



ナナノ

テレビ東京グループ
ステークホルダー通信

特集 “テレビ東京らしさ”で振り返る50年

今日とあしたと、笑顔をつなぐ、ナナノ

第4期報告書

2013.4.1 >>> 2014.3.31

2014 Summer

“テレビ東京らしさ”で 振り返る50年

まっすぐ、ずっと。

まっすぐ、ずっと。テレ東にしかできないことを。
2014年テレビ東京は50周年。

1964年に開局してから50年。

脈々と続く“テレ東DNA”を受け継ぎながら、テレビ東京に
しかできないことを「まっすぐ、ずっと。」続けてきました。

テレビ東京グループはこのDNAを共有し、「経済報道・健全なエンターテインメント・アニメ」等の番組・コンテンツを中心に「頑張る人や企業」「人の絆、家族の絆」「地域そのものの魅力」「多様な文化の芽を育てる」といったことを大切にしながら個性と独自性を培ってきました。これからも“テレ東DNA”を力の源泉に番組・コンテンツづくりにまい進し、豊かな社会の実現と文化の創造につなげてまいります。

1964

「東京12チャンネル」
(現在のテレビ東京)
開局



12 東京12チャンネル

(財)日本科学技術振興財団が経営母体。
“科学”“教養”“ニュースとドキュメンタリー”
を中心に放送。

1977

『ヤンヤン歌うスタジオ』

アイドルをゲストにコントやトークを展開した音楽バラエティ。



1978~

隅田川花火大会



1981

12時間超ワイドドラマ
『それからの武蔵』

現在は5時間枠になったものの、正月の定番として時代劇を放送し続けている。



1968 『三菱ダイヤモンドサッカー』



日本で初めてFIFAワールドカップの試合を放送するなどサッカーブームの礎を築いた。

1981

「テレビ東京」に社名変更

1985年に現社屋に移転。

1986

『いい旅・夢気分』



元祖“旅・グルメ番組”として四季折々の日本の風景や名産を紹介。2013年から「にっぽん！いい旅」にリニューアル。

1978 『演歌の花道』



歌の世界観を表現したセットと来宮良子の語りに乗せて歌を届ける独創的な番組。
“演歌のテレビ東京”を確立。

1988～

『ワールドビジネスサテライト』

経済



“経済を映像で見せるニュース”の草分け。「自分につながる経済ニュース」というコンセプトの下、経済ニュースをさらに身近なものとして掘り下げている。

1992

ガチンコ

『TVチャンピオン』

視聴者参加型バラエティ。その道の達人がガチンコ勝負でチャンピオンを決定。



1997～

『ポケットモンスター』シリーズ



©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikkaku ©Pokémon

2013年10月からは、新シリーズ『ポケットモンスター XY』を放送中。

アニメ

2005～

『世界卓球』

第1回大会は1926年にロンドンで開催され、90年近い歴史と伝統を誇る「世界卓球」。2014年は東京を舞台に熱い戦いが繰り広げられた。

世界卓球
2014 TOKYO

スポーツ

2006～『カンプリア宮殿』



カンプリア宮殿
CAMPRIA PALACE TALKING LIFE

トークという新しいスタイルで経済を掘り下げる。2014年に放送400回を迎える。

経済

1994～『開運！なんでも鑑定団』



開運！なんでも鑑定団

素人参加

視聴者が所有する“お宝”をプロの鑑定士が鑑定するという画期的な企画で鑑定ブームを巻き起こし、2013年11月に放送1000回を超えた。

2002～『ガイアの夜明け』



経済

経済の現場で奮闘する人々を追いつつ、2014年に放送600回を迎える。

日曜スペシャル

ガイアの夜明け

2010

テレビ東京ホールディングス設立

TV TOKYO HD
txhd.co.jp

テレビ東京ホールディングス

テレビ東京、BSジャパン、テレビ東京ブロードバンド(現 テレビ東京コミュニケーションズ)の3社が経営統合し、テレビ東京ホールディングスを設立。一つのコンテンツが生み出す価値を最大化し、地上波・BS波・CS波・インターネット・モバイルなど、あらゆるメディアを通じてソフトを提供していくことを目指している。

1995～『出沒！アド街ック天国』



出沒！アド街ック天国

地域密着

地域密着型の情報番組。2015年に放送1000回を迎える。

2014

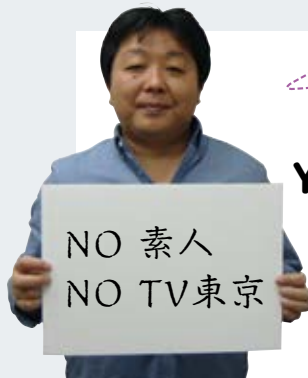
開局50周年

50th
TV TOKYO

受け継いできた テレ東DNA、 未来につながる 新たな変革

継承×変革

これまで開拓し育ててきた「経済」「アニメ」「旅・グルメ」「演歌」などの得意ジャンル、制作過程で生み出してきた“素人参加”や“地域密着”“ガチンコ”といった独自スタイル。培ってきたテレ東DNAを大切にしつつ、新たな進化が始まっています。



制作局 CP制作チーム
村上 徹夫

2006年中途入社。「田舎に泊まるう!」TVチャンピオンディレクター経験後、テレビ東京制作に Outreach「土曜スペシャル」のプロデューサーに。その後、本社に戻り「所さんの学校では教えてくれないそこんトコロ」などを経て、現在「YOUは何しに日本へ?」「ソロモン流」プロデューサー。

素人いじりでは
他局に負けません!

YOUは何しに日本へ?

37歳で中途入社し、素人密着のノウハウとそのスキルには驚かされました。中でも細かい感情の描き方や間のとり方は非常に勉強になりました。そんなテレビ東京のDNAを大切にしつつ、いかに素人ドキュメントにリアリティを加えていくかが、今担当している『YOUは何しに日本へ?』のガチンコスタイルです。これからもテレビ東京スタイルをどう残し、どう進化させるか大きな課題だと思います。



毎週月曜 夜6:57 OA

インタビュー

P.15



制作局CP制作チーム
清水 俊雄

1997年入社。営業局を経て制作局へ。「ペット大集合!ポチたま」でADを経験後、「ありえへん∞世界」など、主にアイドルバラエティのディレクターを担当。現在「そうだ旅(どっか)に行こう。」「ABCChan Zoo」、その他特番のプロデューサー。

