

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

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/>

**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

## 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。

# 第2四半期 連結損益計算書

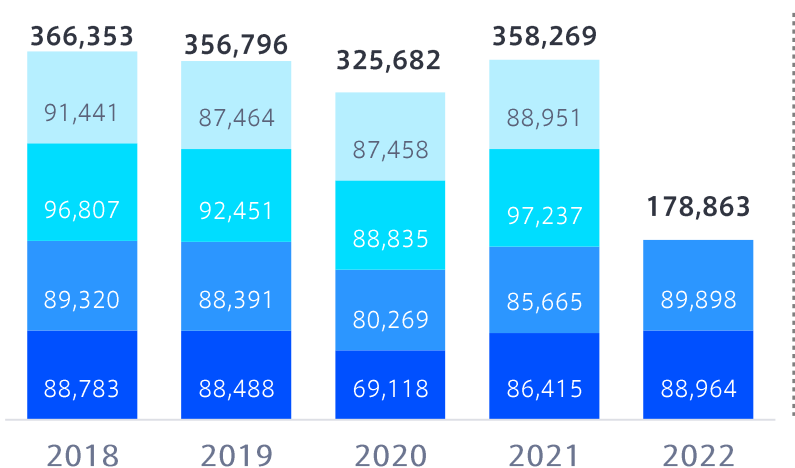
メディア・コンテンツ事業では、TBSテレビのタイム収入が減収となったものの、配信広告収入や事業部門収入が伸長したことで増収。一方で、番組制作費の増加や事業部門の収入増に伴う原価増などにより減益。

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。

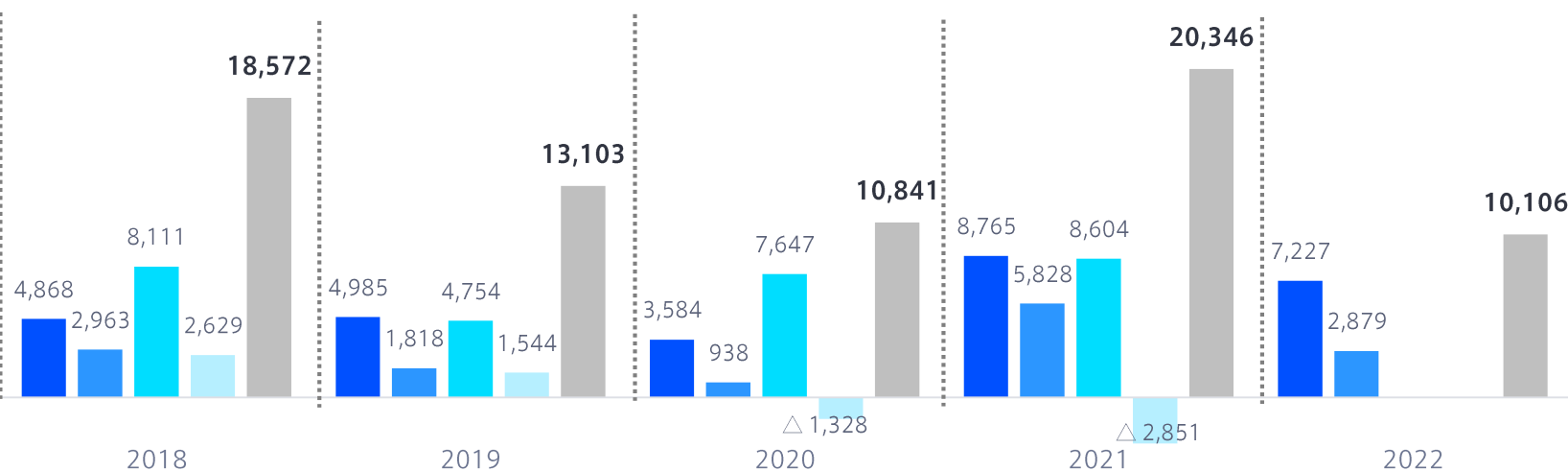
(単位：百万円)

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	<b>178,863</b>	+6,782	+3.9%
営業利益	14,593	<b>10,106</b>	△4,487	△30.7%
経常利益	18,825	<b>17,034</b>	△1,790	△9.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	11,995	<b>9,191</b>	△2,803	△23.4%

売上高 ■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



営業利益 ■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q ■ 合計



(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	<b>138,201</b>	+3,378	+2.5%	8,914	<b>4,339</b>	△4,574	△51.3%
ライフスタイル	29,394	<b>32,506</b>	+3,112	+10.6%	1,759	<b>2,008</b>	+249	+14.2%
不動産・その他	7,862	<b>8,154</b>	+291	+3.7%	3,919	<b>3,750</b>	△169	△4.3%
調整額	—	—	—	—	0	<b>8</b>	+7	—
連結	172,080	<b>178,863</b>	+6,782	+3.9%	14,593	<b>10,106</b>	△4,487	△30.7%

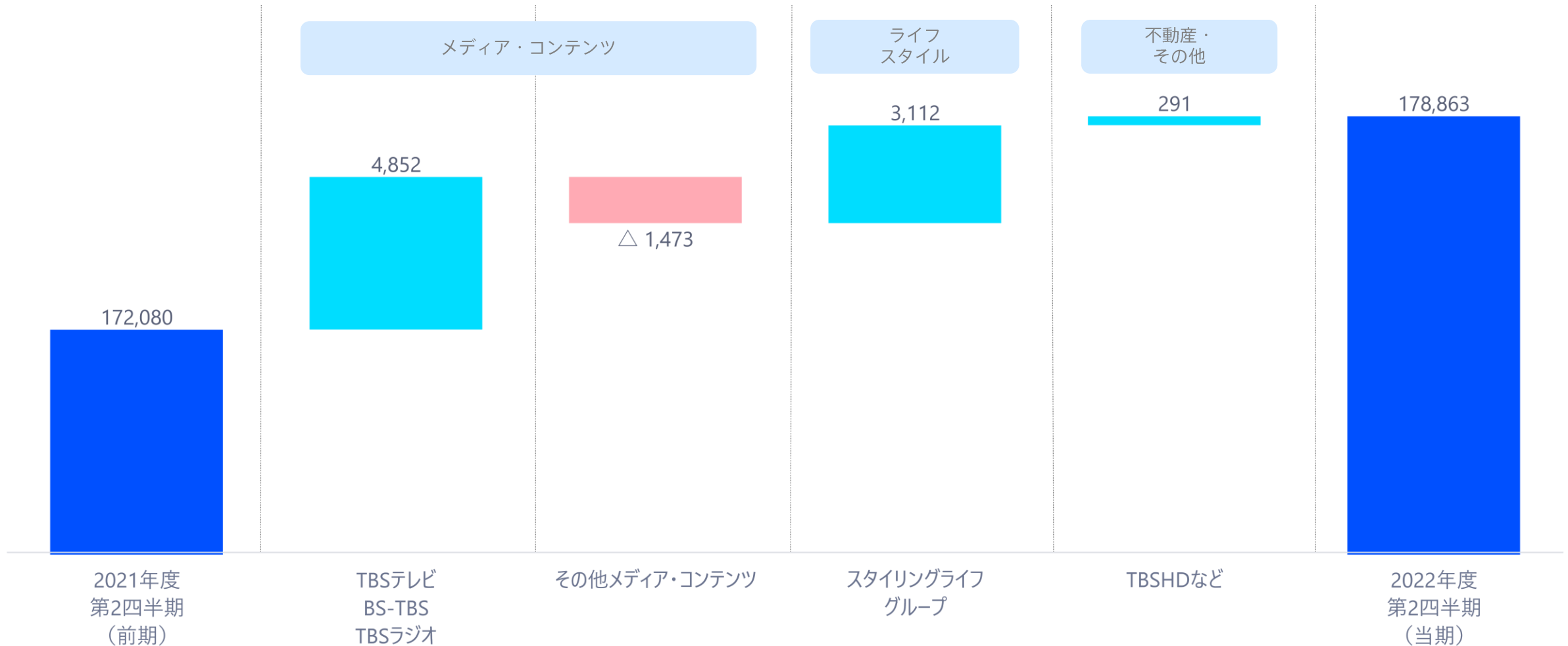
増減要因	外部売上	営業利益
メディア・コンテンツ	TBSテレビ (+4,150) マンガボックス (+1,210) BS-TBS (+676) TBSグロウディア (△1,444)	TBSテレビ (△2,175) TBSグロウディア (△534) TBSスパークル (△233)
ライフスタイル	スタイリングライフグループ (+3,112)	スタイリングライフグループ (+249)
不動産・その他	TBS HD (+350) TBSヘクサ (△52)	TBS HD (+168) 赤坂熱供給 (△97) TBSテレビ (△86)

