



0テレ

2022年度
第1四半期
決算説明資料

2022.07.29

日本テレビホールディングス

2022年度第1四半期 決算説明資料

決算概況



今期のポイント

中期経営計画2022－2024

- 中期経営計画の重点目標達成に向け戦略的投資を積極推進
「絵本ナビ」へのサステナブル投資を実施
「アチーブメント」との資本業務提携を発表
- コンテンツ戦略本部が発足 “コンテンツ価値最大化の司令塔”

2022年度第1四半期決算の概況

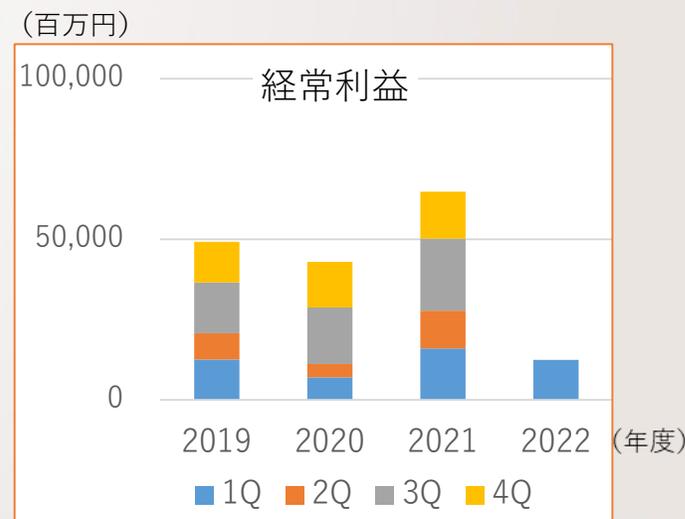
- 第1四半期は増収減益
 - ・地上波テレビ広告は減収も、TVer等のデジタル広告・Hulu等の配信事業・コンテンツの海外販売、ムラヤマの連結子会社化等により増収
 - ・ティップネス・ACMの業績改善は利益にもプラス貢献

日本テレビホールディングス：連結決算概況

- 新たな連結対象となったムラヤマが売上に貢献
- 原材料高の広告市況への影響等により地上波テレビ広告は減収

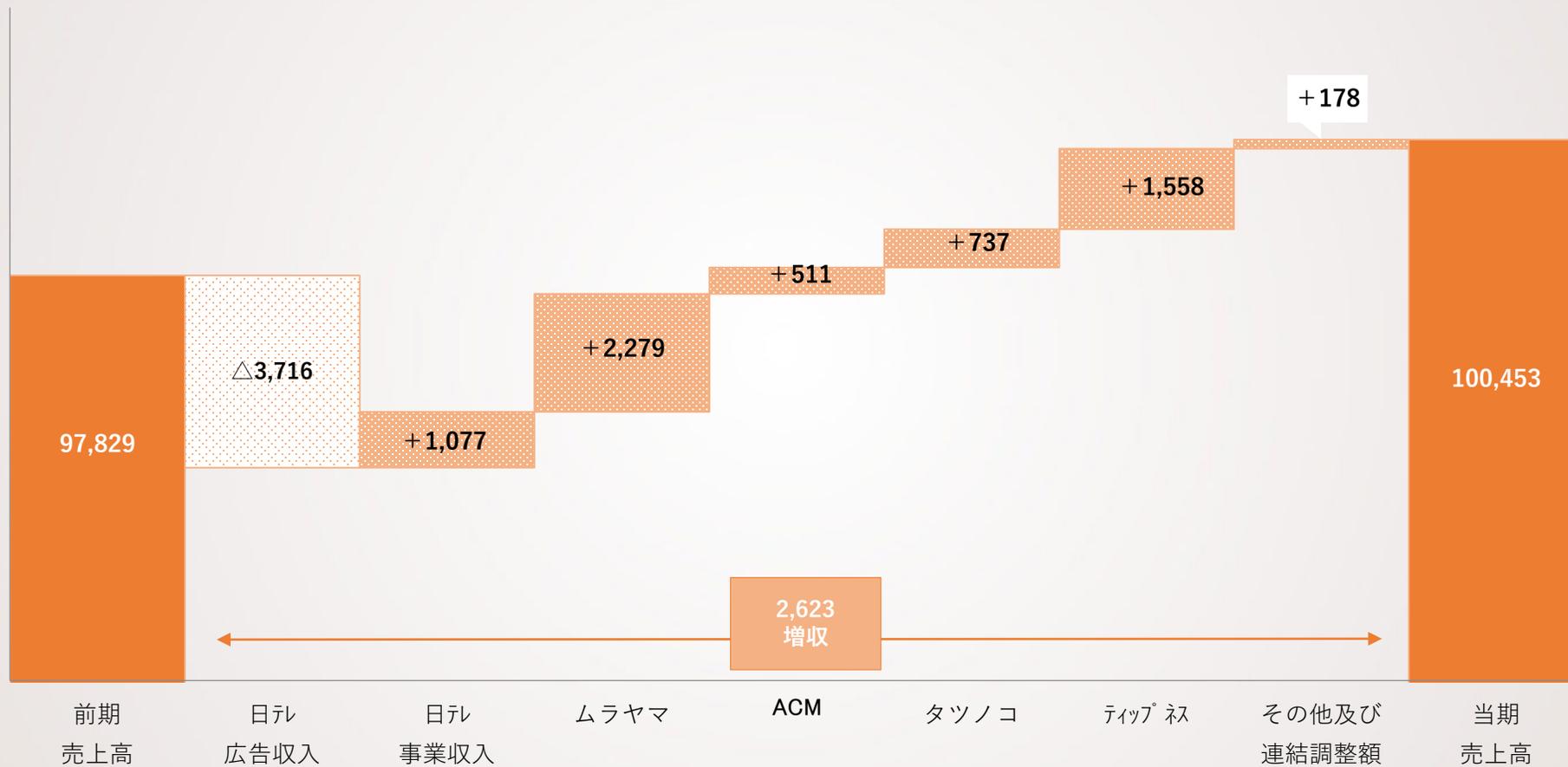
(単位：百万円)

