

# 日本BS放送株式会社

2020年8月期 第2四半期

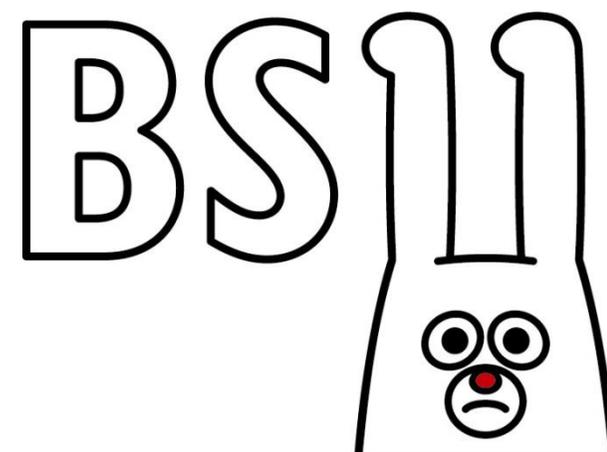
(決算補足説明資料)

2020年4月8日



東証一部 コード:9414

# I 決算概況



2020年8月期第2四半期決算総括(連結)

売上高 **5,690**百万円(前期比 6.3%減 ↓)

営業利益 **1,012**百万円(前期比 6.1%増 ↑)

2020年8月期第2四半期決算総括(個別)

売上高 **5,397**百万円(前期比 6.2%減 ↓)

営業利益 **993**百万円(前期比 7.1%増 ↑)

売上高は**5,690**百万円（前期比6.3%減）、営業利益は**1,012**百万円（前期比6.1%増）、  
親会社株主に帰属する当期純利益は**691**百万円（前期比6.8%増）

（単位：百万円、下段は構成比）

	2019年8月期 第2四半期 累計	2020年8月期 第2四半期累計						主な変動要因（前年比）
		実績	前年 同期比	増減額	計画	計画比	増減額	
売上高	6,076 (100.0%)	5,690 (100.0%)	▲6.3%	▲386	6,200 (100.0%)	▲10.0%	▲510	【売上高】 ・放送事業収入： ▲348百万円 ・その他収入： ▲6百万円 ・その他収入（出版）： ▲31百万円
売上総利益	2,897 (47.7%)	2,847 (50.0%)	▲1.7%	▲50	— (—)	—	—	
営業利益	953 (15.7%)	1,012 (17.7%)	+6.1%	+59	980 (15.8%)	+3.2%	+32	【営業利益】 ・放送事業： +65百万円 ・出版事業： ▲7百万円
経常利益	954 (15.7%)	1,017 (17.8%)	+6.6%	+63	980 (15.8%)	+3.9%	+37	
親会社株主に帰属 する四半期純利益	646 (10.6%)	690 (12.1%)	+6.8%	+44	670 (10.8%)	+3.1%	+20	

# 貸借対照表の概要（連結）

		2019年8月期末	2020年8月期第2四半期末	
			第2四半期	前年増減額
資産	流動資産	12,937 (64.7%)	12,866 (63.6%)	▲71
	固定資産	7,055 (35.3%)	7,358 (36.4%)	+303
資産合計		19,993 (100.0%)	20,224 (100.0%)	+231
負債	流動負債	2,228 (11.1%)	2,126 (10.5%)	▲102
	固定負債	98 (0.5%)	97 (0.5%)	▲1
負債合計		2,327 (11.6%)	2,224 (11%)	▲103
純資産合計		17,665 (88.4%)	18,000 (89%)	+335
負債・純資産合計		19,993 (100.0%)	20,224 (100.0%)	+231

2020年8月期第2四半期 総括

売上高 **5,397**百万円（前期比 6.2%減）

営業利益 **993**百万円（前期比 7.1%増）

- 売上高は、前期より継続して広告媒体多様化による業界環境の変化に伴い、前年・計画を若干下回って推移
- 番組関連費用、広告宣伝費等の主要費用項目を適切にコントロールしたことにより、営業利益は前年・計画を上回って推移

