

平成 28 (2016) 年度 第 3 四半期業務報告

自 平成 28 年 10 月 1 日
至 平成 28 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 28 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。

NHK ビジョン 2015→2020

信頼をより確かに、未来へつなぐ創造の力

最新技術を生かし、2020年に向けて世界最高水準の放送・サービスの実現をめざします。
取材・制作力をさらに強化します。放送法に則り、正確・迅速な報道と
豊かで質の高い多彩なコンテンツの充実、国際発信の強化を図り、
放送やインターネットを通じて、信頼される「情報の社会的基盤」の役割を果たします。



メディア環境が激変する中、世界から日本への注目が集まる2020年を見据えて、
「第一ステップ」として、「挑戦」と「改革」を進める3か年計画

NHK 経営計画 2015-2017年度

5つの重点方針

放送・
サービス

1. 判断のよりどころとなる正確な報道、豊かで多彩なコンテンツを充実

2. 日本を世界に、積極的に発信

3. 新たな可能性を開く放送・サービスを創造

経営

4. 受信料の公平負担の徹底に向け、最大限努力

5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革

目次

1 今期の概況 3

- 「5つの重点方針」の達成状況を測る世論調査について 5

2 「5つの重点方針」の達成状況 7

- ▼ 重点方針1. 判断のよりどころとなる正確な報道、
豊かで多彩なコンテンツを充実 7
- ▼ 重点方針2. 日本を世界に、積極的に発信 11
- ▼ 重点方針3. 新たな可能性を開く放送・サービスを創造 14
- ▼ 重点方針4. 受信料の公平負担の徹底に向け、最大限努力 17
- ▼ 重点方針5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革 20
- (参考) 指標による評価 23

3 (参考) 予算の執行状況 27

- (1) 収支の状況 28
- (2) 受信契約状況・受信料収入 29
- (3) その他の勘定 30



今期の総括

今期は、「NHKビジョン 2015→2020」の具体化に向けた取り組みを大きく前進させた。

スーパーハイビジョンについては、総務省に対して、4Kおよび8Kの高精細映像による実用放送を2018年に開始するための業務認定申請を行った。インターネットの活用については、対象者を限定してテレビ放送の同時配信を行う「試験的提供B」と、同時配信した番組を放送後にも視聴できる「見逃し配信実験」を実施。また、10月には、「2020東京オリンピック・パラリンピック実施本部」を設置し、「2020年東京」に向けて推進体制の強化に着手した。

放送では、データジャーナリズムや調査報道の手法を活用し、アメリカ大統領選挙やパナマ文書の実態など世界や日本の課題を報道する際に、独自の分析による解説や映像表現で伝えた。また、大河ドラマ「真田丸」や「NHK紅白歌合戦」をはじめ、多くの番組で幅広い視聴者層に見てもらおうことを意識した演出にチャレンジした。引き続き、59歳以下の現役世代にもさらに関心を持ってご覧いただけるように、編成や番組演出の工夫、番組開発を行っていく。

NHKワールドTVでは、「NHK NEWSLINE」「NEWSROOM TOKYO」で初めて、九州からキャスターによる中継を実施。熊本地震関連の最新情報や復興に向けた取り組みなどを世界に発信した。

受信料収入は、契約総数は年間目標50万件に対して48.4万件、衛星契約は年間目標63万件に対して57.0万件となり、「支払率80%」「衛星契約割合50%」の達成に向け堅調に推移。

グループ経営を推進するため、関連団体の業務の把握を進め、課題解決に向けた検討を開始した。

【今期の主な取り組み】

重点方針1. 判断のよりどころとなる正確な報道、豊かで多彩なコンテンツを充実

- ・NHKスペシャルでは、アメリカ大統領選挙に伴い、「“トランプ大統領”の衝撃」(11/12)を緊急編成。新大統領が日本や世界へもたらす影響を多角的に検証した。「追跡パナマ文書 衝撃の“日本人700人”」(11/27)では、パナマ文書をもとに半年にわたって独自に分析し、各国のジャーナリストと協力して、日本との関わりや報道の舞台裏を明らかにした。
- ・大河ドラマ「真田丸」は、年間の平均世帯視聴率が、総合テレビで16.6%※、BSプレミアムで4.7%（大河ドラマとしては過去最高）となり、幅広い世代によく見られた。
- ・「第67回NHK紅白歌合戦」は、伝統を踏襲しながら、美術セットの変革、都庁からの大型中継、映画とのコラボ、スペシャルゲストの起用など、大胆な改革を試み、世帯視聴率は前半35.1%、後半40.2%と前年を上回った。特に女性40代は、前年比で大幅に上回った。

重点方針2. 日本を世界に、積極的に発信

※ビデオリサーチ（関東地区）世帯視聴率 以下同様

- ・NHKワールドTVでは、熊本地震から半年となる10月、九州の関連番組を集中編成したほか、「NHK NEWSLINE」「NEWSROOM TOKYO」では九州各地の放送局と連携し、キャスターが現地から中継を実施。現地の最新情報や復興に向けた取り組みなどを世界に発信した。
- ・日本とシンガポールの国交樹立50周年記念イベントや、アジア最大級の野外音楽イベントを中心に、シンガポールで大規模プロモーションを実施。国際放送の認知拡大を図った。
- ・教育コンテンツの国際コンクール「日本賞」(10/26～11/2)は、58の国と地域から316作品が参加。ワークショップやイベントも開催し、来場者はこれまでで最多の916人に上った。

重点方針3. 新たな可能性を開く放送・サービスを創造

- ・「鳥取で震度6弱」「アメリカ大統領選」「福島など震度5弱」「日ロ首脳会談」「総理大臣真珠湾訪問」「茨城県で震度6弱」など、国民生活や社会全体に大きな影響を及ぼす情報を伝える緊急ニュースを、放送と同時にインターネットでも配信した。
- ・1万人以内を対象に1日16時間以内でテレビ放送のインターネット同時配信を行う「試験的提供B」と、同時配信した内容を後から視聴できる「見逃し配信実験」を実施した(11/28～12/18)。今回は、総合テレビに加えてEテレでの配信や、副音声、マルチ編成にも対応。視聴ニーズの把握、配信基盤と関連システムの検証、権利処理の運用状況の確認を進めた。

- ・スーパーハイビジョンは、4K・8Kによる実用放送の2018年開始に向けて、総務大臣に対し、BS右旋による4K放送と、BS左旋による8K放送の業務認定申請を行った。
- ・ルーブル美術館が所蔵する「ミロのビーナス」、「モナ・リザ」などの名作を8Kで撮影し、国際共同制作した番組を世界最大の映像コンテンツの国際見本市MI PCOM（10/15～20 フランス・カンヌ）でダイジェスト版を上映したほか、ルーブル美術館と共催で美術関係者などを対象に試写会を行い、作品の細部まで質感を表現できる高精細映像に高い評価を得た。

重点方針4. 受信料の公平負担の徹底に向け、最大限努力

- ・契約総数は年間目標50万件に対して48.4万件の増加で進捗率96.9%。衛星契約は年間目標63万件に対して57.0万件の増加で進捗率90.5%となった。衛星契約数は、11月末には2,000万件に達し、衛星契約割合は49.8%となり27年度末と比べ0.8ポイント向上した。
- ・訪問要員の対応の質を向上させるため、教育用DVDを制作し全営業拠点へ、補足説明用の冊子などのお客様対応時に使用するツールを全訪問要員約8,000人に配付。また、法人委託事業者の訪問要員約1,000名を対象に対応力向上とマナーアップに向けた研修を実施した。

【受信契約の状況（12月末）】

（単位 万件）

契約増加件数	27年度 第3四半期			28年度 第3四半期			現在数
	年間増加目標	累計実績	進捗率	年間増加目標	累計実績	進捗率	
契約総数	51	48.9	95.9%	50	48.4	96.9%	4,027
衛星契約※	60	62.5	104.2%	63	57.0	90.5%	2,006
未収削減 (11月末値)	△13	△4.8	37.4%	△11	△5.8	52.3%	104

※ 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

重点方針5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革

- ・関連団体の経営データに基づいて業務の把握を行い、所管部局との情報共有を図った。関連団体間で重複感のある業務や、課題のある業務について、解決に向けた検討を開始した。
- ・女性職員対象の「異業種女性交流研修」、「NHKウーマンキャリアデザイン研修」、2020年を見据えた「スポーツ中継研修」など、経営課題に即した研修を実施した。
- ・10月に放送総局に「2020東京オリンピック・パラリンピック実施本部」を設置。世界が注目する大イベントに向けて、NHKの使命を果たすための推進体制を強化した。

【収支概況】

- ・12月末の収支の状況は、事業収入が5,306億円（予算に対する進捗率75.6%）、事業支出が5,007億円（進捗率72.2%）となり、事業収支差金は298億円となった。
- ・12月末の受信料収入は、契約収納活動の推進により受信契約件数が増加し、ほぼ標準どおりの進捗（進捗率74.9%）となる5,063億円となり、前年度同期に対して94億円の増収を確保する見込みとなった。

〔事業収支（一般勘定）〕

（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
事業収入	7,017	1,745	5,306	75.6%
事業支出	6,937	1,709	5,007	72.2%
事業収支差金	80	35	298	—

〔受信料収入〕

（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
28年度	6,758	1,676	5,063	74.9%
27年度	6,608	1,653	4,969	75.2%

「5つの重点方針」の達成状況を測る世論調査について

NHK経営計画（2015-2017年度）では、視聴者のみなさまのNHKに対する期待を的確に把握し、NHK全体で応えていくことを目指しています。

このため、2012年度からの経営計画で導入した14項目の経営指標を、現経営計画の重点方針をふまえて改善し、半期ごと（7月・1月）に世論調査を実施します。14の指標それぞれについて、NHKに対する期待度と実現度を尋ね、計画の進捗状況を検証します。みなさまからのNHKへの期待度に、実現度をできるだけ近づける（期待度と実現度の差を縮める）ことを目標に、事業運営や業務改革を進めていきます。

NHKビジョン
2015→2020

信頼をより確かに、未来へつなぐ創造の力

NHK経営計画
2015-2017年度
5つの重点方針

判断のよりどころとなる
正確な報道、豊かで多彩
なコンテンツを充実

日本を世界に、
積極的に発信

新たな可能性を開く
放送・サービスを創造

受信料の公平負担の徹底
に向け、最大限努力

創造と効率を追求する、
最適な組織に改革

指標

① 公平・公正

② 正確・迅速な情報提供

③ 多角的論点の提示

④ 記録・伝承

⑤ 文化の創造・発展

⑥ 多様性をふまえた編成

⑦ 新規性・創造性

⑧ 世界への情報発信

⑨ 地域社会への貢献

⑩ 人にやさしい放送

⑪ インターネットの活用

⑫ 放送技術の発展

⑬ 受信料制度の理解促進

⑭ 受信料の公平負担

質・量両面の放送・ネットサービスの評価
（＝「トータルリーチ」）、
海外における国際放送・国際展開の評価、地域指標 等

満足度、支払率、
衛星契約割合 等

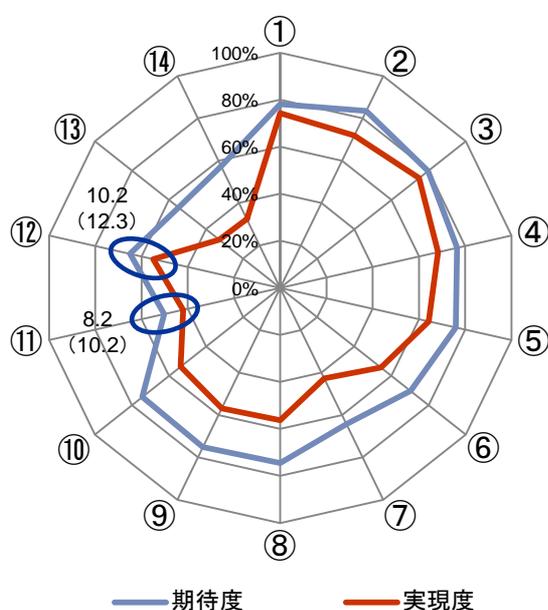
VFM1以上、営業経費率、NHKグループ全体の業務体制改革推進 等

(参考) 7月に実施した世論調査の結果

- ・ 今期は世論調査を行っていませんので、参考として28年7月の調査結果を掲載している(下表)。
- ・ 世論調査は29年1月に実施し、結果は第4四半期業務報告で公表する。

▽全国の16歳以上の男女個人3,600人を対象に、7月2日~24日に世論調査を実施*。

▽各指標の設問に対し、「期待している」と「どちらかという期待している」と回答した人の割合を「期待度」、「実現している」と「どちらかという実現している」と回答した人の割合を「実現度」とする。



