2009年度第2四半期
決算説明会

2009年11月10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。
また、本資料の無断転載はお断りいたします。

目次

01・・・

2009年度第2四半期

決算概況

代表取締役　社長執行役員
細川　知正

連結損益

（単位：百万円）

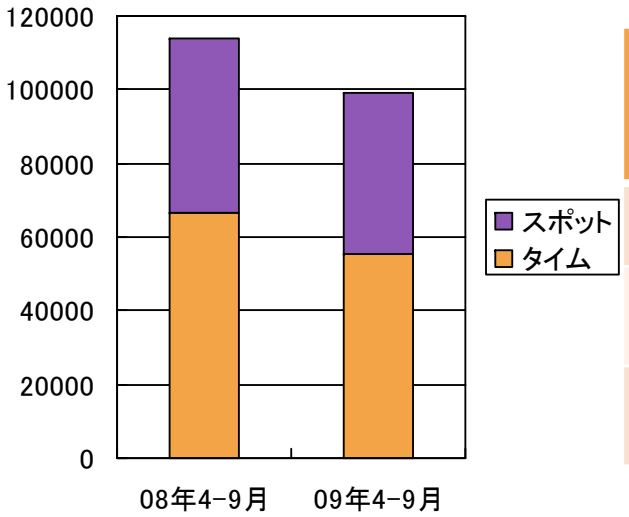
連結	2008年度 4ー9月期	2009年度 4ー9月期	伸率（%）
売上高	164,986	144,313	△12.5%
営業利益	1,286	8,200	537.5%
経常利益	3,292	10,335	213.9%
四半期純利益	△1,220	6,469	—

（単位：百万円）

連結	2008年度 7ー9月期	2009年度 7ー9月期	伸率（%）
売上高	84,733	75,226	△11.2%
営業利益	△1,588	3,481	ー
経常利益	△712	4,258	ー
四半期純利益	△2,726	2,593	ー

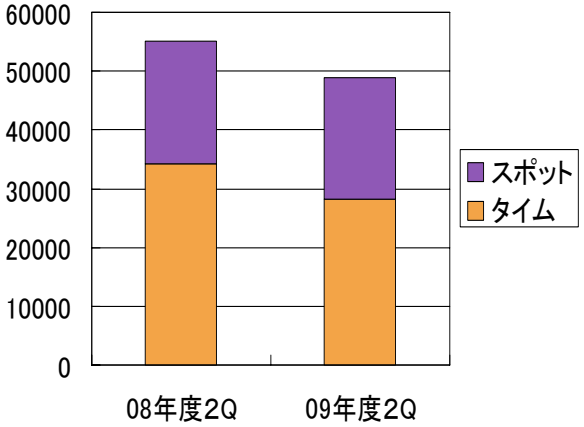
＊△表記は、損失計上です。

放送収入（単体）



（単位：百万円）

	2008年度 4－9月期	2009年度 4－9月期	比較	伸率(%)
放送収入	113,837	**98,989**	**△14,848**	**△13.0**
タイム	66,745	**55,313**	**△11,431**	**△17.1**
スポット	47,092	**43,676**	**△3,416**	**△7.3**



（単位：百万円）

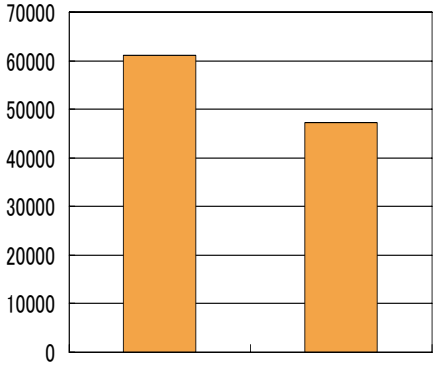
	2008年度 7－9月期	2009年度 7－9月期	比較	伸率(%)
放送収入	**55,157**	**48,870**	**△6,286**	**△11.4**
タイム	**34,289**	**28,306**	**△5,983**	**△17.5**
スポット	**20,867**	**20,564**	**△302**	**△1.5**

