

2010年度第2四半期決算 IR説明会



2010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。



第2四半期ハイライト

代表取締役 社長執行役員
細川 知正





- **連結は増収増益**
- **単体は減収増益**

決算概況

取締役 執行役員 経理局長
能勢 康弘



連結損益

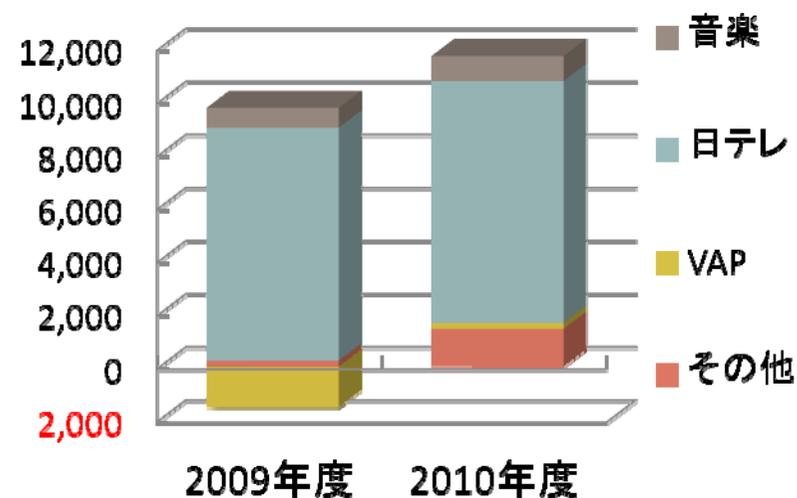


(単位:百万円)

	2009年度 4-9月期	2010年度 4-9月期	増減率 (%)
売上高	144,313	144,972	0.5
営業利益	8,200	11,703	42.7
経常利益	10,335	17,223	66.6
四半期純利益	6,469	9,236	42.8

	2009年度 7-9月期	2010年度 7-9月期	増減率 (%)
売上高	75,226	72,117	△4.1
営業利益	3,481	3,556	2.2
経常利益	4,258	4,762	11.8
四半期純利益	2,593	1,883	△27.4

連結営業利益 会社別構成



単体損益

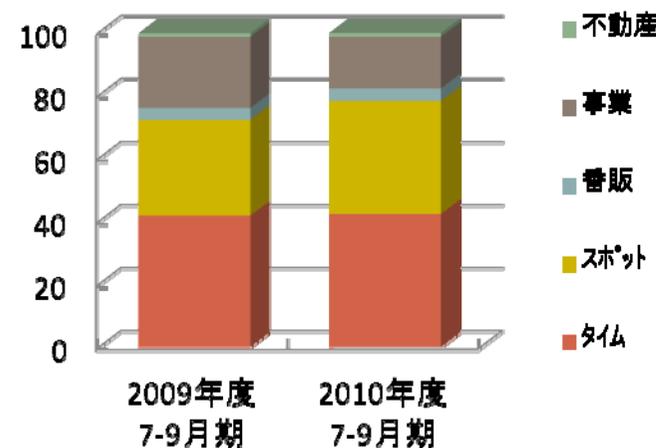
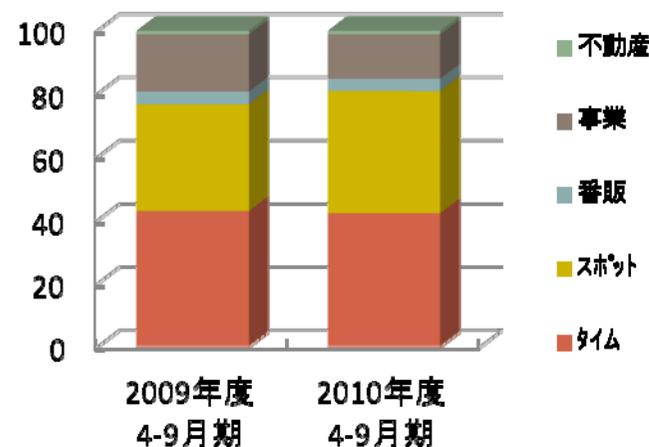


(単位:百万円)

