

0テレホールディングス

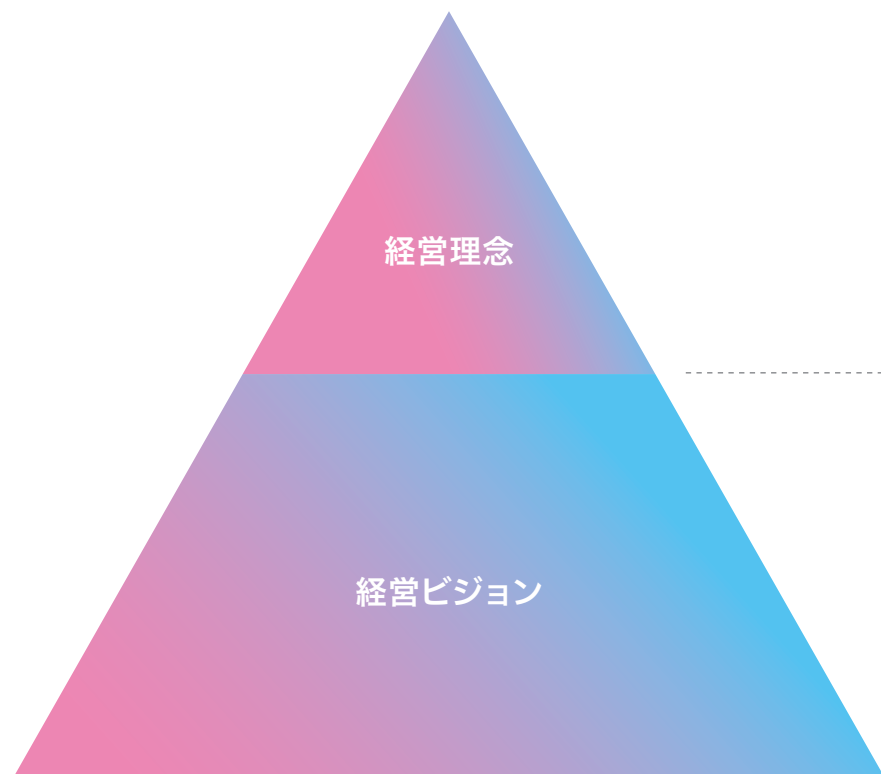
GET UP, GO GLOBAL

統合報告書 2025



経営理念・経営ビジョン

人々のライフスタイルの多様化とテクノロジーの進化とともに、めまぐるしく変化する事業環境・競争環境を踏まえ、経営理念を改定し、新たに経営ビジョンを策定しました。



正確で速やかな報道、良質なコンテンツの提供と、
多彩な文化の創造により、人々の生活を豊かなものにする。

コンテンツの力で、“世界”を変える。 *Change the 'World' Through the Power of Content*

日本テレビグループが「感動×信頼のNo.1企業」として実現したいのは、
私たち1人1人が紡ぎ出す様々なサービス、プロダクトを含めた「コンテンツ」を通じて、豊かな未来を創り出すこと。
よりよい未来が広がる“世界”に向けて、私たちはこれからも「コンテンツ」を生み出し、作り、そして届けていきます。

会長メッセージ

「大変動期にさらなる企業価値向上を」

皆さまには、日頃より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

当社グループは2025年度から2027年度までの新たな中期経営計画のスローガンを「日テレ、開国! Gear up, go global」としました。日本テレビグループが、日本発のグローバルコンテンツメーカーへ向けての大きな一歩を踏み出す決意を示したものです。さらに2033年度には海外事業売上を1,000億円とする目標を掲げました。アニメ、バラエティ、映画などさまざまな分野で海外展開を図っていきます。この背景には国内の人口が減少していくことや、テレビコンテンツの視聴が地上波だけでなく、配信などにも広がっていく現実があることは言うまでもありません。当社事業をとりまく「大変動期」とこうした動きをとらえ、国内市場が中心だった事業を海外へ拡大させていく狙いです。

海外の優良なコンテンツを日本と結ぶことも大切だと考えています。ルーヴル美術館とは2018年から2034年までの期間に4年毎に日本で大きな美術館展を開催することで合意しており、2026年9月より「ルーヴル美術館展 ルネサンス」を開催します。本展覧会の目玉は「美しきフェロニエール」で、日本初来日となります。ルーヴル美術館のレオナルド・ダ・ヴィンチ作品の来日は「モナ・リザ」以来52年ぶりです。ルーヴル美術館との協力関係をますます強固なものにし、文化や芸術の発展に向けての懸け橋となるよう努めてまいります。

しかしながら、地上波放送が重要な基幹事業であることは言うまでもありません。さらに強化し、広告収入も堅持していきます。アドリーチ

マックスという新しいネットの強みを取り込んだ広告手法が稼働を開始し、一層戦略的に広告収入の確保につなげています。ネットワーク体制の一層の発展も不可欠だと考えています。読売テレビ、中京テレビ、福岡放送、札幌テレビの4局が経営統合し「読売中京F5ホールディングス」が誕生しました。これは主要株主である日本テレビと読売新聞が全面的に賛同してネットワークの強靱化を目指すことが目的です。他系列に先んじて経営改革を行うもので、投資家の皆さまからも攻めの取り組みとして高く評価されています。

さらに報道機関としての根幹を大切に事業を行うことも不可欠だと考えています。虚偽ニュースが氾濫するネットとは違う、信頼されるメディアであることを貫徹させていきます。報道局では健全な民主主義や基本的人権を守るため、組織的なファクトチェックを強化しています。地域社会の発展や、サステナブルな社会に資する取り組み、ビジネスにおける人権も含めてコンプライアンスを遵守し、公共的な使命を担う企業としてのガバナンスを一層強化していきます。このための研修や職場環境の整備など人的資本の重視を推進していきます。

このように内と外へ攻めの戦略を両軸として「大変動期」への対応を強力に進めており、業績は連結決算で2024年度の売上高が過去最高を達成しました。株主の皆さまのご理解のおかげで2024年度で株価は32.6%上昇し、時価総額は2025年8月に1兆円を超えました。さらなる株価向上と株主還元に取り組んでいきます。

代表取締役会長執行役員

杉山 美邦



皆さまには、日頃より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

当社グループは2025年5月に新たな「経営ビジョン」を策定いたしました。その中で掲げているのが「コンテンツの力で、“世界”を変える」です。コンテンツを通じて豊かな未来を創り出すこと、よりよい未来が広がる“世界”に向けて、私たちはこれからも「コンテンツ」を生み出して、作り、届けていくことの決意を表しています。徹底して「コンテンツ」を創出していくことにこだわった会社です。しかしコンテンツの中身は実に幅広い時代に入っています。テレビ番組のみならず、スタジオジブリなどのアニメ、映画、音楽、キャラクターなどのIP、配信、SNSコンテンツ、AIを活用したコンテンツテクノロジー、さらにはウェルネス事業にも人を豊かにするコンテンツがあると思います。

我々はこの経営ビジョンを具体的に実行するために「中期経営計画」を同時に発表しており、中でもグローバル市場で当社グループのコンテンツが支持されていくことを目指しています。海外向け制作スタジオ「GYOKURO STUDIO」を新設し、ロサンゼルスにビジネス拠点を作りました。カナダのBlue Ant Studiosとの戦略的パートナーシップを締結し北米での番組フォーマット販売を加速させます。自社技術のグローバル展開を目指すために海外センター内に「Tech事業部門」を設置しました。

社長メッセージ

「コンテンツの力で、“世界”を変える」

さらにコンテンツ開発を強化していくために1,000億円の投資枠を設定し、成長支援を加速することに加えて、新規事業の開発など収益基盤の強化を目指します。広告映像や映画・ドラマなどの作品で数々の賞を受賞している制作会社「KANAMEL」と資本業務提携を結びました。また人材育成ニーズの高まりを受け、HR事業での新会社「日テレHR総合研究所」を設立しました。この会社は社内から新規事業のアイデアを募集し、2019年に人材関連事業を立ち上げていたものを、事業の拡大を図るために分社化したものです。このように関連に社内の人材が新しい企業価値を作り出していく文化も、人的資本を重視してきました当社の強みであると考えています。

こうした企業活動の中でも見失ってはならないのは、報道機関としての信頼性を担う企業であることです。このため、人権の尊重、多様な人材の活躍・共生、健康経営の推進を掲げ、コーポレート・ガバナンスの体制、報告書の公表を行い、人権DDも実施をしております。また番組制作を通じての啓発活動やサステナビリティの推進を図ってまいります。

資本政策としましては、政策保有株を引き続き縮減し、継続的で安定的な株主還元を基本方針としつつ、総還元性向を35%以上に引き上げまして株主還元の強化を図っています。また取締役役対しまして「譲渡制限付株式報酬制度」の導入を株主総会での同意を得まして実施するなど企業価値を意識した経営を引き続き進めていきます。

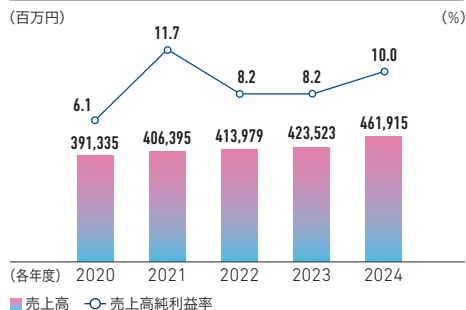


代表取締役社長執行役員

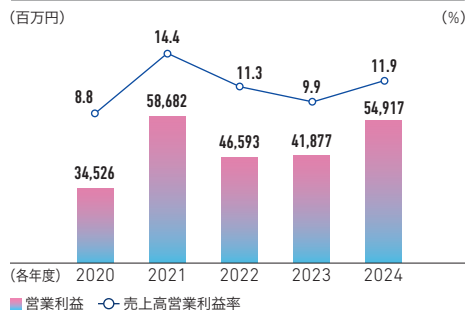
福田 博之

財務・非財務ハイライト

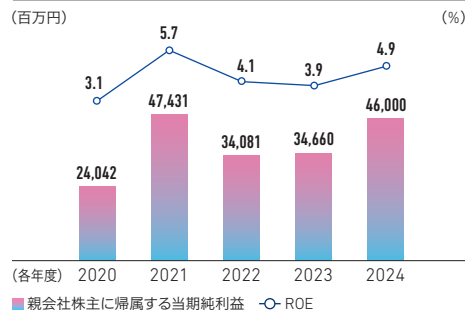
売上高／売上高純利益率



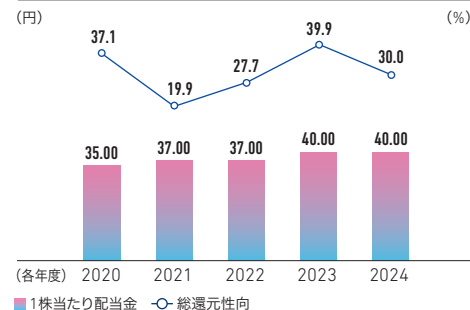
営業利益／売上高営業利益率



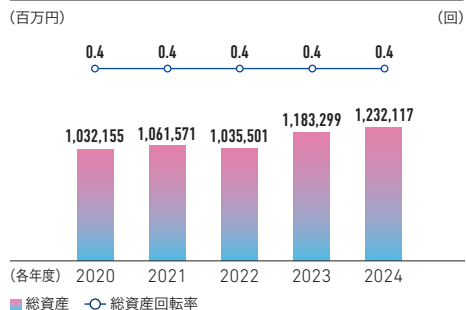
親会社株主に帰属する当期純利益／ROE



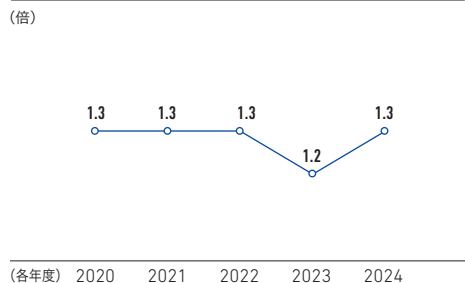
1株当たり配当金／総還元性向



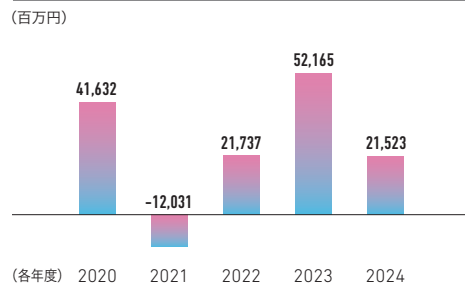
総資産／総資産回転率



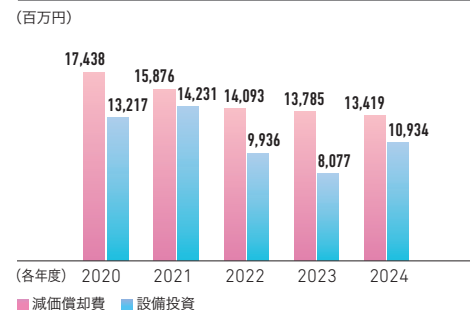
財務レバレッジ



フリーキャッシュフロー



設備投資／減価償却費



日本テレビホールディングスグループ16社のGHG排出量 (Scope1+Scope2)

40,341.42_{tCO₂e}

※16社は日本テレビ放送網、ティップネス、ライツ・イン、日テレ アックスオン、ムラヤマ、BS日テレ、HJホールディングス、NiTRO、日本テレビサービス、PLAY、日本テレビアート、日テレWands、日テレリアルエステート(旧日本テレビワーク24)、CS日テレ、ClaN Entertainment、日テレイバンズ

日本テレビ放送網 再生可能エネルギー比率

25.0%

日本テレビ放送網 GHG排出原単位 (Scope1+Scope2+Scope3) 放送事業関連に係るGHG排出原単位※1、2

0.20_{tCO₂e}

※1 百万円相当の売上に伴い発生するCO₂相当量

※2 広告収入を基とし、環境省が公表している「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース」を参照し算定

日本テレビグループの株価と動向(2024年4月1日～2025年9月30日)

2024/4

(株)Sapeetと資本業務提携
～ウェルネス経済圏構築へ向
けてAI身体分析機能を強化～

2024/5

スタジオジブリ 第77回カンヌ
国際映画祭で名誉パルムドー
ール受賞



2024/7

『キングダム 大將軍の帰還』が
公開。オープニング興収では
歴代邦画1位を記録しシリー
ズ歴代興行収入記録を塗り替
え、最終興収80.3億円の特大
メガヒット



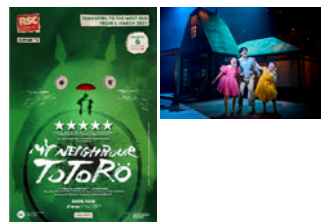
©原泰久/集英社
©2024映画「キングダム」製作委員会

2024/8

ティップネスが日本国民の健
康を睡眠の視点から支援する
Sleep Innovation Platform®
に加入。生活者のライフスタイ
ルを豊かにするフィットネス
コンテンツの開発を開始

2025/3

My Neighbour Totoro ロングラン上映
(ロンドンGillian Lynne Theatre)



2025/4

KANAMEL(株)と資本業務提
携～世界市場に向けたコンテ
ンツ製作力の強化～

2025/4

視聴率区分に「モーニングタイ
ム」新設

2025/6

日テレ、バラエティの世界展
開へ本格始動!「GYOKURO
STUDIO」と「LAオフィス」の開
設を発表

2025/9/30
NTVHD
¥3,946.0

2024/4/1
TOPIX
2,721.22

2024/4/1
NTVHD
¥2,302.5

2025/9/30
TOPIX
3,137.60

2024/5

『所さんの目がテン!』<かがく
の里 フクロウプロジェクト>
が第65回科学技術映像祭 部
門優秀賞(自然・くらし部門)
を受賞!