事業収入（単体）

（単位：百万円）

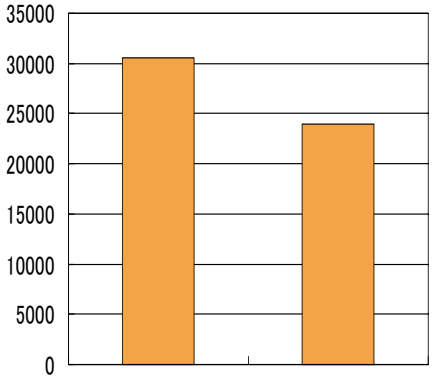
事業種別		2009年度 4ー9月期	伸率(%)	2009年度 7ー9月期	伸率(%)
イベント	イベント	4,401	11.2	2,825	4.9
TV	BS･CS・CATV他	2,857	10.1	1,471	13.4
コンテンツ	ライツ	863	△3.9	488	17.0
	海外番販	349	△48.8	158	△53.5
	通販	5,199	48.6	3,023	44.0
	出版	298	△26.8	159	△28.7
	映画	9,072	35.7	6,954	47.5
	その他	118	△26.7	54	△15.6
合計		23,157	22.6	15,132	27.7

番組制作費（単体・管理ベース）



（単位：百万円）

	2008年度 4ー9月期	2009年度 4ー9月期	比較	伸率(%)
番組制作費	61,173	47,182	△13,990	△22.9



（単位：百万円）

	2008年度 7ー9月期	2009年度 7ー9月期	比較	伸率(%)
番組制作費	30,532	23,922	△6,609	△21.6

2009年度業績予想

（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	291,900	15,000	18,500	11,300
単　　体	254,000	15,500	18,300	9,900

＊今回業績予想を修正しました

前提	下期	通期
タ　イ　ム	△15.7%	△16.4%
（前回数値）	△10.0%	△13.5%
ス ポ ッ ト	△3.9%	△5.6%
（前回数値）	△8.0%	△10.5%
制　作　費	△5.2 %	△14.8%
（前回数値）	△5.7%	△12.7%

（単位：円）

配当	中間	期末	年間
2009年度（予定）	90	90	180
2008年度	90	90	180

配当方針

1株あたり年額180円を年間配当金の下限とし、
個別ベースの目標配当性向は50%とします

（参考）
今回の業績予想修正に伴う1株あたり当期純利益
399円74銭

セグメント別予想

（単位：百万円）

通期		テレビ放送事業	文化事業	その他の事業	消去又は全社	連結
売上高	今回	**220,300**	**67,300**	**12,400**	**△8,100**	**291,900**
	5月	219,100	66,200	15,000	△8,400	291,900
営業利益	今回	**23,900**	**1,700**	**1,500**	**△12,100**	**15,000**
	5月	18,100	2,800	2,600	△13,000	10,500

今回の主な修正点

テレビ放送事業

- 単体の上方修正を反映。特に制作費削減による増益の影響が大

文化事業

- 単体の映画・通販・イベントなどの好調な事業収支を反映
- 期初予想に対しVAP予想を大幅下方修正

その他の事業

- 日本テレビフットボールクラブが連結外となったことが影響

設備投資額と減価償却費

（単位：億円）

2009年度４－９月期実績	設備投資額	減価償却費
連結	16	47
単体	14	42

（単位：億円）

2009年度通期予想	設備投資額	減価償却費
連結	51	98
単体	45	88

※減価償却費予想を見直しました

2009年度第2四半期

編成戦略と
制作費について

取締役　専務執行役員
舛方　勝宏

最新の視聴率動向

2009年　年間平均視聴率（2008/12/29-2009/11/8）						
	NTV	TBS	CX	EX	TX	HUT
全日	8.4	6.9	8.5	7.9	3.3	43.0
昨年同期	8.3	7.4	8.5	7.7	3.6	43.4
プライム	12.6	10.1	13.3	12.1	6.8	63.5
昨年同期	12.3	11.2	13.3	11.8	7.6	64.6
ゴールデン	12.4	10.0	13.4	11.4	7.2	64.8
昨年同期	12.3	11.3	13.4	11.1	8.0	66.1
ノンプライム	7.2	6.0	7.2	6.7	2.2	37.1
昨年同期	7.1	6.3	7.2	6.6	2.5	37.4

