

2011年度第2四半期決算 IR説明会



2011年11月9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。



代表取締役 会長執行役員

細川 知正



■業績を上方修正

連結、単体とも減収減益、しかし

- ⇒ テレビ広告収入好調で震災影響を徐々に穴埋め
- ⇒ 通期 連結営業利益予想を293億に上方修正

■配当

- ⇒ 年間の配当額は290円を予想(昨年度と同額)

■「スポット」、「タイム」とも堅調に推移

- ⇒ 10月改編セールスは4月期に続きレギュラー番組でカロリーアップ[°]

代表取締役 社長執行役員

大久保 好男



■年間視聴率で首位奪還が視野に

⇒ゴールデン、プライム帯の2冠獲得を目指す

■開局60周年に向けて

取締役 常務執行役員

能勢 康弘

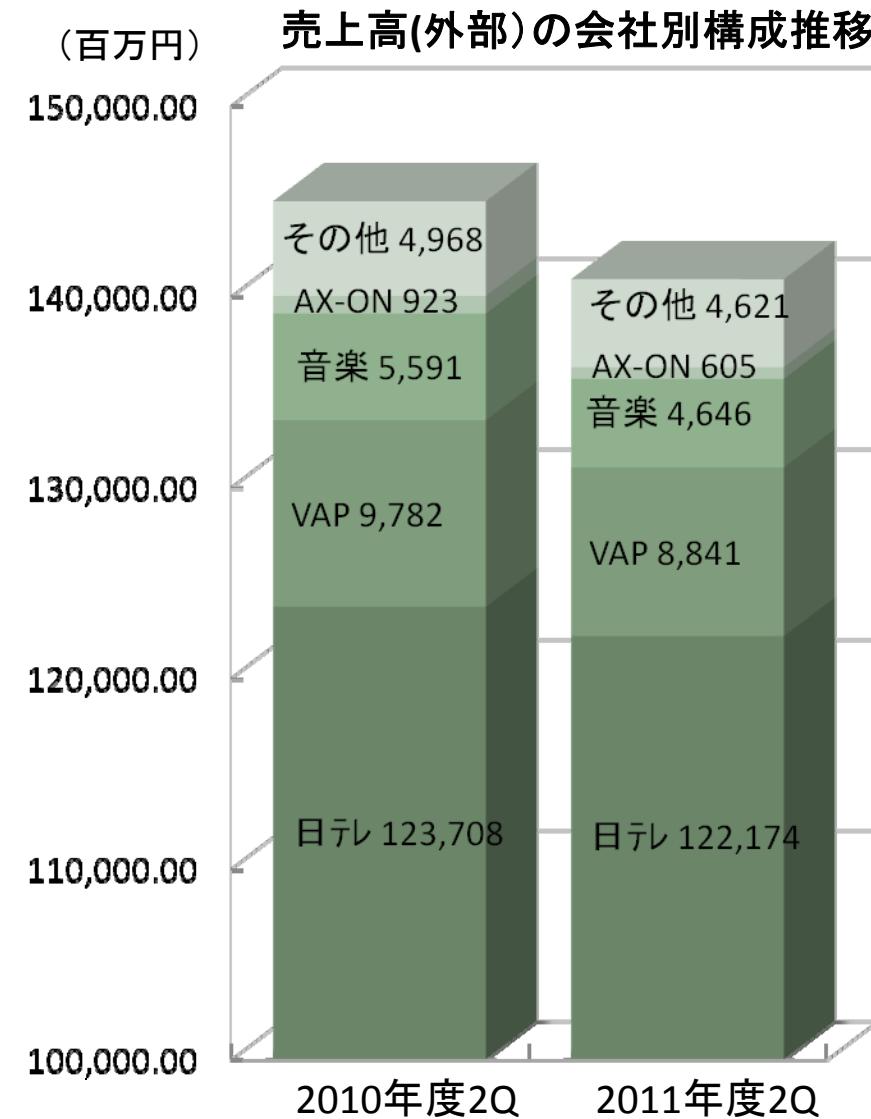


連結 売上高



連結売上高	(百万円)
2010年度4-9月	144,972
2011年度4-9月	140,887 (△2.8%)

