



2005年度

第3四半期決算説明会資料

日本テレビ放送網株式会社



目次



2008 年総合優勝	P 3
単体決算概要	P 4
連結決算概要	P 5
放送収入(単体)	P 10
タイムセールス	P 11
スポットセールス	P 12
その他収入(単体)	P 15
番組制作費(単体)	P 16
業績予想	P 17
参考資料:セグメント別予想	P 18
参考資料:設備投資と減価償却費予想	P 19
編成について	P 20
視聴率動向	P 22
メディア戦略	P 25
第 2 日テレ概況	P 26
コンテンツ・イベント事業関連	P 27



2008年 総合優勝



1. 2005年度 第3四半期決算の総括

2. 来期の見通しと対策

3. NTTドコモとの提携について

4. 「2008年総合優勝」に向けて

- デジタル多メディア・多チャンネル時代のビジネスモデルの確立
- 全ての伝送路に効率よくコンテンツを配信し最大の収益を上げる仕組みの構築
- 新たな時代の指標

「55プロジェクト」・・・中期経営計画を策定中



単体損益計算書 ハイライト



- ◆ 放送収入(タイム、スポット)が減収。
- ◆ 制作費は大型単発などにより増加。通期では、会社計画通りに推移。

(単位:百万円未満切捨)

	2004年度 4-12月期	2005年度 4-12月期	伸率 (%)
売上高	224,466	217,324	3.2
営業利益	20,578	14,348	30.3
経常利益	21,727	15,438	28.9
四半期純利益	8,947	4,702	47.4



連結損益計算書 ハイライト



- ◆ 日本テレビ本体の放送収入減が影響。
- ◆ VAPはCD、DVD売上好調も、昨年の韓国ドラマDVD売上まで至らず減収。
- ◆ イベント制作費、番組制作費など子会社の費用増により、売上原価が増加。

(単位:百万円未満切捨)

	2004年度 4-12月期	2005年度 4-12月期	伸率 (%)
売上高	273,619	264,005	3.5
営業利益	29,208	21,761	25.5
経常利益	30,133	22,496	25.3
四半期純利益	12,259	8,990	26.7



連結貸借対照表



(単位:百万円未満切捨)

資産の部	2005/03/31	2005/12/31	増減	負債及び 資本の部	2005/03/31	2005/12/31	増減
流動資産	175,096	167,564	7,532	負債	121,746	111,218	10,527
				流動負債	84,699	72,862	11,837
				固定負債	37,046	38,356	1,309
固定資産	318,461	330,302	11,841	少数株主 持分	5,165	6,490	1,325
				資本	366,645	380,157	13,511
合計	493,557	497,866	4,308	合計	493,557	497,866	4,308



連結キャッシュ・フロー状況



(単位:百万円未満切捨)

	2004年度 4-12月期	2005年度 4-12月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	27,230	20,281
投資活動によるキャッシュ・フロー	11,354	16,509
財務活動によるキャッシュ・フロー	31,351	15,817
現金及び現金同等物期末残高	62,478	54,888



連結・単体比較



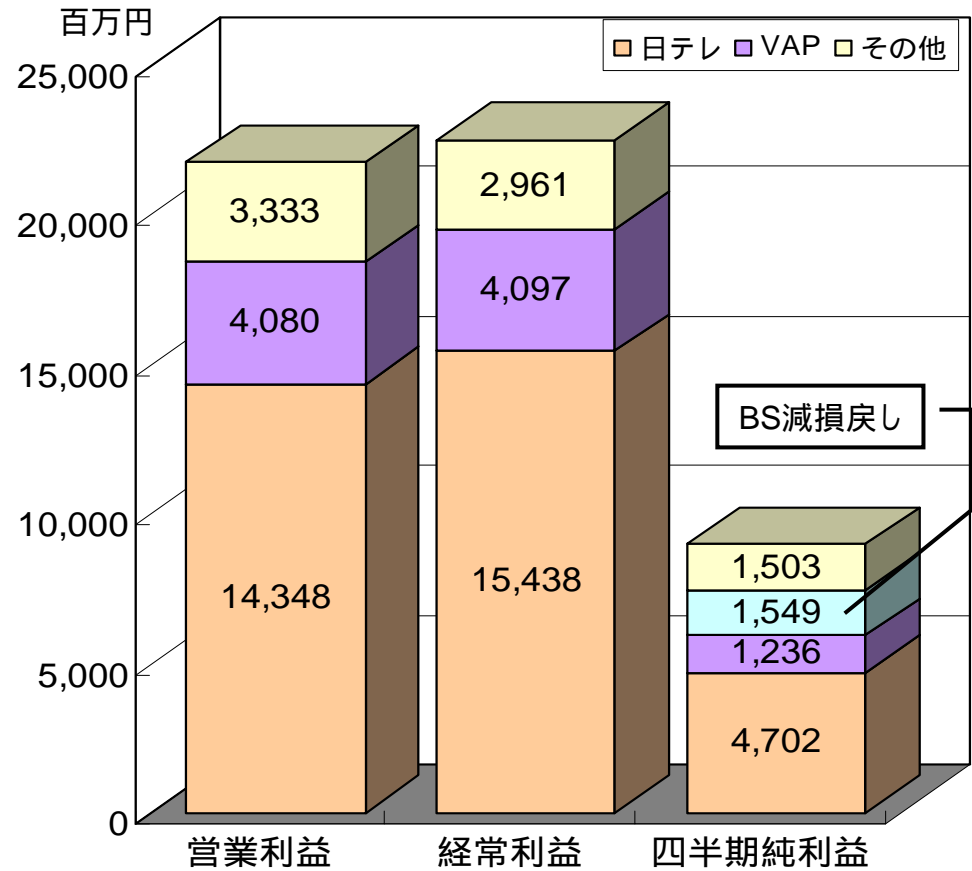
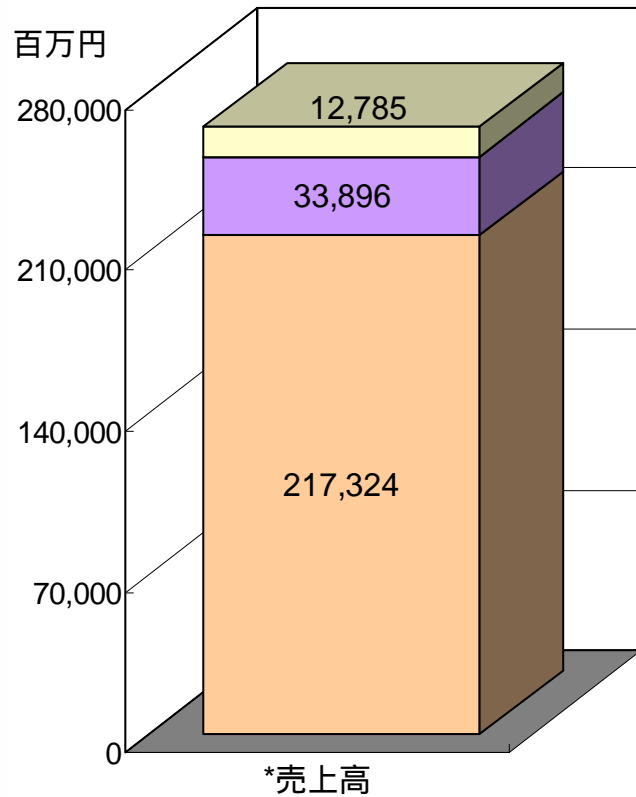
- 売上高の連・単差はVAP売上が主な要因。

