



0テレ

2022年度
決算説明資料

日本テレビホールディングス 2022年度 決算説明資料

2023年5月16日

決算概況と業績予想



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。

2022年度概況

■増収減益

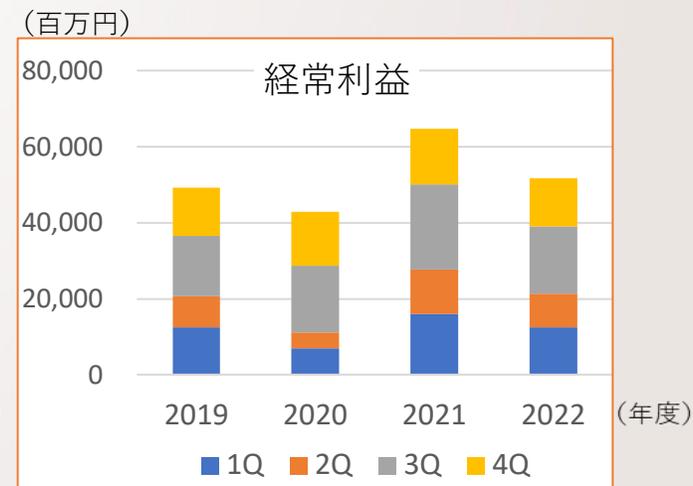
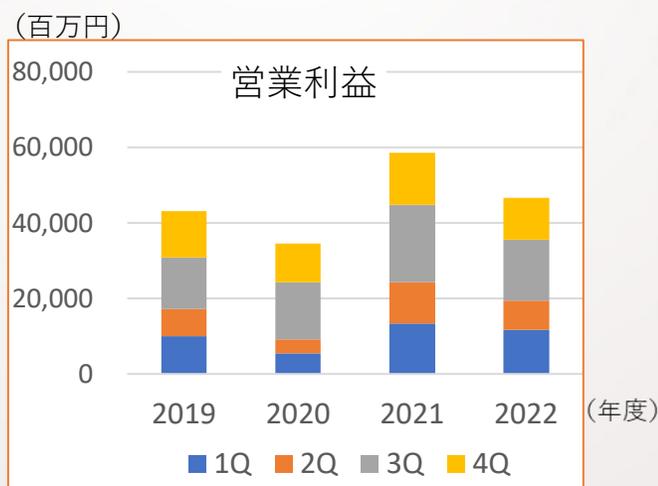
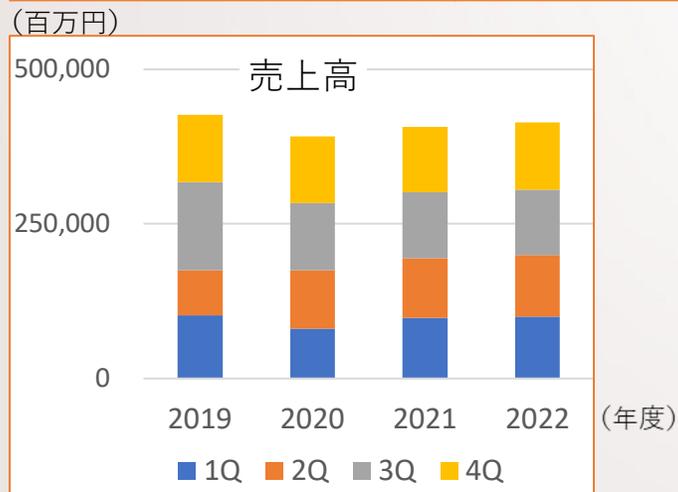
- ・ 売上面は、円安・資源高の影響等により地上波テレビ広告収入は減少もムラヤマの連結子会社化等による増収が上回る
デジタル広告、配信、イベント、IP等のコンテンツビジネスが伸長
- ・ 利益面は、主に放送事業収支の減少により減益
- ・ コロナ渦からの回復によりティップネスが大幅増収・赤字幅縮小
ACMは売上・利益ともに過去最高を記録し黒字化
- ・ 日本テレビ放送網は、11年度連続「コアターゲット3冠」獲得
スポットシェア約3割は民放歴代1位タイ