	2021年度 1 Q	2022年度 1 Q	前年差	増減率(%)
売上高	97,829	100,453	2,623	2.7
営業利益	13,408	11,727	△1,680	△12.5
経常利益	15,997	12,507	△3,489	△21.8
親会社株主に 帰属する四半期純利益	9,914	8,016	△1,898	△19.1



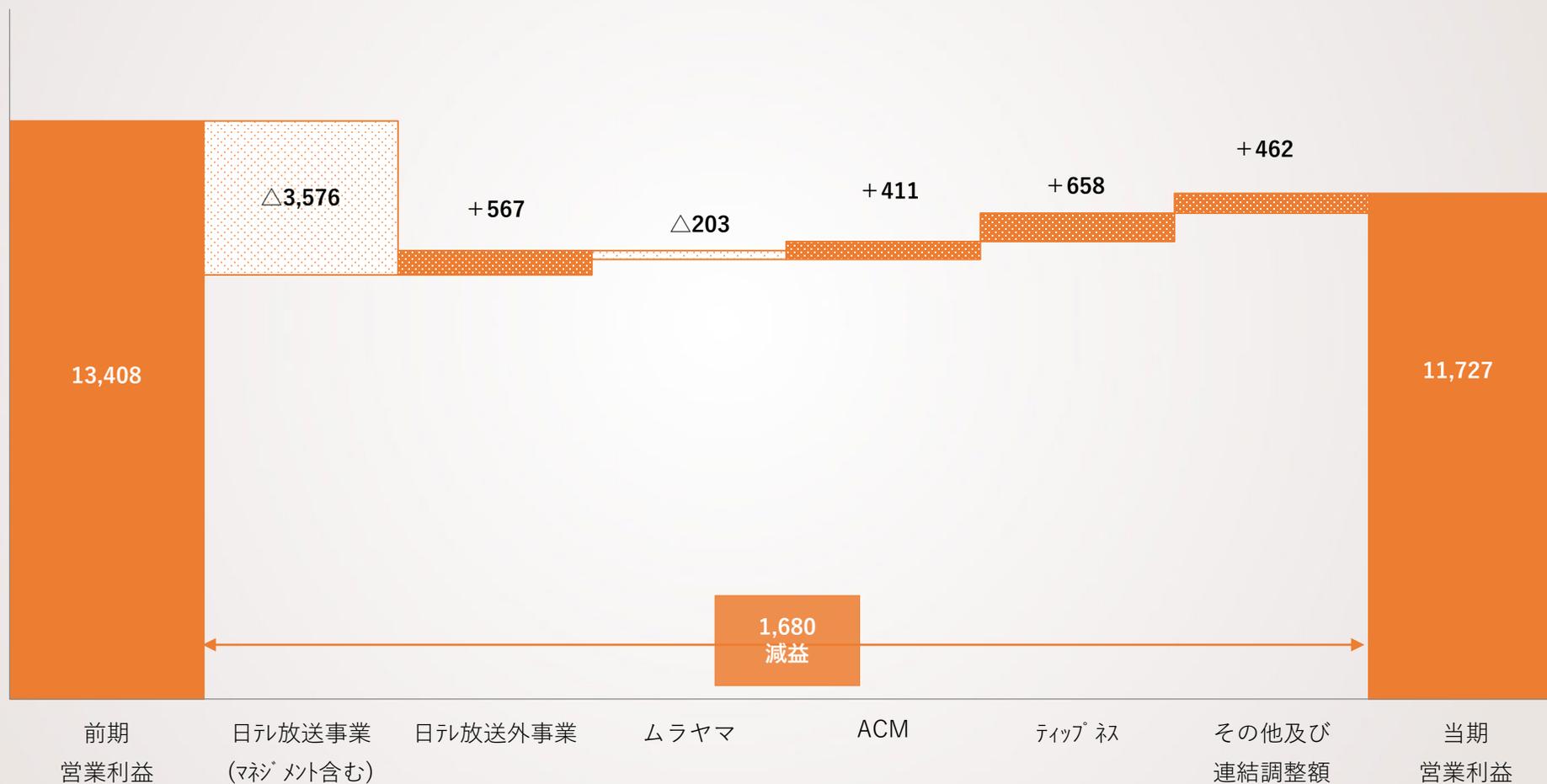
売上高の前年同期増減分析

(単位：百万円)



