

平成24年1月31日

# 平成23(2011)年度 第3四半期業務報告

自 平成23年 10月 1日  
至 平成23年 12月31日

本書は、放送法第39条第3項（会長は3箇月に1回以上、自己の職務の執行の状況を経営委員会に報告しなければならない）に基づき「平成23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。



日本放送協会

# 目次

<b>1</b>	<b>今期の概況</b>	<b>2-4 頁</b>
	(1) 接触者率向上への取り組み	3
	(2) 支払率向上への取り組み	4
<b>2</b>	<b>収支の概況</b>	<b>5 頁</b>
<b>3</b>	<b>事業計画の執行状況</b>	<b>6-17 頁</b>
	(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	7
	(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	11
	(5) 日本を、そしてアジアを、世界に伝えます	13
	(6) 円滑な完全デジタル化に向けて重点的に取り組みます	14
	(7) 構造改革を推し進め効率的な体制で受信料の価値をより大きくします	15
	(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	16
	(9) 環境経営に着実に取り組みます	17
<b>4</b>	<b>(参考) 予算の執行状況等</b>	<b>18-22 頁</b>
	(1) 収支状況 (一般勘定)	19
	受信料、受信契約状況	20
	建設費、デジタル追加経費、財務の状況	21
	(2) 収支状況 (番組アーカイブ業務勘定・受託業務等勘定)	22

**1** 今期の概況

**2** 収支の概況

## 第3四半期の達成状況

11月に全国接触者率調査、全国個人視聴率調査、放送評価調査の放送3調査を実施した。接触者率は、放送と放送外を合わせた全体リーチが76.7%（前年同期74.9%）で、このうち放送リーチは74.6%（同73.2%）だった。放送外リーチは27.9%（同21.2%）で順調に増加した。また、総合テレビの週間接触者率では、女性30代・女性40代で増加傾向がみられ、女性層を対象とした番組の成果が出ている。放送評価調査では、「親しみ」が過去最高の54%を維持。「第62回NHK紅白歌合戦」第2部の世帯視聴率は40%を超えた。

〈全国接触者率調査（NHK放送文化研究所）〉

(%)

	21年6月	21年11月	22年6月	22年11月	23年6月	23年11月
NHK全体リーチ	76.1	76.8	74.5	74.9	76.6	76.7
うち放送リーチ	74.9	75.1	73.0	73.2	73.7	74.6
うち放送外リーチ	18.1	18.2	20.9	21.2	26.7	27.9

## ●主な取り組みと分析・評価

全国接触者率調査では、全体リーチおよび放送リーチには大きな変化は見られなかったが、放送外リーチは、統計的に有意に増加した。録画再生だけでなく、データ放送や公式・提供ウェブサイトなども増えた。放送外リーチは、増加傾向が続いている。

また、全国個人視聴率調査で総合テレビの週間接触者率をみると、女性30代は前年11月の29%から39%に増加し、女性40代は6月調査で半数を下回っていたが55%に戻った。後期改定で総合テレビ火曜夜間に放送した2本のドラマ「ドラマ10」「よる☆ドラ」は、ともに女性40代の視聴が目立ち、ターゲット世代に受け入れられた。

また、朝の「連続テレビ小説」は2年連続で全国個人視聴率が増加(9.1%→11.8%→14.1%)し、今期からスタートした「カーネーション」は、世帯視聴率（ビデオリサーチ・関東）が連日20%超えを記録するなどよく見られている。「あさイチ」の全国個人視聴率は、関東・関西ともに同時間帯でトップだった。

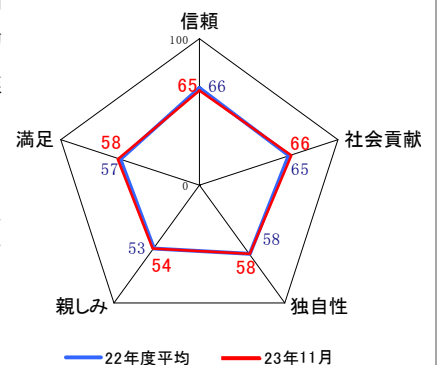
「第62回NHK紅白歌合戦」は、「1231あしたを歌おう。」をキャッチフレーズに、子どもからベテランまでの出演者が歌声を届け、震災か

ら復興へ、新しい年を希望とともに歩みだそうというメッセージを強く打ち出した。

世帯視聴率（ビデオリサーチ・関東）は第1部35.2%、第2部41.6%で、第2部は4年続けて40%を超え幅広い世代に見られた。また第2部は仙台地区で47.0%、福島地区47.5%と東北地方で大変よく見られた。

9月1日から始めたNHKのラジオ第1・ラジオ第2・FMの番組をパソコン向けに放送と同時に提供する「NHKネットラジオ らじる★らじる」は、聴取層の拡大と利便性向上のため、10月から順次、アンドロイド向け、iPhone向けアプリケーションの提供を始めた。「らじる★らじる」の聴取者は最大1日で10万人あまりとなっている。

11月の放送評価調査は、前年度平均と同等の評価を維持している。特に、経営目標ともなっている「親しみ」については、過去最高の54%を維持した。



## 課題・今後の取り組み

総合テレビの週間接触者率（1週間に5分以上総合テレビに接触した人の率）は、個人視聴率と同様に70代など高齢層にかたよがりが見られる。土曜午後7時半については、子どもとその親に向けた番組の開発を急ぐ。また、Eテレでもティーンズ接触者層のさらなる掘り起こしが必要となっている。Eテレでは第4四半期から新たにアニメ番組や若者向け番組の新シリーズをスタートさせる。引き続きターゲット層を明確にした視聴者層拡大のための施策の具体化に取り組んでいく。

## 第3四半期の達成状況

第3四半期は、23年度目標（契約総数増加40万件、衛星契約増加75万件）を達成するため、東日本大震災やアナログ放送終了に伴う受信契約の解約等の影響を受けた上半期業績の遅れを早期に挽回することに取り組んだ。契約総数は第3四半期で12.8万件の増加、年間累計で31.4万件の増加、衛星契約増加は、第3四半期で20.7万件の増加、年間累計で57.0万件の増加となった。

## ●主な取り組みと分析・評価

アナログ放送終了に伴う受信契約の解約は、第3四半期に入り減少傾向にあるものの、東日本大震災とアナログ放送終了に伴う影響として、12月末までの累計で、契約総数18.6万件、衛星契約12.3万件的解約が発生している。

## 【東日本大震災・アナログ放送終了に伴う影響】（万件）

12月末累計	東日本大震災	アナログ放送終了	合計
契約総数	4.0	14.6	18.6
衛星契約	2.3	10.0	12.3

第3四半期は、これらの契約数減少を上回る契約の増加を確保するため、営業活動の強化に取り組んだ。その結果、契約総数は第3四半期で12.8万件の増加となり、前年同期（15万件）を2.2万件下

回ったが、アナログ放送終了の影響（第3四半期5.2万件解約）を考慮すると前年以上の活動水準となっている。一方、衛星契約増加は20.7万件の増加で、前年同期（26万件）を5.3万件下回り、アナログ放送終了の影響（第3四半期3.2万件解約）を考慮しても、前年同期を下回る数字となった。デジタル移行後の衛星普及鈍化に対応するため、衛星契約取次活動の強化に取り組んでいく。

東日本大震災に伴う災害免除は約20万件発生したが、原発事故による避難地域の約2万件を除いて、10月末で免除期間を終了し、12月より受信料の請求を再開している。再開にあたっては、受信料請求の再開を知らせる文書を対象者に事前に送付するとともに、訪問活動により、丁寧な説明を行った。請求再開後、特に問題は発生していない。

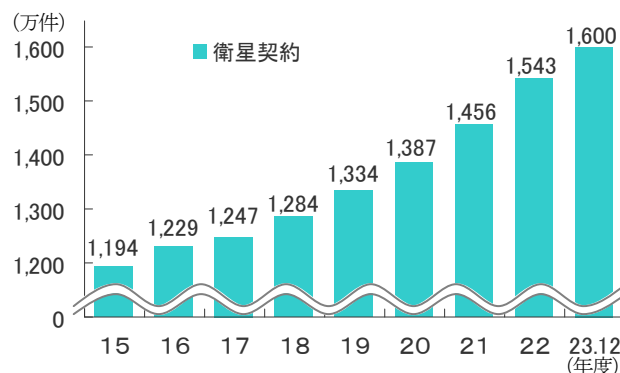
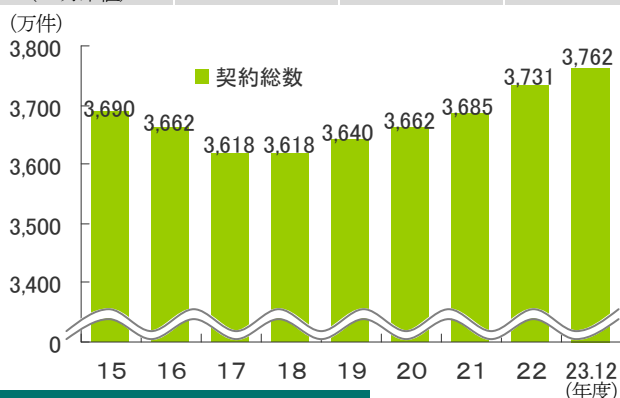
## 〔受信契約の状況〕

