

別冊

平成 29 (2017) 年度 第 4 四半期業務報告

自 平成 30 年 1 月 1 日
至 平成 30 年 3 月 31 日

経営計画 (2015-2017 年度) 3 か年総括

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 29 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。

平成 29 年度業務報告書および財務諸表は、放送法に基づき、30 年 6 月末に総務大臣に提出する予定で、現在とりまとめ作業を進めているところです。このため、この報告書には財務諸表を掲載していません。

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

平成 29 (2017) 年度 第 4 四半期業務報告

1 29 年度の概況 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 18
- ▼ 重点方針 5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革 21
- (参考) 指標による評価 24

経営計画 (2015-2017 年度) 3 か年総括

3 27~29 年度 3 か年事業運営の総括 29

- 27 年 7 月と 30 年 1 月に実施した世論調査結果の推移 29
- 3 年間の総括、5 つの重点方針の主な成果 30

29年度の総括

2020年に最高水準の放送・サービスの実現をめざす「NHKビジョン」の第一ステップ、3か年経営計画は、最終年度も“公共メディア”への進化を見据えた挑戦と改革を進めた。

報道分野では、北朝鮮関連や政治情勢、時事、芸能、スポーツに至るまで幅広い分野でスクープにつながる取材を行い、テレビ・ラジオ、およびインターネットで正確・迅速に発信した。さまざまな番組で、放送に合わせて、ホームページやSNSによる情報発信、VRコンテンツの提供、関連イベントの実施などを行い、視聴者のみなさまとの多角的な接点を創った。

NHKワールドTVは、「地域から世界への発信大幅増」を番組改定の柱に据え、東北や北陸飛騨の地域をめくりながら、地元のニュースや番組を集中編成した。

インターネットでテレビ放送の同時配信実験を行う「試験的提供」は、地域を限定した配信や見逃し番組配信などを実施し、ニーズの分析や課題の把握を行った。2月のピョンチャン五輪では、8Kで開会式や競技の模様を生中継し、「2020東京」に向けたノウハウを蓄積した。

受信契約については、契約総数、衛星契約ともに3年連続で年間目標を上回り、経営計画の目標「支払率80%」「衛星契約割合50%」をいずれも達成した。

12月に公表した「NHKグループ働き方改革宣言」の迅速な対応に向け、「働き方改革推進委員会」を設置し、働き方の抜本的な見直しに着手した。

3か年の取り組みの成果と課題を踏まえ、視聴者のみなさまの意見も取り入れながら策定した「NHK経営計画（2018-2020年度）」は、1月の経営委員会で議決された。放送を太い幹としつつ、インターネットも活用する“公共メディア”の実現に向けて、「働き方改革」「地域改革」「グループ経営改革」を推し進めながら、さらなる放送・サービスの充実に努めていく。

【29年度の主な取り組み】

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

- ・「防衛省『日報』保管も公表せず」（29年3月）の特報で新聞協会賞を受賞した。ほかにも、「北朝鮮が発射した弾道ミサイル落下の特ダネ映像」「臨時国会冒頭、衆院解散の見通し」「安室奈美恵さん引退へ」「森友文書問題 自殺した近畿財務局職員のメモの概要判明」など、さまざまな分野でスクープを発信した。
- ・東日本大震災から7年となる3月、ニュース番組の特集では、被災地の経済、原発事故被災地への住民帰還などのテーマで被災地の現状と課題を伝えた。「NHKスペシャル」では、放射性物質で汚染された地域の記録や子どもの心の葛藤など、被災地の切実な実態を伝えた。
- ・「NHKスペシャル」の大型シリーズ「人体 神秘の巨大ネットワーク」は、最新の研究成果を、体内のネットワークをキーワードにわかりやすく映像化し、世帯平均総合視聴率12.6%と59歳以下の世代を含めて幅広い層に見られた。大河ドラマ「西郷どん」は3月までの世帯平均総合視聴率20.2%、若者層にもよく見られている。

※「総合視聴率」とは、リアルタイムあるいはタイムシフトで視聴された率（ビデオリサーチ関東地区）

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、29年度の番組編成で、場所前に大相撲の見どころを伝える「GRAND SUMO Preview」を定時化したほか、オリジナルドラマ「Home Sweet Tokyo」や若手クリエイターのアニメ作品を紹介する「Anime Supernova」を開発し、番組ジャンルの拡充を図った。また、地域放送局と連携して、4月に東北キャラバン、1月に北陸飛騨キャラバンを実施し、地元のニュースを発信したほか、その地域の番組を集中的に編成した。
- ・インターネットでNHKワールドTVの番組を提供するビデオ・オン・デマンド（VOD）では、「#TOKYO」や「Journeys in Japan」などの番組を、これまでの英語、中国語とあわせて、インドネシア語やスペイン語など7言語で字幕や音声の吹き替えを行い、配信した。
- ・葛飾北斎の浮世絵作品を8K撮影で解析する「北斎インパクト」（10月）は、大英博物館と国際共同制作し、BBCでも放送された。8Kによる新たな美術番組の可能性を発信した。

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。第4四半期は、『『関東で大雪』『草津白根山噴火か』関連』(1/23)、『安倍首相・ペンス米副大統領 共同記者発表関連』(2/7)、『佐川前国税庁長官 証人喚問関連』(3/27)の3件を実施した。29年度全体では36件の配信を実施した。
- ・28年6月に開始した「NHKニュース・防災」アプリは、災害時の周知を積極的に展開するなどして、29年度末までにダウンロード数が大幅に増加した。
- ・約8,000人を対象に、総合テレビとEテレの放送をインターネットで同時配信する「試験的提供B」を実施した(10/30-11/26)。大阪局、静岡局の番組について、地域を限定した配信を行ったほか、番組の途中でも冒頭から視聴できる配信(早戻し)、番組終了直後からの「見逃し配信」も実施した。視聴ニーズの把握、配信システムの検証、権利処理の運用状況の確認を進めた。
- ・ピョンチャンオリンピック・パラリンピックでは、8Kで開閉会式や競技の模様を中継した。地上波のすべての競技中継・開閉会式・関連番組に字幕を付与し、生字幕放送の総時間数は、オリンピック208時間・パラリンピック38時間で冬季大会最大規模の実績となった。

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76.6万件の増加、衛星契約は年間目標60万件に対して77.1万件の増加となった。支払率は80%、衛星契約割合は51%となり、3か年経営計画の目標を達成した。
- ・「コミュニティー・スクール in 豊海」(12/9)を実施し、東京・中央区の豊海小学校などを会場に、番組公開収録やステージショーなどを行った。周辺エリアの約3万世帯にイベントの案内チラシを配り、重点的に理解促進活動を行った。
- ・12月に最高裁大法廷において、受信料制度は合憲であり、受信契約の締結は法的義務であることを認める判決が出され、司法判断が確定した。今後も引き続き、公共放送の役割や受信料制度の意義について丁寧に説明し、公平負担の徹底に努めていく。

[受信契約の状況(3月末)]

(単位 万件)

契約増加件数	28年度			29年度			現在数
	年間増加目標	累計実績	達成率	年間増加目標	累計実績	達成率	
契約総数	50	51.4	102.9%	50	76.6	153.2%	4,106
衛星契約※	63	69.3	109.9%	60	77.1	128.5%	2,095

※ 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	△11	△11.1	100.5%	△11	△15.2	138.1%	84
------	-----	-------	--------	-----	-------	--------	----

重点方針5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革

- ・「NHKグループ 働き方改革宣言」の迅速な対応に向け、「働き方改革推進委員会」「働き方改革推進室」を設置し、関連情報を共有するためのポータルサイトを開設した。
- ・「NHK経営計画(2018-2020年度)」は、4K・8Kの本放送やインターネットの活用、受信料の負担軽減策などを盛り込んで策定し、1月の経営委員会で議決を受け、公表した。
- ・地域の放送・サービスを一層充実させるため、6月に「地域改革プロジェクト」を発足させ、地域ブロックごとに、特色を生かして地域の活性化に資するような業務体制の構築を進めた。
- ・関連団体業務の「見える化」をさらに進め、取引の一層の透明化・適正化を図るとともに、競争が可能な業務については、競争契約への移行を進め、効率的なグループ経営を推進した。
- ・29年度の女性管理職比率は目標の8%を達成するとともに、女性職員のキャリア形成を支援する研修や、管理職層に向けた指導・育成に関するセミナーなどを通じ、女性活躍のためのマインド形成に取り組んだ。

「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、未来へつなく創造の力

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

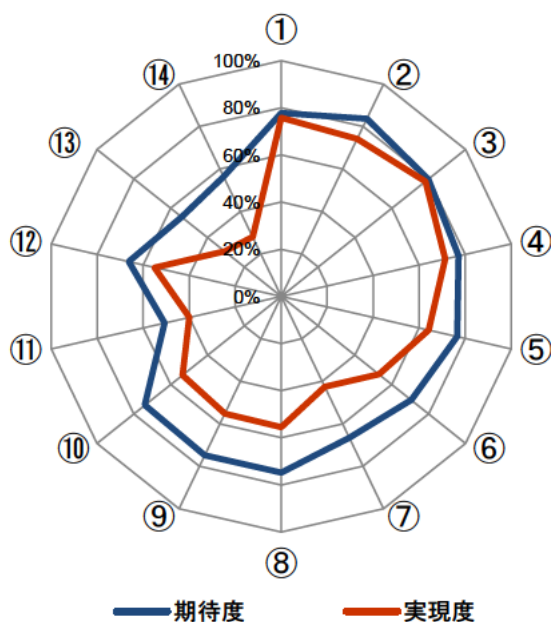
満足度、支払率、
衛星契約割合 等

VFM「1以上」を確保、営業経費率、NHKグループ全体の業務体制改革推進 等

1月に実施した世論調査の結果

▽全国の16歳以上の男女個人3,600人を対象に、1月12日～2月4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 (30年1月)	差 (29年7月)	差 (29年1月)
①公平・公正	77.8	75.8	2.0	(2.1)	(0.2)
②正確・迅速な情報提供	83.7	74.2	9.5	(8.1)	(8.7)
③多角的論点の提示	79.8	78.2	1.6	(1.0)	(0.1)
④記録・伝承	77.1	71.3	5.7	(6.2)	(5.8)
⑤文化の創造・発展	76.5	64.1	12.4	(11.0)	(9.0)
⑥多様性をふまえた編成	70.5	53.0	17.5	(15.3)	(13.1)
⑦新規性・創造性	66.6	42.5	24.0	(23.5)	(18.5)
⑧世界への情報発信	74.8	55.5	19.3	(19.6)	(16.9)
⑨地域社会への貢献	74.8	55.2	19.7	(18.2)	(16.6)
⑩人にやさしい放送	74.0	53.6	20.4	(20.7)	(19.4)
⑪インターネットの活用	50.7	40.0	10.8	(10.2)	(7.3)
⑫放送技術の発展	66.3	55.1	11.2	(9.4)	(9.3)
⑬受信料制度の理解促進	54.0	30.6	23.4	(24.2)	(22.3)
⑭受信料の公平負担	56.3	28.0	28.3	(28.7)	(26.4)

※ 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1,723件（有効回答率47.9%）。

主要指標の変動と今後に向けて

・14の経営指標において、期待度と実現度の差が前期・前年同期に比べて統計的に変動している指標は無かった。

・「①公平・公正」「③多角的論点の提示」などで、期待・実現差が小さく、高位の評価を維持している。

⇒ 2018年度からのNHK経営計画においても引き続き、放送を太い幹としつつ、インターネットサービスも活用し、正確で迅速なニュースや質の高い多彩な番組などを、幅広い年代の方々にお届けしていくことで、視聴者のみなさまの期待に応えていくとともに、「公共的価値」の実現を追求し、評価改善をめざしていく。

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

- トランプ米大統領の政策、北朝鮮の核実験、弾道ミサイル発射、租税回避地に関するパラダイスパーパーなど世界のさまざまな動向と日本への影響を、海外のメディアと密に連携しながら多角的に伝えた。10月の衆議院選挙では、台風が直撃する中、災害報道との両立を図り、全議席の「当選確実」を正確・迅速に伝えた。また、南スーダンでのPKOをめぐる破棄したとされた「日報」を陸上自衛隊が保管していたニュースの特報は、29年度の日本新聞協会賞を受賞し、公共放送の声価を高めた。
- 今年度の総合テレビの改定の中心は午後の時間帯の生放送化であり、夜間帯では大きな変更を行わなかった。木曜日19時台に新設した「人名探求バラエティー 日本人のおなまえっ!」は世帯平均総合視聴率が9.1%。引き続き、より幅広い視聴者層の獲得をめざす。
- 2月のピョンチャン五輪では、8K中継車2台を現地に派遣し、開会式やフィギュアスケート、ジャンプなど各競技の模様を中継した。また、国内5か所で8Kパブリックビューイングを行い、11万を超える人にご来場いただくなど、知見とノウハウの蓄積につなげた。

