

平成21年10月27日

平成21（2009）年度 第2四半期業務報告

自 平成21年 7月 1日
至 平成21年 9月30日



日本放送協会

本書は、放送法第22条の2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21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。したがって、財務諸表については、独立監査人のレビューを受けておりません。

目 次

1 今期の概況	3 頁
2 収支の概況	3 頁
3 今期の主な検証ポイント	4-5 頁
(1) 接触者率の向上に向けた上半期総括	4
(2) 受信料支払率の向上に向けた上半期総括	5
4 事業計画の執行状況	6-27 頁
(1) 視聴者のみなさまの信頼を高めるため組織風土改革に全力をあげます	6
(2) 日本の課題、地球規模の課題に真正面から向きあいます	8
(3) 放送・通信融合時代の新サービスで公共放送の役割を果たします	10
(4) 地域を元気にするための拠点となります	
・全体概況	12
・北海道（札幌、函館、旭川、帯広、釧路、北見、室蘭）	13
・東北（仙台、秋田、山形、盛岡、福島、青森）	14
・関東甲信越（長野、新潟、甲府、横浜、前橋、水戸、千葉、宇都宮、さいたま）	15
・東海・北陸（名古屋、金沢、静岡、福井、富山、津、岐阜）	16
・近畿（大阪、京都、神戸、和歌山、奈良、大津）	17
・中国（広島、岡山、松江、鳥取、山口）	18
・四国（松山、高知、徳島、高松）	19
・九州（福岡、北九州、熊本、長崎、鹿児島、宮崎、大分、佐賀、沖縄）	20
(5) 日本を、そしてアジアを、世界に伝えます	21
(6) 円滑なデジタル化に向けて重点的に取り組みます	22
(7) 構造改革を推し進め効率的な体制で受信料の価値を大きくします	23
(8) 受信料を公平に負担していただくための取り組みを強化します	25
(9) 環境経営に着実に取り組みます	27

(参考資料) 予算執行状況等	28-31 頁
(1) 事業収支（一般勘定）	28
(2) 番組アーカイブ業務勘定	28
(3) 受託業務等勘定	28
(4) 受信料	29
(5) 建設費	30
(6) 損益計算書	31
(7) 貸借対照表	31

1 今期の概況

3か年経営計画で掲げた「接触者率3年後80%」と「受信料支払率3年後75% 5年後78%」の経営目標達成に向けて、初年度となる平成21年度の上半期が終了した。

経営計画を実現するために各部局が年間目標を設定し、四半期業務報告を軸に自らPDC Aサイクルを回す。さらに、組織横断的に設置した「改革推進プロジェクト」で課題を確認して次の展開につなげていくという新たな仕組みが定着し、職員の改革意識も高まってきた。

経営目標の「接触者率の向上」については、第2四半期も各部局が意欲的な取り組みを展開した。政権交代につながった8月の衆議院選挙では、全局体制で開票速報を実施した。迅速かつ正確に当落や各党議席数、政権交代への情勢などを伝え、視聴率は午後8時から11時まで20%を超えた。データ放送、インターネット、携帯サイトでも開票速報を実施し、過去最高のアクセス数を記録した。さらに、新政権の課題に深く切り込んだ「討論スペシャル」や「クローズアップ現代」などの番組も高い視聴率となり、NHKの総力を結集した成果が出た。

また、台風・地震などの緊急災害報道のほか、46年ぶりの皆既日食を鮮やかにとらえた生中継、戦争と平和を考える夏の特集番組、「思い出のメロディー」など、NHKならではの多彩な番組を放送した。多様なメディアを活用した3-Screens展開によって視聴層も拡大した。結果として、上半期のゴールデンタイム(19:00~22:00)の視聴率は12.3%で、NHKと民放の在京6社の中で2位となり、9月に行った放送評価調査では、NHKへの「信頼」が高まった。

接触者率向上の取り組みは、放送現場だけでなく、部局を越えて広がっている。例えば、放送文化研究所では各種調査結果を職員に直接説明する機会を設け、番組改定に向けた提言も行った。人事総務局では、大型番組研究をテーマに研修を実施し、民放や制作プロダクションのプロデューサーを交えたシンポジウムなどを開催した。こうした部局を越えた取り組みが、新たな番組開発や多メディア展開を生み出し、視聴層の拡大につながっていくと期待している。

「受信料支払率の向上」については、契約数が順調に増加したことなどから、9月末の支払率が前年度末に比べ0.3ポイント上昇し、72.0%となった。今年度の下半期も現在の契約増加ペースを維持すれば、今年度の年間目標としている72.2%を達成できる見通しになった。

しかし、受信料収入の確保が大きな課題になっている。第2四半期も厳しい経済状況の影響で、口座振替率の低下や全額免除となる生活保護世帯の増加などによる減収額が増えたことから、契約増による増収額が相殺されて微増となった。この結果、9月末の受信料収入は、前年同期に比べ8億円増の3,200億円にとどまり、今年度予算で見込んだ6,490億円の確保が厳しくなりつつある。このため、今年6月から開始した10項目の追加施策に引き続き取り組み、契約・収納活動を強化していく。さらに、支払率向上と収入確保に向けたオールNHKの取り組みを進めるため、全部局から具体的な活動の提案を募集したところであり、その提案などをもとに全局体制で今後の業績向上に努めていく。

平成23年7月のテレビ放送の完全デジタル化まで、残り2年を切った。NHKでは、計画に沿って着実に送信設備等の整備を進めている。今年度上半期では、中継局の用地確保にやや遅れが生じたが、下半期に今年度の整備目標としている600局の中継局建設を完了していく。また、NHK共聴施設のデジタル化改修も、今年度目標としている1,600施設の改修を引き続き進めていく。一方、受信インフラのデジタル化促進が依然として大きな課題となっている。NHKとして、総務省テレビ受信者支援センター(デジサポ)との連携を強化するとともに、自治体などへも働きかけていく必要がある。また、地上デジタル受信機の普及については、都道府県別の普及率に大きな差があることから、本部からの周知広報活動に加え、地域の状況に即して放送やインターネットなどを活用して周知活動を強化していく。

2 収支の概況

9月末の収支の状況は、事業収入が3,312億円(予算進捗率49.4%)、事業支出が3,139億円(予算進捗率46.7%)で、事業収支差金は173億円(予算ベース△29億円)となった。

このうち、受信料については、第2四半期(7~9月)も契約・支払再開活動へのパワーシフトを図ったことや事業所割引の適用に伴う契約内容の見直しに努めたことなどにより、契約総数が4.5万件、衛星契約が15.5万件増加した。この結果、9月末の契約件数はいずれも前年同期の実績を上回り、今年度の年間増加目標に対する進捗率も契約総数62.9%、衛星契約57.2%と高くなっている。しかし、厳しい経済状況の影響で、口座振替率が低下していること、全額免除となる生活保護世帯や市町村民税非課税の障害者世帯が増加したことなどにより、収入額では前年同期に比べ、8億円の微増にとどまった。

事業支出については、8月の衆議院選挙の開票速報や関連番組などの経費が支出されたが、9月末での予算に対する進捗率は46.7%にとどまった。今後の見通しとしては、10月の台風18号による災害報道関連の経費や来年2月に開催されるバンクーバー冬季五輪の放送実施経費、デジタル化に伴う共同受信施設等への経費助成など、今年度後半に支出を予定している事項が多い。また、契約収納費についても、業界団体による受信料のとりまとめや未収対策の強化などにより、今後も支出が増加していくことが見込まれる。

こうした状況を踏まえ、受信料収入については、上半期から実施している契約・収納活動の追加施策に加え、受信確認のためのCASメッセージ消去の受付体制を強化することなどにより、収入確保に全力で取り組んでいく。さらに、受信料収入が厳しい状況になっていることから、今後の施行については、支出項目を精査して経費圧縮に努め、効率的な業務運営を進めていく。

〔事業収支(一般勘定)〕

☞28頁参照

(単位:億円)

区分	21年度 予算	第2四半期 (7~9月)	第2四半期 累計(4~9月)	進捗率*
事業収入	6,699	1,645	3,312	49.4%
事業支出	6,728	1,570	3,139	46.7%
事業収支差金	△29	74	173	—

〔受信料収入〕

☞29頁参照

(単位:億円)

区分	21年度 予算	第2四半期 (7~9月)	第2四半期 累計(4~9月)	進捗率	支払率*
受信料収入	6,490 (+104)	1,599 (+3)	3,200 (+8)	49.3% (▲1.0P)	72.0% [+0.3P]

()内は対前年度実績比

[]は対前年度末比
*数値は推計

〔受信契約状況〕

☞29頁参照

区分	年間 増加目標	第2四半期 (7~9月)	第2四半期 累計(4~9月)	進捗率	9月末 契約数
契約総数	30万件 [+5]	4.5万件 (+2.3)	18.9万件 (+5.7)	62.9% (+10.0P)	3,681万件
衛星契約*	60万件 [+15]	15.5万件 (+3.5)	34.3万件 (+9.7)	57.2% (+2.5P)	1,421万件

*衛星契約とは衛星系および地上系による放送受信契約をいう

未収削減	△25万件 [+5]	—	△3万件 (+2)	—	240万件
------	---------------	---	--------------	---	-------

()は前年度目標比

()内は対前年度実績比

3 今期の主な検証ポイント

(1) 接触者率の向上に向けた上半期総括

● ゴールデンタイム視聴率、放送評価調査ともに好調

① 全国接触者率調査（6月・NHK放送文化研究所）

放送を含めたさまざまなNHKのメディアを1週間に5分以上視聴・利用した人の率（全体リーチ）について、NHKでは6月と11月の年2回調査をしている。上半期の調査は、6月時点で76.1%となっており、前年同期と同水準であった。（詳細は、第1四半期に報告済み）

② 平均世帯視聴率調査（ビデオリサーチ 関東地区）

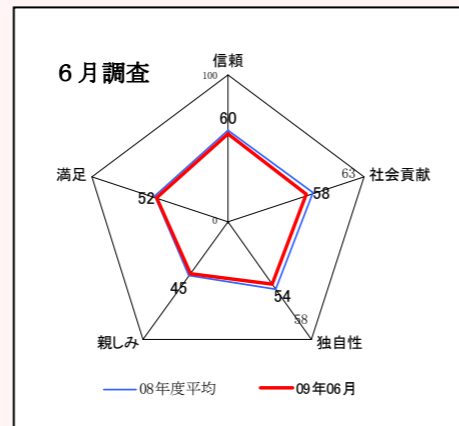
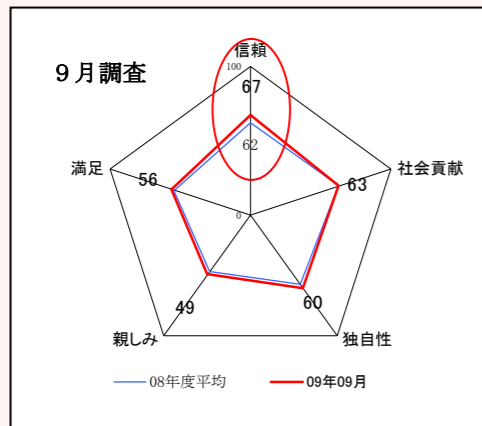
各局がしのぎをけずるゴールデンタイム（19:00～22:00）の平均世帯視聴率は12.3%で、在京6社の中で2位と、去年に引き続き健闘した。要因としては、7月の皆既日食（午前の生中継で瞬間世帯視聴率14.9%）や8月の衆議院選挙（開票速報20時台 24.7%）、台風や地震などの緊急報道があり「ニュース」をはじめ「クローズアップ現代」「NHKスペシャル」などが良く見られたこと、戦争と平和を考える夏の特集番組や、“夏の紅白”ともいえる「思い出のメロディー」（1部16.7%、2部20.8%）が好調だったことがあげられる。ただし、プライムタイム（19:00～23:00）の平均世帯視聴率は10.8%となり、22時台の番組をいかに視聴者に見ていただけるかが課題である。

（参考）NHKの上半期ゴールデンタイム世帯視聴率

年度	2005	2006	2007	2008	2009
順位・視聴率	⑤ 12.1	③ 11.9	② 12.2	① 13.6	② 12.3

③ 放送評価調査（9月・放送文化研究所）調査：全国20歳以上2,132人、回答：1,329人、電話法

NHKの放送に対する視聴者の評価を把握するため、6月に続いて調査を実施した。全体評価としては「信頼」「社会貢献」「独自性」「親しみ」「満足」の5項目について評価してもらったが、5段階評価で4または5をつけて肯定的に捉えている人の率は、昨年度平均に比べて「信頼」が62%から67%に増加した。



● 上半期の接触者率向上に向けた取り組みと効果

上半期は接触者率向上に向けて、取材制作現場をはじめ各部署で連携して様々な取り組みを行った。

① 信頼に応え、暮らしに役立つ報道の強化

政権交代が最大の争点だった衆議院選挙。事前企画では、公示前から、雇用、地方分権、年金などをテーマに各政党の政策を問うシリーズ「争点の現場」を放送した。これは各党の政策を取り上げ、視聴者の関心や疑問に応えることが重要との判断から、「あすの日本」プロジェクトを中心に、政治部など報道局各部署が協力して争点に切り込んだものである。開票速報では、事前の情勢取材とともに、全国各地の投票所で行った出口調査などのデータをもとに、的確な当確判定を行い、迅速かつ正確な報道をすることができた。また、ビジュアルでわかりやすい演出にも努めた。こうした全局体制での入念な準備を重ねた結果が、高視聴率と視聴者からの信頼の向上につながったものと考えている。

② 幅広い視聴者に親しまれる多彩な番組を編成

7月には、46年ぶりの皆既日食を生中継で放送した。太平洋に行く船の上から新開発の防振台付きカメラによって鮮明な映像を捉えたほか、硫黄島からは超高速インターネットを使ったハイビジョン映像伝送などを行い、平日の午前中にも関わらず瞬間世帯視聴率が14.9%に達した。

夏の特集では、戦争と平和を考える番組に多くの反響があった。「思い出のメロディー」は男女60代以上に大変よく見られ、「クイズでGo! ローカル線の旅」「ちょっと変だぞ 日本の自然」は10代や20代、教育テレビ「LIFE 井上陽水 40年を語る」は男女50代をひきつけるなど、視聴者層に広がりが見られた。

③ 新たな視聴者層開拓の試み

接触者率向上に向けて、実験的な開発番組を8月から集中的に制作した。家族を見つめなおす「ファミリーヒストリー」は22時台で8%以上の高視聴率をあげた。名作オペラをユニークな視点で描く「愛の劇場」は30～50代の女性に高い支持を得た。クイズ&パズル番組「WALKING EYES アルクメデス」はネット世代への訴求力があり、ネット掲示板への書き込み率は上位にランクインした。新たな視聴者層を獲得するための挑戦は効果を上げつつある。こうした番組をいかに定時化できるかがカギである。

④ 多角的な3-Screens展開

皆既日食の映像はインターネットでも配信し、世界中で4万人が同時に視聴した。ライブ映像へのアクセスは293万回、放送後の動画は115万回も再生された。衆議院選挙も、NHKオンラインで開票データの自動更新、開票速報画面と候補者経歴等のリンク、最新当選当確者の紹介、選挙区の複数表示などの新たな機能を持たせ、国政選挙としては過去最高のアクセス数2,831万ページビューを記録した。NHKオンデマンドでは、見逃し番組に「大相撲」や「衆議院選挙開票速報」などを提供し好評を得た。上半期は、全国で9つの放送局が新たにネットトライアルを開始し、合わせて13局となった。視聴者のニーズに合った積極的な3-Screens展開は、さらに求められていくと思われる。

⑤ 調査や研修による接触者率向上への取り組み

放送文化研究所では、6月に行った「接触者率調査」「個人視聴率調査」「放送評価調査」の結果説明会を設け、制作現場などに丁寧に解説した。また、番組改定に向けての提言も積極的に行った。人事総務局では全職員を対象にした研修「大型番組研究」を実施し、NHKだけでなく民放や制作プロダクションのプロデューサーなどを交えてシンポジウムを開催。番組開発のヒントを探った。これらの取り組みは、まだ直接の効果は見られないが、今後の接触者率向上に役立つものと考えている。

● 接触者率向上に向けた今後の取り組み

① 平成21年度後期番組改定の実施

10月からの総合テレビでは、平日22時～23時台を強化するために、全世代に好感度の高いタモリを起用した「ブラタモリ」、新感覚コメディ「ママさんバレーでつかまえて」などを編成。また、スペシャルドラマ「坂の上の雲」を年末に5回放送する。教育テレビでは、人形劇「新・三銃士」、20～30代女性に向けた趣味実用番組「グラン・ジュテ」などを新設。衛星ハイビジョンでは、壮大な歴史エンターテインメント・ドラマ「蒼穹の昴」を放送。そのほか新設の青山サテライトスタジオで収録する若者向け新番組「ガッチャン！」などを編成し、新たな視聴者層の開拓に努める。

② 戦略的な取り組みを強化

制作局では部局横断の「制作局番組戦略会議」を設置し、番組の開発と戦略的展開を図る。編成局では、番組ごとに、番組リーチ・視聴率・広がり指数・視聴経験率など複数の項目データを分析し、改定作業の基礎資料にしていく。広報局では、接触者率向上を目指すキャンペーンとして、ウェブサイトのトップバナーにスペシャル動画を掲載し、新たな視聴者層の拡大を図るほか、民放各局との番組コラボレーションを推進し、他媒体へのNHKの露出を図っていく。

年末には「NHK紅白歌合戦」があり、年明けからは大河ドラマ「龍馬伝」がスタートする。2月には「バンクーバー冬季五輪」もある。広報や営業展開を含め、オールNHKで、視聴者のみなさまに満足いただけるよう努力していく。

● 主な番組の受賞（資料1）

第2四半期も、イタリア賞など、数多くの受賞番組があった。

(2) 受信料支払率の向上に向けた上半期総括

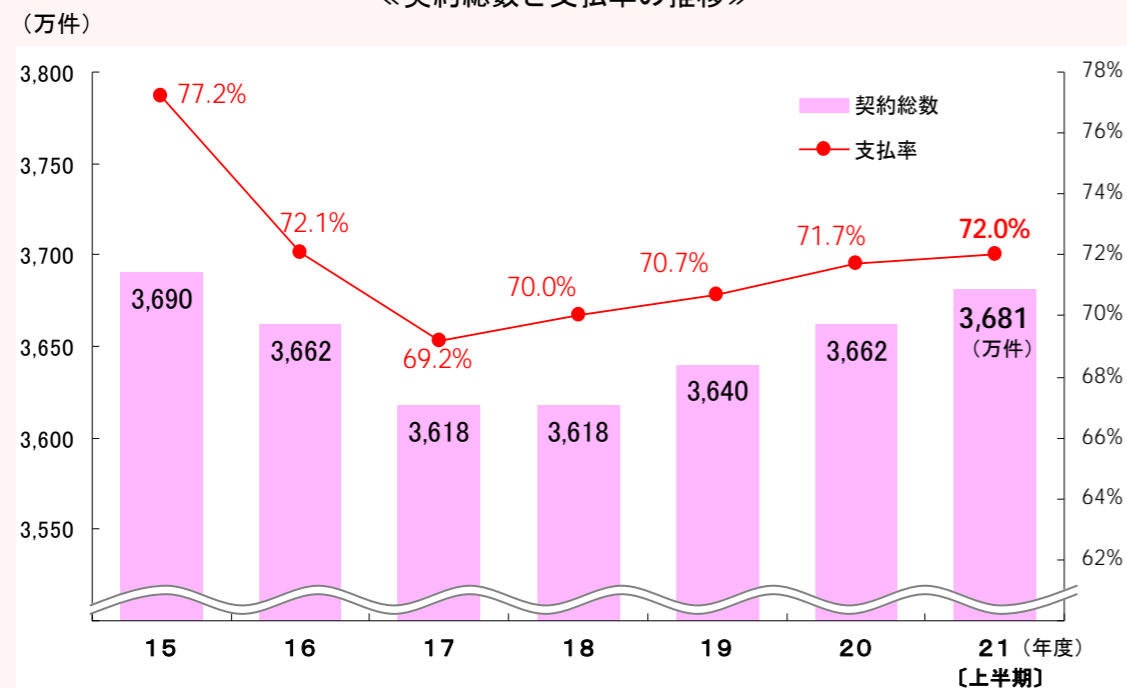
1. 契約増加と支払率向上について

契約総数は、前年度末に比べて18.9万件増加し、3,681万件となった。今年度の年間増加目標の30万件に対して62.9%の進捗率であり、順調に契約を伸ばしている。昨年10月の訪問集金廃止に伴って地域スタッフを契約・未収対策にパワーシフトしたことや、今年2月の事業所割引の開始に伴って事業所の契約活動を強化したことなどによる効果が表れてきている。

また、衛星契約についても、3波共用受信機（1台で地上・BS・東経110度CSの受信可能）の普及などに伴い、新規契約や衛星契約への変更を勧奨する活動を強化したことなどから、前年度末に比べて34.3万件増加し、1,421万件となった。今年度の年間増加目標の60万件に対して57.2%の進捗率となっている。

この結果、受信料支払率は、契約増加や未収削減に伴い、前年度末に比べて0.3ポイント上昇して72.0%（推計）となった。支払率については、3か年経営計画で掲げた「3年後75%」の経営目標を達成するため、今年度の目標を72.2%としている。今年度の下半期も現在の契約増加ペースを維持すれば、年間目標を達成できる見通しになっている。

《契約総数と支払率の推移》



2. 受信料収入について

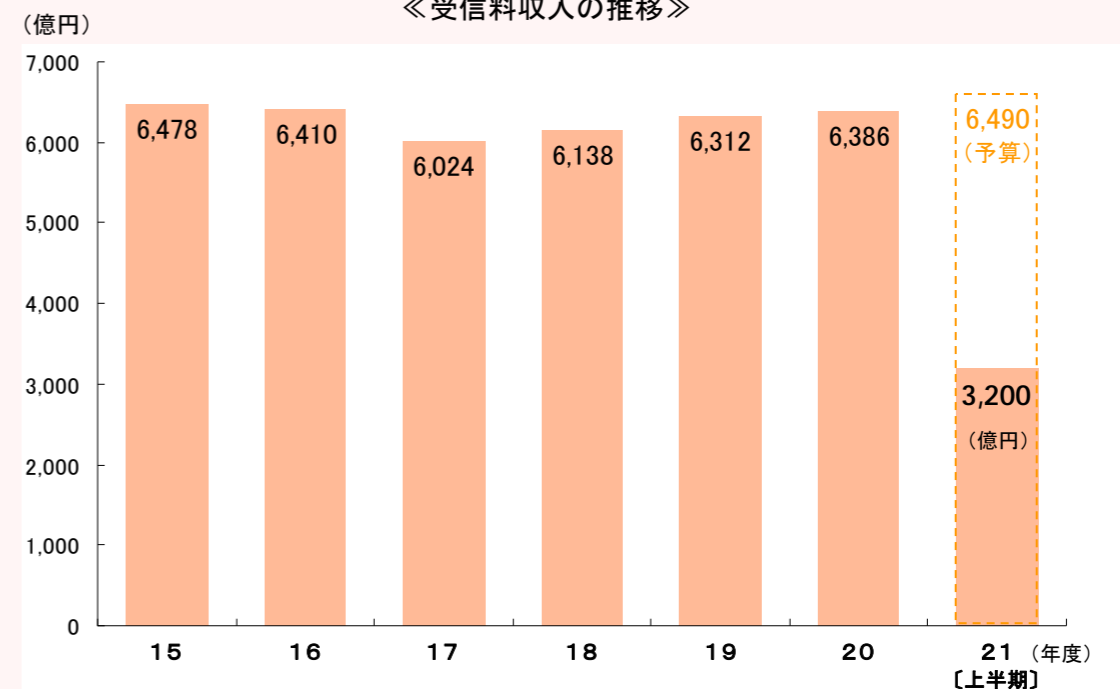
今年度予算で、受信料収入は前年度末に比べ104億円増の6,490億円を見込んでいるが、上半期末では8億円増の3,200億円にとどまっている。

収入の増減の要因を見ると、今年度上半期では契約総数・衛星契約の増加と未収削減の営業活動により、72億円の増収額を確保した。

しかし、今年2月から開始した事業所割引と家族割引の減収額が当初の見込みを上回ったこと、さらに、厳しい経済状況の影響で、口座振替率や継続振込率が低下していることや、全額免除となる生活保護世帯や市町村民税非課税の障害者世帯が増加したことなどにより、減収額が当初の想定を上回る64億円となった。

この結果、営業活動による増収と経済状況の影響などによる減収が相殺され、収入が前年度末に比べ微増となっている。今年度の下半期も現下の経済状況が続いた場合には、今年度予算で見込んだ6,490億円の収入確保が厳しくなることが予想される。

《受信料収入の推移》



3. 今後の取り組み

契約・収納活動を強化するため、今年6月から10項目の追加施策に取り組んでいる。事業所割引の適用に伴う契約増、長期末収者からの支払い、衛星契約の勧奨などに重点を置き、地域スタッフの活動強化や法人委託による外部パワーの活用などにより契約増と収入確保に努めている。既に増収効果が徐々に始まっており、今年度下半期もこれらの追加施策を継続していく。

組織全体の取り組みとしては、全局体制で新社会人や新入学生を対象とした契約推進活動、放送番組やイベントと連動した受信料の広報・営業活動、放送局長のトップセールスによる契約促進活動など、様々な取り組みを展開している。今後も、接触率の向上をめざした本部各部署、全国放送局の取り組みと相乗効果を上げながら多角的な活動に取り組んでいく。