営業利益の前年同期増減分析

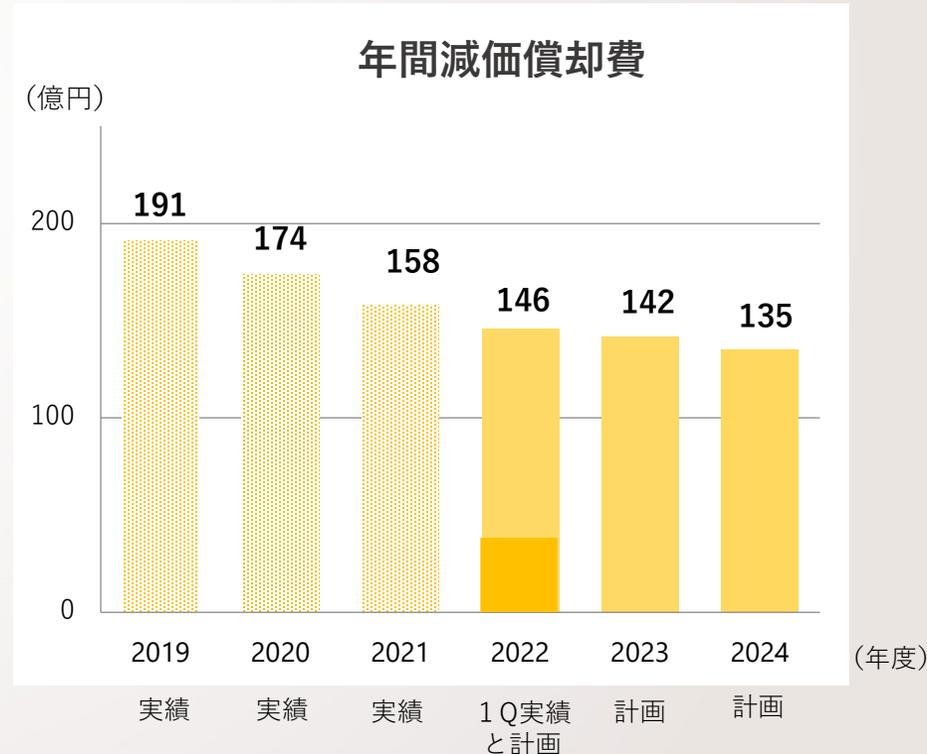
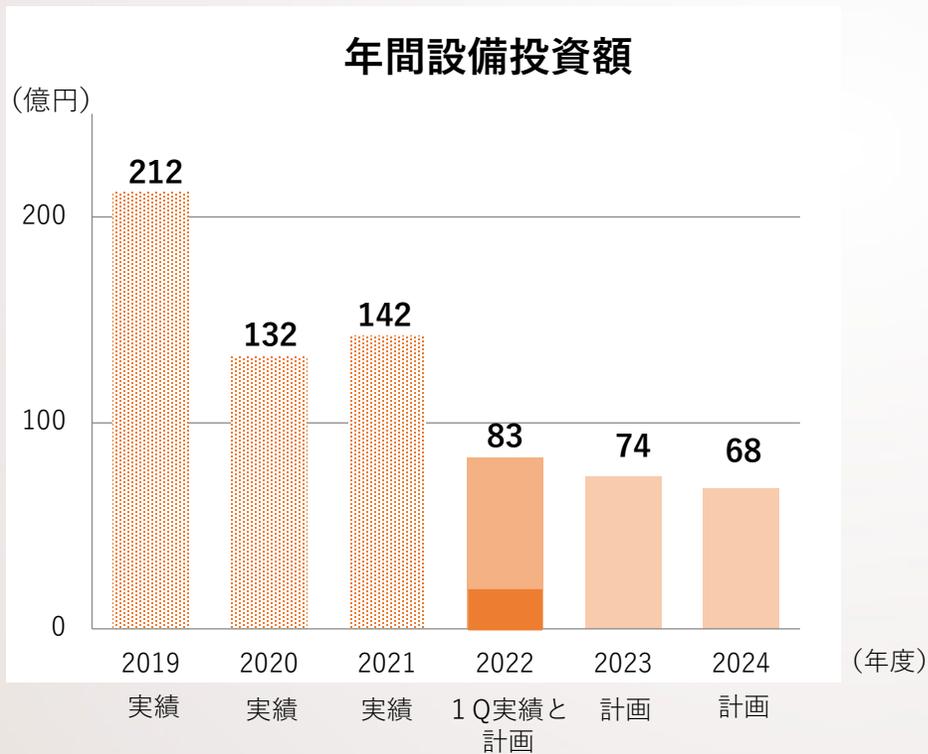
(単位：百万円)



設備投資と減価償却

- 第1四半期に大きな設備投資はなし

() は前年比	設備投資額	減価償却費
2022年度 1 Q	15億円 (△35%)	33億円 (△13%)



セグメント別 実績

(単位：百万円)

	売上			営業利益		
	2021年度 1 Q	2022年度 1 Q	増減	2021年度 1 Q	2022年度 1 Q	増減
メディア・コンテンツ事業	92,342	93,154	812	13,766	11,331	△2,435
生活・健康関連事業	4,662	6,457	1,794	△1,064	△223	840
不動産関連事業	2,609	2,729	120	985	931	△54
連結	97,829	100,453	2,623	13,408	11,727	△1,680

* 2022年度よりセグメントの一部変更があり、新セグメントに合わせて2021年度を修正しています。

2021年度までの報告セグメント外の「その他」が、2022年度より「メディア・コンテンツ事業」に含まれます。

日本テレビ放送網：決算概況

- 第1四半期は減収減益
- 地上波テレビ広告のマイナスが影響
- TVer等のデジタル広告や海外コンテンツ販売は増収
- IPビジネスや映画・アニメの好調、イベントの回復は利益にプラス貢献
- 営業費用は、前年の緊急事態宣言下における番組制作やイベントの制約に伴う費用減からの反動増があった

(単位：百万円)

	2021年度 1 Q	2022年度 1 Q	前年差	増減率(%)
売上高	73,969	71,311	△2,657	△3.6
営業利益	12,961	9,952	△3,009	△23.2
経常利益	14,904	11,975	△2,928	△19.6
四半期純利益	10,682	7,859	△2,822	△26.4

日本テレビ放送網：営業収支詳細

(単位：百万円)

営業収入	2021年度 1 Q	2022年度 1 Q	前年差	増減率(%)
広告収入	60,927	57,211	△3,716	△6.1
番組販売収入	2,734	2,726	△7	△0.3
事業収入	9,709	10,787	1,078	11.1
不動産賃貸収入	597	585	△12	△2.0
合計	73,969	71,311	△2,657	△3.6

営業費用	2021年度 1 Q	2022年度 1 Q	前年差	増減率(%)
番組制作費	20,604	21,442	838	4.1
人件費	5,578	5,960	382	6.8
減価償却費	2,566	2,215	△351	△13.7
事業費	8,718	8,944	225	2.6
その他	23,541	22,798	△743	△3.2
合計	61,007	61,359	351	0.6

日本テレビ放送網：広告収入詳細

(単位：百万円)

	2021年度 1 Q	2022年度 1 Q	前年差	増減率(%)
広告収入	60,927	57,211	△3,716	△6.1
タイム	28,529	27,130	△1,399	△4.9
スポット	31,590	29,093	△2,497	△7.9
デジタル広告	807	987	180	22.4

