

# **視聴者視点によるNHK評価**

## **平成21年度報告書 －概要版－**

平成22(2010)年6月

視聴者視点によるNHK評価委員会

# 目次

---

はじめに	P2
■ 「視聴者視点によるNHK評価委員会」の位置づけと平成21年度の活動方針	P3
■ 平成21年度の評価委員会の活動	P4
■ 評価指標『2つの信頼・8つの指標』	P5
■ 評価の基本方針と評価方法	P8
■ 評価結果 評価の2本柱『2つの信頼』	P11
■ 評価結果 『8つの指標』～放送の信頼性～	P13
■ 評価結果 『8つの指標』～経営の信頼性～	P19
■ 評価結果を踏まえた考察	P23
参考	P30
・経営9方針に対する視聴者の期待度と実現度	
・WTPについて	

# はじめに

---

- 「視聴者視点によるNHK評価委員会」(以下、評価委員会)は、平成21年4月1日に発足した。発足1年目の本年度は、NHKの活動を評価する独自の指標ならびに項目の開発に注力した。
- 本報告書は、新たに開発した『2つの信頼・8つの指標』で、平成21年度のNHKの活動を評価したものである。
- 評価委員会では、信頼を回復しつつあるNHKが、公共放送としてさらに高い価値を発揮し、視聴者から深く高い信頼を確保するために、視聴者の視点をNHKに伝えることを目標として評価した。
- 評価委員会は、視聴者がNHKの活動にどのような期待を持ち、それらの期待がどの程度実現されたと考えているか(「期待の充足率」=視聴者の期待をどの程度NHKの活動が充足しているか)を、評価の基本的尺度とすることにした。NHKの活動が生み出す価値が高まると、視聴者の期待も高まるであろう。期待の高まりも、視聴者の一つの評価である。しかし、評価委員会は、あえて厳しく、期待の充足率を評価の基本的尺度とした。変化する視聴者の期待や要望に十分に応えるとともに、期待を超えるような先導的価値を提供して新たな期待を形成する。さらに、それらを高い水準で充足する。そうしたことは、公共放送としてのNHKの役割であると考えているからである。
- 評価を行うに際しては、視聴者調査を基本にしたが、視聴者からは見えにくいNHKの活動についても可能な限り評価するという考えから、職員調査などの調査を実施し、NHKの活動の把握に努めた。
- 「放送の信頼性」については、評価委員会が、公共放送としてのNHKが達成しなければならないと考える評点を上回った。他方、「経営の信頼性」については、下回ることになった。評価結果は、NHKの様々な活動の問題点を指摘するものではなく、現状を見つめ、より高位の放送や経営をめざすためのものであり、将来の放送や経営の出発点となるものである。それゆえ、報告書は、得られた評点の意味を明らかにするとともに、今後の課題を指摘するように構成した。
- さらに、「視聴者の公共放送への期待の構造」、「公共放送を支える受信料に対する視聴者の意識」を考察し、「放送の信頼性」を高めるための政策的課題を指摘した。あわせて、「地域の力」が、NHKの重要な経営戦略となっていることから、視聴者との接点の最前線となっている地域放送局の活動を重視し、地域放送局の取り組みを把握するとともに、地域放送に対する視聴者の期待や要望の特性を明らかにし、地域放送の役割や仕組みについても考察を加えて課題を抽出した。
- 評価委員会は、可能な限り総合的に評価を加えたが、もとより完全なものではない。評価のあり方、課題の抽出も、社会状況、放送を取り巻く状況によって変化する。したがって、環境の変化に細心の注意を払って、評価軸や指標の見直しがなされなければならない。その意味で、この報告書は、公共放送NHK評価の出発点に過ぎない。今後、多くの人々から意見をいただいて、さらに洗練されたものにしていきたいと考えている。

平成22年6月22日

視聴者視点によるNHK評価委員会  
委員長 谷藤 悦史(早稲田大学 教授)  
委員 江上 節子(武蔵大学 教授)  
委員 山内 弘隆(一橋大学 教授)

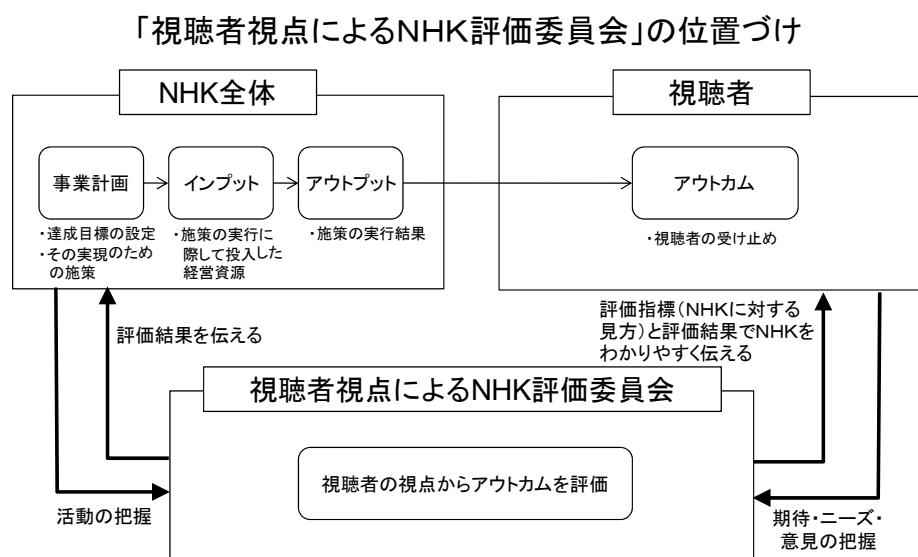
# 「視聴者視点によるNHK評価委員会」の位置づけと平成21年度の活動方針

## (位置づけ)

- 「視聴者視点によるNHK評価委員会」(以下、評価委員会)は、平成21年4月1日にNHK会長の諮問機関として設置された。平成20年度まで活動してきた「NHK“約束”評価委員会」の役割の一部を引き継ぎ、NHK執行部からは独立し、視聴者視点に基づき、客観的にNHKの活動を評価する。
- 評価委員会は、中長期的にNHKが公共放送として果たすべき役割を検討した上で、独自の評価指標・項目を開発し、アウトカム(視聴者視点で、どの程度の成果があったのか)を重視して評価を行う。ただし、NHKの活動の全てが視聴者から見えるものではない(例えば、放送技術の研究開発やコンプライアンス対策など)ため、一部はアウトプット(NHKがどの程度の活動を行ったか)で評価を補うが、その際も評価委員会は視聴者視点の立場を堅持する。
- 評価委員会の評価は、平成21年度末の時点で視聴者がNHKをどのように見ているか(とりわけ視聴者の期待にNHKがどの程度応えているのか)を調査・分析して評点化し、わかりやすく表現したものである。
- 評価結果は、評価委員会よりNHK執行部に報告するとともに、広く一般に公開する。

## (平成21年度の活動方針)

- 平成21年度は、評価委員会の活動の初年度であり、独自の評価指標・項目を仮説的に開発し、それをを用いてNHK評価を行う。
- 評価委員会は、評価を通じて見えてくる課題も指摘する。課題への対応のあり方はNHKが判断するものであり、評価委員会は視聴者視点での課題の指摘にとどめる。



# 平成21年度評価委員会の活動

---

## (1) 委員会の独自調査・視察など

### ① 視聴者調査

- 評価委員会で設定したNHK評価指標に対する視聴者の意向を把握することを目的として、平成22年3月に、層化2段無作為抽出法で抽出した全国の16歳以上の男女3,600人を対象に、面接法および訪問留置法で実施した。有効回答数は面接調査は2,070件、留置調査は1,981件(それぞれ、有効回答率57.5%、55.0%)。

### ② NHK放送番組モニター<sup>(注)</sup>調査

- 上記の視聴者調査を補完することを目的として、NHK放送番組モニター(全国計1,050人)のうち、評価委員会の調査への協力を許諾いただいた方々を対象に、平成22年3月にWeb調査で実施した。有効回答数は642件。

(注)放送番組モニターは、国内番組について考査の参考とするとともに番組制作にその意向を反映させるため、NHKが委嘱している。

### ③ 視聴者フォーカスグループインタビュー

- 地域放送に対する視聴者ニーズを把握することを目的として、平成21年11月に、松山市に居住する10代、20～30代、40～50代、60代の4つのグループ、各5名程度で実施した。

### ④ 放送技術分野の有識者調査

- 放送技術分野の専門家のNHKに対する意見を把握することを目的として、平成22年3月に、NHKの放送技術研究委員会(15名)と放送技術審議会(15名)の委員各位を対象として郵送法(一部FAXを併用)で実施した。有効回答数は22件(有効回答率73.3%)。

### ⑤ NHK職員調査

- 平成22年4月に、NHK職員(平成22年4月1日現在の在籍職員。ただし、在籍1年未満の新入職員、出向職員・海外支局勤務者を除く10,290名)を対象に、Web調査(ASP方式。インターネット上の回答用サーバーに回答者がアクセスして回答する仕組み)で実施した。有効回答数は6,604件(有効回答率64.2%)。

### ⑥ 経営面の有識者調査

- 経営面の評価にあたり、有識者からのアドバイスをいただくことを目的として、平成22年2月に学識者へのヒアリング、平成22年4月にNHK情報公開・個人情報保護審議委員会との意見交換を実施した。

### ⑦ NHK役員ヒアリング

- 平成21年5月と12月にNHK副会長・理事へのヒアリングを実施した。

### ⑧ NHK地域放送局視察

- 平成21年11月に松山放送局、平成22年3月に宇都宮放送局を視察した。各局の取り組み状況や放送局内の視察のほか、若手職員との意見交換を実施した。

### ⑨ 視聴者コールセンターおよび営業コールセンターの視察

- コールセンターの実態を把握することを目的として、平成21年9月に実施した。業務状況の視察のほか、視聴者からの意見や問い合わせを受けているオペレーターの方々へのヒアリングを実施した。

### ⑩ 国際放送局視察

- NHKの国際放送の業務状況を把握することを目的として、平成21年11月に、国際放送局の視察を実施した。

### ⑪ 技研公開2010への参加

- NHKの放送技術の研究成果を把握することを目的として、平成22年5月に、技研公開2010に参加した。

## (2) NHK既存情報のうち、評価委員会が主要な評価基礎情報としたもの

- 視聴者対応報告
- 視聴者サービス報告書2010
- 四半期業務報告
- 全国個人視聴率調査
- 全国接触者率調査           ほか

## 評価指標

『2つの信頼・8つの指標』

# 評価指標『2つの信頼・8つの指標』の概要

## 2つの信頼

### ■「放送の信頼性」と「経営の信頼性」をNHK評価の2本柱とする。

- 公共放送としてのNHKは、公共の利益に寄与することを目的に、視聴者からの受信料で放送サービスを提供しており、視聴者からの信頼の上に成立している。この観点から、NHKが視聴者から受ける評価の基本的な価値として、「信頼性」をすえた。
- 評価委員会は、NHKが提供する放送サービスとそれを支えるNHK全体の活動を評価する。このため、NHKが提供する放送サービスについては「放送の信頼性」、それを下支えするNHK全体の活動については「経営の信頼性」として評価を行う。

