

スポット収入を伸ばして増収増益を達成



1株当たり配当金

グループの成長と企業価値の増大、長期的な経営基盤の充実に向けた内部留保とのバランスを考慮し、安定的な配当の継続を重視しつつ、業績に応じた利益還元を努めます。
1株当たりの配当金は年額20円を下限とした安定配当に加えて、業績に連動した配当として、連結ベースで配当性向30%を目標にしています。
(2014年度配当予想)中間配当1株当たり12.5円 期末配当1株当たり12.5円

(株)テレビ東京(地上波放送事業)の放送収入、特にスポット収入が二桁増となり、スポットシェアは過去最高の6.15%となりました。また、(株)BSジャパン(BS放送事業)も二桁増収を達成し、過去最高の売上高となりました。

グループ会社が構成する放送周辺事業は減収となったものの、(株)テレビ東京コミュニケーションズ(インターネット・モバイル事業)は増収、黒字転換しました。

2015年3月期 業績予想

売上高 1,250億円
(前年同期比+3.6%)

営業利益 33億円
(前年同期比-30.6%)

地上波放送事業

- 売上高 **970億8千6百万円**
(前年同期比+3.3%)
- 売上比率 **67.7%**
- 営業利益 **18億1千2百万円**
(前年同期は2億7千1百万円の営業損失)

【連結子会社】(株)テレビ東京

放送収入のうちタイム収入は、ソチ五輪の影響や大型営業企画の成立、年間を通してレギュラー番組のオープンセールスが順調に推移しました。しかし、ローカルセールスにおいて、ミニ枠、深夜のセールスに苦戦し、495億5千3百万円(前年同期比-0.6%)となりました。スポット収入は視聴率の回復基調と販促企画セールスによるシェアアップなどで、271億1千2百万円(同+10.4%)となりました。番組販売収入は、『YOUは何しに日本へ?』をはじめとする今年度ゴールデン帯に進出した新番組が売上げに貢献しましたが、41億8千4百万円(同-6.0%)となりました。

ソフトライツ収入のうち、一般番組では、『モヤモヤさまぁ〜ず2』等のビデオグラム販売や動画配信の売上げが好調に推移しました。デジタル部門では『虎ノ門市場』と商品化事業が好調でした。アニメ事業では商品化を中心に国内が堅調だったほか、海外も『NARUTO』をはじめ好調に推移しました。その結果、全体としてソフトライツ収入は、126億6千6百万円(同+5.5%)となりました。イベント収入は、恒例のフィギュアスケートをはじめ『オペラ座の怪人 ケン・シルバース』などが好調でしたが、売上高は9億8千2百万円(同-26.4%)となりました。

放送周辺事業

- 売上高 **312億7百万円**
(前年同期比-2.0%)
- 売上比率 **21.8%**
- 営業利益 **18億3千3百万円**
(前年同期比-7.2%)

【連結子会社】(株)テレビ東京ミュージック/(株)テレビ東京メディアネット/(株)テレビ東京コマース/(株)テレビ東京アート/(株)テレビ東京システム/(株)テレビ東京制作/(株)テレビ東京ダイレクト/(株)テレビ東京ヒューマン/(株)テクノマックス/(株)テレビ東京ビジネスサービス/(株)エー・ティー・エックス/TV TOKYO AMERICA, INC.

通信販売関連は、『7スタライブ』を中心としたテレビ通販が年間を通して活況を呈しました。調理器具など定番商品に加え、新商品の健康器具なども順調に売上げを伸ばし、(株)テレビ東京ダイレクトの売上高は68億7百万円(前年同期比+4.6%)となりました。CS放送関連では加入者数の横ばいが続いたものの、広告関連業務売上が伸びたことや、ライツ売上が

計画通りに推移したことで、(株)エー・ティー・エックスの売上高は53億4百万円(同+3.0%)となりました。一方、音楽出版関連では、印税収入は堅調でしたが、音楽番組『流派-R』が終了したため、(株)テレビ東京ミュージックの売上高は33億5千3百万円(同-3.8%)となりました。

BS放送事業

- 売上高 **125億4千万円**
(前年同期比+24.5%)
- 売上比率 **8.8%**
- 営業利益 **19億6百万円**
(前年同期比+41.8%)

【連結子会社】(株)BSジャパン

スポット収入が好調だった他、番組販売収入は『ボチたまペットの旅』等のローカル局への売上げが堅調でした。一方、費用面では、番組の充実を図るために、4月から『日経プラス10』等のレギュラー番組をスタートさせたことによる番組制作費の増加がありました。

インターネット・モバイル事業

- 売上高 **24億6千6百万円**
(前年同期比+36.3%)
- 売上比率 **1.7%**
- 営業利益 **1億6千6百万円**
(前年同期は1億8千4百万円の営業損失)

【連結子会社】(株)テレビ東京コミュニケーションズ

インターネット・モバイル事業では、2013年6月20日にテレビ東京ブロードバンド(株)から(株)テレビ東京コミュニケーションズへと商号変更を行い、体制を刷新しました。クロスメディア広告では『MISSION 001～みんなでスペースインベーダー～』の実施や「モヤさまアワード2013」のネット限定配信、EC(電子商取引)では「テレ東本舗.WEB」でのグッズ販売に加え、旅行予約、酒販等に取り組みました。コンテンツ課金では、スヌービーを中心としたスマートフォン向けサービスが堅調に推移しました。