- 減収(前期比△4,085百万円)
- 日本テレビ単体減収が主要因
- VAP減収、日本テレビ音楽 減収



連結 営業利益増減分析



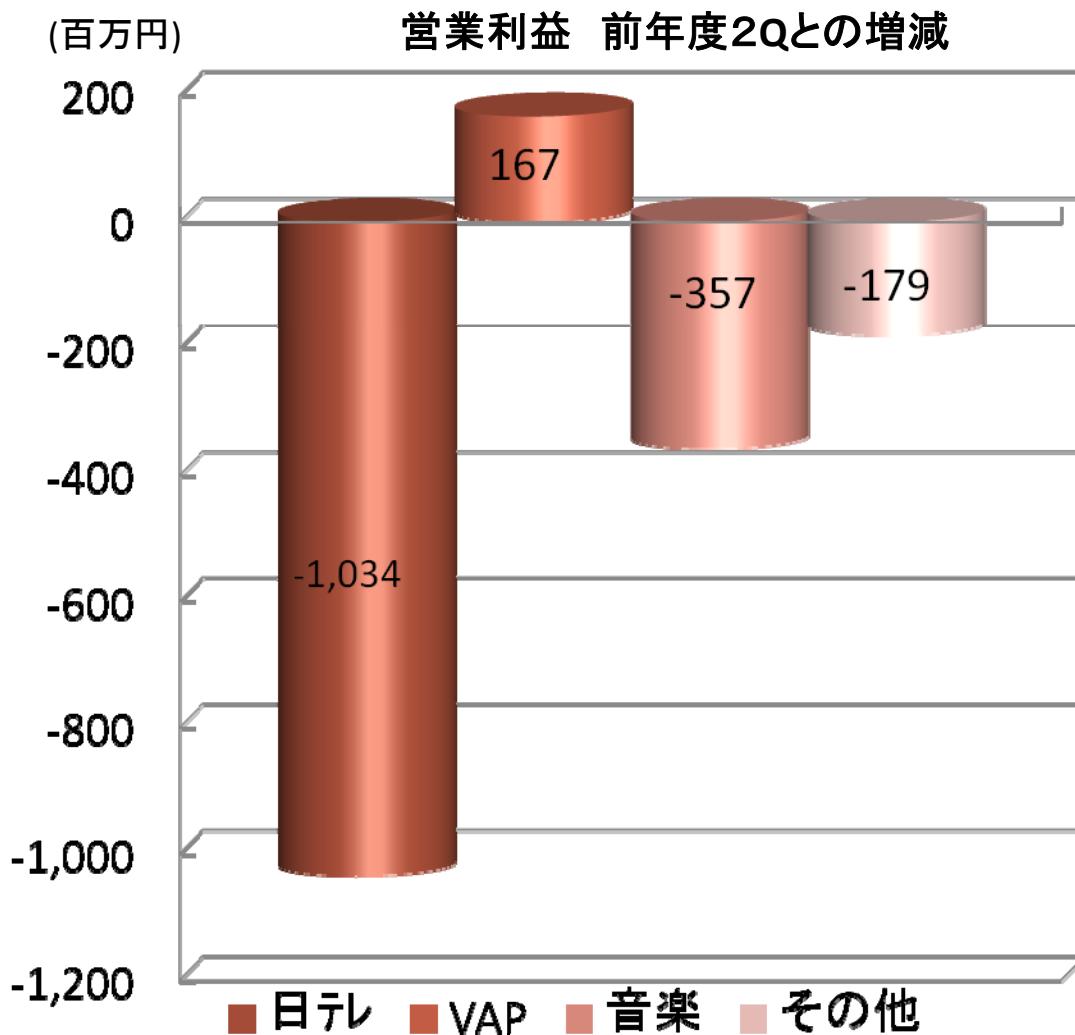
連結営業利益	(百万円)
2010年度4-9月	11,703
2011年度4-9月	10,299 (△12.0%)

