

2019年8月27日

2019年度 第1四半期業務報告

自 2019年 4月 1日
至 2019年 6月 30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「2019年度収支予算と事業計画」の進捗状況を報告するもので、金融商品取引法によって上場企業等に義務付けられている四半期財務報告とは異なります。

日本放送協会



目次

●	今期の概況	3
●	今期の取り組みから	9
●	経営計画の進捗などを測る経営 14 指標について	10
●	今期の状況（参考）	12
	放送・サービス（国内放送・インターネット）の状況	13
	受信契約の状況	16
	予算の執行状況	17

● 今期の概況

総括

経営計画2年目に入り、2020年に最高水準の放送・サービスを届けるため「大切なことを、より深く、より身近に」伝える“公共メディア”の実現に向けた取り組みを着実に進めている。

新元号の発表、天皇の退位と即位、トランプ米大統領訪日、G20大阪サミットなど、国内外が注目する大きな出来事が相次いだ。部局を越えた連携で体制を構築し、国際発信も含め、放送やインターネットを通じて正確・迅速で役に立つ情報を提供するとともに、特集番組などを制作し、視聴者の関心に応えた。

連続テレビ小説100作目となる「なつぞら」は、幅広い世代によく見られている。また、平日夜間の7時台と8時台の番組を入れ替えて編成した「サラメシ」「うたコン」などが前年同期の同時帯の視聴率を上回り、総合テレビの改定の成果が現れた。

インターネットの活用については、民放が参加するラジオのインターネット配信プラットフォーム「radiko」でのNHKのラジオ番組の同時配信を4月から正式サービスとして開始した。また、幼児・小学生向けの番組動画を視聴できるアプリ「NHKキッズ」をリリースした。「NHKニュース・防災」アプリでは、台風3号接近や電撃的な米朝首脳会談などで新規加入が急増した。NHKワールド JAPANのインターネットでの多言語発信は、トルコ語のニュース配信が始まり、日本語を含めて19言語となった。

NHKのテレビ放送のインターネットへの常時同時配信を認める改正放送法の国会審議で、NHKの考え方を説明し、5月29日に法案は可決・成立した。常時同時配信実施に向けて、国会での審議や附帯決議などで出された意見や指摘を真摯に受け止め、準備を本格的に進めていく。

グループ経営改革では、技術部門の子会社であるNHKメディアテクノロジーとNHKアイテックが合併し、4月1日からNHKテクノロジーズとして業務を開始した。

職員の逮捕や国際放送番組で出演者について事実と異なる内容を伝えるなどの不祥事が起きたことを受け、再発防止とコンプライアンスの徹底に全局で取り組んでいる。

【5つの重点方針の総括と今後の取り組み】

重点方針1. “公共メディア”への進化

- ・新元号の発表(4/1)や天皇の退位(4/30)・即位(5/1)について、特設ニュースや多彩な番組を放送し、新たな時代への移り変わりを多角的に伝えた。皇位継承を巡る課題を掘り下げたNHKスペシャル「日本人と天皇」(4/30)、平成最後の各地の表情を伝えた「ゆく時代くる時代」(4/30～5/1)など、NHKが保有する膨大なアーカイブスを活用しつつ、平成の時代を振り返る特集番組を放送し、視聴者の期待に応えた。また、全国の19施設でBS8Kの生中継の受信公開を実施した。
- ・天皇の退位・即位に伴う関連行事等については、海外の視聴者にも日本の皇室や元号について知ってもらうため、国際放送で儀式の中継や元号の役割の解説などを伝えた。また、中国語ネットチャンネルの「華語視界」でも同時通訳による配信を実施し、非常に多くの視聴者が訪問した。
- ・震度6強を記録した新潟・山形の地震(6/18)では、即座に特設ニュースを開始し津波注意報の発表などを迅速に伝えた。発災翌日に放送したクローズアップ現代+「緊急報告新潟震度6強～専門家がとらえたりスク～」では、液状化の実態や住民避難の課題を伝えた。
- ・日本で初めて開催されたG20大阪サミットでは、世界経済から環境問題まで幅広い議論を

特設ニュースなどでわかりやすく伝えた。サミットにあわせ、国際放送でも大阪をテーマにした関連番組を集中的に発信した。

- ・連続テレビ小説100作目となる「なつぞら」は、北海道十勝地方の自然や子役の演技などが評判を呼び、総合視聴率が前年同期比で上昇するなど、幅広い視聴者によく見られた。
- ・「チョコちゃんに叱られる！」の総合視聴率が昨年同期比からさらに上昇するなど、一層多くの視聴者を獲得したほか、放送文化基金賞のテレビエンターテインメント部門の最優秀賞を受賞した。
- ・ろうの子どもたちが学ぶ教室を見つめたE T V特集「静かで、にぎやかな世界～手話で生きる子どもたち～」が、ギャラクシー賞大賞と、放送文化基金賞テレビドキュメンタリー部門の奨励賞を受賞した。
- ・第45回放送文化基金賞ではこのほかにも、テレビドキュメンタリー部門で、昨年度放送したNHKスペシャル「消えた弁護士たち ～中国“法治”社会の現実～」が、テレビドラマ番組部門で「詐欺の子」がそれぞれ最優秀賞を受賞した。「消えた弁護士たち」は、第59回モンテカルロ・テレビ祭で審査員特別賞も受賞した。
- ・ペルーの世界遺産マチュピチュからの4K中継の特別番組(6/1・2)を、BS4KとBSプレミアムで同時放送した。
- ・NHKスペシャル「シリーズ 子どもの“声なき声”」(5/19・30)では、生放送と同時進行でネットトークライブとSNSのLINEで視聴者が直接参加する取り組みを行った。
- ・本格的な出水期に備えて、ポータルサイト「あなたの天気・防災」と「NHKニュース・防災」アプリに、国土交通省の河川監視カメラ2,500か所の画像を6月から新たに掲載した。
- ・NHKの常時同時配信を認めることやガバナンス強化などを盛り込んだ改正放送法が成立(5/29)したことを受けて、新たなインターネット実施基準の策定作業に入るなど、必要な対応を進めている。
- ・民放が参加するラジオのインターネット配信プラットフォーム「radiko」を通じたラジオ番組の同時配信を正式サービスとして4月から開始した。民放と連携しながらラジオへの接触を拡大する取り組みと位置付けている。
- ・民放連との共同ラジオキャンペーンの特別番組「今日は一日“民放ラジオ番組”三昧～#このラジオがヤバイ～」(5/6)をNHKのスタジオから6時間にわたって放送し、NHKと民放93局が同時生放送を行った。ツイート数は8万を超え、その6割を10代20代が占めるなど、若年層の接触の向上につながった。
- ・日本で暮らす外国人や訪日外国人への情報提供を強化するため、ラジオ第2放送でベトナム語とインドネシア語のニュースを新設し、多言語のニュース発信を充実させた。またトルコ語でのニュースのインターネット配信を開始し、ネットでの多言語発信は、日本語を含めて19言語となった。
- ・BS4KとBS8Kのデータサービスとして、4Kのネット配信による動画サービスを6月から開始した。