# 連結セグメント別 売上高（外部売上）の増減要因

▶ 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)

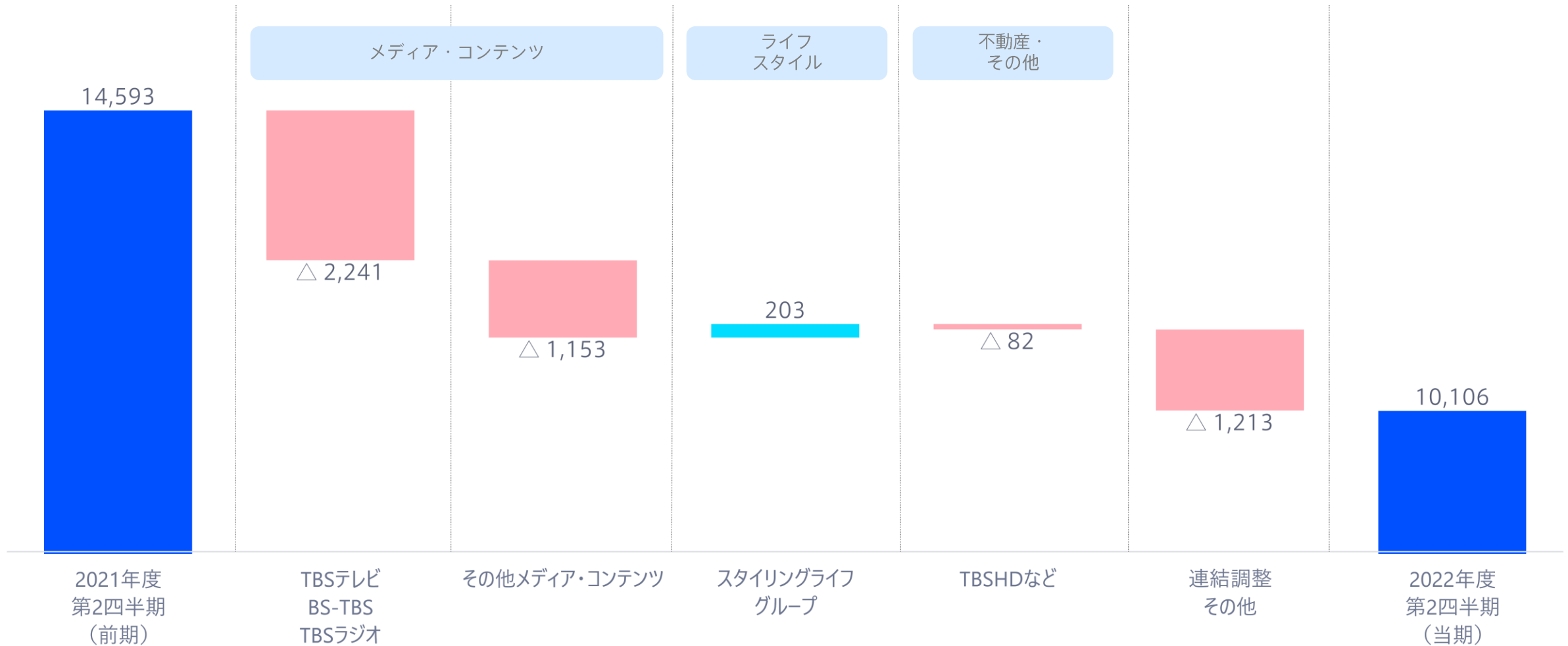


# 連結セグメント別 営業利益の増減要因

▶ 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

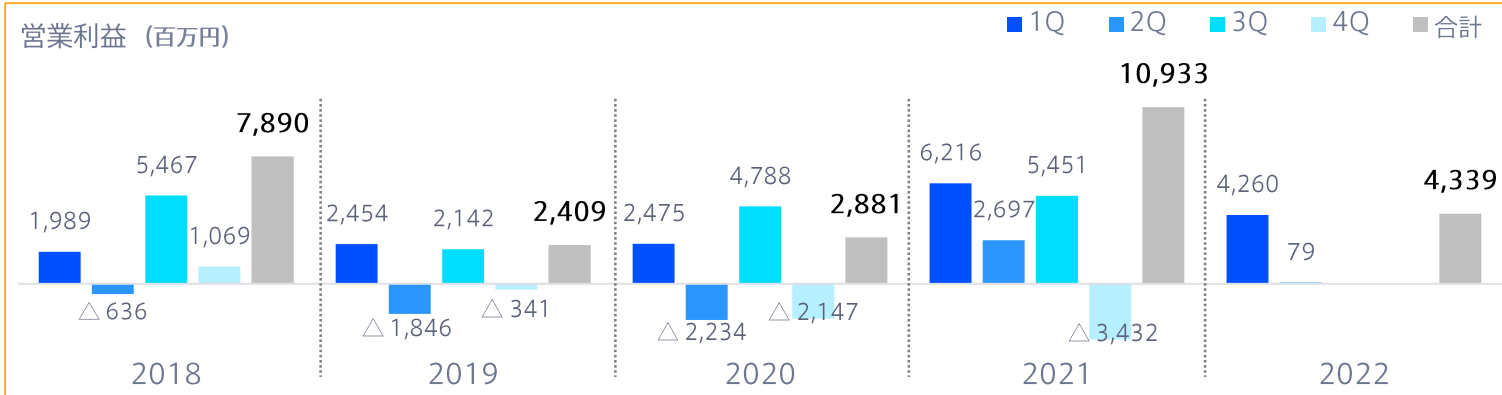
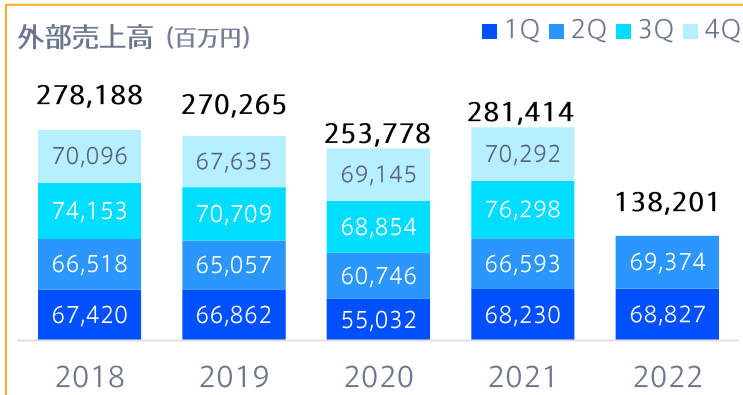
(単位：百万円)



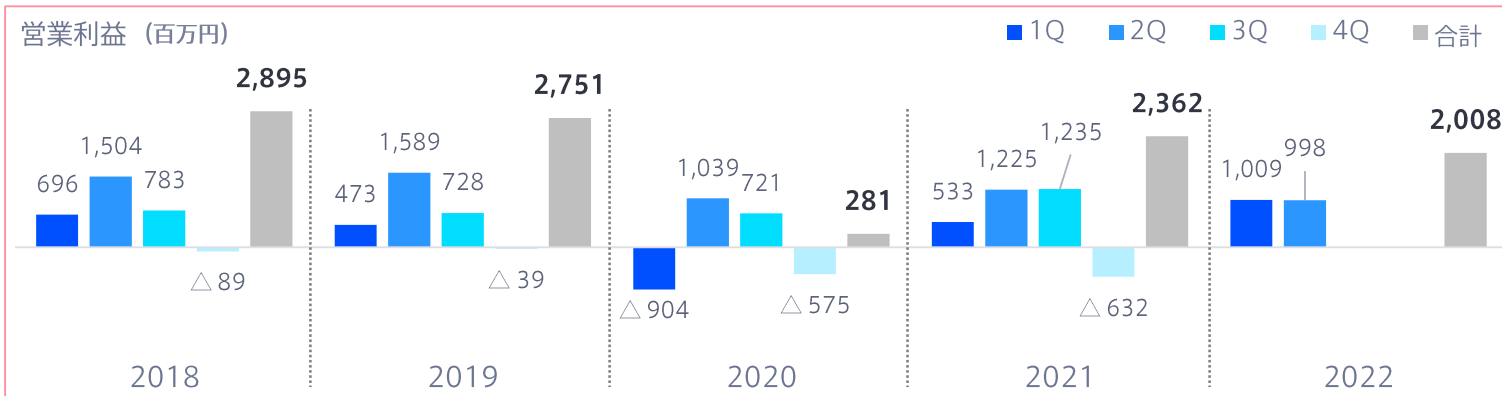
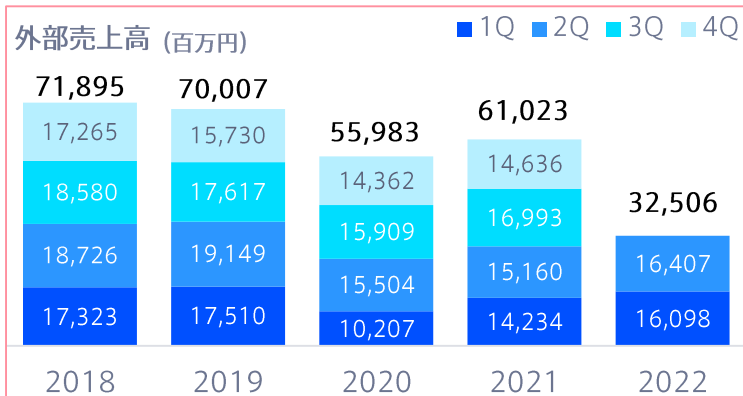


