

新しい時代のテレビ局

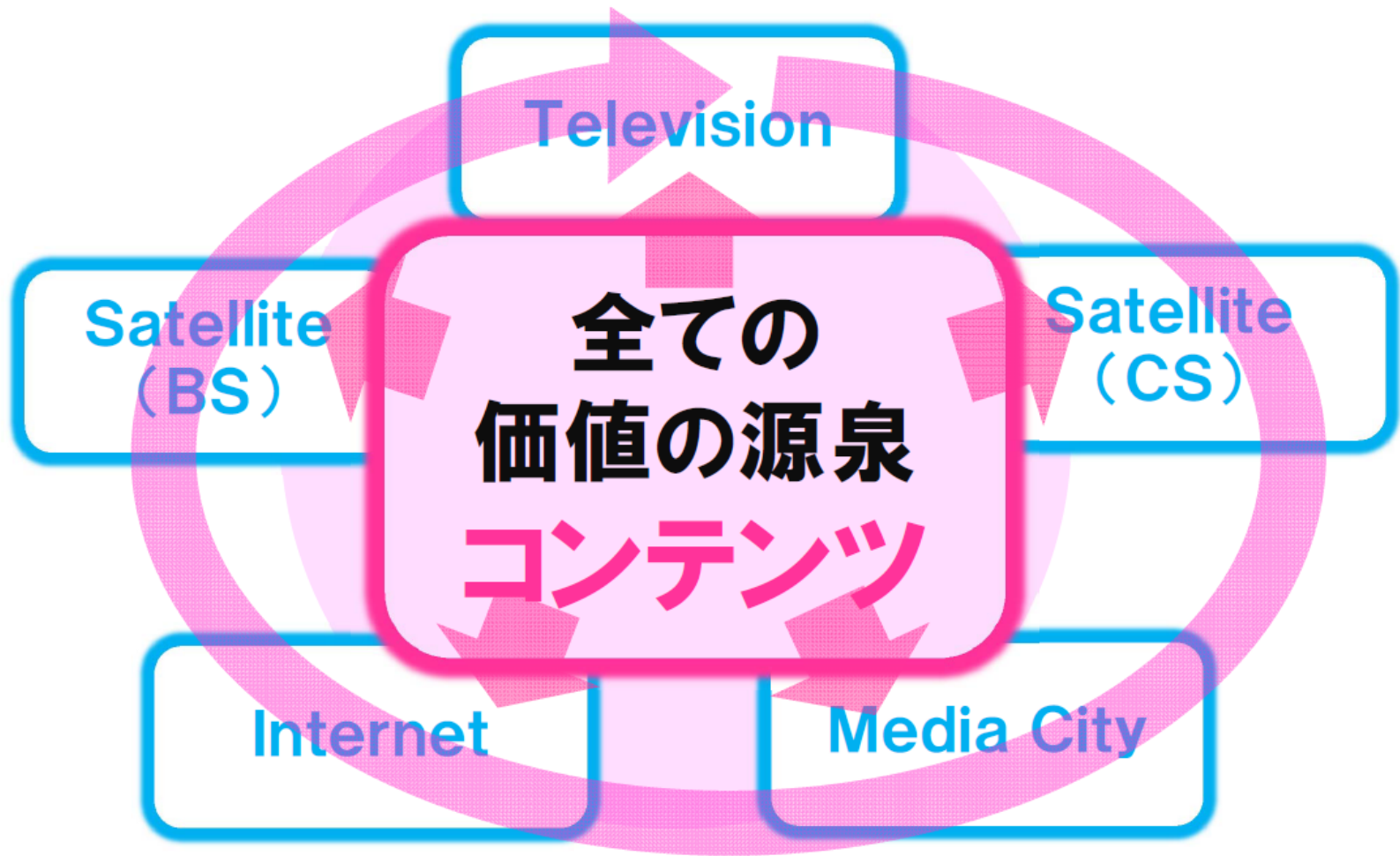
Innovative Station & Studio



テレビ朝日

360°

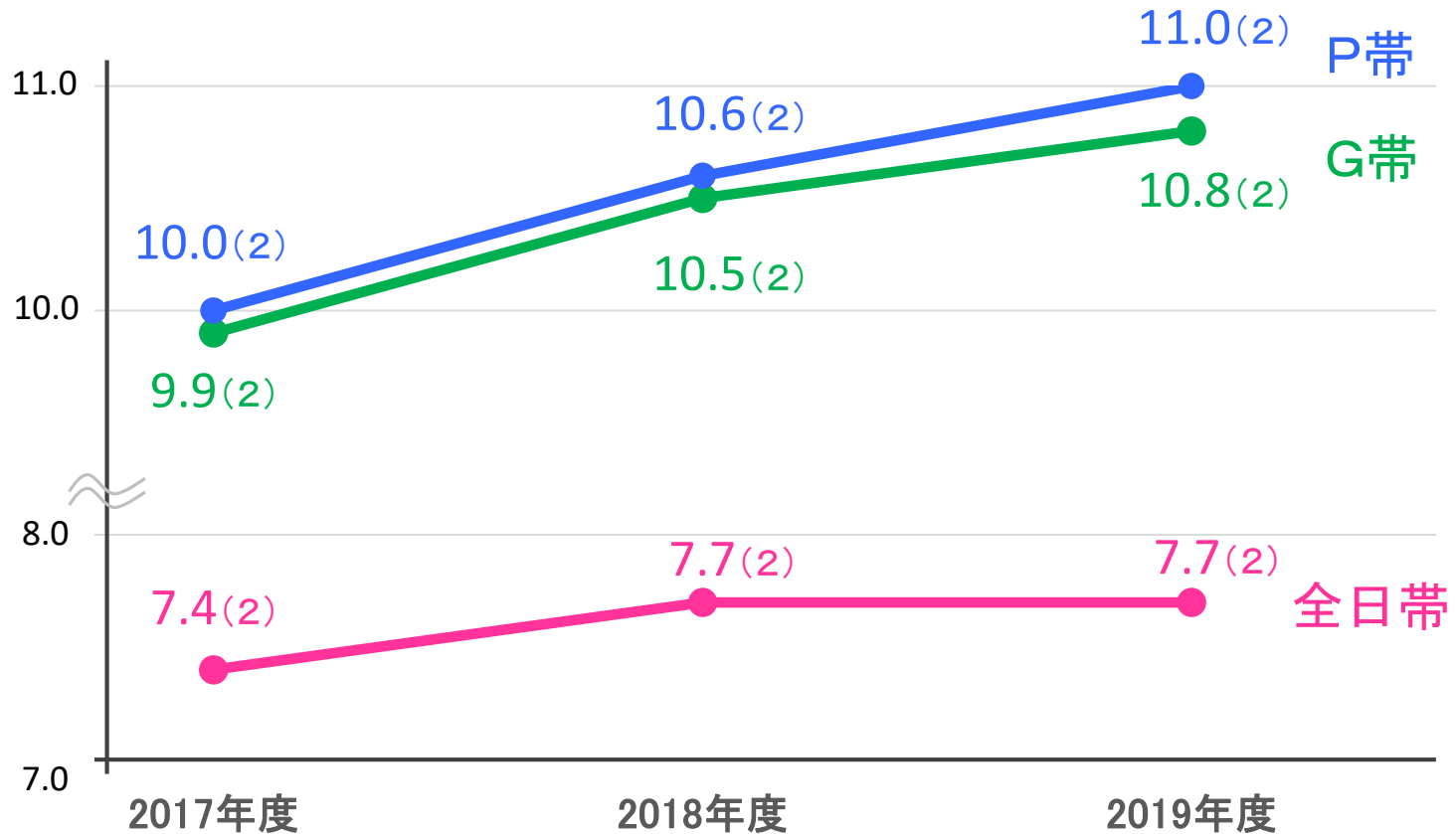
2020 - 2025



2017年度から「360° 戦略」を展開
新しい時代のテレビ局へ

世帯視聴率の推移

※ () の数字は民放順位



コンテンツ制作力は着実に向上！

経常利益は目標クリア

(単位: 百万円)