（単位 万件）

契約増加件数	22年度第3四半期累計			23年度第3四半期累計			現在数
	年間増加目標	実績	進捗率	年間増加目標	実績	進捗率	
契約総数	35	39.0	111.3%	40	31.4	78.5%	3,762
衛星契約※	65	67.6	103.9%	75	57.0	76.0%	1,600

※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月末値)	△20	△15	—	△25	△18	—	186
-----------------	-----	-----	---	-----	-----	---	-----



## 課題・今後の取り組み

23年度目標の達成に向けては、第4四半期で契約総数8.6万件（前年同期の増加6.8万件）、衛星契約で18万件（前年同期の増加19.9万件）の増加が必要となっている。衛星普及の鈍化にも対応しつつ、前年度を上回る営業活動の強化に取り組み、経営目標の支払率75%の達成をめざす。

## 2 収支の概況

### 第3四半期の収支概況

23年12月末までの収支の状況は、事業収入が5,241億円(予算進捗率75.7%)、事業支出が5,002億円(予算進捗率72.6%)で、事業収支差金は239億円となった。

受信契約については、地域スタッフや法人委託等による契約収納活動を強化したことなどにより、契約総数が31.4万件(年間目標の進捗率78.5%)、衛星契約が57.0万件(年間目標の進捗率76.0%)増加した。契約総数の増加数、衛星契約の増加数はともに前年度同期の実績を下回って推移しているものの、受信料収入は、前年度比で105億円の増収となっており、契約増加が収入増に結びついている。

事業支出については、東日本大震災に伴う取材経費等が増加しているものの、テレビ放送のデジタル移行が東北3県を除き順調に進んでデジタル化対応経費の進捗率が低くなっていることや効率的な業務の実施等により、12月末での予算に対する進捗率は72.6%にとどまっている。しかし、契約収納費や退職手当・厚生費等が増加基調であることを踏まえ、引き続き注視していく必要がある。

年度末に向けた見通しについては、引き続き契約増加に努め、受信料収入の増収に取り組むことで、今年度予算で見込んだ受信料収入6,680億円は確保できる見込みである。しかしながら、24年度からは「受信料の値下げ」を予定しており、財政基盤をいっそう強化する観点から更なる増収を図りたい。支出については、契約収納費や退職手当・厚生費等が増加基調であるが、その他の支出は堅調に推移する見通しで、全体では予算を下回ると見込まれる。

収支の状況は総じて順調であるが、引き続き業務全般の効率的な運営を徹底していくことで、23年度予算で計上した40億円の事業収支差金の上積みをめざす。

#### [事業収支(一般勘定)]

☞ 19 頁参照

(単位 億円)

区 分	23年度 予算	第3四半期 (10~12月)	第3四半期 累計(4~12月)	進捗率
事業収入	6,926	1,740	5,241	75.7%
事業支出	6,886	1,687	5,002	72.6%
事業収支差金	40	52	239	—

#### [受信料収入]

☞ 20 頁参照

(単位 億円)

区 分	予算	第3四半期 (10~12月)	第3四半期 累計(4~12月)	進捗率
23年度	6,680	1,687	5,049	75.6%
22年度	6,550	1,655	4,943	75.5%

### 3 事業計画の執行状況



# 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

## 第3四半期の達成状況

現経営計画（平成 21～23 年度）の完遂に向け引き続き全局で取り組むとともに、次期経営計画（平成 24～26 年度）を策定し発表した。また、被災地支援イベントや、NHKスタジオパークのリニューアルオープン、NHK文化祭、NHK全国学校音楽コンクールなど、視聴者参加のイベントを積極的に開催した。就職説明会などの採用活動をはじめ、職員研修等を通して人材の確保と育成、コンプライアンスの徹底に努めた。

### ●全組織をあげた経営改革

4 月から鋭意策定してきた次期経営計画「豊かで安心、たしかな未来へ 平成 24～26 年度 NHK経営計画」が 10 月 25 日に経営委員会で議決され、同日発表した。

発表を受け、10 月末に本部局長・全国放送局長会議を開催し、次期経営計画の考え方や重点目標について周知を行った。11 月には改革推進プロジェクト全体会議を開催し、次期計画の推進に向けて、工程表の作成をはじめとする周知を行った。また、すべての拠点局と、要望のあった本部部局や放送局で次期計画の説明会を行った。

### ●「開かれたNHK」の実現

NHKの次期経営計画については、発表当日の 10 月 25 日（7 分番組）と 30 日（25 分番組）、いずれも松本会長の出演で、計画のねらいと内容を伝えた。発表当日の番組は、視聴率 10.4%と良く見られ、次期経営計画の内容を多くの視聴者に伝えることが出来た。



次期経営計画を説明する松本会長

広報番組「NHKとっておきサンデー」では、10 月に久保田放送技術研究所長が放送の未来について、11 月に塚田理事がNHKふれあいミーティングについて、12 月に金田放送総局長が年末年始の特集番組についてそれぞれ伝えた。また、NHK文化祭（11 月）や、千葉放送局新会館オープン（12 月）のイベントなどを中継で伝えた。

## 課題・今後の取り組み

第 4 四半期は、現 3 か年経営計画の最終年度の最終四半期となる。経営 2 目標 9 方針の達成について、しっかりと総括し、課題点などを次期経営計画につなげていく。また、完全デジタル時代にふさわしい、平成 24 年度からの 3 か年経営計画の着実な実行のため、工程表を作成するとともに、組織改正に向けての準備を行う。

10 月にはNHKスタジオパークがリニューアルオープンした。当日の生放送をはじめ、「土曜スタジオパーク」等と連携し、家族連れや様々な年代が楽しめるスタジオパークの魅力を伝えた。

### リニューアルしたNHKスタジオパーク



被災地の子どもたちのために、10 月から 12 月、被災地を応援するイベントを東北 4 県（宮城、岩手、福島、青森）で行い 9,327 人が参加した。

若い世代が参加するイベントとして、「NHK全国学校音楽コンクール 全国コンクール」（NHKホール・10 月）、「全国高等専門学校ロボットコンテスト 全国大会」（国技館・11 月）を開催、放送した。

### ●公共放送を担う人材の育成強化とコンプライアンスの徹底

優秀な人材を確保するため、12 月にはNHKホールで大学生を対象とした就職説明会を実施。1,457 名が参加し、盛況であった。また、複数の地域拠点局等でも就職説明会を実施した。

上位管理職層の研修として、役員を囲んで 10 年後の経営リスクについての討議を行ったほか、多面観察調査を実施し、経営層の一員としての自覚を促した。NHKのコンプライアンス推進強化月間である 10 月から 12 月には、ソーシャルメディアに潜むリスクについての e-ラーニングを全職員が受講した。外部監査法人による内部監査の品質評価について、12 月に最終報告書を受領し、概ね国際標準に適合しているとの評価を受けた。

第3四半期の達成状況

東日本大震災と福島第一原発事故に関する報道や番組制作に引き続き全局をあげて取り組んだ。また、日本に直接関わる問題として、ヨーロッパの信用不安と急激な円高、TPP交渉への参加による影響と是非、税と社会保障の一体化改革、大阪府知事・市長同日選挙などを伝え、視聴者の高い関心に応えることができた。

さらに北朝鮮のキム・ジョンイル総書記死去、40年以上にわたるリビアのカダフィ政権の崩壊、トルコ東部地震、タイの洪水など、10月から12月にかけて激動した国際情勢についても柔軟に編成し、分厚く伝えた。

●東日本大震災への取り組み

東日本大震災や原発事故に関連したNHKスペシャルを6本放送した。震災については、「“帰宅困難1400万人”の警告」(10/9)「震災遺児1500人」(12/11)を放送、またシリーズ 原発危機「安全神話～当事者が語る事故の深層～」(11/27)「メルトダウン～福島第一原発 あのととき何が～」(12/18)を放送した。原発事故については、事故の深層を当事者への徹底取材で検証するとともに、これまで知られていなかった原子炉内部のメルトダウンの実態を、独自取材によって明らかにし、内外から高い評価を得た。

