

## ■ 2024年3月期決算説明会 質疑応答要旨

### 《テレビ広告収入》

- ① 25年3月期の地上波広告収入の前提について、スポット収入は+0.2%の前提となるが、東京地区をどのようにみているか教えてほしい。単価や在庫の前提と、上期・下期の伸び率の考えも教えてほしい。

また、一般的に五輪イヤーはタイム収入が増える傾向があるが、今期のタイムの計画が△0.6%と減収になっている背景を教えてほしい。

- ▶ 予算の前提は、タイムは年度で99.4%、上期99.3%、下期99.6%でおいている。スポットは、前提になる東京地区は99%で、説明会で取締役角南からもあったが、広告市場は予断を許さない状況という前提のもと、△1%を前提としており、上期に関しては98.7%、下期は92.0%という前提だ。テレビ朝日のスポットの前提は、上期が100.8%、下期が99.7%、年度を通じて100.2%という数字だ。
- ▶ タイムのオリンピックとの関連について、一般論として五輪は底上げ効果があるが、23年度において当社非常に多くの世界的なスポーツイベントを放送した。世界水泳が2イベント、福岡と年明けにはカタールでも開催されるなど、年度で2回開催された。バスケットボールW杯も、沖縄での予選を放送対応したことに加えて、サッカーAFC、MLBの韓国戦があり、トータルではスポーツイベントが去年の方が今年を上回るという特殊な状況があるので、今回のタイムの設計になっている。
- ▶ 質問の中でありました料金の考え方について、当社は若干の値上げのチャンスがあると考えている。実際に4月以降はスポットの方では、前年対比で102%強値上げができています。5月についても今101%届くかどうかというところだ。まだまだ値上げもチャンスは市況によってはあると考えている。
- ▶ 料金の関係では、ネットスポットというレギュラー番組の空枠を全国ネットでスポット売りするというのがあるが、これにおいても戦略番組としてあえて空枠を作っているものについては前年比で10%~14%の値上げができていたのが実態だ。

### 《中期経営計画(戦略投資枠)》

② 戦略投資枠 500 億円を設置しているが、24 年 3 月期の投資実績はどうだったか。特に建築費が高騰するなかで、投資枠の見直しや引き上げも検討しているか。

- 戦略投資枠 500 億円の主な対象領域としては、東京ドリームパークに関する投資に比べ、IP 開発に資する領域を中心とした戦略投資を想定している。
- 東京ドリームパークについては、指摘の通り建設費は高騰しており、2026 年春開業に向けて 3 年に渡り、建設費用を投下していく予定だが、現在の戦略投資枠内で IP 開発等にも投資をしている。
- IP 開発などの新分野への投資については、BookLive 社を 23 年 4 月に持分法適用関連会社化、壽屋とは 23 年 12 月に資本業務提携し 24 年 4 月に持分法適用関連会社化するなど、オリジナル IP 開発やコンテンツ展開などを視野に投資している。
- さらに、3 社でのステアリングコミッティを組成し、マンガやアニメを中心とした IP ビジネスで今後連携を深めていく予定だ。すでに、マンガの番組枠の設定やアニメの放送枠も今後設定し、3 社協業を進めている。
- 現時点で、成長に向けた投資は戦略投資枠内に収まっており、IP 開発に資する領域を中心とした案件で当社と戦略的なシナジーが見込める M&A や事業提携等、さらなる投資を検討しているところだ。

### 《中期経営計画(定量目標)》

③ 中期経営計画の最終年度の業績目標の達成についての考えを教えてください。達成のために大規模 M&A なども選択肢に入れているか。

- 冒頭の報告の中にもこの件に関する回答があったかと思うが、改めて申し上げると、現在当社が進行中の経営計画「BREAKOUT STATION！」では最終年度である 2025 年度の定量目標として、売上高 3,300 億円、営業利益 200 億円、経常利益 250 億円、当期純利益 200 億円という数値目標を掲げている。
- 今期の仕上がりの部分については、先ほどの報告にあった通りだ。24 年度の業績予想も含めまして、ややハードルが高くなってきているうえに、経済環境は非常に厳しい状況ではあるが、中期経営計画で提示をしている 5 項目の戦略を推進していくことで目標達成にむけて全力を尽くしていきたいと考えている。

