

第1212回経営委員会資料

(報告事項)

平成26年4月22日

平成25年度第4四半期業務報告

放送法第39条第3項に定める会長の職務の執行状況を、別冊「平成25(2013)年度第4四半期業務報告」のとおり取りまとめたので、同項の規定により報告する。

平成25(2013)年度 第4四半期業務報告

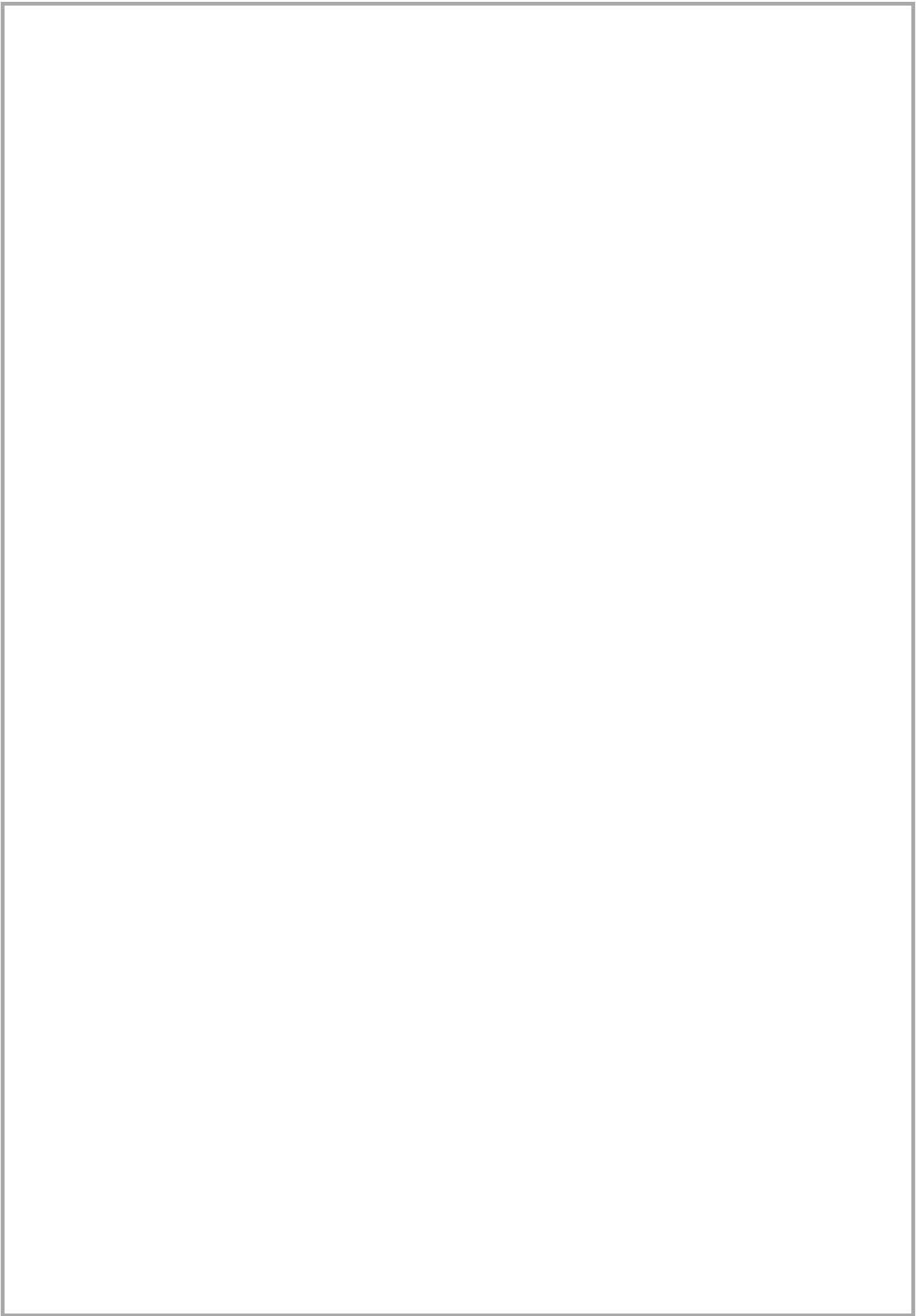
自 平成26年 1月 1日
至 平成26年 3月31日

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25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。

平成25年度業務報告書および財務諸表は、放送法に基づき、26年6月末に総務大臣に提出する予定で、現在とりまとめ作業を進めているところです。このため、この報告書には財務諸表を掲載していません。



日本放送協会



豊かで安心、たしかな未来へ 平成24～26年度 NHK経営計画

3か年の基本方針

信頼される公共放送として、
放送機能の強化と放送・サービスのさらなる充実を図り、
豊かで安心できる社会の実現と
新しい時代の文化の創造に貢献します

4つの重点目標

1.「公共」

安全・安心を守るなど公共放送の機能を強化するとともに、東日本大震災からの復興を支援します

2.「信頼」

世界に通用する質の高い番組や、日本、そして地域の発展につながる放送・サービスを充実させます

3.「創造・未来」

放送と通信の融合時代にふさわしい、さまざまな伝送路を利用した新たなサービスを充実させます

4.「改革・活力」

- ① 効率的な経営を行い、公共放送の価値を最大に高めます
- ② 受信料を公平に負担していただくため、営業改革と受信料制度の理解促進に努めます
- ③ 放送・サービスの質を向上させるため、活力ある職場づくりをすすめます

目次

●	「3か年の基本方針」の達成状況を測る世論調査について	3
<hr/>		
1	25年度の概況	6
2	営業目標の達成状況と収支概況	7
3	「4つの重点目標」の達成状況	9
▼	「公共」	
	安全・安心を守るなど公共放送の機能を強化するとともに、東日本大震災からの復興を支援します	10
▼	「信頼」	
	世界に通用する質の高い番組や、日本、そして地域の発展につながる放送・サービスを充実させます	12
▼	「創造・未来」	
	放送と通信の融合時代にふさわしい、さまざまな伝送路を利用した新たなサービスを充実させます	14
▼	「改革・活力」	
	① 効率的な経営を行い、公共放送の価値を最大に高めます	16
	② 受信料を公平に負担していただくため、営業改革と受信料制度の理解促進に努めます	18
	③ 放送・サービスの質を向上させるため、活力ある職場づくりをすすめます	20
<hr/>		
4	参考資料	21
	各指標	22