■VAP

DVD/BD販売不調で減収も
更なる制作費減⇨営業利益+1.7億

■日本テレビ音楽

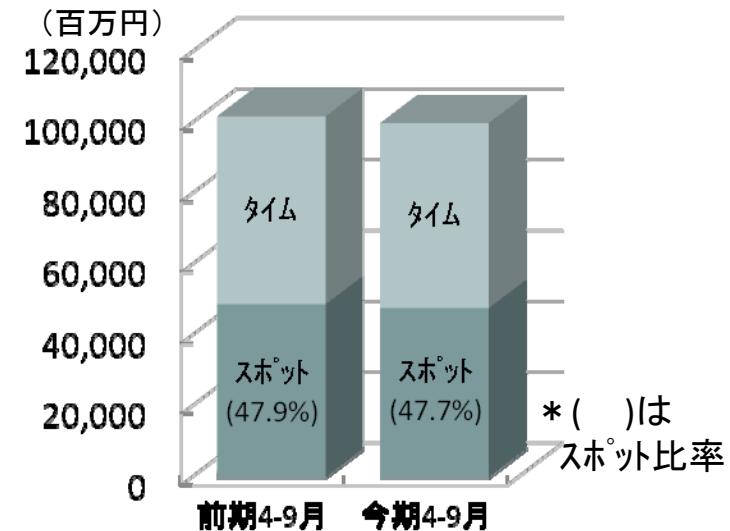
前期の「ルパン」商品化権収入反動減
⇨これらにより 営業利益△3.6億



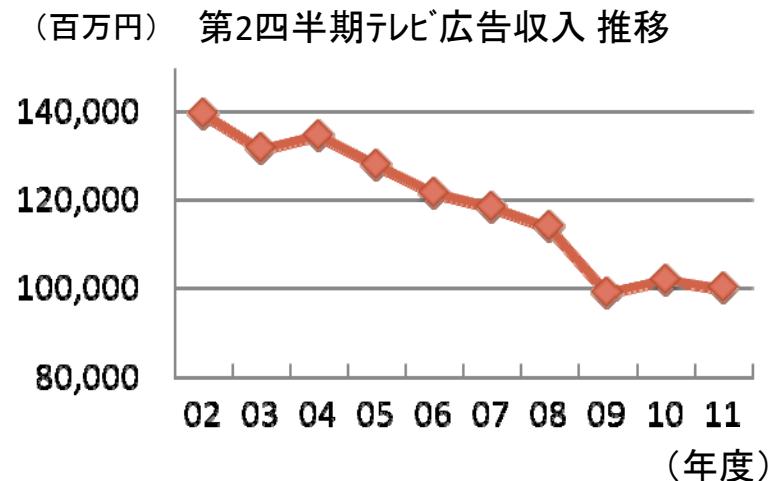
テレビ広告収入－単体－



	(百万円)			
	2010年度 4-9月期	2011年度 4-9月期	比較	増減率 (%)
テレビ 広告収入	101,891	99,965	△1,925	△1.9
タイム	53,088	52,256	△831	△1.6
スポット	48,802	47,708	△1,094	△2.2



	2010年度 7-9月期	2011年度 7-9月期	比較	増減率 (%)
テレビ 広告収入	49,371	50,590	1,219	2.5
タイム	26,705	27,067	362	1.4
スポット	22,666	23,523	856	3.8



