

## ■ 2019年3月期上期 決算説明会 質疑応答要旨

### 広告収入関連

Q：足元のスポット収入に動きが出ているようだが、一時的なものか？本格的な回復か？

- 11月から12月中旬にかけて、徐々にスポット市況に動きが出てきているが、1月以降については不透明感もあり、引き続きスポット市況を注視していく。

Q：足元の視聴率がいいが、今後の広告収入にどう影響するのか？また、今期から導入された広告取引の新指標がセールスに影響しているか？

- 上期は広告市況の影響を受けたが、足元の視聴率も改善しており、それらを着実にセールスへとつなげていきたい。
- アドバイザーの皆様のご理解を得て広告取引の新指標（P+C7）を導入させていただいたが、セールスへの影響は特段ない。

Q：景況感とテレビ広告が、以前と比べてリンクしなくなっている印象がある。広告のデジタルシフトなど構造的な変化があるのではないか？

- 広告のデジタルシフトなどの影響も一部あると思うが、現状テレビ広告はそこまで減少していない。デジタル広告の台頭で、テレビの強みが再評価されている面もある。
- ただ、多様化するアドバイザーニーズに対応し、急成長するデジタル広告への需要も取り込むため、「テレビ+α（デジタル、リアルイベントなど）」の施策も加速させていく。

### 視聴率

Q：視聴率をさらに向上させるため、現状認識している課題は？

- まずは10月改編でいいスタートを切った日曜ゴールデンを定着させていきたい。
- くわえて、月・金のゴールデン帯や、日曜の全日帯などの底上げをするとともに、大晦日を含めた年末年始にも注力していく。
- 大型スポーツ番組なども起爆剤に、いい形で60周年を迎えられるよう挑戦する。

## 制作費関連

Q：2018年度下期および来期以降の制作費の考え方は？

- 今期はコストコントロールをおこなっている。下期もその施策は継続しているが、10月クールも好調に推移しており、視聴率に悪影響は出ていない。
- 来期は60周年特番や、大型スポーツ特番もあるが、全体として横ばい圏の水準となる可能性が高い。

## インターネット関連

Q：「AbemaTV」のWAUが横ばいに見えるが、どのような課題がある？

- WAU(Weekly Active User) 1,000万を目標としているが、恋愛リアリティショーなどが人気で若者や女性といったターゲットを着実に獲得している。
- あわせて災害が多発するなかAbemaNewsが安定的に視聴されており、ライフラインの一部になっていると高い評価も得ている。
- 現状の課題は、何よりコンテンツ強化だ。テレビ局のノウハウを活かして制作している“バラエティステーション”など地上波との連携を高めていく。

Q：「AbemaTV」の株主として広告代理店（電通・博報堂）がくわわったが、その狙いは？

- 主な狙いは二点。一点は広告の拡販に貢献してもらえるであろうこと。もう一点は、新たなコンテンツ調達力が高まることに期待している。

Q：「AbemaTV」が本格的に業績貢献するのは、いつ頃からの想定なのか？

- 従来から業績の見通しは申し上げないのを基本方針としており、ご理解いただきたい。
- このビジネスの根本は“コンテンツ強化”につきるので、テレビとしてできることを深化させていきたい。

## 新組織「IoTvセンター」関連

Q：インターネットの課題に対して、具体的にどう対応していくのか？

- インターネットに関するあらゆる課題に迅速に対応するべく、新組織を立ち上げた。
- 部署をいくつかのグループに分け、センター長が全体を把握したうえで、CEOと担当役員が統括して、課題解決にあたっていく。