

「2016 年 3 月期決算説明会」概要

5 月 16 日(月)、(株)東京放送ホールディングスの「2016 年 3 月期決算説明会」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代表取締役社長	武田信二
代表取締役専務取締役	藤田徹也
常務取締役	河合俊明
常務取締役	佐々木 卓

参加者：およそ 60 名

〈連結決算・経営目標〉 武田社長

通期の連結決算は、売上高 3,485 億円、営業利益 171 億円、経常利益 226 億円、親会社株主に帰属する当期純利益は、144 億円。放送セグメントと不動産セグメントは増収増益、映像文化セグメントは減収増益。2016 年 3 月期は「中期経営計画 2015」の最終年度であったが、連結の売上高、営業利益ともに残念ながら「中期経営計画」の目標値には未達という結果になった。2017 年 3 月期の連結業績見通しは、売上高は 3,540 億円、営業利益は 150 億円、経常利益は 205 億円、親会社株主に帰属する当期純利益は 125 億円という見通し。

今期も、従来より示している「4 つの経営目標」の実践に努めてきた。まず、「放送事業の強化」では、通期の平均視聴率は、ゴールデン帯、プライム帯ともに前期を上回り、順位もそれぞれ 4 位、3 位と上昇させられた。「総合メディア戦略の充実」については、動画配信事業に積極的に取り組んできた。当社の無料動画配信サービス「TBS FREE」及び民放 5 社による無料動画配信サービス「TVer」は、ともに順調に伸びており、テレビコンテンツに対するタッチポイントは着実に増えている。また、4K8K 放送については、放送業界の将来を見すえた持続的な対応を進めている。「新規事業開発による多角的な収益力向上」については、2017 年 3 月期にかかることだが、豊洲に新しい劇場「360°シアター StageAround TOKYO」(仮称)を建設する。2017 年春オープンを予定。また、ホールディングス社として、戦略的投資を常に、視野に入れている。さらに「TBS イノベーションパートナーズ」を通じての、ベンチャー企業への投資も引き続き活発に行っており、新たな広告価値の創造や番組の改善など協業の成果も出始めている。もうひとつ、3 月には TBS テレビ社が、スマートフォン向け動画メディア事業を手がける、C Channel(株)に出資した。この出資を通じて、新たにスマートフォン向け、オンライン動画事業を立ち上げ、推進していく。

〈TBS グループの財務状況など〉 河合常務

TBS テレビの売上高は2,103億円で、10億円の増収。営業利益は66億円で3億円の増益。経常利益は、12億円増益の95億円。また、当期純利益は、前年の特別利益計上の反動などにより、19億円減益の63億円。収入の内訳だが、放送部門では、タイム収入は前年の「ワールドカップサッカー」や「アジア大会」の反動などもあり、2億円減収の849億円。スポット収入は第3四半期以降改善傾向にあったが、こちらも前年にわずかに及ばず、2億円減収の835億円。事業部門は9億円増収の263億円、不動産部門の収入は、ほぼ前年並みの29億円。タイム収入とスポット収入の前年比では、タイム収入は前年比でマイナス0.3%、スポット収入も前年比でマイナス0.4%で、前年には及ばずも、前回示した収入見通しは上回った。2017年3月期のテレビ社の業績予想では、通期でのタイム収入は0.1%、スポット収入は3.5%のそれぞれ増収を見込んでいる。タイム収入については「リオ五輪」「WBC」などの大型スポーツイベントが売上に大きく貢献するが、前年の「世界陸上」などに比べると、放送時間帯の関係などによりスポーツ単発としては減収傾向であり、その他の単発やレギュラー枠での増収を目指す。スポット収入については、視聴率改善によるシェアアップで、増収を見込んでいる。一方、番組原価は、スポーツ単発の放送権料の大幅な増加などによりおよそ30億円の増加が見込まれる。