(単位:百万円未満切捨)

	連結	単体	連単差額
売上高	264,005	217,324	46,681
営業利益	21,761	14,348	7,413
経常利益	22,496	15,438	7,058
四半期純利益	8,990	4,702	4,288



連結・単体比較



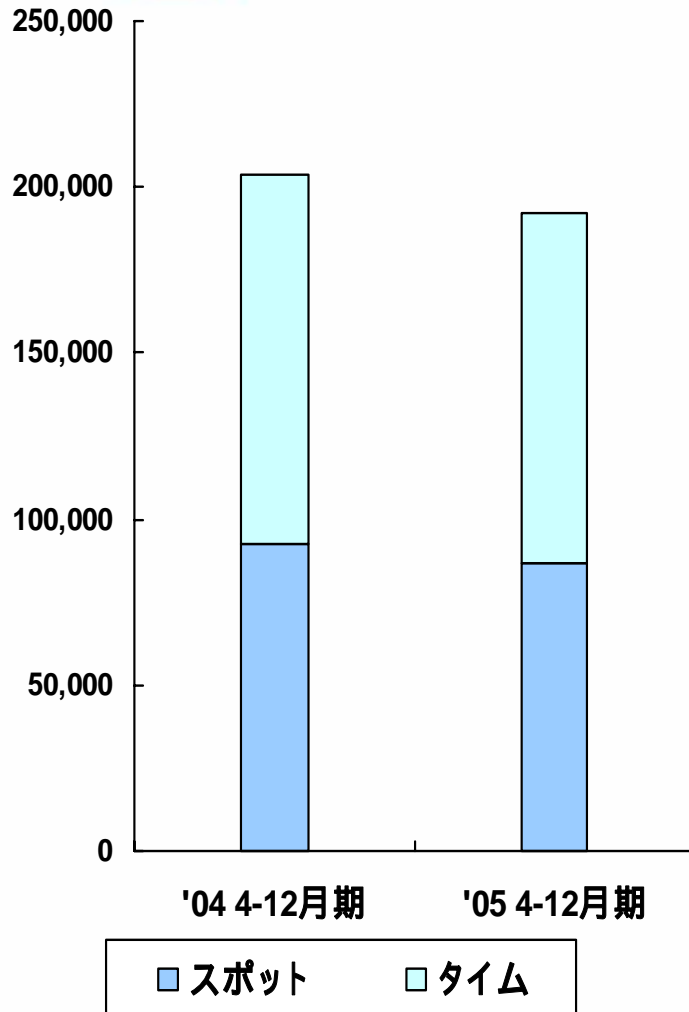
*日テレ・VAPについては、それぞれ単体実績数値を使用。連結上の調整は、その他に含めています。
また、VAPの四半期純利益については、外部株主持分を控除しております。



放送収入(単体)



(単位:百万円未満切捨)



