

2022年度第2四半期 決算説明会

2022年11月11日（金）

株式会社 TBSホールディングス

※ 司会：出水アナ 冒頭あいさつ

（出水アナ）

皆様、本日はお忙しい中、
ご参加頂きましてありがとうございます。
ただ今より
TBSホールディングスの2022年度第2四半期決算説明会
を開催いたします。
本日の司会を務めます
TBSアナウンサーの出水麻衣です。
どうぞよろしく願いいたします。

出席者

代表取締役社長	佐々木 卓
代表取締役	河合 俊明
取締役	菅井 龍夫
取締役	渡辺 正一
取締役	菅木 雅哉

(株)スタイリングライフ・ホールディングス
代表取締役 執行役員社長

北村 博之

司会：出水 麻衣 (TBSアナウンサー)

(出水アナ)

本日の出席者です。

- TBSホールディングス代表取締役 社長
佐々木 卓 (ささき たかし) です。
- 代表取締役
河合 俊明 (かわい としあき) です。
- 取締役
菅井 龍夫 (すがい たつお) です。
- 取締役
渡辺 正一 (わたなべ しょういち) です。
- 取締役
菅木 雅哉 (ちさき まさや) です。
- 株式会社スタイリングライフ・ホールディングス
代表取締役 執行役員 社長
北村 博之 (きたむら ひろゆき) です。

以上6名です。

本日の資料とスケジュール

1 第2四半期の業績

代表取締役 河合 俊明

2 今後の重点施策

代表取締役社長 佐々木 卓

3 質疑応答



使用する資料はこちらです。

(出水アナ)

本日は
昨日発表しました「2022年度第2四半期」の決算資料を
ご参照ください。

- ▶まず、
TBSグループの「第2四半期の業績」について
河合より、
- ▶続いて
「今後の重点施策」について
佐々木よりご説明いたします。

そのあと
皆様からのご質問には
役員一同でご回答するお時間をとっております。
この機会にぜひ、ご質問ください。

2022年度 第2四半期

決算資料

2022年11月10日

株式会社 **TBS** ホールディングス

(出水アナ)

それでは、代表取締役の河合より、「TBSグループの業績」についてご説明いたします。

(河合代表取締役)

河合です。
どうぞよろしくお願いたします。

では資料3ページの「連結決算のポイント」からご覧ください。

2022年度 第2四半期決算ハイライト**2022年度 業績見通し****株主還元****今後の重点施策****参考資料**

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。

◇お問い合わせ先
〒107-8006
東京都港区赤坂5丁目3番6号 株式会社TBSホールディングス 財務戦略局IR部
Tel : 03-3746-1111 (代表) HP : <https://www.tbsholdings.co.jp/ir/>

※原稿なし

2022年度 第2四半期決算ハイライト

2022年度 業績見通し

株主還元

今後の重点施策

参考資料

※原稿なし

2022年度 第2四半期決算

- ▶ 連結全体では増収減益。
- ▶ メディア・コンテンツ事業では、TBSテレビのタイム収入が減収となったものの、配信広告収入や事業部門収入が伸長したことで増収。
一方で、番組制作費の増加や事業部門の収入増に伴う原価増などにより減益。
- ▶ ライフスタイル事業では、感染症に伴う自粛要請解除による人流回復などで増収増益。
- ▶ 不動産・その他事業では、賃料収入の回復により増収となったものの、修繕費の増加などが上回り増収減益。

2022年度 通期業績予想の修正

- ▶ 急激な円安の影響などで、下期のTBSテレビのスポット収入や、その他の子会社における放送収入などの下振れが予想されるため、通期の業績予想（売上高、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益）を下方修正。

TBSグループの第2四半期決算は
連結全体で増収減益でした。

また、期首に発表した通期業績予想を
下方修正いたしました。

詳細は次の4ページからご説明いたします。

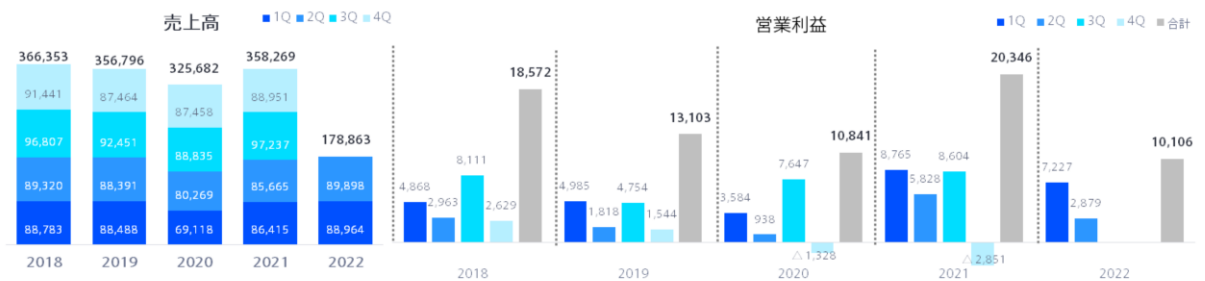
第2四半期 連結損益計算書

TBS

メディア・コンテンツ事業では、TBSテレビのタイム収入が減収となったものの、配信広告収入や事業部門収入が伸長したことで増収。
 一方で、番組制作費の増加や事業部門の収入増に伴う原価増などにより減益。

ライフスタイル事業では、感染症に伴う自粛要請解除による人流回復などで増収増益。連結全体ではメディア・コンテンツ事業の影響が大きく、増収減益。
 (単位：百万円)

連 結	2021年度 2Q(4-9月)	2022年度 2Q(4-9月)	前年差	増減率
売上高	172,080	178,863	+6,782	+3.9%
営業利益	14,593	10,106	△4,487	△30.7%
経常利益	18,825	17,034	△1,790	△9.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	11,995	9,191	△2,803	△23.4%



はじめに、当期の連結の業績です。

▶ 売上高は、

- ・ TBSテレビで
配信事業や事業部門の収入が拡大したことや
- ・ ライフスタイル事業で
雑貨小売販売事業の売上が増加したことなどによ
連結全体で増収でした。

▶ 一方、営業利益は、

- ・ 番組制作費が増加したことに加え、
- ・ 配信事業や事業部門での収入増に伴い
原価の増加も大きかったことから、全体で減益となりました。

連結セグメント別 実績

TBS

(単位：百万円)

	外部売上				営業利益			
	2021年度 2Q (4-9月)	2022年度 2Q (4-9月)	前年差	増減率	2021年度 2Q (4-9月)	2022年度 2Q (4-9月)	前年差	増減率
メディア・コンテンツ	134,823	138,201	+3,378	+2.5%	8,914	4,339	△4,574	△51.3%
ライフスタイル	29,394	32,506	+3,112	+10.6%	1,759	2,008	+249	+14.2%
不動産・その他	7,862	8,154	+291	+3.7%	3,919	3,750	△169	△4.3%
調整額	—	—	—	—	0	8	+7	—
連結	172,080	178,863	+6,782	+3.9%	14,593	10,106	△4,487	△30.7%

