

# 日本BS放送株式会社

## 2016年8月期 決算説明会

2016年10月26日



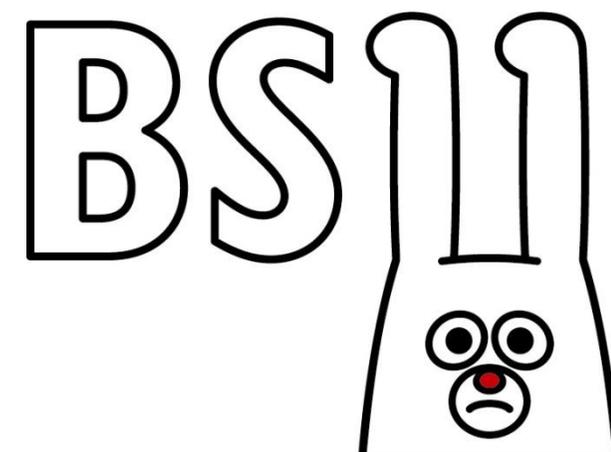
東証一部 コード: 9414

---

I	決算概況と次期の見通し	・・・ 2
II	事業環境	・・・ 14
III	重点経営施策	・・・ 19
IV	(ご参考)会社概要	・・・ 30

---

# I 決算概況と次期の見通し



経営理念

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。

経営ビジョン

豊かで癒される 教養・娯楽番組と  
中立公正な 報道・情報番組を発信し

**『価値ある時間』**を約束します。

行動指針

- 公共的な使命を認識し社会の信頼に応えます。
- 良質なコンテンツの創造を追求します。
- 常に新しい可能性に挑戦します。

2016年8月期 総括

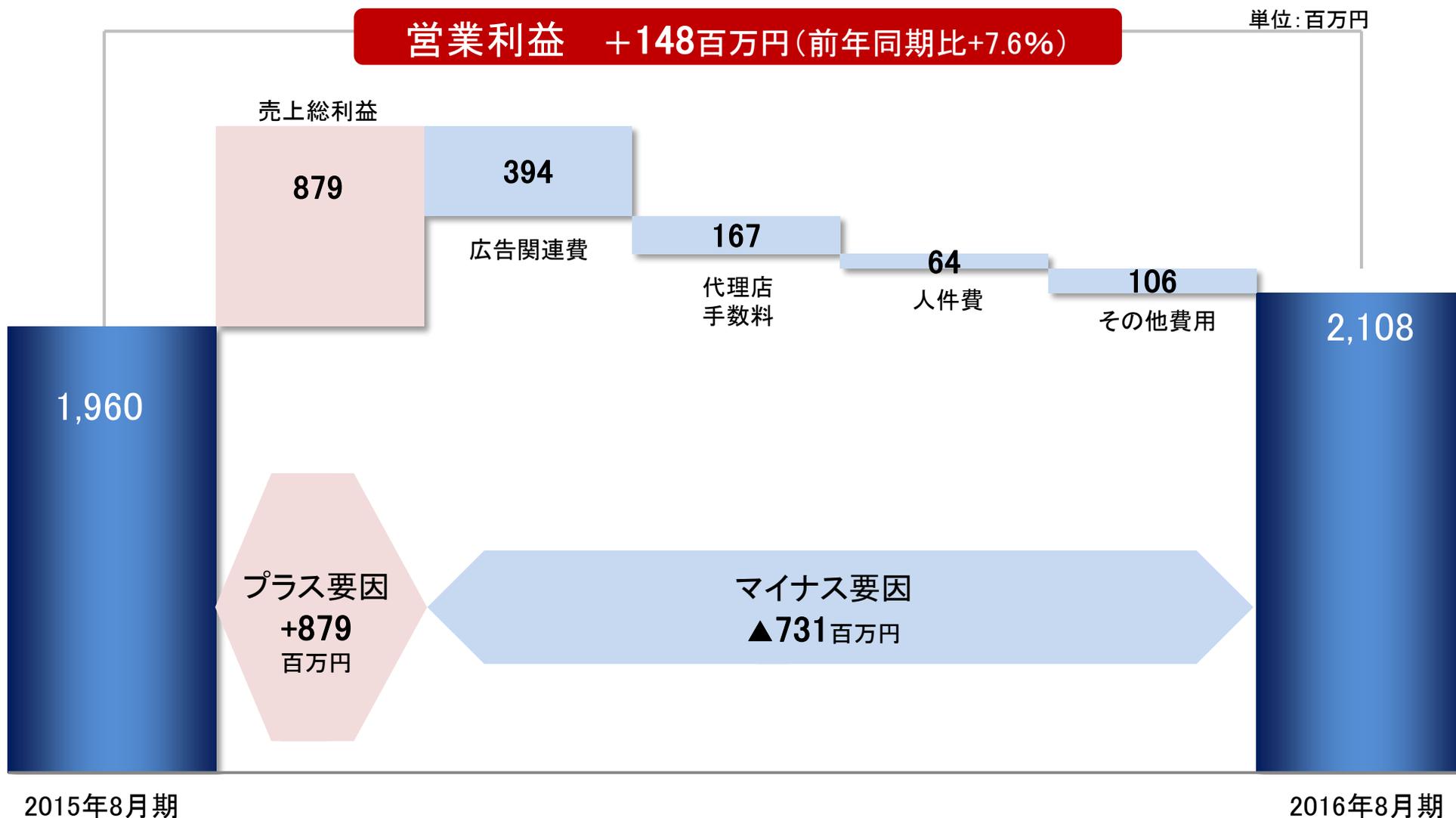
売上高 **10,212百万円** (前期比 15.2%増)

営業利益 **2,108百万円** (前期比 7.6%増)

- 売上、利益とも計画・前年を上回って推移
- 高品質な自社制作番組の放送による広告枠の付加価値向上
- 番組視聴世帯数増加を目的とした効率的な広告宣伝の実施

(単位: 百万円、下段は構成比)