## 8つの指標

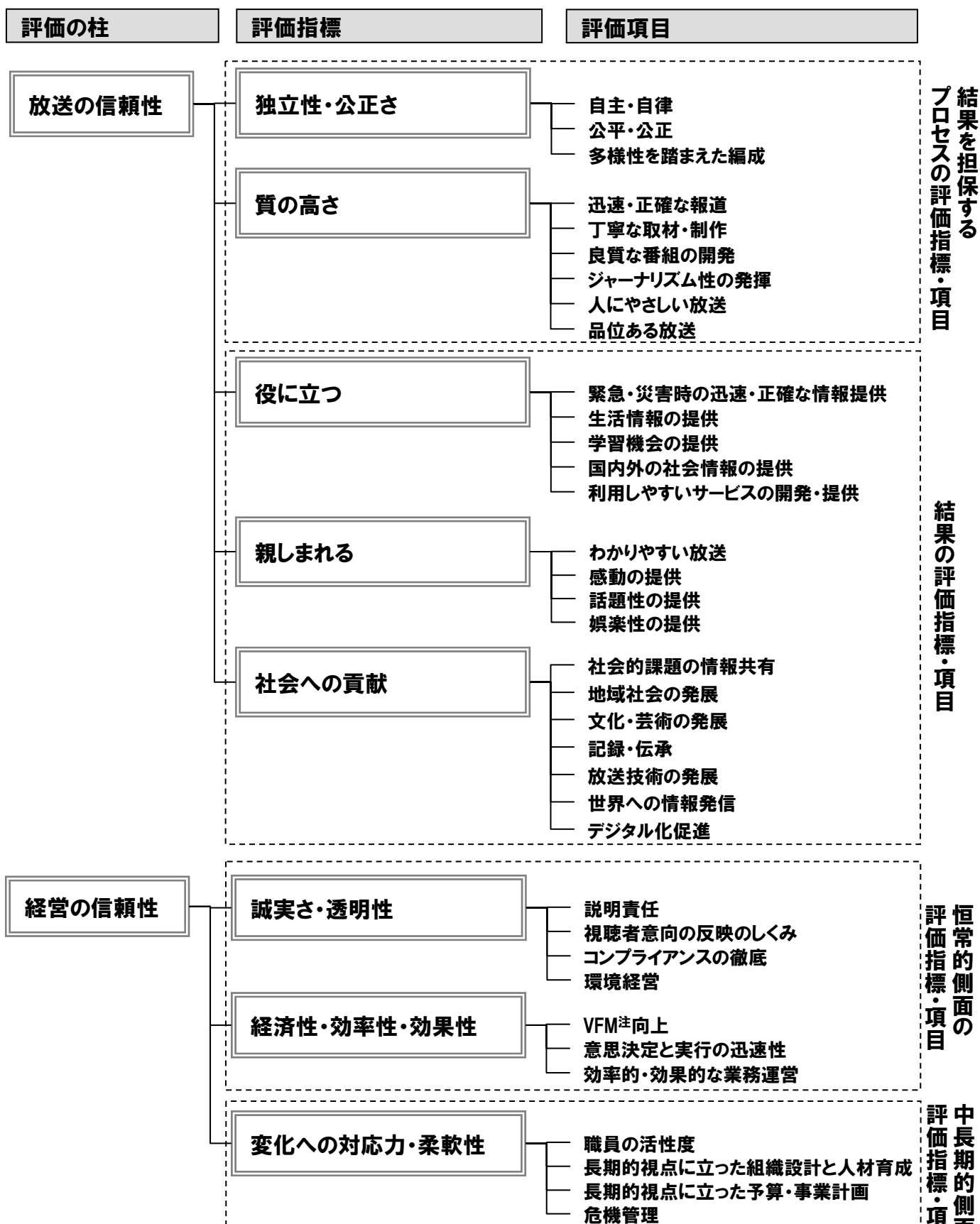
### ■「放送の信頼性」の5つの評価指標

- |            |                             |
|------------|-----------------------------|
| ・「独立性・公正さ」 | …自主・自律を守り、多様性、多元性の確保に努めているか |
| ・「質の高さ」    | …良質さと高い品位の実現に努めているか         |
| ・「役に立つ」    | …情報が容易に得られ、生活の中で役に立っているか    |
| ・「親しまれる」   | …幅広く親しみを持って利用されているか         |
| ・「社会への貢献」  | …社会の様々な分野の発展に寄与しているか        |

### ■「経営の信頼性」の3つの評価指標

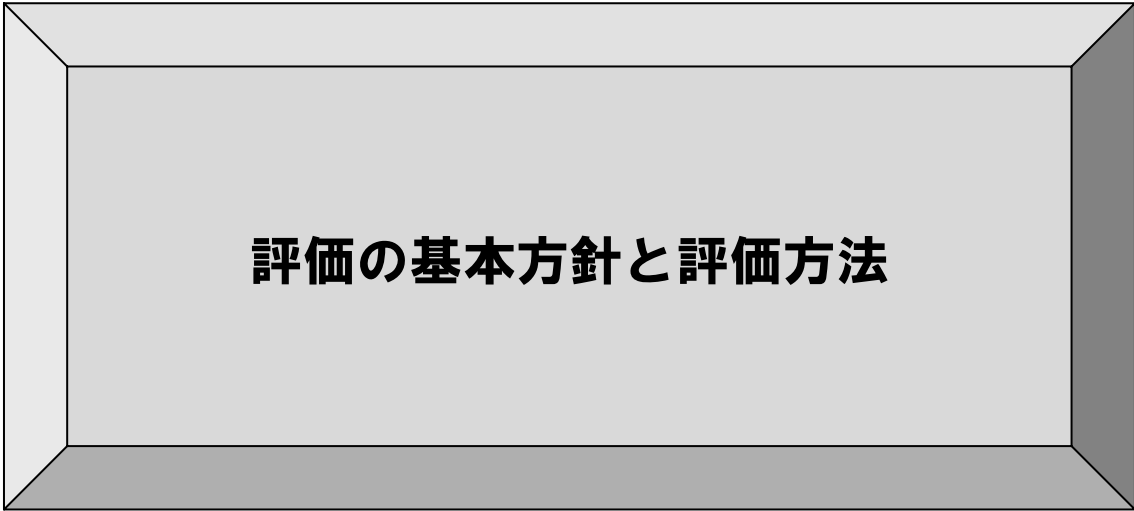
- |                |                                     |
|----------------|-------------------------------------|
| ・「誠実さ・透明性」     | …意見や要望を受け止め、誠実に行動説明責任を果たしているか       |
| ・「経済性・効率性・効果性」 | …より少ない経費で、より多くの成果をあげているか            |
| ・「変化への対応力・柔軟性」 | …視聴者の要望や環境の変化に、柔軟に対応する体制やしきみとなっているか |

# NHK評価指標『2つの信頼・8つの指標』の体系



注：VFMとは、Value for Moneyの略。コストに見合う成果を意味する。NHKの生み出す成果を金額換算した時に、それがコストに見合っているかをはかる数値。





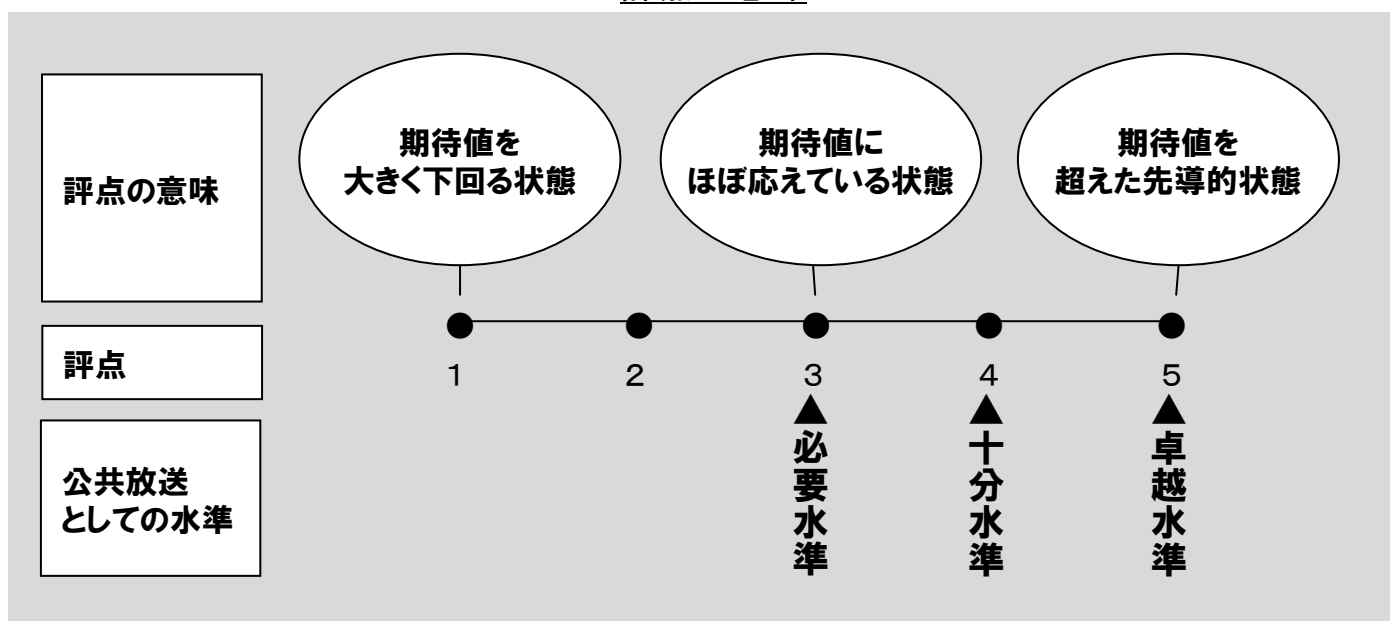
## 評価の基本方針と評価方法

## 評価の基本方針

### 視聴者の期待にNHKがどの程度応えているかを評価する

- 視聴者の期待にNHKが応えているか、さらには上回っているか、という観点での評価を基本とする。
- 評点は、「評価の柱」、「評価指標」、「評価項目」の3つの全てのレベルについて、1～5点で示す。
- 委員会では、3点を公共放送として問題のない水準(必要水準)とした。
  - 4点は、現段階で顕在化している視聴者の期待に十分に応えており、公共放送として高く評価できる水準(十分水準)とした。
  - 5点は、現段階ではまだ視聴者の期待が及ばないような先導的な価値を発揮できている水準(卓越水準)とした。

#### 評点の意味



## 評価の方法

### 視聴者調査をもとに「基準得点」を設定し、 それに委員会が加減点を加えて評価する

- 評価は、評価項目→評価指標→評価の柱、という順序で行った。
- 評価項目の評価は、まず、「基準得点」を設定し、それに委員会が加減点を加えた。
  - 基準得点は、視聴者調査で把握した「期待の充足率」をもとに算出した。

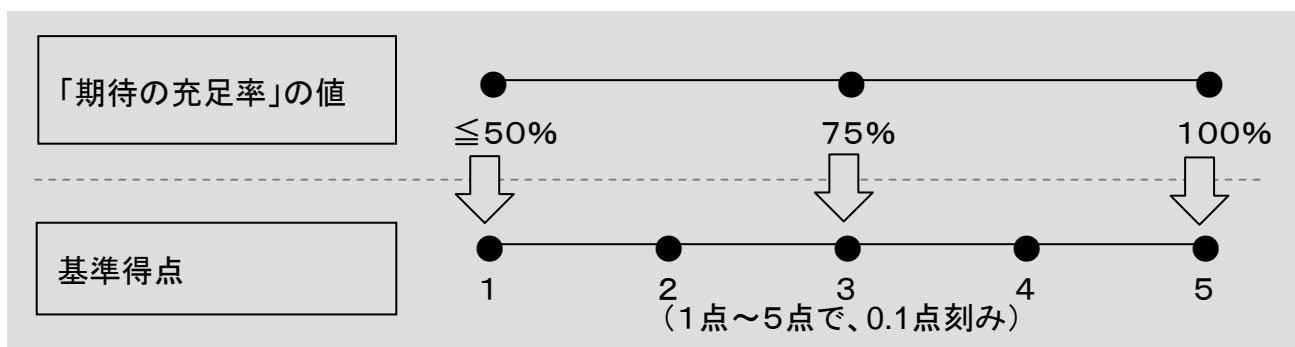
$$\text{期待の充足率} = \frac{\text{実現度}^{\text{注2}}}{\text{期待度}^{\text{注1}}}$$

注1) 期待度とは、視聴者調査において、各評価項目・指標に対して「期待している」または「どちらかという期待している」と回答した視聴者の割合。

注2) 実現度とは、視聴者調査において、各評価項目・指標に対して、「実現している」または「どちらかという実現している」と回答した視聴者の割合。

- 「期待の充足率」の値に応じて、基準得点を1～5点に換算した。

#### 基準得点の設定の仕方



※「経営の信頼性」については、評価指標についてのみ期待度と実現度を視聴者調査で把握する。評価項目の内容について判断するためには様々な情報が必要であり、視聴者がこのような情報を持ちえない点を考慮して、評価指標についてのみ質問した。このため、「経営の信頼性」については、評価指標に対する「期待の充足率」を、それぞれの評価指標を構成する評価項目に適用し、基準得点を設定した。

- 加減点は、視聴者から見えにくいNHKの活動を補完する意味合いで行った。加点、減点ともに、基準得点に対して± 0.5点の範囲内とした。
- 評価指標の評価は、評価項目の評価を総合して行った。
- 評価の柱の評価は、評価指標の評価を総合して行ったが、「放送の信頼性」については「接触者率」、「経営の信頼性」については「支払率」を加減点の要素とした。

