

放送を巡る諸課題に関する検討会 第9回
追加ヒアリング ご説明資料

平成28年6月24日
日本放送協会

受信料の支払いを考えると、視聴者一人一人が持つ番組への主観的な価値と、コストである受信料の比較は重要。それに基づくVFMの推計はありがたいが、総額を比較して、1より大きい小さいかはあまり意味をなさない。支払意思額の分布が一番大事。分布がわかれば、ある料金水準で、どのくらいの人たちが支払うか類推できる。そういった推計(支払意思額の分布図、推定方法、サンプル調査内容)について、もう少し細かく公開することは可能か。

- NHKでは、コストに見合う成果の指標として、「NHKの放送・サービスにこれくらいの額を支払ってもよい」という支払意思額についての世論調査を実施し、そこからNHKが生み出した価値を推計のうえ、かかった費用と比較して、VFMを算出しています。
費用以上の価値を生み出していること(ゆえに1以上)を、まずもって目標としています。

- 最新の平成27年1月実施分における調査概要および支払意思額の分布は、次のとおりとなっています。

<調査概要>

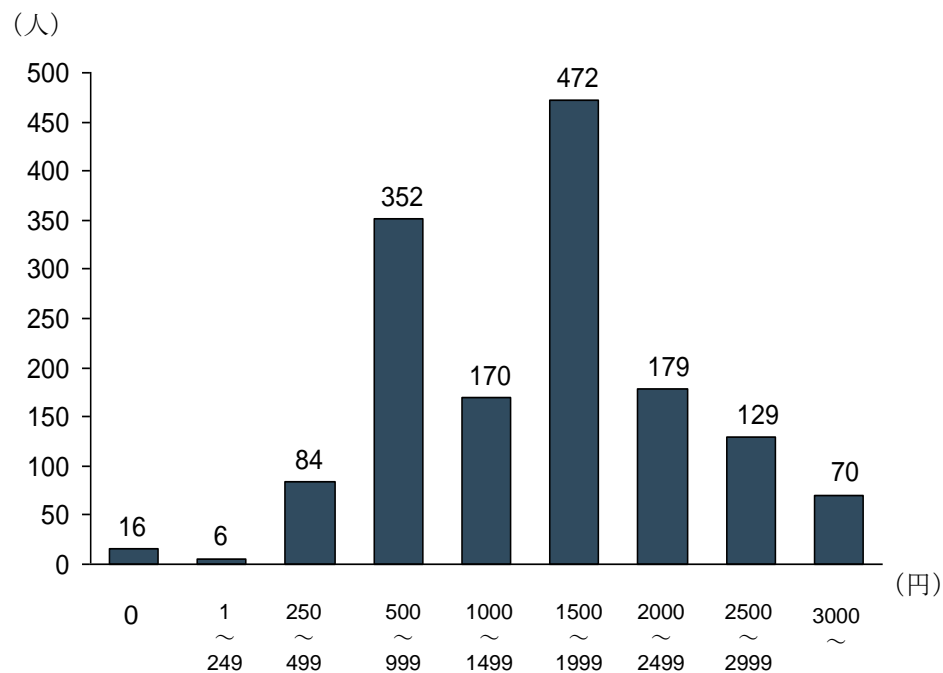
- 調査地域・対象: 全国の16歳以上の男女個人
- 標本数: 3,600人
- 抽出方法: 層化2段無作為抽出法(住民基本台帳を活用)
- 調査方法: 面接法および訪問留置法