2024/7

(株)GOKKOと資本業務提携
～Z世代向けメディアミックス
コンテンツ創出を加速するた
め縦型ショートドラマ領域を
強化～

2024/8

宮崎駿監督
ラモン・マグサイサイ賞受賞



2024/9

「24時間テレビ47」能登地方
の記録的な大雨被害で石川県
に義援金の拠出を決定

2025/3

アドリーチマックス
プラットフォーム、運用開始!



2025/3

MLB開幕戦(シカゴ・カブス×
ロサンゼルス・ドジャース)生
中継

2025/5

日本テレビグループ「経営ビ
ジョン」策定ならびに「中期経
営計画2025-2027」について



2025/6

日本テレビとカナダBlue Ant
Studiosが北米市場向け バラ
エティフォーマットに関する戦
略的パートナーシップを締結

2025/7

FTSE3つの構成銘柄に選定



——— 経営理念 ———
正確で速やかな報道、良質なコンテンツの提供と、多彩な文化の創造により、人々の生活を豊かなものにする。
——— 経営ビジョン ———
コンテンツの力で、“世界”を変える。*Change the 'World' Through the Power of Content*

中期経営計画2025-2027

日本発グローバルコンテンツメーカーへ

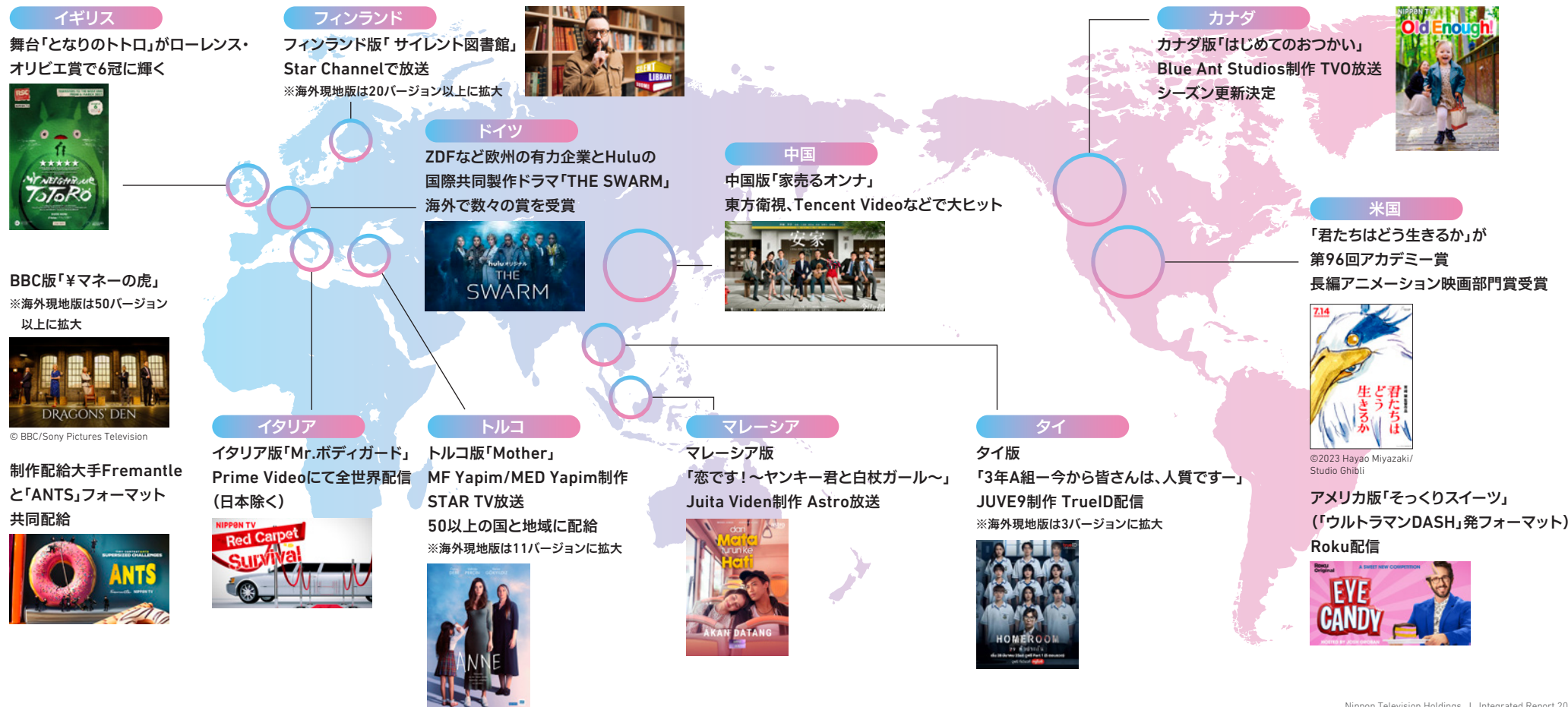
コンテンツビジネス



価値創造の実績

着実に積み上げてきたグローバル展開実績

グローバル規模でヒット継続中の「¥マネーの虎」「Mother」を筆頭に、世界中のパートナー企業とコンテンツを展開しました。



中期経営計画

2033年度に向けたステップ

2025-2027、2028-2030、2031-2033の3つの中期経営計画を経て、
2033年度に連結売上高7,000億円（うち、海外売上高1,000億円）を
達成します。

現在地

2025-2027

展開期

グローバル市場へ
の本格進出

2027年度

連結売上高：5,400億円

（うち海外300億円）

連結営業利益：580億円

2028-2030

加速期

世界中で日テレ
ブランドを確立

2031-2033

飛躍期

グローバルでの
持続的な利益創出

2033年度

連結売上高：7,000億円

（うち海外1,000億円）

連結営業利益：700億円

2033年度に向けた
事業ポートフォリオ改革

2033年度には広告収入を維持しながら、コンテンツビジネスをグループのコア事業にして
いきます。加えて、新規事業創出を通じた事業ポートフォリオの多様化を図っていきます。

2024年度

広告事業（地上波） **48.1%**

コンテンツビジネス

28.8%

ウェルネス
事業

5.7%

広告事業
（デジタル）

2.3%

その他

15.1%

2033年度

コンテンツビジネス **42.9%**

広告事業（地上波）

31.3%

ウェルネス事業
7.1%

広告事業
（デジタル） 6.4%

その他

12.3%

定量目標

新経営ビジョンのもと、2033年度、日本テレビホールディングスは
連結売上高7,000億円、連結営業利益700億円へ。
海外売上高1,000億円を達成し、日本が誇るコンテンツメーカーとして
世界から評価される企業グループを目指します。

(億円)	2024年度	2027年度	2033年度
連結売上高	4,619	5,400	7,000
コンテンツ・メディア事業	4,309	4,960	6,450
コンテンツビジネス	1,329	1,870	3,000
広告事業	2,482	2,500	2,700
物販事業	334	360	500
イベント・テーマパーク事業	163	230	250
ウェルネス事業	264	400	500
不動産関連事業	45	40	50
連結営業利益	549	580	700

※ 従来「メディア・コンテンツ事業」としていた報告セグメントの名称を「コンテンツ・メディア事業」に、「生活・健康関連事業」としていた報告セグメントの名称を「ウェルネス事業」に変更しております。

中期経営計画2025-2027のポイント

POINT

1

グローバルコンテンツ企業への変革

GLOBAL

POINT

2

IP創出にこだわったコンテンツビジネスの展開

IP

POINT

3

企画開発におけるAIの活用、テクノロジーの積極的導入

AI

POINT

4

生活者に貢献するウェルネス事業の拡大

WELLNESS

POINT

5

1,000億円の投資枠設定による
成長支援の加速

INVESTMENT

POINT

6

報道の信頼性向上と
社会課題解決への貢献

SOCIAL GOOD

POINT

1

中期経営計画2025-2027のポイント

グローバルコンテンツ企業への変革

コンテンツのグローバル化

オリジナルコンテンツの創出とグローバル配信の拡大、海外バラエティフォーマット販売の拡充、全世界配給映画への挑戦により、世界市場におけるコンテンツの価値を最大化し、2027年度に海外売上高300億円を実現します。

ドラマの世界配信＆国際共同製作

ドラマの世界配信や国際共同製作を推進し、グローバルヒット作品を創出。海外市場での確固たるブランドを築く。



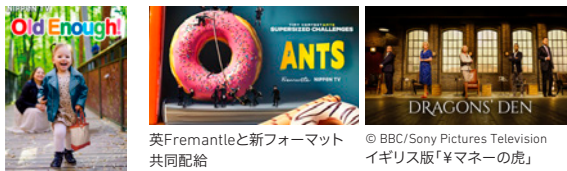
Netflixで世界配信

日仏米の国際共同製作ドラマ
国際エミー賞受賞

日本×フィンランド共同製作ドラマ
「連続ドラマW BLOOD & SWEAT」
製作: WOWOW AX-ON ICS

海外バラエティフォーマットの拡充

日本発のバラエティコンテンツを海外向けにフォーマット化し世界各国版を制作。海外の大手配給会社とのパートナーシップ等により、グローバルヒットが続く「¥マネーの虎」を超える成功を目指す。



「はじめてのおつかい」
フォーマット

英Fremantleと新フォーマット
共同配給

© BBC/Sony Pictures Television
イギリス版「¥マネーの虎」

映画の全世界配給と世界配信

スタジオ地図・細田守監督の最新作「果てしなきスカーレット」(2025年11月日本公開)ソニー・ピクチャーズ配給で12月全米公開決定。



©2025 スタジオ地図

映画「キングダム」シリーズをはじめ世界配信を強化。



©原泰久／集英社
©2024映画「キングダム」製作委員会

コンテンツのグローバル展開体制を構築

海外拠点や海外向け制作スタジオを新設し、グローバルでのビジネスを支える体制を強化します。海外戦略センターを司令塔に、新たなビジネスの海外展開も目指します。

海外向け制作スタジオ新設

バラエティコンテンツを中心に海外市場への展開を目指した企画開発を行う「GYOKURO STUDIO」を新設。社内外のトップクリエイターや制作会社との「共創」による世界的なヒット作品の企画開発を目指す。

GYOKURO STUDIO™

北米におけるビジネス展開

米国・ロサンゼルスにビジネス拠点を新設。コンテンツ・IPの北米セールス推進、現地配給スタジオとのアライアンス拡大、現地における制作体制の確立などを進める。その一環として、カナダ発の世界的スタジオBlue Ant社と戦略的パートナーシップ協定の締結に合意。北米における豊富な実績を活かした共同セールスや共同開発を推進。

NIPPON TV LA Business Office blue ant STUDIOS

自社技術のグローバル展開

海外戦略センター内に「Tech事業部門」を設置。独自AI技術「エイディ」をはじめとした日本テレビの最新技術を放送に限らず幅広い業界に展開し、ビジネス化を推進。



NAB Show 2025 展示の様子

1 グローバルコンテンツ企業への変革

スタジオジブリ作品の海外展開

スタジオジブリ作品は、劇場公開や配信を通じて、海外でも多くの方にご覧いただいています。関連商品や出版物の展開や、展示や舞台なども継続的に開催予定です。

イギリス

ロンドンで舞台「となりのトトロ」
無期限ロングラン上演中



中国

2025年5月より「もののけ姫」4K・IMAX版公開
2025年7月舞台「千と千尋の神隠し」上海にて上演



フランス

パリで2025年10月より
「高畑勲展」開催

ベトナム

2025年10月より「風立ちぬ」公開

台湾

2025年1月「アニメージュとジブリ展」開催
2025年3月「風の谷のナウシカ」公開
2025年5月「耳をすませば」公開
2025年9月「紅の豚」公開

韓国

2025年6月「アニメージュとジブリ展」開催
2025年6月「風の谷のナウシカ」公開
2025年9月「もののけ姫」4K・IMAX版公開
2026年1月より舞台「千と千尋の神隠し」公演

北米

一定期間ジブリ作品を劇場公開する
「STUDIO GHIBLI FEST 2025」を
引き続き展開

STUDIO GHIBLI FEST 2025	
KIKI'S DELIVERY SERVICE May 17 - 21	PONYO August 23 - 27
THE SECRET WORLD OF ARRIETTY June 22 - 24	HOWL'S MOVING CASTLE September 20 - 24
MY NEIGHBOR TOTORO July 19 - 23	SPIRITED AWAY October 9 - 22
GRAVE OF THE FIREFLIES August 10 - 12	THE BOY AND THE HERON November 15 - 19

2025年3月
「もののけ姫」4K・
IMAX版公開



2026年2月よりアカデミー映画
博物館「Studio Ghibli's
PONYO展」開催



© 1995 Aoi Hiiragi, Shueisha/
Hayao Miyazaki/Studio Ghibli, NH

対談：グローバルコンテンツ企業への変革に向けた取り組み

日本テレビの強みを活かしていくことで、海外でもコンテンツ企業としての存在感を高めていきます。

「中期経営計画2025-2027」で全面に打ち出したのが、グローバルコンテンツ企業への変革です。日本テレビのコンテンツが海外でも支持されるためのポイント、そしてグローバルビジネスでの戦略をどう展開するのか。2025年6月に新設された海外向け制作スタジオ「GYOKURO STUDIO」では、バラエティコンテンツ制作を強化していく方針です。また、日本テレビの海外展開としては、どこに注力しているのか、最前線での取り組みをGYOKURO STUDIO代表の秋山健一郎とコンテンツ制作局で海外向けコンテンツ制作を強みとするクリエイター加藤孝司に話を聞きました。

