

放送業の財務分析

2018年2月21日

財務診断研究会

中小企業診断士 西岡 邦彦

1 放送業の基礎、市場の特性 3動向

1 放送業の基礎、市場の特性

- ラジオ、テレビ(地上波)からスタートした放送は、その後、ケーブルテレビ(共聴施設、MSO)、BS放送、CS放送、IPTVと多チャンネル化。公共放送たるNHK(ラジオ、地上波TV、衛星放送)と民間放送の2元体制といわれる。NHKは受信料、民間放送は、有料放送(CATV,CS放送、BS放送の一部)と広告放送(地上波ラジオ・テレビ等)が存在。
- 新聞、キー局、ローカル局、BS放送等から構成される系列が存在。キー局は基本的に番組を制作し、ローカル局に供給。ローカル局はそれを放送(放送時間帯をその番組に提供)することで収入を得ている。
- アンテナ直接受信は限定的で、ケーブル経由で、録画で、スマホ経由でといった視聴が一般化。

3 動向

- テレビの視聴時間が減少し(主に若年世代)、広告の出稿がインターネットにシフトし、ネットでの動画・音楽・スポーツ等配信・視聴(YouTube,Hulu,Spotify,Netflix,Amazon,DAZN,スポナビライブ等)も進展するなか、各社、ネット配信に力を入れている(Tver,各社サービス,radiko)。
- TV番組の同時再送信について、NHKは2019年実施を希望、議論が進展中。
- 国内市場が飽和するなか、各社とも番組の海外展開に取り組んでいる。

(参考)放送業の産業分類

大分類 G 情報通信業

中分類 38 放送業

380 管理, 補助的経済活動を行う事業所(38 放送業) 383 有線放送業

381 公共放送業(有線放送業を除く)

382 民間放送業(有線放送業を除く)

382 民間放送業(有線放送業を除く)

主として広告料収入又は有料放送収入により放送事業を行う事業所をいう。

放送衛星又は通信衛星を利用して放送事業を行う事業所も本分類に含まれる。

○ テレビジョン放送業 テレビジョン放送事業者 (ラジオ放送事業を兼営 するものを含む) 本社・同放送局・同放送 センター	コミュニティFM放送事 業者本社・同放送局 短波放送事業者本社・同 放送局 ○ 衛星放送業 衛星放送事業者本社・同 放送局・同放送センター 委託放送事業者本社・同放 送局・同放送センター 受託放送事業者本社・同放 送局・同放送センター	顧客管理代行事業者本社 (放送設備を有するもの) ○ その他の民間放送業 文字単営放送事業者本社 ・同放送局
--	---	--

× 街頭放送業(383)

放送設備のない放送事業者支局(41A)

2-1 放送業の市場規模(「情報通信白書」から)

・総務省の「平成29年版情報通信白書」(平成29年7月)によると、2015年度の放送事業者の売上高合計は3兆9,152億円(前年度比1.0%増)。

- ・地上波放送事業者が 同0.4%増の2兆3,461億円(構成比59.9%)
- 衛星放送事業者が 同4.0%増の 3,809億円(同9.7%)
- CATV事業者が 同0.6%増の 5,003億円(同12.8%)
- NHKの経常事業収入が同1.9%増の 6,879億円(同17.6%)

・有料放送として、加入者数がカウントできるサービスの加入状況は以下の通り。

放送サービスの加入者数

(単位:万件)

	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
地上放送(NHK) ※1	3,975.1	4,027.4	4,082.9	4,141.2	4,200.1	4,258.2	4,315.4
伸び率	2.1	1.3	1.4	1.4	1.4	1.4	1.3
NHK-BS ※2	1,567.2	1,649.6	1,737.4	1,823.2	1,911.3	1,993.3	2,066.7
伸び率	6.2	5.3	5.3	4.9	4.8	4.3	3.7
WOWOW ※3	251.2	254.8	263.1	264.8	275.6	280.5	282.3
伸び率	0.9	1.4	3.3	0.6	4.1	1.8	0.6
スカパー！ ※4	361.5	370.0	372.5	362.7	337.4	339.8	323.7
伸び率	0.9	2.4	0.7	-2.6	-7.0	0.7	-4.7
ケーブルテレビ※5	2,601.6	2,655.6	2,707.0	2,767.0	2,817.0	2,852.0	2,885.0
伸び率	5.3	2.1	1.9	2.2	1.8	1.2	1.2

