

2024年度第2四半期（中間期） 決算説明会

株式会社 **TBS**ホールディングス

本日はお忙しい中、ご参加頂きまして
誠にありがとうございます。
ただいまより、
TBSホールディングスの
2024年度第2四半期（中間期）決算
についての説明会を開催いたします。

本日のスケジュール

- 1 経営計画の進捗と決算ハイライト** 代表取締役社長 阿部 龍二郎
- 2 決算内容・業績見通し・株主還元** 常務取締役 CFO 玄馬 康志
- 3 今後の重点施策** 代表取締役副社長 龍宝 正峰
- 4 質疑応答**

参考資料はこちらです。



2

本日のスケジュールです。

まず、
TBSグループの「経営計画の進捗と決算ハイライト」について
代表取締役社長の阿部より、

TBSグループの「決算内容・業績見通し・株主還元」について
常務取締役CFOの玄馬より、

続いて、
「今後の重点施策」について
代表取締役副社長の龍宝より、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。

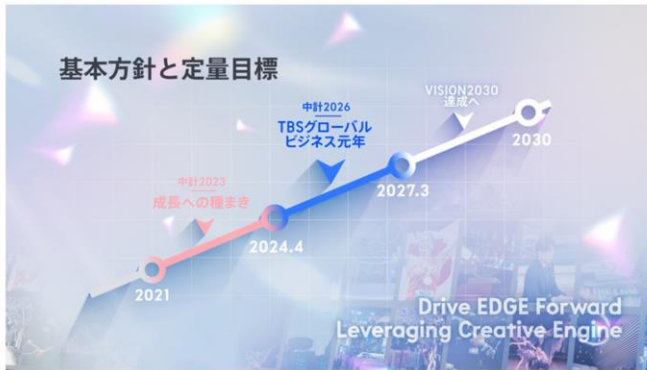
資料につきましては、画面に出しながらご説明いたしますが、
参考資料として、
先週8日、金曜日に発表しました決算資料を、ご覧ください。
それではまず、代表取締役社長の阿部より、
ご説明いたします。

中期経営計画2026

TBS

成長への種まき期間を経て、2024年度をTBSグローバルビジネス元年と位置付け、資本効率の向上を目指し、ROIC5%以上という定量目標を設定。

基本方針と定量目標



従来の収益基盤であった「メディア・コンテンツ」セグメントにおける、地上波広告市場の急激な状況変化を踏まえつつも、「コンテンツIPの企画・制作力強化と獲得」の推進と、コンテンツをより多面的に収益化するための「レバレッジを掛けることのできる成長投資」を引き続き実施し、これら両輪により、グループを着実に成長軌道に乗せます。

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2026年度	2030年度
売上(億円)	3,256	3,582	3,681	3,943	4,000	4,500	5,500
営業利益(億円)	108	203	207	151	165	240	385
営業利益率[%]	3.33%	5.68%	5.65%	3.85%	4.13%	5.33%	7.00%
ROIC (税後営業利益) [%]	1.9%	3.6%	3.5%	2.6%	2.8%	3.3%	5.0%

収益基盤の再構成により、2030年度までにROIC 5%以上を目指します。

※ 将来的には、ポートフォリオ別の資本効率の管理を検討していきます。

(阿部代表取締役社長)

皆様、本日はご参集いただき、まことにありがとうございます。
6月から社長を務めております阿部でございます。
よろしくお願いいたします。

まずは私から、経営計画の進捗についてご説明申し上げます。

こちらは、5月に発表いたしました、
「TBSグループ中期経営計画2026」の基本方針と定量目標です。

中計では2024年度を「TBSグローバルビジネス元年」と位置付け、
売上高4,000億円、営業利益165億円を目標としております。

グローバル戦略

TBS

グローバルビジネス元年。北米 & 韓国にビジネス拠点を開設。
2026年度海外売上比率5%、2030年度海外売上比率10%を目指し、始動。

TBS International

強みのあるフォーマットビジネスを中心に北米（LA）でのネットワーキングを通じてコンテンツプロバイダーとしてのTBSのプレゼンスを上げ、情報網、販売網を確立し、TBSアセット（商品）の流通網を形成し事業を拡大

BELLON ENTERTAINMENT

SASUKE - NINJA WARRIOR

Takeshi's Castle

American's Funniest Video



KASSO

Kamiwaza: The Superhuman Skill Show



事業パートナーを積極的に選定

M&A 企業投資
コンテンツ投資
事業連携 など

TBS KOREA

韓国の制作・流通能力に習い、アジア中心の番販と共同制作によるコンテンツ開発で事業を拡大



3年で3本以上の地上波ドラマ、2本の劇場用映画の共同制作

Something Special

バラエティ・フォーマット共同開発
2025年2月のMIP Londonを目指す

日本からもグローバルネットワークのハブとなり、ヨーロッパや東南アジア、インド、中東などへ、我々が生み出したアセット（商品）がスムーズにグローバル化できる世界流通装置を確立し、市場参入を図ります。

4

グローバル戦略の定量目標は、
2026年度の海外売上比率を5%としております。

今期は、北米と韓国に拠点をつくり、
コンテンツの開発や、流通網の拡大を加速しております。

資料に記載はありませんが、
「THE SEVEN」も精力的にコンテンツ制作を行っており、
2025年度の売上高100億円に向けて、
順調に稼働しております。

TBS CROSS DIG

with Bloomberg



国内屈指のニュースメディアとなったNEWS DIGがグローバル展開を目指して、Bloombergと共同でビジネス特化型のハイブランドサイト、「TBS CROSS DIG with Bloomberg」を10月15日にスタート。

TBSとBloombergの認知・信頼を軸に、金融系の情報、AI・テクノロジーのほか、国際情勢、世界経済といったテーマを、“記者や専門家による高度なオリジナル解説動画”で深掘り、ビジネスパーソンの知りたい・学びたいというニーズに応えるコンテンツを充実させていきます。

