



2020年3月期第2四半期決算説明会概要

11月14日(木)、東京放送ホールディングスの2020年3月期上期決算の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 佐々木 卓
専務取締役 河合 俊明
常務取締役 菅井 龍夫
取締役 伊佐野英樹

参加者：およそ 40名

〈決算ハイライトほか〉 佐々木社長

連結決算は、中核のTBSテレビで、スポット広告の関東地区投下量が異常に減少したことに加え、タイム広告で、昨年の「サッカーワールドカップ」や、「アジア大会」の反動減などがあり、減収・減益でした。

上期のテレビ広告市況は、スポット広告費の関東地区投下量が前年の95%と、大変に厳しい状況で推移。下期以降も、スポット広告の前年割れが続くことが予想され、当社は、シェアの拡大に努める所存ですが、期首に示した通期の予想を修正しました。

総合メディア戦略の多様化：成長投資として、XR技術を駆使したコンテンツ開発や体験施設の運営に取り組む「ティフォン」と、AR技術を駆使した「謎解きゲーム」の企画開発・運営を行うスタートアップ企業「プレティア・テクノロジーズ」へ出資しました。出資企業との連携を図りながら、XR領域での新しいエンタテインメントの創出を推進し、最先端テクノロジーの事業化に取り組んでいきます。赤坂エンタテインメント・シティ計画も順調に進行。最新技術を駆使した全く新しいエンタテインメントの発信拠点を作り上げ、中核のメディア・コンテンツ事業をさらに拡充し、発展させていきます。

社会的責任の遂行：報道機関として、SDG's(持続可能な開発目標)に関する認識を高め、行動の活性化を支援するために、「SDGメディア・コンパクト」に加盟しました。10月16日から、TBS赤坂ACTシアター、マイナビBLITZ赤坂、赤坂サカス広場の100%再エネ化に踏み切りました。劇場やコンサートホールの再エネ化は国内では初の取り組みです。「働き方改革」への取り組みとして、TBSらしい働き方、「T-work」を始めていて、その一つであるテレワークを10月1日から本格的にスタートしました。来年の東京オリンピック、パラリンピックの開催に合わせ、対象を一般社員にも拡大する予定です。

不動産事業：昨年11月に敷地に隣接した10階建てのビル「ザ・ヘクサゴン」を新たに取得。安定した不動産収益は主力のメディア・コンテンツ事業の強固な下支えとなっています。

〈TBSグループの財務状況など〉 河合専務

上期の連結決算は、グループ全体では減収、減益でした。

TBS テレビ単体では、スポット広告の需要減少と、タイム広告反動減等により減収減益となりました。TBS テレビの収入の内訳について。放送部門のタイム収入は、レギュラーセールスは前年並みでしたが、スポーツ単発の反動減が大きく、13億円の減収。スポット収入は、5局シェアは上昇したものの、地区投下量の減少をカバーできず、10億円の減収となりました。無料動画配信事業でも、スポーツ単発の反動減が大きく影響し、コンテンツ収入も約1億円の減収でした。事業部門は、ステージアラウンドの興行規模や、日数の差による反動減が大きく、全体では8億円の減収。一方で、映画は「かぐや様は告らせたい～天才たちの恋愛頭脳戦」の大ヒットにより、増収でした。海外事業も、フォーマット販売が引き続き、堅調でした。

主な連結会社の業績ですが、TBS ラジオは、一部スポンサーの撤退により減収、減益。BS-TBS は、『報道 1930』のタイム収入等が好調で、上期として過去最高の売上高でした。一方で、4K 放送関係の減価償却費や、放送委託費、制作費の増加で減益でした。スタイリングライフグループは、中核の小売り事業「プラザスタイル」での化粧品の販売や、通販の「ライトアップショッピングクラブ」での衣料品の売り上げが堅調で増収でしたが、美容サロン事業の「CP コスメティクス」での販促費の増加により減益となりました。

〈視聴率、映像・文化事業など〉 伊佐野取締役

上期の世帯視聴率は、前年に比べて数字を落としました。当社では、13歳から59歳までの男女の視聴者層を「ファミリーコア」と名付け、このファミリーコア層に支持され、家族で見ただけの番組を増やしていくよう、体質改善を行っている最中です。ターゲットをより明確にしたことにより、世帯視聴率が下がるなどの影響も出ていますが、ファミリーコア層への訴求を続けることで、数字の回復につなげていく所存です。

ファミリーコア視聴者に大変ご支持頂いた上期のドラマとしては、池井戸潤さん原作の『ノーサイド・ゲーム』は、平均視聴率12.0%の大ヒットドラマとなりました。火曜ドラマ『わたし、定時で帰ります。』、金曜ドラマ『凧のお暇』も、大変な話題となりました。

『マラソングランドチャンピオンシップ』は東京オリンピックの選手選考大会として社会現象となるほどの話題となり、平均視聴率は16.4%を記録。『世界陸上 2019 ドーハ』は、日本選手の華々しい活躍と、熱戦の模様を中東から生中継しました。

一方、番組制作費ですが、上期の番組原価は、486億円とほぼ想定通りでした。

10月編成のポイントについて。新テーマは「若返り」です。ファミリーコアの重視にさらに大きく舵を切り、番組の体質改善を行っていきます。とりわけ重視しているのは、午前のノンプライム帯、水曜日のGP帯で、新番組を投入し、改革を進めています。

映画事業では、人気コミック原作の「かぐや様は告らせたい」は封切から2か月たった現在も大ヒット上映中で、興行収入は、すでに22億円の大台に乗りました。また今年のヒット作「スマホを落とすだけなのに」の続編も、来年2月に公開予定です。

現在、2つの大きな展覧会を開催しています。「ハプスブルク展」は、ウィーン美術史美術館に収蔵されたハプスブルク家のコレクションを展示しております。日本とオーストリアの友好150周年を冠した大きなイベントです。「特別展 ミイラ」は、世界中から43体のミイラを集め展示しております。どちらも好評です。

以上