

# 日本BS放送株式会社

## 2019年8月期 第2四半期決算説明会

2019年4月25日



東証一部 コード:9414

---

I	事業環境	・・・	2
---	------	-----	---

---

II	第2四半期決算概況	・・・	5
----	-----------	-----	---

---

III	通期計画	・・・	14
-----	------	-----	----

---

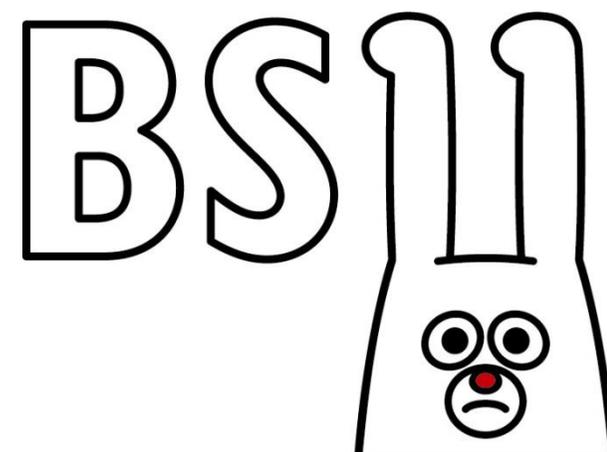
IV	重点経営施策	・・・	19
----	--------	-----	----

---

V	ご参考		
---	-----	--	--

---

# I 事業環境



## 【BS放送視聴可能世帯数は約4,287万世帯(世帯普及率73.9%)】

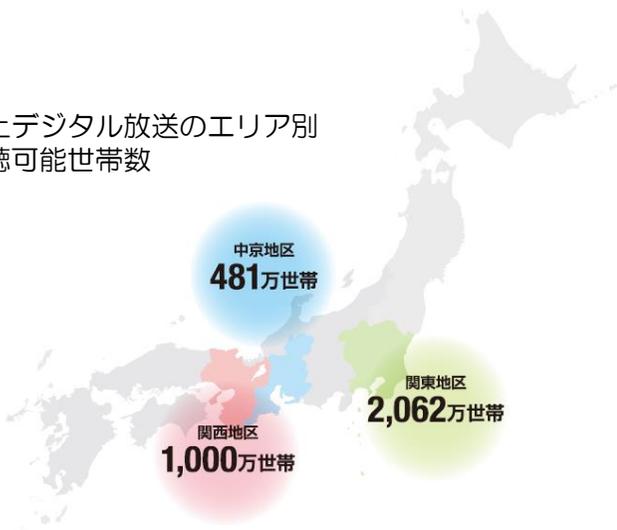
BSデジタル民放6社は、2018年6月・12月に全国のテレビを所有する普通世帯3,000世帯に対して調査を実施。この結果、視聴可能世帯数は約4,287万世帯になり、全国でBSデジタル放送を視聴出来る世帯の割合は73.9%となった。

### ■BSデジタル放送視聴可能世帯数



2018年6月・12月平均値  
ROD (ランダム・ディジット・ダイアリング) 法による  
電話調査・ビデオリサーチ

### ■地上デジタル放送のエリア別視聴可能世帯数



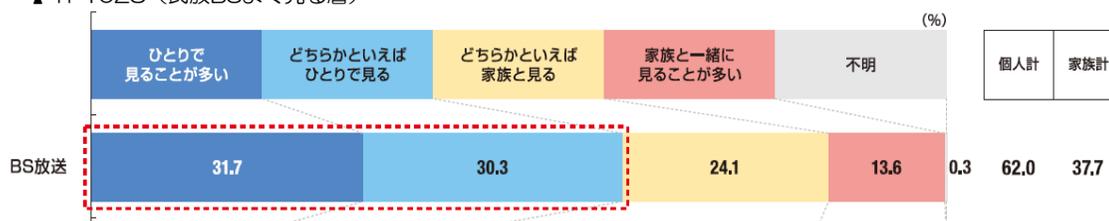
### ■BS放送をよく見る層の満足度

n=1028 (民放BSよく見る層)



### ■個人視聴／家族視聴

n=1028 (民放BSよく見る層)



### ■専念視聴／ながら視聴

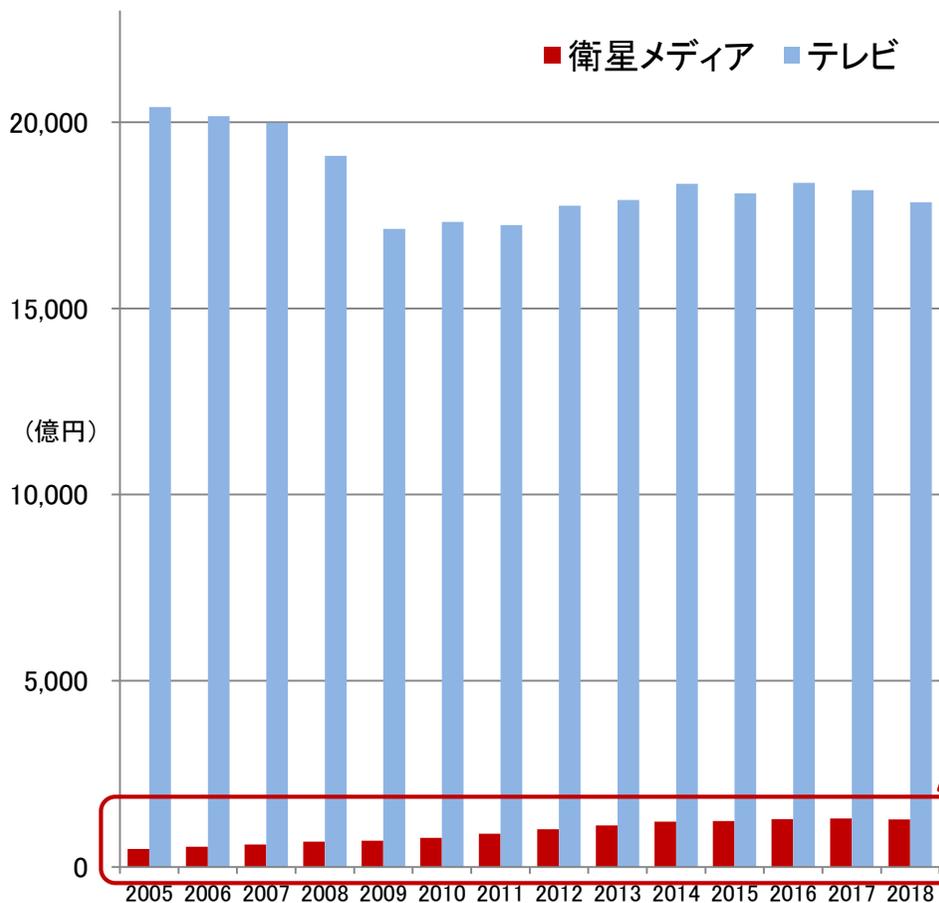
n=1028 (民放BSよく見る層)



