

2007年度 第1四半期 決算説明会資料



2007年 8月 2日(木)
日本テレビ放送網株式会社

本説明会及び資料の内容には、将来に対する見通しが含まれていることがあります。しかし、実際の業績はさまざま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。



目次

連結損益決算書ハイライト.....	P 4
単体損益計算書ハイライト.....	P 5
スポットセールス業種別シェア	P 7
業績予想	P 9
参考資料 : 設備投資額と減価償却費予想.....	P 11
中期経営計画達成に向けた編成戦略	P 12
映画事業・通販事業	P 14
参考資料 : 視聴率動向.....	P 19

連結損益計算書 ハイライト

- 日本テレビ単体は、放送収入の減少により、減収減益だった
- 子会社VAPは、昨年度の「ALWAYS 三丁目の夕日」DVDなどの反動減により減収減益だった
- BS日本の収支改善などに伴って、持分法投資損益が改善された

単位 :百万円未満切捨)	2006年度 第1四半期	2007年度 第1四半期	伸率(%)
売上高	86,185	84,274	△ 2.2
営業利益	10,315	7,530	△27.0
経常利益	11,422	8,901	△22.1
当期 (四半期)純利益	6,094	5,054	△17.1

単体損益計算書 ハイライト

放送収入】

・タイムセールスのレギュラー分は昨年並みだった。一方、単発分は、昨年のFIFAワールドカップによる大幅反動減となった

・スポットセールスは、関東エリアへのCM投下量に伴って減少した

事業収入】

・通販事業が大幅増収。映画事業、海外番販事業も好調に推移した

番組制作費】

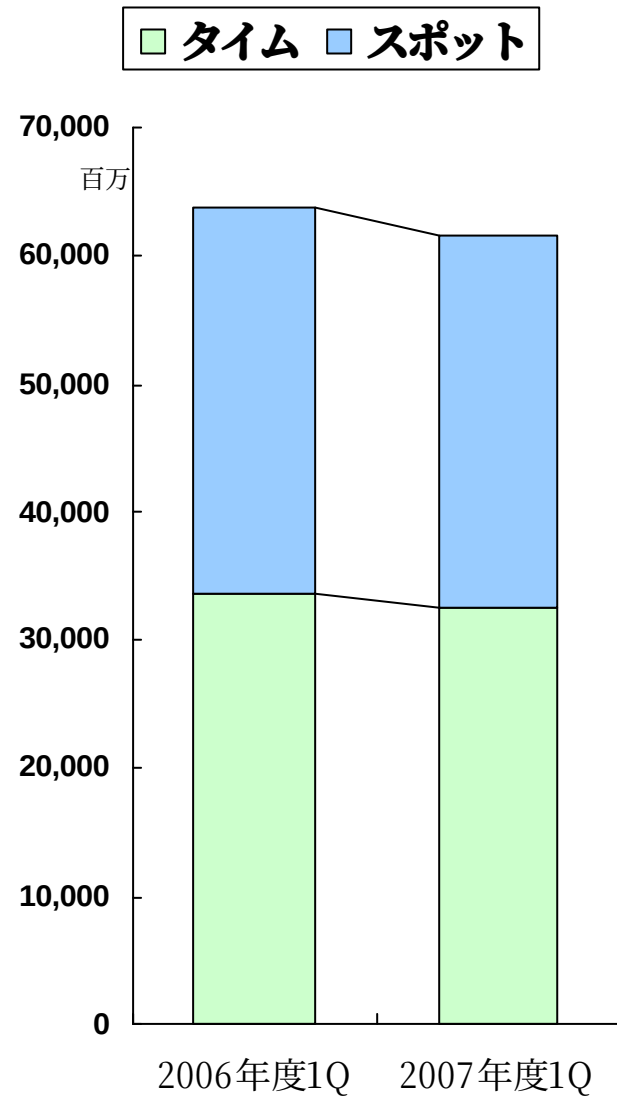
・昨年上期にはなかったNEWS ZEROおよびMusic Loversの制作費の増加等により、3.1%増となった