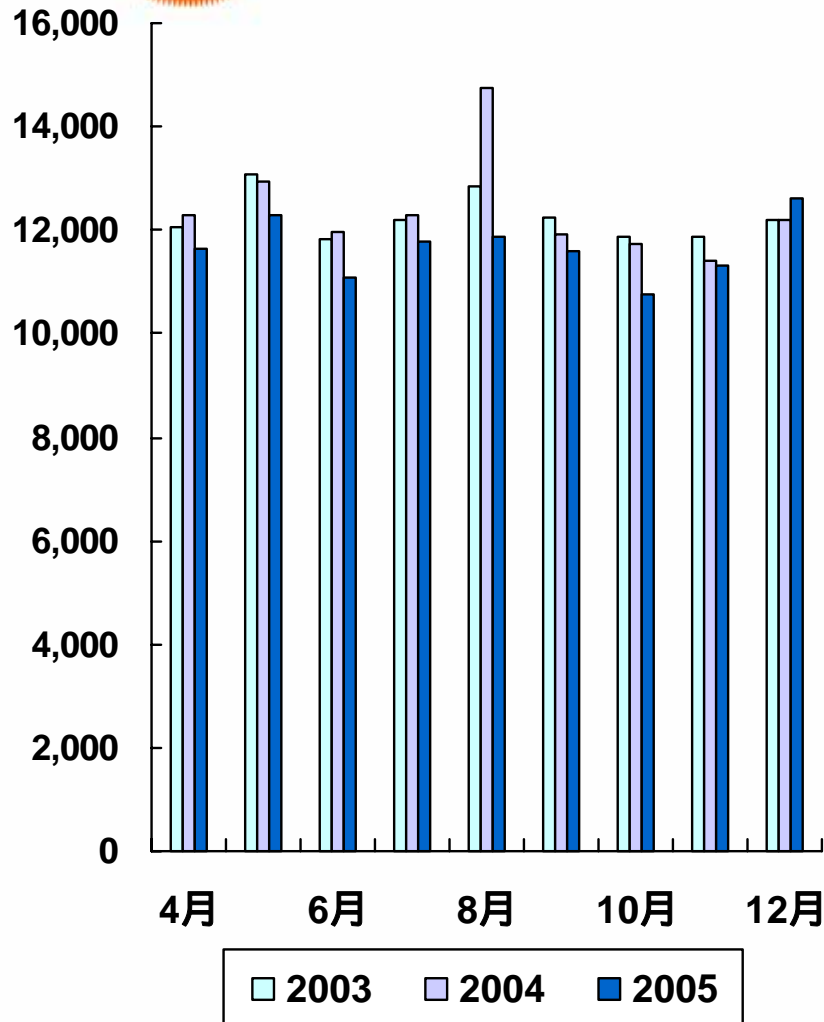
	2004年度 4-12月期	2005年度 4-12月期	比較	伸率 (%)
放送収入合計	203,928	191,885	12,042	5.9
タイム	111,487	104,997	6,490	5.8
スポット	92,441	86,888	5,552	6.0

(単位:百万円未満切捨)

	2004年度 10-12月期	2005年度 10-12月期	比較	伸率 (%)
放送収入合計	69,461	64,061	5,399	7.8
タイム	35,342	34,737	604	1.7
スポット	34,118	29,323	4,795	14.1



タイムセールス売上高推移



(単位:百万円未満切捨)

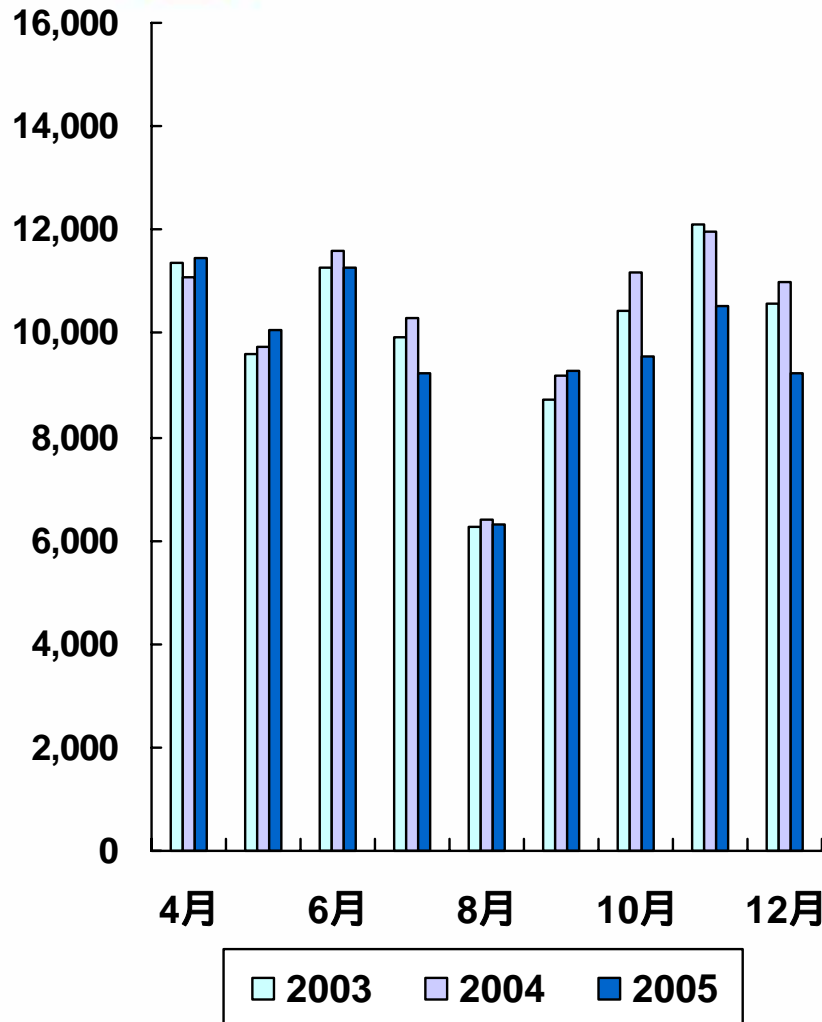
	2004年度 4-12月期	2005年度 4-12月期	比較	伸率 (%)
合計	111,487	104,997	6,490	5.8

