

平成 28 年 3 月 31 日

各 位

会 社 名 日本テレビホールディングス株式会社
代表者名 代表取締役社長 大久保 好男
(コード:9404 東証第一部)
問合せ先 経営戦略局広報部長 岡田 泰三
(TEL:03-6215-4111)

「日本テレビグループ 中期経営計画 2016-2018 Change65」の概要について

当社はこの度、2016 年度から 2018 年度を計画期間とする日本テレビグループの中期経営計画を策定いたしましたので、その概要についてお知らせいたします。

1. 長期経営目標 ～日本テレビグループが 2025 年度までに目指す姿～

日本テレビグループは、報道機関としての社会的責任を果たし、新たなメディア・コンテンツと生活・文化を生み出す“豊かな時を提供する企業”であり続けることを将来のあるべき姿と捉えます。そして、すべての社員が連帯してグループの成長を追求し、環境の変化に先んじて対応することで、“ファーストチョイス日テレ”として生活者やクライアントから選ばれ続けることを目指します。

10 年後に向けては、メディア・コンテンツ事業と生活・健康関連事業を核として、事業ポートフォリオの多様化と海外展開を進めるとともに、あらゆるメディアに向けて、それぞれのメディア特性・ニーズに応じたコンテンツを創造・発信することによって、広告収入のみならず非広告収入を拡大してまいります。また、動画配信事業と海外事業を収益の柱に育成し、インターネット企業、グローバル企業としてのプレゼンスも確立することを目標とします。

2. 2016-2018 中期経営目標

2018 年度に向けては以下の目標達成を目指します。

(1) 人々を豊かにするコンテンツを創造・発信する最強の制作集団

1. 様々なメディアを通して正しく、速く、分かりやすくニュースを発信し、より信頼される報道機関となる
2. 地上波視聴率は世帯&コアターゲット^{注1}で5冠王を達成し、地上波テレビ広告収入は在京局でシェアトップを継続する
3. “ネットファースト層”^{注2}にも支持されるコンテンツを創造し、インターネット動画配信事業の成長を加速する
4. BS 放送の接触率と営業売上で民放系 BS 社トップを獲得する
5. コンテンツを様々なメディアに展開し収益を最大化する
6. メディア環境の変化を見据えて、最新技術を積極的に研究し活用する

注1 コアターゲット視聴率:当社オリジナルの指標で、個人全体のうち男女13～49歳の視聴率

注2 ネットファースト層:若者を中心とした、インターネットと親和性が高くテレビメディア・テレビコンテンツとの接触が少ない層

(2) 継続的成長を目指した事業の“破壊と創造”

1. 手がけるべき事業領域を再確認し、大胆な組織の見直しと人材の確保でビジネスモデルを改革する
2. 総額 500 億円の新規事業（戦略的投資を含む）投資枠を再設定し、事業ポートフォリオの多様化を進める
3. 生活・健康関連事業は、グループ間のシナジーを追求するとともに新たなサービスを創出する

(3) 海外における確固たるポジションの獲得

1. 成長が期待されるアジア等で、現地に根差した事業を推進する
2. 各国のニーズを的確に捉え、コンテンツと制作力のグローバル展開を加速する

(4) 地域・個人に寄り添った社会貢献

(5) 働く人すべてが能力を高め挑戦できる環境の醸成

1. 働く人すべての能力の開発と向上に努め、日本テレビグループの人材力を強化し最大限活用する
2. 多様な人材を採用・育成するとともに、チャレンジを支援する制度と企業文化を作り上げる

3. 2016-2018 中期経営目標数値

2018 年度に連結売上高 4,600 億円、連結営業利益 550 億円（営業利益率 12.0%）、連結経常利益 600 億円（経常利益率 13.0%）以上を目指します。

(単位：億円)

	(見通し)	(目標)	(増加)
	2015 年度	2018 年度	2015→2018
連結売上高	4,100	4,600	500
テレビ広告収入	2,613	2,685	72
コンテンツ事業収入他	1,487	1,915	428
連結営業利益	515	550	35
(営業利益率)	12.6%	12.0%	▲0.6%
連結経常利益	565	600	35
(経常利益率)	13.8%	13.0%	▲0.8%

※テレビ広告収入には、地上波のほかBS、CSの広告収入を含む

4. 財務・配当政策

(1) 重要な経営指標

売上高営業利益率および売上高経常利益率

(2) 配当金

継続的で安定的な配当を重視し、連結ベースの業績を基礎にその他諸要素を勘案して決定します。

以上