GYOKURO STUDIOが2025年6月にスタートしましたが、何を目標としていくのですか？

秋山 日本テレビホールディングスが「中期経営計画 2025-2027」を打ち出した中で、一番の軸となっているのがグローバルで稼いでいくということだと思います。この20年以上、日本テレビの一番の強みは、何といてもバラエティ番組における圧倒的に強い数々のヒットコンテンツですね。その強みを海外向けにも活用していくことが必要だと思います。

海外向け活用の3つの柱のひとつは、地上波と連動したフォーマッ

ト開発です。これまで、グローバルに展開したコンテンツで最も象徴的なのが「¥マネーの虎」です。イギリスでは「Dragons' Den」、アメリカでは「Shark Tank」のタイトルで放映されています。ビジネス・リアリティー番組としては世界最多とみられ、2025年にネパールで放送されたものが54バージョン目となりました。日本での番組放送終了後20年を経ても、いまだに日本テレビに相当の売上をもたらしてくれています。最近だと「はじめてのおつかい」、北米では「Old Enough!」のタイトルですが、ほかにも多数、グローバルで販売した実績があります。これまでは、海外市場をゴールとして制作してきたわけではなく、日本で放送したコンテンツが結果的に海外でもヒットしたのになりました。しかし今後は最初から戦略的に海外でも通用するコンテンツ制作を目指していこうということになるのです。

2つ目は、Netflix、Amazon Prime Video、Disney+など、グローバルプラットフォームでの、オリジナルコンテンツの展開に注力したいと考えています。今のトレンドとしてグローバルな配信を行うことで制作費を外部から得られるという予算的な面からも重要ですが、同様に日本テレビのコンテンツを世界の人に届ける近道としても不可欠と考えています。

3つ目は、これは私独自の考え方でもありますが、グローバル企業に向けてオーダーメイドのブランドコンテンツとして、デジタルクリエイティブを作っていくことです。これまで地上波での、FENDI特番



加藤 孝司

1996年入社。2008年に「アナザースカイ」を立ち上げ現在に至るまで企画・監督を務める。またLouis Vuitton、Cartier、Boucheron、CHANEL、Fendi提供などによる数多くのスペシャル番組の企画・演出も担当。

秋山 健一郎

1996年入社。『ザ! 鉄腕! DASH!!』『スッパリ』『有吉の壁』『アナザースカイ』など、多数の番組でディレクター、プロデューサー、チーフプロデューサーを務める。22年6月に、デジタルメディアを展開するウィークデーの代表取締役社長に就任。25年6月からGYOKURO STUDIOの代表を務める。

などグローバル企業の一社提供ブランドコンテンツ制作の際、ビジネスを進める中でデジタルコンテンツに対するニーズがたくさんあることを感じましたので、いろいろタネを蒔いているところです。

現在、地上波では毎週日曜日に放送されている「旅するSnow Man」が、Disney+でも同時配信されています。どう棲み分けながら価値を高めているのでしょうか。

加藤 地上波とDisney+両方でトラベル・ドキュメンタリーを同内容のコンテンツで配信しましょう、という話から「旅するSnow Man」が始まりました。これは日本テレビホールディングスとウォルト・ディズニー・ジャパンとの戦略的な協業の一環として制作したものです。Disney+では地上波に未公開シーンを追加した「完全版」として独占配信することで棲み分けています。ロケ自体は共通して一気に行います。そのうえで地上波では流れない未公開シーンを追加した長尺の「完全版」がDisney+では独占配信されます。地上波で無料放送を行

い、有料の「完全版」を世界に配信していくことで、Disney+の価値を高めています。

人気グループに旅をしてみようという企画はハードルも高いように思うのですが、工夫されていることはありますか？

加藤 きっかけは、Snow Manの目黒蓮さんとスペシャル番組のロケでイタリアに行ったことでした。一緒に仕事をするにあたり、Snow Manの過去の映像をすごく見たんですよ。もちろん目黒さんも他のメンバーも素敵だったし、いろんな現場でSnow Manのメンバーの苦労話も聞いて興味を持ったんですね。Snow Manは今年5周年で、ちょうどこれから世界を目指そうとしているタイミング。それと日本テレビのコンテンツ世界配信が同時期になったので、双方その勢いで世界を目指しました。しかし実際に「旅するSnow Man」を企画する際、9人全員が一緒に旅するのは物理的に無理だと思い、まず壁にぶつかりました。でも、誰かが通して行かないと、Snow Manが旅していることに

ならないなと思った時に、もちろん9人全員集合のシーンは絶対につくりながらも、メンバーが行ったり来たりする部分は人気グループだけに避けられないので、10人目のSnow Manを登場させて彼だけは通して全ての旅に同行することを思い立ちました。それで「タビィ」という10人目のメンバーとして迎えるAI風ロボを発明したんです。Snow Man=雪だるま型のちっちゃいロボを毎回登場させて、パトンのように繋がれていく。それぞれのメンバーはその都度、旅先に来て戻ればいいと。また当初は世界を旅しようかとも思いましたが、グローバルに展開するならば日本の美しい風景や四季は逆に興味を引くのかも思いました。壁に当たった時には逆転の発想をして、工夫を重ねながら世界展開できるコンテンツに仕上げていきました。

しかし日本向けも世界向けも、つくるという意味では実はあんまり変わらない気がします。強いて言うならば、私が元々こだわってきた、字幕スーパーを多用するよりもシンプルな画面の美しさが、グローバル市場では好まれると思います。だからといって世界中の人に一齐に

「見たい」コンテンツを多様なチャネルで展開

TVer、Huluでのリーチ拡大を軸に、グローバル配信プラットフォームとの連携やSNS向けコンテンツ展開を強化し接触ポイントを増やしていきます。地上波でも、リアルタイムで視聴されるコンテンツの開発を強化していきます。

国内配信プラットフォームのリーチ拡大

TVerのMUB 5,000万を早期に達成させ、再生数・UB数ナンバー1を獲得。

TVer



©日生マユ／講談社

コンテンツへの投資を拡大し、会員増をさらに加速させる。

hulu



グローバル配信プラットフォームを通じた世界展開

ウォルト・ディズニー・ジャパンとの戦略的協業を継続拡張し、リアリティショー「旅するSnow Man」を世界配信。



Netflix、Prime Videoとの連携を強化し、世界配信コンテンツのラインナップを拡大。



SNS発の縦型コンテンツの展開強化

「毎日にはかむ僕たちは。」等の縦型ショートドラマをはじめとしたSNS向けコンテンツを展開。若年層をターゲットとした施策をさらに強化。



祝祭性コンテンツによる地上波放送のリーチ拡大

リアルタイムで話題を呼ぶ大型バラエティや、2027年のダブルW杯中継など、国民的イベントとして人々が同時に熱狂できる祝祭性コンテンツを届け、地上波リーチを拡大。



バスケットボールW杯 ラグビーW杯



見てもらうことを狙っているわけではなくて、この番組の場合にはまず日本で、Disney+の全ジャンルでの首位を獲得したので、この勢い

を韓国や台湾、タイのアジアマーケットへ広げていく戦略です。アジア全域だけでも日本より市場は全然大きいじゃないですか。

秋山 グローバルの制作現場では、優秀なコンテンツを作ったクリエイターを指名した企画作りの依頼、いわゆる「バイネーム」がトレンドなのです。それでいうと、日テレの人気番組「アナザースカイ」は、誰もが出演したいと思うコンテンツです。SNSなどではパロディで、「ここが私のアナザースカイ」という動画が数多くアップされていて、その浸透度がすごい。この企画・演出の加藤さんが、ひたすら職人気質で「アナザースカイ」を長年作り込んだ成果ですね。実際に「彼の世界観で、一回私たちも地上波で作ってみたい」とハイブランドの特番も数多く実現しています。通常ハイブランドは、ハイクオリティーな女性誌などを中心に投稿しており、テレビのコンテンツとは親和性がないと思われていたので、今までの常識を覆したと言えます。そこが個人やコンテンツのブランディングでもあると考えています。今後GYOKURO STUDIOとして、日本テレビのクリエイターのバイネームをどんどん増やしていくことを進めたいと思っています。

グローバルにおいて「日本テレビだから」の価値、他局には無い価値とは何だと思いますか？

加藤 この企画は本当にSnow Manという魅力あふれるグループと巡り会えた運が成功の大きな要素です。要するに日本テレビだからこ

その価値として重要なのは、出演者や事務所との信頼関係があることですね。日本テレビの70年間の歴史の中で、いろんなプロダクション、タレント事務所と、誠実にお付き合いをしてきたと思うのです。この先輩方から引き継がれた企業文化が、番組制作の強みになっていると思いますし、他局や他の企業が真似しようとしてもそう簡単ではないと思います。

あと、ロケ先での日本テレビの信頼度の高さはやはり放送局という公共的な使命を担う会社だからこそだと感じています。例えば、「旅するSnow Man」のロケでは、基本的に直前まで番組名も、出演者も伝えずに許可を取らなければいけません。もし出演者が漏れたら人が大勢集まってきてしまうからなのですが、詳細を伝えずに許諾をもらうことは、すごくハードルが高いんです。しかし、日本テレビの看板で、本当に当日まで出演者を明かさずにロケするようなことも数多くありました。それができるのも企業価値の一つだと考えています。

中期経営計画では2027年度の海外売上高の目標300億円、2033年度の海外売上高1000億円という目標を設定しています。この目標をクリアするための課題や必要な施策をどのように考えていますか？

秋山 コンテンツの企画開発は地道な積み重ねですが、そこを着実に実行しながら、やはり関連する提携先探しやM&Aも同時に行う必要があると思っています。日本テレビと相性が良い、マッチングが魅力的な企業と、それが国内企業であれ海外企業であれ、一緒にやっていくことで、ビジネスのスケールが出てくると思うのです。ただ一方で、グローバル企業に資本提携やM&Aで日本テレビのグループになってもらう際に、経営を担える人材をキャリア採用などで募ること

も考えていかないとはいけません。企業価値向上には人的資本の充実も同時に行う必要があると思います。

さらに今までのグループ内の制約を、ある程度取り払っていくことも考えなければならないと思います。例えば、グループ外の配信プラットフォームとの付き合い方に以前は制約がありましたが、今の海外戦略センターの考え方は、マネタイズを重視してグループ外でもビジネスになるのであれば社内各所と確認しながら連携していくことにしています。GYOKURO STUDIOも含めて、今後5年くらいで社員の番組制作者が、グローバル配信プラットフォームと協業して、ヒットコンテンツの作り方や、彼らが持つノウハウを吸収するべきだと思っています。

こうした社内外のさまざまな仕組みをグローバル対応にシフトしながら、ヒットの兆しを感じられるようなコンテンツを3年間でどれくらい作れるのか、ということが勝負かなと思っています。

加藤 月並みですけど、トライアル&エラーを繰り返すしかないかなと思います。スピードを上げて、年に10回のエラーを100回にすれば、10倍の速さで物事が進んでいくじゃないですか。本当に、ヒット作は簡単には出ません。ただ、数多くの海外ロケを世界中でしてきた私を感じているのは、世界を見ていると「カッコいい」の価値観が良くも悪くもグローバルスタンダードが進む中で平準化されてきていると感じています。つまり日本のコンテンツだからと気後れする必要なく、堂々とグローバルなカッコよさを発信できるチャンスが増えてきていると思います。今までの日本テレビの強みや価値を最大限に活かして、果敢に挑戦するべきタイミングが来ているのだと思います。



POINT
2

中期経営計画2025-2027のポイント

IP創出にこだわったコンテンツビジネスの展開

IP

多様なオリジナルIP創出とIP協業の推進

パートナー企業との共創によりさまざまなオリジナルIPを創出し、国内市場からグローバル市場までIPビジネスによる収益化を目指します。

アーティストIP事業

日本テレビに音楽×アーティストIP事業を牽引する新組織を設置。音楽業界と連携してスターアーティストを創出し、グループ全体でグローバルも含めた幅広い音楽ビジネスを展開。



世界初プロダンスリーグ「Dリーグ」のチームメンバーをオーディションで発掘



No No Girlsオーディションで誕生したHANAが25年4月メジャーデビュー



手越祐也率いるロックバンドT.N.Tの楽曲製作からイベントまでオールラウンドのIP事業を展開

キャラクターIP事業

自社キャラクターの開発・育成と、他社IPとの戦略的提携によるキャラクタービジネスの推進。



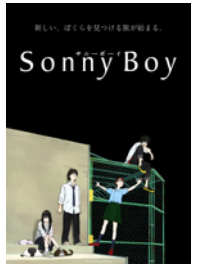
©2025 日本すみっコぐらし協会放送部

オリジナルIPのアニメ開発

タツノコプロ、マッドハウスはアニメ制作ラインを強化し、世界市場に向けたオリジナルIPのアニメを開発。



©BAKKEN RECORD・PONY CANYON INC.
「Turkey!」製作委員会



©Sonny Boy committee

グローバルに通じる大型IPと連携した事業拡大

強力なIPとの連携を通じて、グループ全体で多面的なコンテンツビジネスを展開します。

世界市場に向けたアニメ事業

「機動戦士Gundam GQuuuuuuX」(2025年4月期)や「葬送のフリーレン」第2期(2026年1月期)といった大型アニメを放送枠にラインナップ。グローバル市場での価値を高め、IPホルダーと共にビジネス拡大を実現する。



©創通・サンライズ



©山田鐘人・アベツカサ/小学館/「葬送のフリーレン」製作委員会

「それいけ!アンパンマン」のテーマパーク運営

ACM



©やなせたかし/フレール館・TMS・NTV

IP協業によるグッズ制作販売/イベント開催

「名探偵コナン」のグッズ制作販売

0テレサ-ビス



©青山剛昌/小学館・読売テレビ・TMS 1996

大型eスポーツ大会「ストリートファイターリーグ」に運営参加

NiTRO



©CAPCOM

アニメ「転生したらスライムだった件」と米国のLA・リトルトーキョーとが街ぐるみでコラボし、日本食をPRするキャンペーンをJF00D0の受託事業として実施

©伏瀬・川上泰樹・講談社/転スラ製作委員会/JF00D0



Nippon Television Holdings | Integrated Report 2025

2 IP創出にこだわったコンテンツビジネスの展開

組織強化とコンテンツプロダクション連携による製作体制の増強

社内組織の強化とコンテンツプロダクションとの資本業務提携によって製作体制を増強し、新たなIP創出に取り組んでいきます。

組織強化

2つのセンターを新設するとともに企画開発のスキームを強化、世界でヒット作を量産する体制を目指す。

新設 ミュージック&アーティストセンター

- 音楽事業とアーティストIP事業を推進
- アーティストオーディションからコンテンツ制作、興行ビジネスまで一気通貫したビジネスを展開

新設 マーケティングセンター

- データ分析部門とプロモーション部門を統合
- データに基づくコンテンツ戦略、IP創出を推進

強化 スタジオセンター

- 映画・アニメ・ドラマの製作部門を統合。企画開発の幅を拡げ、よりグローバルを意識した製作決定フローを確立
- コンテンツビジネスで得た収益を制作費に還元し、より良い制作体制を構築できるスキームを開発