今後の取り組み

- ・インターネットでの常時同時配信の実施に向けて、改正放送法を踏まえた実施基準の策定やシステム、運用体制などの整備を加速させる。
- ・現役世代に対するリーチの拡大に取り組むなど、より多くの視聴者層に届けるための改善を進めていく。
- ・首都直下地震や南海トラフ地震を想定した災害体制整備に努め、引き続き、緊急報道に万全を期す。

重点方針 2. 多様な地域社会への貢献

- ・全国の放送局で、平日 18 時台のニュースや金曜夜間の地域番組の強化、域内やブロック間の連携に取り組んで地域放送サービスの充実を図り、視聴者ニーズに応えた。
- ・地震や大雨など全国で発生した災害報道では、特設ニュースで伝えたほか、L 字放送、ライフライン放送、ホームページなども活用し、情報をきめ細かく伝えた。特に、最大震度 6 強を記録した新潟・山形の地震（6/18）では、発災直後からヘリ中継や IP 中継で全国に向けて伝えるなど、ローカル情報発信を多面的に展開し県民の高い信頼に応えた。
- ・統一地方選の開票速報（4/7、4/21）では、それぞれの地域の情報をきめ細かく伝えるため、多くの放送局が独自に地域に向けた開票速報番組を放送するとともに、ネットの特設サイトを開設し、選挙関係ニュースや選挙戦リポートを伝えるなど、視聴者の関心に応えた。
- ・西日本豪雨から 1 年を迎え、広島局では地元民放と共同で被災地の現状や復興への動きを伝えた。岡山局では、地元自治体との共催イベントにより県民に災害への備えを呼び掛けるなど、地域と連携して防災、減災に向けた情報を発信した。
- ・「おしん」の BS プレミアムでの再放送を機に山形の魅力を発信するため、山形局では「おしんのふるさとやまがた 4 K 紀行」を平日 18 時台の 2 K ニュースで毎週放送した。ホームページで 3 分コンテンツ「おしんのふるさとをたずねて」を 6 言語で公開した。5 月には国際放送で放送し地域のインバウンド推進を応援した。
- ・地域改革の取り組みとして、昨年度のパイロット局の年間総括を行った。2 年目の目標として、放送系は地域サービスの充実を持続可能なものにし、放送だけでなく視聴者コミュニケーションなど地域社会への貢献をめざすことなどを掲げ、事務管理系は、業務フローを見直し、定型業務から、経営マネジメントなどの業務にシフトすることに継続して取り組むこととした。
- ・6 月 14 日から、札幌、仙台、名古屋、大阪、広島、松山、福岡の各放送局をそれぞれの地域の拠点放送局と位置づけてブロック経営を強化し、限りある経営資源を生かして地域に向けた放送・サービスをさらに充実させるよう取り組みを進めている。
- ・上期の地域指標調査を 5 月に実施した。速報版レポートを作成し、放送局や本部関連部局と 6 月末に共有した。経営指標・地域指標の評価は、前年同期と比べ、期待度と実現度の差が改善した。

今後の取り組み

- ・パイロット局の検証を踏まえ、地域放送局のマネジメントと事務部門の改革を進めていくため、改革ビジョンを策定する作業を開始する。
- ・地域放送局間のネットワークを活用した全国放送向け番組の開発に向け、本部の編成局や拠点放送局と検討を行い、来年度の改定を見据えた議論を進めていく。

重点方針 3. 未来へのチャレンジ

- ・「NHK 東京 2020 オリンピック・パラリンピック放送スペシャルナビゲーター」に嵐を起用することを発表した。嵐がメイン・パーソナリティを務める特集番組「2020 スタジアム」の 7 月、8 月の放送に向け、その制作を本格化させた。
- ・<NHK> 2020 応援ソング「パプリカ」は、動画再生が 1 億 5 千万回を突破（6/24 現在）。国内の上半期デジタルシングル（単曲）チャートで上位になるなど、国民的な盛り上がりを見せた。