事業費】

・映画事業において主幹事作品 2本が公開されたことや、通販事業の拡大に伴う仕入コスト等が増加した

単位 :百万円未満切捨)	2006年度 第1四半期	2007年度 第1四半期	伸率(%)
売上高	72,551	72,012	△ 0.7
営業利益	7,427	5,795	△22.0
経常利益	8,342	6,713	△19.5
当期 (四半期)純利益	4,937	4,024	△18.5

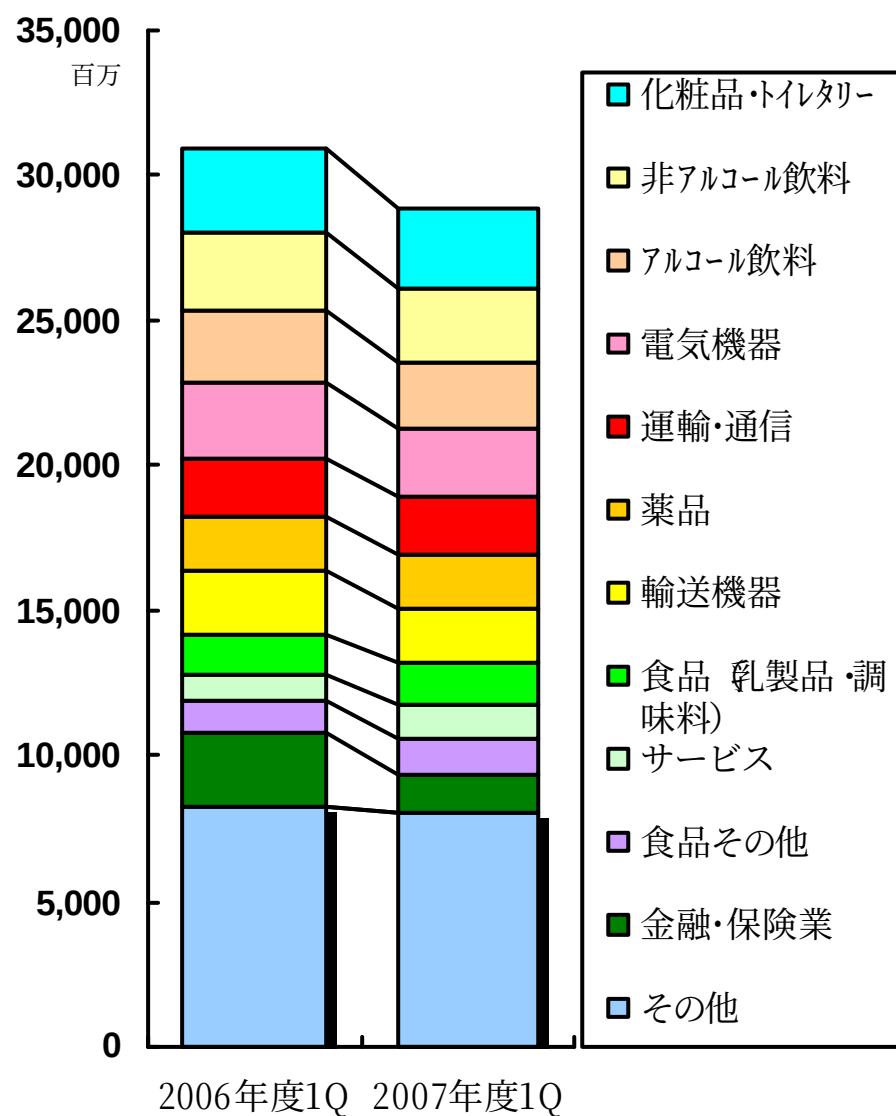
放送収入 単体)



単位 :百万円未満切捨)