	2015年8月期	2016年8月期						
		実績	前年比	増減額	計画	計画比	増減額	主な変動要因(計画比)
売上高	8,865 (100.0%)	10,212 (100.0%)	+15.2%	+1,346	10,200 (100.0%)	+0.1%	+12	(売上高) タイム収入は計画通りに推移 スポット収入(純広)が計画比 好調な推移による増加
売上総利益	4,704 (53.1%)	5,583 (54.7%)	+18.7%	+879	— (—)	—	—	(段階利益) ・売上高増加及び売上原価・販 管費の効率的使用による利益 増加
営業利益	1,960 (22.1%)	2,108 (20.6%)	+7.6%	+148	2,000 (19.6%)	+5.4%	+108	≪利益増加の具体的要因≫ 売上原価: ・番組関連費用は計画内での 効率的使用 ・その他原価項目の効率的使 用
経常利益	1,912 (21.6%)	2,137 (20.9%)	+11.8%	+225	2,000 (19.6%)	+6.9%	+137	販売管理費: ・広告関連費用を積極的に使 用したものの、その他販管費を 効率的に使用
当期純利益	1,216 (13.7%)	1,460 (14.3%)	+20.0%	+243	1,350 (13.2%)	+8.2%	+110	



(単位: 百万円、下段は構成比)

	2015年8月期	2016年8月期			
		実績	前年同期比	計画	計画比
売上高	8,865 (100.0%)	10,212 (100.0%)	+15.2%	10,200 (100.0%)	+0.1%
タイム収入	6,392 (72.1%)	7,486 (73.3%)	+17.1%	7,581 (74.3%)	▲1.2%
スポット収入	2,259 (25.5%)	2,530 (24.8%)	+12.0%	2,455 (24.1%)	+3.1%
その他	214 (2.4%)	195 (1.9%)	▲8.6%	164 (1.6%)	+19.3%

## 主な増減要因(前年同期比)

- タイム収入
  - ・新規通販枠の獲得、既存通販枠単価が引き続き上昇したことによる増加
  - ・特別番組の放送に伴う番組提供の獲得による増加
- スポット収入
  - ・BS放送の媒体価値向上に伴い、純広スポットが順調に増加
  - ・韓国ドラマの根強い人気に支えられ、間に放送する通販スポット販売が堅調に推移
- その他
  - ・アニメ制作委員会への出資に伴う配当金収入、番組コンテンツの販売による収入

(単位:百万円、下段は売上比)

	2015年8月期	2016年8月期		
		実績	前年同期比	主要な増減要因
番組関連費用(原価)	2,601 (29.3%)	2,860 (28.0%)	+9.9%	
番組購入費	372 (4.2%)	527 (5.2%)	+41.4%	人気連続ドラマ購入による増加
番組制作費	2,228 (25.1%)	2,333 (22.8%)	+4.7%	制作番組の内容充実による増加
放送関連費用(原価)	646 (7.3%)	667 (6.5%)	+3.2%	
放送委託費	555 (6.3%)	555 (5.4%)	-	
技術費	90 (1.0%)	111 (1.1%)	+22.6%	放送関連施設充実のための施設移設費用増加
広告関連費用(販管費)	689 (7.8%)	1,083 (10.6%)	+57.2%	
広告宣伝費	621 (7.0%)	1,002 (9.8%)	+61.3%	番組視聴世帯数増加に向けた広告宣伝活動の強化による増加
販売促進費	68 (0.8%)	81 (0.8%)	+19.4%	広告宣伝など効果測定実施による増加

# 貸借対照表／キャッシュ・フロー計算書の概要

## 貸借対照表

(単位:百万円、下段は構成比)

		2015年8月期末	2016年8月期	
				増減額
流動資産		7,892 (52.8%)	8,993 (56.3%)	+1,100
	固定資産	7,049 (47.2%)	6,986 (43.7%)	▲62
資産合計		14,942 (100.0%)	15,980 (100.0%)	+1,038
流動負債		1,782 (11.9%)	1,640 (10.3%)	▲142
	固定負債	72 (0.5%)	59 (0.3%)	▲12
負債合計		1,854 (12.4%)	1,699 (10.6%)	▲155
純資産合計		13,087 (87.6%)	14,280 (89.4%)	+1,193
負債・純資産合計		14,942 (100.0%)	15,980 (100.0%)	+1,038

## キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2015年8月期	2016年8月期
営業キャッシュ・フロー	1,788	1,612
税引前当期純利益	1,909	2,161
減価償却費	182	258
売上債権の増減額(▲は増加)	▲130	▲339
仕入債務の増減額(▲は減少)	▲21	136
未払費用の増減額(▲は減少)	▲84	17
法人税等の支払額	▲149	▲736
投資キャッシュ・フロー	▲207	▲566
有形固定資産の取得による支出	▲190	▲565
財務キャッシュ・フロー	▲243	▲284
配当金の支払額	▲222	▲266
現金及び現金同等物の増減額	1,337	761
現金及び現金同等物の期首残高	4,794	6,131
現金及び現金同等物の期末残高	6,131	6,893