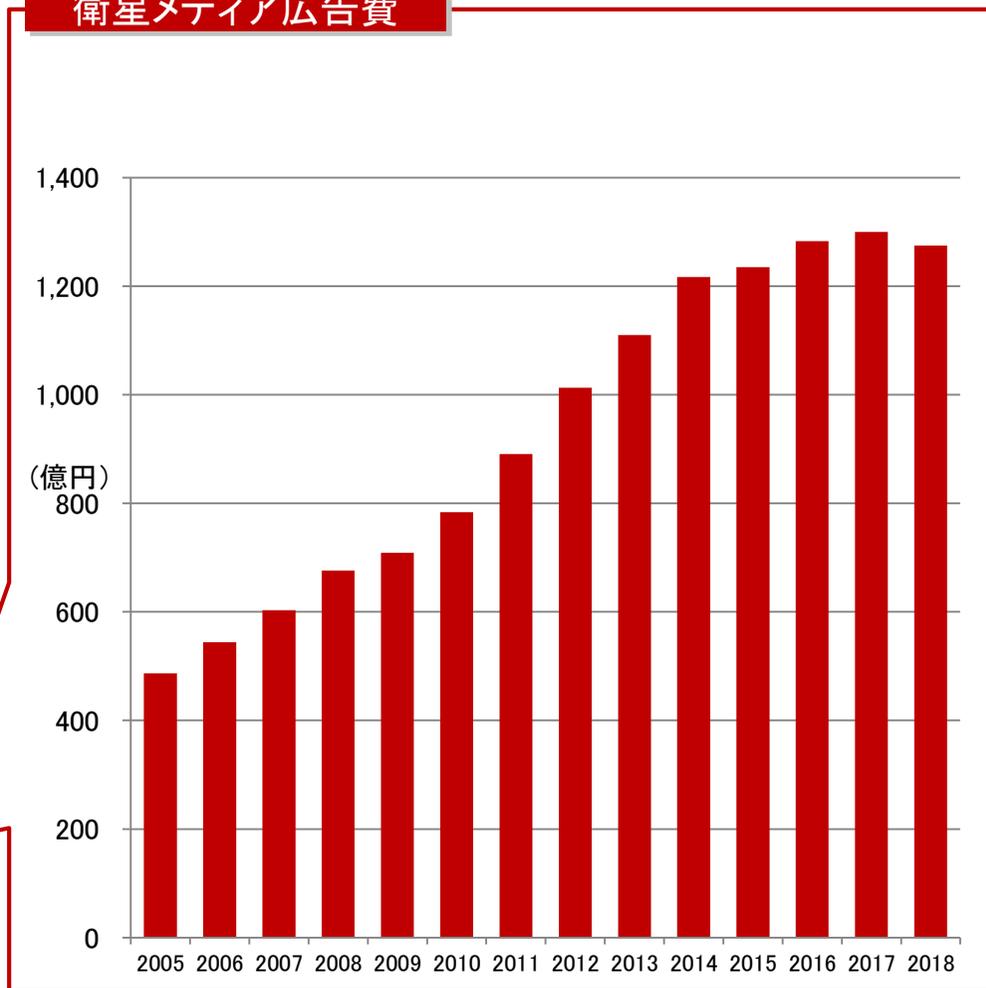
(出所)「BSデジタル放送メディアパワーガイド2018」

【地上波およびBS市場の成長は一旦鈍化傾向、ほぼ横ばいで推移】

媒体別広告費

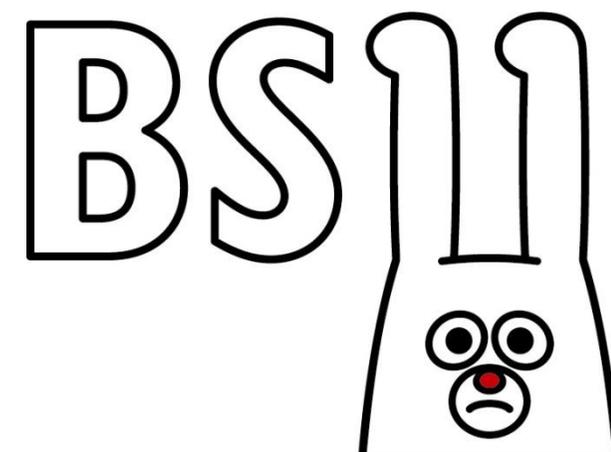


衛星メディア広告費



(出所) 電通「2018年 日本の広告費」 ※ 衛星メディアにはBS放送、CS放送、ケーブルテレビが含まれる

## Ⅱ 第2四半期決算概況



2019年8月期 第2四半期 総括(連結)

売上高 **6,076**百万円(前期比 2.0%増 ↑)

営業利益 **953**百万円(前期比 39.5%減 ↓)

2019年8月期 第2四半期 総括(個別)

売上高 **5,752**百万円(前期比 3.4%減 ↓)

営業利益 **927**百万円(前期比 42.3%減 ↓)

売上高は**6,076**百万円（前期比2.0%増）、営業利益は**953**百万円（前期比39.5%減）、  
親会社株主に帰属する当期純利益は**646**百万円（前期比39.5%減）

（単位：百万円、下段は構成比）

	2018年8月期 第2四半期 累計	2019年8月期 第2四半期累計						主な変動要因（計画比）
		実績	前年 同期比	増減額	計画	計画比	増減額	
売上高	5,955 (100.0%)	6,076 (100.0%)	+2.0%	+120	6,600 (100.0%)	▲7.9%	▲523	(売上高)
売上総利益	3,227 (54.2%)	2,897 (47.7%)	▲10.2%	▲330	— (—)	—	—	・放送事業収入・・・▲551百万円 ・その他収入・・・▲45百万円 ・その他収入(出版)・・・+73百万円
営業利益	1,577 (26.5%)	953 (15.7%)	▲39.5%	▲623	800 (12.1%)	+19.2%	+153	(営業利益)
経常利益	1,578 (26.5%)	954 (15.7%)	▲39.5%	▲623	800 (12.1%)	+19.4%	+154	・放送事業・・・+92百万円 ・出版事業・・・+60百万円
親会社株主に帰属 する四半期純利益	1,069 (18.0%)	646 (10.6%)	▲39.5%	▲422	550 (8.3%)	+17.6%	+96	