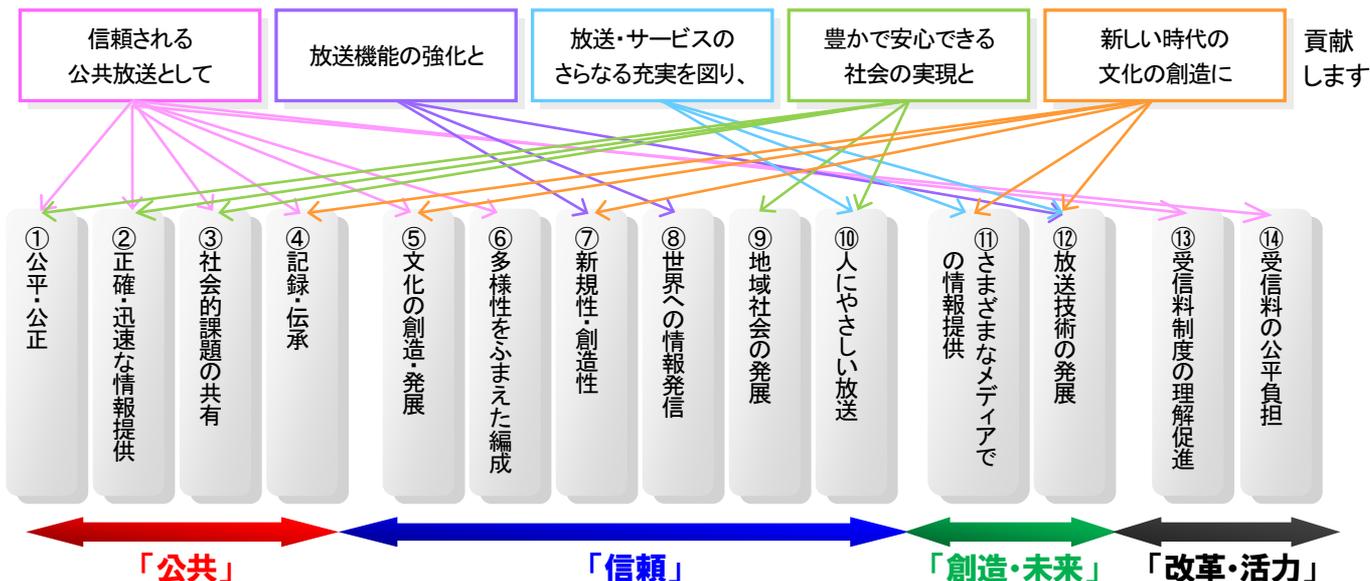


「3か年の基本方針」の達成状況を測る世論調査について

今回の3か年経営計画では、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めざしている。

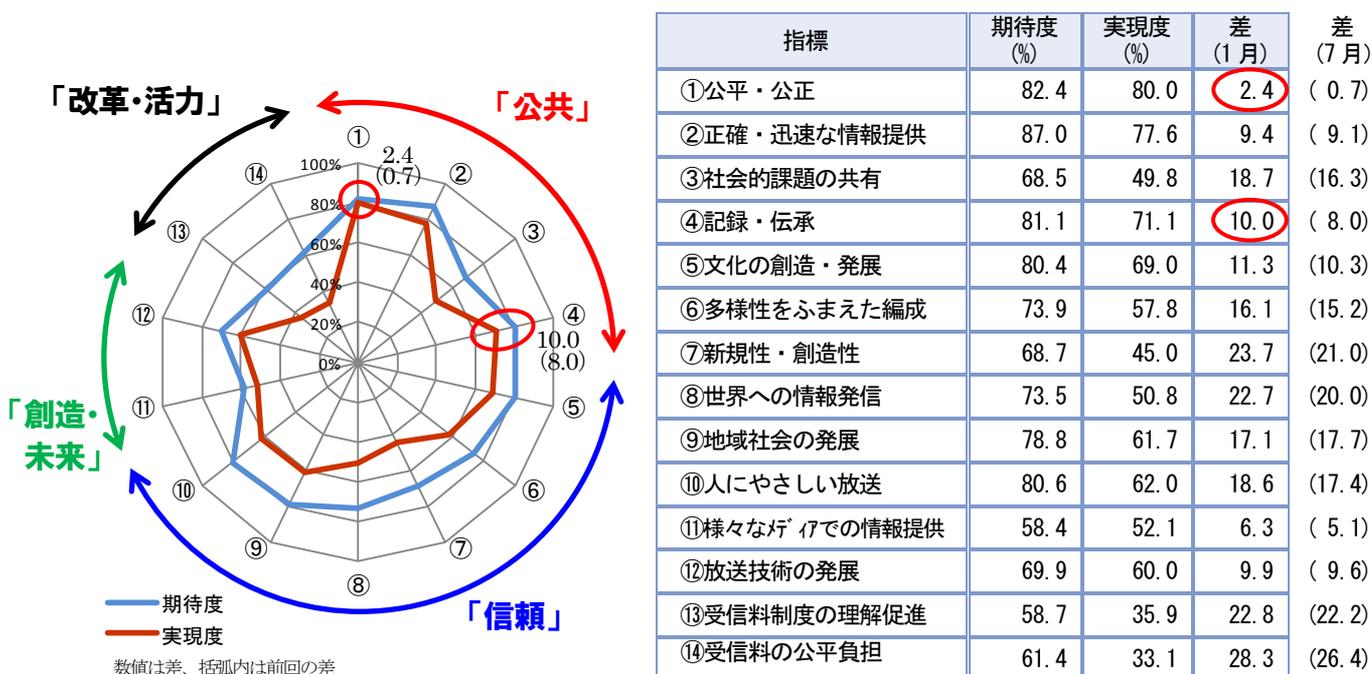
このため、「3か年の基本方針」に示した公共放送の使命・役割について14の指標を設け、半期ごと（7月・1月）に世論調査を実施する。14の指標それぞれについて、NHKに対する期待度と実現度を視聴者のみなさまに尋ね、計画の進捗状況を検証する。みなさまからのNHKへの期待度に、実現度をできるだけ近づける（期待度と実現度の差を縮める）ことを目標に、事業運営や業務改革を進めていく。

【3か年の基本方針と14の指標】



1月に実施した世論調査の結果

- ・今回は、前回7月と比べ全ての指標で期待度と実現度が向上した。（世論調査の時系列比較は、次ページ以降参照）
- ・ただし、下表のとおり「①公平・公正」「④記録・伝承」において、期待度と実現度の差が拡大した。2つの指標とも期待度の高まりに実現度の上昇が追いついておらず、番組の質の向上等により、評価の改善に努めていく。



▽全国の16歳以上の男女個人3,600人を対象に、1月10日～2月2日に世論調査を実施。

▽層化2段階無作為抽出法で抽出し訪問留置法で実施。有効回答数は1,919件（有効回答率53.3%）。

▽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。

○は過去調査と比較し評価が統計的に低くなったもの

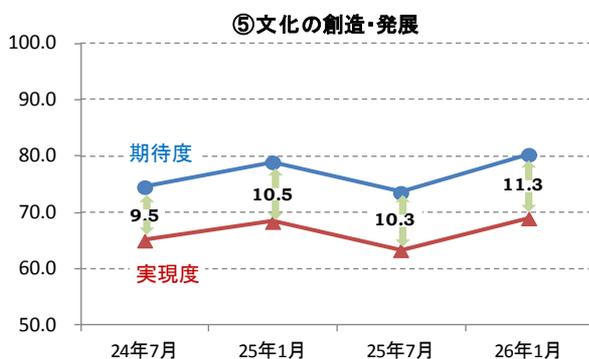
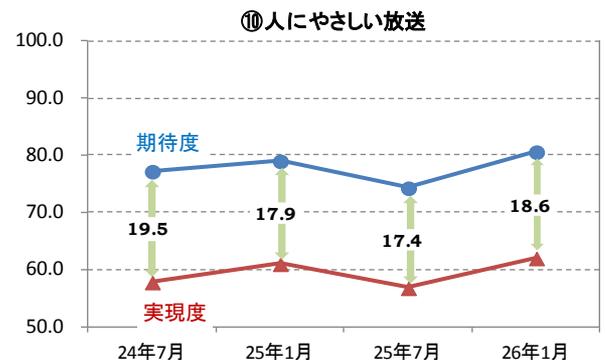
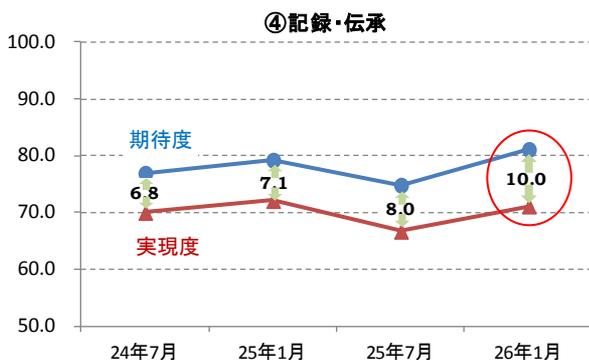
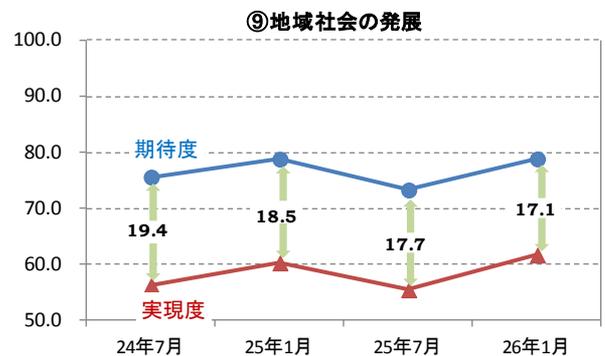
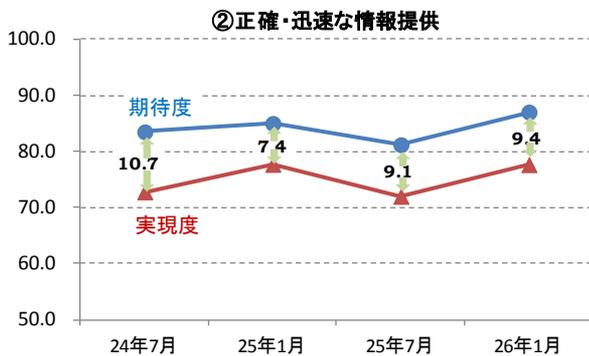
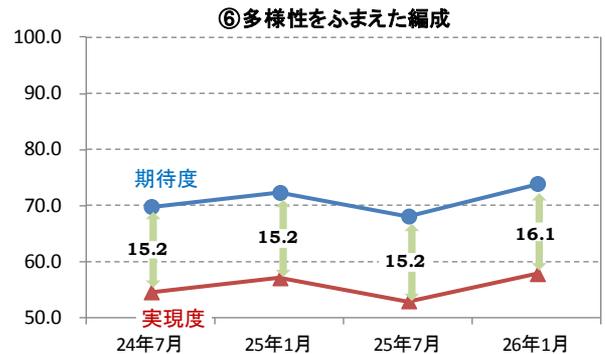
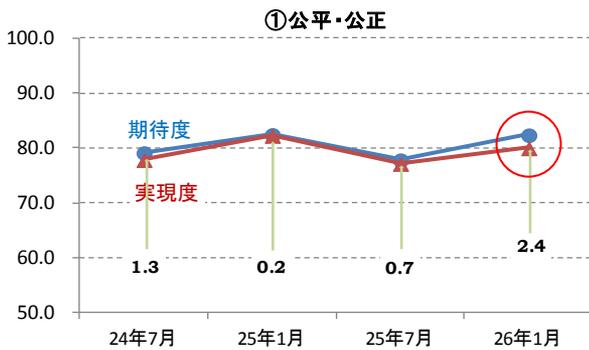
世論調査の結果について（2年間の傾向）

2年間の傾向

- ・これまで、2年間で4回の世論調査を実施した。14の指標は、全てが重要・不可欠なものであるが、視聴者の期待が恒常的に高いものと、やや低めに出るものに分けられる。
- ・各指標の期待度と実現度は、上下動を繰り返しているが、直近の結果では、多くの指標で期待度と実現度が最も高くなっている。

