

2006年度 決算説明会資料



2007年 5月 22日(火)

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

決算概要	P 4
単体損益計算書.....	P 6
スポットセールス業種別シェア	P 8
業績予想	P 12
参考資料：設備投資額と減価償却費予想.....	P 13
番組編成	P 14
映画事業・通販事業・ワンセグ・第2日本テレビ	P 17

連結損益計算書 ハイライト

- 日本テレビ単体は微増収増益。
- 子会社VAPは、DEATH NOTEなど DVDセールスが好調で、微減収ながらも増益だった。
- 営業外損益の改善、特別損失の縮小により、経常利益、当期純利益の増益幅が拡大した。

(単位:百万円未満切捨)

	2005年度	2006年度	伸率(%)
売上高	346,642	343,651	△0.9
営業利益	28,551	30,344	6.3
経常利益	30,014	34,142	13.8
当期純利益	13,700	18,331	33.8

連結キャッシュ・フロー状況

(単位:百万円未満切捨)

	2005年度	2006年度
営業活動によるキャッシュ・フロー	32,683	31,457
投資活動によるキャッシュ・フロー	△24,358	△24,596
財務活動によるキャッシュ・フロー	△15,920	△4,713
現金及び現金同等物期末残高	59,368	61,523

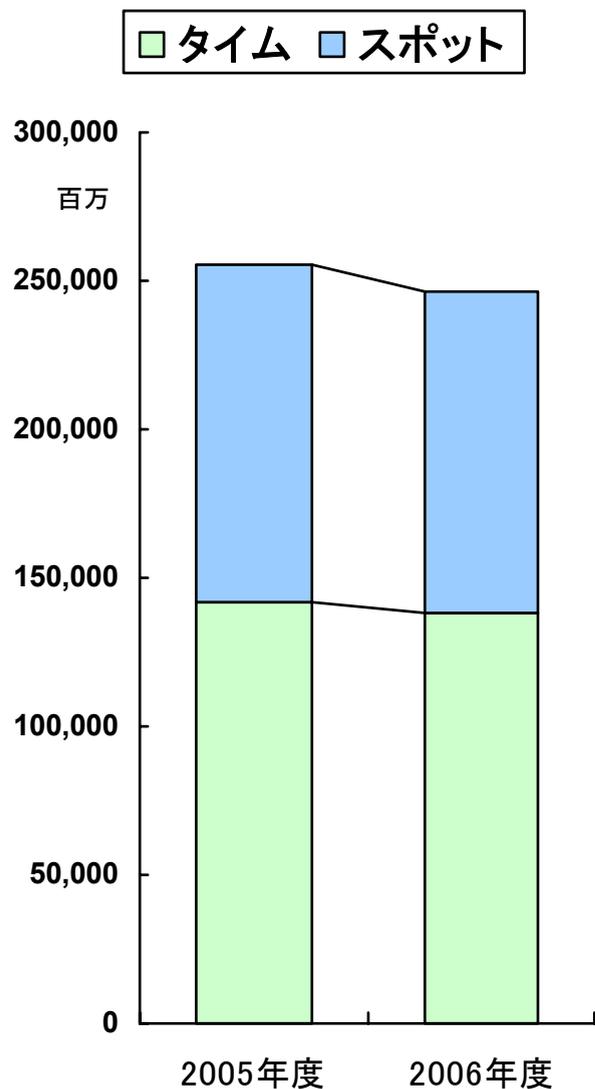
単体損益計算書 ハイライト

- 放送収入の減少を、映画・通販などの事業収入の大幅拡大でカバーし、増収となった。
- 番組制作費のコストコントロールを徹底した結果、増益に。
- 前期大きく発生した有価証券評価損などの特別損失が減少した為、当期純利益が大幅増加した。

(単位:百万円未満切捨)

	2005年度	2006年度	伸率(%)
売上高	287,829	288,636	0.3
営業利益	18,450	20,898	13.3
経常利益	20,146	23,863	18.4
当期純利益	8,001	12,726	59.0

