

2020年度第2四半期 IR決算説明会資料

2020年11月10日
日本テレビホールディングス株式会社

本資料の内容には、将来に対する見通しが含まれています。
しかし、実際の業績は、様々な状況変化や要因により、これらの見通しと大きく異なる結果となり得ることがあり、何らの保証やコミットメントを与えるものではありません。ご了承下さい。

また、本資料の無断転載はお断りいたします。

2020年度第2四半期 連結決算概況

(単位：百万円)

	2019年度 第2四半期	2020年度 第2四半期	増減率 (%)
売上高	209,584	174,478	△16.8
営業利益	17,125	9,119	△46.7
経常利益	20,754	11,199	△46.0
親会社株主に 帰属する四半期純利益	13,639	△5,656	—

決算のポイント

Point
1

減収減益

売上高は、日本テレビ放送網において、テレビ広告収入が、スポットを中心に大幅な減収。また、スポーツクラブを運営するティップネスなどが、コロナ禍による休館の影響で減収。制作費など営業費用も減少したものの、営業利益、経常利益は減少。
最終利益は赤字に転じ、減収減益となった。

Point
2

特別損失の計上

ティップネスの「のれん」を含む減損損失や、コロナ禍による損失を、特別損失に計上。

連結業績予想及び配当予想

連結業績予想

(単位：百万円)	2019年度実績	2020年度予想	増減率(%)
売上高	426,599	376,000	△11.9
営業利益	43,111	20,000	△53.6
経常利益	49,206	23,000	△53.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	30,555	1,000	△96.7

配当予想

(単位：円)	第2四半期末	期末	合計
2019年度（実績）	10	25	35
2020年度（予想）	10	25	35

新しい成長戦略について

日本テレビホールディングスはグループを飛躍的に発展させるため、2020年代の道筋を示す新たな成長戦略を策定した。これは業績に打撃を与えているコロナ禍を乗り切ると共に、コロナ禍収束後もトップカンパニーとしてさらなる高みを目指すための方策。改革は、

- ① デジタル領域の飛躍的拡大
- ② コンテンツへの戦略投資と収支構造の見直し
- ③ グループ事業の強化

という3本柱で構成されている。この改革を推進することにより、基幹事業である放送事業を発展させると共に、2020年代半ばには非放送事業収入比率50%超を達成し、グループ全体の収益力の抜本的な強化を目指す。

I .デジタル領域事業の飛躍的拡大

- ① 2023年にデジタル領域事業の連結売上高1000億円を達成
- ② Huluを筆頭とした動画コンテンツ配信事業の拡大
- ③ 放送と通信の融合による新規事業の創出

👉最も成長が期待できるデジタル領域事業を最重要課題として取り組み、2023年の日本テレビ開局70年に連結売上高1000億円を目指す。

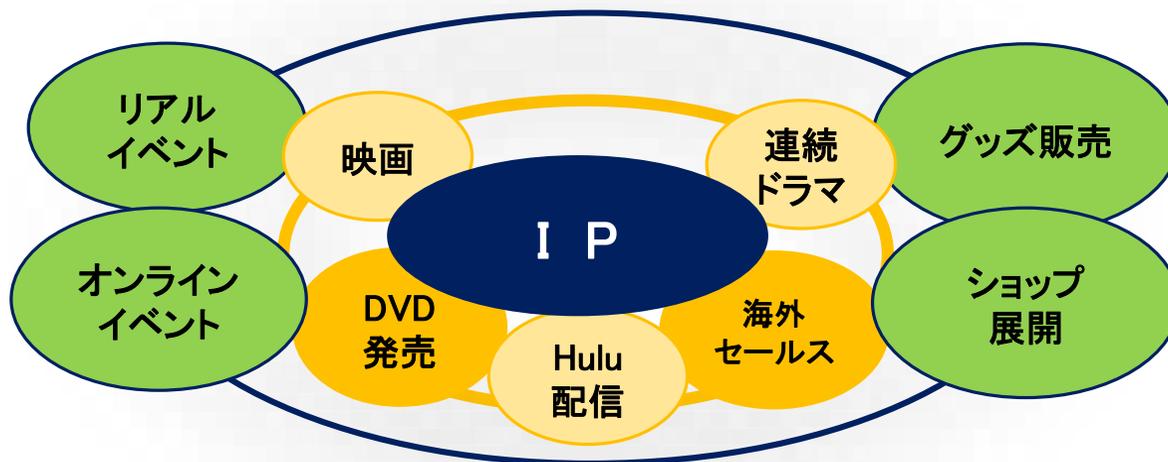
👉その中心は有料動画配信サイトHuluを筆頭に広告付き無料動画配信サイトTVerなどの動画コンテンツ配信事業の拡大。

👉イベント等のオンライン化の加速やリアルとオンラインの融合による新規事業を創出。IT関連事業分野のM&Aへの積極的な取り組みと専門性の高い人材の獲得により、地上波等の放送領域に次ぐ第二の収入の柱に成長させる。

Ⅱ.コンテンツへの戦略投資と収支構造の見直し

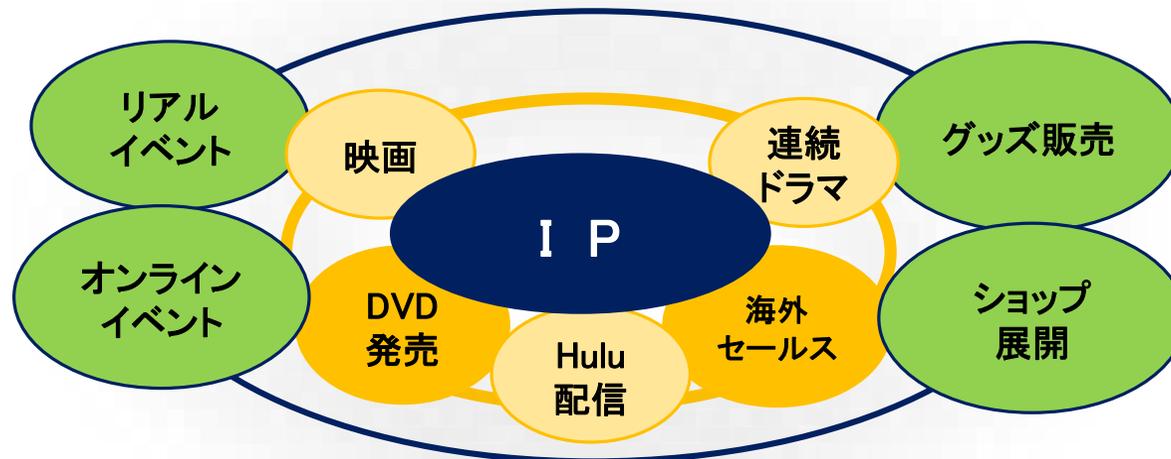
- ① コンテンツ制作に200億円の戦略的投資枠を新設
- ② コンテンツ価値増大に伴う広告収入の最大化
- ③ DXの深化による制作費・諸経費等の徹底的な抑制

👉 地上波放送にとどまらないコンテンツを制作するために200億円の戦略的投資枠を新設。これによりマルチプラットフォームに展開する戦略コンテンツを生み出す。



Ⅱ.コンテンツへの戦略投資と収支構造の見直し

- 👉 視聴率データに加え、各種マーケティングデータを収集・分析することで、コンテンツ価値を増大させ、広告収入を最大化。
- 👉 地上波放送では支出構造の抜本的な見直しを行い、今年度は総制作費を過去20年間で最も抑制する改革に踏み切る。この水準は今後も維持する方針。設備や諸経費はDX（デジタルトランスフォーメーション）の深化により、更なる効率化を図る。