(単位:百万円未満切捨)

	2004年度 10-12月期	2005年度 10-12月期	比較	伸率 (%)
合計	35,342	34,737	604	1.7



スポットセールス売上高推移



(単位: 百万円未満切捨)

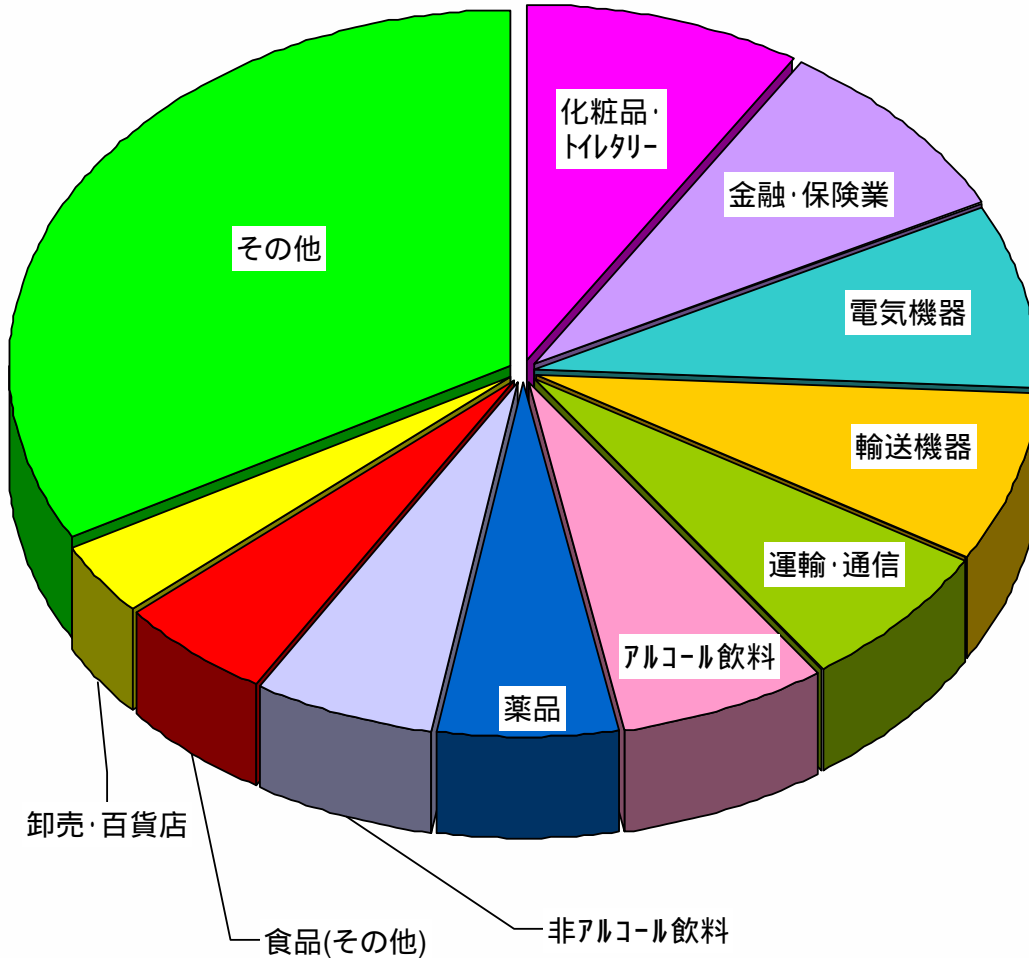
	2004年度 4-12月期	2005年度 4-12月期	比較	伸率 (%)
合計	92,441	86,888	5,552	6.0

(単位: 百万円未満切捨)