放送収入(単体)



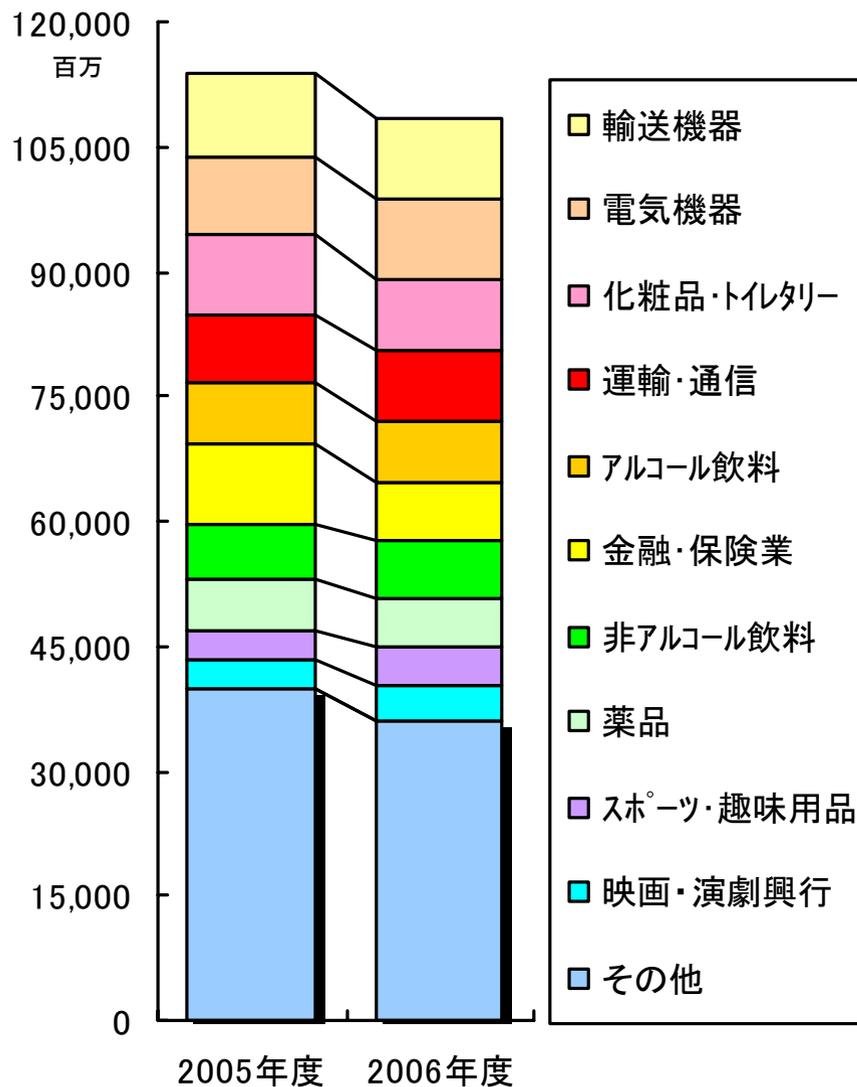
(単位: 百万円未満切捨)

	2005年度	2006年度	比較	伸率 (%)
放送収入合計	255,448	246,524	△8,923	△3.5
タイム	141,828	138,219	△3,608	△2.5
スポット	113,619	108,305	△5,314	△4.7

(単位: 百万円未満切捨)