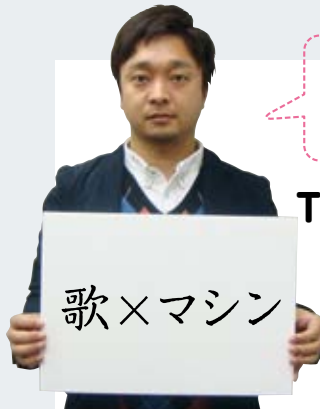
「テレビ東京=旅」のブランドを
引き継ぎ、発展させる

そうだ旅(どっか)に行こう。

先輩たちが築いた「テレビ東京=旅」のブランドは、大事にすべき局の個性です。これを受け継ぐためには、若い世代も楽しめる“新しい旅番組”を提案する必要があります。そこで番組では、突然休みをもらった芸能人が自由に旅する様子を「ドキュメントタッチ」で見せることで、多様化する現代の旅の楽しみ方を表現。視聴者に旅の醍醐味を紹介すると共に、旅番組の可能性を広げていきたいと考えています。



毎週火曜 夜6:57 OA



制作局CP制作チーム
柴 幸伸

1999年入社。「徳光和夫の情報スピリッツ」「MUSIC!」「ハロー! モーニング。」「空から日本を見てみよう」などのディレクターを経て、現在は「木曜8時のコンサート」「THEカラオケ★バトル」を担当。

真面目に歌番組を作ってきた
テレ東だからできる番組。

THEカラオケ★バトル

テレビ東京といえば、『演歌の花道』『ヤンヤン歌うスタジオ』などの歌番組。そこにも出演されていたような、輝かしい経歴を持つ大御所歌手の歌声に機械があっさり得点を付けてしまう…。そんな残酷さが『THEカラオケ★バトル』の魅力。普通の歌番組では見られない歌手の皆さんの「真剣」な表情をお楽しみください。



毎週水曜 夜6:57 OA



素人×共感

制作局CP制作チーム

高野 学

1990年入社。営業局スポット営業部を経て、1998年からテレビ東京制作に向向し番組制作を始める。2008年から編成局編成部、2012年から制作局で『世界ナゼそこに?日本人』を立ち上げる。

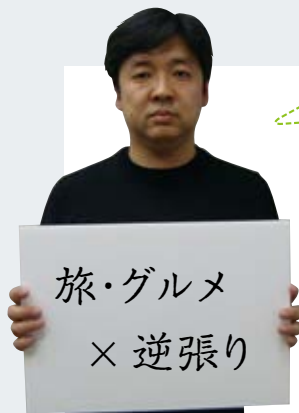
海外で暮らす市井の日本人の
生き様に共感と感動!

世界ナゼそこに?日本人 ～知られざる波瀾万丈伝～

海外で暮らすひとりの日本人“素人”の密着取材とその波瀾万丈の生き様だけで1時間を構成する今どき稀有な番組。まさにテレビ東京らしい良きDNAを受け継ぎ、その上でタレントに頼らない丁寧な密着取材をすることで、素人が持つ予想できない面白さと、現地で苦勞する日本人への“共感”を最大限引き出し月9枠で勝負します。



毎週月曜 夜9:00 OA



旅・グルメ
× 逆張り

制作局CP制作チーム

松澤 潤

1991年入社。主な担当番組『愛ラブSMAP!』『ギルガメッシュNIGHT』『徳光和夫の情報スピリッツ』『ガイアの夜明け』など。現在は『男子ごはん』『ABCChanZoo』他、6月スタート『魔法★男子チェリース』を担当。

視点を変えて“他では見られないものを探し出す!”

ありえへん∞世界

“人気スポットの穴場的な情報”は他でやっているのだから知られざる場所の定量的な情報“という逆を探します。『あなたが99%行かない!?世界の秘境の国』は日本人にとって知られざる国にも我々と同じような日常があり日本との絆があることを気付かせてくれます。他では見られないものは何か?が大事だと思います。



毎週火曜 夜7:54 OA



ナンセンス
で行こう

編成局ドラマ制作部

中川 順平

2004年、制作会社から中途入社。以降ドラマ制作部にて、『水曜ミステリー9』や『ドラマ24』に携わる。最近では『ドラマ24』以外に、50周年ドラマ米倉涼子主演『松本清張「強き蟻」』や7月クールの金曜8時の連ドラを担当。

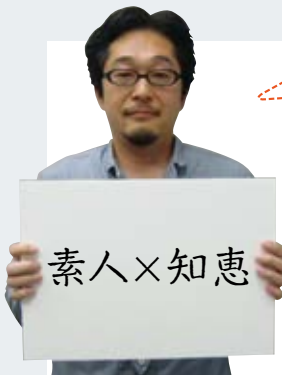
ドラマの常識にとらわれず、
自由に。

ドラマ24

『ドラマ24』はこれまで「プライムタイムではできない」「他局がやらない」尖った企画に挑戦してきました。時にはそれで、ナンセンスと眉をひそめられたことも。でも、これも一つのテレ東イズムの濃縮版です。今後は「深夜だけど豪華」とか「テレビだけどのクリエイターが」とか、固定観念に挑み続けます。



ドラマ24『リバーエッジ 大川端探偵社』
2014年4月クール 毎週金曜 深夜0:12 OA
©「リバーエッジ 大川端探偵社」製作委員会



素人×知恵

制作局CP制作チーム

小高 亮

1998年入社。『TVチャンピオン』『土曜スペシャル』『所さんの学校では教えてくれないそこんトコロ』『イラっとくる韓国語講座』『バカソウル』『あっぱれ!日本一』『ヒットの秘密!』『ブラックミリオン』『爆笑問題の大変よくできました!』などを担当。

ブレないコピないオゴらない

モヤモヤさまぁ〜ず2

「金が無ければ知恵を使え」、そして「ブレないコピないオゴらない」という気持ちで番組制作をしてきました。『モヤモヤさまぁ〜ず2』も、ただの街歩きでは面白くありません。さまぁ〜ずの二人と狩野アナ、さらに街の素人の方を組み合わせることで、新たな化学反応を起こすのです。今後もブレることなく、そういった楽しく新しい化学反応を起こしていきたいと思います。



毎週日曜 夜6:30 OA

特集

開局50周年キャンペーン報告

(キャンペーン期間:2013年10月~2015年3月)

アトラクション

人気番組の アトラクションがたくさん!

「JA全農世界卓球2014」を盛り上げるべく、卓球の体験ブースや、『開運!なんでも鑑定団』『YOUは何しに日本へ?』『出没!アド街ック天国』『仰天パニックシアター』など人気番組のアトラクションブースが勢揃い。



FOOD

B級グルメ& 人気グルメ番組の メニューが登場!

『TVチャンピオン』の有名人がこの日のために用意したスペシャルメニューや『男子ごはん』で紹介した人気メニュー、グルメ番組スタッフが選んだB級グルメなど、連日売場が続きました。

「がんばれ!にっぽん いい旅&虎ノ門市場 おいしい物産展」の商品は完売!



グループ総出で 感謝イベントを開催!

