（１）CS（視聴者満足）活動

2005年度から「CS（視聴者満足）活動」に取り組んでいる。“視聴者の声”をきちんと受け止め，それを基に，放送番組や業務の改革・改善を進め，視聴者サービスのより一層の向上を図っている。

「視聴者の声」を“経営資源”として，意向を的確に把握し，適切かつ迅速に業務に反映することに取り組んでいる。主な取り組みは，年１回・視聴者部が発行する「NHK視聴者ふれあい報告書2014」などで視聴者に向けて報告した。

（２）「プロジェクト810」活動

12年10月の受信料値下げに伴う減収の影響を最小限にとどめるため，３か年で810億円の増収を目指し，全局体制で営業活動を支援し，受信料制度の理解促進を図る「プロジェクト810」活動を展開した。「公共放送･受信料制度の理解促進」「放送やイベントを活用した営業活動の推進」「地域局営業支援を機動的，かつ効率的に推進」を３本柱に，「いじめを考える」キャンペーン等と連動した「ここに，公共放送」キャンペーンスポットの放送や，『地域発ドラマ』の出演者によるトークイベントの開催，地域イベントへの「番組体感ランド」のブース出展など，さまざまな活動を展開した。営業改革の推進により３年間で810億円を大きく上回る受信料増収があったが，「プロジェクト810」もこの増収に貢献した。

（３）事業活動

公共放送NHKだからこそできる多彩な公開番組やイベントを全国各地で展開し，視聴者との結び付きの強化を図った。イベント参加者へのアンケートでは，イベント満足度は全国平均で80％超，NHKの事業活動への理解促進度は70％超と，いずれも高位の数値を得るとともに，アンケートの結果を踏まえ新たなイベントの企画に生かすPDCAサイクルを推進した。

『大河ドラマ』や『NHKスペシャル』などの番組と連動したNHKならではの展覧会を開催した。特に，特別展「台北　故宮博物院－神品至宝－」では，故宮博物院が所蔵する70万件にも及ぶ歴代中国皇帝のコレクションの中から，選（よ）りすぐりの名宝を展示した。また，文物を８Kで撮影し，会期中に８K番組の上映会を実施した。

また，「NHK音楽祭2014」「NHKバレエの饗宴2015」を開催するなど，国内外の優れた芸術や文化を紹介する事業に努め，“ホンモノの魅力”に触れる機会を積極的に創出した。

「防災」「環境」「福祉」「食料」などの社会的な課題を視聴者に訴えるキャンペーンや，未来を担う若い世代を対象としたイベントサービスや若い世代に向けたイベント，東日本大震災の被災者に向けた取り組みを積極的に推進した。

こうした活動を通して，921万人の視聴者との交流を深めた。

（４）積極的な情報公開の推進と個人情報の適切な取り扱い

視聴者への説明責任を果たすために，積極的な情報公開に努めた。番組制作費については，テレビ４波を10ジャンルに分け，決算では各ジャンル別の番組制作費の総額（トータルコスト）を公表し，予算ではジャンル別の番組１本当たりの制作単価の目安を公表した。また，放送事業全体についての視聴者からの疑問に答えるため，「よくある質問集」をホームページ上に掲げ情報提供を行うとともに，随時内容の充実を図っている。そのほか，事業や財務等に関する情報をホームページ上に掲載しているほか，59の文書を各放送局の窓口等に備え置いている。（表１）

また，個人情報保護法の趣旨を踏まえ，NHKとして，保有する視聴者の個人情報の適切な取り扱いに努めた。

（５）広報活動

NHKに対する理解と信頼を高め，放送番組の視聴促進を図るための広報活動を行った。

「NHKビジョン」と「NHK経営計画2015-2017年度」，ハイブリッドキャスト，８Kスーパーハイビジョン，改正放送法に伴うインターネットサービス，東日本大震災関連の取り組み，「FIFAワールドカップ2014」，放送開始90年等について重点的に広報するとともに，『大河ドラマ』『連続テレビ小説』『NHK紅白歌合戦』等の番組PRを中心に多彩な広報を展開した。

（６）営業活動

14年度は，３か年経営計画の最終年度として営業改革を着実に進めるなど放送受信契約の増加と受信料の確実な収納に全力で取り組んだ。

より効果的･効率的な営業活動を推進するため，契約・収納体制については，引き続き法人への委託を積極的に進めた。併せて，各種法人・団体との連携に取り組み，日本郵便株式会社の「住所変更案内サービス」を活用した「住所変更案内DM」の運用を開始した。

なお，民事手続きによる支払督促の申し立てについては，全国で1,313件実施し，これまでの累

計で6,886件の申し立てを行った。その後も支払いに応じなかった190件については強制執行の申し立てを行った。未契約者に対する民事手続きについて，39件提起し累計で146件となった。

契約総数は，年度内に59万件（有料無料計）増加し，14年度末の契約総数（有料無料計）は4,200万件となった。

衛星契約については，設置確認メッセージの活用や契約案内メッセージの全国展開，ケーブルテレビ事業者と連携した活動の展開等により，年度内に88万件（有料無料計）増加し，14年度末の衛星契約数（有料無料計）は，1,911万件となった。

口座振替等については，年度内に68万件増加し，14年度末の利用件数は3,803万件となり，利用率は，96.9％となった。

表１　公表の取り組み

公表している情報	公表方法	
	インターネットホームページ	文書の備え置き
経営委員会議事録	○	○
理事会議事録	○	○
NHK経営計画2015～2017年度	○	○
平成24～26年度NHK経営計画	○	○
中央放送番組審議会議事概要	○	○
地方放送番組審議会議事概要	○	○
国際放送番組審議会議事概要	○	○
国内番組基準	○	○
国際番組基準	○	○
業務報告書，監査委員会の意見書	○	○
財務諸表，監査委員会の意見書，監査報告書	○	○
決算の要約，概要	○	
連結財務諸表，監査報告書	○	○
連結決算の要約，概要	○	
日本放送協会定款	○	○
収支予算，事業計画及び資金計画	○	○
収支予算，事業計画及び資金計画に関する資料	○	○
経理規程	○	○
役職員の服務準則	○	○
役職員の報酬・給与等の支給基準	○	○
NHK放送ガイドライン2015	○	○
国内放送番組編集の基本計画	○	○
国内放送番組編成計画	○	○
各地方向け地域放送番組編集計画	○	○
国際放送番組編集の基本計画	○	○
国際放送番組編成計画	○	○
インターネットサービス基本計画	○	○
NHKの情報公開のあり方に関する提言	○	○
NHK情報公開基準	○	○
NHK情報公開規程	○	○
NHK個人情報保護方針	○	○
NHK個人情報保護規程	○	○
報道・著述・学術研究分野に係る個人情報保護規程	○	○
NHK情報公開・個人情報保護審議委員会規程	○	○
NHK情報公開・個人情報保護対応マニュアル	○	○
情報公開の実施状況・個人情報開示等の求めへの対応状況	○	

公表している情報	公表方法	
	インターネットホームページ	文書の備え置き
放送受信規約	○	○
放送受信料免除基準	○	○
業務委託基準	○	○
業務委託契約要領	○	○
番組制作の委託取引に関する自主基準	○	○
関連団体運営基準	○	○
関連団体の業務運営状況調査の結果	○	○
関連団体事業活動審査委員会の活動結果	○	○
NHKと関連団体との取引	○	○
関連団体事業活動審査委員会規程	○	○
子会社・関連会社の役員一覧	○	○
環境報告書	○	○
NHKことしの仕事	○日本語・英語	○
デジタル時代のNHK懇談会報告書	○	○
NHK“約束”評価報告書	○	○
視聴者視点によるNHK評価報告書	○	○
NHK第２次コンプライアンス委員会最終答申	○	○
NHK視聴者ふれあい報告書	○	○
視聴者対応報告	○	
視聴者の意見・要望の業務への反映事例	○	
お客さまの声・週刊トピックス	○	
「NHK倫理・行動憲章」「行動指針」	○	○
日本放送協会報		○
放送番組表	○	
放送制度などに関するNHK意見	○	
世論調査結果，調査研究成果	○概要	
会長・放送総局長会見要旨・資料	○	
報道発表資料	○	
随意契約の適正化	○	○
NHK年鑑	○	○
放送受信契約数統計要覧	○	○
月刊「放送研究と調査」	○	○
放送技術研究所「研究年報」	○	○
「NHK技研R&D」	○	○

視聴者との対話

１．視聴者との結び付き強化

（１）CS（視聴者満足）活動

14年度，全国のNHKに寄せられた視聴者からの意見や問い合わせは，合わせて404万7,000件だった。13年度に比べておよそ11万件増加した。このうち放送への反響は，全国で131万5,000件だった。

視聴者からの問い合わせに迅速・丁寧に答えるとともに，意見・要望を重要な経営資源として受け止め，番組制作や事業活動に反映させることに努めた。

（２）ふれあいセンター（放送）の取り組み

ふれあいセンター（放送）では，寄せられた視聴者の意見・要望をデータベース化し，速やかにフィードバックすることで，番組編成や制作現場における視聴者意向の反映につなげている。14年度にふれあいセンターで受け付けた視聴者からの意見・要望は，電話が75万3,000件，メールが13万4,000件等で，合計92万4,000件であった。

ふれあいセンターでは，コミュニケーター等の

対応品質やスキルの向上を目指し，さまざまな勉強会を実施している。14年度は『選挙･開票速報』，『NHK紅白歌合戦』，「平成27年度番組改定」などのテーマで実施し，時には担当CPを招いて直接話を聞くなどして，より丁寧で説得力ある対応ができるよう取り組んだ。

２．視聴者意向の収集と活用

（１）「NHKハートプラザ」の活動

本部・全国各放送局・支局の「NHKハートプラザ」では，NHKを訪れる視聴者からの意見や問い合わせに，スタッフが対面対応している。また，経営計画や予算・決算書などの文書を取りそろえ，NHKの情報公開の窓口としても機能している。

本部のNHKハートプラザ（放送センター４階･正面玄関横）では，来局者や投書等への対応，情報公開の受付，番組公開ライブラリー（アーカイブス端末）の利用案内・管理，放送センターの見学・案内等を担当している。特に，中学・高校生等の職場訪問学習を積極的に受け入れており，若い世代の視聴者にNHKを理解してもらう上で貴重な場となっている。14年度は，本部ハートプラザの窓口に１万8,000人が訪れ，手紙（投書）は１万3,000通寄せられた。

（２）14年度視聴者意向

①意向の件数と内容

電話，メール，手紙，FAX，来局，ふれあいミーティングなどで，全国の放送局に寄せられた14年度の意向件数は404万7,000件になった。

14年度視聴者意向件数（単位　千件）
（※関連団体への意向件数は含まず）

※内容別内訳

内容／年度	経営関係	放送関係	受信料関係	技術・受信相談	その他	合計
2014	21	1,315	2,270	91	350	4,047

※受付方法別内訳

区分	電話	投書	来局	ﾌｧｯｸｽ	ｲﾝﾀｰﾈｯﾄ	その他	合計
件数	3,456	104	59	19	384	25	4,047
比率(%)	85.4	2.6	1.5	0.5	9.5	0.5	100

番組別では，『あさイチ』が４万3,600件で最も多く，次いで『連続テレビ小説』に３万2,600件，『NHKニュース　おはよう日本』に３万1,400件，『ためしてガッテン』に３万件の意見・問い合わせが寄せられた。

②意向の集約・周知

視聴者部では，ふれあいセンター（放送）や全国の各放送局に寄せられた意見・問い合わせなどを毎日集約して，概要のほか主な番組への意見，受付形態別の件数などを掲載し，１日の視聴者の声として「日報」を発行している。

また，１週間ごとの傾向をまとめた「週刊　視聴者の声」では，反響が多かった番組や注目すべき番組への主な意見内容，再放送を希望する理由などを掲載し，番組編成に役立てている。１か月ごとの傾向をまとめた「月刊　視聴者の声」は，番組審議会の資料としても利用されている。「日報」「週刊　視聴者の声」「月刊　視聴者の声」は「VOIS」に登録し，全職員が閲覧できるようにしている。

また，08年度４月の放送法改正で，視聴者からの苦情その他の意見に適切かつ迅速に対応し，その対応結果を経営委員会に報告することが義務付けられたことに伴い，ふれあいセンターや本部各部局，全国の放送局に寄せられた意見・苦情などを取りまとめて，３か月に１度「視聴者対応報告」を作成し，理事会で審議決定の上，経営委員会に報告している。また，「視聴者対応報告」は，視聴者も閲覧できるようNHKオンラインで公開している。

③寄せられた視聴者の意見と業務への反映

視聴者から寄せられた意見・要望や，業務の改善事例などをまとめた「みなさまの声にお応えして～NHK視聴者ふれあい報告書2014～」を６月に発行し，NHKオンライン上でも公開した。

イベント事業

Ⅰ．全国放送公開番組

（１）地域要請に応じて実施した公開番組

総合テレビ：69本，Eテレ：23本，BSプレミアム：40本，ラジオ第１：127本，FM：９本の公開番組を地方自治体などの協力を得ながら実施した。東日本大震災の被災地復興支援として，『NHKのど自慢』（10月12日福島県郡山市）や，『ごきげん歌謡笑劇団』（12月11日宮城県岩沼市），『着信御礼！ケータイ大喜利』（15年１月17日宮城県多賀城市），『BS日本のうた』（14年６月５日宮城県名取市）などの公開番組を被災県で実施した。