売上高は**5,397**百万円（前期比6.2%減）、営業利益は**993**百万円（前期比7.0%増）、  
当期純利益は**681**百万円（前期比7.6%増）

（単位：百万円、下段は構成比）

	2019年8月期 第2四半期 累計	2020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	5,752 (100.0%)	5,397 (100.0%)	▲6.2%	▲355	5,900 (100.0%)	▲8.5%	▲503	(売上高) ・タイム収入：▲256百万円 ・スポット収入：▲224百万円 ・その他収入：▲24百万円
売上総利益	2,726 (47.4%)	2,684 (49.7%)	▲1.5%	▲42	—	—	—	(段階利益) ・売上高未達ながらも費用の 効率的運用により増益
営業利益	927 (16.1%)	992 (18.4%)	+7.0%	+65	980 (14.8%)	+1.3%	+13	《利益増加の具体的要因》 売上原価： ・良質な番組制作と人気番組 の購入のバランスミックスによる 費用減
経常利益	930 (16.2%)	999 (18.5%)	+7.4%	+69	980 (14.8%)	+1.9%	+19	販売管理費： ・広告宣伝の効率的な実施により 広告関連費用の減少
当期純利益	633 (11.0%)	681 (12.6%)	+7.6%	+48	670 (10.4%)	+1.6%	+11	

	2019年8月期 第2四半期累計	2020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	5,752 (100.0%)	5,397 (100.0%)	▲6.2%	5,900 (100.0%)	▲8.5%
タイム収入	4,253 (73.9%)	4,014 (74.4%)	▲5.6%	4,270 (72.4%)	▲5.9%
スポット収入	1,315 (22.9%)	1,206 (22.3%)	▲8.1%	1,430 (24.2%)	▲15.6%
その他	183 (3.2%)	176 (3.3%)	▲3.7%	200 (3.4%)	▲12.0%

## 主な増減要因（前年対比）

### ■ タイム収入

- ・前期より継続してテレビ通販の縮小や広告媒体多様化による業界環境変化の影響を受けたことにより減収、一方で番組提供クライアントの販売単価は堅調に推移したことにより前期比微減で着地

### ■ スポット収入

- ・主にテレビ通販業界の環境変化による減収に対し、効果的な広告宣伝の実施により媒体価値の向上を図り、新規クライアントの獲得に注力

### ■ その他

- ・配当金収入、番組販売に伴う収入は堅調に増加するも、払込時期のずれにより若干の未達

# 主要費用項目実績（個別）

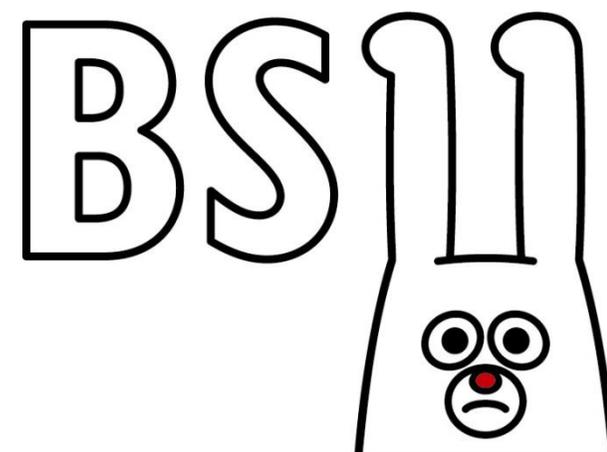
（単位：百万円、下段は売上比）

	2019年8月期 第2四半期累計	2020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)	2,095 (36.4%)	1,809 (33.5%)	▲13.6%	
番組購入費	384 (6.7%)	286 (5.3%)	▲25.5%	番組改編に伴う番組放送枠の見直し
番組制作費	1,711 (29.7%)	1,523 (28.2%)	▲10.9%	新規制作番組とアーカイブのミックスによるクオリティとコストの両立が奏功
放送関連費用(原価)	311 (5.4%)	312 (5.8%)	—	
放送委託費	277 (4.8%)	277 (5.1%)	—	
技術費	33 (0.6%)	34 (0.6%)	+3.0%	
広告関連費用(販管費)	505 (8.8%)	484 (9.0%)	▲4.1%	
広告宣伝費	466 (8.1%)	445 (8.2%)	▲4.5%	局認知向上施策として新聞(全国・地方)やWEB等の広告宣伝を効率的に実施
販売促進費	39 (0.7%)	39 (0.7%)	—	