	2004年度 10-12月期	2005年度 10-12月期	比較	伸率 (%)
合計	34,118	29,323	4,795	14.1



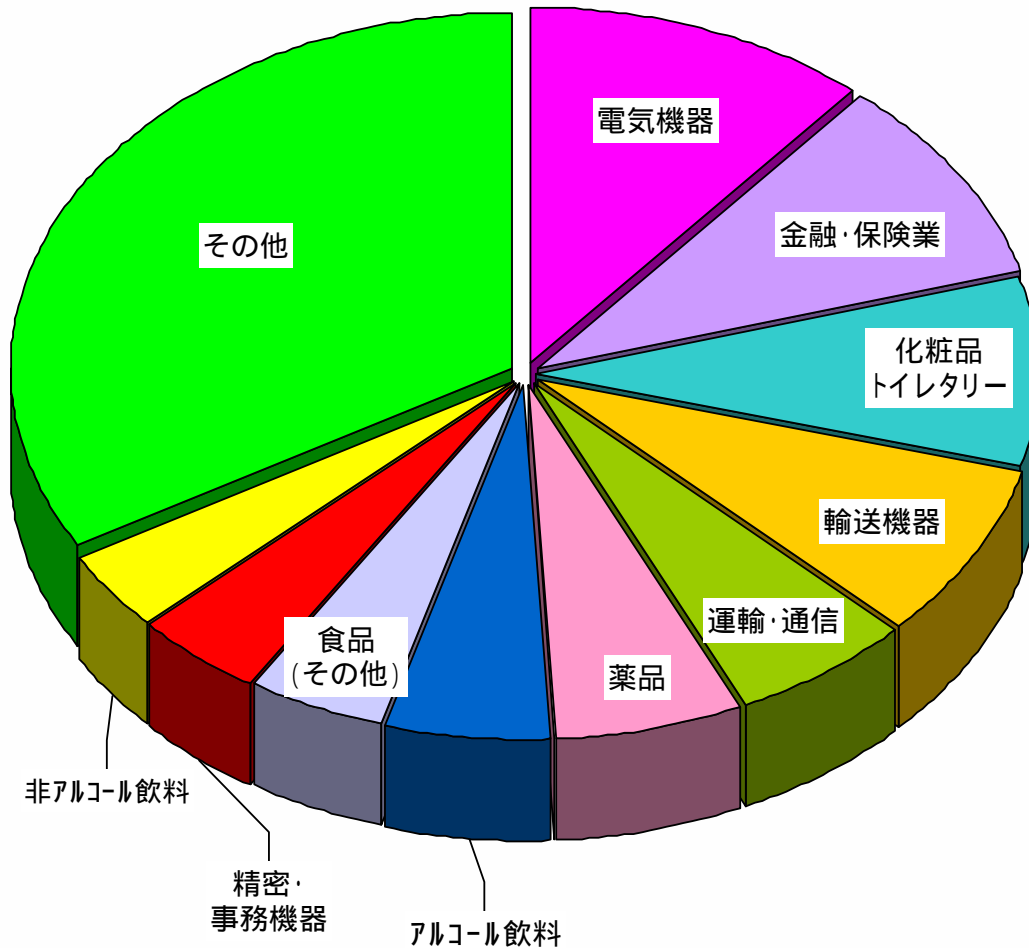
2005年度4-12月期スポットセールス業種別シェア



	シェア	伸率
化粧品・トイレタリー	8.89%	0.2%
金融・保険業	8.57%	7.9%
電気機器	8.31%	9.6%
輸送機器	7.82%	2.7%
運輸・通信	6.72%	24.1%
アルコール飲料	6.68%	13.7%
薬品	5.90%	11.5%
非アルコール飲料	5.80%	8.0%
食品(その他)	4.90%	15.2%
卸売・百貨店	3.47%	15.5%
その他	32.94%	8.4%



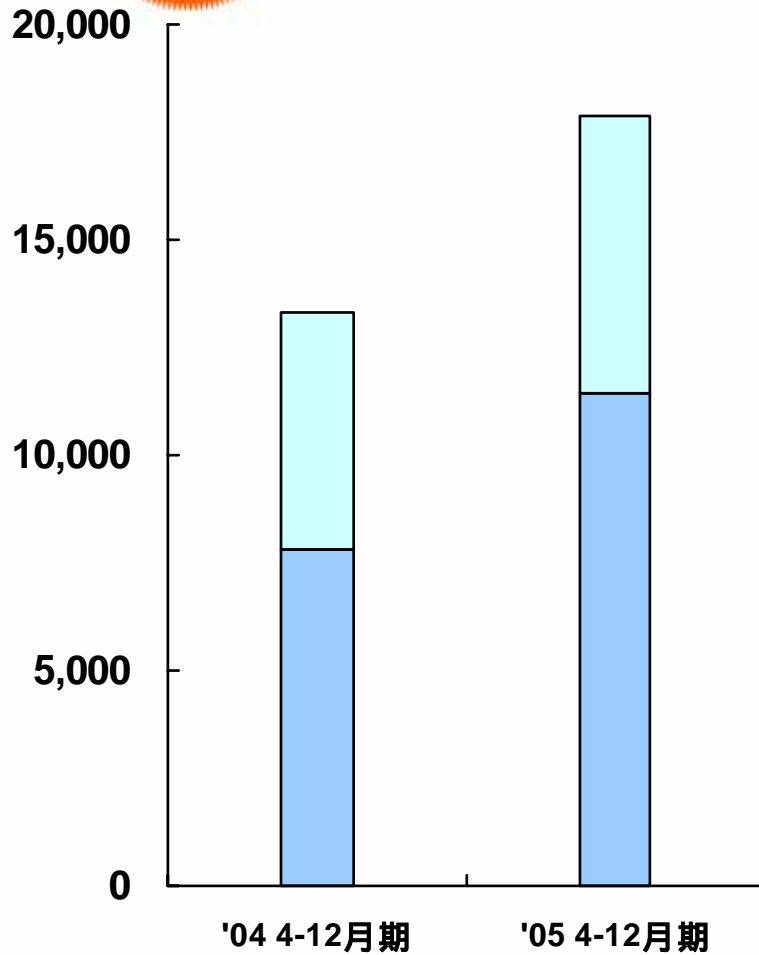
2005年度10-12月期スポットセールス業種別シェア



	シェア	伸率
電気機器	11.22 %	10.1%
金融・保険業	9.22 %	7.6%
化粧品・トイレットリー	8.65 %	17.5%
輸送機器	8.01%	8.9%
運輸・通信	6.08%	36.8%
薬品	5.87%	14.7%
アルコール飲料	5.46%	16.7%
食品(その他)	4.46%	0.6%
精密・事務機器	3.95%	27.6%
非アルコール飲料	3.77%	29.6%
その他	33.31%	16.8%