## 評価結果

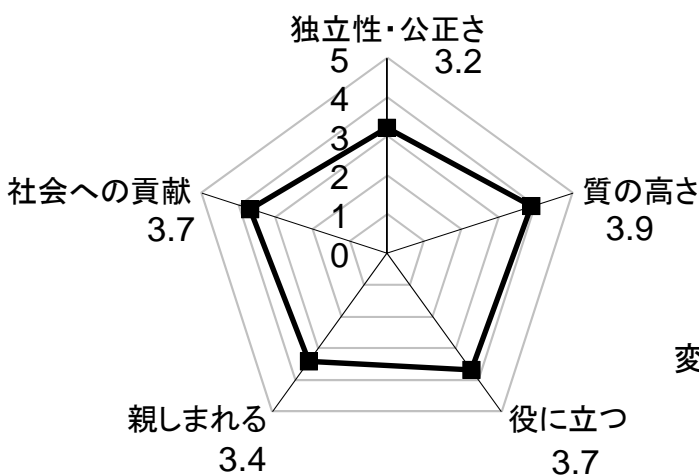
評価の2本柱『2つの信頼』

# 評価結果の総括

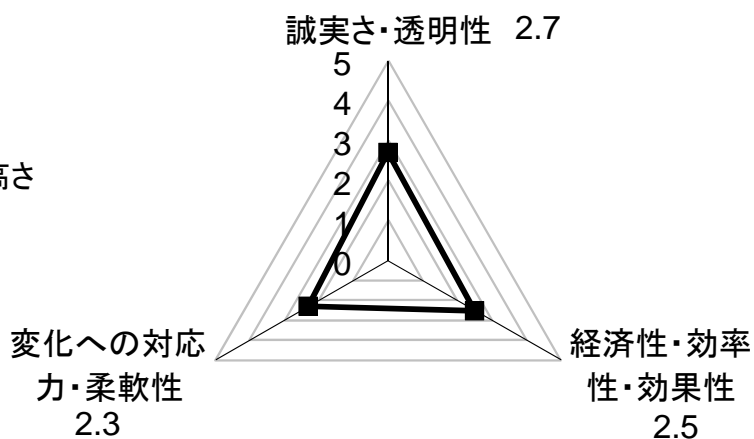
## 「放送の信頼性」 3.6点、「経営の信頼性」 2.5点

放送の信頼性の評価	経営の信頼性の評価
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「放送の信頼性」の評点は3.6点で、構成する5つの評価指標が全て必要水準である評点「3」を上回った。               <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「質の高さ」の評点が最も高く3.9点で、次いで「社会への貢献」と「役に立つ」が3.7点となった。「親しまれる」(3.4点)と「独立性・公正さ」(3.2点)の評点はやや低めとなった。</li> <li>● 「独立性・公正さ」は公共放送として視聴者から信頼されるための生命線とも言える評価指標であり、この評価が相対的に低かったことを真摯に受け止める必要がある。</li> </ul> </li> <li>● NHKが経営計画で掲げている「NHKへの接触者率」は「放送の信頼性」をあらわす指標として有効と考えられる。平成23年度の目標80%に対し、平成21年度は76.8%であり、概ね目標達成に向けた水準となっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「経営の信頼性」の評点は2.5点で、構成する3つの評価指標はいずれも評点「3」に達しなかった。               <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「誠実さ・透明性」(2.7点)では、視聴者に対する受信料制度の理解促進が順調には進んでいない点が課題である。</li> <li>● 「経済性・効率性・効果性」(2.5点)では、職場横断の意思決定のスピードや、業務分担の見直しなどの検討が必要である。</li> <li>● 「変化への対応力・柔軟性」(2.3点)では、組織の硬直化の改善、要員が限られた中での人材育成などへの対策が課題である。</li> </ul> </li> <li>● NHKが経営計画で掲げている「受信料の支払率」は「経営の信頼性」をあらわす指標として有効と考えられる。平成23年度の目標75%に対し、平成21年度は72.2%であり、概ね目標達成に向けた水準となっている。</li> </ul>

「放送の信頼性」の評価指標の評点



「経営の信頼性」の評価指標の評点



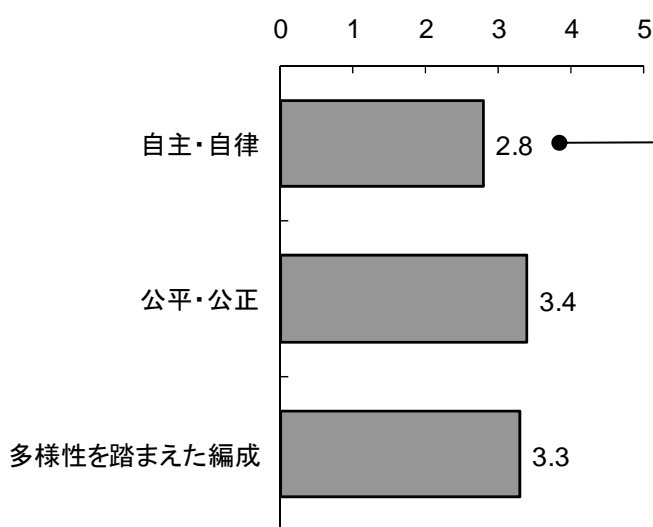
**評価結果『8つの指標』  
～放送の信頼性～**

# 放送の信頼性

## 「独立性・公正さ」： 3.2点

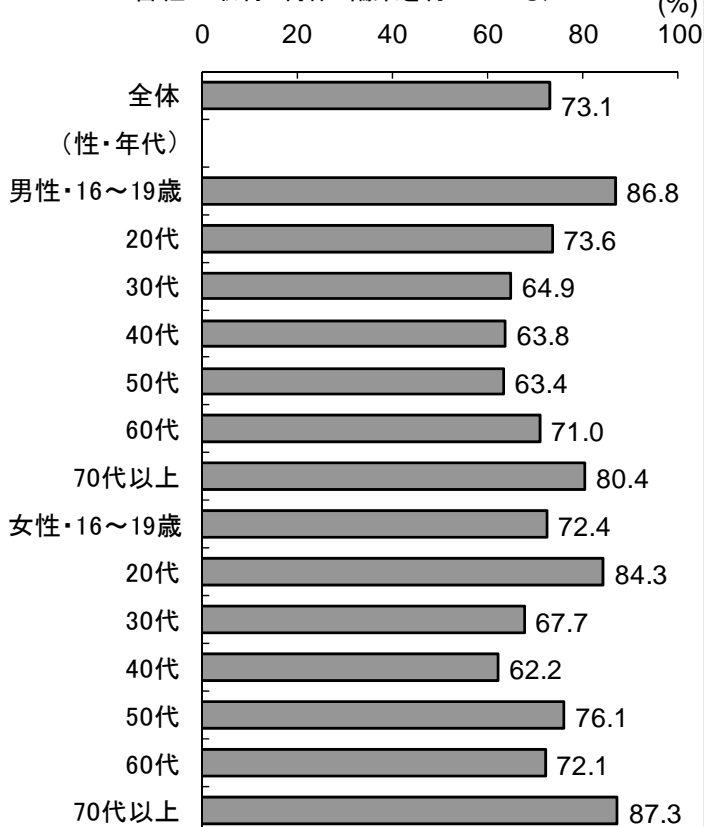
- 「独立性・公正さ」を構成する評価項目の中で、「自主・自律」の評価が最も低かった。特に、男性30～50代、女性40代の期待の充足率が低い。
- 放送番組モニターからは、政治、経済に関する報道に対して「問題の掘り下げが不十分だ」という意見、ドキュメンタリーや討論番組などに対して「少数派の意見の放送が不足している」などの意見があり、視聴者の受けとめ方は厳しい。こうした視聴者の受けとめは、過去からの様々な出来事の影響が蓄積していることも、視聴者から寄せられた声などからうかがわれる。
- 「独立性・公正さ」の評価が低くなった一因として、「独立性・公正さ」の視聴者の解釈が多様であることがあげられる。NHKとしても改めて、公共放送に求められる「独立性・公正さ」を視聴者とともに考え、共有していくことが重要と考えられる。

「独立性・公正さ」の評価項目ごとの評点



「自主・自律」に関する期待の充足率

(どのような圧力や働きかけにも左右されず、番組の取材・制作・編集を行っている)



※「期待の充足率」とは、「実現している」と答えた人の割合を、「期待している」と答えた人の割合で割った数値。視聴者の期待をどの程度満たしているかをあらわす。

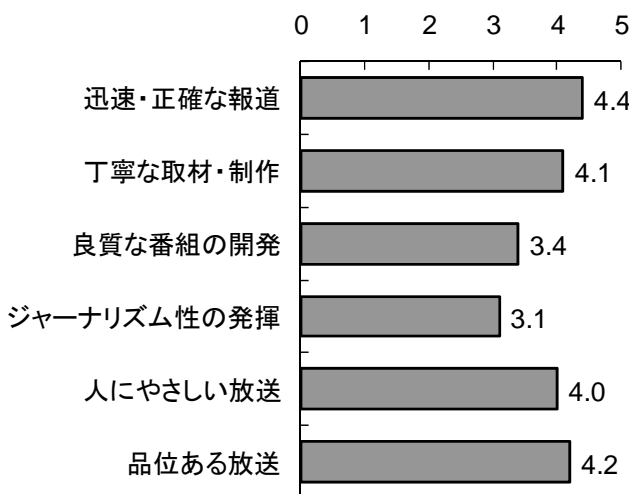
(出所)視聴者調査

# 放送の信頼性

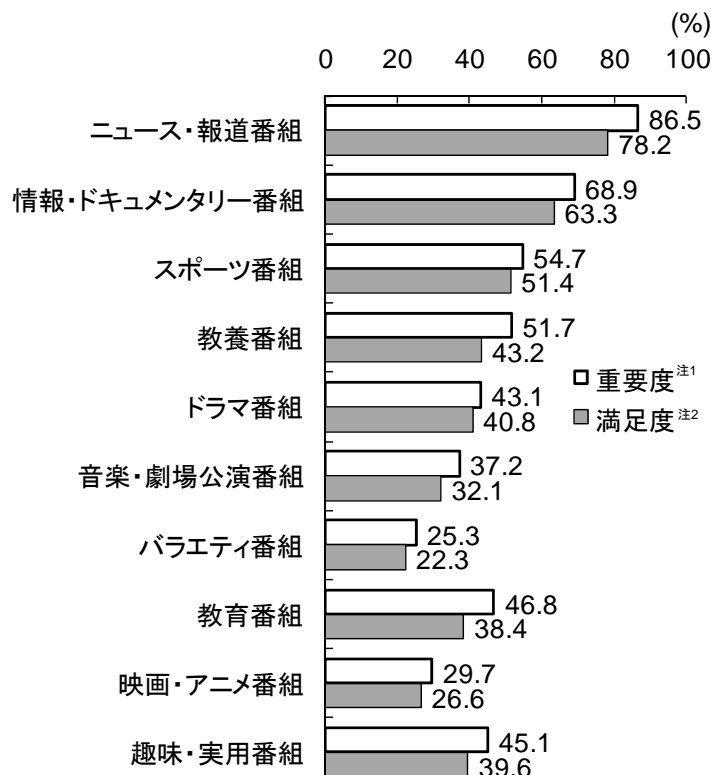
## 「質の高さ」： 3.9点

- 「質の高さ」を構成する評価項目の中で4.0点以上の高い評価となったのは、「迅速・正確な報道」、「品位ある放送」、「丁寧な取材・制作」、「人にやさしい放送」だった。
- データ放送、インターネットなどを組み合わせた選挙の開票速報や、膨大な証言テープをもとに制作した『NHKスペシャル 日本海軍400時間の証言』などにみられるような取材・制作の丁寧さが視聴者にも実感されているものとみられる。
- 「人にやさしい放送」では、字幕放送などの従前からの継続的な放送に加えて、「ETV子どもサポートネット」で子育て世代が助け合う仕組みづくりを行うなど、新たな取り組みがみられた。
- 「品位ある放送」は評価は高いものの、放送番組モニターからの指摘で、若者向けの番組などの一部で、品位の低下を懸念する声もあげられていることには留意する必要がある。
- ニュース・報道番組や情報・ドキュメンタリー番組に対する視聴者の満足度が極めて高い一方、「ジャーナリズム性の発揮」に対する視聴者の期待の充足率が低かった。視聴者がNHKに対して、より高い次元のジャーナリズム性の発揮を期待していることのあらわれと考えられる。
- 「良質な番組の開発」については、イタリア賞や国際エミー賞など大きな受賞歴があったものの、「新しい形式の番組の開発」という側面の視聴者の期待の充足率が低かった。視聴率にとらわれない良質な番組の追求という従来からのNHKの姿勢を維持しつつも、新しい形式の番組などを継続的に開発することを視聴者は期待している。

「質の高さ」の評価項目ごとの評点



番組ジャンルに対する視聴者の重要度と満足度



(注1)重要度:「あなたにとって、NHKのテレビ(総合・教育・衛星3波含む)が提供する各番組区分は、それぞれどの程度重要ですか」という設問に対して、「重要である」または「やや重要である」と回答した視聴者の割合