増減要因	外部売上	営業利益
メディア・コンテンツ	TBSテレビ (+4,150) マンガボックス (+1,210) BS-TBS (+676) TBSグロウディア (△1,444)	TBSテレビ (△2,175) TBSグロウディア (△534) TBSスパークル (△233)
ライフスタイル	スタイリングライフグループ (+3,112)	スタイリングライフグループ (+249)
不動産・その他	TBS HD (+350) TBSヘクサ (△52)	TBS HD (+168) 赤坂熱供給 (△97) TBSテレビ (△86)

5

続いて
セグメント別の売上高と営業利益です。

- ▶ 「メディア・コンテンツ」は増収減益、
- ▶ 「ライフスタイル」は増収増益、
- ▶ 「不動産・その他」は増収減益でした。

下段の「増減要因」は
6ページのグラフでご説明いたします。

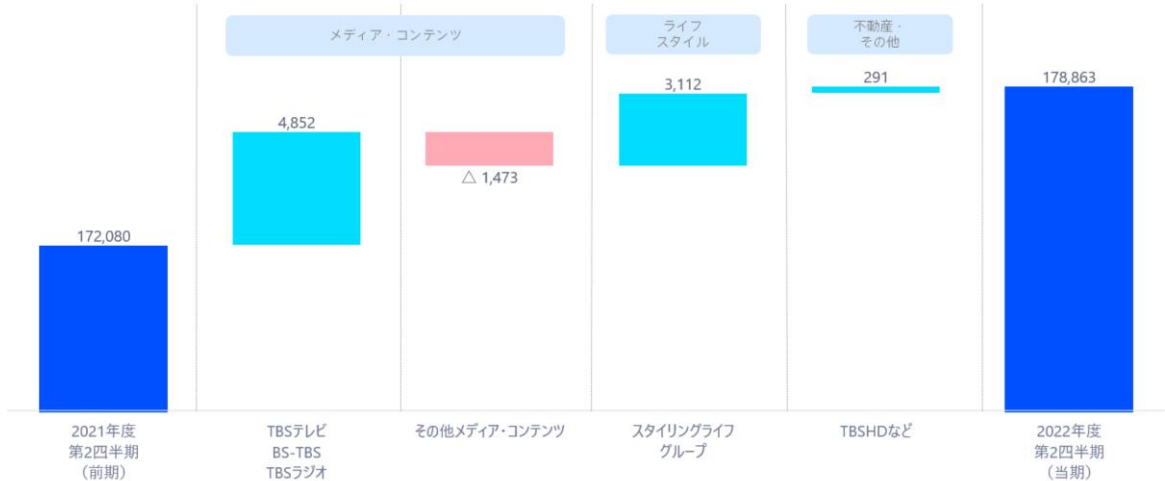
連結セグメント別 売上高（外部売上）の増減要因

TBS

▶ メディア・コンテンツ事業では、TBSテレビのタイム収入が減収したものの、配信広告収入や事業部門収入が伸長したことで増収。ライフスタイル事業も自粛要請解除による人流回復などで増収。連結全体では増収。

■ 売上実績 ■ 増加分 ■ 減少分

(単位：百万円)



6

まず、売上高の増減要因です。

▶ 「メディア・コンテンツ」では、
 (左から2つ目のグラフの)
 放送関連会社は増収でした。
 TBSテレビで
 タイム収入が減少したものの、
 配信事業や事業部門の収入が増加したことなどが
 主な要因です。

(その右の)
 その他メディア・コンテンツは減収です。
 TBSグローディアで
 ショッピング部門やDVD販売の売上が減少したことなどが
 主な要因です。

▶ また「ライフスタイル」のスタイリングライフグループは、
 店舗の客数の増加により売上が増え、
 増収となりました。

連結セグメント別 営業利益の増減要因

TBS

▶ メディア・コンテンツ事業は、番組制作費の増加や事業部門の収入増に伴う原価増などにより減益。
ライフスタイル事業は、増収に伴う増益。連結全体では減益。

■ 営業利益 ■ 増加分 ■ 減少分

(単位：百万円)



7

次に、営業利益の増減要因です。

▶ 「メディア・コンテンツ」は減益でした。

放送関連会社では、

TBSテレビの放送部門で

- ・前期の「東京オリンピック・パラリンピック」の反動によりタイム収入が減少した上、
- ・前期の取材活動抑制の反動や
- ・朝のベルト番組の強化などで制作費が増加したことが主な要因です。

その他メディア・コンテンツは、減収に伴う減益でした。

▶ 「ライフスタイル」は増収に伴い増益、

▶ また「不動産・その他」は賃料収入が増え、増収でしたが修繕費の増加などにより減益でした。

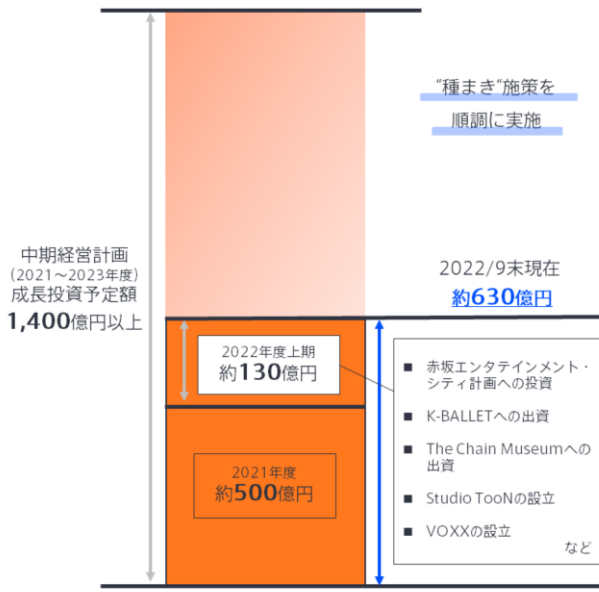
次の8ページの「経年推移」のグラフはのちほどご覧いただきまして、9ページの「成長投資と設備投資」にお進みください。

連結セグメント別 経年推移



※原稿なし

成長投資と設備投資



単位：百万円

進 結	2022年度 2Q(4-9月)	前年差
設備投資	16,920	+11,636
減価償却費	6,667	+200



TBSテレビ	2022年度 2Q(4-9月)	前年差
設備投資	6,170	+3,507
減価償却費	4,095	+182



5月にアップデートしました「中期経営計画2023」では、3年間で総額1,400億円以上の成長投資を行う方針をお示ししています。

ページ左側のオレンジのグラフがその進捗状況です。上期はおよそ130億円の成長投資を実行いたしました。

やや少なく見えるかもしれませんが、すでに契約済みの案件もあり、中計のテーマである

「ポストコロナを見据えた成長への種まき」の施策を順調に進めております。

上期で行った具体的な案件は、

- ・ 赤坂エンタテインメント・シティ計画への投資のほか、
- ・ 「Kバレエ」や「The Chain Museum」への出資、
- そして、
- ・ ウェブトゥーンの新会社である「スタジオ・トゥーン」や
- ・ アドテクの「VOXX」の設立
- などと
- なっております。

