

# TBS At a Glance

時代を超えて愛されるコンテンツとサービスを通じて、  
すべての人々に最高の“時”を提供し、多様な価値観が尊重され、  
希望にあふれた持続可能な社会の実現に貢献しています。

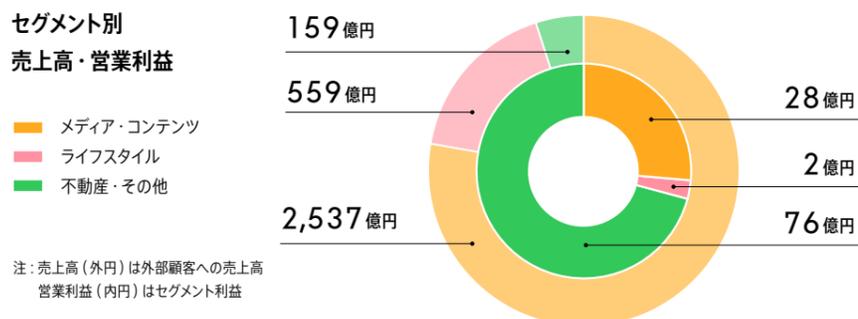


## 放送事業を超えて、多岐にわたるサービスを提供しています

TBSグループは、テレビ・ラジオの放送事業に加え、映像や音声ソフトの制作・販売、文化事業、ライフスタイル事業、不動産賃貸業に至るまで、多岐にわたるサービスを提供しています。

### TBSホールディングス

メディア・コンテンツ事業	
<p>(基幹6社)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① TBSテレビ</li> <li>② TBSラジオ</li> <li>③ BS-TBS</li> <li>④ TBSスパークル</li> <li>⑤ TBSグロウディア</li> <li>⑥ TBSアクト</li> <li>⑦ CS-TBS</li> <li>⑧ Seven Arcs</li> <li>⑨ TCエンタテインメント</li> <li>⑩ TBS INTERNATIONAL</li> <li>⑪ TBSメディア総合研究所</li> <li>⑫ 日音</li> </ul>	<p>TBSグループの中核であるTBSテレビを中心とし、地上波・ラジオ・衛星放送など、あらゆるメディアを通じた良質なコンテンツの提供を、上流から下流までトータルで展開する事業です。</p> <p>扱うメディアは類を見ず幅広く、グローバル化や昨今のDX化の流れにも柔軟に対応する基盤を備えています。</p> <p>さらに、催事や興行などライブエンタテインメントにも力を注ぎ、TBSグループの力を結集して、常に新しい形のエンタテインメントを皆さまに提供することを目指しています。</p>
ライフスタイル事業	
<ul style="list-style-type: none"> <li>⑬ スタイルライフ・ホールディングス (プラザスタイルカンパニー・BLCカンパニー)</li> <li>⑭ CPコスメティクス</li> <li>⑮ ライトアップショッピングクラブ</li> </ul>	<p>日本全国に店舗を展開するプラザスタイルカンパニーでの小売や通信販売、主力のビューティ＆ウェルネス事業など、生活者のあらゆるシーンに密接にリーチし、新しいライフスタイルをお客さまに提供する事業を中心にしています。顧客データなど、TBSグループシナジーの拡大に寄与できる膨大なデータを独自に保有しているのも大きな特徴です。</p>
不動産・その他事業	
<ul style="list-style-type: none"> <li>⑯ 赤坂熱供給</li> <li>⑰ TBS企画</li> <li>⑱ TBSサンワーク</li> <li>⑲ TBSヘクサ</li> <li>⑳ 緑山スタジオ・シティ</li> </ul>	<p>TBS放送センター、赤坂Bizタワーを筆頭に、TBSグループの保有する不動産の運用・管理業務を主たる事業としているセグメントです。また、赤坂を「世界最高の感動体験を届ける街にする」べく、赤坂周辺の都市開発事業等も手がけています。</p>