	2009年度 4-9月期	2010年度 4-9月期	増減率 (%)
売上高	129,313	126,321	△2.3
営業利益	8,773	9,116	3.9
経常利益	10,612	13,483	27.1
四半期純利益	5,534	6,865	24.0

	2009年度 7-9月期	2010年度 7-9月期	増減率 (%)
売上高	67,566	63,076	△6.6
営業利益	3,347	1,903	△43.2
経常利益	4,023	2,598	△35.4
四半期純利益	1,451	617	△57.4

営業収入 事業別シェア

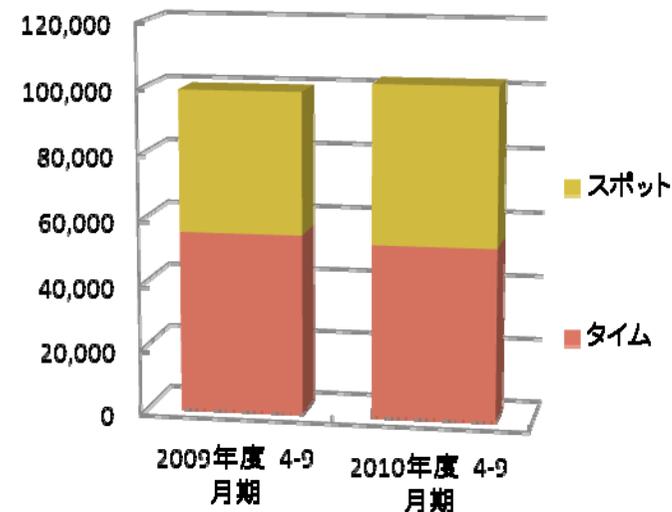


放送収入—単体—

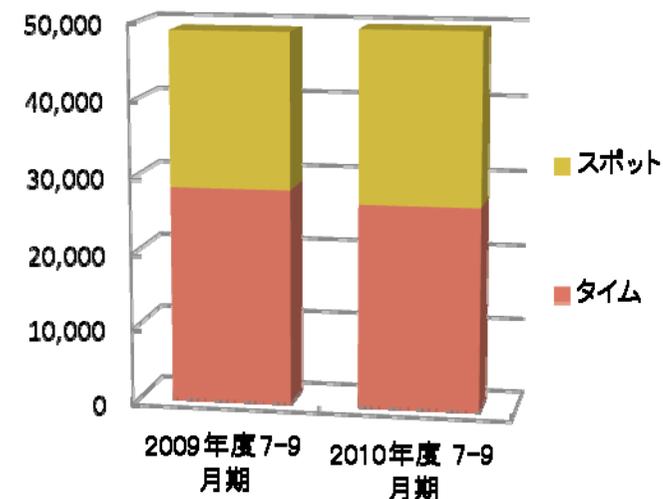


(単位:百万円)

	2009年度 4-9月期	2010年度 4-9月期	比較	増減率 (%)
放送収入	98,989	101,891	2,901	2.9
タイム	55,313	53,088	△2,225	△4.0
スポット	43,676	48,802	5,126	11.7



	2009年度 7-9月期	2010年度 7-9月期	比較	増減率 (%)
放送収入	48,870	49,371	500	1.0
タイム	28,306	26,705	△1,600	△5.7
スポット	20,564	22,666	2,101	10.2



事業収支



2010年度 4-9月期

(単位:百万円)