指標	期待度 (%)	実現度 (%)	差 (28年7月)	差 (28年1月)
①公平・公正	78.1	74.3	3.9	(3.2)
②正確・迅速な情報提供	83.5	71.8	11.7	(10.5)
③多角的論点の提示	79.7	74.8	4.9	(4.1)
④記録・伝承	76.5	68.3	8.3	(9.1)
⑤文化の創造・発展	75.9	64.2	11.7	(11.0)
⑥多様性をふまえた編成	70.3	54.4	15.9	(16.3)
⑦新規性・創造性	64.3	42.7	21.6	(21.7)
⑧世界への情報発信	74.5	56.3	18.2	(19.8)
⑨地域社会への貢献	75.1	56.9	18.2	(19.1)
⑩人にやさしい放送	74.5	53.8	20.7	(22.8)
⑪インターネットの活用	50.2	42.0	8.2	(10.2)
⑫放送技術の発展	65.0	54.9	10.2	(12.3)
⑬受信料制度の理解促進	54.8	32.9	21.9	(21.7)
⑭受信料の公平負担	57.4	32.5	24.9	(28.3)

※ 層化2段無作為抽出法で抽出し訪問留置法で実施。有効回答数は1,802件(有効回答率50.1%、除く熊本県)。

重点方針1. 判断のよりどころとなる正確な報道、豊かで多彩なコンテンツを充実

主な取り組みと評価

- データジャーナリズムや調査報道の手法を活用し、アメリカ大統領選挙やパナマ文書など世界や日本の課題を報道する際に、独自の分析による解説・映像表現を行った。
- 美術・演出面での改革を行った「第67回NHK紅白歌合戦」は、世帯視聴率が前半35.1%、後半40.2%と前年を上回り、特に女性40代は前年比8ポイントアップと大幅に拡大した。

達成状況 一覧

① 「命と暮らしを守る」報道に全力を挙げ、東日本大震災からの復興を積極的に支援

首都直下地震や南海トラフ巨大地震などに備え、いかなる時にも放送・サービスを継続するため、本部や、代替機能を担う大阪局など、放送局の機能や運用・実施体制を強化

- ・全国各地でロボットカメラの増設を進めている。横田基地と東京北西部が一望できる施設に設置した東京・羽村市のロボットカメラや、富士山噴火警戒の簡易ロボットカメラなどが運用を開始した。
- ・大阪局では、南海トラフ巨大地震に備え、近畿ブロック全局が参加する実戦的な初動訓練を実施（11/19）。また、災害時の代替機能を強化するため、10月からは原則、平日14時の全国放送のニュースを大阪局から放送。国際放送局とも協力し、関西在住の同時通訳者の育成と関係強化を目的に、毎月1回、ニュースの2か国語放送を実施している。

スーパーハイビジョンやインターネットなど、新しい技術を活用し、正確・迅速で、多角的な防災・減災報道を強化

- ・インターネット上に公開されている事故や災害に関する情報を自動的に感知し、ニュースの現場に通知する「一報覚知システム」（マルチアラートシステム、通称「一報くん」）は、11月に拠点局での運用を開始し、交通機関のトラブルや火事などの効率的な一報把握につなげている。
- ・東日本大震災の復興状況を記録するため東北地方沿岸の8K撮影を行っている「防災減災プロジェクト」では、今期、青森の空撮を実施。8Kの技術を使い、海岸線の様子を詳細に記録した。

東日本大震災の課題やエネルギー問題に向き合う番組、防災・減災に役立つ番組、さまざまな大規模災害からの復興を支援する番組や応援キャンペーンなどに取り組み、積極的に発信

- ・熊本地震から半年となった10月には、NHKスペシャル「あなたの家が危ない～熊本地震からの警告～」(10/9)、「活断層の村の苦闘」(10/14)、週刊ニュース深読み「出張深読み in 熊本 “暮らしの再建” どう進める」(10/15)、あさイチ「熊本キャラバン」(10/13～14)など、さまざまな番組で多角的に特集。復興の現状や課題、希望を伝えた。
- ・「第67回NHK紅白歌合戦」では、熊本城からの中継で、氷川きよしさんが「白雲の城」を歌唱、miwaさんがNHK全国学校音楽コンクールの課題曲「結ゆい」を熊本市の中学校合唱部と共演した。有村架純さんが「あまちゃん」の舞台となった地を訪ねるなど、今も復興と向きあう地域の人々にエールを送る企画を実施した。
- ・福島第一原子力発電所の、メルトダウンした3つの原子炉を同時に廃炉にする長い道程を追ったシリーズ、NHKスペシャル「廃炉への道 2016 調査報告 膨らむコスト 誰がどう負担していくか」(11/6)では、事故収束に向けたコストの全体像を可視化。費用が想定以上に膨らみつつある実態を明らかにし、持続可能な廃炉への道を検証した。

② 日本や世界の課題に向き合い、新たな手法を活用して真相に迫る報道を充実

公平・公正で、正確・迅速な報道を堅持し、広範な取材ネットワークを生かして、時代を読み解く、わかりやすく丁寧なニュース・番組を積極的に発信

- ・「三笠宮さまご逝去」(10/27)、「パナマ文書の日本人は700人超」(11/27)、「安倍総理・ハワイ真珠湾で戦争犠牲者慰霊」の特報(12/5)など、他の報道機関に先駆けて、独自取材で報道した。
- ・阿蘇山の噴火(10/8)では、太陽光で電源を確保できるロボットカメラが捉えた噴火の瞬間を映像で伝えた。NHKの独自映像で、新聞各紙や海外メディアにも配信された。
- ・“白いダイヤ”とも呼ばれるウナギの稚魚・シラスウナギの不透明な国際取引を台北・香港の両支局と連携し徹底追跡。密輸の実態に迫る「クローズアップ現代+」を放送(12/1)。
- ・NHKスペシャル「“がん治療革命”が始まった」(11/20)では、「サキどり↑」や「きょうの健康」で取材してきたがん治療「プレジジョンメディシン」を取り上げた。がんの遺伝子解析で最適な治療薬を探し出す新しい治療法の可能性を分かりやすく紹介した。

少子高齢化、社会保障、いじめ、多様な働き方、紛争、安

- ・アメリカ大統領選挙(11/8)では、NHKスペシャル「“トランプ大統領”の衝撃」(11/12)を緊急編成し、新大統領が日本や世界へもたらす影響を多角的に検証した。BS1では、

<p>全保障など、日本や世界の政治、経済、社会、文化などの課題に迫る骨太な番組を強化</p>	<p>開票速報を8時間以上にわたって生放送で伝えただけでなく、関連番組を多く編成し、視聴者の高い関心に応えた。ラジオ第1でも特設ニュースや特集番組を編成した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・NHKスペシャル「追跡パナマ文書 衝撃の“日本人700人”」(11/27)では、パナマ文書をもとに各国のジャーナリストと協力して、日本との関わりや報道の舞台裏を明らかにした。NHKスペシャル「巨龍中国」(第1回10/30、第2回11/19)では、内陸部への人口大移動や新興投資会社の動きをルポし、中国の実像に迫った。 ・中国文化大革命から50年関連の番組を制作。特に、紅衛兵として文化大革命に参加していた欧米人の子弟たちのインタビューを軸に制作した、BS1スペシャル「レッドチルドレン～中国・革命の後継者たち～」(11/23)など、独自の取材で知られざる事実を掘り起こした。 ・E TV特集「私たちは買われた一少女たちの企画展」(10/1)、「香港は誰のものか」(10/29)、「困った時は お互いさま～孤独死ゼロ・大山団地の挑戦～」(11/5)など、社会を取り巻くさまざまな課題や出来事について、多彩な切り口で放送した。
<p>ビッグデータの多角的分析を活用するデータジャーナリズムなど、新手法の調査報道を強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・今期、NHKスペシャルのホームページ(以下HP、スマートフォンを含む)の訪問者数は、およそ159万人(昨年同期比1.5倍)。「血糖値スパイクが危ない」(10/8)では、放送前からHPを特設。視聴者参加の「危険度チェック」は、23万件のアクセスがあった。 ・VRでは、Play Station VRのノンゲームコンテンツ「コズミックフロントNEXT VR 南米星空編」が配信開始(11月末)。「ドキュメント72時間」では、北アルプスのテント村のVR動画をNHKVRポータルにアップロードし、約6万回のアクセスがあった。 ・年間キャンペーンと連動した「いじめをノックアウトスペシャル第8弾」(10/29)では、生放送で全国の視聴者に「いじめ、減らせるか?減らせないか?」をスマホ連動機能などを使って問いかけ、およそ15,000人が参加した。
<p>インターネットを活用した情報の収集や発信により、報道を強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・今期は、「アメリカ大統領選挙」、「日ロ首脳会談」、「首相の真珠湾訪問」などの特設ニュースについて、放送と同時にインターネットでも配信した。また、リオ五輪・パラリンピックのメダリストのパレードの模様をライブストリーミングで配信するなど、国民生活や社会全体に大きな影響を及ぼす情報をインターネットでもライブで伝えた。 ・「NHKニュース・防災」アプリのアップデートリリースを実施(11/2)。ライブストリーミング、同時配信の動画利用状況を確認できるアクセス解析機能を追加し、機能強化を図った。
<p>③視聴者の幅広い期待に応えて、見ごたえある魅力的なコンテンツを開発・制作</p>	
<p>戦後70年、放送90年の節目に多彩な大型企画を制作</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・被爆から71年を迎える広島のある家族の日々を描いたラジオドキュメンタリー「あの日、母は少女だった～被爆の記憶をたどる母と息子の対話～」(8/6 ラジオ第1)は、文化庁芸術祭大賞を受賞した。 ・8年に及ぶプロジェクトとなった、NHKスペシャル「東京裁判」(12/12～15 全4回シリーズ)では、カナダ、オランダと国際共同制作を実現。海外の大手動画配信サービス事業者を通じ、世界へ向けて発信した。
<p>取材・制作力やスーパーハイビジョン(8K・4K)などの表現力を生かし、国際展開も視野に、複数年かけて取り組む大型コンテンツを強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・国際展開を目標とする大型コンテンツとして、ルーブル美術館が所蔵するミロのビーナスなどを8K収録。また、映像の明暗の幅を拡大するHDRの技術を用いて4Kによる「放送90年大河ファンタジー 精霊の守り人」を制作し、MIPCOMなど、国際的な見本市での上映を行った。 ・「小さな旅」では長野局と連携し、北アルプスの紅葉の景色や穂高の山々の8K撮影を実施。また、出雲大社に日本中の神々が集まる「神在月」の神事を4Kで撮影・制作した。
<p>幅広い視聴者に愛される番組、次の世代の育成に役立つ番組など、魅力あふれる多彩なコンテンツを開発・制作</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「第67回NHK紅白歌合戦」は、伝統を踏襲しながらも、美術セットや、都庁からの大型中継、映画とのコラボ、タモリ&マツコ・デラックスのスペシャルゲストへの起用など、大胆な改革を試みた。世帯視聴率は、前半、後半ともに、わずかながら前年を上回り視聴率下落に歯止めをかけた。特に女性40代の視聴率は前年に比べ大幅にアップ。アプリ「NHK紅白」の訪問者は86.2万人(前年比7割増)と、新しい視聴者層を開拓した。 ・選挙権年齢の引き下げで注目される18歳に焦点を当て、さまざまな番組で新しいアプローチを試みた。ニュースでは、18歳選挙権を意識した取材、出稿を東京、地域放送局ともに定着させるとともに、18歳の目線に立って、世界の選挙や、一から選挙の仕組みを伝える情報サイト「ch.18」の内容刷新を進めた。また、11月に実施した「18祭」では、10代にカリスマ的人気を誇るアーティスト「ONE OK ROCK」と1,000人の18歳が一緒にステージを作り上げ、LINEなどティーンに身近なSNSを通じて同世代に向けて発信した。
<p>2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた情報や番組を充実</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・10月に「2020東京オリンピック・パラリンピック実施本部」を発足させ、放送とイベントを連動させた、12時間の生放送番組「東京2020 12時間スペシャル」(10/10)を放送。4年後の東京五輪・パラリンピックに向けた新たなスタートを切った。 ・2020東京五輪・パラリンピックに向けて、出場を目指す選手から大会を支える人まで、さまざまな動きを紹介する定時番組「東京オリパラ団」(BS1)を新設。さらに、2018