■ 視聴者の期待が恒常的に高い指標

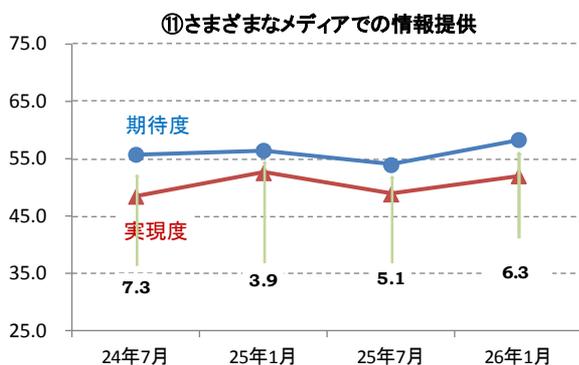
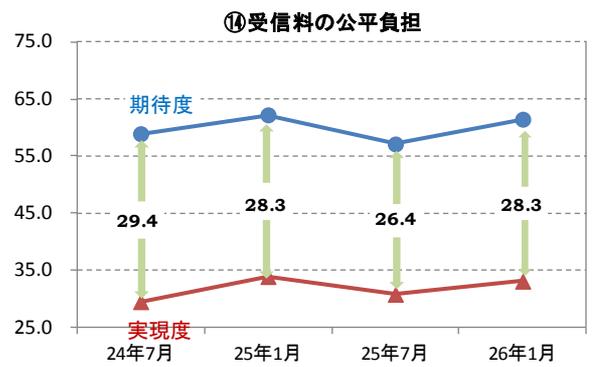
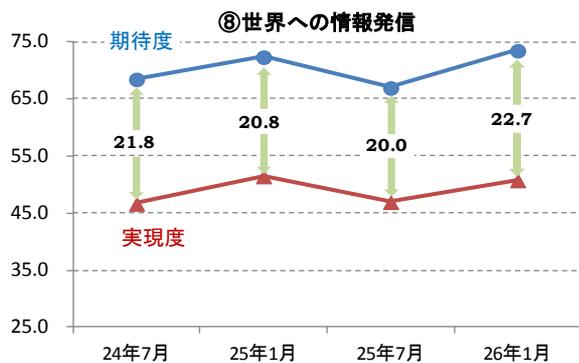
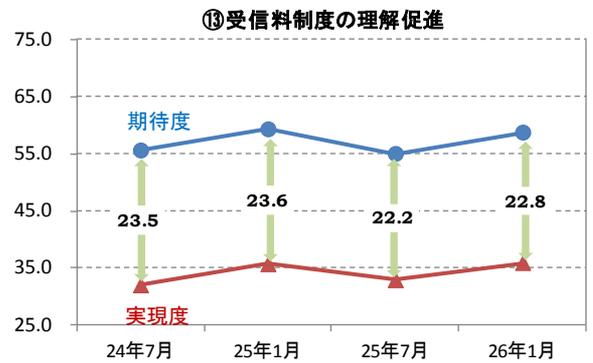
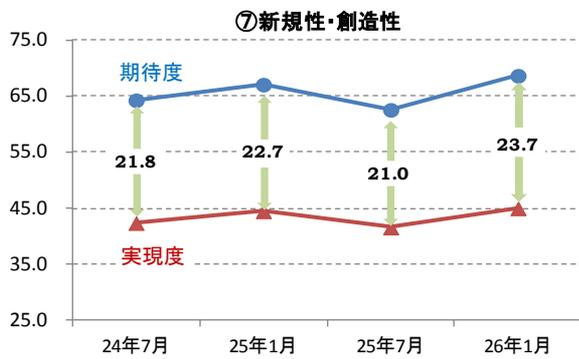
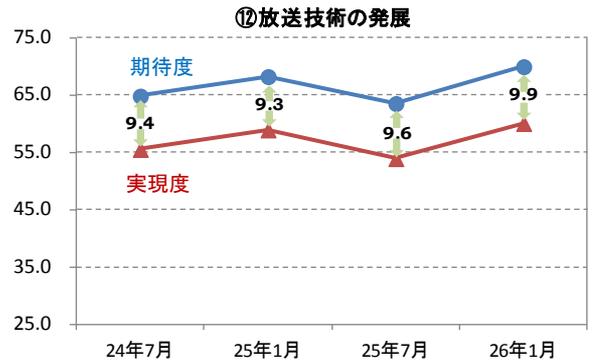
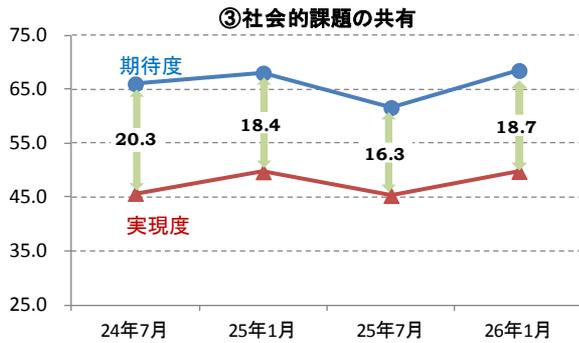
（※分かりやすくするため、縦軸の目盛を50%～100%で表示）



○は過去調査と比較し評価が統計的に低くなったもの



■ 期待度は低めに出るが、NHKの役割として必要な指標
 (※分かりやすくするため、縦軸の目盛を25%~75%で表示)



1 25年度の概況

25年度の総括

3か年経営計画の2年目である平成25年度は、重点目標である機能強化や新サービスの取り組みが大きく進展した。安全・安心の面では、大阪局やさいたま局などで本部の代替機能整備が進んでいるほか、大津波に備える高台の報道拠点整備などに取り組んだ。新サービスの面ではハイブリッドキャストがスタートし、8Kスーパーハイビジョン（SHV）では、コンテンツ制作やパブリックビューイングなどの取り組みを加速させた。番組面では、連続テレビ小説「あまちゃん」「ごちそうさん」が支持を集めたほか「NHKスペシャル」等も高い評価を得た。営業面では受信料値下げによる減収影響が続いたが、法人委託の拡大等の営業改革に取り組んだ結果、契約総数増加など全ての目標を達成できる見込みである。

■公共

- ・本部代替機能では、大阪局ニュースセンターのレイアウト変更と主要設備の整備が完了した。さいたま局の報道別館も整備が進み、定期的にラジオニュースの送出を開始した。
- ・放送センターをはじめ各放送局で自家発電機用燃料タンクの増量工事に着手したほか、津波に備えた報道拠点や電源供給が止まっても運用できるロボットカメラの整備を進めている。
- ・東日本大震災に関連しては、NHKスペシャル27本など多くの番組を制作。特集ドラマなども含めさまざまなジャンルの番組で、被災地の課題や復興の道のりを紹介した。

■信頼

- ・連続テレビ小説は、前期後期とも高視聴率を継続し、幅広い支持を得た。前期の「あまちゃん」は社会現象とも言えるブームとなり、被災地の復興支援の面でも役割を果たした。後期の「ごちそうさん」は11年ぶりに平均視聴率が22%を超えるヒットとなり、戦争と市民の関わりなど確かなメッセージが高く評価された。
- ・第23回参議院議員選挙の開票速報ではビッグデータを活用し情勢分析を実施。ソチオリンピックでは地上波で前回バンクーバー大会を上回る201時間の放送を実施、パラリンピックでは冬の大会で初めて、地上波で開会式を完全生中継した。
- ・「病の起源」「深海の巨大生物」「“認知症800万人”時代」などのNHKスペシャルは、斬新な切り口と綿密な取材の積み重ねで大きな反響を得た。

■創造・未来

- ・放送と通信を連携させる「ハイブリッドキャスト」のサービスを9月にスタート。ソチオリンピックで「番組巻き戻し再生サービス」を実施するなど順次サービスを充実・強化している。
- ・SHVでは、オールジャパン体制の「次世代放送推進フォーラム」(NextTV-F)が設立された。超小型カメラなどの機材開発や長距離伝送実験にも成功した。また、さまざまな分野のコンテンツを制作するとともにNHK紅白歌合戦やソチオリンピック等のパブリックビューイングを実施した。
- ・NHKオンデマンドは「あまちゃん」のヒットを契機に初の単年度黒字を達成する見込み。

■改革・活力

- ・「改革と活力委員会」で公共放送の使命を果たすための最適な資源配分に関する議論を深めた。新しい職員制度とともに基本賃金を5年間で約10%削減する給与制度改革に取り組んだ。
- ・公開競争入札で受託した法人による契約収納業務の実施地域は全国50地区、694万世帯になった。また、NTTファイナンス株式会社やヤフー株式会社との連携で受信料支払の新たな仕組みを導入し、電話料金等と一括で支払う前者は4万件を超える申し込みがあった。

営業目標の達成状況

平成 25 年度は、24 年 10 月に実施した受信料値下げの影響をカバーするため、年度当初から営業活動の強化を前倒しで行うとともに、営業改革の着実な実施に取り組んだ。また、イベントや番組の公開収録等の機会を利用し、全組織を挙げて受信料制度への理解促進活動にも取り組んだ。その結果、契約総数増加、衛星契約増加、未収削減、支払率、収納率、受信料収入、営業経費率の全てにおいて、25 年度の計画を達成する見込みとなった。24 年度に続いて 2 年連続となる。

契約総数増加は年間目標 48 万件に対して 58.3 万件（達成率 121.4%）となった。年間の増加数が 50 万件を超えたのは 32 年ぶりとなる。前年度と比較して、増加数で約 10 万件、達成率で約 14 ポイント上回った。衛星契約増加については、年間目標 69 万件に対して 81.9 万件（達成率 118.6%）となった。前年度と比較して、増加数では約 2 万件下回ったものの、達成率で約 3 ポイント上回った。未収削減は、年間削減目標 16 万件に対して 18.5 万件（達成率 115.9%）となった。

営業経費については、法人への契約収納業務の委託拡大を進める一方、訪問によらない営業施策の促進に取り組むなど、訪問活動に要する経費の抑制に努めた。その結果、営業経費率は 25 年度計画 11.8%を下回る 11.4%となる見込みであり、最も低かった 24 年度と同じ値となった。

〔受信契約の状況〕

(単位 万件)

契約増加件数	24 年度			25 年度			現在数
	年間増加目標	実績	達成率	年間増加目標	実績	達成率	
契約総数	45	48.5	107.7%	48	58.3	121.4%	3,873
衛星契約※	72	83.5	116.0%	69	81.9	118.6%	1,788
未収削減	△20	△21.1	105.5%	△16	△18.5	115.9%	138

※ 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

受信料の概況

25 年度の受信料収入は、24 年 10 月からの受信料値下げによる減収影響があったものの、全組織を挙げた業績確保の前倒しの取り組み等により 6,345 億円となった。その結果、24 年度決算額（6,387 億円）に対して 42 億円の減収にとどまり、25 年度予算額（6,221 億円）に対して 124 億円の増収を確保する見込み。1 月 25 日に就任した靱井会長の就任会見での発言などをめぐって、3 月末までに約 3 万 7,000 件の反響が寄せられた。25 年度決算への影響は出ていないが、今後を注視していく。



3 「4つの重点目標」 の達成状況

1. 「公共」 安全・安心を守るなど公共放送の機能を強化するとともに、東日本大震災からの復興を支援します

25年度の総括

放送センター代替機能や全国的な機能強化整備など、「設備整備」は順調に進捗し、大阪局では主要設備の整備がほぼ完了。大規模停電時の放送機能確保のため、放送センターの自家発電機用燃料備蓄の増量工事を開始。25年度は、特に「運用・実施体制」の強化を図るため、大規模災害を想定した広域応援方針の策定や、さいたま局報道別館に整備したラジオ放送設備を活用して、訓練を兼ねた定期的な全国ニュースの送出等を実施した。「NHKスペシャル」などの番組を通じて、継続して東日本大震災の検証や復興の支援に貢献した。災害の映像・証言を記録する「東日本大震災アーカイブス」も充実させた。

