

닛테레, 日テレ

주요 사업 내용

1. 방송 사업:
 - 방송법에 따른 텔레비전 방송 운영.
 - 방송 프로그램 및 영상 콘텐츠 제작, 판매, 그리고 영상 스트리밍 서비스.
 - 영화 제작 및 배급, 이벤트 기획 및 운영, 해외 사업.
 - 애니메이션, 라이브 공연, 무대, IP 콘텐츠 등의 다양한 미디어 사업.
2. 인터넷 시대의 변화:
 - "AbemaTV" 같은 플랫폼에 콘텐츠 제공 등, 인터넷 시대에 맞춘 새로운 TV의 형태를 모색
3. 신규 사업:
 - e스포츠, XR(확장 현실), 인재 육성, VTuber, 스포츠 코칭, 아나운서가 프로듀싱하는 의류 사업 등, TV 방송국의 자원을 활용해 다양한 분야에서 사업 확장.

*닛테레는 전통적인 방송을 넘어 인터넷 및 신기술을 활용한 새로운 비즈니스 모델에 도전하며 다각화된 사업을 전개 중

事業内容 概要:

- 비즈니스
 - 放送法による基幹放送事業及び一般放送事業、メディア事業、その他放送に関連する事業
 - 放送法によるテレビジョンの放送事業、放送番組・映像コンテンツの制作・販売、動画配信事業、映画事業、イベント事業、海外ビジネス事業、メディア事業、ライツビジネス事業 ほか
 - (映画、アニメ、ライブ、舞台、IPコンテンツなど)
 - サイバーエージェントの「AbemaTV」にコンテンツを提供するなど、インターネット時代でテレビの在り方を模索
 - 新規事業
 - e-sports事業、XR事業、人材育成事業、VTuber事業、スポーツコーチング事業、そしてアナウンサーがプロデュースするアパレル事業など、テレビ局のリソースを活用し、枠を超えた多角的なビジネスに挑戦

특징/타사와 비교

1. 최고의 MC와 콘텐츠: 오랜 시간 함께 성장해온 MC와 강력한 콘텐츠를 기반으로 편성표를 지속적으로 혁신.
2. 방송과 스트리밍: 전 세대의 폭넓은 지지를 목표로 방송과 스트리밍에서 경쟁력 강화.
3. IP 비즈니스:
 - a. 자체 콘텐츠를 활용한 대규모 이벤트 개최.
 - b. 독창적인 IP를 활용한 프로그램 제작 시작함.
4. 이벤트 사업

イベントビジネス

◆モネ 睡蓮のとき

2024年10月5日(土)～2025年2月11日(火・祝)
国立西洋美術館 (東京・上野公園)

マルモッタン・モネ美術館から晩年の傑作約50点に日本各地の作品を加えた、日本最大級の「睡蓮」が集まる展覧会が開幕中！
中でも注目は「睡蓮」の大画面に取り囲まれ、たゆたう水と一体になるかのような展示空間



◆ハローキティ展(Hello Kitty展) -わたしが変わるとキティも変わる ...



2024年11月1日(金)～2月24日(月・休)
東京国立博物館・表慶館(上野公園)

ハローキティ50周年記念「キティとわたし」の50年をテーマにハローキティだけが持つユニークさを紐解く新しい展覧会。史上最大量のグッズ展示をはじめ、個性あふれるアーティストとのコラボ作品、オリジナル映像コンテンツなど様々なコーナーでそのユニークさをひも解く

◆ブルックリン博物館所蔵 特別展 古代エジプト

2025年1月25日(土)～4月6日(日)
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)

ブルックリン博物館が誇る古代エジプトコレクションから、選りすぐりの名品群が東京・六本木に集結。
彫刻、棺、宝飾品、陶器、パピルス、そして人間やネコのミイラなど
約150点の遺物を通して、私たちの想像を超える高度な文化を創出した人々の営みをひも解く



a.