# 連結セグメント別 経年推移

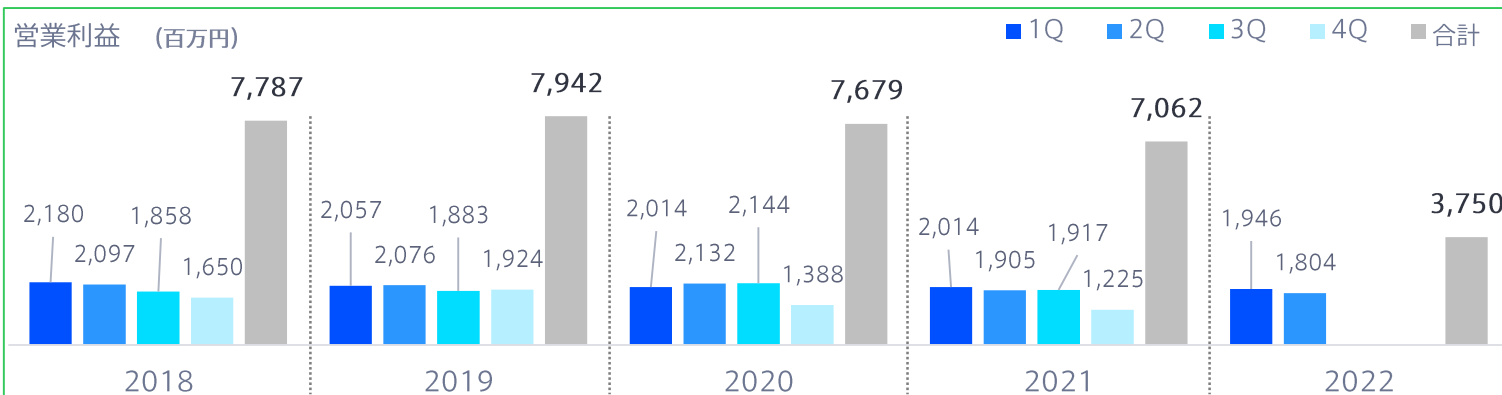
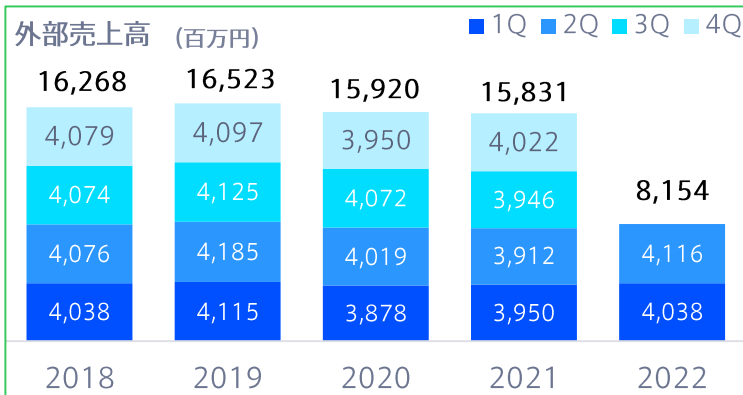
## メディア コンテンツ



## ライフ スタイル



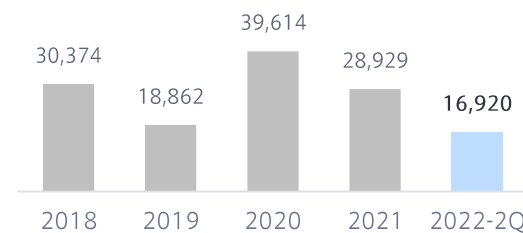
## 不動産 その他



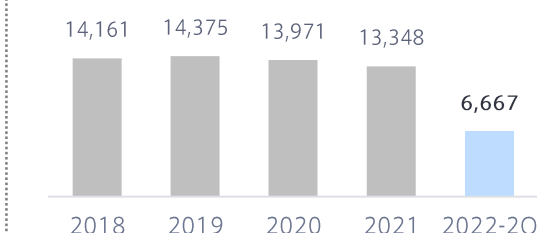
単位：百万円

連結	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

連結設備投資

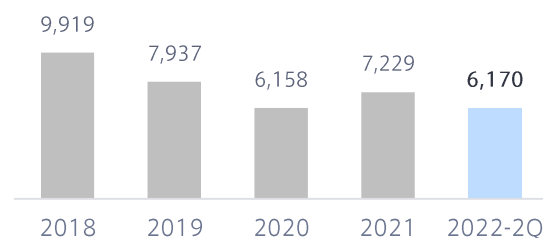


連結減価償却費

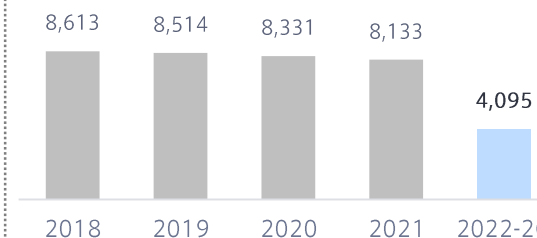


TBSテレビ	2022年度 2Q(4-9月)	前年差
設備投資	6,170	+3,507
減価償却費	4,095	+182

TBSテレビ設備投資



TBSテレビ減価償却費



“種まき”施策を  
順調に実施

2022/9末現在  
約630億円

2022年度上期  
約130億円

2021年度  
約500億円

- 赤坂エンタテインメント・シティ計画への投資
  - K-BALLETへの出資
  - The Chain Museumへの出資
  - Studio TooNの設立
  - VOXXの設立
- など

中期経営計画  
(2021~2023年度)  
成長投資予定額  
1,400億円以上

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。

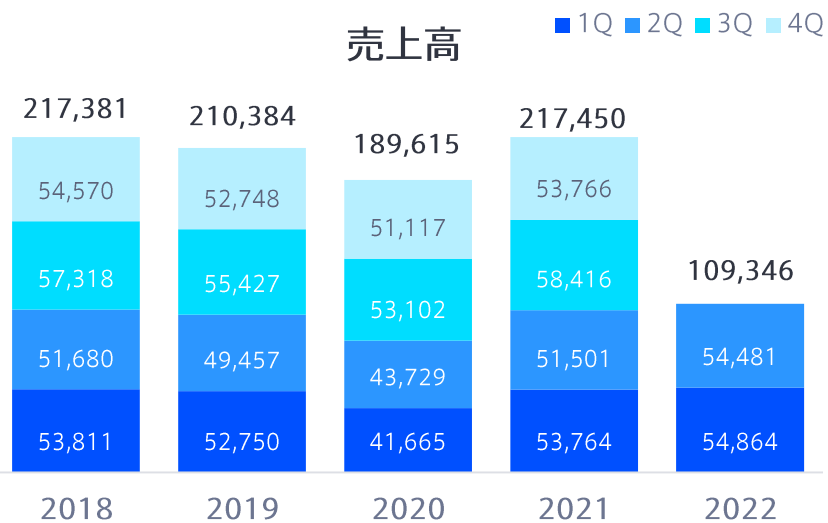
(単位：百万円)

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	<b>109,346</b>	+4,079	+3.9%
営業利益	8,664	<b>6,024</b>	△2,640	△30.5%
経常利益	9,765	<b>7,423</b>	△2,341	△24.0%
四半期純利益	7,168	<b>5,219</b>	△1,949	△27.2%