単位: 百万円

## 売上高

単位: 百万円

タイム収入

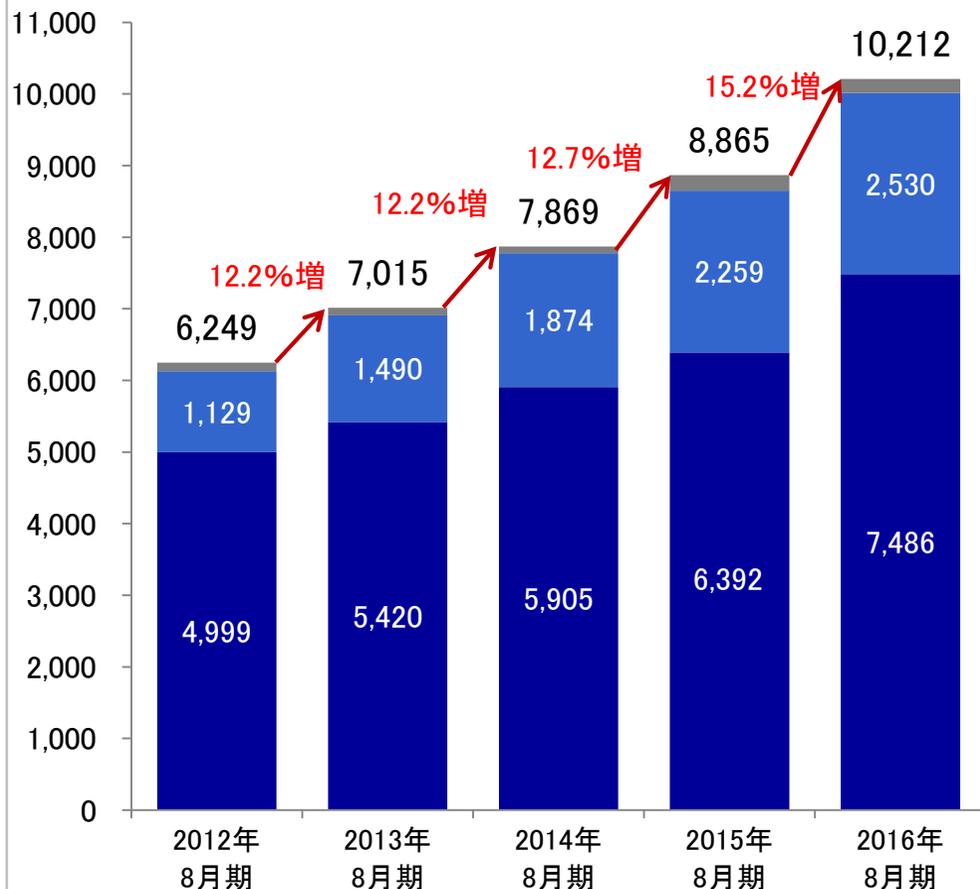
- ・広告主に番組の放送時間枠を販売
- ・広告主の提供する番組およびCMを放送

スポット収入

- ・広告主に番組と番組の間の時間枠等を秒単位で販売
- ・広告主のCMを放送

その他収入

- ・地上波ローカル局等への番組販売
- ・番組制作による収入

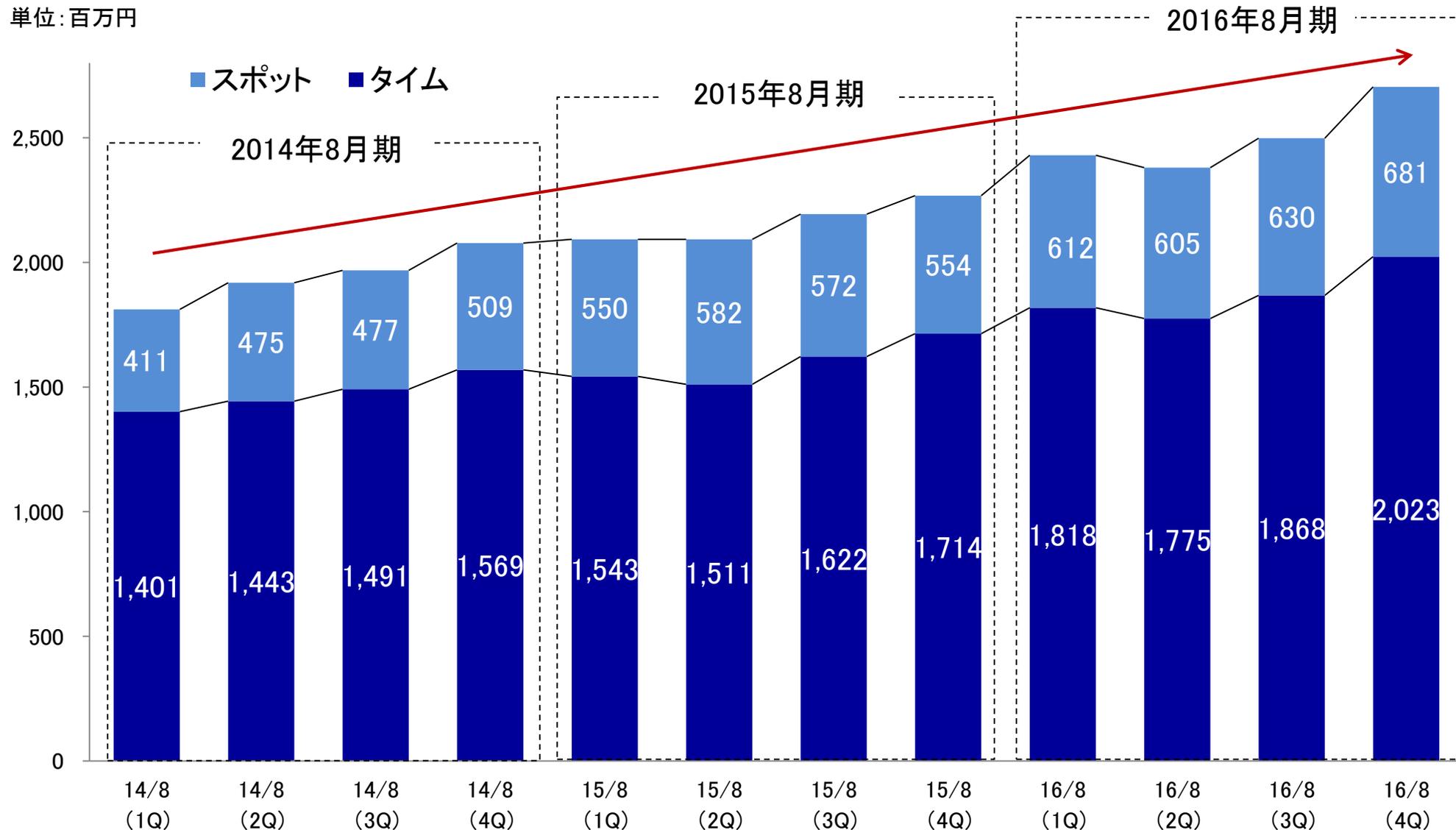


## 経常利益



## ◆ 売上高の変動に季節的要因はなく、引き続き増加トレンド

単位: 百万円



売上高は**12,000**百万円(前期比17.5%増)、営業利益は**2,200**百万円(前期比4.3%増)、  
当期純利益は**1,460**百万円を計画