また、組織横断の「改革推進プロジェクト」で、全部局から支払率向上と受信料収入確保に向けてオールNHKで取り組む活動の提案を募集した。提案内容をもとに全局体制での新たな取り組みを構築していく。これにより、全職員が一丸となって受信料制度の理解促進や公平負担の徹底に向けた取り組みを展開していきたい。

4 事業計画の執行状況

(1) 視聴者のみなさまの信頼を高めるために組織風土改革に全力をあげます

方針1

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【改革推進プロジェクトを核とした改革の推進】【事業計画の実行・検証・改善を徹底】</p> <ul style="list-style-type: none"> 経営計画で掲げた経営2目標の達成に向けて、各部署が年間目標を設定し、四半期業務報告を軸に自らPDCAサイクルを回す新たな仕組みの定着を図った。また、四半期業務報告に基づいてPDCAサイクルを回す一環として、組織横断的に設置した「改革推進プロジェクト」、執行部役員と拠点局長による「ブロック経営会議」で、認識の共有、課題の洗い出し、改善策の検討等を行った。 「改革推進プロジェクト」では、役員会・経営委員会・「ブロック経営会議」等で出された意見や議論を共有するとともに、第1四半期の目標達成状況の自己点検、地デジ周知の取り組みのほか、現場で生じた問題意識も含めて組織横断的な課題を洗い出し、役員討議に提起した。また、受信料の支払率向上と収入確保に向けたオールNHKの取り組みについて検討を行い、全部局から提案募集を行うことを決定した。(資料2) 全国の放送局が「放送局のちから」を發揮し、拠点局における域内経営資源のマネジメント等の実効性を高めるために設置した「ブロック経営会議」の第1回を開催し、受信料収納の課題と対応、接触者率向上への取り組み、放送局予算のあり方、人事施策などについて検討した。 経営トップの意思を直接現場に伝えるとともに、相互の意見交換により風通しの良い組織風土を醸成するため、会長と職員の対話活動を全国の放送局で実施した。今期で全国53の地域放送局全てで対話活動が一巡した。対話活動では、経営2目標の達成に向けて全局を挙げて取り組んでいく必要性、コンプライアンスの重要性等について経営の考え方を伝え、意見交換を行った。 会長と若手職員(20~30代)の直接対話の場として新たに設けた「若者トークセッション」については、「支払率の向上に向けて」「3-Screens戦略」等をテーマに、上半期に4回実施した。対話で出された意見や課題は、「改革推進プロジェクト」に提起するとともに、イントラネットにも掲載して全職員に共有を図った。 「視聴者視点によるNHK評価委員会」では、評価指標をより進化させるための検討・再整理作業を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> 各部署でのPDCAの取り組みに加え、「改革推進プロジェクト」「ブロック経営会議」を開催し、議論を深めていくことで、「計画の実行→四半期業務報告→点検→改善」というサイクルが順調に回り始めた。 イントラネットで実施している情報共有についても、各部署長の四半期報告の掲載初日にアクセス数が1,600件に達するなど、職員の意識も高まってきた。 「改革推進プロジェクト」では、四半期業務報告に基づくPDCAの推進役を担うとともに、NHKグループの最適化に向けた子会社等のありよう、完全デジタル化に向けた総合的な施策の推進など、組織横断的な課題を洗い出し、改善策の検討などに成果を上げている。 「ブロック経営会議」では、接触者率と支払率の向上を目指す取り組み、予算配分、要員配置、今後の経営の方向性などについて共通認識を持つことができた。 直接現地局で対話を行うことで、経営情報の共有化やコミュニケーションを推進し、経営計画で掲げた「放送局のちから」の發揮に結びつけることができた。 若手職員の現場における問題意識を吸収し、「改革推進プロジェクト」に提起することなどにより、改革推進の取り組みを職員全体に浸透させることができつつある。 これまで4年実施した“約束”評価の視聴者アンケート結果を分析・再整理し、「放送の信頼性」と「経営の信頼性」を評価指標の2本柱とすることを確認した。 	<ul style="list-style-type: none"> 「改革推進プロジェクト」、「ブロック経営会議」、「若者トークセッション」等の場を通じて、経営2目標の達成をめざす取り組みを強化し、引き続きオールNHKで取り組んでいく意識の浸透をめざしていく。 「改革推進プロジェクト」は、その役割・機能を發揮して、組織横断的な課題への取り組みをさらに充実させ、プロジェクトの意見や提言を経営の意思決定により反映させていく。オールNHKで取り組み活動の提案については、10月半ばに締切り、具現化をしていく。 第2回「ブロック経営会議」を開催し、各局報告や経営意思の伝達にとどまらず、経営2目標の達成に向けた取り組み、来年度の地域予算の配分、人事施策の課題などについて、さらに議論を深め、経営方針に関する合意形成やブロック経営の充実につなげていく。 経営意思の浸透には不断の努力が必要であり、既に二巡目の対話活動を開始した。オールNHKで経営2目標の達成をめざす意識の醸成に努めていく。 「若者トークセッション」は、引き続き開催し、組織の活性化につなげていく。 委員会では、年内に評価指標をまとめ、執行部役員との意見交換を実施する。
<p>【経営トップがテレビ番組等で方針や実施結果を説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> 広報番組「三つのたまご」に毎月1回経営トップが出演し、「地デジ完全移行まで、あと2年」(7月)、「防災の日を前に」(8月)をテーマに、経営方針や取り組みなどを伝えた。また9月には松山局長が出演し、四国各局が放送やイベント等を通じて地域に貢献する「ドラマチック!四国キャンペーン」の取り組みを紹介した。 第2四半期で、全国で「ふれあいミーティング」を487回開催し、13,699人の視聴者と直接対話活動を実施した。うち、一般から広く参加者を募る「公募型ふれあいミーティング」は、全国で20回開催した。 	<ul style="list-style-type: none"> 視聴者反響から見ても、説明責任の観点からも経営トップ自らの説明は重要であると考えている。 各局の自主的な取り組みとして展開している「公募型ふれあいミーティング」の理解が進み、全国的に順調な広がりを見せている。 	<ul style="list-style-type: none"> 「三つのたまご」では引き続きトップの出演により、「視聴者サービスの取り組み」等をテーマに伝えていく予定。 地域放送局が掲げる“放送局のちから”に関連した「ふれあいミーティング」のあり方を検討し、水平展開の拡大につなげるようにしていく。
<p>【視聴者コールセンターの対応強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 目標として掲げる電話の外部応答率75%の目標に対し、第2四半期の平均は78.8%で、前期に続き、目標を上回った。 「つながる、伝わる、身近なお客様の窓口」をめざす新コールセンターのシステムの詳細設計を開始した(平成22年10月運用開始予定)。 	<ul style="list-style-type: none"> 東京都議会選挙、衆議院選挙開票速報の視聴者対応でコミュニケーターの対応時間を延長する等、ピーク時を的確に予測し、効率的に対応した結果、目標を達成することができた。 コールセンターの座席数増を実現する移転計画により、今後予想される電話数の増加への対応が可能になった。 	<ul style="list-style-type: none"> ピーク時の予測、休日の計画的な着座数の確保をさらに徹底し、また翌週の番組内容をコールセンター連絡会で検討するなど、事前に延長対応の必要性を的確に判断し、応答率の向上を図っていく。 新コールセンターのシステムについて、詳細設計に引き続き、プログラム開発を行うとともに、視聴者本位の業務のあり方も検討していく。
<p>【ジャーナリスト適性を見極める採用方法導入】</p> <ul style="list-style-type: none"> 秋の採用選考においても、春と同様、番組を視聴してのグループディスカッションや報道資料を読んだ企画提案といった選考を実施した。実施にあたっては、公共放送人・ジャーナリストとしての適性を見極めることを念頭に置き、討議テーマの設定などに配慮した。 	<ul style="list-style-type: none"> 秋の採用選考においても、従来の面接に加え、より多面的な観点から選考を行った結果、ジャーナリストとしての適性を有すると期待できる人材を確保できたと考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 長期的に見ると、「取材」職志向の学生の減少傾向が明らかになっており、ジャーナリスト志向の人材の発掘を長期的視点で進めていく。

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【コンプライアンスを徹底させるための研修強化・勉強会の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンプライアンス徹底に向けた職場レベルでの取り組みを促進するための参考事例集を作成し、コンプライアンス推進強化月間（10～12月）開始にあわせて全国に配布した。 ・管理者・指導者層に対する研修（6～7月に実施）のアンケート分析・評価を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・関連部局とも連携し、職場レベルで活用できる討議用の参考事例集を作成した。有効性や活用実態等については、第3四半期以降に検証を行う。 ・概ね高い評価となっているが、昨年度好評の研修を継続しても評価の低下が見られるものもあり、さらに精緻な検証を行っていく。また、講演形式よりも、実践的・経験主義的な性格のカリキュラムの方が反応がよく、今後活かしたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・平成22年度の研修体系づくりに向けての検討作業に着手する。アンケート評価・研修レポートをベースに各研修のひとつひとつのカリキュラムを検証し、評価が下がった原因を分析するとともに、講演形式だけでなく、討議を織り交ぜた実習形式を加えるなど、より実践的な研修を目指してブラッシュアップを図っていく。
<p>【異業種交流研修の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大手航空会社との合同研修の新規立ち上げに向けて、両者で準備を行った。このほか、他の複数の企業とも接触し、来年度以降の新たな施策立ち上げを検討している。 ・海外・国内の企業・研究機関への派遣（開始）数は9月までで11件、ビジネススクール等への派遣は1件、異業種交流施策参加者の累計は21名となっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネススクール派遣については、「市場論理だけでは説明できないNHKのポジションの特殊性を改めて実感させられた」「NHKとその中にいる自分を今一度俯瞰して見る貴重な機会となった」という報告があげられ、刺激を受け視野を広げるよい機会となっていると考える。 	<ul style="list-style-type: none"> ・他企業との交流研修は、下半期に大手航空会社との2社交流、大手電器メーカー他との7社交流を実施予定。このほか、可能性のある他企業と継続して協議を持っていく。 ・第3四半期に来年度の海外派遣・国内派遣の募集を開始する。専門性を高めつつ幅広く切磋琢磨する育成機会のひとつとして、海外の大学院への派遣も認めていく予定である。
<p>【組織横断的な人事異動の拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・管理職異動に続き、一般職異動（7月）において、職種を越える交流配置、同じ職種の中でも複数の業務を経験させる異動、合わせて105件を実施した。このうち、交流配置としては、番組制作や取材の放送現場から総務・経理、著作権、編成、世論調査への異動などを実施。複数の業務経験を狙った異動としては、番組制作系と報道番組系の交流人事などを実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現下の要員事情で交流人事を推進することは、なかなか難しい実情にあるが、人材育成の目的が理解され始め、昨年を上回る規模で交流、複数業務の経験を狙った異動を行うことができた。先例が良い実績を残していけば大きな流れができていくと考えている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・育成の視点をもってさらに計画的に交流、または複数業務の経験をする異動を行っていくことを検討する。地方局のマルチスキル化の取り組みについては、衆議院選挙のため実施が遅れたが、各局の実情を踏まえて今後拡大していく。
<p>【士気、モチベーションを高める公正な評価制度の確立】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・下期の管理職賞与査定においても、上期賞与で試行を開始した複眼考課の具体的な取り組みを継続して行うこととした。 ・専任職と一般職については、下期賞与における複眼考課の導入に向けた検討を行った。 ・全管理職に配付する考課ハンドブックの改訂を行ったほか、評価制度の理解促進、的確なフィードバックの方法などを柱とした考課者研修の内容について検討を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・管理職の複眼考課については、上期の実績もあり、各部署の意識の浸透も進んできている。2回目の取り組みによって、複眼考課の確立を図っていきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・評価制度の改革のためには、考課者への意識の浸透が重要であり、考課者教育の充実を継続して検討していく。 ・10月に人事の担当が各拠点局に出向き、域内の副局長を対象に説明会を実施する。 ・22年度に向けて、目標設定から評価に至るプロセスを見直し、新たな評価の仕組みを構築するための検討を行う。
<p>【内部統制の取り組み強化、グループ・リスクマネジメント体制構築】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リスクマネジメント委員会で提起した重要な課題のうち、まず、権利処理・管理のグループ全体のスキーム、メール問い合わせ対応強化等について、関連部局との対応策の策定を終え、解決に向けた取り組みに着手した。子会社等の責任者も加わった拡大リスクマネジメント委員会を開催し、グループ全体に関わる課題については一体となって取り組むことを確認した。 ・全国の部局で業務の「見える化」作業が進行しているが、すでに「見える化」作業を終えた局では、部局ごとにリスクに対する対応策を立て自局で解決していく“自走”体制を開始している。 ・第2回IT統制委員会を開催し、今後のIT活用の方角性を示す「IT中長期ビジョン」の中間報告等を審議した。また、子会社等のIT担当者を委員とする「関連団体実務者部会」を初めて開催し、NHKグループとしてのIT統制に関する情報共有を図った。 ・内部統制の成熟化に合わせ、業務プロセス監査等を着実に展開した。 ・システム監査について、外部コンサルティング会社の助言を受けつつ、実施に向けた検討を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・グループ一体での解決が必要な事項について、第一歩を踏み出すことができた。引き続き、残る重要課題の対策策定に取り組んでいく。 ・地域放送局でも“自走”体制が整い、早期発見・対処の事例も聞かれており、手ごたえを感じている。 ・IT統制委員会では、ビジョン策定に向け、充実した審議が行われた。また、グループ全体でIT統制を推進する協力体制が構築された。 ・定期監査、不定期監査ともほぼ年度計画に沿って実施し、共通するリスク管理の徹底を行うことができた。 ・システム監査の視点と監査項目について、チェックリストの作成を進めた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・10月にリスクマネジメント委員会を開催し、課題解決の進捗状況の検証と、拠点局・新経営層からの経営リスク抽出の報告を行う。 ・海外総支局の「見える化」を、アメリカ総局・ワシントン支局をパイロット局として実施する。 ・10月に第3回IT統制委員会を開催し、「IT中長期ビジョン」等を審議、確定する。 ・定期監査を計画通り終了させるほか、改善状況を取りまとめ周知を行う。 ・システム監査については、協会全体のIT統制の進捗に合わせ、22年1月頃の試行を予定している。

(2) 日本の課題、地球規模の課題に真正面から向きあいます

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【上半期番組編成の検証】 (平成 21 年度上半期の接触者率) ・平成 21 年 6 月の接触者率は 76.1%で、前年同期と変わらなかった。ビデオリサーチ社の関東地区調査データで上半期についてNHK総合テレビへの接触者率を見ると、北京オリンピックのあった昨年同期と同程度であり、順調に推移している。</p> <p>(平均世帯視聴率の調査結果) ・ビデオリサーチ社の関東地区調査によると、ゴールデンタイム(19:00~22:00)の上半期平均世帯視聴率は12.3%で、テレビ局全体では2位であった。 「NHKニュース7」「クローズアップ現代」「ニュースウオッチ9」「天地人」「ダーウィンが来た!」「鶴瓶の家族に乾杯」などがよく見られたことが要因としてあげられる。</p> <p>(放送評価調査の結果) ・9月に全国の20歳以上の男女2,132人を対象にした「放送評価調査」を実施し、「信頼」「満足」「親しみ」などの全体評価と、「正確・公正」「生命・財産を守る」「娯楽性」など側面別評価について、合計15項目を聞いた。 20年度の平均と比べ、全体評価では「信頼」(62%→67%)が増加、側面別評価では「生命・財産を守る」(71%→74%)、「知識・教養」(66%→69%)が増加した。</p>	<p>・平成 21 年度上半期は、二大政党が激突した衆議院選挙や、戦後初めての本格的な政権交代など、歴史的ともいえる大きな国政の動きがあった。また台風、地震などの緊急報道もあり、ニュースをはじめ、「クローズアップ現代」、「NHKスペシャル」などの報道番組が大変よく見られた。</p> <p>・大河ドラマ「天地人」や「鶴瓶の家族に乾杯」「NHK歌謡コンサート」「ためしてガッテン」など、いわば「定番」の番組が相変わらず強かった。</p> <p>・戦争と平和を考える番組など、夏の特集も多くの視聴者に見ていただいた。</p> <p>・平均世帯視聴率は、ゴールデンタイムでは好調だが、プライムタイム(19:00~23:00)でみると、10.8%で4位となる。22:00以降の番組を定着させていくことが課題である。</p>	<p>・接触者率のさらなる向上をめざして、平成 21 年度後期改定と平成 22 年度番組改定を行う。</p> <p>・このうち、後期番組改定では、総合テレビ土曜午後 8 時からの「追跡! A to Z」と午後 10 時からの「ワンダー×ワンダー」の放送時間を入れ替え、時間のニーズと視聴者の見やすさを優先して、より広く見られる編成に変更することにした。また、午後 10 時、11 時台を強化するために、全世代に好感度の高いタモリを起用した新番組「ブラタモリ」(木曜午後 10 時)、黒木瞳主演の新感覚コメディ「ママさんバレーでつかまえて」(日曜午後 11 時)などを編成した。</p> <p>・接触者率については、11 月に今年度 2 回目の調査が予定されている。放送評価調査についても、11 月に今年度 3 回目の調査がある。それらを元に検証を深めていく。</p>
<p>【多彩な番組で反響が大きかった夏の特集】</p> <p>(戦争と平和を考える番組の集中編成) ・総合テレビでは、NHKスペシャル「日本海軍 400 時間の証言」、「終戦特集ドラマ 気骨の判決」(名古屋局制作)などを放送した。教育テレビでは「海外ドラマ・アンネの日記」やE TV特集「シリーズ 戦争とラジオ」などを放送。衛星ハイビジョンでは番組制作会社制作の「少女たちの日記帳 ヒロシマ昭和 20 年 4 月 6 日~8 月 6 日」、衛星第 1 では「よみがえる第二次世界大戦~カラー化された白黒フィルム~」などを放送した。ラジオ第 1 では、「ラジオ深夜便・戦争インタビューシリーズ」などを放送した。</p> <p>(定着しつつある“定番特集”) ・総合テレビでは「第 41 回思い出のメロディー」が 40~50 代の支持を大きく伸ばした。4 回目となる「ちょっと変だぞ 日本の自然」と「クイズでGo! ローカル線の旅」は 10~20 代の支持が広がるなど、ゴールデンタイム定番特集の定着ぶりをうかがわせた。 ・教育テレビでは、「ニュースで英会話」で双方向生特番を編成し、視聴者層拡大の面でも成果が上がった。 ・衛星第 2 では、今年の「とことん! ルパン三世」に続く長時間特集「ガンダム宇宙世紀大全」が大きな反響を得た。</p> <p>(新たな可能性を模索した開発番組や編成) ・来年度以降の定時化をめざす開発番組など、視聴者層拡大を図る番組を各波で編成した。 総合テレビでは、新しい紀行番組をめざした「冒険者~中国・天空の山河に挑む」や、夜 11 時台以降の視聴者を意識した「サラリーマンはおなか減る」などを放送し、可能性を示した。教育テレビで 6 夜連続で放送した「E TV 50 もう一度見たい教育テレビ」シリーズは、新旧の若者番組がコラボレートするユニークな試みだった。4 夜連続で編成した「L I F E 井上陽水 40 年を語る」は男女 50 代でよく見られた。</p>	<p>・NHKスペシャル「日本海軍 400 時間の証言」には、放送から一週間で 1,400 件の反響が寄せられ、多くが好評意見であった。終戦ドラマ「気骨の判決」にも数多くの反響があり、「主人公の勇気に感動した」などの意見があった。</p> <p>・教育テレビの「アンネの日記」は、戦争とユダヤ人迫害という重いテーマでありながら、「戦争を考えるきっかけとなった」など、視聴者から大きな反響があった。</p> <p>・また、広島局、長崎局、名古屋局など、例年にも増して地方局発の意欲作が目立った。</p> <p>・定番特集については、視聴者のターゲットを明確に絞った番組になったことから、それぞれの視聴者層を確実に捉えることができた。トータルにみれば、幅広い層にアピールできたといえる。</p> <p>・開発番組については、編成面での新しいチャレンジでもあり、新しい視聴者層を開拓するチャレンジでもあったが、それぞれ、今後の可能性を感じさせるものであった。</p>	<p>・戦争と平和を考える番組については、公共放送の使命として、これからも制作を続ける。</p> <p>・多くの番組で波をまたいだマルチ展開を行ったが、「他波と同じ番組なのか」との問い合わせが寄せられるなど、短期間で重複感なく展開することの難しさも感じられた。今後は、各波ごとに明確な差別化を行うなど、展開のしかたを検討していきたい。</p> <p>・「戦争証言プロジェクト」を立ち上げて、関係者が高齢化していく中で貴重な証言を残すために、戦争証言の収録と保存に取り組んでいる。将来は「戦争証言アーカイブス」として公開することをめざしている。そのための準備として、8月にトライアルサイトを開設した。検証を経て、公式サイトをオープンする予定である。</p> <p>・この夏の特集は、いずれも視聴者層を明確に意識した番組となっており、確かな手ごたえが得られた。この結果を分析し、今後の特集編成や番組改定につなげていくことが必要である。</p>
<p>【衆議院選挙への対応】 ・政権交代につながった衆議院選挙とその前哨戦ともいえた東京都議会選挙の報道にあたり、これまでに培った人脈や取材情報をフルに活かすために、全国の記者の異動に伴う赴任を延期して全局体制で臨んだ。 ・衆議院選挙が 8 月 30 日に行われ、開票速報を 5 分前倒して午後 7 時 55 分から放送を始め、ひとつのミスもなく当落を伝えた。開票速報はインターネットやデータ放送でも実施した。データ放送では当選当確・開票状況のほか、与野党議席争いグラフなどを伝えたほか、ワンセグでも初となる開票速報グラフ表示や携帯の開票速報サイトへのリンクを設けた。 ・選挙の翌日から「討論スペシャル」、「クローズアップ現代」、「追跡! A to Z」などで新政権の方針と課題に深く切り込んだ。</p>	<p>・東京都議会選挙の開票速報は、午後 9 時台までの視聴率が 20%以上であった。</p> <p>・衆議院選挙の開票速報は、午後 8 時~11 時まで 20%を超え、「郵政選挙」で有権者の関心が高かった 4 年前より午後 8 時台で 4 ポイント以上、午後 9 時台で 3 ポイントも高かった。</p> <p>・翌日の「討論スペシャル」が 18.5%。「クローズアップ現代」の政権交代シリーズが 15%前後と高視聴率を記録、視聴者の強い関心に応えた。</p>	<p>・選挙など重要ニュースについては、これまでどおり高い即応性を保つとともに柔軟な編成を実施し、視聴者の高い期待と信頼に応える。</p> <p>・政権交代に対する視聴者の関心は極めて高いので、全国から記者の応援も得て「政と官・新政権検証プロジェクト」を発足させ、詳細な報道で視聴者の関心に応える。</p> <p>・来年の参議院選挙に向け万全の準備を進める。</p>