※2018年8月期第2四半期連結会計期間末より四半期連結財務諸表を作成しているため、2018年8月期第2四半期は個別業績にのれん償却のみを計上しております。

# 貸借対照表/キャッシュ・フロー計算書の概要（連結）

## 貸借対照表

（単位：百万円、下段は構成比）

		2018年8月期末	2019年8月期	
			第2四半期末	前年増減額
流動資産		12,114 (63.1%)	12,195 (63.5%)	+81
	固定資産	7,094 (36.9%)	7,023 (36.5%)	▲70
資産合計		19,208 (100.0%)	19,219 (100.0%)	+10
流動負債		2,265 (11.8%)	1,966 (10.2%)	▲298
	固定負債	103 (0.5%)	98 (0.5%)	▲4
負債合計		2,368 (12.3%)	2,065 (10.7%)	▲303
純資産合計		16,839 (87.7%)	17,154 (89.3%)	+314
負債・純資産合計		19,208 (100.0%)	19,219 (100.0%)	+10

## キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

	2018年8月期 第2四半期累計	2019年9月期 第2四半期累計
営業キャッシュ・フロー	1,037	584
税金等調整前四半期純利益	1,578	954
減価償却費	89	102
売上債権の増減額(▲は増加)	83	200
仕入債務の増減額(▲は減少)	▲13	24
未払金の増減額(▲は減少)	▲166	▲125
法人税等の支払額	▲372	▲403
投資キャッシュ・フロー	▲23	▲51
有形固定資産の取得による支出	▲149	▲44
財務キャッシュ・フロー	▲320	▲294
配当金の支払額	▲320	▲338
現金及び現金同等物の増減額	964	237
現金及び現金同等物の期首残高	8,031	9,604
現金及び現金同等物の期末残高	8,995	9,842

売上高は**5,752**百万円（前期比3.4%減）、営業利益は**927**百万円（前期比42.3%減）、  
四半期純利益は**633**百万円（前期比42.4%減）

（単位：百万円、下段は構成比）

	2018年8月期 第2四半期 累計	2019年8月期 第2四半期累計						
		実績	前年 同期比	増減額	計画	計画比	増減額	主な変動要因(計画比)
売上高	5,955 (100.0%)	5,752 (100.0%)	▲3.4%	▲203	6,350 (100.0%)	▲9.4%	▲597	(売上高) ・タイム収入 … ▲291百万円 ・スポット収入… ▲260百万円 ・その他収入 … ▲45百万円
売上総利益	3,227 (54.2%)	2,726 (47.4%)	▲15.5%	▲500	— (—)	—	—	(段階利益) 番組関連費用および広告関連費用 の積極的且つ効率的使用に対し、 その他売上原価・販売管理費の削減 により計画比利益増加
営業利益	1,606 (27.0%)	927 (16.1%)	▲42.3%	▲678	835 (13.1%)	+11.1%	+92	
経常利益	1,607 (27.0%)	930 (16.2%)	▲42.1%	▲676	835 (13.1%)	+11.5%	+95	売上原価 ・良質な自社制作番組の更なる強化 ・厳選した人気番組の積極購入 ・その他の売上原価は削減
四半期純利益	1,100 (18.5%)	633 (11.0%)	▲42.4%	▲466	580 (9.1%)	+9.2%	+53	販売管理費 ・広告関連費用を積極的に投資 ・業容拡大に伴う人件費の増加 ・その他の販売管理費は削減

# 売上区分別実績（個別）

（単位：百万円、下段は構成比）

	2018年8月期 第2四半期累計	2019年8月期 第2四半期累計			
		実績	前年同期比	計画	計画比
売上高	5,955 (100.0%)	5,752 (100.0%)	▲3.4%	6,350 (100.0%)	▲9.4%
タイム収入	4,344 (72.9%)	4,253 (73.9%)	▲2.1%	4,545 (71.6%)	▲6.4%
スポット収入	1,451 (24.4%)	1,315 (22.9%)	▲9.4%	1,576 (24.8%)	▲16.5%
その他	159 (2.7%)	183 (3.2%)	+14.5%	229 (3.6%)	▲20.0%