※コアターゲットは「男女13-49歳」を指すクライアントニーズが高いオリジナル指標

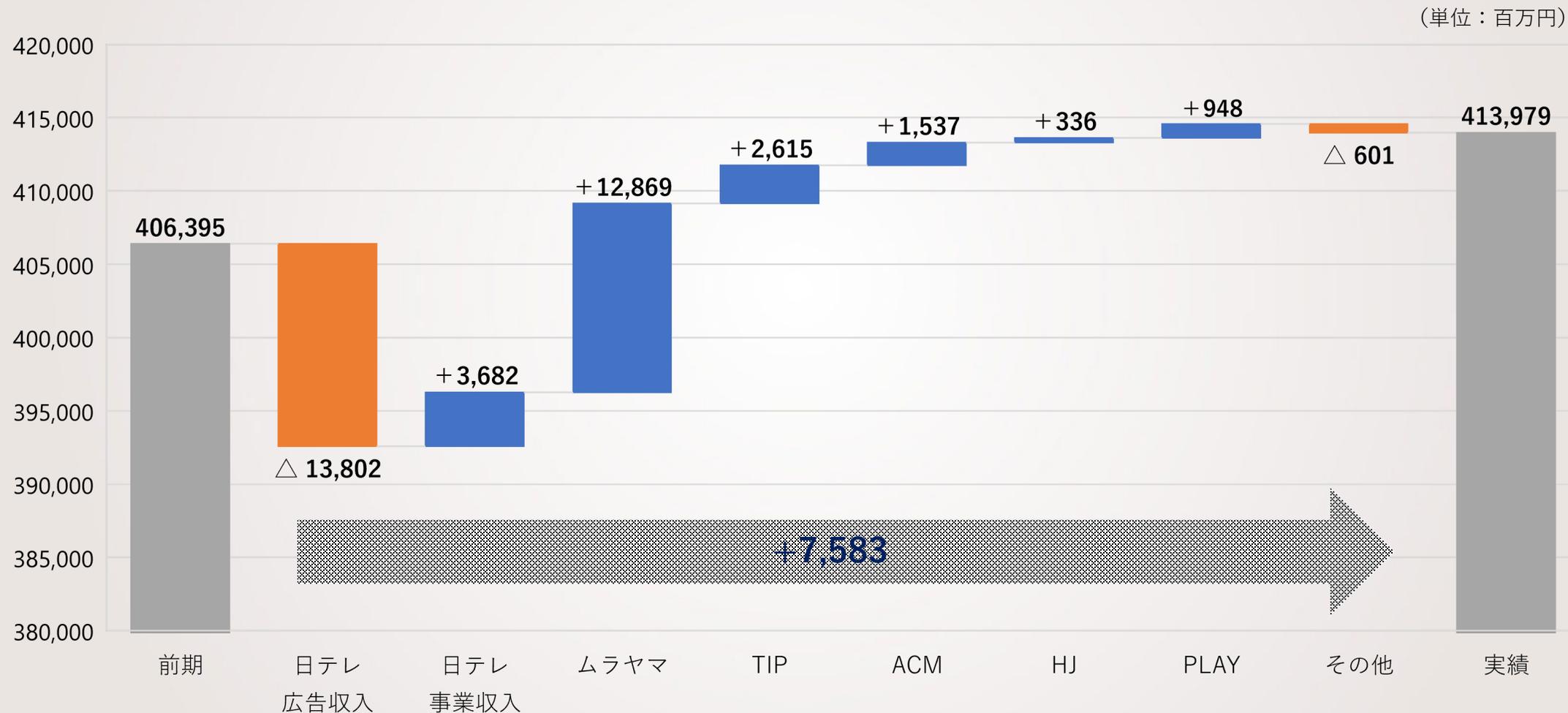
日本テレビホールディングス：連結決算概況

- 新たな連結対象となったムラヤマが売上に貢献
- 円安・資源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	2022年度	前年差	増減率
売上高	406,395	413,979	7,583	1.9%
営業利益	58,682	46,593	△12,088	△20.6%
経常利益	64,838	51,775	△13,063	△20.1%
親会社株主に 帰属する当期純利益	47,431	34,081	△13,350	△28.1%

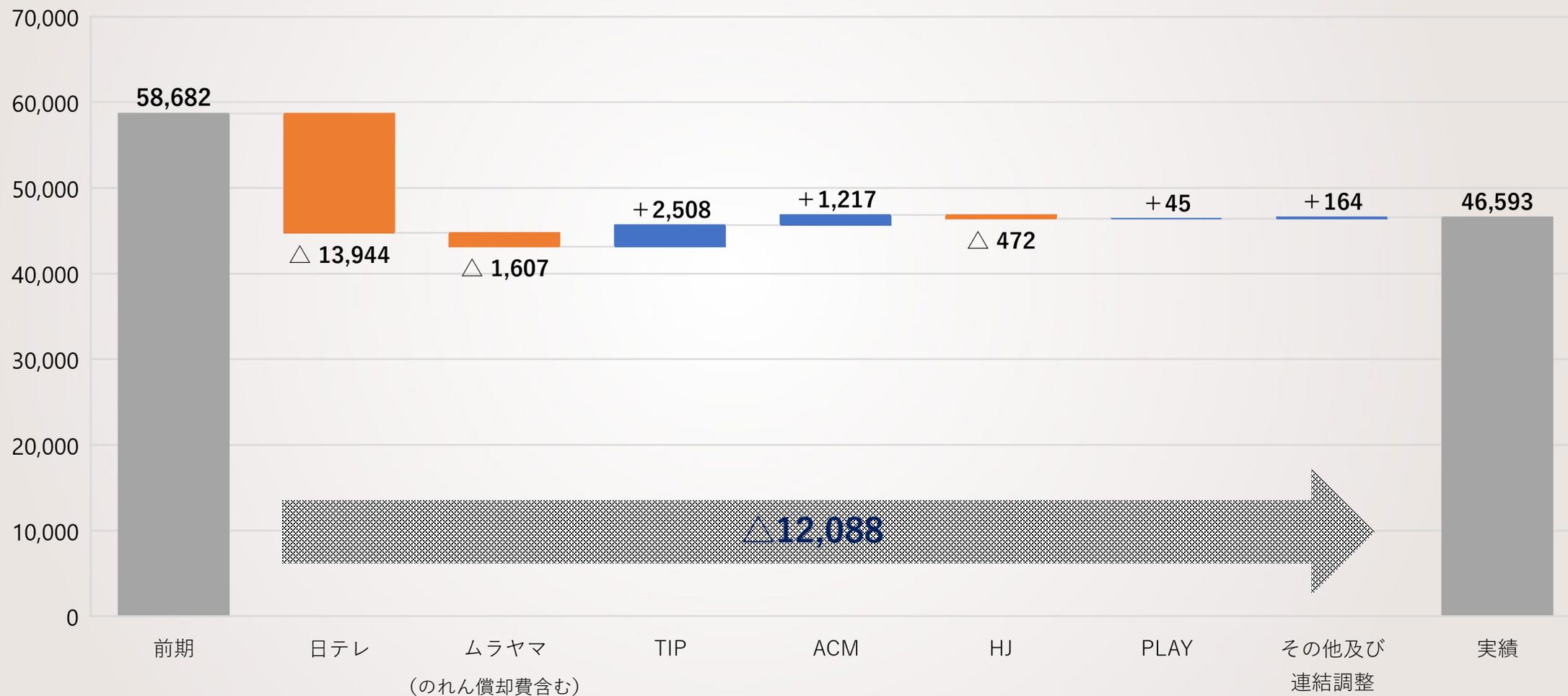


売上高の前年同期増減分析



営業利益の前年同期増減分析

(単位：百万円)



日本テレビ放送網：決算概況

- 減収減益
- 地上波テレビ広告の減収が影響
- TVer等のデジタル広告収入は増加
- イベント事業の大幅な回復が利益にプラス貢献
- 営業費用は番組制作やイベント開催での反動増があった

(単位：百万円)	2021年度	2022年度	前年差	増減率
売上高	300,729	290,838	△9,891	△3.3%
営業利益	49,725	35,781	△13,944	△28.0%
経常利益	52,779	41,132	△11,647	△22.1%
当期純利益	41,661	29,855	△11,805	△28.3%

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	16,300	0.0%	9,252	△3.4%	8,410	14.9%	7,019	△6.5%	26,052	11.2%
営業利益	2,125	△6.9%	530	△38.1%	2,038	9.2%	1,517	△4.1%	△580	－
経常利益	2,164	△6.7%	538	△37.6%	2,067	9.8%	1,554	△10.0%	△866	－
当期純利益	1,474	△7.8%	374	△37.3%	1,351	9.6%	1,569	△2.9%	△3,184	－
	ムラヤマ		タツノコプロ		HJ ホールディングス		ACM		PLAY	
売上高	12,869	－	2,536	42.1%	33,046	0.8%	4,372	54.6%	8,174	14.4%
営業利益	△415	－	50	65.3%	242	△66.1%	879	－	1,636	2.9%
経常利益	△349	－	59	70.1%	244	△65.4%	930	－	1,598	0.9%
当期純利益	△267	－	36	87.9%	132	△80.5%	1,116	－	839	△16.5%

※新規連結、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。

日本テレビ放送網：営業収支詳細

(単位：百万円)