その他収入(単体)



(単位: 百万円未満切捨)

	2004年度 4-12月期	2005年度 4-12月期	比較	伸率 (%)
合計	13,297	17,905	4,608	34.7

(単位: 百万円未満切捨)

	2004年度 10-12月期	2005年度 10-12月期	比較	伸率 (%)
合計	5,483	6,486	1,002	18.3

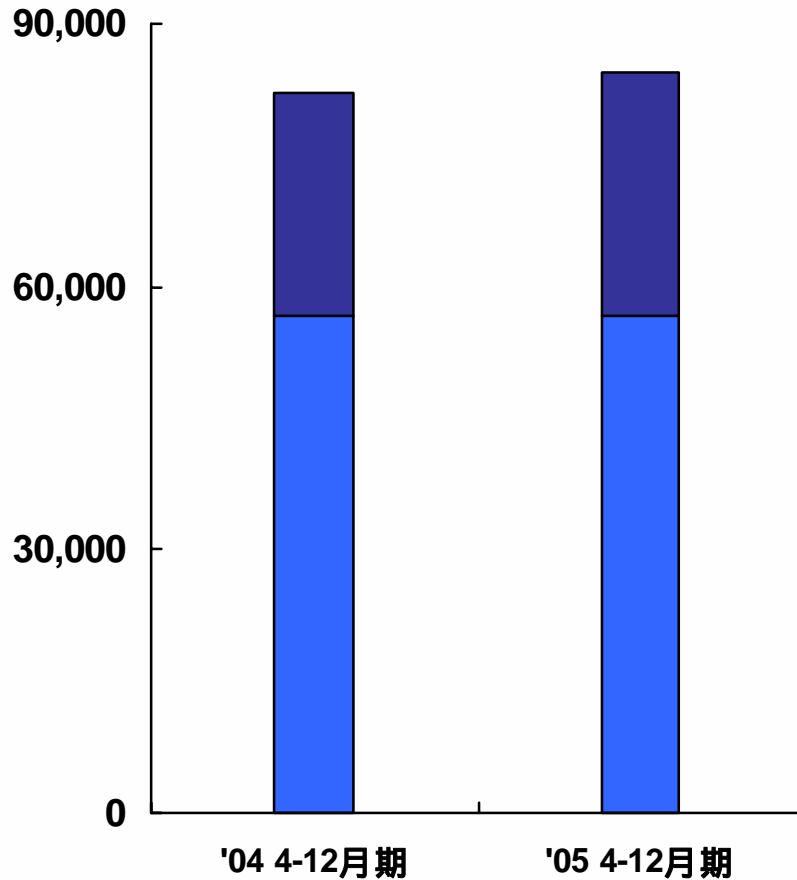
■ 4月-9月 □ 10月-12月



番組制作費(単体)



(単位: 百万円未満切捨)



	2004年度 4-12月期	2005年度 4-12月期	比較	伸率 (%)
合計	82,220	84,413	2,192	2.7

(単位: 百万円未満切捨)

	2004年度 10-12月期	2005年度 10-12月期	比較	伸率 (%)
合計	25,392	27,800	2,407	9.5

■ 4月-9月 ■ 10月-12月



業績予想



売上高・営業利益・経常利益・純利益予想

単位:百万円

2005年度通期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
連結	339,800	21,900	22,700	9,000
単体	286,200	13,300	14,500	4,100

2005年11月17日に発表したものと変わっておりません。

参考資料：セグメント別予想 (2005年度通期)



(百万円未満切捨)	売上高	営業費用	営業利益
テレビ放送事業	276,500	240,700	35,800
文化事業	57,000	52,800	4,100
その他事業	14,800	11,800	3,000
合計	348,400	305,300	43,000
消去又は会社	8,500	12,500	21,000
連結	339,800	317,800	21,900

2005年11月17日に発表したものと変わっておりません。



参考資料: 設備投資と減価償却費予想



(単体ベース)

単位: 億円

	設備投資予想	減価償却費予想
2005年度	68	162
2006年度	80	147
2007年度	95	135
2008年度	77	125
2009年度	59	109

11月の中間決算発表時の予想から、修正しております。



番組編成について



4月の改編 ～ 朝帯・ベルト帯の強化 ～

• 朝帯強化 = スタートダッシュ

- 4:00 ~ 5:20 「Oha!4」…ニュース番組30分繰上げ
- 5:20 ~ 8:00 「ズームイン! SUPER 1部・2部」 枠拡大

• ベルト帯の強化

- 8:00 ~ 9:55 「激論!情報バラエティ! スッキリ!!(仮)」…朝ワイドショー刷新
- 10:00 ~ 11:25 「ラジかるッ!!(仮)」…夕方の「ラジかる!!」をバージョンアップ
- 16:53 ~ 19:00 「ニュースリアルタイム」…スタート時間をどこよりも早くし、TOP奪還

