

2010年度決算 IR説明会



2011年5月18日

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。
また、本資料の無断転載はお断りいたします。



2010年度通期ハイライト

代表取締役 社長執行役員

細川 知正



連結

- 10期ぶりの「増収増益」
- 営業利益「300億円台」回復
- VAP「黒字化」 前期比で大幅な収支改善

単体

- スポットセールス好調によりテレビ広告収入「増収」
- 視聴率4部門全てで首位局に肉薄

決算概況

取締役 執行役員 経理局長

能勢 康弘



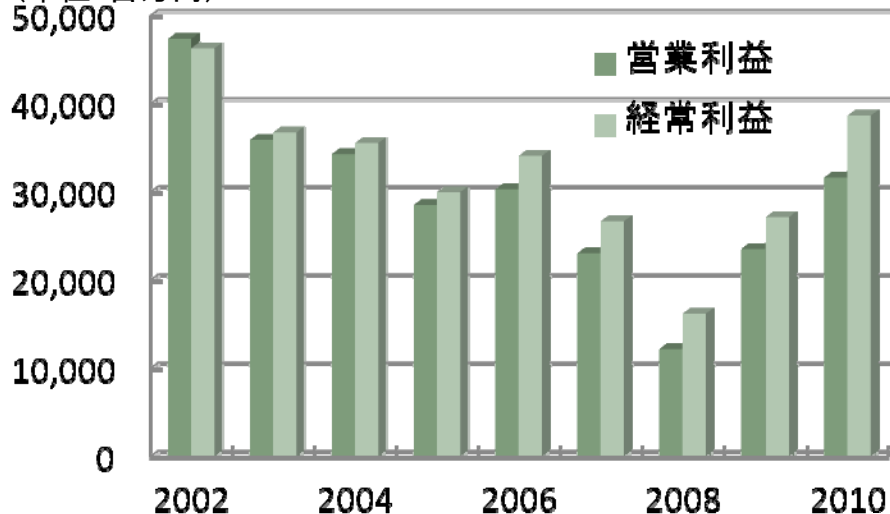
連結損益



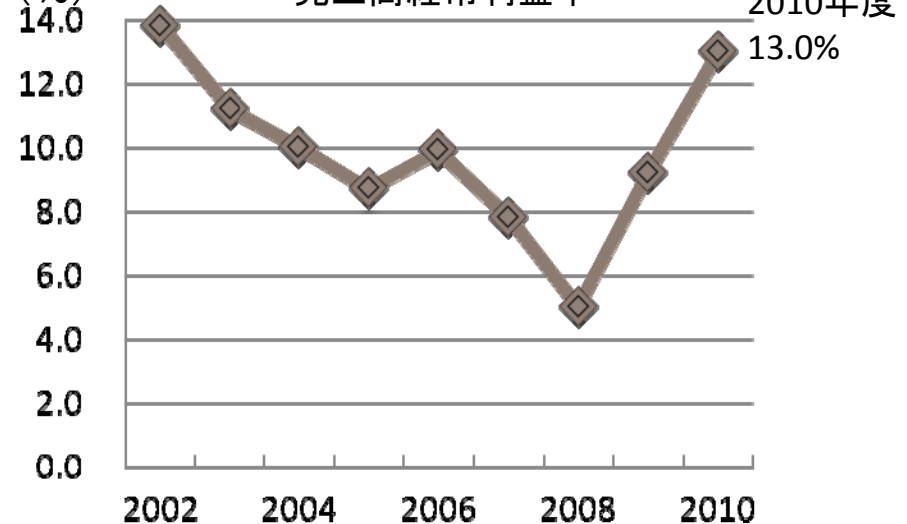
(単位:百万円)

	2009年度	2010年度	増減率 (%)	2009年度 1-3月期	2010年度 1-3月期	増減率 (%)
売上高	296,933	297,894	0.3	73,566	75,010	2.0
営業利益	23,562	31,670	34.4	6,823	8,245	20.8
経常利益	27,184	38,702	42.4	7,245	8,614	18.9
当期純利益	16,595	21,048	26.8	4,321	4,260	△1.4

(単位:百万円)



(%)