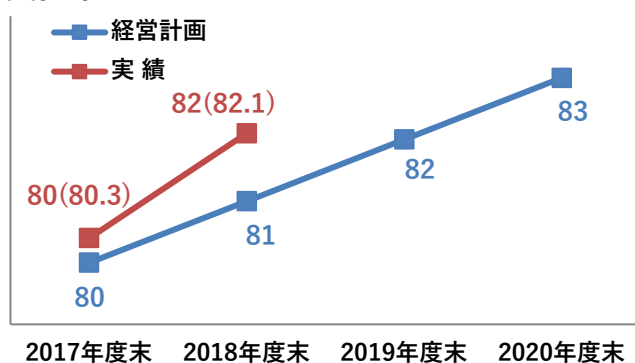
- ・障害のある人がスマートフォンなどを活用して、簡単な操作で応援に参加できるデジタルツール「CHEER PLAYER」を開発。「NHK 学生ロボコン 2019」(5/26) でトライアルを実施し、延べ 15.4 万回の応援投稿があった。
- ・英語によるテレビ国際放送のライブストリーミングに、自動翻訳機能を利用して 6 言語の字幕を付与する実験を 6 月 24 日から開始した。サービス利用者のアンケート結果では、9 割が好評意見となった。
- ・E テレの子ども向け番組を視聴できる「NHK キッズ」アプリを開発し、リリース (5/30) した。イベントや案内冊子の配布など P R 活動も展開し、開始 1 か月で 3 万以上のユーザーが利用している。
- ・東京都世田谷区で「みつかる E テレまつり×みらいのひみつきち」(6/1-2) を開催した。8 K や A R ・ V R などの新技術を使った親子向け体験コンテンツを開発し、4 万人を超える来場者を集めた。
- ・放送技術研究所で「技研公開 2019 ワクからはみ出せ、未来のメディア」(5/30-6/2) を開催した。3 D テレビや A R ・ V R 技術を活用した新たな視聴サービスを実現する技術や、A I を活用した字幕やスポーツ番組の制作支援技術、最新の放送技術を支える次世代デバイス技術などを展示した。開催期間中、約 2.1 万人が来場した。

今後の取り組み

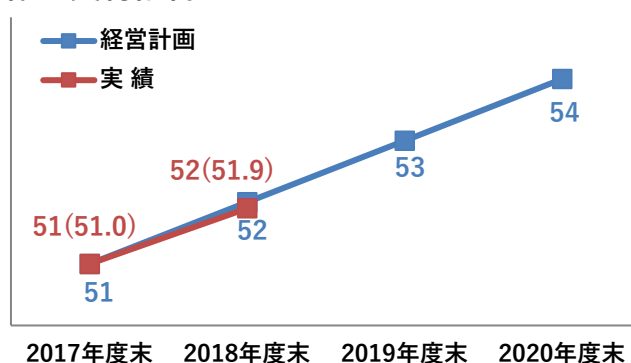
- ・障害の有無にかかわらず東京オリンピック・パラリンピックの参加感を高めるユニバーサルサービスに資する新技術の開発を進め、共生社会の実現に向けた番組の充実に加え、東京オリンピック・パラリンピックの機運を盛り上げていく。
- ・テレビ国際放送のライブストリーミングに多言語字幕を付与する実験を 9 月末まで実施し、対象番組の拡大や 24 時間化について検討を進める。
- ・「NHK キッズ」アプリを安心して多くの子どもたちに利用してもらえるよう、利用状況や意見をもとにブラッシュアップを図る。
- ・3 D テレビや働き方改革に資する A I 技術を活用した次世代の放送・サービスの実現に向けて、幅広い技術研究を推進するとともに、様々な機会を活用して、新たなサービスを視聴者に分かりやすく伝えていく。

重点方針 4. 視聴者理解・公平負担を推進

◆ 支払率



◆ 衛星契約割合



◆支払数増加

(万件)

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	3か年計
計画	24 ^{*1}	47	45	116
実績	25.8	12.6	-	-
達成率	107.5%	26.7%	-	-

(5月末実績)

◆衛星契約増加

(万件)

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	3か年計
計画	46 ^{*2}	58	57	161
実績	23.2	21.0	-	-
達成率	50.6%	36.1%	-	-

(6月末実績)

◆営業経費率

(%)

	2018 年度	2019 年度	2020 年度
計画	10.9	10.8	10.7
実績	12.2	11.3	-

(5月末実績)

*1 負担軽減策による減少見込みの23万件を反映

*2 負担軽減策による減少見込みの12万件を反映

- ・前年度と比較して、新規契約の自主的な申し出が減少したことなどにより、支払数増加（5月末）は、年間目標47万件に対して12.6万件、衛星契約増加（6月末）は年間目標58万件に対して21.0万件的増加となった。
- ・10月に予定している負担軽減策「設置月の無料化」について、4月に実施した視聴者からの意見募集の結果等を踏まえ、受信規約の一部変更について総務大臣に認可申請を行った。また、視聴者のみなさまとNHKをつなぐ広報番組「どーも、NHK」の中で、受信料制度について説明するとともに、3か年経営計画で掲げた4つの負担軽減策や10月から実施する受信料の値下げについて周知した。
- ・「チャレンジ80+（プラス）」活動では、新大学生・新社会人に対する受信料制度への理解促進を目的としたインターネットの特設サイト「イケメゾンへようこそ！」を制作。人気キャラクターの「チョコちゃん」を案内役としたPR活動を行ったところ、昨年の2倍の26万人の訪問者があった。

◆今後の取り組み

- ・「支払率」「衛星契約割合」の毎年度1ポイント向上に向け、「チャレンジ80+」活動を推進し、大都市圏での支払率向上や各地域の営業課題に全局体制で取り組んでいく。
- ・引き続き、受信料制度の理解促進に努めるとともに、10月に予定している負担軽減策「設置月の無料化」と受信料の値下げの円滑な実施に向けて、事前準備や周知活動を進めていく。

重点方針5. 創造と効率、信頼を追求

- ・経営計画の重点項目への資源投資の結果や、既存業務の見直しの視点で決算を分析し、次の予算・事業計画の策定に反映させる「予算・決算のPDCAサイクル」を確立するため、全部局長による2018年度の決算点検報告を受け、検証を行った。
- ・次期ERP（事務系基幹システム）の導入に向け、これまでの業務プロセスの分析に加え、周辺業務のペーパーレス化やリスク管理の高度化の視点で追加調査を実施、新たな業務フローを検討した。
- ・定型的な業務の効率化を目指すRPA（ロボットによる業務自動化）は、国際調達により開発業者と契約を結び、新たな推進体制を構築して、本格導入を開始した。
- ・4月に施行された改正労働基準法に対応するため、勤務管理のシステムを改修するとともに、指導・管理者研修において、職員・スタッフの適正な勤務管理の推進に向けた説明を実施した。
- ・6月の管理職異動により、2019年度の女性管理職割合は9.5%となった（2018年度8.7%）。
- ・2018年度の男性の育児休職取得率は11.7%に上昇した（2017年度7.7%）。
- ・2020年新卒採用では、丁寧な周知活動を重ね、多様な人材の確保に取り組んだ。また、「キャリア採用（NHK退職者）」を新設。常時同時配信や国際展開業務を推進する人材の

