

2010年8月4日

2011年3月期 第1四半期決算説明会 Q&A

テレビ東京 広報・IR部

Q テレビ東京の視聴率低下について、どのような認識か。

A 要因は3つと考える。①視聴率がよくても、ビジネスとして成立しにくい番組を終了させた。②長寿番組の金属疲労。③新しい番組が出てこない。

要因分析しつつ、10月には大きな改編を予定するなど、この状況の打開策を模索していく。

Q 経営統合に向けて、地上波とBSのシナジーをどのように目指すのか。

A BS各局は少ない制作費で、言ってみれば「テレビ東京型」のコンテンツを開発してきている。テレビ東京—BSジャパンでは2番煎じはビジネスにならないという認識。「①テレビ東京のリソース（ヒト、設備）の活用」「②テレビ東京ブランドの活用」を進めることでシナジーを高める方策を見つけていく。

Q 第1四半期の実績は、スポット売上が上振れ、タイム売上が下振れしているが、下期の予想を変更していない。どのような考えか。

A タイムについては、継続しない広告主もいるが、新たに加わる広告主もいる。タイム・スポットについて、現時点では見通しを変えないこととした。

Q 業績に変化が出てくるとすれば、タイムからかスポットからか。

A タイムは10月の改編で、スポットは企画開発で、この局面からの脱却を目指していく。

Q 視聴率以外の指標について、どのように考えるか。

A テレビ東京単独で開発することは難しいが、優良放送番組推進会議(事務局長：東京大学名誉教授 月尾嘉男氏)で評価をいただくなどしており、新しい指標を模索していく。

以上