コンテンツプロダクションとの連携強化

製作力の源となるコンテンツプロダクションとの提携を強化。2025年4月にAOI Pro.やTYOを傘下に持つKANAMELグループと資本業務提携。



日テレアックスオン
1970年設立



日活/ジャンゴフィルム
2009年資本提携



©大場つぐみ・小畑健/集英社 ©2016「DEATH NOTE」FILM PARTNERS



オフィスクレッシェンド
2022年資本提携



KANAMEL
2025年資本提携



映画「万引き家族」
©2018「万引き家族」
製作委員会



映画「ファーストキス
1ST KISS」
©2025「1ST KISS」
製作委員会



Huluドラマ「おとなになっても」
©志村貴子/講談社



CM JR東海「そうだ 京都、行こう。」
シリーズ

POINT
3

中期経営計画2025-2027のポイント

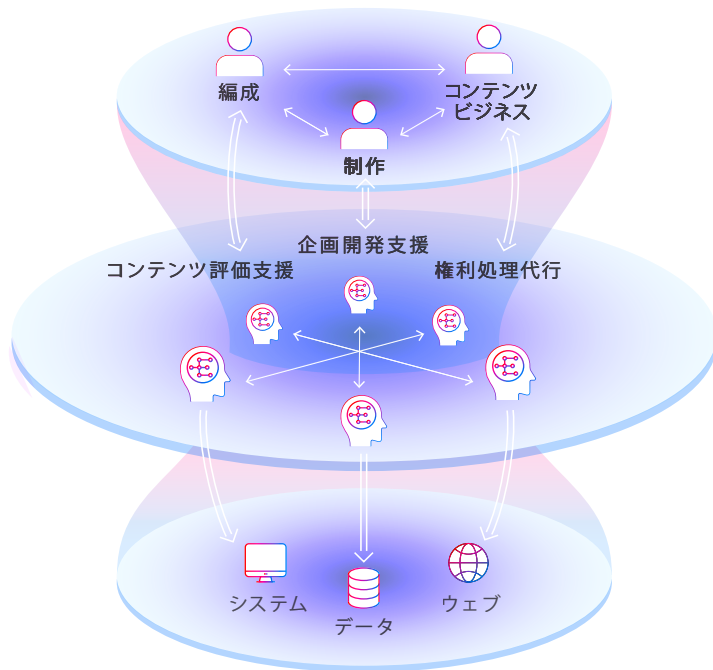
企画開発におけるAIの活用、テクノロジーの積極的導入



コンテンツ企画制作へのAIエージェントの実装

AIによる支援を通じ、限られたリソースを最適化することでクリエイティブ力を強化する「コンテンツテクノロジー戦略」を推進。
人とエージェント、エージェント同士が連携し合うマルチエージェントプラットフォームを構築し、テクノロジーでコンテンツ企画制作を支援します。

マルチエージェントプラットフォーム



目的

クリエイティブな業務時間の創出

企画開発支援、権利処理代行をはじめとする各部門業務特化型のエージェントを導入し、年間10万時間を生み出すことを目指す。

ヒットコンテンツの再現性向上

マルチエージェントプラットフォームを構築。コンテンツ企画制作のノウハウを活かし、コンテンツを客観的に分析し、ヒットの再現性を飛躍的に向上させる。

導入計画

全社プロジェクト発足

全社横断の課題解決型のプロジェクトを発足。業務フロー全体を見直し、一体となって推進する。

2025年度 編成エージェント導入

多様なデータに基づきコンテンツ戦略を行う。

2026年度 制作エージェント導入

知見を活かしてヒットコンテンツの確率をあげる。

2027年度 PRエージェント導入

コンテンツ企画制作の川上から川下まで網羅する。

アドテクを活用した地上波広告ビジネスの変革

地上波テレビCM枠を柔軟かつリアルタイムに取引できる「アドリーチマックスプラットフォーム*」が2025年4月スタート。他放送局にもサービスを拡げ、2027年度には取引先数を2倍とすることを目指します。(※サービス名「スグリー」)

※特許取得済1件、特許出願中7件



- 発注時に契約したインプレッション数を達成する運用型広告
- 自動入札オークションで放送当日のテレビCM発注も可能

主な機能

クリエイティブ変更

広告素材は全てオンライン上での受け渡しを実施。放送20分前まで差し替え可能。

モーメントターゲティング

性別・年齢・天気に加え、番組出演者などによるターゲティング可能。

モニタリングレポート

デジタル広告と同様の指標によるレポートを最短放送15分後に確認可能。

POINT



中期経営計画2025-2027のポイント

生活者に貢献するウェルネス事業の拡大

WELLNESS

6つの注力分野で、生活者に有益なウェルネス事業開発を推進

成長ポテンシャルが高いウェルネス市場で6つの注力分野(運動・美容・エイジング、食事・栄養、睡眠、健康経営、心の健康)を定め、まずは当社グループのウェルネス事業の中核であるティップネスを中心とした“運動”分野から、人々の生活を豊かにする活動を推進します。

注力事業

ティップネスは施設型事業から コンテンツ型事業に変革

新しいコンセプトジムやプログラム開発、物販事業を強化し成長。



hibitness(ジム会員向け運動習慣化アプリ)の開発と利用促進。

Fujisawa SSTに日テレ直営のフィットネスクラブ開業。
(住民と協力したウェルネスソリューション開発及び実証実験)



Fujisawa SST

各事業の土台となる
「信頼できるウェルネス情報」の収集と発信
「コンディショニング イノベーション Lab」
(最先端のウェルネス情報のシンクタンク)の発展。



ウェルネス情報番組「ウェル美とネス子。」を地上波で毎週放送。

パートナー企業を拡大し、 事業共創を推進

アシックス、アールビーズとの連携イベント
「Sunrise to Sunset Walk」を拡大開催。



Sapeet との共創による新プログラム開発の他、
新たなパートナー企業との商品開発等を推進。



POINT
5

中期経営計画2025-2027のポイント

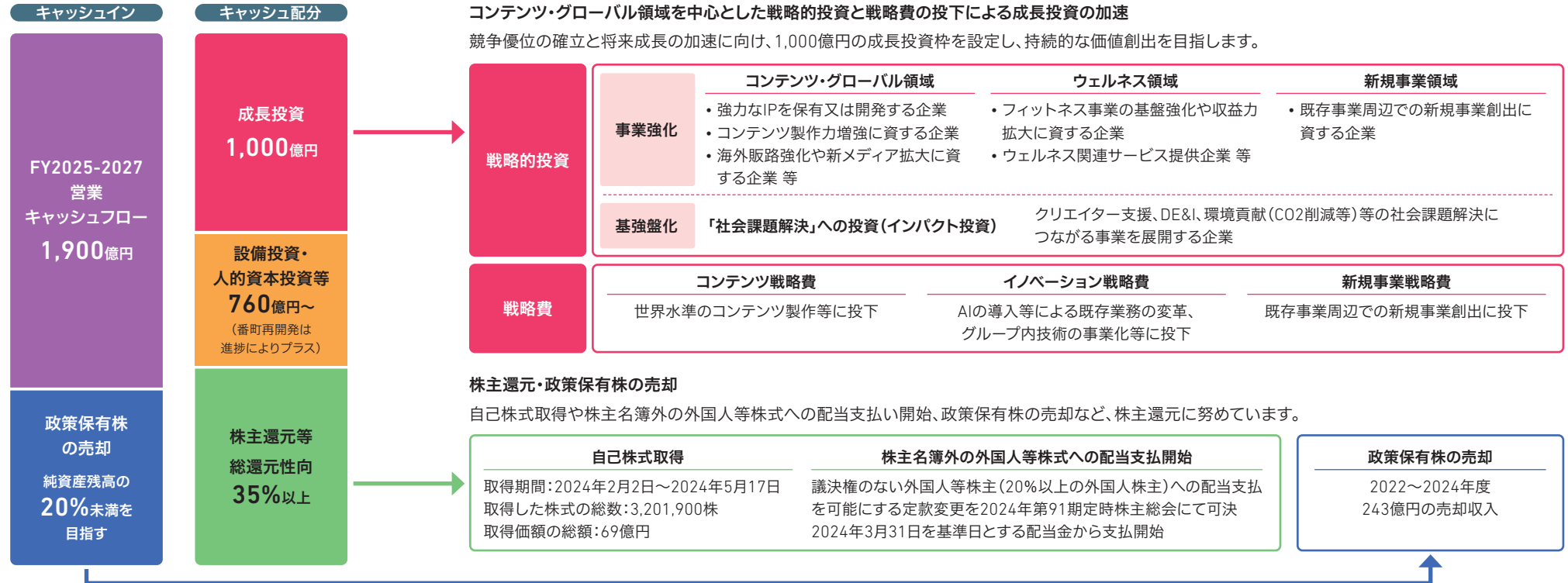
1,000億円の投資枠設定による成長支援の加速

INVESTMENT

資本効率の向上と適切な株主還元

2025年度から2027年度の間に生み出すキャッシュフローで成長投資を賄い、収益基盤の拡大を目指します。

政策保有株を縮減し、総還元性向35%以上を新たな目標に株主還元を推進します。果敢な投資を通じて成長戦略を推進し、企業価値の向上に邁進していきます。





1,000億円の投資枠設定による成長支援の加速

人材と資金の積極投入による新規事業開発の推進

収益基盤の多様化に向けて、事業のフェーズに応じた施策を迅速に推進することで売上高50億円以上の事業を継続的に創出、育成していきます。

育成期

戦略費投下で「育成」

宇宙ビジネスへの挑戦

共創によるビジネス開発、報道やコンテンツ制作への宇宙技術の活用による競争力強化を目指す。



日本テレビならではの事業を育成

アナウンサーによるアパレル事業等、各事業の成長期への進化を図る。



成長期

分社化や戦略費投下による「成長加速」

日テレHRを分社化

2025年5月、日テレHR総研を設立。5年後に売上高5倍以上を目指す。



全国へ本格進出

会員3万人超の「Dream Coaching」はアスリートとの連携を強化し、本格的に全国展開へ。



拡大期

戦略的投資による「拡大」

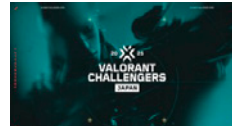
VTuber界の総合商社へ

2024年6月、ClaNがサンリオと資本業務提携を実施。自社IPの育成に加え、他社IP連携も強化し、VTuber業界の総合商社として、グローバル展開を拡大。



eスポーツ事業は大型イベント興行を強化

国内最大級の「VALORANT」の大会等、配信・リアル両面でイベント興行を強化。海外でのイベント開催にも挑戦。



日テレ NITRO JCC 日テレパワ

コンテンツビジネスを支える不動産事業の推進

保有する資産の有効活用を通じ、コンテンツビジネスを持続可能なものにする不動産事業を推進します。また、グループ各社のビジネス機会を創出し、成長戦略の起点となるアセット投資を行っていきます。

収益不動産の開発・投資

安定的な賃貸収入を獲得しながら、保有する資産価値の最大化を目指す。番町全体のバリューアップを中心に、収益不動産の開発と投資を推進する。



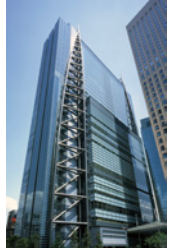
番町の森

コンテンツ・メディア事業との連携

- ・ベニユー（興行会場）への出資または運営参画
スポーツ・エンタメ興行を目的としたベニユー（シアター、アリーナ等興行会場）への投資、参画を進める。
- ・多様なアセットへの積極的投資
撮影スタジオ、宿泊施設、ミュージアム等、多様なアセットへの投資も推進し、グループ会社やネットワーク局のビジネスチャンスも拡大させる。また、築地再開発や新秩父宮ラグビー場整備事業への参加で、スポーツやエンタメ事業を強化する取り組みを進める。

グループの不動産事業を強化

「日本テレビワーク24」が商号変更し「日テレリアルエステート」が誕生。ビルマネジメント事業と共に、不動産事業を今後より一層強化する。



日テレリアルエステート

POINT
6

中期経営計画2025-2027のポイント

報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献

SOCIAL GOOD

報道機関としての信頼性追求

国民から信頼される正確・迅速かつ公平・公正なニュースを提供し、日本テレビの報道を世界で信頼されるブランドに成長させます。
調査報道の強化で社会課題の解決に貢献し、日本テレビグループの企業価値を高めていきます。

信頼性の追求

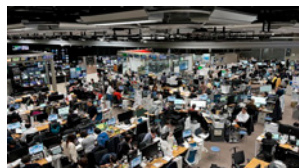
健全な民主主義や基本的人権を守るため、組織的なファクトチェックを強化。正確・迅速かつ公平・公正なニュースを提供するとともに時代の要求に応えるプロジェクトで報道の使命を果たす。



「zero選挙2024」

届けるルートの強化

2023年にスタートしたNNN30社の統合ニュースサイト「日テレNEWS NNN」を日本で最も信頼されるニュースサイトに成長させ、世界でNippon TV Newsブランドを確立。



日本テレビ放送網 報道局

持続可能な社会への貢献

調査報道を強化し、社会課題を解決し考える「きっかけ」を提供。AI・衛星画像等の技術やデータを活用し、新たな形の報道で、新しい価値を創出する。

AIを利用した画像の鮮明化事例



鮮明化前

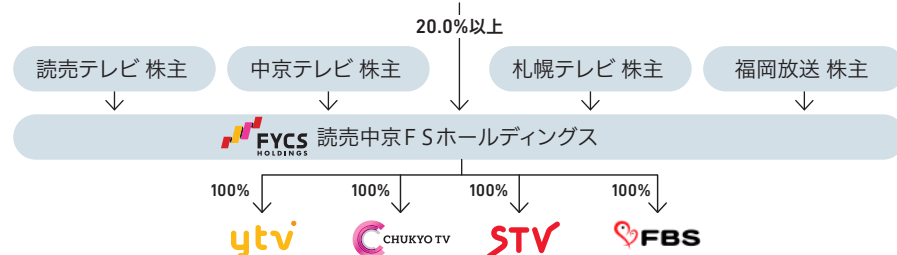


鮮明化後

日本テレビネットワークの強靱化

新たに設立された読売中京F Sホールディングス株式会社（FYCSHD）及び、ネットワーク各社とさらに緊密な連携を進め、視聴者や生活者に対して魅力的なコンテンツを共創し、安心で安全な情報を届けます。