営業収支

営業収入	2021年度	2022年度	前年差	増減率
広告収入	250,710	236,908	△13,801	△5.5%
番組販売収入	10,808	11,024	215	2.0%
事業収入	36,860	40,542	3,682	10.0%
不動産賃貸収入	2,350	2,362	12	0.5%
合計	300,729	290,838	△9,891	△3.3%

営業費用	2021年度	2022年度	前年差	増減率
番組制作費	84,544	87,526	2,982	3.5%
人件費	21,926	23,202	1,276	5.8%
減価償却費	10,677	9,495	△1,181	△11.1%
事業費	31,814	36,853	5,039	15.8%
その他	102,043	97,981	△4,062	△4.0%
合計	251,004	255,057	4,052	1.6%

日本テレビ放送網：広告収入詳細

(単位：百万円)

広告収入

	2021年度	2022年度	前年差	増減率
広告収入	250,710	236,908	△13,801	△5.5%
タイム	121,066	111,060	△10,006	△8.3%
スポット	124,957	120,701	△4,255	△3.4%
デジタル広告	4,686	5,146	460	9.8%

2022年度
広告収入
前年同月比

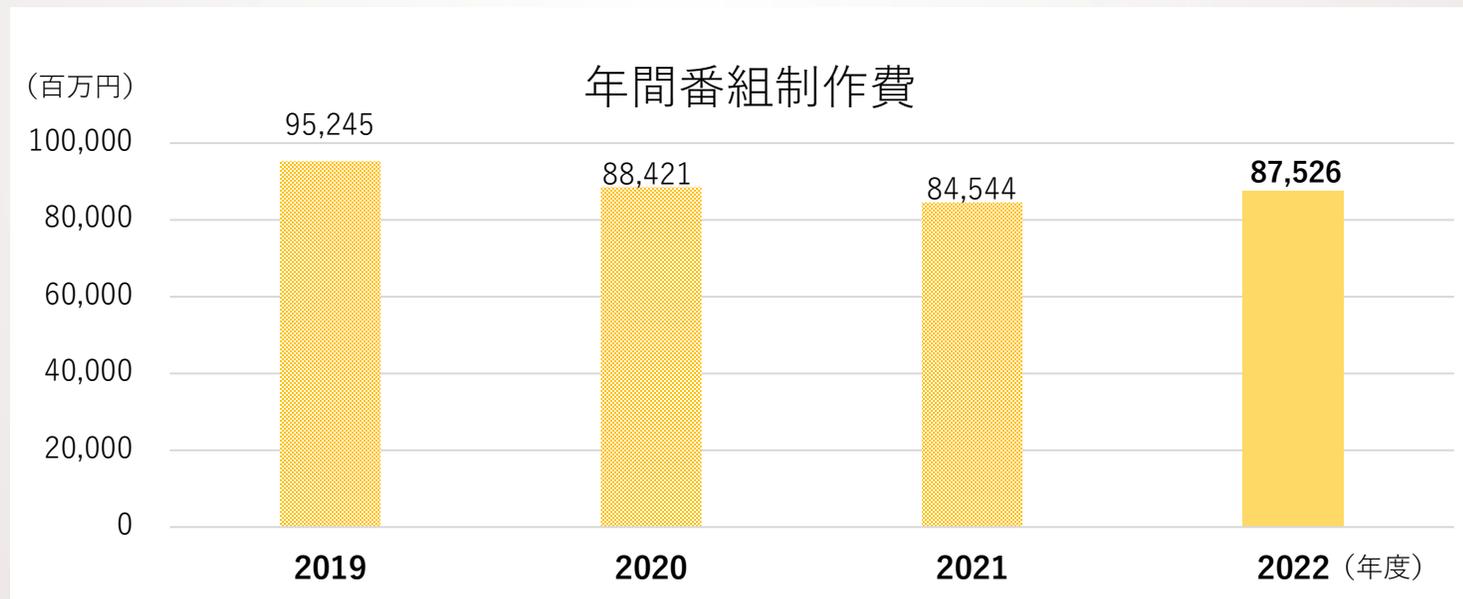
タイム	増減率	スポット	増減率	デジタル広告	増減率
4月	△3.3%	4月	△2.9%	4月	49.8%
5月	△5.0%	5月	△3.5%	5月	8.2%
6月	△6.4%	6月	△17.6%	6月	15.1%
7月	△6.9%	7月	9.0%	7月	80.2%
8月	△21.2%	8月	12.5%	8月	39.5%
9月	△6.0%	9月	△10.2%	9月	11.7%
10月	△2.9%	10月	△2.1%	10月	7.0%
11月	△8.7%	11月	△5.3%	11月	△6.9%
12月	△6.4%	12月	△4.3%	12月	△8.3%
1月	△7.6%	1月	3.3%	1月	12.0%
2月	△13.5%	2月	0.8%	2月	48.8%
3月	△8.3%	3月	△10.9%	3月	△18.6%

* 2022年度よりTVer等による「デジタル広告」欄を追加

日本テレビ放送網：番組制作費

(単位：百万円)

2021年度	2022年度	前年差	増減率
84,544	87,526	2,982	3.5%



日本テレビ放送網：主な事業収支

事業収支

(単位：百万円)