4月改編の現状分析

10月改編の成果

水曜ドラマ、土曜ドラマが好スタート
「ギネ　産婦人科の女たち」（前ドラマ比　＋5．1ポイント）
「サムライ・ハイスクール」　（前ドラマ比　＋1．8ポイント）

水曜ドラマ・・・女性層、土曜ドラマ・・・ファミリー層
➪メインターゲットを確実に獲得

「ギネ　産婦人科の女たち」

引き続き好調なベルト番組

「スッキリ!!」　8月月間で過去最高の8.8%
（2001年1月以来初めて「とくダネ!」を抜き首位に）

「NEWS　ZERO」　上期平均　月～木平均9.0%（前年比＋1.5ポイント）

着実に成長する4月スタート番組

「スーパーサプライズ」　火曜日は着実に世帯視聴率2桁を獲得へ
その他曜日も企画強化で更に魅力ある内容へ！
生CM等新セールス方法に広告主が高い評価

下期編成と基本方針

大型スポーツイベント目白押し！

11月 「バレーボール　ワールドグランドチャンピオンズカップ」
12月 「TOYOTAプレゼンツ　FIFAクラブワールドカップ」
1月 「箱根駅伝」
2月 「東京マラソン」
2月 「バンクーバー冬季五輪」

これらの大型スポーツ番組は社員を
一体化させる効果があり、
スポーツ番組以外の番組でも大きく
ヨコの展開をすることで、
さらなる視聴者の獲得を目指す

年末年始特番編成の考え方

レギュラー番組の拡大に加え、年末年始恒例の単発番組、
新規単発番組を揃え、首位局に負けないラインナップを効果的に編成
➪地上波初登場「マリと子犬の物語」などを中心に強力な作品目白押し

今後の編成方針

レギュラー番組の強化

➪企画強化でレギュラー番組を底上げします

制作費に対する考え方

番組制作費の効率的運用

レギュラー、単発を問わず、
番組クオリティーを落とさずに制作費の削減に成功

年末年始、春の期末期首編成時には
大型単発を含め、積極的な「攻め」の番組編成

広告主ニーズの取り込み

深夜帯、土・日曜日午後帯に1社提供枠やスポット支援番組を編成
➪スポンサーニーズを吸収

「サプライズ」の生CMなど営業企画の実施
➪収入増に貢献する柔軟な番組対応

2009年度第2四半期

スポット復調と
今後の営業戦略

取締役　常務執行役員
弘中　喜通

スポットセールスの復調

月別スポット収入

月	スポット対前年比
4月	△ 13.4%
5月	△ 11.3%
6月	△ 10.8%
7月	△ 5.2%
8月	△ 2.2%
9月	3.6%
4～9月	△ 7.3%

四半期別スポット収入比較

日テレ前年比	エリア前年比	日テレシェア
△ 11.9%	△ 12.7%	23.4%
△ 1.4%	△ 8.0%	24.4%

- 民放キー局の中でいち早く前年度比プラスに転じる
- 首位局との差を縮めるとともに、3位局との差を拡大
- 第3四半期（10月、11月）に入っても回復基調は変わらず、エリア平均を大きく上回る

スポットセールスの復調

■ タイムテーブルの改善

「きょうの出来事」➪「NEWS　ZERO」、
「情報ツウ」➪「スッキリ！！」など
主にベルト番組で取り組んできたタイムテーブルの構造改革や、
番組内容の大幅リニューアルの成果が4月改編以降、より顕著に