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

- ・29年12月から30年3月にかけて、札幌・大津・富山・山口の4局で非常災害対策総合訓練（ブロック訓練）を実施。局ごとに津波、地震、洪水を想定し、発災直後と約1日経過時点での地域情報発信に向け、地域局での訓練放送に加えてL字型の災害関連情報やデータ放送などについても発信の訓練を行った。訓練の様子は通信衛星を使って全局に配信し、地域への情報共有を進めた。
- ・制作局では全職員を対象とした「災害情報システム」勉強会を実施。首都圏放送センターでは首都直下地震を想定し、管内各局が中継参加する実践的な送出訓練を実施し、緊急時の手順の習熟を図った。

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

- ・「NHKニュース・防災」アプリは年々定着が進んでおり、防災・減災にさらに役立つよう、河川の水位データを発信できるように開発を進めている。
- ・ネットの話題や地域のニュースを掘り起こして新しいネットニュースを展開する手法などに取り組み、NHKニュースサイト全体の再生数は28年度よりも大幅に増加した。

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

- ・東日本大震災から7年となる3月、「おはよう日本」や「ニュースウオッチ9」で特集シリーズを組み、避難の教訓、被災地の経済、原発事故被災地への住民帰還など、多様なテーマで宮城・岩手・福島各県の被災地の現状と課題、新たな模索などを中継を交えて伝えた。
- ・「NHKスペシャル」は、放射性物質で汚染された“被曝の森”の記録や子どもの心の葛藤など5本を放送。「河川津波」～震災7年 知られざる脅威～(3/4)では、最新の研究と当時の証言などによって、内陸の町に深刻な被害をもたらした「河川を遡上する津波」の実態を浮き彫りにし、警鐘を鳴らした。総合視聴率12.6%と幅広い世代に新しい知見を届けた。「メルトダウンFile7 そして冷却水は絞られた～原発事故 迷走の2日間～」(3/17)では、一連の事故対応を記録したテレビ会議の発言や国と東京電力の間でやりとりされた数万枚のファックスなど膨大な記録を読み解く一方、AI（人工知能）も使い、危機の実態を伝えた。
- ・公開復興サポートは、5月に南相馬市で実施した際には7本の番組収録と11のイベント・展示を実施し、5,000人以上が参加。10月に東北以外で初開催となった熊本市では6本の番組収録と13のイベント・展示を行い、4,000人近くが訪れた。

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

- ・防衛省『日報』保管も公表せず(29年3月)のスクープで、28年度に続いて2年連続、特報によって新聞協会賞を受賞した。これ以外にも、「真子さま 大学時代の同級生と婚

<p>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</p>	<p>約、「渋谷暴動事件の大坂正明とみられる男逮捕」、「北朝鮮が発射した弾道ミサイル落下の特ダネ映像」、「臨時国会冒頭、衆院解散の見通し」、「安室奈美恵さん引退へ」、「日馬富士引退の意向」、「森友文書問題 自殺した近畿財務局職員のメモの概要判明」など、さまざまな分野のスcoopを発信した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・被害者・加害者、捜査陣などの「人間」にこだわり、人々の記憶に残る事件に潜んでいる知られざる“物語”を描く「事件の涙」を12月に2本放送。「死刑囚の母 息子の選択～和歌山・毒物カレー事件～」(12/26)と「同じ空を見上げて 闇サイト殺人事件」(12/27)は、いずれもネット上で大きな話題となったほか、中央番組審議会でも、「事件の関係者の内面に深く迫った」として非常に高い評価を得た。全国の放送局とも連携し、NHKならではの取材力を発揮するヒューマンドキュメンタリーとして30年度も制作を続ける。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「クローズアップ現代+」で、「プルトニウム被ばく事故」(6/20)、「座間事件」(11/7)などの事件・事故や、「神戸製鋼・日産の不正問題」(11/9)、「日馬富士暴行問題」(12/6)、「仮想通貨問題」(1/31・2/28)など、さまざまなニュースの背景を読み解く内容を放送した。 ・アメリカのトランプ政権について、「NHKスペシャル」で「シリーズ 激震“トランプ時代”」(4/22～23)を放送、「スcoop 日米首脳会談の内幕」(11/28)では、対北朝鮮政策のニュースの深層に迫った。また、「クローズアップ現代+」でも、ロシア疑惑、シリア攻撃、エルサレム問題、政権発足1年などについて放送(4/10・5/25・7/11～13・9/7・11/6・11/15・1/17・1/25)し、関心の高いアメリカの動きを伝えた。 ・北朝鮮情勢について、「NHKスペシャル」で「緊迫 北朝鮮 危機の深層」(5/20)を放送したほか、「クローズアップ現代+」でも、状況に応じて放送(4/25・8/31・9/4・2/26)し、ニュースの背景や深層に迫る番組を放送した。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・クローズアップ現代+「“異常な”豪雨が街を襲う～緊急報告 九州北部 記録的豪雨～」(7/6)では、ビッグデータを分析してリアルタイムで可視化できるシステム、NMAPSを駆使し、生放送の間にも刻々と変わる雨雲・雨量の状況や危険性などをわかりやすく解説した。また、「“ドラレコ”革命～危険な運転を炙り出せ～」(1/29)では、ドライブレコーダーに記録された膨大な走行データを分析し、危険運転の実態に迫った。 ・ICIJ(国際調査報道ジャーナリスト連合)と連携して、28年度の「パナマ文書」に続き、租税回避地に関する文書「パラダイスペーパー」を分析。海外の権力者などの資産運用の実態を取材して番組やニュースで放送、調査報道の新たな可能性を提示した。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・視聴者から情報を募って番組制作につなげる「オープンジャーナリズム」の手法を使ってクローズアップ現代+「命を奪うマダニ感染症 ペットも野生動物も危険!？」(8/30)、「心と体に驚異の変化!？ 50代からのヒップホップダンス」(11/1)を制作した。さらに、「2017冬 スペシャル～“あの疑惑”徹底追跡～」(12/22)においても、銀行カードローンや遺骨の問題などについて、取材過程を動画で発信し、視聴者から寄せられた情報をもとに、番組を制作した。 ・ピョンチャン五輪では、ホームページにより多く訪問してもらうため、スマートフォンを意識した設計にした。また、現地記者が「勝因・敗因」「選手秘話」など、毎日20本程度を出稿した「スポーツストーリー」をはじめ、コンテンツの充実を図った。結果、大会期間中の五輪ページ訪問者数は、ソチ大会を大きく上回った。 ・「NHKニュース・防災」アプリは、災害時の周知を積極的に展開するなどして、29年度のダウンロード数が目標を大きく上回る結果となった。今後も、戦略的にテレビなどで周知、幅広い世代の支持拡大、ユーザー数の増加をめざす。

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

<p>戦後70年、放送90年の節目に多彩な大型企画を制作</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「NHKスペシャル」は、戦争と平和を考えるシリーズを7本放送。「本土空襲 全記録」(8/12)、「731部隊の真実」(8/13)、「戦慄の記録 インパール」(8/15)など、資料の発掘と生存者の貴重な証言を通じて、これまで知られていなかった事実を積み重ね、幅広い視聴者に新しい知見と発見を提供した。「戦慄の記録 インパール」は第72回文化庁芸術祭において、テレビ・ドキュメンタリー部門の優秀賞を受賞した。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・海外販売では、NHKスペシャル「終わらない人 宮崎駿」が高い関心を集めた。中国、韓国などのアジアから、イタリアなどヨーロッパ、アメリカ、オーストラリアとほぼ世界中に販売され、放送・配信・劇場上映と広がりある展開になった。 ・NHKスペシャル「ホットスポットⅢ」はニュージーランドをはじめ、仏、独、北米など5か国による国際共同制作の契約が正式に成立。5本シリーズの制作をスタートさせた。 ・大河ファンタジー「精霊の守り人」を4Kドラマシリーズとして初めて販売し、韓国・香港で放送・配信された。フィリピンとタイも2K番組として購入し、放送・配信された。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「香川照之の昆虫すごいぜ!」(Eテレ)は元日に海外スペシャル「カマキリ先生☆マレーシアへ行く」を放送。世帯視聴率2.6%、現役世代の視聴が増えたほか、関連サイト「ものすごい図鑑」の訪問者数も増加し、ネットで大きな反響を得ている。

<p>なコンテンツを開発・制作</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「ねほりんぱほりん」は総合視聴率1.5%超えを達成。30代女性によく見られている。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・パラスポーツをテーマに有名漫画家がストーリーを紡ぎ出すアニメ番組「アニ×パラ」を2本制作し、総合、Eテレ、BS1で放送した。国際パラリンピック委員会の公認を受けて公式サイトに掲載されたほか、東京都や競技団体などのイベントでも上映された。 ・ピョンチャンオリンピック・パラリンピックでは、地上波のすべての競技中継・開閉会式・関連番組に字幕を付与し、生字幕放送の総時間数は、オリンピック208時間・パラリンピック38時間で冬季大会最大規模の実績となった。また、ロボットによる競技の実況と自動字幕サービスも初めて実施。視聴者の期待に応えた。 ・東京2020に向けて採用した3人のリポーターをピョンチャン大会に派遣し、パラアイスホッケー中継やハイライトなど、期間中11本の番組に出演。選手の素顔や競技の舞台裏、現地のバリアフリー事情などを伝え、好評を得た。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・9月末にスタートしたポータルサイト「NHK健康ch」は、SNSの話題や検索上位ワードを随時チェックし、ニュース記事との関連付けも積極的に行うことで、正確な健康情報を求める人々のニーズに的確に応えている。 ・特集番組「8月31日の夜に。」は、1年で最も若者の自殺が多い9月1日の前夜に、彼らの声に耳を傾けるテレビの生放送とネットのライブストリーミングを組みあわせる形で4時間にわたって発信し、大きな反響を得た。3月16日からはハートネット福祉ポータル「#8月31日の夜に。」サイトとTwitterに、悩みを抱えている若者から寄せられた投稿をアニメやテキストメッセージにして掲載。ネット上のコミュニティーを通じて、放送番組だけではリーチしにくい若者たちとの接点を作ろうと取り組んでいる。
<p>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</p>	
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・10月の衆議院選挙の開票速報では、台風が関東に接近した午前2時台、40分以上の時間を台風報道にあてるなど、状況に応じて、減災・災害報道と選挙報道のバランスを考えて、必要な情報を的確に伝えた。 ・2月の大雪では、北陸地方の金沢局、福井局、富山局をはじめとする各地の放送局で、テレビ・ラジオでの特設ニュースやL字放送などを実施し、地域ごとに必要な情報をきめ細かく迅速に伝えた。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・相模原障害者殺傷事件1年を受けて、「ハートネットTV」で7月24日から3日連続、精神障害者の施設と地域社会の問題をシリーズで伝えた。また、座間事件を受けて12月7日に「WEB連動企画“チエノバ”一座間事件とSNS」を放送。SNSが悪用された事例から、コミュニケーション手段の脆弱性や防衛策を伝えた。 ・「時論公論」では、12月13日の「四国電力伊方原発の運転差止高裁決定」を受け、即日、その話題を取り上げた。また、3月23日の「九州電力玄海原発再稼働」についても同様に取り上げ、関心の集まる原発についての情報をすばやく伝えた。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・NHKワールドTVで1月15日～19日、飛騨、金沢、福井からのニュースを発信する北陸飛騨キャラバンを実施した。さらに、それにあわせて、北陸や岐阜地域を取り上げた番組を集中的に放送した。また、2月には大分県、3月には震災7年となる東北地方を集中的に取り上げるなど、現地の放送局と連携して、月ごとに、さまざまな地域の特集編成を展開した。 ・5年目の「中部ネイチャーシリーズ」は、各局が連携して4K一体制作に挑戦し、地域発SHV制作のモデルを構築した。BS1や国際放送、SHV試験放送、イベント等、幅広く展開した。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・BSプレミアムで、舞台が越谷、住宅販売会社に勤める新人女性が主人公のドラマ、埼玉発地域ドラマ「越谷サイコー」(2/28)を放送した。イベントや沿線での広報活動のほか、関連企画をネットと連動させながら放送するなど、戦略的にプロモーションを展開した。また、地元の地域不動産会社と連携して、営業部門が密接な関係性をつくれるようにすることで、営業の支援につなげるなど、さまざまな施策を実施した。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・7月～10月の台風や1月～2月の大雪などの際、テレビやラジオでの特設ニュースに加え、各放送局のホームページでも、ニュースやライフライン情報など、防災・減災につながる情報をきめ細かく、的確に伝えた。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地域社会への貢献を評価するために導入した「地域指標」の調査を上期と下期の2回実施し、本部各局や地域放送局と共有した。また、活用事例を共有する報告会を9月11日に開催し、これまでの調査結果やデータの推移等の説明と放送局の担当者による事例報告を併せて行い、より実践に近い形での共有を図った。