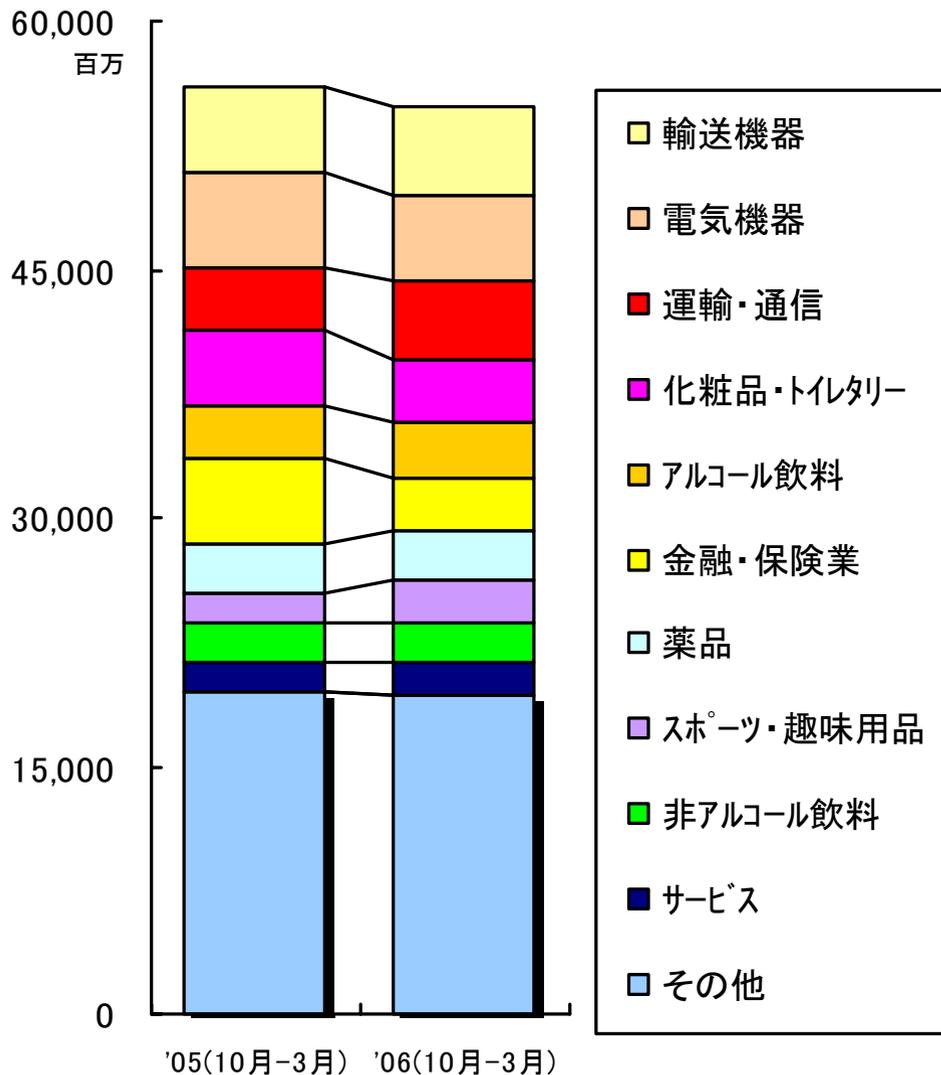
	2005年度 下期(10-3月)	2006年度 下期(10-3月)	比較	伸率 (%)
放送収入合計	127,623	125,076	△2,546	△2.0
タイム	71,568	70,249	△1,319	△1.8
スポット	56,055	54,827	△1,227	△2.2

スポット業種別シェア(通期)