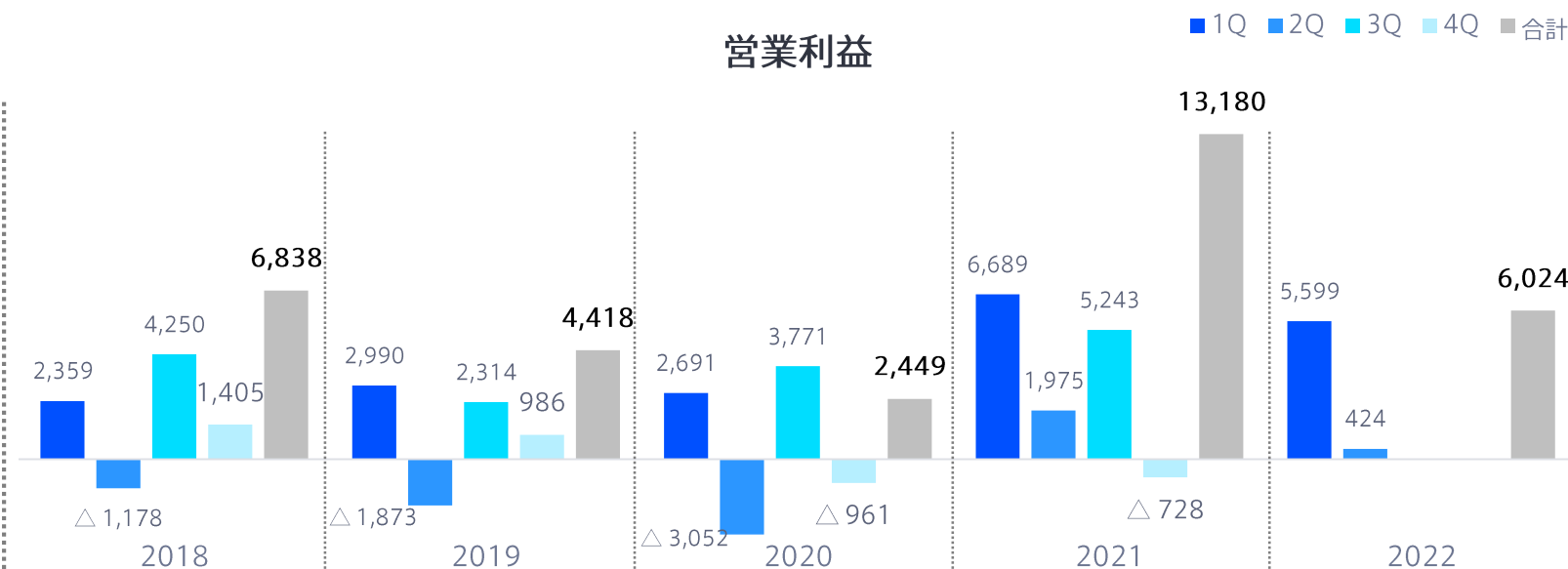
### 営業費用等

■ 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

### 売上高



### 営業利益



(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。

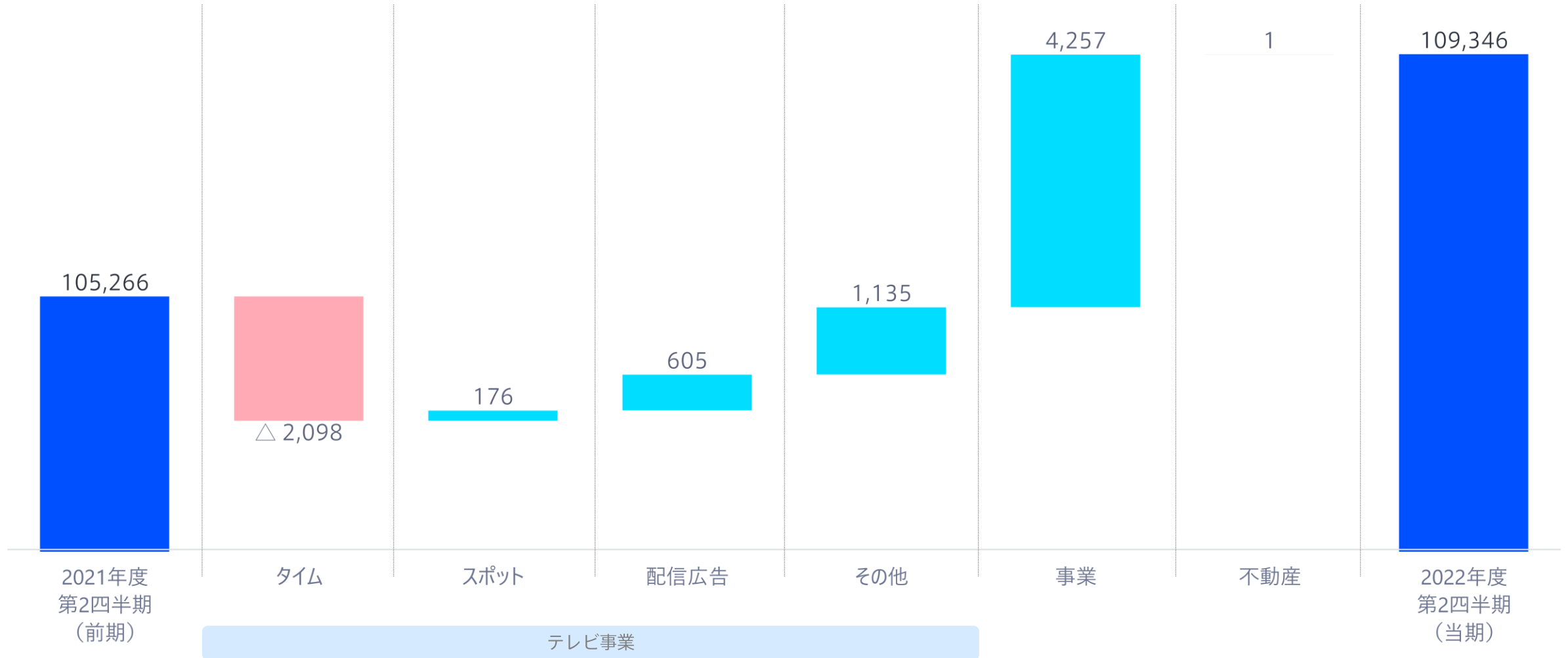
※2. 2021年7月より事業部門にあった海外番販事業の一部をテレビ事業の「その他」に移管。



▶ 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。

■ 売上実績 ■ 増加分 ■ 減少分

(単位：百万円)



# テレビ番組原価（制作費）

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	<b>23,715</b>	+134
(地上波直接費)	18,814	<b>18,658</b>	△155
(その他直接費及び間接費)	4,765	<b>5,056</b>	+290
上期	46,211	<b>46,933</b>	+722
第3四半期	24,769	—	—
第4四半期	25,168	—	—
通期累計	96,149	<b>95,729</b>	△420
(地上波直接費)	75,710	<b>74,761</b>	△948
(その他直接費及び間接費)	20,439	<b>20,967</b>	+528

(単位：百万円)

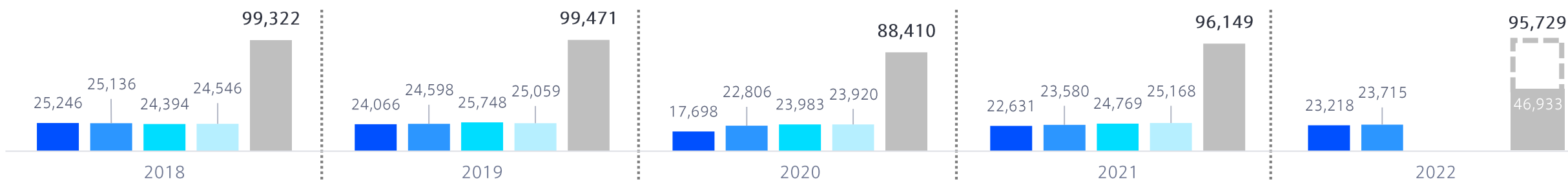
## テレビ番組原価に含まれる主な費用

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。

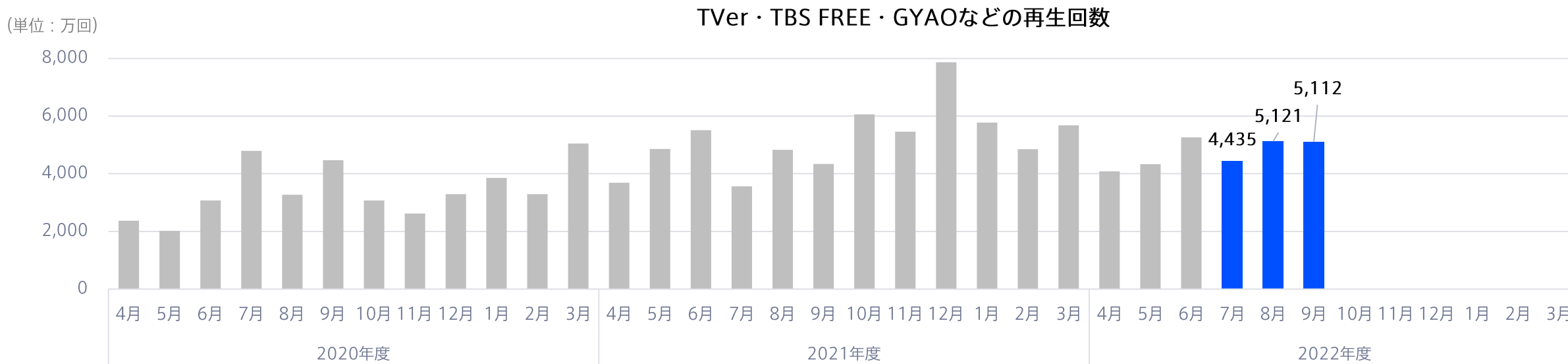
■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q ■ 合計



