

2021年度 決算説明会 質疑応答 (要旨)

開催日：2022年5月16日(月)

本資料は、2021年度決算説明会での質疑応答の内容を要約したものです。

質問者1

Q1：中計を上方修正するアップデートであるが、その背景として外部環境と内部環境をどのように見ているのか。

内部環境としては、ゆっくりだが番組視聴率は向上し、シェアも良くなっていくと考えている。外部環境としては、原材料の高騰などで減速している業種はあるものの、人流の戻りで活況になっている業種もある。ウクライナ情勢は不透明で何とも言えない。今のところ関東地区のスポット投下量は2%程度の増加を見込んでおり、中計期間中もそのように見ている。

Q2：TVerで行われている「リアルタイム視聴」の現状について。見逃し視聴に比べてどのくらいの人数が見ているか。10月以降に向けた感触など。

まだ始まったばかりで精緻な分析はできていないが、大きい傾向は、ドラマの視聴が多いことと、若者の視聴が多いことである。また、途中で離脱することなく一気に見るケースが多く、スマートフォンなどで長時間見る、という積極視聴の良い傾向だと捉えている。4月からは、技術を含めて運用面のトライアルを行っている。営業面は動向を分析し追ってご報告したい。

質問者2

Q1：TVerの収益貢献について。21年度実績、中計期間である22年度、23年度の売上イメージについてどう考えているか。また、今の広告枠の売り方はどうなっているのか。予約型か運用型か、など解説してほしい。

21年度実績は説明した通り前年比60%強の増加で、TVerに無料配信の広告収入を合わせるとTBSでは約50億円の売上といったところ。中計期間中の売上イメージは、デジタル広告市場の伸びを前年比30%増と見ているので、それを上回る成長を果たしたい。なお、売上の実績値に関しては、TVerに出す広告の企画費や制作費を含めて計上する社があるなど各社で計上方法が異なっており、単純に比較できる状況ではない。

売り方については、指摘の通り、予約型と運用型の両方でセールスしている。従来は、テレビのセールスに近い予約型が中心だったが、現状の売上比率は予約型7：運用型3となっており、アドテクで回していく運用型の比率を高めて、より収益を拡大したいと考えている。

Q2：世の中が正常化した場合のSLHの実力値について。インバウンドがコロナ前に戻るなど正常化したとして、現在の店舗数などで考えると、売上高、営業利益はどの程度になるか。また、それを達成するための課題やリスクファクターがあれば教えてほしい。

コロナ前の売上高700億円、営業利益35億円を一つの目安と考えている。が、これは期待されている数字ではないと感じている。2021年度は何とか前年比で売上高50億円、営業利益20億円強という増加を果たせた。このペースで“回復”をしていくことに加えて、さらに“成長”をしていきたい。4つの事業の中に、将来大きなコンテンツになり得るものが眠っている。これらを回復期に投資をすることで育てていきたい。今、中計に並んでいる数字は穏やかだが、その水面下では大きな作業に取り組む。将来的には、売上高1,000億円という目標に向けて舵を切りたい。

インバウンドについては、主力の「PLAZA」は輸入雑貨を取り扱うため、日本製の商品を求める動きの中ではそこまで影響は大きくない。一方、「BCLカンパニー」の「サボリーノ」などのコスメは影響が大きく、売上全体の約5%を占める影響度となる。中計の数字には織り込んでいないため、上振れ要因となる可能性はある。

今後の課題については、「今あるものをリアルで売る」という事業形態から、「リアル×デジタル」という新しいリテールの在り方が必要になると考えている。また、人材を強化することや海外を生産拠点としていくことなど様々な施策に取り組むことが課題となる。

質問者 3

Q1：番組制作費の前提について。2022年度は2021年度に比べると大型スポーツ単発は減少すると見ているが、計画では数字が増加している。どこに制作費を増やしていく方針なのか？

コロナ禍でできなかったバラエティやドラマのロケなどが戻ってきていることに加え、レギュラー番組、配信に対する強化や、メリハリをつけたコンテンツの買い方を行っていく。

Q2：メディア・コンテンツセグメントの計画の前提について。TBSテレビの増加幅に加えて、TBSテレビ以外の各社が全体的に業績が回復する前提なのか。あるいは、最近行っているM&Aが、数字を押し上げる要因となっているのか。テレビ社以外のメディア・コンテンツセグメントの増益の背景について教えてほしい。

なんと言ってもTBSテレビの増加分が一番大きいのだが、そのほかにBS-TBSなどグループ会社が伸びるため、M&A等は計画に入れていない。オーガニックな成長をベースにしている。

質問者 4

Q1：赤坂エンタテインメント・シティの再開部分の規模感について。既存のビルに比べ規模感が大きいと感じる。収益の見通しについては、現状の不動産事業のスケールを超えてくるのではないかと。

当初発表していた投資額以外の情報を開示し始めている。劇場に加えて、エンタテインメント性の非常に高いホテルが入ることや、新しいクリエイターたちが赤坂から世界に出ていく施設や、IPを獲得する施設や仕組みができることになる。従来のサカス地区の部分も、別々に動くのではなく全体像の中で動いていくことになる。

現在保有している不動産に関しては100%TBSが取り込んでいるが、新しく開発するエリアに関しては三菱地所との共同事業。よって、持分があり、単純に今の規模感で全て取り込めるということではない。

質問者 5

Q1：「Studio TooN Corp.」のスピード感と展開先について。中計の中でどのように収益貢献を見込めばよいか。映像化までのスピード感はどの程度か。また、地上波テレビでの展開か、THE Factoryを中心とした海外展開なのか。

6月には事業を開始し、最初の作品はそこから1年程度で出したいと考えている。最初は、クオリティを担保しながら本数を限って出すことになるかもしれない。

展開については、地上波のクリエイターたちが原作で使っていくこともあるし、THE Factoryが世界展開する作品の原作とすることもある。

TBSとしては川上から川下まで自社で押さえて世界的ヒットを作っていくことを目指しており、ここはその川上であるIP獲得において大きな会社となる。

以上

本資料に記載されている将来の当社業績に関する見通しほか全ての内容は、本資料作成時点の当社の判断に基づくものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経済情勢、市場動向、経営環境などの変化により、記載事項と異なる可能性があることに十分ご留意下さい。また、本資料の無断転載はお断りいたします。