

The logo for NHK WORLD, featuring the text "NHK WORLD" in a bold, black, sans-serif font. The text is centered within a white rectangular box that has a red horizontal bar at the bottom. This white box is set against a dark gray background that is split vertically into two shades of gray.

**NHK WORLD**

NHK海外情報発信強化に関する検討会 資料

# **NHKの国際放送 充実強化の取り組みについて**

---

平成28年5月9日

日本放送協会



## 重点方針

15

## 2. 日本を世界に、積極的に発信

- 人や情報の国境を越えた交流が加速し、国際化が飛躍的に進む中、「信頼される公共放送」として、正確な情報や多彩な番組などコンテンツの積極的な発信によって、政治、経済、社会、文化など、さまざまな分野で、国際社会の日本への理解を促進し、日本と世界をつなぎます。

## 重点事項と主な施策

### 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
- 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

# ニュース・報道番組の充実

2015

## ●大型ニュース番組「NEWSROOM TOKYO」新設

- ◆「日本、アジアの一日を伝える」をコンセプトに2015年4月放送開始
- ◆平日20時から45分間、その日の出来事をせき止め、深掘りして発信
- ◆海外取材が豊富な記者をキャスターに起用。現地で自ら取材、リポート

20時台に  
「NEWSROOM TOKYO」を新設



NEWSLINE
番組①
NEWSLINE
番組②
NEWSLINE
番組③
<b>NEWSROOM TOKYO (45分)</b>
番組④ (15分)
NEWSLINE
番組⑤
NEWSLINE
番組⑥

## ●大型討論番組「GLOBAL AGENDA」新設

- ◆NHKワールドTV初の大型討論番組。2015年4月より放送
- ◆世界のオピニオンリーダーが集い、日本と世界が直面する課題の解決に向けて提言
- ◆年10本程度、週末に放送

第1回	4/25放送	「日はまた昇るか? Made in Japanの潜在力」
第2回	5/2放送	「世界の中の日本経済」
第4回	9/12放送	「新時代のパワーバランス～中国の台頭に日米はどう対応するのか～」
第7回	2/6放送	「ASEAN経済統合はアジアの新たな成長エンジンになるか」
第8回	3/5放送	「シリコンバレー発“イノベーションの未来”」



ノーベル経済学賞、  
スティグリッツ教授も出演  
(第2回)

など

# ニュース・報道番組の充実

2016

NHK NEWSLINE 番組①
NHK NEWSLINE 番組②
NHK NEWSLINE 番組③
<b>NEWSROOM TOKYO (45分)</b> <b>Direct Talk (15分)</b>
NHK NEWSLINE 番組⑤
NHK NEWSLINE 番組⑥

## ●「NHK NEWSLINE」とし、アジア情報を強化

- ◆2016年4月から毎正時の看板ニュース番組にNHKの名前を冠し、リニューアル
- ◆「アジア・コーナー」を新設するなど、国内外のリポートや解説を増強
- ◆更に見やすく分かりやすく、視聴者の意見なども踏まえて演出を大幅に改善



## ●インタビュー番組「Direct Talk」新設

- ◆2016年4月から平日20時台に15分間放送
- ◆日本国内のビジネスリーダーや、科学技術、文化、スポーツなど、世界各地で活躍する様々な分野のキーパーソンの今を聞く

20時台  
「NEWSROOM TOKYO」  
の後に  
「Direct Talk」を新設



マレーシア元首相  
マハティール・ビン・モハマド  
(4月6日放送)



建築家  
隈研吾  
(4月5日放送)