TBSテレビ 損益計算書

TBS

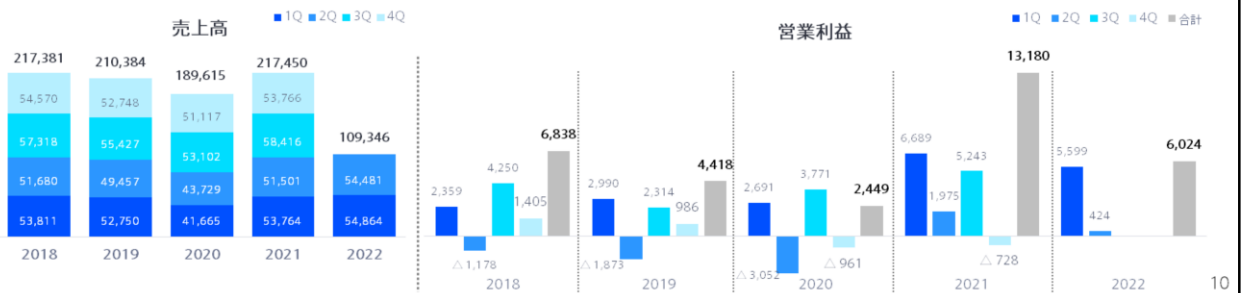
テレビ部門では、前年の「東京オリンピック・パラリンピック」の反動でタイム収入が減収したものの、5局シェア拡大によるスポット収入の増加に加え、配信広告収入が好調に推移。事業部門では、舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」の公演開始、「パリ・サン＝ジェルマン ジャパンツアー2022」も貢献し、大幅増収。一方で、番組制作費の増加や事業部門の収入増に伴う原価増などにより減益。

(単位: 百万円)

TBSテレビ	2021年度 2Q(4-9月)	2022年度 2Q(4-9月)	前年差	増減率
売上高	105,266	109,346	+4,079	+3.9%
営業利益	8,664	6,024	△2,640	△30.5%
経常利益	9,765	7,423	△2,341	△24.0%
四半期純利益	7,168	5,219	△1,949	△27.2%

営業費用等

■ 番組原価	+	722
■ 代理店手数料	△	71 (今期14,917)
■ ネットワーク費	△	121
■ 事業部門営業費用	+	4,089
■ 特別利益 (投資有価証券売却益)		533
■ 特別損失 (投資有価証券評価損)		22



10ページからはTBSテレビの業績です。
当期は増収減益でした。

売上高は、
前期の「東京オリンピック・パラリンピック」の反動により、
タイム収入が減収となりましたが、
配信事業や事業部門の収入が伸長したことで
増収となりました。

一方、番組制作費をはじめとする原価の増加により、
営業利益以下は減益でした。

(単位：百万円)

	2022年度 2Q (4-9月)	前年差
テレビ事業	93,155	△180
－ タイム	40,110	△2,098
－ スポット	39,765	+176
－ 配信広告 ※1	2,387	+605
－ その他	10,892	+1,135
事業 ※2	14,678	+4,257
不動産	1,511	+1
収入合計	109,346	+4,079

※1. 前第2四半期および前事業年度において「コンテンツ」区分で開示していた収入のうち、「配信広告」を当第2四半期より別掲したうえで、「配信広告」以外を「その他」区分で集計。(参考) 2022年度1Q(4-6月)の「配信広告」は、1,174百万円、前年差+311百万円。

※2. 2021年7月より事業部門にあった海外番組事業の一部をテレビ事業の「その他」に移管。



続いて、TBSテレビの事業別の収入内訳です。

- ▶ 当期から、テレビ事業の「タイム」「スポット」の下の行に「配信広告収入」を開示しました。

これは、TVerを中心とした広告付き無料配信にニュースやYouTubeからの収入を加えた無料領域全体の収入です。

また、その下の行、「その他」は、国内有料配信や海外配信を含んでおります。

「スポット」と「配信広告収入」および「その他」は増収でしたが「タイム」の減収により、テレビ事業全体では減収となりました。

- ▶ 一方、事業は大幅な増収となり、不動産は横ばいでした。

増減要因は次の12ページのグラフでご説明いたします。

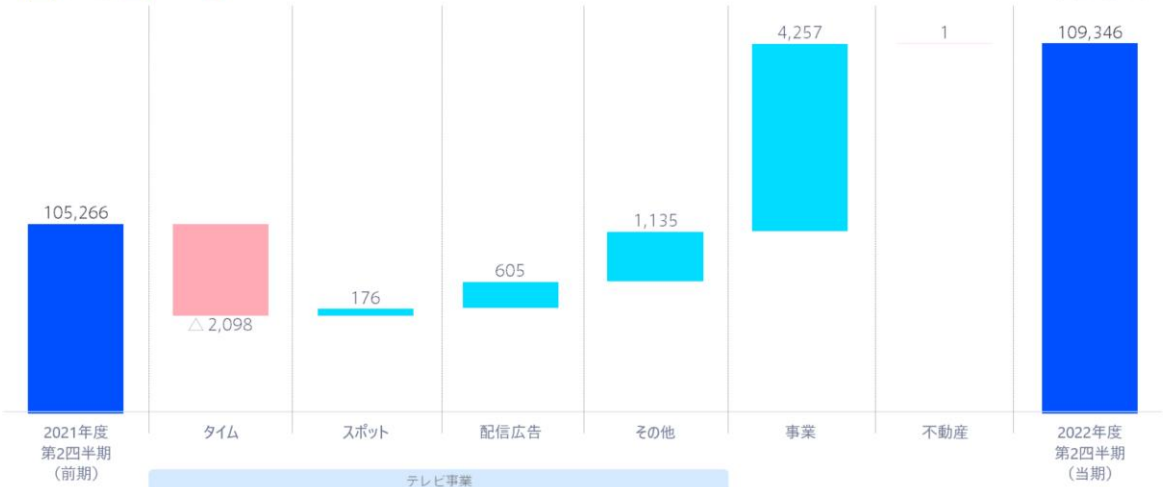
TBSテレビ 売上高の増減要因

TBS

▶ テレビ部門では、前年の「東京オリンピック・パラリンピック」の反動でタイム収入が減収したものの、5局シェア拡大によるスポット収入の増加に加え、配信広告収入が好調に推移。事業部門では、舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」の公演開始、「ハリ・サン＝ジェルマン ジャパンツアー2022」も貢献し大幅増収。

■ 売上実績 ■ 増加分 ■ 減少分

(単位：百万円)



12

▶ 「タイム」については、当期は大型スポーツ単発「世界陸上オレゴン」がありましたが、前期の「東京オリンピック・パラリンピック」の反動が大きく、減収でした。

▶ 一方、「スポット」は上期の関東地区投下量全体が前期を2.3%下回るという低調な状況の中、当社は増収を確保しました。新ファミリーコアをターゲットとした取り組みによって視聴者層の改善も進んでおり、在京5局シェアは9月までの累計で0.6ポイント上げ、20.9%まで伸ばしております。