採用に努めた。

- ・「事務改革支援センター」を立ち上げ、事務部門の改革の推進やR P A開発、ビジネスデバイス（業務利用の携帯端末）の適正使用に向けた取り組みを開始した。
- ・グループ経営改革では、新規業務への効率的な対応やガバナンスの一層の強化などを目指して、NHKメディアテクノロジーとNHKアイテックが統合し、4月1日に新会社「NHKテクノロジーズ」が発足した。
- ・NHKエンタープライズとNHKプラネットの経営統合については、来年4月の新会社発足に向け、統合推進委員会を立ち上げ、具体的な検討に入った。

■ 今後の取り組み

- ・「働き方改革」「地域改革」「グループ経営改革」の3つの改革を一体として進め、2020年以降の放送・サービスのあり方も見据えながら、業務改革推進会議で議論を深め、“公共メディア”への進化を支える持続可能な業務体制の構築に向けた経営を進めていく。
- ・モバイルワークを推進する過程で明らかになった課題への対応として、働き方改革やリスク管理の視点から、業務に用いるスマートフォンやアプリなどビジネスデバイスの適正使用に関する部局横断のプロジェクトを新たに立ち上げて検討を進める。
- ・受信料の値下げを実施し、事業支出を適正な規模に管理しつつ、公共メディアとして期待される事業を適切に実施していくため、昨年度に引き続き、来年度の予算・事業計画、要員計画、組織改正の提案を一体で行う。業務の見直しと重要事項への重点配置など、限りある経営資源をより効率的、効果的に配分する取り組みを進化させる。

● 今期の取り組みから

「聖火リレートーチ展示」イベントを初めて開催

2019年6月23日（日）に福島県相馬市で行われた「公開復興サポート 明日へ in 相馬」（主催：NHK福島放送局・相馬市）会場で、NHKとして初めての聖火リレートーチの展示を実施した。

トーチの実物を手に持って写真撮影ができるブースを設置、1日で1,720人が来場した。この展示は、大会組織委員会の協力のもと「東京2020公認プログラム」として実施した。

オリンピック聖火リレーは2020年3月26日に福島県からスタートする。聖火リレートーチの素材の一部には、東日本大震災の仮設住宅に使われていたアルミ部材を再利用しており、47都道府県すべてを回る聖火リレーの放送やイベント展開を通じて、一歩ずつ復興に向けて進む被災地の姿を世界に伝え、東京2020を地域とともに盛り上げていく。



聖火リレー公式アンバサダーのサンドウィッチマンさんも来場

NHK・民放連の共同ラジオキャンペーンで放送局の垣根を越えた大型ラジオ特番を放送

NHKと民放連の共同ラジオキャンペーンの一環として、5月6日に特別番組「今日は一日“民放ラジオ番組”三昧～#このラジオがヤバイ～」を6時間にわたって放送した。NHKの特設スタジオに、NHKと民放の人気パーソナリティーが集結して、放送局の垣根を越えた一夜限りの放送を行った。同時生放送にはNHKと民放93局が参加し（参加した時間は、局によって最大6時間から最短で1時間）、番組に関するツイート数がトレンド1位を記録するなど話題を集め若年層の接触の向上に寄与したほか、民放各社との連携強化にもつながった。



24時台を担当したクリス・ペプラーさんと菅田将暉さん

連続テレビ小説100作目「なつぞら」、好スタート

放送開始から、北海道の雄大な風景や子役の芝居などが感動を呼んだ。主演・広瀬すずをはじめとする若手俳優の好演、歴代ヒロインの積極的起用も話題となって、幅広い層の支持を受け、総合視聴率平均は前年同期比（「半分、青い」）より上昇。SNSでの注目も高く、公式ツイッターのフォロワー数は21.7万と前年同期比1.5倍と、裾野が広い展開を見せている。



● 経営計画の進捗などを測る経営 14 指標について

NHK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、経営 14 指標について、半期ごと（7月・1月）に世論調査を実施します。

NHKはこの3か年経営計画で、5つの重点方針を掲げて取り組み、6つの「公共的価値」の実現を追求します。14の指標について、NHKに対する期待度と実現度を尋ね、計画の進捗を把握・評価します。みなさまからのNHKへの期待度を実現度をできるだけ近づけることをめざし、事業運営や業務改革を進めていきます。

6つの「公共的価値」



NHK経営計画 2018-2020

5つの重点方針

- “公共メディア”への進化
- 多様な地域社会への貢献
- 未来へのチャレンジ
- 視聴者理解・公平負担を推進
- 創造と効率、信頼を追求

経営 14 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 教育・福祉・
人によさしい放送 |
| 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 | | | |