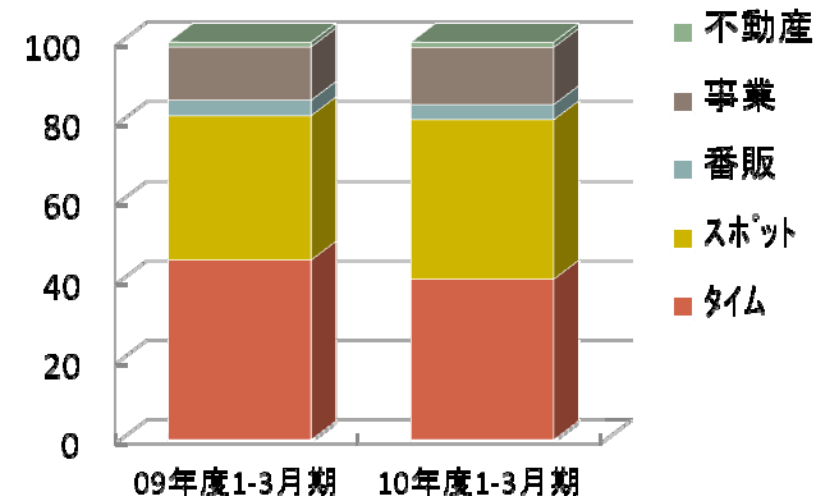
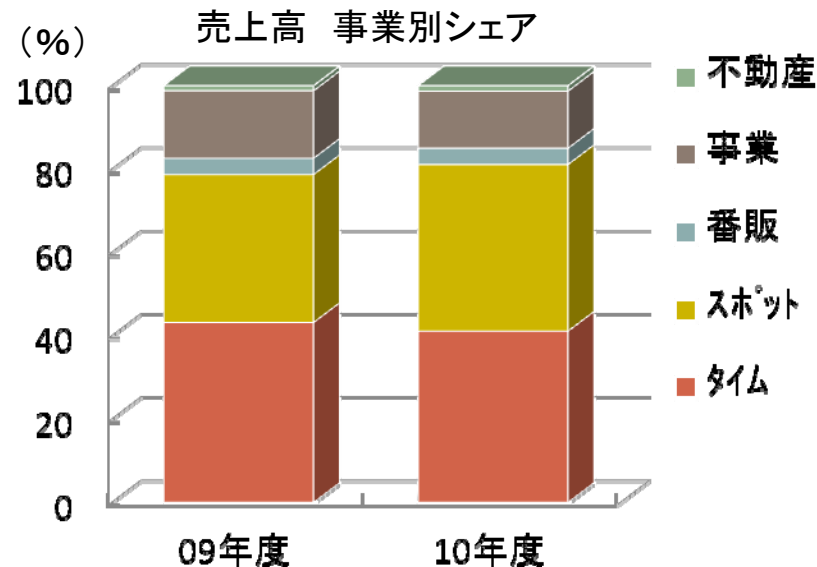
単体損益



(単位:百万円)

	2009年度	2010年度	増減率 (%)
売上高	261,060	258,058	△1.1
営業利益	22,210	27,137	22.2
経常利益	25,116	32,542	29.6
当期純利益	14,443	16,467	14.0

	2009年度 1-3月期	2010年度 1-3月期	増減率 (%)
売上高	64,728	65,336	0.9
営業利益	5,701	7,255	27.3
経常利益	6,174	7,808	26.5
当期純利益	3,965	3,155	△20.4