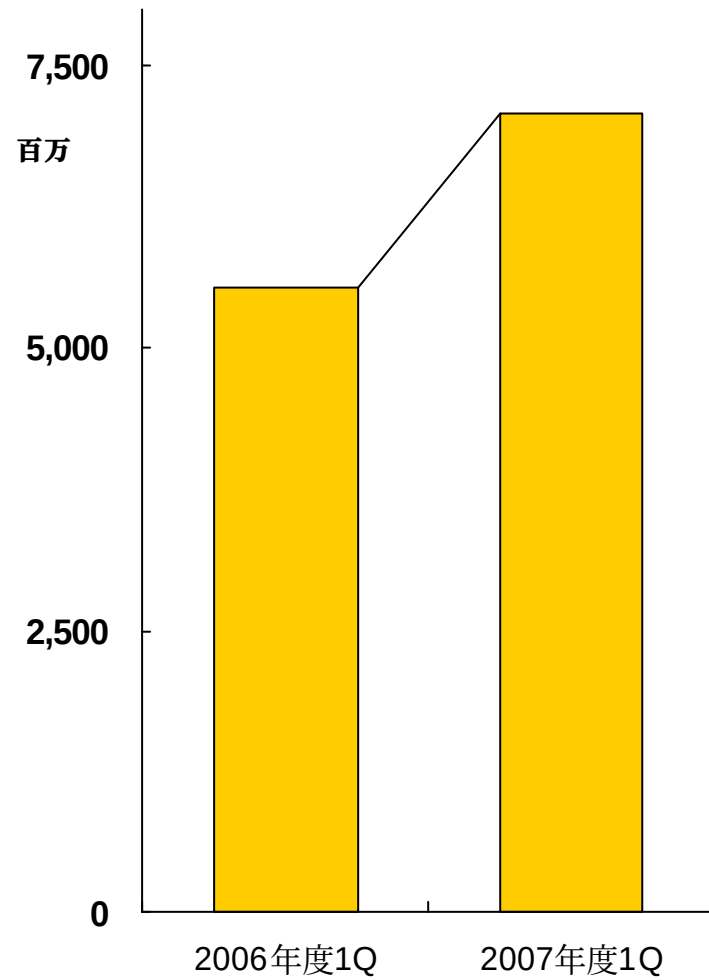
	2006年度 第1四半期	2007年度 第1四半期	比較	伸率 (%)
放送収入合計	63,612	61,441	△2,171	△3.4
タイム	33,610	32,625	△984	△2.9
スポット	30,002	28,815	△1,186	△4.0

スポット業種別シェア



	シェア	伸率(%)
化粧品・トイレタリー	9.43	△ 5.5
非アルコール飲料	8.77	△ 7.5
アルコール飲料	8.13	△ 0.9
電気機器	7.89	△ 15.9
運輸・通信	6.77	0.3
薬品	6.60	3.0
輸送機器	6.55	△ 15.9
食品 乳製品・調味料	4.80	0.1
サービス	4.39	24.6
食品その他	4.34	23.6
金融・保険	4.33	△ 49.3
その他	28.00	△ 2.8
合 計	100.00	

事業収入 単体)



単位：百万円未満切捨)

	2006年度 第1四半期	2007年度 第1四半期	比較	伸率 (%)
合計	5,531	7,082	1,551	28.0

2007年度 業績予想

単位 :百万円)

中間期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
連結	161,500	7,000	8,500	4,000
単体	137,000	2,500	4,000	2,000

単位 :百万円)

通期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
連結	335,500	18,500	21,500	11,500
単体	287,000	10,500	12,500	7,000

★ 5月時公表のものと変更ありません

参考資料 : セグメント別業績予想

(単位 : 百万円)

2007年度通期	売上高	営業費用	営業利益
テレビ放送事業	265,900	239,900	26,000
文化事業	62,600	57,900	4,700
その他の事業	14,700	12,200	2,500
合計	343,200	310,000	33,200
消去又は全社	△ 7,700	7,000	△ 14,700
連結	335,500	317,000	18,500

参考資料 設備投資額と減価償却費予想

単位：億円)

＜連結ベース＞	設備投資予想	減価償却費予想
2007年度	68	126

単位：億円)

＜単体ベース＞	設備投資予想	減価償却費予想
2007年度	63	119
2008年度	97	124
2009年度	89	120
2010年度	84	115
2011年度	60	104