# 貸借対照表の概要（個別）

		2019年8月期末	2020年8月期第2四半期末		
			第2四半期	前年増減額	主な増減要因
資産	流動資産	12,161 (63.2%)	12,164 (62.2%)	+3	・現金及び預金の増加 +279百万円 ・売掛金の減少 ▲315百万円
	固定資産	7,060 (36.7%)	7,364 (37.7%)	+304	・放送設備の改修 +261百万円
資産合計		19,222 (100.0%)	19,529 (100.0%)	+307	
負債	流動負債	1,516 (7.8%)	1,496 (7.7%)	▲20	・未払金の減少 ▲247百万円 ・未払法人税等の増加 +146百万円
	固定負債	94 (0.4%)	95 (0.5%)	+1	
負債合計		1,610 (8.3%)	1,591 (8.1%)	▲19	
純資産合計		17,611 (91.6%)	17,937 (91.8%)	+326	・利益剰余金の増加 +325百万円
負債・純資産合計		19,222 (100.0%)	19,529 (100.0%)	+307	

## Ⅱ 通期計画



売上高は**11,400**百万円（前期比9.5%減）、営業利益は**1,510**百万円（前期比10.8%減）、  
親会社株主に帰属する当期純利益は**1,020**百万円を計画（前期比11.9%減）

（単位：百万円、下段は構成比）

	2019年8月期		2020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	6,076 (100.0%)	12,601 (100.0%)	5,690 (100.0%)	▲6.3%	11,400 (100.0%)	▲9.5%	▲1,201
営業利益	953 (15.7%)	1,693 (13.4%)	1,012 (17.7%)	+6.1%	1,510 (13.2%)	▲10.9%	▲183
経常利益	954 (15.7%)	1,698 (13.5%)	1,017 (17.8%)	+6.6%	1,510 (13.2%)	▲11.1%	▲188
親会社株主に帰属 する当期純利益	646 (10.6%)	1,158 (9.2%)	690 (12.1%)	+6.8%	1,020 (8.9%)	▲12.0%	▲138

売上高は**10,700**百万円（前期比9.2%減）、営業利益は**1,500**百万円（前期比6.9%減）、  
当期純利益は**1,020**百万円を計画（前期比6.6%減）

（単位：百万円、下段は構成比）

	2019年8月期		2020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	5,752 (100.0%)	11,792 (100.0%)	5,397 (100.0%)	▲6.2%	10,700 (100.0%)	▲9.2%	▲1,092
タイム収入	4,253 (73.9%)	8,658 (73.4%)	4,014 (74.4%)	▲5.6%	7,930 (74.1%)	▲8.4%	▲728
スポット収入	1,315 (22.9%)	2,762 (23.4%)	1,206 (22.3%)	▲8.1%	2,488 (23.2%)	▲9.9%	▲274
その他	183 (3.2%)	372 (3.2%)	176 (3.3%)	▲3.7%	282 (2.6%)	▲24.1%	▲90
営業利益	927 (16.1%)	1,612 (13.7%)	993 (18.4%)	+7.0%	1,500 (14.0%)	▲6.9%	▲112
経常利益	930 (16.2%)	1,621 (13.7%)	999 (18.5%)	+7.4%	1,500 (14.0%)	▲7.4%	▲121
当期純利益	633 (11.0%)	1,093 (9.3%)	681 (12.6%)	+7.6%	1,020 (9.5%)	▲6.6%	▲73