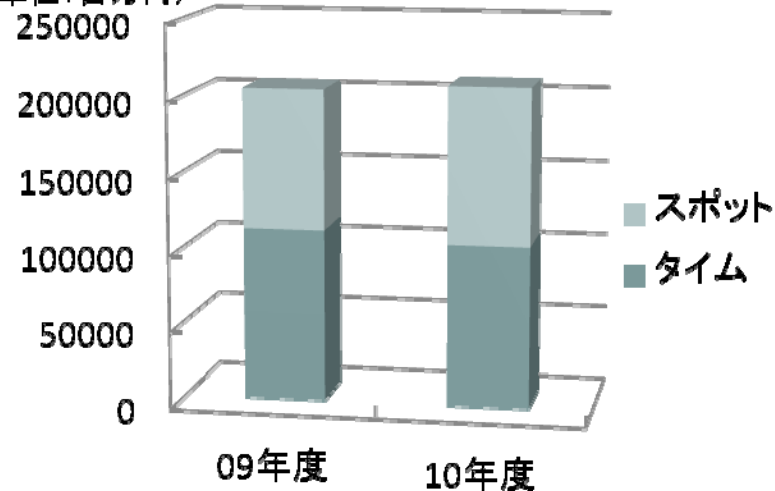
テレビ広告収入－単体－



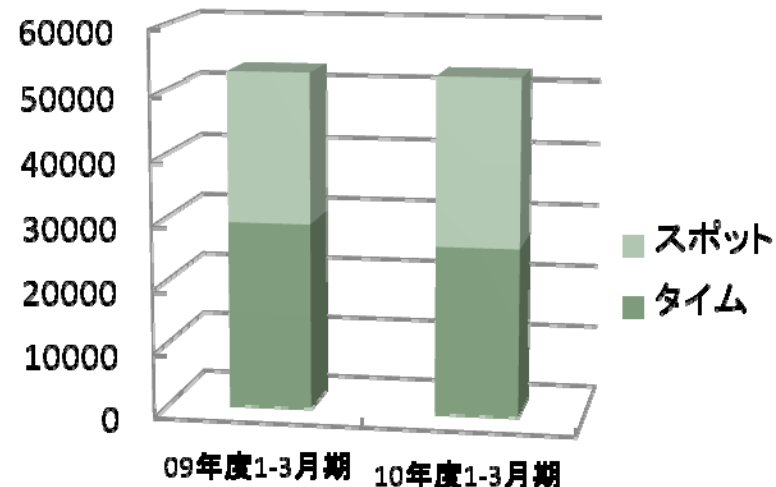
(単位:百万円)

	2009年度	2010年度	比較	増減率 (%)
テレビ 広告収入	205,426	209,263	3,837	1.9
タイム	112,840	105,926	△6,914	△6.1
スポット	92,585	103,337	10,751	11.6

(単位:百万円)



	2009年度 1-3月期	2010年度 1-3月期	比較	増減率 (%)
テレビ 広告収入	52,758	52,591	△167	△0.3
タイム	29,276	26,409	△2,866	△9.8
スポット	23,481	26,181	2,699	11.5



事業収支



2010年度 事業種別収支

(単位:百万円)

	収入	費用
イベント	4,778	4,367
BS、CS、CATV	5,233	2,786
ライツ(国内)	2,917	994
ライツ(海外)	488	192
通販	10,769	9,848
出版	718	574
映画	9,068	8,143
その他	1,407	1,882
合計	35,378	28,786

番組制作費－単体－

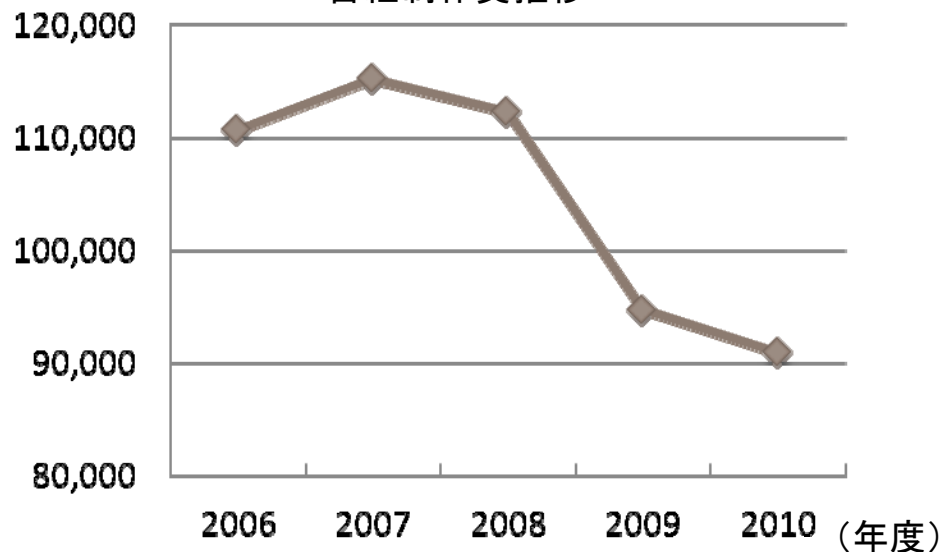


(単位:百万円)