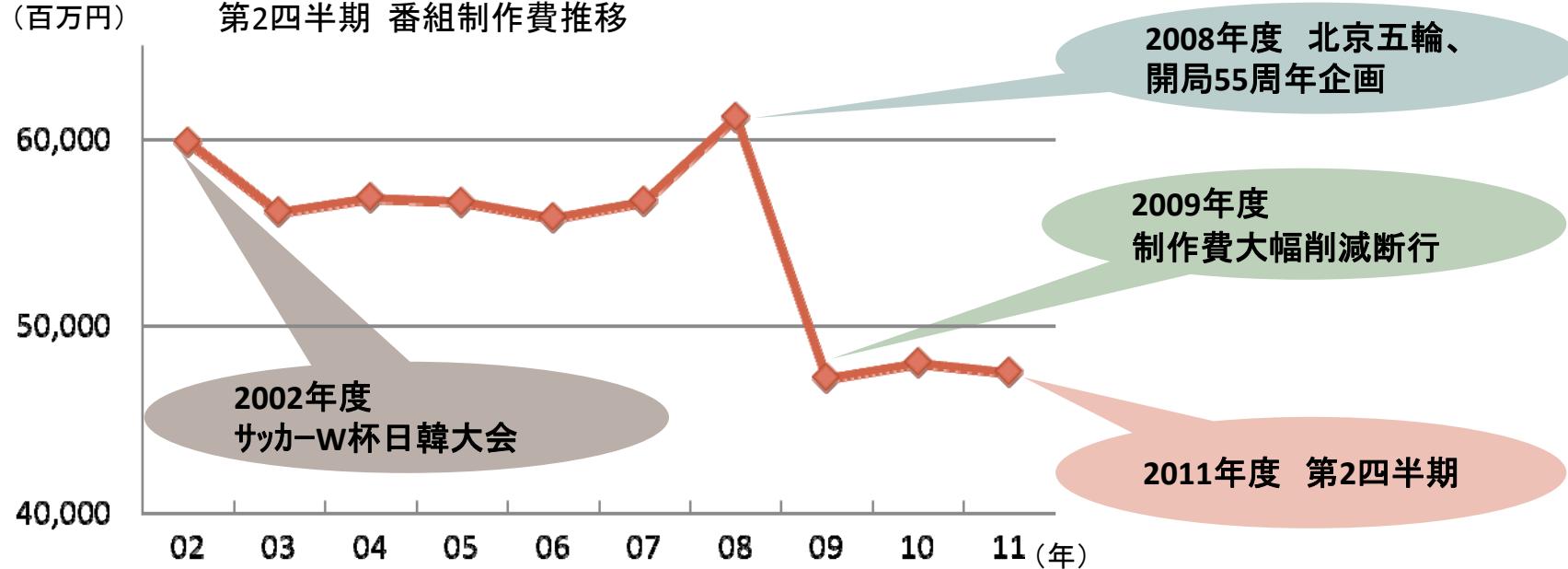
番組制作費－単体－



(百万円)

2010年度 4-9月期	2011年度 4-9月期	比較	増減率 (%)
48,019	47,498	△521	△1.1
2010年度 7-9月期	2011年度 7-9月期	比較	増減率 (%)
24,347	24,372	25	0.1

(百万円) 第2四半期 番組制作費推移



事業収支



2011年度第2四半期 事業種別収支

(百万円)

	収入	費用	収入	費用
	2011年度4-9月期		2011年度7-9月期	
イベント	3,251	3,011	1,984	1,915
BS、CS、CATV	2,665	1,371	1,315	665
ライツ(国内)	1,265	615	662	305
ライツ(海外)	248	77	145	37
通販	5,555	5,232	2,985	2,794
出版	289	266	183	151
映画	3,583	3,140	1,489	1,057
その他	636	858	337	418
合計	17,491	14,569	9,099	7,341

業績予想と前提



2011年度通期業績予想 (* 今回修正しました)

(百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
連結(今回)	300,500	29,300	34,000	19,300
(前回)	297,000	27,200	31,500	17,000
単体(今回)	264,200	25,000	27,300	14,800
(前回)	259,500	22,900	24,900	12,600

単体テレビ広告収入と制作費予想の前提

(* 前回予想は2011年8月)

(前年同期比)	上期		下期		通期	
	前回予想	結果	前回予想	今回	前回予想	今回
テレビ広告収入	△3.2%	△1.9%	0.2%	3.6%	△1.5%	0.9%
タイム	△2.5%	△1.6%	0.3%	4.7%	△1.1%	1.6%
スポット	△4.0%	△2.2%	0.0%	2.5%	△1.9%	0.3%
制作費	△0.8%	△1.1%	2.7%	8.0%	0.9%	3.2%

取締役
執行役員編成局長

小杉 善信



■コールテン/フライム帯トップ奪還へ！

①ドラマ絶好調

- ・水22時「家政婦のミタ」
F1、F2層をターゲットに平均19.4%（4回）
- ・土21時「妖怪人間ベム」
ファミリー層をターゲットに平均17.4%（3回）

②視聴フロー強化（次の番組への流れ）

- ・月19時「宝探しアドベンチャー 謎解きバトルTORE！」（水19時より移動）
- ・火21時「なんでもワールドランキング ネフ&イモトの世界番付」
- ・水19時「1番ソングSHOW」

完全デジタル移行後の取り組み



■地デジをフルに楽しもう！キャンペーンウィーク

8月29日(月)～9月4日(日)に設定

・9月2日(金)19時20分～21時24分

「FIFAワールドカップ®アジア地区3次予選 日本代表×北朝鮮」

データ放送で選手情報に加え、クイズ投票企画を実施

⇒クイズ応募17万件

・9月4日(日)19時58分～20時54分

「世界の果てまでイッテQ！」

人気コーナーの3択企画をデータ放送で視聴者投票で選択

「双方向」サービスを実施⇒投票参加者数 11万件

・その他、深夜10分企画として「マルチチャンネル放送」などに取り組む

■「食ウイークリッポンを食べよう！キャンペーン」

11月21日(月)～11月27日(日)