## 主な増減要因(前年同期比)

### ■ タイム収入

《 中長期での売上増加を目指した番組改編(一般番組等拡大)を実施 》

- ・ 番組改編に伴うクライアントの入替により売上単価が一部低下
- ・ ショッピング枠縮小に伴う売上減少

➡ クオリティを追求した自社制作番組を中心に一般番組への新規クライアント獲得と単価アップに注力

### ■ スポット収入

《 ショッピング業界の環境変化(ネットなどへの媒体変更)の影響により減収 》

➡ 効果的な広告宣伝の実施・強化により媒体価値向上を推進。新規クライアントの獲得と単価アップに注力

### ■ その他

- ・ アニメ製作委員会への出資に伴う配当金収入、保有コンテンツの販売に伴う収入が好調

➡ 好調分野を更に推進するとともに、放送周辺事業の新規取り組みを積極的に実施

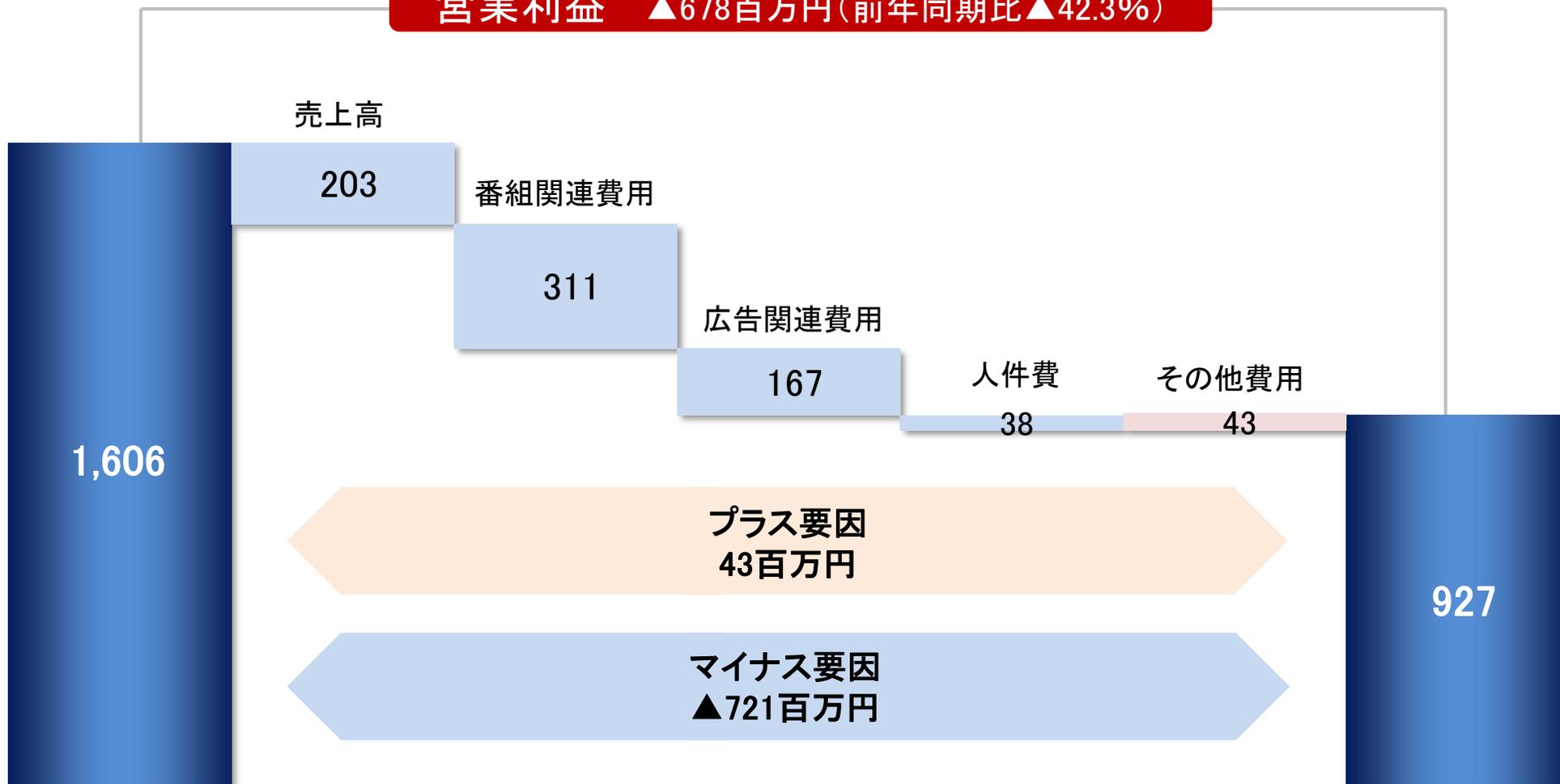
# 主要費用項目実績（個別）

（単位：百万円、下段は売上比）

	2018年8月期 第2四半期累計	2019年8月期 第2四半期累計		
		実績	前年同期比	主要な増減要因
番組関連費用(原価)	1,783 (30.0%)	2,095 (36.4%)	+17.5%	《番組購入費》 ・厳選した人気海外ドラマや映画等の購入による増加  《番組制作費》 ・良質な自社制作番組に伴う、番組内容のより一層の充実による増加（キャストिंगの選定等） ・新たな施策展開（eスポーツ大会の運営・放送等）
番組購入費	279 (4.7%)	384 (6.7%)	+37.7%	
番組制作費	1,504 (25.3%)	1,711 (29.7%)	+13.7%	
放送関連費用(原価)	316 (5.3%)	311 (5.4%)	▲1.6%	
放送委託費	277 (4.7%)	277 (4.8%)	0%	
技術費	38 (0.6%)	33 (0.6%)	▲13.5%	
広告関連費用(販管費)	337 (5.7%)	505 (8.8%)	+49.6%	《広告宣伝費》 ・番組視聴世帯数増加に向け新聞広告（全国・地方）を継続強化 ・戦略的且つ効果的な媒体（WEB等）を積極的に活用 ・局認知向上を図ったローカル局へのテレビCM広告を実施
広告宣伝費	298 (5.0%)	466 (8.1%)	+56.1%	
販売促進費	39 (0.7%)	39 (0.7%)	▲0.1%	

**営業利益 ▲678百万円（前年同期比▲42.3%）**

単位：百万円



2018年8月期  
第2四半期累計

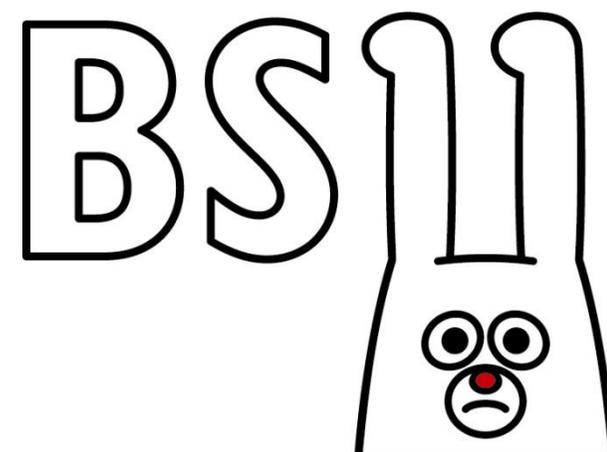
2019年8月期  
第2四半期累計

# 貸借対照表の概要（個別）

（単位：百万円、下段は構成比）

		2018年8月期末	2019年8月期		
			第2四半期末	増減額	主要な増減要因
流動資産	流動資産	11,438 (61.7%)	11,496 (62.1%)	+58	・現金及び預金の増加・・・+155百万円 ・売掛金の減少・・・▲120百万円
	固定資産	7,092 (38.3%)	7,024 (37.9%)	▲68	
資産合計		18,531 (100.0%)	18,521 (100.0%)	▲10	
流動負債	流動負債	1,594 (8.6%)	1,281 (6.9%)	▲312	・未払金の減少・・・▲104百万円 ・未払法人税等の減少 ▲111百万円
	固定負債	85 (0.5%)	87 (0.5%)	+2	
負債合計		1,680 (9.1%)	1,369 (7.4%)	▲310	
純資産合計		16,851 (90.9%)	17,151 (92.6%)	+300	・利益剰余金の計上・・・+294百万円
負債・純資産合計		18,531 (100.0%)	18,521 (100.0%)	▲10	

### Ⅲ 通期計画



売上高は**14,000**百万円（前期比12.1%増）、営業利益は**2,005**百万円（前期比17.4%減）、  
親会社株主に帰属する当期純利益は**1,400**百万円を計画（前期比15.6%減）