5. 콘텐츠 전략

a. 配信事業:HJホールディングス

配信事業：HJホールディングス

(単位：百万円)	売上高	営業利益
2024年度 中間期 (4-9月)	16,071	△299

【中間期状況】 ドラマ不調で会員数減少が影響

<Huluオリジナルバラエティ>

- 「山崎賢人×JEONGHAN 奇跡旅 in 韓国」、「舞台『千と千尋の神隠し』ロンドンへ飛ぶ」が会員獲得に大きく貢献
- 2023年9月にシーズン1を配信した「春日ロケーション」。その人気に応じて2024年8月より早くもシーズン3を配信開始



<地上波×Hulu連動ドラマ>

- 「私をもらって」シーズン2、ファイナルシーズン
「私をもらって」のセカンドシーズン～恋路編～を8月30日よりHulu先行配信スタート。
ファイナルシーズンとなる～出逢編～は2025年2月からHuluで独占配信予定

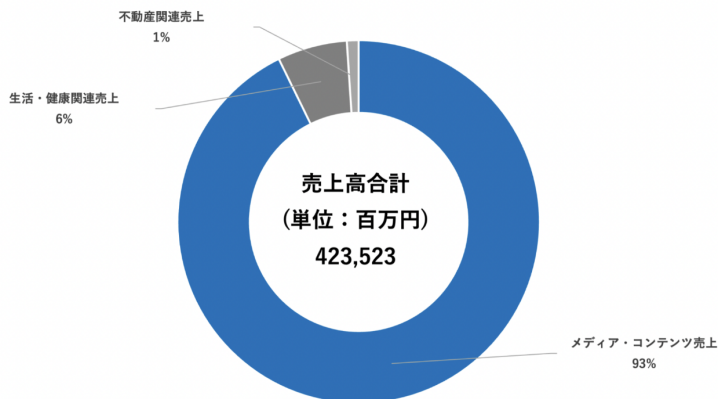


- 「離婚弁護士スパイダー」
「離婚弁護士スパイダー」～感謝料争奪編～を10月4日より放送・配信開始。
セカンドシーズンとなる～偽りと裏切り編～は地上波放送に先立ちHuluで先行配信する



b.

2023年度 日本テレビ セグメント別売上比率



あらゆる部門で人気番組を保持する日本テレビ。メディア・コンテンツ事業は、売上高の9割以上を占める

- 『世界の果てまでイッテQ!』(バラエティー)
- 『news zero』(ニュース・情報)
- 『金曜ロードショー』(映画)(※35)
- 『Going! Sports&News』(スポーツ)

중요 포인트*

- 2023년 9월 스튜디오 지브리의 주식을 취득하여 닛테레 산하 아래로 합류.
 - 스튜디오 지브리 애니메이션 영화 제작과 지브리 미술관 및 지브리 파크 운영에 집중, 지브리의 자율성을 존중할 것이라고 발표함.
 - 지브리의 독립적인 작업을 지지하면서 TBS와의 시너지 효과를 추구하는 방향으로 이루어질 예정
- 2023년 9월에는, 스튜디오지브리의株式を取得し子会社化したことを発表。「スタジオジブリの自主性を尊重し、スタジオジブリは今後ともアニメーション映画の制作、ならびにジブリ美術館、ジブリパークの運営に専念していく」

업계 점유율: 業界シェア

- 事業規模: 4,139億円(業界2位)
- 事業の特徴: 高視聴率でテレビコンテンツに強みを持つ
- 関連企業: 読売新聞
- 社風: 現場での意思決定・仲の良い現場

매출: 売り上げ

- 4,139億円

2024年度第2四半期決算概況

増収増益

- スポット収入の回復により日本テレビが増収増益に
- 海外番販や映画なども貢献
- スタジオジブリ、日本テレビサービス、ACMが売上・利益に寄与
- 政策保有株売却益43億円を計上

日本テレビ放送網：広告収入状況

地上波テレビ広告収入が回復基調に

- スポットは6月以降前年を上回る。10月以降も好調な推移
- タイムの4月期レギュラーセールスは前年を下回った。特番は堅調なセールス
- デジタル広告は順調

	2023年度中間期 (4-9月)	2024年度 中間期 (4-9月)	前年差	増減率
広告収入	105,635	106,879	1,244	1.2%
タイム	51,505	50,375	△1,129	△2.2%
スポット	51,564	52,971	1,406	2.7%
デジタル広告	2,565	3,532	967	37.7%