【ピックアップ】

番組・デジタル・イベント

多様な形で視聴者のニーズに応える

- ◇「NHKスペシャル」の大型シリーズ「人体 神秘の巨大ネットワーク」は、腎臓に始まり、脂肪と筋肉、骨、腸、脳など、最新の研究成果を体内のネットワークをキーワードにわかりやすく映像化し、世帯平均総合視聴率12.6%と、59歳以下の世代を含めて幅広い層に見られた。第1集「腎臓」が寿命を決める」は、ギャラクシー賞月間賞と科学技術映像祭文部科学大臣賞を受賞した。
- ◇30年度は4KオールVTR版や子ども向け番組「バビブボディ」を制作し、国際共同制作、海外販売、NHKワールドでの編成など、国際展開を図る。



「人体」司会の山中伸弥さんとタモリさん



NHK文化祭 人体VR「おしっこの冒険」

- ◇また、放送に合わせて特設HPを開設するとともに、若い世代への訴求を狙った動画や親子で楽しんでもらえるVR（バーチャルリアリティ）も制作し、コンテンツの価値を最大化する多面展開を図った。
- ◇VRコンテンツ「おしっこの冒険」は「NHK文化祭」、「NHKサイエンス・スタジアム2017」、「NHKコミュニティー・スクール in 豊海」などのイベントで披露し、5日間でのべ2,600人以上の家族が体験。親子で楽しめる番組コンテンツの展開につなげた。

東日本大震災から7年 被災地への関心を

- ◇3月11日には、仙台局をキーステーションとし、福島・宮城・岩手の東北被災3県を結ぶ形で「特集 明日へ つなげよう ～震災から7年～」(世帯総合視聴率3.6%)を生放送。復旧が進む鉄道を縦軸に、各中継で地元の人たちに出演してもらい、「復興への思い」を伝えた。
- ◇岩手県山田町からの中継では、AR(拡張現実)技術を使い、被災した駅を再現し、町の人たちが体験する様子を紹介した。「駅の匂いと父の思い出がよみがえる」、「20年前、毎日山田駅から通学してました。懐かしすぎ！」などの声が寄せられた。



宮城県東松島市から小野アナ・マギー審司さん中継



大河ドラマ「西郷どん」 西郷を演じる鈴木亮平さん

大河ドラマ 地域だけでなく若者層にも視聴拡げる

- ◇大河ドラマ「西郷どん」は12回まで放送し、世帯平均総合視聴率20.2%、若者層にもよく見られている。
- ◇鹿児島局主催のイベントや公開セミナー、鹿児島県や鹿児島市が主催するイベントにドラマ出演者が多数出演しているほか、SNSでも主演の鈴木亮平さんによる展開を積極的に行い、成果につなげている。

「ガッテン！」×「NHK1.5チャンネル」世界で1,850万回以上再生！

- ◇番組とウェブを連動させる「NHK1.5チャンネル」の動画は600本を超えた。
- ◇ガッテン！「人類最凶の敵！『蚊』撃退大作戦！」(28年8/31)で紹介した「足の裏を消毒すると蚊に刺されにくくなる」という16歳の高校生の動画を7月に載せ、さらに8月に英語版も作成したところ、世界で1,850万回以上再生され、大きな反響につながった。インターネットを使ったコンテンツ提供の可能性を拡げている。



動画「16歳の男子高校生が、蚊に刺されにくくする方法を発見！」

今後に向けて

- ・30年度の改定では総合テレビの平日と土曜の22時台について家族視聴や世代ごとのニーズを意識した新番組を編成するなど、現役世代の視聴拡大に努める。
- ・2020年に向け、「18祭」、「1000日前 東京大会へ!」、「ピョンチャンパラリンピック応援広場」などを実施。若者世代にも参加感のある放送やイベントを継続していく。
- ・東日本大震災から7年が経過したが、災害体験を風化させず、被災地の復興に寄与する番組を引き続き積極的に制作する。原発事故の真相究明と廃炉の記録を継続し、公共放送としての責務を果たす。

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、同時通訳の常時待機を開始するなど、緊急報道の態勢を強化し、ニュースの一層の充実に取り組んだ。新たな視聴者層の獲得に向けて、10月からビデオ・オン・デマンド（VOD）の多言語サービスについて配信言語を増やしたほか、ソーシャルメディアによるショート動画の発信も強化した。
- 国際共同制作や海外のコンテンツ見本市を通じて、4K・8Kコンテンツを積極的に展開した。国際コンクールにも多くの番組がノミネートされ、NHKの番組の質の高さを世界に示した。ABUなどの国際会議では、「公共放送の価値」について会長が講演し、NHKの公共放送としての存在感を高めた。

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

- ・北朝鮮による核実験、弾道ミサイル発射（9月）を受けて、通常の番組編成を変更、「NHK NEWSLINE」を拡大し、3時間を超える連続放送を実施した。最新の情報とともに、記者解説や専門家のインタビューなどを盛り込み、緊急報道の形を確立させた。また、より一層の充実を図るため、12月から同時通訳の24時間常時待機を開始し、草津白根山噴火（1月）の際には気象庁の会見を中継することができた。
- ・番組編成では、場所前に大相撲の見どころを伝える「GRAND SUMO Preview」を定時化。オリジナルドラマ「Home Sweet Tokyo」や若手クリエイターの作品を紹介する「Anime Supernova」を開発し、ジャンルの拡充を図った。
- ・「ダーウィンが来た！～生き物新伝説～」を家族向けの自然番組として番組ラインナップに加えるなど、国内の番組も、英語化し積極的に発信した。また、特集ドラマ「眩（くらら）～北斎の娘～」や地域ドラマ「ガタの国から」（佐賀局）も英語化し、放送した。
- ・アジア地域の報道強化のため、記者をアジア総局（タイ・バンコク）に派遣し、情報コーナー「Eye on Asia」を中継で伝えた。また、アジアでは初めてのキャラバンをインドネシアで実施（2月）。ラジオ日本と連携し、インドネシア語のキャスターを出演させるなど多角的に展開した。
- ・地域放送局と連携し、各地のニュースを発信するキャラバンを実施。4月の東北キャラバン、1月の北陸飛騨キャラバンでは現地の放送局とニュースを発信したほか、各地域を取り上げた番組を集中的に編成した。
- ・地域発のニュース企画を385本発信し、日本各地からの情報発信をいっそう強化した。
- ・記者やPDを対象とした英語研修のほか、海外の放送局によるジャーナリスト研修などを通じて人材育成を進めた。
- ・重点地域のアメリカ（4月）、タイ（9月）、インドネシア（2月）で開催された大規模イベントにあわせて、関連団体と連携し、ブース出展や広告などのプロモーション活動を行った。

- ・29年度は、ワールドTVの番組を多言語化し、インターネットで提供するVODサービスを強化。「#TOKYO」や「Journeys in Japan」などの番組を、これまでの英語、中国語に加えてインドネシア語やスペイン語など7言語の配信を、字幕や音声吹き替えで開始した。
- ・ワールドTVのアプリで、英語でのプッシュ通知サービス（2月）を開始した。日本国内の地震・津波情報やNHKワールドの速報を通知し、訪日・在日外国人へのPRとともに、安全・安心な暮らしに資することをめざす。
- ・ソーシャルメディアを通じた配信を強化。Facebookでは速報ニュースとショート動画を展開、Twitterでは項目ニュース、YouTubeではショート動画を掲載した。ショート動画については、ニュースのリポートや番組を1分程度に再編集した動画を掲載。799万アクセスを記録した長崎局制作の「91

	<p>歳の深夜食堂」をはじめ、6本の動画に100万を超えるアクセスがあった。</p>
<p>受信環境の整備を効果的に実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・アメリカのフロリダ州オーランドでNHKワールドTVの24時間配信を開始（5月）し、視聴可能地域が北米の主要13都市3,364万世帯に拡大した。 ・日本国内のケーブルテレビ等では、秋田県や埼玉県など5事業者で放送が開始（4月）し、あわせて36社となった。 ・訪日外国人を対象に、日本国内でもワールドTVが視聴できるよう大手ケーブルネットワークの協力を得て、ホテル向けの配信を促進。ネットを経由したホテル・旅館への提供も開始し、国内の受信環境整備に取り組んだ。
<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"> ・重点地域としている北米とアジアの主要都市などでのNHKの国際発信力の成果を測る調査を、29年度も継続して実施した。NHKワールドTVに接触した人における日本の理解度は高い水準を維持している。
<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"> ・国際共同制作は、NHKスペシャル「プラネットアースⅡ」や「カラーでよみがえる東京（国際版）」などのほか、「ディープ・オーシャン」第2、第3集は、最先端の撮影技術で深海の秘境の姿を捉え、高い評価を受けた。 ・NHKスペシャル「終わらない人 宮崎駿」は、アメリカ、イタリア、韓国など7か国9つの会社と海外展開契約が成立した。 ・葛飾北斎の浮世絵作品を8K撮影で解析する「北斎インパクト」は、大英博物館と国際共同制作し、イギリス・BBCで放送された。ルーブル美術館と共同制作した28年度の8K番組に続き、8Kによる新たな美術番組の可能性を世界に向けて発信した。 ・世界最大級のコンテンツ見本市MI PCOM（10月・フランス・カンヌ）では、4K・8Kコンテンツが注目を集めた。4Kドラマ「眩（くらら）～北斎の娘～」の上映会を実施したほか、8Kコンテンツを紹介するシアターを開設し、世界各地のメディア関係者に最先端の放送技術をアピールした。 ・世界的に権威のあるコンクールの一つである「国際エミー賞」で、「精霊の守り人」などNHKの番組5作品がノミネートされたことに加え、「国際エミー賞・子ども部門」でも3作品がノミネートされた。 ・幼児番組「いないいないばあっ！」については、ベトナムで、子会社の日本国際放送やNHKエデュケーショナルが現地メディアに支援・協力し、ベトナム版番組を制作するとともにPRイベントやグッズ販売（2、3月）を実施した。また、中国・上海でも中国のメディア企業と提携し、番組をリメイク放送。PRイベントとグッズ販売も展開した。
<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"> ・国際展開をめざす番組の公開提案会議「NHKピッチ」（11月）を29年度も実施し、青森局や札幌局など、地域放送局の番組を含む6つの企画を選出した。担当のプロデューサーと共に英語版への展開に取り組んでいる。 ・全国の職員を対象とした国際展開の事例や最新情報を共有する研修（9月）や、海外のドキュメンタリーやデジタル展開についての勉強会（12月）を実施し、国際展開を担う人材の育成を進めた。
<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"> ・PBI（国際公共放送会議、9月・ルーマニア）に会長が参加し、「21世紀の公共放送の価値」について基調講演を行った。 ・ABU（アジア太平洋放送連合）総会（10月・中国）では、NHK会長がABU副会長に選出されたほか、NHKの報道や放送技術など様々な分野で最新の成果についてプレゼンや講演を行った。ABUには年間を通じて貢献しており、8年ぶりに日本で開催されたABUロボコン（8月）では、多言語・デジタル展開に取り組み、海外の放送機関から高い評価を受けた。 ・EBU（ヨーロッパ放送連合）では、プロデューサー派遣や国際共同制作を通じ、NHKのプレゼンスを高めた。特に「いじめ撲滅キャンペーン」は、ABUとEBUに呼びかけ、国際プロジェクトとして発信した。
<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"> ・FIAT/IFTA（国際テレビアーカイブス連盟）などの国際会議に参加し、画像認識によるアーカイブスの活用などNHKの先進的な取り組みを伝えたほか、韓国KBSを訪問し、互いのノウハウや課題を共有した。
<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"> ・ABUやEBUなど様々な国際会議に職員を派遣し、NHKの取り組みをプレゼンする機会を設け、人材育成に取り組んだ。アメリカのスタンフォード大学やMITメディアラボへは職員を継続的に派遣し、局内の報告会で海外の最新事情を共有した。