	<p>年のピョンチャン五輪・パラリンピックに向けて、「ジャンプ女子ワールドカップ」、「ワールドカップスピードスケート長野大会」、「NHK杯フィギュア」などウィンタースポーツの国際大会を積極的に編成した。</p>
<p>取材・制作の過程で得られる多くの情報を、放送やインターネットなど、さまざまな伝送路を用いて効果的に発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・さまざまな番組で、内容を直観的にイメージできるショート動画を作成。クローズアップ現代+「棋士・村山聖」のショート動画はインターネットを通じて、テレビではリーチが難しい30~40代の若年層にNHKのコンテンツを届ける手法を開拓した。また、「すすくアイデア大賞」では、番組の長年の取材で蓄積された子育てのノウハウを公開。SNSを通じて、特に25~34歳男女子育て世代によく見られた。 ・NHKスペシャル「戦艦武蔵の最期」では、ビッグデータを活用し、得られた情報を即座に視覚化するNMAPSの「立体撮影」機能を駆使した表現手法で、海底の残骸から、武蔵の姿をリアルに蘇らせた。さらに、番組で使用した3DCGのショート動画をSNSを通じて発信。若年層への効果的なリーチにつなげた。
<p>④放送局は、地域の「安全・安心の拠点」となり、地域活性化に積極的に貢献</p>	
<p>NHKの全国ネットワークを生かし、防災・減災報道、緊急報道などに全力を挙げるとともにラジオの発信強化など、平時から非常災害時に備えた取り組みを推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・津波警報も出た福島県沖地震（11/22）では、朝6時の緊急地震速報以降、緊急報道を伝え続けた。視聴者に対して避難を強く呼びかけるとともに、福島県・宮城県・岩手県・茨城県のロボットカメラ、IP中継、ヘリコプター中継、官房長官と気象庁の会見中継に自衛隊の中継映像等も交えながら、津波の到達状況や福島第一原発の状況を伝えた。また、津波の教訓を生かし、組織的に避難する企業や、高台へ避難するため車が渋滞し道路がマヒする現状なども伝えた。
<p>地域や日本の課題にしっかりと向き合うニュースや番組を、地域や全国に積極的に発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「ニュース7」では、野菜の価格高騰で、2日間の給食中止を決定した三重県鈴鹿市（後に撤回）に関連し、北海道・長野・沖縄の取材をもとに全国の状況を多角的に伝えた（11/2）。 ・「おはよう日本」では、「国産ジェット機MRJ開発遅れの要因は？」（11/7名古屋局）や「ストップ！若者の県外流出」（11/13宮崎局）など、各地からのレポートを放送した。また日口首脳会談に向けて、北方領土4島の元島民の思いなどをレポートした。 ・11月に開かれた「地方の時代映像祭」では、昨年度地域放送局が制作した2本が優秀賞を受賞した。受賞作は、NHKスペシャル「きのこ雲の下で何が起きていたのか」（2015/8/6広島局）とNEXT「“いのちの交差点”に立つ ある救急医の闘い」（3/24岐阜局）。 ・「週刊ニュース深読み」では、「モーレツ社員はいらない!?働き方改革始動」（9/24）、「どう防ぐ？若者の過労自殺」（11/5）、「続ける？やめる？24時間型社会」（12/3）などで、「働き方改革」をさまざまな角度で取り上げた。
<p>自然や文化、人や暮らし、観光資源など、地域の魅力や価値を、インターネットも活用して積極的に全国や世界に発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「ドキュメント72時間」は、村民避難が続く飯館村の村長選挙（11/25）、仕事と子育てを両立する親が集まる博多中洲の保育園（11/18）、六本木のハロウィーン（12/2）やポケモンGOに沸く公園（10/7）など、日本の現状と課題が見える場所にカメラを据えて取材した。 ・「経済フロントライン」では、リーグ優勝した広島カープと業績好調な現地企業との共通性を探ったほか（10/8）、「国際報道2016」では、中国人観光客の誘致を狙う長崎県の新たな取り組みを伝えた（12/9）。 ・「人生デザインU-29」は、国際放送NHKワールドTV「NEWSROOM TOKYO」との連携を強化。宮城・香川・広島・北海道・島根の話題を国際放送へと展開した。
<p>地域を舞台にしたドラマや公開番組など、地域を応援する放送・サービスやイベントを効果的に実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ドラマ、「舞え！KAGURA姫」（11/30広島局）、「ラジカセ」（12/21津局）や「宮崎のふたり」（12/29宮崎局）を放送した。 ・遠藤周作没後20年と小説『沈黙』刊行50年の節目に加え、「長崎の教会群」が世界遺産候補となったことから、長崎局と本部が連携して「こころの時代～遠藤周作『沈黙』から50年」（11/27）を制作した。 ・「先人たちの底力 知恵泉」では、「柳生宗矩」（奈良局）、「小林虎三郎」（新潟局）など地域が誇る偉人を全国発信した。
<p>放送局のデジタルサービスは、安全・安心に役立つ情報を中心に、選択と集中で実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・日本海を進んだ台風18号（10/5）や福島県沖地震（11/22）など、各局がL字放送、データ放送、HPで警戒を呼び掛けるとともに、特設ニュースで丁寧に伝えた。 ・「NHKニュース・防災」アプリは140万ダウンロードを突破（12月）。災害情報の登録地点複数化や文字拡大、お勧めバナー開設などのアップデートを実現した。台風、地震、米大統領選で同時提供やライブ映像を積極展開したことなど好評で、グーグルから今年の「ベストトレンドアプリ大賞」に選ばれた。
<p>NHKの「地域社会への貢献」を評価する手法を開発し、地域貢献を強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・NHKの「地域社会への貢献」を評価するために昨年度から導入した「地域指標」の第3回調査を実施し（10月末～）、その結果を本部の部局や地域放送局と共有した。

【ピックアップ】

視聴者層を拡大した大河ドラマ「真田丸」

- ◇平均視聴率 16.6%とここ5年で最もよく見られた大河ドラマとなった「真田丸」は、ホームページやSNS戦略を効果的に展開し、視聴者層を拡大した。
- ◇長野県上田市の「信州上田大河ドラマ館」の来館者は100万人を突破。番組と地域が連動し、ドラマゆかりの地にも波及効果を広げた。



大河ドラマ「真田丸」

東日本大震災の教訓を生かし避難の呼びかけを改善

- ◇福島県沖の地震（11/22）の7時間近くに及んだ津波報道では、「津波はすぐに来ます」「命を守るため、今すぐ逃げてください」など、日頃の放送では使わない強い口調、断定的な文体で視聴者に繰り返し避難を呼びかけた。
- ◇画面では、子どもだけでテレビを見ている状況を想定して「すぐ にげて！」など、すべてひらがなのスーパーを表示した。
- ◇今後も東日本大震災の教訓と毎日の訓練、視聴者のご意見を取り入れながら、一人でも多くの命を救う減災報道の実現に不断の改善を行っていく。



ドキュメンタリーや番組連動アプリが高く評価

- ◇ラジオドキュメンタリー「あの日、母は少女だった ～被爆の記憶をたどる母と息子の対話～」が文化庁芸術祭大賞。NHKスペシャル「ある文民警察官の死」「被爆の森」がそれぞれ優秀賞を受賞。「ミラクルボディー 世界最強の人魚たち シンクロナイズドスイミング ロシア代表」は、科学放送高柳賞・最優秀賞を受賞した。
- ◇「プロフェッショナルアプリ」は、教育的効果やデジタル展開の手法が評価され、日本賞クリエイティブ・フロンティアカテゴリー最優秀賞、ACC賞などを受賞した。



ラジオドキュメンタリー
「あの日、母は少女だった
～被爆の記憶をたどる母と息子の対話～」

今後に向けて

- ・今期の世帯視聴率は、ゴールデンタイム（19～22時）が10.5%（昨年同時期10.5%）。プライムタイム（19～23時）は9.1%（昨年同時期9.3%）。大幅な改定を行った第1四半期、オリンピック中継などで好調だった第2四半期に比べ視聴が広がらなかった。
※ビデオリサーチ（関東地区）世帯視聴率
- ・下落傾向が続く59歳以下の接触を食い止めるためにも、若年層に効果的にリーチできるコンテンツや手法を開拓し、視聴者層を拡大することが課題である。

重点方針2. 日本を世界に、積極的に発信

主な取り組みと評価

- NHKワールドTVでは、熊本地震から半年となる10月、九州に関連した番組を集中編成したほか、ニュース番組で初めてキャスターが現地から中継を実施し、各地の最新情報を発信した。
- フランスで開催されたコンテンツ見本市MIPCOMで、ルーブル美術館と国際共同制作した8K番組や4Kドラマを上映したり、アニメ番組の制作発表イベントを行うなどして、NHKのコンテンツを効果的にPRした。

達成状況 一覧

①「信頼される国際放送」として、日本を世界に、発信を強化

英語によるテレビ国際放送「NHKワールドTV」は、北米とアジアを重点地域と位置づけ、「見たくなる国際放送」をめざして、視聴意向などを把握して、ニュース・番組や編成を充実・強化

- ・大型ニュース番組や現地制作の大型討論番組を新設
- ・観光、食、ファッション、アニメ、先端技術など、日本の文化、産業、科学技術などを多彩に発信
- ・国内で放送する番組の英語化を進め、日本の魅力や姿を積極的に発信
- ・「NHKワールドTV」の認知度向上のため、重点地域などでのプロモーションを強化
- ・国内外の取材・制作体制の強化や日本国際放送(JIB)をはじめとする関連団体との連携の強化などを通じて、実施体制を強化

「NHKワールド」のウェブサイトを更新し、国際放送の主要番組のビデオ・オン・デマンドサービスの導入やウェブニュースの多言語化の充実など、インターネットの発信と普及活動を強化

受信環境の整備を効果的に実施

- ・熊本地震から半年となる10月、NHKワールドTVでは九州の関連番組を集中編成したほか、「NHK NEWSLINE」「NEWSROOM TOKYO」では九州各地の放送局と連携し、キャスターが現地から中継を実施した。復興に向けた取り組みなど、各地の最新情報を世界に発信した。また、10月下旬～11月上旬には、沖縄県で開催された「第6回世界ウチナーンチュ大会」に合わせ、関連番組を集中編成し、沖縄の自然・文化・食などを紹介した。
- ・「NHK NEWSLINE」では10月、アジア情報のコーナー「Eye on Asia」のキャスターを韓国に派遣し、現地から計4回の中継を実施。韓国経済の現状や中国との関係などに加え、台風中継も行った。
- ・11月のアメリカ大統領選挙ではNHKワールドTVの取材班を派遣し、現地からの中継レポートや開票速報を放送した。
- ・福島県沖地震により津波警報(11/22)が発表された際は、総合テレビのニュースを同時通訳して最新情報を放送し、米CNNや英BBCなどがNHKワールドの映像を使って報道した。
- ・大相撲のダイジェスト番組「GRAND SUMO Highlights」を定時番組化し、11月の九州場所で内容を充実させて放送した。12月には、今年の大相撲を振り返る「GRAND SUMO Review 2016」を放送し、相撲の魅力を伝えた。
- ・アメリカの公共放送PBS加盟局の編成担当者が集まる会議で、旅番組「Journeys in Japan」を中心にNHKワールドTVの番組の魅力をアピールした。ロサンゼルスのアートイベントでは、新キャラクター「DJ Domo」がNHKワールドをPR、現地のメディアで取り上げられた。
- ・日本とシンガポールの国交樹立50周年記念イベント「S J 50まつり」(10月)や、アジア最大級の野外音楽イベント「ZoukOut」(12月)を中心に、シンガポールでの大規模プロモーションを実施した。料理番組「Dining with the Chef」トークショーや「DJ Domo」によるステージ、地下鉄やバスなどでの広告展開を行い、認知拡大を図った。
- ・報道局と連携して「NHKスペシャル」や「クローズアップ現代+」の一部をニュース企画として放送し、記者がスタジオ出演するなど、ニュースを掘り下げて分厚く伝えた。報道局と国際放送局が連携して勉強会や人事交流を行うなど、研修や人材育成に取り組んだ。
- ・福島県沖地震(11/22)では、発生直後からNHKワールドのウェブサイトへのアクセスが急増し、1日の訪問者数は今期平均の13倍に上った。
- ・大相撲のダイジェスト番組「GRAND SUMO Highlights」は、11月場所から初日～千秋楽の15日分すべてをビデオ・オン・デマンドサービスに提供し、総再生回数は9月場所の3.4倍に上った。
- ・新しい衛星回線ネットワークへの3年がかりの移行が完了し、テレビ国際放送をNHKワールド・プレミアムも含めてすべてハイビジョン化した。