<調査方法>

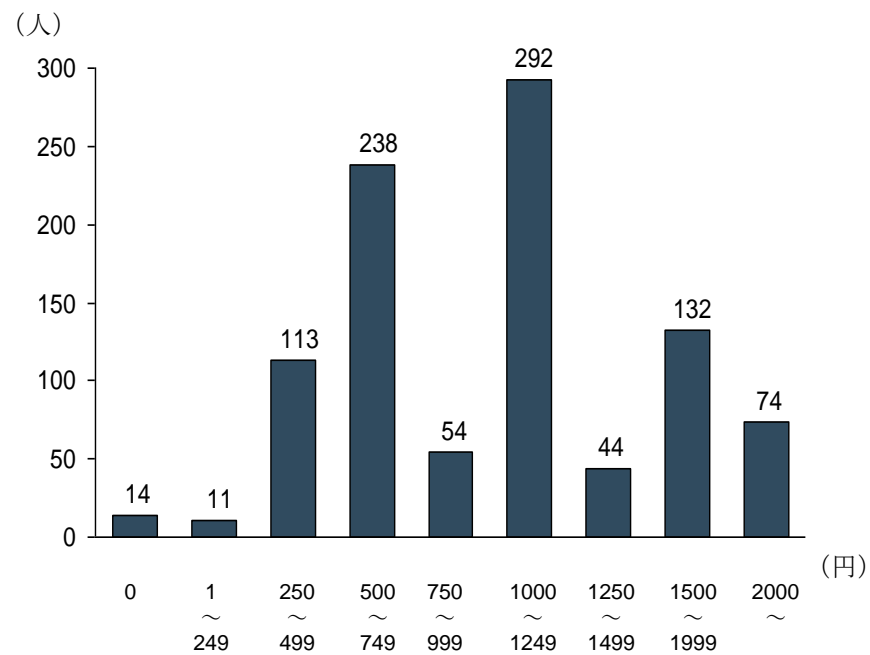
- CVM(仮想市場法)調査において一般的な方法とされる3段階2項選択方式により実施しています。具体的には、まず一定の金額を示し、それに対する回答によってさらに高いあるいは低い金額を示します。これを繰り返して回答していただくことで、回答者の意思に近い額を把握するように設計しています。
- これによって得られた次ページの回答者分布結果に基づき、第三者の専門家の監修のもと、学術的に確立された計量経済学的手法(ロジスティック分布を仮定した推定モデル)を用い、支払意思額を推定しています。

<回答者分布>

地上放送に関する支払意思額の回答者分布



衛星放送に関する支払意思額の回答者分布



新技術を活用した放送の展開に向けた研究開発、編集権や番組制作というものがしっかりある放送の利点を活かした情報発信を可能とする技術開発が重要。

- 経営計画に沿って、2020年に世界最高水準の放送・サービスを実現するため、スーパーハイビジョンやインターネットの活用など、新たな価値を提供できる技術およびサービスの研究開発に取り組んでいます。
- 今年の8月1日からは、衛星放送による4K・8Kスーパーハイビジョンの試験放送を開始し、伝送路のテストを行うとともに、メーカーが開発を進めているBSの4K・8K対応テレビにむけて試験電波を提供していきます。
- 放送技術研究所では、スポーツ中継等のサービス向上を図るために競技中の選手の動きなどの情報をインターネットにより配信し番組と同期して表示する技術や、立体テレビの実用化をめざして解像度や視域を向上させる技術、感度向上をめざすイメージセンサーなど新機能デバイスの研究にも取り組んでいます。
- また、高齢者や障害者なども、放送・サービスを楽しむことができる「人にやさしい」技術の開発を推進し、字幕放送の拡充などに結び付けています。放送のさらなるバリアフリー化をめざして、気象電文の情報を用いて手話CGを自動で生成する技術や、視覚に障害のある方にも放送を楽しんでいただくために、立体形状を伝える触覚提示技術の開発も進めています。
- 公共放送NHKが「情報の社会的基盤」の役割を果たしていくために、将来の放送・サービスを創造するための基盤技術の研究にも取り組むなど、技術面で先導的な役割を果たしていきます。

ネット活用について、具体的な課題を提示すべきであろう。単に前向きに検討しているというだけでは、民放事業者等との協力や公正競争の確保の仕組みを論じることは難しい。NHKとしてどう考えているのかを示すべきではないか。

- NHKでは、2015年度からの6か年にわたる「NHKビジョン」において、東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年に向けて、最高水準の放送・サービスを視聴者のみなさまにお届けしたいという考えを表明しました。

これまでも要望してきましたが、改めて、テレビ放送の定常的な同時配信（常時同時配信）を可能とする制度整備についても検討をお願いしたいと考えています。

- 昨年度に実施した配信実験「試験的提供B」では、1日最大16時間を目途に総合テレビの番組の配信を計画しましたが、権利者との関係などから、対象時間の22%は配信を見送る結果となりました。

今後、常時同時配信を具体化していくに際しては、この問題をどのように取り扱うかという点も検討課題のひとつになるものと考えます。

参照

第7回提出資料 16ページ

第8回提出資料 23ページ

1. - ④

地域性の確保については、NHKの地方局の活性化のみならず、民放の地方放送会社各社との連携・協力が不可欠なのではないか。

1. - ⑧

NHKが自局製作番組に限らず、他局等と連携して、他局の番組の伝送についても担うことを考えているか。特に地域情報の伝送について、地域の放送局にとって負担の大きい伝送が公共放送機関によって担われれば、地域の放送局はより番組製作にリソースを割くことができると考えられるかどうか。