▶ 「配信広告収入」や、海外配信などを含む「その他」も、順調に拡大しました。

▶ また、事業部門が全体の増収に大きく寄与しました。7月に開幕した舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」やサッカーの「パリ・サン＝ジェルマン ジャパンツアー」などが貢献しました。

テレビ番組原価（制作費）

TBS

▶ 第2四半期は、「世界陸上2022オレゴン」と朝のベルト番組強化などでやや増加。通期は、アジア大会の延期の影響で期首予想（※）より減少。

（※）期首予想 96,435百万円

	2021年度実績	2022年度実績	前年差
第1四半期	22,631	23,218	+587
第2四半期	23,580	23,715	+134
（地上波直接費）	18,814	18,658	△155
（その他直接費及び間接費）	4,765	5,056	+290
上期	46,211	46,933	+722
第3四半期	24,769	—	—
第4四半期	25,168	—	—
通期累計	96,149	95,729	△420
（地上波直接費）	75,710	74,761	△948
（その他直接費及び間接費）	20,439	20,967	+528

（単位：百万円）

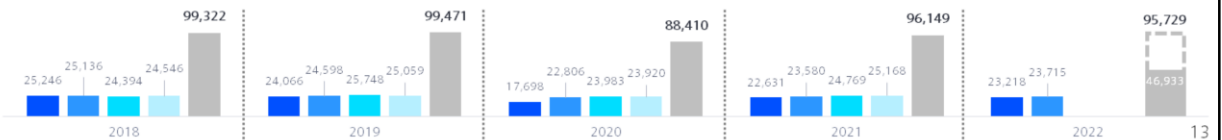
テレビ番組原価に含まれる主な費用

地上波直接費：
番組制作費、放送権料、美術制作費、技術制作費

その他直接費および間接費：
地上波以外の直接費、
減価償却費・社員人件費等の配賦原価

※点線内の通期累計および内訳は、
すべて見込みです。

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q ■ 合計



続いて、テレビ番組原価です。

- ▶ コロナ感染拡大の影響を受け取材等を抑制した前期に比べますと、制作体制が平常に戻ってきたことに加えて、
- ▶ 第2四半期は「世界陸上オレゴン」や朝のベルト番組の強化などにより、制作費はやや増加しました。

一方、通期累計で見ますと、アジア大会が延期された影響などで期首の想定より7億円減少し、957億円となる見込みです。

前期と比べますと、4億円ほどの減少となります。

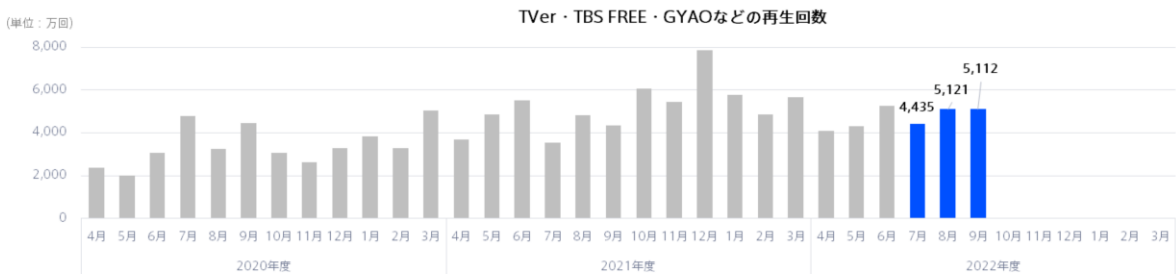
配信事業の状況

TBS

▶ 配信広告収入は、上期を通してセルスルー率が向上し、増収。再生回数、UB数も前年比プラスで推移。
 有料配信は、Paraviなど国内配信と海外配信（Netflix「未来日記」、Disney+「マイファミリー」など）により、増収。

(再生回数、ユニークブラウザ数はビデオリサーチ調べ)		2022年度 2Q (4-9月) 前年増減率	2022年度 2Q (4-9月) 収入 (前年差)
配信広告収入 ※		+34.0%	2,387百万円 (+605百万円)
TVer・TBS FREE・GYAO! など	再生回数	+5.8%	
	UB (ユニークブラウザ) 数	+3.8%	
有料配信収入		+18.8%	

※1Q決算までの「無料配信収入」から計上方法を変更し、当決算資料より「配信広告収入」を記載。



14

配信事業の状況です。

当期から開示の「配信広告収入」は
 34%の増収となり
 期首の想定を上回る水準で推移しております。

TVerなどの再生回数や
 ユニークブラウザ数も増加しました。

また「有料配信収入」も

- ・ Paraviなどの国内配信と、
- ・ Netflixでの「未来日記2」や
 ディズニープラスでの「マイファミリー」などの
 海外配信により、増収でした。

▶ 舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」の公演開始、「パリ・サン＝ジェルマン ジャパンツアー2022」も貢献し、催事・興行は大幅増収。
映画では過去作品の配信収入が好調。アニメでは映画「五等分の花嫁」の大ヒットに加え、過去作品の配信収入も好調。事業部門全体で増収増益。

(単位：百万円)

部門	2022年度 2Q (4-9月)	前年差	主な増減要因
事業 (催事・興行)	5,786	+3,188	舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」の公演開始、「パリ・サン＝ジェルマン ジャパンツアー2022」も貢献し大幅増収。
映画	1,108	+682	「99.9-刑事専門弁護士-THE MOVIE」や「糸」等の配信収入が好調のため増収。
アニメ	1,129	+601	映画「五等分の花嫁」の大ヒットに加え、「プラチナエンド」等の配信収入が好調のため増収。
グローバルビジネス (旧：海外ビジネスセンター)	1,586	+345	2021年7月より海外番販事業の一部をテレビ部門に移管したが、フォーマット販売やロイヤリティ収入が好調のため増収。
メディア事業	4,226	△272	CS事業はアロケーションの向上などにより好調であったものの、前年同期の水準には届かず減収。
マーチャンダイジングセンター (旧：ライセンス事業)	839	△287	DVD販売において、前年の「オー！マイ・ポス！恋は別冊で」、「沢田研二」、「この恋あたためますか」等の反動減により減収。
収入計	14,678	+4,257	
事業部門営業費用	12,061	+4,089	
部門利益	2,616	+168	

15

次に15ページはTBSテレビの事業部門の収益です。

- ▶ 「催事・興行」は
舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」のロングラン公演が
始まったほか、
サッカーの「パリ・サン＝ジェルマン ジャパンツアー」が
大盛況となったことなどで、大幅な増収となりました。

また、

- ▶ 「映画」は過去作品の配信収入が好調で、
- ▶ 「アニメ」でも
映画「五等分の花嫁」の大ヒットなどがあり、
事業部門全体で増収増益となりました。

主なグループ会社の状況

TBS

(単位：百万円)