(注2)満足度:「あなたは、NHKのテレビ(総合・教育・衛星3波含む)が提供する各番組区分に対して、それぞれどの程度満足していますか」という設問に対して、「満足している」または「やや満足している」と回答した視聴者の割合

(出所)視聴者調査

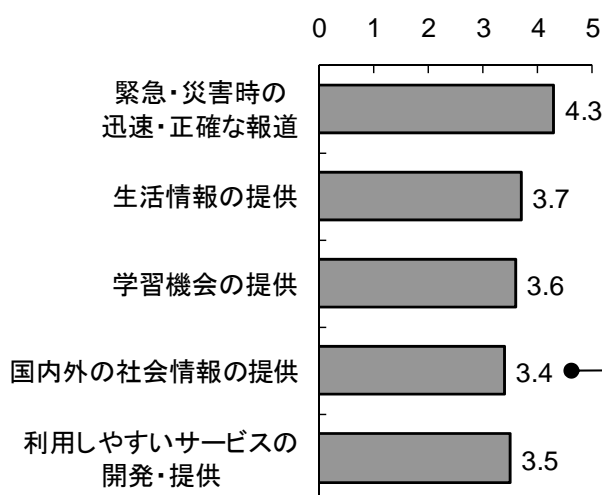


# 放送の信頼性

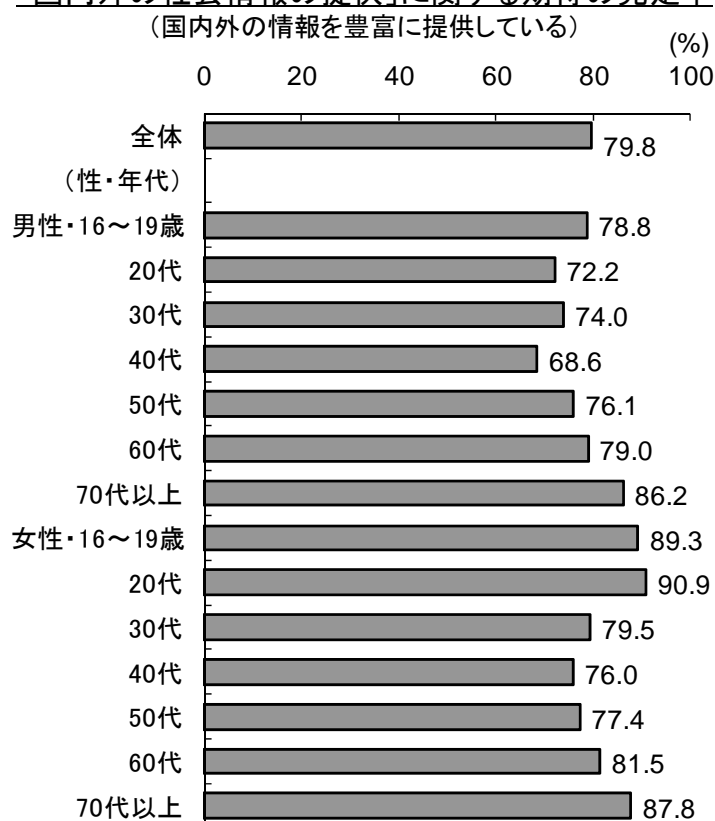
## 「役に立つ」; 3.7点

- 「役に立つ」を構成する評価項目の中では、「緊急・災害時の迅速・正確な情報提供」の評点が4.3点で最も高かった。新型ヘリコプターを導入するなど、緊急・災害時の対応体制の整備が進んでいる。
- 「生活情報の提供」については、生活情報部の新設による生活情報提供体制の充実、「学習機会の提供」については、小中学校などへの教育コンテンツの提供サービス（「ティーチャーズ・ライブラリー」）などの、新たな取り組みがみられる。
- 「国内外の社会情報の提供」については、日々のニュース番組を着実に放送している。ただし、男性20~40代の視聴者の期待の充足率が低い。これらの社会情報への感度が高い年代への対応が課題である。
- 「利用しやすいサービスの提供」については、皆既日食をインターネットと放送を融合させて効果的に伝えたり、NHKオンデマンドのサービス充実、ワンセグ独自サービスの開始など、様々な取り組みが展開されている。しかしながら、NHKオンデマンドのサービスの実利用は伸び悩んでいる。

「役に立つ」の評価項目ごとの評点



「国内外の社会情報の提供」に関する期待の充足率



(出所) 視聴者調査

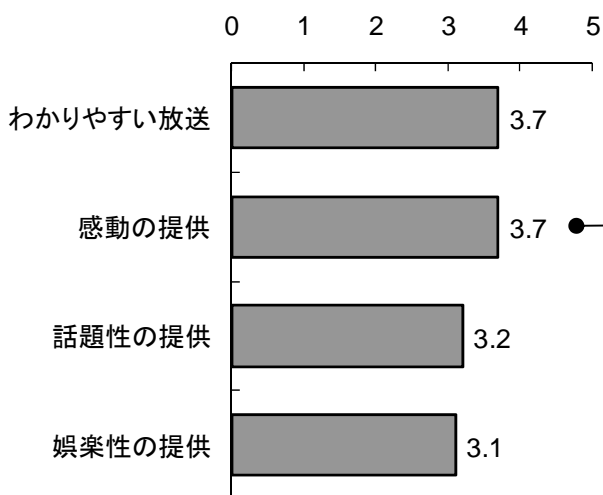
# 放送の信頼性

## 「親しまれる」： 3.4点

- 「親しまれる」を構成する評価項目をみると、「感動の提供」と「わかりやすい放送」がいずれも3.7点と評価が高かった。「感動の提供」については、多くの反響が寄せられた『夏の北アルプス ああ絶景！雲上のアドベンチャー』、ピアニスト辻井伸行氏の関連番組、視聴者層を拡大した大河ドラマ、「わかりやすい放送」では、インターネット・データ放送・ワンセグを活用した選挙報道、ニュースや情報・ドキュメンタリー番組を連携させて伝えた新型インフルエンザ報道などがあげられる。男性30代、40代の「感動の提供」に対する期待の充足率がやや低い。
- 「話題性の提供」については、バンクーバーオリンピック、皆既日食などで中継映像を駆使し、関連番組で多角的に伝えるなど、視聴者の関心に応えた。
- 「娯楽性の提供」については、『プラタモリ』などの新感覚の番組が開発された。また、21年度からNHKが測定しはじめた新規接触拡大度(注)の調査によると、各種イベントへの新規参加者の割合は6割を占めた。
- オリンピックなど話題性の高い番組の放送にあたっては、通常放送している定時番組との時間配分などに対する視聴者からの要望が一樣ではない。また、娯楽性についても、放送番組モニターからは、「おもしろバラエティ番組が少ない」など、さらなるおもしろさを求める意見があった。一方、「おもしろさを追求するあまり、品位が欠けてしまっている」などの意見もあった。

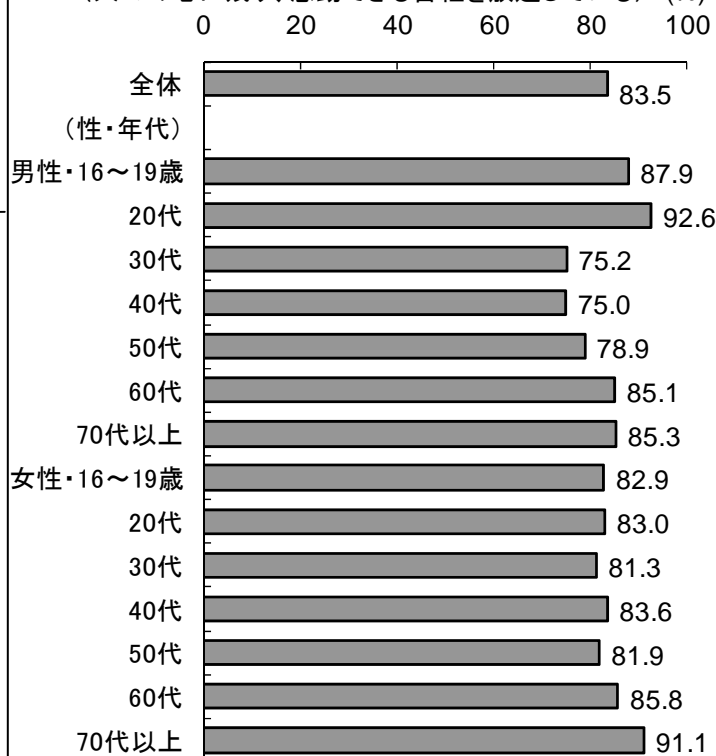
(注)NHKのイベントに初めて参加した人の割合

「親しまれる」の評価項目ごとの評点



「感動の提供」に関する期待の充足率

(人々の心に残り、感動できる番組を放送している) (%)



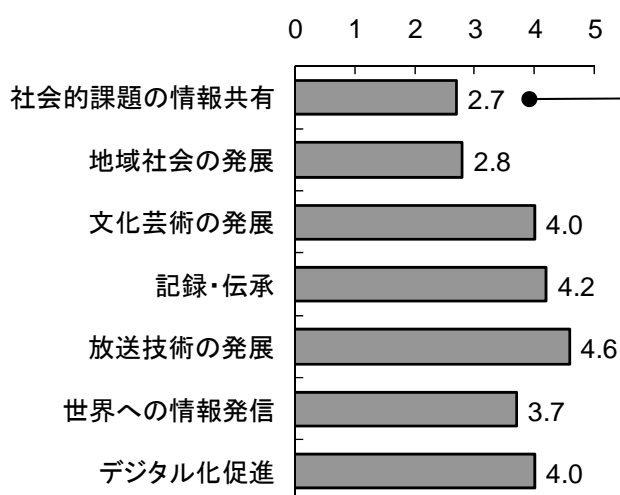
(出所)視聴者調査

# 放送の信頼性

## 「社会への貢献」: 3.7点

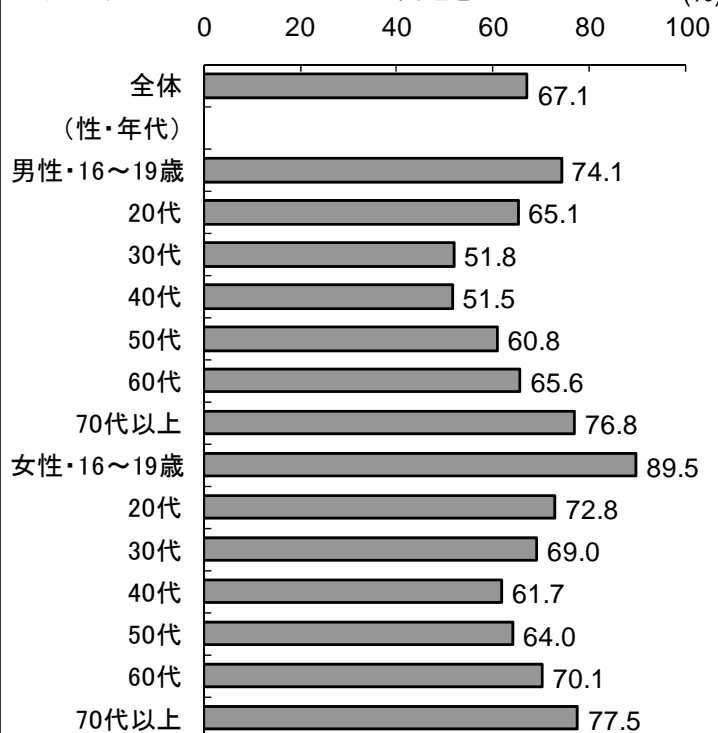
- 「放送技術の発展」、「記録・伝承」、「デジタル化促進」、「文化芸術の発展」はいずれも高い評価となった。
- スーパーハイビジョンや立体テレビなどの放送技術の研究開発、地上デジタル放送の普及が着実に進んでいることなど、放送技術面での評価は高い。
- 「文化芸術の発展」と「記録・伝承」については、文化芸術的なイベントの開催、蓄積した映像や記録の公開などのNHKの活動が着実に継続されている。加えて、日本各地の多様な暮らし・文化・自然を記録し番組化するとともにデジタルアーカイブス化する大型プロジェクト『新日本風土記』の開始など、新たな取り組みも進んでいる。
- 「世界への情報発信」については、NHKワールドTVの世界での視聴可能世帯が着実に広がっているほか、英語の独自制作番組が強化され、その成果は海外の映像祭での受賞にもあらわれている。
- 「社会的課題の情報共有」と「地域社会の発展」の評価は相対的に低かった。
- 報道局に「あすの日本」プロジェクトを設置し、社会の絆の崩壊などをテーマに、様々な社会的な課題を伝えた。しかしながら、視聴者調査では、世の中に知られていない課題の掘り起こしに対する期待の充足率が低く、特に男性30～40代でその傾向が強い。
- 「放送局のちから」を通じて地域に根差した放送局をめざす活動が展開されているが、「地元の人々の生活を守る報道」以外の「地域社会への貢献」の評価項目については期待の充足率が低かった。視聴者から寄せられた声を分析すると、地元への密着を求める声と、NHKだからこそ、地元の民放やCATVとは一線を画した全国情報を求める声とが併存するなど、地域放送への視聴者の期待は多様である。公共放送としての地域社会への貢献は、継続的な課題である。
- BSアナログ放送終了の受信者向けの周知、広報は必ずしも進んではおらず、NHK固有の問題として早急に取り組むべき課題である。