2020年8月期は、期末配当金 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	2020年 8月期 (予想)
年間配当	15.0 円	17.0 円	18.0 円	19.0 円	20.0円	<b>20.0円</b>
普通配当	13.5 円	17.0 円	18.0 円	19.0 円	20.0円	<b>20.0円</b>
記念配当	1.5 円	0 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	93.19 円	65.08円	<b>57.29円</b>

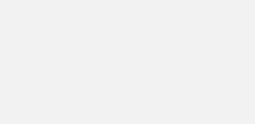
※1株当たり当期純利益の数値は、2017年8月期以前は個別、2018年8月期以降は連結で表示しております。

## 株主優待制度の概要

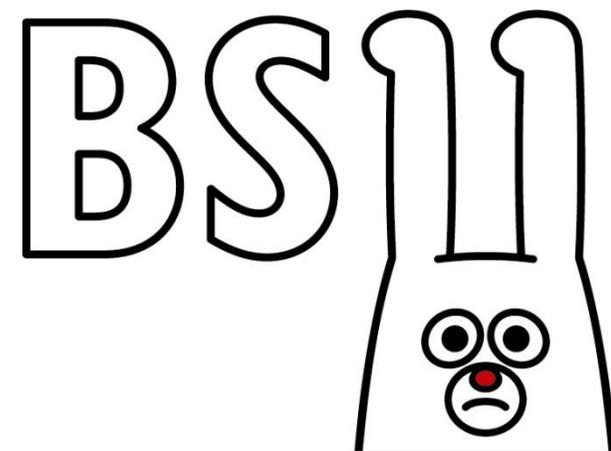
- ・ 8月末日、2月末日を基準日として、年2回の株主優待を実施
- ・ ビックカメラグループ全店で利用可能な「ビックカメラ商品券」1,000円券1枚を贈呈
- ・ 各基準日現在の当社株主名簿に記載または記録された当社株式1単元(100株)以上保有されている株主様が対象

## 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単元(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

### Ⅲ 経営施策トピックス





## 重点施策“Value 7”

- I. 独立TV局の強みを最大限に活用
- II. 自社制作番組の充実
- III. 情報番組の選択と拡大
- IV. アニメ関連事業の強化と発展
- V. 他企業・ローカル局コラボの促進
- VI. スポーツコンテンツの充実
- VII. 放送周辺事業の新規開発と増強

マーケティング“力” Marketing	データベースを用いて潜在的な需要を喚起
企画“力” 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
戦略構築“力” Building	環境変化に応じて機動的かつ効果的な戦略を構築
実行“力” Performance	知恵と知識を絞りチーム一丸となって戦略を強力に実行

10月番組改編 新番組（2019年10月から）

新



毎週火曜日 よる11時00分～  
(2020年4月より毎週日曜よる6時30分～)

新



毎週4枠にて放送  
毎週土・日曜日 よる8時00分～  
毎週土・日曜日 よる9時00分～

新



毎週金曜日 よる8時00分～  
(2020年4月より毎週土曜朝8時30分～)

新



毎週金曜日 よる8時30分～  
(2020年4月より毎週土曜朝8時00分～)