東北の被災地に対しては、引き続き、報道局を中心に全国から50人規模の応援態勢を維持し、被災者・被災地に寄り添う報道を継続している。

また、東日本大震災の検証結果をもとに、次の大災害に備えて、地震・津波に対する緊急報道の方針を抜本的に見直した。1人でも多くの方の命を救うため、より避難に結びつくよう、放送での呼びかけ方や字幕の表示のしかたを改善した。



Nスペ「メルトダウン」 避難の呼びかけ画面

●安全・安心を守り、暮らしに役立つ報道の強化

大震災後の日本のあり方を問うNHKスペシャル「日本新生」の第3回として、税の問題を取り上げた。取材VTRなどをベースに、有識者や市民によるスタジオ討論で構成し、2時間28分にわたり、充実した議論を放送した。

ギリシアの財政危機に端を発したヨーロッパの信用不安で、ギリシアの内閣総辞職やイタリア国債の暴落、EUの財政規律の強化決定などの動き

が相次いだ。日本もふくめた世界経済に大きな影響を与える問題だけに、総力を結集して連日伝えた。ニュースでの展開に加えて、節目では番組展開にも取り組んだ。NHKスペシャル「ユーロ危機 そのとき日本は」(11/23)では、暗躍するヘッジファンドの動きを通して世界の国際市場が抱える深刻なリスクを明らかにするなど、難しい国際経済の動きを、視聴者の目線でわかりやすく伝えた。

11月27日に投票が行われた大阪府知事と大阪市長選挙は、橋下徹氏が率いる大阪維新の会がダブルで勝利した。NHKは、大阪局を中心に報道局や各拠点局が連携して事前取材や準備を重ね、午後8時00分に当選確実を速報したほか、関西地区では3時間39分にわたって開票速報を実施した。大阪再生への期待だけにとどまらず既存の政治体制に対する行き詰まり感から、視聴者が高い関心を寄せた。開票速報の世帯視聴率は最高で28.3%（関西地区）を記録した。



Nスペ「ユーロ危機」 「大阪ダブル選挙」(11月)

●衛星放送の2波化とテレビ4波の役割の明確化

4月からスタートした新しいBSは、“ナマ”のスポーツと“いま”の国際情報にこだわったBS1と、“本物志向の教養・娯楽チャンネル”をめざすBSプレミアムイメージが定着し始めている。

BS1では、10月中旬から定時マルチ放送の試行を開始した。プロ野球クライマックスシリーズは10代の若年層にも見られ、日本シリーズもふくめてプロ野球が安定的にBS視聴者を獲得できるソフトであることがわかった。11月には大相撲の

幕下以下の取り組みをサブチャンネルで中継し、12月上旬からは定時マルチ放送を本格的に開始した。国際情報では、混迷を深める世界経済がテーマとなったG20サミットについて「ワールドWA VE トゥナイト」で放送枠を拡大して伝えた。

BSプレミアムでは「世界遺産 時を刻む」「SONGS プレミアム」を新設するとともに、金曜夜9時台だった「BS歴史館」を男女年層別の視聴率分析をもとに木曜夜8時台に移設し、木曜夜8時台を視聴率のとれる放送枠に成長させた。

また「長江 天と地の大紀行」「シリーズ 辛亥革命」や、AKB48、SMAPの特集など視聴者層の拡大をめざした多彩な番組を編成した。

### ●多様なサービスによる視聴者層の更なる拡大

「NHK紅白歌合戦」ではデジタルテレビやワンセグ、携帯などを利用した視聴者審査の総投票数が前回の1.3倍の、104万638票に増加した(前回は78万5,836票)。Shibuya Deep A「クリスマス90分スペシャル」での総投稿・投票数7万7,997件のうち、スマートフォンからは約9,000件が寄せられた。投票・投稿の約1割がスマートフォンからのものになり始めている。デジタル化の効果は着実にあらわれている。

### ●質の高い“大型コンテンツ”の開発

スペシャルドラマ「坂の上の雲」第3部完結編を12月、4週にわたって放送した。第3部の4回の世帯視聴率は①12.7%②11.0%③11.1%④11.4%で、全13回の平均世帯視聴率は14.4%(ビデオリサーチ・関東)だった。「明治の日本の前向きな姿に励まされる」などの声が寄せられた。

太平洋戦争開戦70年にあたる12月8日を前に「戦争証言プロジェクト」の集大成として「証言記録 日本人の戦争」(12/3、4)を放送した。90歳、100歳に達した戦争体験者800人の証言を4年にわたって収集した戦争証言は放送だけでなくアーカイブス化して公開し、公共放送としての重要な使命を果たした。

またNHKスペシャル「世界を変えた男 ステイプ・ジョブズ」(12/23)では、男性40代の個人視聴率6%とターゲット層を獲得した。

### 課題・今後の取り組み

シリーズ東日本大震災については、毎月、被災地が抱える広範なテーマを掘り起こし、シリーズ原発危機についても原発の安全性や放射能汚染の実態を科学的に検証して伝えるなど、公共放送ならではの役割を果たした。震災から1年後の24年3月11日を軸に番組を集中編成する。また世界的な経済危機と日本経済の行方、北朝鮮をはじめとするアジアや太平洋をめぐる政治経済情勢についても、タイムリーに伝えていく。

今期もNHKの高品質な番組はコンクールで高い評価を獲得した。10月にはドラマ「セカンドバージン」が東京ドラマアウォード2011で作品賞・優秀賞を、11月にはNHKスペシャル「果てなき苦闘 巨大津波 医師たちの記録」が「地方の時代」映像祭グランプリを、12月には科学放送高柳記念賞でコズミックフロント「迫り来る太陽の異変」が奨励賞を受賞した。また、ETV特集「ネットワークでつくる放射能汚染地図」が文化庁芸術祭賞のテレビ・ドキュメンタリー部門で大賞を受賞した。(24年1月)



「坂の上の雲」完結編

「コズミックフロント」

### ●視聴者の信頼と期待にこたえるための調査研究の推進

NHK放送文化研究所では、東日本大震災についてさまざまな角度から調査を続けている。報告「東日本大震災 発生から24時間 テレビが伝えた情報の推移」では、NHK総合と在京民放キー局の発災後24時間の災害報道の映像音声をもとにコード化して分析した。画面は中継が際立ち、情報は津波が最多だった。映像で伝えられた地域のうち、岩手県大槌町や宮城県山元町など被害が甚大な地域の情報がかえって伝えられない「情報のドーナツ化」現象が確認された。

また「原発とエネルギーに関する意識調査」(10月)を6月、8月に続いて実施した。原発について「減らすべき」あるいは「廃止すべき」は合計67%にのぼり、原発に否定的な意見が多数だった。またこれまで原発の利点とされていた「電力の安定供給」や「発電コストの安さ」を重視する人のなかにも原発に否定的な人が多いことが明らかになった。調査結果は11月4日の「NHKニュースおはよう日本」で紹介され、各局制作の番組でも活用された。

### 第3四半期の達成状況

11月の全国接触者率調査では、放送外リーチが顕著に伸びた。そのうち録画視聴が大きく伸びたほか、20代、30代のインターネット系による接触が増えている。第3四半期はスポーツを中心に、インターネットでの動画配信に取り組んだ。一方、難聴取対策から始めたインターネットラジオを軌道にのせつつ、スマートフォン用のアプリを開発・提供し、利用者の利便性向上を図っている。

#### ●NHKコンテンツの“3-Screens”展開の推進

データ放送の双方向番組には今期も積極的に取り組んだ。アニメ番組の双方向の登録ユーザーは、「バクマン。2」「ファイ・ブレイン～神のパズル」とともに着実に伸び、年末で8万人を超えている。

また、「日本女子オープンゴルフ」「日本オープンゴルフ」等のスポーツでは、インターネットでの動画配信に積極的に取り組み、「NHK杯国際フィギュアスケート」では、動画の再生回数が昨年比1.2倍、123万回を超えた。