■いかなる災害時にも対応できる放送設備と体制の強化

◇首都直下地震等により放送センターが機能停止した際に代替機能を担う大阪局の設備増強や首都圏の取材・制作・伝送機能等の強化を図るとともに、南海トラフ巨大地震等を想定した設備の機能強化を進めた。

- ・大阪局では、緊急ニュース卓など全国に向けてニュースを制作・送出するための設備など、バックアップ機能の主要設備の整備がほぼ完了。今後、運用に向けた調整や訓練を実施。
- ・外部からの電源供給が止まった際にも、原発や津波等の状況を捉えるロボットカメラの運用が可能ないように、自然エネルギーや燃料電池、蓄電池を用いた電源設備の強化を実施（9か所）。
- ・大規模停電時にも放送機能を確保するため、放送センターと千代田放送会館の自家発電機用燃料備蓄の増量工事に着手（千代田放送会館は完了）。

◇整備した設備を活用して、首都直下地震や南海トラフ巨大地震等に備えた訓練を実施し、運用・実施体制の強化に向けた検討や改善を進めた。

- ・放送センター機能停止時を想定し、さいたま局報道別館に整備した簡易ラジオ制作・送出設備で定期的に全国ニュース送出を実施。大阪局では、全国放送の情報番組の制作・送出やCS（通信衛星）管制訓練を継続的に実施。
- ・「防災の日」の前後に、動員訓練、安否確認訓練、千代田放送会館でのテレビニュース制作やライフライン放送の訓練、自家発電燃料の専属配送・専属備蓄契約に基づく配送訓練などを集中実施。報道局やラジオセンターでは、緊急報道訓練を定期的な実施。
- ・各地の放送局では、災害時に重要なメディアになるラジオについて、情報生番組の新設や緊急報道訓練などの強化策を実施。
- ・本部と各地の放送局では、災害対策ハンドブックの抜本的な改訂を実施。

◇東日本大震災で改めてラジオの重要性が見直され、総務省「放送ネットワークの強靱化に関する検討会」（25年2～6月）で、AM波の難聴対策としてFM波を利用できることが提言された。NHKとして、大災害時にも放送を確保できるよう、FM波によるAM波の補完利用を要望した。



代替機能強化のため
新たに整備されたニュース送出設備
(大阪局)



ラジオ緊急報道訓練
(松山局)

■地域の安全・安心に役立つ情報提供

◇自然災害が相次ぐ中、各地の放送局はニュースや番組、データ放送等できめ細かく伝えた。

- ・淡路島で震度6弱の地震（4月）。山口・島根両県（7月）や秋田・岩手両県（8月）で記録的大雨。台風18号で京都府、滋賀県、福井県に「特別警報」発令（9月）。台風26号襲来の伊豆大島で死者・行方不明者39人の被害（10月）。記録的大雪により山梨県など広域で被害（2月）、など。



伊豆大島の台風被害

◇安全・安心に役立つ情報提供の体制を強化した。

- ・取材した情報を一元管理し、放送、データ放送、ホームページ等にマルチ展開するシステムを全国で運用開始（6月）。
- ・埼玉・千葉両県の竜巻被害（9月）では、動画投稿システム「NHKスクープBOX」を通じて過去最多107本の映像・画像が当日、視聴者から寄せられ、ニュースで繰り返し使用。



「NHKスクープBOX」を通じて
視聴者から寄せられた竜巻の映像

■東日本大震災を検証し復興を支援する番組

◇NHKスペシャルは25年度、総本数の約3割にあたる27本の震災・原発関連番組を放送。特に震災から3年となる3月は、11日までに7本を集中編成した。

- ・「MEGAQUAKEⅢ 巨大地震」（4、8、9月の計4本）は巨大地震の被害予測と予知の可能性を最新科学で迫った。
- ・「震災ビッグデータ」（9、3月の計2本）は企業の経済活動や個人々の動きなど、膨大なデータ分析から震災の実相を明らかにして、復興、防災の手がかりを探った。
- ・「汚染水～福島第一原発 危機の真相～」(12月)や「メルトダウン file.4 放射能“大量放出”の真相」(3月)では、膨大なデータや証言、スクープ映像で問題の実像に迫った。



NHKスペシャル
「メルトダウンFile.4
放射能“大量放出”の真相」

◇さまざまな番組で被災地の現状と課題、復興支援の取り組みを継続的に伝えた。

- ・「クローズアップ現代」で、汚染水問題や原発規制基準の検証などを放送。
- ・2年目の「明日へー支えあおうー」は引き続き被災地の現状や復興の道のりを毎週きめ細かに伝えた。震災から2年半、3年の節目には被災地から長時間の生中継特集番組も放送。
- ・特集ドラマ「かつお」(12月)で、三陸の元漁師を主人公に復興の道のりを描いた。

◇24年度放送の震災関連番組が25年度、コンクールで受賞。

- ・宮城県女川町に実在するコミュニティーFM局を舞台に被災地のいまを描いた特集ドラマ「ラジオ」(25年3月)が、文化庁芸術祭大賞を受賞。
- ・NHKスペシャル「釜石の“奇跡”いのちを守る 特別授業」(24年9月)と、同「メルトダウン 原子炉“冷却”の死角」(25年3月)が放送文化基金賞の本賞を受賞。



文化庁芸術祭大賞を受賞した
特集ドラマ「ラジオ」

■災害の映像・証言を歴史的資料として記録し保存・活用

◇公開ホームページのサイト「東日本大震災アーカイブス」の動画は、証言者398人、災害や復興のニュース映像710本に達した。各地の高校の授業や講演会で活用されている。

課題・今後の取り組み

3か年経営計画の最終年度として、機能強化整備を計画的に実施するとともに、整備した設備の平時からの活用などを通じて、いざという時の「運用・実施体制」の構築に向け、引き続き取り組んでいく。各地の放送局でも、地域の安全・安心に役立つ情報提供を引き続き強化していく。東日本大震災を検証し復興を支援する番組の制作も進める。

2. 「信頼」 世界に通用する質の高い番組や、日本、そして地域の発展につながる放送・サービスを充実させます

25年度の総括

選挙報道やソチオリンピック・パラリンピックを正確、迅速、丁寧伝え、「NHKスペシャル」なども高い評価を得た。連続テレビ小説「あまちゃん」「ごちそうさん」が幅広い層から支持を得て、「NHK紅白歌合戦」も第2部がこの10年で最高の視聴率を獲得した。接触者率は、BSプレミアムが順調に伸びているが、総合テレビの低下傾向が課題である。

■確かなニュースや多様で質の高い番組

【選挙報道・オリンピック】

- ・第23回参議院議員選挙の開票速報番組（7月）では、正確・迅速に加え、初のネット選挙運動と有権者の投票行動を、独自のビッグデータ分析で掘り下げて伝えた。
- ・ソチオリンピック（2月）は地上波の放送時間が前回冬のバンクーバー大会を30時間あまり上回る201時間、BS1が306時間に達した。パラリンピック（3月）は、冬の大会では初めて、開会式を地上波で完全生中継。競技も日本人選手を中心に丁寧に伝えた。

【総合テレビ】

★主な編集方針：“生活に欠かせないチャンネル”として正確な情報を伝え、日本・世界の課題を考えるニュースや番組を継続・強化。文化・教養・娯楽番組などバランスよく編成。

- ・前期の連続テレビ小説「あまちゃん」は、社会現象ともいえる評判を呼び、平均視聴率20.6%を記録。舞台となった被災地・三陸地方の観光振興など社会貢献の役割も果たした。
- ・後期の「ごちそうさん」は、食と家族をテーマに支持を得て、平均視聴率22.4%と、11年ぶりに22%超えを記録した。
- ・「第64回NHK紅白歌合戦」（12月）は、視聴率は第1部36.9%（前年33.2%）、第2部44.5%（同42.5%）と前年を上回り、特に第2部はこの10年で最高を記録した。
- ・NHKスペシャルは多彩な大型シリーズを展開した。人類の進化から病気の原因と対処法を探る「病の起源」（5月、10月）。“あらゆる自然現象を説明できる数式”の解明に挑む科学者たちの思索を映像化した「神の数式」（9月）。徹底した現場ルポで中国がどこに向かうのか探った「中国激動」（6月、10月）。ソチオリンピックに臨むアスリートたちに密着した「シリーズ 金メダルへの挑戦」（1～2月）など。中でも、認知症がテーマのシリーズ「“認知症800万人”時代」（11月）と「アルツハイマー病をくい止める！」（1月）は、いずれも視聴率10%以上と高い関心を集めた。
- ・NHKスペシャル「魂の旋律～音を失った作曲家～」(25年3月)などで取り上げた佐村河内守氏について、実際は本人が作曲していなかったことや聴力を全く失ったわけではなかったことが2月に判明。問題を検証し、3月に「NHKとおきサンデー」とホームページで視聴者に報告した。



連続テレビ小説「あまちゃん」



連続テレビ小説「ごちそうさん」



NHKスペシャル
“認知症800万人”時代
第1回「母と息子 3000日の介護記録」

- ・土曜の夜間に親子視聴を意識した情報・娯楽番組として新たに「マサカメTV」「伝えてピカッチ」「突撃アツとホーム」を編成したが、初年度は十分には定着していない。

【Eテレ】

★主な編集方針：青少年・子どもの健全な育成に資する番組、人々の知的関心に応える番組、文化・芸術の継承・発展に資する番組、福祉番組などを編成。教育放送の役割を強化。

- ・「いじめを考えるキャンペーン」の一環で、「いじめをノックアウトスペシャル」を9月と12月に生放送。視聴者から寄せられた「行動宣言」は16万7,000件に上った。



「いじめをノックアウトスペシャル
そろそろマジで動きましょうよ！
～めざせ100万人の行動宣言～」

【BS1】

★主な編集方針：「生にこだわったスポーツ」「世界の今を伝える国際情報」「報道の背景を深く掘り下げる番組」の3つの柱を軸に、新規視聴者層を開拓する番組編成を目指す。