(単位:百万円、下段は構成比)

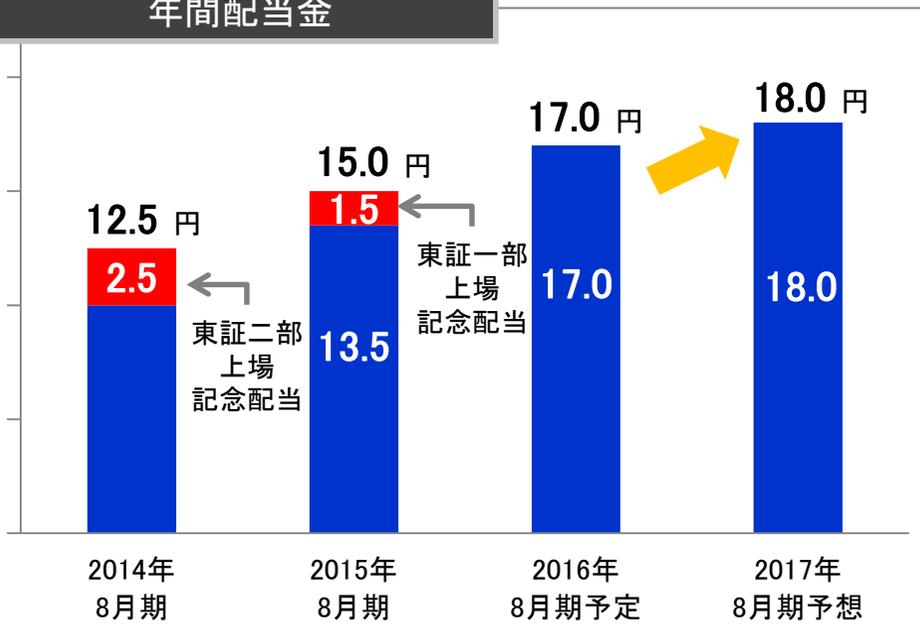
	2016年8月期		2017年8月期				
	第2四半期 累計	通期	第2四半期累計		通期計画		
			計画	前年同期比	計画	前年同期比	増減額
売上高	4,898 (100.0%)	10,212 (100.0%)	5,600 (100.0%)	+14.3%	12,000 (100.0%)	+17.5%	+1,787
タイム収入	3,594 (73.4%)	7,486 (73.3%)	4,120 (73.6%)	+14.7%	8,857 (73.8%)	+18.3%	+1,370
スポット収入	1,218 (24.9%)	2,530 (24.8%)	1,384 (24.7%)	+13.6%	2,896 (24.1%)	+14.5%	+365
その他	86 (1.7%)	195 (1.9%)	95 (1.7%)	+10.4%	246 (2.1%)	+26.1%	+51
営業利益	1,184 (24.2%)	2,108 (20.6%)	965 (17.2%)	▲18.6%	2,200 (18.3%)	+4.3%	+91
経常利益	1,185 (24.2%)	2,137 (20.9%)	965 (17.2%)	▲18.6%	2,200 (18.3%)	+2.9%	+62
当期純利益	802 (16.4%)	1,460 (14.3%)	630 (11.3%)	▲21.5%	1,460 (12.2%)	▲0.0%	▲0

## 期末配当金を1円増配、18.0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。

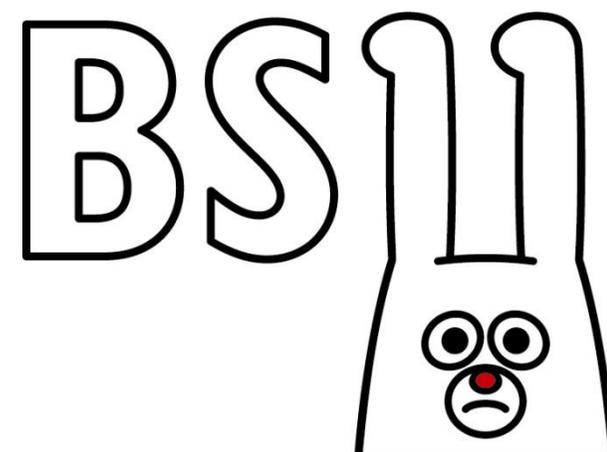
### 年間配当金



	2014年 8月期	2015年 8月期	2016年 8月期	2017年8月期 (予想)
年間配当	12.5 円	15.0 円	17.0 円	18.0 円
普通配当	10.0 円	13.5 円	17.0 円	18.0 円
記念配当	2.5 円	1.5 円	0 円	0 円
1株当たり 当期純利益	77.67 円	68.34 円	82.04 円	82.01 円