- 5 項目の戦略とは、これも冒頭のスライドの中にありますが、改めて申し上げますと地上波戦略、インターネット戦略、ショッピング戦略、メディアシティ戦略、新規領域開拓ということになる。
- 新領域開拓というのは、少し時間がかかると考えている。そのことによって経営計画の期間とややズレが生じるかもしれないが、新規の IP 開発による国内外へのビジネス展開では新領域の収益機会を開拓していくということだ。冒頭の説明や先ほどの回答の中にあっただが、BookLive や壽屋との資本業務提携など、具体的な手は着実に打ってきている。
- 今後もこの経営計画の方向性に沿った投資案件があれば前向きに検討していく。

#### 《インターネット事業》

④ インターネット事業の業績が前年度比で好調だが、足元の状況と事業環境の見通しについて、教えてほしい。

- まず、インターネット事業で最も成長しているのが、TVer を中心としたデジタル広告事業で、当社コンテンツのキャッチアップ、当社の AVOD 再生数ですが、23 年度は 22 年度に比べると 35% 増えて、デジタル広告関連収入も前期比 +29.7% と急成長している。
- 一点追加で説明をすると、冒頭のプレゼン資料にある 58 億 7,300 万円という収入はテレビ朝日単体の収入で、当社の場合は AVOD に関しては子会社である UltraImpression の広告配信プラットフォームを利用して、プラットフォーム利用料を連結内に取り込んでいるが、この子会社の収入はこの数字には含まれていない。
- 今期のスタートである 4 月クールも「Destiny」や「Believe」「東京タワー」といったドラマが大変好調で、さらに再生数が拡大している。ゴールデンウイーク中の 4 月 29 日の週は過去最高の再生数を記録している。TVer の利用者や利用時間も拡大していく中で、それを上回る成長を目指して、コンテンツの強化、さらには SNS を中心としたマーケティングの強化を図っていく。
- デジタル広告事業でもう一つ強調したいのは、ニュース配信事業で、YouTube の ANN ニュースチャンネルの登録者数が今年 3 月には 400 万人という大台を超えた。利用者の拡大に伴って安定した広告収入を得ているが、さらなる成長を図っていく。

- SVOD では、本店である TELASA が順調に推移していて、コンテンツの売上とともに、持分法投資利益の面でも貢献している。また、Netflix やアマゾンプライムなどの外部プラットフォームには戦略的に一部のコンテンツを提供してきたが、今期もその方針は継続する。
- 最後に、ABEMA はアメリカ大リーグの MLB や海外サッカー中継など、話題性の高いコンテンツの提供などによってユーザ数が引き続き増加しており、直近では WAU が 2,300 万前後まで成長している。広告収入も合わせて伸びていて、黒字化に向けて着実に前進している。

### 《メディアシティ》

⑤ 有明の「東京ドリームパーク」について、投資が本格化してきた印象だが、今後の投資額、開業後の演目や費用、業績貢献の見通しなどについて教えてほしい。

- 東京ドリームパークは、昨年秋に着工し、現在、順調に建設が進んでいる。
- 投資額等については、昨今の経済情勢として建築資材の高騰、円安、建設業界の労働環境問題などに起因して、建物建築に係る物価が上昇している。詳細な金額については守秘義務があるため回答を控えさせていただくが、事業性を担保する形で建築計画を進められていると考えている。
- 想定しているイベント等について、メディアシティ構想を基本に、コンテンツを活用した事業展開等を検討している。具体的には、ホール・スタジオ・劇場・エンタメスペースを備えた施設となる予定であり、演目等については様々な相手先と話をしている。臨海副都心に新たなにぎわいを創出する様々なエンターテインメントの企画を目標にしている。
- 開発を行う有明が位置する臨海副都心エリアは東京都が未来に向けた街づくりを目指す「東京ベイeSGプロジェクト」を立ち上げていることや、大手デベロッパーによる大規模開発が続くエリアとなっており、年々人口が増えていく発展中のエリアとなる。加えて、トヨタアリーナ東京など大規模アリーナや国際クルーズターミナルなど、インバウンドの需要も見込める、エンターテインメントには非常に適した場所であると考えている。このマーケットに、長年の番組制作や EX シアターでの興行にて蓄積されたノウハウなどを活かすことで、安定的な収益を見込めると想定しています。
- 開業は 2026 年春を予定している。内容の詳細や演目等については、お知らせできるタイミングになったら開示する。ぜひご期待ください。