指標

質・量両面の放送・ネットサービスの評価
海外における国際放送の評価、地域指標

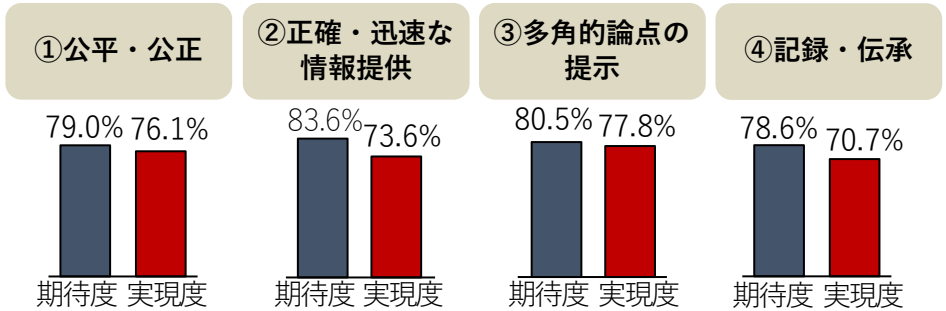
VFM「1以上」を確保、収支、支払率、衛星契約割合 等

経営 14 指標の世論調査結果（2019 年 1 月実施※）

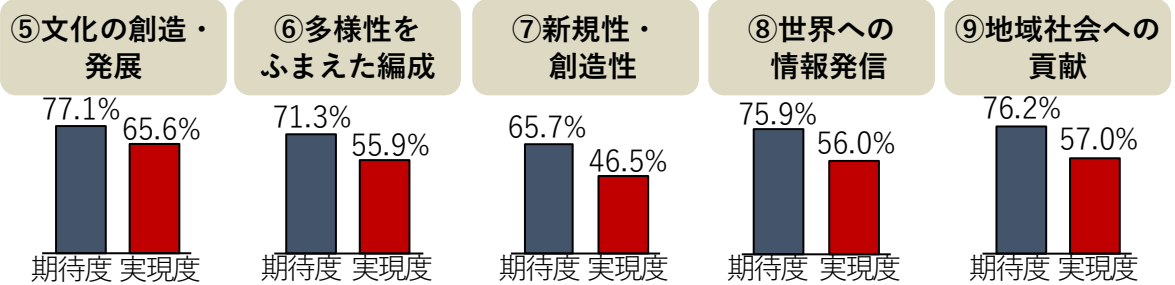
- ・ 今期は世論調査を行っていないため、参考として 2019 年 1 月の調査結果を掲載。
- ・ 次回の世論調査は 7 月に実施し、結果は第 2 四半期業務報告で公表する。

※ 全国の 16 歳以上の男女個人 3,600 人を対象に、1 月 11 日～2 月 3 日に世論調査を実施。世論調査は層化 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 1,880 件（有効回答率 52.2%）。

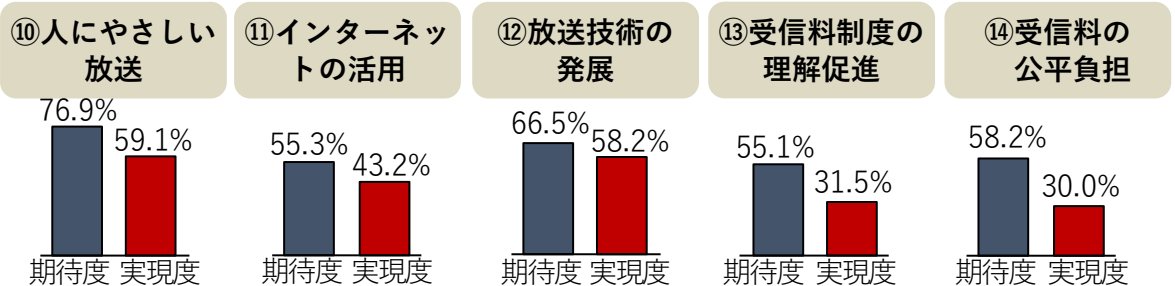
各指標の設問に対し、「期待している」と「どちらかという期待している」と回答した人の割合を「期待度」、「実現している」と「どちらかという実現している」と回答した人の割合を「実現度」とする。過去調査と比較し、期待・実現差が統計的に縮まったものを で示し、統計的に期待・実現差が広がったものを で示す。



差 （「期待度」と 「実現度」の差）	2019年1月	2.9	9.9	2.7	7.9
	2018年7月	0.3	9.0	2.4	7.7
	2018年1月	2.0	9.5	1.6	5.7



差	2019年1月	11.5	15.5	19.3	19.9	19.2
	2018年7月	9.8	16.0	20.2	18.5	17.6
	2018年1月	12.4	17.5	24.0	19.3	19.7



差	2019年1月	17.8	12.1	8.3	23.5	28.2
	2018年7月	18.0	10.5	10.5	22.6	26.6
	2018年1月	—※	10.8	11.2	23.4	28.3

※⑩については、現経営計画の方針に沿う等の理由から、設問を変更している。

VFM (Value for Money) の評価

2018 年度末 1.81

NHK が生み出した価値を測る VFM は、2018 年度末時点で 1.81 となった。引き続き効率的な事業運営に努め、1 以上を確保していく。

$$\text{VFM} = \frac{\text{NHKが生み出した価値額 (視聴者の支払意思額の合計)}}{\text{NHKの事業支出額(決算)}}$$

*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
(支払意思額とは「NHKの放送・サービスにこれくらいを支払ってもよい」と思う額)