0テレホールディングス



- 日本テレビ放送網と構成4社（読売テレビ、中京テレビ、福岡放送、札幌テレビ）が一体となって、ネットワークの強靱化を目指す。
- FYCSHDが新設する「シナジー戦略局」や4社が幹事を務める「ブロック会議」との連携を強化し、地域社会の発展や活性化に貢献していく。

TOPICS

2025年10月、インパクトレポート2025を公開しました。今回新たに報道局でインパクト測定・マネジメントを開始し、環境テーマでのインパクト投資1号案件（株式Nature Innovation Group）も実行しました。



詳細はWebサイトへ

報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)

マテリアリティ



詳細はWebサイトへ

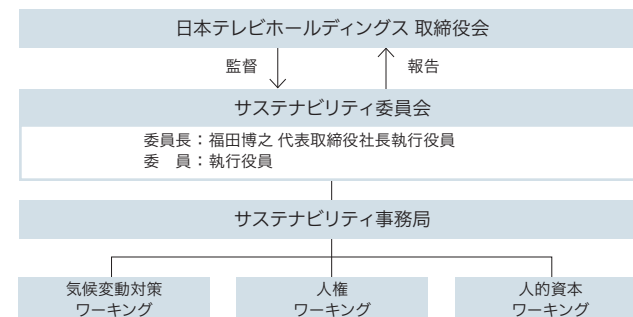
ESG区分	6つの重要課題	目標	関連するSDGs項目
環境	地球環境への貢献	- GHG排出量(Scope1+Scope2)開示を16社からさらに拡大(日本テレビホールディングス) - Scope3の算出を開始(日本テレビ放送網、日本テレビサービス) - 再生可能エネルギー比率を2030年度までに100%(日本テレビ放送網) - GHG排出量(Scope1+Scope2)を2019年度比で50%削減(日本テレビ放送網) 2050年度までにカーボンニュートラルを実現(日本テレビホールディングス)	
社会	健康でクリエイティブな職場作り	- 健康経営の推進:健康保持・増進施策の充実、職場環境の整備 - ワークライフバランスの実現	
	多様な人材の活躍と共生	- 女性管理職比率を2030年度までに25%(日本テレビ放送網) - 同性パートナー制度のグループ全体での導入	
	未来を豊かにする情報発信	「Good For the Planet」の通年展開 - SDGsに関する積極的な報道と動画配信による充実した発信	
	快適な暮らしのサポート	- ティップネス:全ての人の健康と健康寿命の伸長に貢献 - Hulu:エンターテインメントのインフラ構築で生活の質を向上 - 不動産事業:環境に配慮したまちづくりで人々の暮らしをサポート	
ガバナンス	法令遵守とガバナンスの徹底	- コンプライアンスの遵守 - 個人情報データの適切な管理 - コンプライアンス研修の充実 - ハラスメントの防止 - グループ全体のガバナンスの徹底 - 問題が発生した際の情報開示	

サステナビリティ推進体制

サステナビリティへの取り組みは、「サステナビリティ委員会」が司令塔の役割を担います。実務組織としてサステナビリティ事務局及びグループ各社事業部門の責任者による3つのワーキング(「気候変動対策」、「人権」、「人的資本」)が設置されており各課題への対応策を検討し、サステナビリティ委員会に提言を行います。

サステナビリティ委員会は年に2回開催され、ワーキングからの提言を受けて、グループ全体の方針や目標、ロードマップを決定します。取締役会はサステナビリティ委員会から重要事項や活動状況について報告を受け、対応方針や実行計画を監督します。

サステナビリティ体制図



組織	メンバー	役割
取締役会	代表取締役社長執行役員、取締役	サステナビリティに関する方針、目標、戦略の最終的な承認と監督を行う
サステナビリティ委員会	委員長: 代表取締役社長執行役員 委員: 執行役員	サステナビリティに関する方針、目標、戦略の策定と実施の監督を行う
サステナビリティ事務局	事務局: 代表取締役社長執行役員、執行役員	サステナビリティに関する方針、目標、戦略の実施を推進する



各組織体の役割の詳細はWebサイトへ



報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)



地球環境への貢献

気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)提言に基づく情報開示

日本テレビホールディングスは、SDGs(持続可能な開発目標)の精神に共感し、環境問題、人権問題等われわれを取り巻く社会課題の解決に向けて、グループを挙げて取り組むための方針「サステナビリティポリシー」を策定しました。

そのうちの重要課題の一つとして「地球環境への貢献」を掲げており、当社グループは、TCFD提言に基づき継続的な開示を行うことは重要な責務であると考えています。地球環境に貢献するため、信頼されるメディアであり続けるため、当社グループは一丸となって脱炭素化に取り組みます。

目標

2025年度

- ・ GHG排出量(Scope1+Scope2)開示を16社からさらに拡大
- ・ Scope3の算出を開始(日本テレビ放送網、日本テレビサービス)



2030年度までに

- 日本テレビ放送網
- ・ 電力の再生可能エネルギー比率を100%
 - ・ GHG排出量(Scope1+Scope2)を2019年度比で50%削減



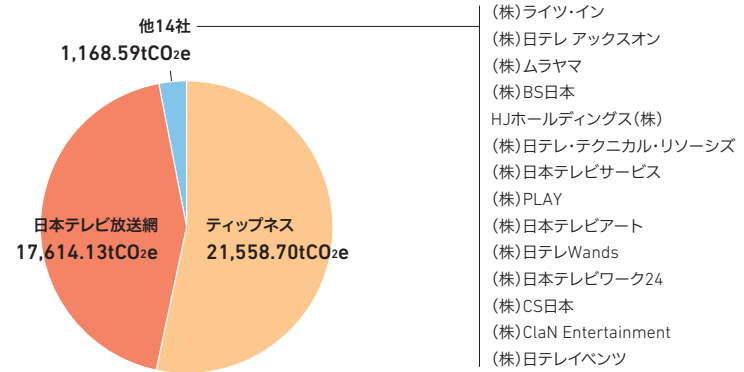
2050年度までに

- 日本テレビホールディングスグループ
- ・ カーボンニュートラルを実現

日本テレビホールディングス(2024年度)

グループ16社のGHG排出量(Scope1+Scope2)

合計値: **40,341.42tCO₂e**



日本テレビ放送網(2024年度)GHG排出原単位(Scope1・2・3)

算定結果1

放送事業関連に係るGHG排出係数

0.20tCO₂e/百万円※1、3

算定結果2

放送事業関連に係るGHG排出係数

21.89kgCO₂e/15秒※2、3

※1 百万円相当の売上に伴い発生するCO₂相当量
 ※2 放送15秒に伴い発生するCO₂相当量
 ※3 広告収入を基とし、環境省が公表している「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース」を参照し算定

報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)

シナリオ分析

気候変動や温暖化対策などの政策動向による事業環境の変化を想定し、TCFD提言が推奨する複数の気候シナリオでの分析として、下記のグループ16社において、1.5℃シナリオと4℃シナリオで想定されるリスクと機会を検討しました。

メディア・コンテンツ事業 14社

- ・日本テレビ放送網(株)
- ・(株)BS日本
- ・(株)CS日本
- ・(株)日テレ アックスオン
- ・(株)日テレ・テクニカル・リソースZ
- ・(株)日テレイベント
- ・(株)日本テレビアート
- ・(株)日本テレビサービス
- ・(株)日テレWands
- ・(株)ムラヤマ
- ・HJホールディングス(株)
- ・(株)PLAY
- ・(株)ライツ・イン
- ・(株)ClaN Entertainment

生活・健康関連事業及び不動産関連事業 2社

- ・(株)日本テレビワーク24
※2025年4月1日付で、(株)日テレリアルエステートに商号変更
- ・(株)ティップネス

主要なリスクと機会及び影響度

メディア・コンテンツ事業

リスク・機会分類	リスク・機会項目	重要度		
		1.5℃シナリオ		4℃シナリオ
		2030年	2050年	
法規制	温室効果ガス規制強化	○	○	○
技術	設備投資の増加	○	○	○
市場	平均気温上昇	○	○	○
	○2030年以降の電力需要増大に伴う電力供給不足のリスク	○	○	○
	夏季の電力・燃料・イベント開催等に制約	○	○	○
	在宅時間の増加(夏季の外出時間が減少による集客等への影響)	△	△	○

生活・健康関連事業及び不動産関連事業

リスク・機会分類	リスク・機会項目	重要度		
		1.5℃シナリオ		4℃シナリオ
		2030年	2050年	
法規制	温室効果ガス規制強化	○	○	○
技術	設備投資の増加	○	○	○
市場	平均気温上昇	○	○	○
	○2030年以降の電力需要増大に伴う電力供給不足のリスク	○	○	○
	夏季の電力・燃料・イベント開催等に制約	○	○	○
	在宅時間の増加(夏季の外出時間が減少による集客等への影響)	△	△	○



詳細はWebサイトへ

TOPICS

「そらジロー」が
東京都の課題解決に
貢献！ハローキティとの
共演CMがOA

日本テレビのお天気キャラクター「そらジロー」が、株式会社サンリオのキャラクター「ハローキティ」とコラボし、東京都環境局と公益財団法人東京都環境公社が普及を進める「燃費のいい家」をテーマにしたCMに出演。東京都の掲げる「2050年ゼロエミッション東京」の実現に向けた課題解決に貢献することになりました。これは、読売新聞東京本社、日本テレビ、日テレアックスオンが連携して取り組んだもので、そらジローを起用したCM制作や、地上波・TVerの発信施策により、断熱・省エネ性能・太陽光発電設備等を備えた環境性能の高い建物の普及啓発を図ります。夏篇は2025年8月に展開。今後、冬篇も制作・放送される予定です。

夏は太陽光パネルで「燃費のいい家」篇



HELLO KITTY ©'25 SANRIO CO., LTD. APPR. NO. L656668

断熱で夏も涼しい「燃費のいい家」篇



HELLO KITTY ©'25 SANRIO CO., LTD. APPR. NO. L656668



報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)



健康でクリエイティブな職場作り／多様な人材の活躍と共生

業務に携わる全ての人が創意工夫を最大限に発揮できる、健康でクリエイティブな職場環境を作ります。また、多様な人材が活躍し共生できる環境を整備します。

健康でクリエイティブな職場作り

健康経営推進策2024

日本テレビホールディングスでは、グループ会社で働く従業員の健康が最重要と考え、健康増進や健康意識の向上に取り組んでいます。ティップネスの24時間トレーニングジム「FASTGYM24」とオンラインフィットネス「トルチャ」を利用した運動を習慣化する取り組みや、社員とその家族等が参加する運動会「スポーツフェスティバル」を実施しました。



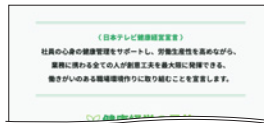
健康食堂70の実施

日本テレビ放送網では2023年度の開局70年を機に、構内で働くグループを含む社員やスタッフが日々利用する食堂を「健康食堂70」と位置づけました。「食の情報発信拠点」として日々健康情報を発信するなど、健康意識の向上を図っています。



日本テレビ健康経営宣言

日本テレビ放送網では、社員の心身の健康管理をサポートし、労働生産性を高めながら、業務に携わる全ての人が創意工夫を最大限に発揮できる、働きがいのある職場環境作りに取り組むことを宣言します。



健康経営の指標と目標は
Webサイトへ

多様な人材の活躍と共生

ダイバーシティの推進

社員一人ひとりが自分らしく働ける環境づくりを進めるため、同性間のパートナー婚に異性間の結婚と同様の祝金や特別有給休暇を認める「同性パートナー制度」の導入をグループ全体で促進しています。さらに日本テレビ放送網では、事実婚も法律婚と同等に扱う「パートナー制度」を導入。特別養子縁組の養子も、実子と同等に祝金・育児休業・育児時短等の対象としています。

緊急対応支援シッター制度

日本テレビ放送網では、社員やグループ社員・スタッフに緊急業務が発生した際に利用できるベビーシッター制度をトライアル導入しました。専従のベビーシッターが待機する体制を整え、仕事と子育てを両立しやすい環境づくりを推進しています。

女性社員の活躍推進

日本テレビ放送網では、性別問わず育児中の社員は子供が2歳になる誕生月末日まで育児休業を取得できるほか、時短勤務を小学6年生修了まで認めており、女性の育休取得率は100% (2024年度) です。今後、女性管理職比率を2030年度末までに25%へ高めることを目標としており、引き続き成長機会の創出などに積極的に取り組んでいます。



人的資本に関する主な指標
と実績はWebサイトへ

報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)



未来を豊かにする情報発信

24時間テレビの読み聞かせプロジェクト



詳細はWebサイトへ

日本テレビは、2024年8月の24時間テレビ47における「やす子さんの児童養護施設マラソン」に寄せられた寄付金を、継続的な支援につなげていくための企画の一環として、読み聞かせプロジェクトを開始しました。公益社団法人24時間テレビチャリティー委員会と、日本テレビのサステナビリティ事務局やアナウンス部が、「物語を届ける声」「情報を伝える力」「選書力」を活かして、子どもたちと楽しいひとときを過ごし、一つでも心に残るメッセージを伝えたい、という思いで取り組んでいます。

2025年7月に、第一回の読み聞かせを群馬県高崎市の希望館で実施しました。鈴江奈々アナウンサー、水ト麻美アナウンサー、「絵本専門士」の資格を持つ村上佐智枝の3人が参加し、年代に合わせた絵本の読み聞かせを行った後、テーマに沿って語り合いました。また、アナウンサーならではの発声練習や原稿読み体験も取り入れ、子どもたちだけでなく、職員の方にも一緒に楽しんでもらうプログラムを目指しました。これからも、24時間テレビチャリティー委員会の会員31社のアナウンサー・有志メンバーと共に、全国の児童養護施設への訪問を目指して、心を込めて活動していきます。



TOPICS

ルーヴル美術館所蔵 レオナルド・ダ・ヴィンチの傑作「美しきフェロニエール」が初来日

日本テレビとルーヴル美術館は、2018年から2034年までの期間、4年毎に日本で大規模なルーヴル美術館展を開催することで合意しており、今回は、このプロジェクトの第3弾となります。長年にわたり良好な協力関係を築いており、文化や芸術の発展に向けて、日本とヨーロッパの架け橋になるよう努めてまいります。



詳細はWebサイトへ

グップラ×ブルーカーボン

日本テレビは2021年から環境意識を高めるためのプロジェクト「グップラ (Good For the Planet)」を展開しています。2025年度は、気候変動の影響により急激に減少している横浜市金沢区