○ 現行の制度と運用の下、NHKと民放事業者は、各々が独立した免許主体であって、固有の責任と権限のもとで放送を実施しています。

それぞれの独立性を保ちつつ連携・協力している例として、次のようなものがあります。

- ・ 家庭に電波を届ける送信設備について、NHKと民放が共同で施設を建設し、運用しているものがあり、地上デジタルテレビ放送所の7割程度において、何らかの設備が民放と共同建設されたものとなっています。鉄塔、空中線などを共同で建設することで、NHK、民放双方に経費節減のメリットがあり、また、同一送信場所とすることで視聴者の利便性も図られます。
- ・ 非常災害時には、民放FM局(コミュニティFMを含む。)に対してニュース情報の無償提供を行っています。提供先の民放局とは、放送の中でNHKの情報であることを明示することなどを条件とする覚書を交わしています(5月現在で50局と覚書を締結)。
- ・ テレビ国際放送においては、地方民放が制作・放送されたドキュメンタリー番組を年間3~4本程度提供を受け、NHKで英語化して海外に放送しています。
- ・ ラジオ放送の発信強化と若者への浸透を目的に、平成23年度から各地で「NHK・民放連共同ラジオキャンペーン」を行っており、特別番組の放送やイベントを実施しています。

ローカル情報の発信をどのようにして確保するのかについて、具体的な案を示してほしい。特にローカル情報というと地域向けという発想が見られがちであるが、ローカル情報の全国向け、さらには、国際を睨んだ発信もあってよいのではないか。

- NHKは、全国に53の地域放送局を設けて全職員の半数以上を配置し、視聴者に最も身近な放送局として、ローカル情報の発信に積極的に取り組んでいます。
- 地域の情報発信についてはご指摘のとおりで、NHKとしても、28年度の国内放送番組編集の基本計画で「NHKの全国の放送局は…地域の情報を全国、そして世界へ積極的に発信していきます」としており、当該地域に向けた情報発信にとどまらず、全国・世界に向けた取り組みも行っています。
- 地域の情報の全国向けの発信については、「ドキュメント72時間」「東北発☆未来塾」「BS列島ニュース」など、全国放送の様々な番組や、ニュースで積極的にお伝えしています。
- 英語によるテレビ国際放送「NHKワールドTV」でも、さまざまな番組で地域からの情報発信に積極的に取り組んでいます。
- 今後とも、地域から全国、世界に向けた発信に力を入れて取り組んでいきます。

参照

第7回提出資料 6、8ページ
第8回提出資料 22ページ

伝送部門の経費については、NHK本体の経費の他に、アイテック、メディアテクノロジーなど、伝送業務を主として行う関連子会社の経費内訳について示して欲しい。

- 伝送部門の経費については、平成18年6月の「通信・放送の在り方に関する政府与党合意」において、「伝送部門において、会計の峻別等を行う」とされたことを受けて、毎年度の予算・事業計画の説明資料の中でお示ししているものです。

参照 第8回提出資料 18ページ

- この伝送部門経費は、放送番組を放送局から視聴者に届けるまでの経費であり、国内放送および国際放送関係の放送所施設・共同受信施設・衛星放送施設の維持運用費、これらの施設に関わる減価償却費・諸税公課のほか、放送番組を放送所に送る回線料、伝送に関わる人件費、電波利用料から構成されています。
- NHKアイテックには送受信施設の保守業務を委託しており、これは、公表している費用の区分のうち「物件費」として計上しています(28年度予算 保守業務委託費 27億円)。
その他、放送所設備の補修および建設工事などの一般工事については、NHKアイテックを含む一般業者から競争契約を原則に業者選定し、発注しています。
(なお、NHKメディアテクノロジーは、伝送業務を実施していません。)

インターネットの本格活用を考えた場合、NHKの現時点の組織で十分なのかを検討すべきではないか。分社化などをして、人材の確保・登用を考えたり、ハード・ソフトの分離を図るなどをすべきではないのか。