方針2

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【報道ビッグプロジェクト「あすの日本」設置、展開の具体化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政権交代が最大の争点だった衆議院選挙の公示前に、雇用、地方分権、年金、子育て支援、外交の5つの視点から各政党の政策を問うシリーズ企画「争点の現場」を放送した。 ・政治部・国際部と共同で「昏迷のアフガニスタン」を、また経済部と共同で「アジアの新戦力」を、それぞれ「クローズアップ現代」の2本シリーズで放送した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・選挙前に各党が掲げる政策を取り上げることは、投票行動に影響を与える恐れがあるため、これまでは慎重だった。しかし、今回は政権交代がかかった選挙でもあり、各部から集まった「あすの日本」のメンバーを中心に、政治部の協力を得ながら政策の争点に切り込み、視聴者の高い評価を得た。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「あすの日本」プロジェクトでは、さらに「いのち・絆」を主要テーマとして掲げ、報道局が一丸となってキャンペーン的な報道に取り組んでいく。
<p>【緊急災害報道の一層の強化・充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・この夏は地震や水害が相次いだ。7月に豪雨災害、8月には台風9号や静岡県地震の震度6弱の地震が発生した。一連の災害に対し、NHKは臨時ニュースや枠広げなど柔軟な対応で被害の状況や救助の様子、現場復旧の見通しなど様々な情報をきめ細かく多角的に提供した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・静岡県の地震は、発生が早朝であったにもかかわらず視聴率20.7%を記録。豪雨災害、台風の際にもそれぞれ21.2%、21.8%を記録し、的確な対応で視聴者の信頼に応えた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・災害、特に地震はいつ発生するか分からない。緊急災害報道の一層の充実が必要であり、着実に強化に努めている。
<p>【海外特派員の増員】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ドバイ支局（7月開設）に続いてシンガポール支局の開設に向け、事務所を確保して機材整備を進めた。シンガポール支局はアジアのハブとも言える24時間空港まで近く、行き先によってはバンコク以上の利便性がある。 ・様々な国際会議で各国から応援者が入ることも予想されるため、取材時の汎用性の観点から現状のHD750業務用カメラをベースとして機材を整備した。その一方で、今後のテープレス化をにらみ、新規の750購入は行わずにバンコクの広域支援用のカメラを転用、さらにプノンペンの編集機をシンガポールに移動設置することでコストの大幅削減に努めた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・コスト削減に努めた結果、新しく現状のカメラ一式と再生機を1セット購入する程度の金額で支局全体の放送取材機器を整備できた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・シンガポール支局には緊急持ち出し用の衛星通信機器と現場編集用のパソコンも充実させているので、今後はアジア経済の拠点としての情報発信のみならず、近隣諸国の緊急報道の要としての機能・役割を発揮させたい。
<p>【NHK・子会社等以外が制作する番組の編成比率をテレビ4波で25%程度まで、衛星2波で40%程度まで高める（5年間で）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外部編成比率を高めることをめざして、企画競争により開発した番組の定時化を進め、20年度の3番組から、21年度は7番組となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・外部編成比率については、平成23年度からの衛星ハイビジョン2波化を視野に、今後は外部制作番組を増やす方向で編成を検討するが、目標の達成にはなお努力が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・22年度番組改定では、外部編成比率の向上にも留意しながら改定作業を進める。
<p>【衛星ハイビジョン2波への再編】 (新設番組の定着)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成23年度以降に見込まれる衛星2波体制に向け、衛星ハイビジョンではソフトの柱の一つと考える大型定時番組「プレミアム8」や「猫のしっぽ カエルの手～京都大原 ベニシアの手作り暮らし～」など、衛星第2では「どれみふぁワンダーランド」などを新設し、定着を図った。 <p>(衛星放送ならではの「夏の特集」)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・衛星放送ならではの多彩な「夏の特集」を制作し、接触者率、認知度の向上に努めた。 ・衛星ハイビジョンでは、“戦争と平和”というテーマで、40本を超える関連番組を集中編成した。さらに、各地域局が制作した各地の祭り・花火大会を、8月に6日連続で「シリーズ日本の祭2009」として編成した。高知「よさこい祭り」、博多「祇園山笠」、青森「ねぶた祭り」、札幌「YOSAKOIソーラン」、徳島「阿波おどり」、および最終日の秋田「大曲全国花火競技大会」の生放送を集中編成することで衛星ならではの“まるごと感”をアピールした。 ・アニメ「機動戦士ガンダム」が放送されて30年目の今年、7月に5夜連続、のべ20時間にわたり「ガンダム宇宙世紀大全」を放送した。 ・9月20日に、フォークシンガー南こうせつさんが出演する「サマーピクニック フォーエバー in つま恋」を6時間にわたって生中継した。 <p>(衛星放送20周年の取り組み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「BS20周年ベストセレクション」として、この20年間でテレビ番組の賞を受賞した優れた番組を、関係者のインタビューを交えながら全編まるごと放送している。9月8日から11日には、これまで放送してきた番組の集中アンコール編成を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・衛星放送「夏の特集」の反響としては、戦争の背景となった世界の動きを大局的に描いたハイビジョン特集「世界から見たニッポン」明治編・大正編全4回の放送では、「子や孫、今の若い人たちにもっと見てもらいたい」など多くの反響が寄せられた。「シリーズ日本の祭2009」には800件近くの反響が寄せられた。 ・「ガンダム宇宙世紀大全」は、「NHKにしかできない放送」と好評だった。再放送希望は約250件、特設ウェブサイトには5日間で約28万ページビューのアクセスがあった。 ・「サマーピクニック フォーエバー in つま恋」の放送後、40代や50代から、好評を中心とした反響が396件寄せられた。 <ul style="list-style-type: none"> ・「BS20周年ベストセレクション」は、主要な賞を受賞した番組だけあって、10年以上前のものでも、斬新かつメッセージ性が高いものが多く、視聴者からも再放送希望が多く寄せられた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・新設番組の定着には時間がかかると思われるので、個々の番組のブラッシュアップや定時番組の集中再放送などに積極的に取り組み、より認知度を高めていく。 ・特集番組については、衛星放送の魅力ともいえるタイムリーさ、ファンを十分満足させる深さ、長時間編成を存分に生かした特集編成を、今後も随時行いながら視聴者層の拡大を図っていきたい。 ・「BS20周年ベストセレクション」は、BS20周年企画として設けているので1年限りである。この20年間の歴史の中では様々な優れた番組が放送されているので、今後、「BSアーカイブス名作選」の放送を検討する。夏には「戦争と平和」をテーマに立てるなど、より内容の充実したコンテンツの制作に取り組む。

(3) 放送・通信融合時代の新サービスで公共放送の役割を果たす

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【「NHKオンデマンド（NOD）」のさらなる充実】（資料3）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・PC会員数は、毎月2万人以上の順調な増加を続けており、9月末で16.4万人に達し、サービスは普及・拡大している。しかし、視聴料収入は約1億円で、当初の収支見込みに比べ低迷していることから、新たな収支見込み案の作成を行っている。 ・9月1日から、新たにKDDIのCATV向けVODプラットフォームを通じたサービスの提供を開始した。これにより、CATV向けのサービスは、従来のJ:COMグループ(17のCATV事業者)に、新たに16のCATV事業者が加わった。 ・PCにクレジットカード番号を入力することに抵抗感がある利用者のニーズに応えるため、PC向けサービスの新たな決済方法として、7月16日からプリペイド式電子決済サービスのNETCASHを追加し、9月28日からインターネット接続サービスのOCNの料金と一緒に決済できるOCNペイオンを追加した。 ・見逃し番組配信本数は7月/608本、8月/471本、9月/584本となった。8月は特集期間のため定時番組が少ないことから、配信番組数は前月を大きく下回ったが、一方で夏期特集番組を可能な限り配信した(80本)。また、7月からは「大相撲幕内の全取組」の配信を開始するとともに、8月の衆議院選挙では、開票速報の一部を配信し、視聴者ニーズに応えた。特選ライブラリー番組の配信数も順調に拡大し、9月末で2,402本に達した。 ・女性層への浸透を図るため、「冬のソナタ」「マイケル・ジャクソン」などの女性に訴求力のある番組群を特選ライブラリーに新たにラインナップするとともに、こうした番組群を訴求するバナー、電車内の吊り広告や動画ビジョン等により、周知に努めた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・PC会員数の増加は、21年度目標に対して順調と言える。一方、視聴料収入は増加基調にあるものの、好調な会員数の増加ほどには伸びておらず、購入率が低下していることが課題となっている。 ・新たにサービスを開始したケーブルテレビ事業者に関して、現在は、各社の営業担当者がNODサービスへの理解を深めている段階であり、今後、利用者への訴求を行っていく計画である。 ・7～9月の見逃し番組の総ビデオビューは約53万回にのぼり、4～6月(約51万回)を上回った。8月にいったん配信本数が減少したにもかかわらず、全体のビデオビューは増加傾向にある。特に8月は、衛星放送のドキュメンタリーやドラマ番組など上位21番組が各1,000ビデオビューを超え、利用者の関心に応える配信ができた。衆議院選挙の開票当日は、会員登録者数が前月同日比で2.7倍を記録し、視聴者ニーズに応える新たな可能性を示した。 ・女性層へのサービス浸透をめざしたラインナップ構成と、周知活動を実施した結果、PCの女性会員数を3か月間で1.8倍に増加させることができた。(9月末3.8万人) 	<ul style="list-style-type: none"> ・購入率の向上に向けて、料金の見直し、商品ラインナップの充実、機能追加のためのシステム改修(来年4月実装予定)等の施策の検討と実施を行う。 ・10～12月に、東急グループのイツコムなど、更に6社のCATV事業者を通じてサービスを開始する。 ・より使いやすい検索機能を備えたPCのサービス画面を11月に実装する予定である。また、TV向けサービスのアクトビラの画面でも、利用者の使い勝手を向上させるべく、アクトビラとともに改善を検討する。 ・スポーツ中継の配信には今後も積極的に取り組む。10月以降、天皇杯サッカーやNHK杯フィギュアなどを配信するべく準備を進めている。さらに、来年2月のバンクーバー冬季五輪の配信実現に向けて、関係部局と調整を続けていく。 ・最先端IT・エレクトロニクス総合展(CEATEC)等のイベントに積極的に出展し、来場者にNETCASHのクーポン券を配布するなどのプロモーション施策を実施する。
<p>【“3-Screens”展開の推進、上半期総括に基づく点検(ユーザー数・アクセス数などの検証)】 (ワンセグ放送の取り組み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若年層向けの情報番組「ワンセグランチボックス」で、8月に先端企業の社員食堂を訪ねる特集を5日間編成。 ・7月に札幌局制作「Cool!Hokkaido」を放送。8～9月に「高校講座」で、ワンセグ独自放送と携帯サイトやPCホームページでのストリーミング配信を組み合わせた放送・通信融合の新しいサービスを実施した。 <p>(多メディア発信の取り組み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・46年ぶりの皆既日食では、インターネットのライブストリーミング配信、視聴者からの動画募集や、ホームページ上で短い情報をリアルタイムで伝える新手法(Twitter)の活用、日食動画のYouTube掲載など多角的な展開を図った。また、データ放送でも中継現場の状況や各地の日食シミュレーションなどを伝えた。 ・東京都議会選挙(7/12)や衆議院選挙(8/30)では、報道局等関連部局とともに、データ放送、インターネット、携帯サイトで開票速報を実施した。さらに衆議院選挙では動画も提供し、NHKオンデマンドでも配信した。 ・「高校野球」のホームページでは、都道府県大会、全国大会でのライブスコアの表示や応援メッセージの募集と放送での紹介などのサービスを各放送局と連携して実施した。 ・「戦争証言プロジェクト」では、8月からトライアルサイトを開設し、戦争体験者の証言や日本ニュースの映像などを公開して、記録の蓄積と放送との連携を模索した。 <p>(番組連動の取り組み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「リトル・チャロ」に続くクロスメディア企画「ニュースで英会話」で、特集番組として「ケータイで挑戦!ニュースで英会話 夏スペシャル」を放送した。 ・バンブテレビ祭で大賞を受賞した「天才てれびくんMAX ビットワールド」では、7月に今年度の初の双方向企画を実施し、ホームページ上に掲載したオリジナルゲームに多くの参加者を集めることに成功した。 ・NHK全国学校音楽コンクール地方ブロック大会でのライブストリーミング配信を初めて実施し、全国および世界から2万ページビューのアクセスを受けた。 <p>(インターネットと携帯のページビュー)(資料4)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネットでは、4～9月で約19億4,700万ページビューとなり、前年同期より20%増であった。 ・携帯電話では、4～9月で約2億5,900万ページビューとなり、前年同期より17%増であった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・皆既日食のライブ動画は、のべ164万回見られ、世界中で最大4万人が同時に視聴した。放送後に公開した日食中継動画も、115万回再生された。またNHKのYouTube公式チャンネルに掲載した日食動画は、「再生回数・お気に入り登録・評価の高い動画」の三冠王を獲得し、世界的な注目を集めた。 ・開票速報は、正確・迅速な報道で視聴者の期待に応えた。特に携帯サイトは過去最大級のアクセスを記録した。 ・高校野球全国大会コンテンツのアクセス数は約4,800万ページビューと昨年度を超える目標を達成。このうち携帯サイトが約3,000万ページビューと6割を占めた。 ・「ケータイで挑戦!ニュースで英会話 夏スペシャル」は、登録者1万961人、このうち30代女性が最多の2,047人。アクセス数は4万8,574件で、NHK携帯サイト第10位であった。 ・「天才てれびくんMAX ビットワールド」は、放送当日に577万ページビューで、NHKオンライン第1位のアクセス数となり、小中学生の高い支持を集めた。 <p>(ページビュー増加の分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネット、携帯ともにページビューが前年同期より増加している。 <p>[ページビューが増加した理由]</p> <ol style="list-style-type: none"> ①サイトのコンセプト設計、システム開発、運用などにおける充実したサポート ②インターネットを活用した番組開発(「ニュースで英会話」、「特ダネ投稿DO画」、「青春リアル」など)、携帯を活用した番組開発(「探偵Xからの挑戦状!」など) ③既存のページ、携帯向けサイトの充実(「ためしてガッテン」HPリニューアル、携帯電話向けドラマサイトの充実など) ④皆既日食や衆議院選挙など、国民的関心の高いビッグイベントでの積極的な配信の取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> ・ビッグイベントのライブストリーミング配信は、アクセスが殺到するなどの課題も多い。バンクーバー冬季五輪などで、堅牢なサーバー構築を図る。 ・来年の参議院選挙などを控え、事前の周知や、親しみやすい表現、動画のさらなる積極的な活用などを検討する。 ・「戦争証言プロジェクト」は、今後トライアルサイトでのアクセス状況を分析し、平成23年度本格公開の予定である。 ・総合テレビでは、4月～5月に放送して好評だった携帯電話を活用した番組「探偵Xからの挑戦状!」の新シリーズを、10月から放送する。 ・教育テレビでは、パソコンや携帯電話を活用する双方向番組「天才てれびくんビットワールド」を10月に生放送し、更にアクセスの増加をめざす。 ・22年度番組改定では、“3-Screens”展開を一層推進する。

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>(技術系人材の育成研修の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国の3-Screens 展開を支援するため、9月から放送技術局クロスメディア部の担当者が講師となって、人材育成の研修をブロック拠点局単位で実施しており、9月末までに6拠点で終了した。 ・本部のコア要員育成のため、クロスメディア部の技術担当者を編成局デジタルサービス部に配置し、順次OJT教育を行なっている。また、職員1名を外部のデジタルコンテンツサービス専門会社に研修のため派遣し、データ放送・ネット展開・携帯向けサービス等のノウハウの習得を図った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・高松局と札幌局への支援では、地域の視聴者の声を演出に活かした視聴者参加型番組を充実させた。また、松江局等からの要望を受け、気象関連画像を地域のワンセグデータ放送で汎用的にサービスできる仕組みを導入するなどして、地域の視聴者サービス向上に成果を上げた。 ・育成研修、OJT、国内派遣などにより、3-Screens 展開を技術面から推進する専門性を持った職員が着実に育っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット技術者の育成および研修や実際のコンテンツ制作等で活用できる教科書の作成などを計画通りに進める。
<p>【ネット広場の具体化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・4月から教育テレビで毎週放送している「青春リアル」(土曜午後11時35分)には、出演者のレギュラーメンバーがインターネットのウェブ上で議論を交わし、それに一般の人も加わるという、ネット広場を生かした番組である。現在のレギュラーメンバーは、15年間引きこもりがちな青年や祖父母の介護を続ける24歳の主婦など13人、メンバー同士の真剣な語り合いを経てそれぞれが次の“一歩”を踏み出そうとしている。視聴者からの応援メッセージも毎日届く。 ・福祉ポータルサイト「NHKハートネット」は、様々な悩みを持つ人が意見を交換するインターネットの広場である。福祉番組とも連動し、視聴者との双方向の関係を構築している。それらの意見を参考に、9月に「福祉ネットワーク～政権交代 自殺対策への提言」を制作し、「生活ほっとモーニング～シリーズ“命を守る”自殺者3万人 何が必要なのか」とも連動した。 ・教育テレビ開局50周年を機会に開始した公共放送キャンペーン「ETV50 子どもサポートネット」では、パソコンや携帯電話で子どもたちからの相談や親の子育ての悩み・疑問などを寄せてもらい、意見を交わす場としている。それらの意見を参考に、7月放送の福祉ネットワーク「心の叫びを聞く」など7本の番組を制作した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「青春リアル」のホームページへのアクセスは、8月に番組最高の月間51万ページビュー、9月も48万ページビューを記録、若い世代に関心のあるテーマをとりあげた効果が表れた。 ・「NHKハートネット」には、1日におよそ2万4,000ページビューのアクセスがある。メールでの反響は1か月平均およそ700件、掲示板への書き込みは1か月平均420件寄せられている。 ・「子どもサポートネット」の掲示板には、20～30代の子育て世代から、これまでに4,500件近くの意見が寄せられた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな視聴層の獲得を図るため、同世代のターゲットを持ち若者文化論を語り合う民放のラジオ番組とコラボレーションを行う予定。「青春リアル」のメンバーが同世代のラジオ番組のリスナーと語り合ったり、互いの番組掲示板で意見交換を行う等さまざまな交流を行う。 ・子育て、自殺防止、認知症、介護、食の安全など生活不安に関する視聴者の関心は高い。掲示板に寄せられた声に真摯に向き合うとともに、反響が多く寄せられたテーマについては放送で取り上げていく。 ・10月には福祉ネットワークでシリーズ「おびやかされる小中学生」を、12月には再び自殺防止について総合・教育テレビで集中編成を行う予定である。
<p>【スーパーハイビジョン(SHV)や立体テレビの実験等、最先端技術の研究・開発推進】</p> <p>(スーパーハイビジョン等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・横浜開港150周年記念テーマイベント「開国博Y150」において、スーパーハイビジョンシアターでの展示協力を行った。 ・NHKがメーカーと共同で開発した「ハイビジョン自動焦点レンズ」が、8月にアメリカテレビ芸術科学アカデミーから2009年度「エミー賞」(技術部門)を授与された。 <p>(立体テレビ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・メガネをかけなくても自然で臨場感豊かな立体像表示ができる映像技術の研究として、多くの微小レンズを並べた特殊なレンズ板を通して撮影・表示を行なうインテグラル立体テレビ方式を改善し、画質向上を図った。 <p>(人にやさしい技術)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンピューターグラフィックス(CG)による手話サービスの可能性を検討するため、人間の体の動きを取り込むモーションキャプチャーを活用したCGキャラクターモデルを作成し、研究に取り組んだ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・4月28日から9月27日までの153日間で54万人の方にSHVの迫力ある映像と音響を体験していただいた。有料入場者124万人の約半分の方が視聴し、開国博イベントの中では人気を博した展示となった。NHKの将来を見据えた先端技術をアピールできたことも評価できる。 ・テレビの画面サイズの大形化で目立つようになった微妙なピントのズレを解決するため、2002年に共同開発を開始し、翌年に製品化。放送技術局を中心とした制作現場が取り組んだ開発が世界で評価された。 ・SHVの技術を応用して、表示用として使用している微小レンズ板の精度を向上させたところ、立体テレビの画質改善に効果あることがわかり、次へのステップとなった。 ・聴覚に障害のある方の協力を得て効果を検証したところ、CGキャラクターモデルによる手話サービスでも意味が伝わるなどの有効性を確認できた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・SHVの能力を更に高めていけるよう性能改善を進めていく。また、家庭へのSHV導入に向けた視聴モデルの検討を進めていく。 ・今後とも、様々な課題の解決に向けた現場技術力を強化し、効果的で質の高い番組制作を追求していく。 ・今後は、立体像の視域特性(見ることのできる目の位置)の広域化や画質改善に向け研究を進めていく。 ・人間の動きに近い、なめらかな動きを可能とするCGキャラクターの動画表現力の向上に向けた研究を進めていく。

(4) 地域を元気にするための拠点となります

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【「放送局のちから」発信の取り組み】(資料5)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国 53 放送局が「放送局のちから」を発揮し、各地域それぞれの特徴を生かしながら順調に取り組みを進めている。視聴者のみなさまにお約束した「放送局のちから」の浸透を図りながら、ブロック統一のキャンペーン展開を実施する拠点局・放送局、地域の視聴者のみなさまへのサービスの提供体制を強化している放送局など、取り組みも多岐にわたっている。また、2年後の完全デジタル化へ向けた普及促進体制を整え、工程表を作成して取り組んでいる放送局も多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・放送局ごと地域の実状に合わせ、「放送局のちから」の周知・広報と、それに基づく具体的な活動を実施することができた。また、放送局同士が連携しブロック全体として「放送局のちから」を発信、発揮することで、より幅広いサービス向上を図ることができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域に根ざした放送局として文化拠点としての役割を果たすため、「放送局のちから」の周知と、これを発揮した地域のみなさまへの放送・サービス充実を、年間を通じ継続していく。
<p>【地域放送の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域局制作の地域放送番組を全国発信する枠として、総合テレビ「地域発！ぐるっと日本」と衛星ハイビジョン「ふるさとから、あなたへ」を充実させたことにより、地域放送番組の全国発信が増加した ・週 2 枠から 4 枠に増設された衛星ハイビジョンの「ふるさとから、あなたへ」については、4 月～9 月の実績で 20 年度 67 本から 21 年度は 119 本に増加した。 ・総合テレビでは「夏の北アルプス ああ絶景！雲上のアドベンチャー」(長野局、名古屋局、富山局)、「なんと楽しみ！平城遷都 1300 年」(奈良局) など多彩なラインナップで特集番組を編成した。8 月には、「戦争と平和」や「核」を考える番組として、「ヒバクシャからの手紙」(広島局、長崎局)、終戦ドラマ「気骨の判決」(名古屋局) など、地方発の意欲作が目立った。また、日本各地を訪ねるドキュメンタリー「にっぽん紀行」は、「地方の元気！」をテーマとし、8 月に富山局、新潟局、9 月に福井局、大分局が、明るく自らの道を進む人々を紹介する番組を制作、全国に向けて発信した。 (※各地域における放送の充実については、ブロック別報告の通り) 	<ul style="list-style-type: none"> ・総合テレビ「地域発！ぐるっと日本」については、「感動して涙が出た」「故郷を思い出した」などの好評意見が、昨年度上半期の 86 件から今年度上半期は 317 件へ大幅に増加した。また、再放送希望も、昨年度 42 件から今年度 98 件へ増えている。 ・「気骨の判決」に「戦時中このようなことがあったことを知らなかった」「見ごたえのある素晴らしいドラマだった」など多くの声が寄せられた。また「夏の北アルプス」も「景観が素晴らしい」「登山家・田部井淳子さんの人生観が出ていた」などと好評だった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・下半期も、NHKのネットワークを生かして、地域の課題、話題を、全国に向けて発信していく。地域局制作の番組を定時枠だけでなく、他の時間帯でも発信することも検討する。
<p>【取材・制作者の拡充(+50人程度、3か年中心)の具体化】【拠点局管理機能の強化】 【地域放送・サービス強化へ地域放送番組費を拡大(+49億円、5か年累計)の具体化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域放送の一層の充実のため取材・制作者の増員配置を初年度として 10 人、域内の経営資源マネジメントやコンプライアンス推進のため拠点局管理要員の増員配置を初年度として 5 人、実施した。これによって、近畿・東海圏の 2 局の取材デスクが、2 人体制から 3 人体制に強化された。また、広島、福岡などの取材制作体制も強化された。 ・地域放送サービス強化・支援のための予算 4 億円のうち、1 億円を自主編成予算として地域放送局に、3 億円を報道支援ソフト制作など地域放送の支援のための予算として本部部局に配付した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・取材・制作体制強化として、「拠点局のブロック内支援機能の強化」「近畿・東海圏での取材デスク体制整備」のための増員配置を、計画通り実施できた。 ・増員配置のほかに、1,200 人削減(平成 18~20 年度)による採用抑制のため発生していたパワー不足の改善も図ることができた。 ・放送局アーカイブス映像の整備・機能強化、ニュース原稿データベース化、インターネット戦略コンテンツ開発等により、地域放送サービスの充実に寄与している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・22 年度以降の「地域の取材・制作体制強化」「拠点局管理機能強化」についても計画通り進めていく。 ・キャリア採用者の配属などにより、今後も地域のパワー不足を改善していく。 ・今後も魅力ある支援ツール・コンテンツを開発・提供することにより、より一層の地域放送サービス充実支援の強化に力を入れていく。
<p>【地域から人材を採用する「地域限定型職員制度」の導入】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域志向の強い優秀な人材を確保し、地域に密着した多様なサービスを実現することを目的とした「地域限定型職員制度」の導入に向け、異動ルールや処遇のあり方などの項目について詳細な検討を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・これまでの労使協議や関係部局の意見も踏まえつつ、引き続き検討を進めている段階である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・22 年度中の制度導入を目指し、継続的に労使協議を行っていく。 ・採用方法や要員規模などについても、検討を進める。
<p>【放送局支援強化のための本部の取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・視聴者サービス局では、全国放送局支援業務の一元化を受け、放送局支援に引き続き注力した。 <ol style="list-style-type: none"> ① 「会長・拠点局長ミーティング」(6 月)で決定した「戦略型企画提案」の募集・採択を実施した。10 月以降の企画実施にあたって、放送局を支援する準備を整えた。 ② 地域放送局支援イントラネット等放送局支援サイトの充実により、全国放送局での情報共有化も進み、地域サービスの充実への促進を図った。 ・編成局デジタルサービス部では、第 1 四半期に引き続き、地域放送局のホームページなどへの技術的な支援やアドバイスをを行った。主な実績は次の通り： <ol style="list-style-type: none"> ① 被爆者の証言などを載せた広島局の「ノーモア・ヒバクシャ」ホームページ開設を支援し、被爆証言などの動画 120 本を高画質で掲載した。 ② さいたま局が去年から始めた関東南 3 局の動画ニュース配信を、10 月から千葉、横浜局に拡大するための準備支援を行なった。3 放送局による共同実施で、接触者率とステーションイメージの向上を目指した新たな試みである。 ・地域の関心が高い「NHK 全国学校音楽コンクール」のブロックコンクールのうち、九州ブロックコンクール、関東甲信越ブロックコンクール、東北ブロックコンクールについて、参加校の合唱を全てホームページで視聴できるよう、P2P によるライブストリーミング配信を初めて実施した。 ・編成局地域支援事務局では、編成局のプロデューサーと編成担当者が地域放送局を訪ねて、番組制作や編成の業務等に関するよりこまやかなアドバイス、サポートを行う「地域支援ミーティング」を、9 月に 3 回行った。 ・放送技術局では、放送技術局クロスメディア担当が講師となって、拠点局ごとの育成研修を 9 月から実施している(9 月末で 6 拠点が終了)。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「戦略型企画提案」では、全国各放送局から提案が集まり、下半期(10 月以降)の展開が決まった。 ・地域放送局支援イントラネット等について、各放送局に対し利便性などの実態調査を実施した結果、「さらに充実して欲しい」との意見要望が寄せられた。 ・「ノーモア・ヒバクシャ」は若年層にもアピールするサイト作りを心がけ、中身の濃いサイトとなった。一部使い勝手に課題を残した。 ・さいたま局で始めた動画ニュース配信の試みを 3 局に拡大し、ネットトライアルにおける水平展開が実現した。 ・音楽コンクールのライブストリーミングは、関東甲信越=8,518 ページビュー、九州=4,687 ページビュー、東北=5,719 ページビューで、3,000 ページビュー以上という目標を達成した。 ・「地域支援ミーティング」では、本部のプロデューサーの指導を受けられることから、地域局の士気が確実に上がっている。特にその場で番組提案を審議することで、制作者側も真剣な姿勢で臨んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「放送局のちから」を最大限に発揮できるための「戦略型企画提案」の支援業務をすすめていく。 ・情報共有化のためのイントラ整備は、随時各放送局からの意見要望を検討して、CS 向上事例の水平展開をさらに推進していく。各放送局がより充実した視聴者サービスに繋げていけるようにする。 ・「ノーモア・ヒバクシャ」は平和ポータルサイトとするべく、「平和アーカイブス」との平成 21 年度中の統合をめざす。 ・関東南 3 局動画ニュース配信の 22 年度以降の実施については、今年度中に報道局ほか関係部局と体制・予算などについて協議を進める。 ・「NHK 全国学校音楽コンクール」ブロックコンクールのライブストリーミングについては、22 年度に拡大するべく関係部局との協議・調整を行う。 ・マンパワーには限りがあるが、地域局からの要望が多いので、今後もなるべく開催していきたい。次回は 11 月に鳥取局で開催する。

