

2021～2023年度

経営計画

創業90周年、
変革への挑戦

NHK出版

はじめに

NHK出版は、1931年のNHKラジオ第2放送開始とともに、

放送番組テキストを発行するために誕生しました。

以来、NHKの放送の発展とともに、90年にわたる出版事業の道を歩んできました。

しかし、近年では、インターネットの普及をはじめとするメディアの変化により、

活字離れやテレビ離れが進み、放送番組テキストを含む旧来の紙の出版物は、

厳しい状況に置かれています。

また、新型コロナウイルス感染症の世界的な広がりで、

社会・経済活動が大きく制約され、先行きを見通すことが難しい情勢ですが、

メディアを取り巻く環境は、さらに変化していくことは間違ひありません。

受信料で成り立つ公共メディアNHKは、グループ全体で

受信料の価値を最大化するための効率的な業務体制の確立が求められています。

NHK出版も、グループの一員として、業務の見直しに不断に取り組みながら、

デジタル時代にふさわしい良質なコンテンツの開発や、

テレワークやリモート会議、対面によらない営業活動などの働き方改革を進めます。

当社が入居するビルの建て替え事業が、本格的に動き出しています。

これを大きな転機ととらえ、アフターコロナの未来を見据えながら、

新たな変革に全力で挑戦し、視聴者・読者の期待に応えます。



基本方針

1

「コンテンツのデジタル展開の推進」と
「デジタルツールの活用による働き方や業務体制の見直し」という
2つのデジタル化を進めます。
社員一人ひとりがデジタルマインドを持ちながら、
専門性を高め、改革に取り組みます。

2

事業の柱である放送番組テキストや
音楽出版事業をはじめ、書籍や雑誌、学習アプリなど、
視聴者・読者の信頼と期待に応えるコンテンツを
多様かつ最適な形式で提供します。

3

本社入居ビルの建て替え事業に、
NHKグループの一員として全社一丸で取り組みます。
また、これを大きなチャンスとして、創立100周年、
さらにその先を見据え、より創造性豊かで自由な発想を持つ
出版社を目指して挑戦を続けていきます。

経営目標

	2021年度	2022年度	2023年度
売上高	13,476	13,267	13,248
営業利益	101	96	33
当期純利益	241	151	102

(単位:百万円)

(注)本計画は、公表日現在の想定に基づいています。新型コロナウイルス感染症のさらなる拡大など、今後の社会・経済状況の変化などによっては、見直すことがあります。

重 点 施 策

豊かなコンテンツ

NHKや関連会社との協力体制を深め、番組関連やNHK出版独自の魅力あるコンテンツを生み出し、放送番組テキスト・関連出版物・音声商品・イベント・デジタル商品など、様々な形で横断的に提供します。

- NHKの放送番組と密接不可分である放送番組テキストは、変わりゆく視聴者・読者の意向を的確に把握し、誌面の充実を図ります。さらに、インターネットを利用した語学アプリを強化しながら、次世代型のテキストなどの開発・展開を行います。
- 放送関連書、NHK出版新書、NHKブックス、翻訳書、実用書など、NHK出版ならではの強みとブランドを生かした企画を充実させ、質の高い書籍・雑誌を発行します。
- 政府のGIGAスクール構想を踏まえ、NHKグループと密接に協力しながらコンテンツを開発・提供し、新たな時代の教育に貢献します。児童書・学校図書については、子どもたちの知的欲求に応えるよう、良質な企画を揃え、意欲的に取り組みます。
- 音楽著作権管理事業は、NHK委嘱楽曲の著作権取得・管理に万全を期します。特にインターネット上での管理楽曲使用について、より厳密な把握を行い、音楽界の発展に寄与します。

緊密なグループ連携

- NHKグループ唯一の出版社として、緊密なグループ連携のもと、放送からデジタル、イベント、紙まで展開できるグループの強みを生かし、新しいNHKにふさわしいコンテンツの開発・展開に努めます。
- NHKが音声波について、2025年度に2波(AM、FM)へ整理・削減する方向で検討を進めるのに合わせて、視聴者や放送番組テキストの読者への影響を見きわめながら、その期待に応えられるようインターネットの活用など対応を検討します。

機動的なマーケティング

新たな販路の開拓に取り組みながら、
流通から商品の適性、販売促進にいたるまでの総点検を行い、
マーケティング力を高めることで、
売上と利益の確保に全力をあげます。