4/28 5/5

50年間の感謝の気持ちを込めて「テレビ東京フェスティバル」を開催。「JA全農世界卓球2014東京大会」のメイン会場・国立代々木競技場第一体育館周辺で、テレビ東京・BSジャパンで放送する番組やアニメ関連のアトラクション、ステージイベント・公開収録、フードコートなどを展開しました。総入場者数は約10万5000人で、大盛況となりました。

放送
しました

50年のモヤモヤ映像大放!

この手の番組初めてやりますSP

放送日時 2014年3月2日(日)18:30~22:00
M C さまあ~ず、大橋未歩(テレビ東京アナウンサー)



『TVチャンピオン』『愛の貧乏脱出大作戦』『タモリの音楽は世界だ』『ミエと良子のおしゃべり泥棒』『ドキュメンタリー青春』など貴重な過去番組を多数紹介。テレ東ゴールデン初出演となる笑福亭鶴瓶、18年ぶりに緊急出演となったSM AP、『ヤンヤン歌うスタジオ』のなつかしメンバー等が大集合した。



放送は終了しました

池上彰のJAPANプロジェクト

~50年前のニッポン 未来のニッポン~

放送日時 2014年4月12日(土)18:00~22:18
キャスター 池上彰 案内人 井上真央
スタジオ進行 大江麻理子(テレビ東京アナウンサー)、相内優香(テレビ東京アナウンサー)

「公害との苦闘」や「交通戦争」、「東海道新幹線50年の進化とリアモーターカー」や「女性消費の時代を巡るメーカーの苦闘」など、日本人や日本企業が過去およそ半世紀にわたり克服してきたプロジェクトを様々な手法で検証。日本の未来予想図を探った。



放送は終了しました

アニメ

親子で楽しめる アニメアトラクション



お友だちや家族と協力して遊ぶアニメキャラクターのアトラクションや、ピカチュウふわふわなど、小さいお子さんを中心に大人気でした。



ひっそり
ステージ

人気番組の ステージイベントや 公開収録を開催!

『土曜スペシャル ローカル路線バス乗り継ぎの旅』の出演者によるトークイベントや『モヤモヤさまぁ〜ず2』のスペシャルイベントなど、人気番組のステージイベントや公開収録を実施しました。



『土曜スペシャル ローカル路線バス乗り継ぎの旅』のステージイベントには幅広い年齢層の方々が来場。



メッセージボードには来場者からの温かい言葉がいっぱい!

まだまだ
あります…

ひぐらしのき 蛸ノ記

公開情報 2014年10月4日(土)公開
主な出演者 役所広司、岡田准一、堀北真希、原田美枝子

直木賞を受賞した葉室麟氏のベストセラー小説を、「雨あがる」で第24回日本アカデミー賞最優秀作品賞他を受賞した小泉堯史監督が映画化。師弟愛、夫婦愛、家族愛、友情、そして大事なものを守るために切腹の命を受け入れる武士の矜持と生き様を描く本格時代劇。



©2014「蛸ノ記」製作委員会

映 画

JA全農

世界卓球

2014 TOKYO
WORLD TABLE TENNIS CHAMPIONSHIPS

東京を舞台に
男女とも
メダルを獲得!



今年では東京を舞台に団体戦が開催され、日本男子代表は4大会連続の銅メダル、日本女子代表は31年ぶりに決勝進出となり銀メダル獲得。テレビ東京の番組も、男子準決勝(日本vsドイツ)、女子準決勝(日本vs香港)は9.8%、最終日の女子決勝(日本vs中国)は9.7%と高い視聴率を獲得しました。



大会結果

男子

- 金 中国
- 銀 ドイツ
- 銅 台湾
- 銅 日本

女子

- 金 中国
- 銀 日本
- 銅 シンガポール
- 銅 香港

写真提供 卓球王国

松本清張『強き蟻』

スペシャルドラマ

放送日 2014年夏放送予定
主演 米倉涼子
原作 松本清張『強き蟻』(文春文庫刊)

原作は、1971年に文藝春秋から刊行された、松本清張著の同名長編小説。己の目的のために、夫の寿命を緩やかに縮めようと企む伊佐子を中心に、欲みれの男女が入り乱れ、犯罪が犯罪を呼ぶ異色のサスペンス。ヒロイン・伊佐子を演じる米倉涼子は、テレビ東京のドラマ初出演。



これまでの50年、これからの50年



株式会社テレビ東京ホールディングス

島田 昌幸



株式会社テレビ東京

高橋 雄一



株式会社 BS ジャパン

永野 健二

中核会社であるテレビ東京が50周年を迎える今年、テレビ東京グループとしてはこの節目をどう捉え、いかに未来につなげていくのか。グループの中心であるテレビ東京ホールディングス、地上波放送のテレビ東京、BS放送のBSジャパンの3社長が、テレビ東京グループの将来に向けて語りました。

テレビ東京グループの現状については、どのように捉えていますか。

島田(テレビ東京ホールディングス代表取締役社長) 今年、50周年を迎えたテレビ東京はもちろん、2015年に15周年を控えたBSジャパン、昨年社名を刷新し、新たなスタートを切ったテレビ東京コミュニケーションズなど、ここ数年はテレビ東京グループにとって、区切りの時であると考えています。そしてこの区切りの時に、各社それぞれに勢いが出てきたことは、良い傾向だと思っています。テレビ東京グループの2014年3月期連結業績は増収増益となり、テレビ東京、BSジャパンの視聴率、接触率も

真の総合メディアグループとして、
より力強く羽ばたくために

これからが、ホールディングスとしての 真価が問われる時

——島田 昌幸



引き続き好調です。ただ、これで喜んで
いるわけではありません。かつてわれわれは、リーマンショックの頃にその勢い
を見誤り、苦い経験をしました。その時
の「もう一度原点に戻ろう」という反省
が今の番組づくりにつながり、良い結果
を生んでいます。これを忘れてはなりません。
攻勢をかけてくる他局に対して、自
分たちの足元をしっかり固めながらも、
絶えず挑戦者の姿勢を忘れないことが
重要です。幸いなことに、社員の意気も
あがっており、全員のベクトルも合っ
ています。これは非常に心強いことです。
現状に浮かれることなく自分たちの責
務を全うすることが、本当の正念場を乗
り切る原動力になると考えています。

**テレビ東京、BSジャパン、それぞれの
強みについて、高橋社長、永野社長から
ご説明ください。**

高橋(テレビ東京代表取締役社長)

テレビ東京らしさやDNAについて話す
時、例えば「ゲリラ的である」とか「低予
算で頑張る」といった、行動様式の話し
が出てきます。テレビ東京グループ全体

として戦場全体を見て、全体の方向性と
個人の役割をきちんと認識して動かな
ければなりません。そうした進化につい
て、社員は理解してくれていると思いま
す。

社員の間には、例えば「他局の真似をし
ない」といったように、暗黙の了解が存
在します。タレントを集めて騒ぐような番
組は、おそらくテレビ東京ではつくりま
せん。「これは良い」「これはやらない」と
いう線引きの中で、おおよその自分たち
のフィールドがイメージできています。そ
ういう意味でベクトルは合っていると思
います。今はそれをもっと共有する段階
に来ています。全体の方向性が合ってい
て、なおかつ、うまくいった番組があれば、
それがなぜうまくいったのかを考える。
それを次に生かしていくプロセスを重視
する時期に来ていると考えています。