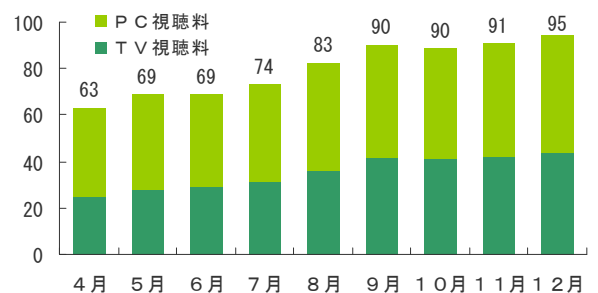
一方、デジタルテレビの機能をさらに活用して頂くために、「ネットにつなごう！キャンペーン」を行い、ネット接続の促進を図った。年末年始には、NHKデータオンラインで、「恋のシンクロ率」や「双方向クイズ天下統一」「NHK紅白歌合戦」をより楽しんで頂くためのポータルページを新規に立ち上げた。また、「NHK杯国際フィギュアスケート」では、テレビのネット接続で高画質動画の配信を行い、再生回数は1万回を超えている。キャンペーンの効果もあり、「NHK紅白歌合戦」では、デジタルテレビや携帯などを通じた視聴者審査の総投票数が初めて100万の大台を突破した。

#### ●「NHKオンデマンド」のさらなる充実

後期改定にあたり、見逃し番組では「カーネーション」「ブラタモリ」など16の新番組を配信した。また12月は、「坂の上の雲」をはじめとし、年末の特集番組を配信した。特選番組として、10月に「大河50・特集」、11月に「歴史の謎と真実・特集」、12月に「坂の上の雲・特集」を組み、各テーマと関連する新作・旧作を推薦した。さらに、

利便性向上のため操作画面上にシリーズものの「前回」「次回」ボタン、「お気に入り」ボタン等を12月から追加した。この結果、今期の売上はTV系・PC系あわせて約2.7億円と、前期比11%の増収となった。

NHKオンデマンドの視聴料収入（単月）（百万円）



#### ●放送・通信融合時代を先導する技術の研究・開発の推進

ハイブリッドキャスト (Hybridcast) の早期実現に向け、受信機メーカーの協力を得ながら技術仕様の策定および受信機の開発を進めた。今後、試作機の製作、評価と実証実験を行い、実用化をめざす。また、ハイブリッドキャストの技術仕様案を国内の標準化団体に開示し、受信機メーカーや民放などと共同して仕様の改善に取り組むことで、国内規格の策定を進めていく。将来的には放送通信連携技術の国際標準化にも寄与していく。

11月、NHKの衛星放送開発が、米国電気電子学会から、当該分野における国際的に高い業績を称える「IEEEマイルストーン」の認定を受けた。世界初の衛星放送の開始（1984年）と、その実現に向けた長年にわたる研究開発の功績が高く評価された。

### 課題・今後の取り組み

ネットと放送のコラボレーションをめざす来年度の新番組「NEWS WEB24」の立ち上げに向けて準備を進めている。1月にはパイロット版を制作して実際の放送開始に向けた検証を行った。また、スポーツコンテンツへの視聴者の関心が高いことから、今夏のロンドン五輪にむけても、デジタル展開など、放送外でも接触層の拡大につなげていきたい。

## 地域を元気にするための拠点となります

### 第3四半期の達成状況

全国 53 の放送局が「放送局のちから」を掲げ、地域を元気にする拠点となるための様々な取り組みを進めた。東日本大震災をきっかけに一層高まる防災・減災への関心に応え、地域に密着した関連ニュース・番組の放送に力を入れたほか、各放送局が取材体制の整備も進めた。被災地では、幼稚園・保育所を巡回するイベントを行うなど、地域の支援活動に努めた。全国向けドラマの撮影・放送に合わせてふれあい活動を行ったほか、地域ドラマを地元のみなさまと一体となって制作し、地域との結びつきを深めるとともに、撮影を通じて、地域の活性化や公共放送の理解促進につながるキャンペーンを展開するなど、多岐にわたる活動に取り組んだ。

#### ●「放送局のちから」を発揮した放送・サービスの充実

第3四半期も、東日本大震災の被災地の復興を応援する放送に力を入れた。BSプレミアムでは東北の魅力を伝える特集「きらり！東北の秋」（10/22～10/30）、「ほっこり！東北の冬」（12月～）を編成した。また、震災から1年の24年3月11日に向けて、被災地以外の地域放送局にも特集番組やイベントの提案募集を開始した。一方、被災地での応援イベントも実施した。10月から12月にかけて、「忍たま乱太郎」「おじゃる丸」などNHKの番組キャラクターがステージカーで東北4県（宮城、岩手、福島、青森）の仮設住宅や幼稚園・保育所を巡回し、計44日、のべ50会場で57公演を行った。このように今期も、それぞれの地域での取り組み（後述）に加えて、東京も地域放送局の放送・サービスを支援するかたちで「放送局のちから」の発揮に取り組んだ。

#### NHK被災地応援イベントキャラバン



福島県会津若松市



岩手県釜石市

全国放送の番組にあわせて、イベントなどの視聴者サービスを展開する放送局もあった。俳優・火野正平さんが、全国の視聴者から寄せられた「このころの風景」を自転車で訪ねる「にっぽん縦断 ころころ旅」（BSプレミアム）では、火野さんが中国地方から九州地方に移動するのに合わせて各地でトークショーを開催し、番組やBSデジタル放送の魅力等を伝えた。松江局（10/15）では150人、佐賀局（11/6）では180人が集まるなど盛り上がった。

#### ●地域に密着した多様なサービス実現のための体制強化

12月9日、電波監理審議会の答申が出され、24年4月1日からの群馬県および栃木県での県域放送開始に向けて準備に入った。前橋局、宇都宮局のニュースデスクを、現在の2人から通常地域放送局と同じ3人体制にし、取材体制を強化するため、1月に不定期異動を行うべく準備を進めた。

#### 【北海道】

ばんえい競馬を舞台とした北海道発ドラマ「大地のファンファーレ」の制作を進めつつ、地域とともにドラマを盛り上げる取り組みを行っている。10月のロケには、舞台となる帯広市を中心に約600人の地元の視聴者がエキストラとして参加した。また、道内各地の「草ばん馬」を番組やホームページで紹介するなど、ドラマ関連情報の発信で地域からの期待が高まっている。ニュースや番組では、引き続き東日本大震災関連情報や防災について伝えるとともに、「あさいち」「小さな旅」「産地発！たべもの一直線」等で、北海道の自然や食の魅力在全国に発信した。

#### 【東北】

東日本大震災への対応を教訓に、きめ細かい「生活情報」を県域で迅速に放送することなどを盛り込んだ「次なる大規模災害に備えて」を10月中旬にまとめ、東北地方各局の共通認識とした。また、震災関連番組には引き続き精力的に取り組み、仙台局と盛岡局では、討論番組の生放送を通して、復興に向けた被災者の生の声を広く紹介した。原発事故による影響、被災者の思い、被災地の実態などを伝える番組も数多く放送した。NHKスペシャル 巨大津波「その時ひとはどう動いたか」（10/2）は被災者への綿密な取材による検証番組として大きな反響を呼んだ。

## 【関東・甲信越】

震災復興に向けた動きや課題を掘り下げて各局が取材を継続するとともに、地元メディアと連携した復興支援のシンポジウム開催などに取り組んだ。首都圏放送センターと各局が連携する地域放送の試み「首都圏プロジェクト」でも震災に関連する新たなシリーズを放送した。前橋・宇都宮両局では、地域放送の開始決定を受け、全局をあげて放送内容の詳細な検討など本格的な準備にあたっている。開局 80 周年（新潟局）や新会館 1 周年（横浜局）、新会館移転（千葉局）にあわせ、それぞれの局が公開放送などを通じて地域を元気にする拠点としての存在感向上に努めた。

## 【東海・北陸】

東日本大震災や台風 12 号・15 号の甚大な被害を受けて、一層高まる防災への関心に応え、ニュースや番組で地域が抱える課題・問題点、減災の取り組みなどを継続的に取り上げている。12 月には、三重県で、東海・東南海・南海の 3 連動地震を想定した「非常災害対策総合訓練」を、東海・北陸と東京、近畿、四国の各放送局合同で実施し、課題の共有に努めた。また、各放送局で夕方の情報番組の公開キャラバンにも積極的に取り組み、各地の話題や魅力を発信した。富山局では、地域を舞台にドラマ「港町相撲ボーイズ」を制作・放送するなど地域に元気と絆の大切さを届けた。

## 【近畿】

10 月「カーネーション」がスタート、視聴者から好評を頂き視聴率も高い。この勢いを経営 2 目標達成に生かすべく関連番組の積極的な企画制作、CS 活動を展開した。11 月、全国の注目を集めた大阪府知事・大阪市長同日選挙では入念な事前取材と分析、大胆な編成で NHK の選挙報道への信頼感を一層高めた。台風 12 号豪雨での被災地については節目毎に現状を伝えている。「子どもを守れ！」キャンペーンでは地域特集番組を実施、子どもを巡る地域の問題と解決策を幅広く提示した。東日本大震災関連では阪神・淡路大震災の経験を生かしたニュース・番組を継続している。