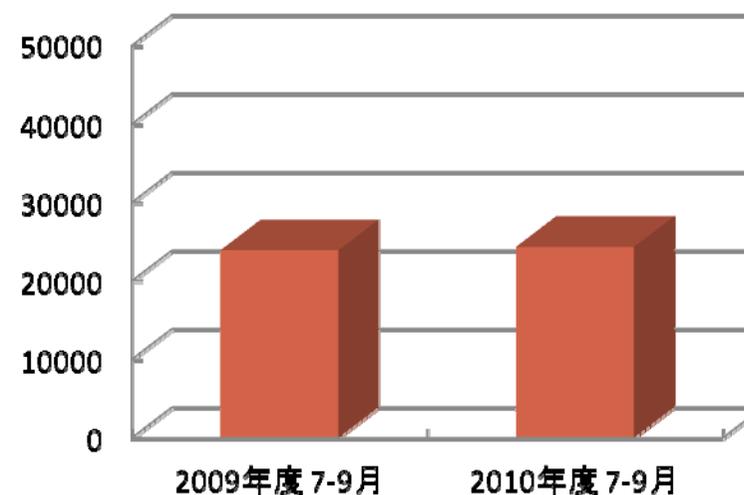
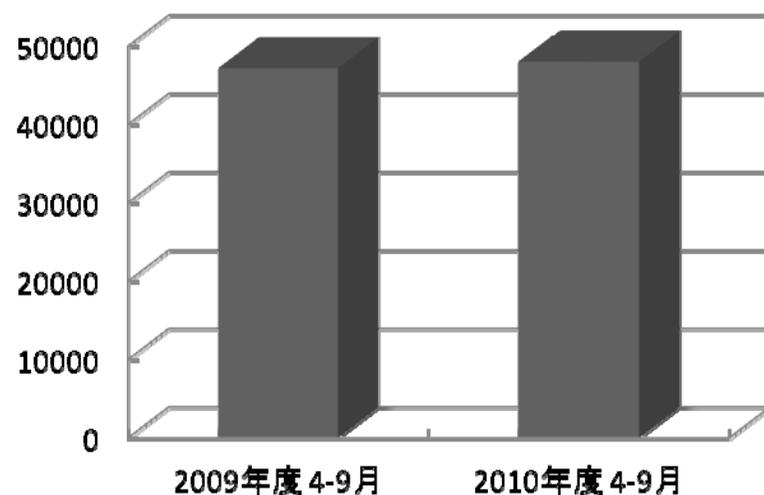
	収入	費用
イベント	3,584	3,241
BS、CS、CATV他	2,462	1,296
ライツ(国内)	1,569	566
ライツ(海外)	255	87
通販	5,512	4,894
出版	323	268
映画	3,492	3,136
VODほか	590	603
その他	16	254
合計	17,803	14,346

番組制作費－単体・管理ベース－



(単位:百万円)

2009年度 4-9月期	2010年度 4-9月期	比較	増減率 (%)
47,182	48,019	837	1.8
2009年度 7-9月期	2010年度 7-9月期		
23,922	24,347	424	1.8



設備投資と減価償却



(単位:億円)

2010年度 4-9月期	設備投資額	減価償却費
連結	25	40
単体	22	36

2010年度予想	設備投資額	減価償却費
連結	52	91
単体	45	82

* 通期予想は据え置いています

セグメント別ー実績と予想ー



(単位: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	142,580	3,419	1,743	-2,770	144,972
営業費用	131,786	2,545	1,707	-2,770	133,268
営業利益	10,794	873	35	—	11,703

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	288,300	6,800	2,800	-4,400	293,500
営業費用	264,460	4,960	2,780	-4,400	267,800
営業利益	23,840	1,840	20	—	25,700