（２）NHKホール・ふれあいホール・NHK大阪ホールで実施した公開番組

【定時番組（NHKホール）】

『NHK歌謡コンサート』（31本）８万7,965人
『MUSIC JAPAN』（18本）４万8,491人
『ザ少年倶楽部』（12本）３万4,922人。

【定時番組（ふれあいホール）】

『みんなDEどーもくん！』（22本）4,824人
『セッション2014』（35本）8,128人
『ライブビート』（11本）1,796人。

【主な定時番組（NHK大阪ホール）】

『NHK歌謡コンサート』（９本）１万461人

【主な特集番組】

『昭和歌謡ショー』
４月23日　ふれあいホール　248人
『春だぜ！しゃべくり一直線』
４月28日　ふれあいホール　181人
『スクールライブショー』
７月19日　ふれあいホール　175人
『NHK東西浪曲大会』
７月25日　ニッショーホール　566人
『第44回NHK講談大会』
７月26日　ニッショーホール　532人
『熱いぜ！しゃべくり一直線』
７月30日　ふれあいホール　215人
『DJ日本史×グッとライフ コラボスペシャル』
８月４日　ふれあいホール　219人
『第46回　思い出のメロディー』
８月９日　NHKホール　2,586人
『ライブハウス・R－1_プラス　2014夏』
８月20日　ふれあいホール　244人
『ラジプロ～ラジオをプロデュース～』
８月30日　ふれあいホール　262人
『リサイタル・ノヴァ』
９月18日　ふれあいホール　234人
『きらクラ！』
10月３日　ふれあいホール　292人
『NHK新人お笑い大賞』
10月26日　ふれあいホール　196人
『NHK新人落語大賞』
10月27日　ふれあいホール　207人
『アニソンのど自慢G』
11月23日　ふれあいホール　257人
『NHK東西浪曲大会』
11月29日　NHK大阪ホール　942人
『昭和歌謡ショー　ライブステージ』
12月３日　ふれあいホール　226人
『笑う洋楽展　年末SP』
12月７日　ふれあいホール　285人
『わが心の大阪メロディー』
12月16日　NHK大阪ホール　963人
『新春民謡列島2015』
12月24日　ふれあいホール　235人
『お正月だヨ！冬の芸人音楽祭』
12月27日　ふれあいホール　265人
『第65回NHK紅白歌合戦』
12月31日　NHKホール　2,730人
『新春おめでた！しゃべくり一直線』
１月２日　ふれあいホール　252人
『ハートネットTV　介護百人一首2015』
２月７日　ふれあいホール　224人
『昭和歌謡ショー　ライブステージ』
２月20日　ふれあいホール　243人
『NHKのど自慢チャンピオン大会2015』
２月28日　NHKホール　2,782人
『ラジオ深夜便のつどい・25周年スペシャル』
３月１日　NHKホール　2,710人
『第44回日本農業賞 表彰式・日本農業賞記念コンサート』
３月７日　NHKホール　2,151人
『ラジオ深夜便　特集～作家 五木寛之の“歌の旅びと”』
３月９日　ふれあいホール　245人
『アニソンのど自慢G』
３月22日　ふれあいホール　347人
『バナナマンの爆笑ドラゴン』
３月28日　ふれあいホール　207人

（３）外部施設などで実施したNHK単独主催の公開番組

【主な公開番組】

『歌謡チャリティーコンサート』（２本）3,606人
『NHK歌謡コンサート』（２本）4,119人

ほか『キャンパス寄席』『きらり！えん旅』や『ここはふるさと旅するラジオ』などを実施した。

Ⅱ．公共放送ならではのイベント・キャンペーン

１．NHKハートプロジェクト

すべての人が共に生きる社会を目指し，NHKの福祉番組やイベントを取りまとめた福祉キャンペーン「NHKハートプロジェクト」を05年度から展開し，公共放送だからこそ可能な福祉への取り組みを総合的にアピールしている。

（１）NHK歳末たすけあい・NHK海外たすけあい

12月１日から25日まで中央共同募金会（歳末たすけあい），日本赤十字社（海外たすけあい），NHK厚生文化事業団とともに実施した。受付は，全国のNHK各放送局，郵便局，取り扱い標示のある金融機関，JA，JF（漁協），共同募金会，日本赤十字社など。

歳末たすけあいは，５万774件，６億3,633万7,268円で，各都道府県共同募金会を通じて国内の福祉施設や支援を必要とする人々に配分される。海外たすけあいは，７万3,193件，６億507万5,037円で，日本赤十字社を通じて世界各地の紛争や自然災害などに苦しむ人々のために使われる。また，たすけあいのPRイベントとして，11月30日にベルサール秋葉原で「あなたのやさしさを2014」を実施した。

（２）災害たすけあい

国内外で発生した非常災害に応じて日本赤十字社などと連携し，災害たすけあいを実施した。

「平成26年広島県大雨災害義援金」（14年８月22日～12月26日），「平成26年８月京都府豪雨災害義援金」（14年８月25日～15年３月31日），「平成26年徳島県台風11号・12号災害義援金」（14年８月27日～10月31日），「長野県神城断層地震災害義援金」（14年12月１日～15年３月31日）。

（３）第19回NHKハート展

障害のある人がつづった詩に託された思いを，各界の著名人やアーティストがハートをモチーフにアート作品で表現した詩とアートの展覧会で，94年から開催している。第19回は4,085編の詩の応募があった。展覧会は全国13会場で実施した。入場者数８万5,943人。

（４）NHKハートフォーラム

福祉番組の公開放送やさまざまなテーマのフォーラムを以下の５つのジャンルに分けて全国で22回実施した。入場者8,164人。

主催：開催地のNHK放送局，NHK厚生文化事業団，開催地の自治体ほか。

①「ハートネットTV・公開すこやか長寿」（Eテレの公開番組）
　６回実施　入場者2,533人
②「高齢者福祉」
　１回実施　入場者762人
③「認知症」
　２回実施　入場者914人
④「障害福祉・うつ病」
　４回実施　入場者920人
⑤「発達障害」
　９回実施　入場者3,035人

（５）NHKハートスポーツフェスタ

障害のある人もない人もスポーツを通して交流を深めることで，“心のバリアフリー”を目指し，01年から実施している。

14年は東京都，北海道の２か所で，車いすフェンシングや水泳などのスポーツイベントを実施した。参加者528人。

主催：NHK，NHK厚生文化事業団
共催：公益財団法人日本障害者スポーツ協会

（６）NHK介護百人一首

毎年，介護に関わる人々が日々の生活の中で詠んだ短歌を全国から公募し，「NHK介護百人一首」として100首を選定している。14年度は１万3,497首の短歌が幅広い世代から寄せられた。

・Eテレの『ハートネットTV』で「介護百人一首」の公開収録をNHKふれあいホールで実施した。入場者224人。
・100首の短歌を収めた作品集を発行。
・介護百人一首パネル展を各局ロビー等，13会場で開催した。来場者１万3,396人。

（７）第49回NHK障害福祉賞

障害のある人や障害のある人を支援する人たちの体験手記を募集し，優秀作品を表彰した。14年度は381編の応募があった。

（８）NHK銀の雫文芸賞2014

「高齢社会をどう生きるか」をテーマにした文芸作品を募集し優秀作品を表彰した。08年度からNHKが主催に加わり，NHK厚生文化事業団とともに実施した。応募数は726編。

（９）第48回NHK福祉大相撲

人気力士と歌手の歌くらべや横綱綱締め実演，幕内取組などを楽しんでもらうイベントを15年２月11日に国技館で実施した。入場者数4,358人。純益で福祉車両「福祉相撲号」を購入し，全国の福祉施設・団体に計６台を贈呈した。14年度までの贈呈台数は延べ291台。

２．公共放送キャンペーン

（１）NHK地域のキャンペーン

各地域の課題やテーマと向き合う各局の取り組みを支援するため，13年度にスタート。地域放送との連動，公共機関等との連携を通じて，社会貢献に積極的に取り組み，地域における公共放送の存在感をアピールするイベントを全国12会場で開催。参加者２万6,529人。

（２）NHK防災キャンペーン

公共放送の使命として，“いざという時のNHK”

という意識の浸透を図るとともに，視聴者の防災意識を高めるため，07年度からスタートしたキャンペーン。14年度は，首都直下地震や風水害など「首都圏」で起こりうる災害に対して，日常生活の中でどのように備えればよいかを考える機会とした。

①防災パーク2014

９月１日の「防災の日」に合わせて，14年８月23～24日にNHK放送センターで開催。Eテレ『学ぼうBOSAIスペシャル』公開収録や，消防・警察の特殊車両の展示や乗車体験，防災をテーマにした各種体験（ワークショップ）などを実施した。来場者数は１万4,754人。

②地域イベント

地域の課題を踏まえたテーマを取り入れ，防災・減災に関するイベントを実施した。全国11会場で開催。参加者4,990人。

（３）NHK環境キャンペーン　地球エコイベント

人類共通の課題ともいえる環境をテーマに全国でイベントを展開した。

①NHKエコ・パーク2014

14年６月７～８日にNHK放送センターで開催し，１万2,813人の参加があった。生物多様性の保全に着目し，「“あした”をつくろう～みんなの地球～」をテーマに，環境に関連した番組のステージや希少動物について学ぶワークショップ，大学生・NPO団体と連携した参加・体験型のブースを展開した。

②地域イベント

身近な自然環境や生物多様性の保全など，地域特有の課題に即したイベントを全国21会場で開催した。参加者25万6,231人。

（４）ふるさとの食　にっぽんの食

01年度より「日本の食文化の伝承」「地産地消」「食育」をテーマに全国で展開しているキャンペーン「ふるさとの食　にっぽんの食」。JAやJFなどと実行委員会を組織し，全国的に推進している。

①全国フェスティバル

15年３月７～８日にNHK放送センターと代々木公園で開催。来場者３万1,743人。

②地域イベント

全国34会場で開催。参加者29万2,193人。

③食料フォーラム

東京都（９月），大阪府（２月）の２会場で開催。入場者952人。

Ⅲ．こども・青少年イベント

（１）おかあさんといっしょファミリーコンサート

①東京公演

春：５月２～５日，秋：10月31日～11月３日，NHKホールで実施した。チャリティーの収益金は社会福祉の向上に役立てた。

主催：NHK，NHKサービスセンター，NHKプロモーション，NHK厚生文化事業団

出演：横山だいすけ，三谷たくみ，小林よしひさ，上原りさ，ほか。

入場者：（春・８公演）２万5,420人
（秋・８公演）２万5,087人

②地方公演

全国11会場（28公演）で実施した。チャリティーの収益金は，さまざまな社会福祉活動に役立てた。入場者４万3,602人。

（２）いないいないばあっ！あつまれ！ワンワンわんだーらんど

『いないいないばあっ！』の人気キャラクター・ワンワンほか出演者たちが歌や踊りを繰り広げる番組連動型のステージショー。全国10会場（22公演）で実施した。チャリティーの収益金は，社会福祉向上に役立てた。入場者２万9,708人。

（３）おかあさんといっしょ宅配便「ポコポッテイト小劇場」

『おかあさんといっしょ』のキャラクター「ポコポッテイト」が全国を巡回するミニステージショーを60会場（120公演）で実施した。入場者５万8,772人。

（４）『おかあさんといっしょ　あつまれ！土曜日』スタジオ収録

『おかあさんといっしょ』の土曜放送分の中で，子どもが参加するコーナーの収録を実施した。全国の子どもたちに番組出演の機会を提供し，視聴者サービスの充実を図った。７会場で収録し，計21本を制作。参加者561組1,128人（３歳児とその保護者）。

出演：小林よしひさ，上原りさ

（５）NHK放送体験クラブ

小学５・６年生を対象に全国各放送局で番組作りの体験を通し，楽しみながら放送のことを学習するイベントとして実施した。全国50放送局と３支局で実施。参加した児童の様子や制作した作品は地域放送で紹介し，視聴者サービスに努めた。参加708校４万396人。

（６）「第81回NHK全国学校音楽コンクール」

都府県（北海道は地区），ブロックの各コンクールを経て選ばれた小学校・中学校・高等学校の代表各11校（組）が，10月11～13日にNHKホールで行った全国コンクールに出場した。課題曲のテーマは「勇気」。金賞：日野市立七生緑小学校（２年連続２回目），町田市立鶴川第二中学校（初受賞），千葉県立幕張総合高等学校（３年連続３回目）。

全参加校数：小学校の部940校，中学校の部1,214校，高等学校の部423校，計2,577校。

（７）第31回NHK杯全国中学校放送コンテスト

各都府県（北海道は地区）大会は６～７月に実施，全国大会決勝は８月20日，千代田放送会館で実施した。部門は，アナウンス・朗読・ラジオ番組・テレビ番組の４部門。参加校は全国で635校。各部門の参加数：アナウンス981人，朗読1,660人，ラジオ番組155作品，テレビ番組115作品。

（８）第61回NHK杯全国高校放送コンテスト

６月に各都道府県大会，７月22～23日に国立オリンピック記念青少年センター，24日にNHKホールで全国大会を実施した。部門は，アナウンス・朗読・ラジオドキュメント・テレビドキュメント・創作ラジオドラマ・創作テレビドラマの６部門。参加校は全国で1,681校。参加生徒数延べ１万7,777人。

（９）アイデア対決・全国高等専門学校ロボットコンテスト2014

全国の高等専門学校57校（62キャンパス）から124チームが参加，競技課題に従い，自らのアイデアを駆使して想像力と技術力を競った。８地区からの選抜25チームが11月23日の全国大会（会場：国技館）に出場。地区大会からの延べ参加者１万5,343人。

（10）NHK大学ロボコン2014～ABUアジア・太平洋ロボコン代表選考会～

事前審査を通過した国内18大学のチームが６月１日の大会（会場：国立オリンピック記念青少年総合センター）に出場した。参加者1,087人。優勝チームは，８月24日にインド・プネで開催されたABUアジア・太平洋ロボットコンテストに出場した。

（11）渋谷DEどーも2014

「BS番組のPR」「８Kスーパーハイビジョン」「公共放送理解促進」などを柱に，ファミリー層をメインターゲットとした内容のイベントを５月３～５日にNHK放送センターで実施した。参加者６万8,905人。

（12）NHK@秋葉原2014～「NHKアニメ館」「あなたのやさしさを」～

サブカルチャーやアニメの聖地として若者が集まる秋葉原のベルサール秋葉原で，NHKのアニメをPRするイベントを11月29～30日に行った。NHK歳末・海外たすけあいを紹介する「あなたのやさしさを2014」と連動して実施し，若い世代との接触を図った。参加者１万970人。

（13）NHK@秋葉原「NHK WONDERLAND 2014」

サブカルチャーの聖地として若者でにぎわう秋葉原のベルサール秋葉原で，８月９～10日，番組収録や展示イベントなどを実施した。来場者２万2,872人。

（14）NHK 紅白 WONDERLAND@横浜赤レンガ倉庫

『第65回NHK紅白歌合戦』に合わせて，12月29～31日に横浜赤レンガ倉庫で，８Kスーパーハイビジョンおよびハイビジョンによるライブビューイングなどを実施した。来場者９万227人。

（15）NHKサイエンススタジアム2014

日本科学未来館で10月18～19日に，科学系番組の公開収録・展示・ワークショップ・ミニステージなどを実施した。来場者２万5,008人。

Ⅳ．教育・教養イベント

（１）NHK文化祭2014

10月15～21日，NHK放送センターを中心に，教育番組の国際コンクール「日本賞」を実施。公開イベント「NHK文化祭たいけん広場」（11月１～３日）では，「きて，みて，つながる」をテーマに，Eテレの番組をベースにした親子で楽しめるステージのほか，ワークショップ，会場内からの公開生放送や公開録音等を実施した。「ふるさとの食　にっぽんの食・東京フェスティバル」とも連動。来場者６万4,432人。

（２）放送教育関連イベント

①第65回放送教育研究会全国大会

11月21～22日に神奈川県川崎市および東京都渋谷区で，NHKの学校放送番組やデジタル教材を活用した公開授業や実践事例の発表，番組制作者・研究者も交えた討議などを行い，放送教育の研究と交流を深める場となった。第18回視聴覚教育総合全国大会と合同で開催した。参加者1,150人。