## 【中国】

大河ドラマ「平清盛」関連（広島局）や、開局周年記念事業（松江局・鳥取局・山口局）など多彩な番組・イベントを全局体制で展開したほか、ツイッターを活用した音楽番組「LIVE BOX」（岡山局）、投句番組「スゴつぶ」（山口局）など双方向番組の開発にも取り組んだ。関心が高い島根原発関連や復興支援の動きなど取材を進め、夕方 6 時台や金曜夜間を中心に放送、全国発信にも繋げた。デジタル移行は旧設備撤去、周波数再編工事等を計画的・効率的に行っている。営業面では、早期の「契約復活」対策と旅館団体との協力を強化し、支払率向上に全力を挙げる。

## 【四国】

巨大地震に対する防災の取り組みを様々な角度から伝えるとともに、伊方原発の運転停止による四国の電力需給や地域への影響を詳しく伝えた。一方、四国の魅力を取り上げた番組も多数制作した。四国各局が共同で制作し各地域の魅力を上げ、しこく 8 「四県対抗！ふるさと自慢」では、地上デジタルの双方向性を活用、新しい放送の形やその魅力も伝えた。最終回を迎えたスペシャルドラマ「坂の上の雲」では、ミニ番組の放送やイベントで周知を行い地元への貢献に力を入れた。高知局では、24 年 3 月に放送の開局 80 周年記念ドラマ「カゲロウの羽」の制作をスタートした。

## 【九州】

大分局と福岡局・北九州局でそれぞれの地域を舞台にしたドラマを制作。視聴率はともに 10% を超え高い関心を集めた。また関連イベントに合わせて受信契約の勧奨を行うなど放送と営業が一体となった活動にも力を入れた。第 4 四半期には佐賀局でも地域ドラマを制作するため、4 局合同でキャンペーンを展開するなど地域ドラマを域内全体で盛り上げ視聴者活動につなげる。緊急報道では、パソコンを使った簡易な伝送方法を開発、活用していきたい。営業業績については衛星契約増加に若干の遅れが出ており、法人委託による追加対策を講じて業績挽回と全目標達成につなげていく。

## 課題・今後の取り組み

各放送局とも、今年度の「放送局のちから」の達成をめざし、放送・サービスの充実を一層図っていく。特に第 4 四半期は、東日本大震災から 1 年となる。この 1 年を振り返り、緊急報道に引き続き力を入れていくとともに、震災関連番組・イベントなどを通じて、公共放送として期待される役割を果たしていく。そのために必要な備えを再確認しつつ、新年度へのスムーズな移行の準備も進める。今後も NHK のネットワークを生かして、地域の課題や話題を全国に向けて発信していく。

## 第3四半期の達成状況

12月のキム・ジョンイル総書記死去にあたっては、北朝鮮情勢をめぐる報道を「NHKワールドTV」で分厚く行い、アジア情報に力点を置くNHKの姿勢を改めて示した。東日本大震災関連では、NHKスペシャル6本を英語化して年末に集中編成する一方、海外の配信先に編成情報を早めに提供することで、視聴者の拡大に努めた。「NHKワールド・オンライン」へのアクセス数は、先に上方修正した目標値（23年度1億3,000万ページビュー）に向けて着実に増加しており、目標達成が視野に入ってきた。

## ●国際放送による情報発信の強化

12月のキム・ジョンイル総書記死去について、「NHKワールドTV」では、「NEWSLINE」で北朝鮮側の発表を速報するとともに、東京の記者や専門家のスタジオ解説、NHKの海外のネットワークを生かした北京やワシントン、ソウルの特派員などのレポートや解説を交え、分厚く、多角的に放送した。「JAPAN 7 DAYS」、「ASIAN VOICES」などの番組でも緊急に特集を組み、専門家による分析や討論を放送した。

一連の北朝鮮関連ニュース・番組には、各国の海外モニターから、朝鮮半島に近い日本ならではの視点に基づく報道を評価し、継続を求める声が寄せられた。

東日本大震災については、被災地の動きや原発問題などを「NEWSLINE」で継続的に伝えるとともに、関連のNHKスペシャル6本を英語化し、「Documenting the Japan 3/11 Disaster」という共通タイトルで年末に集中編成した。この編成は、時間的余裕を持って放送3か月前に決定したことから、全米300局をカバーする公共放送網への配信も可能となり、4分の3の放送局から番組PRなど積極的な協力が得られた。

このほか、震災関連では、世界的ジャズピアニストのボブ・ジェームスさんが復興に向けて歩み始めた被災地で地元ミュージシャンと共演する「JAZZ for JAPAN」を放送し、好評を得た。



「JAZZ for JAPAN」



「NHKワールドTV」の24時間視聴可能世帯数は、第3四半期末時点で1億4,600万あまりとなり、上方修正した年度末目標の1億5,000万に近づいた。またアメリカの一部時間視聴可能世帯も8,600万に達した。

「NHKワールド・ラジオ日本」では、大震災の被災地へのメッセージを俳句の形で世界に募る特別番組「Haiku for KIBO ～日本へ、言葉の力を～」を年末に放送した。この番組には、59の国と地域から1,100を超える俳句が寄せられ、新たな聴取者の掘り起こしにもつながった。

## ●さまざまなメディアによる、効率的・効果的な海外発信

「NHKワールド・オンライン」は、第3四半期のアクセス数が約2,800万ページビューで、23年度累計では1億1,400万となった。先に上方修正した通年の目標値（1億3,000万）到達に向けて着実に推移している。

## 課題・今後の取り組み

「NHKワールドTV」は、関連部局（報道局・国際放送局・地域放送局）の連携強化について、記者レポートの大幅増（今四半期計291本、前年同期比約60%増）という形で進展しており、今後は英語レポート研修などを通じて質的な向上をめざす。インターネットでは、「NHKワールド」のホームページ全面改良や「NHKワールド・ラジオ日本」のストリーミング強化の作業を進めるほか、スマートフォンを通じた「NHKワールドTV」の視聴機会が増えるようアンドロイド向けアプリケーションの開発にも引き続き取り組んでいく。

## 第3四半期の達成状況

44 都道府県でアナログ放送を終了した7月24日以降も、衛星セーフティネットへの移行で暫定的に対応した難視地区における恒久対策を進めたほか、デジタル放送周波数再編の対応や東京スカイツリーへの移行、アナログ設備の撤去等、残された課題に精力的に取り組んだ。東北3県のアナログ放送終了についても、国や民放等と連携しつつ、NHK独自の取り組みを強化することで、対策の必要な設備の対応を12月末までに概ね完了するなど、デジタル化の完遂に向けて順調に進捗している。

## ●新たな難視エリアへの恒久対策

東北3県を除く新たな難視世帯26.2万世帯のうち、12.7万世帯で恒久的な対策を完了した。また新たな難視世帯への経費助成としては、ケーブルテレビへの移行と高性能アンテナ対策に対する助成を約2,000件実施し、対策を推進した。

衛星セーフティネットで暫定的に対応したNHK共聴については、5施設で恒久対策を完了するなど順調に推移している。自主共聴組合施設の恒久対策についても、引き続き技術支援や経費助成等、早期対策実施に向けた働きかけに努める。

## ●東北3県のアナログ放送終了に向けた取り組み

東北3県におけるアナログ放送の終了が24年3月31日に迫っていることを周知するため、民放等と連携して“常時告知スーパー”を実施したほか、東北ゆかりのキャストによる周知スポットを制作し、放送している。

アナログ放送終了までに恒久的な対策を予定している難視地区約1.4万世帯のうち、約1.3万世帯の対策を完了した。衛星セーフティネットで対応する約5.0万世帯のうち、約4.9万世帯の対策を完了した。



## ●被災した放送設備等の復旧

NHK共聴施設については、津波により住民が住めなくなったエリアの10施設を除いて、16施設で復旧工事が完了した。損傷した仙台会館の塔屋

については、3階建てから1階建てに減築する復旧工事を12月22日に完了し、耐震対策を進めた。また東日本大震災以降、震度5弱以上を記録した地域の放送局・支局19局について、建物耐震調査を実施した。

## ●デジタル放送周波数再編（リパック）対応

今年度実施を予定している40局のうち29局で作業を完了した。コールセンターへの問い合わせ状況や受信機動作等の情報をデジサポ（総務省テレビ受信者支援センター）と共有し円滑に作業を実施した。