(注) 1. 2013年12月16日付株式分割(1対2)、及び2014年8月1日付株式分割(1対2)を遡及計算して記載。

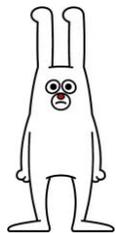
## II 事業環境





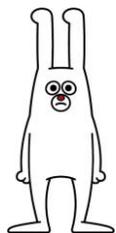
POINT 1

全時間帯において、全国約4,000万世帯で同時に同一の放送を視聴可能



POINT 2

BSの市場規模は毎年成長を継続



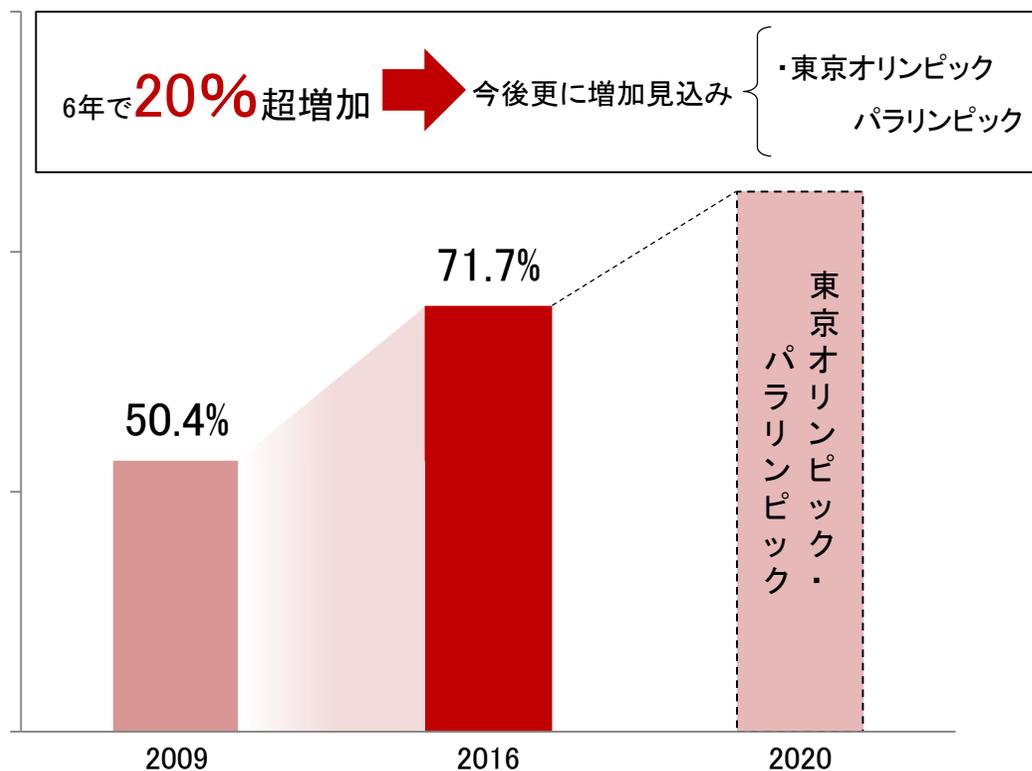
POINT 3

地上波とは全く異なるコスト構造により高効率の広告ビジネスを実現

## 【全時間帯において、全国約4,000万世帯で同時に同一の放送を視聴可能】

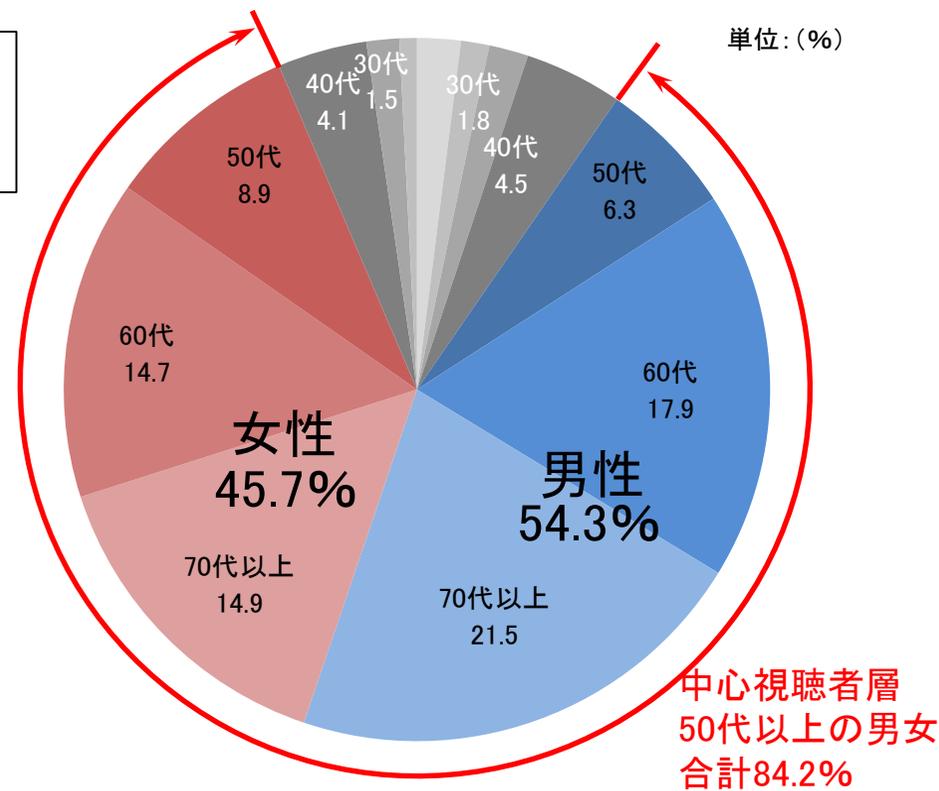
- ◆ 2011年の地上テレビ放送完全デジタル化を契機に、BSチューナー搭載テレビ累計出荷数**1億3000万台**
- ◆ パラボラアンテナ・ケーブルTVを利用したBS放送視聴可能世帯も約**4,000万**世帯まで普及(約70%)