Ⅲ.グループ事業の強化

- ① グループ企業の経営効率の見直しと徹底的な改革
- ② 新評価制度の導入による指導・監督の強化
- ③ グループの総合力アップにつなげる再編と統合

☞グループ内の不採算事業の整理と経営効率の見直しを断行。
コロナ禍により深刻な打撃を受けている生活・健康関連事業については、店舗戦略の見直しを実施する等、収益性の回復を目指す。

☞グループ各社への対話の促進と評価制度の導入
⇒経営責任の明確化とガバナンスの徹底

☞グループの総合力の向上を目指し、デジタル領域やEコマースなど事業分野ごとの再編と統合を推進する。

2020年度第2四半期決算の詳細

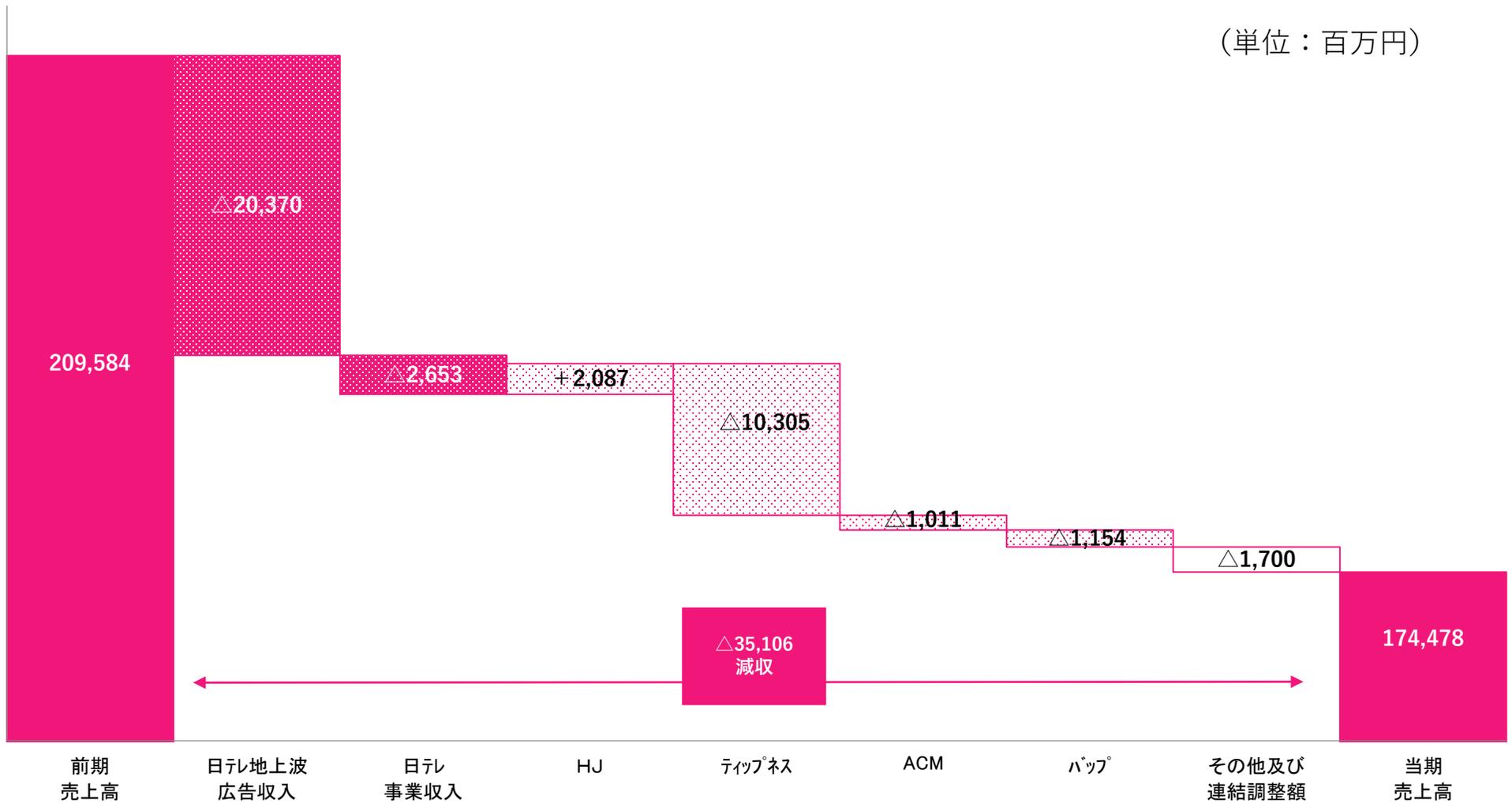
2020年度第2四半期 連結決算概況

(単位：百万円)

	2019年度 第2四半期	2020年度 第2四半期	増減率 (%)
売上高	209,584	174,478	△16.8
営業利益	17,125	9,119	△46.7
経常利益	20,754	11,199	△46.0
親会社株主に 帰属する四半期純利益	13,639	△5,656	—