②放送教育研究会地方大会

各地方放送教育研究会などと共催し，全国８ブロックで地方大会を開催した。参加者2,046人。

（表２）

③学校放送番組・ICT活用講座

放送教育実践者による模擬授業やメディア教育研究者のワークショップを通じて，学校放送番組やデジタル教材の活用を支援する。全国10会場で開催した。参加者394人。

（３）平成26年度「NHK全国短歌・俳句大会」

１月24日（短歌），25日（俳句），NHKホールで実施した。NHK学園共催。応募は短歌４万2,405首，俳句８万4,526句。参加者は短歌1,535人，俳句2,209人。

（４）NHK公開セミナー

『大河ドラマ』「軍師官兵衛」「花燃ゆ」，『コズミック　フロント』『にっぽん百名山』を題材に，NHK文化センター，地方自治体等と共催，全国18会場で実施した。参加者6,561人。

（５）子育て世代向けイベント「Let’s tryプレキソ英語in ○○」

Eテレ『プレキソ英語』の番組出演者によるイベントを全国５会場で開催。参加した小学生とその保護者が番組出演者と直接触れ合い，英語を通したコミュニケーションを体験することで番組の視聴につなげた。参加者567人。

（６）学校へ出向き実施するイベント

出演者が直接小・中学校へ出向いてNHKとの接触の機会を作り，公共放送への理解を深めてもらった。

○NHKこども音楽クラブ～N響が○○小学校（中学校）にやってきた～

NHK交響楽団のメンバーが小・中学校に出向いて児童・生徒との交流を交えながら演奏を行うミニコンサート。14年度は全国の小・中学校９会場（うち，被災地３会場）で開催した。クラシックの名曲を演奏。参加者2,998人。

Ⅴ．美術・展博イベント

（１）「生誕100年　佐藤太清展」

花鳥風景画という新分野を確立し，文化勲章を受章するなど，戦後の日本画壇を支えてきた日本画家・佐藤太清。太清の代名詞ともいうべき“旅シリーズ”など約70点を展示。

主催：開催地美術・博物館，生誕100年佐藤太清展実行委員会，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国６会場（富山，東京，京都，茨城，岡山，福知山）。会期：13年６月21日～14年８月３日。入場者５万6,444人。

（２）特別展「手塚治虫×石ノ森章太郎　マンガのちから」

“マンガの神様”手塚治虫と“マンガの王様”石ノ森章太郎の二人の歩み，作品に込められたメッセージを振り返りながら日本の戦後マンガ史を概観。

主催：開催地美術・博物館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国６会場（東京，広島，大阪，山梨，宮城，長野）。会期：13年６月29日～14年12月７日。入場者12万4,268人。

（３）「印象派を超えて－点描の画家たち」

世界最大のゴッホコレクションで知られるオランダのクレラー＝ミュラー美術館の全面協力のもと，ゴッホ，スーラ，モンドリアンらの油彩，水彩，素描など約90点を展示。

主催：開催地美術館，東京新聞，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国３会場（東京，広島，名古屋）。会期：13年10月４日～14年４月６日。入場者28万2,911人。

表２　2014年度「放送教育研究会地方大会」

ブロック	タイトル	日程	開催地	全体会会場	参加者数
北海道	第66回北海道放送教育研究大会 胆振・室蘭大会	10月31日（金）	北海道室蘭市	蓬峠殿	150人
東北	第55回放送教育東北大会秋田大会	11月18日（火）	秋田県秋田市	秋田にぎわい交流館AU	221人
関東甲信越	平成26年度関東甲信越放送・視聴覚教育研究大会栃木大会	11月７日（金）	栃木県栃木市	栃木市栃木文化会館	511人
東海・北陸	第52回東海北陸地方放送教育研究大会 第46回愛知県放送教育特別研究会	８月22日（金）	愛知県名古屋市	ウインクあいち	265人
近畿	第63回近畿放送教育研究大会大阪大会 第64回近畿学校視聴覚教育研究大会大阪大会	11月28日（金）	大阪府富田林市	アウィーナ大阪	286人
中国	平成26年度中国地方放送教育夏期特別研究交流大会	８月８日（金）	鳥取県米子市	米子全日空ホテル	145人
四国	第48回放送教育研究会四国大会　愛媛・徳島合同大会	８月12日（火） 11月14日（金）	愛媛県　松山市 徳島県　那賀町	松山市民会館 那賀町立相生小学校	368人
九州	第63回九州地方放送教育研究大会沖縄大会	10月24日（金）	沖縄県嘉手納町	かでな文化センター	100人
				８会場計	2,046人

（４）日本美術の祭典「日本美術院再興100年特別展　世紀の日本画」

横山大観や狩野芳崖をはじめとした近代日本画の巨匠の代表作に現役同人の作品を加え，重要文化財６点を含むおよそ120点を紹介。

主催：東京都美術館，日本美術院，NHK，NHKプロモーション，朝日新聞社。有料。東京都美術館。会期：14年１月25日～４月１日。入場者16万7,955人。

（５）NHK大河ドラマ特別展「軍師官兵衛」

戦国時代末期，信長，秀吉，家康の三英傑に重用され，乱世を見事に生き抜き福岡藩52万石の礎を築いた希代の天才軍師・黒田官兵衛の生涯を，官兵衛ゆかりの遺品や歴史資料・美術工芸品により紹介。

主催：開催地博物館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国３会場（兵庫，東京，福岡）。会期：14年３月21日～９月21日。入場者22万866人。

（６）特別展「栄西と建仁寺」

日本に禅宗（臨済宗）を広め，京都最古の禅寺「建仁寺」を開創した栄西（1141～1215）の没後800年を機に，国宝「風神雷神図屏風」など栄西および建仁寺ゆかりの名宝183件を一堂に展示。

主催：東京国立博物館，建仁寺，読売新聞社，NHK，NHKプロモーション。有料。東京国立博物館。会期：14年３月25日～５月18日。入場者25万2,166人。

（７）「バルテュス展」

20世紀最後の巨匠と言われる画家バルテュス（1908～2001）の国内では没後初かつ最大規模の大回顧展。世界各地から100点を超える作品を一堂に集めて紹介。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社，朝日新聞社。有料。全国２会場（東京，京都）。会期：14年４月19日～９月７日。入場者31万6,577人。

（８）特別展「台北　故宮博物院－神品至宝－」

台北の故宮博物院が所蔵する70万件にも及ぶ，宋時代から元・明・清にわたる歴代中国皇帝のコレクションの中から，選（よ）りすぐりの名宝を展示。

主催：開催地博物館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国２会場（東京，福岡）。会期：14年６月24日～11月30日。入場者65万8,311人。

（９）「ボストン美術館　華麗なるジャポニスム展」

アメリカ・ボストン美術館の日本美術コレクションから，ジャポニスムをテーマに，絵画，版画，素描，写真，工芸など厳選された148点を展示。

主催：開催地美術館，ボストン美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国３会場（東京，京都，愛知）。会期：14年６月28日～15年５月10日。入場者26万4,628人（東京，京都）。

（10）「宇宙博2014－NASA・JAXAの挑戦」

NASAが挑んだ有人宇宙開発の歴史を一堂に紹介するとともに，「きぼう」日本実験棟の精密な再現モデルや，新世代固体ロケット「イプシロン」のモデルなど，500点以上の資料を通して宇宙開発の過去・現在・未来を紹介。

主催：NHK，NHKプロモーション，朝日新聞社。有料。会期：14年７月19日～９月23日。入場者37万7,318人。

（11）「ヨコハマトリエンナーレ2014」

2001年に始まった現代アートの国際展「横浜トリエンナーレ」の５回目。19の国から65組，79作家による450点を超える多様な作品を展示。

主催：横浜市，公益財団法人横浜市芸術文化振興財団，NHK，朝日新聞社，横浜トリエンナーレ組織委員会。有料。横浜美術館，新港ピア。会期：14年８月１日～11月３日。入場者21万861人。

（12）「ホイッスラー展」

19世紀後半にロンドンやパリで活躍したジャポニスムの巨匠ジェームズ・マクニール・ホイッスラーの国内では27年ぶり，世界でも20年ぶりとなる大規模な回顧展を開催。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国２会場（京都，横浜）。会期：14年９月13日～15年３月１日。入場者16万2,442人。

（13）「青磁のいま～受け継がれた技と美　南宋から現代まで～」

中国・南宋時代の名品と近代作家の作品，現代の作品の三部で構成し，青磁の美しい色彩と造形を余すところなく展示。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国３会場（東京，兵庫，静岡）。会期：14年９月13日～15年８月16日。入場者１万2,057人（東京）。

（14）「菱田春草展」

生誕140年を記念して，近代美術史上の名作「落葉」「黒き猫」などの重要文化財をはじめ，代表作品108点を一堂に展示。

主催：東京国立近代美術館，日本経済新聞社，NHK，NHKプロモーション。有料。14年９月23

日～11月３日。入場者12万5,976人。

（15）「遊亀と靫彦ー師からのたまもの・受け継がれた美ー」

15年は小倉遊亀の生誕120年の節目に当たり，これを機に近代日本画発展の一断片を探る展覧会として開催。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国２会場（滋賀，栃木）。会期：14年10月11日～15年５月17日。入場者１万448人（滋賀）。

（16）フェルディナント・ホドラー展

スイスを代表する画家フェルディナント・ホドラーの初期から晩年までの作風の変遷をスイス国内の主要美術館などから借用した105点の作品で紹介。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社。有料。全国２会場（東京，兵庫）。会期：14年10月７日～15年４月５日。入場者16万527人。

（17）「日本国宝展」

平成に入って３回目となる東京国立博物館の「日本国宝展」であり，「祈り，信じる力」をテーマに119件の国宝を紹介。

主催：東京国立博物館，読売新聞社，NHK，NHKプロモーション。有料。東京国立博物館。会期：14年10月15日～12月７日。入場者38万6,708人。

（18）「東山魁夷　わが愛しのコレクション展」

昭和を代表する日本画家・東山魁夷（1908～1999）が所蔵した貴重なコレクションとともに魁夷本人による絵画作品合わせて約120点を展示。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国２会場（東京，京都）会期：14年12月26日～15年３月29日。入場者６万636人。

（19）「没後400年　古田織部展」

没後400年を迎えるにあたり，千利休の高弟で，桃山時代の武将茶人・古田織部ゆかりの文化財や茶道具など約150点を紹介。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社ほか。有料。全国３会場（東京，広島，滋賀）会期：14年12月30日～15年11月23日。入場者10万4,044人（東京・広島）。

（20）特別展「みちのくの仏像」

東日本大震災から４年が経過したことを機に，東北を代表する仏像19件を一堂に展示。

主催：東京国立博物館，NHK，NHKプロモーション，読売新聞社。有料。東京国立博物館。会期：15年１月14日～４月５日。入場者17万9,521人。

（21）「ボッティチェリとルネサンス　フィレンツェの富と美」

ヨーロッパ全土の貿易とビジネスを支配し，ルネサンスの原動力となった銀行・金融業と，近代の芸術保護誕生の成り立ちを，ボッティチェリ作品10数点に加え，同時代の絵画・彫刻・版画・書籍など約80点で紹介。

主催：Bunkamura，NHK，NHKプロモーション，毎日新聞社。有料。Bunkamuraザ・ミュージアム。会期：15年３月21日～６月28日。

（22）「第16回　国際バラとガーデニングショウ」

メインテーマを「ラ ヴィ アン ローズ～ばら色の人生～」とし，多彩な企画を展開した。

主催：国際バラとガーデニングショウ組織委員会（毎日新聞社，NHK，スポーツニッポン新聞社）。有料。西武ドーム。会期：14年５月10～16日。入場者20万5,759人。

（23）「第61回日本伝統工芸展」

優れた日本の伝統工芸を現代に継承しつつ，今日の生活に即した新しい作品を築き上げることを目的に毎年開催している。

主催：社団法人日本工芸会，開催地NHK放送局，朝日新聞社，文化庁（東京展のみ），開催地教育委員会など。一部有料。全国12会場（東京，愛知，京都，大阪，石川，岡山，島根，香川，宮城，福岡，愛媛，広島）。会期：14年９月17日～15年３月15日。入場者26万8,189人。

（24）「第14回東京国際キルトフェスティバルー布と針と糸の祭典ー」

特集企画「キルトでつづる大草原の小さな家」では，「大草原」の世界を数々のキルトで演出した。

主催：東京国際キルトフェスティバル実行委員会（NHK，読売新聞社，東京国際キルトフェスティバル組織委員会）。有料。東京ドーム。会期：15年１月22日～28日。入場者23万9,102人。

（25）「世界らん展日本大賞2015」

25周年記念開催となる今回は「25th Anniversary・祝祭」をテーマに，世界23の国・地域からおよそ3,000種・10万株の蘭が出展された。

主催：世界らん展日本大賞実行委員会（読売新聞社，NHK，世界らん展組織委員会）。有料。東京ドーム。会期：15年２月14～22日。入場者14万8,762人。

Ⅵ．音楽・伝統芸能イベント

（１）NHK音楽祭2014

12年目を迎えた「NHK音楽祭」。14年は「管弦楽の黄金時代―後期ロマン派の壮大な調べ―」をテーマに実施した。以下，すべてNHKホール。有料公演。

①10月２日，NHK交響楽団

指揮：マルティン・ジークハルト，ピアノ：ユリアンナ・アヴデーエワ，曲目：モーツァルト／ピアノ協奏曲 第21番 ハ長調 K.467ほか。入場者2,234人。

②10月17日，マリインスキー劇場管弦楽団～リヒャルト・シュトラウス生誕150年～

指揮：ワレリー・ゲルギエフ，曲目：リヒャルト・シュトラウス／楽劇「サロメ」演奏会形式。入場者2,212人。

③10月29日，イスラエル・フィルハーモニー管弦楽団

指揮：ズービン・メータ，曲目：シューベルト／交響曲第６番 ハ長調　D．589ほか。入場者3,003人。

（２）第41回NHK古典芸能鑑賞会

10月28日，NHKホール。有料公演。

①箏曲「根曳きの松」

唄・箏：野坂操壽，唄と三絃：砂崎知子，深海さとみ，尺八：善養寺恵介ほか。

②舞踊「連獅子」長唄囃子連中

花柳壽輔，花柳芳次郎

③歌舞伎「傾城反魂香」土佐将監閑居の場

中村吉右衛門ほか。入場者1,323人。

（３）NHK交響楽団演奏会地方公演

近畿公演／８月24日奈良市，８月25日京都市，８月27日神戸市，８月28日大津市，指揮：パスカル・ロフェ，チェロ：堤剛，曲目：ドボルザーク：チェロ協奏曲 ロ短調 作品104，チャイコフスキー：交響曲 第４番 ヘ短調 作品36ほか。入場者6,092人（４会場）。有料公演。