*2022年度よりTVer等による「デジタル広告」欄を追加

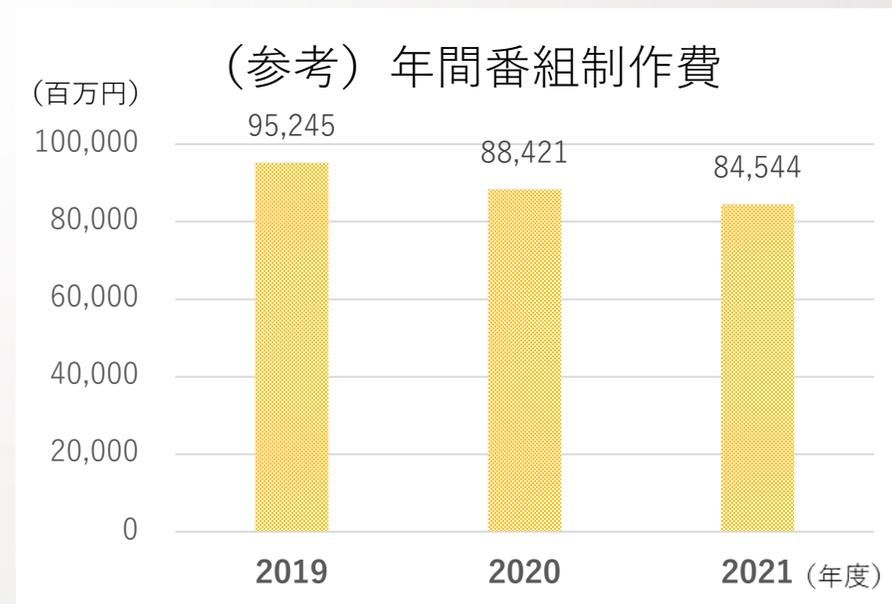
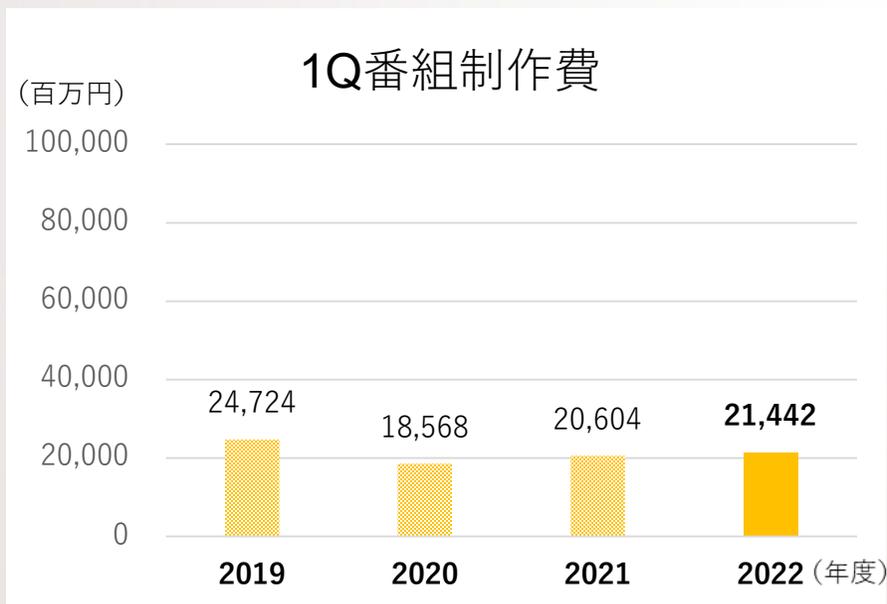
広告収入 前年同月比

タイム	2021年度 (%)	2022年度 (%)	スポット	2021年度 (%)	2022年度 (%)	デジタル広告	2022年度 (%)
4月	△4.8	△3.3	4月	25.9	△2.9	4月	49.8
5月	△1.2	△5.0	5月	79.8	△3.5	5月	8.2
6月	0.4	△6.4	6月	100.3	△17.6	6月	15.1

日本テレビ放送網：番組制作費

(単位：百万円)

2021年度 1 Q	2022年度 1 Q	前年差	増減率(%)
20,604	21,442	838	4.1



日本テレビ放送網：主な事業収支

(単位：百万円)

	収入		収支		特筆点
	2021年度 1Q	2022年度 1Q	2021年度 1Q	2022年度 1Q	
映画	865	986	402	660	今期公開：「名探偵コナン ハロウィンの花嫁」「極主夫道 ザ・シネマ」「メタモルフォーゼの縁側」「アンパンマン」
イベント	649	674	△287	121	主な催事：「バンクシーって誰？展」「ポテロ展」「ミュージカル アニー」「SEKAINOOWARIライブ・展覧会・配信」
通販	2,507	1,942	219	85	巣ごもり需要の昨年の反動減 ももクロ特番が好調
アニメ	845	908	403	445	配信・海外・商品化など。継続作「HUNTER×HUNTER」好調
海外番販 (除アニメ)	480	724	406	204	フォーマット、ドラマ・バラエティのトータルセールスが歴代1位に。ドラマ「金田一少年の事件簿」を地上波と同時展開
IPビジネス	398	954	44	225	新しい人IP関連番組を増加。LIVEが開催できるようになったことによる増収影響
コンテンツビジネス	319	353	178	191	地上波放送番組の2次利用（ビデオパッケージ、出版、商品化、フッテージ、BS/CS番販等）

* 2021年度より、海外へのアニメ販売分はそれまでの「海外」から「アニメ」に計上を変更しています。

グループ会社



主なグループ会社の状況

- 連結決算への影響が大きい、日本テレビ放送網以外のグループ会社

※単位：百万円（％は前年同期比）

	BS日本		CS日本		日本テレビ音楽		バップ		ティップネス	
売上高	4,153	4.2%	2,507	1.6%	1,999	14.7%	1,846	2.6%	6,457	31.8%
営業利益	310	△9.4%	△64	(-)	414	12.5%	332	△25.5%	△256	(-)
経常利益	316	△8.9%	△62	(-)	435	13.2%	340	△25.8%	△325	(-)
四半期純利益	218	△9.3%	△62	(-)	286	13.0	696	63.4%	△328	(-)

(単位：百万円)	日テレ7		タツノコプロ		HJホールディングス		ACM		PLAY	
売上高	443	△34.7%	1,058	198.4%	8,154	1.9%	1,012	102.7%	1,954	38.8%
営業利益	△26	(-)	129	1,138.5%	128	△56.8%	134	(-)	516	55.4%
経常利益	△25	(-)	132	1,151.9%	108	△64.3%	144	(-)	501	50.2%
四半期純利益	△25	(-)	86	1,154.7%	107	△63.8%	139	(-)	305	48.1%

※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。

HJホールディングス



(単位：百万円)	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
2022年度1Q	8,154	128	108	107