▶ 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 ※		<b>+34.0%</b>	<b>2,387百万円 (+605百万円)</b>
TVer・TBS FREE・ GYAO! など	再生回数	<b>+5.8%</b>	
	UB (ユニークブラウザ) 数	<b>+3.8%</b>	
有料配信収入		<b>+18.8%</b>	

※ 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。



▶ 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・ボス！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	



(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	<b>4,179</b>	+24	317	<b>199</b>	△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	<b>8,501</b>	+656	1,422	<b>1,474</b>	+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	<b>12,451</b>	△1,356	269	<b>△265</b>	△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	<b>4,015</b>	△278	455	<b>289</b>	△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	<b>3,774</b>	△3	430	<b>326</b>	△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。

▶ 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。

(単位：百万円)

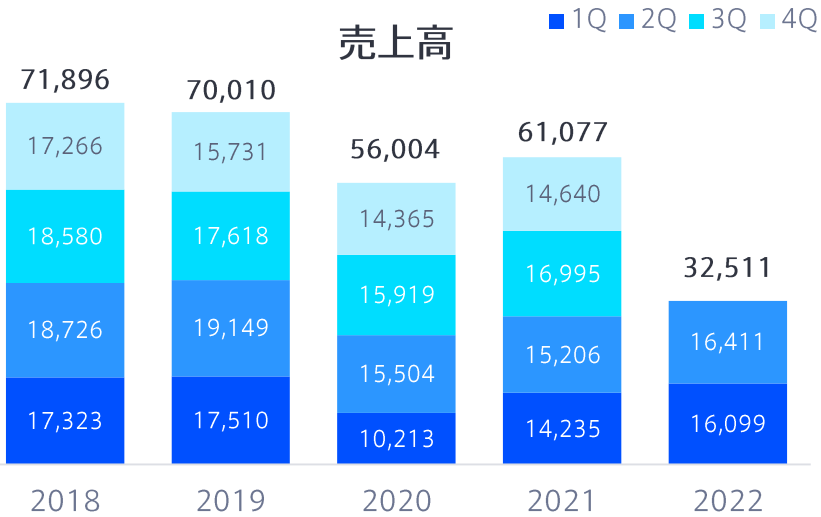
連結	2021年度 2Q (4-9月)	2022年度 2Q (4-9月)	前年差
売上高	29,442	<b>32,511</b>	+3,069
営業利益	2,135	<b>2,338</b>	+203

(単位：百万円)

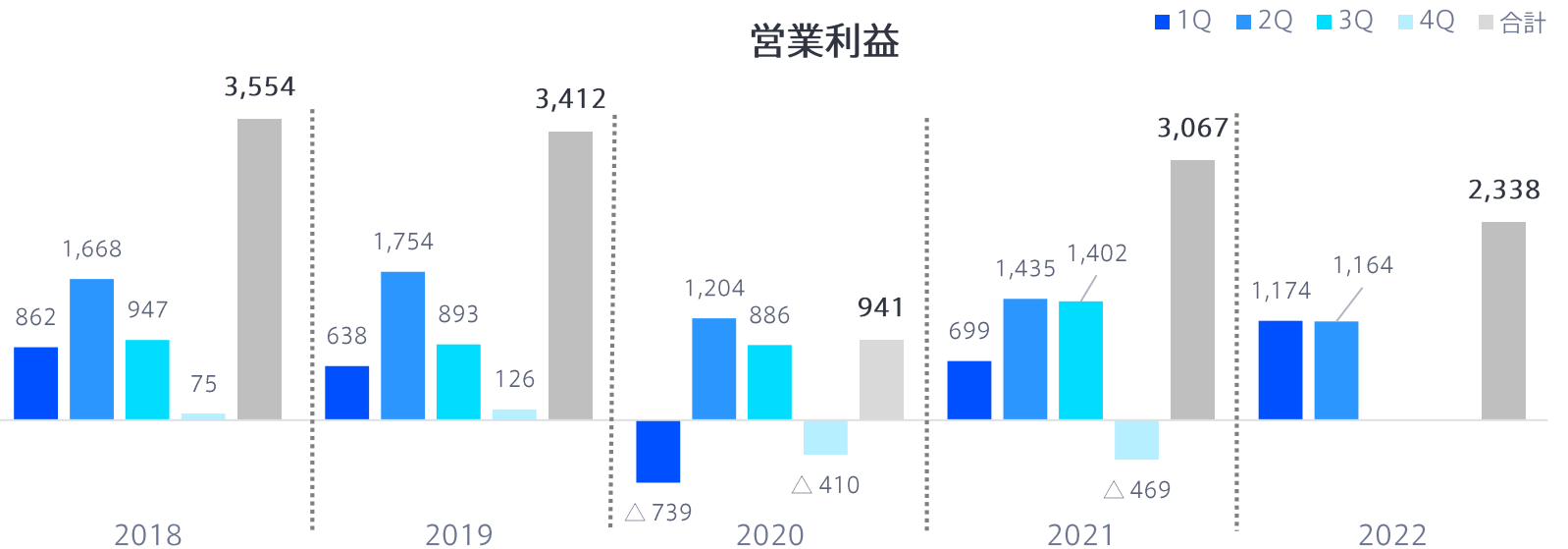
事業別	売上高(※)		
	2021年度 2Q (4-9月)	2022年度 2Q (4-9月)	前年差
雑貨小売販売事業	14,198	<b>17,469</b>	+3,270
通信販売事業	7,876	<b>7,804</b>	△71
ビューティ&ウェルネス事業	7,551	<b>7,404</b>	△146
本社およびその他	△184	△167	+17
計	29,442	<b>32,511</b>	+3,069

※事業別の売上高は管理会計上の数値

## 売上高



## 営業利益



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

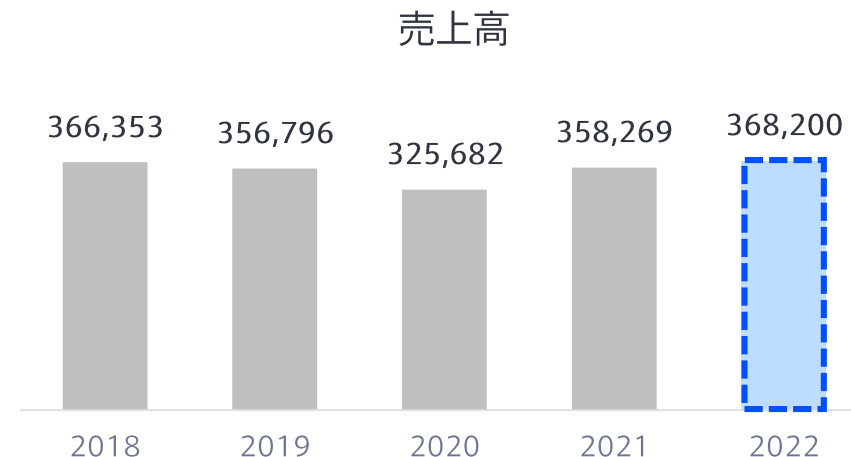
# 2022年度 連結業績予想の修正

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。

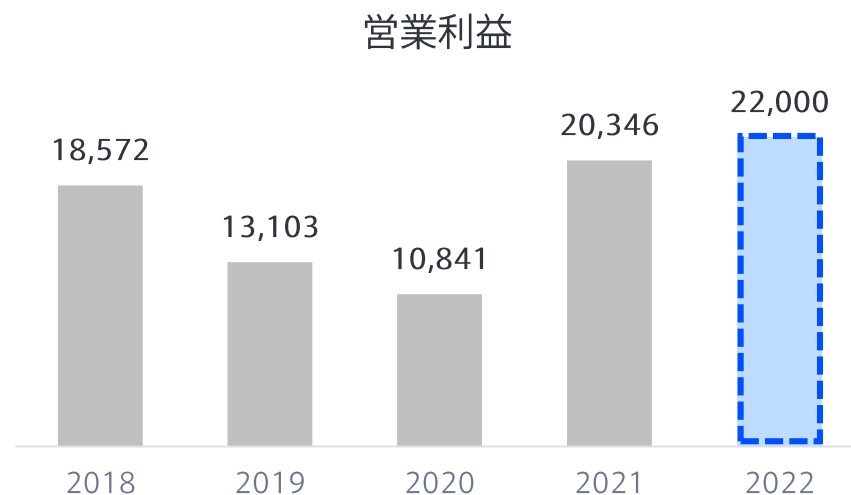
(単位：百万円)