	<ul style="list-style-type: none"> ・10月より、日本国内の大手ケーブルテレビ局でNHKワールドTVの配信時間が拡大され、24時間放送を見ることが可能になった。
<p>重点地域での国際放送の強化の取り組みなどを評価する指標を導入・活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・重点地域と位置付けている北米とアジアの主要都市などで10～11月に国際戦略調査を実施し、NHKワールドTVへの接触や日本の理解度などを測った。NHKワールドTVに接触のある人の理解度は高水準を維持している。
<p>②国際戦略を強化し、コンテンツ展開など、さまざまな分野で世界に貢献</p>	
<p>質の高い大型コンテンツの国際共同制作、国際版の制作や販売、優れた放送技術の普及など、さまざまな形での国際展開を、NHKと関連団体が連携して積極的に推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・英BBCとの国際共同制作によるNHKスペシャル「プラネットアースⅡ」のプロローグと第1集を放送し、最新の映像技術で地球の姿を描いた(12月)。NHKスペシャル「東京裁判」は、カナダやオランダとの8年間にわたる長期の国際共同制作により、高品質な歴史ヒューマンドラマとして放送した(12月)。 ・仏ルーブル美術館と8K番組の国際共同制作を初めて行い、「ルーブル永遠の美」として試験放送で放送した。ルーブル美術館で開催した試写会では、8Kの映像表現が美術関係者から高い評価を得るなど、芸術の分野でも、8Kの魅力や意義についてアピールした。 ・世界最大級のコンテンツ見本市MIPCOM(10月・カンヌ)で、8K番組「ルーブル 永遠の美」や4Kドラマ「精霊の守り人」などを上映したほか、アニメ「龍の歯医者」制作発表イベントを行うなど、SHV・ドラマ・アニメなどのコンテンツを効果的にPRした。 ・ベトナムの国営放送VTVで、幼児番組「いないいないばあっ!」のベトナム版の制作が始まり、関連団体が番組の制作指導や監修にあたった。
<p>国際マーケットを意識した制作手法の開発など、国際展開を強化するための体制整備を推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・国際展開を目指す番組の公開提案会議を、海外のプロデューサーを審査員として招いて実施(11月)。ドキュメンタリー番組のほか、教育コンテンツやデジタル連動番組など、幅広い企画が集まり、審査員からも高評価を得た。 ・昨年の公開提案会議で「ベスト6」に選ばれたプロジェクトの一つをアメリカの制作会社と国際共同制作し、NHKスペシャル「戦艦武蔵の最期」(12/4)として放送した。
<p>自然、科学、防災、教育などの放送ジャンルや放送技術など、NHKの得意分野を生かし、国際会議や研修などを通じて世界に貢献</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・教育コンテンツの国際コンクール「日本賞」(10/26～11/2)に、58の国と地域から316作品が参加。国内外の制作者を対象としたワークショップやシンポジウムなどのイベントも開催し、来場者はこれまでで最多の916人に上った。 ・ABU(アジア太平洋放送連合)総会(10月・パリ)では、副会長が会長代行として公式行事に対応したほか、報道担当理事が防災・減災報道をテーマにした講演を行うなど、NHKの存在感をアピールした。 ・EBU(欧州放送連合)主催の国際ニュース会議(10月・コペンハーゲン)では、「クローズアップ現代+」のショート動画をSNS発信している取り組みを発表し、デジタル時代に対応したジャーナリズムの手法として大きな注目を集めた。 ・「世界科学歴史プロデューサー会議」(12月・ストックホルム)では、360度映像や、透視技術を使ったピラミッドの謎解明番組など、NHKの最先端技術を使った番組コンテンツが注目を集めた。
<p>世界の放送局や関係機関と連携して、映像アーカイブの保全や利活用など、文化的な貢献を強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・FIAT/IFTA(国際テレビアーカイブス連盟)において、NHKアーカイブスの「回想法」プロジェクトが、「最もイノベティブなアーカイブス活用」の部門で最優秀賞を受賞。世界的な社会問題である認知症にアーカイブ素材を活用する取り組みが評価された。
<p>NHKの国際化への対応を進め、国際情報の収集と戦略開発への反映、国際人材の育成、NHKブランドの積極発信などを推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・米スタンフォード大学への派遣者による報告会を実施し、派遣の成果を局内で共有した。国際発信力やデータジャーナリズムの強化に向けて、次期派遣に向けた人選や勉強会を開催した。

【ピックアップ】



九州の最新情報を発信

◇熊本地震から半年となる10月、NHKワールドTVでは、「KYUSHU: Waiting for You」と題し、熊本をはじめ、九州に関連した番組を集中編成。復興に向けた取り組みなどを伝えたほか、震災を乗り越えようという前を向いて生きる人々の姿を多角的に世界に発信した。

◇ニュース番組「NHK NEWSLINE」「NEWSROOM TOKYO」では、NHKワールドで初めて、九州各地の放送局と連携してNHKワールドのキャスターが現地から中継を4日間実施した。熊本では、地震から半年となる街の様子や、熊本城の再興、地震の国際共同研究などを伝えた。

◇海外の視聴者からは、「未来に希望を持てる番組だった」「今は安全で、旅行者を歓迎していることがよくわかった」といった声が寄せられた。

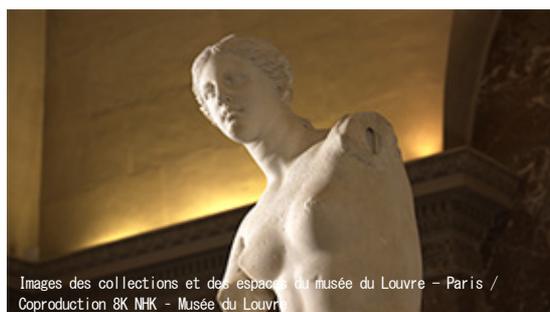


「NHK NEWSLINE」熊本から中継

ルーブル美術館と8K国際共同制作

◇フランスのルーブル美術館と8K番組「ルーブル 永遠の美」の国際共同制作を行った。番組全編にわたって8Kで国際共同制作するのは初めて。「ミロのビーナス」「モナ・リザ」などの名作9点を最新の技術で撮影し、美術品の質感と立体感を再現した。

◇ルーブル美術館からは8Kの映像表現に高い評価を得たほか、コンテンツ見本市MIPCOMの8Kシアターで上映し、来場者からは、「4Kとは格段に異なる映像体験」「美術作品の再発見ができる」との声が上がり、芸術分野における8Kの可能性を示した。



Images des collections et des espaces du musée du Louvre - Paris / Coproduction 8K NHK - Musée du Louvre

8K国際共同制作番組「ルーブル 永遠の美」



新キャラクター「DJ Domo」

「DJ Domo」がNHKワールドをPR

◇新キャラクター「DJ Domo」が11月に米ロサンゼルスのアートイベントでデビュー。高層ビルの展望台で初めてDJを行った。12月には、東南アジア最大の野外音楽フェスティバル「ZoukOut」（シンガポール）のステージで、ダンサーグループと共演した。

◇LED照明を搭載したゴーグルでメッセージを表示し、NHKワールドをPR。DJクラブや音楽フェスティバルに参加することで、若年層にもアピールし、NHKに対する認知の向上を図った。

今後に向けて

- ・NHKワールドTVは、各部署や地域の放送局が連携して取材・制作体制をさらに充実させ、アジアからの情報発信強化や地域情報の国際発信に取り組んでいく。
- ・国際戦略調査によると、NHKワールドTVに接触のある人の理解度は高水準を維持しているが、フランスでは認知率が減少している。今後とも、それぞれの国や地域において、機会をとらえて指標の向上を目指していく。
- ・各部署が連携して、日本の魅力を伝える番組を効率的に展開できるよう推し進める。
- ・海外派遣や研修などにより、国際展開・発信を担う人材の育成に引き続き取り組む。

重点方針3. 新たな可能性を開く放送・サービスを創造

主な取り組みと評価

- インターネット実施基準に則り、11月から12月にかけての3週間、テレビ放送のインターネット同時配信（試験的提供B）と、放送直後から1週間、番組を視聴できる（見逃し配信）実験を行った。今回、総合テレビとEテレを配信して、字幕放送や、外国語・解説放送などの副音声のほか、複数の番組を同時に放送するマルチ編成などの検証を行った。
- 2018年の実用放送に向けて、4Kと8Kの業務認定申請を行った。市販受信機の開発に向けた情報提供や受信システムに関する周知広報を放送サービス高度化推進協会（A-PAB）と連携して取り組んでいる。

達成状況 一覧

① インターネットを活用して、より多くの人にNHKコンテンツを届ける新たなサービスを創造

放送法の改正を踏まえ、テレビだけでなく、パソコンやスマートフォン、タブレットなどでも、NHKの公共性の高い情報や番組などのコンテンツに積極的に接してもらうため、「インターネット実施基準」に則り、インターネットを活用したサービスを強化

- ・ 国民生活や社会全体に大きな影響を及ぼす内容のニュースをテレビ放送と同時にインターネットでも配信した。鳥取で震度6弱 関連（10/21）、アメリカ大統領選（11/9）、福島など震度5弱 津波警報（11/22）、日口首脳会談（12/16）、総理大臣真珠湾訪問 犠牲者を慰霊（12/28）、茨城県で震度6弱（12/28）などを実施した。
- ・ 「NHKスポーツアプリ」を高機能化し、11月のNHK杯フィギュアで動画クリップを提供した。12月の全国高校駅伝では複数のカメラ映像を配信、サッカー天皇杯でもライブストリーミングを実施した。
- ・ 「NHKニュース・防災アプリ」は、災害情報の登録地点の複数化や文字拡大、お勧めバナーを開設するなどの改善を実施した。
- ・ 米大統領選の開票速報は1日で500万ページビューを超えた。
- ・ 11月、博多陥没事故の現場を1週間ライブ映像で配信した結果、累計150万ページビューに達し、利用者から高い支持を得た。
- ・ 「NHK紅白歌合戦」は、放送当日のサイト訪問者数は359万、アプリのあるサイトへの訪問者数は86万と、インターネット上でも大きな関心を集めた。
- ・ NHKネットラジオ「らじる★らじる」のサービスを拡充し、11月18日から18局による「地域放送局おすすめ番組」の聞き逃し配信を開始した。放送圏域外からのお便りやメールが増えるとともに、「ラジオを聴く時間を増やすきっかけとなった」などの反響があった。
- ・ 「平成29年度インターネットサービス実施計画案」をとりまとめ、インターネット活用業務審査・評価委員会に諮問（11/10）、おおむね妥当という内容の答申を得た（11/18）。

インターネットを活用してNHKのコンテンツをより広く届けるため、“放送の同時再送信”の課題の解決を図るとともに、取り組みを推進

- ・ 11月28日から12月18日まで、1万人以内を対象に1日16時間以内でテレビ放送の同時配信を行う「試験的提供B」と、同時配信した内容を後から視聴できる「見逃し配信実験」を実施した。今回は、総合テレビに加えてEテレでの配信や、字幕システム、副音声（外国語・解説放送）、マルチ編成等を検証した。「見逃し配信」実験は、放送直後から1週間の利用動向等を調査した。昨年に引き続き、視聴ニーズの把握、配信システムの検証、権利処理の運用状況の確認を進めた。

放送、「NHKオンライン（NHKホームページ）」と「NHKオンデマンド（NOD）」の連携を強化するなど、利用者の利便性を向上

- ・ NODの見逃し配信では、後期の番組改定に伴い、連続テレビ小説「べっぴんさん」のほか、「クラシック音楽館」、「ねほりんぱほりん」、「2020 TOKYO みんなの応援計画」、「世界入りにくい居酒屋」の配信を新たに開始した。
- ・ 特選ライブラリーでは、10月に「浦沢直樹の漫勉」、11月に「京都人の密かな愉しみ」の配信を開始した。