〈視聴率、編成方針、新規ビジネスなど〉 佐々木常務

通期の視聴率は、全日帯が5.9%、ゴールデン帯が9.8%、プライム帯も9.8%。ゴールデン帯は0.3ポイント、プライム帯は0.5ポイント、それぞれ前期を上回り、順位もゴールデン帯4位、プライム帯3位と上昇。また、2015年度の下期はゴールデン帯、プライム帯とも10%台にのせることができおり、改善傾向にあることが見て取れる。続いて通期の番組制作費は、間接費を配賦した後の番組原価という考え方で、およそ961億円、前年と比べておよそ2億円減少した。個別の番組では、日曜劇場『下町ロケット』が最高で22.3%と、非常に高い視聴率を獲得。TBS テレビ60周年特別企画としてスタートした日曜劇場『天皇の料理番』も大変多くの方に楽しんで頂けた。バラエティでは、『爆報! THE フライデー』『ぴったんこカン・カン』『中居正広の金曜日のスマイルたちへ』の3番組の、いわゆる「縦の流れ」がたいへん強力で、ゴールデン帯の平均視聴率のアップに大きく寄与した。スポーツ番組では、今回からスタートした「世界野球プレミア12」は、いずれの日本戦も大変高い視聴率を記録。TBS テレビ60周年特別企画として、当社独占でお送りした「世界陸上2015 北京」も多くの方に楽しんで頂いた。情報番組では『サンデーモーニング』『新・情報7days ニュースキャスター』『ひるおび!』は、いずれも複数年にわたって同時間帯トップをキープしている。4月以降の番組では、日曜劇場『99.9-刑事専門弁護士-』が放送5回での平均が17.2%とたいへん高いご支持を頂いている。土曜日の朝7時には、アニメの全国ネット放送としては13年ぶりとなるアニメ番組『カミワザ・ワンダ』を編成した。また、民放5社共同の無料配信サービス「TVer」は、対応アプリのダウンロード数が250万を突破。当社の無料配信サービス「TBS FREE」も大変好調で、地上波視聴率への好影響も期待される。さらに、2017年春のオープンを目指して、豊洲に「360°シアター StageAround TOKYO」(仮称)を建設する。

〈グループ中期経営計画 2018〉 武田社長

「中期経営計画 2015」では、連結売上高 3,750 億円、連結営業利益 230 億円を最終目標として努力してきたが、最終年度である 2015 年度の損益は、連結売上高 3,485 億円、連結営業利益 171 億円となり、売上高で 264 億円、営業利益で 58 億円の未達だった。「2015」は次の新中期経営計画に引き継がれるが、ここに至るまでに実施してきた各施策については方向性を変えずに今後もぶれることなく行っていく必要がある。

新しい「グループ中期経営計画 2018」においては、TBS グループの企業理念である「最強のコンテンツを創り出す、最良のメディアグループ」であることを目指して、「TBS クオリティの確立」を行っていききたい。次に掲げる 3 つがその柱である。

◇ユーザーファースト、ユーザーオリエンテッドな総合メディアグループへ

いつでも、どこでも、どんな状況でも、あらゆる世代のあらゆるライフスタイルに合わせて、視聴者、すなわちユーザーに寄り添い、コンテンツをお届けする。また、高品質なコンテンツ制作にも取り組み、ユーザーの望むデバイスに提供する。民放公式テレビポータル「TVer」の普及にも尽力し、リアルタイム視聴はもちろん、タイムシフト、VOD、見逃し配信など様々なニーズに応えていく。さらに、メディア環境の変化に迅速に対応した戦略的投資やグループ再編を引き続き積極的に行っていく。

◇報道機関としての圧倒的信頼性

高い取材力・制作力を維持し、事件報道、災害報道のみならず常に信頼される報道機関であり続ける。また、報道・情報番組制作に一層力を入れ、すべてのメディアを通してコンテンツを提供していく。それが、いつでもどこにいても受け手が欲しい情報を届ける、「未来に責任を持つメディアグループ」としての持続的な成長につながり、またその成長を実現する基本であると考ええる。

◇最強のエンターテインメントを提供

ドラマ、バラエティ、ドキュメンタリーなど、映像文化の担い手として最高のエンターテインメントを提供し続ける。さらに、マルチユースを念頭においたコンテンツ作りや、新しい視点の舞台、イベント等の開発にも取り組んでいく。2017 年春にはダイナミックな構造の劇場を豊洲にオープン。また、子ども・ファミリー向けのアニメ番組『カミワザ・ワンダ』を土曜の朝に編成。TBS の伝統である丁寧なものづくりによって、楽しさ・感動・満足を盛り込んでいく。

今後の経営計画のロードマップ＝この 3 ヶ年で掲げる利益目標は、やや保守的に映るかもしれないが、主戦場である放送業の収益構造を考えると、一足飛びに高い目標を掲げても、持続的な成長基盤を形成するという長期目標に無理が生じる可能性がある。まずは、達成可能な目標を掲げて次のステージでのさらなる成長を目指す。

以上により、「グループ中期経営計画 2018」を成長への第一のステージと定め、2018 年度において連結売上高 3,730 億円、連結営業利益 195 億円を目指す。

そして第二のステージ、2020 年度までには、さらなる高みを目指す。

以上