

## ■ 2021年3月期第2四半期 決算説明会 質疑応答要旨

### 広告収入

Q：レギュラー番組のセールス状況について教えてもらいたい。

- アドバイザーの固定費削減傾向から、レギュラーセールスは厳しい状況が続いている。コロナ禍でその状況が顕著になった。
- このような状況ではあるが、ビジネスソリューション本部で増収施策を一つ一つ積み上げ、丁寧なセールスを行っている。

Q：来期（21年度）のテレビ放送事業の利益水準の方向感について考え方は？

- コロナ禍を受けアドバイザーである各企業も生き残り成長をかけたコストコントロールに努めており、その中で一番カットしやすいのは広告宣伝費とされている。
- 今後、第3波と言われているように感染拡大が続くと、広告市況がまた急減する状況が生まれかねず、コロナ次第で幅がある状況と考えている。

### 制作費・視聴率

Q：制作費を減らしている中で、視聴率が改善していることについての評価は？

- リーマンショック時に相当程度の制作費をはじめとするコストコントロールを行った経験がある。今回もコロナ禍を受け、第1クール以降相当な危機感を持って大幅なコストコントロールを行っている。
- その中で報道・スポーツ・制作・ドラマ・バラエティすべての現場スタッフの頑張りから、視聴率は一定程度キープ出来ている。

### インターネット

Q：TELASA（SVOD）・キャッチアップ（AVOD）・ABEMAと大きく分けて3つの戦略があると思うが、それぞれ進捗状況等を解説して欲しい。

- 地上波に加えてBS・CSそれからインターネット（TELASA・TVer・ABEMA）など360°のメディアを視野にコンテンツを制作している。
- SVODのTELASAについてはテレビ朝日のコンテンツを中心に供給しており順調に推移している。

- ▶ TVerもダウンロード数が増えており、民放各局ともに収益が増加している。
- ▶ またABEMAには『逃亡者』『24 JAPAN』など当社の制作したドラマが供給されている。
- ▶ コンテンツを中心に各媒体に展開し、そこからスピノフ（映画・芝居・出版など）していくというビジネスモデルを作っている。

Q：SVODの好調についてはTELASAによるものか？その他の配信事業者に対しても好調で、全体として伸びているのか教えて欲しい。

- ▶ TELASAについては、4月からKDDIとジョイントしてスタートしているが、着実に会員数も増えてきており好調の要因だ。
- ▶ くわえてABEMAなどにもコンテンツを供給しており、巣ごもり現象なども受け、SVODトータルとして順調に推移している。

## 戦略投資

Q：新経営計画での戦略投資枠の規模感を教えて欲しい。またどのような投資対象を想定しているのか方向感を教えて欲しい。

- ▶ 前回の計画ではグループ経営に効果的に貢献する施策を講じた。
- ▶ 今回、戦略投資枠は設定していないが、臨機応変に柔軟な対応を行いながら、さらなる成長に向けた戦略投資を行っていく方針だ。

## 自己株式取得

Q：今回の自己株式取得に至った背景は？また今後どのような条件が重なれば実施されるのか？

- ▶ 今回の決算発表のタイミングで業績予想を公表し、今後の手元資金の状況や財務状況について、ある程度合理的な見通しが立つようになってきた。
- ▶ 足元ではコロナショック以降、株価が低迷していることもあり、機動的な株主還元策を実行するため今回の自己株式取得の実施となった。
- ▶ 今後も重要な株主還元の選択肢として、資金需要の見通しや株価の推移、還元性向などを参考にしながら総合的な検討を行っていく。

## 常時同時配信

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どのように考えているか？  
現段階の検討状況と今後について教えて欲しい。

- 民放については放送法などによる規制などがないため、各社の経営判断で実施可能なサービスだが、設備投資が必要となることや権利処理の問題などから、そのビジネス化の可能性を探りながら検討しているという状況だ。
- これまでにABEMAでの同時配信や異時配信、TV e rでの技術実証実験などを行い知見を積み重ねている。その中で社会的な関心の高いニュースや人気のスポーツ番組などで一定のニーズがあることもわかってきている。
- 同時配信に関するノウハウを蓄積しながら、どのようなサービスが使われるのか、視聴者にとって最適なのか、社内で検討を重ねているところだ。

以上