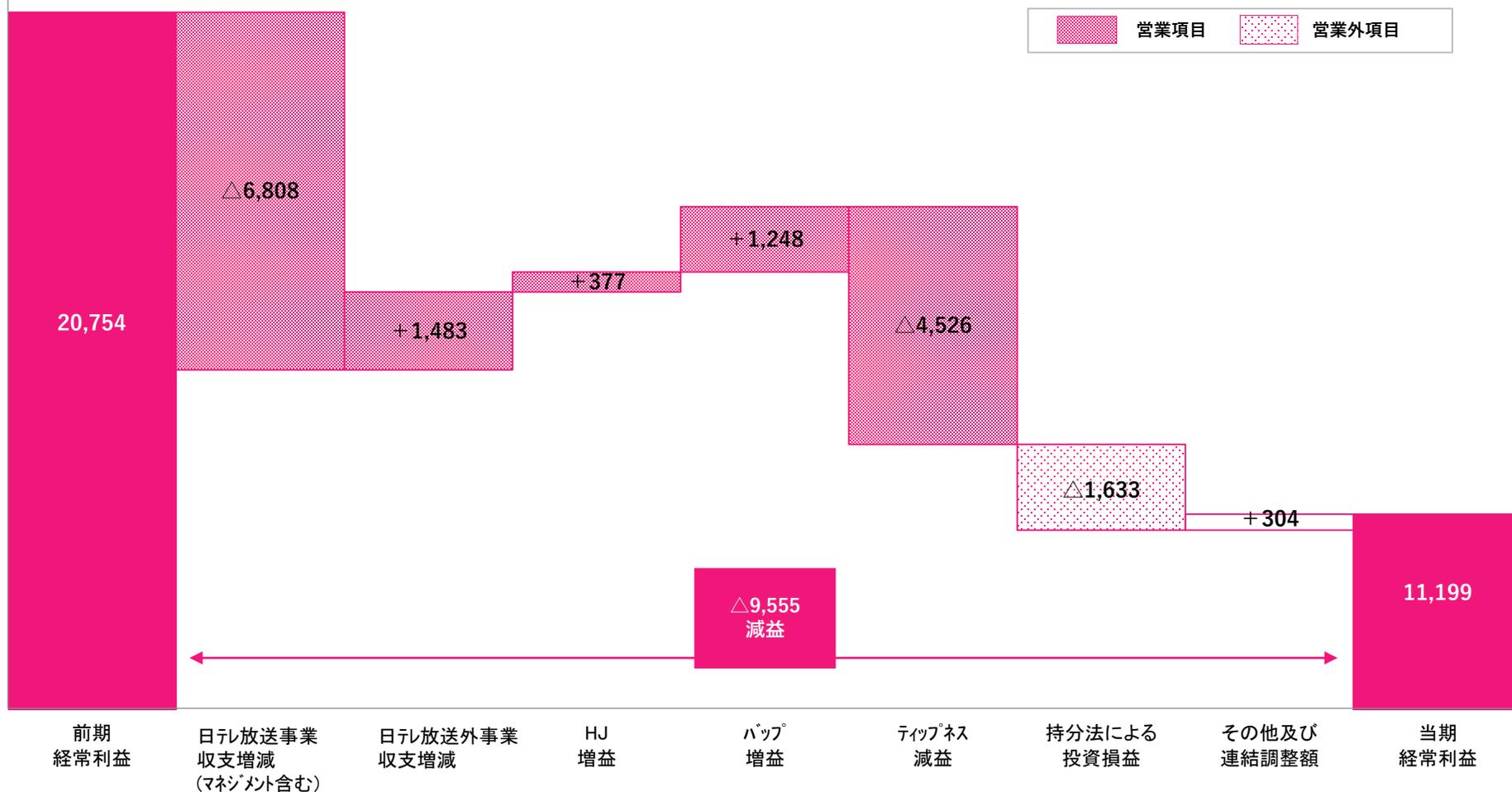
売上高の前年同期増減内容

(単位：百万円)



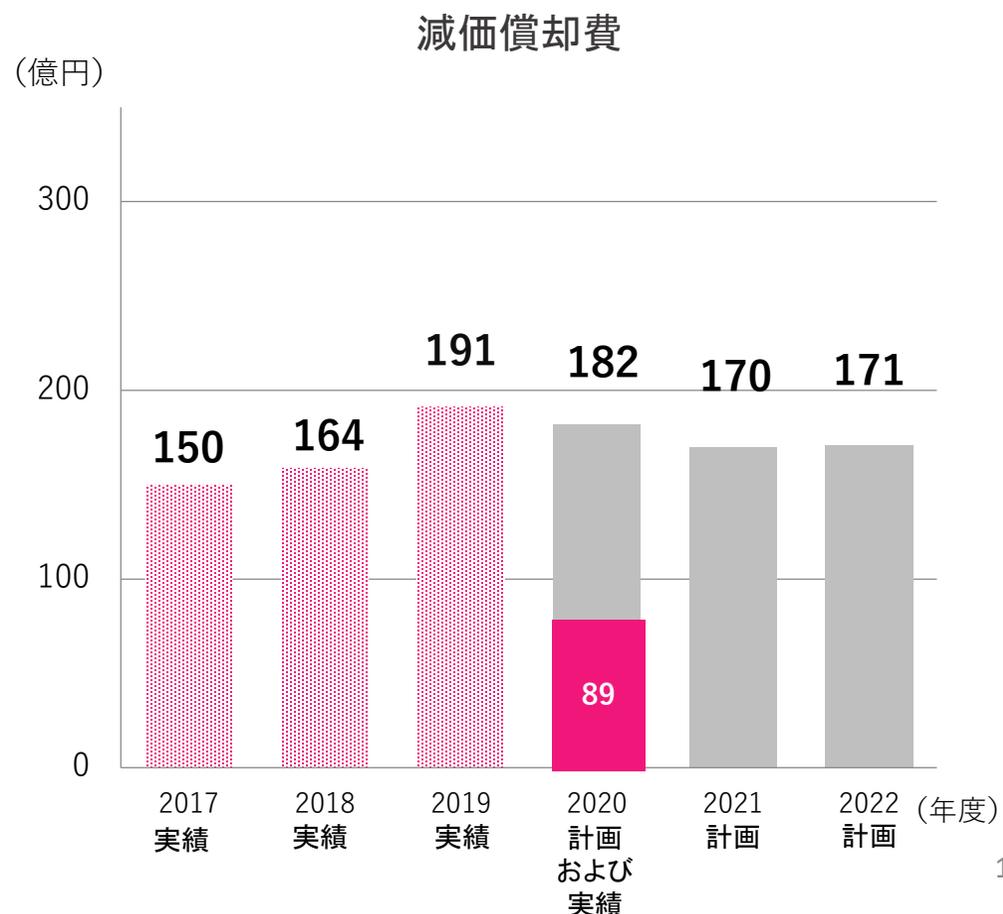
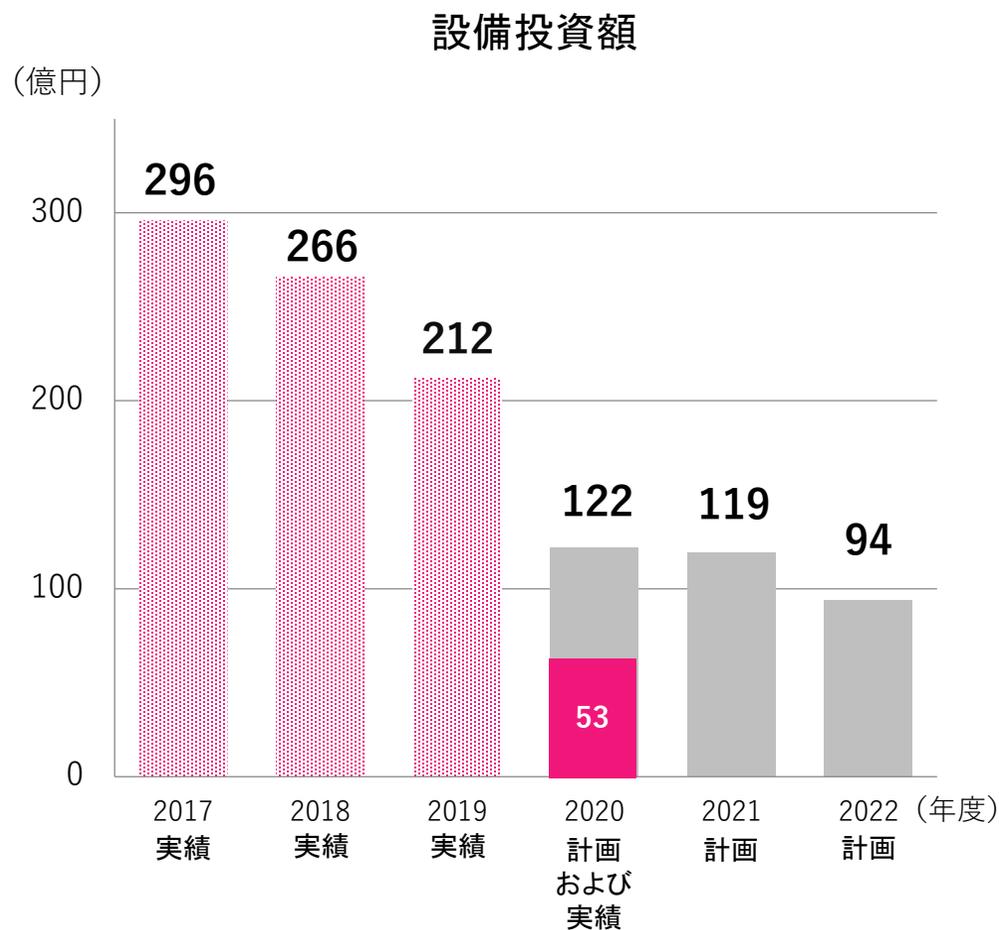
経常利益の前年同期増減

(単位：百万円)



設備投資・減価償却費（連結）

2020年度第2四半期 (単位：億円)	設備投資額	減価償却費
	53	89



主なグループ会社の状況

日本テレビ放送網 決算概況

(単位：百万円)

	2019年度 第2四半期	2020年度 第2四半期	増減率 (%)
売上高	151,239	128,338	△15.1
営業利益	14,501	9,154	△36.9
経常利益	17,337	11,446	△34.0
四半期純利益	11,944	14,488	21.3