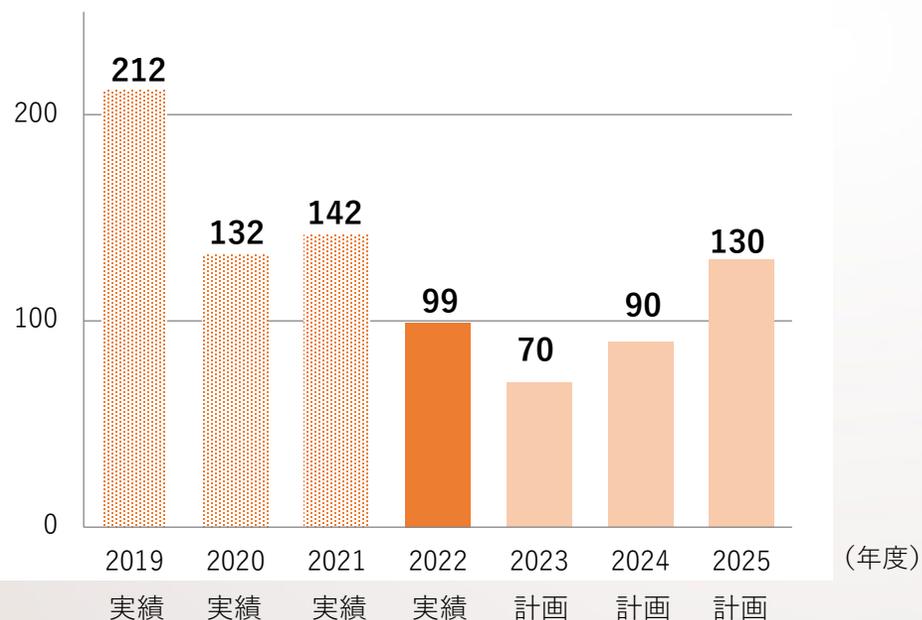
	収入		収支		特筆点
	2022年度	増減率	2022年度	増減率	
映画	3,691	△11.3%	1,638	△23.2%	「名探偵コナン ハロウィンの花嫁」「キングダム2」等が大ヒット 「転生したらスライムだった件」も好評だった
イベント	4,651	122.7%	799	90.2%	ロンドンでの舞台「となりのトトロ」が世界的な話題に 「羽生結弦アイスショー」「巖流島2023」の成功等で大幅増収増益
通販	8,107	△7.8%	372	△31.0%	コロナの巣ごもり反動で売上が鈍化。美容家電や掃除器具などは 引き続き好調
アニメ	3,726	△3.6%	1,799	4.2%	今期新作：「トモダチゲーム」「シャインポスト」「魔術士オーフェン はくれ旅3」「惑星のさみだれ」 「アンパンマン」「HUNTER×HUNTER」等旧作の商品化権収入が好調
海外番販 (除アニメ)	1,590	0.1%	785	△38.2%	「金田一少年の事件簿」の地上波、海外同時展開など、ドラマ販売が好調 コロナ明けの海外新規開拓費計上により、収支は前期比マイナス
IPビジネス	3,822	90.8%	384	△42.6%	集客制限なしのリアルイベントの開催により売上増。BE:FIRST TVの Huluオリジナル配信や他メディア展開など、BE:FIRST関連が好調
コンテンツビジネス等	1,905	23.0%	938	8.6%	地上波放送番組の二次利用（ビデオパッケージ、出版、商品化、 フッテージ、BS・CS番組等）が堅調。3月からNetflixでバラエティ コンテンツの配信も開始

* 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。

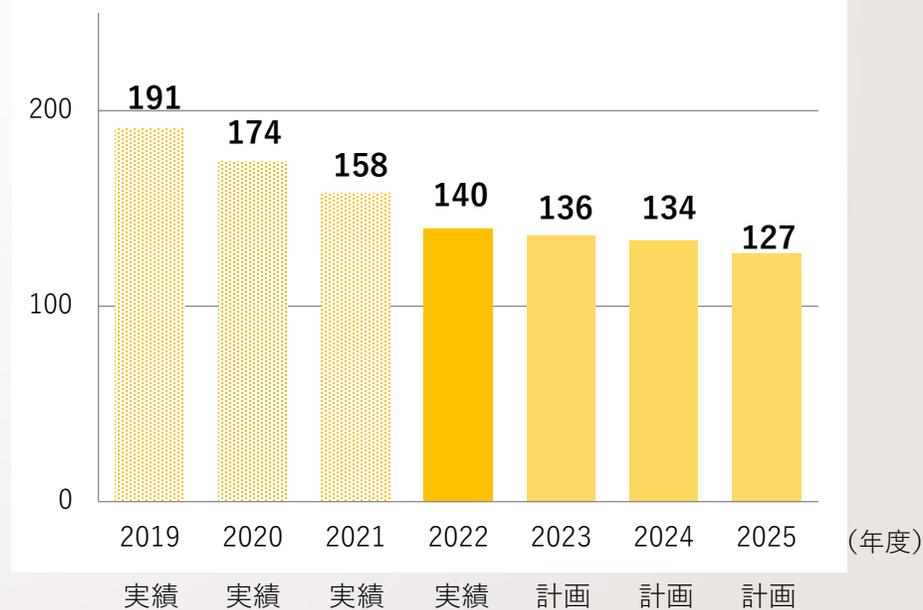
設備投資と減価償却

	設備投資額	減価償却費
2022年度	99億	140億

年間設備投資額



年間減価償却費



連結業績及び配当予想

(単位：百万円)	2022年度実績	2023年度予想	増減	増減率
売上高	413,979	436,000	22,021	5.3%
営業利益	46,593	48,000	1,407	3.0%
経常利益	51,775	54,000	2,224	4.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	34,081	37,000	2,919	8.6%

配当

(単位：円)	第2 四半期末	期末	合計
2022年度実績	10	27	37
2023年度予想	10	27	37

2023年度 日本テレビ地上波広告収入の見込み（前期比）

	前提
タイム	2.2%
スポット	2.7%

資本効率等に関する計画

中期経営計画に沿った成長戦略の推進

- 「コンテンツの価値最大化」「新規ビジネス創出の加速」「ウェルネス経済圏の構築」を推し進め、売上・利益の拡大を目指す。

政策保有株の削減に向けた対応

- 政策保有株については、保有の合理性について随時見直している。
2022年度は、純資産に対する比率が20%未満となった。

株主還元に対する考え方

- 継続的で安定的な株主還元を基本方針としつつ、
総還元性向30%を目指していく。

中期経営計画を達成し、業績を上げることでROE向上を目指していく

コンテンツ戦略



2023年4月期改編の主なトピック

▼平日朝帯の構造改革

①「ZIP!」1時間拡大

- ・番組全体がリニューアル！ニュース、SHOWBIZ、スポーツ、企画コーナーのすべてがパワーアップし視聴者の支持集める。
- ・今後も生中継や音楽ライブなど“イベント性”ある新企画を続々投入。

②新番組「DayDay.」

- ・民放初MCの武田真一と山里亮太のコンビネーションに視聴者から好意的な反応。他ゲストとの“化学反応”にも期待の声。
- ・北朝鮮ミサイル発射時の武田アナの冷静な対応に称賛の声。

▼金曜ドラマDEEP「夫婦が壊れるとき」

- ・金曜24時30分～24時59分に深夜ドラマ枠を新設。
#1の配信は深夜ドラマで異例の200万回再生突破。



2023年の注目大型特番



開局70年記念大型特番

放送した「日本が動いた瞬間TOP100」「日テレ×NHK TV70年コラボウィーク」「こどもDAY」に加えて、開局70年にしかできない超大型特番を今後も続々ラインナップ。“話題化”でテレビの新たな魅力を発信します。

“ダブル”ワールドカップ

▼バスケットボールワールドカップ（8/25-9/10）
日本（沖縄）、フィリピン、インドネシアで開催。
八村塁&渡邊雄太を有し「史上最強」との
呼び声が高い日本代表の試合を中継！

▼ラグビーワールドカップ（9/8-10/28）
前回大会で個人全体27.2%を記録した
ラグビーワールドカップの興奮が再び！
日本戦をはじめとする19試合を完全生中継。



2022年度個人全体視聴率

2022/04/04(月)～2023/4/2(日)