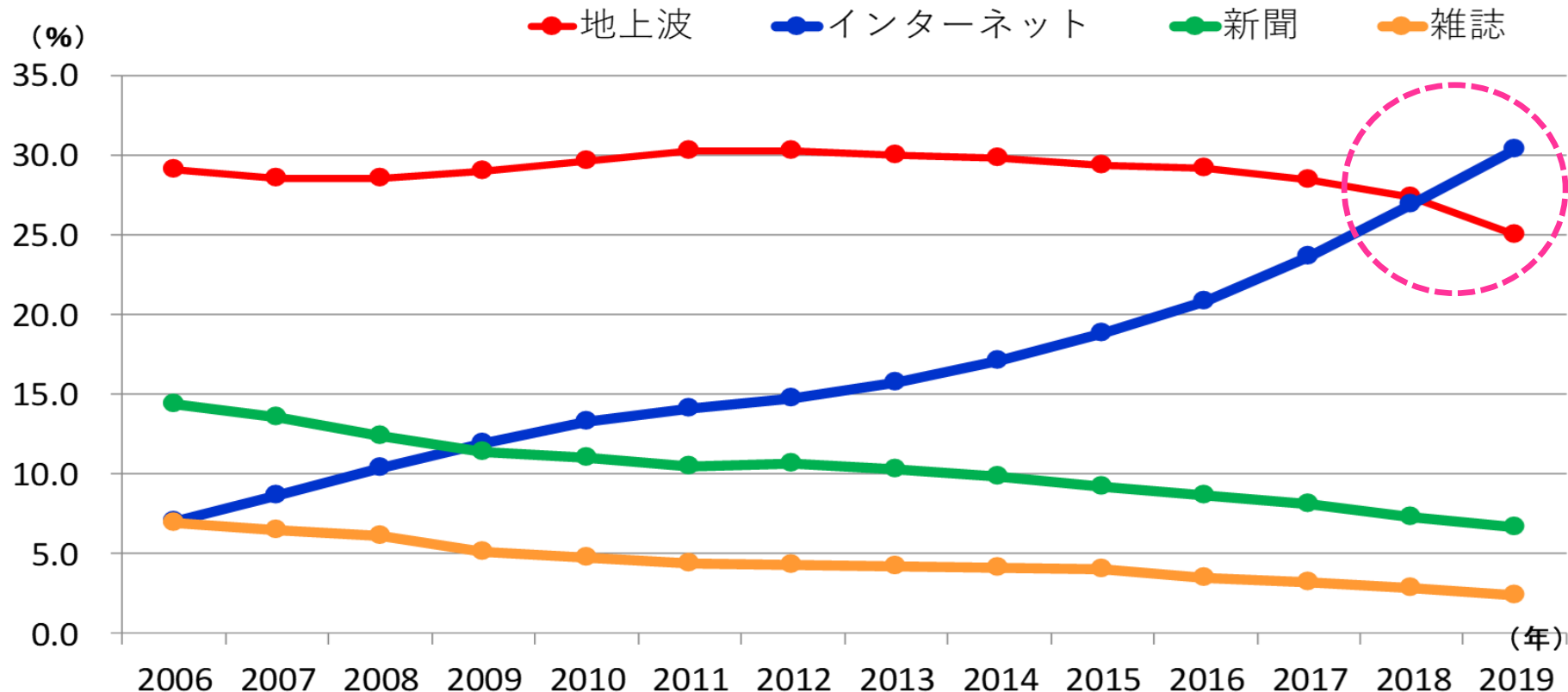
	17年度	18年度	19年度	目標値
売上高 (前期比)	302,511 (+2.2%)	301,744 (△0.3%)	293,638 (△2.7%)	320,000
うち広告収入 (前期比)	192,757 (△1.4%)	187,939 (△2.5%)	176,560 (△6.1%)	—
うちインターネット収入 (前期比)	15,598 (+13.8%)	17,755 (+13.8%)	20,124 (+13.3%)	—
経常利益 (前期比)	22,053 (+0.5%)	19,097 (△13.4%)	32,048 (+67.8%)	22,000