# 重点地域の好適時間帯に合わせた番組編成

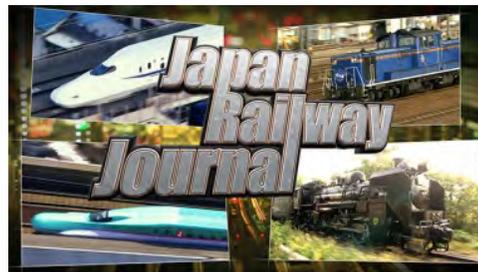
## 【北米】を意識した重点ジャンル

大型ニュース・国際討論  
ビジネス・科学技術  
ドキュメンタリー



「Medical Frontiers」

日本の先端医療を  
紹介する番組



「Japan Railway Journal」

日本の鉄道情報を  
世界に発信



「SAMURAI WHEELS」

日本の自動車産業や  
クルマ文化を伝える

## 【アジア】を意識した重点ジャンル

大型ニュース・国際討論  
旅・食・トレンド



「Trails to Tsukiji」

築地市場からスタートし  
日本の一級の食材を紹介



「TOKYO EYE 2020」

2020年に向けて  
変わりゆく東京の姿を発信



「Journeys in Japan」

外国人リポーターが  
日本各地を旅する

# 地域発の情報を世界へ発信 1

2015

## ◆ 「Hometown Stories」



- 2015年10月に新設
- 日本各地の暮らしや文化、産業などを描いた、NHKの地域放送局制作の番組を英語に吹き替えて放送

<10/25 放送>「学校再開 過疎の島がよみがえる～瀬戸内海 男木島～」(高松局)

<1/31 放送>「“いるだけ”で何ができるんだろう？」(仙台局)

<2/28 放送>「母と子 初めてささげる祈り～戦後70年 広島」(広島局)

モニターから

- 「地に足の着いた誠実な番組」(オーストラリア・20代女性)
- 「NHKはなんと心温まるドキュメンタリーを制作するのかと驚いた」(イタリア・40代女性)

## ◆ 地域放送局からの英語レポート



小さな酒蔵の挑戦

5月19日放送 NEWSLINE 山口局



葉っぱビジネス

7月14日放送 NEWSLINE 徳島局

4月...18本	7月...15本	10月...16本	1月...12本
5月...12本	8月...12本	11月...17本	2月...24本
6月...11本	9月...16本	12月...13本	3月...21本

(前年度比21%増)

2016

## ◆ 「J-Trip Plan」



- 初の実用的な日本観光情報番組。2016年4月に新設
- 2020年に向け日本への関心をさらに高めるべく、東京や京都にとどまらない日本各地の魅力を発信



<4/4 放送>

「とっておきの桜の風景／愛媛・島の「道の駅」をレンタサイクルで巡る」



<4/18 放送>

「ニッポン発見！ 驚きの風景／大阪近郊の隠れスポット 尼崎「工場夜景」」

# 地域発の情報を世界へ発信 2

## ● 東北特集(9月)

### 「TOTALLY TOHOKU！」

東北の魅力を紹介する全63番組を集中編成



- 「Journeys in Japan」(宮城・鳴子温泉)
- 「Dining with the Chef」(秋田・きりたんぼ鍋)
- 「Seasoning the Seasons」(福島・会津)等

仙台局が番組視聴会行い、地元へPR



#### ◆地元の観光関係者

「映像も美しくすばらしかった。まだ知られていない東北の魅力をもっと海外へ発信してほしい」「世界に映像とともに発信していただくことが東北の元気になる」

## ● 北海道特集(11月)

### 「So Hokkaido！」

本格的な冬の観光シーズンを前に北海道に関連する70の番組を集中編成

★受信環境整備チームと編成チームがタイアップして、マーケティングを実施。その結果をもとに番組を選定

#### 視聴者ターゲット、 どう絞る？

北海道は特に  
シンガポール、タイ、  
香港で人気がある

#### 特集番組・検討

そのような人達は驚くほど日本のことを知っている。ありふれた内容では見てもらえない

#### 番組選定・視聴誘導

ディープな番組をラインナップし、フェイスブック広告などでターゲット層にPR



#### ◆視聴者から

- ・美しい映像の番組をありがとう。内容、画質がずば抜けてよかった(スイス・視聴者)
- ・番組を見て北海道に行こうと決めた(アメリカ・視聴者)