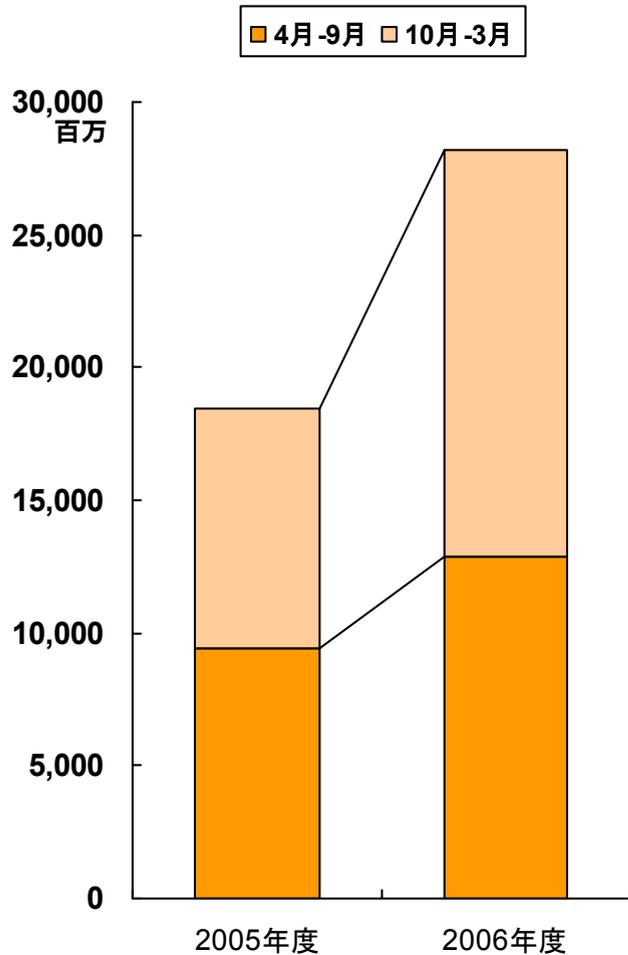
	シェア	伸率(%)
輸送機器	8.85	△ 1.3
電気機器	8.78	△ 0.3
化粧品・トイレタリー	8.20	△ 8.0
運輸・通信	7.72	4.7
アルコール飲料	6.73	△ 2.1
金融・保険業	6.47	△28.8
非アルコール飲料	6.32	9.0
薬品	5.63	△ 3.9
スポーツ・趣味用品	4.11	33.8
映画・演劇興行	3.80	9.7
その他	33.39	△ 9.0
合計	100.00	

スポット業種別シェア(下期:10月~3月)



	シェア	伸率(%)
輸送機器	9.75	1.5
電気機器	9.39	△ 8.1
運輸・通信	8.80	22.9
化粧品・トイレタリー	6.97	△ 14.5
アルコール飲料	5.96	0.8
金融・保険業	5.71	△ 38.5
薬品	5.68	5.8
スポーツ・趣味用品	4.61	36.1
非アルコール飲料	4.35	1.7
サービス	3.52	3.9
その他	35.26	△ 0.6
合計	100.00	

事業収入(単体)



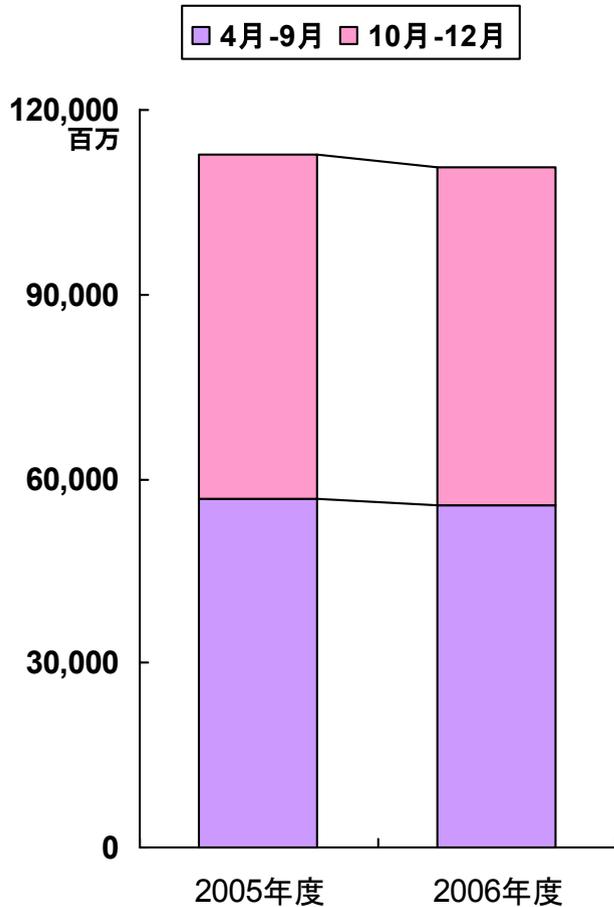
(単位: 百万円未満切捨)