テレビ広告費は構造的低迷！

17年度達成

電通「日本の広告費」

日本の総広告費における主要メディアの構成比

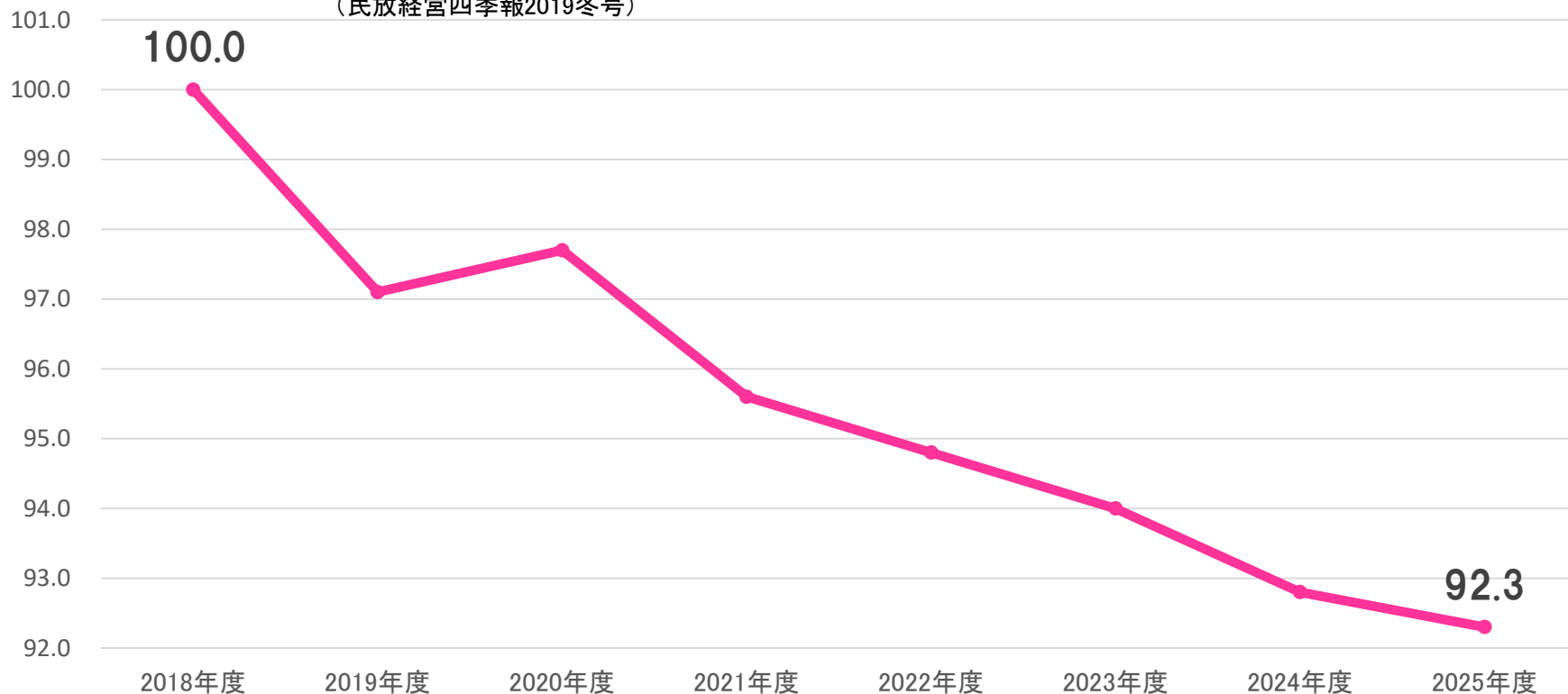


インターネット広告費が
地上波テレビ広告費を逆転！

民放連「営業収入中期見通し」

地上波テレビ(東名阪)
2018年度の広告収入を100とした中期予想

(民放経営四季報2019冬号)



2020年代前半
テレビ広告は構造的な減収傾向

2017－2019

総括

経営環境激変への対応

テレビ広告
構造的低迷

スマホ等での
コンテンツ接触増

人口動態の
変化(高齢化)