永野(BSジャパン代表取締役社長)

BSジャパンは二桁成長を続けて売上高
は120億円を突破しました。BS放送に
おける視聴率である接触率でもBS民
放の中で首位競争をしています。これは
地上波デジタル放送の実施に伴って広
まったデジタル放送対応テレビで、BS放

送が普通に見られるようになったことが、
業界の好調のベースにあります。BSジャ
パンとしては、その波に乗りつつ、BS民
放の中で上位を狙えるポジションを確
立せねばなりません。そのために実践し
ていることが次の3つの取り組みです。
一つは営業の強化です。これは業界の
中でも大きな伸びを示し、上位に位置し
ています。二つ目に、日経のブランドや機
能を最大限に生かした番組づくりです。
4月改編での『日経プラス10』がその象
徴で、これはグループ全体で経済番組を
強化するという経営方針を受けた展開
でもあります。そして三つ目が、最大の
テーマであるBSジャパンらしい番組づ
くりです。接触率は好調を維持していま
すが、これはベースとなるBS放送の力、
グループ番組編成の力、テレビ東京の



「まっすぐ、ずっと。」挑戦する、トライする という雰囲気を維持し、高める

—高橋 雄—

番組の力などが大きく寄与しています。今後は、そこにBSジャパンらしさを出していくことが重要だと思っています。

グループの総合力を発揮するためには 何が必要でしょうか。

島田 各社にとってそれぞれ課題は違います。その意味で、これからは、よりホールディングスの真価が問われると思っています。われわれがホールディングス化した際、メディアコングロマリットを目指すという目標を掲げました。その真価が問われていくだろうと思っています。

そこには技術革新、視聴行動の変化、さらに法制を含めた規制緩和、社会の変化が絡んできます。こうした変化の中でグループ全体をどう強くするかを考えなければなりません。テレビ東京グループ

が地上波、BS波、CS波、インターネット・モバイルなど多彩な番組の提供手段を持つことで、優れたコンテンツを生み出せる、そういった相乗効果を生み出せる集団になれるかどうかがこのからのテーマだと思っています。

それぞれの事業会社が、その機能をさらに強化するのはもちろんですが、ホールディングスとしては、総合メディアグループとして、どの層にどうコンテンツを届けるか、ネットとの連携をどう考えていくか、あるいは海外展開をどう進めるか、これらを考えていかないと、本当の成果にはつながりません。

放送局のあり方は、今後10年で相当変わるでしょう。その中で、主役になれるかどうか。その時にグループとして機能しているかどうか重要です。他局から見れば体力が劣る部分はありますが、制約が少ない分、有利な面もある。それをうまく生かすことが、グループとして必要だと考えています。

高橋 やはりコンテンツの開発です。番組の種類をもう少し増やしたいですね。テレビ東京がターゲットと考える層に向けてコンテンツの新しい「カード」を創り出す。これまでテレビ東京があまりやっ

ていないジャンルで、テレビ東京独自の番組づくりをやっていく。まずそれが必要だと思っています。

視聴媒体や映像系のサービスが多様化する中で、今後は視聴方法もかなり変わっていくでしょう。好きな時間に、好きな場所でテレビを視聴する、もしくはテレビという機械を使って、テレビ番組以外のものを見るといった、多様な視聴習慣に因應するためには、多様なメディアにカスタマイズできるコンテンツを、上流工程からつくり込んでいかなければなりません。

さらに営業面では、異なるメディアに横串を通した広告展開など、新たな手法への関心も高まるでしょう。これらの変化をしっかりと掴んでいくことが、非常に大事だと思っています。

永野 BS放送では、来年4月から接触率の機械計測が始まろうとしています。地上波のように毎分計測となるかは別にして、定量化は、業界に相当な変化をもたらすと考えています。BSジャパンでは、この接触率を積極的に営業に活用していく方針です。来春以降は説得力のある数字を見せながら、ビジネスモデルを確立していく。適正な価格を構築して

変化を楽しみながら、 グループに貢献できる独自の番組づくりを

——永野 健二



いく中では、必要な道筋だと思っています。その取り組みに、世の中全般で高まっているBS放送への関心を、どう結びつけていけるかが、当面の大きなテーマだと思っています。

それと同時に、先ほども申し上げたように、BSジャパンとしての独自のコンテンツをつくっていかねばなりません。その鍵になるのが一つはニュースやスポーツを含めた生番組の強化でしょう。こうした要素をうまく生かしながら、独自性を出していきたいと考えています。めまぐるしい変化に振り回されず、むしろ変化を楽しむ感覚で、グループに貢献できる番組をつくり、アウトプットできる会社にしていきたいと思っています。

最後に、これらの取り組みを実現するために、社員に期待することは何でしょう。

島田 そんなに難しいことを考えてもらう必要はありません。制作は、いかにして面白い番組をつくるか。営業は、いかにしてそれを売るか。編成は、それをいかにして多くの人に見てもらうか。アニメ・コンテンツは新しいビジネスをいか

に切り拓くか。技術は新たな技術にどのように対応していくか。それぞれの立場の人たちが、自分たちの役割を果たす。絶えず前を向いて変化を見据え、挑戦する。そういう意味で若い人たちが頑張ってくれる会社にしていきたいですね。芽は育ってきている、そう感じています。

高橋 社員はやはり「まっすぐ、ずっと。」です。とにかく挑戦する、トライするという雰囲気を持し、高めていかなければなりません。今は視聴率も、業績も少しずつ上昇スパイラルに入っていて、新しいことをする余裕も少し出ています。今こそエネルギーを上へ、前へ、向けていく時だということを忘れないでほしいですね。また、新しいものを生み出すためには、まずはコミュニケーションです。こういうこと考えている人間がいる、こんなスキルを持っている人間がいる、こんな発想、情報がある。そんな、自由な意見交流を実践してほしいですね。

永野 BSジャパンは、テレビ東京や日経グループから多様な人材が集まる会社です。このハイブリッドな組織の良い面を出していくために、様々な制度や組織体制を整えています。こうした中でメンバー社員も着実に増えています。これ

はとても良いことです。若い力の活躍は、必ずグループ全体の力になります。彼らにとっても、のびのびと働ける環境をつくるのが、私の役目だと思っています。一体感を持った力強い組織となり、その上でメンバーが、グループ各社とも交流していけるようにしていきたいですね。社員にも、その意識を持っていただきたいと思っています。