大阪公演／11月10日大阪市，NHK大阪ホール，指揮：クリスティアン・アルミンク，ピアノ：オルガ・ケルン，曲目：ウェーバー／歌劇「オベロン」序曲，ラフマニノフ／ピアノ協奏曲　第２番 ハ短調 作品18，ブラームス／交響曲 第４番　ホ短調　作品98ほか。入場者1,182人。有料公演。

中国公演／15年２月28日佐賀市，３月１日大分市，３月３日宮崎市，３月４日鹿児島市，３月５日熊本市，指揮：下野竜也，バイオリン：竹澤恭子，曲目：ロッシーニ／歌劇「シンデレラ」序曲，メンデルスゾーン／バイオリン協奏曲 ホ短調 作品64，ドボルザーク／交響曲第８番 ト長調 作品88。入場者6,894人（５会場）。有料公演。

（４）第83回日本音楽コンクール

毎日新聞社と共催。各部門予選・本選を経て入賞者を決定。本選会は10月25～30日，東京オペラシティコンサートホール。入場者3,472人（本選会）。本選各部門の第１位は次のとおり。バイオリン部門：吉田南（桐朋女子高等学校１年），ピアノ部門：石田啓明（桐朋学園大学ソリスト・ディプロマコース２年），声楽部門：駒田敏章（東京芸大大学院修了），ホルン部門：該当者なし，チェロ部門：佐藤晴真（東京芸大付高２年），作曲部門：杉本友樹（大阪音大大学院修了）。

（５）第58回NHKニューイヤーオペラコンサート

１月３日，NHKホール。有料公演。

ソプラノ：臼木あい，小川里美，幸田浩子，砂川涼子，田村麻子，中嶋彰子，森麻季，メゾ・ソプラノ：鳥木弥生，林美智子，藤村実穂子，山下牧子，カウンター・テナー：藤木大地，テノール：錦織健，西村悟，福井敬，村上敏明，望月哲也，山本耕平，与儀巧，バリトン：上江隼人，堀内康雄，バス：妻屋秀和，合唱：新国立劇場合唱団，二期会合唱団，藤原歌劇団合唱部，管弦楽：東京フィルハーモニー交響楽団，指揮：広上淳一，特別ゲスト：鈴木雅明（指揮），バッハ・コレギウム・ジャパン（管弦楽），司会：石丸幹二，髙橋美鈴アナウンサー。入場者3,046人。

（６）NHKバレエの饗宴（きょうえん）2015

日本を代表するバレエ団とバレエダンサーが一堂に会する公演。３月28日，NHKホール。有料公演。①演目：パキータ，出演：牧阿佐美バレエ団，振付：マリウス・プティパ，改訂振付：アレクサンドラ・ダニロワ，牧阿佐美，音楽：ミンクス，②演目：supernova（新作），出演：Noism1，演出振付：金森譲，音楽：黛敏郎，演奏：渡辺玲子（バイオリン），③演目：「カルメン」から抜粋，出演：下村由理恵バレエアンサンブル，演出・構成・振付：篠原聖一，音楽：ビゼーほか，④「眠りの森の美女」から第３幕，出演：新国立劇場バレエ団，振付：ウエイン・イーグリング（マリウス・プティパ原振付による），音楽：チャイコフスキー（ギャヴィン・サザーランド編曲），指揮：大井剛史，管弦楽：東京フィルハーモニー交響楽団。入場者2,225人。

（７）第13回 東京JAZZ

９月５～７日，東京国際フォーラムほか。有料

公演。出演：ハービー･ハンコック，The Quartet Legend featuring ケニー・バロン，ロン･カーター，ベニー・ゴルソン，レニー・ホワイト，チャカ・カーン，小曽根真 featuring No Name Horses VS クリスチャン・マクブライド・ビッグバンド，上原ひろみ ザ・トリオ・プロジェクト feat. アンソニー・ジャクソン＆サイモン・フィリップス，ミシェル・カミロ × 上原ひろみ，高中正義，ケニー“ベイビーフェイス”エドモンズ，JAGA JAZZIST，菊地成孔とペペ・トルメント・アスカラール（スペシャルゲスト UA）ほか。入場者８万7,861人。

Ⅶ．スポーツイベント

（１）ラジオ体操・みんなの体操会

かんぽ生命保険，全国ラジオ体操連盟との共催。

①夏期巡回ラジオ体操・みんなの体操会

７月20日～８月31日，全国43会場で実施し，ラジオ第１で生放送した。このうち，８月３日は神戸市で「1000万人ラジオ体操・みんなの体操祭」として実施した。参加者７万493人。

②特別巡回ラジオ体操・みんなの体操会

４月27日，５月25日，６月１日，７月６日，９月７，14，21，28日，10月５日，全国９会場で実施し，ラジオ第１で生放送した。参加者１万5,530人。なお10月12日に宮崎県で実施予定だった１会場は，台風のため中止となった。

（２）2014NHK杯国際フィギュアスケート競技大会（第36回大会）

日本スケート連盟主催，NHK共催により11月28～30日，大阪府門真スポーツセンター なみはやドーム（大阪府門真市）で実施した。男子シングルは村上大介（日本），女子シングルはグレイシー・ゴールド（アメリカ）が優勝。参加選手は12か国・53人。入場者１万7,882人。

スペシャル企画として，番組ゲストの織田信成さんと鈴木明子さんによる共演「スマイル･オン･アイス」や「どーもくん・オン・アイスwith浅田舞」を実施したほか，エキシビションで，羽生結弦選手が復興支援ソング「花は咲く」に合わせて演技した。

（３）天皇盃　第20回全国都道府県対抗男子駅伝競走大会

日本陸上競技連盟の主催，中国新聞，NHKの共催で15年１月19日に実施した。広島平和記念公園前をスタート・フィニッシュとする７区間48kmコース。埼玉県チームが初優勝。観覧者数33万人。平和記念公園に設置した大型モニターで中継映像を公開した。NHK広島放送センタービルでは「駅伝ふるさとひろば」を６日間実施した。来場者２万9,127人。

（４）皇后盃　第33回全国都道府県対抗女子駅伝競走大会

日本陸上競技連盟の主催，京都新聞，NHKの共催で15年１月11日に実施した。京都市西京極総合運動公園陸上競技場をスタート・フィニッシュとする９区間42.195kmコース。大阪府チームが３年ぶり３回目の優勝。観覧者数34万6,000人。競技場に設置した大型モニターで中継映像を公開したほか，少女ミニ駅伝などを実施した。

（５）第70回びわ湖毎日マラソン大会

日本陸上競技連盟，毎日新聞社，滋賀県，滋賀県教育委員会，大津市，大津市教育委員会の主催，NHKの共催で15年３月１日に実施した。皇子山陸上競技場をスタート・フィニッシュとするコース。サムエル・ドゥング（ケニア）が優勝。日本人トップは前田和浩（４位）。観覧者数18万5,000人。競技場に設置した大型モニターで中継映像を公開したほか，「小学生陸上教室」「小学生1,000m記録会」を実施した。

（６）第16回長野オリンピック記念長野マラソン大会

日本オリンピック委員会，日本陸上競技連盟，長野県，長野市，信濃毎日新聞社の主催，NHKの共催で４月20日に実施した。長野運動公園をスタートし，長野オリンピックスタジアムをフィニッシュとするコース。男子はセルゲイ・レビット（ウクライナ），女子はアリーナ･プロコペワ（ロシア）が優勝。出場選手数9,535人。観覧者数は22万人。ゴール近くのイベント会場で「NHK長野放送局ファミリーステーション」を展開した。

（７）オープンゴルフ選手権競技

日本ゴルフ協会の主催，NHKの共催で，男子･女子・シニアの３大会を実施した。会場に設置した大型モニターで中継映像を公開した。

①第47回日本女子オープンゴルフ選手権競技

10月２～５日，琵琶湖カントリー倶楽部　栗東･三上コース（滋賀県栗東市）で実施した。テレサ･ルー（台湾）が優勝。入場者２万3,338人。

②第79回日本オープンゴルフ選手権競技

10月16～19日，千葉カントリークラブ　梅郷コース（千葉県野田市）で実施した。池田勇太が優勝。入場者２万9,620人。

③第24回日本シニアオープンゴルフ選手権競技

10月30日～11月２日，小野グランドカントリー

クラブ・NEWコース（兵庫県小野市）で実施した。倉本昌弘が優勝。入場者7,152人。

（８）第94回天皇杯全日本サッカー選手権大会

日本サッカー協会，日本プロサッカーリーグの主催，NHKおよび共同通信社の共催で実施した。都道府県代表47チームとシード41チーム（J1-18，J2-22，JFL-1）の88チームで７月５日～12月13日に実施。日産スタジアム（神奈川県横浜市）での決勝戦（入場者４万7,829人）では，ガンバ大阪が優勝。大会を通じての総入場者28万9,634人。

（９）各都道府県サッカー選手権大会

45都道府県大会を各都道府県サッカー協会が主催し，NHKは主催または共催で実施した。各都道府県優勝チームは天皇杯の各都道府県代表として出場。

（10）第51回全国大学ラグビーフットボール選手権大会および第52回日本ラグビーフットボール選手権大会

大学選手権，日本選手権ともに，日本ラグビーフットボール協会が主催，NHKが共催で実施した。

大学選手権は11月16日～15年１月10日に実施。決勝戦は味の素スタジアムで行われ，帝京大学が６年連続６回目の優勝。大会を通じての総入場者11万2,867人。

日本選手権は２月８～28日に実施。決勝戦は秩父宮ラグビー場で行われ，ヤマハ発動機ジュビロが初優勝。大会を通じての総入場者６万6,113人。

（11）JAPAN CUP 2014 チアリーディング日本選手権大会

日本チアリーディング協会の主催，NHKの共催で８月22～24日，国立代々木競技場・第一体育館で実施した。197チーム2,851人が参加。優勝は，〔中学校部門〕箕面自由学園中学校（大阪府），〔高等学校部門〕箕面自由学園高等学校（大阪府），〔大学部門〕日本文理大学（大分県），〔社会人部門〕クラブチームツイスターズA（東京都）。入場者２万1,191人。

（12）NHKスポーツパーク

NHK解説者や一流の講師によるスポーツ教室とトークショー等を組み合わせた家族で楽しめる総合的なスポーツイベント。「松岡修造のテニスパーク」「浅田真央のフィギュアスケートパーク」などを全国６会場で実施した。参加者5,002人。

（13）NHKジュニアスポーツ教室

野球，サッカー，バレーボール，水泳，バドミントン，陸上，ソフトテニスの各競技種目を一流講師が全国15会場で指導した。参加者2,516人。

（14）2014 FIFAワールドカップ ブラジル ８Kスーパーハイビジョン パブリックビューイング

サッカー王国・ブラジルで開催されたサッカーワールドカップを８K映像で体験するPVイベントを全国４会場で実施。９試合のライブ・録画上映のほか，サッカー解説者・スポーツアナによるスペシャルトークや，日本代表選手の記念撮影パネルの展示も行った。参加者9,022人。

Ⅷ．東日本大震災復興支援イベント

（１）NHK公開復興サポート　明日へ

被災県に赴き，日頃苦労している被災者に笑顔になってもらうため，幅広い番組・イベントを短期間に集中して実施した。

福島県いわき市では，いわき明星大学を会場に５月25日に13番組と11イベント・展示を実施。来場者9,675人。

茨城県日立市では，日立市民会館を会場に10月18，19日に５番組と８イベント・展示を実施。来場者3,311人。

Ⅸ．会館公開・展示

１．NHKスタジオパーク

前身は1965年開設の「見学者コース」。85年に「NHK展示プラザ」と名称変更し，その後，95年３月22日，放送開始70周年を記念して「NHKスタジオパーク」と改称，04年12月には「スタジオショップ」を全面改修，07年６月に総入場者数1,000万人を達成した。11年には，放送の完全デジタル化に合わせて展示コーナーを一新するため，４月から約半年間，全館休館とし，10月10日にリニューアルオープンした。新生スタジオパークでは，次世代テレビ「８Kスーパーハイビジョン」の上映設備をはじめ，番組制作体験や放送の舞台裏に触れることができるコーナーを拡充した。11年10月のリニューアルオープンから15年３月末までの入場者は201万6,860人。

【主な展示内容】

①８Kスーパーハイビジョン

360インチ大画面の臨場感あふれる超高精細映像と22.2chの立体音響を備えた次世代テレビ。

②CR-350スタジオ

新旧のNHK番組を大画面で上映。

③アニメファクトリー

アフレコ体験やアニメの制作過程を資料で紹介。

④クリエイティブラボ

来場者が映像と音を編集，オリジナル番組の制作を体験。

⑤スタジオパークNEWS

アナウンサーやカメラマンの体験をしながら，ニュース番組の制作に挑戦。

⑥CT-450スタジオ

『スタジオパークからこんにちは』『土曜スタジオパーク』『日曜バラエティー』などの番組を公開。

⑦ネイチャーカメラマン

『ダーウィンが来た！生きもの新伝説』など自然番組の撮影に使う特殊カメラの操作を体験。

この他，レストランやショップなどがある。

所要時間：１時間半

開館時間：午前10時～午後６時（入館は午後５時30分まで）

休館日　：原則として毎月第４月曜日（祝日・振替休日と重なる場合は，その翌日）
※休館日は変更あり

入場料　：個人　200円（団体・20人以上は150円
高校生以下および18歳未満，ならびに65歳以上無料）

２．みんなの広場　ふれあいホール

「みんなの広場　ふれあいホール」では，さまざまな公開番組やイベントなどを開催している。NHK紅白歌合戦の特別展などとともに一般貸し出し（有料）も行っている（2014年６月までは番組公開ライブラリーを併設していた。７月からNHKハートプラザで公開）。14年度は，ギャラリーとアーカイブス合わせて３万9,552人の利用があった。

開館時間：午前10時～午後６時

入場料　：無料

３．NHK放送博物館

“発信・発見・感動のあるミュージアム”として，14年度も積極的･意欲的に事業展開を行った。幅広い年代層にわたる入館者の確保・増加を図りながら，視聴者とNHKを結ぶ最前線としての重要な役割を果たしている。積極的に事業展開した結果，入館者数は11万2,260人（歴代８位）となった。なお，リニューアル工事のため，２月16日から休館に入った（リニューアルオープンは16年１月の予定）ため，開館日数は268日であった。

放送博物館の業務運営の基本は，放送の歴史にとって貴重な資料（放送文化財）の計画的な収集，分類，分析，保存，展示等である。さらに，これらの上に立って行う事業展開の２本の大きな柱として，企画展示と愛宕山ホール等におけるイベントがある。