• G・P帯の強化

- 月曜21時 「島田紳助の芸能人だって恋愛するんだ!!(仮)」
- 金曜20時 「太田光の私が総理大臣になったら…秘書田中。」
- 土曜19時 「オールスター SHALL WE ダンス?」
特番で高視聴率獲得番組をレギュラー化。視聴率UPを狙う。
- 好調のドラマ 水曜 「バレエやりたい!!(仮)」、土曜 「ギャルサー(仮)」

• 若い女性層の取り込み

- 水曜23:25 ~ 「NANA」…人気アニメの地上波放送権獲得



今後の編成戦略



• 2008年総合優勝に向けて

- タイムテーブルの改革 ~ 19時台から23時台へ ~
- コアターゲット(13歳 ~ 49歳の男女)を意識した番組編成
- スポーツソフトの強化 ~ 「スポーツの日本テレビ」の確立 ~
 - 地上波の強みは生放送。
 - デジタル化(ワンセグ・移動体放送)でもニーズ高まる。
 - トヨタカップ、WBCなど大型イベントの育成および、新スポーツソフトの開発。
 - スポーツ情報局を2006年1月に新設。
- 巨人戦 = 基本コンテンツ
 - 来期 69試合放送(最大30分延長)。
 - 日本テレビ・読売新聞・巨人軍 三者一体の戦略的広報。



視聴率動向



年度平均視聴率

(2005年4月4日 - 2006年2月5日/ 44週間)

出所: ビデオリサーチ

	NTV	TBS	CX	EX	TX	HUT
全 日	8.8	7.9	9.5	7.8	3.7	44.4
昨年同期	9.2	7.5	9.3	7.6	3.7	44.7
プライム	12.8	12.7	14.6	13.2	7.7	66.7
昨年同期	13.4	12.8	14.1	12.2	7.7	67.1
ゴールデン	12.6	12.7	14.3	12.7	8.3	67.5
昨年同期	13.3	12.9	13.8	11.7	8.3	68.1
ノンプライム	7.6	6.5	8.0	6.3	2.6	38.0
昨年同期	7.9	5.9	7.9	6.4	2.6	38.3



視聴率動向



年間平均視聴率

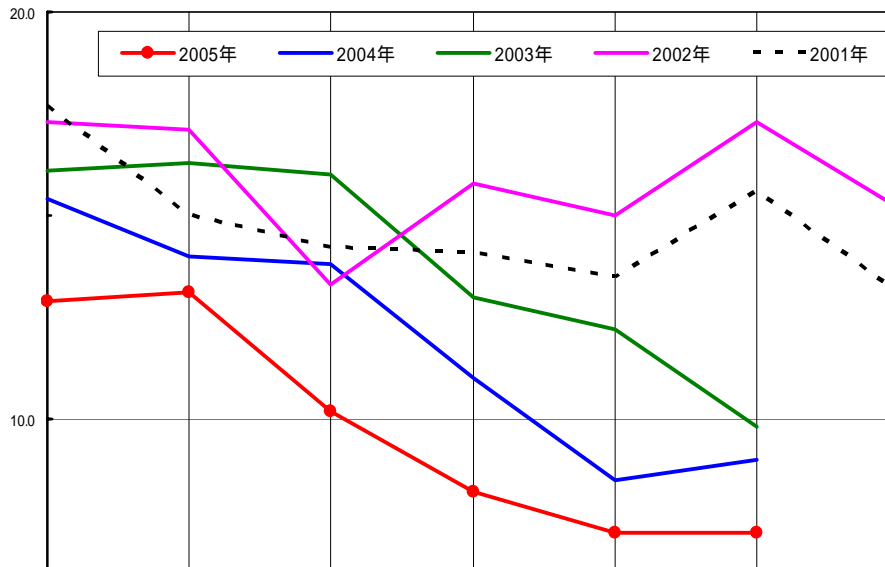
(2006年1月2日 - 2006年2月5日/ 5週間)

出所: ビデオリサーチ

	NTV	TBS	CX	EX	TX	HUT
全 日	9.7	8.3	9.9	8.2	3.7	46.3
昨年同期	9.5	7.9	9.6	8.1	3.9	45.8
プライム	13.6	13.2	15.1	13.4	7.4	67.9
昨年同期	13.9	13.2	14.2	12.5	7.8	67.8
ゴールデン	13.6	13.2	15.0	12.5	7.8	68.7
昨年同期	14.0	13.2	14.0	12.0	8.3	69.1
ノンプライム	8.6	7.0	8.4	6.7	2.7	40.2
昨年同期	8.2	6.4	8.3	6.8	2.8	39.5



参考資料: 巨人戦ナイター 視聴率推移



巨人戦ナイター視聴率比較 (年間)

	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 (%)
2005年	66	10.1	63	10.3	129	10.2
2004年	70	12.3	63	12.0	133	12.2
差	2.2		1.7		2.0	

(単位:%)	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	全平均
2005年	12.9	13.1	10.2	8.2	7.2	7.2		10.2
NTV	13.4	13.3	10.5	7.1	7.7	7.4		10.1
他局	12.5	12.8	9.9	9.5	7.0	4.6		10.3
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
2002年	17.3	17.1	13.3	15.8	15.0	17.3	15.2	16.2
2001年	17.7	15.0	14.2	14.1	13.5	15.6	13.1	15.1