【ピックアップ】

2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向け 多言語対応、インターネットサービスを強化

- ◇10月、NHKワールドはビデオ・オン・デマンド（VOD）サービスの配信言語を7言語に増やした。対象番組は、日本各地の観光情報やトレンドを紹介する「Journey in Japan」や「#TOKYO」など。
- ◇8年ぶりに日本で開催したABU（アジア太平洋放送連合）ロボコンでは、多言語によるライブストリーミング配信を初めて実施した。会場に集まった、アジア地域の来場者に高く評価された。
- ◇1月、ワールドTVのアプリで日本国内の地震・津波情報やNHKワールドの速報を届けるプッシュ通知を開始。災害時にいち早く訪日・在日外国人に伝え、安全・安心の確保にもつなげたい。



左：VODサービス画面 / 右：プッシュ通知

地域から世界へコンテンツ発信

- ◇NHKワールドTVでは、地域放送局と連携し、ニュース番組のキャスターが国内各地から中継で伝えるキャラバンを実施。4月の東北キャラバンでは東日本大震災の被災地の今を、1月の北陸飛騨キャラバンでは、地域の観光資源や伝統を伝えた。
- ◇29年度は、地域の魅力を紹介する定時番組として「CYCLE AROUND JAPAN」、地域放送局制作の番組を英語化した「Hometown Stories」を放送した。また、佐賀局が制作した地域ドラマ「ガタの国から」も英語化して放送。タイの人気俳優が主演したこともあり、タイ語でも展開した。



北陸飛騨キャラバン（1月）



第54回ABU総会（10月・中国・成都）

国際会議で「公共放送の価値」をアピール

- ◇9月、ルーマニア・シナイアで開かれたPBI（国際公共放送会議）と、10月、中国・成都で開かれたABU（アジア太平洋放送連合）総会で、上田会長が「公共放送が追求すべき価値」をテーマに講演した。世界がメディア環境の激変に直面する中、放送関係者が、そのあり方について議論を交わす上で、NHKの公共放送としての存在感を存分に示した。

今後に向けて

- ・外国人向け国際放送の名称を「NHKワールド JAPAN」に変更し、発信力をさらに強化する。日本の視点を生かし、各地の魅力を伝えるなど、日本への理解を促すニュース・番組を一層充実し、アジアの取材拠点も活用した国際報道を強化するとともに、重点地域の北米やアジアを中心に、放送の受信環境整備、インターネット発信や多言語化の推進などにより、認知度を向上させ、視聴を促進する。
- ・NHKグループで、コンテンツの国際共同制作や海外展開を推進するとともに、放送やコンテンツの提供以外でも、NHKが特に貢献できる国際会議などへの参加や優れた放送技術の普及など、さまざまな形での国際貢献を推進する。

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

- 2月のピョンチャン五輪では、4K・8K試験放送で合計140時間以上放送したほか、さまざまなスーパーハイビジョンのコンテンツの制作に取り組み、30年12月の4K8K本放送開始に向けて準備を続けている。2月にはNHKのチャンネルの呼称を「NHK BS4K」「NHK BS8K」に決定し、普及・周知広報も積極的に実施している。
- 放送番組を放送と同時に提供するサービスの改善・向上のため、試験的提供を実施した。ピョンチャン五輪では、PC、スマートフォンに配信する試験的提供Aと、SHV試験放送を4K画質で配信する「試験的提供C」を行った。また、参加者を限定する「試験的提供B」では、総合・Eテレの番組を一日20時間以内の範囲で4週間配信し、大阪局・静岡局の地域放送番組を配信する地域向け調査も実施した。

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。第4四半期は「ニュース『関東で大雪』『草津白根山噴火か』関連(1/23)」「ニュース シブ5時『安倍首相・ペンス米副大統領 共同記者発表』関連(2/7)」「佐川前国税庁長官 証人喚問関連(3/27)」の3件を実施した。29年度全体では36件の配信を実施した。
- ・ 28年6月からスタートした「NHKニュース・防災」アプリは、6月に大幅リニューアルを行い、29年度のダウンロード数が目標を大きく上回る結果となった。
- ・ インターネットの常設サイト「NHK選挙WEB」を設置し、選挙関連ニュースの一元的な発信を開始した。7月の東京都議会議員選挙ではニュース番組のキャスターを起用した企画を発信したほか、期日前投票の裏側など、NHK選挙報道の強みである膨大なデータを生かした特集記事も積極的に掲載し、選挙報道の幅を広げた。
- ・ 10月から、AIスピーカーへの定時ニュースの配信を開始した。
- ・ 「NHK健康チャンネル」を9月に全面リニューアルし、健康・医療情報のポータルサイト「NHK健康ch」を開始した。訪問者数が前年同月比で約12倍となり、多くの方に閲覧いただいている。
- ・ 1年で最も若者の自殺が多い9月1日の前夜に放送した「8月31日の夜に。」では、若者の憂鬱に耳を傾けるテレビの生放送とネットのライブストリーミングを組み合わせ、4時間にわたって発信し、大きな反響を得た。
- ・ 「NHK1.5チャンネル」では600本の動画を制作した。「蚊」の動画では英語版も作成し世界で1850万回以上再生された。
- ・ 「インターネット活用業務 審査・評価委員会」を29年度は7回開催した。四半期ごとのインターネット活用業務の実施状況について報告を行ったほか、29年度インターネットサービス実施計画の変更案と30年度インターネットサービス実施計画案について諮問し、いずれも適切・妥当なものであるとの答申を得た。

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

- ・ 2月のピョンチャン五輪では、スポーツイベントの放送番組について同時配信を行う「試験的提供A」を実施し、開会式、閉会式をはじめ1日16時間以内で生中継番組を放送と同時に配信した。配信時間は約200時間、視聴者数は144万人にのぼり、リオデジャネイロオリンピック時を大きく上回った。また、ハイブリッドキャスト対応受信機等を対象にSHV試験放送を4Kでネット配信する「試験的提供C」も実施した。競技放送について約47時間配信し、安定配信に向けたシステムの確認等を行った。
- ・ 10月30日から11月26日までの4週間、約8,000人を対象に、総合テレビとEテレの放送をインターネットで同時に配信する「試験的提供B」を実施した。同時配信に加え、見逃し配信と早戻し配信を行った。今回の実験では大阪局、静岡局の番組について、それぞれ地域を限定した配信を行った。参加者の利用状況の把握等を行うとともに、地域放送番組の配信に関するシステムや運用の確認等を行った。試験結果は3月に「NHKオンライン」で公表した。
- ・ NHKと日本民間放送連盟の共同ラジオキャンペーンで10月から開始した「radiko」へのNHKラジオ配信実験を3月まで実施した。

	<ul style="list-style-type: none"> ・5月から「らじる★らじる」で開始した聴き逃し配信は、8月以降「FMシアター」などドラマの配信も開始。全国放送番組86番組と地域放送番組17番組を定期的に配信。年末年始や祝日の特別番組の配信も実施した。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・NODでは、4月にPCサイトのトップ画面の全面リニューアルを実施した。ランキングや新着番組の表示のほか、テーマに沿った番組のプレイリストの表示が可能となり、その時々“旬”の話題に応じた配信番組をPRして、視聴に結びつけた。 ・見逃し配信については、定時配信の拡充や特集番組の積極的な配信に努め、年間5,326本を配信した。 ・「紅白歌合戦」の見逃し視聴は、前後半あわせて22万件となり、過去4年間で最高となった。 ・ピョンチャン五輪の配信では、190本・300時間の配信を行い、直接提供で8.3万件的の視聴があった。パラリンピックについても、27本・49時間の無料配信を行った。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・外部配信事業者を經由した4K配信のラインナップ強化に努めた。これまでは、5タイトル9本の配信だったが、11タイトル32本へと増加させた。SHVのPRミニ番組も4Kで無料配信するなど、NHKのSHVへの取り組みの周知広報も行った。 ・ピョンチャン五輪では、SHV試験放送で放送された番組の4K配信を8番組で実施した。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・2月のピョンチャン五輪で、ハイブリッドキャストを利用したスーパーハイビジョン(4K)の映像の配信を行う「試験的提供C」を実施した。スーパーハイビジョン試験放送で放送した「ピョンチャンオリンピック」のうち、配信可能な番組を、1日あたり5時間以内の範囲で放送と同時に配信した。また、番組終了直後からの「見逃し配信」も実施した。 ・ハイブリッドキャストの端末連携機能を拡張し、スマートフォンからテレビに連携する放送通信連携サービス等を実現する「Hybridcast Connect X」を提唱し、9月にオランダ・アムステルダムで開催された国際放送機器展「IBC2017」等でPRした。 ・「Hybridcast Connect X」を実現するための端末連携プロトコルの拡張の技術標準化を進めた。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・10月から11月にかけて実施した「試験的提供B」では、合計で約8,000人の調査相手について、利用者認証と視聴許諾を行った。準備した認証基盤が負荷に耐えられることを確認した。

② NHK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

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	<ul style="list-style-type: none"> ・放送時点での視聴率である「リアルタイム視聴率」に加え、平成28年10月に導入したリアルタイムと録画再生のいずれかでの視聴を示す「総合視聴率」の積極的な分析と活用を進めた。また、“トータルリーチ”をサービスの向上に結び付けるべく、ドラマ番組などとインターネットサービスを連動させる取り組みを進めた。
--	---

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

民間放送局やメーカーなどとともに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	<ul style="list-style-type: none"> ・新4K8K衛星放送のNHKチャンネルの呼称が「NHK BS4K」と「NHK BS8K」に決定した。 ・ピョンチャン五輪では、8K中継車2台を現地に持ち込み、開会式やフィギュアスケートをはじめ、ジャンプやショートトラックなどの競技でも8K中継制作に挑み、8K制作のノウハウの充実につなげた。特にフィギュアスケートについては、すべての種目を8K・HDR、22.2マルチチャンネルの立体音響で生中継を行った。 ・ピョンチャン五輪で、全国5会場での8Kパブリックビューイングを実施。11万人を超える多くの来場者に来ていただいた。また、全国の放送局や、駅や商業施設など多くの人が集まる場所でも受信公開を行い、本放送に向けたアピールを行った。 ・「南極 氷の下のカプセル」では、放送局として世界初の南極の氷下湖の8K潜水撮影に成功した。「北米イエローストーン 躍動する大地と命」では8K映像・22.2ch音声収録や8K空撮による自然番組制作のノウハウを蓄積した。「巨大水中洞窟を潜る 絶景オルダ “水の宇宙”」では、世界発の4K潜水洞窟撮影に成功。「ディープオーシャン 超深海 地球最深への挑戦」では、4Kカメラを搭載した無人探査機を研究者と共に開発。世界最深記録での深海魚の4K撮影成功に寄与した。 ・「月刊SHVニュース」を29年度は9本制作した。 ・16ミリフィルムの「新日本紀行」2本の4K・HDR(ハイダイナミックレンジ)化に
---	--