日本テレビ放送網 放送収入

(単位：百万円)

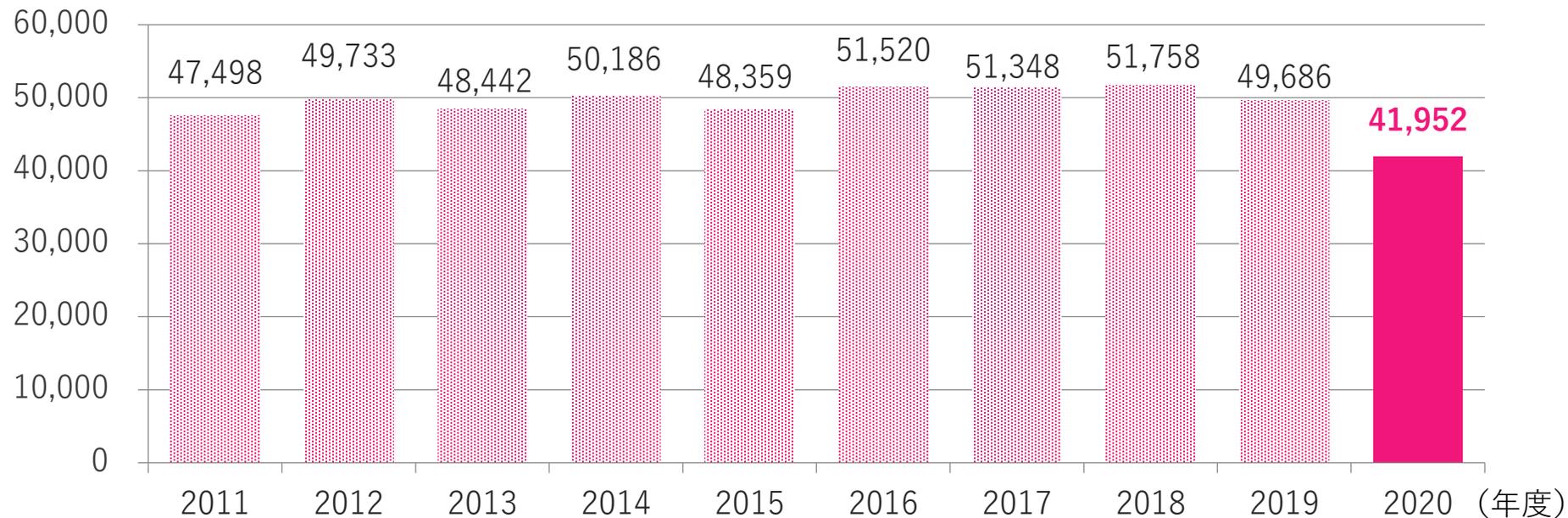
	2019年度 第2四半期	2020年度 第2四半期	増減率 (%)
放送収入	119,061	98,691	△17.1
タイム	61,007	59,066	△3.2
スポット	58,053	39,625	△31.7

日本テレビ放送網 番組制作費

(単位：百万円)

2019年度 第2四半期	2020年度 第2四半期	増減率 (%)
49,686	41,952	△15.6

番組制作費（第2四半期）



日本テレビ放送網 事業収支

(単位：百万円)

		2019年度 第2四半期	2020年度 第2四半期
有料放送	収入	5,515	4,397
	費用	2,828	2,220
	収支	2,688	2,177
ライツ	収入	942	870
	費用	318	218
	収支	625	652
通販	収入	4,352	6,401
	費用	3,830	5,338
	収支	522	1,063
映画	収入	3,257	5,001
	費用	3,079	3,356
	収支	178	1,644

		2019年度 第2四半期	2020年度 第2四半期
イベント	収入	2,850	228
	費用	2,583	282
	収支	267	△54
海外ビジネス	収入	1,205	1,091
	費用	377	444
	収支	828	647
その他	収入	7,391	4,872
	費用	5,874	4,176
	収支	1,516	696
合計	収入	25,512	22,859
	費用	18,888	16,034
	収支	6,624	6,825

その他グループ会社の状況①

(単位：百万円)	BS日本	CS日本	日テレ・ テクニカル・ リソース	日テレ アックスオン	日テレ イベント	日本テレビ アート
売上高	7,245 (△5.9%)	2,272 (△4.4%)	4,347 (△21.3%)	10,079 (△4.9%)	419 (△78.1%)	2,892 (△29.8%)
営業利益 又は損失 (△)	753 (283.5%)	423 (△2.6%)	△322 (-)	449 (128.5%)	△283 (-)	△142 (-)
経常利益 又は損失 (△)	788 (259.9%)	426 (△2.4%)	△303 (-)	458 (122.1%)	△281 (-)	△138 (-)
四半期純利益 又は損失 (△)	546 (269.5%)	295 (△2.3%)	△303 (-)	298 (120.4%)	△281 (-)	△138 (-)

(単位：百万円)	日本テレビ 音楽	ハップ	ティップネス	日本テレビ サービス	日本テレビ ワーク24	フォアキャスト・ コミュニケーションズ
売上高	5,808 (△5.5%)	5,353 (△14.2%)	8,344 (△55.3%)	1,197 (△39.6%)	2,177 (△1.4%)	1,494 (△5.4%)
営業利益 又は損失 (△)	1,065 (16.7%)	501 (-)	△3,724 (-)	11 (△86.5%)	114 (△26.3%)	△22 (-)
経常利益 又は損失 (△)	1,093 (14.5%)	606 (-)	△3,809 (-)	18 (△80.5%)	97 (△43.0%)	46 (△60.5%)
四半期純利益 又は損失 (△)	764 (15.4%)	572 (-)	△10,129 (-)	- (△99.5)	68 (-)	45 (△54.7%)

注：()の数値は前期比増減率を表しています。前期もしくは当期損失計上の場合、増減率は「-」表記しています。

その他グループ会社の状況②

(単位：百万円)	日テレIT プロデュース	営放 プロデュース	日テレ7	タツノプロ	HJホール ディングス	ACM	PLAY
売上高	1,782 (△14.9%)	896 (△15.9%)	1,606 (26.1%)	858 (2.4%)	13,958 (17.8%)	615 (△62.3%)	2,720 (-)
営業利益 又は損失 (△)	151 (△39.4%)	109 (58.1%)	104 (5,903.5%)	10 (-)	569 (167.6%)	△267 (-)	720 (-)
経常利益 又は損失 (△)	152 (△39.3%)	102 (62.8%)	106 (3,423.1%)	19 (-)	583 (182.7%)	△248 (-)	725 (-)
四半期純利益 又は損失 (△)	98 (△39.6%)	102 (63.0%)	71 (5,164.5%)	13 (-)	581 (165.5%)	△1,098 (-)	430 (-)

注：()の数値は前期比増減率を表しています。前期もしくは当期損失計上の場合、増減率は「-」表記しています。
また、2019年7月に連結子会社化した(株)PLAYの増減率は「-」表記しています。

視聴率の動向・編成方針

マルチプラットフォーム展開について

2020年「7月クール」視聴率トピックス

Point
1

20年7月期 個人視聴率3冠！コアターゲット3冠！

- 2014年1月期から、27クール連続「個人3冠」
- 2013年7月期から、29クール連続「コアターゲット3冠」

Point
2

各時間帯・各ターゲットで高視聴率！

- ノンプライム・プラチナゾーンでも、個人1位・コアターゲット1位
- C・T・F1・F2・M1・M2(高齢層以外)で、圧倒的3冠
- 日本テレビ系全26地区中、24地区でクール3冠獲得