2021/03期

■ 連結売上高  
**3,256 億円**

■ 連結営業利益  
**108 億円**

## TBSのコンテンツはさまざまなメディアを通じて幅広い支持を得ています

TBSテレビの2020年度のファミリーコア視聴率はゴールデン帯、プライム帯とも2位を獲得。TBSラジオは19年10カ月連続聴取率1位(2021年4月時点)。民放動画配信サービスTVerなどの無料見逃し配信は、通期の再生回数が在京5局で1位を獲得しました。また、有料配信Paraviはアプリのダウンロード数が1,000万を超えました。TBSのコンテンツは各メディアにおいて高い支持を得ています。ライフスタイル、不動産においても独自の価値をお届けします。

2020年度ファミリーコア視聴率(13-59歳男女)

**G帯、P帯 2位 ↑** ※1997年の個人視聴率調査開始以来、初

	全日	ゴールデン	プライム	ノンプライム
<b>TBS</b>	③ 2.4 (+0.4 UP)	② 4.5 (+0.4 UP)	② 4.6 (+0.4 UP)	③ 1.8 (+0.4 UP)
日本テレビ	① 4.5	① 7.2	① 6.9	① 3.8
テレビ朝日	③ 2.4	④ 4.0	④ 4.3	③ 1.8
テレビ東京	⑥ 0.9	⑥ 2.4	⑥ 2.2	⑥ 0.5
フジテレビ	② 2.8	② 4.5	③ 4.5	② 2.4
NHK	⑤ 1.4	⑤ 3.3	⑤ 2.8	⑤ 1.0
PUT	15.9	28.0	27.3	12.6

[2020/3/30 ~ 2021/3/29: 週ベース]  
ビデオサーチ調べ: 関東地区

- ◎ TBSラジオ 19年10カ月連続聴取率1位(2021年4月時点)
- ◎ BS-TBS 全日・G帯・P帯で3冠(個人・世帯共)

無料見逃し配信

TVer TBS FREE GYAO!

再生回数 在京5局で **1位** (2020年度)  
月間平均3,285万回(前年比142%)

売上高 前年比 **146%**

アプリのダウンロード数

Paravi

**1,000万超**  
(前年同期比 約2倍)

【スタイルライフ グループ各社の店舗数※】

- PLAZA ..... 122店舗
- CP Salon ..... 1,240店舗
- LightUp ..... 4店舗
- BCL ..... 28店舗

※2021年3月現在

【不動産その他】

————— TBSグループが運営する不動産 —————

TBS放送センター/赤坂Bizタワー/赤坂ザレジデンス/  
TBS赤坂ACTシアター/ザ・ヘクサゴン/緑山スタジオ・シティ/  
砦スタジオ/TBSハウジング ほか