北海道		
主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【ブロック概況】 ○道内の7つの放送局が連携して番組展開やCS活動を推進する「どさんこ広域プロジェクト」を展開している。また、7月に大雪山系で発生した遭難事故では各局が密接な連携のもと、迅速な取材で事故の詳細な状況をいち早く視聴者に伝えた。衆議院選挙の報道にあたっては総合テレビで約2時間30分に及ぶ地域の開票速報を伝えた。地デジ普及関連では地域の実状に応じて各局が独自の取り組みを推進している。</p>	<p>○道内7局共通の活動目標である「まるごと体感！北海道」の取り組みを紹介する2分スポットの放送などを通じてキャンペーンの浸透を図った。各局の日常的な連携の成果が緊急報道や全局体制で臨んだ選挙報道に結実している。</p>	<p>○今後、帯広局、旭川局、室蘭局、北見局でスペシャル月間を実施して、放送やイベントを通じて地域の魅力を発信する。デジタル普及に関しても特集番組やイベント、中継局開局に合わせたPRなどさらに活動に力を注いでいく。</p>
<p>【札幌局】 ○NHK北海道の拠点局として各局と連携しながら、様々なニュースや番組、イベントなどを通して北海道の多彩な魅力を伝え、「まるごと体感！北海道」キャンペーンのいっそうの浸透を図った。 ○「クローズアップ現代 夏山の惨事」や衆議院選挙報道など、公共放送への期待に応える放送を行った。 ○デジタル普及には放送、技術、広報事業、営業、企画総務の全部局が一体となって取り組みを進めている。</p>	<p>○9月に実施した電話世論調査では「まるごと体感！北海道」キャンペーンの認知度が17.3%だった。放送やイベント、ホームページ、新聞広告などで多角的なPRを行ってきたが、浸透にはまだまだ努力と時間が必要である。</p>	<p>○衛星の「ご当地グルメ」特集や視聴者層の拡大をめざす若者プロジェクトの立ち上げ、バンクーバー冬季五輪に出場する地元選手を応援するキャンペーンなどを通じて、地域に根ざした公共放送としての存在感を高めていく。</p>
<p>【函館局】 ○函館開港150周年イベント「DREAMBOX150」において「NHKファミリーランド」をブース展開し、ステージショーと併せて、3万人を超えるお客様に喜んでいただき、接触者率向上を図った。 ○デジタル中継局建設と共同受信施設のデジタル導入は計画通り進んでいる。開港150周年イベントでデジサポ道南と連携して地デジ受信公開や相談会を実施する等、普及促進に努めている。</p>	<p>○「NHKファミリーランド」は会場が一番人気のブースとなり、ステージショーも抜群の集客力を発揮した。 ○デジタル中継局建設では、9月に2局試験電波を出した。150周年イベントでは、地デジ普及アンケートを実施した。</p>	<p>○NHK離れ傾向の若年ファミリー層向けイベントを積極的に展開し、接触者率向上と受信料の理解促進に努める。 ○11月までに残る中継局建設を終了し、管内カバー率96%を達成すると共に、デジタル受信の普及促進に努める。</p>
<p>【旭川局】 ○管内47市町村を紹介するミニ番組は新たに9市町村を取材した。「生活ほっとモーニング・富良野」など、夏の北海道の魅力満載の番組を全国発信し、衆議院選挙や山岳事故、地元デパート閉店等のニュースを的確に報道した。 ○北海道電商組と地デジキャンペーンを開催したほか、富良野で「あなたの街へ」を実施してデジタルへの理解促進を図った。「大雪山」「イトウ」などのハイビジョン番組を順調に制作・放送している。</p>	<p>○地域密着の放送で親近感を醸成するとともに、北海道を全国にアピールする大型番組を積極的に発信している。 ○デジタル中継局の整備を確実に進め、あわせてデジタル関連のキャンペーンに力を入れ、普及を推進している。</p>	<p>○11月の「旭川月間」は、地域をアピールする番組や公開イベント等を集中編成し、旭川局の存在感を示す。 ○部局・経営目標達成に向けた意識をさらに強めて、地デジの普及加速等に知恵を結集する。</p>
<p>【帯広局】 ○犠牲者9人を出した「トムラウシ山遭難事故」では迅速な取材・中継を行い、背景を掘り下げて「クローズアップ現代」にも展開した。十勝の話題を集中的に編成し発信する10月の「十勝月間」に向け準備を進めた。 ○地域の文化拠点と連携する新しい試みとして、道立帯広美術館で「日曜美術館セミナー」や「親子絵皿づくり」を開催し、女性や親子など比較的接触の少なかった年齢層とのCS活動を積極的に展開した。</p>	<p>○遭難事故のニュース企画や番組では、機動的な取材で多面的な視点から発信でき、公共放送の使命を達成できた。 ○美術館との関係が深まるとともに、参加者からは、NHKへの親近感が増した、との感想を多数いただいた。</p>	<p>○日常的に初動訓練を実施し緊急報道に万全を期す。「十勝月間」を成功させ、地域唯一の放送局として責務をはたす。 ○継続的に視聴者とのふれあい活動を推進するとともに、若年層への接触の方策も探っていく。</p>
<p>【釧路局】 ○戦後65年の節目に当たる来年8月までの長期プロジェクトとして「NHK釧路 北方領土プロジェクト」を開始。元島民の証言を記録し、毎週地域で放送する「北方領土・わたしの証言」を9月にスタートさせた。 ○のど自慢や上方演芸会などの開催に合わせ「中標津・標津スペシャル」を企画し地域情報を全国、全道に集中発信。併せて地デジPRも実施。また、皆既日食等の番組上映会を集中的に実施しCS向上に貢献した。</p>	<p>○地域の課題である北方領土問題について長期的に取り組むことで釧路局の存在感を強くアピールできた。 ○特定市町村の情報を集中発信する初の取り組みで大きな成果があった。CS向上の取り組みは理事会報告された。</p>	<p>○11月を目途に証言をもとにしたブロック放送番組を放送するとともに、全国放送向け大型番組の制作を目指す。 ○今後5局の中継局が開局予定で、これに合わせ中継キャラバンなどの手法で地域情報を集中発信していく。</p>
<p>【北見局】 ○世界遺産の知床地域を重点に「知床ウィーク」を実施し全国放送6本を含め、全部で33本を放送した。 ○9月に放送した討論番組では新政権と北海道をテーマに札幌局と北見局を中継で結び北見局からは9人の各界代表が参加しそれぞれ期待と要望を放送。2時間15分の長時間討論で北海道のこれからを考えた。 ○地デジは2か所の中継局で試験放送を開始、年内に5箇所の中継局を開局予定。</p>	<p>○ローカル放送で203人の視聴者参加スポット「みんなの声」を放送し好評だった他、全道・全国にも地域的话题を放送し反響も得た。接触者率の向上につながっている。 ○地デジはカバーエリア97%の達成に向け順調に進捗。</p>	<p>○10月は遠軽地区を重点的に取り上げ地域の期待に応える。 ○地デジでは民放と工事の進捗状況が違いためNHKが試験放送を始めても本放送にならず、住民に周知しづらい。</p>
<p>【室蘭局】 ○9月の「いぶり・ひだかスペシャル月間」を山場とし、地域の魅力が満載の紀行番組や自然番組など計18本の番組・生中継を発信した。地デジ普及に向け、のぼりやクリアファイルなど独自グッズを準備し、管内18市町の内、3分の1に当たる3市3町で活動を展開した。視聴者参加型ミニ番組「私の好きな胆振・日高」は、自治体や地域住民からも好評であり、2年で1,000人を目指す出演者数は、累計284人、進捗率28%となった。</p>	<p>○9月を山場にした各種番組やイベントに寄せられた意見は、モニター報告や外部対応等でも好評で、「NHKの存在感」と「接触者率向上」が期待できる。地デジ普及活動も本格始動し、管内全市町の訪問計画は順調に進んでいる。</p>	<p>○今年度2回目の「月間」となる12月に向けた体制作りを進める。ミニ番組から中継まで胆振・日高の情報バランスを取り多彩な発信に努める。地デジ普及に向けた局内プロジェクトを推進母体として、戦略的なPR活動を展開していく。</p>

東北

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【ブロック概況】 ○8月の衆議院選挙は、各局とも全局体制で臨み、政見放送収録から開票速報まで一つのミスも無く放送することができた。開票当日は、データ放送やホームページも駆使して開票状況を伝えた。 ○完全デジタル化に向け、中継局建設やNHK共聴の工事などエリア拡大を進めたほか、デジサポや民放と協力した普及活動の展開や自治体と連携した住民説明会など視聴者の理解促進に努めた。</p>	<p>○東北は激戦区が多かったが、開票速報が終始正確だったことから高い評価を受けた。 ○東北地方はエリアが広く冬場の工事に制約が多いことから、この時期に着実に対策を進め、計画を推進できた。</p>	<p>○今回の衆議院選挙で得たノウハウを、来年の参議院選挙をはじめ今後の選挙報道に活かしていく。 ○「新たな難視地区」が出始めていることから総務省や民放とも連携してこれらの地域の住民に理解を求めていく。</p>
<p>【仙台局】 ○東北の食文化をテーマにしたシリーズ「おいしい東北」では、東北ならではの食材を使って、各県代表の若者たちが自慢の料理で対決する「おいしい東北闘技場」を2回（宮城 VS 山形、青森 VS 岩手）放送した。 ○地震から1年の栗原市をエリアターゲットとして「NHKこども音楽クラブ」や「地震防災教室」などのイベントを集中的に実施した。その他、夏休みファミリーイベント「わくわくテレビまつり」を開催した。</p>	<p>○若者たちが地域の食材と郷土料理を学びながら、真剣に料理対決に臨む姿に「感動した」という声が寄せられた。 ○各イベントでは、栗原市の復興を応援するNHKの取り組みとして地元で歓迎された。</p>	<p>○3回目の予選大会（秋田 VS 福島）、そして決勝大会へと来年度への展開を視野に番組を進化させていく。 ○「地震防災教室」は消防署と連携して防災意識を高める活動で、第3四半期には3つの小学校で実施予定である。</p>
<p>【秋田局】 ○夕方6時台の情報番組「ニュースこまち」は視聴率の平均が15%を超え最高では23%を上回るなど、民放3社を押さえて高い支持を得た。 ○テレビ50周年キャンペーンとして、NHK秋田局がテレビを通して伝えてきた50年を振り返る番組「あなたとテレビの半世紀」を制作・放送したほか、イベント「エキヨコ夏祭り」を6日間にわたって実施した。</p>	<p>○地域に向き合い、地域を見つめる視点を感じさせる番組作りが視聴者の好感を得たものと思われる。 ○秋田県でNHKのテレビ放送が果たしてきた役割をアピールすることができ、視聴者からも多数の好評意見を得た。</p>	<p>○金曜夜間「あきた・よる金」も地域に密着したテーマを発掘するなど内容の充実や視聴者の定着を図っていく。 ○12月25日のテレビ放送開始50年にむけて、実施内容の具体化を図り、視聴者への広報を進めていく。</p>
<p>【山形局】 ○テレビ放送開始50周年記念ドラマ「スキップ！」を制作し、東北域内や全国で放送した。地元も協力したロケの様子を織り込んだメイキング版を放送したほか、ホームページやブログを通じ視聴者との交流を図った。 ○アナログ終了まであと2年となった7月に地上デジタルのPRイベントをデジサポや民放各社と協力して実施した。また、今後の地デジネットワーク整備にむけて、地元住民や関係機関との交渉を行った。</p>	<p>○地域の課題や地元の風景・方言を取り入れたことから、視聴者の反応は続編を望む声など好意的な評価を得た。 ○各局の地デジ大使やキャラクターが集まるなど賑やかなイベントとなり、地上デジタルの理解促進に貢献できた。</p>	<p>○ロケを通して得た地域とのつながりを大切にするため、ディレクターズカット版の制作なども検討したい。 ○アナログ終了の周知広報に取り組むとともに、地元住民や関係機関と調整しながら受信環境の整備を進めていく。</p>
<p>【盛岡局】 ○岩手県沿岸に津波注意報が出たサモア沖地震対応では、沿岸の報道室と連携して迅速な取材を行うとともに、速やかにCS中継車を宮古市に出動させ、現地の状況や避難所の様子などを全国に中継で伝えた。 ○地上デジタル中継局整備では、NHK単独置局が予想される遠野、奥州地域11地区の単独置局解消に向けて地元自治体やCATVへ積極的に働きかけ、住民に対する説明会を連携して開催した。</p>	<p>○地震や津波に備えて積み重ねてきたノウハウと日頃からの訓練の成果を発揮することができた。 ○取り組みの結果、将来的に無駄な設備投資になる恐れがある単独置局が数地区で解消できる見込みとなった。</p>	<p>○三陸津波を想定した災害訓練を11月に実施し、その結果を今後の備えに活かしていく。 ○他の地区についても、NHK単独置局を避けるべく地元自治体やCATV等への働きかけを展開する。</p>
<p>【福島局】 ○上半期末の営業業績見込みは、契約総数増加、衛星契約増加とも全国の平均進捗率を大きく超えており、収納額についても全国平均を超えた。 ○7月に「どーもデス★2009夏」と題して、公開収録を核に会館公開を2日間実施するとともに、「あなたの町から“はまなかあいづToday”」キャラバンを実施し、各地の行事や話題を生中継を交えて伝えた。</p>	<p>○全旅連との友好関係構築が事業所契約の高い進捗率の要因の一つであり、的を絞った対策が効果を上げている。 ○親子で楽しめる放送番組と連動した魅力的なイベントとなり、会館公開の来場者は過去最高の5,400人を数えた。</p>	<p>○面接困難・立入困難施設への対応を強化し、引き続き高い営業業績確保に結び付けていく。 ○来年は開館5周年となるため、共同建設した隣接施設と連携して新たな会館公開イベントを企画・検討していく。</p>
<p>【青森局】 ○8月の衆議院選挙では、着実な取材に基づいて、県内4小選挙区の当確を正確に判定し放送した。 ○太宰治生誕100年に関連して、視聴者参加による舞台朗読劇「叫べ！100人の走れメロス」を上演し、8月に総合テレビで放送したほか、9月には「太宰治生誕百年特集」として再構成し金曜夜間に放送した。</p>	<p>○正確な当確判定により、NHK選挙報道への信頼をより一層高めることができた。 ○地元演出家や公募出演者と協力したイベントが成功し、放送でも紹介したことで地域局としての声価が高まった。</p>	<p>○今後の選挙でも正確・迅速な開票速報を実現できるよう準備を進める。 ○「地域との協働」のノウハウを活かして、記念事業への対応など、地域に貢献できるイベントの開発に努めていく。</p>

関東甲信越		
主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
【ブロック概況】 ○甲信越各局では、不況や地域再生・地域医療など地域の課題に正面から取り組む番組を制作、地域を元気にする拠点としての役割を果たした。 ○関東各局では、横浜開港 150 周年や尾瀬の環境保護など地元に着目したテーマに取り組み、ローカル向け FM 放送を活用した地元サービスに努めた。また、テレビ・ラジオで地元の魅力を地域や全国に発信した。 ○「天地人」や「つばさ」の関係局では、ドラマに連動したイベントや番組を多角的に展開、また、その機会を利用して「ふれあいミーティング」を開くなど全局的な取り組みで地元を盛り上げた。 ○地デジ開局 5 周年を迎える水戸局では、様々な関連事業を実施。また、各局とも地デジ推進のために受信公開や P R 番組制作を行うほか、中継局開局に向けた交渉を続けている。	○甲信越各局のローカル定時番組は、視聴者に定着しており、視聴率も高い。また、番組審議会での高い評価を獲得している。 ○地デジ普及に向けては、地域の実態を調査し、それぞれが、独自の周知活動を行っている。 ○水戸局では、放送開始 5 周年を記念する番組・イベントに全局体制で取り組んでいる。	○今後も視聴者の目線で地域の課題に向き合い、地域の公共放送としての存在感をアピールして行く。 ○新会館建設を控えている局では、局内外の意見を幅広く吸収し、設計・移転・運用の計画に反映させる。 ○地デジ普及に向けて、各放送局の組織が一体となって対策を検討しており、中継局設置や集合住宅対策など今後、本部と密接に連携をとりながら実行していく。
【長野局】 ○全国に向けて、不況下の地域の苦闘、語り継ぐべき戦争の記憶、松本サリン事件 15 年をドキュメンタリーやインタビューで伝えた。「ドキュメント 2 0 m i n . 自動車営業マン“売れない時代”の記録」(7/31)「松本サリン事件それぞれの 1 5 年」(9/18)、ラジオ深夜便・戦争インタビュー「ただ一人、私だけ死にきれなかった」(8/11)。金曜夜 8 時では名古屋等との共同制作により北アルプスの魅力を 2 週にわたって発信した。	○地域に生きる人々をしっかりと見つめ、地域の問題に正面から向き合う放送を行うことで、公共放送の使命を果たすことができた。	○解決を迫られる多くの課題を地域が抱えている中で、その課題に正面から向き合う放送に取り組む。また長野県の自然や文化の魅力を全国に発信することで NHK に寄せられている地域の期待に応える。
【新潟局】 ○夏の甲子園で日本文理高校が新潟県勢として初の準優勝。特集番組に加え、決勝までの 3 試合を 3 夜連続で再放送したほか、決勝戦生中継を会館ロビーで一般公開した。また大河ドラマ「天地人」に対する地元の期待に応えるべく、自治体イベントとのタイアップを積極的に推進した。さらに観測ポイント増や画質の HD 化により、気象情報の充実を図ったり、I P 伝送を使い、佐渡報道室からの素材映像の高画質化を進めた。	○視聴者からの強い再放送の要望に応えることができたほか、決勝戦中継時には 100 人を超える一般の方たちと熱い戦いぶりを共有することができた。 ○「天地人」については、平均県内視聴率 40% に達した。	○下半期も、国体や中越地震 5 年など、大きなテーマが続く中、今後も、視聴者の目線に立った放送に取り組んでいく。佐渡からの「生中継」の映像についても、今後、高画質化に向け計画を進めていく。
【甲府局】 ○「まるごと山梨」「金曜山梨」では農業・宝飾業・医療など地域の課題を取り上げ、解決策の糸口を提示。富士山については 7 月 1 日の山開きに 8 合目から生中継した他、3 日間にわたって北麓 3 つの村で定時 3 番組合同キャラバンを実施した。8 月に駿河湾沖で地震が発生した際は県内 J R 運行情報をデータ放送で速報対応した。また J 1 昇格が期待される地元サッカーチームの動向をきめ細かく取り上げ若者にアピールした。	○「金曜山梨」は、過疎地帯の医療の現実を生々しく伝えたこと、富士山の世界遺産登録への課題を映像化したこと等が高い評価を得た。関東甲信越番審でも「地方局の底力を感じた」「ぜひ全国放送を」という意見があった。	○甲府局あげての「地域再生」の取り組みを始めて間もなく 1 年、視聴者にも広く認知されている。富士山については、富士の恵みをテーマにした番組を年度内に制作するなど、継続取材を進める。
【横浜局】 第 1 四半期に続き、横浜開港 150 周年関連の情報発信、イベント展開を積極的に実施した。全 18 区ある衆議院選挙および横浜市長選挙の開票速報を全局体制で的確に実施した。また、横浜市立大で「NHK 講座」を計 14 回実施。地域貢献活動とともに若者層との接触率を高めた。新たに地域密着型の視聴者会議を開始、ふれあいミーティングの開催を推進した。	○150 周年ではテレビ 3 波、ラジオ 2 波で広く放送し視聴者、横浜市などから好評を得ただけでなく C A T V 局とも連携を強化し地元局の役割を果たした。選挙速報では緻密な事前分析とチームワークでミスなく的確に対応できた。	○150 周年では入場者数が低迷した影響を継続取材する。選挙関連では 10 月予定の参議院補欠選挙、川崎市長選挙などで総選挙の経験を生かしていく。視聴者活動では視聴者地域会議の継続開催およびふれあいミーティングを実施。
【前橋局】 ○衆議院選挙では、当確判定をはじめとする選挙報道をミスなく迅速・的確に実施した。7 月末に館林市で起きた竜巻では、本部と連携して迅速な取材を進め、竜巻の発生状況に関する独自情報を含めて、全国に情報発信した。FM 放送で、大型インタビュー「ぐんまのかたち」を 8 月に集中編成するとともに、尾瀬をテーマに環境保護を考える企画を放送した。	○徹底した取材を通じて、注目選挙区の動向を的確に把握し、当日は全局体制で臨むことで視聴者の信頼に応えた。竜巻の災害報道でも速報性で他社を圧倒した。また、地元の課題や群馬の魅力を継続的に取り上げた。	○八ツ場ダムの問題など、民主党政権発足が、自民王国と言われた群馬県に及ぼす影響等を継続取材し丁寧伝えていく。公開イベント等を 11 月に集中的に実施し、視聴者との絆をさらに強化する。
【水戸局】 ○同日選挙になった衆議院選挙と茨城県知事選について、公示・告示から開票まで丁寧にミスなく報道した。「金曜茨城スペシャル」で、水戸空襲を語り継ぐ取り組みのドキュメンタリーと、J C O 臨界事故から 10 年を検証する番組を放送した。地デジ開局 5 周年関連事業として「ラジオ体操」や「天地人展」を実施した。第 1 回の北関東 3 局会議を開催し、3 局の連携、協力を深めて行くことを確認した。	○「金曜茨城スペシャル」は、NHK ならではの番組と評価も高く、それぞれ全国放送やブロック放送に展開することができた。「ラジオ体操」や「天地人展」は盛況で、5 周年の P R と地デジ普及を訴えるよい機会になった。	○同日選となったため、知事選挙関連の報道が十分にできなかった。選挙前からの企画ニュースの報道などを検討したい。北関東 3 局の協力については、J 2 の「北関東ダービー」以外にも拡大していく。
【千葉局】 ○千葉市花見川区の団地で女性が殺害され次女が連れ去られた事件で、容疑者の男が 7 月 23 日に逃亡先の沖縄県那覇市で警察に身柄を拘束される瞬間をスクープ映像として撮影し、特ダネとして報道した（報道局長賞）。また、千葉県庁で平成 19 年度までの 5 年間におよそ 30 億円の不正経理が行われていたことを 9 月 7 日に特ダネとして報道した（編集主幹賞）。	○連れ去り事件のスクープ映像は NHK 携帯サイトのアクセスが急増。県庁不正経理の特ダネは新聞や民放が大きく後追いした他、千葉局に「徹底的に取材し報道して欲しい」との視聴者の声が届く等、NHK 報道の声価を高めた。	○NHK の信頼度を支える大きな柱の一つである「NHK ニュース」をより利用しやすくするため、また接触者率の向上にもつながることを期待して 10 月 1 日から千葉局の H P で「千葉動画ニュース」の配信サービスを開始する。
【宇都宮局】 ○総合テレビ「生中継ふるさと一番」(7/1、2)やラジオ第一「ここはふるさと旅するラジオ」(7/13～16)など全国に向け県内の話題を発信。サッカー J 2 の栃木 S C と水戸ホーリーホックスとの試合を北関東ダービーとして水戸局との共同制作で FM 中継を実施した。「みんなの体操」(小山市 8/6)の実施を機会に営業対策を実施し、ホテルと総数、衛星で 30 件の取次成果をあげた。イベントや放送後に積極的なふれあいミーティングを実施し、全国的に上位の回数となった。	○ふるさと一番では、生活食料部長賞を受賞し、視聴率も前 4 週を上回る 6.9% (7/1)、6.3% (7/2) となった。サッカー中継は初の試みで、女性キャスターもリポーターとして参加し、会場と一体化となった放送に寄与できた。	○引き続き栃木の話題を全国に発信すべく、積極的な提案に努めていく。また地元のプロスポーツ情報を地域の応援団として広がりある放送に取り組んでいく。年度内デジタル中継局 7 局の開局に向けて、関係各所と連携していく。
【さいたま局】 ○連続テレビ小説「つばさ」と連動した放送・イベントを県内で数多く開催するとともに、さいたま局公開ホームページの「つばさ ご当地サイト」では地元になんだ企画を展開した。埼玉大学での単位認定講座「公共メディアの現場から」を 8 月まで計 15 回開催した。公開ホームページで継続してきた動画ニュース配信が 10 月から南関東 3 局合同での取り組みに拡大される。	○埼玉県の視聴者に対して「つばさ」のご当地として効果的に P R を行い、さいたま局の存在感を高め、地域の活性化に貢献した。地元の大学生をはじめ若年層への働きかけにも注力した。	○「つばさ」に関連した全局的な取り組みをまとめ、今後の朝ドラ「ご当地」や C S 活動に継承していく。大学講座で把握した学生の意向を若年層の接触率などの課題解決に活かしていく。テレビ波を持たない局として、ホームページでの動画配信に注力していく。

