

自 2018年4月 1日
至 2019年3月31日

2018年度事業報告書

一般財団法人NHKサービスセンター

目 次

2018年度事業運営の重点事項への取り組み	1
（1）本放送を開始した4K・8Kスーパーハイビジョンの普及促進を図るため、あらゆる広報ツールを駆使して、効果的なPRを展開	
（2）東京オリンピック・パラリンピックに向けて、さまざまな関連番組のPRやイベントを実施し、「最高水準の放送・サービスの提供」に貢献	
（3）SNS等インターネットを活用し、幅広い世代へのリーチ拡大	
（4）国際放送の広報展開	
（5）地域放送局を広報・視聴者サービスの分野で支援	
（6）経営体質の強化	
（7）働き方改革を着実に推進	
2018年度に取り組んだ事項	4
I 公共メディアNHKの広報と視聴者サービスを積極的に展開	4
広報プロモーション業務	4
1 広報展開推進業務	4
2 NHK番組広報業務	5
3 NHK広報番組制作業務	5
4 NHK番組周知・広告業務	5
（1）多メディアを活用した広報展開業務	5
（2）写真業務	6
5 NHK番組公開・展示・催物業務	6
（1）NHK公開番組、教育・ファミリーイベント等の運営実施業務	6
（2）展示・展博業務	6
（3）催物業務	6
6 放送教育広報業務	7
広報コンテンツ業務	7
7 NHK番組情報誌「ステラ」業務、「ラジオ深夜便」業務	7
8 広報コンテンツ業務	8
（1）語学コンテンツ業務	8

(2) 音声コンテンツ業務	8
(3) コンテンツ制作・販売業務	9
(4) NHK番組記念品業務	9
視聴者サービス業務	10
9 NHKスタジオパーク業務	10
10 「NHKホール」「NHKふれあいホール」業務	11
(1) NHKホール業務	11
(2) NHKふれあいホール業務	11
11 NHK放送博物館業務	12
視聴者の意向吸収・理解促進業務	12
12 視聴者の意向吸収・理解促進業務	12
II 社会奉仕業務	13
III コンプライアンス、内部監査、人材育成	14
1 リスクマネジメント、コンプライアンスへの取り組み	14
2 内部監査の実施	14
3 人材育成	15
その他	15

2018年度は、「2018年度～2020年度 3か年経営計画」の初年度となる。

各組織では、経営計画の基本方針、重点事項の実現に向け、具体的な目標を掲げ、NHKグループの広報・視聴者サービス事業についてさまざまな活動を展開してきた。

2018年度決算は、NHKの委託業務の管理費率の2%引き下げや自主事業の減少、不採算業務への対応等もあり、当期経常増減額は2億1千万円の赤字、将来の課税所得が見込めないことから繰延税金資産の取崩しを行ったため、当期一般正味財産増減額は△6億7千万円で、2年連続の赤字決算となった。

2018年度事業運営の重点事項

- (1) 2018年12月1日に本放送を開始した4K・8Kスーパーハイビジョンの普及促進を図るため、あらゆる広報ツールを駆使して、効果的なPRを展開
- 8Kならではの“高精細な映像と立体音響”を体験してもらうため、ビッグイベントにあわせ、全国でパブリックビューイングを実施。延べ35万人の視聴者に、臨場感あふれる8K体験を届けた(2017年度 延べ13万人)。
 - ・ 6月 「2018 FIFAワールドカップ」
(東京ミッドタウン日比谷など6会場)
 - ・ 8月 「放送開始まで4か月 4K・8Kスーパーハイビジョンパーク」
(品川インターシティホール)
 - ・ 11月 「NHK杯国際フィギュアスケート競技大会」
(i TSCOM STUDIO&HALL 二子玉川ライズなど3会場)
 - ・ 12月 「本放送開始! 4K・8Kスーパーハイビジョンパーク」
(渋谷ストリームホール)
 - ・ 12月 「NHK紅白歌合戦」
(東京ミッドタウン日比谷)
 - 放送では、「見どころBS4K」「8Kなび」などの広報番組でおすすめ番組を紹介。
また「こっちすごいよ」というキャッチコピーとともに、新しいふたつのチャンネルの魅力をさまざまなメディアを通じてPRした。
 - NHKスタジオパークでは、エンタランスの大画面での録画再生や暮らしをイメージした「8Kリビングシアター」で上映・PR。

NHK放送博物館では、シアターで上映する注目番組を事前にホームページ（以下HPと略）でPRするとともに、クラシック音楽番組制作者に制作の裏話や8Kの魅力を語ってもらうトークイベントを実施し、8Kの周知と広報に努めた。