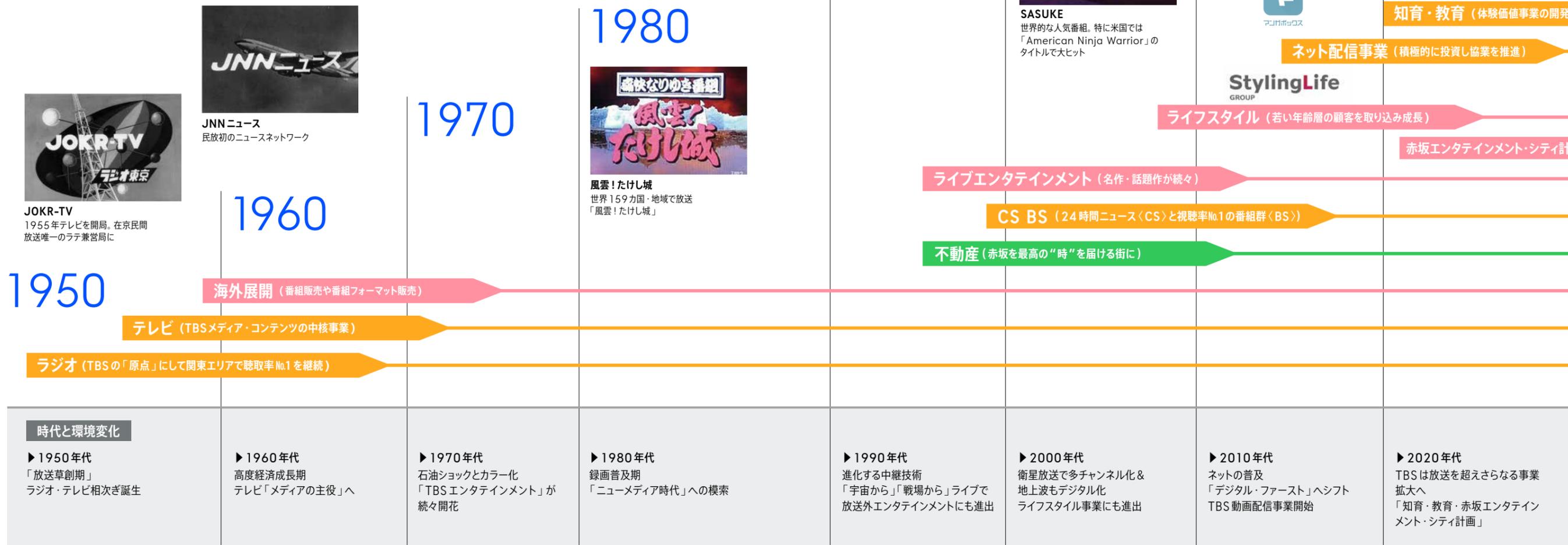
# TBS 成長の軌跡

TBSグループは、創立以来、放送事業を中核としながら、映画・舞台・不動産・小売など幅広い事業を展開し、さまざまなコンテンツ・サービスを通じて、視聴者・聴取者・顧客の皆さまに「最高の“時”」をお届けしてきました。

1951年の創立から70年を迎えるTBSグループが常に大事にしてきたのは、良質なコンテンツをお届けしようという熱意です。一人ひとりが、心揺さぶる体験や、世の中に埋もれた真実を伝えようと日々努力してきました。放送事業者としてテレビ・ラジオ放送を中核としながら、映画・舞台・不動産・小売など幅広い事業を展開

してきました。多チャンネル化、デジタル化という時代の変化に対応して、民放動画配信サービスTVerや有料配信Paraviなど動画配信サービスにも力を入れています。2022年夏には、世界中で大ヒット中の舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」を赤坂の専用劇場で開演します。

- メディア・コンテンツ
- ライフスタイル
- 不動産・その他



時代と環境変化	1950年代	1960年代	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代	2010年代	2020年代
時代と環境変化	▶1950年代 「放送草創期」 ラジオ・テレビ相次ぎ誕生	▶1960年代 高度経済成長期 テレビ「メディアの主役」へ	▶1970年代 石油ショックとカラー化 「TBSエンタテインメント」が 続々開花	▶1980年代 録画普及期 「ニューメディア時代」への模索	▶1990年代 進化する中継技術 「宇宙から」「戦場から」ライブで 放送外エンタテインメントにも進出	▶2000年代 衛星放送で多チャンネル化& 地上波もデジタル化 ライフスタイル事業にも進出	▶2010年代 ネットの普及 「デジタル・ファースト」へシフト TBS動画配信事業開始	▶2020年代 TBSは放送を超えさらなる事業 拡大へ 「知育・教育・赤坂エンタテイン メント・シティ計画」