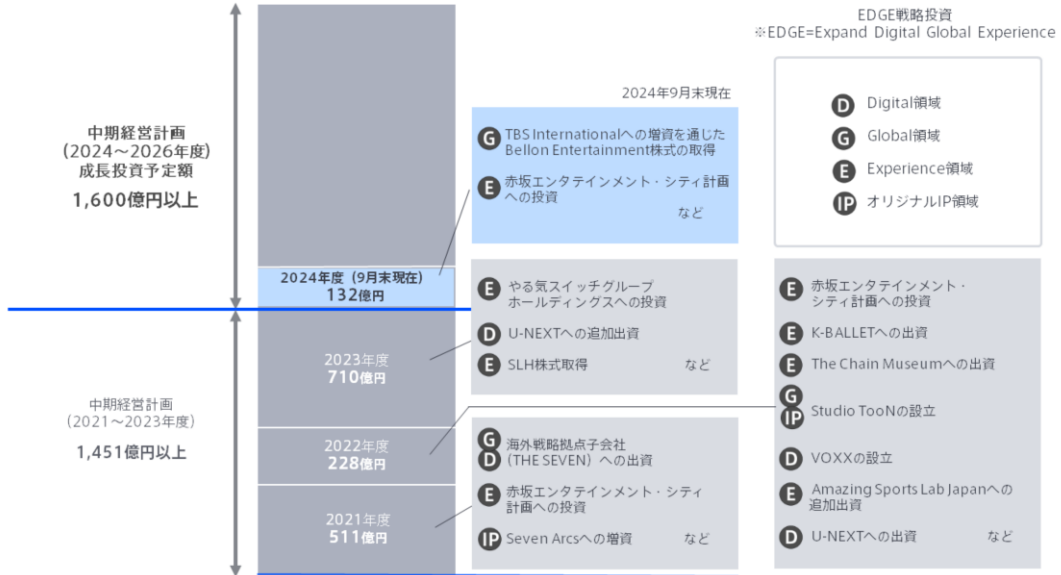


チーフコンテンツオフィサーとしてPIVOTの創業メンバー、竹下隆一郎氏が就任。（TBSテレビ特任執行役員）

また、ニュースのグローバル展開として、Bloombergと戦略的パートナーシップを結び、「TBS CROSS DIG with Bloomberg」を10月にスタートさせました。

成長投資の進捗

TBS



6

続いて、成長投資の進捗です。
中計2026では、
1,600億円以上の成長投資を掲げております。

2024年度は、9月末までに、
132億円の投資を行いました。

TBS Internationalへの増資を通じた、
Bellon Entertainmentの株式取得や、
赤坂エンタテインメント・シティ計画への投資です。

政策保有株式売却の推移

TBS



7

続いて、政策保有株式の売却です。

中計2026では、
900億円以上の売却を掲げております。

2024年度は、9月末現在で、
345億円分の売却を行っております。

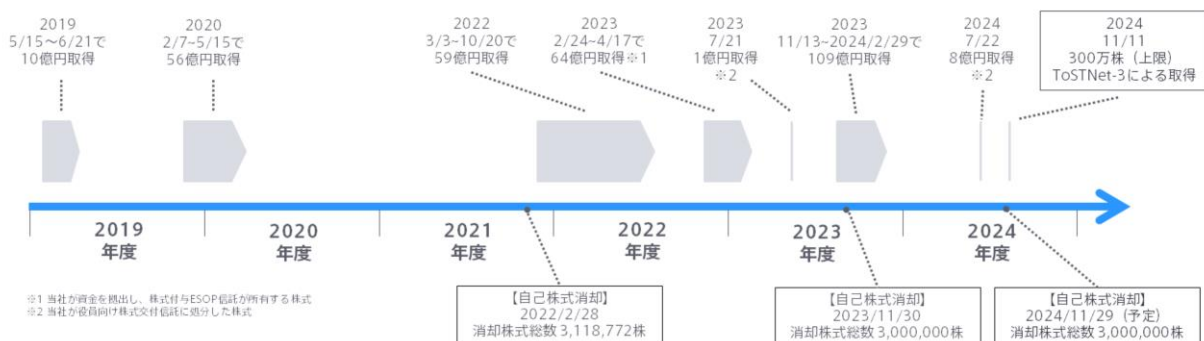
自己株式取得および消却

TBS

株主還元および資本効率の向上を図るため、自己株式を取得。

自己株式の取得に関する決議内容（2024年11月8日公表分）

取得対象株式	当社普通株式
取得株式の総数	3,000,000株（上限） （発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 1.81%）
取得の方法	自己株式立会外買付取引（ToSTNeT-3）による買付け



8

続いて、自己株式の取得と消却です。

先週金曜日にお伝えしました、
300万株を上限とした自己株式の取得は、
先ほど完了し、10時30分に東証にて開示いたしました。

また、発行済株式総数の1.78%にあたる、
300万株の消却につきましては、
今月末に実行予定です。

連結決算のポイント

TBS

2024年度 第2四半期（中間期）決算

- ・連結全体で増収増益。特に親会社株主に帰属する中間純利益は、投資有価証券売却益の増加などにより、大幅な増益。第2四半期（中間期）の売上高としては、過去最高を更新。
- ・メディア・コンテンツ事業は、スポット市況の好調による放送収入の増加に加え、配信広告収入も引き続き好調で、増収増益。
- ・ライフスタイル事業は、2024年6月にライトアップショッピングクラブが連結範囲から外れた影響を、スタイリングライフグループの化粧品、暑さ対策商材などの伸長に加え、2023年6月に連結したやる気スイッチグループの増加が上回り、増収。一方、やる気スイッチグループでの人件費や広告宣伝費の増加に加え、のれんなどの償却費の増加により、減益。
- ・不動産・その他事業は、賃料収入の増加などにより、増収増益。

2024年度 業績見通し

- ・連結業績予想は、2024年9月3日発表の業績予想修正より変更なし。
- ・TBSテレビ業績予想は、投資有価証券売却益の発生に伴い、2024年5月14日発表の業績予想より当期純利益を上方修正。

9

続いて、決算のポイントです。

連結全体では、増収増益です。
中間期の売上高としては、過去最高を更新しました。

メディア・コンテンツセグメントは増収増益、
ライフスタイルセグメントは、増収減益、
不動産・その他セグメントは、増収増益です。

業績予想に関しましては、
連結では、9月3日発表の業績予想修正より変更ございません。
TBSテレビは、投資有価証券売却益の発生に伴い、
当期純利益を上方修正いたしました。