（２）東京オリンピック・パラリンピックに向けて、さまざまな関連番組のPRやイベントを実施し、「最高水準の放送・サービスの提供」に貢献

- 2020東京オリンピック・パラリンピックに向けて、浮世絵を使ってパラスポーツ選手を紹介するポスターを羽田空港に展示した。

また、「次は東京だ！パラリンピックキャンペーン」やパラスポーツをテーマにしたアニメ「アニ×パラ」を展開した。

そのほか、パラリンピック競技への関心と認知度向上を図るため、「NHKパラリンピックチャレンジスタジアム」を全国21会場で展開し、2万7,584人が体験した。

（３）SNS等インターネットを活用し、幅広い世代へのリーチ拡大

- 連続テレビ小説関連のプロモーションでは、「なつぞら」が朝ドラ100作目を迎えることから、通常のHPサイトや各種広報資材の制作に加え、特別番組とも連動した「朝ドラ100キャンペーン」を実施。「あなたのイチオシ朝ドラ投票ランキング」を募集するなど、多角的なWeb広報を展開した。

また、「フレッシューズキャンペーン2019」では、「チョコちゃんに叱られる！」とコラボし、サイト展開やWeb広告を展開。公共放送の理解を促す「公共放送キャンペーン」では、人気芸人がNHK職員に憑依（ひょうい）するコンテンツを取り入れた「ザ・ひょ〜いドキュメント」を制作、Web上で展開し、テレビを見ない若年層へのリーチを図った。

- 「2018FIFAワールドカップ」では、試合結果に応じて、リアルタイムにきめ細かくツイッター広告を展開するなど、視聴者のニーズに応える、新しい広報展開にチャレンジした。
- 「NHKウイークリーステラ」では、若年層に認知され購読層を広げるため、ホームページを利用したアイドルへの質問募集、SNSを活用した掲載情報の周知などネットによる施策で「らじらー！SATURDAY」「ABC-Z今夜はJ's倶楽部」などを特集し、効果をあげた。

（４）国際放送の広報展開

- 国際放送「NHK WORLD-JAPAN」のリニューアルにあたり、パンフレットやチラシなど各種広報資材を制作したほか、羽田、成田空港で

の大型広告に加え、初めて関西国際空港での大型広告も行った。

(5) 地域放送局を広報・視聴者サービスの分野で支援

- 大河ドラマ「西郷どん」では、奄美大島でのパブリックビューイング、地元でのトークショー、おはら祭りにあわせたクランクアップ報告会などで、取材会や出演者のコメントを提供するなど、地域放送局と協力しながら、地域の盛り上げにつとめた。

また、連続テレビ小説「なつぞら」では、舞台となる十勝地方のメディアや自治体と連携しながら、番組の魅力を発信している。

- 地域発ドラマでは、横浜放送局制作の「R134/湘南の約束」のポスターやHP、京都放送局制作の「ワンダーウォール」のHPを制作、また広島放送局開局90年ドラマや北海道150年記念ドラマのポスターのほか、ステラ特別編集版の制作などを通して、各放送局の広報支援を行った。
- 番組展では、大河ドラマ「西郷どん」(42会場)「いだてん〜東京オリンピック噺〜」(10会場)、連続テレビ小説「半分、青い。」(13会場)「まんぷく」(4会場)で、そのうちトークショー(10会場)を舞台地など全国各地で実施し、地域におけるNHKの番組広報に貢献した。
- 広報イベントでは、「どーもくんPARK」(6会場/2万679人)「天才てれびくんYOU」(18会場/3万8,523人)等を全国で実施し、視聴者との交流を深めたほか、「NHKハート展」(13会場/3万9,823人)「NHK介護百人一首」(10会場/1万7,351人)を全国の放送局などで巡回展示して、NHKと財団の福祉貢献の取り組みを広報した。
- 視聴者センターでは、危機管理案件等の電話対応の地域放送局応援(電話対応責任者の派遣)を積極的に行った。

地震発生時の対応では、6月の大阪北部地震で大阪放送局に、9月の北海道胆振東部地震で札幌放送局に派遣した。また、不祥事案件で、3つの地域放送局に延べ5回派遣した。

(6) 経営体質の強化

- 不採算業務の見直しについては、支出超過の外部取引業務のうち、以下の業務について、撤退、縮小し、撤退に伴う在庫・債権の処分を進めた。

- ・コンテンツ制作・販売業務の見直し

2018年度をもって、DM(ダイレクトメール)による販売から撤退する(放送コレクション、音声コンテンツなど)とともに、一般向け音声コンテンツの制作・新規発行を中止した。