- ・サッカーの「コンフェデレーションズカップ」全16試合の生放送（6～7月）や、後期改定で新設した「ワールドスポーツMLB」などのスポーツ中継が人気を集めた。

【BSプレミアム】

★主な編集方針：本物志向の教養・娯楽チャンネルとして、個性や魅力を追求し、競争力のあるコンテンツをこれまで以上に充実。幅広い層の視聴者の獲得を目指す。

- ・土曜夜間の「大沢たかお 神秘の北極圏ー光と闇の旅ー」（4月）、「零戦～搭乗員たちが見つめた太平洋戦争～」（8月）、「京都迎賓館～極める！京都の技とおもてなし～」（12月）などの大型特集が幅広い層によく見られ、存在感を示した。

◇ビデオリサーチの接触者率(個人)は、BSプレミアムが前年度を2.3ポイント上回る19.5%と順調に伸びた。BS1は横ばい。Eテレも前年度並みだが4～12歳が大きく伸びた。一方、総合テレビが低下傾向で、特に男女の13～19歳や40代の男性が低下している。

■地域の再生、地域の活性化への貢献

- ・甲府、静岡両局は、6月、富士山の世界文化遺産登録に合わせて、その魅力や環境保全などの課題をNHKスペシャルなどの特集番組で多角的に伝えた。また、広島、岡山、山口の3局は、世界から注目を集める瀬戸内海再生の取り組みを1年にわたり取材。NHKスペシャル「里海 SATOUMI 瀬戸内海」（3月）として全国に発信した。
- ・地域発のBSプレミアムドラマは、前年度を4本上回る11本を放送（岐阜、徳島、福井、千葉、大津、長崎、長野、鳥取、福岡、大分、高知の11局）。広報活動やイベントを通じ地域の活性化につなげた。



NHKスペシャル
「里海 SATOUMI 瀬戸内海」

■国際発信力の強化、国際展開によるNHKのブランド力の向上

- ・25年度は、外国人向けテレビ国際放送「NHKワールドTV」で、ロサンゼルス、サンフランシスコなど、アメリカの主要都市で新たに24時間放送を開始。視聴可能世帯は2億7,742万世帯と、前年度末に比べて3,170万世帯増加した。
- ・インターネットでの英語ニュース記事の掲載期間を24時間から72時間に延長。「ラジオ日本」の携帯端末用アプリのダウンロード数が累計20万6,000件と前年度末と比べ4倍に。
- ・NHKスペシャル「深海の巨大生物」がドイツ、イギリス、東南アジア各国などで放送され、高視聴率を獲得。さらに、NHKスペシャルの「宇宙生中継 彗星爆発 太陽系の謎」が台湾と、「和食 千年の味のミステリー」がフランスとの国際共同制作として実現した。

課題・今後の取り組み

26年度は引き続き、各波の戦略的な使い分けと連携、総合テレビ土曜夜間のファミリー向け番組群をはじめ定時番組のブラッシュアップに尽力し、視聴者の期待に応えていく。佐村河内氏の問題を研修会などで取り上げ、より確かな放送に向け再発防止に取り組む。

3 「4つの重点目標」の達成状況

3. 「創造・未来」 放送と通信の融合時代にふさわしい、さまざまな伝送路を利用した新たなサービスを充実させます

25年度の総括

放送と通信を連携させるサービス「ハイブリッドキャスト」を9月に開始した。8Kスーパーハイビジョン（SHV）については、2020年の本放送開始に向けて技術開発を進め、パブリックビューイングなどで魅力をPRした。NHKオンデマンドは、初の単年度黒字の見込み。5月には、東京タワーから東京スカイツリーへの送信所移転を行うとともに、平成27年3月までに地上デジタル放送の難視聴地域への対策が完了できるよう取り組みを強めた。

■放送と通信が融合した新たなサービスの提供と開発

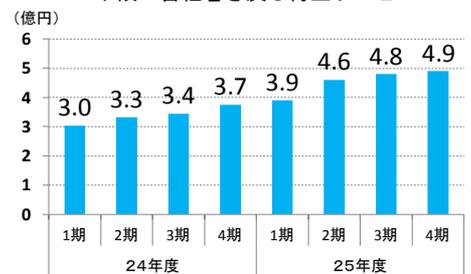
- ◇インターネットの活用などの充実・強化に取り組んだ。
 - ・放送と通信を連携させるサービス「ハイブリッドキャスト」を9月に開始。放送中の番組に関連した過去のニュースや映像が視聴できる「みのがしなつかし」や、番組関連キーワードをスマートフォン等で検索できる「キーワードコネクト」など、サービスの充実・強化を図った。また、ソチオリンピックでは、見逃した番組を冒頭から視聴できる「番組巻き戻し再生サービス」を実施した。
 - ・ラジオのインターネット同時配信サービス「らじる★らじる」で、地域放送番組（大阪、名古屋、仙台）の提供を開始（5月）。スマートフォン向けのアプリのダウンロード数は、前年度末から1.5倍増加し累計309万件。
 - ・NHKオンデマンドは、連続テレビ小説「あまちゃん」の大ヒットをきっかけに、会員数と視聴数が大幅に増加。25年度の視聴料収入は予算（17億円）を上回るとともに、経費抑制の効果もあって、サービス開始から5年で初の単年度黒字の見込みとなった。

■新たなメディア環境に対応する技術とサービス基盤の確立

- ◇NHKが研究・開発したSHVの3次元立体音響が、国際電気通信連合無線通信部門から、国際的な技術基準として各国に勧告された。また、NHKが作業班に参画してとりまとめた“SHVを実施するための衛星放送に関する技術的条件”が、情報通信審議会で答申された。
- ◇「ハイブリッドキャスト」については、一般社団法人「IPTVフォーラム」で仕様の策定を進めるとともに、受信機メーカーと協力して対応受信機を開発した。
- ◇映像・音声素材をテープでなくファイル化して取り扱う「番組系ファイルベースシステム」を構築し、9月から番組送出を開始した。
- ◇一般社団法人「次世代放送推進フォーラム（NextTV-F）」設立への協力や、NHK内に新しい「メディア企画室」を設置するなど、SHVなど次世代テレビ放送の早期実現に向けた体制を整備した。



ハイブリッドキャストのサービス画面例
上段：トップ画面
下段：番組巻き戻し再生サービス



NHKオンデマンド視聴料収入の推移

無料登録会員数：131万人
〔前期末+5.6万人〕
※外部提供事業者を除く

■次世代の超高臨場感放送システムの開発

◇SHVの2016年の試験放送と、東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年の本放送開始に向けた取り組みを積極的に行った。

- ・番組制作技術から送受信技術に至るSHV研究開発を推進。
 - ◇ 高感度かつ低騒音のシアターカメラと超小型カメラを開発
 - ◇ 大容量のSHV映像をリアルタイムで圧縮する装置を開発
 - ◇ 1秒間に120コマのSHV映像が表示できる液晶ディスプレイの開発
 - ◇ 熊本・人吉実験局で、SHV長距離伝送実験に成功

- ・ソチオリンピックをはじめ、国内外でSHVパブリックビューイングを実施し、多くの視聴者に魅力をPR。また、ドラマ「コーラス」、クラシック音楽コンテンツ（ミラノ・スカラ座）、水中撮影（沖縄 石垣島）など、SHV撮影を積極的に実施。
- ・カンヌ映画祭、東京国際映画祭、ABU（アジア太平洋放送連合）の総会などでSHVの展示を行い、放送や映画の業界関係者にSHVの取り組みを紹介。

◇NHKスペシャル「宇宙生中継 彗星爆発 太陽系の謎」（12月）では、国際宇宙ステーションから、若田光一さん撮影による、超高感度4Kカメラでの世界初の生中継に成功。



ソチオリンピック フィギュアスケートのパブリックビューイングの様子（NHKふれあいホール）

■人にやさしい放送・サービスの拡充

◇地域ニュースを字幕放送に対応するための設備整備を進め、大阪局、名古屋局、福岡局、仙台局において、地域向けニュース番組の一部に字幕付与を開始した。

◇ソチオリンピック・パラリンピックでは、ほぼ全ての中継番組に字幕付与を実施した。両期間中の字幕付与時間は、合計165時間44分となり、ロンドンオリンピック・パラリンピック（154時間13分）を上回った。

◇将来の手話サービスを充実させるために、7,000単語の手話CGを検索・表示できるホームページを9月に開設。利用者のみなさまから分かりやすさを評価していただく取り組みを始めた。



地域ニュース番組の字幕放送対応（仙台局）

■テレビ放送の完全デジタル移行後の課題への取り組み

◇東京タワーから東京スカイツリーへの送信所移転を5月31日に実施した。移行前には事前対策を着実に進めるなど、在京民放5社と共に万全の体制で臨んだ。

◇地上デジタル放送の難視聴地域に対しては、「衛星セーフティーネット」が終了する27年3月末までに恒久対策を実施。

- ・新たな難視聴世帯（年度当初7.3万世帯）への対応として、25年度対策予定の5万世帯を上回る6.2万世帯（当期1.8万世帯）の対応が完了。
- ・24年度末現在、「衛星セーフティーネット」を利用している共同受信施設154施設のうち、100施設（当期41施設）のデジタル化対応が完了。



課題・今後の取り組み

「ハイブリッドキャスト」については、新しい演出や技術などを試行・検証しながら、サービスの本格化に向けた取り組みを行う。SHVは、2020年の本放送に向けて、研究開発や設備整備、番組制作手法の確立に至るまで、着実に準備を進める。地上デジタル放送の難視聴地域に対しては、「衛星セーフティーネット」が円滑に終了できるよう、きめ細かい対策を実施する。

4. 「改革・活力」

① 効率的な経営を行い、公共放送の価値を最大に高めます

25年度の総括

NHK全体が経営計画の基本方針に沿って進んでいるかについて14の指標によって評価する世論調査を、平成25年7月と平成26年1月に行った。会長のもとで重要な経営課題について検討する「改革と活力委員会」を37回開催。将来にわたってNHKが公共放送としての使命を果たすための最適な資源配分のあり方を取りまとめた。3か年で280人程度を削減するとして経営計画の25年度分を計画通り行った。関連団体運営基準の改定を行い、NHKグループのガバナンス強化を進めた。

