

2019年度 事業計画

I 事業方針

2019年度は、中期経営計画「ビジョン2020」の最終年度として、目標達成に向けた諸施策に鋭意取り組むとともに、持続的な成長の実現を目指す。

<重点施策>

1. 戦略的なマーケティング活動とそれに基づく独自技術の開発・活用をベースに、市場シェア拡大と新規事業開拓を推進する。
2. 顧客や社会からの信頼性向上のため、サービス品質の改善に継続的に取り組む。
3. 生産性の向上を目指した活力ある職場づくりと人材の育成を進める。

II 事業内容

(1) 公益目的支出計画事業

- 1) 一般市民への防災知識等の普及を図る事業（継続事業1）
 - ① 気象・気候等に関する講演会・講習会の実施又は講師の派遣を行う。
 - ② 国や地方自治体の防災フェア等に積極的に参加する。
 - ③ 拡張現実（AR）技術を用いた豪雨・暴風の疑似体験を通して防災・減災意識の普及啓発を行う。
 - ④ 防災普及啓発コンテンツを作成し、防災・減災意識の向上を図る。
- 2) 調査研究の成果を広く学術・科学技術振興に供する事業（継続事業2）
 - ① 京都大学防災研究所に設置した寄附講座「気象水文リスク情報（日本気象協会）研究分野」において、革新的な気象水文情報の創生と利用に関する研究を継続的に進める。
 - ② 政策研究大学院大学と共同して防災政策研究教育の推進を図る。
- 3) 公益事業の事務局を運営しその達成を助成する事業（継続事業3）
 - ① 電力気象連絡会及び鉄道気象連絡会等の事務局業務を実施する。

(2) その他公益事業

- ① 気象事業貢献者の顕彰（岡田賞）及び育英事業を実施する。

(3) 防災ソリューション事業

先進事業では、アンサンブル降雨予測（複数の計算結果より降雨予測確度を求める手法）を活用したダム操作の高度化、MP（マルチパラメータ、二重偏波）レーダを活用した降水粒子判別の高度化等により、新たな防災情報の創出、提供を行う。また、AI技術を活用した商品需要予測を高精度化し、国内及びアジアを中心とした海外での業務拡大を図る。

防災支援事業では、要配慮者利用施設における避難体制構築支援等の新たなサービスを展開し、自治体及び民間のシェアを維持・拡大する。

交通ソリューション事業では、海運・造船向け気象海象データのAPI提供等により新規顧客を獲得するとともに、降水粒子判別等の技術を活用した高度な情報提供サービスを展開し、国及び自治体等の交通の安全管理及び運用管理等の分野における顧客ニーズに答えていく。

さらに、大学や研究機関との共同研究、民間企業との協業を通して、新技術・サービスの開発に取り組む。また、レーダ観測や降雨予測に関する技術の海外展開を図る。一方、シンポジウムの開催等により日本気象協会の保有する技術、サービス等を外部に対してアピールする。

(4) 環境・エネルギー事業

国の「未来投資戦略 2018」では、施策のひとつとして「エネルギー転換・脱炭素化に向けたイノベーションの推進」が掲げられており、その内容として再生可能エネルギーの導入促進、新たなエネルギーシステムの構築等が示されている。また、気候変動への適応に係る科学的知見の充実や情報基盤の整備を進め、適応ビジネスの発展につなげる事が掲げられている。これらの国の施策を受け、再生可能エネルギーの導入拡大に関する事業、地球温暖化への適応策に関する事業展開を進める。

風力・火力発電等に係る環境影響評価事業では、顧客満足度を向上させる施策を実施することで事業拡大を目指す。

エネルギー関連事業では、電力システム改革や再編を見据え、気象予測や電力・ガス需要予測、発電出力予測を AI 技術やビッグデータ解析を駆使し事業展開を図る。

海外事業については、東南アジアやアフリカを中心に、地球温暖化対策、環境社会配慮、大気汚染対策、再生可能エネルギー関連分野等の当協会が培った環境・エネルギーの技術を活かした事業展開を強化する。

また、ドローン運行管理に係る情報提供の開発、ドローンを用いた気象観測システムの開発を推進する。

(5) メディア・コンシューマ事業

大雨や地震だけでなく極端な暑さ等「通常ではない」現象の増加に伴い、「いかに早く」「的確で」「わかりやすい」情報を提供できるか社会的な要請が高まっている。また、インターネットが日常において欠かすことのできないインフラとなる中、総務省の有識者検討会が昨年 11 月に NHK テレビ番組のインターネット常時同時配信を認める意見をまとめ、今後その方向で制度改正がなされる予定であることから、インターネット上での情報利用は加速するものと予想される。インターネット利用媒体は、既にスマートフォンが PC を上回っていることから、情報提供にあたっては、スマートフォンのような限られた画面でも情報内容を把握しやすい動画コンテンツ等の提供が求められている。

一方、人口減少に伴う人手不足から、既存メディアにおいても「働き方改革」が大きなテーマとなっている。このため、省力化しつつも「必要な情報を」「的確に」提供できるメディア向けサービスのニーズも高まっており、とりわけ、テレビ局からは自動放送・自動音声サービスの引き合いもある。このような社会背景のもと、メディア・コンシューマ事業では、以下の 3 点に注力し事業を展開する。

- ① 「必要な時に」「利用者が求める情報を」「的確に」発信する態勢の強化
- ② スマートフォン上での利用を前提としたコンテンツの増強
- ③ 最新の技術を活用した省力化に寄与するサービスの推進