- ・施設運營業務の見直し

2018年度をもって、スタジオパーク・カフェ及びスタジオショップを閉鎖し、その後も常設店舗は開設しないこととした。

(7) 働き方改革を着実に推進

- 財団の「働き方改革推進委員会」等での検討を踏まえて、2018年度は組織全体の取り組みとして、在宅勤務制度を導入したのをはじめ、定例会議の火曜～木曜開催の推進、役員会開催日の火曜から水曜日への移行、社内誌発行（月刊）の季刊化、職場や個人の各種モバイル環境の整備、大掃除ウィークの各部報告の廃止など業務の見直しを積極的に進めたほか、働き方改革に貢献した職員の表彰も行った。

また、改正労基法の施行に向けて、適正な勤務管理を一層進めるため、2019年1月から一般職の月2回の勤務点検や、共有フォルダ内で各職場の管理職全員が一般職の時間外労働のデータ等を一目で把握できるように見える化を図るとともに、法律改正の要点等について説明会を開催した。

2018年度に取り組んだ事項

I 公共メディアNHKの広報と視聴者サービスを積極的に展開

広報プロモーション業務

1 広報展開推進業務

広報展開推進室を中心に下記の業務を実施した。

- 大河ドラマ「西郷どん」「いだてん～東京オリムピック噺～」や連続テレビ小説「半分、青い。」「まんぷく」「なつぞら」を中心に、関係する自治体や公共交通機関との「相互協力広報」を展開した。ポスター、車内広告、ラッピングトレイン、ラッピングジェット、「ステラ」特別編集版の発行などを通じて、地域を盛り上げるとともに番組の広報に結びつける活動を行った。
- 連続テレビ小説は、2019年度前期「なつぞら」で100作目を迎えた。これを機に関係部局からメンバーを募り、「朝ドラ100プロジェクト」を立ち上げた。

HPでの特設サイト展開、番組パネル巡回展、冊子・SNS広告、大型ボード広告など財団のノウハウを活用した幅広い活動を行うことで、その

歴史と魅力をあらためて伝えることができた。また、特集番組の制作と特設サイトの連携を図り、番組の視聴促進につなげた。

- 「@nsc_PR」を発行し、広報・視聴者サービスを担う財団が展開する多彩な業務をNHKグループに周知した。また、広報業務等の最新情報を共有するため、「広報展開推進室通信」を随時発信した。

2 NHK番組広報業務

(NHK番組の新聞・雑誌等のメディアへの広報業務)

- 連続テレビ小説「半分、青い。」では、財団内の各部局と連携しながら、番組広報戦略をトータルに展開し、HPやSNS、展示やトークイベントなどの内容の調整や効果的な情報発信に努めた。

3 NHK広報番組制作業務

(NHKの番組内における広報番組の制作業務)

- 「朝ドラ100プロジェクト」関連では、チョコちゃんが司会をつとめる72分の特集番組「朝ドラ100作！全部見せますスペシャル～歴代ヒロインがチョコちゃんに叱られる！？～」を制作した(3月29日放送)。また、特設HPで募集した「あなたのイチオシ朝ドラ投票ランキング」を発表し、視聴者から大きな反響を得た。
- 2018年夏の高校野球が「第100回全国高等学校野球選手権記念大会」の節目にあたり、47都道府県のPRスポットを制作、また「どーも、NHK」の特集で取り上げるなど記念大会の盛り上げに大きく寄与した。
- 「ごごナマ」では新番組や人気番組等の見どころについてPRに努めた。
- 「オシばん」ではドラマやバラエティーから報道番組まで幅広い番組の魅力を伝え続けた。2018年度は金曜日の放送時間が2分から3分に拡大された。
- 大阪支局では459本のスポットを制作した。

4 NHK番組周知・広告業務

(印刷物、電子媒体等によるNHK番組の周知業務)

(1) 多メディアを活用した広報展開業務

- 大河ドラマ「西郷どん」「いだてん」や連続テレビ小説「半分、青い。」「まんぷく」のメインビジュアルを制作。ポスター、屋外広告ならびに公式HP、SNSなどを活用した多様な番組広報を展開した。
- NHKの広報ポータルサイト「NHK_PR」では、会見動画や番組PR動画をほぼ毎日更新。また、「NHKスペシャル」ほかのWEB広告を実施する

など、デジタル分野での番組広報活動に力を入れた。

- 「どーもくん誕生20年」キャンペーンでは、キャンペーンサイトを制作したほか、ポスター、イベント用の新規広報資材を提案、制作した。
- 全国で6局の放送会館内デジタルサイネージ運用を受託するなど、地域放送局の広報活動を支援した。

(2) 写真業務

- ポスター、パンフレットなど番組周知印刷物、「NHKウイークリー ステラ」、番組広報写真等の撮影のほか、NHK出版のドラマガイド等の撮影やNHK交響楽団定期公演の撮影業務も継続して実施した。