東海・北陸		
主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【ブロック概況】 ○衆議院選挙では、域内各局とも全局体制で当確判定・開票速報にあたり、終始ミスなく的確な選挙報道を実施した。また、8月11日の静岡県中西部地震では、発生直後から静岡局を中心に、名古屋局はじめ域内で応援体制を組み、建物や交通機関の被害状況等必要な情報を迅速かつ冷静沈着に伝えた。 ○完全デジタル化まで2年を切り、デジタル中継局建設やNHK共聴施設の改修を計画に即し実施している。</p>	<p>○視聴者の関心が高く、また僅差の選挙区でいち早く当確を打つことができたため、高い視聴率を記録した。 ○中継局・NHK共聴の改修を進めるとともに、自主共聴や情報弱者への地デジ普及促進を図っていく必要がある。</p>	<p>○日常の地道な訓練や研修が大きな成果を生むとの認識にたち、人間系での教育訓練に息長く取り組んでいく。 ○完全デジタル化に向け、さまざまな手法による「2011年対策」を各局とも組織横断的に推進していく。</p>
<p>【名古屋局】 ○伊勢湾台風から50年を機に、さまざまな角度から防災情報を分厚く伝えた。具体的には、視聴者から手記を募集し、夕方6時台「ほっとイブニング」のシリーズ企画やお便りコーナーで紹介するとともに、巨大台風への備えを考える特集番組「超巨大台風はどう備えるか」を放送したほか、在名ラジオ局5局と共同での防災キャンペーン、関連の1分ミニ番組の放送、「防災バラエティークイズ」公開録音、「伊勢湾台風50年のつどい」のイベントなども実施した。データ放送では、国交省の河川水位・雨量情報のリアルタイム表示を開始した。</p>	<p>○巨大台風による高潮被害が心配されていることもあり視聴者の関心は高く、イベントの来場者も全体で8,200人におよんだ。全体として地域に密着したテーマを全局的にタイムリーに取り上げることができた。</p>	<p>○今後も防災意識の向上を図るニュース・番組を放送し、イベントも実施していく。 ○自治体側の体制が整えば「避難勧告」「避難指示」等を発令後数分以内にデータ放送で提供する準備も進めている。</p>
<p>【金沢局】 ○衆議院選挙開票速報では、激戦区となった石川2区で、民放4局に先駆けて当確を打つことができた。 ○七尾市からの「ふるさと一番」では、俳優仲代達矢さん等と七尾市民が一体となり作り上げる「マクベス」の舞台裏を徹底紹介し公演直前の様子をいきいきと伝えた。 ○アナログ放送終了リハーサル（7/24、珠洲市）を、関係機関と連携し円滑かつ適切に実施した。</p>	<p>○各種データの的確な分析が報道局長賞へと繋がった。 ○放送後全国から問い合わせが殺到し、市役所の窓口が急遽増設される等大きな反響があった。全国発信の力を十分に発揮できた。 ○大きな混乱もなく成功裏に終了した。</p>	<p>○来年2月に予定される知事選挙も万全の態勢で臨む。 ○12月にブロック放送で「マクベス」公演のドキュメントを予定。 ○第2回アナログ放送終了リハーサルへの具体的な準備を進めるほか、地デジ普及のため、民放局と共同でスポットを制作する等、県内のデジタル移行を推進する。</p>
<p>【静岡局】 ○震度6弱を観測した8月11日の地震では、発生直後から連日、中継を交えながら総力をあげて取材にあたった。また9月6日には、特番「大丈夫ですか？地震への備え」を放送した。 ○衆議院選挙の前哨戦として全国の注目を集めた7月5日の県知事選挙開票特番を放送し、7月12日に「新知事に聞く」を放送した。</p>	<p>○迅速に全面展開し市民生活への影響を放送し続けた。視聴率は朝19%、夕13%と高く、地元局としての力を示した。 ○衆議院選挙を含め、歴史的転換点となる選挙に全局体制で的確に対応し、静岡局の存在感を示したと考えている。</p>	<p>○10月1日に静岡局全局で訓練を実施し、さらに課題を洗い出し、検証することで東海地震への備えに生かしていく。 ○10月には参議院補欠選挙が行われる。政権交代後初の国政選挙であり、万全の準備をして放送に取り組んでいく。</p>
<p>【福井局】 ○「クローズアップ現代」（7月）や、「あしたをつかめ平成若者仕事図鑑」（7月）、チアダンスに取り組む女子高生たちの様子を描いた「にっぽん紀行」（9月）を放送するなど、福井の話題を積極的に全国発信した。 ○テレビ放送開始50年記念の会館公開「NHK福井 みんなの文化祭」を実施し、テレビやFMで公開生特番を展開するなど、2,400人に及ぶ視聴者の方々と、交流を深めることができた。</p>	<p>○「若い人が取り組む姿に勇気付けられた」といった好意的な意見が多数寄せられた。 ○会館公開では、地元の人が多く出演しており親しみが持てたといった意見のほか、FM特番には、HPを通じて若い世代からの意見も寄せられた。</p>	<p>○教育テレビの番組「カラフル」（11月）のほか「トップランナー」を12月にも予定するなど、今後も全国発信に取り組んでいく。 ○11月には、親子向け朗読イベントを実施するなど、地域との連携強化につとめる。</p>
<p>【富山局】 ○「ひとりじゃないキャンペーン」は、「地域発！ぐるっと日本」（7月19日90分）で、キャンペーンの意義、広がり全国に向け伝えた。地デジPRでは、7月より県内の民放・CATVと協力し、地デジPRの統一スポットを制作し放送を開始した。地元出身タレントを起用・富山の方言での語りかけなど、視聴者の興味を引く演出で放送している。</p>	<p>○「ひとりじゃない」は2年目を迎えさらに発展させるかたちで管中番組、全国放送への積極的な展開を図っている。各放送事業者で統一の「地デジPRスポット」について、民放だけでなくCATVも巻き込んだ意義は大きい。</p>	<p>○「ひとりじゃない」は、この取り組みがどれだけ浸透しているかチェックしていくことが必要であり、今後アンケート調査などを実施していく。地デジ移行については、農村地区・山間地域の周知広報が課題である。</p>
<p>【津局】 ○「ふるさとにQ」は7月に亀山市、9月は尾鷲市で実施。専任リポーターによる地域に伝わる伝統芸能に挑戦するコーナーや記者が取材を通して地域のナゾの解明を試みるレポートなどを伝えた。 ○引き続き該当地域のスポーツや文化クラブのメンバーが地元の魅力を語る1分スポット（営業、企画事業総務がロケを担当）を放送した。</p>	<p>○9月に上げた尾鷲市では、8月に開設されたばかりの尾鷲報道室の記者がスタジオに生出演し、報道室の存在をアピールする場にもなった。 ○スポット制作を通じ、自治体との関係構築や地元の情報収集によるお客様との回路づくりに役立っている。</p>	<p>○次期では、当該地域からの中継を実施したい。 ○スポット制作を営業面での具体的成果に繋げていくことが課題である。 ○3-Screensの展開による新たな地域サービスの開発のため、IT関連技術の向上を図る。</p>
<p>【岐阜局】 ○7～9月の子育て支援の取り組みを視聴者に直接評価してもらった。親子で参加するイベント「パパサウルス」で満足度アンケートを実施したほか、「絵本ライブ」では参加者とふれあいミーティングを行い、直接意見を聞いた。またローカル特番「妊娠の喜びを守りたい～長良医療センター～」の放送時には、県内のNHK+ID会員4,733人にメールを配信して番組の満足度を聞き、極めて高い評価を得ることができた。</p>	<p>○視聴者・外部の評価をきちんと聞いてPDCAを回す仕組みづくりに取り組んでいる。全国で初めてNHK+ID会員を対象として地域番組の評価を聞くなど先進的な取り組みにも挑戦しており、今後も様々な分野での活用が期待される。</p>	<p>○子育て支援の取り組みを伝えるメイン番組「た～んとみのひだ」が選挙等の業務もあり今期は1回放送でただけだった。より簡易なシステムで放送できる体制を検討するほか、スポット活用による効果的な活動展開も検討する。</p>

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【ブロック概況】 ○今夏は、例年の高校野球中継に加え、衆議院選挙の政見放送・開票速報が加わり、大雨災害も重なって、業務が集中した。その一方で、2010年に予定される「阪神淡路大震災15年」「平城遷都1300年」「大阪局開局85周年」などの放送・イベント準備や、ホームページの開設などを進めている。また関西においても、完全地上デジタル化が最大の課題であるとの共通認識に立ち、取り組みを急いでいる。</p>	<p>○デジタル推進は、営業にも直接深くかかわってくる問題であり、あらゆる機会をとらえて、本部に各種の提案を行うとともに、地域でできる施策については、迅速を第一に全局を挙げて実行に移している。</p>	<p>○地上デジタルへの完全転換により、関西の放送体系はブロック放送中心から、府域・県域放送中心へと大きく性格を変える。今後の地域番組改定・地域の放送局の体制整備においても、この点を最重視して臨みたい。</p>
<p>【大阪局】 ○「阪神淡路大震災15年」の取り組みの一環として、大阪局と神戸局が共同で、震災被害者やボランティアの方々を支援していくホームページ「リエゾン被災人(ひさいと)」を開設した。 ○「あほやねん！すきやねん！」では、関西テレビ「よーい！ドン」とのコラボ放送を実現した。</p> <p>○8月の兵庫県佐用町の豪雨災害では、夜明けとともに大阪空港から飛び立ったヘリコプターによる被災地の一報映像が他社を圧倒した。またデスクと記者、カメラマンとともに直ちに被災地に前線本部機能をもつ災害対策支援車を派遣し、水浸しになった被災地で取材指揮と安全管理の中心を担った。</p>	<p>○インターネットの特性を生かし、一過性で終わることのない継続した取り組みとして実施している。 ○「あほやねん！すきやねん！」の生放送中に関西テレビの取材クルーを紹介、「よーい！どん」(視聴率11.0%)では、大阪局がたっぷり紹介された。 ○24時間緊張感をもって緊急報道に備える努力によって悪天候の中安全を確保しつつ飛行する的確なタイミングをとることができ、一報映像のスクープにつながった。</p>	<p>○被災者などに役立つ情報を掲載、放送と連動した展開も積極的に図っていく。また全国の被災人との連携を進める。 ○今後も地域民放との協力を進め、ウィンウィンの成果を模索する。</p> <p>○今回の災害を通じて、被災地での取材者とロジ担当者との意思疎通の課題や、災害対策支援車の改善点なども浮き彫りになった。順次取り組みを進めていく。</p>
<p>【京都局】 ○全国放送番組としては、「趣味悠々・茶の湯4本シリーズ」、夏期特集「千年の神事・京都葵祭」、「兵士たちの戦争・インパール作戦・京都陸軍第15師団」、「ラジオ深夜便・戦争インタビュー・中国残留婦人」、などを、また公開番組では、「上方演芸会」、「ふるさと自慢うた自慢」、「歌の散歩道」を収録、放送した。 ○支援センターと連携して京都駅ビルなどの大規模な受信障害対策共聴への対応に取り組んだ。</p>	<p>○京都局も参加の「ラジオ深夜便 戦争インタビューシリーズ」は全体で編成局長特賞を受賞した。 ○京都駅ビルの障害対策共聴では、住民説明会に向けたチラシ作成が始まり、ケーブル局と一致協力して地デジ整備を推進することを確認した。</p>	<p>○高品質な番組制作や安定した放送サービスを提供できるよう、研修などの機会を一層活用して人材の育成を図る。 ○支援センターと連携し、引き続き都市受信対策共聴や集合住宅共聴への対応を迅速に進めていく。</p>
<p>【神戸局】 ○台風9号の接近に伴い、8月9日夜兵庫県西部が記録的大雨に襲われ、死者20人、行方不明者2人などの大きな被害を受けた。これに対応するため、9日深夜から取材クルーを佐用町に送り込み、連日、災害報道にあたり、一部の記者は8月末まで現地にとどまった。9日から11日までの出稿本数は190本。夕方6時台の「ニュースKOBEO発」では、震災の教訓を活かした水害ボランティア等、8月6本、9月3本の企画を発信した。また、台風9号による災害に対して、宍粟市の避難所3箇所にテレビを設置した。(8/12～9/2) ○9月28日～10月1日までの3日間、県西部の姫路、赤穂、相生の3市を会場に、「ニュースKOBEO発」の中で連日30分程度を、現地の仮設スタジオから放送した。</p>	<p>○翌朝からの立ち上がりの早い中継対応など、高い評価が寄せられた。またボランティアを取り上げた企画は、震災報道の切り口に新しいヒントをもたらすものともなった。 ○キャラバンは5月の予定が新型インフルエンザで延期になり、改めて実施。地域の話題を幅広く紹介するとともに、カメラ体験など直接視聴者と触れ合う機会を設けて、「NHKが身近になった」と評価する声を多くいただいた。</p>	<p>○台風9号に伴う大雨被害については、復旧への取り組みを引き続き取材するとともに、地域を応援する放送展開を考える。 ○キャラバンの放送結果、CS活動結果等を十分検証のうえ、次回以降にどう生かすか検討する。</p>
<p>【和歌山局】 ○世界遺産登録5周年の「熊野古道」の魅力を発信する取り組みとして、7月24日にかんさい特集「世界遺産・熊野古道をあるきませんか？」を放送した。番組の中で旅人役の女優・三倉茉莉さん、佳奈さんが撮影した作品による写真展を8月に和歌山局1階のギャラリーで開催した。 ○FM番組「わかやまパワーステーションⅡ」は、災害時の連携を目指して、9月開局の「FM田辺」とのコラボ放送を開始。これで和歌山・湯浅と合わせて3局とのコラボ体制が整った。</p> <p>○新宮、串本基幹放送所が9月1日から本放送を開始した。これで地上デジタルネットワークの県内基幹設備が完成した。</p>	<p>○熊野古道を文化や環境、観光など多面的な切り口で取り上げ、地域再生や和歌山再発見につなげている。写真展には全国から訪問者があり、京都局と大津局でも開催した。 ○コミュニティーFMとの連携を深めることで、災害時にきめ細かな生活情報を相互に県民に提供できる枠組みを醸成している。 ○今年度末までにあと13局のミニサテの置局を予定している。綿密なスケジュール管理により、安定送出・電波確保を行いながら確実に遂行していく。</p>	<p>○今年度から夕方6時台のニュース番組の中で「新時代熊野古道」のコーナーを新設。年間を通して熊野の魅力を発信していく。 ○来年は県域FM開局40周年でもあり、県内のコミュニティーFMを集めるなど記念イベントを検討している。</p> <p>○和歌山県は山間部が多いため、ロードマップどおり整備を進めてもカバー率は全国ワースト3位に留まるという課題があるが、きめ細かく精力的に改善に取り組んでいく。</p>
<p>【奈良局】 ○9月23日に、「なんと楽しみ！平城遷都1300年」、「ドラマ万葉ラブストーリー 春」、「やまとの国宝」の3本を全国放送し、地域放送局としては例のない「奈良アワー」編成を実施できた。</p> <p>○「近畿まほろば総体」では放送日程・注目競技を伝えるデータ放送、中継放送の動画展開などを推進した。</p> <p>○全局体制を敷いた選挙報道において、前回より11分多い1時間8分の奈良県単編成を行い、県内4選挙区いずれも民放より早い当確を打った。</p>	<p>○「なんと楽しみ！平城遷都1300年」の視聴率は、関西3.9%・関東3.5%。「やまとの国宝」はブロック放送のみならず全国放送や動画提供など多角的に使っていきたい。 ○動画展開では、アクセス数が1日平均2.6万ページビュー(通常10倍以上)、1日最高で3.8万ページビューと、反響の大きさ・手応えを感じることができた。デジタルサービス担当管理職全国会議でも、先進成功事例として報告された。 ○選挙報道では迅速・正確な報道で他社を圧倒した。</p>	<p>○10月以後「歴史秘話 ヒストリア」「唐招提寺 谷村新司コンサート」など多面的に奈良の魅力を全国発信し、「ゆく年、くる年」の準備をすすめる。 ○今後とも、8月に局内に発足させた「3-Screens 展開検討部会」が中心となって、「平城遷都1300年祭」に向け、動画提供や双方向番組も含め、部を越えて施策を検討していきたい。 ○来年の参議院選挙に備えた、新たな選挙事務局体制で、取材人脈の再構築に励んでいる。</p>
<p>【大津局】 ○営業部一丸となって職員業務の改革に向けた討議と試行を続け、上半期末の、年間諸目標の進捗状況では、衛星68%、契約総数113%など、すべてにおいて全国20位以内を確保した。 ○地域住民や自治体、企業などで構成する「紫の道の会」に参加し、近隣の公園の整備やミニフォーラムの開催などに協力した。</p>	<p>○職員による改革ミーティングを7回実施するとともに、事業所や民事対応は効果的な手法により大きな成果が得られた。 ○大津商工会議所や地域の自治会、近隣企業などと連携をとることにより、NHK大津の存在感を高めた。</p>	<p>○年間諸目標の完全達成を果たすとともに、世帯増加目標200%超えを最大の目標とする。また、地域スタッフの稼働量と支払再開の解決総量の大幅改善を図っていく。 ○秋に予定されている「源氏の庭」づくりや湖上シンポジウムにも、引き続き参加していく。</p>

中国		
主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【ブロック概況】 ○山口・岡山・広島を襲った大雨災害では、手厚い報道と公開HP・携帯・データ放送等さまざまなツールを駆使してきめ細かな生活情報の提供を行い、非常災害時におけるNHKの存在感を大いに高めることができた。また、広島局は核・平和関連番組に精力的に取り組み、局内外から高い評価を受けた。さらに、衆議院選挙の開票における迅速で正確な報道、地域の課題やテーマに基づいた多彩な番組作り、3-Screensを意識した新たな試みの実施など、多様な業務展開となった。</p>	<p>○災害、選挙、地域再生、3-Screensなどの課題やテーマに各局が総力を上げて取り組み、視聴者からの期待に応えることができた。視聴者からの声も総じて好評であった。これを伸び悩む営業業績の挽回に繋げていくことが必要である。</p>	<p>○引き続き、各局が地域の課題を深く掘り下げる番組作りに継続して取り組むとともに、3-Screensの積極的な展開を図ることなどにより、接触率率の向上に繋げる。また支払率の向上に向けて、法人委託の開発・育成など営業諸施策の一層の充実を図っていく。</p>
<p>【広島局】 ○編成局・長崎局と連携し、8月6日から9日までを「核問題を考える4日間」として多彩な特集を編成した。入念な海外取材によるNHKスペシャル「核は大地に刻まれていた～”死の灰”消えぬ脅威～」や、広島・長崎・カザフスタン・ワシントンの中継で結んだ「ノーモア・ヒバクシャ～核兵器のない世界をめざして～」など、意欲的に核・平和番組を放送した。また、これに合わせて「核・平和」を考えるウェブサイトを開発し、英語ページも開設し、世界の56の国と地域から多数のアクセスを記録した。</p>	<p>○一連の特集番組には多数の好評意見が寄せられたほか、「核は大地に刻まれていた」がギャラクシー月間賞を受賞するなど、外部からの評価も高い。ウェブサイトには、日本と世界の56カ国から68,000を超えるアクセスと、10～30代を中心に1,000件超の意見が寄せられた。</p>	<p>○来年は被爆65年、核拡散防止条約再検討会議の開催など、節目の年となるため、部局横断プロジェクトで核・平和関連番組を継続的に検討する。また関係部局と連携し、広島・長崎局個別制作の関連サイトを整理・統合。「平和アーカイブス」との統合も視野に、「核・平和ポータルサイト」へと発展させる。</p>
<p>【岡山局】 ○7、8月に美作市を相次いで襲った竜巻・豪雨災害では、現地からCS中継車による中継を実施するとともに、土砂災害警戒情報・避難勧告をデータ放送でも伝え、営業・技術職員による被災地のお見舞い活動を実施した。また、衆議院選挙、ならびに政令指定都市移行後初の岡山市長選挙(9/13)では、入念な事前取材により情勢把握に努め、迅速で正確な選挙報道を行い、県民の期待に応えた。</p>	<p>○7～9月は美作市での竜巻・豪雨災害に続き、衆議院選挙、岡山市長選と相次ぐことになったが、局を挙げて災害・選挙に取り組み、県民に迅速・的確で信頼と安心を与える放送を確実に届け、公共放送NHKの声価を高めた。</p>	<p>○視聴者に対して迅速・正確に災害情報を提供することが出来るよう、データ放送の防災情報を充実させていく。また、今回の一連の選挙報道を通じて得られた課題等を各部で共有し、来年の参議院選挙に向けた準備を進める。</p>
<p>【松江局】 ○防災のため、ワンセグデータ放送に雨雲レーダー画面を新たに追加したほか、高校野球県大会のテレビ中継で、松江局では初の試みとして、パソコン・携帯などによる視聴者からの応援メッセージ募集と番組内での紹介を行うなど、3-Screens展開を図った。また営業面では「午前JGタイム」など、スタッフ全員で取次数をアップさせる活動を展開し、前年度を上回る実績を確保した。</p>	<p>○応援メッセージはPC・携帯からの投稿が8割近くに及び、視聴者との繋がりの方を再確認するとともに、今後3-Screens展開を充実させていく上での良い材料となった。取次数は7～8月前年度比で総数が5%、衛星で29%アップした。</p>	<p>○視聴者からの反応も踏まえ、今後の3-Screens展開の検討と携帯コンテンツのさらなる充実を図る。営業では「訪問対策票」の発行時期変更に合わせて、地域スタッフの新たな活動パターンの定着を図る。</p>
<p>【鳥取局】 ○県民の関心が高い「日韓ロ国際定期貨客船新航路就航」の話題を、夕方6時台「いちおしNEWSとっとり」(7/6～10)内でシリーズ企画5本、「ふるさと発」(7/10 総合・19:30～19:55、鳥取発山陰ブロック)と手厚く放送し、新航路に対する県民の期待と課題を伝えた。またNHK全国学校音楽コンクール鳥取大会(8/5)では、参加校の生徒たちを紹介する動画や画像を鳥取局の公開HPに掲載するという新たな試みにも挑戦した。</p>	<p>○「ふるさと発」の視聴率は13.1%を記録し、視聴者からも「課題も整理され充実した内容だった」等、多くの反響が寄せられた。音コンについてはチャレンジングな取り組みだったが、HP掲載期間が短くページビューは伸び悩んだ。</p>	<p>○今後鳥取県と韓国との交流が県の経済活性化に繋がっていくのか、11月には韓国にキャラバンを出し、さらに掘り下げて伝えていく。音コンは参加校紹介の動画・画像募集とHP立ち上げを来年度は早期に行い、積極的にPRを図っていく。</p>
<p>【山口局】 ○防府市を中心に死者17人の被害となった「7.21大雨災害」では、長時間に及ぶ災害報道を実施した。特に緊急特番「山口土砂災害」は被害拡大の要因と今後の課題に迫り、視聴者の高い関心をよんだ。また公開HP・携帯サイトからも被災者向けの生活情報を発信し続けた。さらに、発災翌日から被災地の避難所を回り、お見舞い活動を実施するなど全局体制で取り組み、緊急災害時におけるNHKの信頼を高めた。</p>	<p>○特番の視聴率が11.8%（「クローズアップ現代」では13.6%）を記録するなど、視聴者から災害報道を評価する多くの声が寄せられた。また公開HPが33,639ページビュー、携帯サイトが21,588ページビュー（ともに10日間）を記録し、生活情報の提供に関心が集まった。</p>	<p>○今後も災害等の際に速やかに全局体制に移行できるよう、動員体制やHP・携帯サイト対応体制の確立、地震を想定した緊急報道訓練の実施など、必要な対策を洗い出し、早急に対応していく。</p>