「社会への貢献」の評価項目ごとの評点



「社会的課題の情報共有」に関する期待の充足率

(世の中に知られていない大切な問題をほりおこしている) (%)



(出所) 視聴者調査

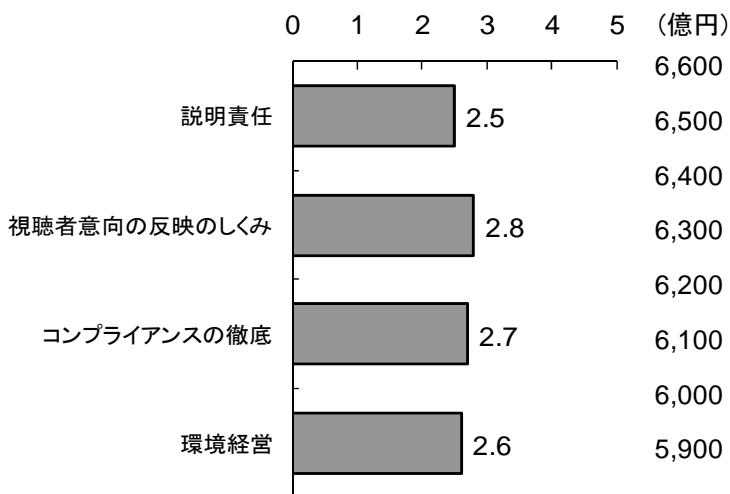
**評価結果『8つの指標』  
～経営の信頼性～**

# 経営の信頼性

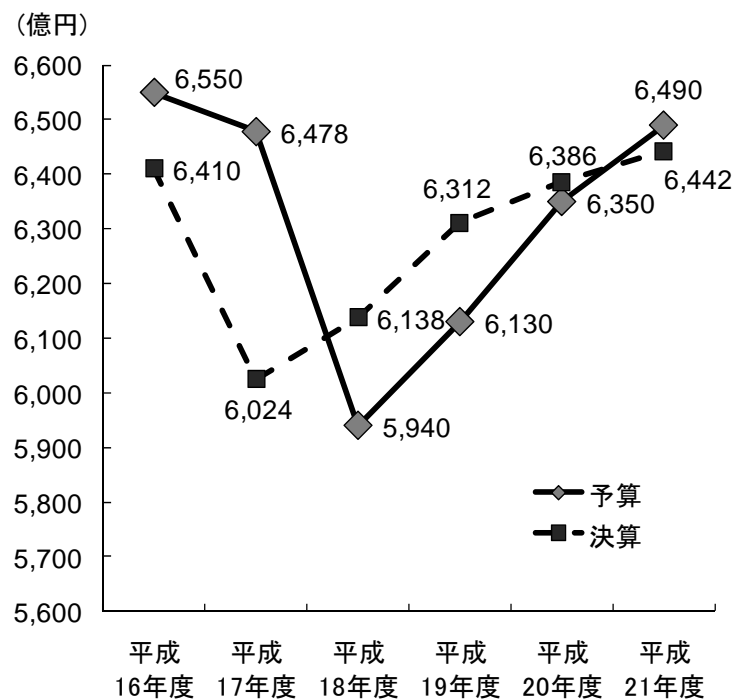
## 「誠実さ・透明性」; 2.7点

- 視聴者意向の意見集約の仕組みはできてきているものの、職員調査では、把握した視聴者意向を現場に届け、それを活用するための仕事の流れの検討が課題としてあげられた。また、問い合わせ殺到時の対応などコールセンターの運用の改善も課題である。
- 「コンプライアンスの徹底」については体制が整備されてきており、一連の不祥事による視聴者からのNHKに対する不信感が払拭されつつある。今後は、ルール・仕組みの運用の改善や職員に対する継続的な意識啓発が課題である。
- 「環境経営」については、平成24年度のエネルギー削減目標の達成に向けて、一層の環境経営の推進が求められている。
- 「説明責任」は、受信料制度の理解促進と情報公開の両方の側面を含んでいる。受信料制度の理解促進については、「国民のための公共放送だから、みんなでその経費を負担する必要がある」という受信料に対する基本観に同意する視聴者の割合が減少している。このような状況下において、平成21年度の受信料収入は前年度よりも増加し、不祥事以前の水準に回復した。これは、公平負担の徹底に向けた様々な施策が重点的に展開されたためであると考えられる。経営情報の公開や視聴者への適切な説明については、その内容が視聴者が本当に知りたい情報か、という視点での検討が課題である。

「誠実さ・透明性」の評価項目ごとの評点



NHK受信料収入の推移



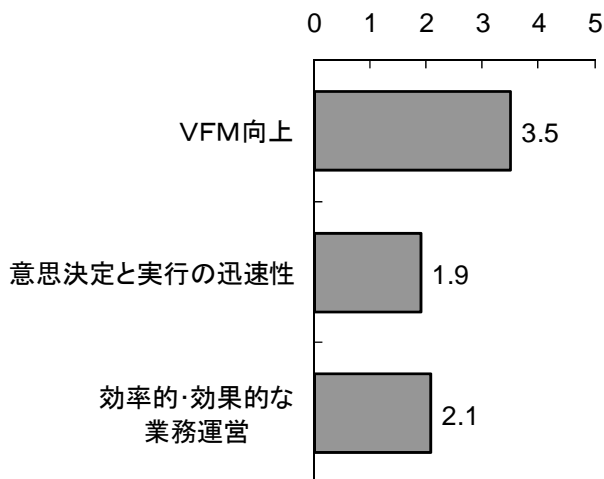
(出所)NHK資料より評価委員会作成

# 経営の信頼性

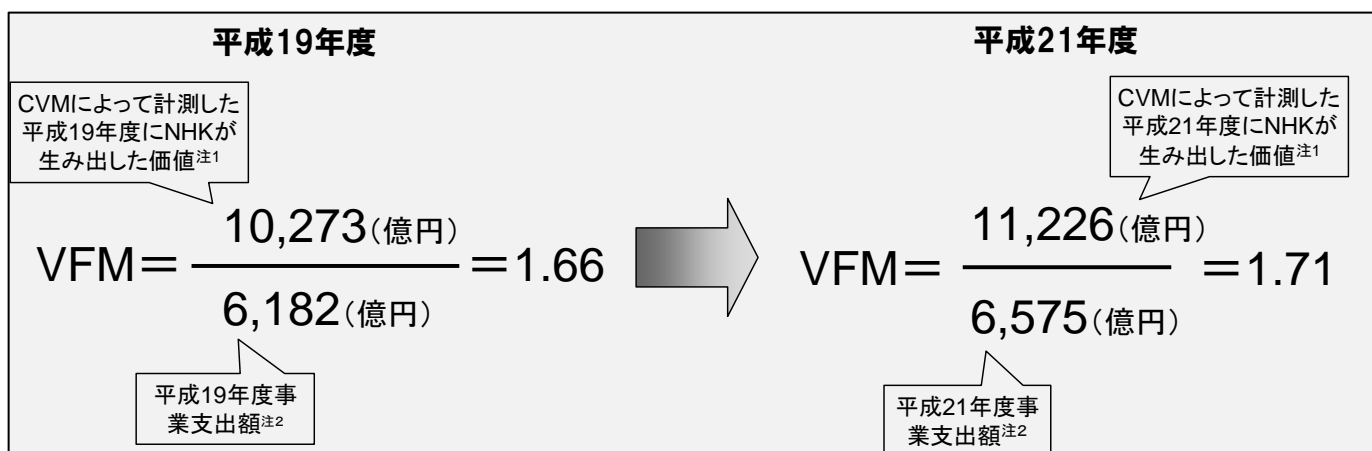
## 「経済性・効率性・効果性」; 2.5点

- VFMは、経済情勢の大きな落ち込みがあった中、平成19年度に比べて下がっていない。混迷する政治、経済情勢の中で、より正しい、より信頼できる情報が求められており、公共放送への期待が相対的に高まっていると推察される。
- 「効率的・効果的な業務運営」については、四半期ごとの業務報告を軸としたPDCAサイクルを、地域放送局を含めて全局で回す仕組みが定着しつつある。こうした活動は、放送という創造的活動にもプラスの影響を与えるものでなければならない。この観点を踏まえた運用が肝要である。また、職員調査の結果、職員一人一人の努力によって業務の効率性が確保されていることがうかがわれる。また、業務分担の見直しが必要だと考えている職員が多いことから、職員によって業務負荷が偏っている可能性がある。
- 「意思決定と実行の迅速性」については、職員調査の結果、職場横断の意思決定の迅速さに疑問を感じる職員の割合が多くなっている点が課題としてあげられる。

「経済性・効率性・効果性」の評価項目ごとの評点



NHKのVFMの値の変化



(注1) NHKが生み出した価値額(分子)は、地上波WTP単価×12(月)×地上契約件数(年度末) + (地上波WTP単価+衛星WTP単価)×12(月)×衛星契約件数(年度末) の計算式によって算出している。CVM調査の結果に基づくWTP(視聴者の支払意思額)については、P33参照。

(注2) 事業支出額(分母)は、事業運営費+減価償却費+財務費+特別支出の合計で算出している。

(出所) 視聴者視点によるNHK評価委員会 視聴者調査(平成22年3月実施)、NHK“約束”評価委員会 視聴者調査(平成20年3月実施)より作成

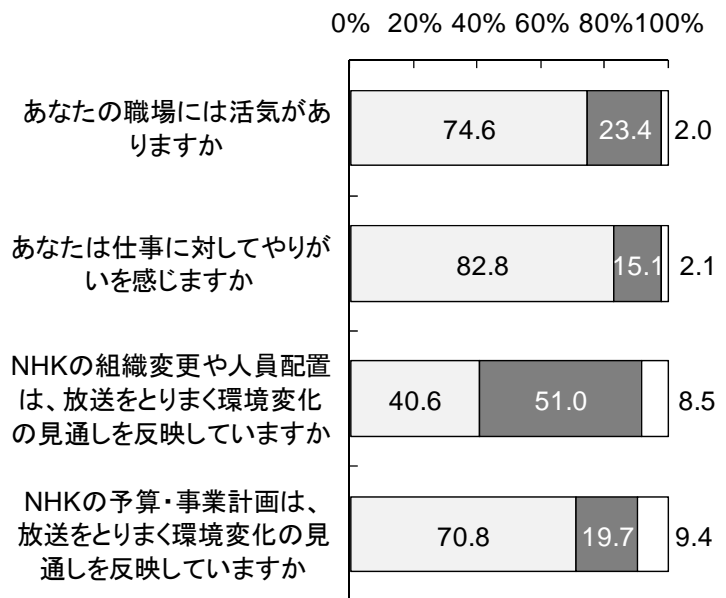
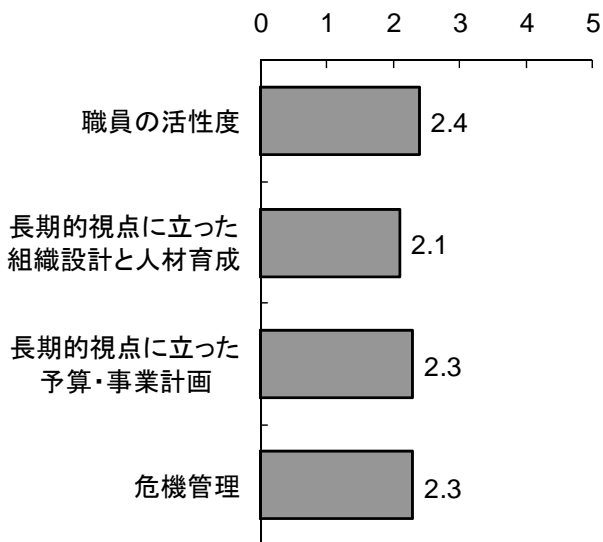
# 経営の信頼性