#### ◆地元自治体から

NHKと協力して北海道の魅力を十分発信できた。今後とも連携していきたい

札幌局は、新千歳空港・国際線ターミナルのデジタルサイネージや、JR札幌駅のピラービジョンで「So Hokkaido！」の動画を放映するなど、PRを展開

# 無料アプリで提供

テレビとラジオ両方で、主要な携帯端末に対応した無料アプリを提供



テレビ

ライブストリーミング(放送同時の提供)のほか、オンデマンド(放送後の提供)も2016年度中に利用可能に



ラジオ

ライブストリーミング(放送同時の提供)とオンデマンド(放送後の提供)でサービス

NHKワールド アプリ累計ダウンロード数



多様化する新デバイスに対応



Amazon Fire TV



新型Apple TV

# 訪日外国人観光客向けプロモーション ～NHK WORLDアプリの普及促進～

## ① 現地の国でのPR



旅行雑誌での広告



電車や駅での広告



イベント出展



## ② 飛行機内



機内誌での広告

## ③ 日本に到着



関西空港到着ロビーの大型モニター



リムジンバスの  
チケットホルダー

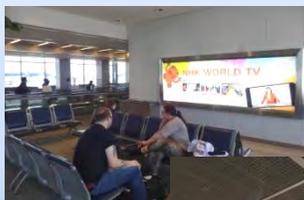


リムジンバスの  
英語版時刻表



## ⑤ 日本から帰国

成田空港 大型看板  
(第1ターミナル出発ロビー、第2ターミナル出発ロビー)



成田・羽田・関空・中部のTVモニター



## ④ 日本国内



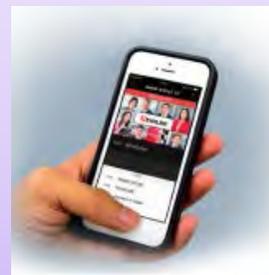
アプリ案内チラシ



英語マップ



外国人に人気のフリーペーパー



スマホで簡単に視聴

# プロモーション 北米

## ■ニューヨーク・ワシントンDC 大規模プロモーション(5月～7月)

- ◆タイムズ・スクエア(ニューヨーク)  
の大型モニター、空港内のモニターでPR動画を上映
- ◆CNNのサイトで広告を配信



## ■Japan Week (3月10日～12日)

- ◆ニューヨークで最大規模の日本関連イベントに出展
- ◆「震災5年」関連番組と、3月に開通する北海道新幹線  
を含めて東北・北海道の魅力を伝えた



## ■アトランタAPT秋季会議(11月9日～12日)

- ◆全米のPBS(公共放送局)の編成幹部が集まる会議で、  
料理番組「Dining with the Chef」の行正り香シェフが  
トークショーを行うなどプロモーションを実施



APTのCynthia Fenneman会長およびPBS編成幹部に対して、  
NHKワールドTVの北米での配信拡充をアピール

## ◆「ラスト・ワンマイル」整備

- ◆全米主要8都市の地上デジタル局、ケーブルテレビ等で  
24時間視聴可能に
- ◆北米の主要25都市のうちワシントン州シアトル(1月～)と  
ノースカロライナ州シャーロット(2月～)でも新たにスタート



24時間配信 1,908万世帯  
ブロック配信※ 8,021万世帯  
合計 9,929万世帯

※ブロック配信: 全米各地のPBS系公共放送局を通じてニュースなど一部の番組を配信

# プロモーション アジア

ジャカルタ ジャパンナイト(4月)

バンコク アニメ・フェスティバル・アジア(4月～5月)

ベトナムTouch (7月)

クアラルンプール 盆踊りフェスティバル(9月)

ジャカルタ アニメ・フェスティバル・アジア(9月)

インドネシア インドビジョン 放送開始キャンペーン  
(10月)

シンガポール アニメ・フェスティバル・アジア(11月)

ミャンマーJapan Pwe Taw(12月)

クアラルンプールComic Fiesta(12月)