2009年度	2010年度	比較	増減率(%)
94,717	90,874	△3,842	△4.1
2009年度 1-3月期	2010年度 1-3月期	比較	増減率(%)
24,253	21,578	△2,675	△11.0

(単位:百万円)

番組制作費推移



設備投資と減価償却



(単位: 億円)

2010年度	設備投資額	減価償却費
連結	46	84
単体	39	76

2011年度予想	設備投資額	減価償却費
連結	85	83
単体	79	75

セグメント別ー実績と予想ー



(単位:百万円)

2010実績	コンテンツビジネス	不動産賃貸	その他	調整額	連結FS
売上高	292,706	7,261	2,661	-4,733	297,894
営業費用	262,844	5,428	2,684	-4,733	266,224
営業利益	29,861	1,832	-23	—	31,670

2011通期予想	コンテンツビジネス	不動産賃貸	その他	調整額	連結FS
売上高	287,700	6,900	2,900	△4,500	293,000
営業費用	264,270	5,140	2,890	△4,500	267,800
営業利益	23,430	1,760	10	—	25,200

2011上期予想	コンテンツビジネス	不動産賃貸	その他	調整額	連結FS
売上高	136,600	3,500	1,800	△2,400	139,500
営業費用	130,900	2,610	1,790	△2,400	132,900
営業利益	5,700	890	10	—	6,600

営 業 コンテンツ事業 業績予想

代表取締役 社長執行役員

細川 知正

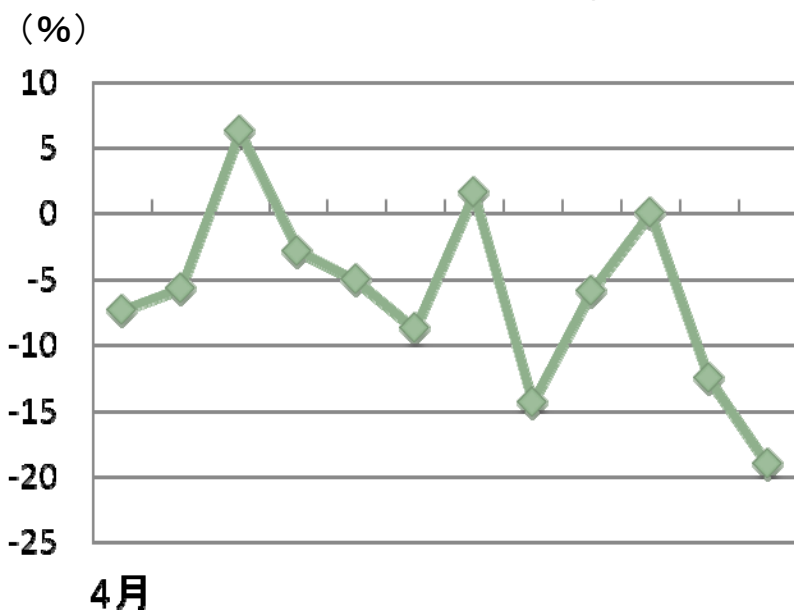


営業実績と見通しータイムー



タイム	2009年度	2010年度
1月	△12.3%	0.0%
2月	△6.6%	△12.6%
3月	△15.7%	△19.1%
通期収入	112,840	105,926

(単位: 百万円)