## ●東京スカイツリーへの移行

東京スカイツリーへの移転に向け、光回線、STL（放送局と送信所を結ぶ回線）/ TTL（送信所間を結ぶ回線）、送信機の整備を12月に完了した。また、10月からはデジタル放送のチャンネルの隙間を使って試験電波を発射し、混信など事前対策が必要となる地区の絞り込みを開始した。12月4日の夜間には、フルパワーでテレビの試験電波を発射し、設備動作等の確認を行った。

## ●群馬・栃木両県における県域放送の開始

群馬・栃木両県における県域放送の開始に必要な基幹放送普及計画等の一部変更が、電波監理審議会答申を経て12月に決定された。24年4月からの放送開始に向け、視聴者への周知広報や受信対策等の準備を進めていく。

## ●ISDB-T方式の国際展開

総務省と連携して、地上デジタル放送（ISDB-T）方式の国際普及活動を行った。10月にモルディブが採用を決定した。（海外12か国目の採用国）

## 課題・今後の取り組み

引き続き、ケーブルテレビのデジアナ変換視聴世帯や、衛星セーフティネットで対応した地域への恒久的な対策、東京スカイツリーへの移行など、残された課題に着実に取り組む。24年3月末の東北3県のアナログ放送終了についても、国や民放、自治体等と協力しながら、着実に準備を進める。

## 第3四半期の達成状況

放送やサービスの充実のために体制の強化を行うとともに、次期経営計画（平成 24～26 年度）遂行のための要員計画の検討をはじめた。子会社への番組制作の委託では、来年度の定時番組で技術経費の単価設定を行い、トータル管理の取り組みを進めている。グループ経営の基盤強化策のうち、事務系システム統合は「標準業務モデル案」を作成し子会社等と具体的な検討を開始、シェアードサービス導入は基本構想をまとめた。副次収入は、ドラマ番組や幼児番組から大型の展開提案が出され、今期大きく伸びたものの、23 年度総額では、目標の達成率は 60.9%にとどまった。

## ●放送やサービスの充実に向けた構造改革の推進

関連団体からの復職など不定期異動により、制作現場のパワー不足を改善した。

また、次期経営計画で掲げた「効率的なNHKの業務体制の構築」に向け、全部門での徹底した棚卸しと重点事項へのパワーシフトを図るための24年度要員体制の検討を進めた。その一環として、デジタルサービスの推進に向けて、地域の体制を整備する計画を作成した。

子会社への番組制作の委託では、技術経費を取り込むかたちでトータルコスト管理を進め、来年度改定にあたって、定時番組で技術経費の単価設定を行うなどの取り組みを行った。また、来年度のインターネット予算について、費用対効果の視点でメリハリある査定を実施することで、効率的な予算管理を進めている。

## ●NHKグループ全体の経営の最適化

事務系システム統合に向けて、10月末に経理および人事・総務業務の「標準業務モデル案」の作成を完了、12月までに全24団体への説明を実施し、基本計画の検討段階に入った。また、事務系システム統合と連携してすすめている子会社等へのシェアードサービス導入については、対象業務、効果分析、概算費用、実施体制等について基本構想をまとめた。

番組の外部委託比率（4～11月実績）は、テレビ4波平均で23.3%（22年度実績27.6%）、BS2波平均で39.4%（22年度実績42.8%）と、ほぼ前年度並みに推移している。

## 課題・今後の取り組み

NHKの番組企画募集は、毎回説明会に100社以上が集まるなど、定着してきている。今後も公正・公平を旨とし外部制作比率、企画競争比率の向上に努める。大型の番組二次展開の年度内の実現に向け、子会社等を引き続き支援する。また、子会社のNHK素材提供事業のホームページを利用者目線で分かりやすく全面的に改修することで、副次収入増大をめざす。

また、企画競争比率（4～11月実績）は総合テレビで4.5%（22年度実績2.8%）、地上波平均1.6%（22年度実績0.9%）であった。

## ●“3-Screens”等の積極的展開による、受信料外収入の拡大

子会社等の今年度の決算見通しについて、11月末に取りまとめを行い、12月に理事会、経営委員会へ報告した。地デジ移行の完了に伴う関連業務の大幅な売り上げ減を主因として、単純合計では減収減益となる見込みである。

一方、副次収入については、震災の影響で遅れていた提案が多く出され、特に11月は連続テレビ小説「カーネーション」、BS時代劇「テンペスト」、「みいつけた！」などで大型の提案が出され、提案額の単月実績では今年度最高となった。

第3四半期の好調を受けて、23年度副次収入総額は12月末時点で56.6億円まで伸びたが、目標93億円に対して達成率は60.9%、前年同月比1億円の減であり、依然として厳しい状況が続いている。

連続テレビ小説  
「カーネーション」



BS時代劇「テンペスト」



「みいつけた！」

## 第3四半期の達成状況

東日本大震災とアナログ放送終了に伴う解約が、12月末累計で契約総数 18.6 万件、衛星契約 12.3 万件発生している中、契約総数は年間計画 40 万件に対して 12 月末で 31.4 万件の増加、進捗率 78.5%（前年同期 111.3%）、衛星契約は年間計画 75 万件に対して 12 月末で 57.0 万件の増加、進捗率 76.0%（前年同期 103.9%）となっており、いずれも前年の達成率を下回った。民事手続きでは、11 月に初めて未契約世帯への民事訴訟を提起した。また、公開競争入札による外部委託もさらに 7 地区増え、営業改革への取り組みを進めている。

### ●地域スタッフのパワーシフトによる契約増

前年度に比べて要員数が減少している中で、地域スタッフ 1 人当たりの取次数を向上させる取り組みを実施したものの、契約総数の取次数は 34 万件にとどまり、契約の総取次数、1 人当たりの取次数ともに昨年度実績を下回った（対前年比：総取次数 85%、1 人当たり取次数 94%）。衛星契約取次数についても 21 万件となりほぼ前年度と同じとなった（1 人当たりの取次数は前年比 110%）。今後は、活動量や営業力のさらなる向上を図るため、各種情報の活用や、契約時の衛星受信確認の徹底を図って行く。

### ●外部委託の推進

公開競争入札による契約・収納業務の外部委託の推進については、10 月に 2 地区、12 月に 5 地区で新たに業務を開始し、12 月末現在で 22 地区（約 285 万世帯）において業務を実施している。

12 月末累計の契約総数の取次数は 6.5 万件、衛星契約取次数は 2.8 万件となり、多くの項目で計画を上回る業績を確保している。2 月にはさらに 4 地区での業務開始を予定している。

小規模な地域を担当するエリア型法人は 12 月末までに 51 社 87 地区において業務を実施している。

### 公開競争入札による外部委託 業務実施地区数

21年度末	22年度末	23年12月末
3地区	12地区	22地区

## 課題・今後の取り組み

7 月以降「営業改革推進委員会」を設置し、NHK を挙げた営業活動の推進や、受信料制度の理解促進等について検討してきた。今後、その検討内容を具体的な活動に順次反映させていく。アナログ放送終了に伴う契約解約者へは、今後も効率的・効果的な再契約勧奨活動に取り組んでいく。10 月末で東日本大震災に伴う災害免除が終了となった方々へは、引き続き丁寧に対応していく。

### ●未収者への支払督促と未契約者への民事手続き

第 3 四半期に行った支払督促の申し立ては 127 件で前年同期とほぼ同数となっている。平成 18 年の支払督促開始以来、申し立て件数の累計は 12 月末で 2,113 件となり、そのうち 1,872 件は支払済み、または分割支払中などとなっている。

10 月には 11 人に強制執行の申し立てを行った。強制執行申し立て件数は累計で 40 件となり 12 月までに 30 件が全額収納となっている。

11 月 16 日に未契約世帯 5 世帯に対し、放送法施行以来初めてとなる、放送受信契約の締結と受信料の支払を求める民事訴訟を提起した。12 月末までに 4 世帯が契約締結に応じ、残る 1 世帯について裁判手続き中となっている。

### ●アナログ放送終了に伴う営業施策

アナログ放送終了に伴う解約は減少傾向にあるものの、12 月末累計で、契約総数 14.6 万件、衛星契約で 10.0 万件となっている。解約者に対しては、10 月以降、デジタル放送受信機の設置を確認するためダイレクトメールや訪問活動を開始した。今後も、ダイレクトメール、電話、訪問活動を効果的に組み合わせ、再契約勧奨活動を強化していく。

### ●設置確認メッセージの活用

設置確認メッセージ消去の電話による受付件数は 12 月末で 229 万件となり前年同時期を下回った（前年比 98%）。8 月以降、デジタル移行に伴う買い替えが終了したことによる普及の低下が影響している。今後、設置確認から契約取次までのさらなる迅速化に取り組む。