	NTV	EX	TBS	TX	CX
全日 (6～24時)	① 3.6	① 3.6	③ 2.8	⑤ 1.2	④ 2.4
プライム (19～23時)	② 5.4	① 5.6	③ 4.2	⑤ 2.8	④ 3.8
ゴールデン (19～22時)	① 5.8	② 5.6	③ 4.3	⑤ 3.2	④ 3.8
ノンプライム (全日-プライム)	① 3.1	① 3.1	③ 2.4	⑤ 0.8	④ 2.1
プラチナ (23～25時)	① 2.7	② 2.0	③ 1.8	⑤ 0.7	④ 1.7

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

- 日本テレビは「全日」「ゴールデン」「ノンプライム」「プラチナ」でトップを獲得
- 52週中30週で「個人3冠」を獲得

2022年度コアターゲット視聴率

2022/4/4(月)～2023/4/2(日)

	NTV	EX	TBS	TX	CX
全日 (6～24時)	① 2.9	④ 1.4	③ 1.6	⑤ 0.5	② 1.8
プライム (19～23時)	① 4.7	④ 2.8	② 3.1	⑤ 1.3	③ 3.0
ゴールデン (19～22時)	① 4.9	④ 2.8	② 3.1	⑤ 1.4	③ 3.0
ノンプライム (全日－プライム)	① 2.3	④ 1.0	③ 1.2	⑤ 0.3	② 1.5
プラチナ (23～25時)	① 2.3	② 1.6	④ 1.3	⑤ 0.6	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

■ 日本テレビは11年度連続「コア3冠」を獲得

※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

2023年4月個人全体視聴率

2023/4/3(月)～2023/4/30(日)

	NTV	EX	TBS	TX	CX
全日 (6～24時)	① 3.4	① 3.4	③ 2.7	⑤ 1.2	④ 2.3
プライム (19～23時)	① 5.1	② 4.9	③ 4.3	⑤ 2.6	④ 3.7
ゴールデン (19～22時)	① 5.4	② 4.9	③ 4.5	⑤ 3.0	④ 3.7
ノンプライム (全日－プライム)	① 2.9	① 2.9	③ 2.2	⑤ 0.8	④ 1.9
プラチナ (23～25時)	① 2.6	② 1.8	④ 1.7	⑤ 0.7	④ 1.8

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

- 日本テレビは4月は「個人3冠」を獲得
- 2023年の17週中10週で「個人3冠」

2023年4月コア視聴率

2023/4/3(月)～2023/4/30(日)

	NTV	EX	TBS	TX	CX
全日 (6～24時)	① 2.7	④ 1.1	③ 1.6	⑤ 0.5	② 1.8
プライム (19～23時)	① 4.3	④ 2.1	② 3.3	⑤ 1.3	③ 3.0
ゴールデン (19～22時)	① 4.5	④ 2.0	② 3.3	⑤ 1.4	③ 3.0
ノンプライム (全日－プライム)	① 2.2	④ 0.9	③ 1.1	⑤ 0.2	② 1.4
プラチナ (23～25時)	① 2.2	③ 1.3	③ 1.3	⑤ 0.5	② 1.7

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

■日本テレビは4月も「コア3冠」獲得

※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

コンテンツグローバル展開

●舞台「となりのトトロ」英国演劇賞受賞、再演決定



2022年10月8日からイギリス・ロンドンのバービカン劇場で開幕した舞台。
英国演劇界で最も権威ある「ローレンス・オリビエ賞」最優秀作品賞エンタテインメント部門他最多6部門受賞。2023年11月から再演決定。

●Netflixオリジナル作品「名アシスト有吉」制作、全世界配信



Netflix作品としては初の番組となる「名アシスト有吉」を制作。「有吉の壁」クリエイターがNetflixとタッグを組んだ一大お笑いプロジェクト。2023年3月14日より全世界配信、配信初日に日本のコンテンツとしてNetflixランキング1位を達成。

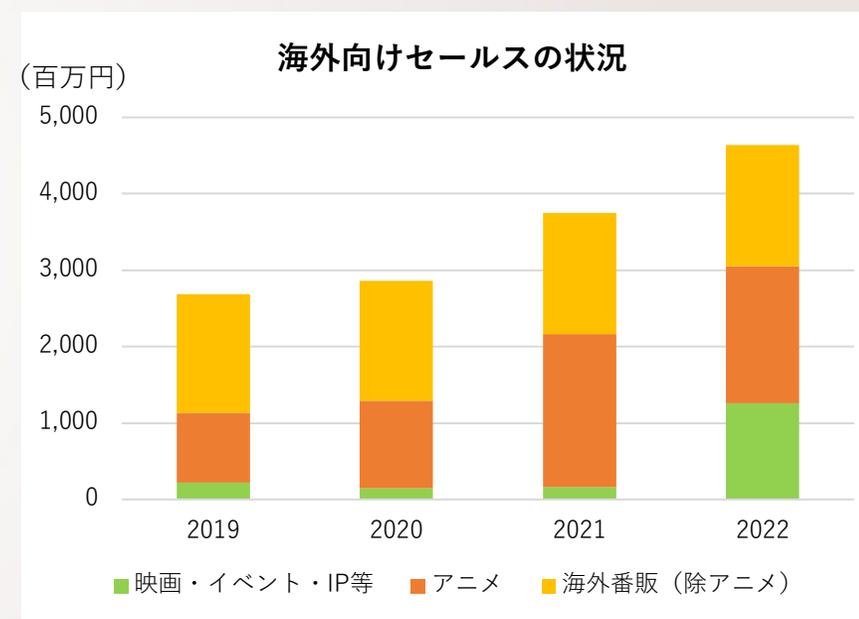
●ドラマ「金田一少年の事件簿」ディズニープラスでグローバル配信



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。
アジア太平洋、北米、南米、欧州、中東、アフリカの50の国と地域で配信されており、香港・台湾ではトップ10入りした。

コンテンツ海外セールス状況

* 過去最高を達成



* 2019年から同一基準で作成(内部管理数字)
* Netflixオリジナル作品の収入は含まず

2022年度 IPビジネス

日本テレビから多くのIPが生まれ、成長し、日本のエンターテインメント界を席卷。

◆オーディション「THE FIRST」から生まれたボーイズグループ「BE:FIRST」デビュー以来、絶好調！4月には初冠番組「BE:FIRST TV」OA。初のアリーナツアーも大成功、紅白歌合戦にも初出場するなどその勢いは止まりません。



◆BTSを生んだHYBEによるグローバルボーイズグループオーディション「& AUDITION」からデビューグループ「& TEAM」が9月、誕生。そのわずか1か月後には冠番組「&TEAM学園」を放送するなど、話題沸騰。