四国		
主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【ブロック概況】 ○衆議院選挙では、政権交代への大きな流れの中で保守王国である四国の情勢を冷静に分析し、正確で迅速な選挙報道を実施できた。「ドラマチック！四国」キャンペーンは各局の素材を活用し、11種類の5分ミニ番組と3種類のスポットを制作し、9月26日から集中的に編成、各ドラマの魅力から地域の名物、4放送局の取り組みまでがわかるように工夫した。</p>	<p>○衆議院選挙は判断が非常に困難な選挙区が複数あったが、当確ミスなしに乗り切れた。 ○「ドラマチック！四国」は四国4局の取り組みを紹介することにより、「放送局の力」を発揮することができている。</p>	<p>○来年の参議院選挙に向けてノウハウを蓄積し、今後とも続く予測困難な状況に的確に対処していく ○PRしてきたドラマがいよいよ放送されるので、さらに多彩で分厚いPRを展開しNHKの存在感を高めていく。</p>
<p>【松山局】 ○双方向番組「四国選択会議」では認知症のドライバーの免許証取り消し制度開始を受けて、その是非を視聴者に問うた。4月の第1回の2倍の5,000件を超える回答が寄せられ、モニター報告も好評だった。 ○地域密着型番組の「伊予路てくてく」（平均視聴率12.6%）、新企画「四国謎解き行脚」（同12.2%）が好評であり、放送局の存在感を高めている。</p>	<p>○前回の経験から視聴者への設問や受付時間を調整、視聴者の番組に対する理解も進み回答数が倍増した。 ○「伊予路…」では地元限定のチラシ配布を実施、「行脚」は地域に伝わる伝承などを科学的に解明するのが好評。</p>	<p>○視聴率は5.8%。今後視聴者への質問や回答の活かし方を工夫して、視聴率を高める努力をする。 ○特に「伊予路…」は営業との連携を強化し、地域の選定など公平負担施策に寄与するよう工夫する。</p>
<p>【高知局】 ○全局体制の「龍馬プロジェクト」の成果として8月から若手映像作家3人による斬新なスポット、「発信 龍馬伝」を制作、随時放送しており、好評を得ている。 ○「高知まるごと情報市」で取り上げた龍馬とお龍との新婚旅行の新資料が発見されたニュースはスクープとして全国放送でも取り上げられた。</p>	<p>○「発信 龍馬伝」スポットは新しい感性と躍動感に溢れるもので、今後も番組PRなどに活用していく。 ○「高知まるごと…」は地元民放や地元紙が追いかけられないドラマ撮影秘話が多く、県民の注目を集めている。</p>	<p>○11月8日の「おーい、ニッポン」は“こじゃんと見せましょ 龍馬の土佐”をテーマに大河ドラマを盛り上げる。 ○12月からアニメ「お〜い！竜馬」を夕方の時間帯に放送、若い世代の取り込みも図る。</p>
<p>【徳島局】 ○「ウェルかめ！徳島」企画で、「なみちゃんを探せ！」と「ウェルかめッセージ」は11本、「ウェルかめ通信」は5本放送、本編徳島ロケのメイキング、ドラマ紹介ローカル73分特番など手厚く情報発信した。 ○徳島最大のイベント「阿波おどり」の関連特番を集中的に制作した。新企画「熱中！阿波おどり2009」を中心にローカルで11本。全国放送でも発信し、BS特集には「ウェルかめ」のヒロイン役・倉科カナさん他も出演した。</p>	<p>○3企画とも大変好評。地域の人に参加してもらうことに力を入れており接触者率向上に有効である。 ○阿波おどりに参加した地元の方が多数出演しているため接触者率向上に貢献、再放送希望も多かった。</p>	<p>○3企画は「ウェルかめ」放送中も継続し質向上を図っていく。特に「なみちゃん…」は特番化を検討している。 ○22年2月頃にBS新日本風土記として阿波おどりを放送予定。22年度も充実した阿波おどり特番を制作予定。</p>
<p>【高松局】 ○視聴者層拡大を目指し、若い世代をターゲットにした「青春ドラマチックホーガコッ！！」を4本集中編成するとともに、公開HPや携帯サイトでも積極的な発信、投稿募集を展開した。 ○地域ニュースでは県内の水不足問題や経済不況の影響などについてきめ細かく伝えた。「四国羅針盤」で新型インフルエンザのワクチン開発について現状を掘り下げて伝えた。</p>	<p>○「ホーガコッ！！」では積極的な3-Screens展開でメール会員が100人超、HPアクセス数も約3万件伸びた。 ○不況関連の取材は「地域発！ぐるっと日本」で、新型インフルエンザは「クローズアップ現代」や「おはよう日本で全国放送された。</p>	<p>○災害時の有効な情報伝達手段として注目されるTVCM Lを活用して災害時の各種情報を3-Screens展開するシステムを構築するなど新たなコンテンツ充実を図る。 ○県内の抱える問題は課題をわかりやすく記者解説やリポートで伝える「検証かがわ」を充実させる。</p>

九州		
主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【ブロック概況】 ○衆議院選挙では、九州には当落のかかった大物議員や与野党激戦となった注目の選挙区も多く、福岡局を中心に各局とも入念な準備に取り組み正確迅速な選挙報道で他社を圧倒した。また7月の豪雨災害や桜島など緊急報道に的確に取り組み視聴者の信頼に応えた。視聴率もニュース番組等で前年度に比べて上昇。8月には戦争と平和を考える番組や地域の課題に向き合う番組など各局でNHKならではの取り組みを行った。</p>	<p>○災害報道をはじめ政権交代による生活への影響を丁寧に伝えるなどNHKならではの放送で視聴者の高い支持を得ている。また各局ともイベントやHP等多彩な取り組みにより参加者やアクセスが増加し接触者率向上に寄与した。</p>	<p>○九州沖縄地域の魅力を全国に印象付けるために一体となって発信する取り組みなどを模索していく。 ○2目標達成に向けた具体的な取り組みを各局で着実に進めるとともに来年度を見据えて早期に今後の計画を立てる。</p>
<p>【福岡局】 ○追放飲酒運転に取り組みきっかけとなった事故から3年となる8月にはキャンペーンスポットやニュースのシリーズ企画、特番などを集中的に編成して飲酒運転追放に向けた取り組みを強化した。 ○衆議院選挙では拠点局として域内局をまとめながら多彩な選挙報道と正確・迅速に開票状況を速報した。 ○7月24日の九州北部豪雨では大雨情報や被害状況を迅速丁寧に伝えるとともに「災害ホームページ」をいち早く立ち上げ3日間にわたって詳細な情報を伝えた。またクローズアップ現代で豪雨災害を検証した。</p>	<p>○番組やニュースのほかキャンペーンスポットを放送するなど多彩な取り組みで啓発を進めることができた。 ○特設ニュースは21.3%と高視聴率。ホームページは3日間で10万6千ページビューと視聴者の信頼に応えられた。 ○「なっとく福岡」の前半期視聴率は前年度比0.8ポイント上昇。</p>	<p>○ニュースや番組などで継続して取り組むことによりドライバーの啓発を進める。 ○「いざという時にはNHK」という信頼に応えるために今後も正確迅速な災害報道や災害に備えるための防災報道にも力を入れていく。</p>
<p>【北九州局】 ○地域番組から展開して、「クローズアップ現代～30代の孤独死～」、「ハイビジョンふるさと発～空襲の傷を語る市民たち～」を全国放送した。また昼前の情報番組が山口局でも放送され、関門エリアの視聴者の関心に応えた。 ○会館で開いている「サンデーコンサート」が9月末に300回を迎え、地域番組での放送を予定している。</p>	<p>○高齢化や雇用不安が進む地域社会で、孤独死や戦争証言など、関心の高いテーマを継続取材し、成果を上げた。 ○子供からお年寄りまで幅広い地元出演者、観衆で定着している。撮影も地元アマチュアカメラマンに依頼している。</p>	<p>○今後も地元が抱える課題を丹念に拾い上げ、全国放送へ展開したい。また、山口局との協力も推進したい。 ○局内でのコンサートから、10月には地域の小学校で出前コンサートを開催する。CS活動の成果も上げていきたい。</p>
<p>【熊本局】 ○「くまもと大好き！」シリーズの増強、「熊本発ラジオ深夜便」、「本日旗揚げ！玄海一座」の放送などにより地域の応援と熊本の魅力の全国発信に取り組み、「放送局のちから」の一層の浸透を図っている。 ○水俣病問題、川辺川ダム問題など地元の長年の課題について重点的に取材し全国にも発信している。 ○「アナログ放送終了2年前イベント」ほかデジサポと連携して地デジPRに意欲的に取り組んでいる。</p>	<p>○「くまもと大好き！」は番組の認知度向上を図るための編成上の工夫を実施した。 ○夕方6時台の「クマロク！」の平均視聴率は前年度比で1.8ポイント上昇。 ○イベントの効果を高めるため今後は場所選定に要工夫。</p>	<p>○「本日旗揚げ！玄海一座」は新しい視聴者参加型番組として可能性を実感した。年度後半に2回目を実施したい。 ○今後も水俣病救済ほか地域の課題に重点的に取り組む。 ○熊本局独自の地デジPRスポット第2弾を準備中。</p>
<p>【長崎局】 ○8月、64回目の長崎原爆の日、衆議院選挙報道で信頼にこたえた。前者では式典中継、広島局と取り組んだ「ノーモア・ヒバクシャ」等に、後者では民主新人女性候補が注目された長崎2区の報道に力を入れた。 ○ドラマを通し地域活性化をはかる“龍馬伝”プロジェクトでは、県内視聴率や営業業績など、各セクションの数値目標を設定した。ホームページのコーナー立ち上げ、ポスターの活用などが具体的に動き出した。</p>	<p>○式典中継などは日曜の日中にもかかわらず2けたの視聴率を獲得した。NHKの当確判断に対する評価は高かった。 ○目標設定で組織の一体感が強まった。ポスターの効果は、ホームページアクセス、会館見学者数などに大きく現れた。</p>	<p>○オバマ米大統領発言や来年5月の核拡散防止条約の再検討会議の動向に注目しつつ、継続して被爆地の思いを発信する。 ○目標達成に向けた具体施策を工程表のおとしこんでいく作業をしており、行動計画を年内に作りあげる。</p>
<p>【鹿児島局】 ○選挙取材・放送、今世紀最長と言われたトカラ列島からの皆既日食の中継、高校野球、いずれの放送も視聴者の期待に応える質の高い放送を出すことが出来た。特に衆議院選挙での当確判定は民放に比べて概ね迅速であった。桜島の火山活動が更に活発になり、7月に噴火警戒レベルが上がったため、速報で伝えた。 ○支払い督促を機会に、受信料の公平負担についてのNHKの考えを会見を通して視聴者に説明した。</p>	<p>○選挙ではスタッフも含めた全局体制がきちんと機能した。都議会選挙での経験の情報共有がなされた。毎日噴火している桜島の情報に関して視聴者の関心が極めて高く、NHKに情報量を増やして欲しいとの要望があった。 ○報道により、10件の支払いと3件の口座申込みがあった。</p>	<p>○期日前投票や出口調査の精度などを検証し、来年夏の参議院選挙の体制作りを進める。降灰に影響がある桜島の風向き情報を9月28日より、午前と午後にスーパーをする時間帯を設けた。更に情報の質内容を強化したい。 ○督促に対する異議申し立てに適切に対応する。</p>
<p>【宮崎局】 ○家族の絆が薄れる中、老い・死をテーマに終末ホスピスを1年間追った特番「最期の家」を全国放送した。 ○延岡市の「のど自慢」予選会の醍醐味を90分に凝縮した特番を、日曜総合テレビで放送した。会場では、時差再生や中継車の公開、千人によるジャンケン大会、営業PRなど各部連携で多彩なCS活動に努めた。 ○アナログ停波2年前を機に、地デジ移行の準備を促すスポットを地元民放2社と共同制作、集中放送した。</p>	<p>○テーマの今日性と取材の蓄積で番組は大きな反響呼ぶ。 ○予選会の番組化は「見るテレビから出るテレビへ」視聴者を誘い、参加感を強め地域貢献の強力なツールになる。 ○各局地デジ大使の共演で印象は強く、放送は70回超に。</p>	<p>○地域の課題に応える骨太な番組を果敢に全中展開する。 ○「のど自慢」をはじめ公開番組は集客力が大きく、自治体からも、この集客力をもっと活用したいとの声強い。 ○今後も宮崎局版の地デジPR・スポットを展開していく。</p>
<p>【大分局】 ○7月に地方の高速道路のルートがどのように決まっていくのかを追跡した九州沖縄インサイト「道路はこうして造られる」を放送。多数の県民が利用する東九州自動車道を例にルート決定の舞台裏を追った。 ○地域との絆を強める取り組みとして7月に大分県と連動してエコ活動のキャンドルナイトに参加し局内の消灯などを実践した。また大規模団地のお祭りでのど自慢大会を行い地元との交流と地デジ普及を図った。</p>	<p>○高速道路のルート決定の過程でどのような問題点があるのか、道路行政の内実を明らかにして大きな反響を呼んだ。 ○多くの職員が関わるキャンドルナイト活動や地域イベントへの積極参加で大分局の認知度を高めることが出来た。</p>	<p>○インフラ整備は地方にとって重要な課題のひとつ。政交代で道路行政に変化はあるのか今後も継続取材を行う。 ○キャンドルナイト活動は来年度も継続の方針。来期もテレビ50周年イベントなどを通じて地域との交流を深める。</p>
<p>【佐賀局】 ○夏の高校野球・佐賀大会の準決勝・決勝で、技術陣が開発した「双方向型番組連動応援メッセージ表示システム」を使用した。携帯やインターネットからのメッセージをホームページで募集し生放送で紹介した。 ○夏の高校野球・佐賀大会決勝は、球史に残る好試合で再放送要望が多数寄せられた。佐賀局では急遽ダイジェスト版を制作し8月4日に放送。高野連や学校関係者から感謝の声が寄せられた。</p>	<p>○高校野球ファンなどへの新しい放送サービスとして成果を上げた。また、若年層から多くのメッセージが寄せられるなど、接触率を高める取り組みとして期待できる。 ○視聴者の要望に応え地域局としての存在感を発揮した。</p>	<p>○J2サッカー中継などで活用し若年層をどうNHKへの接触者として誘導していくか積極的に検討していく。 ○今後とも視聴者の要望に応え地域の元気と底力を全国・地域に発信していく。</p>
<p>【沖縄局】 ○沖縄戦関連で「兵士たちの戦争 鉄血勤皇隊」「集団自決」戦後64年の告白「九州沖縄インサイド～ひめゆりを語り継ぐ」を8月4日一挙に全国放送。また沖縄民謡界の大御所たちのステージ「登川誠仁 伝説のライブ」を8月30日衛星ハイビジョンで放送するなど、沖縄独自の課題や魅力を全国に発信した。 ○沖縄方言を取り入れた独自の地デジ普及スポットを民放と共同制作、HPでも見られる3-Screensも展開。</p>	<p>○沖縄戦関連番組は視聴者からも高評価で、「集団自決」戦後64年の告白」がギャラクシー賞の6月の月間賞受賞。 ○沖縄の著名な喜劇俳優や人気タレントを起用した地デジ普及スポットは、民放を含めて注目度大。</p>	<p>○「琉球舞踊」が国の重要無形文化財に指定されたことを記念した10月12日の特選会を収録して放送する。 ○独自の地デジ普及スポットは、メイキング映像もあわせてイベントなどでも上映するなど多角的な活用をめざす。</p>

(5) 日本を、そしてアジアを、世界に伝えます

方針5

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【NHKワールドTV（外国人向け24時間英語放送）のコンテンツを強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 第2四半期（7～9月）の特筆すべきこととして、衆議院選挙開票特集を、国際放送として初めて完全な独自編成で行った。「NEWSLINE JAPAN DECIDES」と題してNHKワールドTVの毎正時ニュース「NEWSLINE」を拡大。のべ3時間50分にわたり、報道局・国際放送局共同で開発した英語版の議席獲得グラフ等を駆使して、開票速報と民主党新政権が今後の日本に及ぼす影響や分析を行った。この特集番組は海外映像通信社ならびに放送局にリアルタイムで配信された。 毎正時ニュースの「NEWSLINE」に対する海外総支局・地方局の参加が着実に増えた。7～9月の英語リポート出稿数は、夏の短縮編成期間を含んでいたにもかかわらず、のべ153本、週平均12本に達した。 日本から海外へのロービング取材もトルコ、韓国、中国、モンゴル、タイ、カンボジア、香港、マカオ、シンガポールと多くを数え、制作現場の活性化と発信力の強化につながった。 「NEWSLINE」は2月の24時間毎正時編成開始から半年余りが経過した。日本の放送局の中でも先進的なノンリニア・テープレース制作・送出システムを導入したが、この間、一度も放送事故となることなく、極めて安定的な運用が行われている。 「マンスリー・スペシャル」と題し、「京都」「ロシア」「環境」などのテーマで、週末に長尺の番組を編成した。8月には「平和関連番組」を集中編成、NHK平和アーカイブスの番組を放送したほか、広島・長崎の平和記念式典の中継を生中継した。さらに「No More Hibakusha（ノーモア・ヒバクシャ）」（広島局、長崎局制作）の英語版制作に特別の体制をとり、国内放送の翌々日に放送した。 	<ul style="list-style-type: none"> 衆議院選挙開票特集は、英語放送であるため、複数の海外映像通信社がそのまま海外メディアに配信するという画期的なものとなった。海外のTV局がNHKワールドTVのロゴ入りの映像を使うことでNHKの知名度向上にも資することとなった。 「NEWSLINE」への海外総支局の参加は、前期（4～6月）が122本、今期（7～9月）が143本と着実な伸びを示している。英語リポートの制作は、今では海外総支局の日常的な業務となり、特派員だけでなく、現地リサーチャーの参加も増加している。受信環境整備の進展に伴い、海外での視聴が容易・簡便になっていることが、取材側だけでなく取材を受ける側へのインセンティブにつながっている。 「平和番組特集」は大きな反響を得た。特にNHKワールドのホームページに新設したメールフォーマットを通じて、多くの感想や意見が寄せられた。 	<ul style="list-style-type: none"> 海外総支局の英語リポート制作は、従来の国内放送に、国際放送向けの対応が加わるため、総支局の限られたマンパワー、取材リソースに負担がかかる面も否定できない。関係部局との密接な連携の下、必要な設備・機材、経費面での支援をさらに行っていく必要がある。 着実な伸びがある海外総支局に比べて、国内・地方局の参加は前期17本に対し、今期10本と落ち込んでいる。リポートには放送品質を満たす英語力が欠かせないことから、一朝一夕の強化は困難であるが、制作支援に努め、全国レベルでの会議の呼びかけや局内広報誌の活用等、様々な機会をとらえて地道に参加を促していきたい。 新たに開局したドバイ支局に加え、香港やシンガポールなどの拠点整備も進んでおり、海外からのリポートの一層の広がり、質的な向上を図りたい。 日本の1週間をせき止めて伝える「JAPAN 7 DAYS」、日本とアジアの経済を俯瞰する「ASIA BIZ CAST」の2番組を、10月の後期番組改定で新たに始める。
<p>【(株)日本国際放送（JIB）独自番組の編成によるコンテンツ充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> (株)日本国際放送（JIB）の独自番組は、第2四半期も、毎週1番組（30分×6回放送）の編成であった。1月1本のビジネス情報番組「日経ジャパニリポート」のほか、中国麺紀行番組「Chinese Noodle Odyssey」などを放送した。 	<ul style="list-style-type: none"> JIBについては、後期から一枠増加（45分×6回放送）が予定されている。各地域の風土、産業などを紹介する、地方民放制作の番組となる予定で、地域情報を充実させるものと期待している。 	<ul style="list-style-type: none"> JIB独自番組については、経済情勢もあってスポンサー獲得が困難な状況が抜本的に解決されたわけではない。今後も協調してチャンネル認知度を高める等、出来る限りの支援を行いたい。
<p>【NHKワールドTV受信可能世帯の拡大、視聴可能世帯数の中間点検と検証】</p> <ul style="list-style-type: none"> 第2四半期の受信環境整備は、8月にケニアのケーブル局「Mitsuminet Cable」（1万世帯）での再送信、9月にフランスのIPTV「Free」（300万世帯）での再送信、イスラエルの「Yes」（56万世帯）とトルコの「D-Smart」（886万世帯）での衛星放送が実現した。この結果、9月末の視聴可能世帯数は1億2,300万世帯に達した。また、8月からフランスのホテル約4,000室へのNHKワールドTV配信が始まった。 NHKワールドTVのハイビジョンチャンネルは、12月の開始に先立って北米やアジアを中心に配信交渉を始めており、グアムのケーブル局での配信契約が成立するとともにベトナムの衛星放送も基本合意に達した。北米は、国内配信衛星の確保に目処がたち、非商業系のネットワークやケーブル局等との交渉を本格化させている。 	<ul style="list-style-type: none"> 第2四半期は多くの視聴者を抱える地域衛星の確保とケーブル局・IPTVでの再送信契約が着実に進んだ。ホテル配信もフランスに続いてアメリカとアジアで交渉が最終段階を迎えるなど成果を上げつつある。なお、基本合意済のアフリカの衛星放送「MultiChoice」は衛星打ち上げが11月以降に延期となり配信実現が遅れている。 ハイビジョンチャンネルの配信交渉は、既に契約が成立または基本合意したケースのほか、シンガポールではハイビジョン化によって交渉が前進するなど、順調な滑り出しとなっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 北米とアジアでハイビジョンチャンネル配信交渉を一層加速させる。今後はハイビジョン展開と通常画質による展開をどのように組み合わせるかが課題となる。 欧州ではIPTVなどがNHKワールドTVのハイビジョンチャンネルに興味を示しているが、日欧の方式の違いが普及のネックになっており、よりきめ細かな戦略が求められる。 国際チャンネルの視聴機会が特に多いホテルの客室配信は、第3四半期中にアメリカとアジア地域での配信実現を目指す。
<p>【海外における国際放送の視聴状況に関する把握手法の開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> 第1四半期に行った視聴実態調査によりチャンネルの認知度や視聴頻度など定量的な分析を世界各地で比較することが可能になったが、第2四半期は番組ごとの満足度など、定性的な実態分析を可能とする手法の開発に取り組んだ。 これと平行して、チャンネルの認知度を高める取り組みとして、9月にロンドンで「Your Japanese Kitchen」の公開収録を実施し、ローカルメディアを巻き込んだチャンネルプロモーション手法のあり方を試行した。 各プラットフォームのEPG（電子番組ガイド）への参入がフランス「Canal Sat」、イスラエル「Yes」、トルコ「D-Smart」で実現した。 	<ul style="list-style-type: none"> 定性的な調査手法の開発は、国内の市場調査手法などを参考にしつつ「海外の視聴者」や「国際放送」といった特殊性を考慮した調査票を完成させた。質問項目には各番組の狙いやターゲットとする視聴者層など、制作担当者が知りたい要素を盛り込んだ。 EPGは第2四半期中に約560万世帯（9月末で計1,790万世帯）に提供されており、視聴機会拡大に寄与している。 	<ul style="list-style-type: none"> 第3四半期はイギリスと香港で視聴実態調査を行う。イギリスでは番組公開収録に併せて実施したチャンネルPRの効果測定を兼ねた定量調査であり、香港は個別番組についての視聴者満足度等を測る初の定性調査となる。 今後、チャンネルの認知度向上・接触率向上に向け何が求められるのか、具体的な分析を継続して行い、調査結果を編成や制作担当者にフィードバックしていく。 EPGへの参入を今後も積極的に推進し、チャンネル認知度向上に努める。
<p>【インターネットによる配信の充実、ホームページアクセス数の中間点検と検証】</p> <ul style="list-style-type: none"> 第2四半期のアクセス数は1,900万ページビューに達し、第1四半期（1,860万ページビュー）とのアクセス数合計は3,800万ページビューを数えた。 6月末から、これまでより高速・高画質（512kbps）の動画再送信を開始した。これにより、パソコンの通常サイズのモニターの全画面表示で、NHKワールドTVのインターネット同時再送信を見ることが可能になった。 	<ul style="list-style-type: none"> パソコンを通じてテレビ映像に近い動画を提供することが出来るようになり、「国内でもNHKワールドTVを視聴したい」という声にもある程度応えられるものと期待できる。 	<ul style="list-style-type: none"> 今後のさらなるページビュー増加のために、来年3月の完成、4月運用開始に向けて、新たなホームページ制作システムの構築を進めている。