「海の公園」のアマモ場を復活させるため、「これ見て!アマモを増やそう動画」キャンペーンを実施しました。この企画は、動画視聴100再生毎にアマモの苗が1本植えられ、最大1,000本の苗植えを目指すものです。

「東京湾UMIプロジェクト」推進役の国土交通省関東地方整備局が、アマモ場再生活動を行っている企業と協力し、東京湾内でアマモやコアマモの苗が繁茂している千葉県富津市「富津岬」、千葉県木更津市「金田漁港」で苗を採取し、1,000本のアマモの苗を無事に「海の公園」へ移植しました。

日本テレビでは、今後も「地球環境への貢献」「未来を豊かにする情報発信」を推進していくため、ブルーカーボン活動を継続的に行っていきます。

Good For the Planet



詳細はWebサイトへ

これ見て!アマモを増やそう動画



詳細はWebサイトへ

日本列島ブルーカーボンプロジェクト



詳細はWebサイトへ



報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)

グループ各社の取り組み



(株)ムラヤマは総合ディスプレイ企業として、イベント、ショールーム、式典、展示会、アミューズメント、商業施設などのさまざまな企画設計施工に携わっているため、お客さまの要望や仕様など各案件に沿ったサステナビリティ対応が求められます。

特に国際的な案件は高水準での対応が必要となります。例えば2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)はイベントサステナビリティ国際規格ISO20121認証を取得しており、「持続可能な調達コード」の準拠を要するため、当社は2022年から準備を進め、2025年3月にISO20121:2024認証を取得^{※1}しました。

大阪・関西万博案件^{※2}では、ISO20121規格が求める4視点(環境・人権・労働・経済)でサステナビリティ実践を推進しました。例えば社内はサステナビリティ目標の達成進捗管理をおこない、協力各社には当社実践に準拠できるよう指導しました。またお客さまに対してはFSC認証木材利用などの環境対応設計を提案し、コストなどを含めた協議をおこないました。ISO規格の準拠を要しない一般的なイベント案件であっても、レンタル備品活用やアルミ製システム壁面材などを活用し、従前よりサステナビリティに配慮した設計・施工を行なっています。

こうした一つひとつの実践が大阪・関西万博のみならず、各種イベントでのサステナビリティへの対応を支えたと自負しており、ISO20121認証はその実践を証する重要な存在であると考えています。「世界でひとつの空間を創り、一生心に残る瞬間を紡ぎ、新たな感動を生み出していく。」ために、空間とコミュニケーションづくりのプロフェッショナルとして、今後もサステナビリティ責任も果たすべく活動を続けます。

※1: 認証取得部門=(株)ムラヤマ ビジネス・ソリューション事業本部EXPO推進部、関西支社 関西第1部

※2: オーストラリアパビリオン、ルクセンブルグパビリオン

ビジネス・ソリューション事業本部
EXPO推進部
部長 松本 望



当社は、2025年4月1日付で「(株)日テレリアルエステート」へと商号を変更しました。ビル管理事業で培った実績を基盤に、今後は不動産事業をより一層強化し、多様化するニーズに応えてまいります。

持続的な成長に向けた取り組みとして、総務人事部では社員のウェルビーイング向上と生産性向上を目指し、健康経営を推進しています。その一環として「健康優良法人2025」を取得し、メンタルヘルスケアや長時間労働の是正、脳ドックの受診、二次検診の受検料負担などの施策を実施し、さらに働く環境へのフェイクグリーンの導入によりオフィス緑化を進めることで、ストレスや視覚疲労の軽減、生産性の向上に貢献します。2025年度は「くるみん」認定取得を目指し、「健康優良法人」の継続にも取り組んでまいります。

また、エネルギー事業として、日本テレビ放送網(株)、(株)リエネ、東急不動産(株)と4社で「再生可能エネルギー導入に向けた提携に関する基本合意書」を締結しました。この協業を通じ、お客さまの電気料金削減と脱炭素化に貢献するPPA事業を開始し、2025年度には日テレホールディングスグループ各社への展開を推進します。本取り組みの第1弾として、日本テレビが所有する生田スタジオでのオンサイトPPAを実施すべく動き出しました。今後は汐留日テレタワーや番町スタジオを含む日テレホールディングスグループ全体の再エネ化も計画しています。

さらに、2025年7月1日より、私は慣れ親しんだ「総務人事部」より、新設された「経営戦略推進事務局」に異動となりました。各部署の担当部長以上が参加する「経営戦略会議」を通じ、原価管理や新規ビジネス、顧客拡大、不動産投資など、多岐にわたる重要な戦略を検討し実行する役割を担います。これらの取り組みを通じ、当社の企業価値向上はもちろん、日テレホールディングスグループの持続的な成長に貢献してまいります。

経営戦略推進事務局
事務局長
田名網みずほ

報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)



快適なくらしのサポート

番町の森におけるグリーンインフラ整備

日本テレビは、持続可能な社会への貢献を目指し、地域と共生する「番町の森」(千代田区二番町)の敷地内に、雨水流出抑制に貢献するグリーンインフラ施設としてレインガーデンを整備しました。本整備は、二番町再開発着工までの暫定的な措置となりますが、再開発事業においても地球環境に配慮した計画とします。

近年の頻発する豪雨災害に対し、都市部での内水氾濫のリスクが高まる中、レインガーデンなどの雨水浸透型グリーンインフラは有効な解決策として注目されています。東京都も「東京グリーンビズ」において、緑の取り組みとしてグリーンインフラ導入を推進しており、特に都市域では局地的な集中豪雨対策として積極的な対応が求められています。

「番町の森」は、CO₂削減や生物多様性の保全など、環境に配慮したサステナブルな広場として地域に親しまれており、今回のレインガーデンの導入は、この広場の排水機能を強化し水害リスク軽減に貢献します。日本テレビは、地域と共に持続可能な未来を創造するため、今後もこのような取り組みを積極的に推進してまいります。



TOPICS

日本テレビがネーミングライツに関するパートナーシップを結ぶ女子プロサッカーチーム「日テレ・東京ヴェルディベレーザ」が「2024-2025 SOMPO WEリーグ」で初優勝しました。ベレーザは、女子バロンドール(世界最優秀選手)に輝いた澤穂希さんなど多くの逸材を輩出し、「なでしこジャパン」の選手たちもベレーザ出身が多く、近年ベレーザから欧州ビッグクラブに移籍し活躍するなど、女子プロサッカー界をけん引するチームです。今回の優勝により、日本の代表としてFC女子チャンピオンズリーグへの出場権も獲得し、アジアそして世界へとさらなる飛躍が期待されます。日本テレビは、サステナビリティポリシーに定める「多様な人材の活躍と共生」を実現する取り組みとして、「日テレ・東京ヴェルディベレーザ」および下部組織「日テレ・東京ヴェルディメニーナ」の女性アスリートへの支援を引き続き推進していきます。



詳細はWebサイトへ

知的財産保護の取り組み

日本テレビホールディングスは、当社の財産である放送番組や配信コンテンツを違法な侵害行為から保護することが、当社のコンテンツビジネスにとって必須であると考えており、また当社のみならず放送番組や配信コンテンツの原作者、脚本家、音楽等の著作権者やレコード製作者、実演家等の権利者および当社に関連するさまざまなステークホルダーの利益の保護や拡大に通じるものと考えております。

情報セキュリティ

情報セキュリティ基本方針に基づき、情報資産保護規程を定めています。加えて、インシデント発生時、CISO[情報資産保護最高管理責任者]を含めたCSIRTの対応手順を定めたインシデント対応ガイドラインを策定しています。分野横断演習等政府主催の演習に参加することで、実際にインシデントが発生した場合の対応訓練を行っています。

個人情報の保護



詳細はWebサイトへ

デジタル化が進む社会において、よりよいサービス提供と事業の促進を図るためには、個人情報を安全に管理し活用することが重要であると考えています。日本テレビホールディングスでは「個人情報保護基本方針」を定め、「個人情報の保護に関する法律」および関係法令に基づき、個人情報を適切に取り扱うための体制を整えています。社内研修を定期的実施し、個人情報の安全な活用について理解を深めるよう努めているほか、個人情報の安全管理を日常業務においてよりスムーズに行うことができるよう、アプリの開発をはじめとする社内システムの構築にも取り組んでいます。

報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)

人権尊重への取り組み

体制

当社では、人権尊重への取り組みは、「日本テレビホールディングス人権方針」(以下「人権方針」)に定めるとおり、サステナビリティ委員会により立案、実行されています。サステナビリティ委員会は、代表取締役社長執行役員が委員長、各執行役員が委員を務める機関で、取締役会への報告を通じて監督を受けており、人権に関するすべての取り組みについて経営層が主体的に推進する体制となっています。(P22サステナビリティ体制図) また、サステナビリティ委員会傘下には、社内横断的に多様な部署から選任された人員による「人権ワーキング」を設置しており、異なるさまざまな現場の声を反映させる施策を検討し、実行しています。



人権方針の
詳細はWebサイトへ

TOPICS

多様性キャンペーン「カラフルDAYS」

日本テレビの「カラフルDAYS」では、楽しく多様性に触れられる企画を、レギュラー13番組、BS日テレ、Huluと連携し6日間にわたって放送しました。各番組内で多様性をテーマにしたコーナー放送などのほか、ドキュメンタリー番組「Colorfulライフラー〜人生ってみんな違ってスバラシイ〜」や、テニス界の男女平等をめぐる闘いを描く映画「バトル・オブ・ザ・セクシーズ」などを放送しました。



詳細はWebサイトへ



人権DDの推進

昨今、国内外で人権に関する法制化やルール化が進む中、特にメディア業界については深刻な人権課題が多く指摘され、社会からの注目が高まっています。また、人権リスクは今や事業継続そのものを揺るがす最重要課題となっています。

当社はそれらの課題に真摯に向き合い、社内で継続的な取り組みを幅広く行うとともに、メディア業界全体への働きかけにつながるよう、グループ会社、お取引先、ステークホルダーの皆さまとともにビジネスと人権における人権デューデリジェンスの取り組みを進めています。

このほか、『24時間テレビ』、“にじモ”や“ゆきボ”といった多様性尊重への願いを込めたキャラクター、カラフルDAYS、こどもウィークなど、さまざまなサステナビリティに関する活動を継続的に展開しており、人権尊重のメッセージを発信し続けています。

2023年

- ・人権ワーキングの組成
- ・人権方針の策定

2024年

- ・契約書ひな型への人権条項追加
- ・各種人権に関する社内研修の実施(通年)

2025年

- ・各種人権に関するアンケートの実施
 - ① 社内向け(3月)
 - ② 取引先向け(8月)
 - ③ グループ会社向け(今冬予定)



報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)

TOPICS

「Tokyo Pride 2025」に日本テレビホールディングスが出展

2025年6月に代々木公園で開催された「Tokyo Pride 2025」に出展しました。開催14年目となるこのイベントは、多様な性のあり方を祝福し人権課題の解決を目指すイベントです。

日本テレビホールディングスの出展は今年で4回目となり、下記グループ8社が参画しました。

- ・日本テレビ放送網
- ・日テレ アックスオン
- ・日テレ・テクニカル・リソーシズ
- ・日テレイベンツ
- ・日本テレビアート
- ・日本テレビサービス
- ・日テレリアルエステート
- ・HJホールディングス

2025年は新たな試みとして、日本テレビ放送網、日本テレビアート、日本テレビサービスの3社で、LGBTQ+について学べる「にじも(6色レインボーのキャラクター)」オリジナル紙芝居を制作し、子ども向けの読み聞かせイベントを開催し、会場を盛り上げました。



負の影響の特定・評価

人権に関する負の影響の把握・評価のため、社内および取引先に対するアンケートを行いました。両アンケートとも、弁護士による外部意見を取り入れて評価し、新たなハラスメント研修や制作現場で協議の場を設けるなど対応を進めています。

今後は、グループ会社の従業員に対するアンケートも予定しており、事業活動全体を通じた課題の把握、対応を進めていきます。



社内 アンケート (2025年3月)

- ・対象:正社員及び常勤役員(現職出向者含む合計約1,200名)
- ・回答率:87%
- ・実施方法:アンケートシステム上での回答(選択式及び記述あり)
- ・調査内容:各種ハラスメント、差別の経験有無や、周囲での事例有無のほか、社内の人権体制への理解度を聞くものであり、部門毎の傾向や課題を抽出



取引先 アンケート (2025年8月)

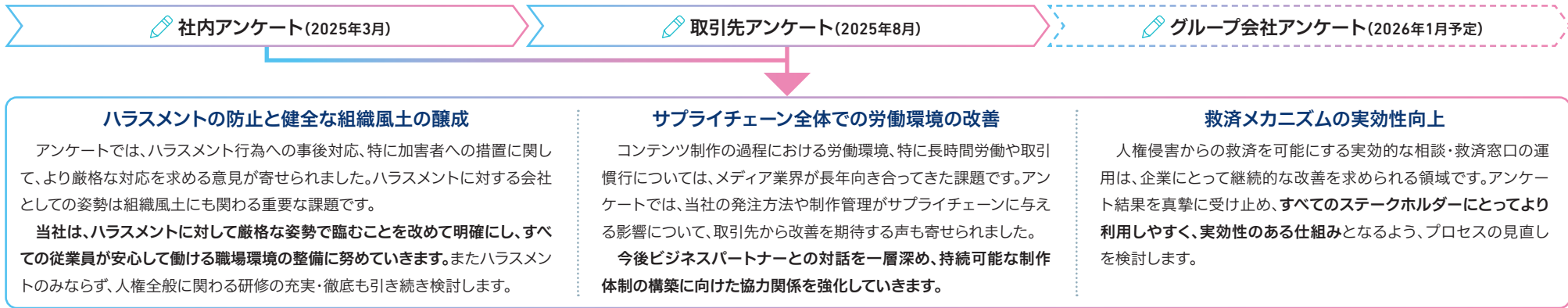
- ・対象:制作現場(制作会社や芸能事務所)をはじめとする取引先(合計170社)
- ・回答率:76%
- ・実施方法:アンケートシステム上での回答(選択式及び記述あり)
- ・調査内容:当社との取引において、各種ハラスメント、差別、労働環境をはじめとした各人権項目に関するトラブルや懸念の有無を聞いたほか、取引先から再委託した業務についても、同様の項目に関するトラブル、懸念を聞いた。また、社内の人権体制の不備や、今後当社と協議したい内容についても広く聞き取りを行った。

※さらに詳細を聞き取り、対応するためのヒアリング、協議も継続中

報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)