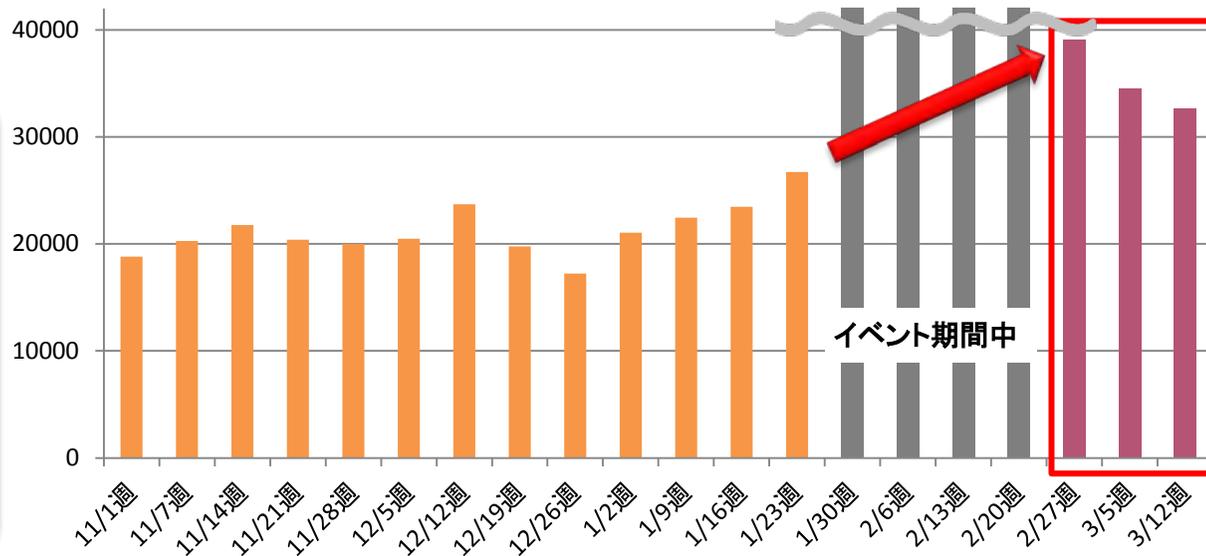
## タイ 大規模キャンペーン

期間:2016年1月下旬～2月下旬

- タイ旅行博など3つの大型イベントに連続出展
- バンコク市内の駅や電車内でNHKワールドTVの広告を大規模に掲載
- 「Journeys in Japan」「TOKYO EYE 2020」など 旅番組を中心にPR



●タイからNHKワールドのホームページへの訪問者数が、プロモーション終了後に増加



# 国内での視聴環境とPRの取り組み

## ● CATVやIPTVでの視聴拡大

J:COM TV、ひかりTVなど29事業者、約580万世帯 (2016年3月現在)

## ● 国内ホテルでの視聴働きかけ

首都圏、関西を中心に大手ホテルで客室配信 パンフレット常設ホテルも

### 総合テレビ

NHKワールドTVをPRする  
「Doki Doki! ワールドTV」が  
2015年4月からスタート

毎週日曜午後10:40~(10分)他



### 「NHKのだ自慢」予選会 NHKワールドをPR

NHKのだ自慢の予選会でのPR



10月 香川県三豊市



10月 宮崎県日向市

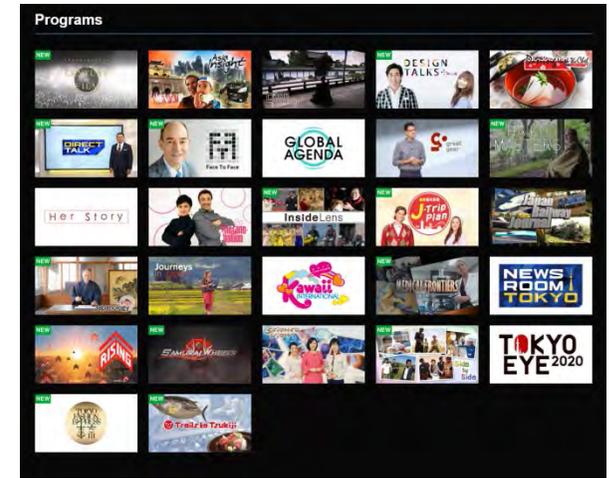
NHKワールド  
グッズ配布 パネル展示  
(広報局と連携)