※ 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：広告収入詳細

2024年度 広告収入前年同月比

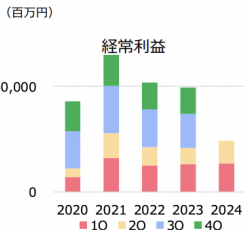
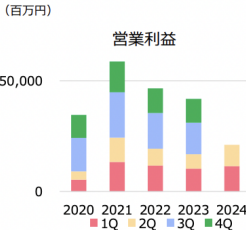
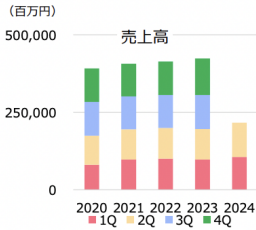
タイム	増減率	スポット	増減率	デジタル広告	増減率
4月	△5.6%	4月	△2.4%	4月	56.2%
5月	△4.5%	5月	△2.4%	5月	60.5%
6月	6.3%	6月	6.2%	6月	38.7%
7月	△2.4%	7月	3.7%	7月	13.9%
8月	△2.5%	8月	5.0%	8月	44.1%
9月	△4.0%	9月	8.8%	9月	21.9%

スポットセールス 中間期（4-9月）出稿業種別比較

2023年度	シェア	増減率	2024年度	シェア	増減率
1 サービス	16.3%	△ 5.2%	1 サービス	16.9%	6.7%
2 化粧品・トイレットリー	10.7%	32.8%	2 化粧品・トイレットリー	11.7%	12.0%
3 通信・ゲーム	9.3%	△ 31.2%	3 通信・ゲーム	8.8%	△ 2.2%
4 金融・保険業	6.1%	△ 4.8%	4 金融・保険業	5.6%	△ 6.2%
5 非アルコール飲料	5.1%	0.6%	5 アルコール飲料	5.5%	25.6%

日本テレビホールディングス：連結決算概況

	2023年度 中間期 (4-9月)	2024年度 中間期 (4-9月)	前年差	増減率
売上高	196,000	216,873	20,872	10.6%
営業利益	16,796	21,141	4,344	25.9%
経常利益	20,846	24,255	3,408	16.4%
親会社株主に 帰属する中間純利益	13,701	15,968	2,267	16.5%



中期経営計画 2022-2024（PDF添付）

新経営方針

感動×信頼の No.1 企業へ

生活者にとってのいちばんに、クリエイターにとってのいちばんに。
日本テレビグループはあらゆる感動を創造し、信頼される No.1 企業を目指します。

新中期経営計画のスローガン

「テレビを超えろ、**ボーダー**を超えろ。」

感動×信頼の No.1 企業として
メディア、国境、固定概念、すべての境界を超えた新しい感動体験を創造しよう。

회사 비전, 이념 비전·理念

- 見たことのない未来をつくろう。

경영자의 인사글, 経営者の挨拶文

- グループの中核をなす日本テレビ放送網は、2024年1月に開局70年の歩みをふまえ、「心と未来に、のこるもの。」という新たなコーポレートメッセージを発表しました。2023年度には、広告主が最も重要視する「コアターゲット（13歳～49歳）視聴率」で12年連続の三冠を獲得しました。この結果、スポット広告市場においては、関東エリアで3割超という圧倒的なシェアを達成しています。地上波テレビでは、広告収入の回復が課題ですが、2024年度から「コアターゲットの圧倒的支援を得る」ことを目指す新戦略を掲げ、大胆な番組改編を行っています。また、広告価値を最大限に高めるためデジタル技術も活用したCM販売戦略、アドリーチマックス戦略にも力を入れる方針です。
TVerを中心としたデジタル広告、アニメ、IPビジネス、映画、イベントなどの事業は好調に推移しています。特にアニメは、金曜夜の全国枠で放送した『葬送のフリーレン』などが話題となり、大きな反響を呼びました。
2023年には、多くの人に愛される作品を生み出してきたスタジオジブリが日本テレビグループに加わりました。宮崎駿監督の映画『君たちはどう生きるか』が米アカデミー賞をはじめ数々の賞を受賞するなど嬉しいニュースが相次いでいます。
グループ会社では、展示会などを手掛けるムラヤマやスポーツクラブを営むティップネスが企業努力により黒字に転換しました。アンパンマンこどもミュージアムを展開するACMや日本テレビ音楽も好調です。Huluではオリジナルコンテンツが会員獲得に大きく貢献し、売上高が増加しました。
日本テレビ放送網では、6月から新しい人事労務制度を導入しました。テレビ業界を取り巻く環境の激変に対応し、内からの改革で社内を活性化させる狙いです。6月の組織改正では、海外戦略センターを新設し、海外での事業展開を積極果敢に進めます。
中期経営計画で掲げたスローガン「テレビを超えろ、ボーダーを超えろ。」を実践し、「感動×信頼のNo.1企業」を目指します。