(6) 円滑なデジタル化に向けて重点的に取り組みます

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【デジタル中継局の建設 NHK共聴のデジタル化改修】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今期はデジタル中継局 132 局を整備し、上半期で 210 局の整備完了となった。21 年度整備目標 600 局に対して進捗率は 35%である。 ・NHK共聴については、今期 383 施設のデジタル化改修を行い、上半期で合わせて 634 施設の改修を完了した。21 年度目標 1,600 施設に対する進捗率は 40%である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・中継局については、上半期までに 300 局の整備を目標にしていたが、8月の衆議院選挙や土地交渉の難航、民放幹事局所での工事遅延等により、70%の進捗に留まった。 ・NHK共聴については、上半期 600 施設のデジタル化改修目標は達成したが、対策の容易なAランク施設は前倒しで進捗している一方、対策の困難なB・Cランク施設のデジタル化の進捗が遅れている。受信点選定等の改修を要するB・Cランク施設への梃入れが必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・第3四半期までに累計で約 520 局の完成を予定している。見積書提出時期や着工時期の前倒しを計画的に進めるなど、より緻密な工程管理および業者指導を行い、年間目標達成に向け取り組んでいく。 ・B・Cランク施設の発注を早期に完了する必要がある。課題解決に向けて、組織を越えた推進体制の構築を図り、デジタル化改修を加速させる。
<p>【デジタル化で電波が受信できなくなる地域の難視対策や混信対策、自主共聴・集合住宅共聴等のデジタル化対策など】「地デジ難視地区対策計画」(8月)の点検</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国地上デジタル放送推進協議会(全国協)が公表した「地上デジタル放送難視地区対策計画(総務省及び全国地上デジタル放送推進協議会)」の立案作業に主導的に参画し、とりまとめ・公表に貢献した。 ・計画策定にあたっては、シミュレーションで推定された新たな難視 9,000 地区のうち、デジタル中継局が開局している 6,000 地区及びデジタル化困難共聴 1,700 施設のうち自主共聴 1,600 施設について実態調査し、新たな難視 140 地区(約 0.8 万世帯)、デジタル化困難共聴 133 施設(約 0.5 万世帯)の難視対策計画を策定した。 ・自主共聴については、上半期で合わせて 105 施設に対して経費助成を行った。また自主共聴のデジタル化を促進するため、7月～9月に、約 3,000 施設を対象に直接訪問活動を実施した。この調査の結果、8,000 施設と見込んでいた経費助成対象施設数が、実際は 5,500 施設程度に留まることがわかった。このため、21 年度末での助成目標数をこれまでの 5,000 施設から 2,000 施設に変更した。 ・衛星セーフティネットの運用開始(平成 22 年 3 月)に向けて、衛星アップリンクのための副局建物・主局アンテナの工事を終了するとともに、運用方法に関する検討を進めた。 ・受信インフラのデジタル化進捗状況を全国規模で把握するため、7月に「NHK受信実態調査」を行い、9月に調査結果をとりまとめた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・少数世帯集落等の理由で、自治体の合意形成や移行財源の確保が遅れ、対策計画が定まっていなかった新たな難視地区が約 3,090 か所(約 7.3 万世帯)、またデジタル化困難共聴が 229 施設(約 1.1 万世帯)ある。これらの地区については、地元住民の合意形成を促すべく、自治体の働きかけの強化が必要である。 ・自主共聴のデジタル化においては、管理組合の合意形成が障害となっており、デジタル化に向けた継続的な働きかけが不可欠である。 ・セーフティネットの運用開始(平成 22 年 3 月)に向け、順調に設備整備が進んでいる。現段階では来年 1 月に予定されるホワイトリスト公表までに完了できる見通し。 ・今回の調査では、地デジ受信機未所有層と複数台所有層の二極化が進んでいる実態と、まだ相当数の地デジ受信機購入に消極的な層が存在していることがわかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後、公表された「地上デジタル難視地区対策計画」に沿って、自治体や地元住民との合意形成を図りながら、対策の推進に尽力していく。 ・集合住宅や障害対策共聴のデジタル化移行については、デジサポや官民が一体となって9月に発足させた「スクラム 2011」と連携し、デジタル化の地域格差の解消などに引き続き取り組んでいく。 ・デジサポと連携を強化して、地域の実態にあわせたデジタル移行普及策を推進していく。 ・地デジ消極層をターゲットに絞った集中的なデジタル化移行促進施策の強化を図る。
<p>【アナログ放送の終了に向けた周知広報活動等の実施】アナログ終了対策(第2ステップ)の点検</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地デジ普及促進のため、改革推進プロジェクトにおいて、デジタル普及の進捗状況について情報共有するとともに、オールNHKで周知広報に取り組むこと等を確認した。また、各局から地域事情に即した周知活動の提案を募集・採択し、新たな取り組みを開始した。 ・デジタル放送周知広報番組「デジタルQ」を上半期で本放送 22 回、再放送 23 回、「地デジプレマップ」を障害共聴編 15 回、集合住宅編 11 回、地デジ詐欺編 9 回放送した。その他に、スポットを 158 回、クラッチを 755 回放送した。 ・「地上デジタル放送ガイドブック」を上半期までに、全国の電器店・量販店約 1 万 8 千店舗向けに 52 万部、各局用に 6 万部、計 58 万部発行した。 ・7月 24 日に石川県珠洲市でアナログ放送終了リハーサルを行い、事前の周知活動や対策、当日対応等について、具体的な効果と課題の検証を行った。また、リハーサル当日に総合テレビで特番「どう準備すればいいの?～地デジ完全移行まであと 2 年～」を放送した。 ・BSアナログ放送をAM変換して視聴している実態を把握するために、その視聴形態に該当する可能性がある 67 万件を対象に、ダイレクトメールによるアンケートを7月に実施し、受信規模を推計する基礎データを取得した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・改革推進プロジェクトを核としてデジタル化周知広報の全局的な取り組みが前進した。 ・「デジタルQ」の7～9月の平均視聴率は 8.0%で、日曜早朝の放送としては、高視聴率を維持している。・クラッチは、高視聴率帯などでの繰り返し編成が可能のため、視聴者の接触機会も高く、大変に効果的なPRだと思われる(1日6回以上編成)。 ・アナログ放送終了リハーサルでは、事前周知活動や地元との協力の重要性を改めて確認できた。また7月24日の特番当日には、3千件を超える問い合わせが地デジコールセンターに寄せられた。 ・AM変換伝送施設のデジタル化対応の実態を改めて確認できた。また、調査の結果、現在の衛星契約のうち、約 51 万件がAM変換視聴世帯と推計できた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・改革推進プロジェクトのデジタル分科会(方針6)で、デジタル移行戦略について検討し、円滑なデジタル移行に向けた対応策をさらに協議していく。 ・「デジタル放送の日」(12月1日)にあわせ、「デジタルQ」を地デジPRのスポット・クラッチとともに集中編成(総合夜間)し、地デジ普及に向けた活動を強化する。 ・「地デジプレマップ」は、10月以降、より具体的なテーマに絞って、3本制作する予定。 ・終了リハーサルのノウハウを普及活動に活かすとともに、全国協の取り組みである珠洲市のアナログ終了計画(来年1月の長時間の放送休止、7月のアナログ停波)に向けた対応を行っていく。 ・BSアナログ終了に向けて、視聴者に混乱が生じないよう終了施策を着実に実施していく必要がある。今後、AM変換視聴世帯に対する具体的な対応策を検討する。
<p>【デジタル放送関連研究・開発等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地上デジタル放送における緊急地震速報の遅延改善に向けて、3つの技術方式(文字スーパー方式、イベントメッセージ方式、AC方式)の検討を行った。なお、文字スーパー方式、イベントメッセージ方式については、7月に運用規定の改定となった。 ・国際電気通信連合(ITU)の研究委員会において、スーパーハイビジョン(SHV)などの将来の衛星放送に向けた技術基準・規則手続きの検討を実施した。 ・日本の地上デジタル放送方式(ISDB-T)については、8月にアルゼンチン、9月にチリで採用が決定し、これまでに南米4か国で採用されることになった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急地震速報の迅速なサービスのために3つの方式は有効である。なお、AC方式は遅延時間を最小にできるが、この方式を実施するためには、受信機に関する規格の修正が必要になる。 ・ITUで、SHV放送が可能な新たな衛星放送(21GHz帯周波数を利用)の技術基準及び周波数使用手続きについて、日本の考え方を盛り込むことができた。 ・南米における日本方式の採用は、総務省と連携して取り組んできた現地セミナーの実施、システムデモおよび放送事業者に対するきめ細かな技術支援の成果である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急地震速報の迅速化を確実に効果的に実現するため、運用面における課題等について、引き続き検討を重ねる。 ・SHVの国際標準化については、ITU研究委員会における色域拡大等の技術検討と併せて、SHV伝送路の候補である 21GHz帯衛星放送について、将来的なサービス実現に向け、技術検討を継続する。 ・総務省、JICA等と連携し、今後も日本方式の採用国拡大に向けた取り組みを行うとともに、日本方式の採用を決めた各国への技術支援・指導に協力していく。
<p>【デジタル化整備に伴う支出額】 30 頁参照。</p>	<p>—</p>	<p>—</p>

(7) 構造改革を推し進め効率的な体制で受信料の価値を大きくします

方針7

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【放送充実のための経営資源のシフト（人員）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 放送の体制強化として55人の増員、技術・営業・事務の体制見直しとして85人の減員を計画どおり実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> 21年度要員計画における放送の体制強化では、「報道・ジャーナリズムの強化」や「多メディア展開（"3-Screens"）」、「地域の取材・制作体制の強化」などに要員を配置した。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き構造改革による取材・制作体制強化を進めるために、22年度の具体計画を検討する。
<p>【放送充実のための経営資源のシフト（支出）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 21年度予算は、報道取材・番組制作の強化、コンテンツの多様なメディアへの展開など放送部門に重点配分する一方で、営業経費等を削減するなど経営資源のシフトを行った。（20年度比 放送+132億円、営業△8億円）予算の執行状況は、5月末から「財政の現況」としてまとめ、毎月、理事会及び経営委員会に報告している。 	<ul style="list-style-type: none"> 第2四半期は、衆議院選挙報道、夏の特集番組など放送の充実を図った。国内放送費は概ね順調に推移している。 契約収納費は、業界団体による受信料のとりまとめや未収対策の強化により、経費が増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> 月次の予算執行状況をきめ細かく分析し、翌月以降の施行に反映するなど予算管理を徹底する。
<p>【番組制作・編成の最適化に向けた改革】</p> <ul style="list-style-type: none"> トータルコストによる平成22年度番組改定の作業を開始した。提案にあたっては、本体制作の新設番組はトータルコストを記入する番組制作プランニング表の提出を義務づけた。 新年度番組の継続提案については、昨年度まで別々に査定していた直接費、美術イニシャルコスト、制作要員費、技術要員費、リソース量を各々の担当者が同席して単価策定を行う作業を開始した。 	<ul style="list-style-type: none"> 番組の仕様を決める編成担当者、要員費・リソース量を査定する計画の担当者、直接費を査定する経理の担当者がチームを組むことにより、よりの確にトータルコストの算定が出来るようになった。作業は順調に滑り出している。 	<ul style="list-style-type: none"> 22年度番組改定については、継続番組の査定終了後、作業は新設番組に移り、11月末に終わる予定である。
<p>【年金制度改革の検討着手】</p> <ul style="list-style-type: none"> 労使で構成する年金委員会を7月に開催し、21年度第1四半期の基金運用などについて報告した。また、年金制度の見直しに関する労使協議を2回開催（8月、9月）した。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き労使協議を定期的で開催し、制度改革の内容について、組合との情報の共有化に努めた。 	<ul style="list-style-type: none"> 年金制度改革の22年度中の実施をめざし、今後も継続的に労使協議を行う。
<p>【関連子会社等の再編整理】</p> <p>(報道分野)</p> <ul style="list-style-type: none"> NHKの報道分野を包括的に担う子会社としてスタートした㈱NHKグローバルメディアサービスでは、新規事業の柱である携帯向けのニュース配信サービスに取り組み、着実に契約者を伸ばしている。 <p>(業務支援分野)</p> <ul style="list-style-type: none"> NHKおよびNHK子会社等の総合的な業務支援会社としてスタートした㈱NHKビジネスクリエイトでは、常勤役員数を削減するとともに、両社の総務・経理部門の統合により要員の見直しを図った。 <p>(関連公益法人の見直しの検討)</p> <ul style="list-style-type: none"> (財)NHKサービスセンター、(財)NHKインターナショナル、(財)NHKエンジニアリングサービス、(財)NHK放送研修センター、(財)日本放送協会共済会については、業務分析等を実施し、今後のあり方を検討している。 	<ul style="list-style-type: none"> 統合によって、ニュース系のデジタルコンテンツの制作業務を一元的に行う体制が整備された結果、携帯向けのニュース配信サービスで、気象情報や衆議院選挙の開票速報等のサービス強化を機動的に進めることができた。 第1四半期の課題であった「日常の事務処理の統一」の具体事例として、調達や契約における職務権限の統一を進め、稟議規程の整備を図るなど、統合時の課題を着実に解決している。 外部の認定動向なども考慮しつつ、大きな方向性をまとめる必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 業務委託のあり方を見直しを行い、業務の効率化・適正化をいっそう進めていく。 賃金・退職手当などの人事制度の統一が課題であるが、処遇の統一には慎重な検討が必要である。 諸課題の検討にあたっては、外部機関とコンサルタント契約を結び、支援していく。
<p>【NHKと子会社等の取り引きの競争拡大、上半期の点検】</p> <p>(番組制作関連・企画競争の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> 子会社等と番組制作会社との競争を推進するために導入した企画提案段階からの競争として、第2四半期には、ドラマやエンターテインメント番組、特集番組を対象に企画提案公募を実施、番組制作会社が提案した衛星ハイビジョンのドラマシリーズなど3本を採択した。 7月に、NHKオンラインで公表している番組制作会社向けの「企画競争番組の公募」のページを刷新、審査のプロセスを明示し、書類、面接など4つのステップがあることを明確化した。 <p>(番組制作関連以外)</p> <ul style="list-style-type: none"> 「平成20年度における随意契約見直し計画のフォローアップ」および「平成20年度 NHKと関連団体との取引の評価・公表」を取りまとめて公表した。 21年度に子会社等との取り引きの競争拡大に取り組んだ結果、放送センター受付業務、放送センター制作フロア運用業務、大阪局BKプラザ運営インフォメーション業務、共同受信施設の緊急故障修理・点検調査等の保守業務で合計11.7億円を新たに競争契約に移行し、これらの競争化による経費削減額は0.3億円となった。 	<ul style="list-style-type: none"> 21年度4～9月の企画提案公募は12回、20年度(23回)と同ペースである。企画競争番組の定時化は、20年度の3番組から、今年度は7番組となったが、企画競争推進の目標達成にはなお努力が必要である。 NHKのホームページで、企画の審査プロセスや審査の観点を明示したことで、企画競争が番組制作会社にとってより透明性・公平性の高いものになった。 新たに競争化に取り組んだ契約案件等により、21年度の競争契約率は目標の31%を達成できる見込みである。 	<ul style="list-style-type: none"> 企画競争の認知が進むとともに、参加する番組制作会社の数も増加し、基礎データの保存や更新に相当の手間がかかるようになってきている。今後は、提案された企画書や番組制作会社の基礎情報などを効率的に管理する体制整備をさらに進める。 今後、子会社等との新規の調達案件（番組制作以外の業務）について更なる競争契約を推進していくとともに、関連部局と連携して22年度以降の競争化計画の着実な実行に取り組む。

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>(NHKと子会社の取り引きの透明性向上)</p> <ul style="list-style-type: none"> 子会社とNHKとの取り引き、子会社とNHK以外との取り引きの経理区分を明確にして、NHKと子会社の取り引きの透明性を向上させるため、区分経理の「基本方針」と「区分経理作成要領」を作成し、各子会社等への指導徹底を行った。 「基本方針」「区分経理作成要領」に従って、5月に子会社から20年度区分経理の決算報告を受けた。この結果を検証するために、9月から外部監査法人に委託して「区分経理」報告の調査を開始した。 	<ul style="list-style-type: none"> 監査法人による調査とその過程におけるやり取りを通じて、子会社等に区分経理精度向上の考え方が浸透しつつある。 	<ul style="list-style-type: none"> 調査により、区分経理決算報告における子会社側の課題も判明しつつあり、今後は課題の解決も図りながら「区分経理作成要領」をブラッシュアップしていく。
<p>【3-Screens 展開の推進と受信料外収入の拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> 21年度の副次収入総額は、9月末時点で41億円となり、年間目標の105億円に対して39.6%の達成率となっている。 携帯向け動画ニュースなど子会社等の新規事業定着と開発を支援している。このうち、ニュースデータ配信については、(株)NHKグローバルメディアサービス(「NHKニュース&スポーツ」)、アクトビラの2社に配信中である。 	<ul style="list-style-type: none"> パッケージ商品の売上減や自治体等からのイベント受注減、出版不況等、全体として今年度の副次収入目標達成は厳しい状況にあると分析している。 「NHKニュース&スポーツ」は、国政選挙時の開票速報や「雨ふり安心メール」などのサービスを加え、会員数は着実に増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> 上半期の子会社等からの報告を受け、11月には年度末見込み・増収計画について子会社等と詰めるとともに、来年度増収項目についても議論を開始する。 ニュースの取り扱い、外部の配信希望事業者との条件面整備を継続して行っている。

(8) 受信料を公平に負担していただくための取り組みを強化します

方針8

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【第2四半期の状況、上半期総括】</p> <ul style="list-style-type: none"> 契約総数は、移動期に大量に世帯が移動した地域における継続的な契約対策、対策が手薄となっている地域に対する契約活動の強化、事業所割引の適用に伴う契約内容の見直しなどに取り組んだ結果、第2四半期では4.5万件増加し、上半期累計では18.9万件の増加となった。 衛星契約は、移動世帯に対する衛星放送受信の確認の徹底や、地上契約から衛星契約への契約変更対策の強化、ケーブル事業者や電器店等との連携強化などに取り組んだ結果、第2四半期では15.5万件増加し、上半期累計では34.3万件の増加となった。 受信料収入のうち「当年度収納額」は、第2四半期の当年度収納額が前年同期に比べて3億円の増収となったものの、厳しい経済状況を反映した口座振替率や継続振込率の低下や事業所割引・障害者免除の増加などの影響により、上半期累計では前年同期に比べて9億円の減収となった。 <p>・契約・収納活動を強化するため、6月から実施している10項目の追加施策の実施状況は下記のとおり。 ①補完型法人の活用は、要員追加計画に対し8割程度を確保。②長期未収文書対策の追加実施は、第3期(8月・9月)に初回分を実施。③地上契約の転入者への衛星契約勧奨文書対策は、7月から順次文書の発送を開始。④未納がある口座・クレジット支払者への電話対策は、7月から対策を実施。⑤継続振込未払者への入金依頼電話対策は、第2期(6月・7月)以降対策対象を加重して実施。⑥ホテル・旅館業界団体との連携強化は、職員等による協力要請などを重点的に実施。⑦長期未収事業者への対応強化は、電話等による一次対策、訪問等の二次対策を実施。⑧契約率の低いホテルへの対応の強化は、継続して対応を実施。⑨未契約訴訟については、実施に向けて準備中。⑩地域スタッフの活動強化は、派遣社員等の要員追加計画に対して7割程度を確保。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 契約総数は、全額免除(有料契約から無料契約)が8万件発生したが、年間増加目標の30万件に対し18.9万件の増加(進捗率62.9%)となり、前年同期の進捗率52.9%を上回っている。 衛星契約は、年間増加目標の60万件に対し34.3万件の増加(進捗率57.2%)となり、前年同期の進捗率54.7%を上回っている。 受信料収入のうち「当年度収納額」は、厳しい経済状況を反映した口座振替率・継続振込率の低下や、前年度から実施している事業所割引や全額免除の増加、訪問集金廃止に伴う継続振込の入金時期のズレなどが影響し、上半期累計では9億円の減収となった。一方で、「前年度未収金の回収額」は上半期累計で50億円となり、前年同期に比べ14億円の増収となった。 10項目にわたる追加施策については、法人委託の対策要員の拡大、入金を促進する電話による勧奨や郵便による支払いの督促など準備が整ったものから実施しており、営業業績に結びつきつつある。 	<ul style="list-style-type: none"> 昨年度後半から続く厳しい経済状況などにより、さらに口座振替率や継続振込の払込率が低下している。また、全額免除対象となる生活保護世帯や市町村民税非課税の障害者世帯がさらに増加することが懸念されるため、追加施策を着実に実施していくことで、収納額の確保を図っていく。
<p>【訪問集金の廃止による地域スタッフの活動領域シフト(契約・未収対策へ)】 (契約取次の状況)</p> <ul style="list-style-type: none"> 第2四半期における地域スタッフの契約総数の取次数は37万件、前年同期比で106%となった。(1人あたりの取次数は前年同期比で118%の増加)また、上半期累計では取次数は91万件、前年同期比で105%となった。(1人あたりの上半期累計の取次数は前年同期比で116%) 第2四半期における地域スタッフの衛星契約の取次数は16万件、前年同期比で111%となった。(1人あたりの取次数は前年同期比で124%の増加)また、上半期累計での取次数は34万件、前年同期比で112%となった。(1人あたりの上半期累計の取次数は前年同期比で125%) <p>(未収の状況)</p> <ul style="list-style-type: none"> 未収数は、地域スタッフの未収対策へのシフトの強化や郵便による受信料請求などにより、上半期累計では3万件減少し、9月末で240万件となった。(第2四半期では5万件減少)なお、郵便による受信料請求に対して、9月末までに4万件の払込みがあった。 <p>(家族割引の状況)</p> <ul style="list-style-type: none"> 家族割引は、第2四半期で3万件増加し(前年同期は0.6万件増加)、上半期累計では10万件増加した。これにより適用件数は累計で46万件となった。 	<ul style="list-style-type: none"> 契約総数、衛星契約ともに前年同期の進捗率を上回っており、訪問集金にかけていたパワーを未契約対策や未収対策に着実にシフトし、契約・収納活動がおおむね順調に推移していることを示している。 未収数については、年間削減計画25万件に対して、9月末で3万件の削減となっており、前年同期と比べて2万件下回っている。(前年同期は5万件の削減) 家族割引は、単身赴任者や学生に対する契約対策の際に積極的な案内を行うことで利用者が増加している。また、別荘等についても利用数が増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> 契約総数の取次数は前年同期と比べて増加しているものの、全額免除の増加等により減少数も増加している。このため地域スタッフのパワーを未契約対策や未収対策に一層シフトし、契約総数の増加、未収の削減に取り組んでいく。 地域スタッフについては、前年度と比べて要員が大幅に減少している中で、必要な要員を確保しつつ、1人あたりの取次数を増やし、新しい契約・収納体制に移行した前年度下半期と同水準の取次数の確保を目指していく。 未収の削減数は、前年同期と比べて下回っており、今後も地域スタッフのパワーの未収対策へのシフトや文書対策の強化を図っていく。 未収者や継続振込を利用している方に対して、受信料を確実に支払いいただくために、引き続き口座振替やクレジットカード継続払の利用を促進していく。
<p>【事業所割引・業界団体とりまとめの活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> 4月から開始したホテル・旅館の宿泊業界5団体との受信料のとりまとめの活用や、事業所割引の適用を活用した対策などにより、事業所契約は9月末までに8万件増加し、累計で231万件となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ホテル・旅館の宿泊業界5団体がとりまとめている受信契約件数は、9月末で24万件となっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 低契約率の事業所に対して、事業所割引の適用を活用して、対策を強化していくほか、とりまとめ業務を委託した宿泊業界5団体については、傘下のホテル・旅館に対する一層の取り組みの強化を要請していく。 追加施策で掲げた契約率の低いホテルや長期未収事業者に対し対応を強化していく。
<p>【法人委託の対策強化等】</p> <ul style="list-style-type: none"> 法人委託会社の9月末の契約総数取次数は2.4万件、衛星契約取次数は3.7万件、支払再開数は3.1万件となった。 不動産会社と引越会社による契約総数取次数は、9月末で4.5万件、電器店・量販店による衛星契約取次数は4.1万件となった。 	<ul style="list-style-type: none"> 法人委託会社、不動産会社・引越会社、電器店・量販店による取次数は、それぞれ前年度を上回る実績を確保している。分譲マンション販売会社による取次数は、販売会社への対応を強化しているものの、前年度に比べ減少した。 	<ul style="list-style-type: none"> 追加施策で掲げた補完型法人の活用については、要員の追加確保が進んでおり、下半期以降、未収回収の強化を図っていく。 効率的・効果的に未契約対策を実施していくため、委託先会社との連携を強化していく。

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【公益企業等との連携強化等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公的移転情報を活用し、世帯移動を迅速に把握して効果的に対策を実施した。9月末で1.5万件の住所変更を取り次いだ。 ・受信料支払者向けインターネットサービス「NHK+ID」の会員数は、9月末までに16万件増加し、累計で40万件となった。 ・インターネット営業センターを通じた取次数は6.6万件で、前年同期比で140%の増加となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・公的移転情報を活用した電話対策では6割を超える通話率を確保しており、住所変更の取次は増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・電話対策での応答率や文書対策での返送率を高める工夫をするとともに、対応困難者に対しては訪問対策を徹底していく。 ・10月末に「NHK+ID」と「NHKオンラインメンバーズ」を統合し、双方のサービスをさらに充実させた形で新しい会員制ネットサービスとしてスタートする。
<p>【外部委託の推進（新戦力の活用）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・21年2月から開始した東京都荒川区、神奈川県厚木市の一部、大阪府大阪市天王寺区・生野区の3地区のエリア型業務委託については、安定的な運用に向け各事業者との日常的な連携を深めた。第2期（6月・7月）は各事業者とも多くの項目で標準進捗水準を上回る業績を確保したものの、第3期（8月・9月）は達成項目が減少した。 ・公開競争入札による業務委託の実効性を高めるため、6月から開始した「放送受信料の契約・収納業務」を受託できる法人の募集については、9月末までに約80社の応募・問い合わせがあり、そのうち10社と業務委託契約を締結した。 ・地域拠点局ごとに独自に新たな法人委託を開発し、11社と業務委託契約を締結した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・6月から3事業所とも全業務に従事するようになったが、要員体制が不安定な面も一部に見られ、全業務のバランスのとれた推進体制の早期定着が必要である。 ・募集開始以降、全国各地のさまざまな業態の法人から応募・問い合わせを受けており、当初の想定を上回る規模で法人委託の開発が進んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・3事業者とも課題の解消に向けた取り組みを実施しており、今後も連携を密にすることで各事業者の課題を解消しつつ安定的な業務遂行に向け支援していく。 ・引き続き、問い合わせのあった法人に対しては、委託業務内容等を十分に説明し、理解していただいた上で、業務実施地域に関し個別に協議を進めていく。
<p>【衛星デジタル放送の受信確認メッセージの活用強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・21年3月から、効率的に衛星契約を増やし、一層の公平負担の徹底を図る観点から、受信確認メッセージの表示を拡大して、届出のない受信者に対する働きかけを強化した。こうした効果もあり、電話による受付件数は9月末で107万件、前年同期比111%の増加、ホームページ上での受付件数は30万件で前年同期比121%の増加となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・電話やハガキに加え、ホームページ上でのメッセージ消去連絡も増えている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・下半期以降、増加するメッセージ消去連絡への対応を強化するとともに、衛星契約化に向けて迅速な契約勧奨を実施していく。 ・未契約者に対する受信確認メッセージの再表示や30日間の猶予期間を置かない即表示について引き続き検討していく。
<p>【未収者に対する支払督促の全国展開・未契約者への民事手続き推進】 (支払督促の全国展開)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・支払督促の申し立てについては、第2四半期で、千葉・埼玉県で29件、山口県で5件、愛知県で12件、静岡県で4件、福岡県で7件、鹿児島県で4件それぞれ実施した。これにより支払督促の実施はあわせて26都道府県となり、申し立て総件数は9月末までに497件となった。なお、担当窓口を本部・各地域拠点局の受信料特別対策センターに変更する窓口変更件数は1,198件で、累計3,127件となった。 <p>(未契約者への民事手続き)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・6月23日に、NHKの再三の要請にもかかわらず、受信契約の締結に応じていただけなかったホテル経営会社1社に対し、受信契約の締結と受信料の支払いを求める民事訴訟を提起したが、相手先から設置台数全数の契約締結と受信料の支払い、口座振替利用届けの提出を受けたため、7月9日に訴訟を取り下げた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・497件の支払督促申し立て総件数のうち、9月末までに400件が支払い、または支払意思を表明している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・支払督促に向けた事前対策の着手地域については、22年3月末までに41都道府県（69営業部・センター）を予定している。 ・支払督促や判決の確定後も、なお、お支払いいただけない場合、民事執行を視野に入れた活動を進めていく。 ・今後も受信料の公平負担の徹底のため、やむを得ないと判断した場合は、未契約者に対する民事訴訟を実施していく。
<p>【営業経費率の縮減】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人件費、減価償却費を含めた契約収納にかかる営業経費（トータルコスト）は9月末で376億円となり、受信料収入に占める割合を示す営業経費率は11.8%となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・業界団体による受信料のとりまとめ経費の増等に加え、受信料収入が厳しい経済状況の影響で標準進捗に達していないこともあり、9月末の時点で21年度目標の11.5%を上回っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・業務の効率化による経費の削減に努めつつ、受信料収入の確保に向けた追加施策を効果的に実施していく。