島田 組織というもの、やはり縦割りになりやすいものです。それを、自分たちで壊していく努力をしなければなりません。それが経営の責任です。その作業の中から、より強固な連携が生まれ、株主はじめ視聴者の皆さま、ひいては従業員や地域社会に貢献できる、総合メディアグループに成長できる。そう確信しています。

「19時台の視聴率アップ」と「全日帯の強化」 視聴率は上昇基調



2013年度の部門別視聴率は、ゴールデンタイム7.2% (0.4ポイント増)、プライムタイム6.8% (0.4ポイント増)、全日3.0% (0.1ポイント増)で、3部門とも前年同期を上回りました。

ゴールデン・プライムでは、2013年4月から開始した『YOUは何しに日本へ?』8.4% (5.7ポイント増)、10月から枠移行した『世界ナゼそこに?日本人～知られざる波瀾万丈伝～』9.6%* (3.4ポイント増)、金曜夜8時に復活したレギュラードラマ枠では1月クール『三匹のおっさん』10.4% (3.2ポイント増)と、高い

支持を得ました。

開局50周年本番となる4月改編は、これまでの編成方針を継続し、タイムテーブルを強化しました。水曜夜7時台には特番で実績を積み上げてきた『THEカラオケ★バトル』を、平日夕方には健康情報番組を編成。また平日午前帯の生活情報番組や『ワールドビジネスサテライト』もリニューアル・強化し、「19時台の視聴率アップ」と「全日帯の強化」を目指します。

※10月クールと1月クールの平均視聴率
(注)増減率はすべて前年同期比

毎週 朝
月～木曜 9:28 **なないろ日和!**

MC: 薬丸 裕英、香坂 みゆき

雨上がりにふと空を見上げて虹を見たら「なにかいいことありそう」な気持ちになりませんか?そんな、虹(なないろ)を見た時の気分をキーワードに展開する『なないろ日和!』は、料理、家事の裏ワザなど生活に役立つ情報はもちろん、思わず人に話したくなる耳寄りネタも満載でお送りする情報番組です。

毎週 朝
月～木曜 9:28 **なないろ日和!**

毎週 夜
月～金曜 11:00 **ワールドビジネスサテライト**

キャスト: 大江 麻理子、大浜 平太郎、豊島 晋作、相内 優香、大澤 亜季子

1988年にスタートした経済ニュース番組。大江麻理子をメインキャスターに据え、「自分につながる経済ニュース」というコンセプトで、経済の動きを独自の視点でお伝えします。特集や「トレンドたまご」、一流の経済コメンテーターの解説など、見どころ満載です。

毎週 夜
月～金曜 11:00 **ワールドビジネスサテライト**

毎週 夕方
月～金曜 5:20 **別冊主治医が見つかる診療所 健康スイッチ**

MC: 草野 仁、東野 幸治

『主治医が見つかる診療所』が夕方の時間に新展開! 健康にまつわる素朴な疑問に答える「お悩み解決! 主治医の診察室」。番組主治医がゲストと話題のスポットを散策し様々な健康情報を紹介する「健康さんぽ」。そして番組主治医がとっておきの料理を教える「健康レシピ」など、健康に役立つ情報が満載です。

毎週 夕方
月～金曜 5:20 **別冊主治医が見つかる診療所 健康スイッチ**

毎週 夜
水曜 6:57 **THEカラオケ★バトル**

出演: 塚 正章、柳原 可奈子、繁田 美貴(テレビ東京アナウンサー)

2006年からスタートした元祖・カラオケマシン採点番組「カラオケ★バトル」が、数々のスピンオフ企画を経て、この春ついにレギュラー化! 芸能界イチの歌うまを決める戦いや、全国から歌うま素人が集う人気企画はもちろん、他ではまず見ることができないような歌うまたちのカラオケバトルをお届けします。

毎週 夜
水曜 6:57 **THEカラオケ★バトル**

経済番組を中心に独自の新番組を編成 タイムテーブルの流れを重視しパワーアップ



BSジャパンは視聴の流れを意識した改編を実施し、好調を維持しています。またこの4月には独自の新番組をいくつか開始、パワーアップした番組を編成しています。

『日経プラス10』は、『ワールドビジネスサテライト』のキャスターを長年務めた小谷真生子さんをMCに迎えて、大幅にリニューアル。日経グループの力を結集して番組を制作しています。『聞きこみ! ローカル線 気まぐれ下車の旅』は、地元の人しか

知らない絶景スポット、グルメスポットが数多く登場。しかも1泊2日でゴールを目指す“ガチ旅バラエティ”です。『酒とつまみと男と女』は、酒もつまみもおとなトークもたっぷり楽しめる、新感覚トーク番組。『あの年この歌』は、ヒット曲誕生の裏側だけでなく、時代背景にまで迫り、知識欲をくすぐる“社会派音楽番組”です。この他にもBSジャパンならではの番組をラインナップ、更なる飛躍を目指します。

毎週
月曜 夜
8:00

聞きこみ!ローカル線 気まぐれ下車の旅



芸能人2人が、全国各地の人気ローカル線の始発駅をスタートし、1泊2日で終着駅を目指します。旅のルールは、「道中で出会った人が勧めるスポットには必ず訪問しなくてはならない」。そのノルマは10か所!ローカル線ならではの絶景、グルメ、そして心温まるふれあいをお楽しみください。

毎週
月~金曜 夜
10:00

日経プラス10



キャスター: 小谷 真生子、
山川 龍雄(日経ビジネス編集委員)、
水原 恵理(テレビ東京アナウンサー)

BSジャパンが日経グループ各社・テレビ東京と総力を挙げてつくる本格的な報道番組。日経電子版からピックアップした国内外の注目ニュースを深掘りして解説する他、話題の経済人・政治家・文化人をスタジオに招き、ジャーナリスティックな視点から彼らの本音を引き出します。

毎週
火曜 夜
9:00

酒とつまみと男と女



写真:北澤社大

出演: 山崎 樹範(俳優)、春風亭 一之輔(落語家)
(酒場の案内役) 坂崎 重盛(エッセイスト)、
倉嶋 紀和子(雑誌編集長)

酒とつまみ
男と女

酒をこよなく愛するMC・案内役・ゲストの3名のオトナたちが、今宵、とある酒場に集い、ぶらりハシゴ酒。酒のつまみは「ゆるやかな知性」。今だから話せる酒の失敗談、酒の席で生まれた男と女の物語など…お喋りは天衣無縫に脱線します。痛快無比な“酔い人生”のお話をどうぞ。

毎週
火曜 夜
10:54

あの年この歌 ~時代が刻んだ名曲たち~



出演: 坂崎 幸之助、高見沢 俊彦(THE ALFEE)、
野瀬 泰申(日本経済新聞特別編集委員)、
佐々木 明子(テレビ東京アナウンサー)