	<p>取り組み、スーパーハイビジョン試験放送で放送した。また、今夏放送予定の番組のため、可搬型4Kスキャナーをモンゴルに持ち込み白黒フィルムの4K化にも取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・8K120Hzの機材を用いた2倍速スローモーションシステムを構築し、NHK杯フィギュアやピオンチャン五輪で使用した。 ・8K中継車の3台目が3月に完成し、これまでと比べ高画質化と小型軽量化を実現した。 ・NHK初の4Kヘリを3月に就航した。 ・30年12月の新4K8K衛星放送開始に向けて、衛星右旋の帯域再編に取り組んだ。A-PAB（放送サービス高度化推進協会）の帯域再編作業部会と連携し、1月にBS1、BSプレミアムの帯域削減を完了した。30年5月のチャンネル移行に向け、作業を進めている。 ・世界最大の番組見本市MIPCOMで、初めて8K展示を実施した。また、4Kシアターで継続的にNHKの4K8Kコンテンツの上映を行い、存在感を示した。 ・「技研公開2017」をはじめ、4月にアメリカ・ラスベガスで開催された放送機器展「2017 NAB Show」、9月にオランダ・アムステルダムで開催された国際放送機器展「IBC2017」、11月に千葉・幕張で開催されたInterBEEなどの国内外の技術展示を通じ、研究成果や8Kの広報・普及に努めた。 ・技研のエントランスに設置した「リビングシアター」で8K試験放送受信公開を実施し、6,400名以上の来所者に体感していただいた。
<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"> ・「名曲アルバム」で4K・HDRと2Kの一体化制作を実施した。 ・土曜時代ドラマ「悦ちゃん」で4K2K完全一体化制作を実施。効率的に4K・HDRから2K・SDR（スタンダードダイナミックレンジ）への変換について検証を行った。「NHKのど自慢」では4K2K一体化制作を実施。 ・「にっぽんの芸能 氷艶2017」では、4K中継車を初運用し4K2K一体化制作した。またバレーボールVリーグ、バスケットボールBリーグ、ハンドボール中継でも4K・HDRと2Kの一体化制作を行った。また、「新年一般参賀」中継では8Kと2Kの一体化制作を実施した。 ・4Kニュース取材を第4四半期では558件、29年度全体では1,476件行い、全て2Kとの一体化取材で効率的に運用した。
<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"> ・アメリカ・MITメディアラボの教授などと協力し、脳神経の活動を視覚化する際に8Kを活用する「8K Brain Tour」に取り組んだ。MITメディアラボ内での研究発表のほか、11月にワシントンDCで開催された北米神経科学学会でブース展示を実施した。その後、脳の治療をテーマとする学会への参加やMITにあるミュージアムへの展示を打診されるなど、8Kコンテンツとその放送外活用のニーズを確認することができた。 ・8Kを超える超高解像度で六本木をVR（バーチャルリアリティ）体験する企画を立ち上げ、30年5月のMITメンバーウィークでの公開をめざし、撮影とシステム開発を進めている ・1月19日に東京と広島で、8K美術番組を活用した授業を実施した。
<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"> ・ピオンチャン五輪で、大会の主催者が配信するリアルタイムの競技データから即時に実況内容を作成し、合成音声で読み上げる「ロボット実況システム」を構築し、4競技の動画（17本、約32時間）をライブで配信した。 ・ピオンチャン五輪のアイスホッケーとカーリング競技を対象に、手話CG動画による解説を生成する実験を局内で実施した。
<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"> ・ピオンチャンオリンピック・パラリンピックでは、地上波のすべての競技中継・開閉会式・関連番組に字幕を付与した。このうち、生字幕放送の総時間数は、オリンピック208時間・パラリンピック38時間で冬季大会最大規模の実績となった。 ・番組改定で「ごごナマ」や「視点・論点」などの定時番組で字幕放送を開始。 ・スポーツ中継で、実況と解説者の色分け表示を開始した。 ・特設ニュース内での国会審議の中継について、一部字幕付与を行った。 ・9月に総務省から「平成28年度の字幕放送等の実績」が公表された。総合の行政指針の対象時間帯に占める字幕放送の割合は97.4%となり、前年度比で+3.6ポイント、字幕放送拡充計画の計画値(94%)も上回った。Eテレについても前年度比+3.5ポイントの実績となった。 ・ピオンチャンオリンピック・パラリンピックで、初めて競技中継の一部に副音声による視覚障害者向けにより詳しい実況放送を行った。 ・29年度は総合テレビでは「ドキュメント72時間」、Eテレでは「やまと尼寺 精進日記」などの番組に新たに音声解説を付与した。

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

- ・モバイル端末での視聴を前提にした、来日してすぐ役立つ情報を提供する番組「#TOKYO」を新設した。29 年度は、10 本を制作した。10 月からは、中国語版、スペイン語版、インドネシア語版、タイ語版、ベトナム語版を制作し、VOD の多言語コンテンツとして展開している。
- ・「やさしい日本語」では、ホームページでリスナーからのメッセージや質問を募集し、双方向性の高い番組制作を行った。年度末に特集番組、『Easy Travel Japanese 2』のラジオ版を 3 本シリーズで制作し、17 言語で放送した。29 年度は、テレビ版「Easy Travel Japanese」を制作し、動画による多言語展開も開始した。
- ・1 月末に NHK ワールド TV アプリを改修し、日本国内の地震・津波情報と NHK ワールドの Breaking News の英語でのプッシュ通知を開始した。訪日・在日外国人への周知を図るため、2 月上旬に在京大使館幹部を対象に放送センターで説明会を実施し、100 人以上に参加いただいた。

【ピックアップ】

ピョンチャン五輪での取り組み

○インターネット

テレビ放送同時配信を行う「試験的提供 A」を実施し、開会式、閉会式をはじめ 1 日 16 時間以内で生中継番組を放送と同時に配信した。配信時間は約 200 時間、視聴者数は 144 万人にのぼった。また、SHV 試験放送を 4K でネット配信する「試験的提供 C」は、配信時間が約 50 時間であった。また特設サイトやスマートフォンアプリなどで、ハイライト動画や競技のライブ配信、見逃し配信を実施した。

○スーパーハイビジョン

8K 中継車 2 台を現地に持ち込み、開会式やフィギュアスケートをはじめ、ジャンプやショートトラックなどの競技でも 8K 中継制作に挑み、8K 制作のノウハウの充実につなげた。特にフィギュアスケートについては、すべての種目を 8K・HDR、22.2 マルチチャンネルの立体音響で生中継を行った。また、全国 5 会場での 8K パブリックビューイングを実施。11 万人を超える多くの来場者に来ていただいた。さらに、全国の放送局や、駅や商業施設など多くの人が集まる場所でも受信公開を行い、本放送に向けたアピールを行った。



六本木でのパブリックビューイングの様相

○「人にやさしい」放送・サービス

地上波のすべての競技中継・開閉会式・関連番組に字幕を付与した。生字幕放送の総時間数は、オリンピック 208 時間・パラリンピック 38 時間で冬季大会最大規模の実績となった。また、初めて競技中継の一部に副音声による視覚障害者向けにより詳しい実況放送を行った。さらに、大会の主催者が配信するリアルタイムの競技データから即時に実況内容を作成し、合成音声で読み上げる「ロボット実況システム」を構築し、4 競技の動画（17 本約 32 時間）をライブで配信した。

今後に向けて

- ・30 年 12 月の新 4K 8K 衛星放送の本放送開始に向け、コンテンツ制作や設備整備、普及に向けた周知広報活動を加速していく。
- ・2020 年の「東京オリンピック・パラリンピック」での最高水準の放送・サービスの提供に向けて、インターネットをはじめとした新サービスや新しい技術をさらに積極的に活用していく。

2 「5つの重点方針」 29年度の達成状況

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

- 受信料収入は、前年度と比べて144億円増収の6,914億円となった。契約総数増加は、年間目標50万件に対して76.6万件を確保、衛星契約増加は年間目標60万件に対して77.1万件の増加となった。
- 支払率は当初計画の80%を上回る80.4%に、衛星契約割合も当初計画50%を上回る51.0%となり、それぞれ当初計画を上回ることができた。
- 27年度初頭より29年度末に支払率80%をめざす公平負担徹底の取り組みとして、「ターゲット80」活動を展開し、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み、支払率・衛星契約割合の計画達成に貢献した。
- 12月に最高裁大法廷において、受信料制度は合憲であり、受信契約の締結は法的義務であることを認める判決が出され、司法判断が確定した。今後も引き続き、公共放送の役割や受信料制度の意義について丁寧に説明し、公平負担の徹底に努めていく。

[受信契約の状況（3月末）]

(単位 万件)

契約増加件数	28年度			29年度			現在数
	年間増加目標	累計実績	達成率	年間増加目標	累計実績	達成率	
契約総数	50	51.4	102.9%	50	76.6	153.2%	4,106
衛星契約※	63	69.3	109.9%	60	77.1	128.5%	2,095
未収削減	△11	△11.1	100.5%	△11	△15.2	138.1%	84

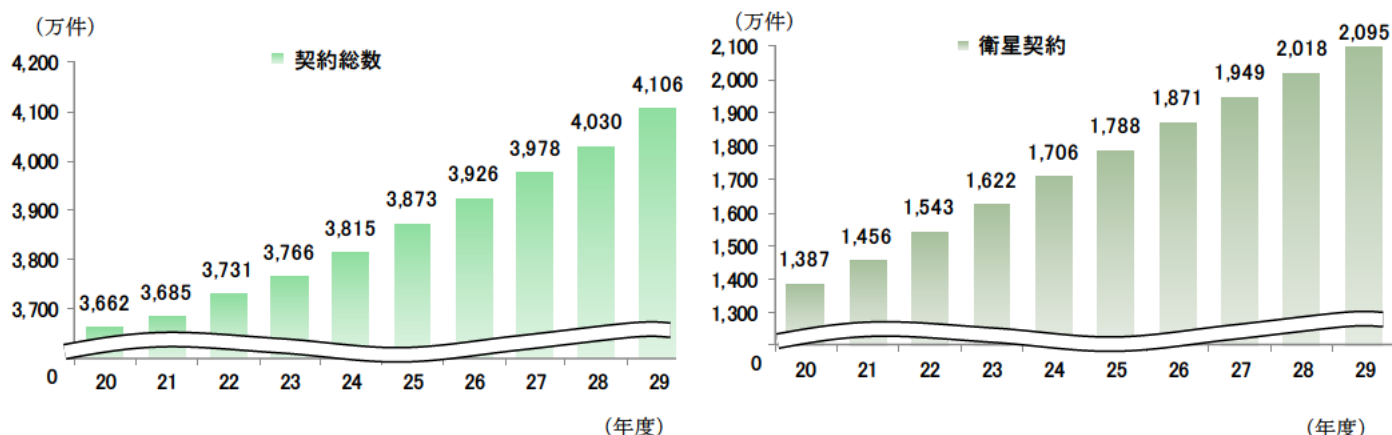
※ 衛星契約とは衛星系および地上系によるテレビジョン放送の受信についての放送受信契約

[支払率・衛星契約割合（3月末）]

支払率（※）			衛星契約割合		
前年度末	3月末	年度内増減	前年度末	3月末	年度内増減
78.7%	80.4%	+1.7	50.1%	51.0%	+0.9

※各種統計資料の公表に伴い、受信契約対象数を見直した結果、支払率が更新されることがある。(29年度決算にあわせて公表予定)

[契約数の推移]



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76.6万件の増加、達成率153.2%、衛星契約は年間目標60万件に対して77.1万件の増加、達成率128.5%となった。
- ・未収数は年間目標11万件削減の計画に対して15.2万件の削減、達成率138.1%となった。
- ・支払率は29年度末で80.4%となり、28年度末と比べ1.7ポイント向上した。衛星契約割合は29年度末で51.0%となり、28年度末と比べ0.9ポイント向上した。それぞれ、当初計画を上回って達成することができた。

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

- ・都市ガス事業者による住所変更手続きについては、2月から静岡ガスが新たに業務を開始した。都市ガス事業者5社による29年度の取次数は15,539件(前年同期13,339件)となった。

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、29年度181地区(466万世帯)で新たに業務を開始。3月末現在で419地区(1,582万世帯)において業務を実施。
 - ・公開競争入札・公募型企画競争による法人委託は、29年度は32地区(414万世帯)で新たに業務を開始。3月末現在で105地区(1,519万世帯)において業務を実施。
- [民事手続きの実施]
- ・支払督促の申立てを第4四半期で286件実施し、通算で9,861件となった。
 - ・強制執行の申立てを第4四半期で24件実施し、通算で1,209件となった。
 - ・未契約訴訟の提起を第4四半期で37件(世帯36件、事業所1件)実施し、通算で364件(世帯339件、事業所25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、年度累計で22,768件(前年同期33,231件)となった。
 - ・「メッセージ消去連絡との同時契約」は、年度累計で32,002件(前年同期33,853件)となった。
- [各種法人・団体等との連携強化]
- ・郵便転居届と一体となった、いわゆるワンライティングは、年度累計で5.5万件(前年度比116.4%)となった。
 - ・ホテル・旅館の事業者6団体における29年度末の受信料取りまとめ参加率は86.7%(前年度末84.0%)となった。
 - ・「NTT電話料金等の一括支払い」の29年度末の利用件数は、前年度末より3.0万件増加し、25.8万件となった。
 - ・「Yahoo!公金支払い」での29年度末の収納件数は、15,624件(前年同期11,734件)、収納額は7,728万円となった。
- [効率的な営業体制]
- ・7月に兵庫県内の営業拠点を3か所から2か所へ、2月に静岡県内の営業拠点を2か所から1か所に集約、再編した。拠点の規模を大きくすることで、スケールメリットを生かした営業活動の強化を推進していく。

全局体制で受信料制度の理解促進活動を実施

- ・外国人への理解促進活動として、2月に5言語を1冊にまとめた外国人用営業ツールを作成し、訪問活動での活用を試みた。日本語が理解できない外国人を対象に電話による通訳アシストを使った“三者通話対応”の利用と合わせ、有効性を検証した。
- ・3月にロックバンド「ヤバイTシャツ屋さん」を起用したフレッシューズキャンペーンを開始。「案外わるないNHK」というテーマソングを制作し、プロモーションビデオをYouTube等に掲載した。開始1か月で再生回数が200万回を突破し、公共放送に対する理解促進につながった。