★ 今回、減価償却費の2008年度以降を見直しています

中期経営計画達成に向けた編成戦略

視聴率トップ奪還で収益力の大幅UPを目指す

2006年10月期： 23 時台の改革 『ZERO』の開始

2007年 4月期： ゴールデン・プライムタイムの大改革

2007年10月期： ノンプライムの見直し・改革

2008年 4月期： ゴールデン・プライムタイムの改革II
全ゾーンの補完

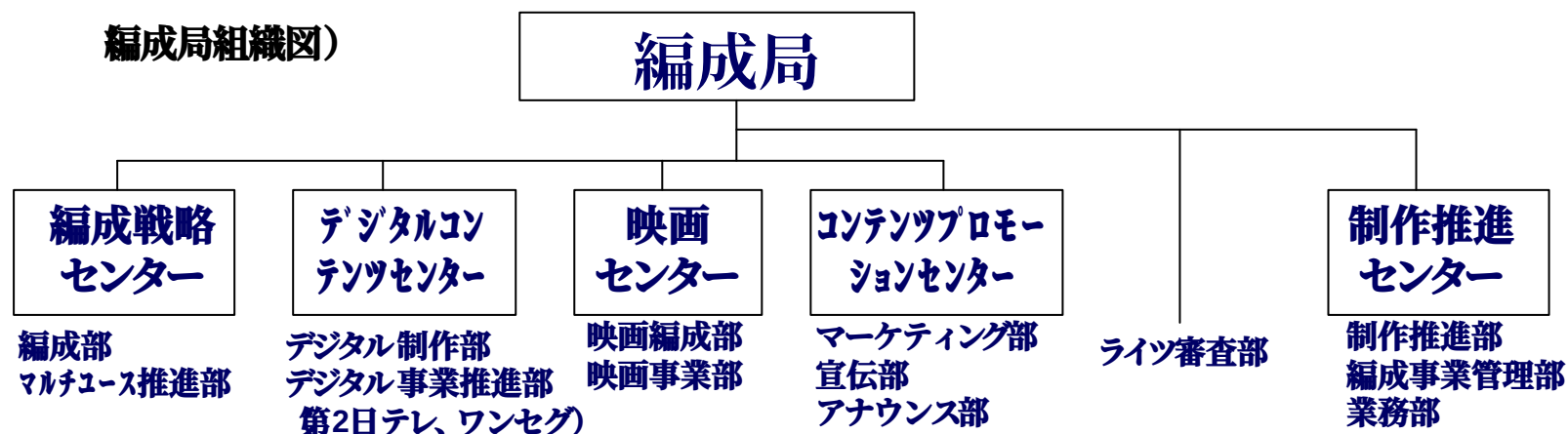
中期経営計画達成に向けた組織改正

目的	放送収入で売上No 1 放送外収入で伸び率No 1 の達成
ポイント	編成局にデジタル、VOD、映画の各部門を統合



地上波と連携したビジネス展開
例) ・ドラマ「バンビーノ」「ホテルノヒカリ」スピンオフ作品を第2日テレで配信 ・10月新番組「元氣!com」(仮)は携帯やPCで視聴者参加 ・出資映画は地上波との連携強化で相乗効果

編成局組織図)



映画事業

2007年度の主なラインアップ 日本テレビ主幹事作品)

東京タワー オカンとボクと、時々、オトン

4月14日より公開。興行収入約20億。今年度下期DVD発売予定



舞妓 Haaaaan!!!

6月16日より大ヒット公開中。現在興行収入20億、動員数150万人。今年度下期DVD発売予定

ALWAYS 続・三丁目の夕日

11月3日よりロードショー。2005年度の大ヒット作品の続編



マリと子犬の物語

12月8日公開予定。中越地震の実話に基づいた絵本「山古志村のマリと三匹の子犬」の映画化



L 仮題)

2008年2月9日公開。2006年度のDEATH NOTEのスピノフ作品



この他にも「陰日向に咲く」「死神の精度 仮)」など出資映画を多数公開予定。現在「舞妓Haaaaan!!!」「ピアノの森」「それいけ!アンパンマン シャボン玉のプルン」「アズールとアスマール」を公開中