■経営計画の達成に向けた評価・管理

- ◇14指標の調査は、これまで4回実施したことで、データの時系列分析を進めやすくなった。経営の基本方針の進捗度を測る手法として定着してきており、経営の重要な指標と位置付けられるようになった。
- ◇全国の放送局が個別に設定した目標「放送局のちから」の達成度を測る「放送局のちから調査」は2年目に入った。各局とも局内で幅広く情報を共有し、PDCAのツールとして活用する取り組みが進んだ。

■効率的なNHKの業務体制の構築

- ◇会長のもとで全役員が経営課題を議論する「改革と活力委員会」を37回開催し、NHKが将来にわたって公共放送としての役割を果たすための資源配分についてとりまとめた。
- ◇組織改正を行い、リスク管理とインフラ管理を一元的に行う新しい「総務局」を設置。また、人的資源の最大活用を進めるため、労務部門と人事部門を一体とした「人事局」を設置するとともに、「ワーク・ライフ・バランス推進事務局」を設置した。
- ◇3か年で280人程度とした要員削減計画を着実に進めるため、100人を純減するとして25年度の要員計画を実行するとともに、3か年の最終年度となる26年度に100人を純減する要員計画を策定した。
- ◇基本賃金の10%を目安に、おおむね5年で引き下げるとして新しい給与制度の成案をとりまとめ、施策を実施した。
- ◇サイバー攻撃の脅威や基幹システム障害を想定し、リスク管理の観点からIT統制の一層の向上を目指した。

■効率的なグループ経営の推進

- ◇NHKグループのガバナンス強化に向け、関連団体運営基準の改定を実施した。
- ◇関連団体で発生した不正経理の問題では、関連団体や関係部局と連携して事案の解明にあたりるとともに、再発防止策の策定に向けた取り組みを行った。
- ◇NHKの関連団体である総合ビジョンを、NHKエンタープライズに統合し、アニメ制作業務の一体化を実現した。
- ◇NHKグループの人事・諸届け領域の事務系システムを統合し、関連団体の事務系共通業務の集約を開始した。また、26年度の経理領域の統合に向け準備を進めた。

- ◇ミャンマーで連続テレビ小説「カーネーション」、インドネシアで連続テレビ小説「あまちゃん」の放送が始まるなど、新しい事業モデルによる、番組の国際展開が始まった。
- ◇副次収入のうち、番組活用収入とテキスト権料は、アニメ・キャラクター展開で大型提案の開発が進んだことや新たな国際展開業務などにより、9年ぶりに前年度を上回る52億円となる見込みである。
- ◇子会社等の24年度の決算に基づく配当金のうちNHK受領額は17.8億円となり、目標(12.1億円)を上回った。

■視聴者のみなさまとの結びつき

- ◇視聴者のみなさまからの電話に応えるNHKふれあいセンターでは、担当のプロデューサーによる勉強会を開催するほか、対応資料の充実を図るなどして、応答率の維持と対応の質の向上に向けた取り組みを続け、25年度の応答率は90.4%と前年度を4.6%上回り、過去最高となった。
- ◇東日本大震災の被災地に寄り添いながら、イベントを通じた復興支援に継続して取り組んだ。津波で失われた街を模型で再現し、それぞれの被災地を巡回する「ふるさとの記憶」模型復興プロジェクト展や、さまざまな番組やイベントを集中的に展開する「NHK公開復興サポート 明日へ」など、25年度は48本のイベントを実施。およそ12万5千人が来場した。
- ◇25年度は全国で1,960本の公開番組・イベントを実施。参加者のアンケートでは、満足度が83.1%となり、目標(80%)を上回った。



「ふるさとの記憶」いわて 失われた街
模型復興プロジェクト展 特別展



「NHK公開復興サポート 明日へ
in石巻」

■環境経営

- ◇菖蒲久喜ラジオ放送所(埼玉県)の太陽光発電設備の運用により、4月から2月末時点の11か月で前年比およそ63万kWhの電力を削減した。
- ◇本部ニュースセンターのスタジオ照明のLED化工事を完了し、更新前と比較しておよそ70%の照明消費電力を削減した。
- ◇新潟、甲府、静岡、岡山、福島5局のEテレ親局を深夜停止できる制御時計の整備を完了し、運用を開始。今後、年間19万kWhの電力削減が期待される。今後も消費電力とランニングコストの軽減を含め、環境経営施策を推進していく。

課題・今後の取り組み

14指標の調査は、データの分析と活用方法の検討を進め、3か年経営計画の最終年度となる26年度の着実な計画達成を目指す。加えて、次期経営計画をにらんで、インターネット業務や国際発信力、地域サービスを適切に測れるよう検討するなど、評価指標をさらにブラッシュアップしていく。

4. 「改革・活力」

② 受信料を公平に負担していただくため、営業改革と受信料制度の理解促進に努めます

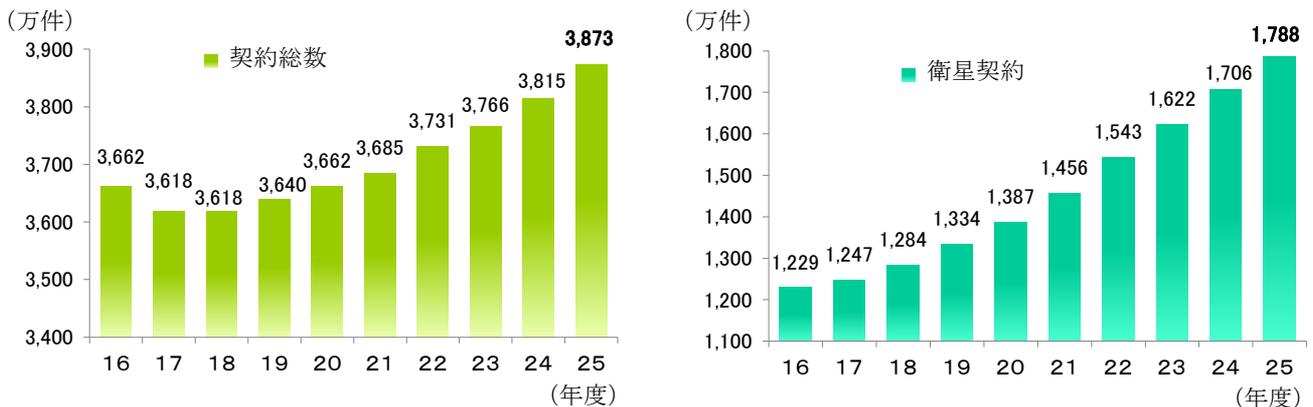
25年度の総括

平成25年度は、年度当初からの営業活動の前倒しと全組織を挙げた受信料制度理解促進活動の取り組みなどを進めた結果、平成25年度営業目標（契約総数増加、衛星契約増加、未収削減）の全てを達成した。全目標達成は2年連続となる。

営業改革では、公開競争入札により法人が契約収納業務を行う地域の世帯数は25年度年間で264万世帯増加した。また、受信料をNTTファイナンス株式会社との連携により電話料金と一括して支払う方法や、ヤフー株式会社のポイントで支払う方法を新設するなど、各種法人との連携拡大により、効率的な営業手法の開発を着実に進めた。

受信料制度の理解促進活動では、公共放送の役割を伝えるキャンペーンを全国放送で展開するとともに、各放送局では、特に学生の方々に向けて重点的に取り組んだ。

■ 契約数の推移



24年10月からの受信料値下げによる減収影響をカバーするため、25年度も前倒しによる営業活動の強化と法人委託の拡大など営業改革を進めた。また、全組織を挙げて受信料制度の理解促進に取り組んだ。その結果、契約総数は58.3万件増加し、25年度末で3,873万件となった。衛星契約は81.9万件増加し、25年度末で1,788万件となった。契約総数増加、衛星契約増加とも目標数を大きく上回った。特に年間の契約総数増加が50万件を超えたのは、昭和56年以来、32年ぶりとなる。衛星契約増加も2年連続で80万件を超えた。

■ 公平負担と営業経費抑制に向けた4つの営業改革

(1) 効率的な業務体制の構築

- 公開競争入札で契約収納業務を受託した法人による業務実施地域は、2月から1地区(16万世帯)を加え、25年度末で50地区(694万世帯)となっている。また、小規模な地域を担当するエリア型法人委託は、162社、236地区において業務を実施している。
- 法人が受託する地域の業績は、契約総数取次が目標に若干及ばなかったが、全体として概ね堅調であった。

(参考) 公開競争入札地域 目標達成状況
(単位: 万件)

区分	25年度		
	目標	実績	達成率
総数取次	24.8	22.7	91.4%
衛星取次	10.3	10.5	102.4%

(2) 民事手続きの強化

- ・25年度の支払督促申し立て実施件数は1,513件となった。18年度の申し立て開始以降の累計では、実施件数5,573件、そのうち解決済み（支払済・分割支払中等）は4,595件となっている。
- ・民事訴訟では、25年度末までの累計で107件（世帯に対して96件、事業所に対して11件）を提訴している。そのうち世帯は、77件が契約締結により解決し、7件がNHKの請求を認める判決となっている。事業所は、8件が契約締結による解決となっている。

(3) 契約・収納手法の開発

- ・「公共機関への調査等による住所変更等の届け出の省略」は、25年度の取次数は2万4,252件となり、調査を開始した24年10月からの累計は2万9,964件となっている。
- ・「書面による放送受信契約書の提出の省略」では、電話による受信確認メッセージの消去受け付けにおいて、衛星受信契約書の提出を省略している。25年度の取次数は2万360件となり、運用を開始した24年12月からの累計は2万1,981件となっている。

(4) 各種法人・団体等との連携

- ・NTTファイナンスが提供する「くらし快適サービス・NTTtabal まるごと決済」を利用して、受信料を電話料金等と一括して支払うことができる方法を25年10月から開始した。25年度末までに、申し込み受付数は4万4,295件となっている。
- ・「Yahoo!JAPAN」のホームページにある「Yahoo!公金支払い」から、クレジットカードやポイントを利用して受信料を支払うことが25年12月から可能となった。25年度末までに、584件の利用件数となっている。