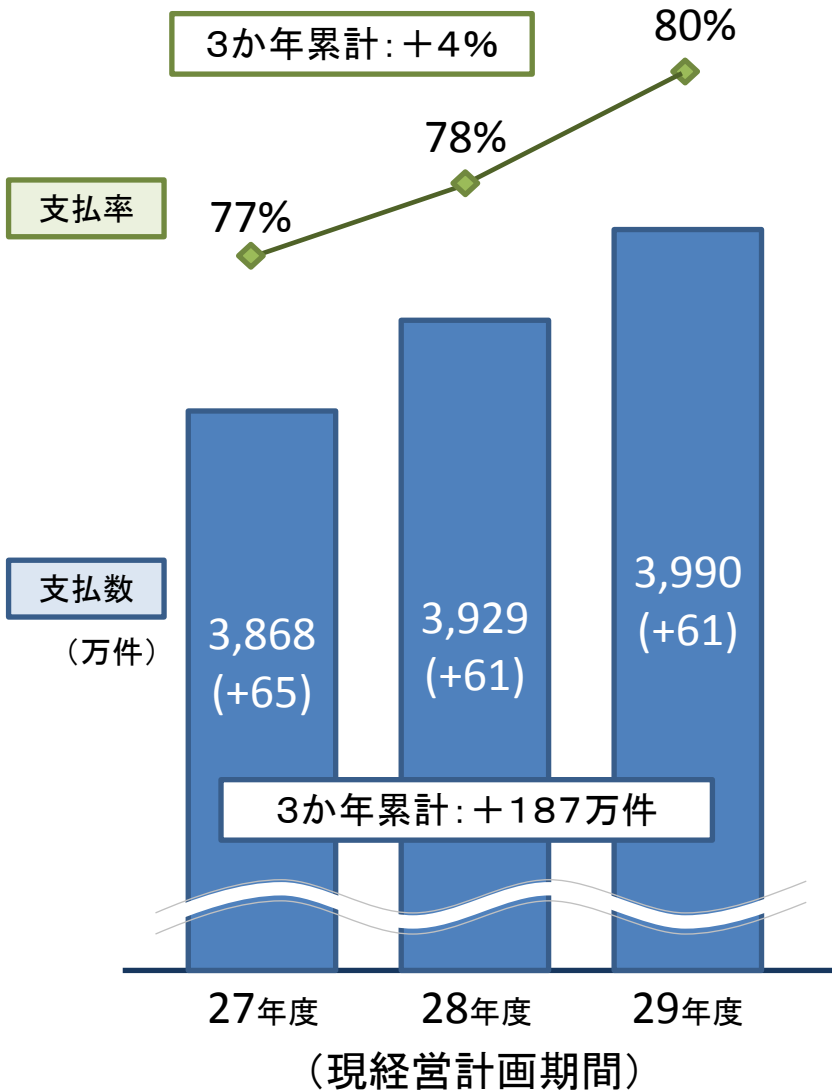
- 現在のNHKのインターネット活用業務は、「放送の補完」という位置づけであることから、基本的に、放送コンテンツにかかわる業務に携わる者がそれと兼務する形で実施しています。
- 今後メディア環境のさらなる変化が進み、仮にNHKにおけるインターネット業務の位置づけが変わることになれば、ご指摘の視点も踏まえて、適切な業務実施体制を検討・構築していきたいと考えます。

2. ①

NHK受信料支払い率が80%程度に留まっている現状は満足できるものではない。公平負担という観点からは、限りなく100%を目指すべきではないか。そのための戦略を示すことが必要である。まずは、2020年までにどのような戦略・戦術を採ろうとしているのかを示すべきである。

○ 11～14ページをご参照ください。

今後の支払率の向上について



支払率の向上に向けて

- 外部法人への委託の更なる推進 (27年度末47%からの向上)
- 他企業との連携の一層の強化
- 公的情報の活用推進(研究) 等

30年度以降も着実に支払率の向上を図る

契約収納活動における困難性

点検・把握活動

把握の困難性

1軒1軒訪問して受信契約のない家屋を把握することが必要

訪問件数(年間)
約1.1億回

面接活動

面接の困難性

契約勧奨のために訪問しても、面接することが困難

面接数(年間)
約2,100万
(対訪問19%)

受信機設置確認

確認の困難性

視聴者の申告に基づくテレビ設置確認となり、確実な設置把握が困難

契約勧奨活動

説得の困難性

説明を尽くしても、未視聴等を理由に受信契約締結に応諾いただけない場合がある

契約取次数(年間)
約300万件
(対訪問3%)

- 年間世帯移動数は、約230万件(同一市区町村内移動を含まず)があると推計*1される。それに対して、自主申出や活用可能な公的情報は限定的であり、訪問して把握する対象が多数存在

*1 住民基本台帳人口移動報告(総務省)、平成27年国勢調査速報(総務省)より推計

- 全世帯における単身世帯は約33%*2、共同住宅におけるオートロックマンションは約32%*3となっており、訪問による面接の困難性も向上

*2 平成22年国勢調査(総務省) *3 平成25年住宅・土地統計調査(総務省)