# インターネットの充実 1

2016年

◆2016年4月からは27番組に倍増

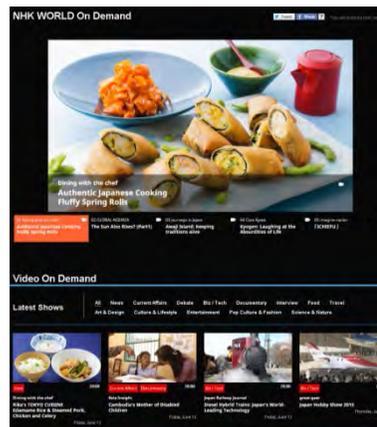


2015年

6月

ビデオ・オン・デマンド(VOD)スタート

- ◆欧米中心に普及し海外視聴者の要望が高かったVODサービスを、NHKワールドTVに導入。
- ◆国際放送独自制作の13番組でスタート



2014年

- ◆ライブストリーミング、ニュースクリップ掲載。情報性、速報性に注力。気象情報、マーケット情報も

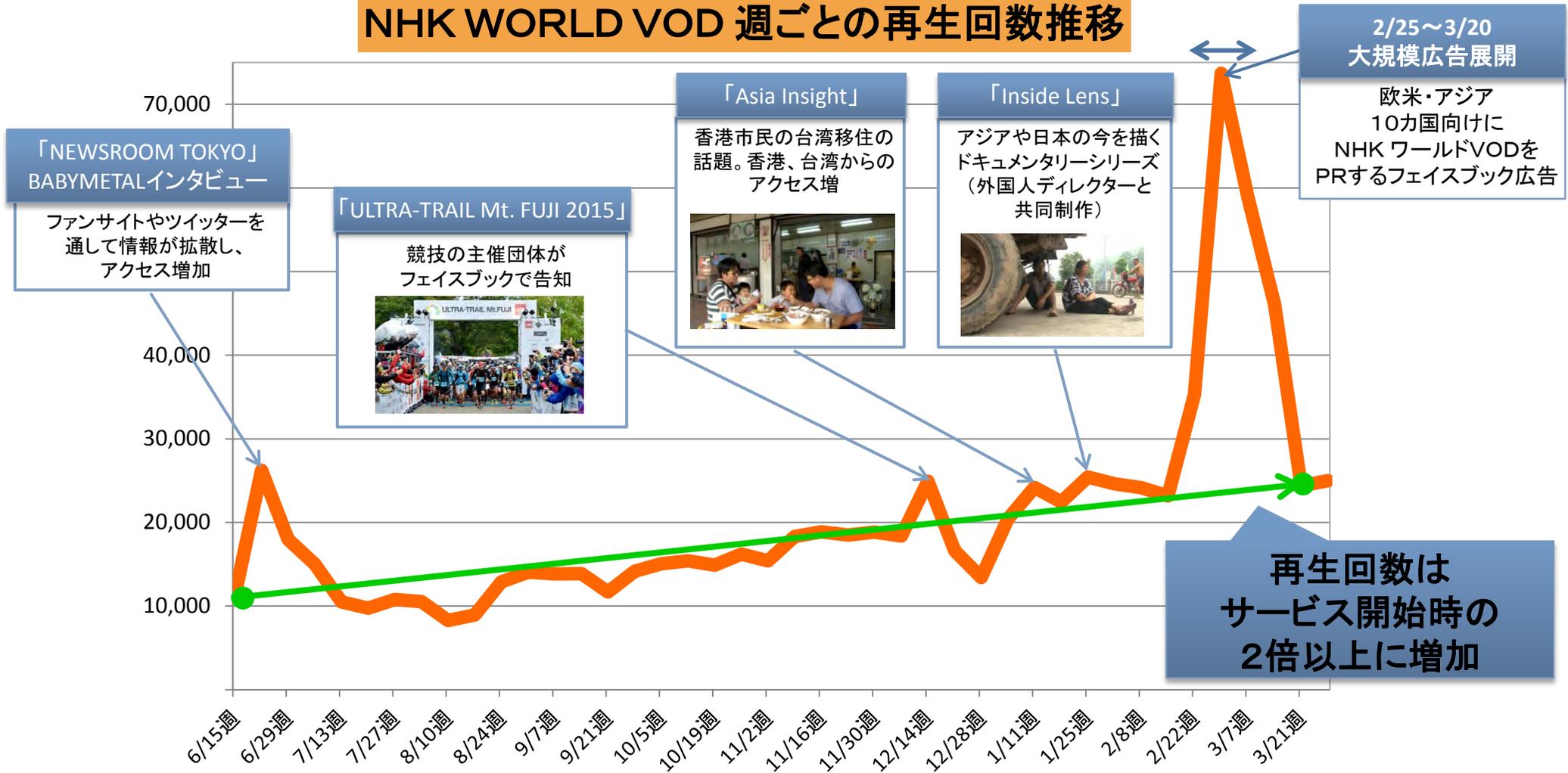


- ◆17言語全ての外国語ウェブサイトでテキストと音声によるニュースを提供



# インターネットの充実 2

## NHK WORLD VOD 週ごとの再生回数推移



- 第4四半期の後半、Facebookでの大規模広告展開により、週間再生回数が直前の3倍まで急上昇。
- 年度内を通じて再生回数が着実に増加し、特定番組への集中アクセスを差し引くと、再生回数はサービス開始時の水準の2倍以上に増加。

# インターネットの充実 3

## SNSを効果的に活用してニュース・番組情報などを発信

### NHKWORLD 公式Facebookページ

◆ニュース企画やおすすめ番組、イベント情報などをFacebookでも発信



### おすすめ番組

**J-MELO ~ J-MELO in Osaka ~**  
April 25, Mon. 0:10 / 6:10 / 12:10 / 18:10 (JST)  
<http://www.nhk.or.jp/j-melo/nhkworld/>  
Stay in the groove and keep up to date with the latest Japanese music of all genres ranging from pop and rock to jazz and classical. Today, J-MELO in Osaka.

**J-MELO-TV - NHK WORLD - English**  
J-MELO is the only Japanese music show in English. It's packed with his exclusive performances and interviews, and lots more on every imaginable kind of Japanese music.

**Japan Railway Journal ~ Ekiben A True Rail Traveling Companion**  
April 15, Thurs. 0:30 / 6:30 / 12:30 / 18:30 (JST)  
<http://www.nhk.or.jp/nhkworld/j-japanrailway/201604060600/>  
Ekiben are bento boxed meals for trains. Filled with local food sp they are a must-buy when traveling in Japan. See why they are p and some tips on how to enjoy them to the fullest.

### イベント情報

**The giant helium Domo Baku**  
audience at the televised Na...  
DC. Later at the Sakura Matsuri Street Festival, Mr. Haka Yukimasa, MC of Dining with the Chef, demonstrated her favorite recipe. Mr. Sebastian Masuda, an art director of Kawaii International, presented a workshop and took a picture with his fans.  
More detailed report on the way on NHK World website  
<http://www.nhk.or.jp/nhkworld/domo>

### ニュース企画

**M6.4 Quake in Kumamoto - NHK WORLD**  
A magnitude 6.4 earthquake has struck the southern prefecture of Kumamoto. The jolt registered a maximum of 7 on the Japanese seismic scale. The Meteorological Agency says there's no risk of a tsunami.

**Feature's Digest: Kumamoto's International Community Copes - NHK WORLD**  
Powerful quakes impacted the lives of both local people and foreign residents and visitors. An international center has opened two floors as a temporary shelter.

**Daily Struggle A Year After Nepal Quake - NHK WORLD**  
Nepal's mountainous geography is presenting challenges as the country struggles to recover from a deadly earthquake a year ago.