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

- ・NHK会長の常設諮問機関である「NHK受信料制度等検討委員会」に、12月12日に諮問第4号「受信料体系の変更に係る具体案について」(受信料の負担軽減関連)を諮問し、1月12日に答申を受けた。

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

- ・受信料制度の理解促進、未接触者層へのアプローチとしてインターネットで展開する「どーも、マンガです。」を展開。著名マンガ家の作品を公開し、累計訪問者数が40万人に達した。

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

- ・年間で1,734件の公開番組・イベントを実施し、およそ1,067万人にご参加いただいた。このうち298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:103,430人)
 - *満足度 85.8%(28年度年間85.6%) *理解促進度 71.6%(28年度年間71.7%)
- ・アンケートによるNHKイベントへの初参加率は平成27年度以降、52.4%、56.1%、58.1%と推移しており、理解が薄い層との「タッチポイント創出」の取り組みが一定の効果を挙げている。

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

- ・視聴者の声について、ツイッターなどのSNS情報も活用して多角的に分析した。
- ・ふれあいセンター(放送)の電話対応時間の延長や臨時増員、デジタル対応体制の強化等により、年度を通じて視聴者反響を丁寧に受け止める態勢を構築した。

【ピックアップ】

「NHK受信料制度等検討委員会」で 受信料制度とその運用のあり方を検討

- ◇NHK会長の常設諮問機関として設置した「NHK受信料制度等検討委員会」では、平成29年度、NHKから検討委員会に諮問した4つの事項についての議論が進められた。
- ◇7月に諮問第1号「常時同時配信の負担のあり方について」、9月に第2号「公平負担徹底のあり方について」と第3号「受信料体系のあり方について」、30年1月に第4号「受信料体系の変更に係る具体案について(受信料の負担軽減関連)」に対する答申が、検討委員会からNHK会長に提出され、NHKでは、この答申も踏まえながら、3か年経営計画の策定などにあたった。
- ◇今後も引き続き、放送と通信の融合などの環境変化を踏まえ、あわせて経営課題の検討等に資する観点からも、専門的な知見を生かして、受信料制度やその運用のあり方などについて議論・検討していただく。



Eテレの番組を通じた理解促進活動を実施

- ◇2月24日と25日の2日間、ファミリー層を中心に多くの人で賑わう東京・二子玉川で「みつかるEテレまつり～Eね!宝島～」を開催し、2.4万人が来場した。Eテレの様々な番組のステージイベントや体験ブースを展開して、EテレやNHKについての理解や親しみを深めてもらった。

今後に向けて

- ・視聴者のみなさまと双方向のコミュニケーションを推進する活動を強化し、受信料制度やNHKの取り組みをご理解いただく活動を、さまざまなアプローチで展開していく。
- ・支払率の向上などをめざして、より効率的な契約・収納手法を開発・実施するなど、受信料の公平負担の徹底に向けた取り組みを引き続き進めていく。
- ・「NHK受信料制度等検討委員会」の答申などを踏まえ、より視聴者のみなさまの理解を得られる受信料のあり方を検討していく。

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グループ 働き方改革宣言」を公表し、業務に関わるすべての人の健康を最優先に、これまでの慣行を打破し、働き方を抜本的に見直すこととした。
- グループ経営改革については、本体と関連団体が一体となって業務の高度化と効率化を達成するための検討を進めるとともに、技術分野では、子会社のNHKアイテックとNHKメディアテクノロジーが経営統合に向けて基本合意に至った。
- 地域の放送・サービスを一層充実させるため、「地域改革プロジェクト」を発足させ、地域の活性化に資するような業務体制の構築を進めた。

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

- ・次期3か年の要員規模を踏まえて検討を進めた30年度要員計画を策定した。ダイバーシティ推進への対応等として15人増員するとともに、「公共メディア」実現に向けた新サービスや「2020東京オリンピック・パラリンピック」の対応などに、143人分の要員シフトを行う。
- ・30年度予算編成では、収入の増加を確保するとともに、業務全般にわたる経費の削減を徹底し、生み出した財源を4K・8Kスーパーハイビジョン、東京オリンピック・パラリンピックに向けた取り組み、地域放送・サービスの充実等の重点事項に配分するとともに、受信料の免除拡大などの負担軽減策を織り込んだ。
- ・地域の放送・サービスを一層充実させるため、「地域改革プロジェクト」を発足させ、それぞれの地域の特色を生かした形で、地域の活性化に資するような業務体制の構築を進めた。

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

- ・放送、技術、管理などの分野ごとに検討体制を組み、外部知見なども交えながら将来を見据えたグループ経営のあり方を検討。NHK本体と関連団体を一体としたグループでの事業運営を進めた。
- ・子会社であるNHKメディアテクノロジーとNHKアイテックの経営統合に向けた基本合意を締結、統合推進委員会を設置し、具体的な検討を開始した。

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

- ・各分野ごとに、NHK本体と関連団体の役割の整理・明確化を進め、グループとしての効率性を高めた。
- ・分析対象とするデータの範囲を広げるなど、関連団体業務の「見える化」をさらに進め、業務委託契約の見直しなどに繋げることで、子会社などとの取引の一層の透明化・適正化を図るとともに、競争が可能な業務については、競争契約への移行を進め、効率的なグループ経営を推進した。
- ・グループ改革を推進するツールとして、グループ管理会計の検討に着手、グループ共通の管理コード体系の構築など、基本的な考え方をまとめた。

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

- ・30年度採用では、経団連の指針に沿った選考スケジュールのもと、採用活動を実施した。インターンシップの実施などを通じて、公共放送の仕事についての理解を深めてもらい、段階的に選考機会を設けて、多様な人材の確保につなげた。
- ・2020年を見据えて、「パラリンピック競技実況研修」を新設した。

コンテンツ制作力の強化に向けて、国際発信やイン

- ・「NHKグループ新管理職研修」を新設し、経営課題などにグループ

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

- 一丸となって取り組む意識の醸成を図った。
- ・マネジメント人材の育成に向けて、民間企業等のマネジメント層との交流を行う部外研修への派遣規模を拡大して実施し、管理職のマネジメント力強化を図った。

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

- ・29年度の女性管理職比率は目標の8%を達成するとともに、女性職員のキャリア形成を支援する研修や、管理職層に向けた指導・育成に関するセミナーなどを通じ、女性活躍のためのマインド形成に取り組んだ。
- ・「働き方改革推進委員会」「働き方改革推進室」を設置し、スピード感を持って具体策を検討・実施するほか、「働き方改革」関連情報を全役職員で共有するため、2月に「働き方改革ポータル」、「働き方改革通信」(月1回発行)を開始した。

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

- ・ICTを活用し、勤務管理と経費精算のリスクの低減と管理業務の負担軽減に資する施策の導入に着手した。
- ・監査法人による外部品質評価を実施し、対象とした全ての監査業務についてIIA(内部監査人協会)の国際基準に「一般的に適合している」という評価を得た。
- ・子会社11社の非常勤監査役にNHK内部監査室の職員11人が就任、グループガバナンスと内部統制の強化に努めた。

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

- ・29年度に発生したリスク案件を踏まえ、最新情報の共有ならびに「出家詐欺報道」の再発防止のため、放送倫理勉強会を計13回開催。個別事例をもとに意見交換し、問題意識の共有を図った。

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

- ・NHKの地域社会への貢献を評価する手法として導入した地域指標について、5月と10月に調査を実施した。地域放送局のマネジメントへの活用を進めるべく、結果は全国の放送局と共有するとともに、本部の各部局や地域放送局の担当者を対象として勉強会を開催し、活用方法などのノウハウの共有に努めた。
- ・インターネットなどを含めたさまざまな形でのNHKコンテンツへの接触を把握するトータルリーチ調査、および海外の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を、平成29年度も四半期ごとに実施し、結果の分析や業務改善への活用に取り組んだ。

四半期ごとに経営計画の進捗や達成状況を報告

- ・四半期ごとに指標の評価や進捗状況を明確にした形で業務を検証し、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

- ・蛍光灯照明のLED化を進めるなど、オフィスの電力削減施策を進め、自主目標である9%削減(25年度比)を達成した。また、CO₂排出原単位の6%削減(23年度比)も同様に達成した。
- ・事業系一般廃棄物の再利用に関して、食堂の残飯堆肥化や廃プラスチック類の分類を推進。渋谷区の再利用基準「年平均80%以上」を達成した。

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

- ・7月16日と8月27日にNHKスペシャル「シリーズ ディープ オーシャン」を放送。また、7月11日から10月1日まで、特別展「深海2017」を国立科学博物館で開催し、環境について発信した。
- ・「渋谷DEども〜体験!エコゾーン〜」や「地球エコイベント2017 in 三重」をはじめ、環境について考えるイベントを年間で9本実施した。

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

- ・第I期設計・施工業者の選定は、12月20日までに参加業者から技術提案書を受け付けた。4月の業者決定に向けて、現在、外部の有識者から成る技術審査委員会で提案内容を審議していただいております。高い公平性や透明性、客観性の確保に努めている。

【ピックアップ】

NHK経営計画（2018-2020年度）を議決

◇1月16日に経営委員会で、平成30年度から3か年にわたる新しい経営計画を議決した。

◇計画では、NHKが追求する「公共的価値」として、

▼正確、公平・公正な情報で貢献、▼安全で安心な暮らしに貢献、▼質の高い文化の創造、▼地域社会への貢献、▼日本と国際社会の理解促進、▼教育と福祉への貢献の6つを挙げ、放送と通信の融合がいつそう進む中、NHKは放送を太い幹としつつインターネットも活用し、視聴者の期待に応える「情報の社会的基盤」としての役割を果たしていく。



◇具体的には、2020年の東京オリンピック・パラリンピックを臨場感あふれる4K・8Kスーパーハイビジョンで放送するなど最高水準の放送とサービスを提供。また、インターネットを活用したニュースや番組の配信にも力を入れる。

さらに、NHK本体と関連団体が一体となって「働き方改革」を進めるとともに、関連団体の事業統合も含め、効率的な体制へ移行させる。

◇受信料については、親元を離れ経済的な理由で奨学金を受け取っている学生などを新たに免除の対象とするほか、社会福祉施設の免除対象を拡大するなどして、3か年で170億円規模の負担を軽減する。

今後に向けて

- ・「NHKグループ 働き方改革宣言」に沿って、「業務に携わるすべての人の健康の確保」と「ワーク・ライフ・バランスと多様な働き方の実現」をめざし、「働き方改革」の取り組みを推進する。
- ・NHKグループ一体となって、効率的で透明性の高い組織運営を推進する。
- ・「信頼されるメディア」をめざし、グループでリスクマネジメントを強化する。

● (参考) 指標による評価

(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、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いる。27年度からはテレビのリアルタイムの視聴に加え、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、質的評価を用いて、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、重点地域での日本の理解度やリーチを把握し、効果的にコンテンツの充実を進めている。

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)

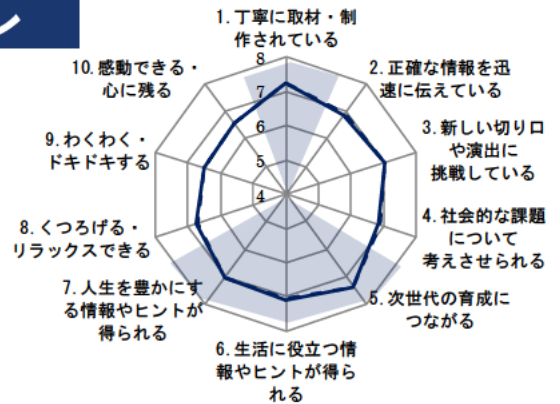
国内放送の質的指標については、経営指標との関係から見て有意に変動した項目はない。インターネットは、29年度第3四半期の質的評価を維持しており、引き続き評価の向上をめざす。