毎回、20世紀のある1年をテーマに、その年の名曲と出来事を振り返る「音楽報道番組」。番組を見れば当時にタイムスリップし、音楽に勇気づけられた思いとパワーが蘇り、今の時代に忘れ去られたモノや、今後の生きる道しるべが見えてきます。大人のための新しい音楽プログラムです。

あの年
この歌

インターネットメディアを通じて One to Oneサービスを展開



テレビ東京コミュニケーションズは、番組と連携したデジタル展開やオリジナルデジタルコンテンツの開発など、テレビのリーチ力とインターネットのソーシャル性を掛け合わせたOne to Oneサービスを展開しています。

スヌーピー LINE世界展開

無料通話・メールアプリ「LINE(ライン)」の「スタンプショップ」で「SNOOPY★FUNNY FACES」のスタンプを全世界に配信しています。



MISSION 001

～みんなでスペースインベーダー～

2014年1月に、民放初の「ハイブリッドキャスト運動放送」を実施。番組を見ながらスマホやタブレットでゲームに参加できる視聴者参加型の企画で、大きな反響を得ました。

旅番組と連動

宿泊予約サービスを開始

テレビ東京で放送中の旅番組『厳選!いい宿ナビ』と連動した宿泊予約サービスを2013年11月から開始。番組で紹介した宿をすぐに予約できます。テレビとネットを連動させ、新たな事業の柱に育つよう取り組んでいます。

テレビ東京

映画トピックス



「舟を編む」日本アカデミー賞 最多6部門で最優秀賞を受賞

テレビ東京が幹事社として製作した映画『舟を編む』が、2013年度の各映画賞を総なめにした。2012年本屋大賞を受賞した三浦しをんのベストセラーを映画化した本作は、新しい辞書「大渡海」の編纂に15年もの月日をかけ奮闘する辞書編集部員の物語。2013年9月には米国アカデミー賞外国語映画賞部門日本代表に選出され、その後、第26回日刊スポーツ映画大賞/最多3部門受賞、第68回毎日映画コンクール/最多4部門受賞、そして第37回日本アカデミー賞では作品賞、監督賞、主演男優賞、脚本賞、録音賞、編集賞の、最多6部門で最優秀賞を受賞した。受賞を記念して、2014年4月にテレビ東京系列にて地上波初放送した。



©日本アカデミー賞協会

環境配慮を見据え創意工夫を凝らしたモノづくりを

テレビ東京アートの美術セット有効活用

テレビ東京アートは、テレビ東京グループにおける美術・照明の制作会社です。美術セットからCG・フリップ・テロップ・小道具に至るまで幅広く取り扱っており、多様な工程の中で廃棄物やCO₂排出量の削減、資材の再利用・有効活用など、環境に配慮した取り組みを実践しています。



美術セットをトータルマネジメント

テレビ東京アートは、グループで唯一の美術・照明の専門家集団として、企画から発注、収録、廃棄までトータルでマネジメントしています。セット設営（建て込み）や撤収の際には必ず立ち会い、作業状況や設営スケジュールを細かく確認しながら、責任を持って現場の安全管理に努めています。

美術セットは、テレビ番組のイメージや雰囲気を出す重要な役割を占めています。発注の際には、デザイン性の追求はもちろん、資材や倉庫の有効活用を前提とした制作の工夫を常に意識しています。たとえば、大型の立体セットは分解（ユニット化）できるデザインにしたり、パネル類は規格サイズに統一することで、資材の活用と保管倉庫の効率利用を見据えたモノづくりを基本としています。

また、使用頻度が高いセットはできる限り外部

倉庫を使わずに番組収録スタジオ内の倉庫に保管。これにより収録時のトラック輸送を減らし、CO₂の排出量削減と時間短縮、コスト削減につなげます。さらに、年度ごとに予算を組んでセットの補修やパネルの張り替えなどをこまめに行い、長く利用するためのメンテナンスを実施。廃棄物量削減にも貢献します。

グループ全体で環境配慮を実現するために

伝統的に、テレビ東京アートでは資材を有効活用する創意工夫やノウハウの共有を行ってきました。今後は、美術セットの分別徹底による廃棄物の削減や、定期的な在庫確認、セット輸送計画の見直しなど、より一層環境に配慮した取り組みの実践を目指していきます。同時に、美術セットの専門家としての見地から、セットの再利用や演出方法の提案などを通して、テレビ東京グループ全体で環境に配慮した番組づくりができるよう、積極的に発信し続けていきたいと考えています。

美術セットの発注から廃棄まで

企画・打ち合わせ・デザイン

美術セットの発注

建て込み・設営

収録

撤収

テレビ東京アートではこれらのフローをトータルでマネジメントしています

セットの有効活用事例



パネルの規格統一
パネル類はサイズを統一し、台車に載せた状態で倉庫保管。台車ごと移動できるので動かしやすい。



平台（木箱）によるステージ設営
大小の平台（木箱）を組み合わせて番組セットの土台を設営。サイズの自由が利き、積み重ねれば倉庫の有効活用につながる。



蝶番式パネル
使用頻度の高いパネルは、蝶番式にすることにより組み立ての手間が省け、釘を使わないので鉄屑ゴミ軽減と道具の傷みの抑制につながる。



プラスチック製の壁面パネル
軽くて意匠性の高いプラスチック製の壁面パネルは、組み合わせや配色を変更することで手軽に再利用できる。

番組づくりと社会とのつながり



こまやかな感情の機微を拾い上げ 人と人とのふれあいの文化交流を描く



株式会社テレビ東京

『YOUは何しに日本へ?』プロデューサー 村上 徹夫

『YOUは何しに日本へ?』は、2度の特番と深夜帯での放送を経て、現在はゴールデンタイムでレギュラー放送中です。人と人とのふれあいが織りなす多彩な文化交流など、他の番組とは一線を画す独特の空気感が人気を呼んでいます。

日本を訪れた外国人に空港で突撃インタビューし密着取材する『YOUは何しに日本へ?』。なかなか独特なスタイルですね。

当初は、日本へ買い物に来る外国人客に密着取材しようという構想でした。しかし、都合よくそんな人を見つけるのは至難の業。そこで、逆に誰が何のために来るかわからない空港で待ち受け、

片っ端からインタビューを行ったところ、予想以上に興味深いYOU*たちを発見。もちろん仕込みは一切なく、これまで17,000人以上にインタビューしました。密着を断られたり、承諾されたのに連絡が途絶えたりすることもあります。そのハラハラ感や、密着までのプロセスもあえて番組の魅力として演出しています。