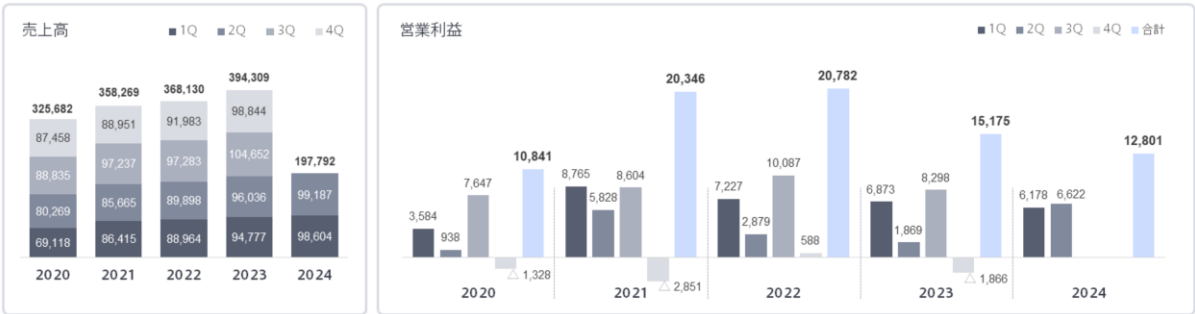
私からの説明は以上です。

連結損益計算書

TBS

連結全体で増収増益。特に親会社株主に帰属する中間純利益は、投資有価証券売却益の増加などにより、大幅な増益。

連結	2023年度 中間期(4-9月)	2024年度 中間期(4-9月)	前年差	増減率	単位: 百万円
売上高	190,813	197,792	+6,979	+3.7%	
営業利益	8,743	12,801	+4,057	+46.4%	
経常利益	16,257	18,652	+2,395	+14.7%	
親会社株主に帰属する中間純利益	9,832	33,578	+23,746	+241.5%	



10

(玄馬常務取締役、CFO)

玄馬でございます。よろしくお願いいたします。

まず、連結損益計算書です。

売上高は、
2023年度と比べてプラス69億円、3.7%の増収。

営業利益は、
プラス40億円、46.4%の増益です。

連結セグメント別 実績

TBS

	外部売上				営業利益				単位: 百万円
	2023年度 中間期(4-9月)	2024年度 中間期(4-9月)	前年差	増減率	2023年度 中間期(4-9月)	2024年度 中間期(4-9月)	前年差	増減率	
メディア・コンテンツ	141,370	141,958	+587	+0.4%	1,860	6,199	+4,339	+233.3%	
ライフスタイル	41,109	47,370	+6,261	+15.2%	2,714	2,426	△287	△10.6%	
不動産・その他	8,333	8,463	+130	+1.6%	4,165	4,173	+8	+0.2%	
調整額	—	—	—	—	3	0	△2	—	
連結	190,813	197,792	+6,979	+3.7%	8,743	12,801	+4,057	+46.4%	

増減要因	外部売上	営業利益	単位: 百万円
メディア・コンテンツ	TBSテレビ+1,414 TBSスパークル+1,067 TCエンタテインメント△1,896	TBSテレビ+4,526 TBSスパークル+917 TBSアクト△459 TCエンタテインメント△393	
ライフスタイル	やる気スイッチグループ+5,468 スタイリングライフグループ+791	スタイリングライフグループ+563 やる気スイッチグループ△891	
不動産・その他	TBS HD+268 緑山スタジオ・シティ△57 TBSヘクサ△51	TBSサンワーク+90	

11

続いて、連結セグメント別の実績です。

先ほど阿部社長が申し上げたとおり、
売上高は、すべてのセグメントで増収。

営業利益は、
「メディア・コンテンツ」と「不動産・その他」で増益です。

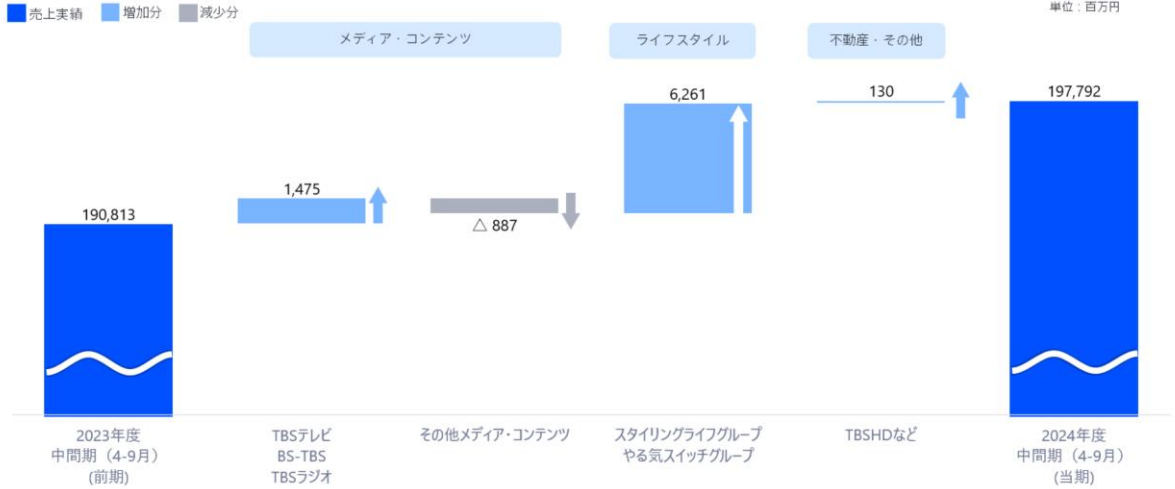
増減要因を次のページのグラフでご説明します。

連結セグメント別 売上高（外部売上）の増減要因

TBS

連結全体で増収。

- ・メディア・コンテンツ事業 → スポット市況の好調による放送収入の増収に加え、配信広告収入も引き続き好調で、増収。
- ・ライフスタイル事業 → 2024年6月にライトアップショッピングクラブが連結範囲から外れた影響を、スタイリングライフグループの化粧品、暑さ対策商材などの伸長に加え、2023年6月に連結したやる気スイッチグループの増加が上回り、増収。
- ・不動産・その他事業 → 賃料収入の増加などにより、増収。



12

まず、売上高の増減要因です。

「メディア・コンテンツ」は、特にTBSテレビのスポット収入、配信広告収入が伸長し、ヒットDVDの反動等で減収となった「その他メディア・コンテンツ」をカバーしました。