色を塗った部分は、質的指標で特に意識する領域

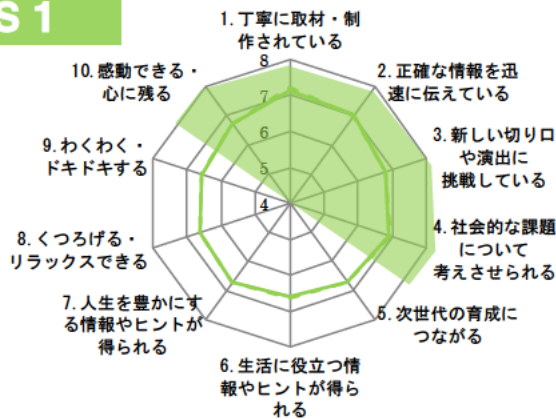
総合テレビ



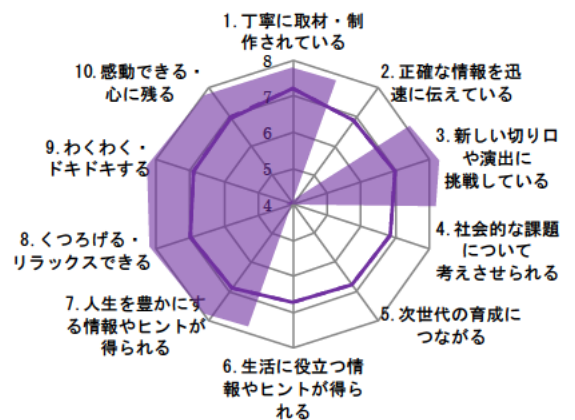
Eテレ



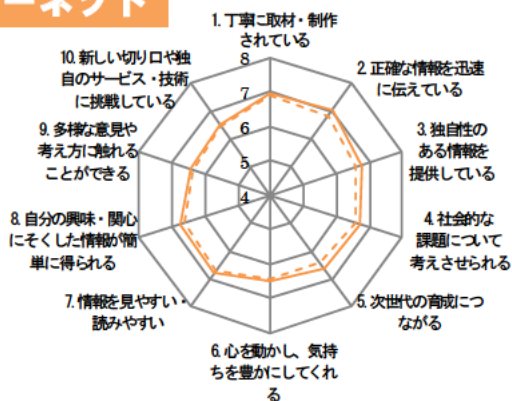
BS1



BSプレミアム



インターネット



— 30年3月
- - - 29年12月

10指標は、各チャンネルとインターネットの質に対する視聴者調査による評価。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。)

母数は各チャンネル等に月に1回でもリアルタイムか、録画再生で接触した人(インターネットは、インターネットサービス利用者)。

出所) 10指標評価: 平成30年3月トータルリーチ調査 (web調査 関東20-60代) / 滞在時間: Adobe Analytics

インターネット全体 (NHKオンライン) の滞在時間

7分58秒 (8分13秒)

() は前期の結果

中央番組審議会の意見	—
放送技術審議会の意見	(平成 29 年度第 4 四半期は開催なし)

量的指標

接触者率 (%) (個人)

	総合		Eテレ		BS1		BSプレミアム	
	前四半期 平均	今四半期 平均	前四半期 平均	今四半期 平均	前四半期 平均	今四半期 平均	前四半期 平均	今四半期 平均
総合リーチ	67.2	—	36.4	—	15.0	—	21.5	—
リアルタイム	64.8	67.7	33.3	36.3	14.4	16.8	19.1	19.8

世帯視聴率 (%)

		総合		Eテレ		BS1		BSプレミアム	
		前四半期 平均	今四半期 平均	前四半期 平均	今四半期 平均	前四半期 平均	今四半期 平均	前四半期 平均	今四半期 平均
6:00- 24:00	総合視聴率	6.1	—	1.2	—	0.5	—	0.9	—
	リアルタイム視聴率	5.9	6.9	1.1	1.1	0.5	0.5	0.8	0.8
6:00- 10:00	総合視聴率	8.2	—	2.0	—	0.4	—	1.2	—
	リアルタイム視聴率	7.9	8.3	1.8	1.7	0.4	0.4	1.2	1.0
19:00- 22:00	総合視聴率	10.4	—	0.9	—	0.6	—	1.3	—
	リアルタイム視聴率	9.9	11.2	0.8	0.8	0.6	0.6	1.1	1.1
19:00- 23:00	総合視聴率	9.2	—	0.8	—	0.6	—	1.3	—
	リアルタイム視聴率	8.7	10.0	0.7	0.8	0.6	0.6	1.0	1.0

インターネット全体 (NHKオンライン) の量

接触者率	15.9% (15.4%)
訪問者数	12,868,546 (12,351,855)

「総合リーチ」は、リアルタイムでの5分以上の継続視聴あるいは放送から7日間以内での5分以上の継続再生による視聴での接触者率。

「総合視聴率」は、リアルタイムあるいはタイムシフトのいずれかでの視聴率。

「訪問者数」は、各サービス(NHKオンラインには「らじる★らじる」以外のアプリを含む)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)接触者率、世帯視聴率:ビデオリサーチ/インターネットサービスの接触者率:平成30年3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、放送関連リアルタイム配信の訪問者数計: Adobe Analytics

「放送同時配信」: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
「放送関連リアルタイム配信」: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

-(ハイフン)部分は今後更新予定

参考) その他サービス

放送同時配信の訪問者数計(※)	202,448 (907,155)
放送関連リアルタイム配信の訪問者数計(※)	7,935,447 (6,998,563)

※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	9.7%(8.8%)	907,252 (811,780)
NHK WORLD ONLINE		755,492 (496,053)
	接触者率	登録会員数(※)
NHKオンデマンド	6.6%(6.5%)	約 224 万人

※外部提供事業者を除く

コストに対する効果

VFM (1以上を確保する)	1.80(平成28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(リーチ者)の方が、接触しなかった人(非リーチ者)よりも、日本についての理解度が高い。なお、認知について、前期と比較して、タイで統計的に減少し、第2四半期並みとなった。

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 (%)

()は、前期の結果

分類	項目	ワシントン DC	ニューヨーク市	タイ	インドネシア	シンガポール	イギリス	フランス	
日本についての理解度	日本全般	リーチ者	79.0(73.0)	67.6(87.0)	88.8(90.4)	92.4(91.3)	- (88.4)	- (78.0)	- (72.7)
		非リーチ者	49.5(51.5)	45.9(45.6)	63.2(67.0)	67.2(70.6)	- (68.2)	- (35.3)	- (29.0)
	国民性	リーチ者	71.0(74.6)	79.4(82.6)	94.4(94.3)	94.9(91.7)	- (82.1)	- (83.1)	- (78.8)
		非リーチ者	50.1(47.8)	46.7(44.1)	71.8(76.6)	71.4(73.0)	- (59.1)	- (37.2)	- (36.2)
	政治面	リーチ者	62.9(61.9)	52.9(69.6)	88.0(86.6)	81.5(80.6)	- (65.3)	- (66.1)	- (69.7)
		非リーチ者	35.8(33.8)	35.2(33.2)	60.5(63.3)	50.0(50.7)	- (37.1)	- (18.6)	- (27.5)
	経済面	リーチ者	79.0(65.1)	70.6(71.7)	94.8(93.1)	93.4(91.3)	- (74.6)	- (69.5)	- (72.7)
		非リーチ者	42.4(43.2)	40.7(39.9)	71.0(73.2)	72.1(68.3)	- (50.0)	- (26.6)	- (33.5)
	文化面	リーチ者	82.3(71.4)	82.4(84.8)	94.0(95.2)	94.3(92.5)	- (90.7)	- (79.7)	- (78.8)
		非リーチ者	56.2(54.4)	54.6(50.2)	74.5(78.5)	73.7(75.9)	- (68.8)	- (38.2)	- (40.9)
	量的評価	認知率	20.1(20.8)	13.2(15.4)	33.5(40.9)	49.1(50.7)	- (48.1)	- (12.0)	- (8.2)
		四半期リーチ率	6.0(5.9)	3.3(4.5)	13.8(17.6)	24.6(27.5)	- (14.7)	- (3.2)	- (1.8)

○は過去調査と比較して統計的に低くなったもの

出所) 2018年1月22日~2018年2月22日実施のインターネット調査結果。

調査範囲(サンプル数): ワシントン DC: 1,026 ニューヨーク市: 1,025 タイ: 1,931 インドネシア: 1,918

※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 ワシントン首都圏(ワシントン DCを中心に、メリーランド、バージニア、ウエストバージニア、ペンシルバニアの各州の一部地域)

DMA:NY ニューヨーク都市圏(ニューヨーク市を中心に、ニューヨーク、ニュージャージー、コネチカット、ペンシルバニアの各州の一部地域)

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(出所: Census2013、Census2010)

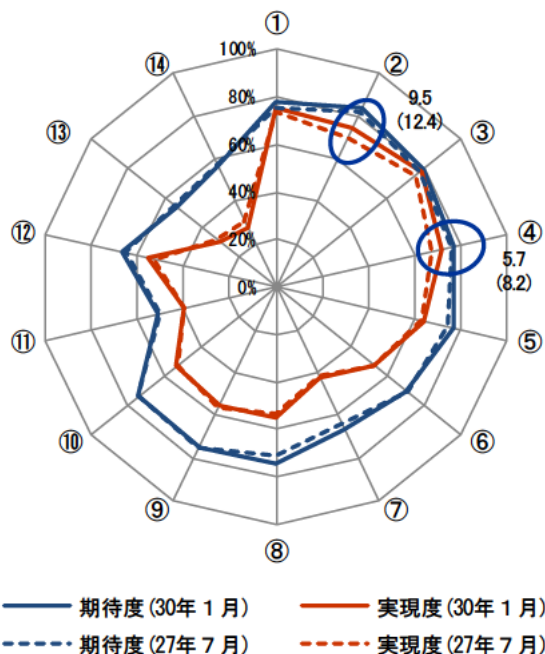
タイ: 48,075,000人 インドネシア: 163,264,800人(出所: Euromonitor International Ltd.Population: National Estimates at January 1st: 2014)

国際番組審議会の意見

東日本大震災と東京電力福島第一原発事故から7年が経つ。「BOSAI: An Educational Journey~Fukushima Edition」は、福島第一原子力発電所の敷地内や周辺地域を訪ね、事故の教訓や世界初の除染の効果などを検証しながら学んでいく防災情報番組である。審議会では、データを使ってわかりやすく説明する工夫がされていた、と評価する声があった。また特殊な撮影編集手法で福島の今を伝える「Fukushima TIME/LAPSE」は、映像がとても美しく、福島への愛と敬意が込められた番組だった、と評価された。

27年7月と30年1月に実施した世論調査結果の推移

- ▽ 全国の16歳以上の男女個人3,600人を対象に、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。



指標	期待度 (%)	実現度 (%)	差 (30年1月)	差 (27年7月)
①公平・公正	77.8	75.8	2.0	(2.0)
②正確・迅速な情報提供	83.7	74.2	9.5	(12.4)
③多角的論点の提示	79.8	78.2	1.6	(2.2)
④記録・伝承	77.1	71.3	5.7	(8.2)
⑤文化の創造・発展	76.5	64.1	12.4	(11.3)
⑥多様性をふまえた編成	70.5	53.0	17.5	(17.9)
⑦新規性・創造性	66.6	42.5	24.0	(22.5)
⑧世界への情報発信	74.8	55.5	19.3	(20.8)
⑨地域社会への貢献	74.8	55.2	19.7	(18.4)
⑩人にやさしい放送	74.0	53.6	20.4	(21.5)
⑪インターネットの活用	50.7	40.0	10.8	(10.3)
⑫放送技術の発展	66.3	55.1	11.2	(12.3)
⑬受信料制度の理解促進	54.0	30.6	23.4	(22.0)
⑭受信料の公平負担	56.3	28.0	28.3	(27.1)

○は27年7月調査と比較し期待・実現差が統計的に縮まったもの
カッコなしは30年1月、カッコ内は27年7月の期待・実現差

※出所) 平成27年7月、30年1月 世論調査

指標による評価

- ・「NHK経営計画(2015-2017年度)」の期間における最初と最後の調査である27年7月と30年1月を比較すると、「②正確・迅速な情報提供」「④記録・伝承」の2つの経営指標について、実現度が上昇することで期待・実現差が統計的に改善した。

今後に向けて

- ・30年4月からの3か年経営計画においても、業務運営を着実に進めながら14の経営指標の改善を図り、視聴者のみなさまの期待に応えていく。

3年間の総括

放送・サービスでは、熊本地震や九州北部豪雨など大規模災害時に、さまざまな状況に置かれた人が必要とする情報を得られるよう、テレビ・ラジオとインターネットを活用して最新情報を発信した。暮らしに直結するアジアや欧米などの世界情勢や、日本の政治・経済・社会・文化の潮流を、ビッグデータの分析やインターネットを活用した情報収集などの新しい手法も取り入れながら、丁寧に伝えた。視聴者の幅広い期待に対応するため、総合テレビの平日夜間の番組を大幅に改定し(28年度)、NHKワールドTVでは40番組を新設して内容を充実。インターネットでは利便性の高い新アプリなどを開発し、コンテンツを提供した。テレビ放送の常時同時配信を見据えた「試験的提供」も毎年度実施し、技術的な検証と課題の把握を行い、本格的なサービスに備えた。4K・8Kの試験放送は28年8月に開始し、30年度の本放送に向けて設備整備を行うとともに、番組制作のノウハウを蓄積した。