Point
3

2020年「年間」でも、個人視聴率3冠推移！

2020年度「上半期」個人視聴率

2020/03/30(月)～2020/09/27(日)		19年上半期との差				
	NTV	EX	TBS	TX	CX	PUT
全 日	① 4.8	② 4.3	③ 3.5	⑤ 1.6	④ 3.1	24.0
6時～24時	+0.5	+0.4	+0.4	+0.2	+0.1	+1.9
プライム	① 7.0	② 6.4	③ 5.4	⑤ 3.5	④ 4.6	36.9
19時～23時	+0.2	+0.4	+0.1	+0.4	±0.0	+2.4
ゴールデン	① 7.4	② 6.1	③ 5.4	⑤ 3.9	④ 4.7	39.1
19時～22時	+0.4	+0.2	+0.1	+0.4	▲0.2	+2.6
ノンプライム	① 4.1	② 3.7	③ 3.0	⑤ 1.0	④ 2.7	20.3
全日－プライム	+0.5	+0.3	+0.5	+0.1	+0.1	+1.7
プラチナ	① 3.7	② 2.6	③ 2.1	⑤ 1.2	④ 1.9	14.6
23時～25時	+0.3	±0.0	▲0.1	±0.0	±0.0	+0.3

左からデジタルチャンネル順／個人視聴率（関東地区）ビデオサーチ調べ／下段は2019年度上半期）との差 比較期間2019/04/01(月)～2019/09/29(日)

- ✓ 自粛でPUTアップの中、全時間帯で前年同期からアップ、個人視聴率3冠（5冠）
- ✓ 個人に加え、コアターゲット・C・T・M1・M2・F1・F2で3冠（5冠）

2020年「7月クール」視聴人数ランキング

	番組	分数	局数	全国到達人数	全国平均視聴人数
1位	9/12 THE MUSIC DAY 2020 Part3	234	29	4326.4万人	1329.3万人
2位	8/23 24時間テレビ43 愛は地球を救うPART5	259	31	4000.1万人	1039.3万人
3位	8/22 24時間テレビ43 愛は地球を救うPART1	161	30	3927.6万人	1317.3万人
4位	6/30 ザ！世界仰天ニュース4時間SP	234	28	3891.3万人	1136.0万人
5位	8/23 24時間テレビ43 愛は地球を救うPART7	270	31	3855.1万人	978.9万人
6位	8/23 24時間テレビ43 愛は地球を救うPART10	114	30	3843.0万人	1691.9万人
7位	8/23 24時間テレビ43 愛は地球を救うPART9	97	28	3516.7万人	1377.7万人
8位	7/7 踊る！さんま御殿!! 夏の3時間SP	174	28	3359.6万人	978.9万人
9位	8/22 24時間テレビスペシャル・誰も知らない志村けん 残してくれた最後のメッセージ	115	29	3238.8万人	1595.2万人
10位	7/8 1億人の大質問!? 笑ってコラえて！ 3時間SP	174	29	3214.6万人	918.5万人

20年7月クール／個人4才以上／日本テレビのみ／レギュラー番組・単発番組いずれも各回表示(日別最高値)／ビデオサーチ調べ

- ✓ **全国到達人数** : 1分以上視聴人数を推計
- 全国平均視聴人数** : 番組全体の平均視聴人数を推計
- ✓ 「24時間テレビ43」全体の全国到達人数 → **8145.2万人**
- ✓ 他媒体と比べて、“地上波テレビのリーチ力”を改めて証明するデータと言える

2020年度 編成方針

- ① 個人視聴率をベースにした「三冠制覇」
- ② 徹底した「コアターゲット戦略」
- ③ T／F1／M1中心に「次世代視聴者開拓」
- ④ 「マルチプラットフォーム戦略推進」の最大加速
- ⑤ 「レギュラー番組」の更なる強化・リブランディング
- ⑥ コロナ禍で「激変した生活者動態を刺激」する編成

「日テレ系ライブ配信」 10月3日(土)スタート

日テレ系
ライブ配信

10～12月の3か月間、地上波プライムタイムを中心に、「TVer」にて、**全32番組を無料ライブ配信トライアル**。テレビがない環境でも、スマホやPCで、地上波と同時に、リアルタイムで視聴可能に。

★ライブ配信全32番組

月曜	有吉ゼミ／人生が変わる1分間の深イイ話／しゃべくり007／月曜から夜ふかし
火曜	火曜サプライズ／踊る！さんま御殿!!／ザ！世界仰天ニュース／幸せ！ボンビーガール／うちのガヤがすみません！
水曜	有吉の壁／1億人の大質問!?笑ってコラえて！／今夜くらべてみました／#リモラブ～普通の恋は邪道～／それって!?実際どうなの課
木曜	THE突破ファイル／ぐるぐるナインティナイン／秘密のケンミンSHOW極／ダウンタウンDX／「任意同行」願えますか？
金曜	沸騰ワード10／アナザースカイII
月～金	news zero
土曜	I LOVE みんなのどうぶつ園／世界一受けたい授業／嵐にしやがれ／35歳の少女／マツコ会議／有吉反省会
日曜	ザ！鉄腕！DASH!!／世界の果てまでイッテQ！／行列のできる法律相談所／極主夫道

★レギュラー番組以外でも、

10月7日(水) **単発ドラマ「東京タラレバ娘2020」**、

10月9日(金) **サッカー代表戦「日本×カメルーン」**などでライブ配信実施。

日本テレビのマルチプラットフォーム展開の実践例

③【オリジナル展開】

★「今日から俺は!!」(2018年10月期日曜ドラマ) マルチ展開

◎ 映画公開

- ・7月17日公開「今日から俺は!!劇場版」 興行収入53億円超

◎ 地上波&AVOD配信

- ・「金曜ロードSHOW!!」にて、「今日俺SPドラマ」を放送
- ・日曜ドラマ枠にて、「今日俺クイズバラエティ番組」を放送
- ・連続ドラマ全10話を、土日午後帯再放送&AVOD配信

◎ Huluオリジナル配信

- ・SPドラマ放送後に、ディレクターズカットをHulu独占配信
- ・会員数の大幅増につながる



日本テレビのマルチプラットフォーム展開の実践例

★「Nizi U」社会現象に

- ・4月期のオーディション番組「虹のかけ橋」、Huluでの完全版配信、「スッキリ」での取り上げなどで空前のブームに →世界プレデビュー
- ・J.Y.Park出演の「マツコ会議」、「NiziUにはまる女子」特集の「今夜くらべてみました」などが話題、見逃し配信も活況
- ・オーディション～デビューメンバー決定を振り返る、Hulu独占配信「NiziU 9 Nizi Stories」も話題



★「僕は歌が歌いたい ～ジエジュン、ライブ復活までのお話」

- ・ジエジュンがコロナ禍を経て、再び人前で歌えるようになるまでの軌跡を描いたバラエティ … 地上波深夜放送→Hulu見逃し配信
- ・有料配信サービス「BARON STREAM」でファンクラブ限定1万人ライブ

「有吉の壁」マネタイズ&マルチプラットフォーム展開

★オリジナルCM

- ジングルポケット「ストレッチャーズ」
×「ライフネット生命」
- パンサー「パラパラおじさん」&
きつね「KOUGU維新」×「キリン氷結」
(SNS展開も付随)