評判・口コミ

- バラエティのフジ、ドラマのTBS、スポーツのテレ朝というイメージがあるが、日本テレビはオールマイティーに各部門に強み
- 素材やノウハウを部門間で共有する文化



社員による会社評価スコア - 日本テレビ放送網株式会社



日本テレビ放送網株式会社の評判・口コミ

事業展望・強み・弱み

口コミ投稿日：2024年07月03日

回答者：女性/ ネットニュース/ 退職済み (2020年) / 新卒入社/ 在籍6～10年/ 派遣社員

★★★★☆ 3.6

事業の強み:

新しいことを取り入れようという風土はあるが、業界に以前のようなパワーがない、将来性を不安視する人も多い。

強みは大企業であること。小さなプロダクションに入るよりは、同じテレビの仕事でも大手にいた方が経験できる業務が増える。

事業展望:

将来性には不安あり。テレビからインターネットへのデジタルシフトにどれだけついていけるか、他社より先にシフトできるかがカギになるとみられている。ネットとテレビは親和性あるようでない。世代を超えて見てもらえる意義あるコンテンツをどう生み出して届けていくのか、抜本的な改革を行えないと将来つまづくと思う。若い世代のニーズの把握、どんなUIが好まれるのか、よりの確な施策が必要と感じていた。



日本テレビ放送網株式会社の評判・口コミ

事業展望・強み・弱み

口コミ投稿日：2022年02月21日

回答者：男性/ 技術総合職/ 現職 (回答時) / 新卒入社/ 在籍3～5年/ 正社員

★★★★☆ 4.1

事業の強み:

若手の提案に対して十分な審査をしたのちに、事業化するような支援をしてくれる。

事業の弱み:

冒険はあまりしない。リスクを負うことを極端に嫌がる傾向あり。

事業展望:

放送外収入を今後どれだけ生み出せるかが鍵を握る。

작년 신입 모집 내용

- 콘텐츠 제작 및 보도 부문
- IT 엔지니어 및 방송 엔지니어 부문

올해 신입 모집 내용

- 테크놀로지 부문
- 콘텐츠 제작 및 보도 부문

昨年度・今年度 新卒募集内容

- 昨年度:
 - コンテンツ制作・報道部門
 - ITエンジニア・放送エンジニア部門
- 今年度:
 - 【1】テクノロジー部門
 - 【2】コンテンツ制作／報道部門
 - 【3】メディアビジネス部門

원하는 인물상

- 지상파 방송의 틀을 넘어 다양한 도전을 추구.
- 팀워크와 소통이 필수적인 업무 환경.
- 다양한 분야의 스태프와 협력하여 프로그램 제작.
- 팀과 함께 목표를 달성하는 데에서 기쁨을 느끼는 인재를 선호.

日本テレビの仕事は、地上波放送の「枠」だけに収まることなく多岐にわたっています。いまこそ、テレビの「枠」を超えて挑戦できる人材を求めています。またテレビは、一人では絶対に作れません。チームワークが非常に大切です。カメラの後ろには、制作スタッフだけでなく、技術・美術をはじめ驚くほど大勢の人たちがいて番組を支えています。その大人数が「良い番組を作ろう」という同じ方向を目指すようにコミュニケーションをとっていくことが求められます。だから、チームで何かを作り上げることに喜びを感じられる人を求めています。