- 新たな販路の開拓に取り組み、それぞれの販路に応じた商品開発や
斬新な発想による販売企画の展開により、
既刊書やデジタル商品を含めた売上の確保に努めます。
- 放送番組テキストについては、書店店頭での定期購読を促進するほか、
通販の定期購読者の獲得に向け様々な施策を実施します。
- SNSやWEBメディアなどを一層活用することによって、
効果的な宣伝プロモーションを行うとともに、広告事業では、
イベントや映像などと連動させた多様な企画により、
紙媒体以外での収入の増加を図ります。

効率的な組織運営

業務体制の改善や多様な働き方を推進し、
活気にあふれる新しい時代にふさわしい
スリムで強靭な体制を目指します。

- 各種デジタルツールの活用により、テレワークを推進しながら
業務をより効率的に進め、働き方の幅を広げていきます。
また、社員一人ひとりのコンプライアンス意識を高めるとともに、
だれもが働きやすい職場環境を実現し、信頼される組織づくりに努めます。
- ICT時代にふさわしい、コンテンツのマルチ展開を進めるため、
紙媒体と電子媒体を一元的に編集・管理し、
より効果的なプロモーションと販売を実現するよう組織を整備します。
- 本社入居ビル建て替えに向けては、仮移転期間を含めた確実な事業継続を行います。
また、建て替え後の再移転を見据え、業務の効率化やデータ分析への対応など、
機能強化を行いながら、最適な業務システムの構築について検討を進めます。

N H K 出 版 90 年 の 歩 み

C o r p o r a t e H i s t o r y

- 1931年（昭和6年） ● 教育放送を目的とするNHKラジオ第2放送の開始とともに、「株式会社日本放送出版協会」設立
- 1933年（昭和8年） ● 「基礎英語」創刊
- 1945年（昭和20年） ● 終戦とともにテキストの発行を再開
- 1958年（昭和33年） ● 「きょうの料理」創刊
- 1960年（昭和35年） ● 「婦人百科」創刊（現在の「すてきにハンドメイド」）
- 1964年（昭和39年） ● 東京オリンピック開催。「NHKブックス」創刊
- 1972年（昭和47年） ● NHKの渋谷移転とともに本社を千代田区内幸町から渋谷区宇田川町の現在地に移す
- 1976年（昭和51年） ● 最初の大河ドラマ・ストーリー（現在の大河ドラマ・ガイド）『風と雲と虹と』を発行
- 1980年（昭和55年） ● NHK特集「シルクロード」シリーズ発行。A・トフラー『第三の波』がベストセラー
- 1983年（昭和58年） ● NHK連続テレビ小説「おしん」が大人気、初刊行の「ドラマ・ガイド」など関連商品がヒット
- 1989年（平成元年） ● 昭和天皇崩御、年号が平成に。消費税が導入される
- 1990年（平成2年） ● 『ホーキングの最新宇宙論』が大ヒット
- 1995年（平成7年） ● 阪神・淡路大震災発生。『ソフィーの世界』を発行、シリーズ累計200万部突破。
『ダンベル体操』が100万部を超えるヒット
- 1999年（平成11年） ● 「だんご3兄弟」（当社管理楽曲）が大ヒット
- 2001年（平成13年） ● 「生活人新書」創刊（2011年より「NHK出版新書」）
- 2003年（平成15年） ● 『冬のソナタ』（上・下）を発行、韓流ブームのさきがけとなり、ハングル講座のヒットにつながる
- 2009年（平成21年） ● WEBサイト「みんなの趣味の園芸」開設
- 2011年（平成23年） ● 東日本大震災発生。社名を「株式会社NHK出版」に変更。「100分de名著」創刊
- 2012年（平成24年） ● 『知の逆転』がベストセラー
- 2013年（平成25年） ● テキスト電子版スタート
- 2014年（平成26年） ● 中村哲『天、共に在り アフガニスタン三十年の闘い』が“城山三郎賞”など受賞
- 2015年（平成27年） ● 『ゼロ・トゥ・ワン』が“ビジネス書大賞”を受賞
- 2019年（令和元年） ● 5月に天皇即位、令和時代が始まる。伊坂幸太郎『クジラアタマの王様』がヒット
- 2020年（令和2年） ● 新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大

株式会社 NHK出版

〒150-8081 東京都渋谷区宇田川町41-1 第一共同ビル
TEL : (03)3464-7311(代表)
<http://www.nhk-book.co.jp>

2021年3月