コロナショック

東京五輪
1年延期

5G
サービス開始！

IoT時代の
到来！

シェアード
エコノミーの
広がり

厳しい2020年代を着実に生き残る！



2017－2019
総括

“インターネット時代”への対応

2020.4 **TELASA** サービスイン
SVODプラットフォームを構築

2019.7 **UltraImpression** 本格稼働
デジタル動画広告配信プラットフォームを運用

2018.11 **IoTvセンター**設立
インターネット戦略の司令塔

2016.4



開局

インターネットテレビ局をスタート ⇒ 生活インフラとして浸透

新たな施策を次々に実施！

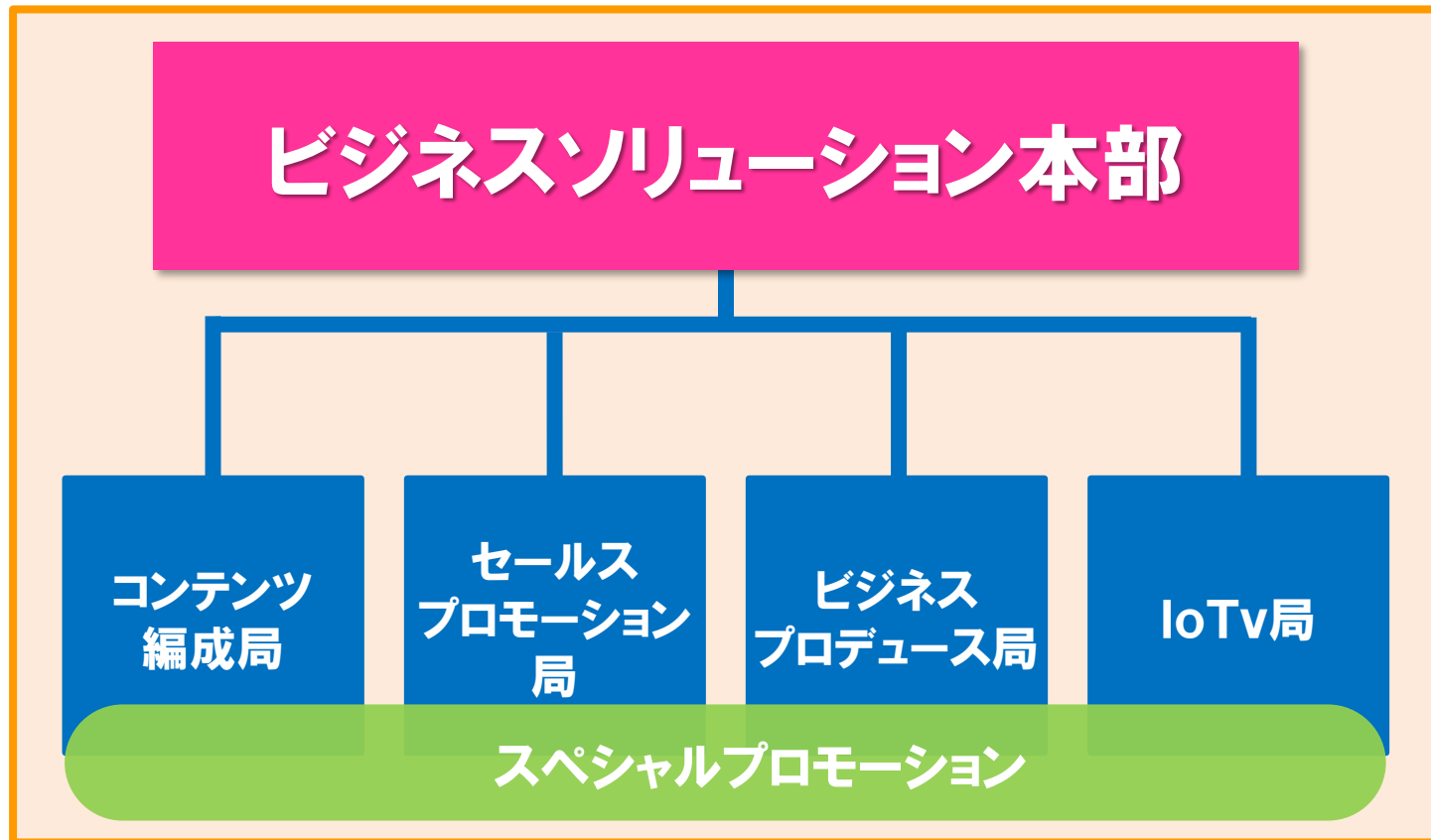


新経営計画

基本理念を維持、「360° 戦略」を深化



- 収益最大化のための組織改革
- ステーションからスタジオへ
- ソリューション営業への脱皮
- データとテクノロジーの利活用促進
- デジタルスクエアの創造



4つの部門を一体運用し収益最大化を図る

ビジネスソリューション本部

コンテンツ
編成局

セールス
プロモーション局

ビジネス
プロデュース局

IoTv局

スペシャルプロモーション

報道局

スポーツ局

ネットワーク局

技術局

経営戦略局

戦略会議

取り扱う重要テーマ

動画配信

- ABEMA
- TELASA
- キャッチアップ／同時配信

業績対策 (収益最大化)