5 NHK番組公開・展示・催物業務

(1) NHK公開番組、教育・ファミリーイベント等の運営実施業務

- 公開番組では「うたコン」(27本)や「ザ少年倶楽部」(12本)「NHK紅白歌合戦」「思い出のメロディー」等の定時・特集番組をNHKホールやふれあいホール等で公開したほか、「NHKのだ自慢」「民謡魂ふるさとの唄」「夏期巡回ラジオ体操」等を都内8会場で実施して視聴者サービスと親近感の醸成を図った。また、「NHK全国学校音楽コンクール」「NHK杯全国高校放送コンテスト」等の教育イベントを実施して青少年との接点を深めた。

(2) 展示・展博業務

- 番組と連動した「描かれた西郷どん展」(2会場/6,051人)、「MINIATURE LIFE展」(11会場/34万8,986人)、「上橋菜穂子と<精霊の守り人>」展(1会場/7,460人)等を全国で開催し、地域貢献と番組の周知に努めた。
- 関東甲信越各局実施の公開番組のうち、19本を要請に応じて支援実施したほか、全国実施の「ガラピコぷ〜小劇場」(59会場)のステージ制作、「みんなDEど〜もくん」等のファミリー向け公開番組等のWEB募集業務を一元的に受託・支援した。

(3) 催物業務

- 宝くじ文化公演、宝くじふるさとワクワク劇場
自治総合センターが、社会貢献事業として地方自治体と共催で実施する文化事業の制作業務を継続受託。オーケストラを中心としたクラシック演奏会で構成する「宝くじ文化公演」、お笑い芸人による演芸と地元の方々も参加するコメディで構成する「宝くじふるさとワクワク劇場」を全国19会場で実施した。

6 放送教育広報業務

- 「NHK for School」の普及・促進を図る「アクティブ・ラーニング実践ワークショップ」を全国8会場で開催し、301人の教員が参加した。また、「基礎セミナー」を全国26会場で開催し、708人の教員と208人の大学生が受講した。
- 全国放送教育研究会連盟の事務局として、全国8ブロックの研究大会や全国大会の運営に関わった。広島市で開催された全国大会には2,500人の教員が参加し、地元での実践活動や成果を大会で発表するための支援を行った。
全国放送教育研究会連盟の最新の活動状況については、ホームページ「放送教育ネットワーク」で紹介した。
- 「NHK杯全国中学校・高校放送コンテスト」の事務局を運営。都道府県大会の参加者は中学校で653校4,492人、高校で1,633校1万6,009人となった。
- ICT教育を推進する人材を育てる「ファシリテーター養成講座」の運営を担当。千代田放送会館で3回開催し、22人の受講生が履修した。

広報コンテンツ業務

7 NHK番組情報誌「ステラ」業務、「ラジオ深夜便」業務

- 「NHKウイークリーステラ」50号（403万6,050部）、月刊誌「ラジオ深夜便」12号（157万1,400部）を編集、発行した。
ステラMOOK「半分、青い。メモリアルブック」「まんぷくメモリアルブック」、臨時増刊「2018 FIFAワールドカップ放送をぜんぶみる！」を編集、発行した。
- ステラでは、大河ドラマ「西郷どん」について年間10回の表紙連動特集を組み、立体的な楽しみ方を読者に提供。連続テレビ小説「半分、青い。」でも表紙連動で10回、「まんぷく」では5回特集した。
さらに人気番組の「チョコちゃんに叱られる！」やネットで反響が大きかった「アシガール」など熱心な視聴者の多い番組の特集は高い支持を得た。
また、「アナウンサー名鑑」(4週連続)と「気象キャスター名鑑(全国版)」も読者の高い評価を得た。
- 「ラジオ深夜便」では、アンカーが誌面に登場する企画「アンカーと散歩道」を年間5回特集し、好評を博した。また連載「ごはんの知恵袋」をスタートし、バラエティーに富んだ料理を紹介するページとして定着させた。

例年3月に発売している「深夜便ファンブック」はテーマを「平成を振り返る」とし、新元号を反映させるため、発売を4月にした。

- 「NHKウイークリーステラ」「ラジオ深夜便」の価格を郵送料や運送費等高騰のため、19年度発行号からそれぞれ値上げした。
- 「ステラ」特別編集版を4自治体等(11万部)、企業(4万2,822部)、地域放送局等6局(12万6,000部)向けに編集、発行した。

8 広報コンテンツ業務

(1) 語学コンテンツ業務

- NHK語学講座の「音声テキストCD」(17講座*)を、利用者の学習効果の向上を図るため、番組と連動した内容で毎月発行した。

CD付テキスト「基礎英語1・2・3」の発行数は43万7,900部(2017年度比90.9% ▲4万4,000部)だった。

単体CDの発行数は43万4,080部(2017年度比99.5% ▲2,060部)だった。

*17講座の内訳(2018年5月号～2019年3月号)