企画展示では，「NHKキャラクター大集合」「サッカーW杯ブラジル大会を応援しよう」「昭和の名アナウンサー列伝」「『花子とアン』花子が残したラジオ番組」「オリンピックと放送～東京五輪50年～」「寄贈資料展」「もう一度会いたい★ひょっこりひょうたん島」「愛宕山の今昔」など研究調査の蓄積や放送現場等との連携に立脚した展示を行い，内外の注目を集めた。

イベントでは，「藤山一郎を歌う」「愛宕山コンサート」「愛宕山講談会」「みんなの健康教室」「中高生のための放送講座」「工作教室」「講演会『花子とアン』クライマックスへ」「講演　時代考証とドラマ～軍師官兵衛がもっと面白くなる～」「脚本ワークショップ『ラジオドラマで想像力を鍛える！』」「第７回ギャラクシー賞受賞『報道活動』を見て，制作者と語る会」ほか多彩な企画で入館者の期待に応えた。

こうした取り組みの結果，従来比較的少なかった20～40代の来館者も多く訪れるようになり，入館者層の幅が幼児から高齢者にわたって広がってきている。

また，産業文化博物館コンソーシアム（COMIC），港区ミュージアムネットワークなど博物館・美術館との連携を密にしながら，地域文化の中核としての活動強化にも努めている。加えて，映像・活字・電子系のメディアを通じてのPRにも積極的に取り組んでいる。

（１）資料の収集・保存

放送史上貴重な資料（図書・文献，台本，機器など）の収集を行った。また，資料データベースの充実を図った。

（２）展示・企画展

「NHKキャラクター大集合」（４～８月），「サッカーW杯ブラジル大会を応援しよう」（５～７月），「昭和の名アナウンサー列伝」（７～10月），「『花子とアン』花子が残したラジオ番組」（８～９月），「オリンピックと放送～東京五輪50年～」（９～12月），「寄贈資料展」（10～２月），「東京オリンピックとテレビ」（10～１月），「もう一度会いたい★ひょっこりひょうたん島」（11～２月），

「愛宕山の今昔」（１～２月）を実施した。

（３）普及業務

①イベント

「藤山一郎を歌う」「愛宕山コンサート」「愛宕山講談会」「みんなの健康教室」「中高生のための放送講座」「工作教室」「講演会『花子とアン』クライマックスへ」「講演　時代考証とドラマ～軍師官兵衛がもっと面白くなる～」「脚本ワークショップ『ラジオドラマで想像力を鍛える！』」「第７回ギャラクシー賞受賞『報道活動』を見て，制作者と語る会」などを開催した。

②NHK番組を見る会

『プレミアム８〈紀行〉世界一番紀行　世界で一番の迷宮都市』，『NHKスペシャル』「印象派の殿堂　オルセー美術館」，『ハイビジョン特集』「日本の名峰　北アルプス」，『夏休み子ども特集　おじゃる丸　忍たま乱太郎』，『ハイビジョンスペシャル』「男自転車ふたり旅」，『ドラマ特集　土曜ドラマスペシャル　とんび（前・後編）』，『日米開戦を語る　海軍はなぜ過ったのか～400時間の証言より～』，『ハイビジョン特集』「白い魔境冬富士」などのほか，落語などを上映した。

③移動放送博物館

富山放送局（12月５～７日）に704人が来場した。

④中高生のための放送講座

７月30～31日実施。16組48人が参加した。

⑤学芸員実習

９月４～10日の７日間実施。９大学10人が参加した。

NHKの情報公開

（１）NHKの情報公開の特色

01年７月から開始したNHKの情報公開の主な特色は，次の３点である。

①国や地方自治体，独立行政法人のように法律・条例によって義務付けられて行うのではなく，NHKが自主的に実施するものである。受信料は税金ではないこと，また，NHKは報道機関であることから，NHKの自主・自律性に配慮した結果である。

②放送番組や放送番組の編集に関する情報を記録した文書については，「開示の求め」の対象外としている。NHKが公共放送としての使命を果たしていくためには，放送番組編集の自由の確保は不可欠である。もし番組そのものや，番組素材，その制作・編成関係の文書を開示すると，自由な番組編集に支障が生じ，ひいては公共放送としての使命が果たせなくなることから，「開示の求め」の対象外とした。そのうえで，可能な範囲で関係情報の提供に努めていく。

③NHKの不開示等の判断に対して，第三者機関による公正・客観的なチェックの仕組みを整えている。外部の有識者で構成される「NHK情報公開・個人情報保護審議委員会」が，視聴者からの「再検討の求め」があった際に，委員会としての意見をNHKに述べる。NHKは，その意見を尊重して最終判断を行う。

（２）NHKの情報公開の仕組み

NHKの情報公開は，基本的枠組みを定めた「NHK情報公開基準」（00年12月制定）と，それをさらに具体化した「NHK情報公開規程」（01年６月制定）に基づいて進めている。この情報公開規程は，情報公開基準に基づき情報公開を実施していくために必要な事項を定めている。主な内容は次のとおり。

①「開示の求め」の対象となる文書

NHKの役職員が業務上共用するものとして保有している文書（電磁的に記録されたものを含む）が，「開示の求め」の対象となる。

ただし，放送番組編集の自由を確保する観点等から，次のものについては対象外となる。

（ⅰ）放送番組および放送番組の編集に関する情報を記録したもの（放送番組の企画，取材，収録等について記録した文書など。ハードディスク・DVD等を含む）。

（ⅱ）書籍，雑誌等不特定多数の者に販売することを目的として発行されるもの。

（ⅲ）歴史的もしくは文化的な資料または学術研究用の資料としてNHK放送博物館等において特別の管理がされているもの。

②「開示の求め」のできる者

NHKの放送の視聴者。

③受付場所・方法

NHK放送センター，全国の放送局・支局に，日本語で記入した「開示の求め」および「開示の求め手数料」を持参または郵送で提出する。

④開示できない文書

「開示の求め」の対象となる文書は，原則として開示する。

ただし，次の情報（不開示情報）が記載されている場合を除く。

（ⅰ）NHKの権利利益，地位，事業活動に支障を及ぼすおそれがあるものや，特定の者に利益等を及ぼすおそれがあるもの。

（ⅱ）NHKの審議，検討，協議が円滑に行われることを阻害するおそれがあるもの。
（ⅲ）特定の個人を識別できるものや，個人の権利利益を害するおそれがあるもの。
（ⅳ）NHK以外の法人，団体，個人事業主の権利等を害するおそれがあるもの。
（ⅴ）NHKの保安に支障を及ぼすおそれがあるもの。
（ⅵ）契約によりNHKが守秘義務を課せられているものや，契約の相手方が開示を承諾しないもの。

⑤開示・不開示等の判断までの期間

申込書を受け付けた翌日から30日以内に開示・不開示等を判断し，書面により連絡する。

⑥開示の実施方法

視聴者が開示の連絡を受けた日から２週間以内に，閲覧またはコピーを提供する（電磁的に記録されたものについては，プリントアウトし，閲覧またはコピーを提供する）。

⑦費用

閲覧のためにコピーやプリントアウトが必要な場合も含め，次の費用は視聴者負担となる。

・開示の求め手数料：１件につき300円
・開示実施手数料
　白黒コピー　　：１枚につき10円
　カラーコピー　：１枚につき50円
・郵送料　　：実費

⑧「再検討の求め」

一部開示・不開示の判断結果について，視聴者は２週間以内に「再検討の求め」ができる。

その場合NHKは，NHK情報公開・個人情報保護審議委員会に諮問し，その意見を尊重して開示・不開示等の最終的な判断を行い，直ちに書面により視聴者に連絡する。

⑨実施状況の公表

実施状況について，毎月，NHKの公開ホームページで公表する。

（３）「開示の求め」

①受付状況

14年度は，全国の放送局・支局において，18人の視聴者による151件の開示の求めがあった。

②判断結果

147件について判断を終えた（15年４月末現在）。（表３）

表３　「開示の求め」判断結果

判断結果	件　数	備　考
開　示	76件（A）	うち，一部開示28件
不開示	53件（B）	
対象外	18件	

③開示率（A／（A＋B））

129件についての開示率は58.9％である。

④「開示の求め」の内容

14年度に受け付けた151件の内訳は次のとおりとなっている。（表４）

表４　「開示の求め」の内訳

分　野	件　数	割　合
経営	38件	25.2％
放送	31件	20.5％
営業	22件	14.6％
技術	１件	0.7％
広報・事業	５件	3.3％
総務・経理	54件	35.8％

（４）NHK情報公開・個人情報保護審議委員会

NHK情報公開･個人情報保護審議委員会は,「開示の求め」についてのNHKの一部開示・不開示の判断に対して「再検討の求め」があった場合に，審議を行い，NHKに意見を述べる第三者機関である。

①委員

NHK情報公開・個人情報保護審議委員会の委員は，５人以内で，経営委員会の同意を得て会長が委嘱する。任期は２年，再任は可である。14年度末現在，次の方々に委員を委嘱している。

委　員　長　大島　崇志　氏（弁護士）
委員長代行　斎藤　誠　　氏
　　（東京大学大学院法学政治学研究科教授）
委　員　　宮内　忍　　氏（公認会計士）
委　員　　米倉　久邦　氏
　　（元共同通信社論説委員長）
委　員　　小泉　万里子　氏
　　（元厚生労働省宮城労働局長）

②開催回数

14年度，NHK情報公開・個人情報保護審議委員会は，23回開催された。

（５）「再検討の求め」

①受付状況

14年度は，NHKが一部開示・不開示の判断をしたもののうち，123件について再検討の求めを受け付けた。

②審議結果

14年度，NHKはNHK情報公開・個人情報保護審議委員会に128件について諮問し，131件の答申を受けた。（表５）

NHKは，すべての案件について，審議委員会の答申どおりの最終判断を行った。

なお，その他４件を諮問前に開示した。

表５　2014年度審議結果

審議結果	件　数
当初判断どおり一部開示・不開示が妥当	99件
一部開示の範囲を広げるか，開示が妥当	11件
不開示ではなく一部開示・開示が妥当	21件

NHKの個人情報保護

（１）個人情報保護法

①個人情報保護法の施行

05年度から「個人情報の保護に関する法律」（個人情報保護法。以下「法律」という）が全面施行され，NHKもこの法律が定める「個人情報取扱事業者」に該当することから，さまざまな法律上の義務が課され，個人情報の取り扱いを適正に行うことが求められている。

②法律の義務の適用除外

この法律が成立する過程で，個人情報保護に関する「利用目的による制限」「適正な取得」「正確性の確保」「透明性の確保」といった基本原則が，「表現の自由」「報道・取材の自由」などの基本的人権を制約するおそれがあるとの指摘が，メディアを中心になされた。

このため，法律は，報道機関が報道目的で個人情報を取り扱う場合，著述を業とする者が著述目的で個人情報を取り扱う場合などは，個人情報取扱事業者としての義務の適用を除外した。その一方で，義務の適用が除外される場合については，事業者が自主的に個人情報の適正な取り扱いについての措置を講じ，それを公表するよう努めることを求めた。

（２）NHKの個人情報保護の取り組み

①NHKの取り組み

ア　NHK個人情報保護方針

NHKにおける個人情報保護に関する最上位の規程で，法律上の義務が適用除外となる報道・著述・学術研究分野を含め，NHK内の個人情報全般の取り扱いについて宣言的に定めている。

イ　NHK個人情報保護規程

法律上の義務の適用を受ける分野（営業・事務分野等）を対象に，実務上の手続きを中心に定めている。

視聴者本人から自己情報の「個人情報　開示等の求め」が出された場合，原則として視聴者が求める措置を行うこととなるが，開示するとNHKの業務の適正な実施に著しい支障を及ぼすおそれがある場合等は，求められた措置を行わなくてもよいとされている。

このような場合の救済策として，法律上の要請はないが，NHKとして自主的に，視聴者からの「再検討の求め」を受け付け，第三者機関「NHK情報公開・個人情報保護審議委員会」において審議することとしている。

ウ　報道・著述・学術研究分野に係る個人情報保護規程

法律上の義務が適用除外となる報道分野等について，自主的に，安全管理や苦情への対応について定めている。

②NHKにおける個人情報の管理・責任体制

上記規程に基づき，NHKにおける個人情報の管理については，副会長がこれを統括し（報道分野等については放送総局長），各部局においては，各部局長が全責任を持って管理することとなっている。

しかしながら，14年度においては，個人情報の漏えいや紛失が合わせて13件発生した。

これらの事案はいずれもホームページで公表するなどしているが，NHKとして，今後はこのような事態が起きないよう，個人情報の取り扱いについては，くれぐれも細心の注意を払い，その適切な取り扱いに努めていく。

③個人情報の開示等の求めへの対応状況

14年度に視聴者本人から出された「個人情報開示等の求め」は，開示の求めが31件，訂正の求めが１件，利用停止の求めが１件あり，判断結果は表６のとおりである。

表６　「個人情報　開示等の求め」への対応

判断結果	件
開示	11件
一部開示	４件
不開示	15件
訂正不実施	１件
利用停止不実施	１件
適用除外	１件

④「個人情報　再検討の求め」の審議状況

14年度に受け付けた個人情報に関する再検討の求めは18件あり，諮問前に訂正した１件を除いた17件をNHK情報公開・個人情報保護審議委員会に諮問した。審議委員会は，16件をNHKが一部開示・不開示，利用停止不実施とした当初判断を妥当とし，１件を一部開示の範囲を広げることが妥当とした。NHKはその意見どおり最終判断を行った。

広　報

Ⅰ．経営広報

１．会長会見とマスコミ対応

会長定例記者会見をはじめ，臨時の記者会見，ブリーフィング，個別の取材対応などを通じて，NHKの経営情報をさまざまな形で発信した。

会長定例記者会見は原則月１回。会長と副会長，テーマに応じて関係役員が出席して，NHKや放送業界全体に関わることなどについて説明した。

３か年経営計画（2012-2014年度）の最終年度となったこの１年間は，４つの重点目標である「公共」「信頼」「創造・未来」「改革・活力」の達成に向けたNHKの取り組みについて，詳しく伝えた。

なかでも，受信料に関しては，４月からの消費税率の引き上げに伴う受信料額の改定について，きめ細かい周知を行い，円滑な料額の改定に努めるとともに，全局を挙げた「プロジェクト810」や営業改革など，増収の確保と経費削減の取り組みについて，詳しく情報を発信した。また，新たな３か年経営計画（2015-2017年度）について，経営委員長と会長が記者会見を開くなどして，経営の重点施策の丁寧な説明に努めた。

公共放送の重要な使命の１つである防災・減災報道に関連しては，東日本大震災の被災地の課題に向き合う番組や復興への歩みを支援するイベントを周知するなど，NHKの全局を挙げた継続的な取り組みを伝えた。また，新しい技術やビッグデータを活用した取り組みを，国内のメディアをはじめ，３月に仙台で開かれた国連防災世界会議などでも広報し，国内外への発信に努めた。

