に延長した。

⑤経営計画を着実に達成するため、目標・指標管理を強化

5つの重点方針の実現に向けて、経営指標などにより、公共放送としての説明責任を果たすマネジメントを徹底

- ・地域指標は、地域の実情を考慮し、より効果的な調査になるよう改善を図ったうえで、調査を5月に実施した。
- ・多様な伝送路でのNHKコンテンツへの接触を把握するトータルリーチ調査と重点地域における国際発信強化の手応えを測る国際戦略調査について、それぞれ第1四半期に実施した調査の結果を分析し、業務改善等に活用した。

四半期ごとに経営計画の進捗や達成状況を報告

- ・指標の評価や進捗状況を明確にした形で、現経営計画の初年度である27年度の総括を行い、経営委員会に報告した。

⑥CO₂の削減目標を定め、環境にやさしい経営を推進

CO₂の削減目標を定め、一部の放送での深夜放送の休止の継続、放送会館や放送機器の省エネ化や廃棄物の削減などを推進

- ・消費電力削減に寄与するためEテレとラジオ第2の深夜放送休止を継続し、テレビ送信機停止エリアの拡大を全国で進めている。
- ・東京・渋谷の放送センターでは、区のリサイクル条例改正に伴う事業系一般廃棄物の80%以上再利用という基準をクリアするため、食堂の残飯の堆肥化や廃プラスチック類の分類を推進し、85%以上の再利用を達成した。(4～5月平均)

ニュースや番組、イベントなどを通じて、環境問題を取り上げる情報を発信

- ・G7主要7か国の環境大臣会合(5/15～16 富山市)にあわせて、「おはよう日本」や「これでわかった！世界のいま」等のニュース・番組で地球温暖化や資源リサイクルなどについて特集した。
- ・「渋谷DEどーも」(5/3～5、来場 62,813人)で環境への意識啓発を目的にしたイベント「体験！エコゾーン」や、「NHKわくわく環境ブース in くるるん・きたみ」(6/25 北海道・北見市)を開催。このほか、名古屋、広島、鹿児島でも環境関連のイベントや活動を行った。

⑦新放送センターの建設に向けた検討と準備を加速

大規模災害時に放送・サービスの中核機能を維持するため、新放送センターの計画の具体化を急ぎ、建設のための資金を計画的に積み立て

- ・課題ごとに設けたワーキンググループがまとめた27年度の検討報告をもとに、建設基本計画の策定を進めた。
- ・6月の組織改正により、新放送センター建設検討事務局を放送センター建替本部とする体制整備を行った。
- ・建設工事における諸課題について、手続きの公平性や透明性を確保するため、外部の専門家による委員会での検討を重ねた。



【ピックアップ】

NHKグループ合同入局・入社式

◇NHKグループ経営改革の取り組みの一環として、4月1日にNHKと関連団体の入局・入社式を初めて合同で開催し、新採用者に対してNHKグループの一員としての意識の醸成を図った。

今後に向けて

- ・NHKグループ経営改革については、外部の専門的知見も参考にし、具体的なガバナンス強化、利益剰余金のあり方の検討などに引き続き取り組んでいく。
- ・「全体最適」の改革を推進するため、平成29年度に向けて一層の業務の見直しを進める取り組みを強化し、経営資源の最適配置を目指す。
- ・「追跡“出家詐欺”」問題を受けた再発防止策を2年目以降も着実に実行して、信頼される番組づくりにあたっていく。
- ・放送センターの建て替えについては、建設基本計画の公表に向けて、着実に準備を進めていく。