通販事業

2007年度第1四半期

売上18.6億 前期比 約2倍 利益は約7倍に



経験則から売れ筋商品を的確に把握
大ヒット商品が増加し、売上倍増



(人気商品) テンテンベルト HAMANOバッグ
ジーニーインスタントラインスモーカー
ニンテンドーDS Lite など

【日テレ通販の強味】

- ・「ラジかるッ×ポシュレ」ウレセン!」ポシュレデパート深夜店」と番組演出を工夫
- ・通販と情報番組が一体となった 有名主婦タレント! 全国お取り寄せお中元スペシャル」(7月15日放送)は大好評。約6億の売上
- ・本人が番組出演で「ビリーズブートキャンプ」は大ヒット中



有名主婦タレント!
全国お取り寄せ
お中元スペシャル!



新たな体制による編成戦略

日本一のコンテンツメーカーとして視聴率No. 1を奪還

編成局の大組織改正 (p.16参照)

最良のコンテンツと最大の収益を生み出す最強のヘッドクォーター化

- ・ 地上波、第2日本テレビ、ワンセグ、映画などトータルコーディネート
- ・ 制作・情報エンターテインメント・スポーツ局の専門化をバックアップ
- ・ ライツ処理の迅速化
- ・ マーケティング強化

マインド改革

「テレビ屋になろう」
「見たことないを創る」 → 先鋭化されたプロ集団を目指す

グループ戦略

日テレ・グループ・ホールディングス傘下企業との連携
グループとしての制作力アップと制作費のコントロール

10月改編

*ノンプライムの改革

①昼帯の強化

- ・ **おもいっきりテレビ**」の改革

今の視聴者を失わず、より若いターゲットにも訴求。5分枠拡大とロケVTRの強化、旬のゲスト出演など

- ・ **サ・ワイド**」の枠はドラマ再放送

- ・ 夕方16時台に新企画 **元氣! . Com**」 仮)を編成

プライムタイムにつながる視聴率獲得とワンセグ・Web・携帯連動など新たな試みにチャレンジ



②23時台 **NEWS ZERO**」の更なる強化

枠を3分拡大しカルチャー 特集コーナーを充実、曜日キャスター強化



③土日昼帯の視聴フローの改善

日曜昼に大枠で新番組 **平成ファミリー**」 仮)を編成

*プライムタイムの弱点補強

話題性ある新企画の投入で**一桁番組一掃**を目指す

月曜22時 **オジサンズ11**」、火曜19時 **新企画バラエティー**

番組編成

現状の視聴率分析

■朝帯ベルト番組が好調

「ズームイン!!SUPER」が絶好調で同時帯1位独走。続く「スッキリ!!」「ラジかるッ」も上昇傾向。全日・ノンプライムはフジテレビと互角の争いに



■週末プライムタイム強化に成功

4月改編が成功し、土曜・日曜のプライムタイム（レギュラー編成時）は視聴率1位を確保

■ドラマ編成

「バンビーン」 「ホタルノヒカリ」など、昨年に引き続き水曜ドラマが好調

積極的な取り組み】



*キャンペーン型編成

■「環境・エコ」、学校」等テーマを設定し、特番の編成、ニュースやレギュラー番組での取扱い、PRスポットの集中投下などで、日本テレビから視聴者へ強力なメッセージを伝える編成戦略

■6月「エコウイーク」、7月「学校ってなに?」、8月「24時間テレビ」を実施。

11月にも新たなテーマを検討中。12月にはTOYOTAプレゼンツFIFAクラブワールドカップ編成に伴い、「サッカーウイーク」を予定



*新たな地上波メディア価値の創造に挑戦

■ワンセグ連動企画、ドラマの-spinoff企画のネット配信など検討中

参考資料 : 視聴率動向

年間平均視聴率

2007年1月1日 - 2007年7月29 日/ 30週間)

出所：ビデオリサーチ

	NTV	TBS	CX	EX	TX	HUT
全日	8.3	7.7	8.7	7.6	3.7	43.0
昨年同期	8.8	8.0	9.5	7.8	3.8	44.6
プライム	12.2	12.2	13.6	12.1	7.8	64.7
昨年同期	13.0	12.7	14.5	12.9	7.8	66.5
ゴールデン	12.0	12.2	13.6	11.1	8.3	65.6
昨年同期	12.8	12.7	14.4	12.0	8.2	67.1
ノンプライム	7.1	6.4	7.3	6.3	2.6	36.7
昨年同期	7.6	6.7	8.1	6.3	2.6	38.4