2010年度 まとめ

- 前年度バンクーバー五輪収入の反動減をカバーできず
- 単発番組の本数減も、字幕つきネット番組など新しい試みも

今期(今後)の見通し

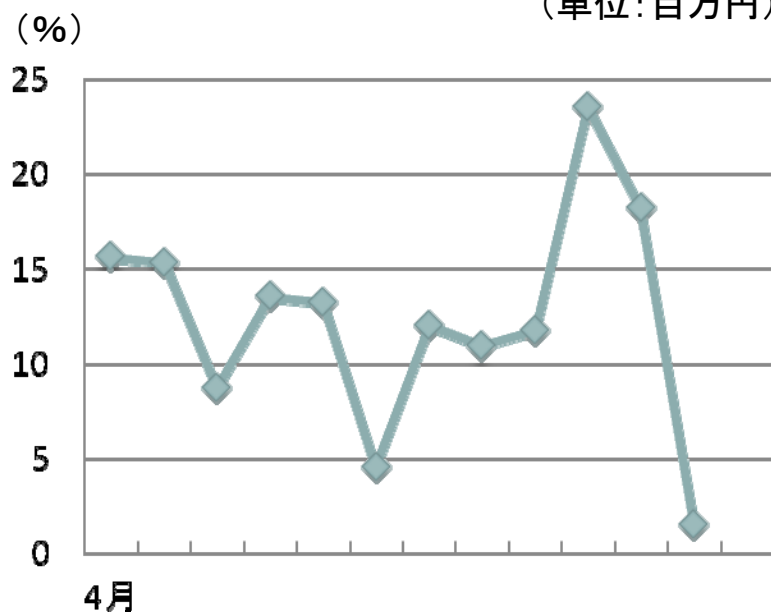
- レギュラー番組は9月まで完売。かつカロリーアップ[®]達成
- 単発は震災の影響もあり苦戦
- スポンサーニーズに合った機動的展開を目指す
⇒ 定着してきた6月のエコ特番以外にも展開

営業実績と見通し—スポット—



スポット	2009年度	2010年度
1月	△8.4%	23.5%
2月	11.8%	18.2%
3月	12.3%	1.5%
通期収入	92,585	103,337

(単位: 百万円)