■受信料制度の理解促進

★視聴者からの声への対応

- ・視聴者ふれあいセンターに寄せられた会長就任会見等へのご意見は、3月31日までで約3万7,000件だった。

★全国的キャンペーンの展開

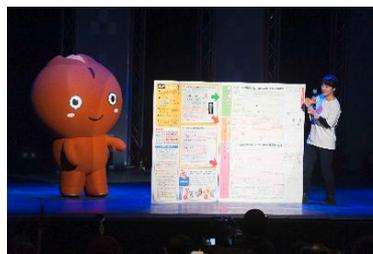
- ・25年度は、4月の世帯異動期にあわせ、インターネットでの住所変更を案内するキャンペーンを展開した。また、一年を通じて、ミニ番組「ここにNHK」を放送し、公共放送や受信料制度に対する理解促進キャンペーンを実施。

★全国の放送局での放送と連動した理解促進活動

- ・熊本局では、天草で開催されたサイクルマラソンをBS1の新番組「チャリダー」の取材に合わせて、番組のPRブースを展開。番組の周知とともに公共放送の理解促進活動を行った。
- ・沖縄局では、ダンスコンテスト「ダン☆バト」を開催し、観覧に来られた方々に、受信契約書の大型パネルを使って受信料制度についての説明を行った。
- ・仙台局、富山局では、入学する大学生の方々に受信契約の取次を行う大学生協の職員・スタッフの方々を放送局へ招き、スタジオや放送機器の見学会や受信料制度についての説明会を実施した。



新番組「チャリダー」の取材風景（熊本局）



イベント会場で受信契約書の説明（沖縄局）



大学生協の方々への説明会（富山局）

課題・今後の取り組み

4月からの消費税率改定に伴う受信料額の変更を丁寧に説明していく。26年度は、「3か年経営計画」の最終年度として、これまで2年間、全営業目標を達成してきたことを踏まえ、3か年計画の完遂を目指す。そのため、前倒しによる営業活動をさらに強化し、全組織を挙げた受信料制度への理解促進活動を引き続き展開していく。

3 「4つの重点目標」の達成状況

4. 「改革・活力」

③ 放送・サービスの質を向上させるため、活力ある職場づくりをすすめます

25年度の総括

公共放送を担う人材を確保するため、本部や地域で大規模な採用説明会を開催するとともに、マスコミ・ジャーナリスト志望者層の開拓を目的にした業務説明会も各地で積極的に開催した。職員の視野を広げ、スキルアップを促すため、海外派遣、国内派遣、異業種交流などに、合計78人を派遣した。

■公共放送を担う人材の確保と育成

- ・マスコミ・ジャーナリスト志望者層の開拓を目的とした業務説明会が定着しつつあり、定期採用試験の応募者総数は24年度を下回ったが、記者は同規模の応募者を確保できた。
- ・採用選考では、従来の面接にとどまらず、職種ごとに工夫を凝らした選考方法を採用入れたことで、面接だけでは表出しにくい人間性やリーダーシップなどを見いだすことができた。
- ・放送技術研究所職員による不正行為（架空工事発注）を踏まえ、再発防止策をまとめるとともに、全国の放送局で適正経理推進研修を実施した。

■士気の上昇と職場の活性化

- ・ワーク・ライフ・バランス推進施策の一つとして、25年10月から半年間、在宅勤務制度の試行を実施した。新たな勤務ルールや在宅勤務に対応したシステム環境の試行運用とともに、実施対象者および上司に対してアンケートを実施した。
- ・管理職登用資格試験を初めて実施した。試験結果は26年度の管理職登用に反映させる。
- ・海外発信力を強化するため、英語リポート研修に全国から幅広い職種の職員を参加させるなど充実を図った。
- ・25年度は、海外派遣、国内派遣、異業種交流研修に78名の職員を参加させた。新たに短期間の海外派遣や、地方での社会人向けのビジネス講座への派遣などを実施したことで、目標（50人）を上回った。

課題・今後の取り組み

公共放送を担う多様で意欲のある人材を確保するため、一層効果的な採用周知活動を検討、実施するとともに、選考プロセスについても、よりきめ細かな対応ができるよう検討していく。また、特定した地域で勤務する地域職員の採用にも取り組む。

ワーク・ライフ・バランスの推進に向け、26年度に在宅勤務制度の試行結果を検証し、導入の可否を判断する。



4

參考資料 各指標

国内放送

国際放送

【質的指標】

- ・10指標は、個々のチャンネルの質に対する視聴者のみなさまの評価。年4回、ネット調査を行い、結果を10点満点で、レーダーチャートで表示する。
- ・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している。

【量的指標】

- ・接触者率、世帯視聴率について、ビデオリサーチ（関東）のデータから当該四半期平均と前期のデータを表記している。

【質的指標】

- ・「海外での評価」は、毎月6本ペースで視聴して報告を求めている一般公募のモニター（世界40の国と地域で実施）の評価を四半期ごとに集計し、まとめたもの。

【量的指標】

- ・「海外での視聴可能世帯」は、NHKが受信環境整備のために契約している各国・地域の放送事業者を通じて、視聴可能な世帯を四半期ごとに集計したもの。

	国内放送	国際放送																																																			
質的指標	<p>10指標評価(10点満点)</p> <p>①丁寧取材制作 ②正確・迅速 ③新しい切り口 ④社会的課題 ⑤次世代の育成 ⑥生活に役立つ ⑦人生を豊かに ⑧くつろげる・リラックス ⑨わくわくドキドキ ⑩感動・心に残る</p> <p>出所:平成26年3月8-10日実施 インターネット調査</p> <p>中央審審の意見</p> <p>第4四半期については、「ドラマ」の量的指標が上がり、高い質が保たれていることに対して、引き続き維持してほしいという声があった。一方、経営14指標の「公平・公正」の期待度と実現度の差が広がったこと、総合テレビの「丁寧取材制作」「正確・迅速」「社会的課題」などの質的指標がやや下がっていることについて、その理由の分析を行い、NHKへの信頼を高めることが必要との意見が出された。また、このような指標による評価は重要であるので、調査項目を含め検討し、視聴者の期待を放送に反映させる取り組みを次期経営計画でも続けてほしいという意見があった。</p>	<p>海外での評価</p> <p><編集の基本方針として掲げた重点事項についての海外の番組モニター等の反響></p> <p>■「24時間英語ニュースの強化」</p> <p>・ソチ五輪の報道では、「欧州で関心の高いスキージャンプを厚く伝えたことを評価したい。葛西選手は欧州で非常によく知られているので、彼の経歴や日本のスキージャンプの歴史も紹介してほしい」、中国の全人代で中国が発表した経済政策について、「香港と北京の専門家ゲストに招いて、経済成長率等を詳しく分析したことで内容の客観性が高まった」などの声が寄せられた。</p> <p>■「質のさらなる充実へ」</p> <p>・日本発のデザインを紹介する番組には、「ユネスコ無形文化遺産に登録された和食を、デザインの観点から取り上げたが、和食が味覚だけでなく五感すべてで楽しむ料理だと分かり、世界遺産に登録された理由を理解できた」などの反響があった。</p> <p>■「東日本大震災から復興して いく日本の姿を海外に発信」</p> <p>・大震災から3年のニュース番組について、「被災地の復興に懸命に取り組む人々の姿や政府主催の追悼式の模様が伝えられ感動した。事業再開をめざす人々にとって財政面でどんな困難があるか等の具体例や、統計データも示され、復興への厳しさを改めて感じた」との声が寄せられた。</p>																																																			
	量的指標	<p>接触者率(%) (個人)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>前四半期平均</th> <th>今四半期平均</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">週間リーチ【期間平均】</td> <td>総合</td> <td>68.6</td> <td>69.2</td> </tr> <tr> <td>Eテレ</td> <td>35.2</td> <td>38.0</td> </tr> <tr> <td>BS1</td> <td>14.3</td> <td>15.6</td> </tr> <tr> <td>BSP</td> <td>19.0</td> <td>19.4</td> </tr> </tbody> </table> <p>出所:ビデオリサーチ(関東PMデータ)</p> <p>世帯視聴率(%)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>総合</th> <th>Eテレ</th> <th>BS1</th> <th>BSP</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6:00~24:00</td> <td>7.0 (6.6)</td> <td>1.0 (0.9)</td> <td>0.5 (0.5)</td> <td>0.7 (0.6)</td> </tr> <tr> <td>6:00~10:00</td> <td>9.4 (9.4)</td> <td>1.6 (1.6)</td> <td>0.4 (0.4)</td> <td>0.9 (0.9)</td> </tr> <tr> <td>19:00~22:00 (ゴールデン)</td> <td>11.3 (10.4)</td> <td>0.7 (0.7)</td> <td>0.7 (0.6)</td> <td>0.9 (0.9)</td> </tr> <tr> <td>19:00~23:00 (プライム)</td> <td>10.0 (9.3)</td> <td>0.6 (0.6)</td> <td>0.7 (0.6)</td> <td>0.9 (0.9)</td> </tr> </tbody> </table> <p>出所:ビデオリサーチ(関東世帯データ)</p>		前四半期平均	今四半期平均	週間リーチ【期間平均】	総合	68.6	69.2	Eテレ	35.2	38.0	BS1	14.3	15.6	BSP	19.0	19.4		総合	Eテレ	BS1	BSP	6:00~24:00	7.0 (6.6)	1.0 (0.9)	0.5 (0.5)	0.7 (0.6)	6:00~10:00	9.4 (9.4)	1.6 (1.6)	0.4 (0.4)	0.9 (0.9)	19:00~22:00 (ゴールデン)	11.3 (10.4)	0.7 (0.7)	0.7 (0.6)	0.9 (0.9)	19:00~23:00 (プライム)	10.0 (9.3)	0.6 (0.6)	0.7 (0.6)	0.9 (0.9)	<p>海外での視聴可能世帯</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>地域</th> <th>世帯数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>アジア・太平洋</td> <td>2,549万</td> </tr> <tr> <td>欧州・中東・アフリカ</td> <td>1億4,937万</td> </tr> <tr> <td>南北アメリカ</td> <td>1億0,256万</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>2億7,742万</td> </tr> </tbody> </table> <p>※一部視聴可能を含む NHKワールド・オンラインアクセス数 3,024万ページビュー</p>	地域	世帯数	アジア・太平洋	2,549万	欧州・中東・アフリカ	1億4,937万	南北アメリカ	1億0,256万	合計
	前四半期平均	今四半期平均																																																			
週間リーチ【期間平均】	総合	68.6	69.2																																																		
	Eテレ	35.2	38.0																																																		
	BS1	14.3	15.6																																																		
	BSP	19.0	19.4																																																		
	総合	Eテレ	BS1	BSP																																																	
6:00~24:00	7.0 (6.6)	1.0 (0.9)	0.5 (0.5)	0.7 (0.6)																																																	
6:00~10:00	9.4 (9.4)	1.6 (1.6)	0.4 (0.4)	0.9 (0.9)																																																	
19:00~22:00 (ゴールデン)	11.3 (10.4)	0.7 (0.7)	0.7 (0.6)	0.9 (0.9)																																																	
19:00~23:00 (プライム)	10.0 (9.3)	0.6 (0.6)	0.7 (0.6)	0.9 (0.9)																																																	
地域	世帯数																																																				
アジア・太平洋	2,549万																																																				
欧州・中東・アフリカ	1億4,937万																																																				
南北アメリカ	1億0,256万																																																				
合計	2億7,742万																																																				
コストに対する効果	<p>計画額以下での実施 (第1,3四半期で報告)</p> <p>【参考】 第3四半期末進捗率 73.4%</p>	<p>VFM(目標1以上)</p> <p>【参考】 24年度 1.83</p>																																																			