	2005年度	2006年度	比較	伸率 (%)
合計	18,484	28,216	9,732	52.7

(単位: 百万円未満切捨)

	2005年度 下期(10-3月)	2006年度 下期(10-3月)	比較	伸率 (%)
合計	9,065	15,353	6,287	69.4

番組制作費(単体)



(単位: 百万円未満切捨)

	2005年度	2006年度	比較	伸率 (%)
合計	112,729	110,644	△2,084	△1.8

(単位: 百万円未満切捨)

	2005年度 下期(10-3月)	2006年度 下期(10-3月)	比較	伸率 (%)
合計	56,116	54,877	△1,238	△2.2

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

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	115
2009年度	89	109
2010年度	84	105
2011年度	60	96

番組編成

番組改編戦略

2年間で4回の改編を通じて、日本テレビのタイムテーブルの構造改革・体質改善を実行し、視聴率・収益力を大幅アップする

*** 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

4月改編の総括

■週末プライムタイム強化に成功

土曜19時「志村どうぶつ園」枠移動、日曜20時「世界の果てまでイッテQ」など、**土曜・日曜プライムタイムの編成が成功**。ファミリーターゲットの強力な視聴フローが形成され、視聴率1位に。(4月～5月レギュラー番組平均)



■ドラマ編成

「バンビ〜バ!」「喰いタン2」が好調。7月期も話題作を放送予定。



■バラエティ新番組

PR強化により視聴者の定着を目指す。



■ゴールデンウィーク戦略週

4月30日～5月6日のゴールデンウィーク週を戦略週と位置づけ、特番編成及びレギュラー強化 → 視聴率四冠王を獲得

今後の編成戦略

10月改編のテーマは「ノンプライムの大改革」

- 平日ベルト編成をHUT動向に合わせて大幅見直し
- 土曜・日曜の午前・午後の視聴の流れをより良くする
- 23時台「NEWS ZERO」の更なる強化

プライムタイムの弱点補強

- 視聴率一桁番組一掃をめざし、積極的な改編

【新たな挑戦】

* スポーツ

- 9月・・・「ラグビーW杯」 日本戦＋準決勝・決勝を放送
- 10月・・・プロ野球クライマックスシリーズ放映権利交渉中
- 12月・・・TOYOTAプレゼンツFIFAクラブワールドカップ開催国枠誕生に伴い、プライム平均15%をめざす編成

* 24時間テレビ

- 30回目を記念して特別編成を計画中

* 新たなメディア価値の創造

- レギュラー番組でワンセグ連動企画を検討中

映画事業

「DEATH NOTE」

映画、地上波放送、DVD、海外番販などコンテンツのマルチユースの成功



映画「DEATH NOTE」

前・後編 興行収入は約 **80億円**

前編公開後4ヶ月での異例の地上波放送(10月27日) 視聴率 **24.5%**

DVD:**VAP**より販売 およそ**100万枚**

アジアを中心に、海外でも大ヒット

2007年度の主なラインアップ (日本テレビ幹事作品)

- ・東京タワー オカンとボクと、時々、オトン・・・4月14日より公開中
- ・舞妓 Haaaan!!! ...6月16日よりロードショー
- ・ALWAYS 続・三丁目の夕日 ...11月3日よりロードショー
- ・マリと子犬の物語 ...12月公開予定
- ・L (DEATH NOTE スピンオフ) ...1月公開予定