* 通期予想は据え置いています

営業戦略
コンテンツ事業戦略
業績予想

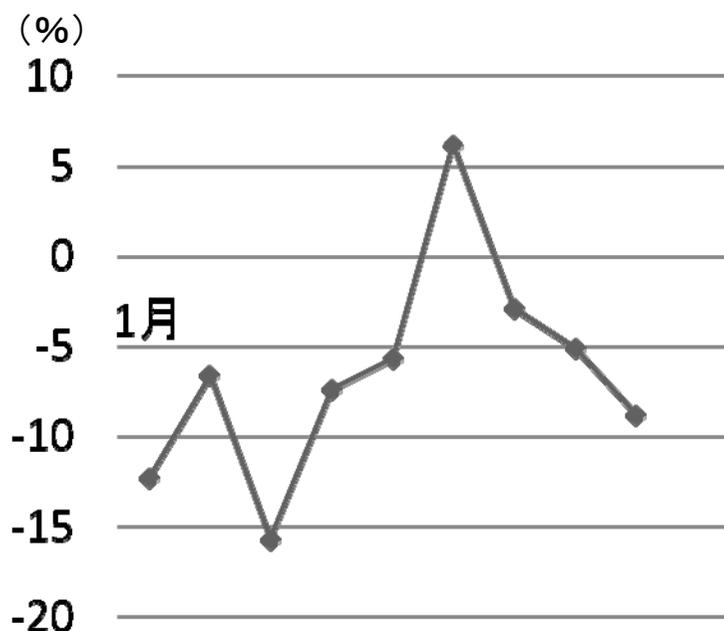
代表取締役 社長執行役員
細川 知正



営業実績と見通しータイムー



タイム	2009年度	2010年度
7月	△13.5%	△2.9%
8月	△26.8%	△5.1%
9月	△9.8%	△8.8%
上期	△17.1%	△4.0%



放送収入全体上期まとめ

- 半期ベース売上高2004年度上期以来の前年超え

タイム上期まとめ

- 7月もW杯売上が寄与
- タイム収入全体では前年度比△4%
- 前年割れ続くも下げ幅は圧縮傾向

タイム今後(第3四半期以降)の見通し

- 好調なタイムテーブルを背景に商品力がアップ
 ※ 弱点をカバーし下げ止まりへ
- 12月までのレギュラー枠は完売
 ※ 年末年始特番、1月以降セールスにいち早く注力
- 下期は単価の下げ幅さらに圧縮傾向
- 単価が上昇している番組も

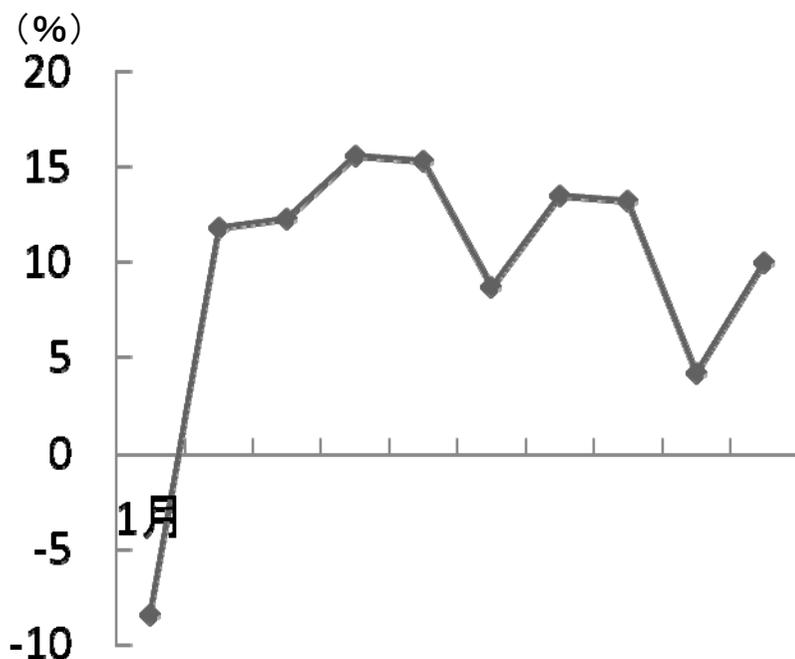
営業実績と見通し—スポット—



スポット	2009年度	2010年度
7月	△5.2%	13.5%
8月	△2.2%	13.2%
9月	3.6%	4.5%
上期	△7.3%	11.7%

スポットまとめ

- 2009年度下期以降の回復基調続く
- エリア内シェア拡大
- 半期スポットシェア 2008年度下期以降4期連続で改善



市況環境と今後の見通し

- 化粧品・トイレタリー、情報・通信、自動車などが牽引
- 12月上旬までは対前年同月比プラスで推移か
- エリア内シェア 引き続き拡大中
- 円高・株安等の不安要素も

日テレ映画



	作品名	公開	配給	備考
	借りぐらしのアリエッティ	7月17日	東宝	スタジオジブリ新作。企画/脚本:宮崎駿、監督:米林宏昌
幹事作品	BECK	9月4日	松竹	水嶋ヒロ、佐藤健らが出演。人気コミック原作の青春ストーリー
幹事作品	君に届け	9月25日	東宝	人気コミックを実写映画化。高校生の恋と友情描いた作品
	インシテミル 7日間のデス・ゲーム	10月16日	ワーナー・ブラザーズ	ホリプロ50周年企画。藤原竜也、綾瀬はるからが出演