衆議院選挙では，開票速報の見どころやネットサービスのほか，国際放送の「NHKワールドTV」でも手厚く放送することなどを丁寧に伝えた。

インターネット展開については，15年度からの改正放送法の施行を前に，「インターネットサービス実施計画」などについて，記者ブリーフィングを開き，インターネットを活用したサービスの強化を発信した。

国際的なスポーツイベントでは，ワールドカップサッカー・ブラジル大会で，放送概要に加え，ハイブリッドキャストや，８Kスーパーハイビジョンによるパブリックビューイングなど，NHKの取り組みを詳細に発信した。

コンプライアンス関連の対応では，NHK関連団体ガバナンス調査委員会が，８月に，記者会見を開いて調査報告を公表し，関連団体での不祥事の再発防止策を提言したほか，15年３月に，監査委員会が会長のハイヤーの使用を巡る経理処理について，報告書を公表した。また，14年５月に放送した『クローズアップ現代』「追跡“出家詐欺”～狙われる宗教法人～」について，３月に，いわゆる「やらせ」があったとの指摘を受け，NHKは15年４月に調査委員会を発足させた。

◇会長定例記者会見の主な内容

４月　新年度のスタートにあたって
　　13年度の営業業績の見込み
　　「渋谷DEどーも2014」
５月　13年度決算の速報
　　「FIFAワールドカップ2014」の放送計画
　　NHK放送技術研究所一般公開
６月　第１期営業業績
　　NHK環境キャンペーン「ECOパーク2014」
７月　就任半年にあたって
　　『第46回　思い出のメロディー』
　　「ABUアジア･太平洋ロボットコンテスト」
９月　「2014インチョンアジア大会」の放送
　　「NHKハイブリッドキャスト」サービス拡充
　　第２期営業業績
10月　上半期の営業業績
　　NHKオンデマンドの４Kコンテンツ配信
　　「CEATEC JAPAN 2014」への出展
11月　ABU総会と放送関係の国際会議

NHK杯国際フィギュアスケート大会の放送
「NHK歳末・海外たすけあい」
12月　第47回衆議院選挙の放送
放送開始90年の取り組み
第４期営業業績
１月　新年にあたって
８Kスーパーハイビジョンの今年の取り組み
全豪オープンテニスの放送
２月　ワーク・ライフ・バランスの推進と女性の積極的な登用
「国連防災世界会議」の関連行事
第５期営業業績
３月　営業業績見通しと今後の全局的な取り組み
東日本大震災から４年に向けた放送特集番組
「第66日本放送協会放送文化賞」

◇その他の主な記者会見等

・NHK関連団体ガバナンス調査委員会の調査報告発表　(8.26)
・「NHK経営計画2015-2017年度」発表　(1.15)
・監査委員会活動結果報告書の公表　(3.19)

２．国際広報

定例会見や個別の取材対応，国際イベントなどを通じて，NHKの国際放送や海外展開の取り組みなどを国内外に発信した。

国際放送の「NHKワールドTV」やラジオ日本の番組内容を定例記者会見などで紹介。外国人ディレクターの視点で日本の今を描いたドキュメンタリーやワールドTV初のアニメなど新たなコンテンツをPRした。各番組の出演者を一堂に集めた取材会を初めて開催し，海外からも含め30を超えるメディアを前に番組の見どころを紹介した。

また，海外から大勢の人が参加する国際イベントに合わせて積極的に広報PR活動を実施し，仙台で開催された国連防災世界会議では，報道局と連携し各国の関係者らに対し震災ビッグデータの展示と説明を行った。

さらに海外での広報活動にも力を入れ，『連続テレビ小説』「あまちゃん」の放送が始まるミャンマーで記者ブリーフィングを行い，番組内容やNHKの経営情報が現地メディアに大きく取り上げられた。同じ時期に開催された「日本祭り」の会場でもミャンマーの市民に「あまちゃん」をPRした。

NHKの災害報道や放送技術は海外メディアの関心が高く，取材が相次いだ。災害報道への取り組みについて中東の衛星テレビ局アルジャジーラやスイス，ベトナムのテレビ局から取材を受けたほか，８Kスーパーハイビジョンなど放送技術についてイギリスBBCなどの取材を受け，いずれも国際広報が対応に当たった。

NHKが加盟しているABU（アジア太平洋放送連合）関連のイベントでも広報業務を行った。インドで行われた「ABUロボコン2014プネ大会」では，事前に会長会見で概要や見どころを紹介。大会本番終了後，競技の様子や結果をまとめた報道資料をリリースし，各国チームの熱い戦いを伝えた。また，マカオで開催されたABU総会では現地で広報対応を行い，NHKの堂元副会長がABU 副会長に選出されたことをプレスリリースで国内外に発表した。

広報資材としては，年次活動報告「NHK Annual Report 2014-2015」とPRビデオ「NHK 2014」の英語，中国語，韓国語の３か国語版を制作したほか，NHKのホームページの英語版サイトを外国人の人々に向け，より分かりやすく改訂し，改訂前よりもアクセス数が大幅に増えた。その後，経営情報のページについては韓国語版，中国語版も制作した。

◇14年度の主な報道発表（日本語・英語）

・『突撃　アッとホーム』をフィリピンで放送（5.22）
・『NHKスペシャル』「終戦特集ドラマ　東京が戦場になった日」がモンテカルロ・テレビ祭で特別賞受賞（5.22）
・ABU子どもドラマシリーズ共同制作（6.18）
・NHKワールドTV『Kawaii International』がミャンマーでロケ（6.18）
・NHKホームページの英語版をリニューアル（7.31）
・『ABUロボコン2014』インド・プネ　ベトナム代表が優勝（8.24）
・国連気候サミットにNHKが参加（9.4）
・NHKワールドTVの国内視聴可能世帯が３倍近くに拡大（9.4）
・羽田空港・どーもくんフラッグでNHKワールドTVをPR（10.6）
・日本賞グランプリにイギリスの番組（10.21）
・NHKワールドTVで東海道新幹線開業50年を特集（10.22）
・ABU，副会長にNHK堂元光副会長を選出（10.28）
・世界公共放送番組会議～INPUT2015東京大会～開催へ（11.6）
・NHKワールド・ラジオ日本がミャンマー国営放送とラジオドラマ共同制作（12.2）

・ミャンマー日本祭り「あまちゃん」PR（12.8）
・NHKワールドTVで『新春特番　KABUKIの華麗な舞踊』を放送（12.17）
・３か年経営計画を発表（1.16）
・NHKワールドTV27年度番組改定発表（1.21）
・国内３空港にNHKワールドTVのモニター設置（2.5）

３．技術広報

NHKは豊かな放送文化の創造に向け，新たな放送技術の研究や開発，実用化，普及において先導的な役割を果たしている。NHK技術の取り組みについて，積極的に情報発信した。

14年８月，総務省の「４K・８Kロードマップに関するフォローアップ会合」の中間報告で４K・８K推進のためのロードマップが示された。NHKはこれに従って16年に８Kスーパーハイビジョンの試験放送を開始し，18年までの実用放送，東京オリンピック・パラリンピックが開催される20年の本格普及を目指すこととした。これを受け，８Kスーパーハイビジョンをはじめとした新たなサービスの研究・開発の最新動向などを中心に積極的なPRを実施した。

８KスーパーハイビジョンやNHKハイブリッドキャストなどの新サービスについて間断なく広報していく方針のもと，定例記者会見や取材会，広報番組などを軸に継続的に広報し，視聴者の理解浸透に努めた。

（１）新サービスPR

８Kスーパーハイビジョンについては，16年の試験放送開始に向けて会長定例記者会見などで随時取り組みを紹介したほか，専門誌等も含めた取材対応を強化し，機会を捉えて認知の向上に努めた。

「NHKハイブリッドキャスト」については，14年秋からの４波展開をはじめ，サービス拡充の際に会長定例会見等で実際の画面を使ったプレゼンテーションを行うなどした。特に放送と連動した本格的なサービスについては，サービスの魅力や今後の展望などを分かりやすく紹介した。

（２）「FIFAワールドカップ2014」での取り組みを紹介

ブラジルで開催された「FIFAワールドカップ2014」では，９試合を８KスーパーハイビジョンでFIFAと共同制作し，日本国内４会場と現地ブラジル３会場で８Kスーパーハイビジョンパブリックビューイングを実施した。これについて，日本国内のみならず，現地でも関係者向けのPR活動を行った。

（３）放送技術の研究・開発の広報

放送技術の開発においてNHKが担っている先導的な役割について，機会を捉えて国内外にPRした。

オリンピックを切り口にした技術の進展や20年の本格普及を目指した８Kスーパーハイビジョン技術に関する取材対応を通じて，開発の現状，近未来のテレビの姿などを国内外にアピールした。

「技研公開」については，会長定例記者会見で見どころを紹介し，プレスプレビューを実施した。また，全国の放送現場のアイデアから生まれた技術を紹介する「番組技術展」についても積極的に広報した。

環境経営の取り組みとして，放送機能強化で進めている，太陽光や風力などの自然エネルギーで運用可能なロボットカメラの開発についても丁寧に広報した。

（４）イベントを通じた技術広報

『NHK紅白歌合戦』，「さっぽろ雪まつり」，「宇宙博2014」など全国各地で実施した８Kスーパーハイビジョンパブリックビューイング，「NAB 2014」「IBC2014」や「CEATEC JAPAN2014」でのNHK展示，「InterBEE（国際放送機器展）」などについて広報し，来場者の拡大を図った。多くの来場者に８Kスーパーハイビジョンの持つ高臨場感を体感していただくなど，NHKの新技術に接触する機会を増やすことにつなげた。

（５）印刷物やホームページでの広報

番組制作，報道，番組送出，送信・受信技術，研究開発などにおけるNHKの技術の取り組みを紹介する「NHKの放送技術2015」を発行した。８Kスーパーハイビジョンの最新研究開発の特集ページを新設するなどの大幅な刷新を実施した。

ホームページ「NHKデジタル」も一部改訂し，新サービスやデジタル受信機のネット接続などの周知を行った。

また，８Kスーパーハイビジョン，NHKハイブリッドキャストのパンフレットとチラシをメディア企画室と連携してリニューアルし，展示会やパブリックビューイング会場で配布し，新サービスへの理解促進に努めた。

（６）主な報道発表

・「目に優しい」新しい蛍光体を用いた白色LED照明器具を開発（4.25）
・８Kスーパーハイビジョンパブリックビューイング FIFAワールドカップ2014（5.15）
・水中ワイヤレスIP伝送技術を開発（5.15）
・８Kスーパーハイビジョン　国内最大のケーブ

ルテレビ施設での伝送実験に成功（5.15）
・世界初！８Kスーパーハイビジョン用１億3,300万画素撮像素子を開発（5.15）
・「第68回 技研公開」の開催について（5.15）
・リアルタイム時空間解像度変換装置を開発（5.20）
・次世代の多重化方式“MMT”に対応した送受信装置を開発（5.20）
・フルスペック８Kスーパーハイビジョン用インターフェースに対応した映像機器を開発（5.20）
・電子ホログラフィー用立体表示デバイスを開発（5.22）
・物体の硬さの触感覚も伝達できるシステムを開発（5.22）
・８Kスーパーハイビジョンパブリックビューイング FIFAワールドカップ2014 実施結果（7.15）
・世界初公開！NHKが開発した120Hzの８Kスーパーハイビジョンカメラの撮影映像（9.4）
・「NHKハイブリッドキャスト」サービス拡充～後半期から「Eテレ」「BS1」「BSプレミアム」でもお楽しみいただけます～（9.4）
・長寿命で低コストなリン光有機ELデバイスを実現（9.11）
・IT・エレクトロニクス総合展“CEATEC JAPAN 2014”NHK/JEITAブースを出展！（10.2）
・OFDMデジタルワイヤレスマイクを開発～高品質・低遅延を実現したマイクシステム～（10.16）
・めがねなしの立体映像用カメラの実現を目指して“新たな撮像デバイス”技術開発に成功（12.16）
・第66回さっぽろ雪まつり「８Kパブリックビューイングを実施」（1.8）
・「第69回技研公開」の日程を決定（1.8）
・第44回番組技術展（1.8）
・災害時に映像を自動的に放送局まで伝送する“災害映像自動伝送システム”を開発（2.9）
・「NHK Hybridcast」サービス拡充～「NHKそなえる防災」コンテンツ完成，新年度もサービス充実～（3.5）

Ⅱ．番組広報

１．放送総局長会見と番組取材会

原則月１回，放送総局長の定例記者会見を開いてNHKの番組を広報した。PR映像の上映や番組制作者の解説などを交え，番組の見どころや魅力を紹介した。

番組改定や夏の特集，年末年始特集については冊子を発行し，総局長会見などで詳細を紹介した。併せて，テレビ雑誌などにも同様の内容を丁寧に説明した。

また，個別番組ごとに，取材会や試写会を積極的に実施した。『大河ドラマ』や『連続テレビ小説』などのドラマ番組，『NHK紅白歌合戦』をはじめとするエンターテインメント番組，『NHKスペシャル』などの大型特集番組などについて，番組の完成に合わせて出演者やプロデューサーが出席する記者会見を開いた。

『大河ドラマ』「軍師官兵衛」では，年間を通して多数の取材会を行った。特に，７月の番組中盤のクライマックスには，番組情報を集中的に発信し，大きな反響を得た。『連続テレビ小説』は，前期の「花子とアン」，後期の「マッサン」ともに平均視聴率が21％（ビデオリサーチ　関東地区）を超え，大きな支持を得た。13年度からの枠の好調を持続すべく，東京，大阪の広報が一体となってPRを展開した。また，地域放送局制作ドラマの広報では各局と連携し，PRの全国展開を支援した。

『第65回NHK紅白歌合戦』では，テーマの「歌おう。おおみそかは全員参加で！」の発表から，「司会者」「紅白宣伝部」「出場歌手」「曲目」「審査員」「曲順」など，節目ごとに広報リリースや記者会見などで発表し，多彩な広報展開を図った。多くの媒体に取り上げられ，放送後に至るまで大きな話題となった。

「FIFAワールドカップ2014」では，大会期間中，放送情報や反響などを配信し，大会の盛り上げに貢献した。

◇放送総局長定例記者会見の主な内容

４月　『NHKスペシャル　シリーズ故宮』
　　FIFAワールドカップ2014関連番組
５月　『NHKスペシャル』「ストーカー　殺意の深層」
　　人間国宝・竹本住大夫　関連番組
６月　夏の特集番組
　　『NHKスペシャル』終戦関連番組
７月　「震災と防災を考える１か月」主な番組
　　『第46回　思い出のメロディー』企画・出演者決定
９月　平成26年度後期番組改定
　　東京オリンピック50年
　　『花子とアン　スピンオフスペシャル「朝