得られた課題への対応

社内アンケートおよび取引先アンケートを実施した結果、著しい負の影響は見いだせなかったものの、パワハラやセクハラを中心としたハラスメント対策や制作会社をはじめとする委託先との関係強化など、優先して取り組むべき課題が抽出されました。また、災害時の緊急取材報道や番組制作状況に伴う労働時間の変動など、メディア業界特有の構造的な側面も含まれることから、当社はこれらの結果を真摯に受け止め、人権尊重の取り組みを一層推進していきます。



2025年 重点課題	当社の人権方針は①差別・ハラスメントの禁止、②労働者の権利尊重、③コンテンツ制作者としての姿勢、を重要事項として掲げていますが、今回の社内外へのアンケートを経て、それら重要事項について、より具体的に把握、評価された課題に対処し、かつ、すべての従業員が分かりやすく認識してビジネスを改善できるよう、以下のとおり改めて重点課題を設定しました。	
	① 従業員におけるハラスメント、差別の禁止	従業員におけるハラスメント、差別の禁止
	② コンテンツ制作過程のハラスメント禁止、労働環境への配慮	コンテンツ制作過程のハラスメント禁止、労働環境への配慮
	③ 提供するコンテンツでの人権尊重	提供するコンテンツでの人権尊重
	それぞれ異なるフェーズで特に集中すべき内容を具体的に設定し、ビジネスのあらゆる局面で人権環境を構築していきます。	パワーハラスメント、セクシャルハラスメントなど、職場でのあらゆるハラスメント、差別を禁止します。 制作会社をはじめとするコンテンツ制作過程の関係者に対するハラスメント行為を許さず、労働条件、労働環境に十分配慮したビジネスを徹底します。 マイノリティ(民族、ジェンダー、未成年者などあらゆる社会的少数者)に配慮したコンテンツの提供を心がけ、提供するコンテンツを通して人権を尊重する社会実現に貢献します。



報道の信頼性向上と社会課題解決への貢献(サステナブルな社会に向けた取り組み)

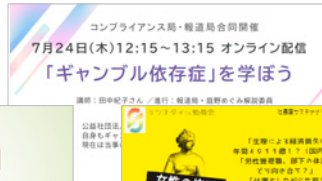
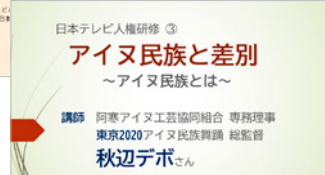
従業員への継続的な啓発

人権方針や重点課題を浸透させ、それらに基づく行動を実践するため、従業員に対するさまざまな啓発活動を通年で実施しています。たとえば、報道局や人事部、考査部、法務部などの各部署が自主的に以下のような研修や勉強会を行いました。



これまで
実施した研修
(例)

- ・「性的シーンから俳優を守るインティマシーコーディネーターとは」
- ・「こんなときどうする? 今時のジェンダー表現」
- ・「女性の体について正しく知る勉強会」
- ・「『炎上する表現』についての勉強会」
- ・毎年恒例の職級別・各種ハラスメント研修
- ・「アイヌ民族についての研修会」、「アイヌ民族と差別 ～アイヌ民族とは～」、「アイヌ民族の若者の今」
- ・「外国人差別問題研修～黒人差別問題を中心に～」
- ・「在日コリアンをめぐる諸問題」
- ・「部落差別の現実から学ぶ～差別表現を繰り返さないために～」
- ・「アンコンシャス・バイアス研修～ジェンダーバイアスにフォーカス～」
- ・「『ルッキズム』って一体なに?」



取引先の皆さまと協同した取り組み

人権尊重のための条項を入れた契約の整備

報道の緊急取材や番組制作における労働時間の変動など、メディア業界特有の課題についても取引先と協同して改善していくため、取引先と交わす契約書のひな型に、人権尊重に関する条項を入れています。

制作現場の取り組み

例年、制作現場では取引先とともに制作方針や各社の労働環境をはじめとした状況の共有や要望を確認するためのサミット会議を開催しています。また、さまざまな機会を設けて制作費の価格協議や下請法、フリーランス法への対応を進めています。

救済窓口の適切な運用

2023年に人権方針を策定した直後から、社内外に複数の人権課題に対する救済窓口を設けています。それら窓口は、事案に応じた解決を図る体制を整えており、当社従業員だけでなく、取引先、視聴者含め、当社のビジネスに関わるすべての皆さまに利用していただくことが可能です。社内、スタジオや台本への掲示、各種研修等のお知らせなどで繰り返し周知しています。

なお、前述のアンケート結果で明らかになった課題を重く受け止め、救済窓口の信頼性確保・維持にも取り組みます。

当社の人権への取り組みはこちらもご覧ください。



人権の尊重の
詳細はWebサイトへ

ガバナンスに関する取り組み

法令遵守とガバナンスの徹底

報道機関としての社会的責任を認識し、グループ全体のコンプライアンスの強化とガバナンスの徹底を図ります。必要に応じて各種研修を行い、ハラスメント防止の対策を講じます。問題が発生した場合は速やかに情報を開示し、透明性の確保に努めます。

- ✓ コンプライアンスの遵守
- ✓ ハラスメントの防止
- ✓ 個人情報データの適切な管理
- ✓ グループ全体のガバナンスの徹底
- ✓ コンプライアンス研修の充実
- ✓ 問題が発生した際の情報開示

詳細はこちらからご確認ください。



コーポレート・ガバナンスの
詳細はWebサイトへ

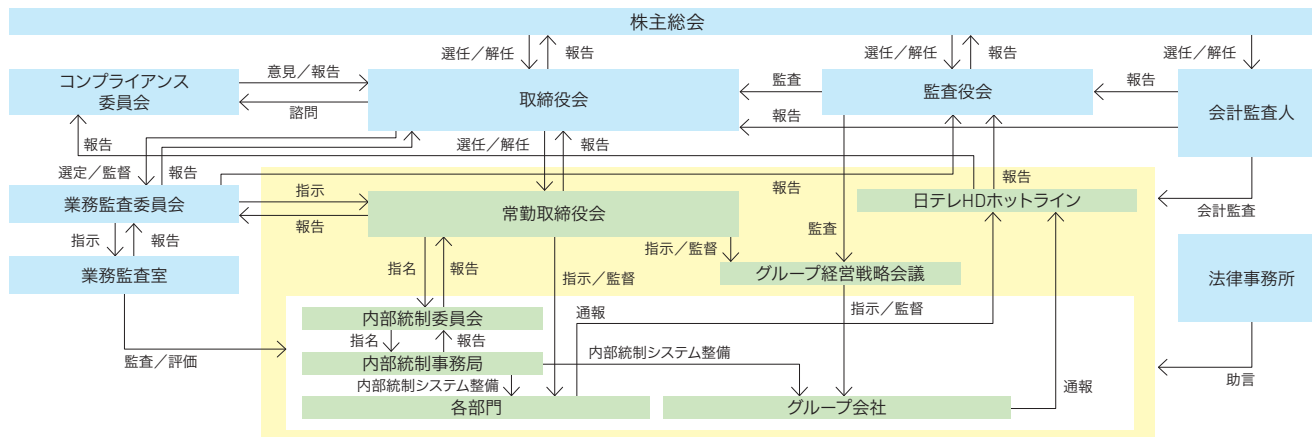


ーポレート・ガバナンス報告書の
詳細はWebサイトへ

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社グループは、このたび経営理念を「正確で速やかな報道、良質なコンテンツの提供と、多彩な文化の創造により、人々の生活を豊かなものにする。」と改定しました。あわせて、10年後にありたい姿としての経営ビジョン「コンテンツの力で、“世界”を変える。」を新たに決めました。本経営ビジョンのもと、長期的に安定した業績の向上を図るとともに、社会への貢献度を高め、ステークホルダーとの関係を重視することが、企業価値の向上につながるものと認識しております。また、環境の変化に対応した迅速な意思決定と業務執行を実現し、

コーポレート・ガバナンス体制



経営の透明性と健全性を確保すべく、コーポレート・ガバナンスの充
実を目指しています。

当社は、コーポレート・ガバナンスの基本方針をはじめ、株主の権利・平等性の確保、政策保有株式に関する方針、関連当事者間の取引、株主以外のステークホルダーとの適切な協働、情報開示の充実と透明性の確保、当社の取締役会等の責務、株主との対話について、コーポレート・ガバナンス・コードの諸原則を踏まえた「コーポレート・ガバナンス・ガイドライン」を定め、「コーポレート・ガバナンス報告書」とともに、当社ウェブサイトにて開示しています。

役員一覧

取締役

										
役職	代表取締役 取締役会議長	代表取締役 会長執行役員	取締役 副会長	代表取締役 社長執行役員	社外取締役 [独立]	社外取締役 [独立]	社外取締役 [独立]	社外取締役 [独立]	社外取締役 [独立]	社外取締役 [独立]
氏名	山口 寿一	杉山 美邦	石澤 顕	福田 博之	佐藤 謙	垣添 忠生	真砂 靖	勝 栄二郎	菰田 正信	諏訪 貴子
所有する当社株式（2025年3月末）	0株	33,903株	63,730株	39,423株	47,200株	0株	0株	0株	0株	0株

スキルマトリックス

企業経営	●	●	●	●				●	●	●
財務・会計	●	●	●		●		●	●	●	●
ガバナンス・リスク管理	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
人材マネジメント	●	●		●		●	●			●
サステナビリティ				●	●	●	●		●	
デジタル・科学技術					●	●		●		●
メディア業界知見	●	●	●	●						
国際性・グローバル経験		●						●	●	

監査役

				
役職	常勤監査役	社外監査役 [独立]	社外監査役	社外監査役
氏名	草間 嘉幸	北村 滋	村岡 彰敏	松田 陽三
所有する当社株式（2025年3月末）	9,849株	0株	0株	0株

上席執行役員

柴田 岳	於保 浩之	粕谷 賢之	澤 桂一	松本 達夫	伊藤 弥佳
------	-------	-------	------	-------	-------

執行役員

岡部 智洋	伊佐治 健	新井 直彦	里 賢一	桑原 勇蔵	石塚 功
-------	-------	-------	------	-------	------

社外取締役メッセージ

Q. 社外取締役として経営にとって大切なことをどう考えておられますか？

まずは企業理念ですね。正確で速やかな報道、良質なコンテンツの提供で、人々の生活を豊かにすること。ネットの隆興など環境変化の中で、テレビの高い信頼性とネットの利便性、それぞれの特質をグループの中で活かしていくべきです。新しいものの出現を踏まえつつ、企業理念を堅持して変化を冷静に見ながら対応していくことが大切です。

中期経営計画で謳われている海外市場への展開、そのためには日本テレビの持つコンテンツ力を活かしていくことでしょう。グループ内にジブリが入ったことは今後の大きな柱になると思います。ジブリが海外で受け入れられたのは、高水準な映像、人間性豊かな世界観、心に残る音楽、三拍子揃っていることです。このような高レベル作品の価値を打ち出し、伸ばしていくことを長期的視野で考えていく必要があります。AIの進歩、革新は想像を超える勢いですが、海外展開で陰の面を見るならばAIを悪用した模倣作品の懸念です。こうしたリスクへの対応も急務ですね。さらに事情の違う海外市場で評価され拡大していくためには、現地パートナーとの連携が今以上に重要になります。うまく進められるような会社の体制を作っていく必要があると思います。

Q. 組織運営で重視されてきたことはどのようなことがありますか？

組織運営は、煎じ詰めれば情報、判断、実行に尽きます。情報面では、日本テレビホールディングスの取締役会は他と比べても、重要事項の説明が非常に丁寧で、質問に対しても誠実な対応が行われています。判断、政策決定には、多角的な検討が必要ですが、各取締役が非常に活発に発言し、多様な意見が出た上で判断がなされています。実行面では、取締役会での議論、結論を、杉山会長も福田社長も非常に尊重してくれ、着実に実行されている。そういった意味で組織運営は、非常にうまく機能していると思います。

逆に、最近他局で起こった事案は、あってはならない事態。当該事案には、専門的な立場から十分詳細な検討がなされたと思いますが、一連の出来事を見ると携わった人たちの意識構造が一般社会とかけ離れていたのではないかと思います。そこには注視を怠らないことが必要です。

Q. 不測の事態への対応ではどのようなことが重要だと思われますか？

不測の事態発生とそれを悪化させたのは危機管理の欠如ですね。必要なのは情報の集約と時を移さない判断です。中曽根内閣当時、後藤田正晴官房長官に秘書官としてお仕えたことは危機管理の勉強になりました。後藤田官房長官は的確に情報を掌握して判断に逡巡しません

社外取締役 佐藤 謙

大蔵省主計局主計官、防衛事務次官等を経て公益財団法人中曽根康弘世界平和研究所理事長。
現在、同研究所顧問



でした。どんな難しいことでも自分がすべきところはきちっと判断し、それに責任を持つ、これが上に立つ者の仕事です。危機管理は、日常からの準備が大切です。不都合な情報もきちんと上がるように、普段から体制を整えておくこと、それが危機管理の要諦だと思います。そこで企業経営の根本、ガバナンスが重要になります。企業理念を達成すべく活動していくために、確実にガバナンスが効いていること。いついかなる時でも支障なく動いていけるよう、さらに体制整備をすることは必要です。

そのためには組織が大きくなればなるほど、組織としての一体感と風通しが重要になります。時代に適応して社員全員が企業理念を共有し、お互い意見を自由に交わす、そういう雰囲気を作ることが、ガバナンスを貫徹させる基盤だと思います。(聞き手 IR・SR部長 大野 伸)

中期経営計画 2022－2024の振り返り

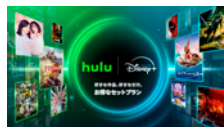
事業実績

中期経営計画 2022-2024で掲げた「コンテンツ中心主義」を推進し、コンテンツの価値最大化を実現しました。

コンテンツの価値最大化

配信

- ・TVerで継続的な再生数増加、UB数増加を実現
- ・HuluとDisney+のセットプラン開始
- ・「放課後カルテ」や「はじめてのおつかい」などGP帯の40タイトル以上をグローバル配信



IP

- ・「ブラッシュアップライフ」がアジア最大級の番組アワードATAで最優秀脚本賞を受賞
- ・ヒトIPの開発・展開の加速等で、IP事業（放送網）の収入は3倍超の64億円に
- ・アニメ事業（放送網）は世界配信も含め順調に推移し、収入が1.5倍となる60億円に成長
- ・舞台「となりのトトロ」が英国演劇賞の最高峰ローレンス・オリビエ賞で最多6部門受賞



報道

- ・NNN30社による統合ニュースサイト「日テレNEWS NNN」開始

新規ビジネス創出の加速

- ・VTuber、eスポーツ事業は、外部との資本提携やM&Aにより事業拡大
- ・「Dream Coaching」がスポーツ庁事業を受託
- ・キャラクターIP事業は「らぶいーず」がSNSフォロワー200万超に急成長