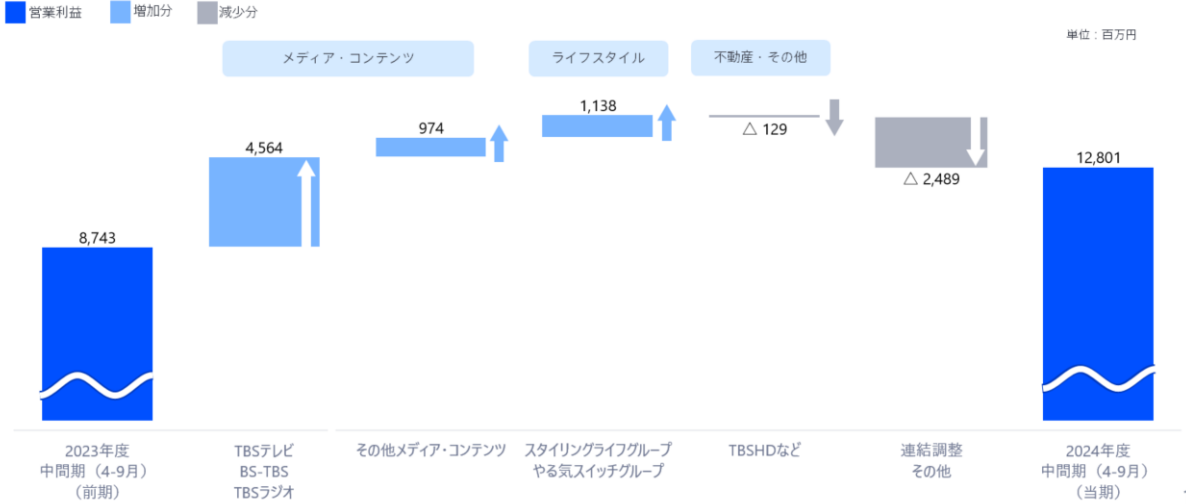
「ライフスタイル」の大幅な増収は、やる気スイッチグループの連結期間の差が主な要因ですが、スタイリングライフグループも好調に推移しています。

連結セグメント別 営業利益の増減要因

TBS

連結全体では、増益。

- ・ メディア・コンテンツ事業 → 地上波広告収入が増加する中、番組制作費が減少。映画「ラストマイル」の大ヒットなどもあり、増益。
- ・ ライフスタイル事業 → スタイリングライフグループが好調も、連結調整その他に含まれているのれんなどの償却費増加により、減益。
- ・ 不動産・その他事業 → 賃料収入の増加などにより、増益。



13

続いて、営業利益の増減要因です。

「メディア・コンテンツ」は、
TBSテレビの増収と費用減が効いて、増益です。

「ライフスタイル」は、
スタイリングライフグループ、やる気スイッチグループいずれも、
個社ベースで増益ですが、
連結調整の前年差が利益マイナスに働き、若干の減益となりました。

TBSテレビ 損益計算書

TBS

スポット市況の好調による放送収入の増収に加え、配信広告収入も引き続き好調で、増収。

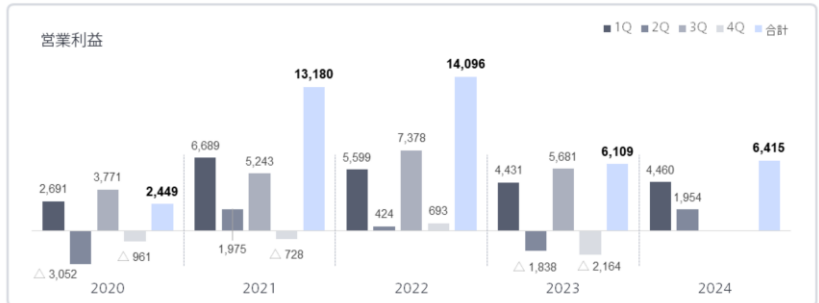
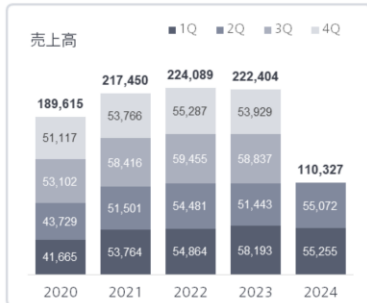
営業利益は、増収に加え、番組制作費の減少などもあり、増益。経常利益も、増益。

中間純利益は、前年計上された退職給付費用の反動により特別損失が減少する中、投資有価証券売却益の増加などにより、増益幅を拡大。

TBSテレビ	2023年度 中間期(4-9月)	2024年度 中間期(4-9月)	前年差	増減率	単位: 百万円
売上高	109,637	110,327	+690	+0.6%	
営業利益	2,592	6,415	+3,822	+147.4%	
経常利益	4,041	7,877	+3,835	+94.9%	
中間純利益	3,437	23,251	+19,814	+576.4%	

営業費用など

- 番組原価 △1,922
- 代理店手数料 +242 (当期14,392)
- ネットワーク費 +366
- 事業部門営業費用 △1,922
- 特別利益 (投資有価証券売却益) 当期 27,564
- 特別損失 (投資有価証券評価損) 当期 3



14

TBSテレビの損益計算書です。

売上高は、プラス6億円、0.6%の増収、
営業利益は、プラス38億円、147.4%の増益でした。

TBSテレビ 収益内訳

TBS

	2024年度 中間期(4-9月)	前年差	単位: 百万円
テレビ	100,812	+4,567	
ータイム	40,001	△557	
ースポット	37,815	+1,608	
ー配信広告	4,363	+1,064	
ー有料配信	5,826	△790	
ーその他	12,804	+3,242	
事業	8,345	△3,853	
不動産	1,169	△23	
収入合計	110,327	+690	

※ 前中間会計期間において事業部門に含めていたメディア事業（CS事業）にかかる収入の一部について、2023年7月よりテレビ部門のその他区分で集計しています。
 なお、前中間会計期間および前事業年度について、当該変更による組替は行わずに前年差を算出しています。



こちらは事業別の収入内訳ですが、
 要因について、次のページでご説明します。

TBSテレビ 売上高の増減要因

TBS

トータルで、増収。

- ・ テレビ部門 → 好調なスポット市況を背景に放送収入が前年を上回ったことに加え、配信広告収入の伸長、メディア事業の移管などによる増収が、前年大きく売上に貢献した海外配信の反動による減収をカバーし、増収。
- ・ 事業部門 → 前年好調であったDVD販売や映画などの反動に加え、メディア事業のテレビ部門への移管により、減収。