新規事業	1950年代	1960年代	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代	2010年代	2020年代
新規事業	51年 TBSラジオ開局 55年 TBSテレビ開局				95年 「赤坂ミュージカル劇場(のちにTBS赤坂ACTシアターと改称)」開業 96年 ライブハウス「赤坂BLITZ」開業 98年 CSニュース「ニュースバード」放送開始 00年 BS放送「BS-i(現BS-TBS)」開局 08年 赤坂Bizタワー開業 08年 スタイリングライフを子会社に		15年 民放動画配信TVerに参加 17年 IHIステージアラウンド東京開業 18年 有料配信Paravi開始 20年 次世代教育開発会社「スコップ」設立 28年 赤坂エンタテインメント・シティの赤坂二丁目・六丁目地区再開発竣工予定	

## コンテンツの成長の軌跡

TBSのコンテンツ群(番組・配信や映画・公演)の多くは「社会を見据え」「時代を先取り」してつくられています。心を揺さぶり、癒やし、未来を見つめるヒントを見つけて、「最高の“時”」をお過ごしいただくために。

「十五歳の母(3年B組金八先生)」「バリアフリー(Beautiful Life ~ふたりでいた日々~)」「アラフォー(Around40 ~注文の多いオンナたち~)」「倍返し(半沢直樹)」「ムズキュン(逃げるは恥だが役に立つ)」いずれも、TBSのコンテンツ(ドラマ)を起点に人々の間に広まった言葉です。その時々々の社会の“気分”や、未だ掘り起こされていない問題など、TBSのコンテンツは視聴者の強く

広い共感を得て「社会を動かす起点」ともなってきました。一過性のエンタテインメントにとどまらず、それに触れた人の心に長く残り続け、時にその人の人生にもよき影響を与えうるコンテンツ群。最高の“時”を経験していただくこと、その集積が「明日の世界をつくる」ことに結びつくと信じて、クリエイターたちは今も、多くのパートナーと共に作品を生み出し続けています。

# 1958~

ドラマ  
私は貝になりたい 1958



C級戦犯として処刑される市民を描き“戦争と平和”を世に問うた記念碑的作品

報道  
ニュースコープ 1962



日本初の“キャスターニュース”  
現在に続くテレビ報道の先駆的番組

バラエティ  
8時だョ!全員集合 1969



回転舞台など大がかりな仕掛けでのコントで一時代を築いた生放送バラエティの“金字塔”

音楽番組  
ザ・ベストテン 1978



さまざまなジャンルの楽曲をランキング形式で紹介する音楽番組。後に続く音楽番組の“新機軸”となる

ドラマ  
渡る世間は鬼ばかり 1990



長きにわたり愛され続ける国民的ホームドラマ。家族の日常の機微を活写

特別番組  
TBS創立40周年記念事業  
日本人初、秋山特派員宇宙へ 1990



“日本人初宇宙へ”と題した壮大なプロジェクトをソビエト連邦宇宙総局との共創で実現

# 1990~

特別番組  
筑紫哲也 NEWS23  
クリントン大統領  
スペシャル 1998



来日中の現職(当時)の米大統領をスタジオに招き、日本の市民との対話を実現

ドラマ  
半沢直樹 2013



総合視聴率44.1%を誇る大ヒットドラマ。  
“倍返しだ”はサラリーマンの合い言葉に

2021



ドラマ  
1 2021年1月スペシャルドラマ「逃げるは恥だが役に立つ ガンバレ人類!新春スペシャル!!」  
/ 2 4月期日曜劇場「ドラゴン桜」/ 3 4月期火曜ドラマ「着飾る恋には理由があって」/ 4 4月期金曜ドラマ「リコカツ」

# ~2021

### 海外販売(番組・フォーマット)

TBSのコンテンツの海外展開には60年以上の歴史があります。TBSが制作を手がけるドラマやアニメ、映画などの販売のほか、番組のコンセプトや制作ノウハウを販売する「フォーマット販売」では世界的なパイオニアです。近年は、海外との共同制作や配信、IP(Intellectual Property=知的財産)活用のマルチ展開など、活動が拡大しています。