人気番組（一部）ラインナップ



毎週月曜日 よる8時00分～



毎週木曜日 よる8時00分～



毎週金曜日 よる10時00分～



毎週土曜日 よる10時00分～

➤ 視聴者の皆様のニーズを捉え、番組内容を更に充実！

## アニメ番組の強化

### ◆放送タイトル(2019年12月～2020年2月)



©あろ・芳文社/野外活動委員会

ヘビキヤン  
HEYKAMP



©海道左近・ホビージャパン/インフィニット・デンドログラム制作委員会

INFINITE  
DENDROGRAM  
インフィニット・デンドログラム



©ANIME 227

227  
ナナブン  
ニジュウニ



©辻村七子/集英社・宝石商リチャード氏の謎鑑定制作委員会

宝石商  
リチャード氏の  
謎鑑定  
The mystery of  
Richard's Treasure



©2020 林田球・小学館/ドロヘドロ制作委員会

Kandoro  
Dorohedoro



©IDDU/ID:INVADÉD Society

IDU: INVADÉD  
IDU: INVADÉD

### ◆アニメプログラムガイド配布

2020年4月以降も継続してアニメを強化



©アニメ「プリンセスコネクト! Re:Dive」制作委員会



©SEGA/SAKURA PROJECT

## アニメ声優、アニソン歌手出演番組の強化



(C)BS11/ひかりTV

◆新番組「声優がドラマに出たらこうなりました。〜聖地創生プロジェクト〜」を2020年1月より放送



◆「アニゲー☆イレブン!」は4月より新MCに声優・和氣 あず未を迎え、「癒し」を番組テーマにリニューアル



◆アニソン番組「Anison Days」ライブイベントを実施 全4回に渡って放送



➤ 2020年1月クールは、**40**タイトルのアニメ関連番組を毎週放送!

## スポーツコンテンツの充実

### ◆当社主催eスポーツ大会定着へ

2年目となる「BS11CUP全日本eスポーツ学生選手権大会 第2回ウイニングイレブン大会」を2019年10月から12月にかけて開催。2019年12月15日(日)の決勝大会は、BS11オンデマンドで同時配信し、準決勝以降の試合はBS11にて生放送した。

### 予選大会(オフライン・オンライン)



学生(大学生/大学院生/専門学校生)を対象とし、全国8カ所のビックカメラ、ソフマップ、コジマ店頭にて開催した予選大会とオンライン予選を勝ち抜いた総勢12名が、決勝大会に進出

### ローカル局とのコラボ

◆KBS京都と共同制作

◆全国ローカル局12局と共同制作



### 決勝大会



全国無料放送における史上初のeスポーツ生放送

➤ ローカル局とのコラボレーションを積極的に実施

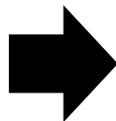
ビックカメラグループとのシナジー

◆ビックカメラグループによるオムニチャンネル展開

ビックカメラの生放送通販番組「ビックカメラLIVE」を11月、12月、2月に放送。実店舗で特別販売している商品を売上施策の1つとして、生通販番組内でご紹介、販売。



BS11CM内でも通販CMを放送



◆CM制作

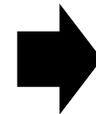
クライアントの希望する商品CMを制作しBS11番組内にて放送。さらに、番組・ビックカメラ公式Twitterから拡散。店舗への誘導を図った。



『アニゲー☆イレブン』およびLynn声優出演のアニメ番組で放映



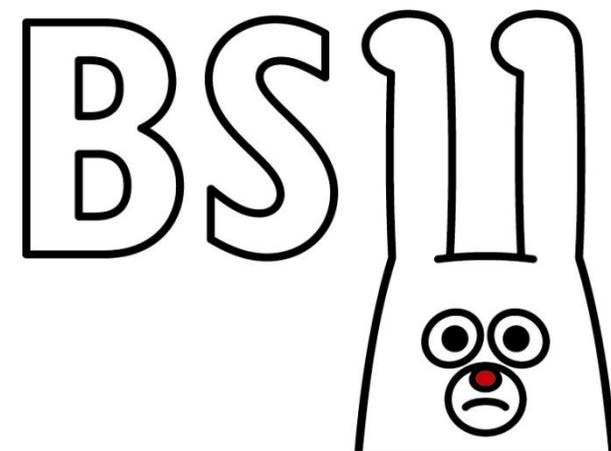
番組/ビックカメラ/キャラクター制作者 ツイッターアカウントで告知



ビックカメラ GAMING ZONEで放映  
⇒ビックコンタクトへ誘導

➤ グループシナジーを最大限活用した“差別化”戦略

### Ⅲ (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 (2019年8月31日現在)
従業員数	117名(連結) (2019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 (BS1)	NH K (BSプレミアム)	BS日テレ	BS朝日	BS-TBS	BSテレ東	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