★Hulu展開

各話未公開、SP回のオリジナル反省会を配信
バラエティ番組でトップの再生回数

★番組公式YouTube（登録者24万人超え）

ブレイク芸人のスピンオフ動画を中心に広告セールスも開始して収益化

★他番組コラボ

「バズリズム02」に「KOUGU維新」出演

※「KOUGU維新のテーマ」各音楽配信サイトで展開（日本テレビ音楽へ著作権収入）



2021年1月の新番組

※土曜ドラマは調整中

◆「1億3000万人のSHOWチャンネル」 土曜21時

「嵐にしやがれ」に代わる土曜21時の新番組、MCは櫻井翔。芸能人から一般人、老若男女1億3000万人が胸に秘めている、「やってみたい」「見てみたい」、そして「見たくなる」1行企画を広く募り、ただひたすら実行していく番組です。見たい映像を撮る。やってみたいことをやってみる。行きたいところへ行き、会いたい人に会う。そんなテレビの原点に今、立ち返ります！

◆水曜ドラマ「うちの娘は、彼氏が出来ない!!」 主演：菅野美穂

2016年以来の連続ドラマ主演となる菅野美穂が演じるのは、シングルマザーの恋愛小説家。浜辺美波が演じる娘は、恋愛のきっかけがなかったオタクな女子大生。そんな2人が突如、「恋」を決意した！脚本は北川悦吏子。少女のような天然母と、しっかり者のオタク娘、トモダチ母娘のエキサイティング・ラブストーリーです。

◆日曜ドラマ「君と世界が終わる日に」 主演：竹内涼真

「日テレ×Hulu」の共同制作として、日曜ドラマでSeason1、全10話で一度完結。その後、3月よりHuluオリジナルとしてSeason2 全6話が配信される、これまでにない規模の大型連続ドラマ。竹内涼真が日テレ連続ドラマ初主演。「サバイバル×ラブストーリー×ミステリー」3つの軸が絡み合う「極限の人間ドラマ」です。

補足資料

セグメント別 実績

(単位：百万円)

2020年度 第2四半期	報告セグメント				その他	合計	調整額	四半期連結 損益計算書 計上額
	メディア・ コンテンツ事業	生活・健康 関連事業	不動産 関連事業	計				
売上高	163,505	8,344	5,168	177,017	3,004	180,021	△5,543	174,478
セグメント利益 又は損失 (△)	12,114	△4,503	1,859	9,471	205	9,676	△556	9,119

事業区分	主な事業内容
メディア・ コンテンツ事業	テレビ広告枠の販売、動画配信事業、有料放送事業、 映像・音楽等のロイヤリティ収入、パッケージメディア等の販売、通信販売、 映画事業、イベント・美術展事業、テーマパークの企画・運営、 コンテンツ制作受託
生活・健康関連事業	総合スポーツクラブ事業
不動産関連事業	不動産の賃貸、ビルマネジメント、太陽光発電事業

HJホールディングス概況

① 2020年度第2四半期の売上高は前年比120%を達成

- コロナ禍の生活スタイルの変化もあり、配信事業は活況

② 地上波放送・大ヒット映画と連携した配信が好調

- 「今日から俺は!! 劇場版」連動ドラマ&未公開完全版の独占配信
 - 「Nizi Project」大ブームの中、新コンテンツ「9Stories」配信
 - 「ダブルブッキング」「リモートで殺される」など話題のドラマHuluオリジナル
 - ドラマ&映画「怪物くん」初配信の実現 等
- 新規会員登録者数も、第1Qに引き続き好調に推移

③ オンラインライブ配信等のTVOD事業に進出

- 6月から、新サービス「Huluストア」(TVOD)をスタート
 - 10月、2.5次元俳優達による「ヒプノシスマイク」の舞台を独占配信
- 今後も様々なTVODコンテンツを予定！第3四半期も好調スタート

日本テレビ放送網 営業収入

(単位：百万円)

	2019年度 第2四半期	2020年度 第2四半期	増減率 (%)
放送収入	119,061	98,691	△17.1
番組販売収入	5,649	5,662	0.2
事業収入	25,512	22,859	△10.4
不動産賃貸収入	1,016	1,125	10.8
合計	151,239	128,338	△15.1

放送収入 前年同月比

(単位：百万円)

タイム	2019年度 (%)	2020年度 (%)
4月	△3.2	△2.4
5月	△2.1	1.9
6月	△10.9	△3.1
7月	△5.8	△3.8
8月	0.9	0.6
9月	9.2	△11.6

スポット	2019年度 (%)	2020年度 (%)
4月	△1.9	△24.7
5月	△11.2	△40.2
6月	△5.9	△47.5
7月	△4.5	△32.6
8月	△7.7	△26.4
9月	△10.5	△18.5

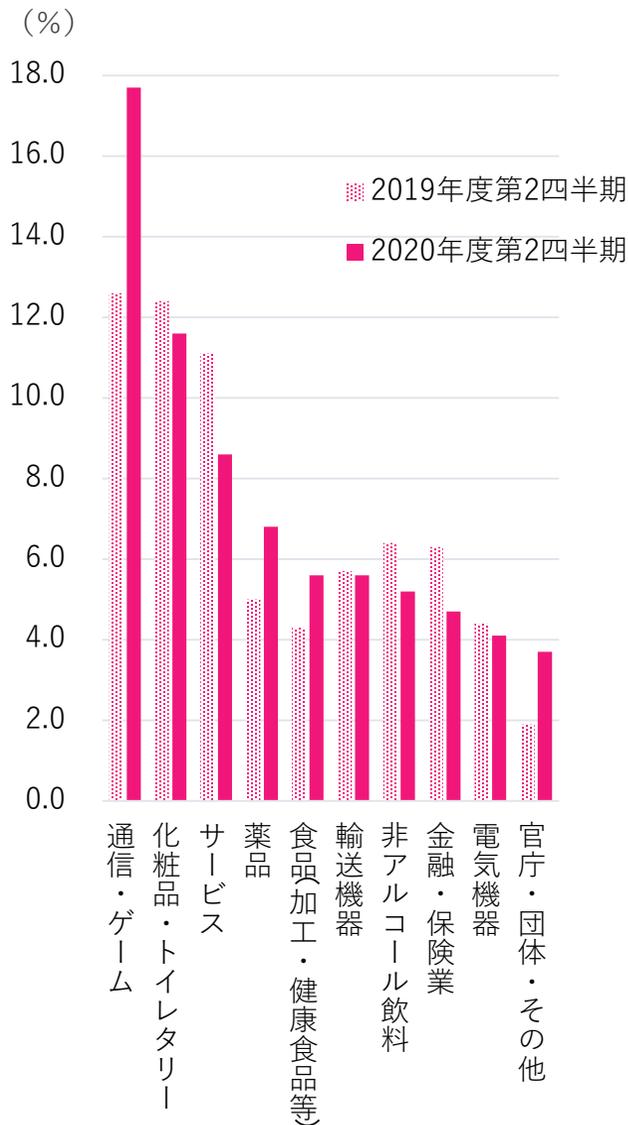
日本テレビ放送網 営業費用

(単位：百万円)

	2019年度 第2四半期	2020年度 第2四半期	増減率 (%)
番組制作費	49,686	41,952	△15.6
人件費	11,007	10,785	△2.0
減価償却費	5,931	5,465	△7.9
事業費	18,888	16,034	△15.1
その他	51,225	44,946	△12.3
合計	136,737	119,184	△12.8

スポット業種別売上シェア

- 地上波（日本テレビ放送網） -



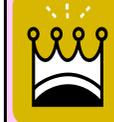
	2019年度第2四半期	シェア (%)	増減率 (%)
1	通信・ゲーム	12.6	9.3
2	化粧品・トイレタリー	12.4	△15.5
3	サービス	11.1	1.2
4	非アルコール飲料	6.4	△4.8
5	金融・保険業	6.3	△5.5
6	輸送機器	5.7	2.7
7	映画・演劇興行	5.1	△7.4
8	薬品	5.0	△18.5
9	電気機器	4.4	33.2
10	食品（加工・健康食品等）	4.3	△5.1