◆BE:FIRSTの生みの親SKY-HI主宰、日本から世界へ、ダンス&ボーカルシーンに垣根のない新しいカルチャーを作るべく立ちあげた番組&イベントプロジェクト「D.U.N.K. - DANCE UNIVERSE NEVER KILLED -」が3月開催。「ヒトIP」の集大成ともいえるプロジェクトが大盛況でスタートを切りました。



◆新進気鋭のロックバンド「女王蜂」のカリスマボーカル「アヴちゃん」による“スクール型リアリティショー”ボーイズグループオーディション。日本テレビとスターダストプロモーション、ソニーミュージックによる大型プロジェクトからデビューグループ「龍宮城」が誕生。



◆「音楽界のカリスマYOSHIKI×世界基準のスペシャリスト」が世界に勝負を挑むネクストスーパースターを発掘するプロジェクト「YOSHIKI SUPERSTAR PROJECT X」から、デビューグループ「XY」が誕生。

2022年度 イベントビジネス

●My Neighbour Totoro（舞台「となりのトトロ」）

2022年10月8日(土)～2023年1月21日(土) 英国ロンドン・バービカン劇場にて上演

英国演劇賞の最高峰「ローレンス・オリビエ賞」で最多6冠！今秋、再演も決定！作曲家の久石譲さんがエグゼクティブ・プロデューサーを務め、日本テレビと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）》が共同製作した舞台「となりのトトロ」が、英国演劇界で最も権威のある「ローレンス・オリビエ賞」において、最優秀作品賞エンタテインメント部門、演出賞、ほか最多6部門を受賞しました。さらに今秋には待望の再演が決定。日本テレビのスローガン「テレビを超える」を具現化したイベントとして、引き続きご注目ください。



Photo by Manuel Harlan © RSC with Nippon TV

●舞台「巖流島」

2023年2月10日(金)～22日(水) 東京・明治座ほか全国7会場にて上演

横浜流星主演！令和版『巖流島』が大盛況のうちに全40公演完走！

武士の生き様を問う骨太の人間ドラマとして新解釈&新設定で書き下ろされた舞台「巖流島」が大盛況のうちに千穂楽を迎えました。横浜流星が主演で宮本武蔵、中村隼人が佐々木小次郎を演じ、堤幸彦が演出を手掛けた迫力と感動のアクション時代劇。全40公演でチケットは完売。スタンディングオベーションと割れんばかりの拍手にあふれました。



●アイスショー「羽生結弦 notte stellata」

2023年3月10日(金)～12日(日) 宮城・セキスイハイムスーパーアリーナにて開催

東日本大震災から12年…羽生結弦がプロに転向後初めて地元宮城でアイスショー

震災の夜、家族と共に避難所に向かう中で羽生結弦が目にした美しい星空…羽生はイタリア語で“満天の星”を意味する“notte stellata”を、祈りと希望を込め本公演のタイトルとしました。震災から12年にあたる3月11日を含む3日間の公演はチケット完売。動画生配信&映画館ライブビューイングも実施。羽生を中心に一流スケーターたちが高い技術と魂の籠った演技で魅了し、体操界のキング・内村航平をゲストに迎えての超難度のコラボ演技も大きな話題となりました。



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	当期純利益
2022年度	33,046	242	244	132

■2022年度売上高は前年度を上回り330億

- ・配信事業はコロナ禍を経ても活況が続く
- ・今年度はSVOD事業に加え、特にTVOD事業が急成長

■Huluでしか見られないコンテンツが会員獲得牽引！

- ・2022年度の新規会員獲得に寄与した作品TOP3

<1位> ブラッシュアップライフ <2位> 君と世界が終わる日に <3位> 笑ってはいけないシリーズ



- ・3月配信スタート！
木村拓哉出演「THE SWARM」も好調推移



■2023年度以降も大型Huluオリジナルを多数配信！

- ・福士蒼汰出演「THE HEAD SEASON2」
- ・山下智久主演「神の雫/Drops of God」
- ・中島健人出演「Concordia (仮題)」
- ・韓国・PLAYLIST社との共同制作オリジナル「プレイ・プリ」(2023年制作)



■Huluストア事業がビジネスの大きな柱に成長！

- ・舞台「千と千尋の神隠し」独占配信が空前の券売収入を記録
- ・羽生結弦 notte stellata・BE:FIRSTライブ・乃木坂46ライブ
BMSGフェス・D.U.N.K.フェスなども、非常に高い券売数を達成

■Huluポイント制度が大きく進化！

- * 期間限定ポイントをユーザー特典として付与できる機能を追加

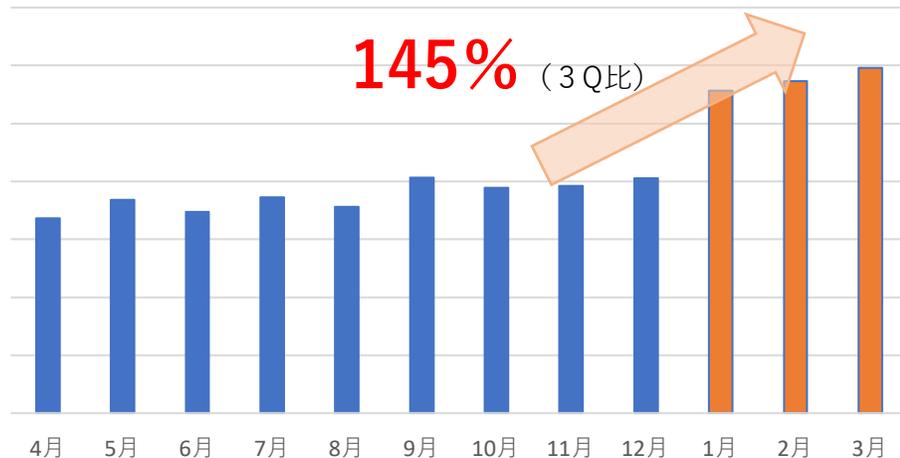
配信事業：TVer (AVOD)

TVer 状況

- 配信番組数：600以上（全局総計）
- 4Q 全局全コンテンツ 再生数：8.77億（3Q比：112%） UB数：3,784万（3Q比：106%）
- アプリダウンロード数累計：約6,000万