NHKオンデマンドでは、高精細映像（4K）の動画配信など、新たなサービスを実施

- ・ 12月から、外部プラットフォーム「U-NEXT」で4Kコンテンツ配信を開始し、NHKオンデマンドの4K配信は6社での実施となった。

<p>放送と通信の連携サービス「ハイブリッドキャスト」は、24時間いつでも活用できるサービスを中心に充実を図り、より効果的で魅力的なサービスを選択して実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・テレビと携帯端末が連携する放送サービスの運用検討を行う「共通コンパニオンアプリ推進協議会」が、IPTVフォーラム内に設立された。NHKも参画して技術検証およびサービス検討を進めている。 ・自治体の防災・減災情報をスマートテレビ画面上に表示するシステムの開発実証を担う「スマートテレビ連携・地域防災等対応システム普及高度化機構」において、3月に続き11月には、北海道で実験を実施した。
<p>放送やインターネットを通じてNHKのコンテンツに接触する利用者の利便性を向上させるため、認証や管理のシステムを整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・11月から12月にかけて実施した「試験的提供B」では、既存の認証基盤を活用した利用者認証を行い、機能を確認した。
<p>② NHKコンテンツへの多様な接触を把握する新たな評価手法“トータルリーチ”を開発し、サービス向上に活用</p>	
<p>放送やインターネット、録画視聴など、さまざまな形でのNHKコンテンツへの接触や質的・量的評価を総合的に把握する手法(“トータルリーチ”)を開発し、放送・サービスの向上に活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・録画再生での視聴を示す「タイムシフト視聴率」や、リアルタイムと録画再生のいずれかでの視聴を示す「総合視聴率」の局内共有を開始し、コンテンツの多角的評価を推進した。 ・新たなウェブ解析手法について、各拠点局で編成担当者向けの勉強会を開催。操作法や活用法についてレクチャーを行い、基本的な操作についての習熟が進んだ。
<p>③技術面で先導的な役割を果たし、スーパーハイビジョンの制作・活用を戦略的に推進</p>	
<p>民間放送局やメーカーなどとともにオールジャパンの体制でスーパーハイビジョンの推進に取り組む国のロードマップなどを踏まえ、2016年の試験放送、2020年の東京オリンピック・パラリンピックなどを見据えて、設備や実施体制の整備、コンテンツの開発、ノウハウの蓄積、周知広報などを、NHKグループが連携して推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・4K・8K実用放送に向け、総務大臣に対しBS右旋の4K放送と、BS左旋の8K放送の業務認定申請を行った(10/14)。 ・2018年の実用放送で新たに放送が始まるBS左旋の電波が、既存のBS・110度CS放送の受信に与える影響を調査した。 ・4K・8K実用放送のケーブルテレビによる再送信用に開発した「複数搬送波伝送方式」の小型受信機をCEATEC2016で展示した。 ・12月1日から放送サービス高度化推進協会(A-PAB)が、NHKと同じBS17チャンネルで試験放送を開始した。毎日10時から17時までを基本とし、NHKが6時間、A-PABが1時間の割合で放送している。 ・試験放送のPRのため、11月に大分と東京の2か所で大相撲九州場所の8Kパブリックビューイングを行った。大分では300インチのプロジェクターを使い、NHKと映像配信高度化機構が共同で取り組んだ。東京ではプロジェクターのブレンディング投射(4Kプロジェクターを4台使って8K画面を構成)のノウハウを蓄積した。 ・「NHK紅白歌合戦」では、全国4か所(渋谷、横浜、大阪、熊本)でパブリックビューイングを実施した。 ・新CAS協議会の会員として地上放送事業者に向けた説明会を開催し、入会案内と今後のスケジュールについて説明した。
<p>スーパーハイビジョンでの番組制作は、ハイビジョンでも放送することを基本として効率的に実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・11月の大相撲九州場所では、試験放送で初めて8Kによる生中継を実施した。カメラ5台中の1台をハイビジョン放送(2K)とサイマル運用して、効率的・効果的な制作手法を検証した。 ・「スーパーハイビジョンニュース」のパイロット版を制作し、12月に試験放送した。SHVならではの映像を報道で生かす手法の開発に取り組み、災害現場の実態(波の高さなど)を把握するなど、防災対策に生かすための知見を得た。 ・8K番組の22.2ch音声から2ch、5.1ch音声へ高品質に生成する変換手法を開発した。
<p>医療、防災、芸術など、8Kの特性が発揮される分野を開拓するなど、放送外を含めた多様な活用法を研究・開発し、国際的な普及を推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ルーブル美術館が所蔵する「ミロのビーナス」、「モナ・リザ」などの名作を8Kで撮影し、番組「ルーブル 永遠の美」を国際共同制作した。フランス・カンヌで開催された世界最大の映像コンテンツの国際見本市MIPCOM(10/15~20)でダイジェスト版を上映したほか、ルーブル美術館と共催で美術関係者などを対象に試写会を行った。細部まで質感を表現する高精細映像に高い評価を得た。 ・8Kの医療応用の可能性を探るため、新型カメラと顕微鏡を使った生体内の撮影を行い、これまで撮影ができなかった暗い体内の撮影を可能とするなど、専門家から高い評価を受けた。 ・8K空撮プロジェクトでは、愛知県、徳島県の撮影を行った。熊本地震の8K映像から新たな断層を発見し、この取り組みについて「NHKスペシャル」でも放送した。

④「人にやさしい」放送・サービスの推進

高齢者や障害者、デジタル機器が苦手な人などが、放送・サービスを楽しむことができる技術の開発を推進

- ・リオ五輪・パラリンピックの競技関連データから作成したガイド音声の評価実験を行い、視覚障害者と健常者の双方に向けたサービスとしての有用性を確認した。
- ・ニュースの読解支援用にやさしい日本語を付加するシステムを試作し、体験型科学フェスティバル「NHKサイエンススタジアム 2016」で展示した。

テレビの全国放送や地域放送への字幕付与を、計画に基づき拡充

- ・生放送の字幕表示位置の変更機能を追加し、11月11日より運用を開始した。文字位置を「右寄せ」、「左寄せ」に変更が可能となった。
- ・「東京2020 12時間スペシャル」の生放送や「日本オープンゴルフ選手権」、「NHK杯フィギュア」などのスポーツ中継で字幕を付与した。

2020年に向け増加が予想される国内の外国人向け、平時・非常時の情報提供を強化

- ・大規模災害時に備え、11月に大阪局で同時通訳訓練を実施した。
- ・11月の福島県沖地震による津波警報では、警報発令から解除まで、総合テレビ、BS1、BSプレミアムの副音声と、ラジオ第2放送で英語、中国語、韓国・朝鮮語、ポルトガル語の4言語で避難の呼びかけを行う「緊急多言語放送」を実施した。「NHKワールド・ラジオ日本」でも、速やかに17言語で津波情報を伝えた。
- ・10月から岐阜県可児市のコミュニティーFM局「FMラインウェブ」でラジオ日本の英語、ポルトガル語のニュースと「やさしい日本語」の配信が始まった。

【ピックアップ】

インターネットの活用による新たなサービスの創造

◇テレビ放送のインターネットでの同時配信「試験的提供B」と、放送直後から1週間の番組を提供する「見逃し配信実験」を総合テレビ（関東広域圏）とEテレを対象に実施した。視聴ニーズ、配信システム、権利処理などの課題を検証した結果は、第4四半期に公表する予定。

ネットでテレビ実験



エミー賞（技術部門）

◇放送技術研究所は10月、プライムタイム・エミー賞の技術部門「フィロ・ファーンズワース賞*」をアジアで初めて受賞した。1930年の開所以来、日米衛星中継、直接衛星放送サービス、ハイビジョン、プラズマディスプレイ、スーパーハイビジョンの研究開発など、放送技術分野で多くの成果を上げてきたことが評価された。



エミー賞 受賞式

*世界初の完全電子式テレビの発明者に由来し、長年テレビジョン技術に貢献した企業や組織に贈呈される（主催：米国テレビ芸術科学アカデミー）

今後に向けて

- ・インターネットによる放送の常時同時配信の実現に向けて、総務省の「放送を巡る諸課題に関する検討会」等、関係者のコンセンサスを得るために適切に取り組む。
- ・スーパーハイビジョンは、4K・8K実用放送に向けた番組制作体制、設備整備の充実を図るとともに、受信方法の周知広報等、業界団体と連携して進めていく。

2

「5つの重点方針」 第3四半期の達成状況

重点方針4. 受信料の公平負担の徹底に向け、最大限努力

主な取り組みと評価

- 受信料収入（12月末）は、前年度と比べて94億円増収の5,063億円となり、引き続き堅調に推移している。
- 契約総数増加は、年間目標50万件に対して48.4万件を確保、衛星契約増加は年間目標63万件に対して57.0万件の増加となった。また、11月末には衛星契約数が2,000万件に到達した。
- 29年度末に支払率80%を目指す公平負担徹底の取り組みとして、「ターゲット80」活動を展開し、大都市圏対策の強化や各地域の営業課題に全局体制で取り組んでいる。

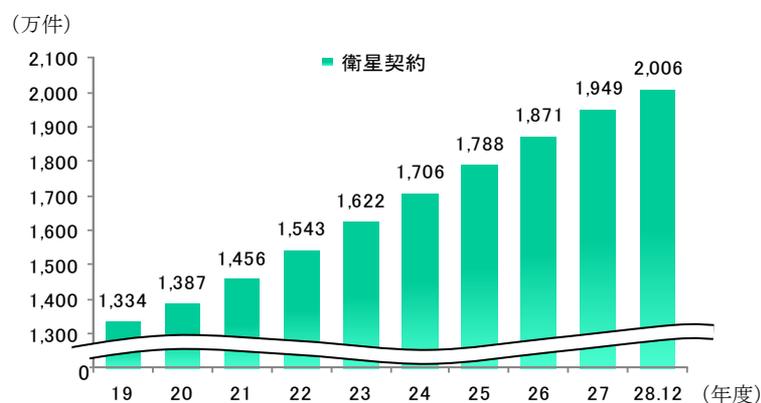
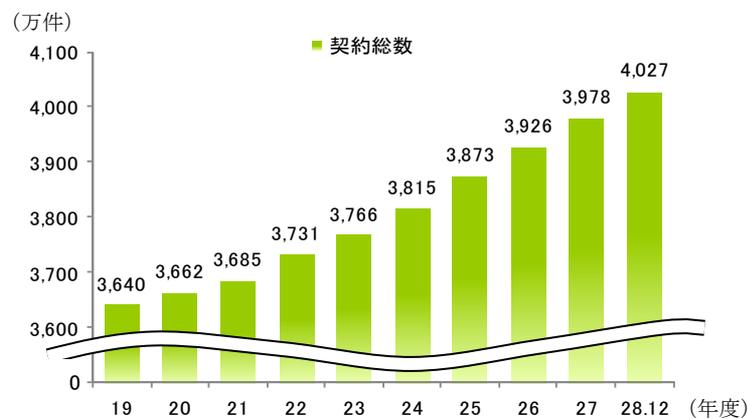
[受信契約の状況（12月末）]

(単位 万件)

契約増加件数	27年度 第3四半期			28年度 第3四半期			現在数
	年間増加目標	累計実績	進捗率	年間増加目標	累計実績	進捗率	
契約総数	51	48.9	95.9%	50	48.4	96.9%	4,027
衛星契約※	60	62.5	104.2%	63	57.0	90.5%	2,006
未収削減 (11月末値)	△13	△4.8	37.4%	△11	△5.8	52.3%	104

※ 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

[契約数の推移]



①営業改革を一層推進し、過去最高の支払率を目標に最大限努力

2017(平成 29)年度末に、過去最高の「支払率 80%」「衛星契約割合 50%」の達成をめざす

- ・契約総数は年間目標 50 万件に対して 48.4 万件の増加、進捗率 96.9%、衛星契約は年間目標 63 万件に対して 57.0 万件の増加、進捗率 90.5%となった。(12 月末)
- ・未収削減は年間目標 11 万件に対して 5.8 万件の削減、進捗率 52.3%となった。(11 月末)
- ・衛星契約割合は 12 月末で 49.8%となり、27 年度末と比べ 0.8 ポイント向上した。(支払率は半期ごとに集計するため、第 4 四半期で報告)

支払率の低い大都市圏などに重点を置いた新たな営業対策を推進

- ・ガス事業者による住所変更手続きを前年度から段階的に実施し、28 年度は 12 月末で 7,743 件の取次となった。また、他のガス事業者への導入に向けて対応を進めている。

法人委託の拡大など、より効率的な営業体制・手法に向けた改革を徹底

- [法人委託の拡大]
- ・エリア型法人委託は、28 年度は 65 地区 (219 万世帯) で新たに業務を開始。12 月末現在で 331 地区 (1,482 万世帯) において業務を実施。
 - ・公開競争入札・公募型企画競争による法人委託は、28 年度は 13 地区 (161 万世帯) で新たに業務を開始。12 月末現在で 92 地区 (1,342 万世帯) において業務を実施。
- [民事手続きの実施]
- ・支払督促の申立てを第 3 四半期で 231 件実施。平成 18 年 11 月からの申立て累計件数は 8,741 件。判決や支払督促が確定したにもかかわらず、なお支払いのない 58 件に対し、強制執行の申立てを行った。
 - ・22 件 (世帯 22 件、事業所 0 件) の民事訴訟を提起し、平成 21 年 6 月からの累計で 243 件 (世帯 225 件、事業所 18 件) となった。
- [契約・収納手法の開発]
- ・「住民票除票を活用した住所変更手続き」は、12 月末で 24,551 件 (前年同期 23,484 件)、「メッセージ消去連絡との同時契約」は、12 月末で 26,395 件 (前年同期 20,903 件) となった。
- [各種法人・団体等との連携強化]
- ・郵便転居届のワンライティングについて、12 月末で 2.4 万件 (前年度比 78.0%) となった。
 - ・「N T T 電話料金等の一括支払い」の 12 月末の利用件数は、27 年度末より 2.4 万件増加し、22.4 万件となった。
 - ・「Yahoo! 公金支払い」での 12 月までの収納件数は、8,810 件 (前年同期 7,498 件)、収納額は 4,397 万円となった。
 - ・ホテル・旅館の事業者 6 団体における 12 月末の受信料取りまとめ参加率は 82.2% (前年度末 80.3%) となった。