食で日本を応援するキャンペーン

■大型スポーツイベント

- ・12月8日～18日「TOYOTAプレゼンツ FIFAクラブワールドカップ」
3年ぶり日本開催、全試合完全生中継
FCバルセロナ メッシ選手(世界最優秀選手)がイメージキャラクターに
- ・2012年1月2日～3日「箱根駅伝」
- ・2012年2月26日「東京マラソン」

■「年末年始」「春の期末期首」

- ・ゴールデン/プライム帯好調レギュラー番組の拡大や、
大型特番の編成を中心に、高視聴率獲得を目指す。



以下、
参考資料

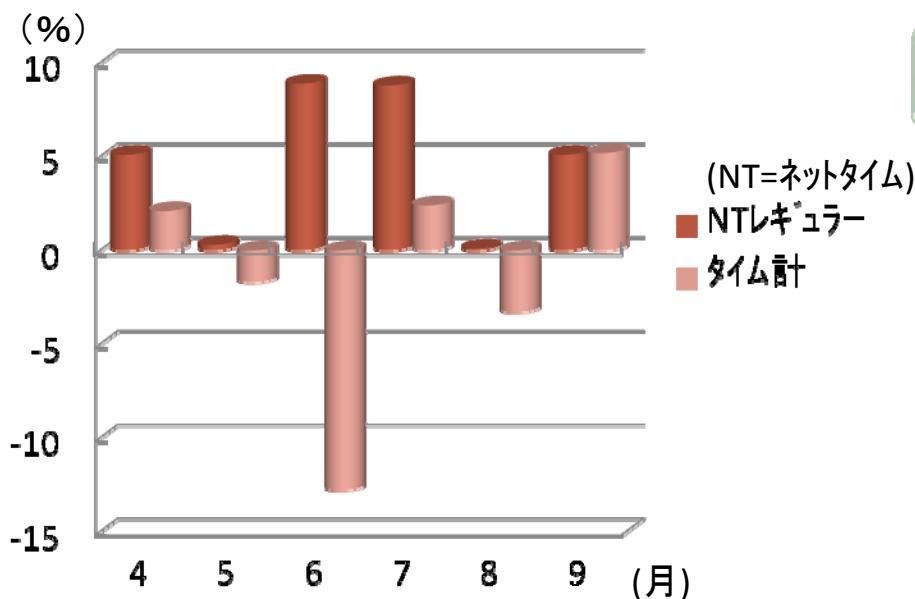
営業 ータイムー



タイム	2010年度	2011年度
7月	△2.9%	2.4%
8月	△5.1%	△3.3%
9月	△8.8%	5.2%
4-9月	△4.0%	△1.6%

2011年度4-9月まとめ

- ・2Qに入り震災の影響徐々に減少
- ・レギュラー番組セールスはほぼ想定通り
- ・曜日配列の関係で7,9月対前年プラス、8月マイナス



下期(今後)の見通し

- ・10月改編でレギュラー番組セールスが好調に推移
- ・クライアントニーズを早期にとらえ新商品販売へ
- ・大型単発番組のセールス
- ・新規案件を編成と協力してセールス目指す

スポット	2010年度	2011年度
7月	13.5%	0.6%
8月	13.2%	3.3%
9月	4.5%	7.9%
4-9月	11.7%	△2.2%

スポット2011年度4-9月まとめ

- 2010年度下期に続きシェア伸長

市況環境と今後の見通し

- 下期も前年比プラスを見込む
- 台風、洪水、欧州金融不安が若干の懸念材料

主なスポット増減要因(4-9月)

	業種	増加率	要因
増加要因	卸売、百貨店	+31.6%	広告費予算をチラシからスポットCMに移行
	化粧品、トイレタリー	+7.8%	全体的にスポットCM出稿が活発
減少要因	食品	△15.9%	東日本大地震で工場等被災⇨出稿減
	輸送機器	△22.1%	東日本大地震で工場等被災⇨出稿減
	アルコール飲料	△20.4%	東日本大地震で工場等被災⇨出稿減

スポット業種別売上シェア(4-9月)