視聴率動向②

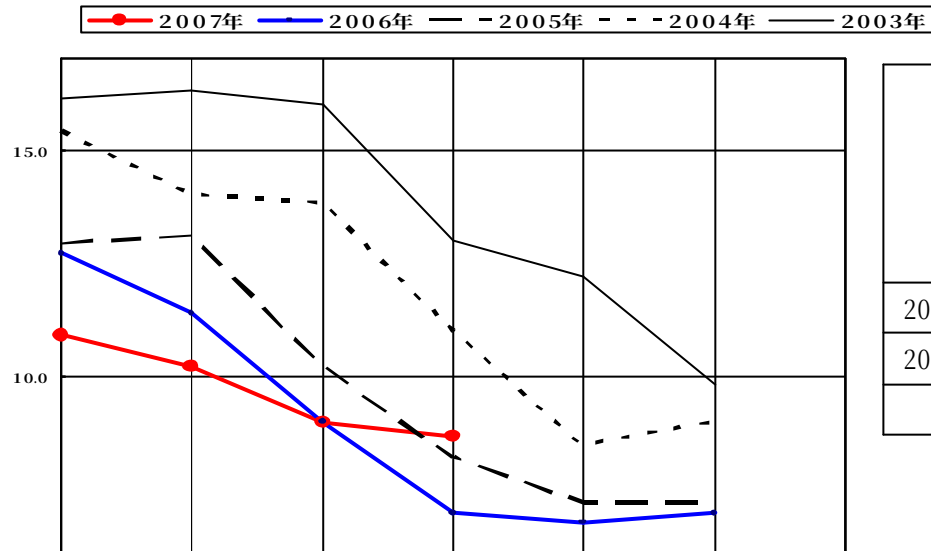
年度平均視聴率

2007年4月2日 - 2007年7月29日 / 17週間

出所：ビデオリサーチ

	NTV	TBS	CX	EX	TX	HUT
全日	8.0	7.5	8.5	7.6	3.7	42.5
昨年同期	8.4	7.7	9.5	7.6	3.8	43.7
プライム	12.0	11.7	13.3	12.3	7.8	64.4
昨年同期	12.5	12.4	14.5	12.8	7.9	65.7
ゴールデン	11.9	11.8	13.4	11.3	8.2	65.3
昨年同期	12.2	12.3	14.4	11.8	8.4	66.1
ノンプライム	6.9	6.3	7.1	6.3	2.5	36.3
昨年同期	7.3	6.4	8.0	6.2	2.6	37.5

巨人戦ナイター 視聴率推移



巨人戦視聴率比較 (7月第4週まで)

	NTV		他局		全平均	
	放送試合数	視聴率(%)	放送試合数	視聴率(%)	放送試合数	視聴率(%)
2007年	25	10.4	31	9.8	56	10.1
2006年	39	10.6	41	10.1	80	10.3
差		▲0.2		▲0.3		▲0.2

(単位:%)	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	全平均
2007年	10.9	10.2	9.0	8.7				10.1
NTV	11.3	10.3	9.7	9.2				10.4
他局	10.6	10.1	8.5	8.0				9.8
2006年	12.7	11.4	9.0	7.0	6.8	7.0		9.6
2005年	12.9	13.1	10.2	8.2	7.2	7.2		10.2
2004年	15.4	14.0	13.8	11.0	8.5	9.0		12.2
2003年	16.1	16.3	16.0	13.0	12.2	9.8		14.3

※地上波放送のみを対象としています。BS・CSでの放送は対象としておりません

※月の区切りは週(月～日)単位です。3月最終週に放送された開幕カード分は4月度に含めて集計しています

※月別平均視聴率表・グラフはナイター中継(日曜17時試合開始を含む)の平均、デーゲーム及び深夜の録画放送は含めておりません



2007年7月30日現在

出所：ビデオリサーチ