■ 売上実績 ■ 増加分 ■ 減少分

単位：百万円



16

まず、テレビ部門の放送事業について、
 「タイム」は、大型スポーツ単発番組の規模差で減収。
 「スポット」は、6月から市況が復調し、16億円の増収です。

配信事業は、
 2023年度の海外OTT向けの大型コンテンツの反動で
 「有料配信」が減収。
 しかし、好調な「配信広告収入」がカバーしています。

事業部門は、
 左隣のテレビ部門「その他」と入り繰りになっている、
 CSメディア事業の移管の影響が大きく、減収です。

テレビ番組原価（制作費）

TBS

第2四半期は、パリ五輪など大型スポーツで費用増となったが、バラエティ・ドラマの反動減などがあり、減少。

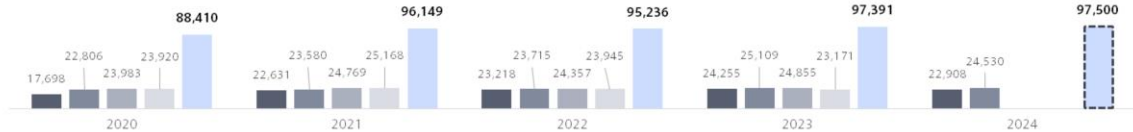
	2023年度	2024年度	前年差	単位: 百万円
第1四半期	24,255	22,908	△1,347	
第2四半期	25,109	24,530	△578	
(地上波直接費)	20,057	19,476	△581	
(その他直接費および間接費)	5,051	5,054	+2	
中間期(4-9月)	49,365	47,438	△1,926	
第3四半期	24,855	-	-	
第4四半期	23,171	-	-	
通期累計	97,392	97,500	+107	
(地上波直接費)	77,423	77,000	△423	
(その他直接費および間接費)	19,968	20,500	+531	

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、放送権利、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・社員人件費などの配賦原価

※ 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



17

続いて、テレビ番組原価です。

「パリ五輪」等、大型単発による増加要因もありますが、
2023年度の「VIVANT」等のドラマの反動減や
コストコントロールにより、
中間期では19億円、減少しました。
但し、こちらは想定内であり、通期見込みの変更はありません。
引き続き、コンテンツの強化を重点に置いてまいります。

配信事業の状況

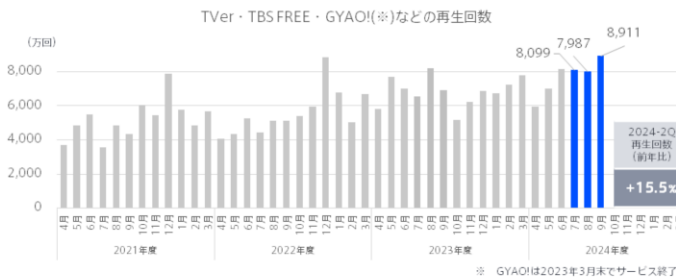
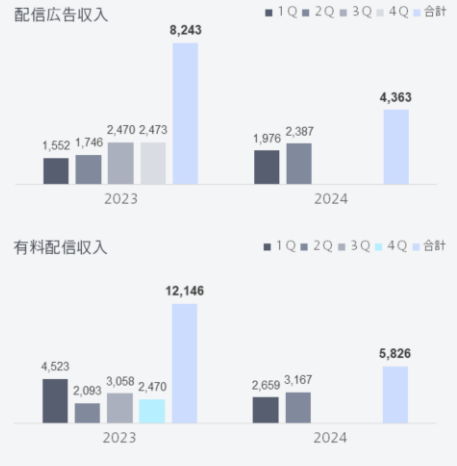
TBS

配信広告収入 → 「バレーボールネーションズリーグ」ライブ配信に加え、ハリ五輪のセールス好調や、ドラマ・バラエティの好調な再生回数を背景に、増収。
有料配信収入 → 過去のヒット作品の配信が好調だったものの、前年大きく売上に貢献した海外配信（「風雲！たけし城」や「離婚しようよ」など）の反動により、減収。

	2023年度 中間期(4-9月)	2024年度 中間期(4-9月)	前年差	増減率
配信広告収入	3,299	4,363	+1,064	+32.3%
有料配信収入	6,617	5,826	△790	△11.9%

単位：百万円

単位：百万円



配信事業の状況です。
配信広告収入は、10億円、プラス32.3%の増収、
有料配信収入は、△7億円、マイナス11.9%の減収です。

配信広告収入は、
好調な再生回数に支えられ、想定を上回る伸びを見せています。

有料配信収入は、
2023年度の海外OTT向け大型コンテンツの反動減があるものの、
過去のヒットドラマの配信が好調で、減収幅を限定的に留めました。

TBSテレビ 事業部門収益

TBS

部門	売上高		粗利益		主な増減要因
	2024年度 中間期(4-9月)	前年差	2024年度 中間期(4-9月)	前年差	
アニメ	786	+255	73	△229	「五等分の花嫁」の二次利用収入の増加などにより増収も、地上波枠増加に伴い新作アニメの制作費が増加し、減益。
映画	1,843	△170	1,046	+102	「ラストマイル」が大ヒットしているものの、前年の「TOKYO MER～走る緊急救命室～」との公開時期の差などで減収。一方、二次利用収入の増加などにより増益。
ライブエンタテインメント (目：権事・興行)	4,347	△634	46	△769	舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」の公演収入の一般に加え、2023年7月より展覧会事業をTBSグローディアに移管した影響などにより、減収減益。
コンテンツビジネス (目：マーチャンダイジングセンター)	436	△635	371	△418	前年好調であったDVD販売の反動に加え、2023年7月より一部をTBSグローディアに移管した影響により、減収減益。
グローバルビジネス	932	△261	456	△189	前年好調であった「風雲！たけし城」のフォーマット販売の反動により、減収減益。
メディア事業・eスポーツ	-	△2,406	-	△602	2023年7月以降、テレビ部門に移管。
その他営業費用			△780	+176	
部門計	8,345	△3,853	1,213	△1,930	事業部門全体では、減収減益。

単位:
百万円

こちらはTBSテレビの事業部門の売上高と粗利益です。
CSメディア事業移管の影響もあり、部門全体では減収減益でした。

なお、「映画」に関して、
大ヒットしている「ラストマイル」が8月末の公開だったため、
中間期では、2023年度の売上高に、わずかに届きませんでした
が、第3四半期以降、挽回する見込みです。

メディア・コンテンツセグメントの主なグループ会社状況

TBS

	売上高			営業利益			主な増減要因	単位: 百万円
	2023年度 中間期 (4-9月)	2024年度 中間期 (4-9月)	前年差	2023年度 中間期 (4-9月)	2024年度 中間期 (4-9月)	前年差		
TBSラジオ	3,982	4,094	+112	△32	△0	+32	好調なイベント収入がスポット収入の減収をカバーして増収増益。	
BS-TBS	8,471	8,402	△68	1,460	1,465	+5	大型スポーツ単発の反動などで放送収入が減少し減収。利益面では増益。	
TBSグローディア	15,032	15,311	+278	550	625	+75	前年好調であったDVD収入の反動減をショッピング事業がカバーしたことなどにより、増収増益。	
日音	4,425	4,440	+15	383	407	+24	著作権収入は減少も、ライブ関連収入などの増収により、増収増益。	
TCエンタテインメント	5,007	2,981	△2,025	600	206	△393	前年好調であったDVD販売の反動などにより、減収減益。	