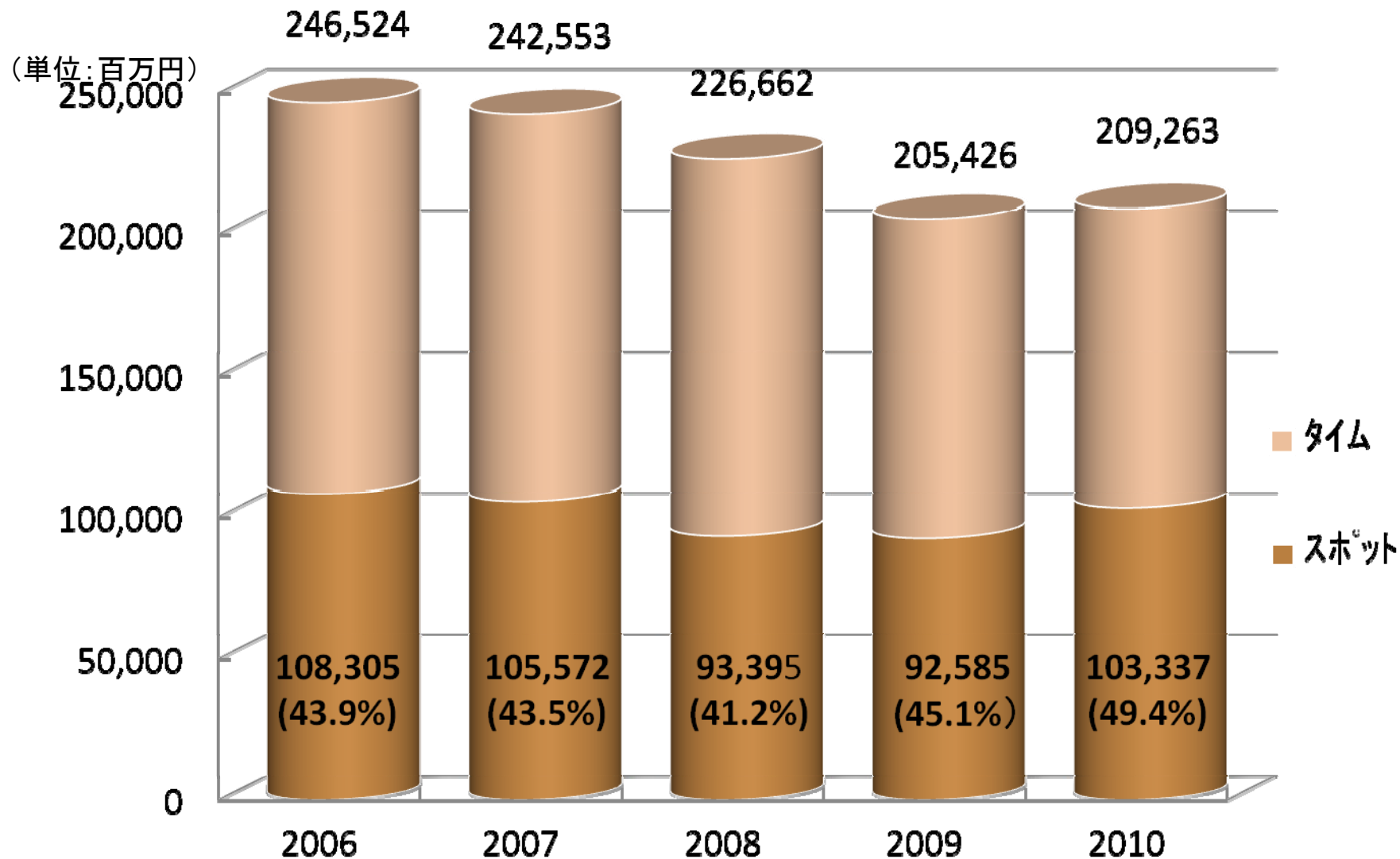
スポットまとめ

- 第4四半期も第3四半期に続きシェア25%達成
- 下半期シェアも25%超
⇒ 半期シェア25%超は2003年度下期以来
- 通期でキー局中唯一10%以上の伸長を記録
- 3月は震災の影響も

市況環境と今後の見通し

- 商品の発売延期や、消費マインドの冷え込み顕著
⇒ 1Qは大きく前年を割り込む可能性も
- 夏場以降の出稿復活に期待
⇒ 自動車メーカーなどのサプライチェーンが復活し、
原発問題に一定の見通しが立ち、
力強さ戻ることに期待

放送収入とスポット収入



2011年度 日テレ映画ラインナップ°



公開日	作品名	配給	備考
4/16	名探偵コナン 沈黙の15分(クォーター)	東宝	「名探偵コナン」シリーズ第15弾。大雪山と巨大ダムを舞台にした本格ミステリー
4/23	GANTZ PERFECT ANSWER	東宝	前編が興行収入33億超の人気作品後編。「嵐」の二宮和也、松山ケンイチがW主演
7/16	コクリコ坂から	東宝	企画/脚本・宮崎駿、監督・宮崎吾朗。1963年の横浜が舞台。高校生の群像を爽やかに描く
10/1	DOG × POLICE(仮)	東宝	警察官(市原隼人)と警視庁に実在の警察犬が活躍する警察アクションエンターテインメント。
11/5	カイジ2(仮)	東宝	2009年公開「カイジ 人生逆転ゲーム」の続編。仲間達の運命をかけて巨大パチンコ「沼」に挑む
11/26	映画 怪物くん	東宝	大野智(「嵐」)主演の人気土曜ドラマ映画化。怪物くんが伝説の勇者に間違われ…。3D上映
未定	ALWAYS 三丁目の夕日'64	東宝	大ヒットシリーズ第3弾。1964年、五輪を控えた東京が舞台。おなじみの面々はどうなった？ 3D上映

通販事業 ー過去最高の売上高ー



2010年度 収入・収支比較

	2009年度	2010年度
収入	10,577	10,769
収支(利益)	1,063	9,21

(単位:百万円)

■ 増収を達成

- ・系列局やBS日テレ等で放送枠拡大
- ・レギュラー番組に加えて特別番組が好調
- ・経理システム変更に伴い通販番組制作費が通販費用となり収支は若干マイナスに

■ 今後の戦略

- ・系列局で展開をさらに拡大
- ・レギュラー番組及び特番の充実
(オリジナリティある番組の開発)
- ・顧客満足度の向上
(ex. 送料無料キャンペーン等の実施)

日テレ通販 2010年度売上ベスト5



①ポータブルカーナビ ニュートライウインポケット



②ジニー インスタントラインスモーター(化粧下地)



③ダイソン DC22タービンヘッドエントリー(掃除機)



④ハルコス 牛革2WAYバッグ



⑤オンリーミネラル 幸せオーラセット(化粧品下地)