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	<b>368,200</b>	△3,300
営業利益	20,346	24,000	<b>22,000</b>	△2,000
経常利益	30,707	35,500	<b>35,000</b>	△500
親会社株主に帰属する 当期純利益	32,008	22,900	<b>20,300</b>	△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	<b>286,000</b>	△5,400	10,933	14,300	<b>12,100</b>	△2,200
ライフスタイル	61,023	63,700	<b>66,000</b>	2,300	2,362	2,400	<b>3,000</b>	600
不動産・その他	15,831	16,400	<b>16,200</b>	△200	7,062	7,300	<b>6,900</b>	△400
調整額	—	—	—	—	△11	—	—	—
連結	358,269	371,500	<b>368,200</b>	△3,300	20,346	24,000	<b>22,000</b>	△2,000

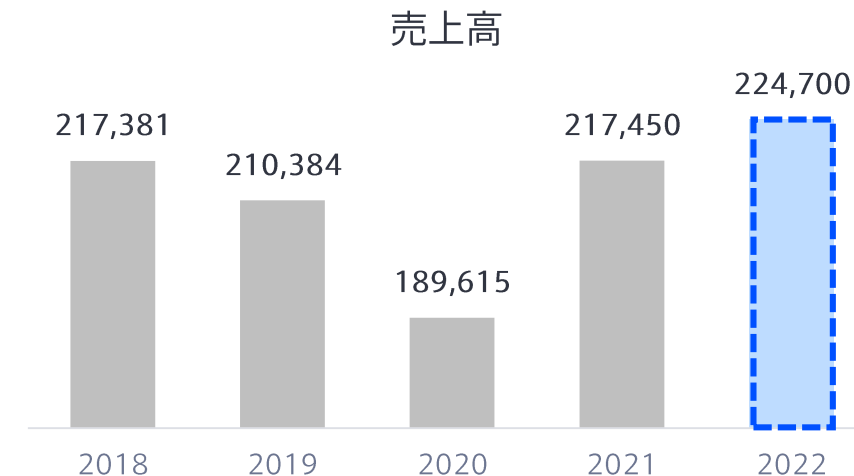


# 2022年度 TBSテレビ業績予想の修正

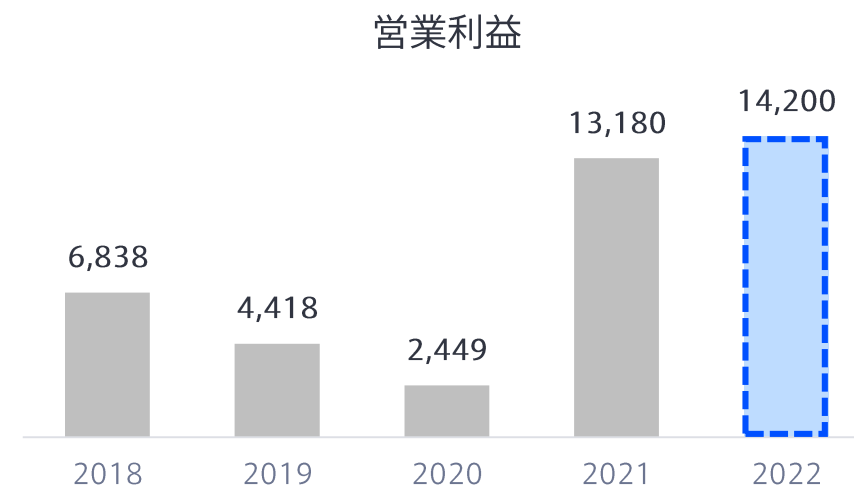
急激な円安の影響などで、下期のスポット収入の下振れが予想されるため、通期の業績予想（売上高、営業利益、経常利益、当期純利益）を下方修正。

(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	<b>224,700</b>	△1,089
営業利益	13,180	15,050	<b>14,200</b>	△850
経常利益	15,328	17,407	<b>16,800</b>	△607
当期純利益	16,233	11,903	<b>11,400</b>	△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% → <b>△1.6%</b>
スポット	+0.4%	+2.0% → <b>△0.3%</b>
番組原価 (百万円)	46,933	96,435 → <b>95,729</b>



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

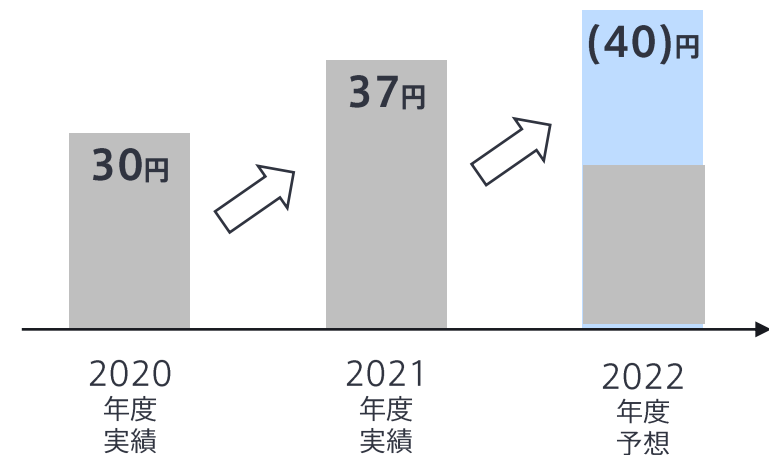
参考資料

<b>基本方針</b>	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%を目処としつつ、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。
-------------	--

<b>中計2023 配当方針</b>	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。
------------------------	--

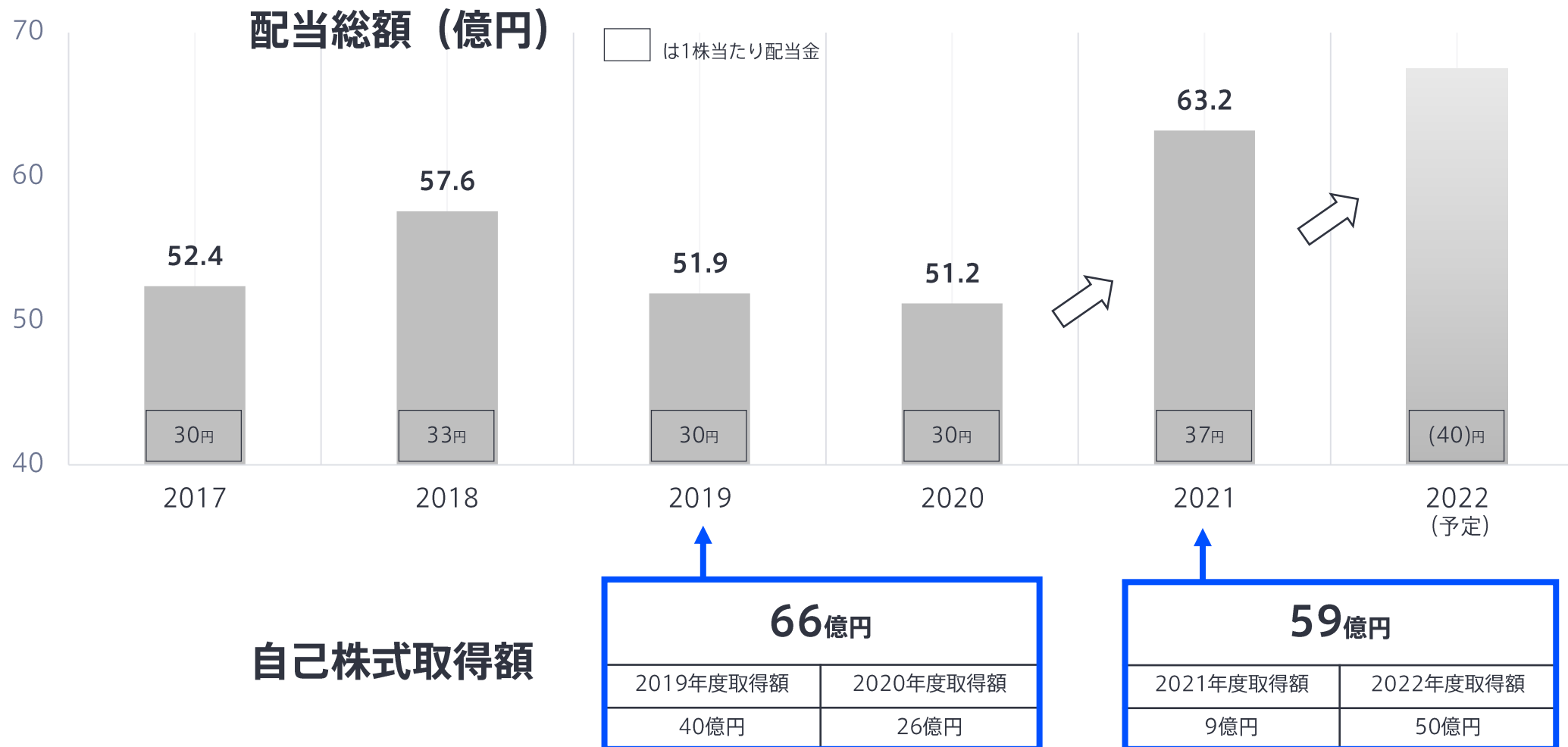
	1株当たり配当金 (円)			配当性向 (%)	特殊な要因 (★) の影響を除いた配当性向 (%)
	第2四半期末	期末	年間		
2017年度	15	15	30	30.5	30.5
2018年度	16	17	33	22.9	31.7
2019年度	13	17	30	17.3	43.0
2020年度	15	15	30	18.3	59.5
2021年度	15	22	37	19.7	30.9
2022年度 (予想)	20	(20)	(40)	(33.3)	—