新規事業

夏祭り

・・・etc

メディアシティ

BS・CS



1. 360° 展開を前提としたコンテンツ制作へ完全シフト

- 「動画制作部」新設（ネット向けコンテンツ制作を強化）
- 「ライツマネジメントセンター」新設（権利処理体制の強化）

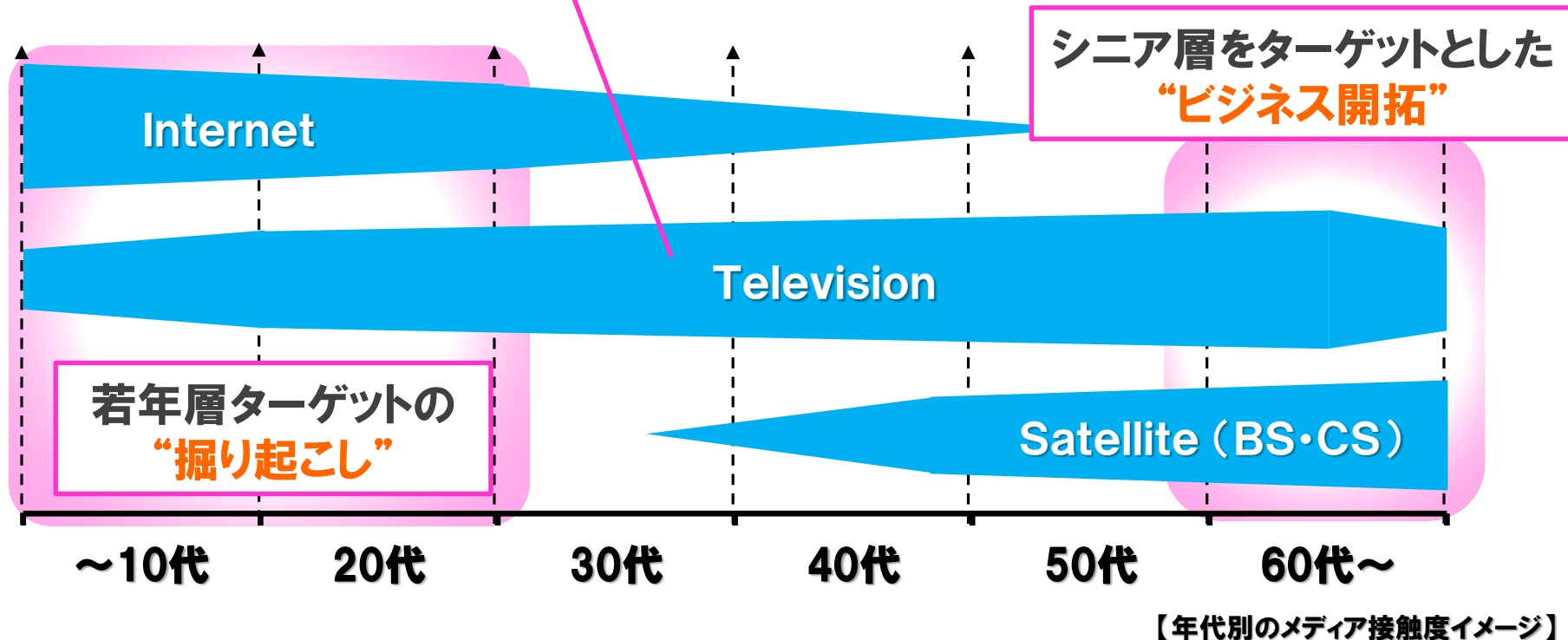
2. ビジネス開発との連携強化

- アドバイザーニーズに応えるコンテンツも柔軟に制作
- オリジナルIP・キャラクター開発を強化

NUMAnimation
ヌマニメーション

深夜アニメ枠の新設

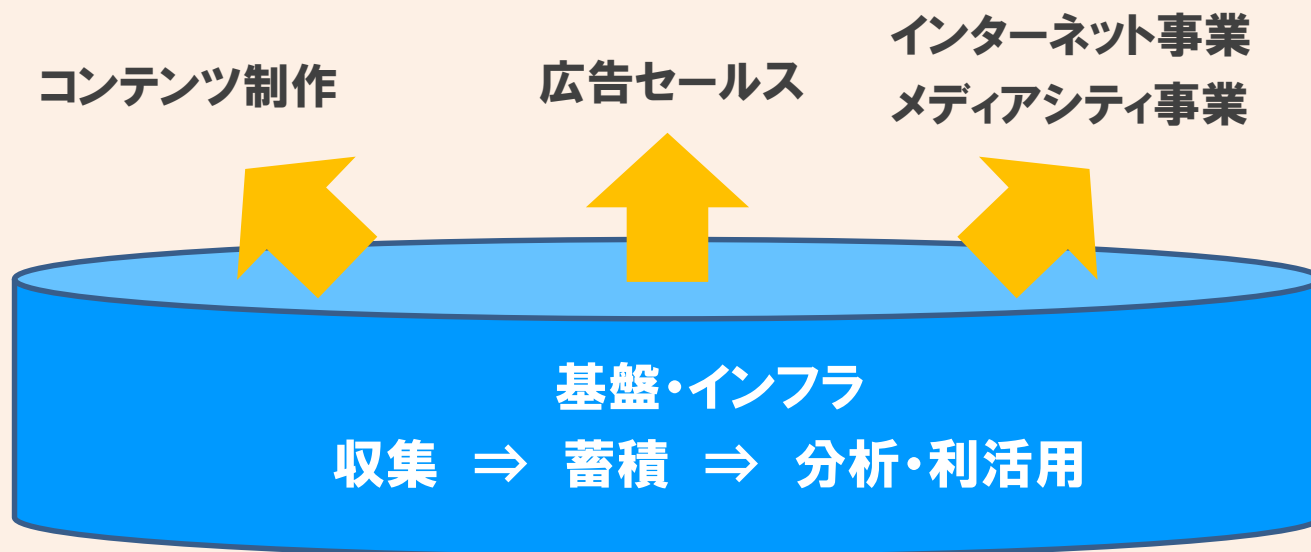
- 個人全体視聴率を中心とした戦略(世帯視聴率も併記)
- 視聴人数などの指標も活用