(9) 環境経営に着実に取り組みます

主な実績・継続課題の改善	分析・評価	課題・今後の取り組み
<p>【環境番組等を通じた取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「地球エコ 2009」環境キャンペーンの一環として、7月22日に総合テレビで「地球エコ 2009 体感!46年ぶりの皆既日食」を放送した。皆既日食は、国内は4か所から生中継し、太平洋上の船上からは新開発の防振台付きカメラによって鮮明な映像をとらえ、硫黄島からは超高速インターネットを使用して臨場感あふれるハイビジョン映像を送った。さらに、皆既日食の動画は、インターネットのライブストリーミングでの配信、YouTubeのNHK公式チャンネルへの掲載など、多角的な展開を図った。 夏休み期間中に、総合テレビで特集番組「ちょっと変だぞ 日本の自然『気がつけば様変わり 大激変SP』」を放送し(8月19日)、生態系の激変を通じて、日本の環境に対する警告をわかりやすく伝えた。 	<ul style="list-style-type: none"> 「地球エコ 2009 体感!46年ぶりの皆既日食」は、平日の午前中にもかかわらず、世帯視聴率9.1%とよく見られた。皆既日食関連番組では、プロミネンスなどの映像のすばらしさだけでなく、太陽と動物の行動の関係性や自然に対する畏敬の念なども視聴者に感じてもらうことができた。 「ちょっと変だぞ 日本の自然」は、今年で4回目となる。世帯視聴率は過去最高の11.4%と健闘し、特に男性20代以下にも良く見られた。若い世代の視聴者層拡大と自然環境への関心と呼び起こすことに寄与した。 	<ul style="list-style-type: none"> 公共放送として環境問題に貢献すべく、年間を通して特集番組や定時番組で視聴者に伝えていく。
<p>【アクションプランの実施状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 自主行動計画である「アクションプラン」に沿って、放送センター・放送局の「省エネ管理システムの導入」「太陽光発電システムの設置」(詳細は下記に記載)などに取り組んでいる。 2008年度の環境活動を取りまとめた報告書「NHK環境報告書2009」を7月末に発行した。NHKのホームページに掲載し、視聴者への公表に努めている。「2009」版では、地上放送(アナログ・デジタル)の同時放送継続による電気使用量の増加見込みや、東京都条例のCO₂削減義務への取り組みについて、解説ページを新たに設けた。 	<ul style="list-style-type: none"> 「アクションプラン」に沿って、各施策を着実に実施している。 エネルギー使用量やCO₂排出量に関する説明をよりわかりやすく記載することができ、視聴者への情報開示をさらに進めた。 	<ul style="list-style-type: none"> CO₂削減効果などを検証しつつ、目標達成に向けた取り組みを継続していく。内外における環境問題への取り組みの動向を把握し、環境経営の検討に役立てる。 2009年度の取り組みをまとめた「NHK環境報告書2010」は、来年度7月末発行を予定している。
<p>【電力使用量の削減、省エネ管理システムの導入】</p> <ul style="list-style-type: none"> 放送センターについては、平成24年度までに、オフィス部門の電力使用量10%削減を目標としており、「トイレ、廊下の減灯」「電灯のプルスイッチ化」などの節電活動を継続している。オフィス部門の電力使用量(9月末)は、基準年度の平成19年度に比べ5.6%減少している。 全拠点局の電気主任技術者会議において、前年度のエネルギー使用状況と「NHK環境自主行動計画のアクションプラン」、および、放送会館の電力量削減目標について説明を行い、意識向上を図った。 放送センターおよび放送局への「省エネ管理システム」の導入に取り組んでいる。「省エネ管理システム」は、放送センターや放送局の主な電力量の使用状況を把握し、「見える化」で省エネを推進するものである。今年度は22局(拠点局2、放送局20 函館、旭川、釧路、北見、室蘭、青森、仙台、新潟、前橋、さいたま、金沢、静岡、津、神戸、奈良、山口、松山、高知、徳島、長崎、宮崎、大分)で整備を行う。現在、本部に設置するサーバーの運用性向上のため、画面レイアウトの設計を関連部局と行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> 放送センターオフィス部門の電力使用量は、目標まで残り4.4%の削減となっており、日常のこまめな節電活動の効果ができていると考えている。 放送局の電力使用量については、放送局の「省エネ管理システム」が稼働後、評価・分析する予定である(平成21年度末運用開始予定)。 	<ul style="list-style-type: none"> 各職場で、電力使用量削減に向けた節電活動が実行されるよう、引き続き、出前講習会を実施するなど、一層の意識向上を図っていく。 平成21~22年度で、全局に「省エネ管理システム」を整備し、本部における一元管理により、協会全体での効果的な省エネ施策の実行ができる体制を構築する。また、電力消費量の適宜把握を実現することで、環境経営に対する関心を更に高めたいと考えている。
<p>【省エネ型の放送設備、新放送会館などの整備状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 設備整備にあたっては、消費電力の低減を重要な開発要素と位置づけて設計を進めるとともに、実際に整備した一部設備で、環境負荷軽減がどれだけ図れたかを数値化する取り組みをはじめた。 放送センターでは「太陽光発電システムの設置」工事の仕様書作成・発注準備を進めている。また、放送局6局(帯広、青森、新潟、岐阜、鳥取、松山:各局10kW)については、業者を決定し詳細設計をまとめ、順次工事に着手している。ラジオ大電力放送所での導入については、菖蒲久喜ラジオ放送所での実験を行い、ラジオ放送に支障なく設置できることを確認した。 新放送会館の建築にあたっては、空調・照明設備の高効率化、太陽光発電、自然エネルギーの利用、屋上緑化を行い、環境にやさしい放送会館を目指している。横浜、千葉の新会館は、CO₂排出量を従来比3割削減した設計を完了し、整備を進めている。また甲府新会館についても、3割削減をめざして基本設計から実施設計へと具体的な設計に移行する(平成22年5月実施設計完了予定)。 	<ul style="list-style-type: none"> 平成21年度末までに整備する制作系設備(一部)の省エネ効果は、CO₂削減効果900tに相当する。このうち、太陽光発電の省エネ効果は、CO₂削減効果56tに相当する。削減量としてはまだまだ微量だが、数値の見える化により、放送設備の省エネ設計を強化していくことが必要だと考えている。 横浜と千葉の新会館は、実施設計を終了した段階でCO₂排出量従来比3割削減を達成できる見込みとなった。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、設備整備の省電力化、太陽光発電の導入を推進する。 今後の新会館建設にあたっては、CO₂排出量従来比3割削減を目標とし、新会館設計を行っていく。

(参考資料) 予算執行状況等

(1) 事業収支(一般勘定)

[9月標準進捗率 50.0%]

事業収入

- 受信料は、契約総数・衛星契約の増加数は前年度実績を上回り順調に伸びているものの、厳しい経済状況や事業所割引の影響などにより、進捗率は標準より低くなっている。
- 副次収入は、DVD等の売上減や出版不況等の影響で番組活用収入の進捗が遅れている。
- 財務収入等は、前々年度以前受信料の回収額が増加していることや、関連団体から予算を上回る受取配当金があったため、上半期末でほぼ予算額を確保している。

事業支出

- 国内放送費は、衆議院選挙関連経費や夏の特集などの支出があったものの、経費圧縮に努めており、堅調に推移している。なお、下半期はスペシャルドラマ「坂の上の雲」やバンクーバー五輪などの支出を予定している。
- 国際放送費は、テレビ国際放送の充実を図っているが、10月から新番組を開始することもあり、進捗率は標準より低くなっている。
- 契約収納費は、業界団体による受信料のとりまとめ経費の増加や10項目の追加施策に取り組んでいるため、進捗率は標準より若干高くなっており、今後の進捗を注視する必要がある。
- 管理関係費は、デジタル化に伴う共同受信施設等への経費助成について、施設の管理組合等からの助成申請に遅れがみられることなどにより、進捗率は大幅に低くなっている。
- 人件費は、年金資産運用環境の変化等により退職給付費用が増加している。

(単位 億円)

区分	予算額	9月末実績額	予算残額	進捗率
事業収入	6,699	3,312	3,386	49.4%
受信料	6,490	3,200	3,290	49.3%
交付金収入	37	18	18	50.1%
副次収入	105	41	63	39.6%
財務収入等	51	50	0	98.5%
特別収入	15	1	13	7.9%
事業支出	6,728	3,139	3,589	46.7%
国内放送費	2,858	1,300	1,557	45.5%
国際放送費	129	53	75	41.6%
契約収納費	579	291	287	50.3%
調査研究費	96	34	62	35.6%
管理関係費	297	91	205	30.7%
人件費	1,834	921	913	50.2%
減価償却費	726	362	363	50.0%
財務費	149	74	74	49.8%
特別支出	27	8	19	30.7%
予備費	30	0	30	0.0%
事業収支差金	△ 29	173	△ 202	-

(2) 番組アーカイブ業務勘定

※NHKオンデマンド(NOD)業務に係る収支を区分した勘定

- 事業収入は、予算23億円に対し、1億円の実績となっている。PC会員数は順調に増加している。一方、視聴料収入は増加基調にあるものの、好調な会員数の増加ほどには伸びておらず、当初の見込みに比べ低迷している。
- 事業支出は、予算40億円に対し、10億円の実績となっている。支出の主な内訳は、著作権料や権利処理費、配信業務費等である。

(単位 億円)

区分	予算額	9月末実績額	予算残額	進捗率
事業収入	23	1	21	6.7%
事業支出	40	10	29	25.7%
事業収支差金	△ 16	△ 8	△ 8	-

(3) 受託業務等勘定

※放送法9条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、予算15億円に対し、NHKホール使用料1億円など、8億円の実績となっている。

(単位 億円)

区分	予算額	9月末実績額	予算残額	進捗率
事業収入	15	8	7	53.9%
事業支出	13	6	7	46.6%
事業収支差金	2	2	0	-

(4) 受信料

受信料

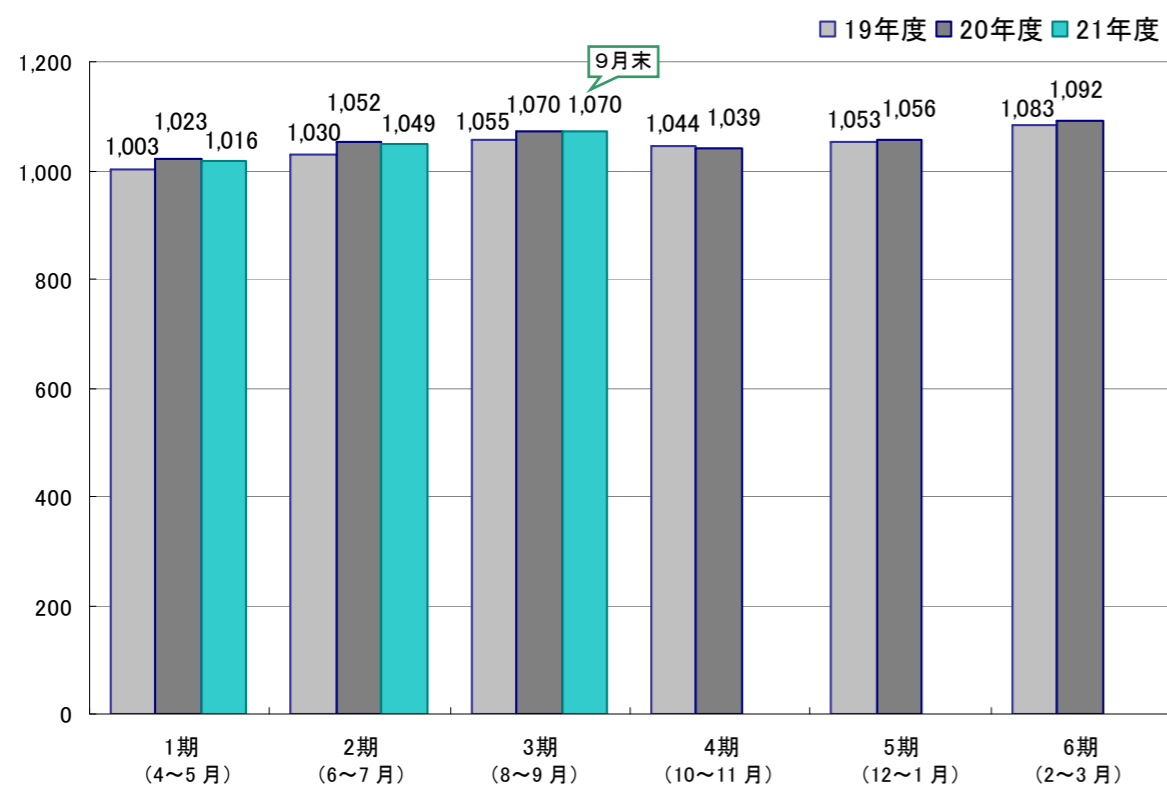
(単位 億円)

区分	20年度 9月末	21年度 9月末	増減額
受信料収入	3,192	3,200	8
受信料収納額	3,147	3,137	△9
回収予定額	44	63	18

■ 受信契約状況は、契約総数の増加が18.9万件、衛星契約の増加が34.3万件と、ともに前年度の実績を上回って推移している。一方で、受信料収入は、厳しい経済状況の影響で、口座振替率や継続振込率が低下していることや、今年2月から開始した事業所割引による減収額が当初の見込を上回ったことなどにより、前年同月比で8億円の増収にとどまっている。

■ 受信料収入のうち当年度の収納額は、前年同月比で9億円の減収となっている。

受信料収納額の期別推移

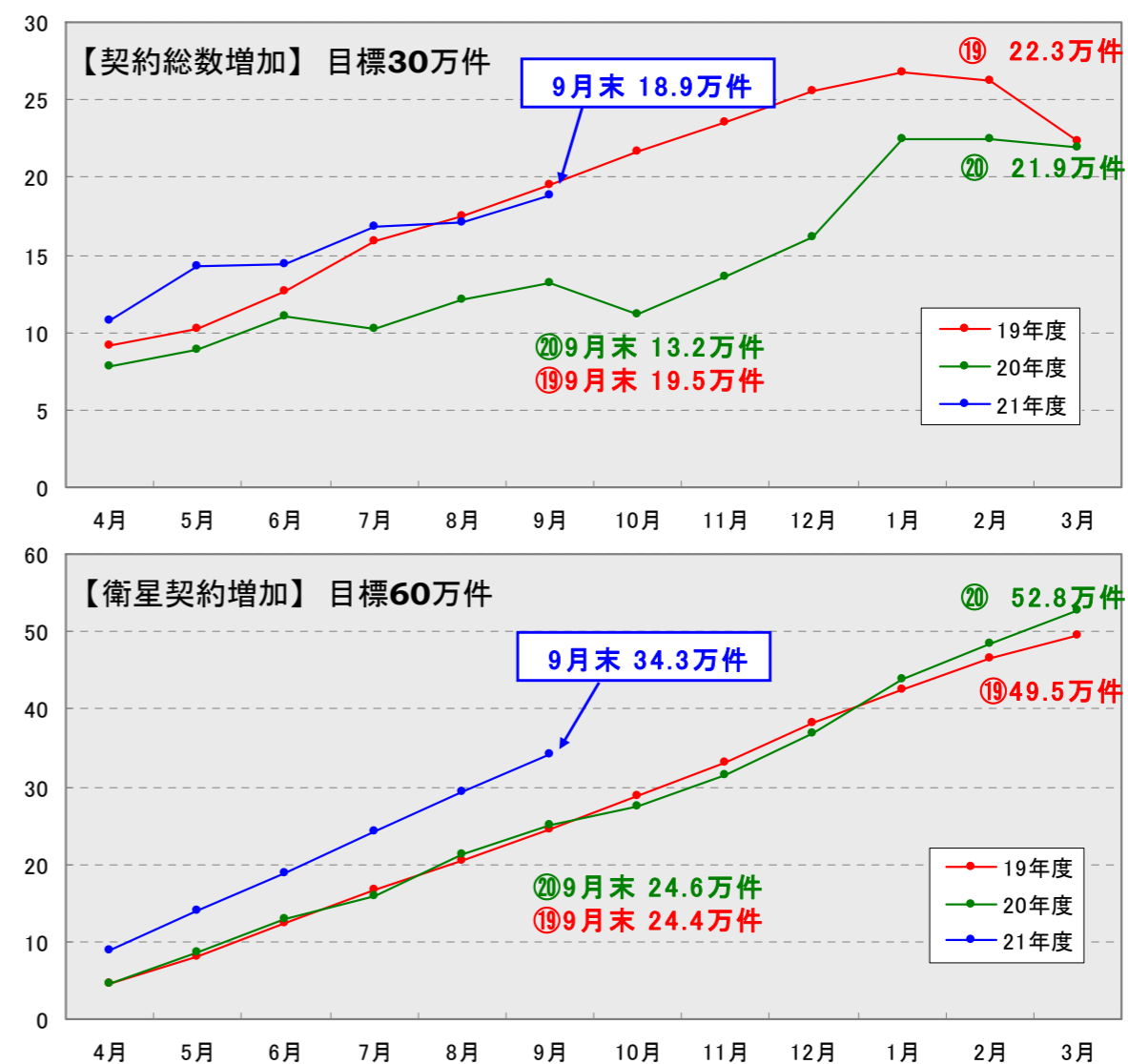


受信契約状況

(単位 万件)

区分	20年9月末			21年9月末			現在数
	年間 増加目標	実績	達成率	年間 増加目標	実績	達成率	
契約総数	25	13.2	52.9%	30	18.9	62.9%	3,681
衛星契約*	45	24.6	54.7%	60	34.3	57.2%	1,421
未収数	△30	△5 (9月末)	-	△25	△3 (9月末)	-	240 (9月末)

※衛星契約とは衛星系および地上系による放送受信契約をいう



(5) 建設費

(単位 億円)

区 分	※1 21年度予算	※2 9月末 実績額	進捗率
建設費	822	163	19.8%

※1 当初予算802億円に前年度からの繰越額20億円を加えた額
 ※2 9月末実績額は、既に納入され、支払い済みの金額である

〔今期の主な実施事項〕

1 地上デジタル放送設備の整備

- ・デジタル中継局の建設（210局/約600局）
- ・NHK共聴施設のデジタル化（634施設/約1,600施設） など

2 緊急報道や番組制作のためのハイビジョン放送設備の整備

- ・通信衛星を利用した素材伝送設備の改修〔平成20年度～〕
放送局アンテナ設備の改修、車載アンテナ設備の改修は整備終了
- ・放送局アート送出サーバー（4局/10局）
- ・拠点局中継車車載用静止画装置の更新（12式整備完了） など

3 放送番組設備の整備

- ・報道用テープレスシステムの整備（詳細設計を実施、事前工事中）
- ・テレビ国際運行装置の更新（システムテストを実施）
- ・ワンセグ独自放送の本格設備整備（システムテストを実施）
- ・本部静止画ファイル装置（電子映像装置）の更新（58式/78式）
- ・拠点局の大型ハイビジョン中継車の更新に向け、設備仕様を検討
- ・新中型ヘリの更新整備（1号機が整備完了し、2号機の設備整備に着手）
- ・生字幕のための制作・送出システム更新（整備完了）
- ・関東、北海道内局ラジオ運行装置の更新 基本設計完了、詳細設計開始 など

4 地域放送会館の整備

- ・横浜放送会館（平成22年度運用開始予定）建設工事中
- ・千葉放送会館（平成23年度運用開始予定）実施設計中、近隣説明会実施
- ・甲府放送会館（平成24年度運用開始予定）CO₂削減30%実現に向け、基本設計中

5 研究設備・一般設備等の整備

- ・放送センター、放送局太陽光発電システム導入に向け、
各種整備（放送センター：発注、放送局：工事中、ラジオ大電力放送所：実験中） など

(参考) デジタル化対応経費の執行状況

(単位 億円)

区 分	21年度 予算額	9月末 実績額	進捗率	摘 要
建設費	390 ※1	87	22.4%	デジタル中継局の建設(210局) NHK共聴のデジタル化(634施設) 送出設備のハイビジョン化整備 等
事業費 ※2	158	19	12.0%	地デジ受信状況調査、放送網調査 衛星セーフティネット送信関連経費 自主共聴デジタル化改修・新設支援 等

※1 当初予算374億円に前年度からの繰越額16億円を加えた額

※2 予算に計上したデジタル追加経費を含む

(6) 損益計算書

経常事業収支差金

前年度同月比 +22億円

- 契約総数・衛星契約の増加により、受信料収入が26億円増加している。
- 国内放送費は、前年については、8月に開催された北京オリンピック関連の支出が増加しており、今年度については、衆議院選挙や夏の特集などの支出はあったものの、経費圧縮に努めていることから減少している。
- 国際放送費は、テレビ国際放送の充実に伴い番組制作費が増加している。
- 人件費は、年金資産運用環境の変化に伴う、退職給付費用が増加している。
- 未収受信料欠損償却費は、経済情勢の悪化などの影響により増加している。

経常収支差金

前年度同月比 +4億円

- 財務収入等の減少は、関連団体からの受取配当金が減少したことなどによる。

事業収支差金

前年度同月比 +8億円

- 上記のとおり、経常事業収支差金が22億円増加し、経常事業外収支差金が17億円減少したことなどにより、事業収支差金は8億円増加の173億円となっている。

区 分		前年同月末 実績額	9月 末 実績額	増減額	増減率・%	前年度 決算額
経 常 事 業 収 支	経常事業収入	3,310	3,332	22	0.7	6,616
	受信料※	3,245	3,272	26	0.8	6,494
	交付金収入	16	18	1	11.4	33
	副次収入	47	41	△5	△12.4	88
	経常事業支出	3,127	3,128	0	0.0	6,288
	国内放送費	1,350	1,300	△49	△3.7	2,726
	国際放送費	43	53	10	24.5	106
	契約収納費	292	291	△0	△0.3	593
	調査研究費	31	34	3	10.8	99
	管理関係費	84	91	7	8.3	172
	人件費	909	921	12	1.4	1,784
	減価償却費	363	362	△0	△0.3	697
	未収受信料欠損償却費	53	72	18	33.8	107
	経常事業収支差金	182	204	22	—	327
経常事業外収支						
財務収入等	83	50	△32	△39.3	119	
財務費	89	74	△15	△17.1	155	
経常事業外収支差金	△6	△23	△17	—	△36	
経常収支差金	176	181	4	—	291	
特別収支						
特別収入	2	1	△1	△48.8	16	
特別支出	13	8	△5	△36.8	31	
事業収支差金	164	173	8	—	275	

(単位 億円)

※受信料(損益計算書) = 受信料(事業収支) + 未収受信料欠損償却費(損益計算書)

(7) 貸借対照表

資産の部

前年度決算比 +178億円

- 現金預金・有価証券、および長期保有有価証券は、事業収支差金の発生などに伴い増加している。
- 受信料未収金は、契約総数・衛星契約数の増加などにより増加している。
- 有形・無形固定資産は、年度後半に完成となるものが多く、取得額が減価償却費を下回り、減少している。

負債の部

前年度決算比 +5億円

- 受信料前受金は、契約総数・衛星契約数の増加などにより増加している。
- その他の流動負債は、設備・整備費関係の未払金が決算では大きくなる傾向があり、減少している。
- 退職給付引当金は、繰入額が取崩額を上回ったことにより増加している。

純資産の部

前年度決算比 +173億円

- 9月末の事業収支差金発生に伴う増。

区 分	前年度 決算額	21年 9月末	増減額	前年同月末
(資産の部)				
流動資産	1,864	2,161	296	1,972
現金預金・有価証券	1,568	1,885	317	1,733
受信料未収金	52	65	13	51
その他の流動資産	243	210	△33	188
固定資産	6,236	6,118	△118	5,866
有形・無形固定資産	4,357	4,147	△210	4,121
長期保有有価証券	1,747	1,837	89	1,611
出資	105	105	0	108
その他の固定資産	25	27	2	24
特定資産	134	134	0	108
放送債券償還積立資産	134	134	0	108
資産合計	8,235	8,413	178	7,946
(負債の部)				
流動負債	1,952	1,881	△71	1,813
1年以内に返済する借入・放送債券	63	60	△3	0
受信料前受金	1,198	1,282	84	1,267
その他の流動負債	691	538	△152	546
固定負債	777	853	76	738
長期借入金・放送債券	200	200	0	263
退職給付引当金	333	398	64	260
国際催事放送権料引当金	221	233	11	201
その他の固定負債	22	21	△0	12
負債合計	2,729	2,734	5	2,552
(純資産の部)				
承継資本・固定資産充当資本	4,305	4,338	33	4,305
剰余金	1,200	1,340	139	1,089
純資産合計	5,505	5,679	173	5,394
負債・純資産合計	8,235	8,413	178	7,946
自己資本比率	66.8%	67.5%	0.7 P	67.9%

(単位 億円)