## 《資本政策》

⑥ 主要株主との関係について、資本政策を検討する上で、持ち合い株式の解消や自己株式取得の実施などの考えを教えてください。

- 当社にとっての主要株主は朝日新聞社であり、東映である。両社と当社の関係性について、皆様よくご存じの通りであり、歴史的にも非常に長く、また深い関係だ。両社とも当社の価値の源泉であるコンテンツの質の向上に極めて大きく寄与している。現在もそれが継続している。
- そのことが当社の企業価値の向上にもつながっていると認識している。その認識のもとに冒頭、会長の早河が説明した通り、東映とのパートナーシップについては今後より一層深めていくということになる。このことによつて一層当社の企業価値向上が図られていくことになる。皆様にもその点をご理解頂きたい。
- また、自己株式取得について、相互保有株式の議決権制限はハードルの一つだと認識しているが、過去に2015年度と2020年度に2回に渡つて自己株式取得を実行してきた。今後もステークホルダーの皆様と慎重に対話を重ねながら自己株式取得のタイミングを図っていきたい。

## 《株主還元》

⑦ 4月に株主名簿外の外国人等株主への配当金の支払いの検討の開示があったが、検討に至った背景について教えてください。

- 外資規制に規定する比率(20%)を超えた外国人株主が保有する株式に関して、これまで、放送法に基づき株主名簿への記載または記録をお断りし、株主名簿への記載や記録のない当該株主への配当は行わない方針を取ってきた。
- しかしながら、昨今の資本市場を取り巻く環境は大きく変化し、当社の外国人株主比率も上昇している。多様な株主との適切な意見交換とその投資を通じて、企業価値の向上を図るとともに、資本コストや株価を十分に意識した施策を実現していくことも不可欠であるという考えから、方針を転換することとした。

⑧ 24年3月期は記念配当もあり、配当性向が35.6%と高い水準だったが、25年3月期についての配当性向はどのように考えているか。自己株式取得に対する考えも聞かせてほしい。

- 当社の配当方針は、継続的な成長に主眼をおいた安定的な普通配当を目指しており、記念すべき節目における年や、各期の業績動向等に応じて、記念配当や特別配当なども検討し、株主還元の強化に努めている。
- 配当性向の目標は掲げていないが、直近は3割前後で推移しており、目安の一つと捉えている。今回、普通配当金を10円増額し50円としたのもその方向の一つだ。今後は普通配当金50円がベースになる。
- 自己株式取得については、2015年度と2020年度に実施している。主要株主との相互保有株式の議決権制限もハードルの一つだが、過去にもおこなったように、今後もステークホルダーと話し合い、その話を重ねて自己株式取得のタイミングを図っていく。

#### 《東映株式会社とのパートナーシップについて》

⑨ 今回発表のあった東映株式会社との新しいパートナーシップについて、従来と何が異なるのか、また今後の資本業務の進化まで視野に入っている第一歩なのかを含めて、教えていただきたい。

