



「2013 年 3 月期第 2 四半期決算説明会」 概要について

11 月 8 日(木)、(株)TBS ホールディングスの「2013 年 3 月期 2 四半期決算説明会」が行われました。概要は以下のとおりです。

出席者:東京放送ホールディングス専務取締役
東京放送ホールディングス取締役
東京放送ホールディングス取締役

武田信二
加藤嘉一
難波一弘

参加者:およそ70名

<決算ハイライトほか> 武田専務

上期の連結売上高は 1,724 億円、連結営業利益は 48 億円で、ともに前年同期を上回った。業績予想との比較では、売上高は届かなかったが、営業利益はコストコントロールの効果などで 10 億円近く上振れた。一方、投資有価証券評価損を 87 億円計上したことなどから最終段階では 59 億円の純損失となった。

通期の業績予想だが、市場環境の変化を鑑みて、下期のスポットの見通しをマイナス 4.5%へと引き下げた。これにより、通期の連結売上高も予想を下方修正するが、利益については、グループ全体でコストコントロールを徹底ししっかりと確保していきたい。

5 月の決算説明会で示した当社グループの「3 つの課題」の進捗だが、まず「放送事業の強化」については残念ながら上半期の視聴率は前年実績を下回った。こうした状況で迎えた 10 月の番組改編では、レギュラー番組、中でもバラエティ番組の強化を図った。曜日毎の視聴者の特性、視聴スタイルに対応する戦略的なラインナップを構築することを目指し、その結果として、多彩な内容の番組が揃うこととなった。

また、テレビの新たな魅力の開拓にもチャレンジしている。その筆頭が、地上波放送とスマートフォンやパソコンとの連携、所謂「セカンドスクリーン」と呼ばれるもので、9 月に放送した『オールスター感謝祭』などで本格的な運用に挑んだ。更に、先月「番組をデジタルで盛り上げよう会議」を立ち上げ、デジタル技術を活かした番組制作を推進する体制を整えた。

「収入源の多角的拡大」については、アジアとスマートフォンがキーワードだ。アジアでの展開としては、先月、東京のファッショントレンドにスポットを当てたレギュラー番組をシンガポールでスタートした。番組と連動した E コマースの展開も狙っている。スマートフォン向けビジネスでは、日本経済新聞社と TBS とのコラボによって新しいサービスが既に始まっている。

「グループ全体の収益力向上」については、先月、技術系の関連会社 2 社を「TBS テックス」に、ラジオ系の関連会社 2 社を「TBS プロネックス」にそれぞれ統合した。これは、放送セグメントのコスト競争力向上を狙ったもので、今後もグループ会社の再編について、合理化、効率化の観点から検討していく。

＜決算概況＞ 加藤取締役

上期の連結売上高は 1,724 億円で、66 億円の増収。営業利益は 48 億円で、25 億円の増益だった。TBS テレビが、スポット・タイムともに増収だったことと BS-TBS を昨年 7 月から連結子会社化した効果によるものだ。一方で、投資有価証券評価損 87 億円など特別損失 93 億円を計上したため、最終的には 59 億円の四半期純損失となった。

TBS テレビの売上高は 1,060 億円で、57 億円の増収となった。テレビ部門と事業部門がともに増収で、不動産部門はほぼ前年並み。営業利益は 3 億円の赤字だが、コストコントロールに努めた結果、前年より赤字幅を縮小させた。最終的には 84 億円の四半期純損失だが、これは投資有価証券評価損など特別損失 91 億円を計上したためだ。

TBS テレビの収入の内訳は、タイム収入が前年比 18 億円増収の 451 億円。スポット収入も、前年比 26 億円増収の 402 億円だった。事業部門の収入も 7 億円の増収で、130 億円となった。

タイム収入は、ロンドン五輪をはじめとする大型のスポーツイベントが多かったことなどから上期はプラス 4.3%となり、4%としていた上期の予想を上回った。スポット収入は、昨年の震災の反動から 4 月と 5 月に前年比が大幅なプラスとなったが、夏場以降は、一転して伸び悩む展開となった。上期の平均は 7.1%のプラスだったが、想定していた 10.1%には届いていない。

事業部門は、インカ展やベルリン展が人気を集めた催事部門や「ロミオ&ジュリエット」がヒットした興行部門が好調で、ペイテレビも順調に業績を伸ばしている。更に、DVD とブルーレイの販売が 22 万 6,000 セットにも達した映画「けいおん！」の効果でアニメも増収だった。