そして、「メディア・コンテンツ」の他のグループ会社の状況は、
ご覧のとおりとなっております。

スタイリングライフグループ

TBS

雑貨小売販売事業は、化粧品や暑さ対策商材が伸長したことなどにより、増収増益。

ビューティ&ウェルネス事業は、「サボリーノ」や「乾燥さん」といった主力ブランドや新規商材が伸長したことなどにより、増収増益。

グループ全体では、好調な雑貨小売販売事業やビューティ&ウェルネス事業による増収が、通信販売事業の連結除外による減少を上回り、増収増益。

また、営業利益は第2四半期（中間期）としては過去最高を更新。

連結	2023年度 中間期 (4-9月)	2024年度 中間期 (4-9月)	前年差
売上高	35,023	35,809	+785
営業利益	2,598	3,161	+563

単位：
百万円

事業別	売上高※1		
	2023年度 中間期(4-9月)	2024年度 中間期(4-9月)	前年差
雑貨小売販売事業	19,607	22,765	+3,158
通信販売事業※2	7,523	4,153	△3,369
ビューティ&ウェルネス事業	8,073	9,072	+999
本社およびその他	△179	△182	△3
計	35,023	35,809	+785

※1 事業別の売上高は管理会計上の数値。

単位：
百万円

※2 ライトアップショッピングクラブは、株式会社に伴い、第1四半期末において、連結範囲から除外。



21

続いて、「ライフスタイル」セグメント、
まず、スタイリングライフグループの業績です。

第1四半期をもって「通信販売」の
ライトアップショッピングクラブの株式を譲渡しながら、
好調な「雑貨小売販売」のPLAZAや、
「乾燥さん」等のヒット商品を生んだ
「ビューティ&ウェルネス」により増収増益。
中間期では、過去最高の利益水準です。

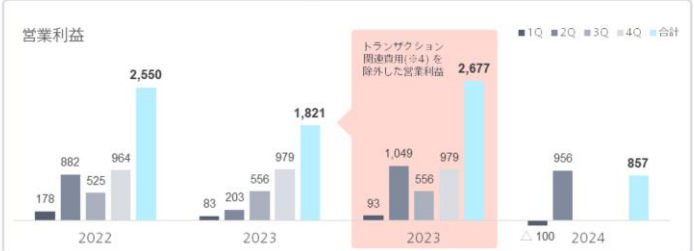
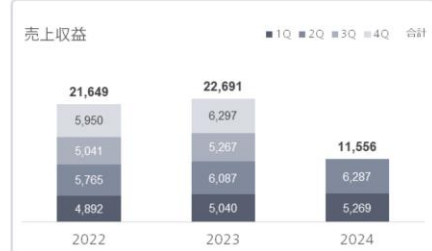
やる気スイッチグループ

やる気スイッチグループは国際会計基準（以下、IFRS）を適用しており、連結上ではIFRSを日本基準に組み替えた上で、24年3月～24年8月の6か月分を取り込んでいます。

TBS

個別指導塾事業および幼児教育事業は、積極的なフランチャイズ教室の直営化に加えて、2023年9月からの授業料などの値上げなどにより、両事業ともに増収。また、2023年9月に実施した賃上げや、将来に向けたより高い収益性確保を目的とした不採算フランチャイズ教室の直営化、およびブランディング強化のための広告宣伝費投下などにより、人件費並びに広告宣伝費の増加など、費用が先行。一方、2023年中間期に発生したTBSグループ入りに伴うトランザクション関連費用※1が今期は発生せず増益。

連結	2023年度 中間期 (3-8月) ※2	2024年度 中間期 (3-8月)	前年差	単位： 百万円	事業別	2023年度 中間期 (3-8月) ※2	2024年度 中間期 (3-8月)	前年差	単位： 百万円
売上収益	11,127	11,556	+429		個別指導塾事業	5,296	5,432	+136	
営業利益	286	857	+570		幼児教育事業	5,831	6,124	+293	
営業利益 トランザクション関連費用※1 除く	1,142		△286		計	11,127	11,556	+429	



※1 やる気スイッチグループがTBSグループ入りに伴い発生した費用。
 ※2 やる気スイッチグループは2023年6月より連結の範囲に加わっております。
 ※3 事業別の売上収益は管理会計上の数値。
 ※4 やる気スイッチグループがTBSグループ入りに伴い発生した費用(IFRS)を指し、連結上では日本基準に組み替えて一部を特別損失に計上しています。

次に、やる気スイッチグループです。

授業料の値上げや幼児教育を中心とした生徒数の増加で増収。
 また、2023年度に発生したトランザクション関連費用の反動で、増益でした。

一方、トランザクション費用を除きますと、
 強化に伴う人件費、広告費の増加により営業減益となります。

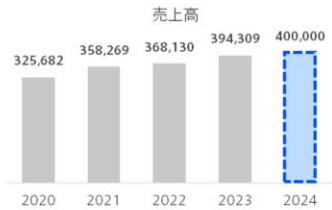
2024年度 連結業績予想

TBS

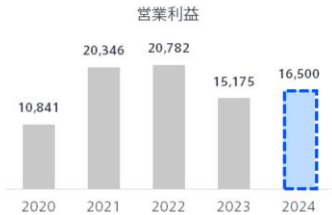
連結業績予想は、2024年9月3日発表の業績予想修正より変更なし。

連結	2023年度 実績	2024年度 予想	前年差
売上高	394,309	400,000	+5,690
営業利益	15,175	16,500	+1,324
経常利益	27,653	26,100	△1,553
親会社株主に帰属する当期純利益	38,126	37,400	△726

単位:
百万円



セグメント別	売上高			営業利益		
	2023年度 実績	2024年度 予想	前年差	2023年度 実績	2024年度 予想	前年差
メディア・コンテンツ	287,854	294,700	+6,845	3,927	6,400	+2,472
ライフスタイル	89,903	88,200	△1,703	4,178	4,200	+22
不動産・その他	16,552	17,100	+547	7,066	5,900	△1,166
調整額	—	—	—	3	—	△3
連結	394,309	400,000	+5,691	15,175	16,500	+1,325