- 東映とテレビ朝日は、当社の開局時からのコンテンツを中心とした提携関係にあった。しかしながら、今日、お互いにコンテンツを取り巻く経済環境が大きく変化している。例えば、AIやメタバースなどのイノベーションなどだ。また、ビジネスの有り様や、何より視聴者、観客、ユーザなどの層の変化も大きくなっている。
- そうしたことから、今までの関係ではなく、今までも「相棒」「科捜研の女」「仮面ライダー」など重要なコンテンツで提携をしてきたが、それに留まっていたのは時代遅れになってしまうことがある。新しいパートナーシップで双方の持っているノウハウをさらに磨き上げ、研究し合い、新しい開発をしていくことを考えている。
- 一つの例として、映画がある。「相棒」は映画を6本作っており、100億円を超える興行収入がある。そういう大型のものが途絶えている形になっているため、戦略的にテレビ朝日の枠の中に、当初から番組で映画を想定して組み立てていく。それには人気の俳優、実力のある脚本家、一流の監督といった組み合わせが必要になってくる。そういう長期のスパンを見据え、大型のヒットコンテンツを開発し、国内だけでなく、動画配信等にも提供していくという考えだ。
- 資本業務関係についての話はしていない。今までの形から一步も二歩も前進して、良い果実を作っていこう、生み出していこうというのが今回の提携の趣旨だ。

## 《設備投資計画》

⑩ 設備投資費の今期計画が 354 億円となっている。今後、中期経営計画期間中はこのような高い水準で推移するのか、ここがピークなのか、今後の中身も含めて設備投資計画について教えてほしい。

- 2024 年度の連結の設備投資費は、有明の建設着工などもあり、前期に続き高水準の 354 億円(前期比+178.2 億円)を予定している。2024 年度の減価償却費は、連結で前期並みの 97 億円(前期比△1.2 億円)を想定している。
- 今後の設備投資費に関して、基本的な目安として設備投資費・減価償却費ともに年間 100 億円の水準を想定しているが、有明の建設計画などメディアシティ戦略に関連する不動産投資等が適宜追加されるイメージである。
- 有明は 24 年着工、26 年春開業予定であるが、その期間でキャッシュアウトがあると見込んでいる。

## 《スポット収入 好調の要因》

⑪ スポット収入がマーケット対比で好調な要因について、単価や顧客、マーケティングなどの側面から教えていただきたい。

- 前提として、アドバイザーの皆様の課題は何かということが大事だが、一つは従来通り、リーチである。もう一つは、マルチメディア時代における情報過多の環境の中で、いかに広告をインプレッション強く広げていくかとなる。
- その中で、当社は 3 カ年に渡り、社内横断的にソリューションを提供していくことで、よりクリエイティブなマーケティングをクライアント企業の皆様に提供することがコミットメントだった。一方で、リーチについては、常態化している視聴率評価があり、ここでトップ争いをしているというのが大前提にある。それに加えて、付加価値として、様々な増収施策と呼んでいるソリューションを展開してきた。その評価が、昨年 1 月頃から持続してスポットシェアを伸ばしている最大要因だと考えている。
- 引き続き、高い視聴率を背景にしながら、全社的なソリューションへの取り組みを続けることが大切だと考えている。
- 業種的な違いについては、数字でフラットに見ると「食品」と「飲料」が値上げに慣れて増えてきたのが、4 月、5 月も見受けられる。それぞれ前年比+10%以上の伸びを見せている。「自動車」も昨年は納車ができないということや不正な情報管

理の問題で停滞したが、足元の4月、5月は前年比で3割程度伸びている。こういったところが底上げ要因になっているとみている。

#### 《ABEMAと地上波のセールス連携》

⑫ 2024年1-3月のABEMAの広告売上高が非常に好調だった。ABEMAと御社のスポットを合わせてリーチのリフトアップを図るといったようなバンドル等の施策を取ることができるのは御社の営業面での強みだと思うが、2025年3月期もより加速していけそうか。ABEMAの状況と合わせ、現在の営業戦略を教えてください。

- ABEMAとテレビ朝日の広告セールス面での連携は進めてきている。
- 直近で大きかったものは2022年の「サッカーW杯」であったが、昨年度においてもスポーツ物件でいくつかABEMAとテレビ朝日の放映コンテンツをフックにした共同セールスを展開している。
- 今年度はスポーツ物件が減る予定であり、そういう機会は減ると思うが、連携関係にあるため、機会をみてドラマをフックにした形やインフォーマーシャルを共に手掛けるなど、今後もセールスを進めていく。

以上