



「2018年3月期決算説明会」概要

5月14日、(株)東京放送ホールディングスの「2018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
専務取締役 佐々木 卓
常務取締役 河合 俊明

参加者：およそ60名

〈決算ハイライト・グループ中期経営計画2020〉 武田社長

2018年3月期の連結決算は、放送事業のタイム収入、映像文化事業、不動産事業とも概ね堅調で、増収だった。一方で、TBSテレビのスポット収入の伸び悩みや番組原価の増加等により、営業利益は減益となった。

「グループ中期経営計画2020」のポイントについて。1つ目「TBSテレビの競争力向上」の現在の状況だが、2017年度の平均視聴率は、全ての時間帯で前年を上回る数字を達成した。特に全日、ゴールデンについては、2006年度以来、11年ぶりの順位となった。ゴールデンは、同率ながら民放2位となった。

次に「総合メディア戦略」については、昨年度から今年度にかけて新しいサービスや、興行を開始したり、関連事業会社のM&A等に次々と着手している。4月には、コーポレート・ベンチャー・キャピタルの「2号ファンド」を立ち上げた。さらに他メディアとの共同事業として、動画配信サービス「Paravi」をスタート。TBSグループのさらなる事業領域の拡張や進化に向けて、次々と新たな挑戦を続けていく。

3つ目「社会的責任の遂行」については、弊社は従前より、CSR推進部を中心に、ESG活動に取り組んできた。そして今年度、新たに2つの取り組みを開始した。1つは「はなさかす保育園」。博報堂、博報堂DYメディアパートナーズと共同で事業所内保育園を立ち上げた。社員以外に、地域の方の枠も設け、地元・赤坂の皆様との交流の場になればとも考えている。もう1つは、「TBSグループ・ユニバーシティ」。グループ内の様々な研修・セミナーを統合・拡大するとともに、自分で選択できる研修を増やし、多様な学びの場を実現したいと考えている。

こうした中期経営計画の3つのアプローチにより、2020年度の達成目標として、連結売上高4000億円、営業利益250億円、売上高営業利益率6.3%を設定している。この中期経営計画を強力に推進していくために、現在の経営体制を刷新し、若返りを図る。6月28日をもって私は代表取締役社長を退任し、代わって専務の佐々木が代表取締役社長に就任する。

〈TBSグループの財務状況など〉 河合常務

通期の業績について、連結は売上高3619億円、営業利益188億円の増収、減益。TBSホールディングス単体では、動画配信事業をTBSテレビに移行したことなどにより、減収、減益となった。一方でTBSテレビ等からの受取配当金の増加などにより、経常利益以下は2ケタの伸び率となった。TBSテレビ単体の決算は、第3四半期以降のスポット収入の伸び悩みとベルト番組の企画強化や、働き方改革への資源投入等により、売り上げは増収だったものの、営業利益は大幅に減少する結果となった。

TBSテレビの収入の内訳について。放送部門では、タイム収入はカロリーアップ等により、10億円弱の増収。一方、スポット収入は、第3四半期以降苦戦し25億円の減収となった。番組販売や配信等のコンテンツ収入は、13億円の増収となった。事業部門は、「IHIステージアラウンド東京」や海外事業などが大変貢献し、7億円増収の297億円となり、全社では微増収という結果となった。

主な関連会社の業績について。TBSラジオは減収だったが、コストコントロールの継続により営業利益以下は、二ケタの伸び率となった。BS-TBSは、タイム収入が伸び悩み、減収、減益となった。今年度は増収を見込んでいるが、12月の4K放送開始で減価償却費が増加することから減益となる見込み。スタイリングライフグループは、化粧品関係の商材のヒットが続いており、引き続き増収、増益が続いている。営業利益は過去最高を記録し、今年度も増収、増益を見込んでいる。またグランマルシェもEコマースへの取り組み等が好調に推移し、増収、増益を続けている。今年度も増収、増益の予想。

TBSテレビの今年度の業績予想は、売上高は28億増収の2200億円、営業利益は、2億増益の65億円を見込んでいる。

〈放送事業、映像・文化事業の現状〉 佐々木専務

2017年度の平均視聴率で、TBSは、全日が6.3%で3位、ゴールデンが9.9%で3位(民放では同率2位)、プライムが9.8%で3位となった。全ての時間帯で、数字と順位を上げたのは各局の中でTBSだけだった。上期と下期の数字を比べても、全ての時間帯で下期が上期を上回っており、上昇傾向にある。通期の番組原価は、ベルト番組の企画強化等によって、前年と比べて15億円の増加となった。今年度は大型スポーツ単発が予定され、放送権料が大幅に増えるため、番組原価も増加する見通しだが、引き続き機動的な予算執行とコストコントロールを両立させていく。

今年度の編成テーマについて。「一所懸命」は、大きな改編はせず、各番組がそれぞれ「一所懸命」に頑張るさらなる視聴者の支持を頂ける努力をしていこうというもの。また支持を得ている22時台の番組を23時7分まで枠大することで、24時までファミリーコア層の強いゾーンを作っていこうと考えている。実際、『ニュース23』の番組入りの平均視聴率は前年度と比べて向上している。日曜日は、激戦区の20時に始めた『坂上&指原のつぶれない店』が今のところ、まずまずの出だした。また2017年度から引き続き今年度も、全日、ノンプライムの番組の一層の底上げを図っていく。

映画事業について。昨年末公開の「8年越しの花嫁 奇跡の実話」は興収約28億円のヒット作となった。新参者シリーズの最新作「祈りの幕が下りる時」は興収約16億円と、これもヒット作となっている。興行について。2017年3月末に開幕した「髑髏城の七人」シリーズは全公演完売が続いており、5月末日の公演終了までにのべ54万人のお客さまにお越しいただく予定。「髑髏城の七人」シリーズは、演劇のロングラン公演としては過去に例を見ない成功例となりそうだ。

以上