## 「変化への対応力・柔軟性」; 2.3点

- 「職員の活性度」については、職員調査の結果、職場に活気がある、仕事にやりがいがある、という意識を持った職員の割合が高かったが、評価の公正さと人事異動の適切さが課題として見えてきた。新たな評価制度なども導入されつつあるが、その浸透が課題である。
- 「危機管理」では、リスクの見える化作業をはじめとする危機管理の施策が着実に実施されている。緊急・災害時の情報提供に対する視聴者からの期待が極めて高いことから、いかなる状況でも放送を継続することが必要であり、不断の努力が求められる。
- 「長期的視点に立った予算・事業計画」では、放送をとりまく環境変化の見通しが予算・事業計画に反映されていると考える職員の割合が高く、経営計画に示された長期的方向性についても共感度は高い。一方で、経営2目標については、「実現に向けた具体的な手段が明確でない」、「自分の仕事とのつながりがはっきりしない」という意見など、現場感覚と経営計画との間の距離感を指摘する職員もみられた。
- 「長期的視点に立った組織設計と人材育成」については、放送をとりまく環境変化の見通しが反映されていないと回答した職員が約半数となり、予算・事業計画とは対照的な結果となった。その理由として、人材育成を見据えた人員配置ができていないこと、組織体制が硬直化していることなどがあげられた。

「変化への対応力・柔軟性」の評価項目ごとの評点

職場や仕事に関するNHK職員の意識



□ 肯定的意見<sup>注1</sup> ■ 否定的意見<sup>注2</sup> □ わからない

(注1) 肯定的意見: それぞれの設問に対して「はい」を意味する回答を選択した割合

(注2) 否定的意見: それぞれの設問に対して「いいえ」を意味する回答を選択した割合

(出所) NHK職員調査



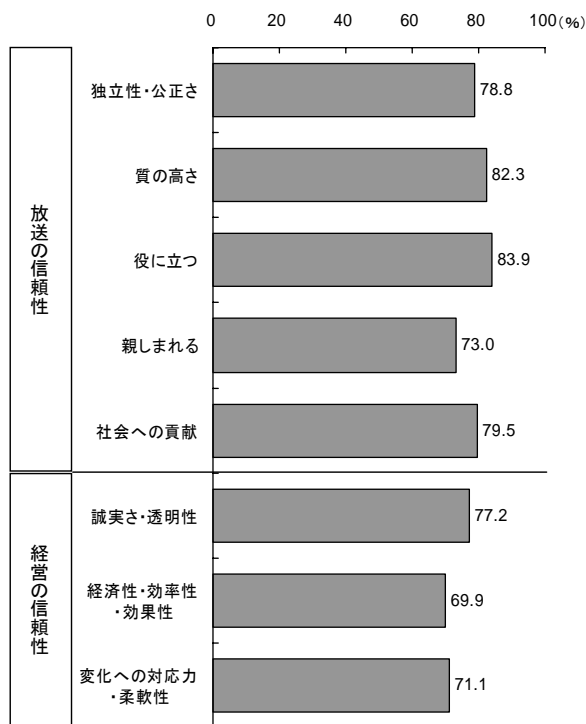
**評価結果を踏まえた考察**



# 『2つの信頼・8つの指標』からみた 視聴者の公共放送への期待の構造

- 「放送の信頼性」の5つの評価指標と「経営の信頼性」の3つの評価指標に対する視聴者の期待度は押し並べて高い。
  - 全ての評価指標に対する期待度が7割程度に達している。
- 「役に立つ」への期待度は最も高く、その中でも特に、緊急・災害時の情報提供が期待されている。
  - 「役に立つ」への期待度が83.9%と最も高い。評価項目でみると、「緊急・災害時の迅速・正確な情報提供」への期待度は91.8%で、全ての評価項目の中で最も高い。
- 「親しまれる」への期待度は相対的に低い。これには、「娯楽性の提供」への期待度が低いことが影響している。
  - 「親しまれる」への期待度は73.0%で、「放送の信頼性」の5つの指標の中では最も低い。評価項目でみると、「娯楽性の提供」への期待度は60.9%で、過半数の視聴者が期待しているものの、他の評価項目との比較では最も低い。
- 「経営の信頼性」の3つの評価指標では、「誠実さ・透明性」に対する期待度が77.2%で最も高い。

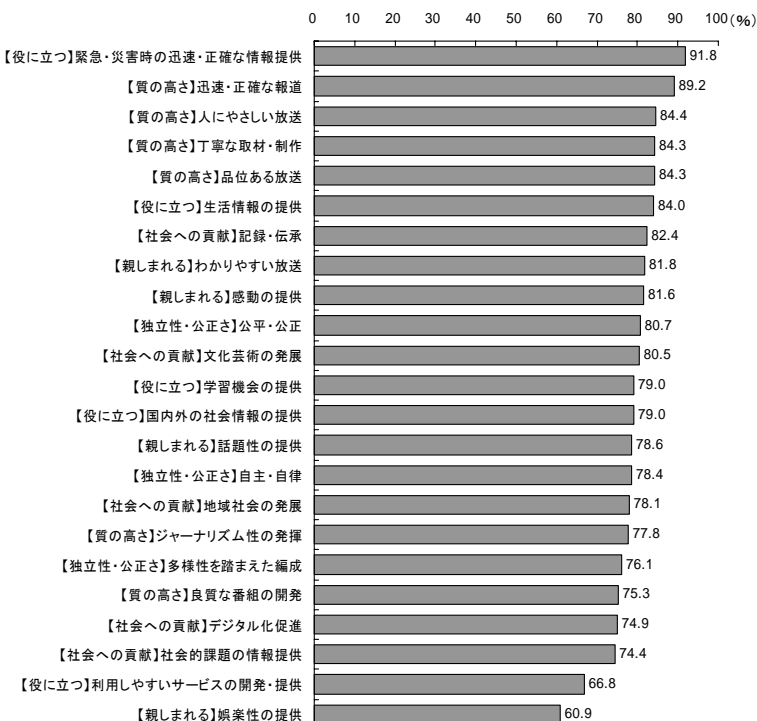
評価指標に対する視聴者からの期待度



※それぞれの評価指標について、「どの程度期待しますか」という視聴者調査の設問に対して、「期待している」または「どちらかという期待している」と回答した割合を期待度として算出した。

(出所)視聴者調査

「放送の信頼性」の評価項目に対する  
視聴者からの期待度



※評価項目によっては、視聴者調査で複数の設問に分解して期待度を聞いているものがある。その場合は、対応する設問への期待度の平均値を、当該評価項目への期待度として算出した。

上記グラフの項目は、【 】内に評価指標、続いて評価項目の名称を表示している。

(出所)視聴者調査

# 『2つの信頼・8つの指標』からみた 視聴者の公共放送への期待の構造

- 評価指標や評価項目に対する期待度は、NHKの視聴の程度や視聴者の年代による大きな相違はない
  - 期待の構造を、各評価指標に対する期待度の順位で見ると、年代やNHKの視聴の程度の違いにおいて、「役に立つ」が高く、「親しまれる」が低いという構造に大きな違いはない。
  - 年代やNHKの視聴の程度により若干の差はあるものの、「緊急・災害時の迅速・正確な情報提供」、「迅速・正確な報道」、「人にやさしい放送」、「品位ある放送」といった価値への期待度の順位が上位にあることに変わりはない。

評価指標に対する期待度の順位

	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	視聴層	非視聴層
独立性・公正さ	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4
質の高さ	2	3	3	2	2	2	1	1	2	2
役に立つ	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
親しまれる	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
社会への貢献	3	2	2	3	3	4	4	5	4	3

※期待度の高い順に順位を設定。期待度が同じ場合は同順としている

※NHK視聴層とは、休日を除く普段の日にNHKを1時間程度以上視聴している層、非視聴者層とはほとんど・全然見ない層（出所）視聴者調査

評価項目に対する期待度の順位（性年代別、NHK視聴有無別）

	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	視聴層	非視聴層
3-1 緊急・災害時の迅速・正確な情報提供	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2-1 迅速・正確な報道	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
2-5 人にやさしい放送	3	3	3	4	7	6	8	9	6	3
2-6 品位ある放送	4	11	4	3	8	3	4	5	4	4
2-2 丁寧な取材・制作	5	4	5	5	3	4	5	6	3	6
3-2 生活情報の提供	6	8	6	6	5	7	3	4	5	5
5-4 記録・伝承	7	5	12	8	6	5	11	6	8	7
4-1 わかりやすい放送	8	5	9	10	4	12	6	12	9	8
4-2 感動の提供	9	16	13	12	13	8	7	3	7	11
1-2 公平・公正	10	9	11	9	12	10	10	10	10	12
5-3 文化芸術の発展	11	12	10	11	11	9	12	14	12	9
3-3 学習機会の提供	12	10	7	7	9	16	20	19	17	10
3-4 国内外の社会情報の提供	12	19	18	17	10	13	9	10	11	17
4-3 話題性の提供	14	21	17	14	14	13	13	8	13	15
1-1 自主・自律	15	5	8	13	17	21	15	13	14	14
5-2 地域社会の発展	16	14	14	15	16	15	14	15	15	13
2-4 ジャーナリズム性の発揮	17	13	15	16	15	11	19	16	16	16
1-3 多様性を踏まえた編成	18	20	19	18	19	18	17	17	18	21
2-3 良質な番組の開発	19	15	20	21	21	18	17	17	20	18
5-7 デジタル化促進	20	16	21	22	18	17	16	21	19	19
5-1 社会的課題の情報共有	21	18	16	19	20	20	21	20	21	20
3-5 利用しやすいサービスの開発・提供	22	21	22	20	22	22	22	23	22	22
4-4 娯楽性の提供	23	23	23	23	23	23	23	22	23	23

※5-5 放送技術の発展、5-6 世界への情報発信の2項目は視聴者調査で聴取していない。

※表中の数字は、期待度の高さによる順位。期待度が同じ場合は同順としている。

※NHK視聴層とは、休日を除く普段の日にNHKを1時間程度以上視聴している層、非視聴者層とはほとんど・全然見ない層（出所）視聴者調査

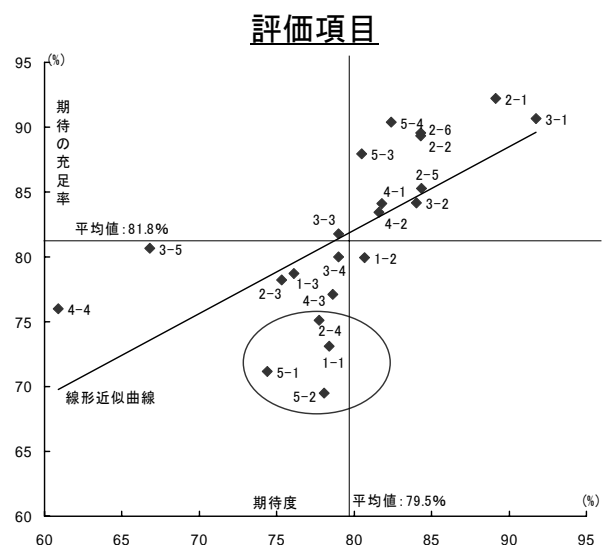
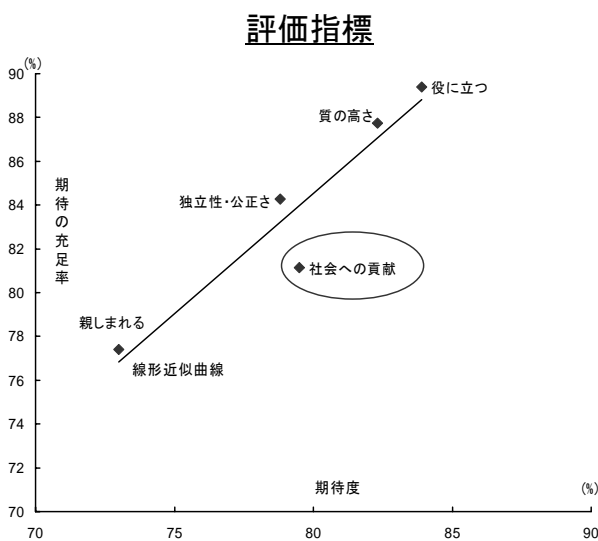
# 視聴者からみた公共放送に関する考察

視点1；放送の信頼性を高めるために、対応の優先順位の高い指標・項目は何か

■改善の必要性が高く施策を打つ優先順位が高い指標は「社会への貢献」、項目では「地域社会の発展」、「社会的課題の情報共有」、「自主・自律」、「ジャーナリズム性の発揮」