➡ スポンサーニーズが高い視聴者層を今まで以上に獲得
（＊コアターゲット：13～49歳）

広告主、広告会社から高い評価➪出稿増に

■ 営業現場の努力

■ コアターゲット（13～49）歳、特にF1（女性20～34歳）獲得

日テレ営業局独自の企画商品

営業現場では・・・

CM出稿したことがない業態（企業）、商品にも
テレビ放送を軸としたセールス展開を提案
広告宣伝費以外の財布を開けてもらう積極的な営業展開

■ 提案型（プロポーザル）営業の強化

CPP（クロス・プログラム・プロモーション）企画
プロポーザルCM（企画性を持つオリジナルCM）

CPP：スポンサーのCM出稿の目的（販売促進など）、
用途（企画など）をくみ取って
CM期間、ターゲット、訴求方法を考慮。
複数の番組で番組連動企画をOAしたり、
オリジナルCMを放送する日テレ営業局独自の企画商品

提案型営業の具体像

・「スポンサー意図＝狙い・伝えたいこと」を理解し制作現場と連携

・レギュラーの複数番組、または、単発番組との組合せなど、
キャンペーンに見合ったフレキシブルなパッケージ提案
➪最大限のリーチ効果

ex. スバル「レガシィ」フルモデルチェンジ
花王「アタックNeo」
➪CM好感度調査で高い評価

2009年度第2四半期

好調コンテンツ事業と
VAP戦略の進捗状況

代表取締役　社長執行役員
細川　知正

VAPの現状

VAP苦戦の要因

①DVD／CD（パッケージ）セル市況の悪化と発売ローテーション
②DVD原価率のアップ
③高額MGの償却が急増

日本テレビグループが講じた対応策と進捗状況

①MG対策
　MG額を抑え、映画がヒットしたら超過印税を徴収する座組みに
②通販の活用
　日テレ通販等でVAP商品扱う。地上波効果で売り上げ好調
　実際の店舗によるDVD販売にも相乗効果
③セールスプロモーションの強化
　映画関連番組等でDVD販売を告知。スポットCMなどでも便宜

VAPが講じた施策

①MG対策の更なる強化
②固定費などのコストコントロール強化
③オーディオ3ヶ年計画の構築

好調コンテンツ事業～映画～

幹事作品が好調！幹事作品以外でも「名探偵コナン」等がヒット

2009年度 上期の主な映画

ごくせん　THE　MOVIE	7月11日
サマーウォーズ	8月　1日
20世紀少年－最終章－ぼくらの旗	8月29日
カイジ　人生逆転ゲーム	10月10日
僕の初恋をキミに捧ぐ	10月24日

週末興行収入　日テレが9週連続1位獲得！（8月最終週～11月第1週）

来年度には、二宮和也（嵐）、松山ケンイチ出演の「GANTZ」公開予定

好調コンテンツ事業～通販～

流通業界が厳しい状況の中、前年度に続き好調に推移
上期 過去最高の売上（51億9800万円）、収支（6億900万円）を達成

日テレ通販　上期人気ランキング

花畑牧場「生キャラメルセット」、化粧品「ミネラルファンデーション」等が好評

①花畑牧場スペシャルセット	食品
②オンリーミネラルファンデーションセット	化粧品
③HAMANO 牛革2WAYバッグ	バッグ
④ダイソンDC12プラス タービンヘッド	掃除機
⑤ジーニーインスタントラインスムーサー	化粧品（化粧下地）