日本テレビの取組

日本テレビ TVer、日テレ無料、GYAOでの総再生数（2022年度）



□ 1月クールドラマ 大ヒット！

「ブラッシュアップライフ」のクール内再生数が日本テレビ歴代No.1を記録。



□ TVer特集展開

映画「ネメシス」「日本アカデミー賞」などをTVerで特集展開。高再生数を記録。



ニュース配信事業

「報道局DX宣言」の成果

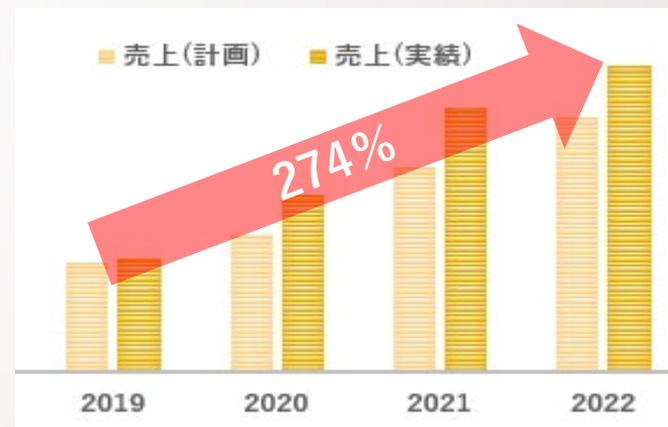
0テレ
NEWS

- 報道局は2020年の「報道局DX宣言」以来、放送と配信を両輪と位置づけ、インターネット上のコンテンツ配信を強化
- 宣言前の2019年度と比較すると、コンテンツ総PV数(自社サイト・外部配信先合計) 206%、事業売上274%
- 日テレNEWSのYouTubeチャンネル登録者数 100万人突破
TikTokフォロワー 200万人突破

自社サイト (日テレNEWS) <https://news.ntv.co.jp/>

外部配信先 (順不同)

Yahoo!ニュース・Smart News・LINE NEWS・MSN・グノシー・
iチャンネル・dメニュー・goo・auニュースパス・News Digest・
auサービスToday・YouTube・TikTok・twitter・
各種ポッドキャスト 等



「NNNプラットフォーム」が始動

- 2023年度は、全国のネットワーク30社と協力したNNN統合ニュースメディアを計画。
NNNの信頼あるニュースを全国のユーザーに届け、よりよい未来のきっかけを提供していく。

中期経営計画 新規事業・M&A



主な戦略的投資の推移

	2012-2015 Next60	2016-2018 Change65	2019-2021 日テレeVOLUTION	2022 - 2024 中期経営計画
メディア・ コンテンツ事業	  	   	  	 
生活・健康 関連事業ほか	 フィットネスクラブ ティップネス			
その他含めた 総投資額	380億円	220億円	290億円	167億円 ※現状

GLADD

GILT

la belle vie (ラベルヴィー)

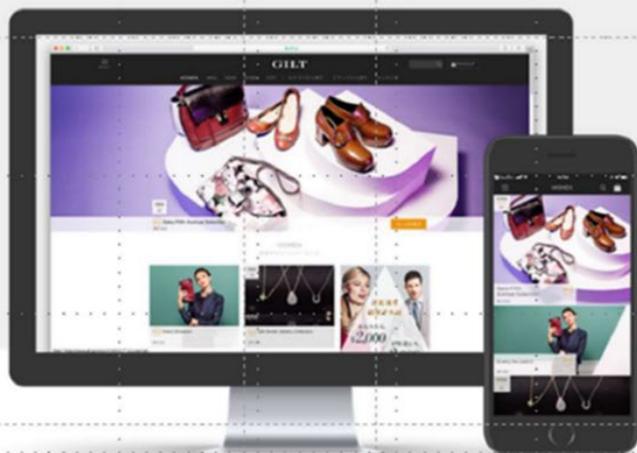
- 2009年設立でファッションECサイト (GLADD、GILT) 運営
- 2023年4月株式譲渡契約締結、5月に完全子会社化予定
- 合計会員数550万人以上、取扱商品は約10,000ブランド

GLADD



セレクトショップやデパート等に出店する国内ブランドを中心に取り扱い。顧客は中心は40代から50代の女性が中心。

GILT



海外のラグジュアリー・デザイナーズブランドを中心に展開。ファッションへの感度が高い、40代~50代の男女が顧客の中心。

ラベルヴィーの
テクノロジー

×

日テレの
コンテンツ・
メディアカ

当社グループの成長シナジー

- ① TV通販・既存EC事業のデジタル化推進
- ② 共通機能の集約・相互活用
- ③ 当社グループ商材・サービスの販売強化
- ④ 新商品開発・調達力の強化

BlurOn（ブラーオン）

【中計目標】新規ビジネス創出の加速

■事業概要と目的

- AIで自動的にモザイク入れをするソフト「BlurOn」をNTTデータと共同開発・事業化
- モザイク入れは1分の映像に数時間程度かかっており自動化することで最大90%（当社調べ）作業時間を短縮し、映像業界全体の働き方改革に貢献
- 適切な個人情報保護を行うことで、あらゆる業界での映像資産活用を推進

BlurOn

BlurOn公式WEBサイト

<https://blur-on.com/>

■BlurOnの実績と優位性

- 独自開発のAIは競合を大きく上回る99%超の高精度、映像制作者のニーズを反映した便利機能を多数実装 ※特許出願中
- 多数の番組や映像編集会社はもちろん自動車業界やセキュリティ業界などでも活用中、海外展示会でも引き合いあり
- 2023年4月映像情報メディア学会 技術振興賞 進歩開発賞を受賞

【自動モザイク例】



補足資料



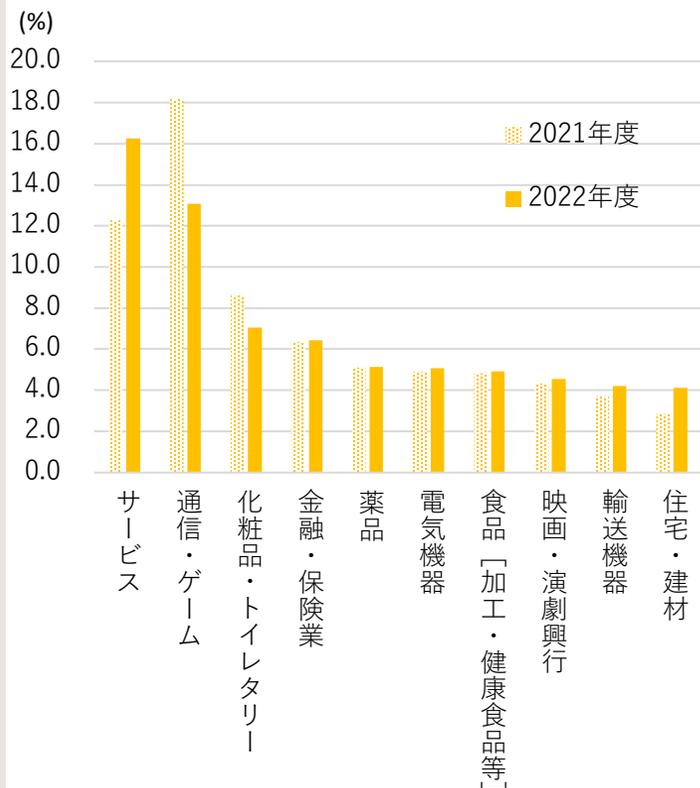
セグメント別 実績

(単位：百万円)