## 第3四半期の達成状況

「太陽光発電設備設置計画の推進」「省電力電灯の導入による節電」「電力消費の見える化」など、「NHK環境自主行動計画」の23年度アクションプランの着実な実施を図っている。今年度のアクションプランのうち、放送センター（渋谷）への太陽光発電設備の整備、および、全国3スタジオの照明LED化整備が完了した。

### ●放送やイベントによる環境問題の継続的かつ重点的な取り組み

原発事故の放射能による環境汚染について、「クローズアップ現代」では、食の安全を考える「安全を守れるか 食品の放射能検査」(10/3)や、動き始めた放射線教育の最前線を伝えた「どう教える“放射線”」(10/11)などを放送した。また、地球温暖化について話し合う国連会議COP17の開催に合わせ、「BS世界のドキュメンタリー」で「岐路に立つタールサンド開発 ～カナダ 広がる環境汚染～」(12/6、7)、「“マメの木”が森を救う！～焼き畑農業からの脱却～」(12/8)などを「シリーズ 大地は訴える」として再放送した。

© Garth Lenz



「安全を守れるか」 「岐路に立つタールサンド開発」

環境情報ポータルサイト「NHKエコチャンネル」では、「原子力とエネルギーについて考える動画集」をリニューアルしたほか、国連の国際森林年にあわせて「エコチャン森の動画集」を特集し、屋久島など日本各地の森に関する動画を掲載した。さらに、NHKとACジャパンの共同キャンペーン「やさしい森」とあわせて、森林保護の大切さをアピールした。

### ●CO<sub>2</sub>や事業系廃棄物の削減に向けた取り組み

スタジオ照明については、これまで白熱電灯の一種であるハロゲンライトを主に使用してきたが、放送番組の制作に適した色合いと明るさを兼ね備えたLED高効率照明器具を開発し、NHKスタジオ

パーク公開スタジオ、福岡局ニューススタジオ、千葉新会館に導入した。従来に比べて、消費電力は約5分の1、器具の寿命も7～10倍となり、環境にやさしい設備となっている。



LEDスタジオ照明器具 千葉新会館ニューススタジオ

3年計画で進めてきた放送センターの太陽光発電設備が今期、完成した。合計240kW、年間およそ22万kWhのクリーンエネルギー発電を見込んでいる。また、23年度に全国8放送局へ10kWの太陽光発電設備を整備する計画は、6局（長野、千葉、富山、長崎、釧路、室蘭）の工事が完了した。現在、放送センター各フロアの電力使用状況を把握する省エネ管理システム（23年度完成予定）、菖蒲久喜ラジオ放送所の2,000kWメガソーラーシステム（24年度完成予定）の整備を進めている。

美術セットについても再利用を進めており、土曜ドラマ「蝶々さん」では、「おひさま」のメインセットも使い、新規製作は2割程度にとどめた。



放送センター 太陽光発電パネル

### ●節電へのNHKの取り組み

この冬、政府の節電要請に基づきNHKは、関西電力管内で10%、九州電力管内で5%のピークカットをめざして節電に取り組むとともに、その他の電力会社管内でも引き続き節電に努めている。

## 課題・今後の取り組み

今後も、電力供給不足が予想される社会状況を踏まえ、「太陽光発電設備設置計画の推進」「省電力電灯の導入」「電力消費の見える化」など様々な施策を講じて、政府の節電要請への対応をはじめ効率的なエネルギー使用に努め、環境経営の取り組みを推進していく。

4

(参考)

予算の執行状況等

## 4 (1) 収支状況 (一般勘定)

### 一般勘定

[12月末標準進捗率 75.0%]

#### 予算との比較

(単位 億円)

区 分	予算額	12月末実績額	予算残額	進捗率
事業収入	6,926	5,241	1,684	75.7%
受信料	6,680	5,049	1,631	75.6%
交付金収入	34	25	8	75.3%
副次収入	93	56	36	60.9%
財務収入	50	51	△0.6	101.3%
雑収入	20	39	△19	197.8%
特別収入	47	19	28	39.8%
事業支出	6,886	5,002	1,884	72.6%
国内放送費	2,837	2,086	751	73.5%
国際放送費	142	98	44	68.6%
契約収納費	597	458	138	76.8%
受信対策費	296	140	156	47.3%
調査研究費	85	43	41	51.2%
給与	1,255	926	329	73.8%
退職手当・厚生費	565	439	126	77.6%
共通管理費等	178	126	52	70.7%
減価償却費	698	544	154	77.9%
財務費	153	115	37	75.3%
特別支出	25	23	1	92.1%
予備費	50	0	50	0.0%
事業収支差金	40	239	△199	—

事業収入は5,241億円(進捗率75.7%)、事業支出は5,002億円(進捗率72.6%)。事業収支差金は239億円の黒字。事業収入は受信料を中心に標準進捗率をやや上回り順調に推移。事業支出は契約収納費、退職手当・厚生費等が標準進捗率を上回っているが、全体としては堅調に推移している。

#### 《予算との比較》

- ◇ 受信料は、東日本大震災やアナログ放送終了に伴う影響があるものの、地域スタッフ・法人委託等による契約収納活動の強化などにより、標準進捗率をやや上回っている。
- ◇ 副次収入は、今期、大型提案が出されたものの、全体的には番組の二次利用展開の減少などにより、低い進捗率となっている。
- ◇ 雑収入は、前々年度以前受信料の回収額が増加し、予算を大幅に上回っている。

- ◆ 国内放送費は、東日本大震災に伴う取材経費等が増加しているものの、効率的な業務実施に努めていることもあり、堅調に推移している。
- ◆ 契約収納費は、法人委託の拡大により手数料が増加していることなどから、やや高い進捗率となっている。
- ◆ 受信対策費は、新たな難視やビル陰共聴のデジタル化に係る経費助成件数が減少したことなどから、低い進捗率となっている。
- ◆ 退職手当・厚生費は、22年度における年金資産運用の悪化により退職給付費が増加し、やや高い進捗率となっている。

#### 前年同月との比較

(単位 億円)

区 分	前年同月末実績額	12月末実績額	増減額	増減率
事業収入	5,118	5,241	123	2.4%
受信料	4,943	5,049	105	2.1%
交付金収入	26	25	△1	△4.2%
副次収入	57	56	△1	△1.8%
財務収入	47	51	3	8.0%
雑収入	36	39	3	9.4%
特別収入	6	19	12	174.2%
事業支出	4,901	5,002	100	2.0%
国内放送費	2,076	2,086	9	0.5%
国際放送費	94	98	3	3.3%
契約収納費	460	458	△1	△0.4%
受信対策費	90	140	49	55.2%
調査研究費	43	43	△0.01	△0.0%
給与	928	926	△1	△0.1%
退職手当・厚生費	426	439	12	2.9%
共通管理費等	124	126	1	1.2%
減価償却費	527	544	16	3.2%
財務費	113	115	1	1.4%
特別支出	15	23	7	50.6%
事業収支差金	217	239	22	—

#### 《前年度との比較》

- ◇ 受信料収入は、契約総数および衛星契約の増加と未収の削減が進んでいることもあり、前年度より増加している。
- ◇ 副次収入は、番組関連商品の展開減等により、前年度を下回っている。
- ◇ 特別収入は、横浜及び鹿児島旧会館用地等の売却益があったため、前年度より増加している。
- ◆ 国内放送費は、全体としては前年度と同規模の水準となっている。
- ◆ 契約収納費は、公開競争入札の実施地域拡大など法人委託の強化を図っているが、地域スタッフの削減に伴う手数料の減等により、前年度と同規模となっている。
- ◆ 受信対策費は、完全デジタル化に向け実施したデジタル移行把握の電話調査や受信相談、アナログ放送終了に関する対応体制の増強等に伴い増加している。

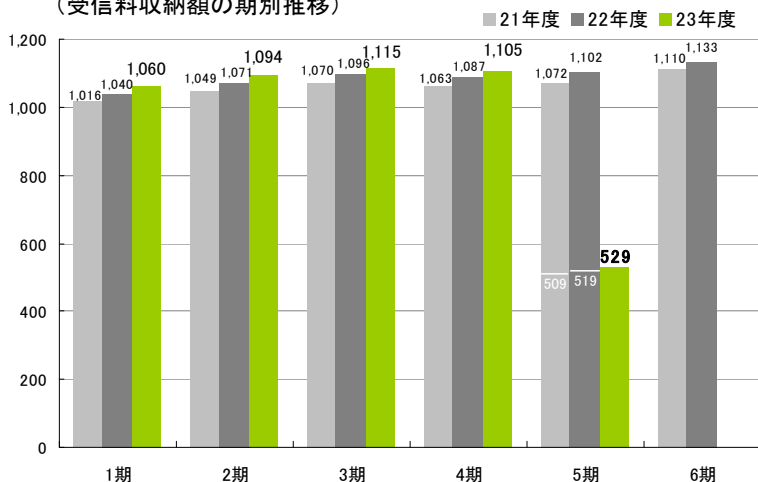
## 受信料

(単位 億円)