今期の状況（参考）

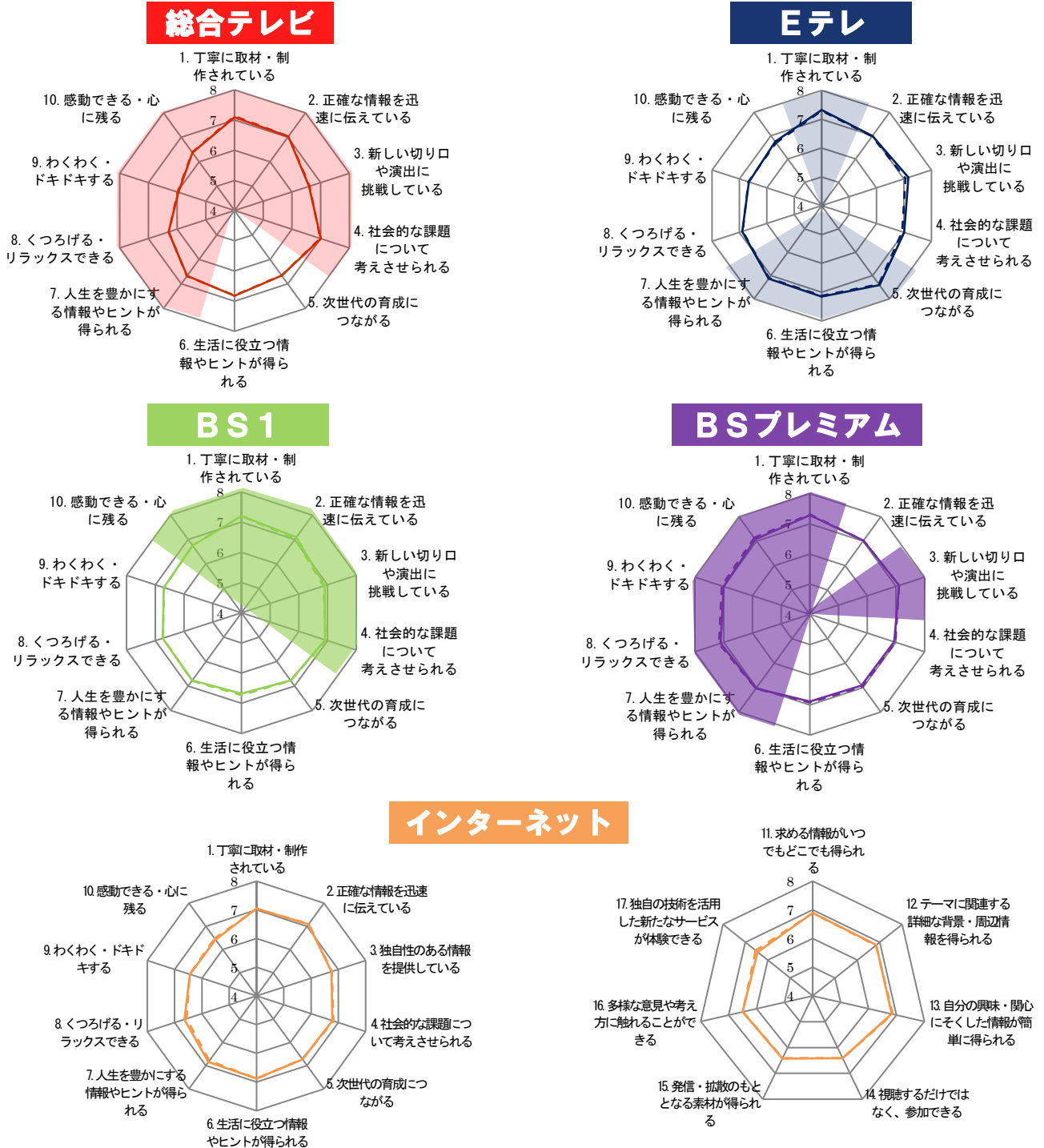
- 放送・サービス（国内放送・インターネット）の状況 13
- 受信契約の状況 16
- 予算の執行状況 17

放送・サービス（国内放送・インターネット）の状況

質的指標の評価（2019年6月にWeb調査を実施）※

・国内放送の質的指標は、いずれのチャンネルでも、経営指標との関係から見て有意に変動した項目はなかった。インターネットの質的指標についても、同様になかった。引き続き、評価の向上をめざしていく。

放送の10指標・インターネットサービスの17指標



（色を塗った部分は、特に意識する領域） --- 2019年3月 —— 2019年6月

※ 放送の10指標・インターネットサービスの17指標は、各チャンネルとインターネットの質に対する視聴者調査による評価。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。）母数は各チャンネル等に月に1回でもリアルタイムか、録画再生で接触した人（インターネットは、インターネットサービス利用者）。

出所) 2019年6月トータルリーチ調査（web調査 関東20-60代）

量的指標の評価

- ・世帯視聴率は前年同期、前期と比べて同程度を維持している。総合テレビとBS1の接触者率はFIFAワールドカップがあった前年同期に及ばず、EテレとBSプレミアムも低下した。
- ・インターネットサービスでは、「統一地方選挙」関連コンテンツなどへのアクセスが多く、前期と比べて訪問者数が増加した。

接触者率 (%) (個人)

	総合テレビ			Eテレ			BS1			BSプレミアム		
	前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期
リアルタイム	67.0	65.4	65.7	33.6	33.0	30.6	19.5	14.1	15.9	19.8	17.8	17.3
総合リーチ	69.4	67.6	68.5	37.6	36.8	34.1	19.9	14.7	16.6	22.8	21.1	20.7

「リアルタイム」は、5分以上の継続視聴での接触者率。「総合リーチ」は、「リアルタイム」あるいは放送から7日間以内での5分以上の継続再生による視聴での接触者率。 出所) ビデオリサーチ

世帯視聴率 (%)

		総合テレビ			Eテレ			BS1			BSプレミアム		
		前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期	前年同期	前期	今期
6:00 - 24:00	リアルタイム視聴率	5.9	6.4	6.2	1.0	0.9	0.9	0.8	0.4	0.6	0.8	0.7	0.7
	総合視聴率	6.1	6.7	6.4	1.1	1.0	1.0	0.8	0.4	0.6	0.9	0.8	0.9
6:00 - 10:00	リアルタイム視聴率	8.3	8.7	9.1	1.7	1.5	1.6	0.7	0.3	0.5	1.2	1.0	1.2
	総合視聴率	8.6	9.0	9.5	1.9	1.7	1.7	0.7	0.3	0.5	1.2	1.1	1.3
19:00 - 22:00	リアルタイム視聴率	9.7	10.3	10.1	0.7	0.6	0.6	0.8	0.5	0.7	1.1	0.9	0.9
	総合視聴率	10.3	10.9	10.6	0.8	0.7	0.8	0.9	0.5	0.7	1.4	1.1	1.2
19:00 - 23:00	リアルタイム視聴率	8.6	8.8	8.8	0.7	0.6	0.6	0.8	0.5	0.6	1.0	0.8	0.8
	総合視聴率	9.2	9.4	9.3	0.8	0.8	0.8	0.8	0.6	0.7	1.3	1.1	1.1