● (参考) 指標による評価

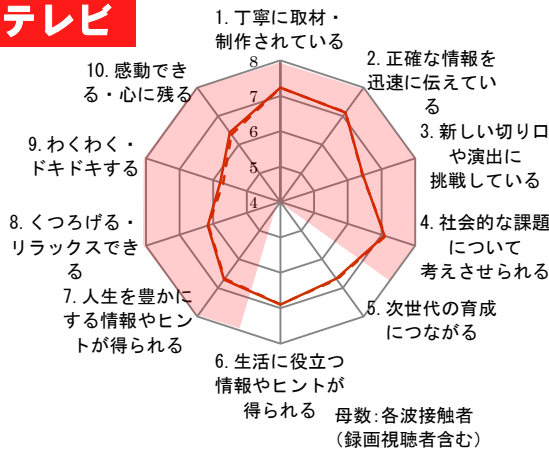
NHKは、放送番組の質を測る10指標のアンケート調査や、ビデオリサーチの世帯視聴率・接触者率などの量的指標を把握し、放送サービスの向上に生かしてきた。27年度からは放送だけでなく、インターネット、録画視聴など、さまざまな形でのNHKのコンテンツへの接触や、質的評価、量的評価を把握する「トータルリーチ」の手法を活用し、総合的にサービスの向上を図っている。国際放送の充実についても、重点地域でのリーチを把握し、効果的にコンテンツの強化を進めている。

国内放送・インターネット

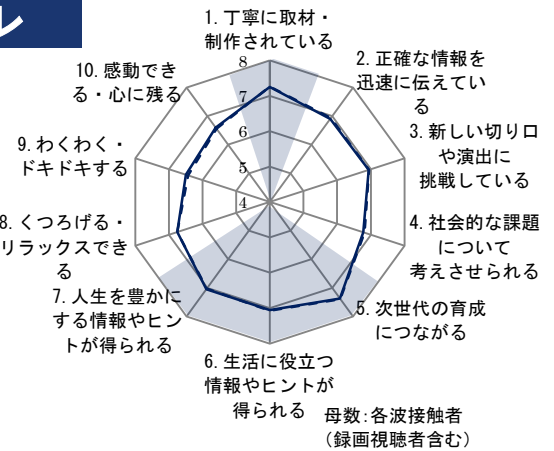
質的指標:10指標評価(ウェブ調査結果)

国内放送の質的指標については、経営指標との関係からみて有意に変動した項目はない。インターネットは、27年度第4四半期の質的評価を維持しており、引き続き評価の向上を目指す。