市の嫁さん」』
10月　環境と気候変動を考える番組
「東西冷戦とベルリンの壁崩壊25年」関連番組
11月　年末年始特集番組
『第65回NHK紅白歌合戦』関連
12月　第47回衆議院選挙の放送総括
阪神・淡路大震災20年関連番組
『ゆく年くる年』
１月　27年度番組改定
『NHKスペシャル』東日本大震災関連番組
２月　放送90年関連番組
『NHKスペシャル　未解決事件』
『連続テレビ小説』「まれ」オープニングテーマ決定
３月　『NHKスペシャル　戦後70年　ニッポンの肖像』
『NHKスペシャル　生命大躍進』関連
『NHKのど自慢』70年

Ⅲ．広報制作

視聴者に放送予定や放送番組の魅力，公共放送ならではのさまざまな取り組みを伝える，スポット，クラッチ，番組を制作，放送した。（表７・８）

また，ポスター，デジタルサイネージ，交通広告，新聞広告に加え，ホームページ，ツイッターといったデジタルコンテンツによる，多様な視聴者層獲得への取り組みを行った。また，スタジオパークの運営やさまざまなイベントへの参加を通して，番組や公共放送のPRに努めた。

１．広報番組

（１）番組広報

「番組スポット」（地上波２波・週およそ３時間25分，衛星２波・週およそ４時間15分）を中心に，地上・衛星波で，毎日，番組PRを放送した。『土曜スタジオパーク』（生放送）は，毎回２つの番組からゲストを迎え，出演番組の見どころや舞台裏など，魅力をたっぷりと伝えた。また，NHKの最新情報やイベントを毎週発信した。14年度は３回（兵庫県三木市・山梨県甲府市・北海道小樽市）公開生放送を行い，地域サービスにも努めた。さらに14年度からスタジオパークにさまざまなゲストを招く『スタジオパークからこんにちは』，BSの番組を中心にPRする『BSコンシェルジュ』が広報局制作部の担当となり，多角的な広報番組制作が可能となった。さらに，最新の番組制作情報，経営情報や番組の舞台裏などを紹介する『プレマップ』も随時放送した。

（２）経営広報

日曜の午前にNHKの経営情報や番組情報を伝える『NHKとっておきサンデー』は，朝の『連続テレビ小説』の20分ダイジェスト，NHKの番組情報，地域の放送局の取り組みとともに最新の経営情報を紹介している。14年度は９回の放送に会長や理事が出演し，経営目標などを直接視聴者に語りかけた。

１月には，15年度からの経営計画発表に伴い，当日，会長出演の特別番組を放送したほか，『NHKとっておきサンデー』でも会長出演で詳細な特集を行った。そのほか公共放送NHKの役割を広く知っていただくため，NHK各部局や地域放送局の取り組みを紹介した番組『ここに，公共放送』を制作・放送した。

（３）そのほかの番組

６月に開催されたFIFAワールドカップ2014では，「世界を青く！」をキャッチコピーに選手出演のスポット，クラッチを集中放送，日本代表の試合をPRした。BSではMLBやヨーロッパサッカーの告知も行い，スポーツが柱の一つであるBS1のステーションイメージを高めた。また，11月には「ミニミニ映像大賞」の予選会，12月には「ミニミニ映像大賞　グランプリ決定」をそれぞれ放送。12月にはNHK歳末・海外たすけあいへの協力を呼び掛ける「あなたのやさしさを2014」を放送。また，13年度に引き続いて取り組んだ「いじめを考えるキャンペーン」や14年度から取り組み始めた「認知症キャンペーン」では，放送やウェブなど部局を越えたさまざまな取り組みを通じて，視聴者と一緒にいじめや認知症について考えるキャンペーンを行った。事務局を担当した広報制作部では，キャンペーンや番組を紹介するプレマップ，メッセージスポット，クラッチなどを制作して，キャンペーンへの参加を広く呼びかけた。

２．広報印刷物や広告などによる取り組み

（１）経営広報関連

①「平成26年度ことしの仕事」（本編２万部・資料編１万部）を作成。番組編成方針のほか各部局の事業計画を紹介。全国各局の広報活動で使用。
②小学校５年生の社会科で学ぶ「放送局の仕事」の副読本として，放送の仕組みと公共放送の役割を解説した冊子「NHKジュニアブック」（50万部）と「ニュース番組ができるまで」（DVD：5,000枚，VHS：500本）を作成。全国の放送局を通じ，希

望する小学校に配付した。また，聴覚障害者向けに字幕版DVDを合わせて作成し，全国のろう学校等に配付した。さらに「小学生新聞」へEテレ各番組の制作過程を紹介する企画広告も掲載した。

（２）番組広報関連

①『大河ドラマ』や『連続テレビ小説』のポスター，リーフレット，メイキングDVD等を作成・配付し，全国の視聴者イベントや営業活動現場で活用した。「軍師官兵衛」「マッサン」では，JRとの相互協力で関西・中国地方や北海道余市などご当地を走るラッピングトレインを実施。

②広報イベント・展示

『大河ドラマ』，『連続テレビ小説』，FIFAワールドカップ2014，『紅白歌合戦』などの番組PRを中心とした展示やブース出展をベースに，北海道から沖縄まで，全国29か所で実施。展開に際しては，制作局やメディア企画室などと連携してハイブリッドキャストや８Kスーパーハイビジョンの普及に向けた内容も盛り込み，経営広報にも取り組んだ。

③『大河ドラマ』『連続テレビ小説』の舞台地局支援

「早期の番組PRによって地元のNHKの存在感を高めたい」というニーズに応えてリーフレットやパネルなどの作製を広報局が担当。札幌局，山口局，金沢局，横浜局，前橋局に提供した。

（３）新たな広報活動への取り組み

①若者層への新たなアプローチとして，東京ビッグサイトで開催された「コミックマーケット」に関係部局・団体などと連携してNHKブースを初出展し連日盛況だった。NHKへの関心や接触率の低い若年層にも好感を得られた。また，「コミケ参加」がネット上で注目を集め多数のメディアからの取材を受け，高いパブリシティー効果もあった。（会期：12.28～31　来場者数：56万人）

その他，雑誌『宣伝会議』を通じて若手クリエイターから「より多くNHKへの親しみを感じていただく広告案」の募集なども実施。次期取り組みへの足がかりとした。

②新規広告媒体の開発と展開として渋谷駅ハチ公前に常設のPRスペース（通称：青ガエル）を年間契約（9.27～）。若年層に特化したアプローチを念頭に，人気コント番組『LIFE！～人生に捧げるコント～』やアニメ番組の動画コンテンツ主体で展示を構成した。また，この青ガエルは，「汐留＝日テレ」「お台場＝フジ」のように「渋谷＝NHKというイメージの浸透」や，「渋谷駅からスタジオパークへの誘客」といった役割も担っている。その取り組みとして，３月期からは，スタジオパークとの連動企画（「企画展の共同開催」「両施設についてのインセンティブ付きアンケート」）を実施した。

（４）大型スポーツイベントの広報展開

「FIFAワールドカップ2014」開催への機運を高めつつBSの視聴と契約促進を目的に，全国の電器店店頭でのPRを強化。放送予定を周知する「チラシ」や「三角ポップ」（３月），「プライスレール」（４月）を作成。技術局との連携で全国展開。

また，開幕直前の５月期には，電器店展開の加重や放送PR，各局の活動支援に向けた広報資材として，「ポスター」「観戦ガイド」を作成・提供した。外部媒体によるプロモーションとして，「タクシーちゃんねる」（都下重点），「家電量販店でのモニター広告」を加重した。さらに，地域局との連携で広報イベントを開催。NHKコーナー等でW杯PRを実施した（大阪・梅田，茨城・日本ゴルフツアー選手権／６月）。その他，日本人選手が活躍するプレミアリーグ，ブンデスリーガ，セリエAの欧州サッカー中継PRのため「乃木坂46」を起用したポスター，リーフレット，スポット動画を作成。MLB中継もポスターとリーフレットを作成した。

（５）番組改定のプロモーション展開ほか

15年度番組改定プロモーション「春ドキ！」を各部局と連携して実施，テレビ各波の重点番組を絞り込み，共通キャッチコピー「春ドキ！」と共通デザインで統一感と訴求力を高めた。スポットや特設ウェブサイト，交通広告，サイネージ広告，ウェブ広告などの展開で改定の情報を視聴者により分かりやすく訴求した。

14年度番組改定の「放送番組時刻表」を各拠点局別に作成。併せて視覚障害者向けに「点字番組時刻表」「音声CD版　番組時刻表」も作成し全国の盲学校・点字図書館など社会福祉施設に配付した。また，音声版時刻表はNHKオンラインからダウンロードできるサービスも実施した。

３．インターネットによる広報

①経営情報ホームページの充実とスマホ版を新規開設した。ポータル化された経営情報ページ「NHKについて」のスマートフォン版を開設。若い世代からのアクセスの利便性を図った。毎月の会長会見や総局長会見の要旨掲載のほか，経営企画局や営業局等からのオーダーについてはスピーディーな更新対応に努めた。

②年間を通じて開設している『大河ドラマ』『連

表７　広報番組一覧（2014年度）

	番組名	放送時間	内　容	備考
地上	NHKとっておきサンデー 〔継続〕	総合　（日） 前11:00～11:54 （生放送）	12年度から54分の生放送広報番組としてリニューアルスタートした『NHKとっておきサンデー』。NHKの「見たい」番組＆「知りたい」情報を日曜の午前中，総合テレビの生放送で伝え，朝の『連続テレビ小説』の１週間ダイジェスト，そしてNHKの経営情報や地域放送局の取り組み，最新の番組情報を紹介するなど，視聴者への「窓」としての役割を担った。キャスターは森山春香アナウンサー。スタジオアシスタントとリポーターは隔週で棚橋麻衣と矢野竜司が担当した。	番組情報を中心とした生放送パートはNSCに全面委託。「どーも，NHKです」と「あなたの街のNHK」パートは本体制作。 （40本）
	スタジオパークからこんにちは 〔継続〕	総合　（月～金） 後 1:05～ 1:50 （生放送）	14年度からは45分の生放送番組として，司会に４人のベテラン女優陣を日替わりで起用しリニューアルスタート。NHKの番組に出演するゲストをスタジオに招いて，番組の広報とゲストの個性に迫るトークをたっぷり伝えてきた。人気の『連続テレビ小説』や『大河ドラマ』はじめ魅力的な出演者を招いて，番組宣伝だけでなく，知られざる趣味や歌などを披露してもらう演出を展開。NHKの番組と出演者を，より幅広くアピールするトーク番組を目指した。司会は竹下景子，高畑淳子，戸田恵子，清水ミチコ，伊藤雄彦アナウンサーが担当した。	NEPに委託 （160本）
	土曜スタジオパーク 〔継続〕	総合　（土） 後 1:50～ 2:50 （生放送）	毎回，２つの番組を取り上げ，ゲストとともに見どころや舞台裏など，魅力をたっぷりと伝える。また，NHKの最新トピックスやゲストと視聴者の交流・特集企画など，盛りだくさんの内容でお届けした。	本体制作 （35本）
	もうすぐ９時　プレマップ 〔継続〕	総合　（月～木） 後 8:43～ 8:45	番組の見どころ，キャンペーンやイベント，経営・技術広報など，毎回１つのテーマで公共放送NHKの「今」を伝える広報番組。高視聴率帯に橋本奈穂子アナウンサーが明るくさわやかにプレゼンテーション。視聴者の理解を深め，接触者率の向上を促進した。	NSCに全面委託 （170本）
	テレビ　大好き ＊『わたし流デジタルライフ』の後継番組 〔新番組〕	総合　（日） 前 6:50～ 6:52	日曜の朝，総合テレビを中心にお薦め番組の見どころをPRするとともに，４K・８K，ハイブリッドキャスト，NHKオンデマンド，NHKの番組やキャンペーンを紹介するウェブサイトなどを紹介する番組。CGデジタルキャラクターと高橋さとみアナウンサーとの楽しいやりとりで，NHKの番組の魅力とデジタル情報について分かりやすく伝えた。	NSCに全面委託 （36本）
	週末プレマップ 〔継続〕	総合　（土） 後 0:40～ 0:43 後 6:42～ 6:45	週末番組の見どころ，キャンペーンやイベント，経営・技術広報などを伝える広報番組。土曜の昼と夕方，橋本奈穂子アナウンサーが楽しくガイド。視聴者の理解を深め，接触者率の向上を促進した。	NSCに全面委託 （40本）
	BSコンシェルジュ 〔継続〕	総合（金） 後 0:20～ 0:43 BS1後 5:25～ 5:48 BSP後 4:00～ 4:23	NHK BSの番組の魅力を主に総合テレビで紹介する番組。週末から翌週の番組を中心にBSのいち押しをピックアップ。番組ゆかりのゲストを迎え本放送を見たくなる情報を楽しく提供。「びぃコン通信」では，その他の見どころ番組をコンパクトに紹介。	～５月まで：本体制作（11本） ６月以降：NSCに全面委託（18本）
	地上波スポット 〔継続〕	総合・Eテレ 随時（30秒・１分）	番組やイベントを幅広くPRするとともに，経営広報ではNHKのさまざまな取り組みを伝えて公共放送への理解を促進した。	本体制作
	経営広報スポット 〔継続〕	地上・BS2波 随時（５秒・30秒・１分他）	受信料のお知らせや「いじめ」「認知症」などNHKが取り組んでいる重要なキャンペーンをスポット展開，視聴者のNHKに対する理解を促進した。公共放送の意義をPRする「ここに，公共放送」も制作。	NSCに全面委託
	中央放送番組審議会 〔継続〕	総合　原則開催当月最終日曜 前 6:50～ 6:52	各月の審議の概要を伝えた。 （特集編成等で変更する場合あり）	本体制作
	地方放送番組審議会 〔継続〕	総合　原則開催翌月第２土曜 前11:20～11:22	各月の審議の概要を伝えた。 （特集編成等で変更する場合あり）	本体制作

	番組名	放送時間	内　容	備考
地上	国際放送番組審議会 〔継続〕	総合　原則開催当月最終日曜 前 5:45～ 5:47	各月の審議の概要を伝えた。（特集編成等で変更する場合あり）	本体制作
衛星	BSスポット 〔継続〕	BS２波・地上 随時（15秒・30秒・１分）	BS２波の特性を生かした番組の魅力を，コンパクトに広報。戦略的な編成で，番組への関心を呼び起こした。	NSCに委託
その他	BS普及推進スポット 〔継続〕	BS２波・地上 随時（30秒・１分ほか）	「FIFAワールドカップ2014」や「ウインタースポーツ」など衛星放送普及の節目にスポット・ミニ番組などを展開。	NSCに委託
	政見経歴放送 〔継続〕	総合・ラジオ第１ 随時	第47回衆院選・各知事選の政見経歴放送を実施した。	本体制作
	NHK予算審議　衆院総務委 参院総務委 〔継続〕	総合・ラジオ第１ 年度末ごろ随時	衆議院・参議院総務委員会でのNHKの予算審議のもようをノーカットで放送。	本体制作

