



## 「2017年3月期決算説明会」概要

5月12日、(株)東京放送ホールディングスの「2017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
常務取締役	河合俊明
常務取締役	佐々木 卓

参加者：およそ50名

### 〈連結決算・経営目標〉 武田社長

2017年3月期の連結決算は、売上高3,553億円と3期ぶりに3,500億円台を確保した。中期経営計画2018で掲げた3,730億円の目標には届いていないが、営業利益は198億円となり、目標だった195億円を2年前倒してクリアした。また、売上高営業利益率も4%台から5.6%に上昇。利益面だけではあるが、中期経営計画の早期達成は大変喜ばしい。2018年3月期の業績見通しは、営業利益をほぼ横ばいの200億円とした。しばらくは市況の推移を慎重に見定めながら、中期経営計画の修正を視野に入れていきたい。中期経営計画で掲げていた「放送事業の強化」については、中核である地上波テレビ視聴率、特に懸案だったノンプライム帯、全日帯の視聴率が、ゆっくりとはあるが、結果を出してきている。また2016年上期ゴールデン帯の視聴率は9年ぶりに、民放2位(タイ)という数字を残せた。今年1月にはグループ会社のBS-TBSが4K放送の免許を取得した。今後ともTBSグループが保有する、地上波テレビ、ラジオ、BS、CS、インターネット等の様々なメディアを生かして、番組コンテンツをマルチ展開し、さらなる飛躍を目指す。またメディア関連企業への積極的な出資も引き続き行っていきたい。今年3月には、東京・豊洲に「IHI ステージアROUND東京」がオープンし、連日大入りで多くのお客様に大変喜んで頂いている。客席が360度回転して、次々と場面が変わっていく、これまでにないダイナミックな演出手法は、新しいエンターテインメントとして、世界中の演劇、劇場関係者の注目を集めている。また、地元赤坂に保育園を作る。子育て中の社員の復職・労働支援のため。定員の一部を地域枠として開放し、地域に貢献することも目的にしている。グループ全体の持続的成長のためには、それを支える人材の育成が重要。今後とも、人材育成や女性の活躍推進、働き方の見直しを進めていく。

## 〈TBSグループの財務状況など〉 河合常務

TBS ホールディングスの売上高は 179 億円で、4.7%の増収。一方、不動産部門での減価償却費の減少等で営業利益は 33 億円、10.2%の増益。TBS テレビの売上高は 2,167 億円で、3.0%の増収。一方で、営業利益は 87 億円となり、31.2%の大幅な増益。放送のスポット収入や、事業収入が好調だったことに加え、継続的なコストコントロールが増益に寄与した。TBS テレビの収入の内訳について、まず放送部門では、タイム収入は、「リオ五輪」「ワールドベースボールクラシック(以下 WBC)」「『LEADERS II』」などにより、4 億円増収の 853 億円。スポット収入は、堅調な視聴率を背景にシェアを高め、26 億円増収の 862 億円と大きく改善した。事業部門は、催事や DVD 販売、海外事業の好調により 26 億円増収の 289 億円。不動産部門の収入は、およそ 1 億円増収の 30 億円。タイム収入とスポット収入の前年比について、タイムは、8 月に前年の「世界陸上北京大会」の反動で落ち込んだが、3 月には「WBC」「『LEADERS II』」等で大幅な増収となった。通期では、前年比で 0.5%の微増。スポットは毎月、前年を上回り、東京地区の伸び率 1.6%も上回る 3.2%の増収となった。主な関連会社の業績については、TBS ラジオの売上高は、売上向上施策の拡充により、1 億円増収の 108 億円。前年の「ワイド FM」関連企画費用の反動とコストコントロールにより、営業利益は、1,000 万円増益の 3 億円。2003 年度以来、13 年ぶりの増収増益。BS-TBS は、スポット収入が好調で、売上高は 9 億増収の 170 億円、営業利益はおよそ 2 億円増益の 25 億円。2018 年 3 月期の TBS テレビの業績予想は、通期でのタイム収入は 0.1%、スポット収入は 1.8%、それぞれ増収の予想。売上高は、12 億円増収、営業利益は 4 億円増益の予想。

## 〈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 6.1%、ゴールデン帯が 9.8%、プライム帯が 9.7%。ゴールデン帯は横ばい、プライム帯は 0.1 ポイント下がったが、全日帯は 0.2 ポイント前期を上回った。また、2016 年度の視聴率を上期と下期で比較すると、全日、ゴールデン、プライム、ノンプライムの全てで上昇傾向。特に力を注いできたノンプライム帯では民放で 4 位から 3 位に上昇した。通期の番組原価は、981 億円で、前年と比べて 20 億円の増加。「リオ五輪」「WBC」「バレーボール五輪最終予選」など、前年に比べてスポーツ単発の規模が大きく、それに伴う放送権料の増加が主な要因。個別の番組については、1 月スタートの日曜劇場『A LIFE』は平均で 14.5%、総合視聴率 21.6%。このクールのドラマの中で、もっとも高い数字を獲得した。火曜ドラマ『カルテット』もネットを中心に大きな話題となり、ドラマの多様な見られ方を感じた。続いてバラエティでは、前年度下期と比較すると多くの番組が少しずつだが、数字を向上させている。3 月に放送した「WBC」は、大変多くの方々に見て頂いた。1 次ラウンドから平均視聴率は 20%を超え、改めて国民的な関心事であると実感させられた。今年度の編成だが、4 月編成のテーマは「地に足を」。その柱となるのは、全日、ノンプライム帯の改革。中でも夕方のベルト番組『N スタ』を大きくリニューアルした。その新編成の今年度第 5 週までの視聴率を前年度平均と比較すると、全日、ゴールデン、プライムで順位を上げている。ゴールデン、プライムについては数字も二桁に上がり、4 位から 2 位に上昇。動画配信事業については、これまで事業の主体だった有料配信事業に加えて、「TBS FREE」や「TVer」という広告付き無料配信事業が急速な立ち上がりを見せている。この 2 つの事業は競合するのではなく、互いに顧客を誘引しながら補完し合って成長している。番組コンテンツへの接触機会が増えることで地上波視聴率への好影響も出ている。