続いて、2024年度の業績予想です。

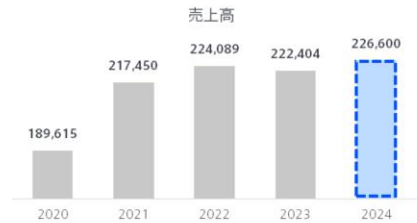
9月3日に開示しました、
「投資有価証券売却益の計上及び業績予想の修正に関するお知らせ」
から変更はございません。

2024年度 TBSテレビ業績予想

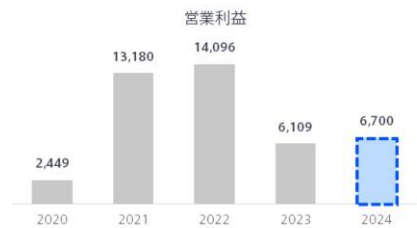
TBS

TBSテレビの業績予想は、投資有価証券売却益の発生に伴い当期純利益を上方修正。また、タイム・スポットの予想を変更。

TBSテレビ	2023年度 実績	前回予想 (5/14発表)	修正予想	前回予想 からの増減	単位: 百万円
売上高	222,404	226,600	226,600	—	
営業利益	6,109	6,700	6,700	—	
経常利益	8,644	9,100	9,100	—	
当期純利益	5,863	8,100	23,900	+15,800	



	2023年度 中間期 (4-9月) 実績	通期予想 (前回予想との比較)	単位: 百万円
タイム	△1.4%	△2.8% → △1.2%	
スポット	+4.4%	+2.2% → +3.5%	
番組原価	49,365	修正なし	



24

TBSテレビの業績予想ですが、放送収入を上方修正する一方、事業部門の売上高が案件不成立等で下方修正。結果、経常利益までは変更いたしません。

当期純利益は、連結同様、9月に開示した投資有価証券売却益の計上に伴い、上方修正しています。

株主還元方針と年間配当予想

TBS

基本方針 連結ベースの配当性向**40%**を目途として、安定的かつ継続的に配当を実施するとともに、**総還元性向**を意識したうえで、自己株式の取得も機動的に実施します。

	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（％）
	中間期末	期末	年間		
2020年度	15	15	30	18.3	59.5
2021年度	15	22	37	19.7	30.9
2022年度	20	22	42	20.1	30.3
2023年度	22	22	44	18.9	34.4
2024年度（予想）	27	27	54	40.4	—

* 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損益は、配当額を決定する上では「特殊な要因」と位置付ける。



2023年度決算発表時から変更はありません。
2024年度は10円増配の54円を予想。引き続き、安定的かつ継続的な配当を実施。

25

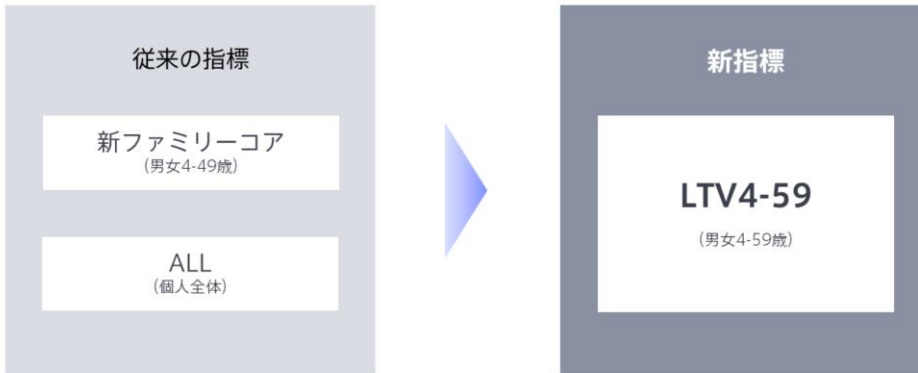
年間配当予想は、
今回の投資有価証券売却益が「特殊な要因」に当たるため、
変更ございません。

また、自己株式の取得および消却については、
先ほど、阿部社長が申しあげたとおり、
今朝10:30にToSTNet-3による取得が
終了いたしました。

私からの説明は以上となります。

新視聴率指標「LTV4-59」で1位へ

TBS



- コンテンツ・Timeless Valueの最大化
- 男女4-59歳の視聴率を獲得することが、新ファミリーコアとALLの両方の獲得に繋がる
- わかりやすく一本化された指標で、**1位**を目指す

※LTV4-59の2024年中間期視聴率（2024/4/1～2024/9/29：週ベース）と順位につきましては、P.46をご参照ください。

26

（龍宝代表取締役副社長）

代表取締役副社長、
TBSテレビでは代表取締役社長を務めております、
龍宝です。
よろしくお願いいたします。
私は、「今後の重点施策」についてご説明いたします。

まず、
TBSテレビが導入した、
新視聴率指標「LTV4-59」について、ご説明いたします。
これまで、「新ファミリーコア」と「ALL」という2つの指標を
使っていましたが、
この10月から新たな指標を導入しました。

コンテンツのタイムレスバリューを最大化するために
最適な視聴率指標を検討した結果、
4歳から59歳をターゲットとする「LTV4-59」を
最重要指標と位置づけることにいたしました。
この新たな指標で1位を目指してまいります。

配信事業 (TVer)

TBS

TVer

- 月間動画再生数 **4.9億回**を突破
- 月間ユーザー数 **4,100万MUB**を突破
- アプリ累計DL数 **7,800万DL**を達成
- 配信番組数 **800番組以上** (全局総計)

※レギュラー番組

パリ2024オリンピック™ ほぼ全競技※1を無料配信
総再生数約1億1,100万回※2

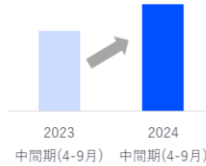
女子団体に銀メダルを獲得した卓球や、松山英樹選手が日本男子ゴルフ界初の銅メダルを獲得したゴルフ、海外勢同士の試合も多く視聴されたバスケットボールなど、さまざまな競技を地上波放送とあわせて配信。

※1. NHKの地上波放送権の一律を除く。

※2. 2024年7月24日～8月12日における、TVerおよびYahoo!オリンピック特設ページでのVOD・ライブ配信・追っかけ再生を合計した全デバイスでの動画再生数（ビデオサーチにて算出）

TBS TVer収入
(前年比)

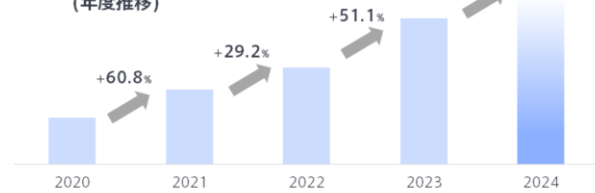
+34.0%



TBS(2024年度中間期) 業種別ランキング

1	酒・飲料
2	化粧品・トイレットリー
3	エンタテインメント・趣味
4	金融
5	不動産・建設
6	外食・サービス
7	精密機器・事務機
8	医薬品
9	流通
10	食品