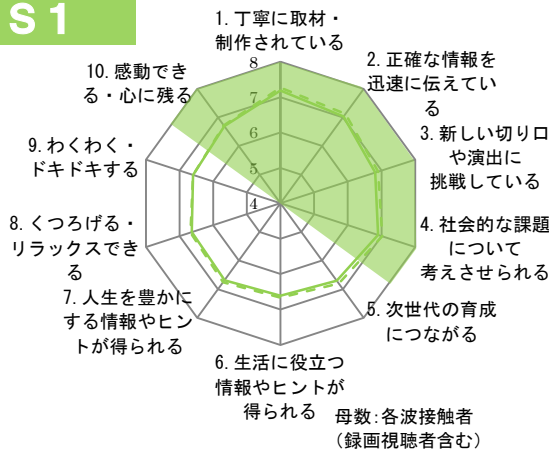
総合テレビ



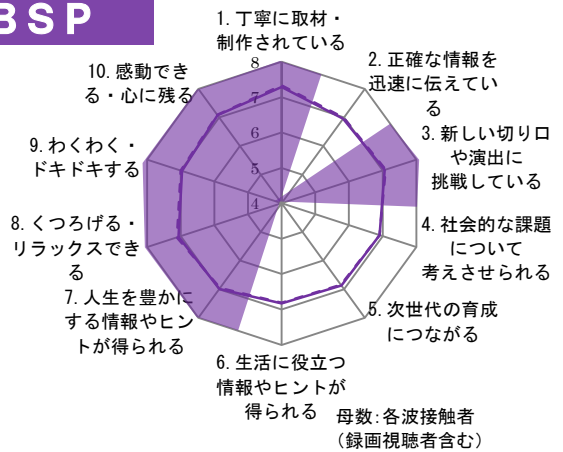
Eテレ



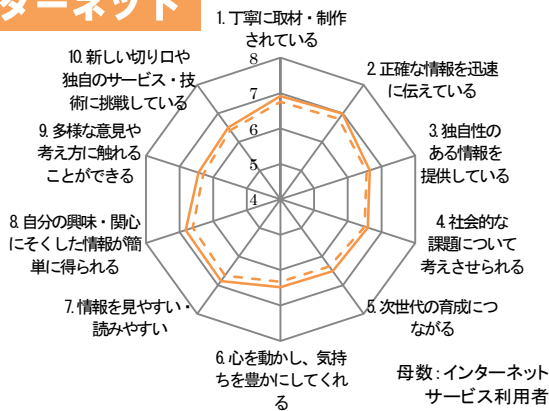
BS1



BSP



インターネット



— 28年6月
- - - 28年3月

10指標は、各波とインターネットの質に対する視聴者のみなさまの評価。年4回、インターネットで調査を行い、結果を10点満点で、レーダーチャートで表示。

(前期と比較して、統計的に評価が高まった指標を青丸、低くなった指標を赤丸で表記。今回は、該当なし。)

分母は各波に月に1回でもリアルタイムか、録画再生で接触した人。塗布部分は、質的指標で特に意識する領域。

出所) 10指標評価:平成28年6月トータルリーチ調査(web調査 関東20-60代) / 滞在時間:Adobe Analytics

滞在時間 9分45秒(9分14秒)

()は前期の結果

中央番組審議会の意見	第1四半期は、総合テレビの夜間を中心に大幅に改定を行った結果、世帯視聴率が大きく改善した。特にゴールデンタイムは、昨年と比べ1.9%上昇するなど、大きな成果があった。これに対し「編成を意欲的に変えた結果である」と評価する意見が出された。その一方で、若い世代の期待に応える番組を目指し、「これからは公共放送らしい番組で、若い層にもっと親しんでもらうことが望ましい」「大学教育にNHKの番組をうまく生かせないか」などの意見が出された。
放送技術審議会の意見	第153回 放送技術審議会を5月25日にNHK放送技術研究所(技研)で開催した。テーマは「NHK技研公開2016」。委員の視察にあたり、会場エントランスで、技研が描く未来像(スーパーハイビジョン、インターネット活用技術、スマートプロダクション、立体テレビ)を示した。研究成果の機器展示を視察した委員からは、スーパーハイビジョン、立体テレビの技術開発の着実な進展を感じ取ることができたという意見や、幅広くニーズを的確にとらえ、放送局の果たすべき役割を考慮しつつ、視聴者視点で実用化に向けた研究開発、標準化に取り組んでほしい等の意見があった。

量的指標

波の接触者率(%) (個人)

	週間リーチ 【期間平均】	前四半期 平均	今四半期 平均
総合	リアルタイム	66.1	66.5
	録画再生のみ	1.8	2.0
Eテレ	リアルタイム	34.3	33.3
	録画再生のみ	3.2	3.1
BS1	リアルタイム	14.0	16.3
	録画再生のみ	0.4	0.5
BSP	リアルタイム	18.2	18.2
	録画再生のみ	4.1	3.8

世帯視聴率(%)

時間区分	総合	Eテレ	BS1	BSP
6~24	6.8 (6.9)	1.0 (1.0)	0.6 (0.4)	0.7 (0.7)
6~10	10.1 (10.0)	1.6 (1.6)	0.6 (0.4)	1.0 (0.9)
19~22	11.8 (11.0)	0.8 (0.7)	0.7 (0.4)	1.1 (1.0)
19~23	10.2 (9.6)	0.8 (0.7)	0.7 (0.5)	1.0 (0.9)

録画再生のみの集計期間は「平成28年4月4日(月)~6月19日(日)」

インターネット全体(NHKオンライン)の量

接触者率(%)	17.0% (17.7%)
訪問者数	11,024,268 (9,834,034)

訪問者数は、各サービス(今回からNHKオンラインには「らじる」以外のアプリを追加)の毎週の訪問者数の四半期平均。()は、前期の結果。NHKオンラインはNHK WORLDを含む。出所)波の接触者率、世帯視聴率:ビデオリサーチ(関東データ)/10指標評価、インターネットサービスの接触者率:平成28年6月トータルリーチ調査(web調査 20-60代 関東)/訪問者数、滞在時間、ライブストリーミングの訪問者数計: Adobe Analytics