	作品名	公開	配給	備考
幹事作品	マザーウォーター	10月30日	スールキートス	「かもめ食堂」チームが製作する第4弾。舞台は京都
幹事作品	ゴースト	11月13日 公開	パラマウント 松竹	松嶋菜々子、ソウ・スンホンらが出演。 1990年「ゴースト ニューヨークの幻」のリメイク版
幹事作品	GANTZ 前編	1月29日 公開	東宝	映像化不可能と言われた超人気コミックが実写映画に 二宮和也、松山ケンイチらが出演。春に後編公開予定
幹事作品	太平洋の奇跡 -フォックスと呼ばれた男-	2月11日 公開	東宝	太平洋戦争終了後もサイパン島にとどまり、アメリカ軍を 悩ませた日本兵たちがいた。竹野内豊、唐沢寿明出演

マザーウォーター





第2四半期 収入・収支比較

	2009年度 4-9月期	2010年度 4-9月期
収入	5,199	5,510
収支(利益)	610	618

(単位:百万円)

■ 増収増益 昨年度を上回る実績

- ・系列局、BS日テレ等での放送時間拡大
- ・売れ筋商品の発掘(カーナビ、限定バッグ)
- ・レギュラー番組のほか特別番組が好調
「みのもんたの売れるにはワケがある！」

■ 今後の戦略

- ・系列局等での番組展開進め放送枠を確保
- ・レギュラー番組、特番制作 一層の充実
(スタジオMCとの連関、オリジナリティーある番組)
- ・顧客満足度の向上
(ex. ショッピング金額に応じたポイント付与等)

日テレ通販 4-9月期売上ベスト5



①ポータブルカーナビ ニュートライウインポケット



②オンリーミネラルファンデーション(化粧品)



③ダイソン DC22タービンヘッド(掃除機)



④パルコス 牛革2WAYバッグ



⑤日テレ限定 genten牛革オリジナルバッグ



(単位:百万円)

	2009年度 4-9月期	2010年度 4-9月期	比較	増減率(%)
売上高	89,29	10,094	1,165	13.0
営業利益	△1,527	222	1,749	—
原価率	89.2%	74.1%	—	—

今期の特徴

■ 増収要因

- VAPに販売委託のトイズファクトリー 強力アーティストの作品相次いで発売 ⇨売上前年同期比1.8倍
- 日テレ映画「BANDAGE」、日テレドラマ「怪物くん」、「ホテルヒカリ」販売好調

■ 増益要因

- 売上原価率の低減
- VAP本体のMG償却、印税率、制作費が減少

■ 今後の見通し

- 12月Mr.Childrenアルバム発売予定、BUMP OF CHIKEN、ケツメイシ、ゆずも下期にCD発売予定

業績予想と前提



2010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	293,500	25,700	31,700	18,600
単体	258,000	21,900	26,300	15,200

放送収入(タイム/スポット別)と制作費の前提

	下期	通期
放送収入	△1.9%	0.2%
タイム	△5.0%	△5.0%
スポット	1.8%	6.6%
制作費	△6.1%	△1.7%

* 業績予想並びに前提については2010年7月29日に開示したものを据え置きました

編成戦略

取締役 副社長執行役員
舩方 勝宏



視聴率－2010年・年度上半期－



2010年 年度上半期(2010/03/29～2010/10/03)視聴率

	NTV	TBS	CX	EX	TX
全日	7.9	6.4	8.2	7.2	2.8
	②	④	①	③	⑤
プライム	12.1	9.6	12.5	11.8	5.8
	②	④	①	③	⑤
ゴールデン	11.9	9.3	12.5	11.2	6.0
	②	④	①	③	⑤
ノンプライム	6.7	5.6	7.0	5.9	2.0
	②	④	①	③	⑤

上期まとめ

- プライム帯は年度15回トップ獲得と好調
(昨年度は通期で10回)
- T層、F2層を中心に確実にコア視聴率アップ
- クライアントからの評価が高いタイムテーブルに

上期ヒックス

- 制作費の効率的運用
- レギュラー番組強化で世帯視聴率アップ
- 視聴者層の体質改善
上記3テーマを同時達成
- ドラマ枠 好調
- 強力な週末番組が更にパワーアップ