全局体制で受信料制度の理解促進活動を実施

- ・「T O K Y O ディープ!」や、地域ドラマなど、放送番組やイベントなどと連動した営業活動を積極的に展開し、大都市での対策に成果を上げている。
- ・訪問要員の質を向上させるため、教育用 DVD を制作し全営業拠点へ、補足説明用の冊子などのお客様対応時に使用するツールを全訪問要員約 8,000 人に配付した。また、12 月 1 日に首都圏の法人委託事業者の訪問要員約 1,000 名を対象にした集合研修も実施した。
- ・12 月 3 日に「コミュニティー・スクール in 南千住」を実施。荒川区立汐入小学校を会場として、番組公開収録やステージショーなどを行った。実施にあたっては、周辺エリア 2.1 万世帯へのポスティングなどを行うことにより、地域密着の理解促進活動を行うことができた。

放送と通信の連携など、メディア環境や放送・サービス展開を踏まえて、受信料制度のあり方を研究

- ・世界の公共放送の情勢やメディア環境の調査を継続しながら、受信料制度のあり方について研究を進めている。

②視聴者との結びつきを強化し、意見を適切に事業運営に反映

公共放送の放送・サービスや新たな取り組みなどについて、積極的に広報

- ・公共放送の取り組みを PR する 1 分スポット番組「ここに、公共放送」は、10 月「スーパーハイビジョン 全国で公開」、11 月「音で作る世界 “オーディオドラマ”」、12 月「デジタル時代は “ネット報道”」と幅広いテーマを取り上げて、受信料で支えられる公共放送の意義を PR した。

公共放送の理解促進に資するイベントなどをより効果的に実施

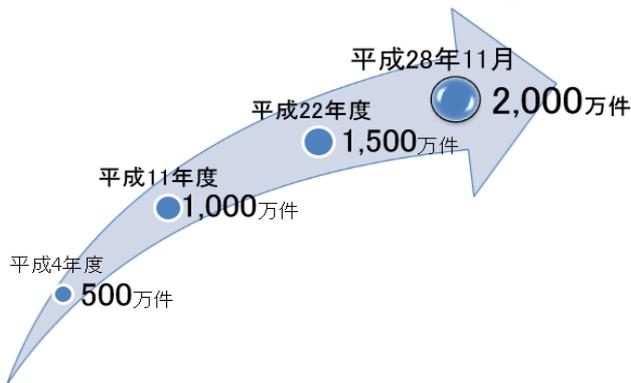
- ・今期は全国で 510 件の公開番組・イベントを実施し、およそ 180 万人にご参加いただいた。このうち 88 件の公開番組・イベントで参加者を対象にアンケートを行った。(サンプル数: 25,850 人)

* 満足度 85.8% (27 年度年間 84.5%) * 理解促進度 73.6% (27 年度年間 71.1%)

視聴者の多様な意向を効果的・効率的に把握する方法を検討し、視聴者対応を充実

・「NHK紅白歌合戦」(12/31)の放送時間に合わせて、ふれあいセンター(放送)で元日午前0時まで対応を行い、視聴者の声を放送直後に特別集約としてまとめ・分析を行った。

【ピックアップ】



衛星契約数 2,000 万件突破

- ◇11月末に衛星契約数が2,000万件を突破。平成元年の衛星放送有料化から28年かけて積み上げてきた活動の節目となった。
- ◇3か年経営計画で掲げた平成29年度末「衛星契約割合50%」を1年前倒し、今年度中の到達を目指し活動を展開していく。

コミュニティー・スクール in 南千住

- ◇12月3日に「コミュニティー・スクール in 南千住」を実施。東京都荒川区立汐入小学校を会場として、番組公開収録やステージショーなどを行った。
- ◇実施にあたっては、周辺エリア2.1万世帯へのポスティングなどを行うことにより、地域密着の理解促進活動を行うことができた。



訪問要員の質を向上させる取り組み

- ◇訪問要員の質を向上させるため、教育用DVDを制作し全営業拠点へ、補足説明用の冊子などのお客様対応時に使用するツールを全訪問要員約8,000人に配付した。
- ◇12月1日に東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県の法人委託事業者の訪問要員約1,000名を対象に対応力向上とマナーアップに向けた集合研修を実施した。



今後に向けて

- ・公平負担を徹底し、29年度末支払率80%、衛星契約割合50%を達成するため、引き続き法人委託の拡大などの営業改革を進めるとともに、「ターゲット80」活動に全局体制で取り組んでいく。
- ・引き続き、法人事業者の育成など継続的に業績確保が可能な訪問要員体制を構築するとともに、訪問要員の対応品質向上に取り組む。
- ・大都市圏の人達やふだんNHKの番組を見ない若年層に受信料制度を理解してもらうことが重要であり、今後も多様な媒体や直接ふれあえるイベントなどを通じてPR活動を継続していく。

重点方針5. 創造と効率を追求する、最適な組織に改革

主な取り組みと評価

- 「2020 東京オリンピック・パラリンピック実施本部」を10月に設置。世界が注目する大イベントに向けて、NHKの使命を果たすための推進体制を強化した。
- 関連団体の経営データに基づいて業務の把握を行い、所管部局との情報共有を図り、課題のある業務等について、解決に向けた検討を開始した。
- 女性職員対象の「異業種女性交流研修」、「NHKウーマンキャリアデザイン研修」、2020年を見据えた「スポーツ中継研修」など、経営課題に即した研修を実施した。

達成状況 一覧

① コンテンツ制作力強化のため、NHKグループ全体の業務体制改革を推進

取材・制作力の強化などに対応するため、本部・放送局を一貫した業務の見直しと経営資源の重点再配置を行う業務体制の改革を着実に推進

- ・「2020 東京オリンピック・パラリンピック実施本部」を10月に設置し、NHK全体で取り組む前例のない大型プロジェクトを効率的、効果的に進めていく体制を強化した。
- ・取材・制作力強化、SHVやネット活用等の新サービスに対応するため、本部・放送局を一貫した業務の見直しと重点シフトを行う「全体最適」の完遂に向けた29年度要員計画の大枠を決定した。
- ・29年度の予算・事業計画の検討では、業務全般の見直しを徹底して経費削減を強化するとともに、経営計画策定後の状況変化への対応も含めて事業計画の重点事項に経営資源を配分することとした。

NHKグループ全体で、将来にわたってコンテンツ制作力の強化を図り、生産性を高めるため、NHKと関連団体が一体となって、業務の抜本的な見直しを行い、経営資源の再配置を実施

- ・NHKグループのあるべき姿やガバナンス強化などの検討の一環として、「グループ経営改革の検討課題」について、議論を開始した。
- ・子会社管理体制の整備や関連事業局の指導・監督等の権限を明確化するための職務権限改正を行うなどして、NHKの指導監督機能の強化を図った。
- ・関連団体の経営データの分析が終わり、それに基づいて各団体の業務の把握を行い、所管部局との情報共有を行った。NHK取引や自主事業について課題のある業務等の解決に向けた検討を開始した。

関連団体の社会貢献を含めて、役割・機能を明確化するとともに、NHKグループ全体での管理会計や要員管理の仕組みの導入を図り、受信料の価値を高めるグループ経営を推進

- ・NHKグループの管理会計については、各団体における管理会計の基本的な課題の整理を終え、各団体の特性を踏まえた管理会計の共通ルールの検討を開始した。
- ・関係部局で構成するシステムの保守運用管理委員会において、業務リスク低減や、業務効率化につなげるための改善項目を取りまとめた。

② 高度な専門性を発揮できる人材をNHKグループで確保・育成

東京オリンピック・パラリンピックの放送対応を見据えた、計画的な採用・育成を実施

- ・30年度採用に向けて、経団連指針等を踏まえて準備を進めた。また、キャリア採用の一環として記者の通年採用を行った。
- ・2020年を見据えた「スポーツ中継研修」など、経営課題に即した研修を実施した。

コンテンツ制作力の強化に向けて、国際発信やインターネット活用業務など、新たに求められる分野・業務の専門性を備えた人材などを、NHKグループで計画的に確保・育成

- ・29年度の研修計画案の策定に向けて、28年度の研修の効果等を検証し、派遣先やプログラムの見直し等を図ることとした。
- ・NHKグループ研修の強化およびグループの一体感の醸成に向けて、グループ合同の研修の検討を進めた。

③ 女性の積極登用を進め、仕事と生活の調和を実現し、多様な働き方ができる組織に改革

女性の管理職への登用などについて、具体的な目標を掲げて積極的に取り組み、男性・女性を問わず、ワーク・ライフ・バランス(WLB)や多様性を尊

- ・在宅勤務制度の利用促進を図るため、10月から私物パソコンの利用を可能とするシステム対応を行った。
- ・ダイバーシティ推進に向けて、先進的な取り組みを行う企業から講師

<p>重する働き方や組織に改革</p>	<p>を招き「ダイバーシティ経営研修」を実施したほか、女性職員を対象とした「異業種女性交流研修」、「NHKウーマンキャリアデザイン研修」を実施した。また、「働き方改革」の現状や課題を分析するとともに、先駆的な働き方モデルの構築を目指す「新ワークモデル」の提案募集を行った。</p>
<p>④コンプライアンスを徹底し、「放送ガイドライン」を順守</p>	
<p>NHKグループ全体でのリスク管理・コンプライアンス推進体制を強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・NHKアイテックでは不祥事を踏まえ、本社と支社で、現場と調達部門を分離する「調達改革」を開始した。また、事業所・分室の責任体制を明確にした上で地域組織を再編するとともに、決定権を持つ管理職を絞り込み、決定権者を明確にした。 ・コンプライアンス推進強化月間（10～12月）の取り組みとして、職場ごとでの討議やeラーニングによる研修を行った。 ・NHKグループ法務部会で下請法遵守に関する勉強会を実施し、「関連団体向け下請法マニュアル」を改定した。 ・NHKグループ全体を対象としたアンケート方式のITリスク調査とeラーニングを実施した。 ・情報セキュリティ強化のため、マイナンバーを管理するシステムをネットワークから分離した。また、公開サーバー設備のセキュリティ対策として、情報セキュリティガイドラインを作成した。
<p>放送と通信の連携を踏まえ、取材・制作の高度化に適切に対応するため、「放送ガイドライン」を改訂し、順守する取り組みを強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・番組制作のプロセスが複雑化し、インターネットの活用が進む中、審査室ではリスク管理の新しい手法としてリファレンスシートを作成。主に外部プロダクションが番組制作に関わる部局や関連団体等に対して、シートを参考に番組ごとのリスク管理マニュアルを制作するよう呼びかけた。
<p>⑤経営計画を着実に達成するため、目標・指標管理を強化</p>	
<p>5つの重点方針の実現に向けて、経営指標などにより、公共放送としての説明責任を果たすマネジメントを徹底</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・第3回となる地域指標の調査を10月に実施し、地域放送局のマネジメントに活用するため、その結果を全国の放送局と共有した。 ・インターネットなどを含めたさまざまな形でのNHKコンテンツへの接触を把握するトータルリーチ調査、および海外の重点地域における国際発信強化の手応えを測る国際戦略調査を実施し、結果の分析、業務改善への活用に取り組んだ。
<p>四半期ごとに経営計画の進捗や達成状況を報告</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・指標の評価や進捗状況を明確にした形で第2四半期の業務を検証し、経営委員会に報告した。
<p>⑥CO₂の削減目標を定め、環境にやさしい経営を推進</p>	
<p>CO₂の削減目標を定め、一部の放送での深夜放送の休止の継続、放送会館や放送機器の省エネ化や廃棄物の削減などを推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・27年度の環境に関する取り組みをまとめた「NHK環境報告書2016」を公表した。(10/19) ・東京都の環境確保条例に基づく「地球温暖化対策計画書」、「特定温室効果ガス排出量算定報告書」などを都知事へ提出した。(11/28) ・不要文書類の廃棄及び倉庫移管、ならびに共用会議室等の無線LAN環境整備などによるペーパーレスオフィス化を推進するため、スキームの作成と協力業者を決定した。
<p>ニュースや番組、イベントなどを通じて、環境問題を取り上げる情報を発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・モロッコで開催された「COP22」(11/7～19)に合わせて、「おはよう日本」、「国際報道2016」、「キャッチ!世界のトップニュース」等で地球温暖化対策について報道した。 ・気象に関する実験が体験できるNHK環境キャンペーン「NHK沖縄エコブース in おもろまち秋まつり」を地域自治体や外部団体と連携して開催したほか、津、松江でもイベントを開催し、公共放送としての環境への取り組みを幅広く伝えた。
<p>⑦新放送センターの建設に向けた検討と準備を加速</p>	
<p>大規模災害時に放送・サービスの中核機能を維持するため、新放送センターの計画の具体化を急ぎ、建設のための資金を計画的に積み立て</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・業者募集の準備段階から業者決定までの過程において、より高い透明性と公平性を確保するために、外部の専門家で構成する技術審査委員会を設置した。