同時配信: 放送と同時に当該番組をインターネットで配信するもの

ライブストリーミング: 放送番組に関連する映像や音声等をリアルタイムでインターネットで配信するもの

参考) その他サービス

同時配信サービスの訪問者数計(※)	5,831,425 (20,443)
ライブストリーミングの訪問者数計(※)	66,156 (302,853)

※日別訪問者数の四半期合計

	接触者率(%)	訪問者数
らじる★らじる	8.4%(8.4%)	875,590 (762,857)
NHK WORLD ONLINE		439,587 (504,008)

	接触者率(%)	無料登録 会員数(※)
NHK オンデマンド	6.3%(6.6%)	182万人

※外部提供事業者を除く

コストに対する効果

VFM (目標1以上)	1.85(平成27年度)
----------------	--------------

「NHKワールドTV」の認知・四半期リーチの状況(国際戦略調査)

この四半期に「NHKワールドTV」に接触した人(四半期リーチ者)の方が、接触しなかった人(非四半期リーチ者)よりも、日本についての理解度が高い。なお、リーチ・認知について、前期比で統計的に変化した国・地域はなかった。

重点地域の「NHKワールドTV」の四半期リーチ有無別の日本についての理解度
「NHKワールドTV」の認知・四半期リーチ (%)

分類	項目	イギリス	フランス	タイ	シンガポール	インドネシア	ワシントンDC	ニューヨーク市	
日本についての理解度	日本全般	四半期リーチ者	80.8(82.0)	74.3(74.1)	91.5(90.4)	92.7(90.0)	89.5(88.1)	89.1(90.2)	89.7(80.4)
		非四半期リーチ者	34.8(32.8)	32.8(29.0)	63.3(63.8)	65.7(64.4)	67.5(67.3)	51.9(50.0)	49.6(47.4)
	国民性	四半期リーチ者	78.8(78.0)	82.9(77.8)	95.8(95.5)	82.1(85.8)	91.3(91.3)	90.9(73.8)	87.2(80.4)
		非四半期リーチ者	38.7(36.9)	38.5(35.7)	72.7(72.5)	56.9(56.9)	70.7(73.6)	48.9(46.2)	47.9(45.9)
	政治面	四半期リーチ者	65.4(54.0)	68.6(74.1)	88.0(85.3)	60.3(66.9)	79.1(81.5)	69.1(54.1)	79.5(65.2)
		非四半期リーチ者	17.0(17.9)	28.8(27.8)	55.7(57.3)	31.9(32.0)	53.2(54.1)	34.5(30.4)	36.2(34.7)
	経済面	四半期リーチ者	76.9(70.0)	82.9(77.8)	92.3(93.3)	74.8(79.9)	92.6(92.5)	83.6(73.8)	82.1(78.3)
		非四半期リーチ者	28.3(29.3)	37.8(36.1)	69.2(70.8)	49.8(47.3)	73.9(74.5)	41.9(42.4)	43.8(44.7)
	文化面	四半期リーチ者	86.5(86.0)	88.6(77.8)	95.8(94.6)	92.3(92.9)	92.4(94.5)	89.1(86.9)	89.7(87.0)
		非四半期リーチ者	41.3(39.4)	43.9(43.2)	75.1(75.8)	66.8(66.0)	74.9(78.2)	54.4(52.1)	55.2(53.1)
	量的評価	認知率	8.9(10.0)	7.3(6.6)	34.8(37.5)	42.0(40.0)	46.4(46.1)	15.5(16.9)	12.7(11.5)
		四半期リーチ率	2.8(2.6)	1.9(1.4)	13.8(16.5)	12.7(12.6)	23.2(22.7)	5.4(5.7)	3.8(4.3)

出所) 2016年4~5月実施(2016年4月25日~2016年5月25日)のインターネット調査結果。
()は、前期の結果(イギリス、フランス、シンガポールについては、27年度第3四半期調査結果)。

調査範囲(サンプル数): ワシントンDC: 1,027 ニューヨーク市: 1,024 タイ: 1,883 インドネシア: 1,919 シンガポール: 1,847
イギリス: 1,847 フランス: 1,884