	売上高			営業利益			主な増減要因
	2021年度 2Q(4-9月)	2022年度 2Q(4-9月)	前年差	2021年度 2Q(4-9月)	2022年度 2Q(4-9月)	前年差	
TBSラジオ	4,154	4,179	+24	317	199	△118	タイム収入が落ち込んだものの、イベント売上がカバーし増収。一方でイベントに係る費用や番組費等の増加で減益。
BS-TBS	7,844	8,501	+656	1,422	1,474	+52	タイム収入、スポット収入の増収に加え、配信が好調なことにより、増収増益。
TBS グロウディア	13,808	12,451	△1,356	269	△265	△534	ショッピング部門売上、DVD販売の減少により、減収減益。
日音	4,293	4,015	△278	455	289	△165	邦楽、洋楽収入が落ち込んだことにより、減収減益。
TCエンタ テインメント	3,778	3,774	△3	430	326	△103	DVD新譜販売が増加したが、旧譜販売の不調により減収減益。

16

続いて主なグループ会社の状況です。

- ▶TBSラジオは、イベント費用の増加などにより増収減益、
- ▶BS-TBSは、タイム・スポットの増収に加え、配信収入も好調で、増収増益でした。
- ▶TBSグロウディアは
ショッピングやDVD販売が振るわず、減収減益でした。
- ▶日音は、邦楽・洋楽ともに収入が落ち込んだことにより、減収減益、

また

- ▶TCエンタテインメントは、過去作品のDVD売上の減少などで、減収減益でした。

▶ 雑貨小売販売事業は、感染症に伴う自粛要請解除による人流回復などの影響で、増収。通信販売事業は、前年好調であった受注の落ち着きにより、微減収。ビューティ&ウェルネス事業は、落ち込んでいた海外売上に復調の兆しが見え始めているものの、減収。グループ全体では雑貨小売販売事業の影響が大きく、増収増益。

連結	(単位：百万円)			事業別	売上高(※)		
	2021年度 2Q (4-9月)	2022年度 2Q (4-9月)	前年差		2021年度 2Q (4-9月)	2022年度 2Q (4-9月)	前年差
売上高	29,442	32,511	+3,069	雑貨小売販売事業	14,198	17,469	+3,270
営業利益	2,135	2,338	+203	通信販売事業	7,876	7,804	△71
				ビューティ&ウェルネス事業	7,551	7,404	△146
				本社およびその他	△184	△167	+17
				計	29,442	32,511	+3,069

※事業別の売上高は管理会計上の数値



次に、スタイリングライフグループの業績です。

中核の雑貨小売販売事業での売上が増加したことなどにより、グループ全体で増収増益となりました。

夏休みなどの休暇期間が3年ぶりに自粛要請解除となったことで、「PLAZA」の店舗では客数が大幅に増加し、メイク用品や夏物商品などの売上が大変好調に推移しました。

2022年度 第2四半期決算ハイライト

2022年度 業績見通し

株主還元

今後の重点施策

参考資料

次に、通期の業績見通しです。

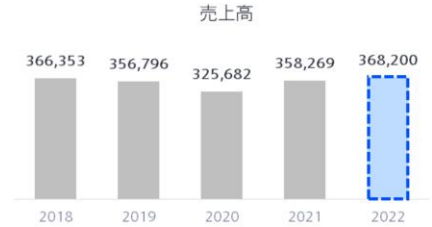
2022年度 連結業績予想の修正

TBS

急激な円安の影響などで、下期のTBSテレビのスポット収入や、その他の子会社における放送収入などの下振れが予想されるため、通期の業績予想（売上高、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益）を下方修正。

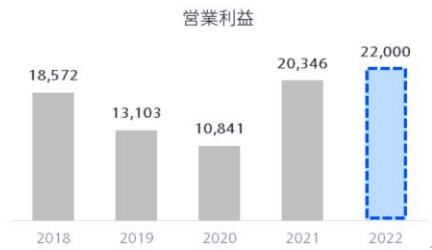
(単位：百万円)

連 結	前年実績 (2021年度)	前回予想 (5/13発表)	修正予想	前回予想 からの増減
売 上 高	358,269	371,500	368,200	△3,300
営 業 利 益	20,346	24,000	22,000	△2,000
経 常 利 益	30,707	35,500	35,000	△500
親会社株主に帰属する 当期純利益	32,008	22,900	20,300	△2,600



(単位：百万円)

セグメント別予想	売上高				営業利益			
	前年実績 (2021年度)	前回予想 (5/13発表)	修正予想	前回予想 からの増減	前年実績 (2021年度)	前回予想 (5/13発表)	修正予想	前回予想 からの増減
メディア・コンテンツ	281,414	291,400	286,000	△5,400	10,933	14,300	12,100	△2,200
ライフスタイル	61,023	63,700	66,000	2,300	2,362	2,400	3,000	600
不動産・その他	15,831	16,400	16,200	△200	7,062	7,300	6,900	△400
調整額	-	-	-	-	△11	-	-	-
連 結	358,269	371,500	368,200	△3,300	20,346	24,000	22,000	△2,000



19

19ページは連結の業績予想の修正です。

急激な円安の影響などで、下期のTBSテレビのスポット収入やその他の子会社における放送収入などの下振れが見込まれることから、5月に発表した業績予想を下方修正いたしました。

セグメント別では、「メディア・コンテンツ」と「不動産・その他」を下方修正、「ライフスタイル」を上方修正いたしました。

2022年度 TBSテレビ業績予想の修正

TBS

急激な円安の影響などで、下期のスポット収入の下振れが予想されるため、通期の業績予想（売上高、営業利益、経常利益、当期純利益）を下方修正。

(単位: 百万円)

TBSテレビ	前年実績 (2021年度)	前回予想 (5/13発表)	修正予想	前回予想 からの増減
売上高	217,450	225,789	224,700	△1,089
営業利益	13,180	15,050	14,200	△850
経常利益	15,328	17,407	16,800	△607
当期純利益	16,233	11,903	11,400	△503



	2022年度2Q 累計実績	通期予想 (前回予想との比較)
タイム	△5.0%	+0.1% → △1.6%
スポット	+0.4%	+2.0% → △0.3%
番組原価 (百万円)	46,933	96,435 → 95,729



20

次にTBSテレビの業績予想です。
連結でのご説明の通り、
スポット収入の下振れが見込まれることから、
ごらんのよう下方修正しました。

通期のタイム収入は、前年に比べ1.6%の減少、
スポット収入は、0.3%の減少を見込んでおります。

一方、費用面も
番組原価は先ほどご説明しました通り、
期首の想定より
7億円ほど減少する見込みです。

2022年度 第2四半期決算ハイライト

2022年度 業績見通し

株主還元

今後の重点戦略

参考資料

最後に株主還元です。

配当方針と年間配当予想

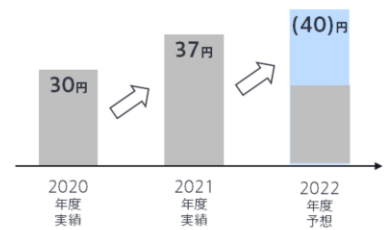
TBS

基本方針	株主の皆様への利益還元を重要な経営課題と位置づけ、連結ベースの配当性向30%を目標としつつ、安定的かつ継続的な配当を基本とする。業績伸長等の際には、特別配当等により還元の充実に努める。自己株取得は、これまで通り機動的に検討する。
-------------	--