東京タワー
オカンとボクと、時々、オトン



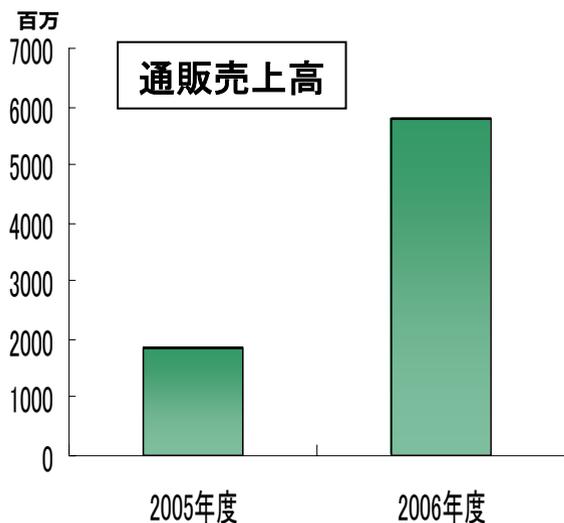
通販事業

単体通販事業2006年度の状況

売上 57億 前年度の**3.1倍**

綿密なマーチャндаイジング戦略で、
大ヒット商品の取扱が増加し売上拡大

(人気商品) テンテンベルト、カウボーイリトル、
ボージョボー人形、HAMANOバッグ、
ニンテンドーDS Lite など
番組連動商品の取扱も増加



放送枠拡大で認知度が大幅向上

- ・ラジかるッ×ポシュレ・・・「ラジカル」内で週 5 枠
- ・気になる通販ランキングポシュレデパート深夜店・・・週 6 枠、深夜に放送
- ・石塚英彦の全国お取り寄せお中元・お歳暮スペシャル！ を特番で放送
- ・ウレセン！・・・4月より金曜日16時から放送



ワンセグへの取り組み

社内に編成局長をトップとする「ワンセグプロジェクト2007」を立上げ ⇒ 「会社戦略」を答申予定
「日本テレビが先頭を走り続ける！」

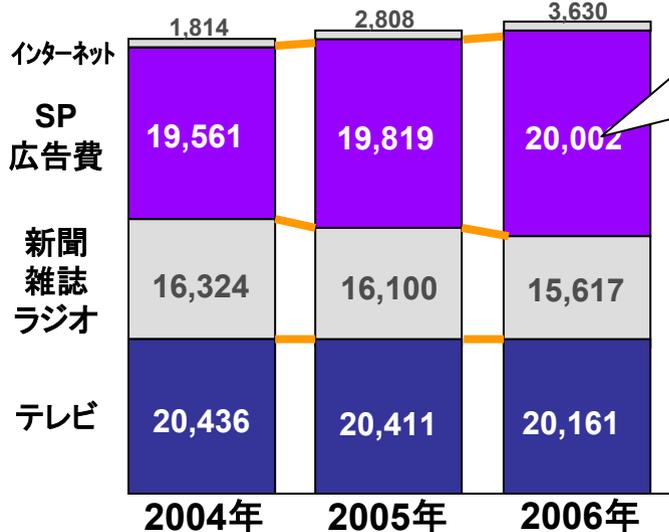
周辺環境：

- － 端末が爆発的に普及 ⇒ 今夏に1,000万台突破。2008年はさらなる急拡大を見込む。
- － 2008年に独立サービス解禁の可能性。

日本テレビならではの「サービス」「番組編成」「ビジネスモデル」
 ⇒ 「日本テレビのブランド価値向上」+「スポンサーメリットの追求」を同時に満たす！

【日本の広告費・媒体別】

出所：情報メディア白書
 (単位 億円)



左記以外にも、各企業は「セールスプロモーション」に、巨額予算を投下中。



「放送×通信」連携による「新型SP広告」を開発

ワンセグ調査結果

- ・1回の平均視聴時間は28分27秒。
- ・「ほぼ毎日」「週3～4回」で5割以上。
- ・「週1回以上」視聴では全体の9割越。



モバイルコンテンツの世界で確固たる地位を築く

「ワンセグのリーディングカンパニー」としてさらなる発展を目指す！

第2日本テレビ事業戦略

【第2日本テレビについて】

- ・月間訪問者数 : 約64万人
 - ・月間動画再生数 : 約210万回
 - ・登録会員数 : 60万人突破
 - ・男女比 6:4 : 女性比率が高い
- (数字は全て2007年4月末時点)