視聴率－7月クール「プライム帯」首位－



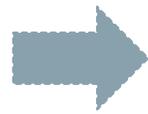
7月クール(2010/06/28～2010/10/03) 平均視聴率

	NTV	TBS	CX	EX	TX	NHK	HUT
全日	8.0	6.2	8.1	7.1	2.8	6.5	41.2
	②	④	①	③	⑤		
プライム	12.4	9.2	12.2	11.3	5.8	9.6	61.1
	①	④	②	③	⑤		
ゴールデン	12.2	9.0	12.3	10.7	6.0	10.9	62.3
	②	④	①	③	⑤		
ノンプライム	6.7	5.4	7.0	5.8	1.9	5.6	35.5
	②	④	①	③	⑤		

10月期改編テーマ



- コア視聴率アップ
- 世帯視聴率トップ奪還



- ① 弱点強化
- ② 新たなチャレンジ

①弱点強化

■金曜スーパープライム

- 今後「オリジナル新作ソフト」を次々と放送の予定
- 話題性の高いスペシャル枠のイメージをPR ⇨ 視聴習慣の獲得を第一目標に



*10/29放送 11.7%
「さんま&所の世の中を動かしているのは誰だ会議」



*11/5放送10.4%

■19時台番組、ヘルト番組

- 企画の強化、演出面で立て直し中 ⇨ 着実に視聴者へ浸透図る



10月期改編テーマ



②新たなチャレンジ

■テーマ性を持った「ウィーク展開」

11/1～11/7「シアワセ食卓週間」⇨クライアントからも高評価

■番組の「デジタル武装」

データ放送充実、SNS等ネットとの融合、デジタル担当部署と番組の連携強化

■クライアントニーズの取り込み

新規ビジネスへの展開を目的とする番組編成

■年末年始、春の期末期首

恒例の特番に加え、新規特番を開発

■番組配信

ドラマ連動の形で配信を積極的に検討

●年間・年度視聴率

見えてきた首位局の背中

レギュラー番組の底上げと特番の開発

●制作費

引き続き効率的な運用

期初予想の範囲で攻めの制作費投入も



*「食卓シアワセ週間」



*最新デジタル情報を紹介
月曜25時29分～「iCon」

新規事業への取り組み



インキュベーション企画3件のトライアル開始

2010年7月

「広告以外の収入拡大」、「新規事業の創出」、「グループを含めた社員のビジネスマインドの醸成」を目的とした事業計画を公募

⇒グループ各社含め750件の応募

⇒早期サービス開始が可能な3件

「ビジネストライアル」案件として事業・サービス開始

■日テレぐるチケ

- 既存ビジネスモデル(フラッシュマーケティングサービス)にテレビ×インターネット×クーポンチケットという新しい形を創出し、ユーザー・クライアントニーズ対応
- 番組連携などの企画・サービスを展開
- 1万人規模の集客も視野に
- 飲食チェーン、コンビニ、テーマパーク、家電量販店等とタッグを組み、チケット発行の想定

The screenshot shows the 'ぐるチケ' (Guruchike) website interface. At the top, there are navigation tabs for '今日のチケット' (Today's Ticket), '過去の子ケ' (Past Tickets), and 'はじめての方' (First-time users). The main banner features a 'NEW' tag and the headline '店員さんオススメ! 3点コーディネート' (Staff Recommended! 3-piece outfit). Below this, it states 'カリスマ店員さんが選んだ着こなし3点コーデを10パターンご用意!' (We have 10 patterns of 3-piece outfits selected by our charismatic staff!).

The ticket details show a price of 4,000 yen (tax included) with a 50% discount from the reference price of 8,000 yen. A countdown timer indicates 06:24:05 remaining. A progress bar shows that 8,125 tickets have been purchased out of a total of 10,000, with 1,875 tickets remaining. A '達成!' (Achieved!) badge indicates that the 2,000 ticket goal has been reached.

Below the ticket details, there are social media sharing options for mixi, twitter, Facebook, and email. The 'チケットの内容' (Ticket Content) section describes the 'relax' brand, which is a high-quality, natural fabric brand. It mentions that the brand is popular among women and is featured in various media. The ticket is for a 3-piece outfit, and the user can choose from 10 different patterns.