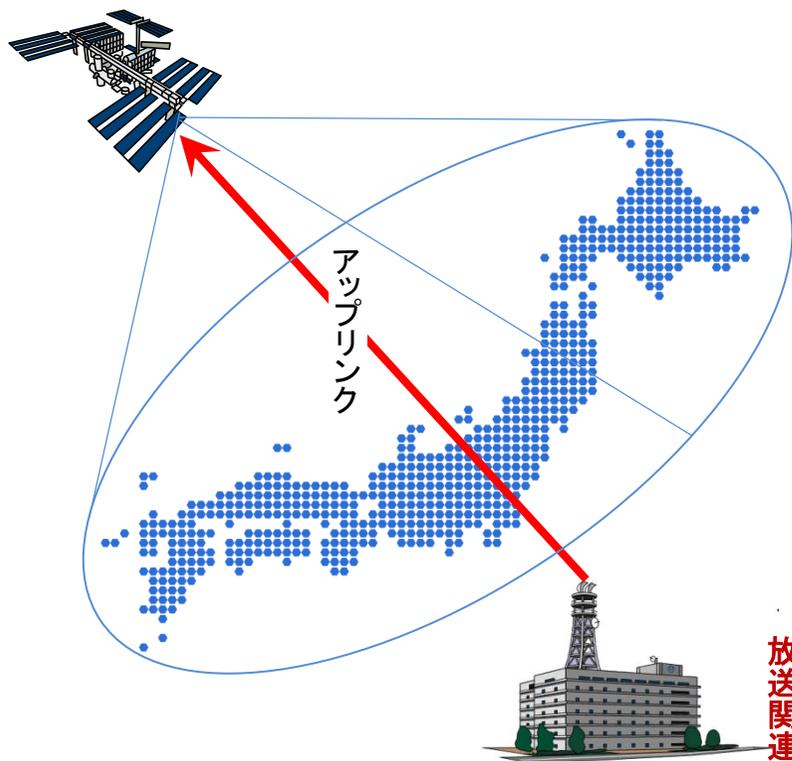
## 【地上波とは全く異なるコスト構造により高効率の広告ビジネスを実現】

◆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

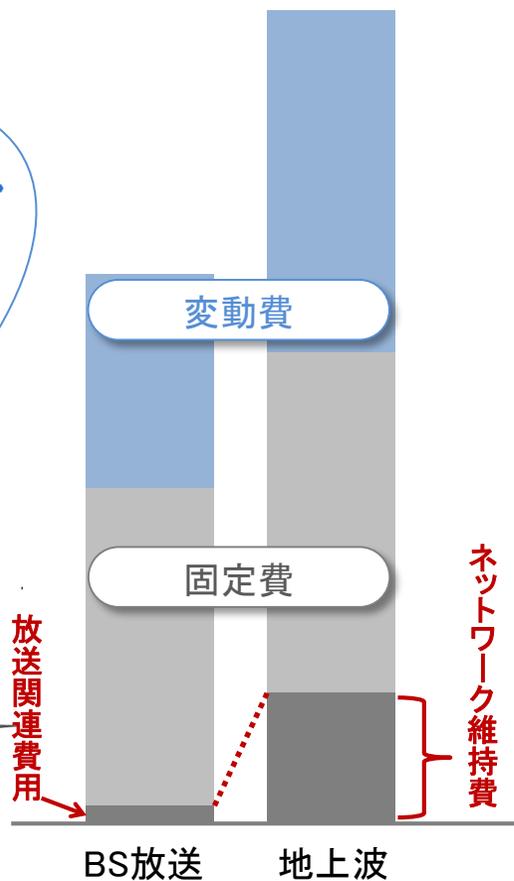
無料BS放送