【ピックアップ】



ダイバーシティ推進に向けた様々な研修を実施

◇先進的な取り組みを進める企業から講師を招き、「ダイバーシティ経営研修」を実施し、経営トップの強いリーダーシップにより、ダイバーシティに取り組んでいる事例や、協会内の「働き方改革」について具体的な事例を共有した。



◇このほか、女性職員を対象とした「キャリアデザイン研修」を実施した。NHKの現状と課題を認識したうえで、将来の働き方やより良い職場環境の提言に向けて、活発な意見交換を行った。

今後に向けて

- ・グループ経営改革については、「より効率的な連携と業務の高度化」、「地域支援」、「所管部局等による管理のさらなる強化」、「ガバナンスの向上」を主な検討課題として、グループのあるべき姿などについて検討を深めてゆく。
- ・2020東京オリンピック・パラリンピックについては、実施本部の設置を受けて、具体的な準備作業を加速させる。

● (参考) 指標による評価

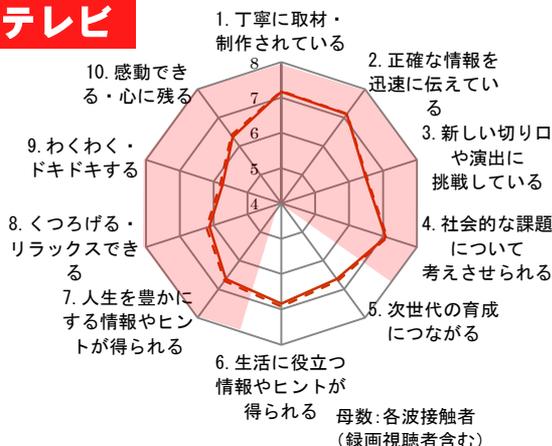
NHKは、放送番組の質を測る10指標のアンケート調査や、ビデオリサーチの世帯視聴率・接触者率などの量的指標を把握し、放送サービスの向上に生かしてきた。27年度からは放送だけでなく、インターネット、録画視聴など、さまざまな形でNHKのコンテンツへの接触や、質的評価、量的評価を把握する「トータルリーチ」の手法を活用し、総合的にサービスの向上を図っている。国際放送の充実についても、重点地域でのリーチを把握し、効果的にコンテンツの強化を進めている。

国内放送・インターネット

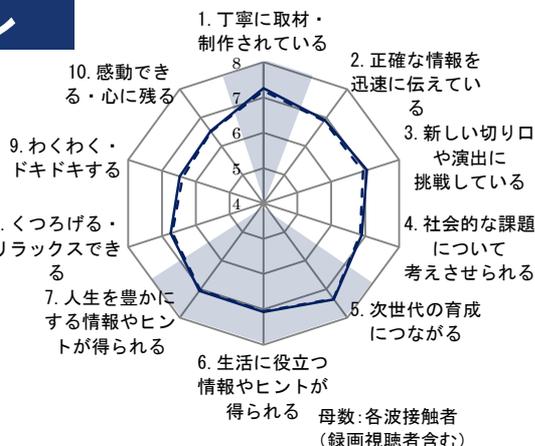
質的指標:10指標評価(ウェブ調査結果)

国内放送の質的指標については、経営指標との関係から見て有意に変動した項目はない。インターネットは、28年度第2四半期の質的評価を維持しており、引き続き評価の向上を目指す。

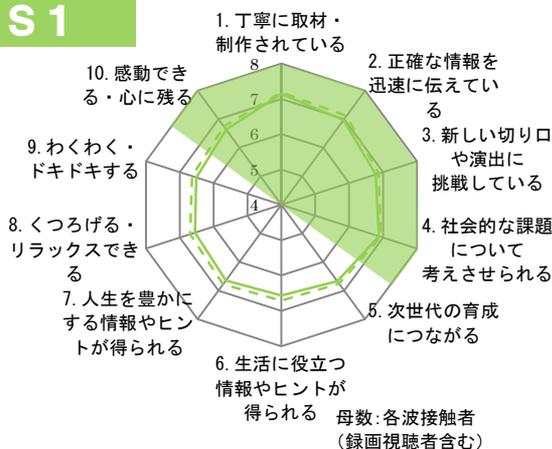
総合テレビ



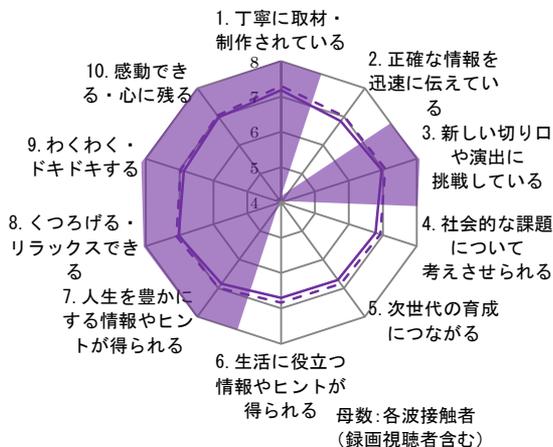
Eテレ



BS1



BSプレミアム



インターネット



— 28年12月
- - - 28年9月

10指標は、各波とインターネットの質に対する視聴者のみなさまの評価。年4回、インターネットで調査を行い、結果を10点満点で、レーダーチャートで表示。

(前期と比較して、統計的に評価が高まった指標を青丸、低くなった指標を赤丸で表記。今回は、該当なし。)

分母は各波に月に1回でもリアルタイムか、録画再生で接触した人。塗布部分は、質的指標で特に意識する領域。

出所) 10指標評価:平成28年12月トータルリーチ調査(web調査 関東20-60代) / 滞在時間: Adobe Analytics

滞在時間

9分33秒(9分49秒)

()は前期の結果

中央番組審議会の意見	第3四半期の質の10指標については、概ね前期を維持しており、質の向上を目指してさらに努力してほしい。量的評価については、総合視聴率が新しく導入されたことで全体像が把握しやすくなった。ドラマやアニメでは録画視聴が多く、特に若い世代の割合が高い。引き続き分析を進め、放送サービスの充実を図ってほしい。個別の番組については、もっと大勢の人に見てもらうために様々な媒体を使って積極的にPRすべきという意見や、信ぴょう性こそが番組の命なので、迫真に迫る番組作りをこれからも続けてほしいという意見が出された。
放送技術審議会の意見	第155回 放送技術審議会を、10月20日、放送センターで開催した。テーマは「リオオリンピック・パラリンピックにおけるNHKの取り組み」。リオオリンピック・パラリンピック放送の概要と制作体制、デジタルサービス展開等について委員へ説明後、8Kコンテンツ試写、スーパーハイビジョン（SHV）送出設備の視察を行った。委員からはSHV制作手法やIP伝送、字幕・手話（ユニバーサル）放送等に関する質問があったほか、東京オリンピック・パラリンピックに向けての取り組み・課題に関する意見交換を行った。

量的指標

波の接触者率（%）（個人）

	週間リーチ 【期間平均】	前四半期 平均	今四半期 平均
総合	リアルタイム	68.8	65.0
	録画再生のみ	2.1	3.0
Eテレ	リアルタイム	36.6	33.0
	録画再生のみ	3.1	2.9
BS1	リアルタイム	18.2	14.8
	録画再生のみ	0.3	0.4
BS プレミアム	リアルタイム	19.2	19.1
	録画再生のみ	3.4	3.0

録画再生のみの集計期間は「平成28年10月3日(月)～12月11日(日)」

世帯視聴率（%）

時間区分	総合	Eテレ	BS1	BS プレミアム
6～24	6.3 (7.8)	1.0 (1.1)	0.5 (0.7)	0.8 (0.8)
6～10	8.9 (10.6)	1.5 (1.6)	0.4 (0.7)	1.1 (1.1)
19～22	10.5 (11.9)	0.8 (0.8)	0.6 (1.0)	1.0 (1.1)
19～23	9.1 (10.5)	0.8 (0.8)	0.6 (1.0)	1.0 (1.0)

()は前期の結果

インターネット全体（NHKオンライン）の量

接触者率（%）	15.9% (17.7%)
訪問者数	12,850,887 (13,543,806)

訪問者数は、各サービス(NHKオンラインには「らじる★らじる」以外のアプリを含む)の毎週の訪問者数の四半期平均。()は、前期の結果。NHKオンラインはNHK WORLDを含む。
出所)波の接触者率、世帯視聴率:ビデオリサーチ(関東データ・10月3日から調査設計を一部変更)/10指標評価、インターネットサービスの接触者率:平成28年12月トータルリーチ調査(web調査 20-60代 関東)/訪問者数、滞在時間、ライブストリーミングの訪問者数計: Adobe Analytics

同時配信: 放送と同時に当該番組をインターネットで配信するもの

ライブストリーミング: 放送番組に関連する映像や音声等をリアルタイムでインターネットで配信するもの

参考) その他サービス

同時配信サービスの訪問者数計(※)	1,049,101 (696,248)
ライブストリーミングの訪問者数計(※)	1,224,570 (277,664)

※日別訪問者数の四半期合計

	接触者率(%)	訪問者数
らじる★らじる	8.8%(9.7%)	875,590 (866,075)
NHK WORLD ONLINE		431,182 (368,534)

	接触者率(%)	登録会員数 (※)
NHK オンデマンド	6.4%(7.4%)	約194万人

※外部提供事業者を除く

コストに対する効果

VFM (目標1以上)	1.85(平成27年度)
----------------	--------------

「NHKワールドTV」の認知・四半期リーチの状況(国際戦略調査)

この四半期に「NHKワールドTV」に接触した人(リーチ者)の方が、接触しなかった人(非リーチ者)よりも、日本についての理解度が高い。なお、認知について、前期と比較し、フランスにおいて統計的に減少した。

重点地域の「NHKワールドTV」の四半期リーチ有無別の日本についての理解度
「NHKワールドTV」の認知・四半期リーチ(%)

分類	項目	ワシントンDC	ニューヨーク市	タイ	インドネシア	シンガポール	イギリス	フランス	
日本についての理解度	日本全般	リーチ者	81.0(80.0)	79.6(86.3)	87.3(89.6)	88.2(88.3)	87.8(92.7)	78.9(80.8)	84.6(74.3)
		非リーチ者	52.4(50.5)	48.2(51.5)	64.2(65.5)	67.9(65.5)	65.9(65.7)	37.7(34.8)	28.9(32.8)
	国民性	リーチ者	83.3(78.5)	79.6(86.3)	92.9(91.2)	90.5(90.7)	82.1(82.1)	78.9(78.8)	88.5(82.9)
		非リーチ者	49.6(49.4)	47.3(50.1)	74.2(72.4)	72.6(68.8)	55.9(56.9)	38.3(38.7)	35.1(38.5)
	政治面	リーチ者	73.8(70.8)	71.4(76.5)	88.1(85.6)	78.1(77.3)	62.6(60.3)	59.6(65.4)	73.1(68.6)
		非リーチ者	37.8(32.7)	33.5(39.4)	61.0(55.6)	51.4(48.0)	32.2(31.9)	19.8(17.0)	26.0(28.8)
	経済面	リーチ者	85.7(75.4)	87.8(84.3)	90.9(92.8)	90.1(89.4)	74.8(74.8)	77.2(76.9)	88.5(82.9)
		非リーチ者	44.2(44.4)	42.1(44.0)	71.4(70.4)	72.6(70.0)	47.0(49.8)	28.7(28.3)	33.8(37.8)
	文化面	リーチ者	82.1(81.5)	81.6(80.4)	94.4(92.4)	91.3(92.1)	86.6(92.3)	86.0(86.5)	84.6(88.6)
		非リーチ者	56.7(56.1)	53.6(53.7)	76.9(74.7)	75.1(72.1)	66.0(66.8)	41.4(41.3)	41.2(43.9)
量的評価	認知率	20.7(18.8)	14.7(15.6)	32.2(31.5)	49.3(48.4)	42.2(42.0)	10.0(8.9)	5.2(7.3)	
	四半期リーチ率	8.1(6.4)	4.8(4.9)	13.3(13.0)	25.6(23.8)	14.2(12.7)	3.1(2.8)	1.4(1.9)	