*フラッシュマーケティングサービス
webサイト上で制限時間内に事前設定された最低販売枚数をクリアすれば割引チケットの売買が成立

新規事業への取り組み開始



■日テレ アプリ

- 携帯端末
2台に1台が「スマートフォン」との予測も
クリエイティブ力を活かしてアプリビジネスに参入
- ⇒日テレグループで制作・販売する
アプリのポータル機能を持つ「日テレアプリ」の立ち上げ
- 社内に「アプリ編成プロジェクト」を結成
プロジェクトがアプリに関する「編成部」機能を持ち、
日テレグループ内のアプリについての情報集約と
戦略決定を行う
- アプリ企画を社内外に広く募集
テレビ・番組コンテンツ連動だけにとらわれない、
魅力あるアプリの制作・販売を行っていく予定。
また、テレビ番組と連動した
レコメンド(推奨)サイトの事業化についても積極的に検討





次頁から
補足資料です

スポット業種別売上シェア(4-9月)



2010年度 4-9月期		シェア	増減率(%)	2009年度 4-9月期		シェア	増減率(%)
1	化粧品・トイレタリー	12.8	45.2	化粧品・トイレタリー	8.9	△ 8.3	
2	輸送機器	7.1	28.7	電気機器	8.6	7.1	
3	薬品	7.0	△ 2.5	運輸・通信	7.9	5.4	
4	アルコール飲料	7.0	△ 3.4	非アルコール飲料	7.6	△ 10.7	
5	電気機器	6.7	14.3	アルコール飲料	7.2	△ 11.4	
6	運輸・通信	6.7	20.6	輸送機器	7.0	△ 10.0	
7	サービス	5.7	7.3	薬品	7.0	△ 1.3	
8	非アルコール飲料	5.7	10.7	サービス	4.9	△ 8.5	
9	映画・演劇興行	5.1	△ 7.6	映画・演劇興行	4.9	7.4	
10	金融・保険業	4.4	7.8	金融・保険業	4.8	△ 10.5	
	その他	31.4	9.7	その他	31.2	△ 19.1	
		100.0		合計	100.0		

スポット業種別売上シェア(7-9月)



2010年度 7-9月期		シェア	増減率(%)	2009年度7-9月期		シェア	増減率(%)
1	化粧品・トイレタリー	10.5	30.9	電気機器	9.2	25.1	
2	輸送機器	7.8	34.4	運輸・通信	9.0	19.5	
3	薬品	7.3	12.4	化粧品・トイレタリー	7.4	△ 16.1	
4	運輸・通信	6.8	10.3	輸送機器	6.9	△ 19.4	
5	電気機器	6.5	33.2	非アルコール飲料	6.4	△ 10.2	
6	アルコール飲料	6.3	△ 6.7	薬品	6.2	△ 9.0	
7	サービス	6.1	6.8	アルコール飲料	5.8	△ 19.7	
8	映画・演劇興行	5.7	△ 15.4	映画・演劇興行	5.8	26.3	
9	非アルコール飲料	5.3	30.1	金融・保険業	5.0	△ 17.4	
10	金融・保険業	4.9	26.3	サービス	4.8	△ 20.6	
	その他	32.2	1.9	その他	33.6	△ 19.0	
	合計	100.0		合計	100.0		

2010年度経営方針



コアターゲット視聴率をアップさせ、世帯視聴率でトップ奪還

- ノンプライム帯の視聴率で単独トップに
- 全日帯の視聴率をトップに
- 19時台の視聴率を改善し、ゴールデンタイム・プライムタイムもトップに
- コアターゲット視聴率と世帯視聴率が取れる強力コンテンツの開発

収益の拡大と新たな収益源の開発

- **放送収入**
 - スポット収入でシェアを上げトップに
 - 様々なアイデア(クロスプログラムプロモーション等)を駆使し、タイム収入を増加基調に
- **放送外収入**
 - 既存の放送外収入の更なる拡大
 - フルデジタル時代を意識し、日本テレビグループの強みを活かした新規事業の開発・推進

あらゆるコストコントロールの継続

グループ各社の個性を活かし、グループ全体の利益を拡大



NITTELE DA BEAR