番組制作費は 518 億円で前年実績に比べ 45 億円の増加となった。ロンドン五輪など大型のスポーツイベントが相次いだことや映画枠を新たに設けたことなどによる。

＜2013 年 3 月期業績予想＞ 加藤取締役

通期の業績予想は、TBS テレビでは、夏場以降、スポットの需要が減速していることから下期のスポットの見通しを 5 月の決算説明会で発表したプラス 0.9%からマイナス 4.5%へと見直した。売上高も 36 億円引き下げ、2,135 億円とした。この売り上げの下振れに対しては、制作費の総額は必要な水準を確保しつつも、メリハリの効いた無駄のない費用の使い方をし、諸経費の削減や設備投資の規模・検収時期の見直しなど、あらゆる面からコストコントロールを強化することによって対応する。また、営業利益については 53 億円、経常利益については 67 億円と、従来と同じ水準を維持したいと考えている。

連結売上高の予想は、55 億円引き下げ、3,517 億円とした。営業利益は 7 億円増の 154 億円、経常利益は 6 億円増の 165 億円とし、当期純利益は 10 億円で変わらない。

営業利益・経常利益については、前回発表時から中間期までにおよそ 10 億円の上振れがあったこと、下期も、TBS テレビをはじめグループ各社において諸経費の削減などあらゆる面からコストコントロールを強化することにより上方への修正となった。

＜視聴率状況、編成方針ほか＞ 難波取締役

上期の視聴率は、全日 6.5%、ゴールデン 9.2%、プライムは 9.3%と、いずれも前年同期を下回る厳しい結果だった。

こうした状況から脱却するべく、10月改編では、プライムタイムの改編率が4割を超える大規模な表案の大幅な見直しを行った。最大の狙いは、バラエティ番組の強化だ。

ポイントは、曜日毎に異なる視聴者の特性やテレビの視聴スタイルに合わせたラインナップを組んだことだ。詳細なマーケティング調査から得られたデータをベースに、曜日毎のカラーを打ち出していく。月曜日と金曜日は、女性層中心の流れを強化することを狙い、火曜日と木曜日は、バラエティを中心に若者を含むファミリー層の獲得を目指している。また、週末は、家族で揃ってテレビを見る割合が高いことから家族視聴を意識した編成を行った。

その結果、内容的にも多彩なラインナップとなり、月曜 19 時の女性目線のバラエティ『私の何がイケないの?』、土曜 20 時の『ネプの超法則』、日曜 20 時には、ビートたけしさんと石橋貴明さんという超大物のコラボを実現した『日曜ゴールデンで何やってんだテレビ』など、オリジナリティに溢れるバラエティを揃えることができた。

＜成長ビジネスへのチャレンジ＞ 武田専務

TBS は、アジア、スマートフォン、そしてペイテレビの 3 つの分野をこれからの成長市場と期待し、力を入れている。アジアを舞台にした取り組みだが、シンガポールの総合メディア企業 メディアコープとレギュラー番組『カワイイ・スタイル』を共同制作し、メディアコープの地上波ゴールデン枠で、先月、放送を開始した。これは、東京のファッショントレンドにスポットを当てた週 1 回 30 分の情報番組で、シンガポールの若者向けチャンネルでの放送だけにとどまらず、番組で取り上げたファッションをネットで販売する E コマース事業についてもトライアルを始めている。将来的には ASEAN に広げていくことを視野に入れたプロジェクトだ。また、4 月から放送しているアジアに日本を発信する情報番組「Channel JAPAN (チャンネル・ジャパン)」は、先月、インドネシアとベトナムにおいて従来の CATV に加えて地上波での放送が始まり、視聴可能世帯数は 1 億を超えた。

スマートフォンへの対応では、番組と日経新聞とのコラボレーションによって生まれたスマートフォン向けの新サービスが 9 月に始まっている。一つは、経済を学びビジネスセンスを磨く学習アプリ「がっちりマンデー!! 日経 TEST 道場」。もう一つは、最新の経済ニュースを配信する「日経サプリー with TBS」で、朝の情報番組『早ズバッ! ナマたまご』内で、日経新聞と連動した新コーナーも始まっている。

そして、好調を維持しているペイテレビ事業では、先月、ドラマやバラエティを中心に編成する総合エンタテインメント・チャンネル「TBS チャンネル 2 (ツー)」が放送を開始した。これで CS 放送は、3 チャンネルとなり TBS の豊富なアーカイブを今まで以上に活かせる体制が整った。

以上

※ 決算説明会での配布資料と説明会の動画を当社のホームページで公開します。

<http://www.tbsholdings.co.jp/ir/library/setsumeikai.html>