

日本放送協会 理事会議事録

(平成27年 7月21日開催分)

平成27年 8月28日(金)公表

<会議の名称>

理事会

<会議日時>

平成27年 7月21日(火) 午前9時00分～9時25分

<出席者>

榑井会長、堂元副会長、塚田専務理事、吉国専務理事、板野専務理事、
福井専務理事、森永理事、井上理事、浜田技師長、今井理事、
坂本理事、安齋理事
上田監査委員

<場所>

放送センター 役員会議室

<議事>

榑井会長が開会を宣言し、議事に入った。

付議事項

1 審議事項

- (1) 第1242回経営委員会付議事項について
- (2) 視聴者対応報告(平成27年4～6月)について

2 報告事項

- (1) 平成26年度NHKと関連団体との取引の評価・公表について
- (2) 2015年6月全国放送サービス接触動向調査の結果について

議事経過

1 審議事項

(1) 第1242回経営委員会付議事項について

(経営企画局)

7月28日に開催される第1242回経営委員会に付議する事項について、審議をお願いします。

付議事項は、報告事項として「平成27年度第1四半期業務報告」、「視聴者対応報告（平成27年4～6月）について」、「平成26年度NHKと関連団体との取引の評価・公表について」、および「契約・収納活動の状況（平成27年6月末）」です。また、その他の事項として「営業関係データ（都道府県別 6月末）について」です。

(会長) 原案どおり決定します。

(2) 視聴者対応報告(平成27年4～6月)について

(広報局)

放送法第27条に定める視聴者対応の状況について、平成27年4～6月分を以下のとおり取りまとめました。ついては、放送法第39条第3項の規定に基づき、7月28日開催の第1242回経営委員会に報告したいと思います。

まず、この期間の視聴者の声（意見・要望、問い合わせ）の総数は、4月が36万6,552件、5月が31万6,718件、6月が32万7,466件でした。

次に、最近の報告から主な話題を紹介します。

大河ドラマ「花燃ゆ」は、放送開始から半年間、25回の放送が終わった段階で過去の3作品と比較すると、寄せられた反響数は5,554件と若干減りました。また、前作の大河ドラマ「軍師官兵衛」と比較すると、厳しい意見の件数はほぼ同数で、好評意見と問い合わせの件数は減少しました。反響を男女別・年代別で見ると、男性からの意見と60代以上の意見がそれぞれ6割を占めています。また、女性は若い世代で好評意見の割合が高く、男性は各世代とも厳しい意見の割合が高くなって

います。好評意見には、主演の井上真央さんへの励ましが目立ち、厳しい意見には「誰が主人公なのか、わかりにくい」という指摘などもありました。また、NHKスペシャル「沖縄戦 全記録」（6月14日放送）は、「とても見ごたえのある番組だった」、「迫力ある映像で、驚きの連続だった」など、好評意見が厳しい意見を上回りました。その他、ドキュメント72時間「ウワサの猫と商店街」（6月26日放送）は、「ドキュメント72時間」としては、4月からの放送分13本の中で最も女性の割合が高く、全体の6割以上が再放送の要望でした。

続いて、報告期間に寄せられた視聴者からの指摘や意見・要望への主な対応について紹介します。

27年度番組改定で20番組を新設した外国人向けテレビ国際放送「NHKワールドTV」については、「見逃してしまった番組を見られないか」という強い要望が国内外から寄せられていました。そうした要望に応え、国内外ともに、NHKワールドTVの放送後の番組をホームページから無料で視聴できるビデオ・オン・デマンド（VOD）サービスを6月15日から始めました。国際放送用に制作された13の番組について、主に放送後1～2週間の「見逃し視聴」ができます。

誤記・誤読などに対する指摘は、4月は102件、5月は103件、6月は84件ありました。指摘については、直接番組担当者に連絡し訂正するよう努めるとともに、再発防止のため、放送関係部局の連絡会で周知し、放送現場へ注意を喚起しました。

（会 長） 原案どおり決定し、次回の経営委員会に報告します。

2 報告事項

（1）平成26年度NHKと関連団体との取引の評価・公表について （経理局）

平成26年度NHKと関連団体との取引の評価・公表について報告します。これは、NHKが定める関連団体運営基準第23条に基づき、NHKと関連団体との一定規模以上の取引について、毎年度その取引が適正に行われているかの評価を取りまとめ、公表しているものです。

26年度の関連団体との評価・公表の対象となる取引（以下、「取引」）は、件数が2,294件、金額は1,696億円となり、前年度に対して

39億円増加しています。国内放送や国際放送の充実によって番組制作関係業務委託費が増加する一方で、東京スカイツリーへの送信所移転に伴う受信障害対策が終了したことなどにより、その他の取引が減少しています。

取引の評価として、関連団体との取引が、NHKの経理規程および業務委託基準に基づき適正に行われているかについて、NHKが自ら全件を点検し、いずれの取引も適正なものであると判断しています。このうち、金額で全体の約9割を占める、1件3,000万円を超える取引については、3名の外部有識者で構成する「入札契約委員会」の点検等も受けています。

26年度に実施した競争契約は、件数が469件、金額は127億円となりました。競争契約の主なものは、NHK共同受信施設の大規模改修工事やアナログ送信設備の撤去工事などです。

続いて、26年度のNHKと関連団体を含む外部との契約状況について報告します。競争契約の推進や高い透明性の確保に取り組んできた結果、26年度の競争契約は1,679億円、競争契約率63.5%となり、昨年度を上回る競争契約率を達成しています。このうち、一般競争入札については、26年度の実施件数が759件、金額は426億円となり、着実に増加しています。