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

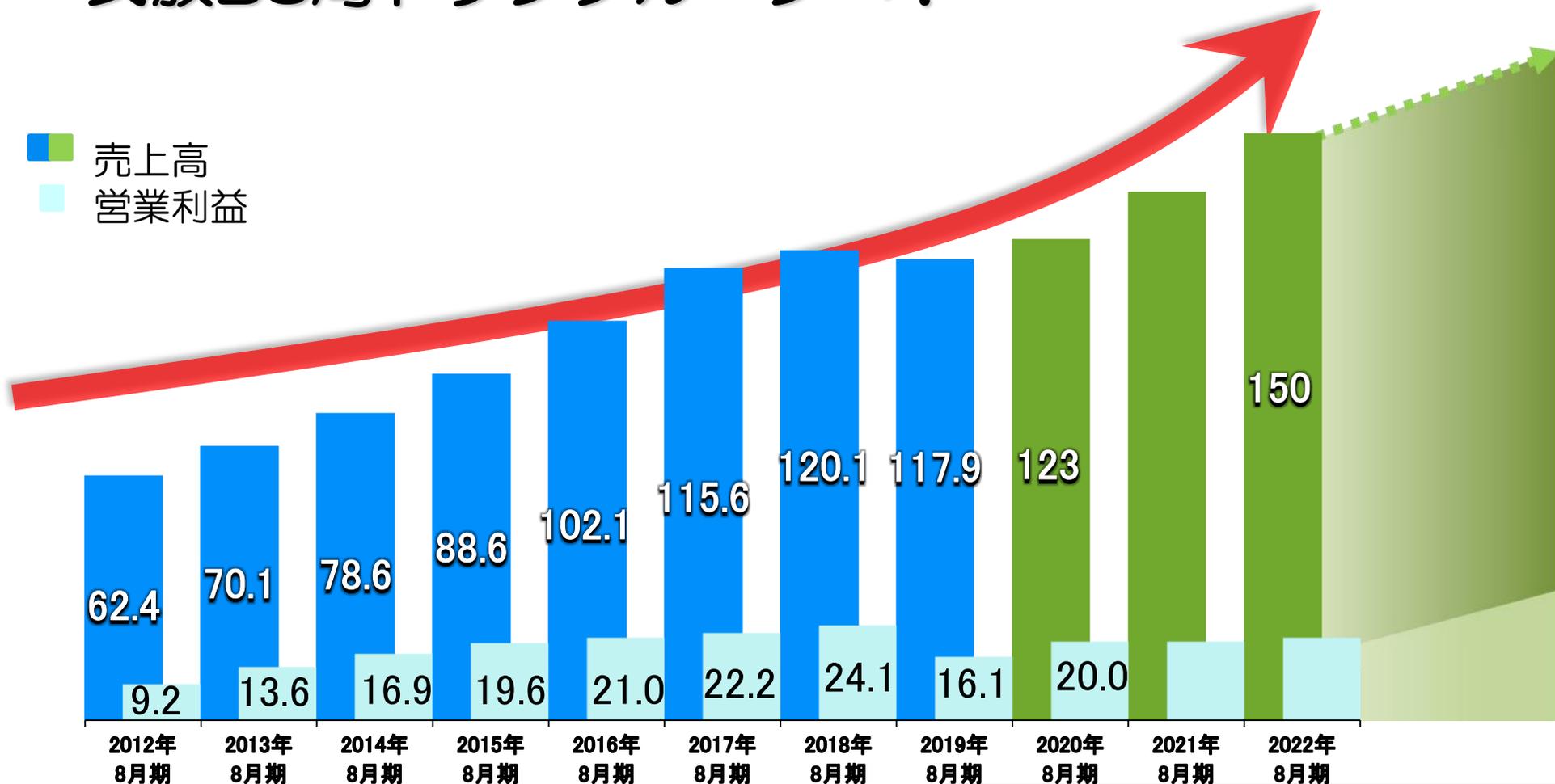


- ・少数チャンネル地域の存在
- ・嵩むネットワーク維持費

# 2022年8月期 売上高150億円 ～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/>