- NHKにおいて設置を確認(立証)する手段は限定的であり、設置の申告がない限り、契約対象として確定することが困難

契約収納活動の環境等が大きく変化しなければ、支払率の飛躍的な向上は困難

契約収納活動における困難性の軽減について(諸外国事例)

諸外国においては、住民登録情報、公益企業や有料放送事業者の情報等を活用したり、受信機を未設置の場合は申告する制度等により、活動の困難性を軽減させ、高い支払率を確保している。

	イギリス	フランス	ドイツ	イタリア	韓国
支払率*1	95%	99.99%	96.6%	約72%	100%
居住情報等の活用	・郵便局住所ファイルの活用	・住居税の住所ファイルの活用 ・有料放送事業者は求められた場合、加入者情報を提供 等	・住民票登録データの活用	・納税記録、住民登録、電気供給契約者等のデータの活用 (2016年1月より)	・電力公社のデータベースの活用
受信機未設置の申告*2	なし	申告がない場合は設置と推定	〔受信機設置は関係なし〕	申告がない場合は設置と推定	なし

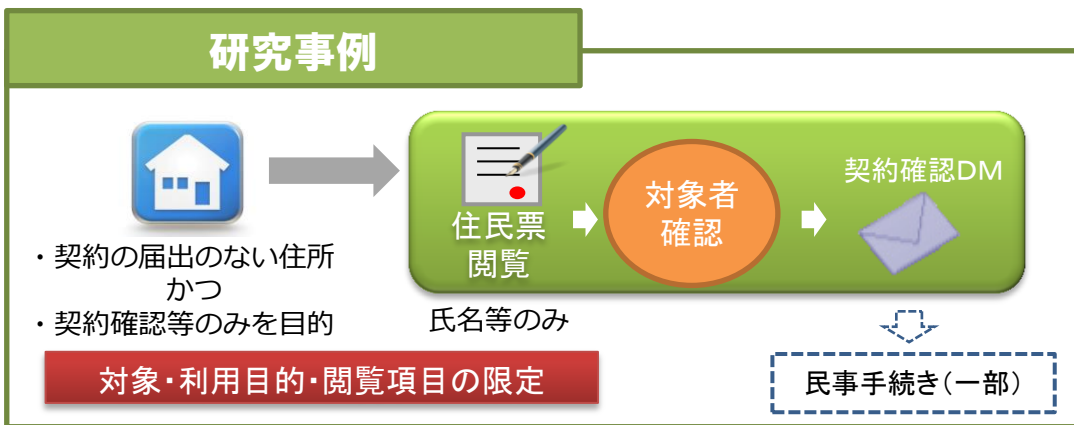
*1 イギリスは2015年度、フランス・ドイツ・イタリア・韓国は2014年度のデータ

*2 受信機未設置を申告してもらう仕組みであれば、公共放送において設置を確認する必要はない

契約収納活動における困難性の軽減について(研究事例)

- 居住情報等の活用や、受信機を設置していないことを申告していただく仕組み(申告がない場合は、設置していると訴訟等において推認される仕組み等)は、基本的に現行法の範囲では実現困難と考えられる
- このため、現行法の範囲内における活用について研究

研究事例



- 受信契約の届出のない住所に限り、利用目的・閲覧項目を限定し、住民票の閲覧を申請
- 左記運用について、住民基本台帳法に基づく「営利以外の目的で行う訴訟の提起その他特別の事情による居住関係の確認」に該当すると認められれば、申請が可能と考えられる

効果

活動における把握・面接の困難性について、一定程度は軽減させることが可能

総括原価方式を採用する場合、原価の適切性の評価が極めて重要である。現在、その適切性はどのようにして評価しているのか、また、その客観性はどのようにして担保されているのか示して欲しい。良い番組であるということが免罪符にならないようにすべきである。コスト意識のない番組作成は、人口減少など我が国を取り巻く状況に鑑みれば、いずれNHKの衰退を招くことになる。リソースの適正配分という視点から再検討すべきではないか。