英語:「基礎英語1・2・3」「ラジオ英会話」「英会話タイムトライアル」

「入門ビジネス英語」「実践ビジネス英語」「高校生からはじめる『現代英語』」「遠山頭の英会話楽習」

その他の言語:「まいにちドイツ語」「まいにちフランス語」「まいにちイタリア語」「まいにちスペイン語」「まいにちロシア語」「まいにち中国語」「まいにちハングル講座」「おもてなしのハングル(10～3月号のみ)」

- 毎月発行17講座のほか「アラビア語講座(年2回)」「ポルトガル語講座(年1回)」のCDを発行した。
- NHK出版「音声ダウンロードチケット」「語学プレーヤー」に19講座のCD音源を提供した。
- 放送事業者(USEN)へラジオ語学番組「基礎英語」等、8講座を提供した。

(2) 音声コンテンツ業務

- NHKアーカイブス音源を活用し、NHKCDを発行した。
 - ・「立川談志 落語集成3」(CD5枚組)
 - ・「永六輔～NHKに残る“寺の子”思想～」(CD6枚組)
 - ・「名人 古今亭志ん生 壺～四」(各CD2枚組)
 - ・「NHK落語名人選 三遊亭圓生1～10」(各CD1枚)
- 自主制作音源で、音声商品を発行した。
 - ・浅田次郎作「天切り松 闇がたり 闇の花道」(CD8枚組)

- 「ラジオ深夜便」に、『深夜便のうた』6曲を制作、納品し、全曲CD化した。
- NHK音源をレコード会社等へ提供した。
岩崎宏美「ALBUM (+10)」、宮川奏「テレビテーマ・ワールド」、坂田晃一「テレビドラマ・テーマトラックス2」、成世昌平「ツインベスト」、「天才てれびくんYOU」、「Timeless～サラ・オレイン ベスト」ほか

(3) コンテンツ制作・販売業務

- 「ラジオ深夜便 誕生日の花」「NHKワールド」「気象予報士」「NHKラジオ体操・テレビ体操」などのカレンダーや「ラジオ深夜便 日記手帳」等を発行した。
- 通信販売（DM、ネットショップ）、直販（スタジオショップ）および販売会社への卸販売にて、発行商品を販売した。
- 独自配信サイト「NHKサービスセンターダウンロードストア」で、語学コンテンツ（17講座）ほか、ラジオ体操、落語、浅田次郎作品の朗読等を販売した。
- 行田市古代蓮会館の展示コンテンツを制作・納品した。
- 光村図書出版の教科書「小学校・中学校 道徳」の音声コンテンツを制作し、納品した。

(4) NHK番組記念品業務

- 「スタジオパーク」「NHKホール」「NHK放送博物館」「BKプラザ」やNHKの会館公開、ファミリーイベント会場、復興支援イベント会場等で番組記念品を販売した。
- 「NHKのだ自慢」会場で、番組関係者のトレードマークとなっている帆前掛け、今治産のフェイスタオル、丹後ちりめんの風呂敷等、新商品を企画・販売した。
- 「NHK杯国際フュギュアスケート競技大会」（広島市）で、40回大会記念のぬいぐるみ、Tシャツ、トートバック、座布団、マフラー、ブランケットを販売した。
- NHK各部局からの依頼で「どーもくん」着ぐるみ、置き人形を制作した。
- 「NHKネットクラブ」の会員向けインセンティブ商品を提供した。

視聴者サービス業務

9 NHKスタジオパーク業務

○ 来館者数

	入館者合計	有料入館者		無料入館者
		個人	団体	
2018年度	590,197人 (99.4%)	111,714人 (114.7%)	12,944人 (96.3%)	465,539人 (96.3%)
2017年度	594,016人	97,385人	13,448人	483,183人

・（ ）内の数値は2017年度比 ・無料入館者は「無料公開デー」入館者を含む

- 2018年度は、NHK正面玄関前コンコースでの大型イベントがなくなり、スタジオパークへの入館者の減少が予想されたため、毎週水曜日を無料公開デーとし、「ワンワンとわーお！」を実施するとともに、無料公開デーを年間120日に増やし、入館者の獲得に努めた。「ワンワンとわーお！」は、最初の1日3公演で計251人だったお客様が、年度末には開館前に多くのお客様が並び、3公演で923人が楽しむまでの人気イベントになった。
- チコちゃん人気にあやかった「チコちゃんグリーティング」は、2018年8月に初登場。年度末には、3月9日～10日の土・日に登場させ、2日で3,300人以上のお客様が集まった。
- 「昆虫大特集」や「スタパDEアート」など、新たに企画展を実施した結果、新しい来館者の獲得につながり、入館者のうち企画展に立ち寄った人は約5万5,000人となった。
- 団体数は、2017年1月の“うたコン団体中止”の影響や団体客の減少等で逡減傾向にある。