	売上			営業利益		
	2021年度	2022年度	増減	2021年度	2022年度	増減
メディア・コンテンツ事業	379,874	384,976	5,101	58,795	44,152	△14,643
生活・健康関連事業	23,194	26,052	2,857	△3,066	△438	2,627
不動産関連事業	10,348	10,571	222	3,840	3,744	△96

* 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。

2022年度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	シェア	増減率	2022年度	シェア	増減率
1	通信・ゲーム	18.2	9.0%	サービス	16.3	28.0%
2	サービス	12.3	63.8%	通信・ゲーム	13.1	△30.5%
3	化粧品・トイレタリー	8.6	12.8%	化粧品・トイレタリー	7.1	△21.0%
4	金融・保険業	6.3	42.1%	金融・保険業	6.4	△1.9%
5	薬品	5.1	△0.8%	薬品	5.1	△3.1%
6	電気機器	4.9	13.7%	電気機器	5.1	0.6%
7	食品〔加工・健康食品等〕	4.8	9.2%	食品〔加工・健康食品等〕	4.9	△1.6%
8	非アルコール飲料	4.5	36.9%	映画・演劇興行	4.6	1.4%
9	映画・演劇興行	4.3	65.1%	輸送機器	4.2	9.0%
10	輸送機器	3.7	△19.9%	住宅・建材	4.1	40.5%

注：増減率は実績の前年同期比。内部管理数値です。

2023年度上期 映画事業の主なラインナップ

★ = 日テレ共同幹事 ○ = 日テレ出資作品

公開	作品名	配給	備考	
4/14 (金)	○名探偵コナン 黒鉄の魚影	東宝	劇場版『名探偵コナン』第26弾 絶体絶命の海洋頂上決戦（オーシャンバトルロイヤル）ミステリー、ついに開戦ー 原作：青山剛昌 監督：立川 譲 声の出演：高山みなみ 林原めぐみ ほか 声のゲスト出演：沢村一樹	
6/30 (金)	○それいけ！アンパンマン ロボリィとぽかぽかプレゼント	東京 テアトル	映画&テレビ35周年、絵本『あんぱんまん』 誕生50周年の今年、ワクワクドキドキの大冒 険がはじまります！ 原作：やなせたかし 監督：橋本敏一 声の出演：戸田恵子 中尾隆聖 ほか 声のゲスト出演：桐谷美玲 トレンディエン ジェル	
7/28 (金)	★キングダム 運命の炎	東宝	シリーズ累計100億円突破の超大ヒットシ リーズ第3作。大いなる夢を、新しい時代を、 その手で掴めー。熱い「キングダムの夏」が 再びやってくる！ 原作：原泰久 監督：佐藤信介 出演：山崎賢人 吉沢亮 橋本環奈 大沢たかお	

2023年度上期 アニメ事業の主なラインナップ

TVアニメシリーズ

放送	作品名	原作	備考	
4/2（日） より 全国放送	★EDENS ZERO	講談社	週刊少年マガジン連載、累計発行部数7000万部を超える『FAIRY TAIL』の真島ヒロ最新作『EDENS ZERO（エデンズゼロ）』のテレビアニメ第2期！何よりも友達を大切にする少年シキと仲間たちを巡る心躍る大宇宙の冒険が今、始まるー 出演：寺島拓篤 小松未可子 釘宮理恵 ほか	
23年 7月期	★Helck	小学館	魔族と対峙する世界で人類を滅ぼさんとする人間の勇者ヘルク。仲間の裏切り、果てた弟の姿、徐々に明らかになる主人公ヘルクの壮絶な過去。海外からも注目される冒険・バトルファンタジー作品。ヘルクがみた悲劇とは。 原作：七尾ナナキ (小学館『裏サンデー』『マンガワン』連載) 監督：佐藤竜雄 アニメーション制作：サテライト	 人間滅ぼそう。 Helck ヘルク お前は何者だ。 Helck ヘルク ©七尾ナナキ・小学館/Helck 製作委員会
23年 7月期	★自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う	KADOKAWA	交通事故に巻き込まれた主人公が転生したのは……なんと「自動販売機」だった！？自力では動けず、会話もまともにできない危機的状況の中、元・自販機マニアとしてのアツいサービス精神に火がつく！無機物な主人公が贈るあったか～い自販機アニメが爆誕 原作：昼熊「自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う」（角川スニーカー文/KADOKAWA） 監督：秋田谷典昭	 ©昼熊・KADOKAWA/「自動販売機に生まれ変わった俺は迷宮を彷徨う」製作委員会

2023年度上期 イベント事業の主なラインナップ

期間	イベント名	内容
2023年3月1日(水)～ 6月12日(月) 国立新美術館 (六本木)	 ルーヴル美術館展 愛を描く	<p>好評開催中！《ルーヴルには愛がある》をテーマに 珠玉の“愛”の絵画が一堂に会する5年ぶりのルーヴル展。</p> <p>3月1日に開幕した待望の「ルーヴル美術館展」は連日多くの方が来場し、愛に満ちた絵画をお楽しみいただいています。美しく愛らしい図録・グッズも大好評です。日本テレビとルーヴル美術館の長きにわたる協力関係が生み出す極上の美術展！</p>
2023年4月29日(土・祝)～ 8月31日(木) 森アートセンターギャラリー (六本木)	 ディズニー・アニメーション・ イマーシブ・エクスペリエンス	<p>ディズニー・アニメーションの世界観をまるで映画の中に入ったかのような没入感で体験できる全く新しいイベント。</p> <p>初期の名作から最新の人気作品まで…ウォルト・ディズニー・アニメーション・スタジオの芸術とレガシーの世界に足を踏み入れ、『アナと雪の女王』『リトル・マーメイド』『ベイマックス』などのクリエイターによる音楽、アート、そしてアニメーションをご堪能ください！</p>
2023年4月29日(土)～ 5月7日(日) SHIBUYA STREAM Hall (渋谷)	 美醜秘宝館 EXHIBITION OF BiSH	<p>まさかのメンバー衣装オークションも開催！ 解散直前BiSHの最後の“秘宝館”が渋谷に出現！</p> <p>6月29日の東京ドームライブで解散するBiSH。その軌跡を辿る展覧会「美醜秘宝館 EXHIBITION OF BiSH」の完結編。2021年から2023年までの衣装やメンバーの私物展示。さらに“秘宝館”の名に相応しく、実際に使用した衣装を買うことができるオークションも開催決定！</p>

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《日テレEVENT NEWS》まで
<https://www.ntv.co.jp/event/>