話題のHuluオリジナル

■地上波連動大型ドラマ「パンドラの果実」 Season 2、独占配信開始
他にも、各種オリジナルバラエティ・オリジナルドラマの独占配信が話題
* 「BE:FIRST TV 完全版」 「SEKAI NO OWARI DOCUMENTARY 4」 「BiSH IS OVER」 「君のことだけ見ていたい」 「あなたに聴かせたい歌があるんだ」 「THE 重大事件」

■「金田一少年の事件簿」過去シリーズ全41作品をSVOD独占配信
アーカイブコンテンツの配信として最大級の会員獲得に貢献

■注目度の高い「スポーツ」ライブ配信コンテンツが充実
人気アーティストのライブコンテンツを中心にTVOD配信作品の大幅拡充
* 「MLB」1日最大2試合・324試合を英語実況入り配信。
「プロ野球巨人戦」中継映像以外に「自由視点映像」ライブ配信。
「ラグビー日本代表戦」 「ジャパンラグビーリーグワン」
* 「Mr.Children」 「Official髭男dism」 「乃木坂46」 「櫻坂46」 「日向坂46」等

■Huluポイント制度をスタート

* HuluストアのTVOD作品をスマホアプリ上で直接購入が可能に
TVODの利便性を高める事でさらなる事業拡充を目指す試み



ムラヤマ

【中計目標】コンテンツの価値最大化：新たな共創体制の構築



- 2022年3月 ムラヤマホールディングスの株式取得で日本テレビグループ企業に
- 特殊内装・造形業界のリーディングカンパニー
- 音楽ライブ・スポーツイベント・VTuberイベントなどでシナジー生み出す

(単位：百万円)	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
2022年度 1 Q	2,279	△203	△197	△136



【過去事例】ラグビーワールドカップ2019会場装飾

【決算概況】

- 2022年1Qは2022年2～4月
- 展示会工事、商業施設内装工事、スポーツ関連イベント等の売上を計上
- 前年同期よりも業績は改善しているものの、依然としてイベント業界全体がコロナ禍による影響を受けている
年度決算では黒字を予想

ClaN Entertainment

【中計目標】 新規ビジネス創出の加速：社内インキュベーションからの新規事業確立

ClaN

- 日本テレビ内の新規事業から分社化
- VTuber事業（ネットワーク・プロダクション・イベント事業）

■ VTuberネットワーク事業

300人以上が参加する世界最大級のVTuberネットワーク「V-Clanネットワーク」をさらに拡張。独自の強みを生かしたインフルエンサーネットワークを構築しVtuberをはじめとしたインフルエンサーの活動をサポート。

テレビとネットの双方で、
コンテンツ発信の場所を創出



■ メタバース番組事業

日本テレビグループの企画・制作力と、バーチャルコンテンツの豊富な実績を活かして、仮想空間「メタバース」を活用した番組を多数実現。

テレビ×ネットを武器に
新時代の番組を生み出す



■ メタバースライブ事業

仮想空間「メタバース」で、VTuberやアーティストが歌やダンスなどのパフォーマンスを行う、新しいライブエンターテイメントを創出。

最新テクノロジーを駆使して、
世界で通用するライブを制作



アチーブメント

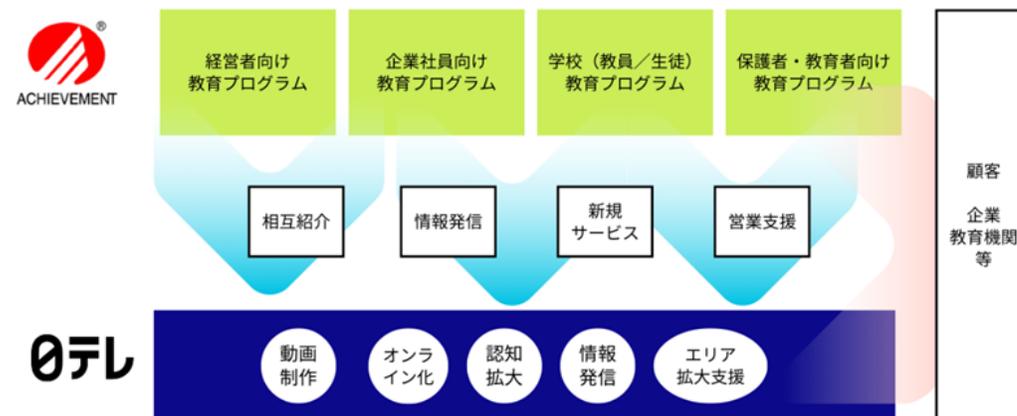
【中計目標】 新規ビジネス創出の加速：新規事業との共創

- 1987年創業 人材育成コンサルティング企業
- 2022年7月 株式譲渡により、日本テレビグループの持分法適用会社
- 研修プログラムの受講実績は40万人超



【日テレHR（人材研修の新規事業）とのシナジー】

- ①対面が主流のアチーブメント社のメソッドを活かした動画・オンライン講座の開発
- ②アチーブメント社の30年にわたる人材育成の知見と圧倒的営業力で、日テレHR事業を加速
- ③新たなオンライン・対面講座の共同開発



絵本ナビ

【中計目標】コンテンツの価値最大化：新たな共創体制の構築



- 絵本情報サイト「絵本ナビ」等のメディア事業、コマース事業、コンテンツ事業、ラーニング事業を行う
- 2022年5月 日本テレビの「サステナブル投資」として出資

- 年間利用者数約2,000万人の日本最大級の絵本専門サイト
- 100社を超える絵本出版社の協力
- タツノコプロのキャラクターを活用した絵本コンテンツの制作、日本テレビのアナウンス部と連携した絵本コンテンツの制作などで協業



コンテンツ戦略



今期の編成方針

新中期経営計画スローガン

「テレビを超えろ、**ボーダー**を超えろ。」

新組織

「**コンテンツ戦略本部**」“**コンテンツオリエンテッド**”の再強化

「地上波タイムテーブルの価値最大化」

「コンテンツが生み出す価値の最大化」の両立

今期の編成方針・目標

- ① 個人・コアターゲット 「**三冠継続**」
 - ・ G P 帯 3 ドラマ話題化の施策強化
 - ・ レギュラー番組強化、再プランディング
 - ・ 新規大型特番開発
- ③ **マルチプラットフォーム展開力強化**
ストックコンテンツ戦略推進