区分	22年度 12月末	23年度 12月末	増減額
受信料収入	4,943	5,049	105
受信料収納額	4,816	4,904	88
回収予定額	127	144	17

東日本大震災やアナログ放送終了の影響があるものの、地域スタッフや法人委託等による契約収納活動の強化によって、前年同月と比較して、受信料収入は105億円、受信料収納額は88億円、それぞれ増加している。

(受信料収納額の期別推移)

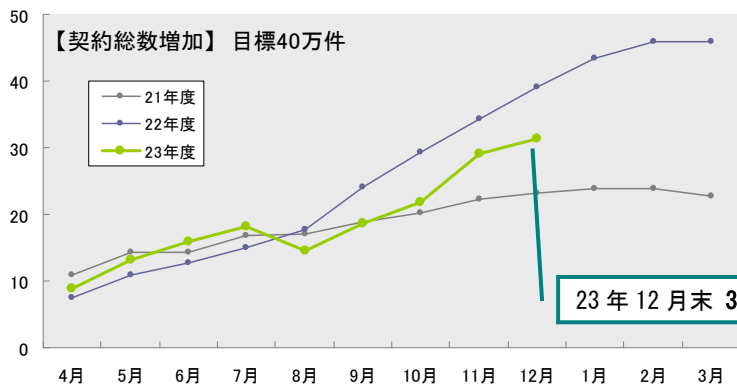


## 受信契約状況

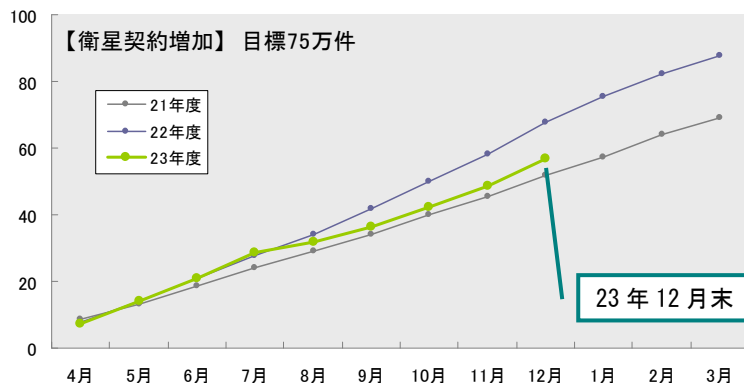
(単位 万件)

区分	22年12月末			23年12月末			現在数
	年間 増加目標	実績	進捗率	年間 増加目標	実績	進捗率	
契約総数	35	39.0	111.3%	40	31.4	78.5%	3,762
衛星契約*	65	67.6	103.9%	75	57.0	76.0%	1,600
未収削減	△20	△15 (11月末)	-	△25	△18 (11月末)	-	186 (11月末)

※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



23年12月末 31.4万件



23年12月末 57.0万件

受信契約状況は、契約総数の増加が31.4万件、衛星契約の増加が57.0万件となっている。地域スタッフや法人委託等による契約収納活動の強化や衛星契約勧奨の重点展開等により、契約総数増加、衛星契約増加ともに、相応の水準を確保している。

## 建設費

(単位 億円)

区 分	予算額	12月末実績額	予算残額	進捗率
建設費	※ 775	338	437	43.7%

※当初予算 750 億円に前年度からの繰越額 25 億円を加えた額

多くの設備整備が第4四半期に予定されているため、実績額は標準進捗率を大きく下回っているが、東京スカイツリー送信設備の整備、ロボットカメラのハイビジョン化整備など順調に施行している。

## デジタル化対応経費

(単位 億円)

区 分	予算額	12月末実績額	予算残額	進捗率
建設費	※ 192	86	105	45.0%
事業費	349	212	137	60.7%

※当初予算 181 億円に前年度からの繰越額 11 億円を加えた額

## &lt;主な内訳&gt;

## (建設費)

- ・東京スカイツリー送信設備の整備
- ・デジタル放送周波数再編（リパック）対応
- ・ロボットカメラのハイビジョン化更新

## (事業費)

- ・デジタル難視聴対策など受信環境整備の支援

## 財務の状況

(単位 億円)

区 分	前年度決算額	12月末実績額	増減額	前年同月末実績額
資産合計	8,772	9,165	393	8,987
流動資産	2,043	2,583	539	2,337
現金預金・有価証券	1,707	2,212	504	2,011
その他の流動資産	335	371	35	325
固定資産	6,719	6,572	△146	6,649
有形・無形固定資産	4,400	4,165	△234	4,301
長期保有有価証券	2,188	2,278	90	2,213
その他の固定資産	130	128	△2	134
特定資産(放送債券償還積立資産)	10	10	0	0
負債合計	3,105	3,258	153	3,140
流動負債	2,191	2,381	189	2,215
1年以内に償還する放送債券	100	100	0	0
受信料前受金	1,251	1,705	453	1,672
災害修繕費用引当金	15	11	△4	0
固定資産撤去費用引当金	49	41	△8	0
その他の流動負債	774	522	△251	543
固定負債	913	876	△36	924
固定資産撤去費用引当金	131	131	0	0
退職給付引当金	535	471	△64	580
国際催事放送権料引当金	215	244	28	210
その他の固定負債	30	29	△0.6	133
純資産合計	5,667	5,907	239	5,846
承継・固定資産充当資本	4,405	4,405	0	4,368
剰余金	1,262	1,502	239	1,478
負債・純資産合計	8,772	9,165	393	8,987
自己資本比率	64.6%	64.5%	△0.1P	65.0%

## (前年度決算比)

## 資産 393 億円増

◇ 現金預金・有価証券および長期保有有価証券は、受信料前受金の増加、事業収支差金の発生などにより増加している。

## 負債 153 億円増

◇ 受信料前受金は、偶数月に受信料の口座入金が増加することなどにより増加している。

◇ 設備関係費の未払金の減少等により、その他の流動負債は減少している。

## 純資産 239 億円増

◇ 12月末の事業収支差金発生に伴う増

## 自己資本比率 △0.1 ポイント

## 番組アーカイブ業務勘定

〔12月末標準進捗率 75.0%〕

## 予算との比較

(単位 億円)

区 分	予算額	12月末実績額	予算残額	進捗率
事業収入	12.6	7.6	4.9	60.4%
視聴料収入	12.0	7.2	4.7	60.6%
事業支出	27.0	16.4	10.6	60.8%
事業収支差金	△ 14.4	△ 8.8	△ 5.6	-

## 前年同月との比較

(単位 億円)

区 分	前年同月末実績額	12月末実績額	増減額	増減率
事業収入	4.3	7.6	3.3	76.4%
視聴料収入	3.8	7.2	3.4	89.0%
事業支出	15.6	16.4	0.7	4.9%
事業収支差金	△ 11.3	△ 8.8	2.5	-

※放送法第20条第2項第2号に基づくNHKオンデマンド（NOD）に係る収支を区分した勘定

事業収入は、予算12億円に対し、7億円の実績となっている。事業支出は、予算27億円に対し、16億円の実績となっている。

見逃し見放題パック、特選見放題パックとも順調に増加しており、12月には過去最高の売り上げを記録したものの、事業収入の進捗率は60.4%にとどまっている。

事業支出の主な内訳は、著作権料や権利処理費、配信業務費等である。

## 受託業務等勘定

〔12月末標準進捗率 75.0%〕

## 予算との比較

(単位 億円)

区 分	予算額	12月末実績額	予算残額	進捗率
事業収入	14.9	11.2	3.6	75.2%
事業支出	12.5	9.2	3.3	73.3%
事業収支差金	2.3	2.0	0.3	-

※放送法第20条第3項に基づく受託業務等に係る収支を区分した勘定

事業収入は、予算14億円に対し、NHKホールやNHK大阪ホールの利用料など、11億円の実績となっており、順調に進捗している。

## 前年同月との比較

(単位 億円)

区 分	前年同月末実績額	12月末実績額	増減額	増減率
事業収入	11.8	11.2	△ 0.6	△ 5.1%
事業支出	8.9	9.2	0.2	2.9%
事業収支差金	2.8	2.0	△ 0.8	-

NHK