業績予想と前提



2011年度業績予想

(単位: 百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
連結(通期)	293,000	25,200	29,200	15,800
(上期)	139,500	6,600	9,100	4,600
単体(通期)	255,400	20,800	22,700	11,600
(上期)	120,500	4,500	5,900	2,400

単体テレビ広告収入と制作費の前提

	上期	下期	通期
テレビ広告収入	△4.6%	△0.8%	△2.7%
タイム	△3.2%	△2.0%	△2.6%
スポット	△6.1%	0.3%	△2.7%
制作費	△0.8%	2.3%	0.7%

2011年度 経営方針



コアターゲット視聴率UP⇨世帯視聴率トップを奪還

- 震災報道などで常にファーストチョイスの局になる
- 全ての時間帯で視聴率トップに
- コアターゲット視聴率と世帯視聴率が取れる強力コンテンツの開発

収益の拡大と新収益源の開発

- テレビ広告収入
 - スポット収入UP⇨シェアトップに
- テレビ広告収入以外の収入
 - 既存の放送外事業の更なる拡大
 - 完全デジタル時代を意識。日テレグループの強みを生かした新規事業の開発と推進
 - 海外展開の加速

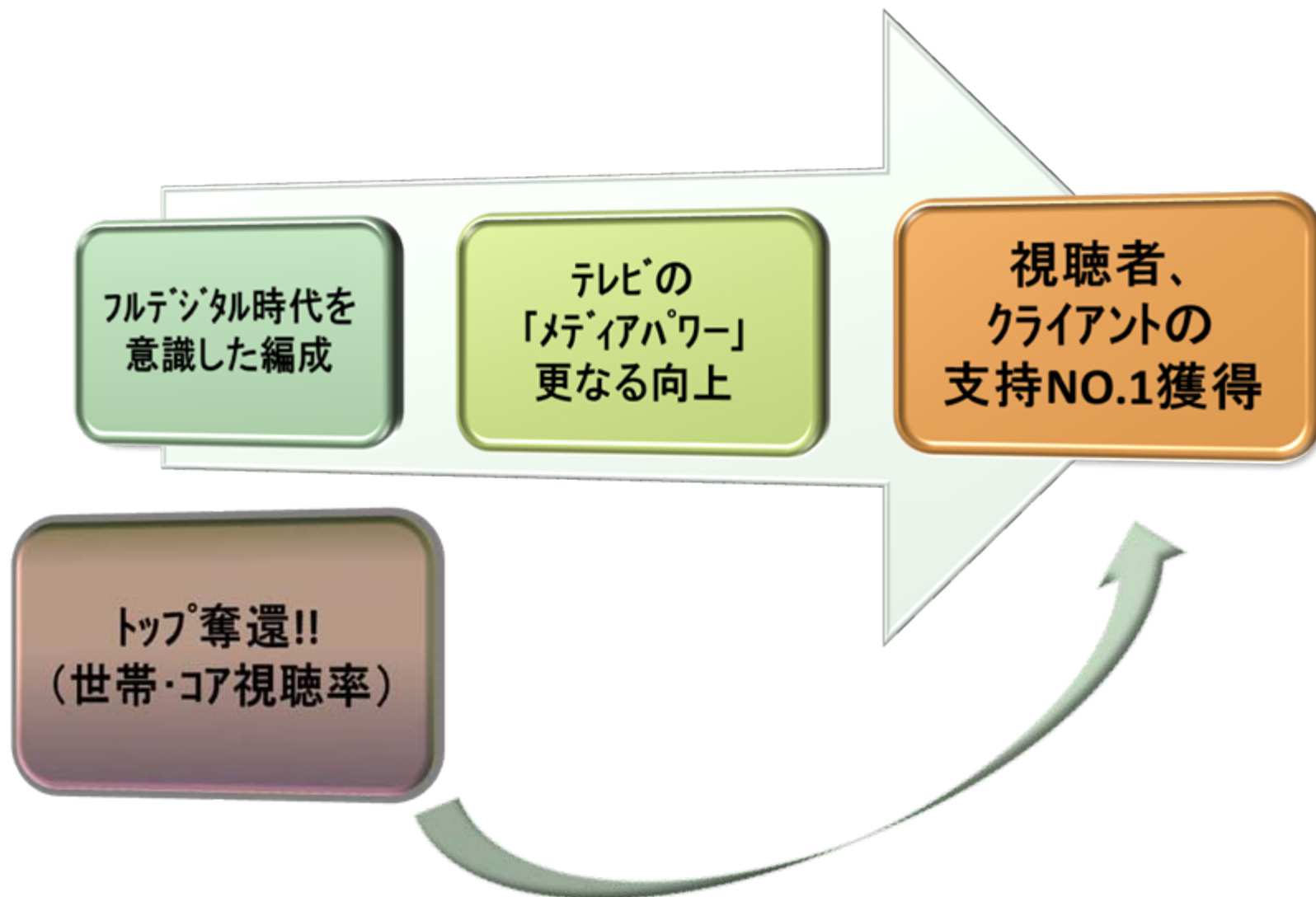
あらゆるコストコントロール継続

グループ各社の特色を生かしグループ全体の利益拡大

編 成

取締役 執行役員
大久保 好男





震災直後「テレビで情報収集」71%



地震発生から1時間の間に地震関連情報に接したメディア

(%)

メディア		全体	自宅	屋外
テレビ		71	85	61
	テレビ放送	58	80	48
	ワンセグ放送	18	7	16
	データ放送	4	5	2
ラジオ放送		18	15	28
インターネット		38	34	21
	政府系ホームページ	5	4	3
	マスコミのホームページ	8	6	2
	ニュースサイト	31	26	16
	掲示板、コミュニティサイト、Twitterなど	13	15	4
	その他	5	5	6
この中にはない/ 情報に接していない		12	6	16

民放連調査(3/23～3/25実施) 調査対象:東京、神奈川、埼玉1265人(うち調査該当人数1230人)

テレビがド真ん中！



トップ奪還!!



スポット業種別売上シェア(通期)