- ② **コンテンツ制作力強化**
(体制強化・人材開発推進)
- ④ **前例に捉われない**
プロモーション改革の推進

2022年4月クール 個人視聴率

2022/04/04(月)～2022/07/03(日)

	NTV	EX	TBS	TX	CX	PUT
全日	① 3.5	① 3.5	③ 2.7	⑤ 1.2	④ 2.5	19.5
6時～24時	▲0.5	▲0.3	▲0.2	▲0.2	▲0.3	▲2.1
プライム	① 5.3	② 5.2	③ 4.0	⑤ 2.8	④ 3.8	30.4
19時～23時	▲0.7	▲0.6	▲0.5	▲0.3	▲0.4	▲3.1
ゴールデン	① 5.7	② 5.2	③ 4.1	⑤ 3.2	④ 3.8	32.4
19時～22時	▲0.6	▲0.6	▲0.4	▲0.3	▲0.6	▲3.3
ノンプライム	① 3.0	① 3.0	③ 2.4	⑤ 0.8	④ 2.1	16.4
全日－プライム	▲0.4	▲0.3	▲0.1	▲0.1	▲0.3	▲1.9
プラチナ	① 2.7	② 2.0	③ 1.8	⑤ 0.7	④ 1.6	11.8
23時～25時	▲0.4	▲0.2	▲0.2	▲0.2	▲0.2	▲1.2

左からデジタルチャンネル順／個人視聴率（関東地区）ビデオリサーチ調べ／下段は前年度との差・比較期間2021/03/29(月)～2021/06/27(日)

個人視聴率「3冠」は、2022年1月期から「2クール連続」

2022年4月クール コアターゲット視聴率

2022/04/04(月)～2022/07/03(日)

	NTV	EX	TBS	TX	CX	PUT
全日	① 2.8	④ 1.3	③ 1.6	⑤ 0.5	② 1.8	10.0
6時～24時	▲0.6	▲0.3	▲0.1	▲0.1	▲0.4	▲1.5
プライム	① 4.6	④ 2.6	② 3.0	⑤ 1.4	② 3.0	17.7
19時～23時	▲0.8	▲0.3	▲0.5	▲0.1	▲0.8	▲2.6
ゴールデン	① 4.8	④ 2.4	③ 3.0	⑤ 1.5	② 3.1	18.2
19時～22時	▲0.9	▲0.4	▲0.4	▲0.2	▲0.8	▲2.7
ノンプライム	① 2.3	④ 1.0	③ 1.2	⑤ 0.3	② 1.4	7.8
全日－プライム	▲0.5	▲0.2	±0.0	▲0.1	▲0.4	▲1.2
プラチナ	① 2.3	② 1.6	④ 1.3	⑤ 0.6	③ 1.4	8.6
23時～25時	▲0.7	▲0.4	▲0.2	±0.0	▲0.3	▲1.5

左からデジタルチャンネル順／コアターゲット視聴率（関東地区）ビデオリサーチ調べ／下段は前年度との差・比較期間2021/03/29(月)～2021/06/27(日)

- コアターゲットは「男女13-49歳」を指す日本テレビオリジナル指標「クライアントニーズ」が高い、就業就学者にどれだけ支持されているかを示す
- 2位以下を大きく離して3冠、3冠は2013年7月期から「36クール連続」

配信事業：TVer (AVOD)

TVer 状況

- レギュラー配信番組数 500番組以上（日本テレビは43番組）
- 再生数：5.9億 UB数：2,990万（1Q 全局全コンテンツ総計）
- アプリダウンロード数累計：5000万超え
- 民放5系列のリアルタイム配信開始（日本テレビ系列は昨年10月から実施済み）

日本テレビの取組

■ドラマ・バラエティ・アーカイブのTVerオリジナル企画



水曜ドラマ「悪女～働くのがカッコ悪いなんて誰が言った?～」に連動した配信オリジナルのショートドラマ「悪男」をTVer先行配信



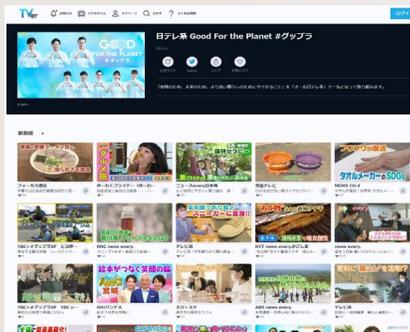
【TVer特別企画】上田と女が…ガサツすぎるヤツSP! 「人のおか…」

GPレギュラー「上田と女が吠える夜」の地上波未公開トーク集をTVer限定配信



神回だけ見せます! #1 アナザースカイ (出川哲朗・ク…)

TVerオリジナルコンテンツ「神回だけ見せます!」日本テレビが保有する大量の番組アーカイブの中から“神回”を掘り起こすコンテンツ



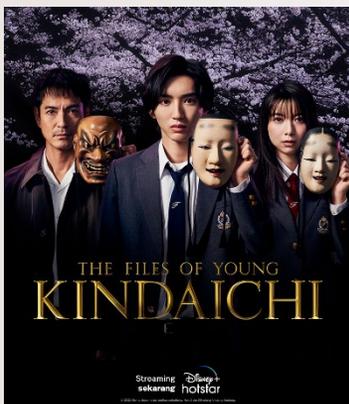
■Good For the Planet Week (#グップラ) 特集に日本テレビ系列29局が参加

2年目を迎えたGood For the Planet Week (#グップラ) と連動して、TVerにSDGsについて考える特設ページを設定。日本テレビ系列29局、98コンテンツが参加。

2022年度 注目のコンテンツ戦略

- 日本テレビでは、ドラマ・バラエティ（リメイク・フォーマット）・アニメ・映画・イベント・IPビジネスなど、海外展開やマルチ利用などコンテンツ最大価値化を次々実施