- 現在の受信料額は、経営委員会が平成24年度から26年度の3か年経営計画を審議するなかで経営の効率化を盛り込んだうえで、3か年で収支相償となるよう算定したものです。27年度からの現行経営計画の策定にあたっても、3年間の収支について経営委員会と意見を交わした結果として、据え置きを受信料額に基づく収支計画を立てました。経営委員会との真摯な議論を重ねたことを通じて、原価の適切性の評価や客観性が担保されていると考えています。また、国会においても、さまざまな要素を考慮して毎事業年度の収支予算・事業計画の審議が行われているものと理解しています。
- ご指摘のように、コスト意識のない番組制作はNHKの衰退につながるだけでなく、視聴者の信頼を失うことに他なりません。
- 個別の番組のコストは、放送事業者の編集意図に直接かかわるものであって慎重に取り扱う必要があると考えますが、そうした点を踏まえつつNHKの考え方をお示しできるよう、チャンネル別予算やジャンル別の番組制作費の目安などを公表しています。
さらに、放送番組の質を測る10の指標など、放送の内容にかかわる調査・分析の取り組みを行い、その結果や自己評価を公表しながら、効果的・効率的な番組制作・放送に当たっているところです。
- 引き続き、委託費の不断の見直しを行うなど、経営の効率化を徹底するとともに、コスト意識を強く持ち、番組の質的向上を図っていきたいと考えます。

受信料収入が増加し続け、チャンネル数は変わらないのに支出が増えている現状をどう考えているのか。多額の剰余金があることからしても、受信料の引き下げを考えるべきではないのか。特殊な負担金という受信料の性質からして、受信料の水準は、社会状況の変化に応じて、変化させてもよいのではないか。剰余金が多い場合には、受信料を引き下げ、人口減少が相当程度に進むような場合には、受信料の引き上げもあり得るのではないか。

- 受信料の水準について、一般論としては、ご指摘のとおり、中長期的な見通しを踏まえて適時適切に見直していくことが必要だと考えます。
- 繰越金は、大規模な災害・事故や経済状況の急激な変化による事業収支の不足に対応するほか、設備投資の財源として、減価償却資金など当年度の自己資金では賅えない場合などに対応する財政安定のために必要な資金という意味を持っています。EUのガイドラインでは公共放送の繰越金の水準を支出の10%程度としています。日本の場合、地震等の災害リスクが高いことも踏まえ、10%以上の繰越金が必要であると考えています。
- 当面の経営課題として、4K・8Kスーパーハイビジョンの実用放送や放送センターの建て替えを控え、多額の設備投資や建設費用が必要となることもあり、その費用を確保することも非常に重要なことだと考えています。
- 今後の人口減少などへの受信料額の対応は、経営の効率化を引き続き行いながら、長期的な視点で検討を重ねていく必要があると考えています。

BS1、BSプレミアムの予算(平成27年度で、約1,300億円)のうち、ソフト部門の予算、伝送部門の予算のそれぞれの額、内訳。ソフト部門については、番組制作にかかる経費、外国等からの番組購入にかかる経費内訳について示して欲しい。

- お尋ねの「約1,300億円」は、BS1とBSプレミアムのチャンネル別予算の合計額1,310億円を指すものと理解しますが、その内訳は、番組制作関係費1,292億円、伝送部門経費17億円です。
- 番組制作関係費について、予算編成の段階では、NHK制作か外部からの番組購入かの区分を行っていませんが、番組購入は、平均して毎年30億円程度の実績があります。

参照

第8回提出資料 15ページ

- なお、第8回会合において、欧米主要国の公共放送機関が行う衛星放送で付加的な料金支払いを必要とするものはない旨のご指摘がありましたが、欧米主要国の公共放送機関が行う衛星放送はいずれも、地上放送と同時同内容のサイマル放送を基本に行っているものと理解しています。

3. -①

関連子会社の営業収入のうち、

A. NHKとの取引にかかる収入、関連子会社間の取引にかかる収入

B. NHK、関連子会社以外からの収入

に分けて、それぞれの関連子会社におけるA、Bの比率について示してほしい。

○ 平成27年度決算では、以下のとおりです。

単位 百万円

区 分	売上高				
		A (NHKと団体間)		B (NHKグループ以外)	
子会社合計	247,183	178,054	72.0%	69,129	28.0%
NHKエンタープライズ	54,431	42,128	77.4%	12,303	22.6%
NHKエデュケーショナル	23,571	20,309	86.2%	3,262	13.8%
NHKグローバルメディアサービス	22,322	19,299	86.5%	3,023	13.5%
日本国際放送	7,957	6,099	76.7%	1,857	23.3%
NHKプラネット	7,810	6,050	77.5%	1,760	22.5%
NHKプロモーション	8,285	1,649	19.9%	6,635	80.1%
NHKアート	16,040	13,888	86.6%	2,152	13.4%
NHKメディアテクノロジー	31,725	30,589	96.4%	1,136	3.6%
NHK出版	14,365	164	1.1%	14,201	98.9%
NHKビジネスクリエイト	9,733	9,096	93.5%	636	6.5%
NHKアイテック	32,737	18,584	56.8%	14,153	43.2%
NHK文化センター	7,537	42	0.6%	7,495	99.4%
NHK営業サービス	10,662	10,152	95.2%	509	4.8%