- 評価指標・項目について、期待度と期待の充足率の散布図を描くと、期待度の高い指標・項目ほど期待の充足率も高く、NHKの放送サービスは、視聴者からの期待に応じて概ねバランス良く提供されていることがわかる。
- 一方、期待度の大きさに対して期待の充足率が低い指標・項目もみられる。これらは他の指標・項目に比べて期待の充足率の改善の必要性が大きく、対応の優先順位が高い。指標では「社会への貢献」があてはまる。項目では、「地域社会の発展」が最も対応の優先順位が高く、続いて「社会的課題の情報共有」、「自主・自律」、「ジャーナリズム性の発揮」があげられる。

評価指標・項目に対する視聴者の期待度と期待の充足率



		期待度	
		平均以下	平均以上
期待の充足率	平均以上	3-3 学習機会の提供	2-1 迅速・正確な報道 2-2 丁寧な取材・制作 2-5 人にやさしい放送 2-6 品位ある放送 3-1 緊急・災害時の迅速・正確な情報提供 3-2 生活情報の提供 4-1 わかりやすい放送 4-2 感動の提供 5-3 文化芸術の発展 5-4 記録・伝承
	平均以下	1-1 自主・自律 1-3 多様性を踏まえた編成 2-3 良質な番組の開発 2-4 ジャーナリズム性の発揮 3-4 国内外の社会情報の提供 3-5 利用しやすいサービスの開発・提供 4-3 話題性の提供 4-4 娯楽性の提供 5-1 社会的課題の情報共有 5-2 地域社会の発展	1-2 公平・公正

※ 上の2つのグラフは、それぞれ、評価指標と評価項目について、期待度と期待の充足率を散布図で示したものの。右下の4象限の図は、期待度と期待の充足率の平均値を基準線として上の評価項目の散布図を4つの象限に分けた時、それぞれの象限にあてはまる項目を整理したもの。

(出所) 視聴者調査

# 視聴者からみた公共放送に関する考察

## 視点2; 放送の信頼性を高めるにあたって、効果的な視聴者層はどこか

■ 特に期待の充足率が低いのは40代で、20代以下の期待の充足率は、一定レベルを獲得している。

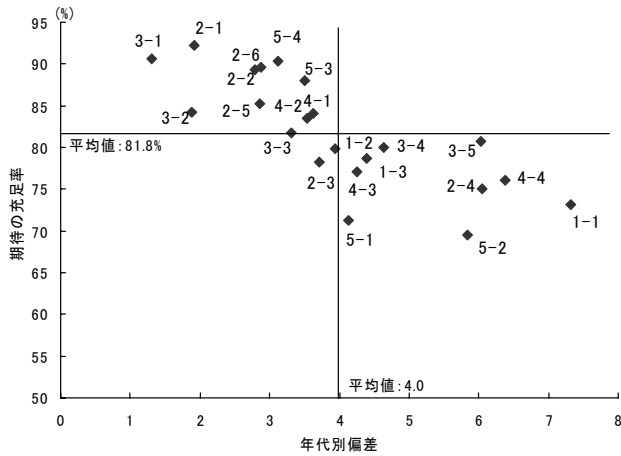
- 公共放送であるNHKは、年代によって期待の充足率が大きく偏っている項目にはより重点的な取り組みを検討すべきである。年代別に期待の充足率のばらつき分析すると、期待の充足率が低いものほど年代によるばらつきが大きい(分散が大きい)傾向がある。
- 期待の充足率の低い項目を年代別に分析すると30代~50代で充足率が低く、中でも40代が低い。これらの項目では、20代以下の若年層からの期待の充足率は他の年代に比べて低くはない。

## 視点3; 番組ジャンルでは、どのジャンルの影響が大きいのか

■ 特定の番組ジャンルが期待の充足率を高めるという傾向は見られなかった

- ジャンルに関わらず、NHKの放送番組に満足している視聴者の期待の充足率は高かった。

評価項目の期待の充足率と年代別偏差の関係



年代別・評価項目の期待の充足率

	1-1 自主・自律	1-3 多様性を踏まえた編成	2-4 ジャーナリズム性の発揮	3-4 国内外の社会情報の提供	3-5 利用しやすいサービスの開発・提供	4-3 話題性の提供	4-4 娯楽性の提供	5-1 社会的課題の情報共有	5-2 地域社会の発展
合計	73.1	78.7	75.1	80.0	80.7	77.1	76.0	71.2	69.5
10代	80.7	71.7	82.4	83.6	86.1	84.4	64.7	76.6	76.3
20代	79.7	83.2	81.3	83.5	86.3	78.2	80.2	75.1	76.5
30代	66.4	78.5	73.3	77.0	74.1	75.0	66.9	68.3	66.2
40代	62.8	73.3	65.8	72.6	73.1	73.5	76.2	66.6	64.1
50代	70.7	77.0	71.7	76.7	78.2	73.0	70.3	66.7	62.1
60代	71.6	78.3	74.4	80.4	81.6	76.4	80.2	72.4	70.3
70代	84.0	84.7	83.4	87.1	90.0	83.3	81.4	76.1	76.8

(出所) 視聴者調査

白抜き・・・合計平均より5ポイント以上高い箇所  
・・・合計平均より5ポイント以上低い箇所

(出所) 視聴者調査

## 番組ジャンルに満足している視聴者別、期待の充足率

	独立性・公正さ	質の高さ	役に立つ	親しまれる	社会への貢献
平均	87.0	90.4	92.6	81.0	84.6
ニュース・報道番組 満足	85.6	89.3	91.6	78.6	83.5
情報・ドキュメンタリー番組 満足	85.6	89.9	91.8	79.7	84.0
スポーツ番組 満足	86.4	89.9	92.7	81.6	84.7
教養番組 満足	85.4	91.2	91.0	80.5	83.5
ドラマ番組 満足	88.1	91.5	93.4	82.1	85.7
音楽・劇場公演番組 満足	88.5	91.6	93.3	83.3	86.6
バラエティ番組 満足	91.3	90.9	95.5	84.1	87.9
教育番組 満足	85.2	88.8	91.1	78.3	82.9
映画・アニメ番組 満足	88.6	90.7	93.6	80.8	84.0
趣味・実用番組 満足	85.0	90.0	92.0	80.5	83.3

※各番組ジャンルに対して、「満足している」「やや満足である」と回答した視聴者を対象として集計を行った。

(出所) 視聴者調査

# 公共放送を支える受信料に対する視聴者の意識

## ■ 不祥事によるNHKへの不信感は大きく改善

- 平成18年度から22年度間の視聴者の意識の変化をみると、「受信料を支払わないことで、NHKに反省を促したいと思う」と考える人の割合は大幅に減少しており、過去の不祥事を起因としたNHKに対する不信は大きく改善してきた。

## ■ 受信料負担の基本観が20代を中心にやや薄れている

- 受信料負担の基本観である「国民のための公共放送だから、みんなでその経費を負担する必要がある」という考え方に同意する視聴者は、平成17年度から19年度にかけて上昇していたが、20年度、21年度と下降する傾向がみられる。特に男性20代、女性20代、30代で下降傾向が顕著である。

### 受信料についての考え方(経年変化)

	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度
(1)国民のための公共放送だから、みんなでその経費を負担する必要がある	63.3%	66.2%	67.5%	64.0%	60.7%
(2)NHKの番組を見る料金として受信料は払う必要がある	59.1%	56.5%	64.1%	56.7%	56.5%
(3)法律で決められていることだから受信料は払う必要がある	57.4%	63.0%	70.0%	65.2%	61.4%
(4)公平に費用を負担するために、受信料を支払わない人に罰則を設けるべきである	36.7%	44.8%	40.9%	38.8%	31.8%
(5)公共的な放送なのだから、経費は全て国の予算でまかなえばよい	56.9%	47.5%	50.7%	52.8%	44.2%
(6)他の人が受信料を支払わないのであれば、自分でもできれば支払いたくない	43.5%	38.1%	43.1%	49.7%	46.3%
(7)受信料を支払わないことで、NHKに反省を促したいと思う	44.1%	35.4%	36.2%	31.7%	26.4%

(出所)視聴者調査

### 「国民のための公共放送だから、みんなでその経費を負担する必要がある」 (経年変化)

	18年度	19年度	20年度	21年度	20年度との差異
合計	66.2%	67.5%	64.0%	60.7%	▲3.3
男性					
10代	60.7%	63.0%	55.3%	53.1%	▲2.2
20代	47.6%	55.2%	47.4%	39.0%	▲8.4
30代	60.9%	48.7%	51.0%	52.8%	1.8
40代	61.0%	62.0%	55.6%	54.8%	▲0.8
50代	59.8%	65.9%	63.4%	60.7%	▲2.7
60代	74.2%	71.9%	71.9%	70.0%	▲1.9
70代	83.9%	86.1%	79.7%	83.3%	3.6
女性					
10代	73.1%	60.6%	56.4%	47.4%	▲9.0
20代	46.5%	48.8%	55.8%	38.2%	▲17.6
30代	40.7%	48.7%	54.5%	41.1%	▲13.4
40代	58.6%	55.7%	60.6%	56.1%	▲4.5
50代	71.2%	68.4%	59.1%	57.0%	▲2.1
60代	75.3%	77.8%	68.8%	71.0%	2.2
70代	80.7%	84.2%	78.8%	72.0%	▲6.8

※10代については、サンプル数が小さいため、参考数値。

(出所)視聴者調査

# 地域性に関する考察

- 評価委員会は、視聴者との接点の最前線である地域放送局の活動を重視し、公共放送としての「地域性」をどのように評価していくかを重要なテーマと捉えている。
- 評価委員会の活動の初年度に当たる平成21年度は、NHKにおける「地域性」を考察する手がかりとするために、視聴者アンケート調査の分析に加えて、放送番組モニター調査、松山市における視聴者フォーカスグループインタビューなどの独自調査を実施した。また、NHK理事に対するヒアリングやNHK四半期業務報告などの読み込みを通じて、地域放送局の取り組み状況を把握した。

## ■ 地域放送に対する視聴者のニーズに関する考察


- 地域放送に対する視聴者の基本的なニーズは、放送時間の量よりは質であり、内容としては地域情報の充実に対する期待感が強い。
- 視聴者の地域放送に対する期待度とNHKによる実現度には、地域を元気にするための情報提供やイベント活動などの分野でギャップが大きい。
  - ・ 「地域が抱える課題についての様々な視点からの情報提供」については、視聴者から視点の多様さや掘り下げ方が不足しているとの指摘があり、その背景として地域放送局の人材不足やNHKの転勤構造を指摘する声もある。
  - ・ 「地元の人たちの暮らしが豊かになったり元気になったりするような情報提供」については、NHKにそうした企画が少ないという意見がある一方で、公共放送としての立場から限界を指摘する意見もあった。
  - ・ 「地域社会に関する情報を全国に向けて発信」については全体的に少ないと感じられているが、地域の人が発信してほしいと思う情報と、全国の視聴者が知りたいと思う情報の間にはギャップがある。
  - ・ 「イベントなど地域の活性化につながる取り組み」について、地域での開催頻度や告知・宣伝活動などについて、視聴者から多くの課題が指摘されている。

## ■ NHKの地域放送の役割に関する考察

- NHKの地域放送には、地域行政や民間企業の活動を視聴者の視点から定点観測を行いチェックしていく役割が一層期待される。
- 世界で起きていることを地域の課題として咀嚼して伝えることや、地域から世界に向けて情報を発信するなど、世界と地域社会との結節点になるという役割が、NHKの地域放送にはある。
- NHKの地域放送局には地域に関する情報が集積することになるため、これらの情報を蓄積・継承し、また再利用できるようにアーカイブスを整備していくことも期待される。

## ■ NHKの地域放送の仕組みに関する考察

- 業務と要員のアンバランスが地域放送局における体制面の最大の課題として認識された。
- 地域放送局の企画機能・現場サポート機能は今後ますます重要になってくる。
- 地域放送局で行う県域放送が、NHKの人材育成や技術の継承、そして職員のモチベーションの維持・向上に寄与しており、NHKにとって重要であると感じた。
- 地域放送局のPDCAを回す上で、職員の活動がどのように組織の成果に結びついているのか(結びつくのか)を実感できるような指標の開発、あるいはその筋道の説明が必要である。
- 地域放送局では地域に根差した放送局をめざす様々な活動が展開されているものの、その活動が視聴者にはあまり浸透していない印象があり、広報不足を感じた。
- 地域放送局の事業運営に、視聴者の声をもっと集めることで、公共放送としての活動をより視聴者視点に近づけられる可能性を感じた。