●グローバル展開トピックス



- 2022年4月期ドラマ「金田一少年の事件簿」
ディズニープラスでグローバル配信

ディズニー・ジャパン社との戦略的協業の取り組みとして、ディズニープラスで日本テレビ系連続ドラマ初となる世界配信を実施。5月からアジア太平洋の9つの国・地域で順次配信を開始し、台湾・香港ではトップ10入り。

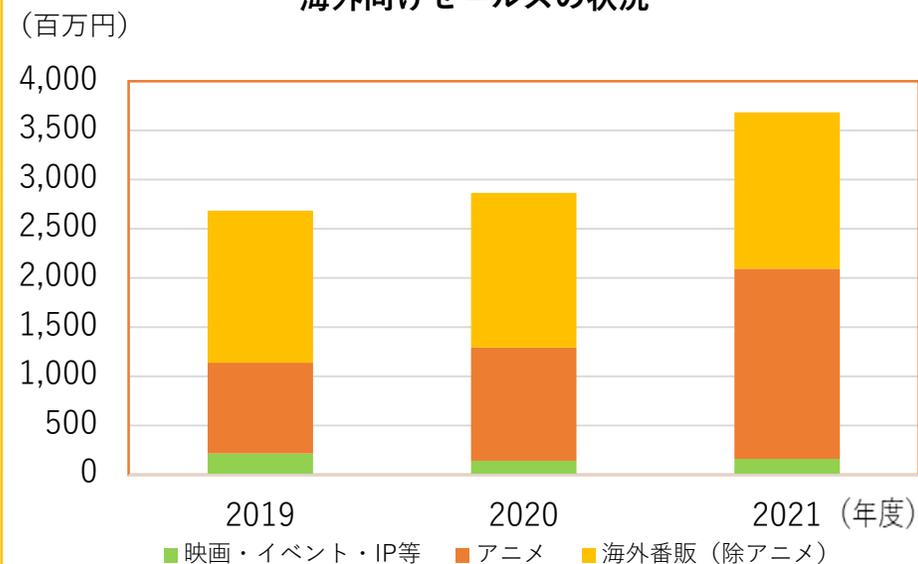
- 2022年3月31日～「はじめてのおつかい（クリップ版）」
Netflixで全世界配信

米NBCの人気番組「サタデー・ナイト・ライブ」など英語圏メディアがこぞって取り上げ、SNSでも大反響。第2弾も準備中。



コンテンツ海外売上は右肩上がりで成長中

海外向けセールスの状況



* 2019年から同一基準で作成（内部管理数字）

2022年度 注目のコンテンツ戦略



●映画事業

・2022年7月15日(金)公開 「キングダム2 遙かなる大地へ」

2019年興行収入57.3億円を突破し、その年の邦画実写作品で見事No.1を獲得し、数々の映画賞にも選出されるなど映画界に大きなインパクトを与えた「キングダム」、待望の続編！

公開初日からの興行収入累計が3日間で10億円超え！
前作対比147.8%の圧倒的な人気で大ヒット上映中！



●アニメ事業

・2022年7月スタート「シャインポスト」

小説×アニメ×ゲームで展開の、メディアミックスアイドルプロジェクト！
「世界中の人達にアイドルを大好きになってほしい！そのための輝く道標……それが、シャインポストだよ！」
これは、絶対アイドルを目指すため、君と少女たちが光り輝く物語。
放送するや、絵のクオリティの高さがネットで話題に！

2022年度 注目のコンテンツ戦略

●IPビジネス

・あのBTSを生んだHYBEとの新規アーティストIP開発！

2022年7月13日(水)スタート「&AUDITION -LIVE-」

BTSの生みの親が仕掛けるオーディションIP「&AUDITION - The Howling -」。

このオーディションには2020年「I-LAND」に出演し注目を浴びた日本人2人を含む4人（K、NICHOLAS、EJ、TAKI）が参加。既に熱狂的なファンを抱える4人と、新たな練習生11人がデビューを目指すドキュメンタリーです。彼らの応援番組「&AUDITION -LIVE-」の放送に加え、複数の情報番組で取り上げていきます。



・LDHとの「映画IP」開発もさらに進化！

2022年9月9日(金)公開 「HiGH&LOW THE WORST X」

シリーズ累計興行収入78億円突破、男たちの友情と熱き闘いの「HiGH&LOW」シリーズと、累計8000万部突破・不良漫画の金字塔「クローズ」「WORST」（原作・高橋ヒロシ）の、2大最強コンテンツ・クロスオーバー映画『HiGH&LOW THE WORST』をさらにパワーアップした映画IP『HiGH&LOW THE WORST X』として公開！



補足資料



参考：連結業績及び配当予想（5月12日発表）

■ 第1四半期での業績予想の修正はありません

(単位：百万円)	2021年度実績	2022年度予想	増減率(%)
売上高	406,395	435,000	7.0
営業利益	58,682	50,000	△14.8
経常利益	64,838	55,000	△15.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	47,431	40,000	△15.7

配当予想

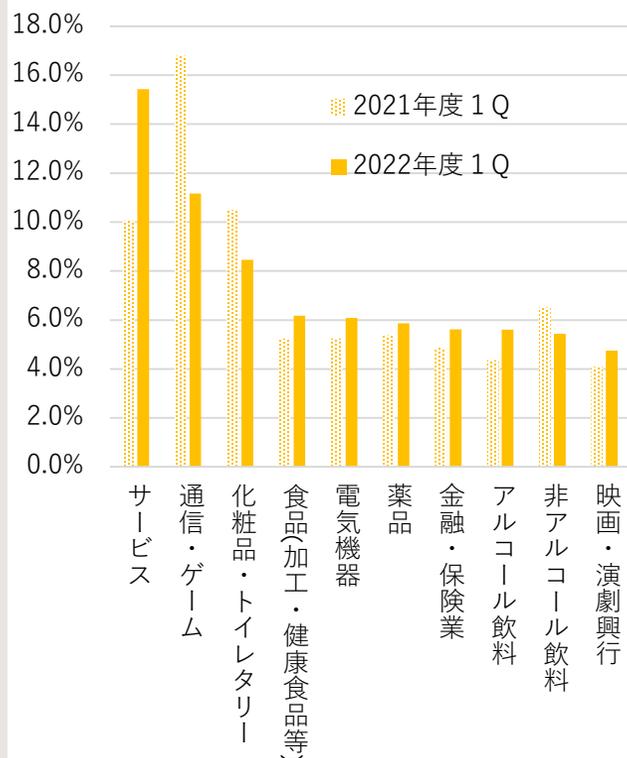
(単位：円)	第2四半期末	期末	合計
2021年度	10	27	37
2022年度（予想）	10	27	37