- なお、NHKでは取引の合理性、適正性を確保するため、「子会社とNHKとの取引」「子会社とNHK以外との取引」の区分を明確にして、毎年度、各子会社の売上高等を示す資料を公表しています。

単位百万円:単位未満切捨て

区 分	売上高		営業利益			営業利益率			
		NHK取引	NHK以外		NHK取引	NHK以外		NHK取引	NHK以外
子会社合計	249,913	157,413	92,500	9,223	6,611	2,611	3.7	4.2	2.8
NHKエンタープライズ	53,736	40,606	13,129	1,250	1,177	72	2.3	2.9	0.6
NHKエデュケーショナル	23,251	18,109	5,141	732	836	△ 103	3.2	4.6	△ 2.0
NHKグローバルメディアサービス	22,740	19,706	3,033	1,848	1,845	3	8.1	9.4	0.1

26年度決算（平成27年6月9日第1239回経営委員会資料 抜粋）

NHKは、子会社についてどのような役割を期待しているのか。NHKの業務的補完を狙うのか。あるいは、NHKの人的・物的資源を活用して、積極的な営利活動を目指すのか、どのような方向を考えているのか。

また、NHKと子会社との取り引きの透明性を図り、国民・視聴者に開示することを考えても良いのではないか。

○ NHKの子会社等の管理運営の基本方針を定めた「関連団体運営基準」では、子会社等の目的として公共放送NHKの業務を補完・支援することを基本としたうえで、次の事業目的を掲げています。

- ① NHKの業務の効率的推進
- ② NHKのソフト資産やノウハウの社会還元
- ③ 前各号を通じた経費節減および副次収入によるNHKへの財政的寄与・視聴者負担の抑制

○ 子会社の経営目標として、これまでは売上げや利益率を指標としてきましたが、今年度これを見直し、改めて、NHKの業務を補完・支援するという基本的な役割を重視することにしたところです。

「NHKグループ経営改革」(平成28年3月16日・経営委員会で報告)の中では、「NHKの各機能に照らして子会社等の各業務を『見える化』し、精査して、統合・廃止も視野に再整理」することにしており、現在それに取り組んでいるところです。

参照 第8回提出資料 30ページ

○ NHKと子会社との取引の透明性については、「関連団体運営基準」の第26条に基づき関連団体との一定規模以上の取引(※)について、毎年度その取引が適正に行われているかどうかの評価するとともに、取引ごとの契約内容、金額、随意契約の場合はその理由などを公表しています。

※ 対象とする取引の規模

工事・製造 250万円、財産の買い入れ 160万円、物件の借り入れ 80万円、その他の役務 100万円 を超えるもの

平成26年度 関連団体との取引一覧表（平成26年度の支出の原因となる契約）

（別表）

件数	契約の相手方の商号又は名称	工事の名称、場所、機関及び種別又は物品役務等の名称及び数量	契約担当者等の氏名並びにその所属する部局の名称及び所在地	契約を締結した日	契約金額 (単位:千円)	契約種類	随意契約によることとした理由 (または企画競争等の具体的内容)	根拠規定	随意契約理由区分	備考
1	㈱NHKエンタープライズ	PRビデオ制作	経理局長 竹田 良治 渋谷区神南2-2-1	平成26年11月14日	6,318	企画競争等	予め価格競争であることを明示して、複数の業者からの見積書の提出を受け、最低価格を提示した業者と契約。	(経理規程第51条第2項)		
～										
125	㈱NHKエデュケーショナル	イベント関連の資材・役務等	経理局長 竹田 良治 渋谷区神南2-2-1	平成26年9月19日	1,728	随意契約	特殊な設備やノウハウ・技術等が不可欠な物品または役務の調達で、提供を行うことが可能な業者が他にないため。	(経理規程第51条第1項)	②-1	
～										
273	㈱NHKメディアテクノロジー	送出技術業務	広島放送局長 金山 伸二 広島市中区大手町2-11-10	平成26年10月1日	3,584	企画競争等	予め価格競争であることを明示して、複数の業者からの見積書の提出を受け、最低価格を提示した業者と契約。	(経理規程第51条第2項)		