### BSデジタル放送視聴可能世帯



(出所) ビデオリサーチ「BS世帯普及率調査」  
 ※ 2009年は8月と10月調査の平均。2016年は2016年3月と2016年9月の平均。

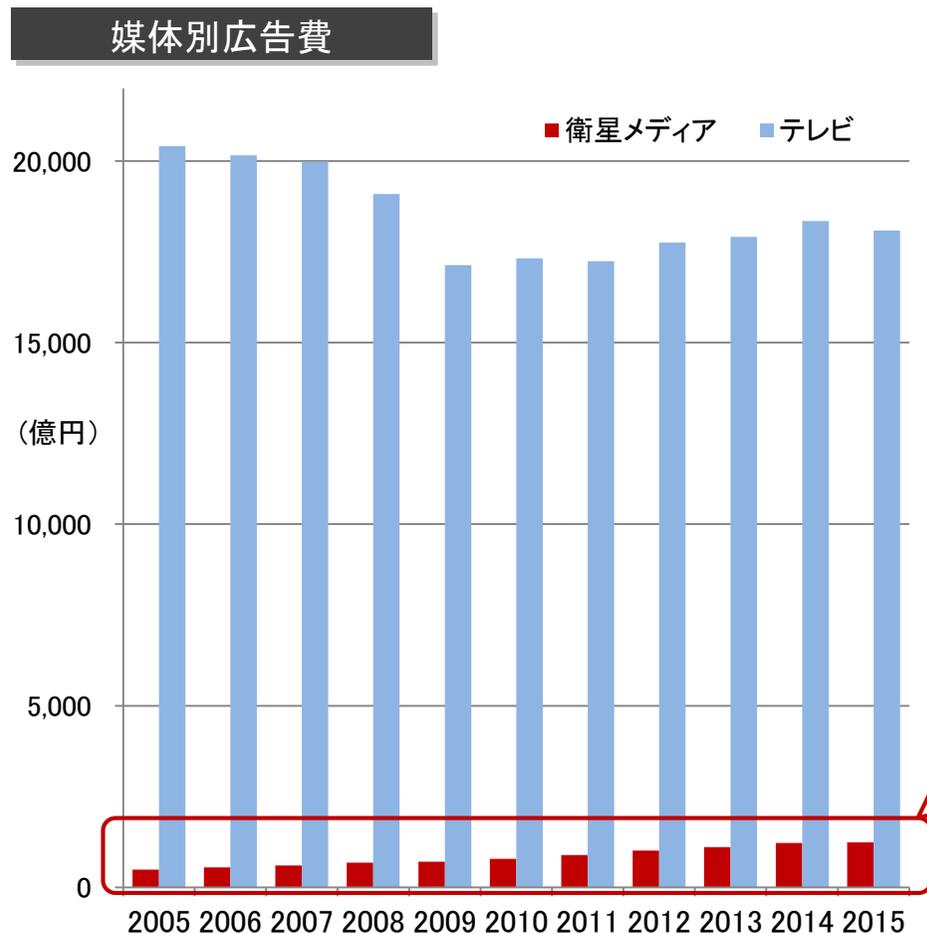
### 民放BSよく見る層の性年齢構成



(出所) 「BSデジタル放送メディアパワーガイド2016」  
 ※ 無料民放BS放送を「ほぼ毎日見る」or「週4~5日」見ると回答した人の割合。

## 【BSの市場規模は毎年成長を継続】

◆地上波の広告費が横ばいに対し、BS広告市場は成長を続ける



(出所) 電通「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

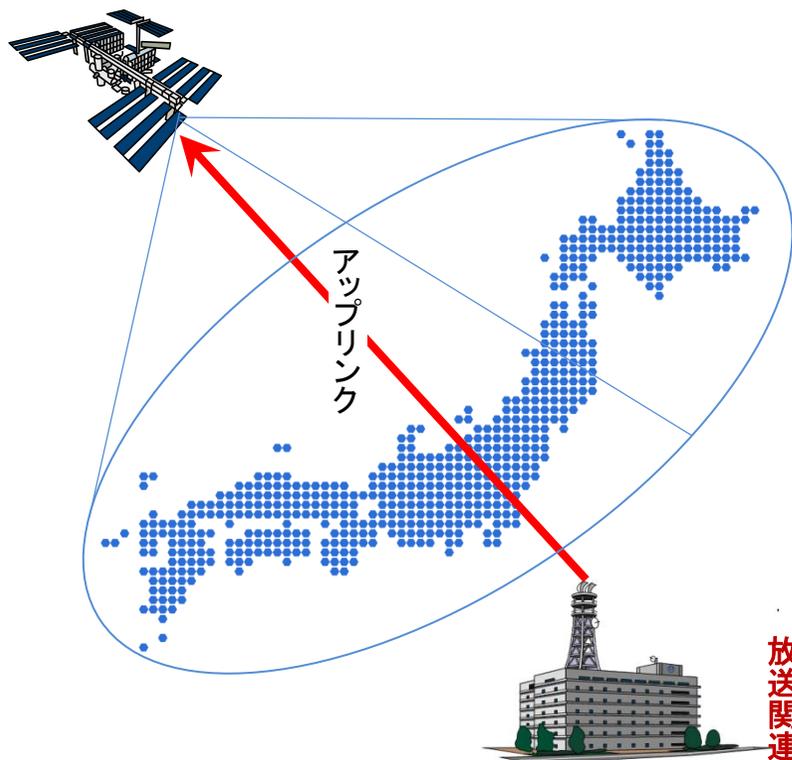
## 【地上波とは全く異なるコスト構造により高効率の広告ビジネスを実現】

◆地上波に比べ低コストでの放送 ⇒ 効率的な広告費で日本全国に放送可能

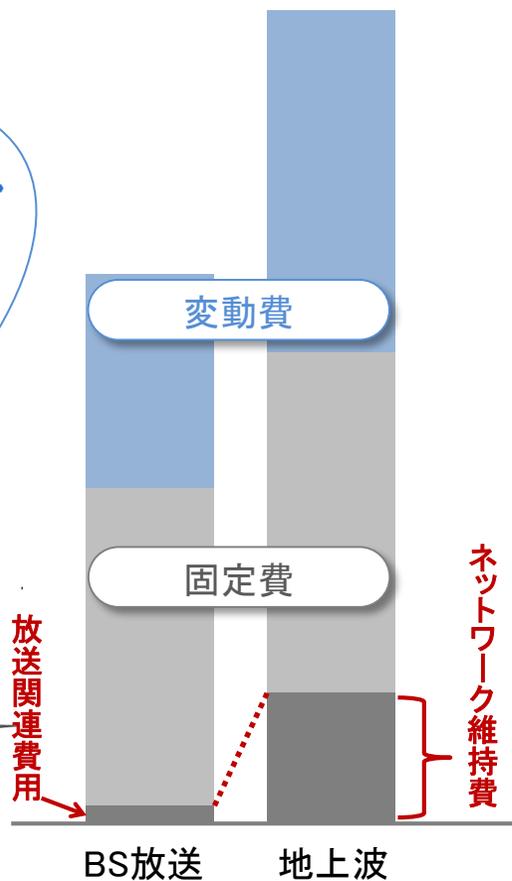
無料BS放送

コスト構造の比較

キー局系列の地上波放送

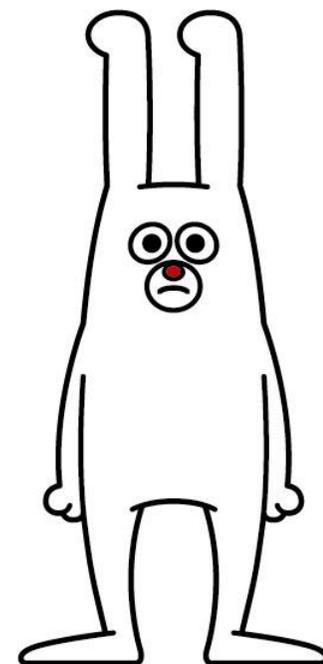


- ・日本全国に電波の送信が可能
- ・ネットワークの構築が不要



- ・少数チャンネル地域の存在
- ・嵩むネットワーク維持費

### Ⅲ 重点経営施策



# BS11 中期経営計画

(2016年8月期－2018年8月期)

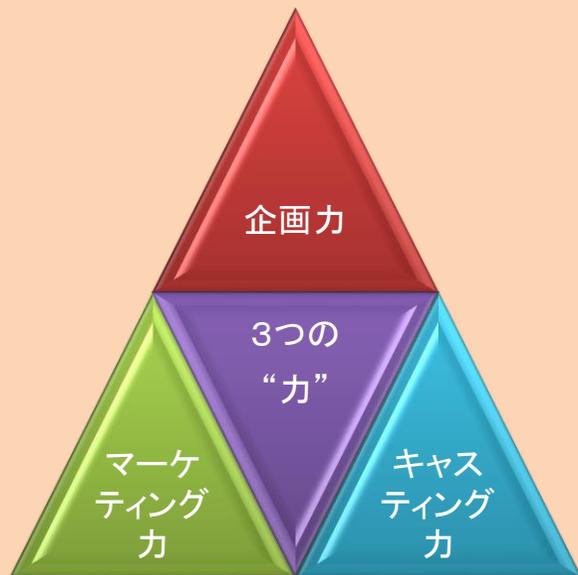
2018年8月期 売上高 **150**億を目標

- 売上高
- 営業利益



# 持続的な成長への基本戦略＝「3つの“力”」と「5本の矢」

## 持続的成長に必要な3つの“力”



### ・企画“力”

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“力”

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“力”

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

## 重点施策としての「5本の矢」

### ① 自社制作番組の選択と集中

- ・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 スポーツ&エンターテインメントの強化

- ・新たなニーズの発掘と適切な対応
- ・「癒し」や「楽しみ」を提供する番組作り

### ④ 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」

### ⑤ 地方局とのコラボレーションの強化

- ・独立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