①

②

③

好調コンテンツ事業～通販～

月～金　午前「DON!DON!ポシュレ」
火～日　深夜「ポシュレデパート深夜店」

放送当日の天候などに柔軟対応し、
紹介ラインアップを変更→売上アップに

「全国お取り寄せ　お中元SP」などの特番

ネットワーク局でも特番放送を実現
ことし新たにBS日テレでも放送を開始

数々の積極的な戦略展開

・「エヴァンゲリオン」の放送と連動
　➪グッズやDVDなど2億円以上の売上達成
・映画「ごくせん」公開に合わせたキャンペーン
・Yahoo! に出店

次頁から
補足資料！

業種別スポット売上（4-9月期）

	2009年度 4-9月期	シェア	伸率(%)	2008年度 4-9月期	シェア	伸率(%)
1	化粧品・トイレタリー	9.85	3.0	化粧品・トイレタリー	8.9	△ 8.3
2	アルコール飲料	8.17	4.6	電気機器	8.6	7.1
3	薬品	8.11	7.9	運輸・通信	7.9	5.4
4	電気機器	6.6	△ 29.2	非アルコール飲料	7.6	△ 10.7
5	映画・演劇興行	6.24	18.3	アルコール飲料	7.2	△ 11.4
6	運輸・通信	6.22	△ 26.9	輸送機器	7.0	△ 10.0
7	輸送機器	6.16	△ 18.4	薬品	7.0	△ 1.3
8	サービス	5.99	13.0	サービス	4.9	△ 8.5
9	非アルコール飲料	5.79	△ 29.5	映画・演劇興行	4.9	7.4
10	食品＜乳製品調味料＞	4.93	12.1	金融・保険業	4.8	△ 10.5
	その他	32.0	△ 5.0	その他	31.2	△ 19.1
	合計	100.0		合計	100.0	

業種別スポット売上（7-9月期）

	2009年度 7-9月期	シェア	伸率(%)	2008年度 7-9月期	シェア	伸率(%)
1	化粧品・トイレタリー	8.91	18.6	電気機器	9.2	25.1
2	映画・演劇興行	7.49	28.0	運輸・通信	9.0	19.5
3	アルコール飲料	7.44	26.9	化粧品・トイレタリー	7.4	△ 16.1
4	薬品	7.23	14.7	輸送機器	6.9	△ 19.4
5	運輸・通信	6.84	△ 25.3	非アルコール飲料	6.4	△ 10.2
6	輸送機器	6.43	△ 7.5	薬品	6.2	△ 9.0
7	サービス	6.3	28.9	アルコール飲料	5.8	△ 19.7
8	電気機器	5.46	△ 41.3	映画・演劇興行	5.8	26.3
9	非アルコール飲料	4.55	△ 29.9	金融・保険業	5.0	△ 17.4
10	食品その他	4.46	3.4	サービス	4.8	△ 20.6
	その他	34.9	2.3	その他	33.6	△ 19.0
	合計	100.0		合計	100.0	

2009年度主な映画ラインナップ

	タイトル	公開(予定)	配給	摘要
幹事作品	サマーウォーズ	8/1 公開中	ワーナー・ブラザーズ	2009年一押しのアニメ。「時をかける少女」の細田守監督の最新作。ロングラン公開中
幹事作品	20世紀少年<最終章> ぼくらの旗	8/29 公開中	東宝	浦沢直樹原作の人気コミックの実写版3部作の第3章 ケンヂとともだち因縁の対決についに終止符
幹事作品	カイジ	10/10 公開中	東宝	藤原竜也主演。福本伸行の原作は 1100万部突破大ヒットコミック。監督は佐藤東弥(NTV)
幹事作品	僕の初恋をキミに捧ぐ	10/24 公開中	東宝	「僕は妹に恋をする」に続く青春恋愛ストーリー 出演：井上真央、岡田将生
幹事作品	なくもんか	11/14	東宝	宮藤官九郎脚本、阿部サダヲ主演、 水田伸生(NTV)監督、「舞妓Haaaan!!!」チーム第2弾
幹事作品	ウルルの森の物語	12/19	東宝	「マリと子犬」チーム動物感動モノ第2弾。北海道を舞台 にオオカミの子と家族再生の物語。長沼誠(NTV)監督
幹事作品	BANDAGE	1/16	東宝	映画初主演：赤西仁×監督・音楽：小林武史× 脚本：岩井俊二のミクスチャーが生み出す音楽映画

NITTELE DA BEAR

本日は、お越しいただきありがとうございました