26年度分公表資料から抜粋

ガバナンスの問題は、法律に従うしかないとのことであるが、現行法は不変である必要はない。NHKのガバナンスをよくするには、法改正も当然視野に入ってくる。NHKとして、どのような仕組みが好ましいのか見解を明らかにすべきではないか。改正がスケジュールに上ってからでは、手遅れになりかねないことを留意しておくべき。とくに、法人制度は、営利法人にしても、一般法人や公益法人にしても、この数年の間に大きく変貌しており、その変化に鑑みたとき、NHKもよりよいガバナンスを目指した法制度を考えるべきではないか。

- 公共放送NHKがどのような仕組みのもとで運営されるべきかという問題は、NHKが法律に基づいて実施すべき業務の内容を検討するようなケースとは異なり、NHK自らが望ましいと考える内容をご提案するのではなく、客観的な視点から幅広くご議論いただくのがふさわしいのではないかと考えます。
NHKとしては、そのようにして作られたガバナンスの仕組みのもとで、期待される役割を十全に果たしていきたいと考えます。

NHKには、東京オリンピックまでの間の直近に、国民の強いニーズはあるものの、採算性の関係から民間放送局が実施できない分野(通信との融合、スマホ対応、タイムシフトサービス、海外展開、地方における災害情報関連等)について、大胆かつ先進的に取り組んでもらいたいし、またそれができる技術レベルや環境にあるのではないかと考えている。

前回の会合では、「情報通信技術の進展が公共放送の在り方について、NHKとしてのビジョンについては結論を出せていないが、重要なことであり、研究している。」と述べられたが、現時点での上記研究の成果を提示してもらうとともに、現時点で結構なので、具体的な取り組みの計画について示して欲しい。

- 「NHKビジョン2015⇒2020」では、「放送と通信の融合の時代に、新しい技術を積極的に取り入れ、放送を太い幹としつつ、放送だけでなくインターネットも積極的に活用して、より多くの人々に、多様な伝送路で公共性の高い情報や番組などのコンテンツを届けます。」と明示しています。
- これを踏まえて、次のような取り組みを行っているところです。
 - ・ 今年6月、スマートフォンやタブレットでNHKが発信する災害気象情報やニュースを容易に利用できるよう、新たに開発したアプリ(「NHKニュース・防災」)の運用を開始
 - ・ 利用者負担による有料のVODサービス「NHKオンデマンド」を実施
 - ・ 外国人向けテレビ国際放送「NHKワールドTV」の強化とともに、インターネットサービス「NHKワールド・オンライン」で、NHKワールドTVのニュース・番組を同時配信し、27の番組についてはVODサービスを実施
 - ・ 災害時のテレビ放送の同時配信では、熊本地震(4月)、函館の震度6弱の地震(6月)の際に、全国放送だけでなく、地域の放送局のニュースについても同時配信を実施
 - ・ 一般財団法人マルチメディア振興センターが提供する災害情報共有システム「Lアラート」から配信される防災関連情報を自動で受信し、いち早く放送やインターネットを通して情報を提供(現在39の放送局が運用)
- 今後も、放送と通信の融合時代にふさわしい“公共メディア”への進化を見据えて、先進的な取り組みを行っていきたいと考えています。

ネット配信のビジョンを示していただくにあたり、予算規模(番組作成・配信サービスなどの予算配分を含む)で展開するのか、その積極的に配信事業に取り組んでいる諸外国の公共放送機関の検討を参照しつつ、ネット配信の公共的価値を測る指標についても考え方を示してほしい。

- 公共放送がインターネット配信を行うにあたり、公共的な価値をどう評価するかは、重要な視点と認識しています。
- 毎年度の「インターネットサービス実施計画」の策定にあたって、NHKのインターネットネット活用業務が持つ公共的価値を十分に考慮し、記述しているところです。
- さらに、「インターネット活用業務 審査・評価委員会」で、委員の方々に、海外の事例も踏まえながら、NHKにふさわしい公共的価値の評価のあり方について議論をいっそう深めていただいているところで、例えば、次のようなご意見をいただいています。
 - ・ ネットサービスについては、「最終アウトカムの測定」にもチャレンジすべき
 - ・ 市場競争と公共的価値の衡量は、単純な衡量が不可能な場合もあり、いわば「総合衡量」と考えるべき
- 今後とも、この「審査・評価委員会」の議論を踏まえながら、客観的な評価指標のあり方について、検討を続けていきたいと考えます。

参照

第7回提出資料 18ページ