	2020年度第2四半期	シェア (%)	増減率 (%)
通信・ゲーム	17.7	△ 4.2	
化粧品・トイレタリー	11.6	△ 36.1	
サービス	8.6	△ 47.4	
薬品	6.8	△ 7.0	
食品（加工・健康食品等）	5.6	△ 11.1	
輸送機器	5.6	△ 33.1	
非アルコール飲料	5.2	△ 44.3	
金融・保険業	4.7	△ 49.4	
電気機器	4.1	△ 36.9	
官庁・団体・その他	3.7	32.4	

注：増減率は実績の前年同期比。内部管理数値です。

2020年「7月クール」属性別視聴率 <順位一覧>

注：ビデオリサーチ調べ

														
	個人	コアターゲット	C	T	M1	M2	M3	M3前半	M3後半	F1	F2	F3	F3前半	F3後半
		男女 13-49	男女 4-12	男女 13-19	男 20-34	男 35-49	男 50~	男 50-64	男 65~	女 20-34	女 35-49	女 50~	女 50-64	女 65~
全日							3		3			2		3
プライム							2		4			2		3
ゴールデン							2		4			2		3

- ✓ 個人・コアターゲットと合わせ、C・T・M1・M2・F1・F2で圧倒的な3冠
- ✓ M3・F3は他局の後塵を拝すも、3層前半(50-64歳)は男女ともに3冠
- ✓ 「65歳以上男女」を除く全ゾーンで高い支持を獲得

2020年10月改編のテーマ

Point
1

生活者ファーストであり、
クライアント満足を最大化するタイムテーブル
→日テレファンの「新化」と「深化」

Point
2

コロナ禍の「社会環境・生活者動態の変化」に対応
→Withコロナ下で求められるコンテンツを積極編成

Point
3

「潜在コア層」「次世代視聴者」の開拓
→テレビを「OFFからON」だけでなく、
「OFF」の人にも日テレ発コンテンツを届ける戦略

2020年10月改編のポイント

<土曜ゴールデン改革>

●土曜19:00～19:56 「I LOVE みんなのどうぶつ園」

- ◆土曜の日テレに、**10年ぶりの新番組**が誕生！
全世界・全国津々浦々から集まる、リアルな「どうぶつニュース」を軸にした、**全く新しい「動物バラエティ」**です。
- ◆MCは**相葉雅紀**。
さらに、旬の動物大好きゲストが毎回参加！
- ◆ターゲットは明確に「**C・T+1層2層**」。
令和の子供達が楽しみにテレビの前に集うような「**令和を代表する家族視聴コンテンツ**」を目指します。
- ◆配信・マルチプラットフォーム展開にも積極的に取り組み、「**OFF**」の人へもコンテンツを届ける**戦略**を推進します。
- ◆10/3(土)放送の初回2時間SPは、**個人7.0%（同時間帯トップ!）**の好スタート！



2020年10月改編のポイント

＜土曜ゴールデン改革＞

●土曜19:56～20:54 「世界一受けたい授業」

◆「良質な教養バラエティ」はそのままに、令和流に抜本改革！

◆前半は「今、コアターゲット層が知りたい授業」
後半は「情報量と映像にこだわる授業」に特化。

◆さらに、“ワクワク”が一目で分かる世界観を演出。

◆「子どもが親と一緒に見たい」教養バラエティとして、
“今知りたい事を楽しく学べる”授業に一新します。



●土曜21:00～21:54 「嵐にしやがれ」

◆嵐が年末での活動休止を発表しているため、
ファイナーレに向けて最大限に盛り上げるべく準備中。



2020年7月期 マルチプラットフォーム展開トピックス

Point

1

GP帯ドラマの見逃し配信が好調！
「私たちはどうかしている」最終回は220万強再生
→**名作ドラマもアーカイブ配信、資産を有効活用**

Point

2

「今日から俺は!!劇場版」興行収入53億円超え！
放送・配信・映画… マルチ展開を強く推進
→**連続ドラマのコンテンツパワーをさらに加速させ、**
「話題性」と「マネタイズ」に昇華

Point

3

マルチプラットフォーム戦略で取り組んだ「NiziU」が
世界プレデビュー！ 各番組&配信でさらに話題に！
→**日テレの「リーチカ」と「連携」でムーブメント醸成**

日本テレビのマルチプラットフォーム展開の実践例

①【GP帯ドラマ】

◎見逃し配信（TVer・日テレTADA）

- ・水曜ドラマ「**私たちはどうかしている**」
最終回220万強再生（水ドラ史上最多）
- ・土曜ドラマ「**未満警察 ミッドナイトランナー**」
- ・日曜ドラマ「**親バカ青春白書**」
平均再生数は、
「あなたの番です-反撃編-」に匹敵



◎Huluオリジナル配信

- ・水曜ドラマ&日曜ドラマで実施
好調に会員獲得



②【過去作ドラマ】 ※土日午後帯で再放送

◎「怪物くん」アーカイブ配信

- ・TVer・日テレTADA・Huluでキャッチアップ配信

日本テレビのマルチプラットフォーム展開の実践例

④【スポーツ】

●巨人戦

→地上波・BS・日テレジータスに加え、Hulu・GLS・DAZNで配信

→TVerで6試合配信（開幕3連戦6/19-21、10/23-25）※去年は4試合
1試合あたりの再生数は前年比約2.7倍、視聴人数は約2.9倍

⑤【バラエティ】

●見逃し配信 ※配信番組をさらに拡充！

→「人生が変わる1分間の深イイ話」「しゃべくり007」「月曜から夜ふかし」
「火曜サプライズ」「幸せ！ボンビーガール」「うちのガヤがすみません！」
「有吉の壁」「笑ってコラえて！」「今夜くらべてみました」「THE突破ファイル」
「クイズ！あなたは小学5年生より賢いの？」「沸騰ワード10」「アナザースカイⅡ」
「ぶらり途中下車の旅」「マツコ会議」「有吉反省会」「ニノさん」などで実施中

●Huluオリジナル配信

→「有吉の壁」「今夜くらべてみました」「うちのガヤがすみません！」などで実施中

2020年 映画事業の主なラインナップ

☆ = 日テレ主幹事 ★ = 日テレ共同幹事 ■ = Hi-AX作品

公開	作品名	配給	備考	
7/17 (金)	☆ 今日から俺は!! 劇場版	東宝	<p>初週興行成績本年度第1位を獲得！ 観客動員400万人興収52.6億円突破！ 大ヒット公開中！ 社会現象を巻き起こした2018年放送の大ヒットドラマの劇場版。</p> <p>監督：福田雄一 出演：賀来賢人 伊藤健太郎 清野菜名 橋本環奈ほか</p>	
8/28 (金)	☆ 青くて痛くて脆い	東宝	<p>「君の臍臓をたべたい」の住野よる原作、最新作。 大学生の青年のいびつな恋心が暴走し、巨大サークルをぶっ潰そうと画策する。</p> <p>監督：狩山俊輔 出演：吉沢亮 杉咲花</p>	

2020年 映画事業の主なラインナップ

☆ = 日テレ主幹事 ★ = 日テレ共同幹事 ■ = Hi-AX作品

公開	作品名	配給	備考	
11/13 (金)	☆ ドクター・デスの遺産 —BLACK FILE—	WB	<p>“どんでん返しの帝王”と呼ばれる作家・中山七里の クライム・サスペンス小説、完全映画化！ 連続殺人犯と刑事の息もつかせぬ攻防戦をスリリン グに描き出す</p> <p>監督：深川栄洋 出演：綾野剛 北川景子ほか</p>	
12/11 (金)	☆ 新解釈 三國志	東宝	<p>ヒットメーカー福田雄一監督があの三國志をドコメ ディに新解釈！ 豪華キャストで笑いの渦を巻きを越す！</p> <p>監督・脚本：福田雄一 出演：大泉洋 ムロツヨシほか</p>	