（単位：百万円、下段は構成比）

	2018年8月期		2019年8月期				
	第2四半期 累計	通期	第2四半期累計		通期計画		
			実績	前年同期比	計画	前年同期比	増減額
売上高	5,955 (100.0%)	12,494 (100.0%)	6,076 (100.0%)	+2.0%	14,000 (100.0%)	+12.1%	+1,505
営業利益	1,577 (26.5%)	2,427 (19.4%)	953 (15.7%)	▲39.5%	2,005 (14.3%)	▲17.4%	▲422
経常利益	1,578 (26.5%)	2,425 (19.4%)	954 (15.7%)	▲39.5%	2,005 (14.3%)	▲17.3%	▲420
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,069 (18.0%)	1,659 (13.3%)	646 (10.6%)	▲39.5%	1,400 (10.0%)	▲15.6%	▲259

※2018年8月期第2四半期連結会計期間末より四半期連結財務諸表を作成しているため、2018年8月期第2四半期は個別業績にのれん償却のみを計上しております。

売上高は**13,500**百万円（前期比12.4%増）、営業利益は**2,000**百万円（前期比17.2%減）、  
当期純利益は**1,400**百万円を計画（前期比16.2%減）

（単位：百万円、下段は構成比）

	2018年8月期		2019年8月期				
	第2四半期 累計	通期	第2四半期累計		通期計画		
			実績	前年同期比	計画	前年同期比	増減額
売上高	5,955 (100.0%)	12,015 (100.0%)	5,752 (100.0%)	▲3.4%	13,500 (100.0%)	+12.4%	+1,484
タイム収入	4,344 (72.9%)	8,742 (72.8%)	4,253 (73.9%)	▲2.1%	9,593 (71.1%)	+9.7%	+850
スポット収入	1,451 (24.4%)	2,933 (24.4%)	1,315 (22.9%)	▲9.4%	3,353 (24.8%)	+14.3%	+419
その他	159 (2.7%)	338 (2.8%)	183 (3.2%)	+14.5%	554 (4.1%)	+63.8%	+215
営業利益	1,606 (27.0%)	2,416 (20.1%)	927 (16.1%)	▲42.3%	2,000 (14.8%)	▲17.2%	▲416
経常利益	1,607 (27.0%)	2,420 (20.1%)	930 (16.2%)	▲42.1%	2,000 (14.8%)	▲17.4%	▲420
当期純利益	1,100 (18.5%)	1,670 (13.9%)	633 (11.0%)	▲42.4%	1,400 (10.4%)	▲16.2%	▲270

## 期末配当金を1円増配、20.0円を計画

### 配当政策の基本方針

- ・ 当社は、BSデジタル放送事業者という高い公共性に鑑み 永続的且つ健全な経営の維持に努めるとともに、財務体質の強化と内部留保の充実を考慮しつつ、将来の事業展開等を総合的に勘案した上で、長期にわたり**安定した**利益配当を**継続的に**実施する方針です。
- ・ **年1回**の期末配当を行うことを基本とします。

### 年間配当金

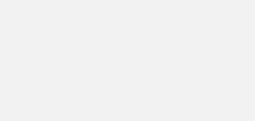
	2015年 8月期	2016年 8月期	2017年 8月期	2018年 8月期	2019年 8月期 (予想)
年間配当	15.0 円	17.0 円	18.0 円	19.0 円	<b>20.0円</b>
普通配当	13.5 円	17.0 円	18.0 円	19.0 円	<b>20.0円</b>
記念配当	1.5 円	0 円	0 円	0 円	<b>0円</b>
1株当たり当期純利益	68.34 円	82.04 円	85.27 円	86.50 円	<b>78.64円</b>

## 株主優待制度の概要

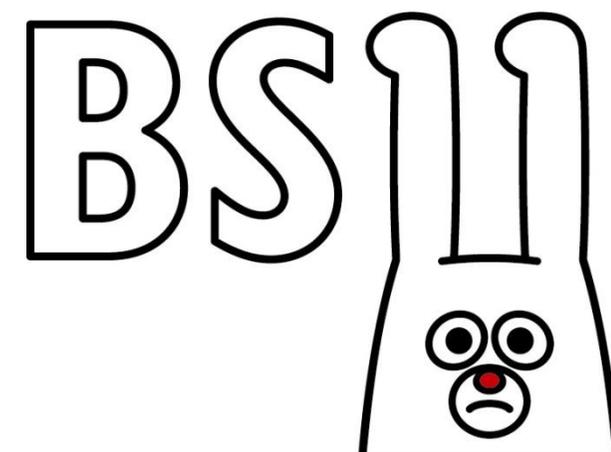
- ・ 8月末日、2月末日を基準日として、年2回の株主優待を実施
- ・ ビックカメラグループ全店で利用可能な「ビックカメラ商品券」1,000円券1枚を贈呈
- ・ 各基準日現在の当社株主名簿に記載または記録された当社株式1单元(100株)以上保有されている株主様が対象

## 長期保有株主優待制度の概要

- ・ 以下の2要件の両方に該当する株主様に対し、「ビックカメラ商品券」(1,000円券)を追加贈呈
  - ①基準日(毎年8月末日、2月末日)の当社株主名簿に連続3回以上同一株主番号で記載または記録されたこと
  - ②当社株式1单元(100株)以上を継続して保有されていること

基準日		2月末日	8月末日
贈呈時期		5月	11月
贈呈内容	株主優待制度	 ビックカメラ商品券1,000円券1枚	 ビックカメラ商品券1,000円券1枚
	長期保有株主優待制度	 ビックカメラ商品券1,000円券1枚	 ビックカメラ商品券1,000円券1枚

## IV 重点経営施策



持続的成長に必要な『4つの“力”』

企画“力”

プロデュース“力”

キャスティング“力”

マーケティング“力”

企画 <b>力</b> Planning	視聴者やクライアントのニーズを捉え、的確な企画立案
キャスティング <b>力</b> Casting	映像の「商品価値」を高めるスタッフ・出演者のキャスティング
マーケティング <b>力</b> Marketing	データベースを用いて潜在的な需要を喚起し効果的に戦略実行
プロデュース <b>力</b> Produce	皆様の役に立つ、質の高い情報・番組を提供・制作

重点施策としての『5本の矢』



1. 自社制作番組の充実と拡大

- ・ 人気番組に集中して資源を投下
- ・ 番組を「作品」から「商品」へと昇華



2. 情報番組の選択と拡大

- ・ プレミアエイジへのホスピタリティの強化
- ・ イベント等番組連動企画の立ち上げ



3. アニメ番組の強化

- ・ 得意分野の更なる強化
- ・ 目指すのは「アニメといえばBS11」



4. ローカル局とのコラボ

- ・ 独立ローカル局の強みを生かした差別化施策
- ・ 日本各地の「いいもの」を全国へ発信



5. スポーツコンテンツの充実

- ・ 新たなニーズの発掘
- ・ 「BS11ならではの」コンテンツ作り

## BS11主催イベントの実施・放送



・決勝大会は当社BS11ビルで実施



・ビックカメラ店舗での予選



- BS11主催
- BS11オンデマンドにて初放送・ネット同時配信

## 民間放送連盟賞 最優秀賞受賞

平成30年 日本民間放送連盟賞 **最優秀賞受賞!**  
 (番組部門【テレビエンターテインメント番組】)



- 審査員の評価コメント(抜粋)
  - ・「知的な刺激」
  - ・「ストイックな内容」
  - ・「新たな発見がある」
- 共同スキームによる多面展開
  - ・東京メトロポリタンテレビジョン様
  - ・ひかりTV様
- 今後の更なる自社制作番組への励みに

平成30年日本民間放送連盟賞・番組部門  
 【テレビエンターテインメント番組】最優秀賞を受賞!