中計2023 配当方針	1株当たり30円を下限とする。ただし、2期連続で当期利益を生まなかった場合は、下限配当金を見直すことがある。
------------------------	--

	1株当たり配当金 (円)			配当性向 (%)	特殊な要因 (★) の影響を除いた配当性向 (%)
	第2四半期末	期末	年間		
2017年度	15	15	30	30.5	30.5
2018年度	16	17	33	22.9	31.7
2019年度	13	17	30	17.3	43.0
2020年度	15	15	30	18.3	59.5
2021年度	15	22	37	19.7	30.9
2022年度 (予想)	20	(20)	(40)	(33.3)	—

(★) 中長期の収益拡大を目指す成長領域への投資の源泉として売却した投資有価証券から生じる売却利益は、配当額を決定する上では「特殊な要因」と位置付けております。



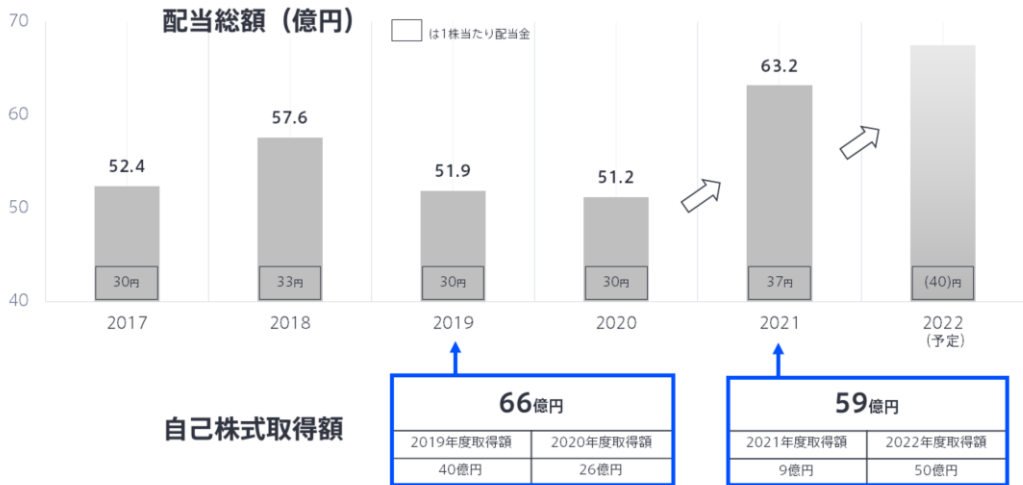
▶ 2021年度は7円増配の37円を実施。2022年度は3円増配の40円を予想。引き続き、安定的かつ継続的な配当を実施。配当予想は2021年度決算発表時より変更なし。

まず、配当についてです。

当期の一株当たりの年間配当金は
前期から3円増配の40円を予想しており、
期首の発表から修正はございません。

引き続き、安定的かつ継続的な配当を
基本としてまいります。

▶ 安定的かつ継続的な配当を基本としつつ、引き続き、機動的な自己株式取得を実施。



続いて23ページは
配当総額と自己株式取得の推移です。

当社は、ここ5年の間で、
株主還元及び資本効率の向上を目的とした自己株取得を、
60億円規模で2回、行っております。

外資規制の中ではありますが、
引き続き、機動的な取得を行って、
株主価値の向上に努めてまいります。

私からのご説明は以上です。

2022年度 第2四半期決算ハイライト

2022年度 業績見通し

株主還元

今後の重点施策

参考資料

出水アナ)

続きまして、社長の佐々木より
「今後の重点施策」についてご説明いたします。

佐々木社長)

佐々木です。どうぞよろしく申し上げます。



THE SEVEN 本格稼働

□ 世界配信の実績豊富な人材の加入

世界的ヒット作品となったNetflixシリーズ「今際の国のアリス」をはじめ、数々の実績を持つプロデューサーの森井隆、国内外のVFX業界をリードする赤羽智史など、映像業界でトップクラスの貴重な人材が加入。さらに、海外の事業者とのビジネス交渉の経験豊富な人材も加入。
こうした、世界配信実績豊富な人材体制で、ビジネスを展開していく。



左から
森井プロデューサー、赤羽VFXプロデューサー、菅井CEO

□ ファシリティ・制作環境の充実

緑山スタジオ・シティに、世界標準のスペックを備えた約300坪の配信コンテンツ向け撮影スタジオを準備。また、港区赤坂に専用のVFXルームを設け、様々な作品制作に対応する。今後も、グループを挙げて、クリエイターにベストな環境を整えていく。



赤坂の新オフィス



緑山スタジオ・シティ
配信コンテンツ向け撮影スタジオ 完成予想図

□ Netflixと戦略的提携契約の締結

THE SEVENは、2022年11月1日、グローバルオーディエンスに向けて、高品質のドラマ・映画の企画の開発、及び製作をより加速させるため、Netflixと戦略的提携契約を締結。これにより今後5年間、ハイエンドな映像作品を共同で開発を行うほか、THE SEVENのプロデューサー達による独自の企画やプロデュース作品などと合わせて、複数作品をNetflixを通じて全世界に配信していく。

THE SEVEN | NETFLIX

【株式会社THE SEVEN 会社概要】

所在地：〒107-0052 東京都港区赤坂5-4-7 3F
 代表者名：菅井 龍夫（すがい たつお）
 事業内容：放送番組・劇場映画の企画、製作、販売
 映像ソフト・出版物・イベントなどの企画、販売
 知的財産権の取得、管理
 著作者・映像制作者のマネジメント 等
 TBSホールディングス 100%子会社
 自社サイトURL：https://www.the7.co.jp

まずは、海外戦略の新会社「THE SEVEN」が
よいよ本格稼働します。

今週リリースさせていただきました通り、
THE SEVENは今月1日、
Netflixと 戦略的提携契約を締結いたしました。
▶今後5年間、グローバルオーディエンスに向けた
ハイエンドな映像作品を共同で開発するほか、
▶THE SEVENが企画開発・製作する複数の作品を
Netflixを通じて、全世界に配信してまいります。

THE SEVENには、すでに、
世界的なヒット作品の制作経験を持つプロデューサーや
国内外のVFX業界をリードするクリエイターなど、
映像業界トップクラスの人材が加入しております。