2005年10月3日現在

出所: ビデオリサーチ

月の区切りは週(月～日)単位による。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。



メディア戦略



- コンテンツメーカーとして、コンテンツをあらゆる伝送路に最適に配信し、最も大きな利益を上げる仕組みを作る

地上波の番組制作から、マルチユースのコンテンツ制作への変革

地上波、BS、CS、インターネット、ワンセグサービス
パッケージビジネス、番組販売 など

- **ブロードバンド化とユビキタス化への戦略**
インターネット 第2日本テレビ(次ページ)

ワンセグサービス

- キャリアとの連携、NTTドコモとのLLP設立(別紙)など
- データ放送の活用、モバイルインターネットコンテンツの開発
- コマース事業の開発
- 新しい広告商品の開発



第2日本テレビ概況



- **開局から現在までの検証**
 - － 会員数18万4千人（2月13日現在）目標数字には未達。
 - － コンテンツ収入はプレオープン中につき原則無料。
- **今後の方向性について**
 - － 「第2日テレ商店街」は「大型商店街総合コミュニティサイト」に。
 - 旅やグルメなどユーザーの知りたい情報が得られる専門店
 - － 日テレHPの動画コンテンツを「第2日テレ」内の日テレシアター（仮）に集約。
- **コンテンツの基本方針**
 - － 番組連動の動画を配信。
 - － 投稿シリーズの充実。
 - － ネット広告スポンサーニーズに応えるメニューを揃える。
- **有料コンテンツの戦略**
 - － お金を払っても見たいコンテンツとして特化。例えばタレントショップなど。



コンテンツ・イベント事業関連



コンテンツ事業戦略

地上波・ワンセグ・インターネットで多角的かつ有機的な
 コマース事業に力を入れ、収益を拡大する。

• コンテンツ事業関連

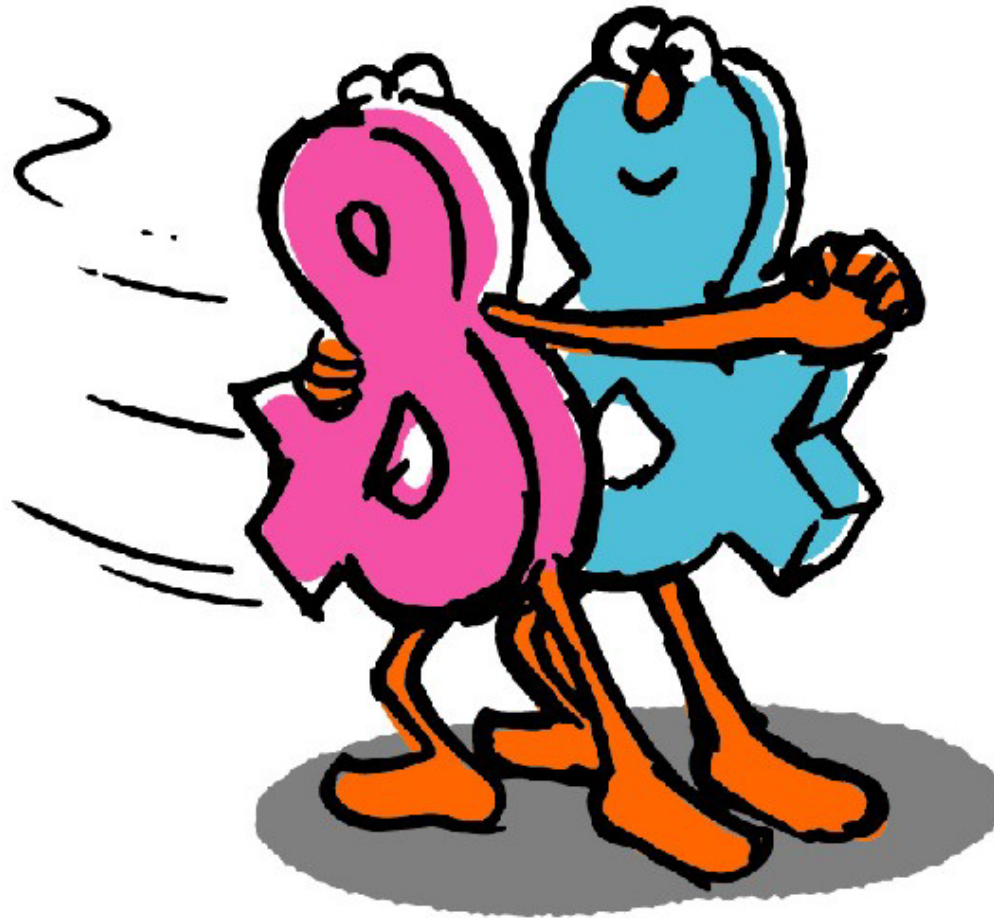
- 「ガキの使いやあらへんで!!」DVD第1弾～第7弾 **通算150万枚突破**。
- 「野ブタ。をプロデュース」 2006年4月5日販売開始。予約絶好調。

• 映画事業関連

- 「ALWAYS三丁目の夕日」2005年11月5日公開、**興行収入32億円**。
- スタジオジブリ最新作「ゲド戦記」2006年7月公開決定。宮崎吾朗監督作品。

• イベント事業関連

- 「プラド美術館展」2006年3月25日～6月30日 於：東京都美術館。
- 「ルーヴル美術館展 古代ギリシア芸術・神々の遺産」 2006年6月17日～8月20日 於：東京藝術大学大学美術館。ルーヴルのコレクション昨年に引き続き日本上陸。



総務局IR部