BS11開局10周年特別番組  
 『北極ミステリー～暮末美術秘話 もう一人の北極を追え～』  
 (2017年12月9日放送)

※日本民間放送連盟賞…質の高い番組がより多く制作・放送されることを促すとともに、CM制作や技術開発の質的向上と、放送による社会貢献活動等のより一層の発展を図ることを目的に、日本民間放送連盟(民放連)が1953(昭和28)年に創設した賞です。

(一般社団法人 日本民間放送連盟HPより引用)

## 今後の施策

### ・4月新番組 『八代亜紀 いい歌いい話』



八代亜紀が歌謡番組のMCに初挑戦。

画家でもある八代さんのアトリエに見立てたセットに毎回お客様をお迎えし、楽しいトークと素敵な歌をお届け。

1時間半ゆったり、じっくり楽しめる番組。

### ・『ひかりTV』で放送開始



「ひかりTV」でのIP同時再放送開始に伴い、BS11の番組を更に多くの視聴者の皆様にお届け!

紀行・歴史・歌謡・スポーツ番組のほか、映画やアニメなど多岐にわたるジャンルを放送します。

### ・『Live「Anison Days」Day1』イベント実施



人気アニソン番組「Anison Days」が初の単独LIVEを開催決定!

番組MCの森口博子さん、酒井ミキオさんが登場し豪華出演者とともに2日間の全3公演。

アニソン名曲を極上の生演奏にて披露、トークパートも充実!

**豪華出演者多数登場**



自社制作番組の充実と拡大

2019年4月より、国民的歌手である八代亜紀さんの人生初MC歌謡番組

「八代亜紀 いい歌いい話」を放送開始し、更に充実したラインナップへ改編

情報・エンタメ・音楽



毎週月曜  
よる7時00分～



毎週木曜  
よる7時30分～

アニメ



毎週月曜  
よる11時00分～



毎週月曜  
よる11時30分～

報道・経済



毎週月～金曜  
よる8時59分～

紀行・教養・ドキュメンタリー



毎週月曜  
よる8時00分～



毎週金曜  
よる7時00分～



毎週金曜  
よる8時00分～



毎週日曜  
よる10時00分～



自社制作番組の販売実績（例）





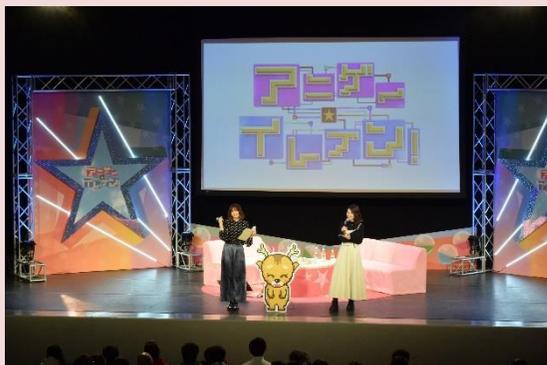
“アニメ”を活用した施策展開



# 「アニゲー☆イレブン」

アニメ&ゲームの最新情報をお届け！  
毎回、多彩なゲストを招いてトークを繰り広げる  
エンタメ総合情報番組！

## 企業コラボ



今年1月に番組初となる公開収録をよみうりランド 日テレらんらんホールで実施。番組MCのLynn(リン)、葉山いくみのほか、小山力也、岡咲美保、千本木彩花などの豪華ゲストとともに、トークや企画で盛り上がりました。

## イベントへの出展



来場者14万人を超える、日本最大のアニメイベントへ出展。ステージは2日間で計7ステージを実施し、いずれも盛況でした。



人気番組の多角的展開

BS11 文化放送  
日本BS放送 AM1134 / FM91.6



「Anison Days」

あの名曲がよみがえる！“大人アニソン”  
番組！幅広い世代のゲストを迎え、珠玉の  
アニソンをオリジナルでお送りいたします。

ラジオ展開



ラジオ版「Anison Days+」

森口博子をメインMCとして起用。当社に所属しているアナウンサー八木菜緒をアシスタントに、「Anison Days」で放送された音源と番組内に入らなかった未公開トークを紹介いたします。

イベント展開



Anison Days Festival

アニメフィルムフェスティバル東京2018×Anison Daysコラボレーションアニソンライブ「Anison Days Festival」。「アニメの日」として認定された、10月22日に、オーイシマサヨシ、織田哲郎、鈴木みのり、の“超”破格なゲストとともに、一夜限りのライブステージを実施いたしました。



## アニメ制作委員会出資作品

### 《制作委員会への出資作品》

(2018年10月～2019年3月)



転生したら  
スライム  
だった件

©川上泰樹・伏瀬・講談社／転スラ制作委員会



© Spike Chunsoft Co., Ltd./コンセプト制作委員会



火ノ丸相撲

(C)川田／集英社・「火ノ丸相撲」制作委員会



同居人はひげ、時々頭のうゑ

©みなつき・ニツ家あす・COMICポラリス／ひざえ製作委員会



ゴロウシン  
エイヤス

©2018 夏海公司／KADOKAWA／GAF Project



青春ブタ野郎は  
バニーガール先輩の  
夢を見ない

©2018 鴨志田 一／  
KADOKAWA アスキー・メディアワークス／青ブタ Project



GRIDMAN

(C)円谷プロ (C)2018 TRIGGER・雨宮哲／  
「GRIDMAN」制作委員会



アニメール!