※同番組では、来日した外国人を総称して“YOU”と呼んでいます。

スタジオやナレーションにも、肩ひじ張らないゆるさを感じられます。

異文化のYOUたちは、日本人には予想外の言動を取ることも少なくありません。「えっ、何で?」という視聴者の感情をリードするのが、VTRのテロップやスタジオMCのパナナマンさん、ポビー・オロゴンさんのナレーション。説明ではなく、素朴な驚きや笑いを代弁する“ツッコミ”で、YOUたちの面白さを引き立てています。

その空気感を生み出すための工夫をお聞かせください。

『YOUは何しに日本へ?』は、YOUへのインタビューからすべてが始まります。面白そうなYOUを探す時に、国籍や固定概念は不要。常にフラットなスタンスを心がけています。ですから、個々のディレクターにとっては感性やコミュニケーション力がダイレクトに試される場です。現場の感情を視聴者へストレートに伝える演出を意識しています。まずは、現場でしか出会えないネタを見逃さずキャッチするのが大切です。

現場と言えはもちろん空港、そして密着取材の先々でも大勢の方と接点がありますね。

成田空港は、いわばこの番組の生命線。取材も寛容に受け入れていただい



『YOUは何しに日本へ?』
2013年9月2日(月)放送
「YOUは何しに大賞・密着部門第1位」に輝いた“伝説のノーブル自転車旅”のドイツ人・マーティンさん

ており、今後も良い関係性を大切にしていきたいですね。また、YOUの行動次第では、密着中に様々な取材交渉が発生します。現場でのガチンコ取材だけに、細心の注意と礼儀を払うよう徹底。プロデューサー陣も、何かあればすぐに向く覚悟はしています。

現場で足を使い、予定調和ではない面白さを追い求めるところは、テレビ東京らしさの表れではないでしょうか？

そうですね。まさしく、何十年も地道に素人を追いかけ続けてきた“素人専門局”の伝統が生きていると思います。地味なようですが、人間の表情や感情を丁寧に拾い上げる目と力を持っています。『YOUは何しに日本へ?』でも喜怒哀楽の4つにとどまらず、その間に生まれた感情の機微も逃さないようにしています。いわゆる紋切型の演出ではなく、いじっていじっていじり倒して最後にちょっとだけ泣けるような、感情豊かな

番組でありたいなと考えています。

実際に視聴者からの反響はいかがですか？

ありがたいことに、若い世代から年配の方まで幅広くご好評いただいています。たとえば、20代の方から「久しぶりに父親と一緒にテレビを見た」と言うお声寄せられるなど、つくり手の想定以上に間口の広い番組として受け入れられているようです。

では、改めて『YOUは何しに日本へ?』の持つ社会に対する影響力についてお聞かせください。

1つは、日本の魅力を再発見できること。YOUたちは実に多様な目で日本を見つめ、思いもよらない日本の良さを教えてくれています。もう1つは、新しい国際交流のかたちを伝えられること。今は世界中の情報が瞬時に手に入りますが、社会問題や政治情勢などは国対国のマクロな見方、伝え方になりがちです。しかし『YOUは何しに日本へ?』が伝えたいのはYOU対ディレクター、すなわち person to person の結びつき。陽気な人もいれば内気な人もいて、個人で向き合った時に人種や国籍は関係ないんですよ。すごく小さな次元の交流からYOUたち一人ひとりの魅力を見出し、その中で多様な文化を理解し、共感する芽を育めるのではないかと考えてい

ます。

最後に、これから『YOUは何しに日本へ?』をどんな番組にしていきたいですか？

実は、番組認知度の向上と共に、予想外の面白さを発見し伝える難しさを感じ始めています。しかし、この番組は必ずしもスケールの大きなトピックスばかりを取り上げるわけではありません。むしろ、地味な事柄や些細な感情の中に思いがけず潜むドラマを見逃さず、きちんと拾い上げられる感性を守り続けていきたいですね。

野望は…2020年の東京オリンピックまで番組を継続すること。世界中から面白いYOUが大集結するチャンスを逃す手はないですから(笑)。それまで地道に、マイペースに面白い番組づくりを続けていくのが目標です。



PROFILE

制作局CP制作チーム
村上徹夫

2006年中途入社。テレビ業界に入った1990年代に、「浅草橋ヤング洋品店」を始めとするやんちゃでスリリングなテレビ番組の面白さに感銘を受けた。その頃の精神を忘れることなく、おとなしくならず挑戦的な番組づくりをモットーとしている。

※経歴はP.3参照

スポット収入を伸ばして増収増益を達成



1株当たり配当金

グループの成長と企業価値の増大、長期的な経営基盤の充実に向けた内部留保とのバランスを考慮し、安定的な配当の継続を重視しつつ、業績に応じた利益還元を努めます。
1株当たりの配当金は年額20円を下限とした安定配当に加えて、業績に連動した配当として、連結ベースで配当性向30%を目標にしています。
(2014年度配当予想)中間配当1株当たり12.5円 期末配当1株当たり12.5円

(株)テレビ東京(地上波放送事業)の放送収入、特にスポット収入が二桁増となり、スポットシェアは過去最高の6.15%となりました。また、(株)BSジャパン(BS放送事業)も二桁増収を達成し、過去最高の売上高となりました。

グループ会社が構成する放送周辺事業は減収となったものの、(株)テレビ東京コミュニケーションズ(インターネット・モバイル事業)は増収、黒字転換しました。

2015年3月期 業績予想

売上高 1,250億円
(前年同期比+3.6%)

営業利益 33億円
(前年同期比-30.6%)

地上波放送事業

■売上高 **970億8千6百万円**
(前年同期比+3.3%)

■売上比率 **67.7%**

■営業利益 **18億1千2百万円**
(前年同期は2億7千1百万円の営業損失)

【連結子会社】(株)テレビ東京

放送収入のうちタイム収入は、ソチ五輪の影響や大型営業企画の成立、年間を通してレギュラー番組のオープンセールスが順調に推移しました。しかし、ローカルセールスにおいて、ミニ枠、深夜のセールスに苦戦し、495億5千3百万円(前年同期比-0.6%)となりました。スポット収入は視聴率の回復基調と販促企画セールスによるシェアアップなどで、271億1千2百万円(同+10.4%)となりました。

番組販売収入は、『YOUは何しに日本へ?』をはじめとする今年度ゴールデン帯に進出した新番組が売上げに貢献しましたが、41億8千4百万円(同-6.0%)となりました。

ソフトライツ収入のうち、一般番組では、『モヤモヤさまぁ〜ず2』等のビデオグラム販売や動画配信の売上げが好調に推移しました。デジタル部門では『虎ノ門市場』と商品化事業が好調でした。アニメ事業では商品化を中心に国内が堅調だったほか、海外も『NARUTO』をはじめ好調に推移しました。その結果、全体としてソフトライツ収入は、126億6千6百万円(同+5.5%)となりました。

イベント収入は、恒例のフィギュアスケートをはじめ『オペラ座の怪人 ケン・シルバーストーン』などが好調でしたが、売上高は9億8千2百万円(同-26.4%)となりました。

放送周辺事業

■売上高 **312億7百万円**
(前年同期比-2.0%)

■売上比率 **21.8%**

■営業利益 **18億3千3百万円**
(前年同期比-7.2%)

【連結子会社】(株)テレビ東京ミュージック/(株)テレビ東京メディアネット/(株)テレビ東京コマース/(株)テレビ東京アート/(株)テレビ東京システム/(株)テレビ東京制作/(株)テレビ東京ダイレクト/(株)テレビ東京ヒューマン/(株)テクノマックス/(株)テレビ東京ビジネスサービス/(株)エー・ティー・エックス/TV TOKYO AMERICA, INC.