地上波との連動企画をさらに強化し、数々のドラマやバラエティ番組の舞台裏、未放送映像などで人気を集めている。

月間の再生数はリニューアル前の
2006年11月度比=188%増

第2日本テレビ TOPページ



URL: <http://www.dai2ntv.jp/>

～～ 日本テレビの持つ制作力を活かし、テレビ局が自ら運営するからこそ実現できる多様な取り組み～～

<ドラマとの連動企画が話題>



地上波で放送中のドラマと連動したオリジナルミニドラマをインターネット限定で配信。テレビドラマ初のネット連動企画として、注目を集めている。

<話題の動画投稿サービス>



注目度が高まる、動画投稿サービスも開始し、地上波番組「でじたるのバカ?」と連動、参加型の双方向サービスを実現。

<インターネットならではのオリジナル企画>

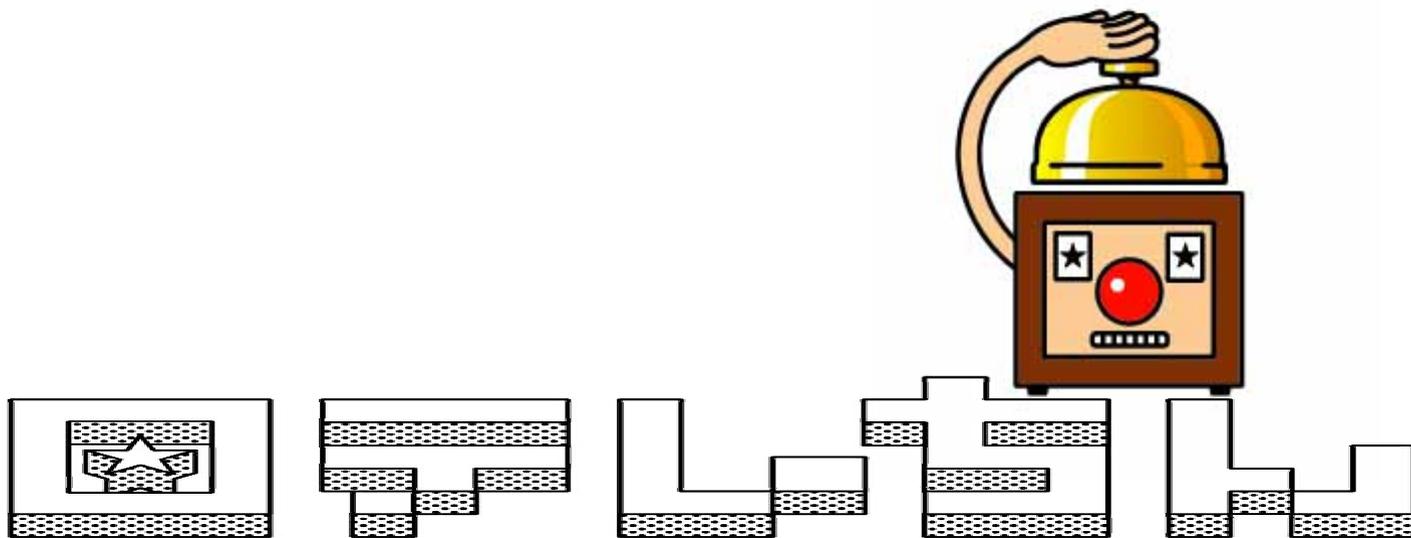


単独で7大陸最高峰登頂を目指す若者のドキュメンタリーを、毎日更新で配信。この壮大な企画はトヨタ自動車のスポンサードによって実現。

<アマチュアスポーツも充実>



東京六大学野球など注目度の高いアマチュアスポーツを配信。地上波では放送しきれない映像が、人気を集めている。



經濟計畫室 課部