## 参考

### 《参考について》

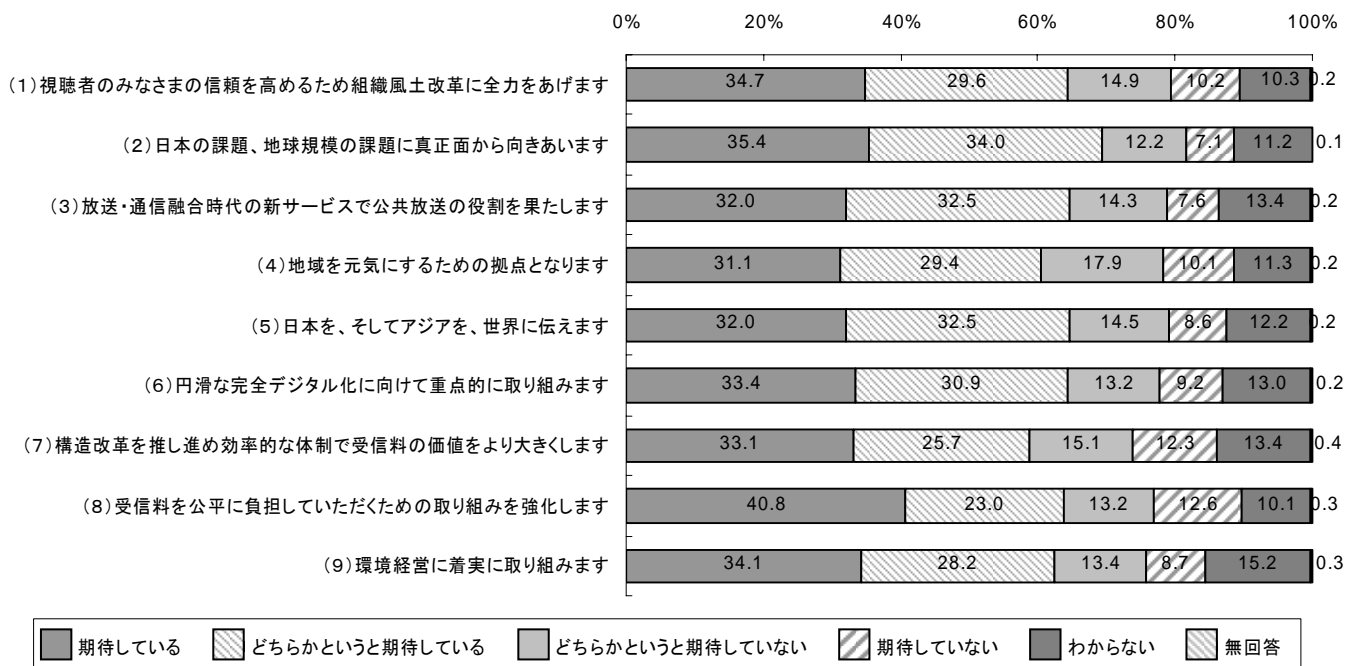
・評価委員会が、その前身であるNHK“約束”評価委員会との継続性の観点から調査した結果を参考として掲載する。

## (参考1)

# 経営9方針に対する視聴者の期待度と実現度

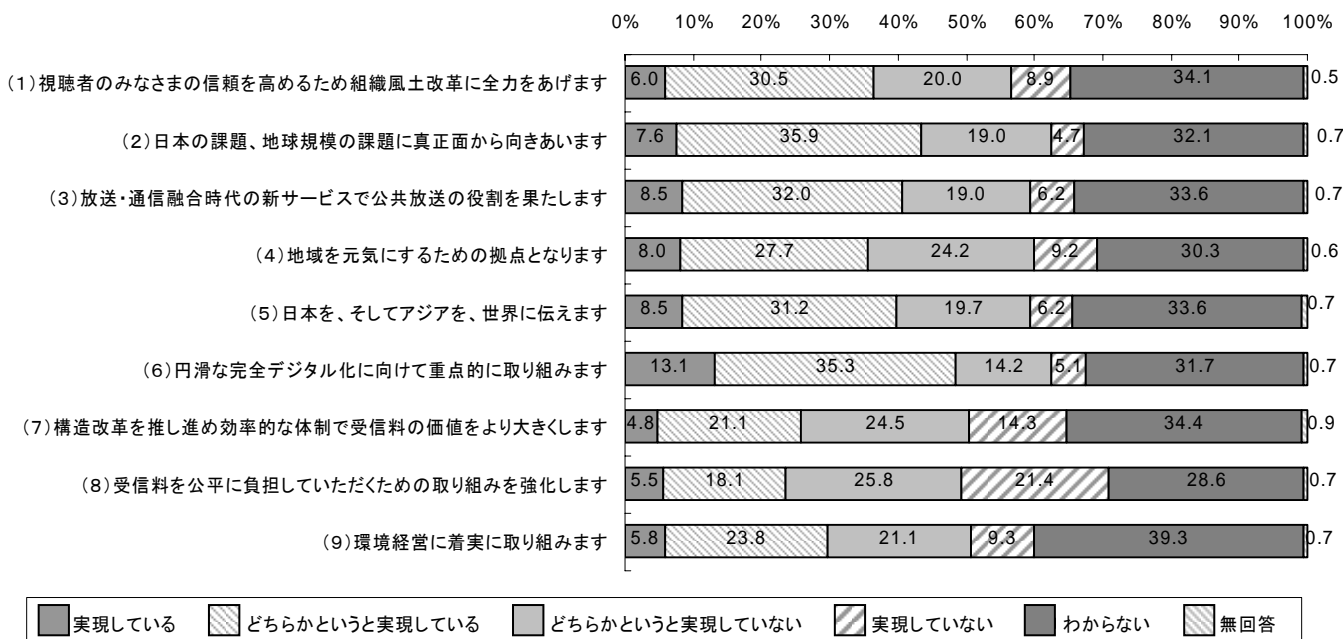
- 評価委員会は、独自の評価指標・項目でNHKを評価するものであり、平成21年度事業計画の達成度を直接的に評価していない。参考として、経営9方針の期待度と実現度を視聴者調査で把握した。
- 経営9方針のそれぞれに対して、期待度は概ね60%前後で、実現度は方針によって差が大きく出た。また、実現度については、「わからない」と回答した視聴者は概ね3割強と多かった。

### 経営計画9方針に取り組むことについて、それぞれの程度期待していますか



(出所) 視聴者調査

### 経営計画9方針について、現在のNHKはどの程度、実現しているとお考えですか



(出所) 視聴者調査



※報告書の参考ページ

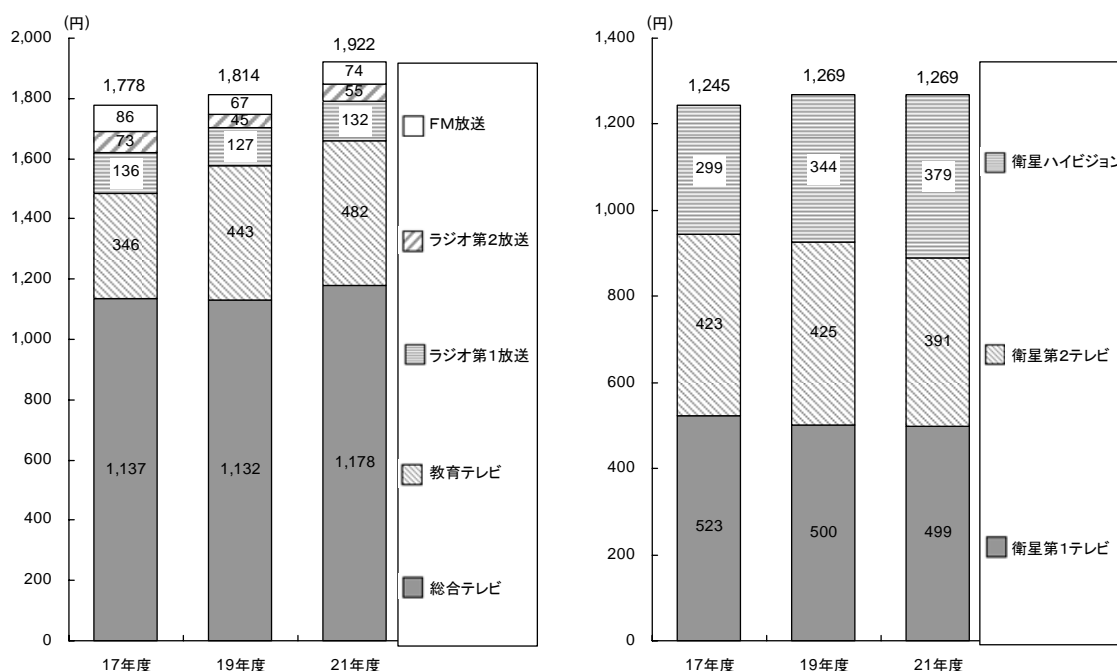
方針1;視聴者のみなさまの信頼を高めるため組織風土改革に全力をあげます	
評価指標「独立性・公正さ」	P23~P24, P33~P39
評価指標「誠実さ・透明性」	P99~P100, P108~P124
評価指標「経済性・効率性・効果性」	P101~P102, P125~P137
評価指標「変化への対応力・柔軟性」	P103~P104, P138~P153
方針2;日本の課題、地球規模の課題に真正面から向き合います	
評価指標「独立性・公正さ」	P23~P24, P33~P39
評価指標「質の高さ」	P25~P26, P40~P54
評価指標「役に立つ」	P27~P28, P55~P67
評価指標「親しまれる」	P29~P30, P68~P76
評価項目「社会的課題の情報共有」	P77~P79
評価項目「文化芸術の発展」	P83~P84
評価項目「記録・伝承」	P85~P87
方針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	
評価項目「利用しやすいサービスの開発・提供」	P64~P67
評価項目「放送技術の発展」	P88~P92
方針4;地域を元気にするための拠点となります	
評価項目「地域社会の発展」	P80~P82
評価項目「長期的視点に立った組織設計と人材育成」	P143~P145
評価項目「長期的視点に立った予算・事業計画」	P146~P149
<考察> NHKにおける「地域性」	P176~P192
方針5;日本を、そしてアジアを、世界に伝えます	
評価項目「世界への情報発信」	P93~P95
方針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	
評価項目「デジタル化促進」	P96~P98
方針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	
評価項目「VFM向上」	P125~P130
評価項目「長期的視点に立った組織設計と人材育成」	P143~P145
評価項目「長期的視点に立った予算・事業計画」	P146~P149
方針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	
評価項目「説明責任」	P108~P113
評価項目「VFM向上」	P125~P130
評価項目「効率的・効果的な業務運営」	P134~P137
<考察> 公共放送を支える受信料に対する視聴者の意識	P173~P175
方針9;環境経営に着実に取り組みます	
評価項目「社会的課題の情報共有」	P77~P79
評価項目「環境経営」	P122~P124

## (参考2) WTPについて

- NHK“約束”評価委員会では、視聴者が考えるNHKの放送サービスの価値を金額に換算する試みを、CVM(Contingent Valuation Method: 仮想市場価値法)の手法<sup>(注)</sup>を用いて、平成17年度に初めて実施した。評価委員会でも、この試みを引き続き実施した。
- 評価委員会が実施した平成21年度のCVM調査の結果に基づき、NHKの放送サービスに対する視聴者の支払意思額(WTP: Willingness to Pay)を試算すると、地上放送は視聴者一人当たり月額1,922円、衛星放送は視聴者一人当たり月額1,269円となる。

(参考: 現行受信料の月額は、地上契約1,345円、衛星契約の衛星付加分945円。)

CVMにより算出されたNHKに対する支払意思額(視聴者一人当たり月額)



※媒体別の支払意思額は、視聴者調査において、視聴者に質問した媒体別比率で、一人当たりの支払意思額を分解して算出した。

(出所) 視聴者調査

(注) CVMとは

CVM(Contingent Valuation Method: 仮想市場価値法)とは、市場で取引されていない有形・無形の財・サービスについて、それが市場で取引されると仮定して金銭的価値に換算して評価する手法である。環境問題や公共事業の評価などによく用いられる。例えば、救急車のような公共サービスの利用に値段をつけるといふか、といった具合に、最大限支払っても構わない金額や、公共サービスを休止した場合の補償金額を市民に直接尋ねて、そこから金銭的価値を積算するのである。

NHKの場合には受信料という価格が既に存在するものの、公共料金であるため視聴者との取引で決まっているわけではない。また電力料金やガス料金などとも異なり、放送を視聴するための対価というわけでもない。そこで、NHKの放送サービスの価値を視聴者に評価してもらうために、現在のNHKに対していくらまでなら支払ってもよいかというWTP(Willingness to Pay: 支払意思額)をアンケート調査を通じて尋ね、そこからNHKの放送サービスの金銭的価値を評価している。英国BBCをはじめ、海外の公共放送の評価においても、この手法が多用されている。