このうち、小学校5年生向けに実施した「スタジオパーク ジュニア学習会」の参加者は2018年度105件7,720人となった（2017年度は117件8,489人）。事前にアンケートをしたり、周知文の発送を早めたりしたが、インフルエンザの流行が早まったこと等により、減少した。

	団体件数	団体入館者数
2018年度	2,201件 (92.4%)	97,105人 (90.1%)
2017年度	2,383件	107,453人

（ ）内の数値は2017年度比

- Cフロアを2020東京オリンピック・パラリンピック実施本部の事務室に転用するため、イベントホール、スタジオショップ、スタジオカフェを

2019年3月で閉鎖した。

スタジオカフェのレストランは、番組関連メニューで広報の一環を担い、ベビーカーや車椅子でも、気兼ねなく利用できるレストランとして親しまれてきたが、惜しまれながら24年間の歴史に幕を降ろした。最後の年のメニューの中では、連続テレビ小説「まんぷく」にあわせて提供した「昔ながらの中華そば」が特に好評だった。

Cフロアの閉鎖がサービス低下にならないよう、残るフロアの運用変更や食品自販機設置等の対応に取り組んだ。

10 「NHKホール」「NHKふれあいホール」業務

(1) NHKホール業務

- ホール内の安全管理に万全を期し、各種コンサートを実施した。2018年度の入場者数は66万9,781人となり、2017年度比9万468人増加した。1973年6月の開館以来の累計では3,129万856人となった。
- NHK使用（保守・整備を除く）は142日で2017年度より5日少なかったが、無料公開催し物は89日で増減なし。有料催し物では「NHK音楽祭」が6日減だった。NHK交響楽団の使用は45日で5日減となった。
- 外部利用は110日で25日増加、放送法第20条3項に基づく収入は、3億2,869万円（税込）で2017年度比8,902万円の増収となり、3年ぶりに3億円を超えた。
- 整備保守関係ではNHKホールのイベントや番組などに関わる舞台運営系のモニター設備及び共聴設備をハイビジョン化、迫りやスライディングステージ、美術バトンなど可動設備の安全監視システムをより視認性の高い設備に更新した。2018年度は第一期で、2019年度の第二期工事で完工。

大ホリゾン幕を長年の使用による劣化のため更新した。またホール開館以来使い続けてきたパントリーの什器を46年ぶりに明るい色彩で清潔感ある使いやすい什器に更新した。

NHK使用	142日（147日）	外部利用	110日（85日）
NHK交響楽団	45日（50日）	整備保守	68日（83日）

（ ）は2017年度

(2) NHKふれあいホール業務

- 2018年度のふれあいホール年間稼働日は、レギュラー番組の減、効率化のため2本撮りが実施されたことにより、172日と2017年度実績より62日の大幅な減少となった。また、番組観覧・イベント参加者等の年間入場者も2万3,412人と2017年度実績の57%にとどまった。

- ギャラリーの入場者は、NHKコンコースでの集客力が大きい大型イベントが実施されなかったこと等により1万1,865人に減少した。(2017年度比43%)

1.1 NHK放送博物館業務

- 企画展は、「夏の高校野球100回記念展『放送が伝えた白球の軌跡』、愛宕山を描いた浮世絵と東京放送局時代の貴重な写真を展示した「江戸の名所愛宕山と山の放送局JOAK」、朝ドラ100の物語～昭和・平成の朝を彩ったヒロインたち～」を開催した。
- イベントは、大河ドラマ「いだてん～東京オリムピック噺～」の制作統括による講演会、放送文化賞受賞者による文化講演会、講談や薩摩琵琶等の伝統芸能、中高生のための放送講座、東京慈恵会医科大学との共催による「みんなの健康教室」等、多種多彩で幅広い年代に向けた催しを実施した。
- 2018年度からの移動放送博物館の実施スキーム変更に伴い、新たな展示パッケージを開発、展示内容を一新し、地域放送局支援やNHKに対する視聴者の理解促進につなげた。
- NHKの放送やネットクラブのイベントお知らせメール、ステラなどの広報ツールを積極的に活用し、企画展やイベント開催に加えてNHK放送博物館のPRを行った。入館者数は11万3,089人で前年度より6,000人弱減少したが、目標としていた11万人を達成することができた。