2010年度			2009年度		
	シェア	増減率(%)		シェア	増減率(%)
1 化粧品・トイレタリー	11.7	45.7	化粧品・トイレタリー	9.0	8.9
2 運輸・通信	8.9	36.0	アルコール飲料	7.5	1.4
3 輸送機器	7.7	24.6	薬品	7.3	2.2
4 電気機器	7.7	20.6	電気機器	7.1	△ 22.2
5 薬品	6.8	4.1	輸送機器	7.0	△ 6.9
6 アルコール飲料	5.8	△ 13.6	運輸・通信	6.9	△ 15.8
7 非アルコール飲料	5.0	21.0	映画・演劇興行	6.3	26.7
8 サービス	4.4	△ 13.6	サービス	6.1	19.8
9 金融・保険業	4.4	9.6	非アルコール飲料	4.6	△ 19.7
10 映画・演劇興行	4.3	△ 24.2	金融・保険業	4.5	△ 0.5
その他	33.3	9.7	その他	33.9	2.3
合計	100.0	11.6	合計	100.0	△ 0.9

スポット業種別売上シェア(1-3月)



2010年度		シェア	増減率(%)	2009年度		シェア	増減率(%)
1	輸送機器	11.4	28.3	輸送機器		9.9	19.7
2	運輸・通信	10.1	16.8	運輸・通信		8.6	△ 4.9
3	化粧品・トイレタリー	8.2	60.2	アルコール飲料		6.9	△ 4.1
4	アルコール飲料	5.5	△11.9	サービス		6.3	15.0
5	薬品	5.4	38.1	映画・演劇興行		6.3	14.9
6	電気機器	5.1	23.3	化粧品・トイレタリー		5.7	28.2
7	金融・保険業	4.6	13.8	食品その他		4.8	50.3
8	サービス	4.5	△ 5.1	金融・保険業		4.5	23.1
9	卸売・百貨店	4.5	72.8	薬品		4.4	△ 18.3
10	非アルコール飲料	4.0	15.8	電気機器		4.3	△ 19.6
	その他	36.7	6.8	その他		38.3	9.5
	合計	100.0	11.5	合計		100.0	6.5

末尾ながら、このたびの東日本大震災で亡くなられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに、被災された地域の皆様に心よりお見舞い申し上げます。

被災地の一日も早い復旧・復興を祈念しております。

2011年5月18日
日本テレビ放送網株式会社