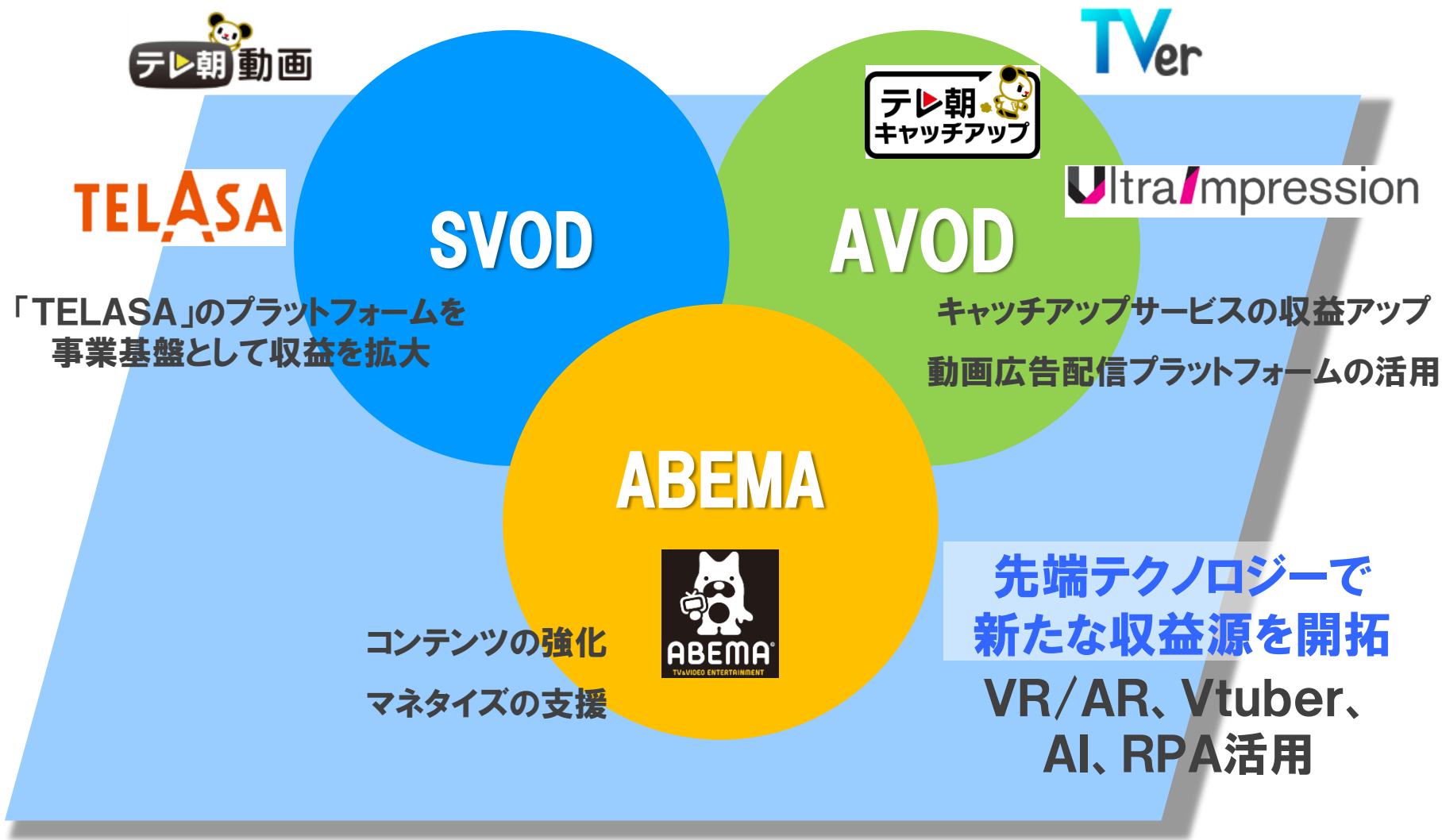


個人全体視聴率において全日・G帯・P帯のカテゴリーで常にトップ
争いを行うと共にアドバタイザーにとっても魅力的な番組作りを行う

- 当社グループのコンテンツ・メディアをフル活用
- “アドバイザーの企業戦略、ブランド・PR戦略に合わせ、
総合的なソリューションを提供
- 地上波広告に加え、オンラインメディア、リアルイベントなどを
組み合わせ、アドバイザーニーズに合わせたセールスを展開

- 「データソリューションセンター」新設
- 個人情報の取扱いには慎重に対応
- データ利活用をビジネスにつなげてゆく







デジタルスクエア着工後も段階的に六本木を開発



(コンテンツ強化など)

- ① ABEMA
- ② RAGE(eスポーツ)
- ③ Mリーグ

朝日新聞

(報道連携など)

- ① ネットワーク体制堅持
- ② 番組協力(コメンテーター派遣など)
- ③ 高校野球での連携  BS朝日



(コンテンツ共同制作など)

- ① コンテンツ共同制作(相棒など)
- ② 京都テーマパーク(太秦)の開発
- ③ 深夜アニメ共同制作 

TOEI ANIMATION
Since 1956

テレビ朝日グループ企業使命