また、緑山では
世界標準のスペックを備えた撮影スタジオを建設中であり、
制作環境の整備も進んでおります。

この度のNetflixとの提携で
国境を越えて世界の人々に楽しんでいただける企画開発を
さらに加速させてまいります。ご期待ください。

配信広告収入

TBS

	2022年度 第2四半期	
	収入 (前年差)	前年増減率
配信広告収入	2,387 百万円 (+605百万円)	+34.0%

  	2022年度 第2四半期 前年増減率	
	再生回数	
ユニークブラウザ数		+3.8%

(再生回数、ユニークブラウザ数はビデオリサーチ調べ)

- 再生回数、UB数は2Qで盛り返し、上期は前年比でプラスに。
- 上期を通じて、セルスルー率が向上。

	2022年度 第2四半期 前年増減率
ニュースのデジタル配信収入 <small>※TBS・JNN NEWS DIG合同会社の収入</small>	+88.2%
パートナーPFの配信PV・再生数	+20.7%

*パートナーPF

Yahoo!ニュース、YouTube、Twitter、TikTok、SmartNews、グノシー、ニュースバス、auサービスToday、LINE NEWS、NewsDigest、ニュースサイト、@nifty、BIGLOBE、Excite、UQライフ、ノアドット、MSNニュース、NewsPicks、dメニュー、goo、等(順不同)

- 「TBS NEWS DIG Powered by JNN」(JNN系列28局の統合ニュースサイト)
⇒2022年9月に月間**1.6億PV**(注)を突破！
⇒2022年10月に天気・防災アプリを大幅アップデート
放送業界初となる緊急地震速報(予報)を実装(iOS版から先行リリース中)
- 外部販売、広告収益ともに好調

※: Google Analytics 調べ/ newsdig トメイン合計・外部PV含まず

TBS系リアルタイム配信

見たい場所で、見たい番組を、いつでも見られる
新しいユーザー体験で、最高の“時”をお届けします！

2022年4月11日(月)より
プライムタイムの番組を中心にTVerにて配信中
セールスに関しては、2023年3月末までトライアル期間が継続。
実際のセールスは、2023年4月から開始。

26

次に配信広告収入です。

河合からもお伝えしました通り、順調に拡大しており、期首の想定を超える水準で推移しております。

▶その一部である

ニュースコンテンツの配信収入も向上しています。

JNN系列の総合ニュースサイト

「TBS NEWS DIG」の配信収入は
前期プラス88.2%と、大きく伸びました。

月間再生回数も

9月に1億6,000万回を超え

民放ニュースサイトのトップクラスにまで成長しました。

▶また、プライムタイムの番組を中心に実施している

リアルタイム配信については、

来年3月末までトライアルセールス期間としており、

収益化はこの期間の状況を踏まえて

検討してまいります。



●地上波連続ドラマやバラエティとの連動企画がさらに充実



TBS初 地上波放送に先駆けて1週間前に先行配信
深夜ドラマ枠「ドラマストリーム」



第1弾「村井の恋」



第2弾「理想ノカレシ」



第3弾「ハハとムスメの7日間」



第4弾「階段下のゴッホ」



第5弾「私のシてくれないフェロモン彼氏」

メイキングコンテンツ、未公開エピソードの独占放送や、アナザーストーリーをマンガボックスで配信するなど、マルチに展開。

続いてParaviの取り組みです。

第2四半期は

サッカー「パリ・サン＝ジェルマン ジャパンツアー」の独占配信などが新規の加入者獲得に貢献し、会員数は堅調に推移しております。

- ▶地上波のドラマやバラエティと連動したオリジナルコンテンツの充実や、
- ▶深夜ドラマの先行配信など独自の企画で差別化を図り、加入者の増加に努めております。

Netflix

世界配信



新作の連続ドラマがNetflixで配信されるのは、「日本沈没—希望のひと—」に続き、2作目。

Disney+

世界配信



新作の連続ドラマがDisney+で配信されるのは、「TOKYO MER～走る緊急救命室～」 「マイファミリー」に続き、3作目。

日韓合同大型アイドルバンドオーディション番組
「THE IDOL BAND : BOY's BATTLE」

TBS × PGC × SBS Medianet
PNC ENTERTAINMENT

12月中の放送に向けて、オーディション進行中。

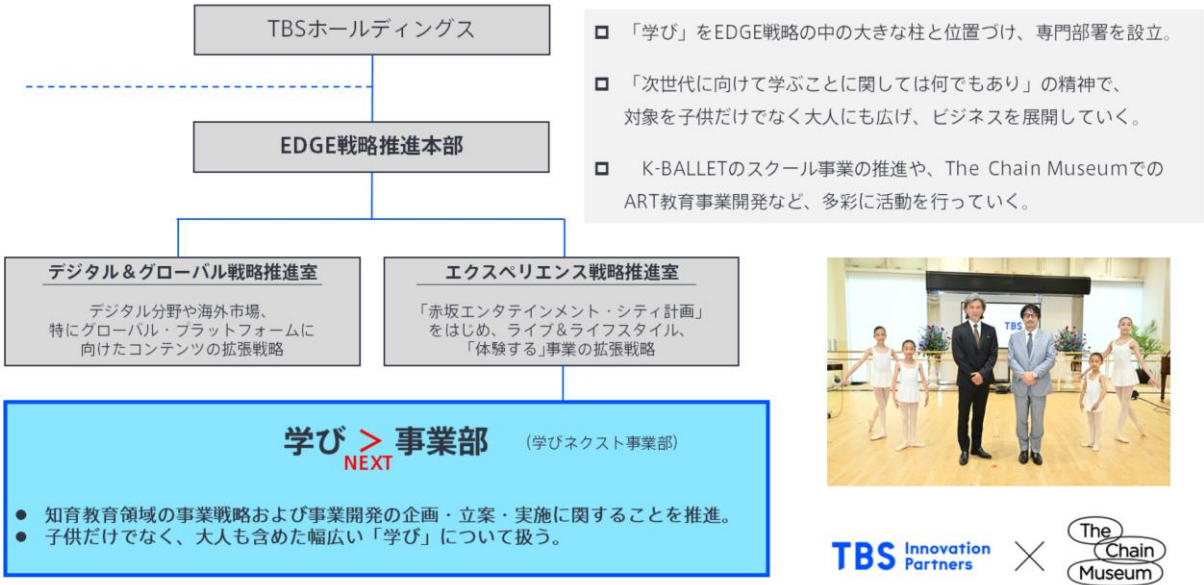


MCの2人
(左)ロウン (SF9)
(右)矢吹奈子 (HKT48)

「コンテンツの世界配信」の状況です。

Netflixでは、
 昨年の「日本沈没—希望のひと—」に続き、
 現在
 火曜ドラマ「君の花になる」を世界配信中です。

またディズニープラスでも
 3作目の配信となる
 日曜劇場「アトムの子 (こ)」を
 世界配信しております。



次に「学びネクスト事業」です。

VISION2030で打ち出しております
EDGE戦略のエクスペリエンス領域において、
「知育・教育」つまり「学び」を
大きな柱と位置づけようというもので、
10月に専門の部署を設立いたしました。