出典:総務省「平成28年版情報通信白書」、スカパー JSAT公表資料

2-2 マスコミ4媒体の広告売上高(「特定サービス産業動態統計調査」から)

マスコミ4媒体の広告売上高

											(単位:百万円、%)	
	4媒体広告										(参考)インターネット	
		伸び率	新聞	伸び率	雑誌	伸び率	テレビ	伸び率	ラジオ	伸び率		伸び率
2014年度	2,070,870	-0.2	376,251	-5.2	108,259	-4.1	1,534,683	1.4	51,677	0.1	491,243	
2015年度	2,033,721	-1.8	354,344	-5.8	102,083	-5.7	1,525,942	-0.6	51,352	-0.6	561,516	14.3
2016年度	2,029,871	-0.2	338,977	-4.3	92,754	-9.1	1,546,130	1.3	52,010	1.3	649,716	15.7
2017年4~10月	1,111,315	-2.4	168,163	-6.5	50,411	-6.5	864,216	-1.3	28,525	-4.3		
2017年4月	162,092	-0.5	23,767	-5.5	7,447	-10.6	127,122	1.3	3,755	-6.6	57,806	
5月	153,071	-3.2	21,552	-11.4	5,675	-3.3	121,749	-1.6	4,095	-3.4	51,789	
6月	157,599	-3.1	24,333	-7.8	7,210	-2.5	122,057	-2.1	3,998	-5.1	57,419	
7月	160,695	-6.6	24,158	-15.9	5,480	-14.4	126,791	-4.2	4,266	-6.0	54,199	
8月	145,279	-1.4	20,097	-8.8	6,380	-4.9	114,705	0.2	4,098	-1.6	50,444	11.7
9月	161,057	-2.3	24,183	-7.8	9,850	-3.1	122,855	-1.1	4,170	-4.0	60,768	5.9
10月	171,522	0.3	30,073	10.9	8,369	-7.8	128,937	-1.3	4,143	-3.1	60,629	14.1

出典:経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

注:伸び率は前年度比、前年同月比

注:2017年4~10月の伸び率は前年同期比

テレビ・ラジオなどの媒体からインターネットへの広告出稿のシフトが進む傾向にあり、足元、放送事業者の広告収入は低調な推移となっている。

4 事例企業の概要

	日本テレビホールディングス株式会社	株式会社テレビ朝日ホールディングス	株式会社テレビ東京ホールディングス
本社所在地	東京都港区東新橋	東京都港区六本木	東京都港区六本木
設立	1952年10月	1957年11月	2010年10月
連結の部門別売上構成比率()内は各部門の売上高利益率(%) (2017.3期)	メディアコンテンツ90(13) 生活健康関連9(3) 不動産賃貸51(36) 他0(3)	テレビ放送85(6) 音楽出版3(6) 他12(4)	地上波放送73(6) 放送周辺14(6) BS放送11(8) インターネット・モバイル3(7)
特徴・トピックス等	視聴率キー局首位 動画配信Hulu、スポーツジム展開	視聴率キー局2位 ドクターX20%越えなど ドラマ絶好調 アベマTV展開	視聴率キー局5位 経済番組やアニメに強み アニメやドラマ関連収入も貢献
主要販売先	電通	電通、博報堂DY	電通
資本金	18,600百万円	36,642百万円	10,000百万円
売上高	416,704百万円	295,879百万円	142,679百万円
営業利益	52,526百万円	17,278百万円	6,394百万円
従業員数(臨時員数)	4,368人(4,147人)	4,616人	1501人(517人)
筆頭株主	読売新聞G本社(14.2%)	朝日新聞社(24.5%)	日本経済新聞社(31.4%)

5 ワーク

1 財務諸表から読み取れる各社の強みは？

- (着目した経営指標)

2 財務諸表から読み取れる各社の経営課題は？

- (着目した経営指標)

3 その他気づいたこと等

- (着目した経営指標)