「より魅力的かつ社会から求められる情報やコンテンツを提供し
夢や希望を持ち続けられる社会の実現に貢献する」

コンテンツを通じた社会貢献の促進

- 視聴者・お客さま、アドバイザーから“信頼される”コンテンツの提供
- 自然災害時のライフライン機能強化   
- ドラえもん募金の実施(テレビ朝日福祉文化事業団)
- テレビ朝日、ビーエス朝日がSDGメディア・コンパクトに署名
(2020年7月) (2020年2月)



事業基盤における取り組み

- AI・RPA等を活用した“スマートワーク”“働き方改革”
- ハラスメントや企業倫理に反する行為を抑止、イノベーションを起こす職場環境をつくる

足元の業績 = 不透明な状況

- コロナウィルス感染拡大
- リーマンショック並みの景気停滞恐れ
- 東京五輪延期決定

経営指標
予測困難

環境変化や業績を踏まえ、
年度毎に「定量目標」をローリング

売上高
更新予定

経常利益
更新予定

【制作費】360° 戦略の推進のため戦略的に投下する

2020年度

2021年度

東京五輪(夏)
北京五輪(冬)

2022年度

2023年度

2024年度

テレビ朝日
開局65周年

2025年度

◎安定的な普通配当(継続的な成長を目指す)に努める

◎記念配当や特別配当でさらなる株主還元を努める

《参考》 配当の推移