視聴者の意向吸収・理解促進業務

1.2 視聴者の意向吸収・理解促進業務

- ふれあいセンター（放送）、ハートプラザに寄せられた電話・メール・手紙等の受付件数は98万4,000件で、2017年度比8,000件減となった。
電話の件数は77万9,000件で、前年度より1万件減、応答率は93.6%。メールの件数（英語含む）は18万2,000件で、前年度より4,000件増となった。
内容別では、受信料関係が3万8,000件で前年度より2,000件増。
- ハートプラザで中・高生を対象に対応した訪問学習は282件、1,770人。接遇・案内（特別見学）は39件、522人であった。
- キャスターが変更になった「あさいち」や定時番組になった「チョコちゃんに叱られる！」などの2018年度編成、大阪北部地震や北海道胆振東部地

震、西日本豪雨、台風12号、台風24号等の災害、12月の4K・8K本放送スタート、「2018FIFAワールドカップ」「第100回全国高等学校野球選手権記念大会」、総合で決勝が放送された「2018全豪オープンテニス」等、視聴者の要望に的確に対応した。

- メールでの問い合わせができない高齢者など「デジタル弱者」に向けて、4月から開始を1時間早めて、平日の9-17時（前年度は10-17時）にデジタル関連案件の電話対応を実施した。（年間381件）

こうした蓄積をもとに、「常時同時配信」対応の準備を進めた。

- 4月から職員の英語対応責任者は2人体制とし、2019年度からは3人に増員。2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向け体制強化を実現した。
- 首都圏での大規模災害に備えて、2020年秋以降に設置予定のふれあいセンター（放送）札幌分室について、2019年度から準備要員を確保するなど業務・要員体制の整備を進めた。
- 契約締結・受信料収納手続きの業務委託先に関する苦情については、2015年12月から開始した平日夜間（20-22時）の営業への電話転送は、4.27件/日で前年度5.16件/日より減少。この時間に受け付けた営業全体の件数は13.78件/日で前年度15.06件/日より減少。2017年10月から開始した土日・祝日夜間（20-22時）の電話転送は、初めて1年間実施し、土・日3.66件/日、祝2.85件/日であった。

Ⅱ 社会奉仕業務

- 月刊誌「ラジオ深夜便」を全国の老人福祉施設に寄贈した。送付部数の合計は8万5,098部。
- （社福）日本点字図書館による点字週刊誌「NHKウイークリーガイド」の発行経費の一部を助成したほか、点字編集資料として「NHKウイークリーステラ」と「NHKウイークリーガイド」を提供した。
- 「NHK杯全国中学校放送コンテスト」の主催者に、また「NHK杯全国高校放送コンテスト」の共催者になるとともに、経費の一部を負担した。
- 「放送教育研究会全国大会」「放送教育研究会地方大会」の経費の一部を負担した。
- 「放送教育・ICT教育のあり方に関する調査・研究」として、2018年度から2020年度までの3年間で特別支援教育の分野での調査、研究を行うこととし、初年度の2018年度は「特別支援×プログラミング」を研

究テーマに、課題の洗い出しとプロジェクト体制を整備した。

- NHKハートプロジェクトに関連して、「介護百人一首」の作品集の制作経費を財団が負担するとともに、作品集を応募者や一般の希望者へ無償で頒布した。「介護百人一首」の制作部数は1万8,000部。また、無償頒布部数は1万7,985部（2018年度末）。

なお、社会奉仕業務は、一般財団法人への移行における公益目的支出計画（年間4,750万円）の実施事業である。

Ⅲ コンプライアンス、内部監査、人材育成

1 リスクマネジメント、コンプライアンスへの取り組み

- コンプライアンスとリスクマネジメント推進活動については、理事長を委員長、常勤役員を委員として構成するリスクマネジメント委員会（2018年度は12回開催）において、年次活動計画の「工程表」を策定し、四半期ごとに進捗状況の検証を行うとともに、当初計画の変更・追加に合わせて次の四半期の「工程表」を更新し、着実な実施を図った。
- 総合的な情報セキュリティの強化のために、偽メールによるサイバー攻撃への適切な対応の周知、メールの誤送信・不適切送信防止の徹底等をテーマとする研修会、勉強会の開催等の取り組みを、10月の「コンプライアンス推進強化月間」や2月の個人情報保護委員会（拡大）中心に、年間を通じた活動として実施した。
- NHKグループ全体の取り組みとして実施された、財団が保有する「個人情報データベース」の「自主点検シート」による点検活動を通して、個人データ漏えいの発生可能性および発生時の影響度の継続的な把握を行った。

2 内部監査の実施

- 2018年度は、広報展開推進室、広報プロモーション本部、広報コンテンツ本部、視聴者サービス本部の7部署と福岡支局を監査した。また個人情報保護監査は個人情報データベースと外部記憶媒体の管理状況を監査した。
財団の全部署を対象に2015年度からスタートした1巡目の実地監査が終了した。この4年間に、140件の改善提案を行い、適正経理面などのルール整備や各職場での運用状況の改善に取り組んだ。
- 全社的な内部統制について、「統制環境」「リスクの評価と対応」「統制活動」「情報と伝達」「モニタリング」「ITへの対応」という6つの観点から、整備状況および運用状況の有効性を評価した。

