

■ 2019年3月期 決算説明会 質疑応答要旨

広告収入

Q：視聴率好調なわりに広告収入が弱いように見える。個人視聴率の影響などあるか？

- ▶ 視聴率に比べて広告収入が弱く見えるのは、1つには、当社が得意とする業種（「不動産」「金融保険」「自動車」など）の出稿が弱かったことが影響している。
- ▶ 一部の業種などでは個人視聴率の影響もあるが、タイムテーブル改革の推進により各個人視聴率も拡大傾向にあり、これらをセールスに結び付けていきたい。

Q：19年度の広告収入の前提について、市況などどのように見ているのか？

- ▶ 民放連をはじめとするシンクタンクの経済予想などを参考に、昨今の国際経済の状況なども加味して厳しい見方（広告収入計△1.9%）をしている。

視聴率

Q：若年層の視聴率獲得のため、編成上・番組制作上、工夫していることはあるか？

- ▶ 当社の編成の基本方針としてオールターゲットを掲げており、まずは一人でも多くの方に見ていただける番組づくりを目指している。
- ▶ その上で、バラエティなどを中心に若年層の視聴率も獲得できるよう、様々な改編（「10万円のできるかな」「激レアさん」など）にも積極的に取り組んでいる。

番組制作費

Q：19年度の制作費について、増やすと判断した背景や意図を教えてください。

- ▶ 60周年という節目にあたることから、戦略的に記念番組などに制作費を投下し、もう一段階コンテンツ制作力をあげていきたい。
- ▶ 60周年の記念番組で好結果をだし、当社のブランド価値を一段も二段もあげていきたいと考えている。

Q：経営計画最終年度にあたる来期の制作費は、どのような水準になるか？

- ▶ 来期については、東京オリンピックもあるが、60周年の記念番組が減ることや大型スポーツ番組も一段落する予定だ。
- ▶ 全体的な編成計画のなかで、極力抑制した制作費とすることを想定している。

インターネット (AbemaTV)

Q：開局から3年をむかえる AbemaTV について、現状の課題などはあるか？

- アプリのダウンロード数は4千万を超え、サービスは順調に普及している。WAU 1千万を目標にしているなか、あと一步という水準にある。
- 目標達成に向けては、やはり若年層にささるコンテンツが重要と考えており、当社のバラエティ制作力をこれまで以上に投入していく。

デジタル新会社

Q：中期的にはかなり稼ぐ会社となるのか？それともテレビ広告の補完的な役割を目指す程度なのか？

- インターネット広告が大変な勢いで伸びており、今年度中にはテレビ広告を抜くと見られている。そのなかでも運用型広告への需要が旺盛で、我々もそれらを取り込むため新会社を立ち上げる。
- 日本のテレビ局で初めての取組みであり、不確定な部分もあるが、Supership 社など高度な専門性を有するパートナーの力を借りて大きな展開としていきたい。

メディアシティ戦略

Q：今後、不動産物件の取得など具体的な計画として進んでいるようなものはあるか？

- これまでにメディアシティ戦略の一環として、「EXシアター」やけやき坂のインターネットスタジオなど“情報や文化の発信基地”を創ってきた。
- まだ具体的に発表できる段階にないが、先端技術なども活用し、収益性も伴った発信基地を作ることができないか検討を進めている。

設備投資

Q：19年度は202億円（連結）と大きく増えるが、今後はどういう水準で推移するのか？

- 今期については、放送設備等の更新が重なることにくわえて、メディアシティ戦略を推進する投資についても予定している。
- 来期以降について、詳細な検討はこれからだが、基本的に今期以上の水準となる可能性は低いと考えている。

戦略投資の進捗状況

Q：17年度からの4ヶ年で300億円の戦略投資枠を設定しているが、これまでにどのような投資をおこなったのか？また、今後に向けた検討状況はどうか？

- これまでにコンテンツ制作からイベント運営まで、幅広く手掛ける懶レイ社を持分法適用関連会社化する戦略投資などをおこなってきた。
- これら戦略投資枠は、まだ未消化の部分もあり、今年度・来年度で是非いい案件を見つけたいと全力で検討作業を進めている。

常時同時配信について

Q：インターネットでのテレビ番組の常時同時配信について、検討状況はどうか？具体的に何か決まっていることや、議論の方向性など教えてもらいたい。

- 民放については放送法による規制などないため、これまでに AbemaTV での同時配信や、TVer での技術実証実験などをおこない、同時配信の知見を積み重ねている。
- しかし“常時”同時配信となると、視聴者ニーズやコストの問題など乗り越えるべき課題も多く、ビジネス化に向けては慎重に検討を進めている状況だ。
- ただ、東京オリンピックをNHKがネット配信することなどで状況が大きく変わることも想定されるため、事態の推移に注視していきたい。

経営計画（定量目標）

Q：19年度は減益予想となったが、20年度までに達成を目指す経営計画の定量目標（連結売上高3,200億円、経常利益220億円）は実現可能なのか？

- 系列局の持分法適用関連会社化による「負ののれん」といった一時的な影響はあったものの、17年度に連結経常利益220億円を達成しており、ポテンシャルは十分にある。
- 足元の経済環境の厳しさから不透明感も高まっているが、戦略投資なども活用しながら、全力をあげて定量目標の達成に注力していく。

以上