※定量調査に十分なサンプル確保のため「ワシントンDC」「ニューヨーク市」の調査対象範囲および結果の算出は、マーケティングエリアとして使われるDMA(Designated Market Area)が対象
DMA DC: Maryland州、Pennsylvania州、Virginia州、West Virginia州、Washington DC
DMA NY: Connecticut州、New Jersey州、New York州、Pennsylvania州
(Washington DC 以外は、郵便番号単位で区別された各州の一部地域)

各国/各都市人口(18歳-69歳): ワシントンDC: 485,702人 ニューヨーク市: 5,894,931人 (Source: Census2013、Census2010)
タイ: 48,075,000人 インドネシア: 163,264,800人 シンガポール: 4,461,000人
イギリス: 43,003,000人 フランス: 41,618,300人
(Source: Euromonitor International Ltd. Population: National Estimates at January 1st: 2014)

国際番組審議会の意見

5月下旬に開催されたG7伊勢志摩サミットに合わせ、当地の自然、食物、人々の暮らしなどを多角的に取り上げ、制作した紀行・観光情報番組は、日本の一地域に世界の眼が向けられる絶好のタイミングとなったとの声があった。なかでもインドネシアの制作機関と共同制作した、イスラム教徒たちが装束や食物などの戒律を守りながら日本の旅を楽しむ新しい趣向の番組は、他のアジア諸国の制作機関からも注目され、外国人向けの旅情報番組の今後に大きな可能性を開いたとの意見があった。

3 (参考) 予算の執行状況

収支状況 (一般勘定)

〔6月末標準進捗率 25.0%〕

予算との比較

(単位 億円)

区 分	予算額	6月末実績額	予算残額	進捗率
事業収入	7,017	1,789	5,228	25.5%
受信料	6,758	1,690	5,068	25.0%
交付金収入	37	9	28	24.1%
副次収入	80	19	60	24.6%
財務収入	85	60	24	71.6%
雑収入	27	9	17	35.2%
特別収入	28	0.06	28	0.2%
事業支出	6,937	1,645	5,292	23.7%
国内放送費	3,210	735	2,475	22.9%
国際放送費	249	56	193	22.6%
契約収納費	589	156	432	26.5%
調査研究費	102	19	82	18.8%
給与	1,174	281	892	24.0%
退職手当・厚生費	617	165	451	26.8%
共通管理費等	198	43	155	21.9%
減価償却費	738	184	553	25.0%
特別支出	27	3	24	11.1%
予備費	30	-	30	0.0%
事業収支差金	80	144	△64	-

事業収入は、1,789億円(進捗率25.5%)で、配当金の受取などにより、全体としてはやや標準を上回る進捗率となった。事業支出は、1,645億円(進捗率23.7%)で、全体として標準進捗率を下回る支出状況となった。以上により、事業収支差金は144億円の黒字となった。

《予算との比較》

○受信料は、契約収納活動の推進により、受信契約件数が増加し、標準どおりの進捗率となった。
○財務収入は、6月の関連団体からの配当金により、標準進捗率を上回った。
○雑収入は、前々年度以前受信料の回収額の増等により、標準進捗率を上回った。

◇国内放送費は、熊本地震や伊勢志摩サミットの取材等の支出があったものの、全体としては標準進捗率を下回った。今後、参議院議員選挙やリオ五輪・パラリンピックの放送実施などによる支出増が見込まれる。

◇国際放送費は、ニュース・番組の充実等を推進しているが、全体としては標準進捗率を下回った。

◇契約収納費は、営業活動の強化に取り組んだことにより、標準進捗率を上回った。

◇退職手当・厚生費は、退職給付費の増等により、標準進捗率を上回った。

前年同月との比較

(単位 億円)