©卯花つかさ・芳文社／アニメール！制作委員会



B-PROJECT  
絶頂\*エモーション

©MAGES./Team B-PRO2

(2019年4月～)



賢者の孫

©2019 吉岡 剛・菊池政治／KADOKAWA／賢者の孫制作委員会



世話やきキツネの  
仙狐さん

©2019 リムコロ／KADOKAWA／  
世話やきキツネの仙狐さん制作委員会



ぼくたちは勉強  
ができない

©筒井大志／集英社・ぼくたちは勉強ができない制作委員会



Fairygone

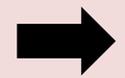
©2019 Five fairy scholars／フェアリーゴーン制作委員会

➤ 制作委員会出資作品を含むアニメコンテンツを多数放送！

## 番組収録・放送後の店内装飾・商品へのPOP展開



ビックカメラ名古屋駅西店からの番組収録をはじめ、人気声優の2人が名古屋をまぢめぐり！仲良し2人ならではの散歩番組。



番組放送後、声優さんが巡った場所の「リアルチエキMAP」を展示。

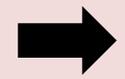


※ビックカメラ名古屋駅西店  
番組で紹介した商品へのPOP展開。

## 1社提供ミニ番組施策（店舗での放映・コンテンツ二次利用可）



今どきの“スマートグッズ”と、とっておきのアイテムをご紹介。



あべのキューズモール店



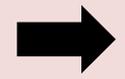
ビックロ ビックカメラ新宿東口店



ビックカメラ札幌店



「家族の新常識」をテーマに、リビングやペットにまつわる最新の商品をご紹介。



池袋西口店



JR八王子駅店



JR京都駅店

➤ グループシナジーを最大限活用した“差別化”戦略

## 特別番組

### ◆開局11周年特別番組



11月11日を「イレブンの日」と銘打ち、11時間のスポーツ特別編成で放送。「スポーツの進化」「スポーツの指導者とその未来」「スポーツと社会の未来」の3部にわたり《スポーツの未来像》を放送。



「見えない」「聞こえない」「話せない」という三重苦を負い、波乱の生涯を送った“奇跡の人”ヘレンケラー。障害者福祉にささげた彼女の知られざる愛と感動の物語をお届け。

### ◆その他特番



高橋英樹と真麻が、熊本と鹿児島を結ぶローカル線・肥薩線の旅へ！球磨川の絶景や日本三大車窓のひとつ“矢岳越え”を堪能。大河ドラマ「西郷どん」の舞台も訪ねました。



男子柔道100kg級で最も金メダルに近い男「ウルフ・アロン」。柔道人生における栄光と挫折を通して、彼の強さと2020年に向けた夢と野望を描き放送。

## ローカル局とのコラボ番組

### KBS京都と共同製作



### 和歌山県庁との取り組み



### 各ローカル局とコラボ



➤ ローカル局とのコラボレーションを積極的に実施



## 主な広告展開

### ◆新聞広告(全国・地方紙)



### ◆ビックカメラ店舗網の活用

＜レジ同梱チラシ＞

( 3月 )



( 4月 )



毎月、ビックカメラ・コジマ・ソフマップ全店で、BS11一押し番組のチラシを配布。

### ◆交通広告(首都圏主要駅)



御茶ノ水駅(丸の内線)



有楽町駅(地下)

### ＜看板広告展開＞※一部抜粋



ビックカメラ有楽町店



ビックカメラなんば店



ビックカメラ新宿東口駅前店

全国のビックカメラ各店舗に看板を掲出。定期的に変更し運用。

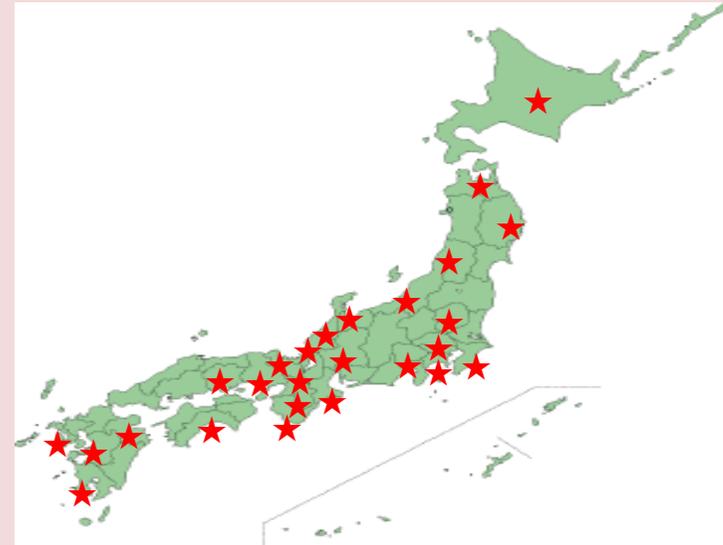


局の認知向上施策

◆テレビCM



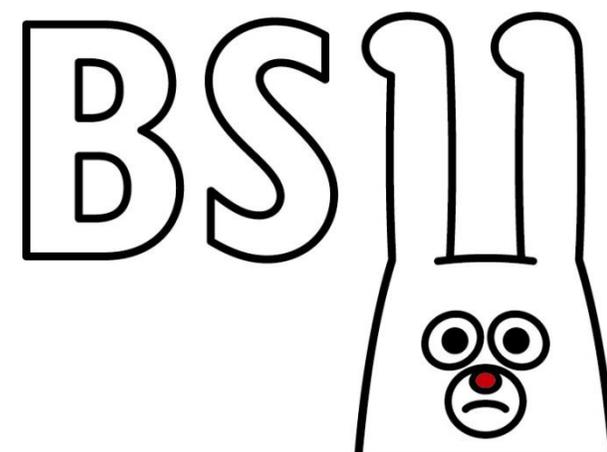
◆放送実績



- ・ テレビ北海道 ・ 青森放送 ・ 青森朝日放送 ・ 岩手朝日放送 ・ さくらんぼテレビ
- ・ とちぎテレビ ・ テレビ埼玉 ・ 千葉テレビ ・ テレビ神奈川 ・ テレビ新潟
- ・ 富山テレビ ・ 石川テレビ ・ 福井テレビ ・ テレビ山梨 ・ 岐阜放送 ・ KBS京都
- ・ びわ湖放送 ・ 三重テレビ ・ 奈良テレビ ・ サンテレビ ・ 岡山放送
- ・ 高知さんさんテレビ ・ テレビ長崎 ・ 長崎国際テレビ ・ 長崎文化放送
- ・ 鹿児島放送 ・ 南日本放送 ・ 鹿児島読売テレビ ・ テレビ大分 ・ 熊本放送

➤ 独立局だからできる、全国各地のローカル局へのCM展開

# V ご参考



## 会社概要

本社	東京都千代田区神田駿河台二丁目5番地
事業内容	全国無料のBSハイビジョン放送“BS11”チャンネルの運営
代表者	代表取締役会長 兼 CEO 齋藤 知久 代表取締役社長 兼 COO 小野寺 徹
設立	1999年8月
資本金	4,183,198千円 (2018年8月31日現在)
従業員数	117名(連結) (2018年8月31日現在)