(★) 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損益は、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。

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





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



## 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輝、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。

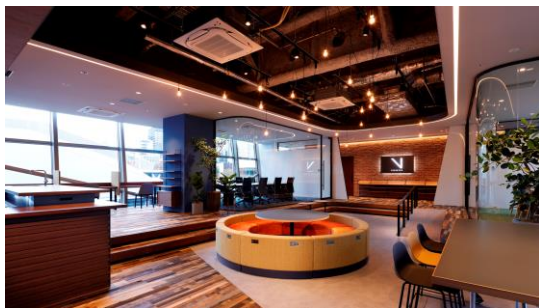
こうした、世界配信実績豊富な人材体制で、ビジネスを展開していく。



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、クリエイターに最適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>

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

	2022年度 第2四半期 前年増減率
再生回数	<b>+5.8%</b>
ユニークブラウザ一数	<b>+3.8%</b>

(再生回数、ユニークブラウザ一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。

 ※2022/4/18スタート	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 ※TBS・JNN NEWS DIG合同会社の収入	<b>+88.2%</b>
パートナーPFの配信PV・再生数	<b>+20.7%</b>

\*パートナーPF

Yahoo!ニュース、YouTube、Twitter、TikTok、SmartNews、グノシー、ニュースパス、auサービスToday、LINE NEWS、NewsDigest、ニューススイート、@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(※)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ドメイン合計・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。



●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



オーディションから  
ドラマ放送までの1年間に密着

思い出のシーンやウラ話などの  
未公開映像

放送前

地上波放送

放送後



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「パパとムスメの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。

## Netflix

世界配信

### 「君の花になる」



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

### 「アトムの子」



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」



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)

TBSホールディングス

EDGE戦略推進本部

デジタル&グローバル戦略推進室

デジタル分野や海外市場、  
特にグローバル・プラットフォームに  
向けたコンテンツの拡張戦略

エクスペリエンス戦略推進室

「赤坂エンタテインメント・シティ計画」  
をはじめ、ライブ&ライフスタイル、  
「体験する」事業の拡張戦略

**学び > 事業部** (学びネクスト事業部)  
NEXT

- 知育教育領域の事業戦略および事業開発の企画・立案・実施に関することを推進。
- 子供だけでなく、大人も含めた幅広い「学び」について扱う。

- 「学び」をEDGE戦略の中の大きな柱と位置づけ、専門部署を設立。
- 「次世代に向けて学ぶことに関しては何でもあり」の精神で、対象を子供だけでなく大人にも広げ、ビジネスを展開していく。
- K-BALLETのスクール事業の推進や、The Chain MuseumでのART教育事業開発など、多彩に活動を行っていく。



TBS Innovation Partners



The Chain Museum

## ●今後の主なラインアップ

※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。

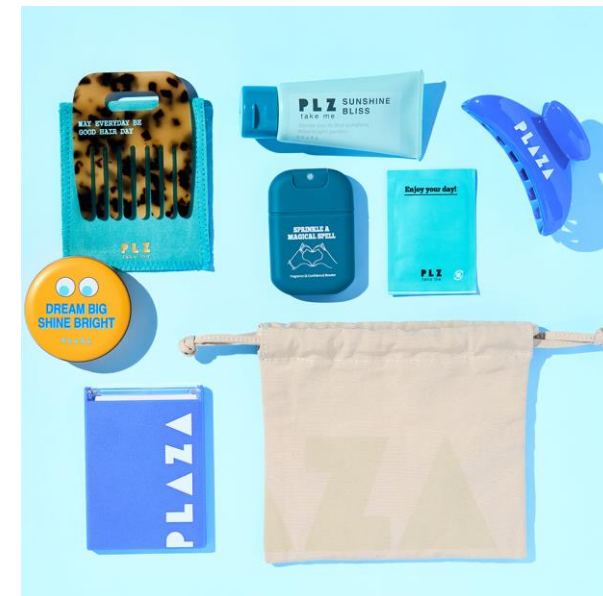
	期間	タイトル	備考
映画	2022/11/18公開	「宮松と山下」	配給：ビターズ・エンド
	2022/11/25公開	「人生クライマー ～山野井泰史と垂直の世界～ 完全版」	配給：KADOKAWA
	2022/12/16公開	「戦場記者」	配給：KADOKAWA
	2022/12/9公開	「ラーゲリより愛を込めて」	配給：東宝
	2023年公開	「わたしの幸せな結婚」	配給：東宝
	2023年公開	「劇場版TOKYO MER ~走る緊急救命室~」	配給：東宝
興行	2022/7/8-	舞台『ハリー・ポッターと呪いの子』	TBS赤坂ACTシアター
	2022/11/24-27	スーパースター・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ステージアラウンド東京
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 ブルターニュ モネ、ゴーガン、黒田清輝らが見た異郷	国立西洋美術館

## 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





## 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 赤坂サカス文化施設 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
  - ウエルネス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、アルバ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。

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**

(単位：百万円)

	2022年 3月末	2022年 9月末	比較		2022年 3月末	2022年 9月末	比較
流動 資産	198,692	192,566	△6,126	流動 負債	75,592	77,201	+1,609
				固定 負債	243,037	175,142	△67,895
				負債 合計	318,629	252,343	△66,286
固定 資産	1,002,939	801,490	△201,449	純資産 合計	883,002	741,712	△141,289
				自己 資本	868,455	726,560	△141,894
				非支配 株主持分	14,547	15,151	+604
資産 合計	1,201,632	994,056	△207,575	負債 純資産 合計	1,201,632	994,056	△207,575

期末有利子負債残高： 250億円 (前期末比 △10億円)

※リース債務は除く

(単位：百万円)

	2021年度 上期(4-9月)	2022年度 上期(4-9月)	前年差
営業活動による キャッシュ・フロー	4,957	8,670	+3,712
投資活動による キャッシュ・フロー	△6,466	△15,988	△9,522
財務活動による キャッシュ・フロー	△3,457	△9,510	△6,053
現金及び現金同等物の 増減額	△3,229	△16,654	△13,425
現金及び現金同等物の 期首残高	116,061	98,707	△17,354
現金及び現金同等物の 期末残高	112,832	82,052	△30,779

# 新ファミリーコア視聴率（4～49歳）

(※ [ ] 内は前年同期差 単位：%)

	全日	ゴールデン	プライム	ノンプライム
<b>TBS</b>	<b>③1.5 [△0.1]</b>	<b>③3.0 [△0.4]</b>	<b>③2.9 [△0.4]</b>	<b>③1.1 [△0.1]</b>
日本テレビ	①2.8	①5.0	①4.7	①2.2
テレビ朝日	④1.3	④2.4	④2.4	④1.0
テレビ東京	⑥0.5	⑥1.5	⑥1.4	⑥0.3
フジテレビ	②1.7	②3.2	②3.1	②1.4
NHK	⑤0.8	⑤1.7	⑤1.5	⑤0.6
PUT	9.8 [△1.8]	18.3 [△3.6]	17.4 [△3.4]	7.7 [△1.3]