TBS TVer収入
(年度推移)



27

続いて、配信事業の「TVer」です。

TVer全体では、この夏、パリ五輪を配信したことなどで、新たなユーザーを獲得し、着実に成長しております。

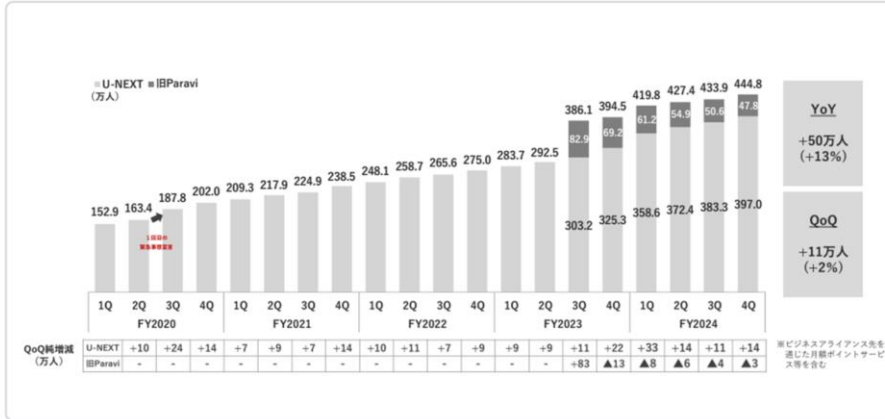
TBSテレビのTVer収入も、
中央のグラフの通り、
順調に拡大しております。

今後も、動画広告市場の伸びを上回る成長を
目指してまいります。

配信事業 (U-NEXT)

TBS

U-NEXT 課金ユーザー数は着実に積み上げ



日曜劇場「ブラックペアン シーズン2」の完全オリジナルサイドストーリーを地上波に先駆けて先行配信。



“日本のコント師”を決める大会「キングオブコント」の生放送終了後、10組のファイナリスト全員参加の「キングオブコント2024 生・大反省会」をU-NEXTで独占放送。

続いて、「U-NEXT」についてです。

TBSホールディングスが出資を行い、国内勢で最大の有料動画配信プラットフォームである「U-NEXT」は、直近では444万人を超える会員数となっております。

新作ドラマやバラエティの配信に加えて、オリジナルのスピノフ・コンテンツを独占配信するなど、収益力を強化するとともに、新規会員獲得にも貢献してまいります。

IP戦略① コンテンツIPレバレッジ

TBS

強力な固定ファンを持つドラマを起点にし、同じ世界線上にドラマや映画を重ねることで相乗効果をもたらし、それぞれのコンテンツIPにレバレッジがかかり、付加価値がつきます。この戦略により、地上波や映画館での視聴に留まらず、過去のドラマの配信視聴にもつなげ、点ではなく線での価値、「Timeless Value」を生み出します。



29

TBSグループのIP戦略について、ご説明します。

8月に、映画「ラストマイル」を公開し、
興行収入およそ57億円の大ヒットとなりました。

この作品は、「シェアード・ユニバース」という手法で、
過去に放送したドラマ「アンナチュラル」と「MIU404」と
同じ世界線で描いております。

「ラストマイル」は興行収入だけではなく、
2つのドラマの配信視聴を促す、大きな相乗効果がありました。

これはまさに、私たちが中計でご説明している
「コンテンツIPにレバレッジをかける」ことであり、
「タイムレスバリュー」を体現した作品となりました。

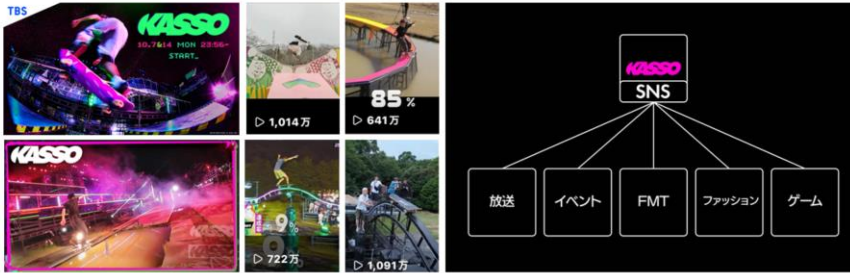
IP戦略② オリジナルIP（スポーツ・ヒト・ゲーム）

TBS

TBSグループとしてオリジナルIPの開発・拡張戦略の三本柱として位置付けた「スポーツ」「ヒト」「ゲーム」。
「KASSO（カッソー）」の海外へのフォーマット販売に着手するなど各プロジェクトの本格展開開始。

スポーツIP「KASSO」  Instagram@kasso_0318
※X、YouTube、TikTokも展開中

スケボーをテーマにしたオリジナルブランド「KASSO」。
2024年10月7日、14日に第二弾の地上波番組を放送。YouTubeでは放送後に世界に向けてライブストリーミング配信を実施。
Instagramの公式アカウントでは再生回数1,000万回を超えるものもあり、若者を中心に高い人気を誇ります。
「SASUKE」が「American Ninja Warrior」として世界に羽ばたいたように、「KASSO」も「スケボー版SASUKE」として北米を中心にフォーマット販売に着手。今後はビジネスの幅を広げ、マーチャндаイジングやイベントなどのIP展開を計画中です。



ゲームIP

番組由来のコンテンツのゲーム化のみならず、完全オリジナルゲームの企画も検討中。



ヒットIP「Hi-Fi Unicorn」・「すとふりnoりみっ」と

2023年6月に世界デビューを果たした「Hi-Fi Unicorn（ハイ・ファイ・ユニコーン）」。
2024年8月にリリースした1stアルバム「FANTASIA」はオリコンウィークリーチャート10位にランクイン。



YouTubeチャンネル登録者数300万人以上のすとふりによる初の冠番組「全力挑戦！すとふりnoりみっど〜尋学園放送部〜」を2024年5月より放送開始。
番組から新たなVTuberグループをデビューさせる企画も進行中。



30

続いて、オリジナルIPです。

スケボーをテーマにしたオリジナルブランド
「KASSO（カッソー）」を展開しております。
地上波での番組放送後、
YouTubeやInstagramで世界に発信するなどして、
第2の「SASUKE」となる世界的なフォーマットとして注目され、
引き合いが多数来ております。

ヒットIPやゲームIPも、
ご覧の通り、現在注力しております。