2022年度広告収入の見込み（前期比）

(単位：%)	通期予想
テレビ広告収入	△3.3
（うちタイム）	△6.7
（うちスポット）	±0.0

スポット業種別

スポット業種別売上シェア - 地上波（日本テレビ放送網） -



	2021年度1Q	シェア (%)	増減率 (%)		2022年度1Q	シェア (%)	増減率 (%)
1	通信・ゲーム	16.8	65.8		サービス	15.4	41.2
2	化粧品・トイレタリー	10.5	19.3		通信・ゲーム	11.2	△38.7
3	サービス	10.1	139.5		化粧品・トイレタリー	8.5	△25.8
4	非アルコール飲料	6.5	66.7		食品(加工・健康食品等)	6.2	8.6
5	薬品	5.4	14.5		電気機器	6.1	7.0
6	食品(加工・健康食品等)	5.2	36.8		薬品	5.9	0.5
7	電気機器	5.2	87.1		金融・保険業	5.6	6.3
8	金融・保険業	4.9	112.6		アルコール飲料	5.6	18.6
9	アルコール飲料	4.4	81.3		非アルコール飲料	5.4	△23.3
10	映画・演劇興行	4.1	277.5		映画・演劇興行	4.8	6.9

注：増減率は実績の前年同期比。内部管理数値です。

2022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 ○ = 日テレ出資作品

公開	作品名	配給	備考	
10/21 (金)	☆線は、僕を描く	東宝	シリーズ累計興収45億超の映画『ちはやふる』の監督・スタッフが描く、水墨画、を舞台とした青春映画の金字塔。 大学生の青山霜介は絵画展のアルバイトで運命の出会いを果たす。白と黒のみで表現された水墨画が彼の前に色鮮やかな世界となって広がる。水墨画の巨匠・篠田湖山に声をかけられ学び始めた霜介は、初めての水墨画に戸惑いながらもその世界に魅了されていく…。 監督：小泉徳宏 出演：横浜流星 清原果耶 江口洋介 三浦友和ほか 主題歌：yama Produced Vaundy	
11/25 (金)	○劇場版転生したらスライムだった件 紅蓮の絆編	バンダイ ナムコ フィルム ワークス	大人気アニメーションの初めての劇場版。さえないサラリーマンが突然刺殺されて、スライムに転生、ユニークなスキルを活かして成長、仲間と共に国造りに励む転生ファンタジー！ 原作：川上泰樹・伏瀬・みつつばー「転生したらスライムだった件」（講談社「月刊少年シリウス」連載） ストーリー原案：伏瀬 出演：岡咲美保 古川 慎 ほか	
12/23 (金)	★かがみの孤城	松竹	「本屋大賞」を歴代最高得点で受賞した辻村深月最高傑作！！部屋の鏡をくぐり抜けた先にあったのは、城のような不思議な建物。そこには似た境遇の7人の中学生が集められていた――なぜこの7人が、なぜこの場所に。すべてが明らかになるとき、驚きとともに大きな感動に包まれる。生きづらさを感じているすべての人に贈る物語。 監督：原恵一 出演：当真あみ ほか	

2022年イベント事業の主なラインナップ

期間	イベント名	内容
[東京展] 7月23日(土)～10月2日(日) 東京都美術館	ボストン美術館展 芸術×力 	新型コロナ禍で2020年に中止となった本展。いよいよ待望の開催！ 古今東西の権力者たちはその力を示し、維持するために芸術の力を利用してきました。また美しい工芸品は宮廷を彩り、時に外交の場で活用されてきました。また、力をもつ人々は、自らも芸術をたしなみ、パトロンとして優れた芸術家を支援しました。さらに多くの権力者たちは、貴重な作品を収集し手元におきました。彼らが築いたコレクションは、今日の美術館の礎ともなっています。 本展では、日本を含む様々な地域で生み出されたおよそ60点の作品をご紹介します。私たちが鑑賞する芸術作品が本来担っていた役割に焦点を当て、力とともにあった芸術の歴史を振り返ります。
11月1日(火)～ 2023年2月5日(日) 東京国立近代美術館	大竹伸朗展 	現代日本を代表するアーティスト、大竹伸朗の創作活動を約500点で体感する大回顧展。 大竹伸朗(1955-)は、1980年代初めに華々しくデビューして以来、猛々しい創作意欲でおびただしい数の仕事を手掛け、トップランナーであり続けてきました。本展では、約500点を7つのテーマに基づいて構成。作者が「既にそこにあるもの」と呼ぶテーマのもとに半世紀近く持続してきた制作の軌跡を辿るとともに、時代順にこだわることなく作品世界に没入できる展示によって、走り続ける強烈な個性の脳内をめぐるような機会となるでしょう。
10月8日(土) ～2023年1月21日(土) ロンドン・バービカン劇場	My Neighbour Totoro 舞台「となりのトトロ」 	ロイヤル・シェイクスピア・カンパニーが舞台化 エグゼクティブ・プロデューサーは久石譲 宮崎駿監督のアニメーション映画「となりのトトロ」が、イギリスの名門演劇カンパニー、ロイヤル・シェイクスピア・カンパニー(RSC)によって初めて舞台化され、ロンドンのバービカン劇場で上演します。映画で音楽を手掛けた作曲家の久石譲が舞台化を提案し、宮崎駿監督がこれを快諾したことで始まったプロジェクト。フェリム・マクダーモットが主宰するカンパニー、インプロバブルが制作協力し、RSCと日本テレビが共同製作します。 世界的な作曲家である久石譲のもと、世界最高峰の演劇カンパニーRSCが「となりのトトロ」をどう表現するのか、世界中が期待することでしょう。

ほかにも沢山の音楽ライブ、舞台、展覧会を準備しています！詳しくは、日本テレビHP「EVENT NEWS」まで
<https://www.ntv.co.jp/event/>