

コロナ禍で広告減少、イベント中止となるなか コストコントロールで利益を確保 アニメの海外売上が引き続き好調に推移

売上高	営業利益	親会社株主に帰属する当期純利益
1,390億 8千4百万円 (前年同期比-4.2%)	52億 2千8百万円 (前年同期比+2.0%)	25億 7千5百万円 (前年同期比-0.6%)
1株当たり配当金	総資産	純資産(自己資本比率)
25円 (年間配当40円)	1,280億 7千5百万円	890億 7千4百万円 (67.2%)

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に努めます。

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。
(2022年3月期配当予想)年間配当1株当たり40円(中間配当1株当たり15円、期末配当1株当たり25円)

2022年3月期 業績予想	
売上高	営業利益
1,390億円 (前年同期比+6.7%)	55億円 (前年同期比+5.2%)

※2022年3月期第1四半期より収益認識に関する会計基準が適用されます。業績予想は収益認識に関する会計基準対応ベースで作成しており、増減率は2021年3月期に新基準を適用した場合との比較となります。

地上波放送事業	
売上高	営業利益
1,033億 6千1百万円 (前年同期比-7.2%)	45億 5千5百万円 (前年同期比-8.8%)

放送事業(地上波放送、番組販売)

放送事業収入(売上高)の合計は10.3%減の728億6千9百万円となりました。

番組提供の sponsor から得られるタイム収入のうち通常放送(レギュラー部門)では、系列局を通じた全国放送(ネット部門)、テレビ東京単独の首都圏放送(ローカル部門)の両方において、4月・10月クール(番組改編に伴う落ち込みがありました。これに加え、特別番組(特番)部門では新型コロナウイルスによるスポーツやイベントなどの開催中止や規模縮小が響きました。スポット収入はコロナ禍の影響から10月以降少しずつ回復したものの、上期の落ち込みが大きく影響しました。地方放送局などへの番組販売収入は、各局の番組購入費の削減などの影響がありました。

ライツ事業(アニメ、コンテンツ、イベントなど)

ライツ事業収入(売上高)の合計は1.1%増の304億9千2百万円となりました。アニメ部門は、国内での商品化ビジネスが前年並みを維持し、中国をはじめとした海外では「BORUTO」のSNSゲームが売上を伸ばしました。放送番組をインターネット配信の課金プラットフォームなどに販売するコンテンツ部門では、コロナ禍による制作中断や延期等の影響を受けました。映画部門は「パラサイト 半地下の家族」のヒットにより、前年比で増益となりました。イベント部門も相次いで計画を縮小・中止せざるを得なくなりました。

コミュニケーション事業	
売上高	営業利益
60億 5千7百万円 (前年同期比+25.9%)	3億 1千2百万円 (前年同期比+2.9%)

コミュニケーション事業では、巣ごもり需要を捉えたスヌーピーなどのキャラクター EC 事業が一年を通して好調に推移しました。また、動画配信の再生増により広告売上も大幅に伸びました。

放送周辺事業	
売上高	営業利益
420億 1千9百万円 (前年同期比+0.1%)	30億 4千7百万円 (前年同期比+21.0%)

テレビ通販事業を手掛けるテレビ東京ダイレクトは、コロナ禍の巣ごもり需要を捉え、生活関連商品が人気を集めました。お取り寄せグルメ「虎ノ門市場」も大きく売上を伸ばしたことから、同社は3期連続で増収増益を達成しました。

音楽出版を手掛けるテレビ東京ミュージックは、年間を通して印税収入が順調に推移しました。配信関連の楽曲使用料や、海外からの印税も売上に貢献しました。

アニメ専門チャンネル「AT-X」を手掛けるエー・ティー・エックスでは、加入促進キャンペーンを行いました。放送売上の増加には至りませんでした。

BS放送事業	
売上高	営業利益
160億 6千5百万円 (前年同期比-2.0%)	13億 6千1百万円 (前年同期比+5.6%)

放送事業(BS放送)

放送収入(売上高)のうちタイム収入は、スポーツコンテンツを放送できないなどのコロナ禍の影響を大きく受けるなか、開局20周年記念特番や通販番組等で巻き返しを図りましたが前年実績を下回りました。一方、スポット収入では、コロナ禍のなかでも通販スポンサーを中心に出荷が増えたことにより前年実績を上回りました。

ライツ事業(コンテンツ、イベントなど)

コロナ禍によりコンテンツ制作に一部影響が生じましたが、BSオリジナル新作の制作を継続、アーカイブ作品とともに配信・ビデオ化・海外販売などに取り組みました。イベント事業は規模縮小及び延期を余儀なくされましたが、当初想定を上回る実績を残しました。

以上により、BSテレビ東京は、売上高が民放キー局系のBS5局の中で初めてトップになりました。