TBS発の世界的ヒット番組には、「しあわせ家族計画」「わくわく動物ランド」「けいおん!」など、多数あります。特に「風雲!たけし城」は、1987年以降、世界159カ国・地域で放送され、2003年から販売をはじめた「SASUKE/Ninja Warrior」も、165カ国・地域で親しまれています。特に、アメリカでは「American Ninja Warrior」というタイトルで、2009年以降、地上波NBCの看板番組として現地制作版がゴールデンタイムで放送され、現在も人気を博しています。

これらに加えて、アメリカでは、全米流通網の実店舗やオンラインを活用した200種類以上の商品化展開や、イギリスでは、10都市以上で、テーマパーク展開なども行われており、活動が多様化しています。



タイ版  
「風雲!たけし城」

アメリカ版「SASUKE」



## 強みとビジネスモデル

最高の“時”を「つくり」「届ける」ことがTBSグループの価値創造です。

創出したコンテンツをステークホルダーと「共有」することでさまざまな気づきを得て「成長」し、さらなる価値創出を目指します。

TBSの強みの原点は、テレビ・ラジオ制作を通じて培い、受け継いできた「創造力」です。時代や社会を映し出す、あるいは時代に先駆けて社会問題に焦点を当てた良質なコンテンツを「つくり」「届ける」ことで多くの方の共感を得て、独自の価値を築き上げてきました。私たちが生み出すコンテンツは現在、放送の枠にとどまらず、ネット配信、映画、演劇、小売、教育、不動産に至るまで領域

の幅を広げ、新たな価値を創造し続けています。放送・劇場・店舗など多彩なプラットフォームを活用した力強い「リーチ力」により、国内外に「最高の“時”」を届け、視聴者・聴取者・顧客の皆さまと「共有」し、「信頼」を得ることで、持続可能な企業グループに向けてさらなる「成長」を目指していきます。

### TBSのビジネスモデル 最高の“時”で、明日の世界をつくる。



## コンテンツとプラットフォーム

TBSは放送の枠を大きく超えて多種多様なコンテンツやサービスを生み出しています。

それらを皆さまにお届けするのが多彩なプラットフォームです。

放送局として誕生したTBSにとって「コンテンツ」とは当初、地上波に乗せて視聴者・聴取者・顧客の皆さまにお届けする「番組」でした。ドラマ・バラエティ・ニュース・スポーツ・アニメなどで「心揺さぶる時」を届けてきたTBSは、時代と共に事業・サービスを拡大していきます。衛星放送・映画・演劇・ミュージカル・音楽ライブ・不動産・小売・VR/XR、そして新たな挑戦として知育・教育・マンガなどの事業を立ち上げていますが、これらすべての領域を貫く価値観は「心揺さぶる最高の“時”をお届けしたい」というものであり、

事業を通じて生み出すすべてのものを「広義のコンテンツ」と考えています。

こうした「コンテンツ」を支えているのが各種のプラットフォームです。国民からお預かりしている有限希少な電波をはじめ、映画館・劇場・ネット配信・不動産・店舗、そして赤坂エンタテインメント・シティ計画などがTBSのコンテンツのための主なプラットフォームです。