経営面では、全局一丸となった受信料制度の理解促進活動を行い、「支払率80%」「衛星契約割合50%」の経営計画を達成した。関連団体の指導監督機能の強化や業務の見える化、本体と一体のマネジメントを進め、グループ経営を進展させた。29年12月には、「NHKグループ働き方改革宣言」を公表し、働き方の抜本的な見直しに着手した。

一方で、59歳以下の現役世代の視聴層のリーチ獲得や、コンプライアンスの徹底など、今後とも継続して取り組むべき課題も明確になった。

3か年の取り組みの成果と、迅速に対応すべき課題を踏まえ、NHKグループが一丸となって、2018年度からの新しい経営計画に取り組み、「公共メディア」への進化をめざしていく。

5つの重点方針の主な成果

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

- ・28年4月の熊本地震では、660人以上の応援態勢でニュースや番組、デジタル発信に対応。インターネットでは、福岡局発の九州・沖縄ブロック向けニュースの同時配信も実施した。
- ・首都直下地震などに備え、東京の放送センターのバックアップを担う大阪局から、平日14時の全国ニュースの放送を開始し、月に1回は2か国語放送も行っている。
- ・東日本大震災から5年、戦後70年など(以上、27年度)などの節目に、関連の特集番組を集中編成し、現状や課題をさまざまな視点から伝えた。
- ・安全保障関連法成立、伊勢志摩サミット、米オバマ大統領の広島訪問、北朝鮮関連、子どもの貧困、認知症など、日本や世界の課題を丁寧に多角的に発信した。
- ・ビッグデータを可視化する「NMAPS」を活用し、熊本地震の際には、道路の寸断状況や物流の停滞などを映像化した。統計データや気象データをリアルタイムで可視化する「データナビゲーター」は、地域放送局でも活用できる環境を整備した。
- ・28年度は、総合テレビの平日夜間を中心に大幅な番組改定を行い、多くの番組が前年度の平均世帯視聴率を上回った。一方、59歳以下の現役世代の接触の低下傾向は継続課題である。
- ・「地域社会への貢献」を評価する調査を導入し、各地域の放送・サービスの充実に活用した。
- ・29年6月に「地域改革プロジェクト」を発足させ、それぞれの地域に寄り添った放送・サービスの充実に向け、番組編成の見直しや体制の強化の検討、経営資源の再配置などに着手した。

今後に向けて

- ・経営14指標では、「②正確・迅速」「④記録・伝承」の期待度と実現度の差が改善し、「①公平・公正」は3年間、期待、実現の差が極めて小さい状況で推移するなど、視聴者の期待に応えた事業運営であった。
- ・一方、NHKへの接触者率は80%近くを確保しているが、59歳以下の接触者率は回復できていない。幅広い視聴者の期待に応える魅力あるコンテンツを開発するとともに、放送を太い幹としつつ、インターネットも活用しながら、視聴機会の拡大を図っていく。

重点方針2. 日本を世界に、積極的に発信

- ・NHKワールドTVは、この3年間で、アジアの情報発信を強化したほか、大型報道番組や討論番組、観光情報番組など、40番組を新設した。ビデオ・オン・デマンドサービスで提供する番組の数は、41に増やした。
- ・NHKワールドTVの受信環境整備を進め、世界の視聴可能世帯は、2億9千万を超えた。
- ・地域放送局と国際放送局、報道局による「海外発信プロジェクト」で、地域のニュースや企画あわせて904本を国際発信した。
- ・国際発信強化の手応えを測るため、27年度から新しく「国際戦略調査」を実施し、日本への理解度などについて調査を行っている。NHKワールドTVに接触がある人の日本への理解度は、接触がない人よりも高水準を維持し、堅調に推移した。
- ・「生命大躍進」「ディープ・オーシャン」「大アマゾン」などの大型国際共同制作、「精霊の守り人」「ループル 永遠の美」を世界最大級のコンテンツ見本市で上映するなど、4K・8Kコンテンツも含め、さまざまな分野で国際共同制作や国際展開を行った。
- ・NHK主催の教育コンテンツの国際コンクール「日本賞」は、27年度に創設50周年を迎えたが、50以上の国と地域から300作品を超える応募があり、国際的に存在感を示している。

今後に向けて

- ・NHKワールドTVは、この3年間、報道から文化、観光に至るまで、幅広いジャンルの新番組を開発し、海外の人の関心に応えることによって、内容の充実にも努めてきた。
- ・国際戦略調査によると、「NHKワールドTV」の認知率は、北米とアジアの重点地域において、3年間概ね微増傾向で、接触した人の日本への理解は高まっている。
- ・今後も、NHKの強みを生かして多角的に国際展開を図り、プレゼンスを高めていく。

重点方針3. 新たな可能性を開く放送・サービスを創造

- ・熊本地震などの自然災害、日米関係、北朝鮮ミサイル発射・核実験、選挙開票速報、天皇のお気持ち表明、国会証人喚問など、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随時配信した。
- ・テレビの放送のインターネット常時同時配信を見据え、3か年にわたり、スポーツイベントや総合テレビの「試験的提供」を行い、本格実施に向けた課題を検証した。
- ・「NHK for School」「NHKニュース・防災」「NHKゴガク」「NHK1.5チャンネル」など、新しいアプリやウェブサイトのサービスを開始し、アクセス数も増加した。
- ・録画再生での視聴を示す「タイムシフト視聴率」や、リアルタイムと録画再生のいずれかでの視聴を示す「総合視聴率」を28年10月から導入し、インターネットの利用割合も含め、視聴者の動向の実状を把握し、放送・サービスの向上に努めた。
- ・4K・8Kスーパーハイビジョンの試験放送を28年8月1日に開始した。全国の放送局などでパブリックビューイングを実施し、リオデジャネイロ五輪や平昌五輪、大相撲、NHK紅白歌合戦などを、臨場感あふれる高精細映像と迫力ある音響で体験していただいた。
- ・アメリカのMITメディアラボなどに職員を派遣し、最先端のメディア研究の知見を得ながら、8K技術の活用の可能性や“公共メディア”の取り組みに資する共同研究を行った。
- ・27年度に松山局と札幌局のニュース字幕設備の整備が完了し、7つの地域拠点局全てで、放送への字幕付与が可能となった。

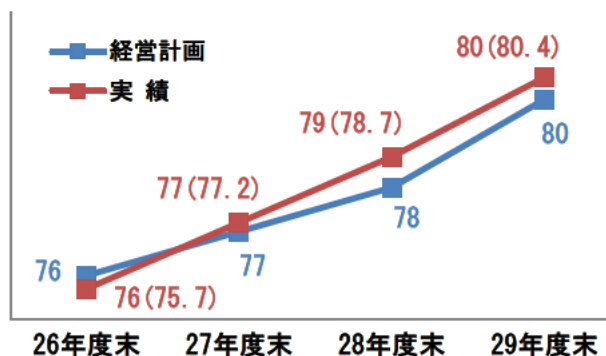
今後に向けて

- ・4K・8Kスーパーハイビジョンは、28年に試験放送を開始し、設備整備や番組制作の知見を着実に蓄積している。30年12月の本放送開始に向けて、周知・普及を加速する。
- ・インターネットの活用については、視聴者の利便性に資するサービスを開発・提供し、訪問者数を伸ばしてきた。一方で、経営指標の「⑩インターネットの活用」は、評価が伸びず、視聴者の期待に十分に答えていない面があると考えられる。
- ・NHKが追求する「公共的価値」を実現するために、引き続き、取り組みを進める。

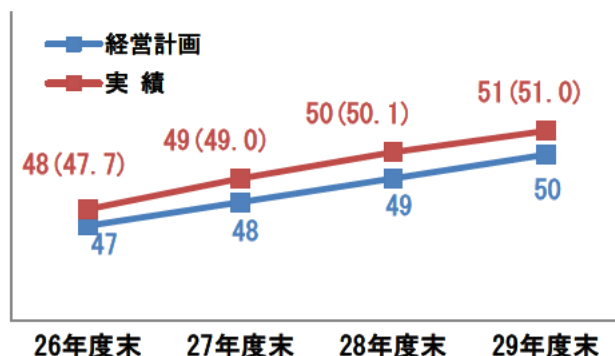
重点方針 4. 受信料の公平負担の徹底に向け、最大限努力

- ・支払数増加、衛星契約増加ともに3か年すべての年度で事業計画を上回り、経営計画の目標「支払率80%」「衛星契約割合50%」を達成した。
- ・28年5月から、ガス事業者による住所変更手続きを段階的に実施し、29年度は年間1万5千件を超える取次を行っている。また、法人委託の拡大や住民票除票を活用した住所変更手続きなど、より効率的な営業活動においても成果を上げている。
- ・29年2月に、外部有識者による会長の常設諮問機関「NHK受信料制度等検討委員会」を設置し、「常時同時配信の負担のあり方」「公平負担徹底のあり方」「受信料体系のあり方」「受信料体系の変更に係る具体案について（受信料の負担軽減関連）」を諮問。委員会からの答申を踏まえながら、3か年経営計画の策定などにあたった。
- ・全局体制で支払率80%をめざす「ターゲット80」の活動を展開し、地域ドラマなどと連動した営業活動を積極展開した。また、普段NHKに接触しない若年層を対象にアニメのイベントなどでNHKブースを出展し、理解促進活動を推進した。

◆支払率



◆衛星契約割合



◆支払数増加

(万件)

	27年度	28年度	29年度	3か年計
計画	64	61	61	186
実績	65.4	62.5	91.8	219.7
達成率	102%	102%	150%	118%

◆衛星契約増加

(万件)

	27年度	28年度	29年度	3か年計
計画	60	63	60	183
実績	78.0	69.3	77.1	224.4
達成率	130%	110%	128%	123%

* 計画数は毎年度の予算における計画値

◆営業経費率

(%)

	27年度	28年度	29年度
計画	11.1	10.8	10.6
実績	11.0	10.8	10.9

* 29年度は見込み

今後に向けて

- ・効率的な手法を導入した営業改革や、全局一丸となって取り組んだ理解促進活動「ターゲット80」などの成果もあり、3か年の当初計画を上回る業績で「支払率80%」「衛星契約割合50%」を達成した。
- ・引き続き、視聴者のみなさまに公共放送の役割や受信料制度の意義をご理解いただくために、コミュニケーション活動に注力しながら、丁寧な対応で公平負担の徹底を図る。

重点方針 5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革

- ・取材・制作力の強化と、SHVやインターネットサービスなどへの対応を行うために、26年度から進めてきた本部と放送局における業務の見直しと経営資源の重点再配置（「全体最適」の改革）は、29年度の要員計画により完遂した。
- ・関連団体を含むNHKグループの生産性を高めるため、子会社の所管部局を定め、関連団体業務の「見える化」を進めるなど、グループ経営を強化した。不正防止対策を徹底するため、主要子会社の常勤監査役の外部起用など規律ある経営を推進した。
- ・28年度から、「NHKグループ合同入局・入社式」を実施し、研修内容を見直してグループ

経営の強化を推進した。

- ・29年度の女性管理職割合は8.0%（平成26年度5.2%）となり、2020年に10%以上とする目標に向けて、順調に推移した。
- ・29年12月に、「NHKグループ 働き方改革宣言」を公表し、働き方改革推進委員会を設置して、施策の迅速な実現に向けて始動した。
- ・指標管理の高度化に向け、これまでの経営14指標の調査に加え、“トータルリーチ”の調査、地域指標の調査、国際戦略調査の仕組みを構築し、事業運営に役立てた。
- ・蛍光灯照明のLED化を進めるなど、オフィスの電力削減施策を進め、自主目標である9%削減（25年度比）を達成した。また、CO2排出原単位の6%削減（23年度比）も同様に達成した。
- ・現在地での放送センター建替について、第Ⅰ期と第Ⅱ期以降に分けて2020年から16年間で完了させる基本計画を策定し、28年8月に公表した。

今後に向けて

- ・この3か年で、NHK本体と関連団体が一体となって業務の高度化と効率化を図るために、業務分野ごとのガバナンス強化、関連団体業務の見える化、事業統合を見据えた検討などを行い、グループ経営の強化を進めてきた。
- ・「働き方改革」「地域改革」「グループ経営改革」を連携させ、2020年以降の放送・サービスのあり方も見据えながら、“公共メディア”への進化を図る経営を進めていく。



NHK