Clan Dream Coaching

ウェルネス経済圏の構築

- ・ウェルネス情報番組「ウェル美とネス子。」2024年10月3日放送開始
- ・フィットネスアプリ「hibitness」開発促進
- ・最先端のウェルネス情報を発信するシンクタンク設立



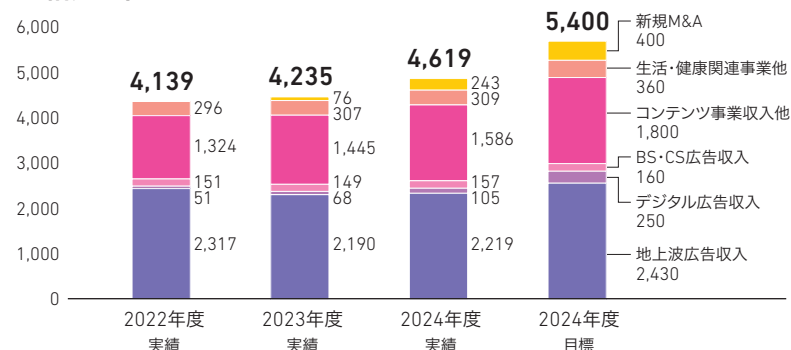
投資実績

2012年からの13年で、**総額1,000億円超**の投資を実行しました。

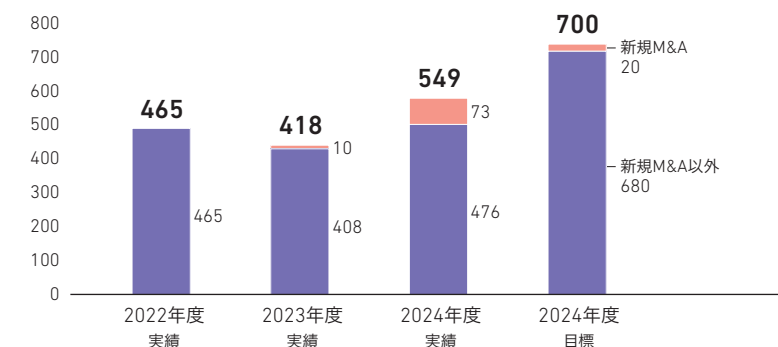
定量目標の達成状況

定量目標のうち、新規M&Aによる連結営業利益増加額は達成したものの、その他の項目については未達成となりました。

連結売上高(億円)



連結営業利益(億円)



10年間の財務データ推移

単位：百万円（1株当たり情報、指標、その他を除く）

日本テレビホールディングス株式会社及び連結子会社 各年3月期	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
3月期										
売上高	¥414,780	¥416,704	¥423,663	¥424,945	¥426,599	¥ 391,335	¥ 406,395	¥ 413,979	¥ 423,523	¥ 461,915
営業利益	53,178	52,526	50,964	49,749	43,111	34,526	58,682	46,593	41,877	54,917
経常利益	57,791	58,130	61,239	57,398	49,206	42,944	64,838	51,775	49,503	65,724
親会社株主に帰属する当期純利益	36,883	40,786	37,416	38,739	30,555	24,042	47,431	34,081	34,660	46,000
包括利益	32,361	58,822	55,229	50,011	13,435	74,531	38,258	1,532	98,101	58,300
減価償却費	11,641	12,483	15,088	16,444	19,182	17,438	15,876	14,093	13,785	13,419
設備投資額	16,562	36,949	29,615	26,625	21,335	13,217	14,231	9,936	8,077	10,934
3月期末										
総資産	¥769,863	¥848,629	¥885,098	¥941,494	¥932,089	¥1,032,155	¥1,061,571	¥1,035,501	¥1,183,299	¥1,232,117
純資産	603,177	655,772	704,919	746,989	751,751	820,506	850,825	843,585	947,295	990,992
キャッシュ・フロー										
営業活動によるキャッシュ・フロー	¥ 40,761	¥ 60,134	¥ 50,435	¥ 50,480	¥ 56,385	¥ 41,097	¥ 58,503	¥ 45,461	¥ 44,669	¥ 47,898
投資活動によるキャッシュ・フロー	△26,820	△111,347	△29,895	△40,976	△38,721	535	△70,534	△23,724	7,493	△26,375
財務活動によるキャッシュ・フロー	△11,275	△10,966	△9,325	△12,027	△10,565	△10,953	△9,384	△9,452	△14,960	△16,065
現金及び現金同等物の期末残高	99,204	37,028	48,292	45,764	53,229	83,893	62,412	74,915	112,471	118,239
1株当たり情報(円)										
当期純利益	¥ 145.38	¥ 160.78	¥ 147.53	¥ 152.07	¥ 119.67	¥ 94.18	¥ 185.95	¥ 133.61	¥ 136.41	¥ 183.42
純資産	2,337.58	2,533.88	2,727.94	2,902.57	2,920.55	3,195.39	3,311.63	3,280.35	3,645.65	3,833.19
配当額	34.00	34.00	34.00	35.00	35.00	35.00	37.00	37.00	40.00	40.00
指標(%)										
総資産当期純利益率(ROA)*	4.8	5.0	4.3	4.2	3.3	2.4	4.5	3.3	2.9	3.7
自己資本当期純利益率(ROE)*	6.4	6.6	5.6	5.4	4.1	3.1	5.7	4.1	3.9	4.9
売上高営業利益率	12.8	12.6	12.0	11.7	10.1	8.8	14.4	11.3	9.9	11.9
自己資本比率	77.0	75.7	78.0	78.7	80.0	79.0	79.6	80.8	77.6	77.9
その他										
発行済株式総数(株)	263,822,080	263,822,080	263,822,080	263,822,080	263,822,080	263,822,080	263,822,080	263,822,080	263,822,080	263,822,080
従業員(名)	4,170	4,368	4,425	4,544	4,732	4,764	5,096	5,101	5,486	5,771

※ ROA及びROEの分母は、それぞれ総資産及び自己資本の期中平均値で算出しています。

日本テレビグループ会社（連結子会社）

● 放送 ● 映像制作 ● イベント ● 販売 ● 技術 ● IT ● サービス ● デザイン ● 音楽 ● スポーツ ● 不動産 ● 配信

0テレ
NIPPON TV HOLDINGS

日本テレビ放送網(株)
地上波放送（放送法による基幹放送事業及び一般放送事業）、放送番組の企画、製作及び販売、その他放送に関連する事業

nrman
USIC

日本テレビ音楽(株)
音楽著作権管理、CDなどの原盤制作、キャラクターの商品化権の管理販売など

0TELWANDS

(株)日テレWands
ICT事業、業務アプリケーション開発、Webサイト・コンテンツ制作、データ放送制作、動画配信、インフラ・ソリューション提供、広告事業

NTVIC

NTVインターナショナル・コーポレーション
米国を拠点とする報道・情報・スポーツ番組の取材制作、国際メディア情報の収集、分析

BS0テレ

(株)BS日本
日本テレビ系BSデジタル放送

vap

(株)バップ
CD、DVDなどの企画制作・販売
録音スタジオのレンタルなど

タツノコプロ

(株)タツノコプロ
アニメーションの企画・製作、アニメーション制作、著作権管理など

(主な持分法適用会社)

CS0テレ

(株)CS日本
日本テレビ系CSデジタル放送

TIPNESS

(株)ティップネス
フィットネスクラブの経営

hulu

HJホールディングス(株)
インターネットを使用したコンテンツ配信事業

MAP

(株)マッドハウス
アニメーションの企画・製作、アニメーション制作、著作権管理など

NiTRO

(株)日テレ・テクニカル・リソースズ
技術プロダクション
スタジオ技術、中継技術、送出技術、EJ取材、編集／ポストプロなど

Murayama

(株)ムラヤマ
展示会、MICE事業、販促イベント、国際スポーツイベント、テーマパーク、アミューズメント施設、国家的式典などの企画、デザイン、制作、施工、演出

ACM

(株)ACM
仙台・横浜・名古屋・神戸・福岡にある「アンパンマンこどもミュージアム」の運営および運営指導

ClaNi

(株)ClaN Entertainment
VTuber、YouTuber、TikTokerなどのインフルエンサーに関するネットワーク事業、プロダクション事業

AXON

(株)日テレ アックスオン
制作プロダクション
番組制作（ドラマ、バラエティ、情報、報道他）全般、コンテンツ制作、字幕制作、ライブラリーなど

labellevie
inc.

la belle vie(株)
ファッションECサイト運営（オンラインフラッシュセールサイトのGLADD、GILTの運営等を展開）

PLAY

(株)PLAY
VODやライブ配信などの動画に関する配信マネジメントシステム、再生プレイヤー、および映像配信プラットフォームソフトウェア開発、システム開発、販売、導入にかかわる事業

0テレHR

(株)日テレHR総合研究所
日本テレビが持つ映像制作のノウハウを活かし、各企業のHR領域における課題や目標に合わせた教育コンテンツを開発・提供

0テレイベント

(株)日テレイベント
スポーツ事業、各種イベント、日テレ学院（タレントセンター、アナウンスカレッジなど）の運営など

0テレサービス

(株)日本テレビサービス
番組連動グッズの企画販売、番組販売、保険代理店など

スタジオジブリ

(株)スタジオジブリ
アニメーションの企画・製作、アニメーション制作、著作権管理など

KANAMEL

KANAMEL(株)
広告映像や映画・ドラマ等の映像コンテンツの企画・制作、戦略コンサルティング、マーケティング戦略の企画立案から実行まで

0テレアート

(株)日本テレビアート
美術制作、照明デザイン、音楽効果
番組のセット、タイトル、フリップ、テロップなどのデザイン、パンフレット・ポスターの企画制作など

0テレリアルエステート

(株)日テレリアルエステート
不動産/建物管理（テナント管理、警備、設備、清掃など）ビルマネジメント業務全般、建築/内装工事、印刷、エネルギー事業

lights

(株)ライツ・イン
アニメ番組などの音楽著作権、商品化権の管理販売など

FYCS
HOLDINGS

読売中京F Sホールディングス(株)
株式等の所有を通じて企業グループの統括・運営等を行う認定放送持株会社

会社情報

(2025年9月30日現在)

会社概要

会社名: 日本テレビホールディングス株式会社
(英文社名:Nippon Television Holdings, Inc.)

所在地: 〒105-7444 東京都港区東新橋一丁目6番1号
03-6215-4111 (代表)

設立日: 1952年10月28日

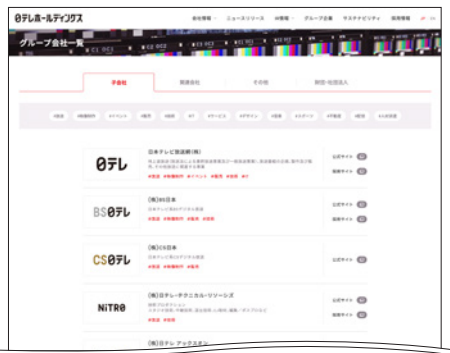
日本テレビホールディングス株式会社は、2012年10月1日付で、認定放送持株会社への移行に伴い、「日本テレビ放送網株式会社」から商号変更しました。

資本金: 186億円

従業員数: 5,771名(2025年3月31日)

グループ会社 連結子会社 22社
非連結子会社 38社
関連会社 32社

<https://www.ntvhd.co.jp/group/>



株式情報

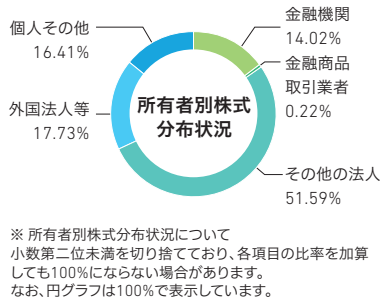
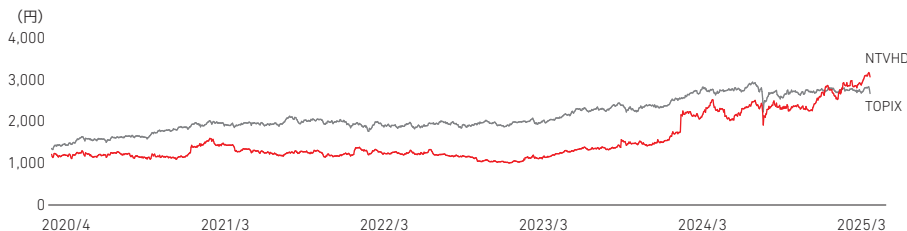
発行可能株式総数: 1,000,000,000株
発行済株式総数: 263,822,080株
上場証券取引所: 東京証券取引所
プライム市場(銘柄コード 9404)
株主数: 28,085名
株主名簿管理人: 三井住友信託銀行株式会社
〒100-8233
東京都千代田区丸の内一丁目4番1号

株主名

	持株数(千株)	持株比率
1 株式会社読売新聞グループ本社	37,649	14.6%
2 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	22,861	8.8%
3 STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	19,926	7.7%
4 読売テレビ放送株式会社	17,133	6.6%
5 株式会社読売新聞東京本社	15,939	6.1%
6 学校法人帝京大学	9,623	3.7%
7 株式会社NTTドコモ	7,779	3.0%
8 株式会社リクルートホールディングス	6,454	2.5%
9 株式会社日本カストディ銀行(信託口)	6,062	2.3%
10 株式会社よみうりランド	5,236	2.0%

(注) 1. 当社が放送法第161条の規定に従い、株主名簿に記載し、または記録することを拒否した株式(外国人持株調整株式)は、23,541,900株です。
2. 持株比率は自己株式を控除して計算し、小数第一位未満を切り捨てて表示しております。

株価/TOPIX



株主優待

優待内容	保有株式数	継続保有期間	基準日	
			3月末日	9月末日
Hulu	1ヶ月分チケット	100~299株	—	○
	3ヶ月分チケット	300株以上	○	○
ティップネス	施設1回利用券	100株以上	○	—
	トルチャ1ヶ月利用券		○	○
GLADD	2,000円割引券	—	○	○
番組観覧	『笑点』収録の観覧 ^{※1} 【抽選】50組100名様	300株以上	○	—
映画	日本テレビ製作映画のチケット ^{※1} 【抽選】100組200名様		3年以上 ^{※2}	○

※1 番組観覧は6月下旬、映画は11月下旬にWebページ・送付資料で応募方法等の詳細をご案内します。

※2 連続7回以上の基準日(3月末日および9月末日)において、同一の株主番号で300株以上保有されていることを指し、直近の基準日から遡って保有期間を判定いたします。



インデックスへの組み入れ