熊本地震に関するニュース企画記事も  
きめ細かに発信

# 実施体制の強化

- ◆ 海外特派員経験者により、制作・取材体制を強化。  
大型ニュース番組のキャスターにも起用、独自に現地中継。
  - ◆ 経験豊かなシニア世代を原稿制作やデスク業務に配置。
  - ◆ 欧米のジャーナリストによるトレーニングを毎週実施。
- 
- ◆ 報道局との連携を強化、全国の放送局からの英語リポートを増強。
  - ◆ 広報局との連携を強化、国内における周知広報を強化。
- 
- ◆ 経験豊かなNHK幹部がJIBに出向し、経営計画に沿った一層効率的な受信環境整備を推進。
  - ◆ 重点地域での受信環境整備・プロモーション強化のため、アメリカのコンサルタントを1名から3名体制に増強。  
アジア専門の代理店と初めて契約。

# 評価をふまえた施策の改善

● 国際戦略調査～重点地域で定期的に調査を実施し、番組・編成の改善やプロモーションの取組みを進めていく

## 国際戦略調査の指標体系

### NHKの国際放送の目的

国際社会の“日本への理解の促進”  
(NHK経営計画2015-2017年度)

### 日本の理解度

日本全般・国民性・政治面・  
経済面・文化面の5項目

### 量的評価

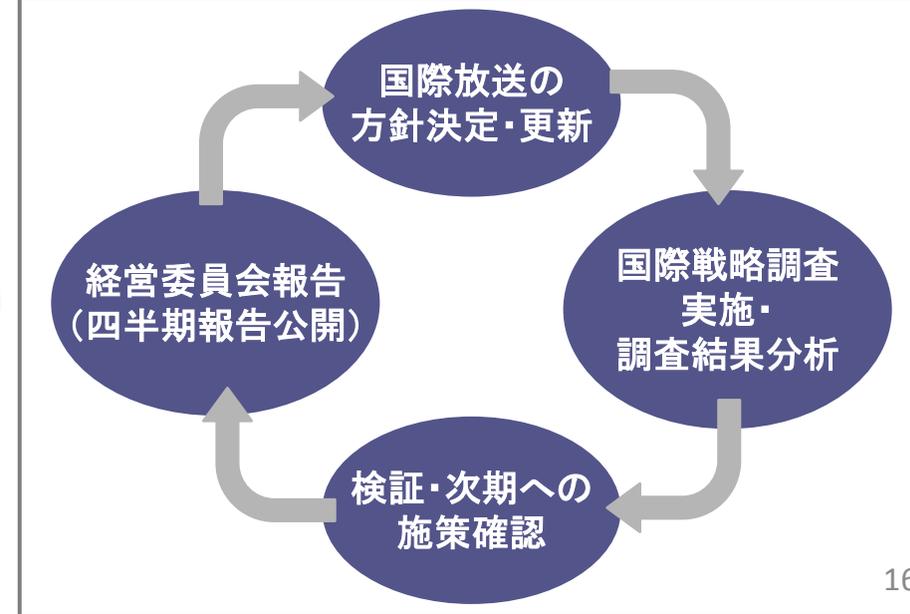
認知率  
四半期リーチ率



## ▼調査概要

調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ NHKに関する量的指標(認知率・リーチ率)</li> <li>■ 日本の理解度</li> </ul>
対象国	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 6か国、2都市(ワシントンDC、ニューヨーク、タイ、インドネシア、シンガポール、イギリス、フランス)</li> </ul>
形式	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ウェブ調査</li> </ul>
対象者	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ サンプル数:各国1,800 (DC・NYは1,000)</li> <li>■ 年齢:18～69歳までの男女</li> </ul> <p>※マスコミや広告代理店・PR会社など、メディア知見がある職業の人を対象から除外</p>
調査頻度	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 年4回 (シンガポール、イギリス、フランスは、第1,3四半期のみ実施)</li> </ul>

## 四半期毎のサイクル



# 国際戦略調査 27年度第4四半期の分析結果

日本の  
理解度

すべての国・地域において  
国際放送リーチ者⇒高水準の理解度を維持

認知率

タイにおいて増加傾向