## 沿革

1999年8月	株式会社ビックカメラにより、衛星放送の番組及び普及に関する調査研究を目的として設立
2000年12月	BSデジタルデータ放送開始
2004年9月	東経110度CSデジタル放送開始
2007年12月	BSデジタルハイビジョン放送(BS11)開始
2010年 4月	一般社団法人日本民間放送連盟に入会
2010年11月	株式会社ジュピターテレコム(J:COM)において再送信開始
2011年10月	接触率調査(BSパワー調査)に参加
2014年3月	東京証券取引所市場第2部へ上場
2015年3月	東京証券取引所市場第1部へ上場
2018年1月	理論社・国土社の株式を100%取得し完全子会社化

## コーポレートガバナンスの基本的な考え方

当社は、国民共有の希少資源である電波を預かる放送事業者として公共的使命と社会的責任の重要性を深く認識しています。「質の高い情報を提供することで人々に感動を与え幸せな社会づくりに貢献します」という経営理念のもと、企業の持続的な成長と中長期的な企業価値向上を図るため、実効性のあるコーポレートガバナンスを実現してまいります。

全国どこでも無料で見られるBS放送局の運営

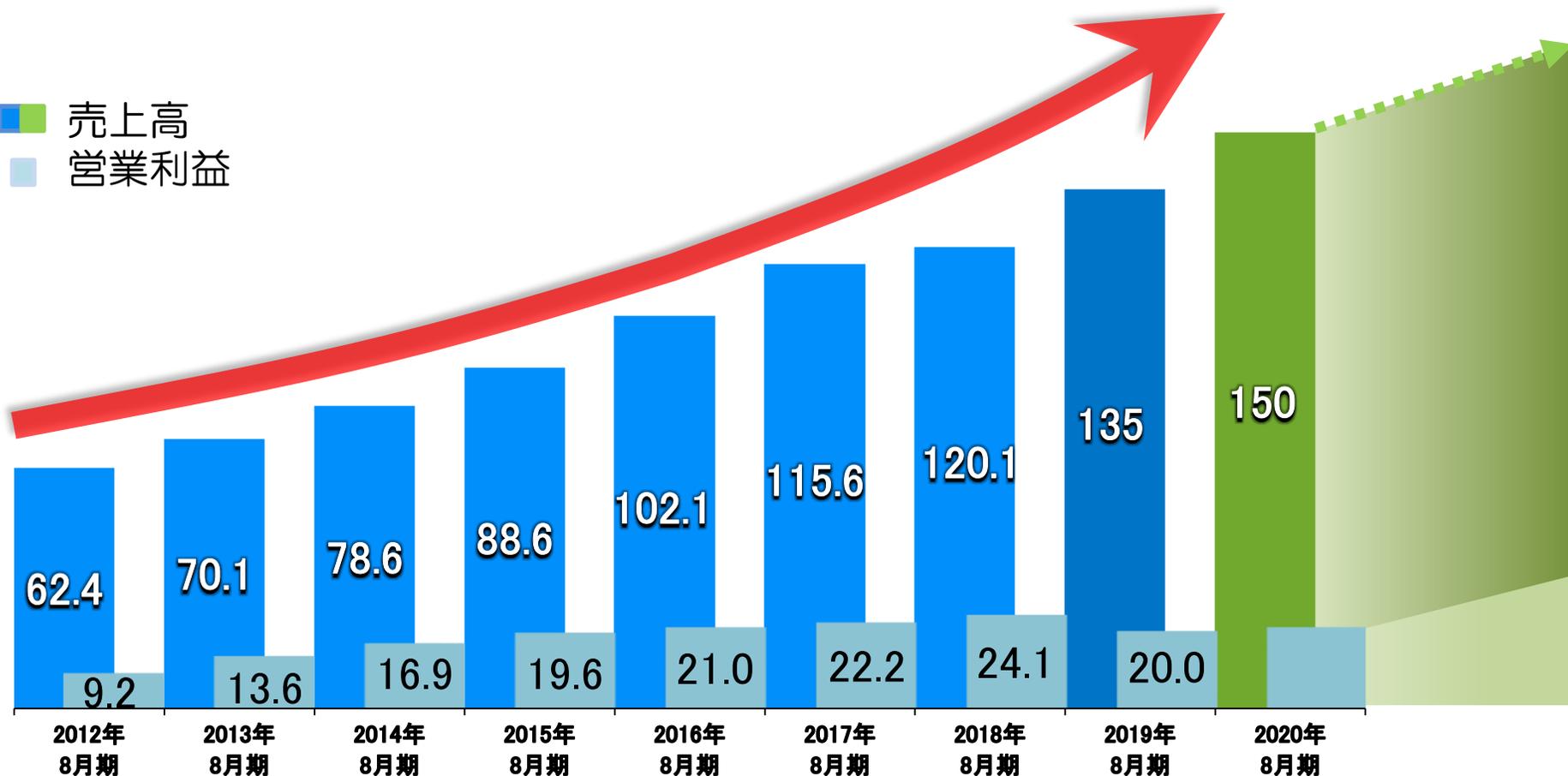
BS放送のチャンネル(全国)

無料/ 有料	有料		無料					有料					無料		
リモコン	1	2	4	5	6	7	8	9	9	9	10	10	10	11	12
放送局名	NH K (BS 1)	NH K (BS プレミアム)	BS 日テレ	BS 朝日	BS-TBS	BS ジャパン	BS フジ	WOWOWプライム	WOWOWライブ	WOWOWシネマ	スターチャンネル1	スターチャンネル2	スターチャンネル3	当社 BS11	Twelve

# 2020年 売上150億円必達！ ～民放BS局トップグループへ！～

（単位：億円）

■ 売上高  
■ 営業利益



- ❑ 本資料は日本BS放送株式会社(以下、当社)の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。
- ❑ 本資料には当社の業績、戦略、事業計画などに関する将来的予測を示す記述および資料が記載されております。これらの将来的予測に関する記述および資料は過去の事実ではなく、発表時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予測です。
- ❑ また経済動向、他社との競合状況などの潜在的リスクや不確実な要因も含まれています。その為、実際の業績、事業展開または財務状況は今後の経済動向、業界における競争、市場の需要、その他の経済・社会・政治情勢などの様々な要因により、記述されている将来予測とは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。

【本資料及び当社IRに関するお問い合わせ先】

日本BS放送株式会社

経営戦略局 経営戦略部

TEL 03-3518-1900

URL <http://www.bs11.jp/>