○は過去調査と比較して統計的に高くなったもの(実線は有意水準1%、点線は5%での統計的な変化を表している)

●は過去調査と比較して統計的に低くなったもの(実線は有意水準1%、点線は5%での統計的な変化を表している)

出所) 2016年10~11月実施(2016年10月28日~2016年11月30日)のインターネット調査結果。

()は、前期の結果(イギリス、フランス、シンガポールについては、28年度第1四半期調査結果)。

調査範囲(サンプル数): ワシントンDC: 1,041 ニューヨーク市: 1,029 タイ: 1,890 インドネシア: 1,892 シンガポール: 1,848
イギリス: 1,857 フランス: 1,883

※定量調査に十分なサンプル確保のため「ワシントンDC」「ニューヨーク市」の調査対象範囲および結果の算出は、マーケティングエリアとして使われるDMA(Designated Market Area)が対象

DMA DC: Maryland州、Pennsylvania州、Virginia州、West Virginia州、Washington DC

DMA NY: Connecticut州、New Jersey州、New York州、Pennsylvania州

(Washington DC 以外は、郵便番号単位で区別された各州の一部地域)

各国/各都市人口(18歳-69歳): ワシントンDC: 485,702人 ニューヨーク市: 5,894,931人 (Source: Census2013, Census2010)

タイ: 48,075,000人 インドネシア: 163,264,800人 シンガポール: 4,461,000人

イギリス: 43,003,000人 フランス: 41,618,300人 (Source: Euromonitor International Ltd.

Population: National Estimates at January 1st: 2014)

国際番組審議会の意見

10月11日~14日に実施した九州からの中継では、熊本を中心に復興が進む九州地方の状況を多角的に伝え、地域局から世界への情報発信を行ったことを評価する声があった。11月のアメリカ大統領選挙では、国際放送独自の取材班を編成して中継や情勢分析を行う国政選挙並みの速報態勢を構築、どちらの陣営にも肩入れしない客観報道の姿勢を世界に印象付けることができたのではないかと、との意見があった。

3 (参考) 予算の執行状況

収支状況 (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	7,017	5,306	1,711	75.6%
受信料	6,758	5,063	1,695	74.9%
交付金収入	37	28	9	75.9%
副次収入	80	60	19	75.5%
財務収入	85	71	13	84.0%
雑収入	27	25	1	95.2%
特別収入	28	55	△ 27	198.7%
事業支出	6,937	5,007	1,929	72.2%
国内放送費	3,210	2,318	892	72.2%
国際放送費	249	172	76	69.3%
契約収納費	589	442	146	75.1%
調査研究費	102	54	47	53.0%
給与	1,174	835	338	71.1%
退職手当・厚生費	617	485	131	78.7%
共通管理費等	198	135	63	68.2%
減価償却費	738	548	189	74.3%
特別支出	27	15	11	56.7%
予備費	30	-	30	0.0%
事業収支差金	80	298	△ 218	-

事業収入は、5,306億円(進捗率75.6%)で、全体としては標準をやや上回る進捗率となった。事業支出は、5,007億円(進捗率72.2%)で、全体として標準進捗率を下回る支出状況となった。以上により、事業収支差金は298億円の黒字となった。

《予算との比較》

- 受信料は、契約収納活動の推進により、受信契約件数が増加し、ほぼ標準どおりの進捗率となった。
- 財務収入は、関連団体からの配当金により、標準進捗率を上回った。
- 雑収入は、前々年度以前受信料の回収額の増等により、標準進捗率を上回った。
- 特別収入は、旧京都放送会館の売却等により、予算額を上回った。
- ◇国内放送費は、リオ五輪・パラリンピック放送実施経費等の支出のほか、番組の充実・強化を図っているが、全体としては標準進捗率を下回った。
- ◇国際放送費は、ニュース・番組の充実等を推進しているが、全体としては標準進捗率を下回った。
- ◇契約収納費は、営業活動の強化に取り組む一方で支出の抑制を図ったことにより、ほぼ標準どおりの進捗率となった。
- ◇退職手当・厚生費は、退職給付費の増等により、標準進捗率を上回った。

前年同月との比較

(単位 億円)

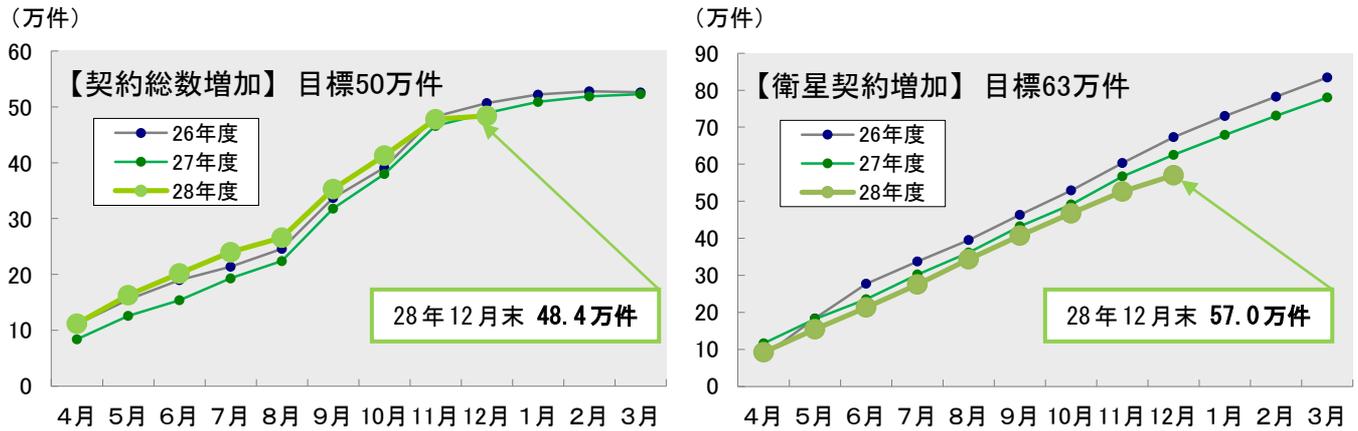
区 分	前年同月末実績額	12月末実績額	増減額	増減率
事業収入	5,118	5,306	187	3.7%
受信料	4,969	5,063	94	1.9%
交付金収入	29	28	△ 0.9	△ 3.2%
副次収入	51	60	9	17.4%
財務収入	37	71	34	91.2%
雑収入	26	25	△ 0.8	△ 3.0%
特別収入	4	55	51	1,275.6%
事業支出	4,857	5,007	150	3.1%
国内放送費	2,201	2,318	116	5.3%
国際放送費	161	172	11	7.4%
契約収納費	434	442	7	1.7%
調査研究費	61	54	△ 6	△ 11.5%
給与	852	835	△ 17	△ 2.0%
退職手当・厚生費	470	485	15	3.3%
共通管理費等	136	135	△ 0.6	△ 0.5%
減価償却費	525	548	22	4.2%
特別支出	14	15	1	7.2%
事業収支差金	261	298	37	-

《前年同月との比較》

- 受信料は、契約総数・衛星契約数ともに増加したことにより、実績額は前年同月を上回った。
- 副次収入は、番組活用収入の増等により、前年同月を上回った。
- 財務収入は、関連団体からの配当の増等により、前年同月を上回った。
- 特別収入は、旧京都放送会館の売却等により、前年同月を上回った。
- ◇国内放送費は、番組の充実に加え、リオ五輪・パラリンピックの放送実施経費等により、前年同月を上回った。
- ◇国際放送費は、番組の充実・強化に伴う制作費の増等により、前年同月を上回った。
- ◇契約収納費は、体制見直しに伴い地域スタッフの手数料が減となった一方で、法人委託の拡大に伴う手数料の増加など営業活動の強化により、全体としては前年同月を上回った。
- ◇給与は、制度改革等により減となった一方で、退職手当・厚生費は、退職給付費の増等により前年同月を上回った。

受信契約状況

受信契約件数については、営業改革の推進により、契約総数・衛星契約数ともに年間増加目標の標準進捗率を上回った。



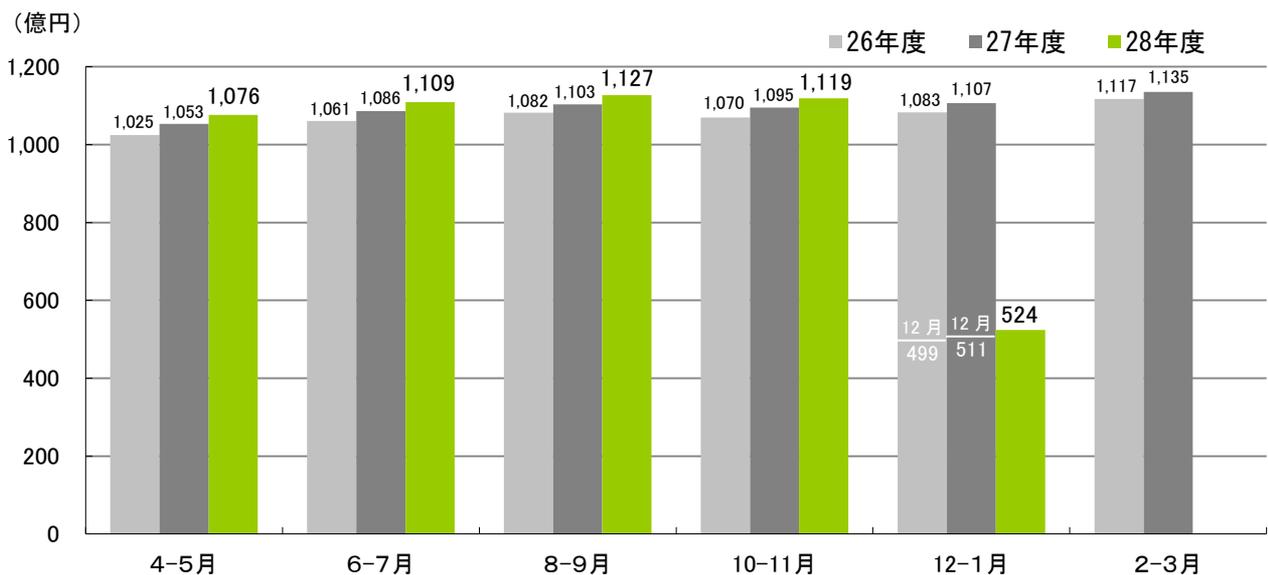
受信料収入

受信料収入は、受信契約件数の増加により前年同月に比べ94億円増加した。

(単位 億円)

区分	27年度 12月末	28年度 12月末	増減額
受信料収入	4,969	5,063	94
受信料収納額	4,849	4,958	108
回収予定額	119	105	△ 13

(受信料収納額の期別推移)



放送番組等有料配信業務勘定

〔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	22.1	17.1	5.0	77.2%
うち視聴料収入	20.1	14.9	5.2	74.1%
うち事業者提供料収入	2.0	2.1	△0.1	107.7%
事業支出	22.0	15.1	6.8	68.8%
事業収支差金	0.1	1.9	△1.8	-

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	15.1	17.1	1.9	13.2%
うち視聴料収入	13.7	14.9	1.2	9.1%
うち事業者提供料収入	1.4	2.1	0.7	52.5%
事業支出	13.9	15.1	1.1	8.6%
事業収支差金	1.1	1.9	0.7	-

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	21.0	17.9	3.0	85.6%
事業支出	18.1	14.5	3.5	80.4%
事業収支差金	2.8	3.4	△0.5	-

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	10.8	17.9	7.1	65.6%
事業支出	8.7	14.5	5.8	66.2%
事業収支差金	2.0	3.4	1.3	-

※放送法第20条第2項第2号、第3号に基づく放送番組等有料配信業務に係る収支を区分した勘定

事業収入は、事業者提供料収入が順調なこと等により標準進捗率をやや上回り、前年同月比では、1.9億円増の17.1億円となった。

事業支出は、15.1億円となり、効率的な業務実施により標準進捗率を下回った。

以上により、事業収支差金は1.9億円の黒字となった。

※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、NHKホール・NHK大阪ホールの利用料収入のほか、伊勢志摩サミット・G7の国際放送センター運営業務やリオ五輪・パラリンピックの国際信号制作業務収入等で、17.9億円となった。

NHK