### 主なコンテンツとプラットフォーム

	コンテンツ	プラットフォーム
メディア・コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレビ・ラジオコンテンツ (ドラマ・バラエティ・ニュース・スポーツ・アニメなど)</li> <li>上演コンテンツ (映画・演劇・ミュージカル・音楽ライブなど)</li> <li>番組フォーマット</li> <li>マンガ</li> <li>特許・IP・楽曲</li> <li>知育・教育 (SCHOPなど)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地上波放送・衛星放送</li> <li>ラジオ放送</li> <li>ネット配信プラットフォーム</li> <li>DVD・BDなどの記録媒体</li> <li>劇場 (TBS赤坂ACTシアター IHIステージアラウンド東京など)</li> <li>海外放送局・配信事業者</li> <li>店舗 (TBSストア THE MARKETなど)</li> <li>代理店販売</li> <li>赤坂サカス</li> </ul>
ライフスタイル	<ul style="list-style-type: none"> <li>生活雑貨 アパレル等</li> <li>化粧品 医薬部外品等</li> <li>キャラクターライセンス</li> <li>フェイシャルエステティック等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗 (PLAZA VECUA Honey)</li> <li>卸売り (全国ドラッグストアー)</li> <li>代理店販売 (CP Salon)</li> <li>Eコマース・カタログ通信販売</li> <li>海外一般貿易</li> </ul>
不動産・その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>賃貸ビル</li> <li>居住マンション</li> <li>スタジオ 駐車場</li> <li>冷熱 電気</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>赤坂Bizタワー ザ・ヘクサゴンなど</li> <li>赤坂 ザ レジデンス</li> <li>緑山スタジオ 砦スタジオ</li> </ul>

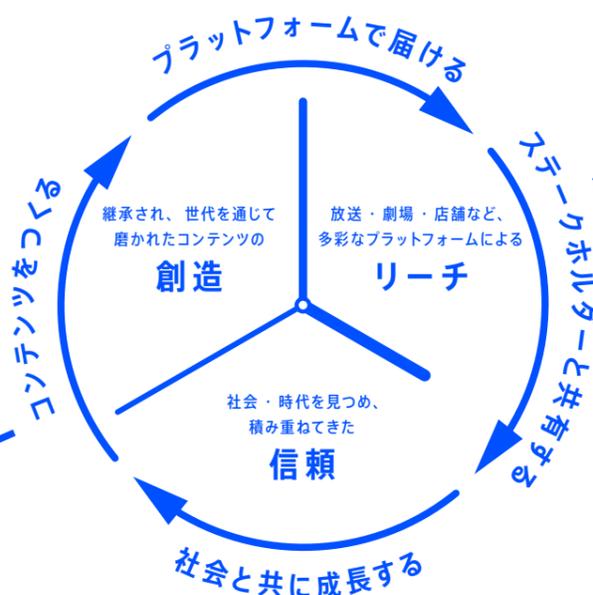
# 価値創造プロセス

TBSグループは、時代を超えて世界の人々に愛されるコンテンツとサービスを創り出し、多様な価値観が尊重され、希望にあふれる社会の実現に貢献していきます。

生活の中で人が自由に使うことのできる「可処分時間」、そのうちのより長い“時”をTBSのコンテンツ・サービスに接していただけるよう全力で取り組むことが、私たちの価値創造の原動力です。「良質なエンタテインメント」や、命と暮らしを支える「情報ライフ

ライン」を、多くのパートナーと共に「創造」し、電波・劇場・店舗といった多彩かつ広汎なプラットフォームを通じて「リーチ」します。より多くの視聴者・聴取者・顧客の皆さまに「最高の“時”」を過ごしていただき、フィードバックに真摯に応え「信頼」を積み上げていくことで自社の成長を目指すと共に、「明日の世界」をつくることに寄与したいと考えています。

6つの資本	
<b>人的資本</b> 最高の“時”を生み出す人材	<b>社会関係資本</b> パートナーとの協働
<b>知的資本</b> コンテンツ・独自開発技術	
<b>製造資本</b> コンテンツを生み出す拠点	
<b>自然資本</b> グリーンエネルギーの推進	
<b>財務資本</b>	



コンテンツ
ドラマ・バラエティ・ニュース
スポーツ・イベント
映画・演劇・音楽公演
マンガ・IP・独自開発技術

多彩なプラットフォーム
地上波放送・衛星放送
インターネット
劇場・店舗・各種媒体



平和・自由・人権が守られる社会
多様な価値観の尊重
公正・正確な情報発信
環境保護と社会課題解決
知育・教育の充実