## ① 自社制作番組の選択と集中

### 【データベースを活用し中心視聴者層とクライアントのニーズをマッチング】

コアな視聴者向けのニッチな番組やゆったり見られる紀行番組など、視聴者とクライアントの様々なニーズに合わせ、自社制作番組へ資源を集中

#### 新番組

##### エンターテインメント



##### スポーツ



#### 継続レギュラー番組

##### エンターテインメント



##### エンターテインメント



##### スポーツ



##### 紀行・教養



## ②情報番組の選択と拡大

### 【「買い物＝最も身近なエンターテインメント」を日本全国へ】

#### ・プレミアエイジへのホスピタリティ強化



全国どこからでも、いいものを欲しい時に購入。

BS放送の特徴である「全国どこでも見られる」ことを活かし、「買う」というエンターテインメントをお届けする。全国各地で産出される「いいもの」を紹介することで、気軽に買いに行くことが難しいプレミアエイジに対して、「買う楽しみ」を提供。



#### ・ショップチャンネル × BS11

日本最大のテレビ通販「ショップチャンネル」を運営するジュピターショップチャンネル様との協業施策を実施。ショップチャンネルの人気企画「日本を見つけよう」とBS11の人気番組「人情ふれあい いいなあ日本」のコラボレーションが実現。

2016年6月に福井特集を放送し、「人情ふれあい いいなあ日本」でヨネスケさんが訪れたお店の商品を、翌日放送のショップチャンネルで販売し好評を博した。



『越前三国湊屋』(有限会社スターフーズ)にて  
「焼き鯖寿司」紹介

## ③スポーツ&エンターテインメントの強化

### 【新たなニーズの喚起と、「熱気」「癒し」の提供】



#### ・日本女子ソフトボールリーグ



2020年東京オリンピック正式種目  
復帰が決定したソフトボールの日本  
女子リーグを昨年に続き放送。  
世界最高峰のソフトボールリーグの  
熱戦をお届けする。

#### ・全日本プロレスイレブン



ジャイアント馬場の系譜に連なる  
日本プロレスの原点、全日本プロレス。  
「王道の復興」を標榜し、秋山準が率いる  
いま注目の新生全日本プロレス  
毎月1回、興奮のリングサイドを放送。

#### ・全日本学生柔道体重別選手権



将来のメダリスト候補を数多く輩出する  
全日本学生柔道体重別選手権大会。  
BS11では毎年若手選手の躍動を放送。

## ④アニメ番組の強化

## 【得意分野の更なる強化 「アニメと言えばBS11」】

## ・アニゲー☆イレブン！

人気声優 久保ユリカさんをMCとしてアニメ・ゲームなど様々な情報を多彩なゲストと共に紹介する自社制作の情報番組。

「他では見られないコアな情報番組」を合言葉に、歌手や声優だけでなく、アニメやゲームのプロデューサーなど制作スタッフをゲストに迎えて作品に込めた「思い」や「本音」を引き出していく。