区 分	前年同月末実績額	6月末実績額	増減額	増減率
事業収入	1,710	1,789	78	4.6%
受信料	1,650	1,690	40	2.4%
交付金収入	9	9	△0.8	△8.5%
副次収入	17	19	2	12.1%
財務収入	23	60	37	158.7%
雑収入	9	9	0.1	1.3%
特別収入	0.09	0.06	△0.03	△36.0%
事業支出	1,605	1,645	39	2.5%
国内放送費	721	735	14	1.9%
国際放送費	47	56	8	19.0%
契約収納費	150	156	5	3.8%
調査研究費	18	19	0.4	2.5%
給与	286	281	△5	△1.9%
退職手当・厚生費	155	165	9	6.4%
共通管理費等	44	43	△1	△2.6%
減価償却費	177	184	7	4.0%
特別支出	3	3	△0.4	△11.9%
事業収支差金	105	144	39	-

《前年同月との比較》

○受信料は、契約総数・衛星契約数ともに増加したことにより、実績額は前年同月を上回った。

○財務収入は、関連団体からの配当の増等により、前年同月を上回った。

◇国内放送費は、番組の充実に加え、熊本地震や伊勢志摩サミットの取材等により、前年同月を上回った。

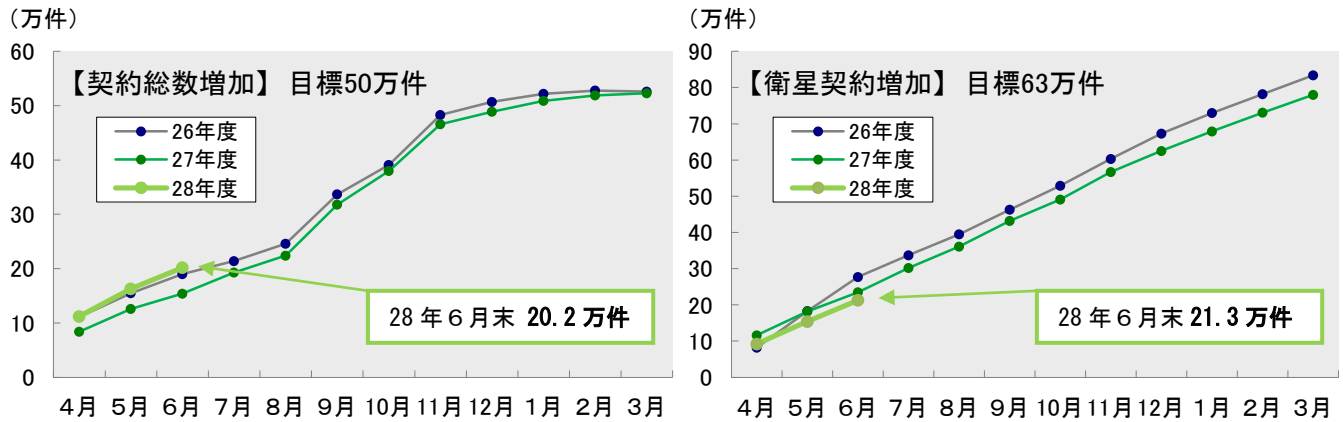
◇国際放送費は、番組の充実・強化に伴う制作費の増等により、前年同月を上回った。

◇契約収納費は、体制見直しに伴い地域スタッフの手数料が減となった一方で、法人委託の拡大に伴う手数料の増加など営業活動の強化により、全体としては前年同月を上回った。