「総合視聴率」は、リアルタイムあるいはタイムシフトのいずれかでの視聴率。 出所) ビデオリサーチ

インターネット全体 (NHKオンライン) の量

接触者率	14.9% (16.0%)	訪問者数	15,379,566 (14,888,767)
------	------------------	------	----------------------------

「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 - JAPAN ONLINE を含む。

出所) 接触者率: 2019年6月 トータルリーチ調査 (web調査 20-60代 関東)、訪問者数: Adobe Analytics

(参考) その他サービス

放送同時配信の訪問者数計 (※)	2,818,797 (755,720)
放送関連リアルタイム配信の訪問者数計 (※)	11,339,539 (7,921,743)

※日別訪問者数の四半期合計

「放送同時配信」は、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。「放送関連リアルタイム配信」は、放送番組に関連する映像や音声等を、放送とは別に、リアルタイムでインターネットで配信するもの。() は、前期の結果。

出所) 接触者率: 2019年6月 トータルリーチ調査 (web調査 20-60代 関東)、訪問者数: Adobe Analytics

	接触者率	訪問者数
らじる★らじる	7.8% (一※1)	941,719 (900,045)
NHK WORLD - JAPAN ONLINE		760,404 (1,287,966)
NHKオンデマンド	接触者率	登録会員数 (※2)
	6.6% (7.2%)	約 254 万人

※1「らじる★らじる」の接触方法の設定を変更

※2 外部提供事業者を除く6月末会員数

中央番組審議会の意見

総合テレビは多くの視聴者が接する波として「9. わくわく・ドキドキする」の指標を高めるよう中長期的な目標とし努力してもらいたいとの意見が出された。また、インターネットサービスについて、「FIFAワールドカップ」があった昨年の同時期や前期と比較すると、大きなイベントがなかったために今期は滞在時間が減少しているが、平常時でも滞在時間を増やしていくコンテンツの充実を図ってもらいたいとの意見が出された。

受信契約の状況

- ・受信料収入は、前年度と比べて25億円増収の1,794億円となった。契約総数増加は、年間目標43万件に対して15.4万件の増加で、進捗率35.7%、衛星契約増加は、年間目標58万件に対して21.0万件の増加で、進捗率36.1%となった。
- ・3か年経営計画で掲げた4つの負担軽減策については、4月より「多数支払いにおける割引」を開始。現在、10月に予定している「設置月の無料化」と受信料の値下げに向けた準備を進めている。
- ・「チャレンジ80+（プラス）」活動の一環として、春に新生活を始めた大学生や社会人の方を対象としたフレッシューズキャンペーンを実施するとともに、クイズバラエティー番組と連動した営業活動を展開し、受信料制度への理解促進を図った。引き続き、NHKが追求する公共的価値を高めて視聴者の理解促進を図るとともに支払率の向上を目指していく。

受信契約の状況（6月末）

（単位 万件）

契約増加件数	2018年度			2019年度			現在数
	年間目標	累計実績	進捗率	年間目標	累計実績	進捗率	
契約総数	20 ^{*1}	29.8	149.0%	43	15.4	35.7%	4,184
衛星契約 [*]	46 ^{*2}	23.2	50.6%	58	21.0	36.1%	2,183

※ 衛星契約とは衛星系および地上系によるテレビジョン放送の受信についての放送受信契約

未収削減 (5月末値)	△4	△2.5	62.5%	△4	△0.2	3.6%	76
----------------	----	------	-------	----	------	------	----

*1 負担軽減策による減少見込みの23万件を反映

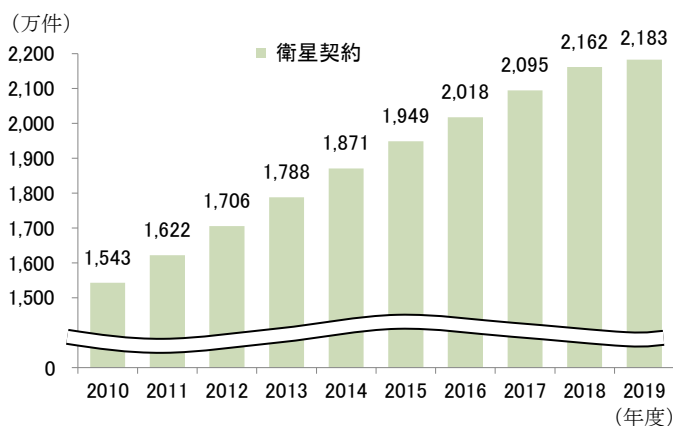
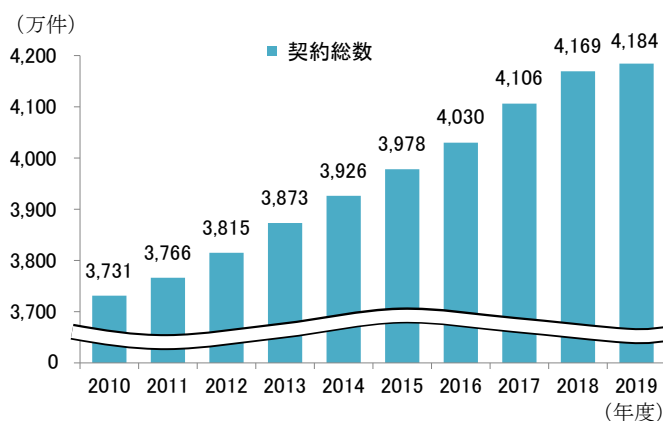
*2 負担軽減策による減少見込みの12万件を反映

支払率・衛星契約割合

支払率 [*]			衛星契約割合		
前年度末	6月末	年度内増減	前年度末	6月末	年度内増減
82.1%	---	---	51.9%	52.2%	+0.3

※支払率は半期ごとに集計するため、第2四半期で報告

契約数の推移



予算の執行状況

一般勘定の状況

〔6月末標準進捗率 25.0%〕

予算との比較

(単位 億円)