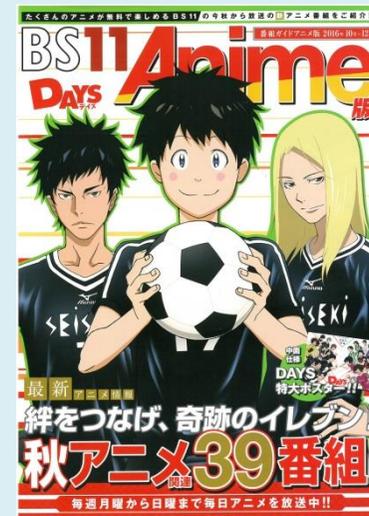
## ・無料BS放送局随一のアニメ放送本数

無料BS放送局としてはアニメ放送本数が最も多い特徴を持つBS11。

フルハイビジョン画質の番組を日本全国で同時に見られるBS波の特性を生かし、今後もアニメファンから支持されるラインナップを取り揃えて放送する。

## ・製作委員会への出資

アニメの放送のみならず、製作委員会へ出資しチームの一員となることにより、より深くアニメに関わっていく。戦略的かつ積極的に製作委員会へ参加し、より良いコンテンツを視聴者に届けられるよう製作段階から一緒に作り上げるとともに、委員会参加各社とのレーションを強化していく。



2016年10月～12月のアニメ番組ガイド

## ⑤地方局とのコラボレーション強化

## 【全国の放送局とコラボレーションし、地域の魅力を全国へ放送】

## ・地方局・地方公共自治体との共同製作番組

「京都・国宝浪漫」(毎週木曜よる10時～ 放送中！)

「生中継！京都五山送り火2016」(2016年8月16日放送)

「京都 夜桜 生中継 春らんまんの醍醐寺から」(2016年4月3日放送)

「人間国宝・井上萬二～有田焼「白磁」の魅力～」(2012年12月2日放送)

「有田焼創業400年 人間国宝 井上萬二 新たなる創造と挑戦」(2016年4月23日放送)

## ・地方局による良質な制作番組を全国放送

「油屋熊八伝～100年前、別府を世界に売り出した男～」(2016年8月20日放送)

など、地元の制作会社ならではの長期密着取材によるドキュメンタリーをはじめ

取材先との良好な関係に裏打ちされた、深く良質な番組制作を実現。



生中継！京都五山送り火2016

ゲスト：壇蜜



油屋熊八伝 油屋熊八役：TKO木下

## PR動画の制作・WEB展開



「中畑清 熱血スポーツ応援団」のアシスタントMCを務める稲村亜美さんをフィーチャーしたPRムービーを制作。「一生懸命は、美しい」をキーワードに、稲村さんが様々な競技に真剣に挑戦する姿は大きな反響を呼び、Youtubeの閲覧数は約100万回と、現在も伸び続けている。



メイキング動画も絶賛公開中!

## 看板・動画広告展開

### ・地上波、トレインチャンネルへのスポットCM展開

首都圏、北海道、中部、九州の地上波ローカル局でスポットCMを放送。

また、トレインチャンネルでの動画広告も展開。

### ・ビックカメラ、ソフマップ壁面看板展開



ビックカメラ有楽町店



ソフマップ秋葉原本館



ビックカメラ名古屋駅西店



ビックカメラ新宿東口駅前店

## イベント協賛

### ・第36回つくばマラソン



約15,000人が参加する日本陸上競技連盟公認のマラソン競技大会「第36回つくばマラソン」を「中畑清 熱血スポーツ応援団」が協賛し、プロモーションを実施予定。「マラソンを科学する」という大会テーマのもと、毎年「進化してゆくマラソン」を目指している大会です。

### ・SPORTS OF HEART2016



「すべての人たちが共に分かち合い、心豊かに暮らせるニッポン」をめざす「スポーツ・オブ・ハート」プロジェクト。障がい者も健常者も一緒に楽しめるスポーツと文化の祭典に当社も協賛、「中畑清 熱血スポーツ応援団」とのコラボレーション企画を実現。

## コンテンツ販売実績(例)

### ・世界豪華客船紀行

世界各地の豪華客船で巡る極上の旅をお届けする紀行番組。プレミアエイジに人気のコンテンツ。



### ・ふらり旅 いい酒いい肴

居酒屋探訪家としても有名な太田和彦さんが、全国にある地元の居酒屋を巡り、人々とふれあいを楽しみ、地元のいい酒と美味しいものをじっくり味わう大人の旅番組。



### ・日本ほのぼの散歩

日常の喧騒から離れ、日本各地をただゆったりと歩く。各界の著名人が日本のいいところを再発見する旅に出る紀行番組。



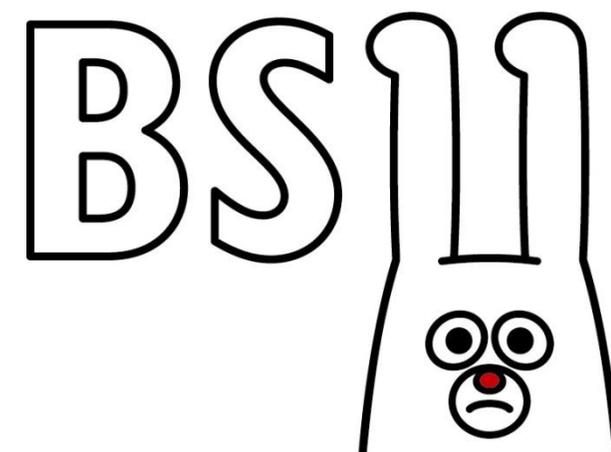
### ・ハワイ新発見

ハワイで暮らす人々に焦点を当て、日本とハワイの文化交流の歴史や現地の暮らしを紹介することで「ハワイに住んでいる気持ちになる」紀行番組。





## IV (ご参考)会社概要



## 会社概要

本社	東京都千代田区神田駿河台2-5
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	代表取締役会長兼社長 齋藤 知久
設立	1999年8月
資本金	4,183,198千円(2016年8月31日現在)
従業員数	82名(2016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

## 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 JAPAN	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 	Twelve

- ❑ 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/>