◇給与は、制度改革等により減となった一方で、退職手当・厚生費は、退職給付費の増等により前年同月を上回った。

受信契約状況

受信契約件数については、移動世帯の早期契約対策などに重点的に取り組んだことにより、契約総数・衛星契約数ともに年間増加目標の標準進捗率を上回った。



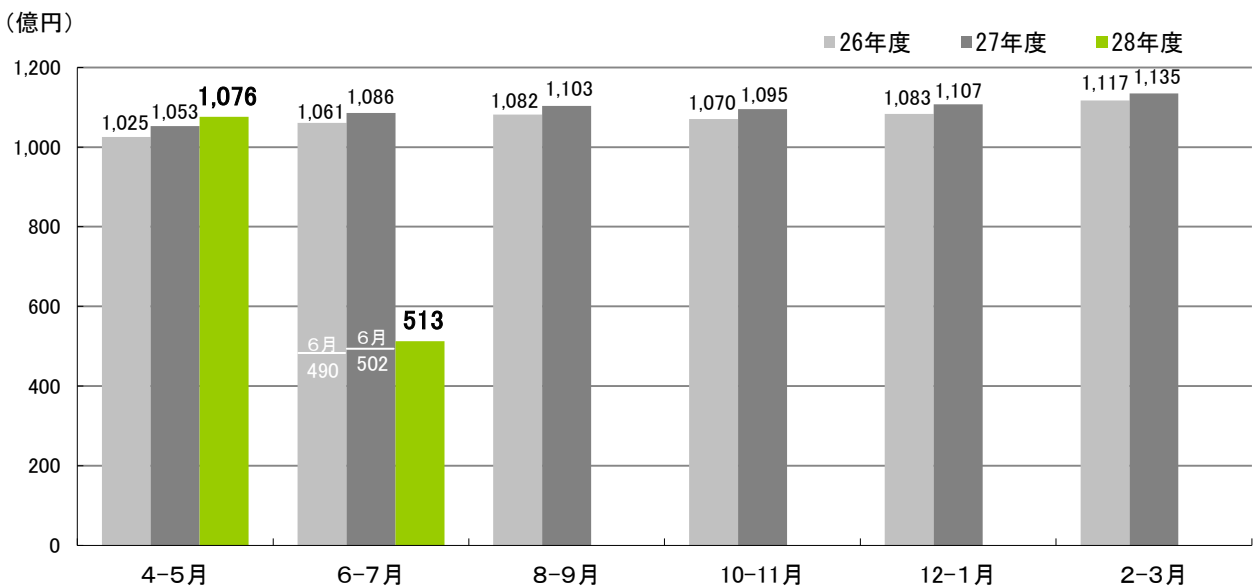
受信料収入

受信料収入は、受信契約件数の増加により前年同月に比べ40億円増加した。

(単位 億円)

区分	27年度 6月末	28年度 6月末	増減額
受信料収入	1,650	1,690	40
受信料収納額	1,555	1,590	34
回収予定額	94	100	5

(受信料収納額の期別推移)



放送番組等有料配信業務勘定

〔6月末標準進捗率 25.0%〕

予算との比較

(単位 億円)

区 分	予算額	6月末実績額	予算残額	進捗率
事業収入	22.1	5.1	17.0	23.3%
視聴料収入	20.1	4.9	15.2	24.4%
事業支出	22.0	4.7	17.3	21.4%
事業収支差金	0.1	0.4	△ 0.2	-

前年同月との比較

(単位 億円)

区 分	前年同月末実績額	6月末実績額	増減額	増減率
事業収入	4.7	5.1	0.4	9.3%
視聴料収入	4.5	4.9	0.3	7.6%
事業支出	4.4	4.7	0.2	5.7%
事業収支差金	0.2	0.4	0.1	-

※放送法第20条第2項第2号、第3号に基づく放送番組等有料配信業務に係る収支を区分した勘定

事業収入は、標準進捗率を下回ったが、前年同月比では0.4億円増の5.1億円となった。

事業支出は、4.7億円となり、効率的な業務実施により標準進捗率を下回った。

以上により、事業収支差金は0.4億円の黒字となった。

受託業務等勘定

〔6月末標準進捗率 25.0%〕

予算との比較

(単位 億円)

区 分	予算額	6月末実績額	予算残額	進捗率
事業収入	21.0	10.4	10.5	49.6%
事業支出	18.1	8.9	9.2	49.2%
事業収支差金	2.8	1.4	1.3	-

前年同月との比較

(単位 億円)

区 分	前年同月末実績額	6月末実績額	増減額	増減率
事業収入	3.4	10.4	6.9	200.6%
事業支出	2.8	8.9	6.1	217.1%
事業収支差金	0.6	1.4	0.8	-

※放送法第20条第3項に基づく受託業務等に係る収支を区分した勘定

事業収入は、伊勢志摩サミットにおける国際放送センターの運営関連業務の受託等により、標準進捗率を上回った。

NHK