通信販売関連は、『7スタライブ』を中心としたテレビ通販が年間を通して活況を呈しました。調理器具など定番商品に加え、新商品の健康器具なども順調に売上げを伸ばし、(株)テレビ東京ダイレクトの売上高は68億7百万円(前年同期比+4.6%)となりました。CS放送関連では加入者数の横ばいが続いたものの、広告関連業務売上が伸びたことや、ライツ売上が

計画通りに推移したことで、(株)エー・ティー・エックスの売上高は53億4百万円(同+3.0%)となりました。一方、音楽出版関連では、印税収入は堅調でしたが、音楽番組『流派-R』が終了したため、(株)テレビ東京ミュージックの売上高は33億5千3百万円(同-3.8%)となりました。

BS放送事業

■売上高 **125億4千万円**
(前年同期比+24.5%)

■売上比率 **8.8%**

■営業利益 **19億6百万円**
(前年同期比+41.8%)

【連結子会社】(株)BSジャパン

スポット収入が好調だった他、番組販売収入は『ボチたまペットの旅』等のローカル局への売上げが堅調でした。一方、費用面では、番組の充実を図るために、4月から『日経プラス10』等のレギュラー番組をスタートさせたことによる番組制作費の増加がありました。

インターネット・モバイル事業

■売上高 **24億6千6百万円**
(前年同期比+36.3%)

■売上比率 **1.7%**

■営業利益 **1億6千6百万円**
(前年同期は1億8千4百万円の営業損失)

【連結子会社】
(株)テレビ東京コミュニケーションズ

インターネット・モバイル事業では、2013年6月20日にテレビ東京ブロードバンド(株)から(株)テレビ東京コミュニケーションズへと商号変更を行い、体制を刷新しました。クロスメディア広告では『MISSION 001～みんなでスペースインベーダー～』の実施や「モヤさまアワード2013」のネット限定配信、EC(電子商取引)では「テレ東本舗.WEB」でのグッズ販売に加え、旅行予約、酒販等に取り組みました。コンテンツ課金では、スヌービーを中心としたスマートフォン向けサービスが堅調に推移しました。

会社情報 (2014年3月31日現在)

会社概要

会社名	株式会社テレビ東京ホールディングス (TV TOKYO Holdings Corporation)
本店所在地	〒105-8012 東京都港区虎ノ門4-3-12
URL	http://www.txhd.co.jp/
設立	2010年10月1日
資本金	100億円

役員 (2014年6月20日現在)

代表取締役社長	島田 昌幸	
取締役副社長	高橋 雄一	
専務取締役	菊池 悟	営業統括、技術、情報システム担当
	高島 政明	経理統括
	三宅 誠一	メディア戦略担当
	井澤 昌平	編成、制作統括
常務取締役	田村 明彦	営業統括補佐、アニメ、コンテンツ統括、メディア・アーカイブ担当
	宮田 鈴子	法務・契約担当
	廣瀬 和彦	経営企画、広報、グループ戦略担当
	村田 一郎	社屋整備、総務人事担当
取締役	永野 健二	株式会社B S ジャパン 代表取締役社長
	喜多 恒雄	株式会社日本経済新聞社 代表取締役社長
	大橋 洋治	ANAホールディングス株式会社 取締役会長
常勤監査役	石川 雅一	
監査役	青池 紀夫	株式会社日本経済新聞社 経理担当付
	松尾 邦弘	弁護士
	加賀見 俊夫	株式会社オリエンタルランド 代表取締役会長(兼)CEO

(注) 1. 取締役 喜多恒雄氏、取締役 大橋洋治氏は社外取締役です。
2. 監査役 青池紀夫氏、監査役 松尾邦弘氏、監査役 加賀見俊夫氏は社外監査役です。

グループ全体の最新情報はこちら

<http://www.txhd.co.jp/>

TXHD

検索

詳しくは
Webで

テレビ東京ホールディングスとグループ会社の最新情報をまとめて閲覧できます。また、テレビ東京ホールディングスの経営計画や財務情報、株式情報など、株主・投資家の皆様向けの情報をご覧いただけます。



株式情報 (2014年3月31日現在)

株式の状況

発行可能株式総数	100,000,000 株
発行済株式総数	28,779,500 株
株主数	9,260 名
単元株式数	100 株

大株主

株主名	持株数(株)	所有比率(%)
株式会社日本経済新聞社	9,052,710	31.46
株式会社みずほ銀行	1,006,300	3.50
三井物産株式会社	1,002,050	3.48
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	756,400	2.63
日本生命保険相互会社	680,150	2.36
株式会社東京計画	660,000	2.29
株式会社三菱東京UFJ銀行	595,500	2.07
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(三井住友銀行退職給付信託口)	590,500	2.05
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	589,200	2.05
テレビ東京ホールディングス社員持株会	546,045	1.90

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月に開催(議決権の基準日は毎年3月31日)
公告掲載新聞	東京都において発行する日本経済新聞
株主名簿管理人	みずほ信託銀行株式会社

お手続き

- 株式に関する各種お手続き(未受領の配当金を除く)につきましては、原則、口座を開設している証券会社等で承ります。
- 未受領の配当金につきましては、みずほ信託銀行、みずほ銀行及びみずほ証券(取次のみ)の本支店でお受けいたします。
- ご不明な点は、下記のみずほ信託銀行へお問い合わせください。

みずほ信託銀行株式会社 証券代行部
〒168-8507 東京都杉並区和泉2-8-4 0120-288-324

IRメール配信サービス

Eメールアドレスをご登録いただいた方へ、テレビ東京ホールディングスのニュースリリース、IRニュースをEメールでお知らせいたします。

当社ホームページからご登録ください。 <http://www.txhd.co.jp/ir/mail/>

お問い合わせ先

株式会社テレビ東京ホールディングス 総務人事務局総務部
〒105-8012 東京都港区虎ノ門4-3-12 ☎03-5473-3001(代表)



この印刷物は、FSC®認証紙を使用し、植物油100%の「植物油インク」を使い、「水なし印刷」で印刷しています。