本報告の内容は、7月28日開催の第1242回経営委員会に報告したあと、1件ごとの個々の契約情報と合わせて、NHKのホームページ「NHKオンライン」で公表します。

(2) 2015年6月全国放送サービス接触動向調査の結果について (放送文化研究所)

2015（平成27）年6月に実施した、「全国放送サービス接触動向調査」（以下、「接触動向調査」）の結果について報告します。

平成24年まで実施していた「全国接触者率調査」の質問項目等を時代状況に合わせて見直し、25年から6月と11月の年2回、接触動向調査を実施しています。接触動向調査では、1週間に特定の局やメディアに接触した人の割合を示すリーチ（週間接触者率）について、NHKへのリーチと同様に民放についても測定しており、両者を比較・分析することが可能です。

6月8日月曜日から14日日曜日までの1週間、全国の7歳以上の男女3,600人を対象に、1日単位で5分以上の視聴・利用があったかどうかを記入する方法で実施しました。有効数は2,415人、有効率は67.1%でした。

接触動向調査では、テレビ・ラジオの放送に加え、録画再生、録音再生、ビデオ・オン・デマンド（VOD）、ウェブサイト、動画サイト、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）等の放送局で展開するインターネットサービスについて、NHK、民放それぞれへの接触の有無を調査しています。それらを、放送と同時の接触を示す「リアルタイム」、録画再生など番組への時差接触を示す「タイムシフト」、デジタルコンテンツサービスへの接触を示す「インターネット」の3つのリーチにまとめ、分析の基本としています。

1週間のリーチを見ると、「リアルタイム計」は、NHK74.0%、民放（民放各局のいずれかに接触した率）87.4%、「タイムシフト計」は、NHK21.6%、民放44.8%、「インターネット計」は、NHK7.3%、民放17.2%でした。この3つのリーチのいずれかに接した人を表す「トータルリーチ」は、NHK75.0%、民放89.4%でした。NHKの「タイムシフト計」と「インターネット計」は前年と同程度で、「リアルタイム計」と「トータルリーチ」は前年より減少しました。一方で、民放の「リアルタイム計」、「タイムシフト計」、「トータルリーチ」はこの3年で変化がなく、「インターネット計」は増加する傾向にあります。

3つのリーチの年層別傾向について説明します。NHKと民放を比べると、「リアルタイム計」は、NHKは60代以上、民放は50代以上で全体より高く、中高年層で高めの傾向です。「タイムシフト計」は、NHKと民放でリーチの大きさに違いがあり、NHKでは60代で高いのに対し、民放は7～19歳の若年層から30～50代の中年層までリーチが高く、年層別の傾向が異なります。「インターネット計」は、NHKは40代で若干高いものの、年層差が少ないのに対し、民放は13歳～40代の若中年層が主な接触者になっており、傾向が異なっています。

「リアルタイム」、「タイムシフト」、「インターネット」の3つの接触パターンを見ると、NHKは全体で「リアルタイムのみ」が49.5%と、民放の39.1%に比べて多いのが特徴です。次に、年層別で見ると、N

HKでは40代・60代で「リアルタイムのみ」が減少し、40代では「リアルタイムとタイムシフトのみ」、60代では「リアルタイムとインターネットのみ」が増加するなど、中高年層の接触方法が「リアルタイム」とそれ以外の組み合わせに変化しつつあることがうかがえます。民放では「リアルタイムとタイムシフトのみ」と「リアルタイムとタイムシフトとインターネット」がNHKより多く、この3年で傾向に大きな変化はありませんが、70歳以上で「リアルタイムとタイムシフトのみ」が前々年より増加しています。

「リアルタイムリーチ」を個別に見ると、「データ放送」のリーチは、NHKは23.9%、民放は29.9%で、ともに前年と同程度でした。民放は、「CS・専門チャンネル」リーチがこの3年で減少する傾向にあります。インターネットラジオのリーチは、NHK1.2%、民放2.9%で、この3年でほとんど変化はありませんが、「インターネットラジオ」の利用経験率を見ると、NHK「らじる★らじる」は2.5%、民放「radiko.jp（ラジコ）」は4.7%で、民放では前々年から増加しました。特に、民放は、男13～19歳、女30～50代で増加しました。

次に、「タイムシフトリーチ」についてです。「地上録画再生」リーチについては、NHKは前年と同程度、民放はこの3年変化がありません。一方、「BS録画再生」リーチは、NHKで8.0%、民放で11.7%と、ともに増加する傾向にあります。「録画再生頻度」は、「毎日のように」録画再生する人が全体で18.4%となり、ここ3年で増加しています。男女年層別で見ると、男60代、女40代、女70歳以上が増加し、中高年層で、「毎日のように」録画再生する層の広がりが見られます。

最後に、「インターネットリーチ」について見ると、NHK、民放とも、「インターネット計」が増加しています。NHKでは、「ホームページ」のリーチがやや増加し、「インターネットリーチ」の中で最も高いリーチになっています。民放では、「公式SNS」とラジオ番組の「ストリーミング」などが増加し、「インターネットリーチ」の中では、「動画サイト公式動画」が最も高くなっています。「動画サイトを利用している人」の割合は、前々年の36.4%から43.3%に増加しました。男女年層別で見ると、女30～60代で増加し、女性の幅広い年層で利用が広がっています。「動画サイト公式動画」のリーチは、動画サイト利用者の広が

りと比べると小さく、民放はやや増加しましたが、NHKは変化が見られません。また、SNSの利用者は「LINE」の普及により急速に伸びて34.9%となりました。男女年層別に見ると、前々年より、男20～50代、女20～60代で増加し、利用者の裾野が広がっています。

以上で付議事項を終了した。

上記のとおり確認した。

平成27年 8月25日

会 長 靱 井 勝 人