続テレビ小説』の公式ホームページではファンを引き付ける企画の充実とともに，LINEやFacebookなどSNSとも連携して展開した。

③広報局が管理・運営する番組情報サイトを「注目番組ナビ！」としてポータル化。番組会見や取材会の動画「コレ見て！MOVIE」，番組スポット動画「テレマップMOVIE」，若い女性向けの番組紹介「WONDER！web」各サイトとも新たなコンテンツを制作し，さまざまな角度から番組紹介を行った。

・「注目番組ナビ！」ではネット上で好感度が高いネコをキャラクターに番組を紹介するサイトや特集番組のミニ動画100本掲載など。春・秋の番組改定期や夏・冬の特集編成期に特集企画を立ち上げた。

・「WONDER！web」では出演者や番組スタッフによる撮影秘話を聞く視聴者参加イベント（女子のオフ会）を３回実施。広報部との連携で記者に売り込みを行い，他媒体への記事露出を図った。

④14～15年度の「春の新生活応援キャンペーン」では２月から５月にかけての大量移動期に一人暮らしを始める新入学生や新社会人をターゲットに実施。今回は，モデル・女優の小松菜奈をキャラクターに起用。スポットと特設ウェブサイト，ポスターを，営業対策資材としてリーフレット，クリアフォルダーを作成したほか，広告媒体を活用したキャンペーンを展開。受信料家族割引契約を訴求するなど営業現場の活動を後押した。

表８　特集番組一覧（2014年度）

放送日	メディア	タイトル
５月３日	G	渋谷DEどーもを楽しもう！
５～６月	Gほか	FIFAワールドカップサッカーPR
６月	Gほか	ハイブリッドキャストの新サービス
６月	Gほか	AC共同キャンペーン　スマホマナー
６月	Gほか	経営広報・環境プレマップ
６月	Gほか	経営広報・AEDプレマップ
６月	Gほか	経営広報・安心ラジオプレマップ
７月	Gほか	ABUアジア子どもドラマシリーズプレマップ
７月	BSPほか	ゴジラ誕生60周年特集
８月13日ほか	G	夏は家族で！夏トクプレマップ
９月	Gほか	経営広報・いじめを考えるキャンペーンプレマップ
９月	Gほか	仁川アジア大会2014PR
９月23日	G	ハイブリッドキャスト・サービス拡大
10月	Gほか	経営広報「ここに，公共放送・AED」
10月	Gほか	東京キャンペーンPR
11月	Gほか	経営広報「ここに，公共放送・ABU」
11月９日	G	ミニミニ映像大賞・予選会
11月９日	G	プレミアムよるドラマ「キャロリング」PR
11月	Gほか	NHK杯フィギュアPR
11月	G	経営広報「NHKオンデマンド」プレマップ
11月	BS1ほか	プロ野球はシーズンオフもBS1
11月	BS1ほか	ヨーロッパサッカーPR
12月	Gほか	経営広報「ここに，公共放送・放送技術」
12月１日	G・R1	きょうからNHK歳末・海外たすけあい
12月４～12日	G・R1	第47回衆議院議員総選挙　政見・経歴放送
12月７日	総合	NHK歳末海外たすけあい「あなたのやさしさを2014」
12月13日	G	ミニミニ映像大賞　グランプリ決定
12月25日	G・R1	NHK歳末・海外たすけあいを終えて
12月23日ほか	G	年末年始プレマップ～イチオシ特番編～
12月23日ほか	G	年末年始プレマップ～大河ドラマ編～
12月23日ほか	G	年末年始プレマップ～紅白編～
12月28日	G	NHKとっておきサンデー増刊号
12月28日	G	2014年末スペシャル
１月	Gほか	経営広報「ここに，公共放送・減災防災」
１月	BS1ほか	AFCアジアカップサッカーPR
１月	BS1ほか	全豪オープンテニスPR

放送日	メディア	タイトル
１月	BS1ほか	ウインタースポーツはBS1・PR
１月15日	G・R1	NHK次期経営計画決まる
２月	Gほか	経営広報「ここに，公共放送・ティーチャーズライブラリー」
３月	Gほか	経営広報「ここに，公共放送・認知症キャンペーン」
２月	Gほか	春の新生活応援スポット
３月	Gほか	受信料関連スポット
３月	Gほか	住所変更PR
３月	Gほか	新規口座・BS契約PR
３月	Gほか	郵便局手続きPR
３月	Gほか	BS視聴拡大スポット・クラッチ
３月	Gほか	春の改定プロモーション・春ドキ！クラッチ
３月25日	BSP	にっぽんプレミアム・プロローグ
３月	Gほか	ATPテニスPR
３月	BSPほか	にっぽんプレミアムスポット・クラッチ
３月25日	BSP	にっぽんプレミアム・プロローグ
３月	Gほか	スーパーハイビジョンPR
３月	Gほか	NHKsportsプロモーション
３月25･26日	G・R1	NHK平成27年度予算審議～衆議院総務委員会
４月１日	G・R1	NHK平成27年度予算審議～参議院総務委員会

営　業

営業の組織

（１）営業拠点

受信契約の徹底と受信料の確実な収納を図るため，各地域放送局内の営業部のほかに，大都市圏地域を中心に19の営業センターを置いている。全国合わせて69の営業部と営業センターを営業活動の拠点としている。各営業拠点では，地域別や業務内容別（地域スタッフ対応，事業所対応，お客様対応など）に業務実施グループを編成し，営業活動を実施している。

（２）営業活動単位

①営業職員

地域スタッフの指導や支援活動，ケーブルテレビ・事業所などとの渉外業務や，視聴者からの問い合わせ対応，地域状況の分析を行う。

また，受信契約の契約・収納業務を行う。

②地域スタッフ

委託契約に基づき，受信料の契約・収納業務を行う。

③法人委託

委託契約に基づき，受信料の契約・収納業務を行う。電器店や不動産会社等，契約業務のみを行う場合もある。

Ⅰ．受信契約

１．受信契約者の維持・増加活動

大都市圏を中心として，単身世帯等の面接困難世帯の増加や経済状況の低迷等の影響により，営業活動を取り巻く環境はますます厳しさを増している。

こうした中で，法人事業者への契約・収納業務委託を段階的に拡大するなど効率的な営業体制の構築を図るとともに，未契約・未収者への早期対応に向け，携帯端末に登録した情報に基づく活動をはじめ，土日祝の面接好適日や夜間等の好適時間帯による対策にも積極的に取り組んだ。

さらに，衛星放送の普及促進に不可欠なケーブルテレビ事業者や電器店等と連携した活動や，マンション入居者対策として不動産事業者との業務委託による契約取次活動を展開した。

そのほか，BSデジタル機器に同梱される「ファーストステップガイド」への衛星契約書の封入やCASメッセージ機能やダイレクトメールを活用した契約勧奨，「受信料の窓口」（インターネット営業センター）や「NHKフリーダイヤル」による受信契約・住所変更の受け付けを行った。

14年度の契約総数（有料無料計）は，年間で59万件増加し，年度末における契約総数は4,200万件（有料無料計）となった。

２．事業所などの受信契約

家庭に設置されたテレビなど受信機の受信契約は，受信機の台数にかかわらず１世帯１契約としているが，会社・官公庁・ホテル・旅館・病院などいわゆる事業所の場合は，テレビの設置場所ごとに受信契約が必要となっている（放送受信規約第２条）。

14年度は，13年度に引き続き，同一敷地内全数契約を条件とした事業所割引や業界団体への業務委託を活用するなど，公平負担の徹底に向けたきめ細かい活動を全国的に展開した。

その結果，年間で14万件の受信契約件数の増加となり，年度末の事業所契約件数は291万件となった。

３．営業システム

受信料の請求，収納など営業活動の支援は，営業システム「EGGS」を活用して行っている。より効率的・効果的な訪問活動を目指し，最新技術

を導入した次期携帯端末システムの開発を進め，15年２月より先行導入局での運用を開始した。

ショッピングや各種手続き等のインターネット利用者数の継続的な増加や，スマートフォンの急速な普及等の社会状況に合わせ，インターネットによる受信料関係届け出窓口のユーザビリティー改善に努めた。また，支払率向上へ向けて，インターネット口座振替利用金融機関の拡大と，認知度向上に取り組んだ。

システム被災時に備え，複数のサブシステムで冗長化機器を分散拠点配置し，業務継続性確保に向けた対策を進めた。

セキュリティ面では，特に個人情報の取り扱いや管理の再点検を行い，対策強化を講じた。

Ⅱ．受信料の収納

１．口座振替など間接収納の促進

受信料の収納は，口座振替・クレジットカード継続払・継続振込によって行っている。

近年，単身世帯や共働き世帯の増加，オートロックマンションの普及などにより面接困難世帯の割合が高くなり，営業活動の困難度も増している。

こうした中で，収納の安定化や効率的業務推進のため，これまで口座振替の拡大を進めてきたが，06年６月からは「クレジットカード継続払」の支払いを開始し，14年度末の利用件数は466万件となった。

振込用紙発送時や新規の受信契約を取り次ぐときに，口座振替・クレジットカード継続払の利用勧奨を積極的に行っているほか，ダイレクトメールによる勧奨も実施している。

14年度末の口座振替・クレジットカード継続払による受信料支払い件数は3,125万件で，これらの利用割合は79.6％となった。

２．受信料の収納体制

①口座振替は，都市銀行，地方銀行，第二地方銀行，信用金庫，信用組合，労働金庫，農協，漁協，ゆうちょ銀行，ネット銀行の一部が利用可能となっている。

②クレジットカード継続払は，14年度末時点で20ブランドのカードが利用可能となっている。

③継続振込の取り扱い窓口は，都市銀行，地方銀行，第二地方銀行，信用金庫，農協，コンビニエンスストア，ゆうちょ銀行または郵便局である。

このほか，ケーブルテレビ事業者による受信料「団体一括支払」制度により，収納の効率的な推進に努めた。

３．メッセージ機能の活用

BSデジタル放送の設置確認を効果的に行い，受信料の公平負担を徹底するため，BSデジタル放送のテレビ画面に，BS受信機の設置についてNHKへの連絡を促す設置確認メッセージを表示している。

BSデジタル放送の視聴開始30日後から，NHKのBSデジタル放送にチャンネルを合わせるたびに，テレビ画面の左下隅に設置確認メッセージが表示される。

画面に表示されたいずれかの方法で，B-CAS（ビーキャス）カード番号，名前や住所などをNHKに連絡すると，設置確認メッセージ表示の消去を受け付ける。NHKでは，この情報を基に，契約状況を確認し，衛星契約が済んでいない方には，契約の依頼を行っている。さらに，受信機設置の連絡後，一定期間を経てもなお衛星契約の届けがない場合に契約案内メッセージを表示する運用を10年12月から開始している。

【受信機設置のご連絡のお願い】
NHKでは，衛星契約済みの方も含め，衛星放送受信機ごとに，設置のご連絡をお願いしております。メッセージの消去方法は，リモコンの青ボタンを５秒以上押すと表示されます。
電話の場合は0120-933-933

また，BSデジタル受信機にこん包されている「BS デジタル機器設置連絡票」を，受信機購入後速やかに投かんすれば，あらかじめ設置確認メッセージが表示されないようにすることもできる。

※B－CASカード

BSデジタル受信機には，ICチップのついたB-CASカードが必ず添付されている。

著作権を保護するコピー制御の仕組みがあるため，デジタル放送を視聴するためには，このカードを受信機の所定の場所に差し込む必要がある。このカードの機能により，メッセージの表示のほかに，WOWOWなどのスクランブル放送や，高度な双方向サービスといったBSデジタル放送の魅力的なサービスを，十分に楽しむことができるようになっている。

Ⅲ．視聴者との回路作り

１．視聴者との結び付き強化

（１）受信料の支払率向上に向けた視聴者対応

公開番組や各種イベントなど，家族連れや若者が多い場に出向き，受信料制度や公共放送の役割などを伝える理解促進活動を積極的に展開した。

①理解促進ツールの拡充

公共放送・受信料制度に対する理解促進については，リーフレット以外にもインターネットホームページを積極的に活用し，支持層の拡大を図った。また，公開番組の収録時において，開演前のあいさつを兼ねた受信料制度の説明や大画面での理解促進ビデオ上映などを行った。

②地域スタッフへの情報提供と研修

地域スタッフが視聴者を訪問する際に，ニーズに応じた番組の案内ができるように，毎週の番組情報を定期的に提供するとともに，新番組の上映会や番組制作担当者による番組説明会を開催した。さらに，視聴者との対応スキル向上，視聴者の立場に立った営業活動の在り方，番組情報などを内容とする研修ビデオを制作した。

（２）放送番組などを活用した視聴者対応

全国各地の放送局において，放送番組やイベントを通じて視聴者と積極的な交流を図り，デジタル放送の普及，公共放送の理解促進に努めた。

①公開番組・イベントと連動した営業活動

各地の視聴者との交流を図るため，公開番組や各種イベントと連動した営業活動を実施する「エリアターゲット」を全国で展開したほか，地域向け放送などを通じ，地域放送局が主体となって幅広い理解促進活動を実施した。

②デジタル放送の普及促進活動の展開

地上・BSデジタル放送に関する情報を番組やホームページで周知するほか，「NHK・番組体感ランド」などのイベントを通じて地上・BSデジタル放送の一体的な普及促進を図った。

２．視聴者の意向吸収と業務への反映

（１）視聴者意向の吸収

職員や地域スタッフ，委託法人などによる訪問活動や電話対応など日常の営業活動の中で，視聴者意向の吸収に努めた。

（２）視聴者意向の業務への反映

番組に対する視聴者の反響や意見については，番組改定時における番組制作や編成業務の参考資料として活用している。

３．NHKふれあいセンター（受信料関係）

東京・大阪・福岡・仙台の４つのふれあいセンター（営業）で，視聴者からの電話による「放送受信契約の申し出」「受信料関係の問い合わせ」の受付業務を実施した。毎年多くの転居連絡を受ける４月の引っ越しシーズンには手厚い対応体制を整えた。一方で，口座振替の利用勧奨や継続振込等の入金依頼など，受信契約者へのアウトバウンド業務も積極的に展開した。

また，東京のふれあいセンター（営業）では，インターネットによる受信契約や住所変更，受信料の支払方法変更などの申し出に対応する「インターネット営業センター」業務を行ったほか，BSデジタル放送の「メッセージ消去」については，メッセージ消去の受け付けと同時に衛星契約の届け出を受理する取り組みの充実を図った。