※10指標評価の分母は各波、サービス月に1回でも接触した人。塗布部分は、質的指標で特に意識する領域。青丸は前期と比較し統計的に評価が高まった指標、赤丸は各波の中で統計的に評価が低くなった指標。括弧内は、前期の結果。指標によって報告タイミング(四半期、半期、年)は異なる。

技術・デジタル関係

視聴者関係等

【質的指標】

- デジタルサービスの満足度は、NHKが実施しているサービス（NHKデータ放送等）について、年4回ネット調査を行い、結果を10点満点で表記している。

【量的指標】

- デジタルサービスの接触についても、年4回ネット調査を行い、結果を%で表記している。

【質的指標】

- 公開番組・イベントに参加した視聴者の満足度等を測定する。

【量的指標】

- 受信料の支払率および収納率等により、受信料公平負担の進捗状況を測る。

$$VFM \text{ (Value for Money)} = \frac{\text{NHKが生み出した価値額(視聴者の支払意思額の合計)}}{\text{(コストに見合う成果)} \quad \text{NHKの事業支出額(決算)}}$$

※視聴者の支払意思額の合計 = 地上放送および衛星放送に対する支払意思額×契約数の合算
※世論調査により、年度ごとに公表

	技術・デジタル関係	視聴者関係等																						
質的指標	放送審の意見等 ■ 第144回放送技術審議会にて(1/27) ・放送現場だからこそ思いつくアイデアで、ローテクノロジーな開発も続けていただきたい。放送現場が自ら道具を作るという気概を感じた。 ・「何を見せたいか」、「何を見たいか」といった放送現場の声から開発した機器だからこそ、人々の共感や驚きにつながる番組制作ができると感じた。 ・研究レベルで使われるコンピュータービジョン向けライブラリー(OpenCV)を簡単にデバイスとつなげて開発を進めるなど、非常にレベルが高く、それを放送現場がワン・ストップで開発していることはNHK技術の強みだと感じた。 ・昨今、情報管理におけるセキュリティの重要性が増しており、「SDメモリーカードサイズの暗号化アダプタ」は興味深かった。セキュリティはPCがないと対策が難しく、このような技術を是非、広めていただきたい。 ・近年、ビックデータに関する研究への関心が高まっているが、分析結果の表現方法が難しい。「ビックデータの可視化」の展示の表現方法は参考にさせていただきたい。 等の声が寄せられた。	公開番組・イベントの参加者満足度 83.2% (83.9%) <目標80%> ・全国で73件の公開番組・イベント参加者を対象に「満足度」や「NHKへの理解度」などについてアンケートを実施した。 ・サンプル数としては、およそ3万2千人。 (下段「公開番組・イベントにおける理解促進度」も同一調査) ・「満足度」は、「今回のイベントに参加していかがでしたか」という設問に対し、「満足」「やや満足」という回答の割合。 ※括弧内は、前期の結果																						
	デジタルサービスの満足度(10点満点) <table border="1"> <thead> <tr> <th>デジタルサービス</th> <th>満足度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">NHKで放送されている番組をより楽しむための情報・サービス</td> <td>NHKデータ放送</td> <td>6.9(6.7)</td> </tr> <tr> <td>パソコン向けのNHKの情報・サービス</td> <td>6.4(6.4)</td> </tr> <tr> <td>携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス</td> <td>6.3(6.4)</td> </tr> <tr> <td>NHKネットラジオ</td> <td>6.7(6.6)</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">番組に関連せず、単独で楽しむことができるNHKの情報・サービス</td> <td>NHKデータ放送</td> <td>7.1(7.0)</td> </tr> <tr> <td>パソコン向けのNHKの情報・サービス</td> <td>6.4(6.4)</td> </tr> <tr> <td>携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス</td> <td>6.3(6.1)</td> </tr> <tr> <td>NHKオンデマンド</td> <td>6.3(6.4)</td> </tr> <tr> <td>NHKオンデマンド以外の動画配信・共有サービス</td> <td>6.5(6.4)</td> </tr> </tbody> </table> 出所：平成26年3月8-10日実施インターネット調査 (下段「デジタルサービスの接触率(%)」も同一調査)	デジタルサービス	満足度	NHKで放送されている番組をより楽しむための情報・サービス	NHKデータ放送	6.9(6.7)	パソコン向けのNHKの情報・サービス	6.4(6.4)	携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス	6.3(6.4)	NHKネットラジオ	6.7(6.6)	番組に関連せず、単独で楽しむことができるNHKの情報・サービス	NHKデータ放送	7.1(7.0)	パソコン向けのNHKの情報・サービス	6.4(6.4)	携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス	6.3(6.1)	NHKオンデマンド	6.3(6.4)	NHKオンデマンド以外の動画配信・共有サービス	6.5(6.4)	公開番組・イベントにおける理解促進度 73.2% (70.3%) ・「理解促進度」は、「今回のイベントに参加して、放送やイベントなどNHKの活動について理解が深まったか」という設問に対し、「以前より深まった」という回答の割合。 ※括弧内は、前期の結果
	デジタルサービス	満足度																						
NHKで放送されている番組をより楽しむための情報・サービス	NHKデータ放送	6.9(6.7)																						
	パソコン向けのNHKの情報・サービス	6.4(6.4)																						
	携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス	6.3(6.4)																						
	NHKネットラジオ	6.7(6.6)																						
番組に関連せず、単独で楽しむことができるNHKの情報・サービス	NHKデータ放送	7.1(7.0)																						
	パソコン向けのNHKの情報・サービス	6.4(6.4)																						
	携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス	6.3(6.1)																						
	NHKオンデマンド	6.3(6.4)																						
NHKオンデマンド以外の動画配信・共有サービス	6.5(6.4)																							
デジタルサービスの接触率(%) <table border="1"> <thead> <tr> <th>デジタルサービス</th> <th>接触率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">NHKで放送されている番組をより楽しむための情報・サービス</td> <td>NHKデータ放送</td> <td>12.5% (13.0%)</td> </tr> <tr> <td>パソコン向けのNHKの情報・サービス</td> <td>11.0% (10.1%)</td> </tr> <tr> <td>携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス</td> <td>5.8% (5.7%)</td> </tr> <tr> <td>NHKネットラジオ</td> <td>7.4% (6.2%)</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">番組に関連せず、単独で楽しむことができるNHKの情報・サービス</td> <td>NHKデータ放送</td> <td>16.3%(16.4%)</td> </tr> <tr> <td>パソコン向けのNHKの情報・サービス</td> <td>11.0%(10.6%)</td> </tr> <tr> <td>携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス</td> <td>6.5%(5.8%)</td> </tr> <tr> <td>NHKオンデマンド</td> <td>5.1%(4.7%)</td> </tr> <tr> <td>NHKオンデマンド以外の動画配信・共有サービス</td> <td>8.7%(7.9%)</td> </tr> </tbody> </table> NHKオンラインアクセス数(PCサイト) 12億100万ページビュー(15億2,400万ページビュー) *NHKオンラインサイトへのアクセス数を除く	デジタルサービス	接触率	NHKで放送されている番組をより楽しむための情報・サービス	NHKデータ放送	12.5% (13.0%)	パソコン向けのNHKの情報・サービス	11.0% (10.1%)	携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス	5.8% (5.7%)	NHKネットラジオ	7.4% (6.2%)	番組に関連せず、単独で楽しむことができるNHKの情報・サービス	NHKデータ放送	16.3%(16.4%)	パソコン向けのNHKの情報・サービス	11.0%(10.6%)	携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス	6.5%(5.8%)	NHKオンデマンド	5.1%(4.7%)	NHKオンデマンド以外の動画配信・共有サービス	8.7%(7.9%)	支払率 (速報) 74% 収納率 96% 受信料収入額 (速報) 6,345億円 (前年度比△42億円)	
デジタルサービス	接触率																							
NHKで放送されている番組をより楽しむための情報・サービス	NHKデータ放送	12.5% (13.0%)																						
	パソコン向けのNHKの情報・サービス	11.0% (10.1%)																						
	携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス	5.8% (5.7%)																						
	NHKネットラジオ	7.4% (6.2%)																						
番組に関連せず、単独で楽しむことができるNHKの情報・サービス	NHKデータ放送	16.3%(16.4%)																						
	パソコン向けのNHKの情報・サービス	11.0%(10.6%)																						
	携帯電話やスマートフォン向けの情報・サービス	6.5%(5.8%)																						
	NHKオンデマンド	5.1%(4.7%)																						
NHKオンデマンド以外の動画配信・共有サービス	8.7%(7.9%)																							

NHK