区 分	予算額	6月末 実績額	予算残額	進捗率
事業収入	7,247	1,881	5,366	26.0%
受信料	7,032	1,794	5,237	25.5%
交付金収入	37	9	28	24.4%
副次収入	69	14	54	21.4%
財務収入	54	51	3	93.5%
雑収入	22	12	10	54.1%
特別収入	32	0.02	32	0.1%
事業支出	7,277	1,731	5,546	23.8%
国内放送費	3,523	819	2,704	23.3%
国際放送費	265	62	202	23.7%
契約収納費	636	160	475	25.3%
調査研究費	91	15	76	16.7%
給与	1,154	282	872	24.4%
退職手当・厚生費	489	125	364	25.6%
共通管理費等	232	51	180	22.2%
減価償却費	846	211	634	25.0%
特別支出	18	2	16	11.8%
予備費	20	-	20	0.0%
事業収支差金	△ 30	150	△ 180	-

事業収入は1,881億円（進捗率26.0%）で、財務収入における配当金の受け入れや、受信料収入や雑収入（前々年度以前受信料の回収等）の進捗が進んだこと等により、全体としては標準を上回る進捗率となった。事業支出は1,731億円（進捗率23.8%）で、効率的な事業運営により、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150億円の黒字となった。

◀ 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、標準をやや上回る進捗率となった。
- 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が進んだこと等により、標準進捗率を上回った。
- ◇国内放送費は、統一地方選挙放送の実施による支出等があったものの、全体としては標準進捗率を下回った。今後、参議院議員選挙やラグビーW杯2019日本大会の放送実施等による支出増が見込まれる。
- ◇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。

前年同月との比較

(単位 億円)

区 分	前年同月末 実績額	6月末 実績額	増減額	増減率
事業収入	1,842	1,881	39	2.1%
受信料	1,768	1,794	25	1.5%
交付金収入	8	9	0.2	3.1%
副次収入	16	14	△ 2	△12.4%
財務収入	30	51	20	67.8%
雑収入	17	12	△ 4	△28.7%
特別収入	0.2	0.02	△ 0.2	△92.1%
事業支出	1,691	1,731	39	2.3%
国内放送費	789	819	30	3.8%
国際放送費	60	62	2	4.0%
契約収納費	175	160	△ 14	△8.4%
調査研究費	15	15	△ 0.4	△2.9%
給与	276	282	5	2.1%
退職手当・厚生費	121	125	3	2.8%
共通管理費等	49	51	2	4.2%
減価償却費	200	211	10	5.4%
特別支出	2	2	△ 0.2	△9.0%
事業収支差金	150	150	0.1	-

◀ 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。
- 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。
- 雑収入は、前々年度以前受信料の回収額の減等により、前年同月を下回った。
- ◇国内放送費は、統一地方選挙の放送実施経費の支出等により、前年同月を上回った。
- ◇契約収納費は、地域スタッフ手数料の減や法人委託手数料の減等により、前年同月を下回った。

受信料の状況

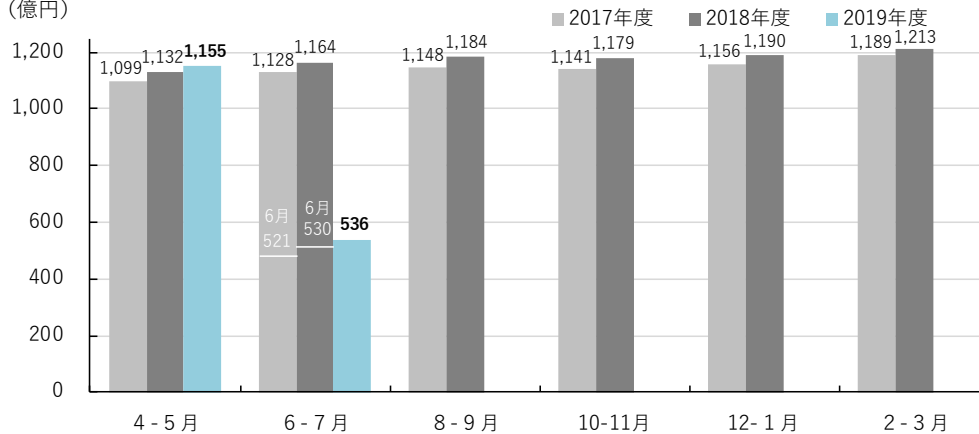
(単位 億円)

区 分	2018年度 6月末	2019年度 6月末	増減額
受 信 料	1,768	1,794	25
受信料収納額	1,663	1,692	29
回収予定額	105	101	△3

受信料は、受信契約件数の増加により前年同月に比べ25億円増加した。

(受信料収納額の期別推移)

(億円)



放送番組等有料配信業務勘定の状況

〔6月末標準進捗率 25.0%〕

※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5.9億円で、視聴料収入の増等により、標準進捗率を上回った。事業支出は4.6億円で、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1.3億円の黒字となった。

(単位 億円)

区 分	予算額	6月末 実績額	予算残額	進捗率	前年同月末 実績額	増減額
事業収入	21.7	5.9	15.7	27.4%	5.2	0.7
うち視聴料収入	20.7	5.5	15.1	26.6%	5.0	0.4
うち事業者提供料収入	1.0	0.4	0.5	44.1%	0.1	0.2
事業支出	21.6	4.6	17.0	21.3%	4.6	△0.01
事業収支差金	0.1	1.3	△1.2	-	0.5	0.7

受託業務等勘定の状況

〔6月末標準進捗率 25.0%〕

※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ホールやNHK大阪ホールの利用料収入等で、3.3億円となった。

(単位 億円)

区 分	予算額	6月末 実績額	予算残額	進捗率	前年同月末 実績額	増減額
事業収入	13.2	3.3	9.8	25.5%	3.7	△0.3
事業支出	11.1	2.8	8.2	25.7%	2.6	0.1
事業収支差金	2.1	0.5	1.6	-	1.0	△0.5

NHK