「知育・教育」といいますと
幼児教育、子ども向けというイメージになりがちですが、
「次世代に向けて学ぶことに関しては何でもあり」を
追求し、
対象を子供だけでなく、大人にも広げて
ビジネスを行ってまいります。

Kバレエでのスクール事業や
The Chain Museum でのアート教育事業などに加え、
今後も多彩に展開してまいりますので
ご期待いただきたいと思います。

●今後の主なラインナップ

※2022/11/10現在 感染症拡大の影響や緊急事態宣言、まん延防止等重点措置による要請等で変更の可能性があることをお含みください。

	期間	タイトル	備考
映画	2022/11/18公開	「宮松と山下」	配給：ビタース・エンド
	2022/11/25公開	「人生クライマー ～山野井泰史と垂直の世界～ 完全版」	配給：KADOKAWA
	2022/12/16公開	「戦場記者」	配給：KADOKAWA
	2022/12/9公開	「ラーゲリより愛を込めて」	配給：東宝
	2023年公開	「わたしの幸せな結婚」	配給：東宝
	2023年公開	「劇場版TOKYO MER～走る緊急救命室～」	配給：東宝
興行	2022/7/8-	舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」	TBS赤坂ACTシアター
	2022/11/24-27	スーパースター・ガラ	東京文化会館
	2022/12/2-4	火曜ドラマ「君の花になる」SPECIAL LIVE	東京ガーデンシアター
	2022/12/14-31	ブロードウェイミュージカル「シカゴ」	東京国際フォーラム・ホールC
	2022/12/12-18	熊川哲也KバレエカンパニーWinter Tour 2022 「くるみ割り人形」	Bunkamura オーチャードホール
2023/3/4-4/12	新作歌舞伎 ファイナルファンタジーX	IHIステージアROUND東京	
催事	2022/10/8-2023/1/22	ピカソとその時代 ベルリン国立ベルクグリューン美術館展	国立西洋美術館
	2022/12/7-2023/1/22	WHO AM I ～SHINGO KATORI ART JAPAN TOUR	渋谷ヒカリエ・ヒカリエホールA
	2023/3/18-6/11	憧憬の地 プルターニュー モネ、ゴーガン、黒田清輝らが見た異郷	国立西洋美術館



2021年12月にスタートし、**会員数34万人**を突破
(2022年10月末現在)

舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」
「バリ・サン＝ジェルマン ジャパンツアー2022」などで大きく前進

30ページは、
映画・興行・催事の
今後のラインナップ一覧です。
下期も大型イベントを予定してます。

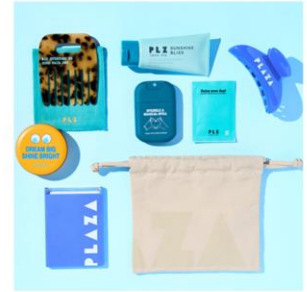
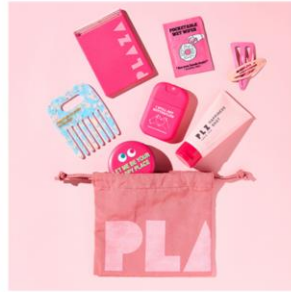
また、昨年12月にスタートした
チケットの自社販売システム
「TBSチケット」は
順調に会員数を伸ばし、現在
34万人を突破したところです。

PLAZASTYLE

“PLZ take me! (プリーズ テイク ミー!)”

PLAZAのオリジナル雑貨シリーズ
「PLAZA BASICS」から、ポーチに入れて
持ち歩きたい新作アイテムが登場。

2022年10月12日(水)より順次発売



あなたの街にPLAZAがやってくる！

PLAZA
AEON MALL
TAKAOKA
OPEN
2022.9.16 FRI.

PLAZA
FUNABASHI
TOBU
OPEN
2022.9.22 THU.

PLAZA
KINSHICHO
TERMINA2
OPEN
2022.9.30 FRI.

PLAZA
AEON MALL
FUKUOKA
OPEN
2022.10.7 FRI.

PLAZA
AEON MALL
KURASHIKI
MOVE
&
RENEWAL
10.2 SUN. CLOSE
10.20 THU. OPEN

■PLAZAイオンモール沖縄ライカム店
11月18日(金) OPEN予定



次に
スタイリングライフグループの店舗
「PLAZA」についてです。

客数の増加で売り上げが大変好調に推移する中、
さらに魅力ある商品展開や
プロモーションを強化しております。

また、コロナ禍で見合わせていた出店も
今年度は加速させており
上期は6店舗出店、
下期も4店舗を計画しております。

TCFD報告書を公表 主要3施設で2023年度 カーボンニュートラルを実現

2022.8.31



2023年度
TBS放送センター 赤坂サカス広場 緑山スタジオで
カーボンニュートラルを実現する

SDGsの取り組み



2022.10.31-11.6

TBSテレビ・TBSラジオ・BS-TBSなどで
SDGsキャンペーン『地球を笑顔にするWEEK』
第5弾を実施

放送にとどまらず、赤坂サカス広場で親子向けの
イベント「地球を笑顔にする広場」を開催。



世界初の“水素中継車”導入

2022.10.31



脱炭素社会実現を目指す取り組みの一環として、
世界初（2022/10・当社調べ）の
「水素を使って発電する燃料電池中継車」を導入。
元旦の「ニューイヤー駅伝」など
スポーツ中継での活用を想定。

人的資本経営の促進 ～人的資本ワーキンググループの設置～

2022.11.1

2021年10月に発足したサステナビリティ委員会
（委員長：佐々木代表取締役社長）の下に、
TBSグループの人的資本経営についての分析や、
戦略立案を行うワーキンググループを新たに設置。
人的資本経営を促進していく。

- 気候変動対策WG
 - ワークスタイルWG
 - ウェルネスWG
 - 人的資本WG
- 以上、4つのWGを設置

日本初の「グリーンCM」放送

2022.11.1



新番組「セブンティーン・ゴールズ～未来に
できること～」は、アルパート計算機を用いて、
番組制作に関わるGHGを算出し、日本で初めて、
番組とCM両方でカーボンニュートラルを実現。
カーボンニュートラルなCM放送を「グリーンCM」
と名付けて、脱炭素社会の実現に貢献。

32

（※続き）

また、長らくパートナー企業として共にSDGsの推進を行ってきたトヨタ自動車とタッグを組み、
当社調べではありますが、
世界初となる「水素中継車」を導入いたします。
「地球を笑顔にするくるま」とボディーペイントを施し、
元旦の「ニューイヤー駅伝」などスポーツ中継での活用に向けて
最終調整しております。

さらには、カーボンニュートラルなCM放送を
TBSでは「グリーンCM」と名付け、
番組のみならずCMでも
カーボンニュートラルを実現する番組の開発に取り組み、
放送が始まっております。

このように、ESGにおいても
当社は“社会を動かす起点”となり、
様々なステークホルダーとともに、
持続可能な社会の実現に努めてまいります。

私からのご説明は以上です。