2011年度 4-9月期		シェア	増減率(%)	2010年度 4-9月期		シェア	増減率(%)
1	化粧品・トイレタリー	14.1	7.8	化粧品・トイレタリー		12.8	45.2
2	運輸・通信	8.0	△ 1.1	輸送機器		7.1	28.7
3	薬品	7.5	3.7	薬品		7.0	△ 2.5
4	電気機器	6.7	△ 3.8	アルコール飲料		7.0	△ 3.4
5	アルコール飲料	5.8	△ 20.4	電気機器		6.7	14.3
6	非アルコール飲料	5.7	△ 3.1	運輸・通信		6.7	20.6
7	輸送機器	5.7	△ 22.1	サービス		5.7	7.3
8	映画・演劇興行	5.4	2.9	非アルコール飲料		5.7	10.7
9	サービス	4.9	3.6	映画・演劇興行		5.1	△ 7.6
10	卸売・百貨店	4.5	31.6	金融・保険業		4.4	7.8
その他		31.8	△ 0.9	その他		31.4	9.7
合計		100.0	△ 2.2	合計		100.0	

スポット業種別売上シェア(7-9月)



2011年度 7-9月期		シェア	増減率(%)	2010年度 7-9月期		シェア	増減率(%)
1	化粧品・トイレタリー	12.4	21.5	化粧品・トイレタリー		10.5	30.9
2	運輸・通信	7.6	1.9	輸送機器		7.8	34.4
3	輸送機器	7.5	△ 1.1	薬品		7.3	12.4
4	薬品	6.7	△ 5.3	運輸・通信		6.8	10.3
5	電気機器	6.2	△ 2.1	電気機器		6.5	33.2
6	映画・演劇興行	5.6	0.5	アルコール飲料		6.3	△ 6.7
7	サービス	5.5	9.9	サービス		6.1	6.8
8	アルコール飲料	5.4	△ 11.3	映画・演劇興行		5.7	△ 15.4
9	非アルコール飲料	5.2	1.3	非アルコール飲料		5.3	30.1
10	金融・保険業	4.1	△ 15.2	金融・保険業		4.9	26.3
その他		33.8	8.8	その他		32.2	1.9
合計		100.0	3.8	合計		100.0	

設備投資と減価償却



(億円)

2011年度 4-9月	設備投資額	減価償却費
連結	20	36
単体	13	32

連結 予想	設備投資額	減価償却費
2011年度	60	75

単体 予想	設備投資額	減価償却費
2011年度	48	65
2012年度	72	75
2013年度	69	78

連結キャッシュフロー



(単位:百万円)

	2010年度 4-9月期	2011年度 4-9月期
営業活動によるキャッシュフロー	5,187	6,706
投資活動によるキャッシュフロー	△11,632	440
財務活動によるキャッシュフロー	△4,910	△4,859
現金および現金同等物の期末残高	33,854	35,597

セグメント別－実績と予想－



(百万円)

4-9月期実績	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	138,366	3,733	1,548	△2,760	140,887
営業費用	128,912	2,834	1,602	△2,760	130,587
営業利益	9,454	899	△54	△0	10,299

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	295,400	7,100	2,600	△4,600	300,500
営業費用	267,810	5,320	2,670	△4,600	271,200
営業利益	27,590	1,780	△70	0	29,300

2011年度 日テレ映画ラインナップ°



公開日	作品名	配給	備考
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 ～純白の絆～	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 人生奪回ゲーム	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
12/21	ワイルド7	ワーナー	犯罪者7人が超法規的存在として悪を裁く。1970年代に日テレでドラマになったコミックを実写化
1/21	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
2/11	逆転裁判(仮)	東宝	主演:成宮寛貴。女性に人気のゲームソフトを三池崇史監督が実写映画化

*「コクリコ坂から」、「DOG × POLICE」は11月9日現在ムーブオーバー

通販事業



2011年度4-9月期 収入・収支

	2010年度	2011年度
収入	5,512	5,555
収支(利益)	618	323

(百万円)

■ 増収を達成

- ・系列局、BS日テレ等で放送時間拡大
- ・売れ筋商品を発掘 ⇨ カーナビ、限定バッグ等
- ・レギュラー番組の他、特別番組が好調 ⇨ みのもんた特番などが売上好調

■ 今後の戦略

- ・より一層の系列局展開
- ・レギュラー番組で売場面積拡大
- ・オリジナリティある特番の開発
- ⇨ 5/29「行列のできる通販王第6弾」
受注16.47億(特番歴代最高額)

日テレ通販 2011年度2Q売上ベスト5

- ①ダイソン DC26通販限定セット(掃除機)
- ②no!no!HAIR (美容雑貨)
- ③お風呂丸ごとリフォームサービス
- ④東京西川クールナイト(寝具)
- ⑤MAXX NEW YORK牛革2WAYホーボーバッグ