また、業務上重要なリスクを抽出した上で、必要な対応（内部統制）が実施されていることを評価した。

評価の結果、2019年3月31日時点における当財団の内部統制は、おおむね有効であると判断した。

3 人材育成

- 一般職に関しては、「入社10年で3職場」を念頭にした定期異動（7月）を着実にを行い、中長期的にマルチスキルを身につけるための育成を図った。
- NHK放送研修センター主催の階層別研修については対象者の全員が受講したほか、改正労基法の施行を踏まえて、働き方改革や労働問題に関する各種セミナーなどを積極的に受講するよう関係する管理職に呼びかけた。
- 「朝ドラ100プロジェクト」や財団の将来の経営のありようを検討する「未来プロジェクト」等、組織横断的なプロジェクトチームが本格的に稼働した。

その他

1 評議員・評議員会

① 評議員（2019年3月31日現在）

氏名	就任年月日	現職等
行天豊雄	2017.6.22	元(公財)国際通貨研究所理事長
遠藤利男	2017.6.22	元(株)NHKエンタープライズ21代表取締役社長
坪井節子	2017.6.22	(社福)カリヨン子どもセンター理事長、弁護士
樺山紘一	2017.6.22	印刷博物館館長
山西潤一	2015.4.1	富山大学名誉教授
森永公紀	2017.6.22	(株)NHK出版代表取締役社長
松原洋一	2018.6.29	NHK理事
中田裕之	2018.6.29	NHK理事
鈴木郁子	2018.6.29	NHK理事
正籬 聡	2018.6.29	NHK広報局長

② 評議員の新規就任・退任

年月日	就任・退任	氏名
2018. 6. 29	重 任	松 原 洋 一
〃	〃	中 田 裕 之
〃	〃	正 籬 聡
〃	就 任	鈴 木 郁 子
〃	退 任	今 井 純
〃	〃	松 坂 千 尋

③ 評議員会

開催回	開催月日	議 題
第 1 7 1 回	2018. 6. 29	① 2017 年度事業報告および収支決算 ② 評議員の選任 ③ 役員 of 選任
第 1 7 2 回	2019. 3. 22	① 2019 年度事業計画および収支予算

2 理事・監事・理事会

① 理事および監事 (2019 年 3 月 31 日現在)

役職名	氏名	就任年月日	現職等
理事長	米 本 信	2017. 6. 22	
専務理事	高 井 俊 和	2018. 6. 29	
常務理事	金 山 伸 二	2017. 6. 22	
理事	白 土 善 博	2017. 6. 22	
理事	星 野 克 也	2018. 6. 29	
理事(非常勤)	五十嵐耕一	2017. 6. 22	(公財)岡崎嘉平太国際奨学財団理事長
理事(非常勤)	石 川 昌 平	2017. 6. 22	元(有)石川環境システム研究所代表取締役
理事(非常勤)	黒 羽 房 子	2017. 6. 22	元(株)日本経済新聞社編集委員
理事(非常勤)	山 口 彭 子	2017. 6. 22	元武蔵野市教育委員会委員
理事(非常勤)	野 呂 従 道	2017. 6. 22	NHK 広報局専任部長
監事(非常勤)	山 川 信 行	2017. 6. 22	(株)NHKメディアテクノロジー監査役

② 理事、監事の新規就任・退任

年月日	役職	就任・退任	氏名
2018. 6. 29	理事	重任	高井俊和
〃	〃	〃	星野克也
〃	監事	退任	手島康子

③ 理事会

開催回	開催月日	議 題
第441回	2018. 6. 11	① 2017年度事業報告および収支決算 ② 2017年度公益目的支出計画実施報告書 ③ 定時評議員会の開催 ④ 職務執行の状況
第442回	2018. 6. 29	① 業務執行理事の選定 ② 役付理事の選定
第443回	2019. 3. 11	① 2019年度事業計画および収支予算 ② 臨時評議員会の開催 ③ 職務執行の状況 ④ 2018年度内部監査実施結果報告ほか

④ 理事および監事に支払った報酬の額

対象者	人数	報酬の額
理事	10人	73百万円
監事	1人	1百万円

(注) 非常勤理事については、理事会に出席の都度、定額を支給。
なお、NHKの非常勤理事、監事は無報酬。

3 2018年度末従業員数

(233人)

〔 東京：196人、大阪：12人、名古屋：4人、広島：5人、
福岡：4人、仙台：4人、札幌：6人、松山：2人 〕

事業報告の附属明細書については、「事業報告の内容を補足する重要な事項」が存在しないので、作成していない。