注) 新型コロナウイルスの影響により公開を延期していた作品公開情報は下記の通りです。

「名探偵コナン緋色の弾丸」2020年4月17日公開⇒2021年4月公開予定

「水曜日が消えた」2020年5月15日公開⇒2020年6月19日に公開いたしました

「劇場版 奥様は、取り扱い注意」2020年6月5日公開⇒公開日未定

「それいけ！アンパンマン ふわふわフワリーと雲の国」2020年6月26日公開⇒2021年夏予定

「鹿の王」2020年9月18日公開⇒2021年公開予定

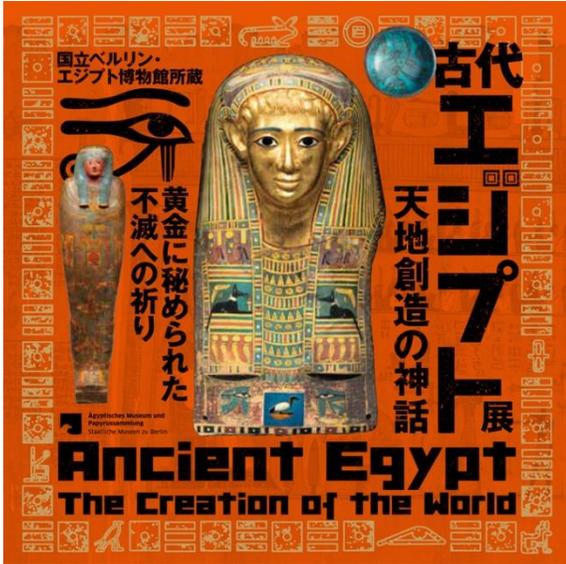
2020年～2021年 イベント事業の主なラインナップ

※新型コロナウイルスの影響で開催が延期・中止になる可能性あり

期間	イベント名	内容
<p>【会期】 10月30日(金)～ 2021年1月11日 (月・祝)</p> <p>【会場】 森アーツセン ターギャラリー 六本木ヒルズ森 タワー52階</p>	<p>ミッキーマウス展 THE TRUE ORIGINAL & BEYOND</p>  <p>©Disney</p>	<p>アート 未来の扉をひらく魔法！ 原点から未来まで、 ミッキーマウスの進化を展望する展覧会！</p> <p>NY発の話題の展覧会が日本特別版で登場！ NYでは世界のトップアーティストたちがミッキーマウスへのオマージュを制作。 本展では、その選りすぐりの作品群が日本初来日！ さらに、本展オリジナル企画として、各ジャンルの第一線で活躍する若手日本人アーティストたちが参戦！</p> <p>ウォルト・ディズニーが生み出し、世界中に愛されてきたミッキーマウス。スクリーンデビュー作「蒸気船ウィリー」から不朽の名作「ファンタジア」まで、ミッキーマウスの原点を追体験するような展示から新たに創造される初公開の未来のミッキーマウスまで、時代によって変化しつづけるミッキーマウスの魅力を存分に楽しめる展覧会です。</p>  <p>ミッキーマウスをあしらったオリジナルデザインのエコバッグ（1つ）をプレゼント！全4種。どれがもらえるかは来場してからの楽しみ！</p> <p>オリジナルエコバッグ ※非売品／※未就学児対象外</p>

2020年～2021年 イベント事業の主なラインナップ

※新型コロナウイルスの影響で開催が延期・中止になる可能性あり

期間	イベント名	内容
<p>【会期】 11月21日(土)～ 2021年4月4日 (日)</p> <p>【会場】 江戸東京博物館 1階特別展示室</p>	<p>国立ベルリン・エジプト博物館所蔵</p> <h2>古代エジプト展 天地創造の神話</h2>  <p>Poster description: The poster has an orange background with a grid of hieroglyphs. In the center is a golden sarcophagus. To the left is a smaller golden figure. Text on the poster includes '国立ベルリン・エジプト博物館所蔵', '黄金に秘められた 不滅への祈り', '古代エジプト展 天地創造の神話', and 'Ancient Egypt The Creation of the World'.</p>	<h2>古代エジプト神話の世界へ</h2> <p>世界の始まりは混沌とした原初の海「ヌン」であった。その海から、すべてのものが生まれ、育まれた。しかし、世界の終りがやってくると、すべてのものは再び原初の海へ飲み込まれていく…。</p> <p>古代エジプトの神話には、このように壮大な生と死のサイクルが描かれていたことをご存知でしょうか？</p> <p>本展では、そんな古代エジプト人が信じた「天地創造と終焉の物語」を、ドイツ・ベルリンにある、「ベルリン国立博物館群エジプト博物館」のコレクションの中から選りすぐった約130点の作品で展覧いたします。</p>  <p>東京展オフィシャルサポーターに講談師の六代目 神田伯山さんが就任！</p> <p>会期中、神田伯山さんにはテレビやSNS等で伝えて頂きます。さらに、12月には江戸東京博物館大ホールでの講談会も開催いたします。</p> <h2>展覧会キャラクター「アヌビス」の声と動きに荒牧慶彦さんが挑戦！ さらに音声ガイドナレーターも！</h2> <p>このアヌビス神を展覧会公式キャラクター「アヌビス」にして、エジプト神話の世界をご案内します。モーションキャプチャにより、大人気俳優荒牧慶彦さんが命を吹き込んだ「アヌビス」が大活躍！アヌビスデザインオリジナルグッズも！</p>  <p>Image description: A man in a dark suit is standing next to a stylized Anubis character. The character is depicted with a black and red body, a large black head with a falcon mask, and a long tail. The background is a light green wall.</p>

2020年～2021年 イベント事業の主なラインナップ

※新型コロナウイルスの影響で開催が延期・中止になる可能性あり

期間	イベント名	内容
<p>[松本展] 9月19日(土)～ 11月29日(日) 松本市美術館</p> <p><このあとの巡回先> [郡山展] 2020年12月12日(土)～ 2021年3月7日(日) 郡山市立美術館</p>	<p>みんなのミュシャ ミュシャからマンガへ — 線の魔術</p> 	<p>没後80年。時代を超えて、今もミュシャは生きている。</p> <p>アール・ヌーヴォーを代表する芸術家アルフォンス・ミュシャ（1860-1939）。「線の魔術」ともいえる繊細で華やかな作品は人々を魅了し、ミュシャ様式と呼ばれるそのスタイルは、後世のアーティストに影響を与えてきました。ミュシャ財団監修による本展は、ミュシャ幼少期の貴重な作品、自身の蔵書や工芸品、20代に手掛けたデザインやイラスト、そしてミュシャの名を一躍有名にしたポスターなどを通じて、ミュシャの原点と作品の魅力に迫ります。さらに、ミュシャ作品から影響を受けた明治期の文芸誌の挿絵から、1960-70年代のイギリス・アメリカを席卷したグラフィック・アート作品、現代の日本のマンガ家やアーティストの作品まで、およそ250点でミュシャ様式の流れをたどります。時代を超えて愛される画家の秘密をひも解く、これまでにないミュシャ展に、どうぞご期待ください。</p>

日本テレビのイベントプロデューサーを **超**フィーチャーした **YouTube** ちゃんねる！！



コロナ禍で、なかなか多くのお客様に会えないこのような時だから…こそ！
 お客様にイベントの楽しさを忘れてほしくない！元氣をお届けしたい！！
 そんな思いから、
 普段、おもてに出てくることはないイベントプロデューサーが、
 時にするどく、時にゆる～く、情報を発信していきます。