(2022/4/4～10/2：週ベース)

(ビデオリサーチ調べ：関東地区)

# 個人全体視聴率 (ALL)

(※ [ ] 内は前年同期差 単位：%)

	全 日	ゴールデン	プライム	ノンプライム
<b>T B S</b>	<b>④2.8 [△0.2]</b>	<b>④4.1 [△0.5]</b>	<b>④4.1 [△0.4]</b>	<b>④2.4 [△0.2]</b>
日本テレビ	①3.6	①5.7	①5.4	①3.1
テレビ朝日	②3.5	③5.1	②5.2	②3.0
テレビ東京	⑥1.2	⑥3.2	⑥2.8	⑥0.8
フジテレビ	⑤2.4	⑤3.9	⑤3.8	⑤2.1
N H K	③3.0	②5.4	③4.6	③2.5
<b>P U T</b>	<b>19.7 [△2.6]</b>	<b>32.4 [△4.2]</b>	<b>30.4 [△4.0]</b>	<b>16.7 [△2.2]</b>

(2022/4/4 ~ 10/2 : 週ベース)

(ビデオリサーチ調べ：関東地区)

# TBSテレビ タイム・スポット収入 対前年比

TBS

(単位：百万円)

	タイム			スポット				備考
	2022年度	前年差	増減率	2022年度	前年差	増減率	地区投下 (推計)	
4月	7,036	△193	△2.7%	7,380	+216	+3.0%	△0.3%	タイムレギュラーセールスで減収。
5月	6,560	△166	△2.5%	7,200	△271	△3.6%	△3.9%	
6月	5,968	△351	△5.6%	6,927	△302	△4.2%	△12.7%	ウクライナ情勢や原材料費の高騰などに起因し、スポットの地区投下量低調。
7月	8,541	644	+8.2%	6,596	+196	+3.1%	+8.1%	
8月	5,953	△2,176	△26.8%	5,669	+663	+13.3%	+8.9%	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は減収、スポットは増収。
9月	6,048	145	+2.5%	5,991	△327	△5.2%	△9.8%	
10月								
11月								
12月								
1月								
2月								
3月								
1Q	19,565	△711	△3.5%	21,508	△357	△1.6%	△5.6%	
2Q	20,544	△1,386	△6.3%	18,257	+533	+3.0%	+1.7%	
3Q								
4Q								
通期	40,110	△2,098	△5.0%	39,765	+176	+0.4%	△2.3%	

●スポット5局シェア（推計） 四半期推移

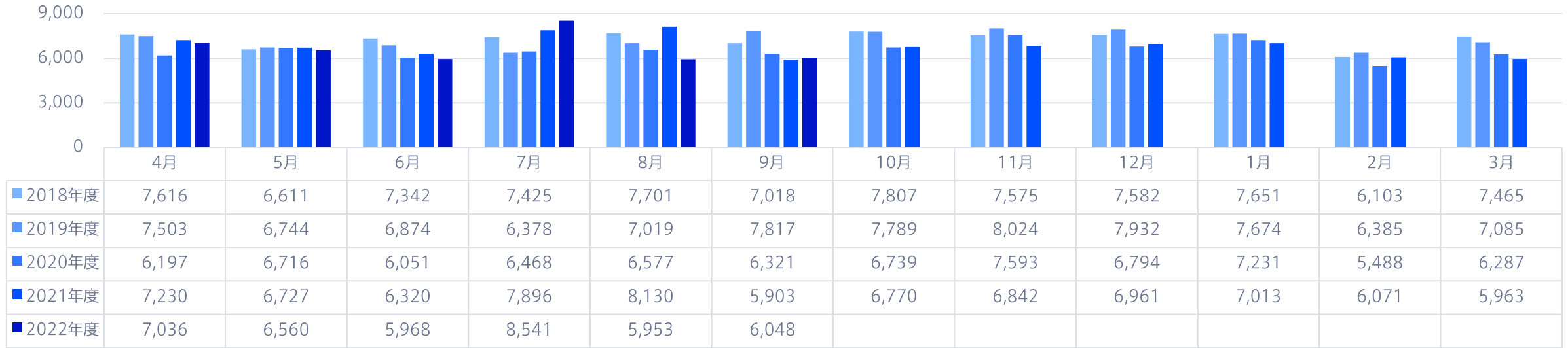
(単位：%)

2018年度 19.1% (累計)				2019年度 19.3% (累計)				2020年度 19.7% (累計)				2021年度 20.1% (累計)				2022年度 20.9% (累計)			
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
19.3	19.2	18.7	19.1	20.2	19.2	19.0	18.9	20.5	20.2	19.4	19.3	20.4	20.3	19.7	20.0	21.2	20.6		

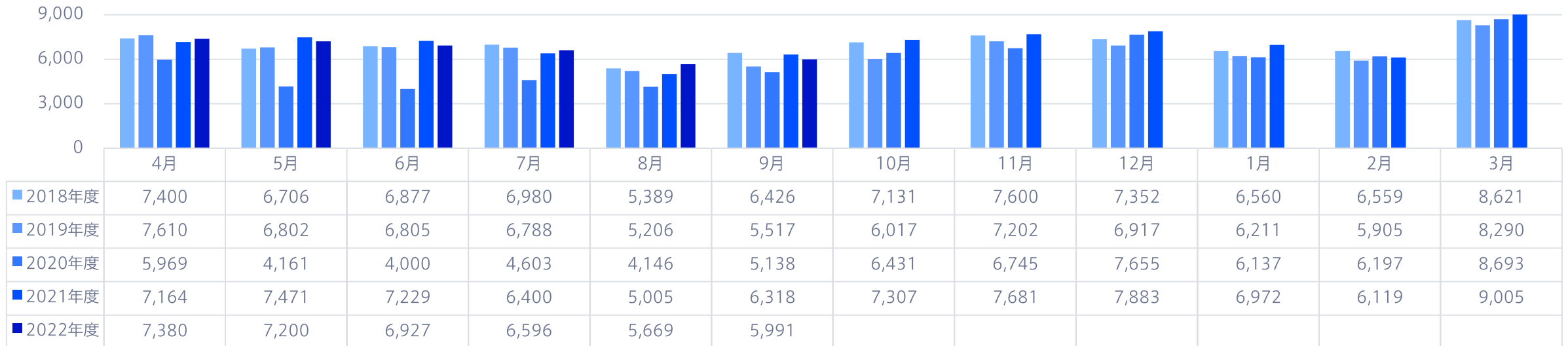
# TBSテレビ タイム・スポット収入 経年推移

(単位：百万円)

## ●タイム収入



## ●スポット収入





(単位：%)

	上期(4-9月)	増減率	シェア	前年同期	増減率	シェア
1	情報・通信・放送	△7.9	16.9	情報・通信・放送	+61.2	18.4
2	酒・飲料	△6.8	11.6	酒・飲料	+63.6	12.5
3	外食・サービス	+44.2	10.1	食品	+1.1	8.7
4	食品	△2.8	8.4	化粧品・トイレットリー	+39.3	7.0
5	医薬品	△1.6	6.8	外食・サービス	+56.1	7.0
6	金融	+5.6	5.1	医薬品	+2.5	6.9
7	化粧品・トイレットリー	-34.2	4.6	金融	+89.0	4.8
8	交通・レジャー	+18.4	4.6	エンタテインメント・趣味	+132.1	4.6
9	精密機器・事務機器	+20.2	4.4	交通・レジャー	+30.0	4.2
10	不動産・建設	+4.3	4.4	自動車・輸送機器	+6.3	4.0

※ 順位は金額順

## メディア・コンテンツ/ 不動産・その他 (1社)

(株) TBSテレビ

## メディア・コンテンツ (13社)

(株) TBSラジオ

(株) BS-TBS

(株) CS-TBS

(株) TBSスパークル

(株) TBSグローディア

(株) TBSアクト

(株) Seven Arcs

TCエンタテインメント (株)

TBS International, Inc.

(株) TBSメディア総合研究所

(株) 日音

(株) マンガボックス

(株) THE SEVEN

## ライフスタイル(3社)

(株) スタイルライフ・ホールディングス

(株) CPコスメティクス

(株) ライトアップショッピングクラブ

## 不動産・その他(5社)

赤坂熱供給 (株)

(株) TBS企画

(株) TBSサンワーク

(株) TBSヘクサ

(株) 緑山スタジオ・シティ

## 持分法適用(4社)

(株) プレースホルダ ← 2022年11月1日より商号変更 (新社名: (株)リトプラ)

(株) プレミアム・プラットフォーム・ジャパン

(株) WOWOW

碧芯珞(上海)化粧品有限公司 / BCL China Inc.