

■ 2026年3月期 決算説明会 質疑応答要旨

《地上波広告収入》 タイム収入とスポット収入の前提について

① 今期はタイム△1.9%、スポット△5.0%の前提で、4月と5月の推移に鑑みると、タイムは保守的、スポットは意欲的な計画との印象だ。上期・下期の前提を教えてください。また、4月～5月のスポットの減収は単価変動の影響が大きいのかと、今後のアドバイザーの東京地区の広告出稿意欲の見通しも教えてください。

- ▶ タイムについては、上期が前期比 98.1%、下期も 98.1%であり、通期で 98.1%の前提だ。
- ▶ 一方、スポットについては、特に上期はフジテレビ特需の消滅や単発の物件がない等も勘案し、88.6%とマイナスの前提だ。下期については 101.3%と復活する見通しであり、通期では 95.0%という前提だ。
- ▶ タイムとスポットを合わせた広告収入全体としては、上期が 92.7%、下期が 99.9%という前提だ。
- ▶ 4～5月のスポットの減収要因は主に 3 つあると考えている。1 つは配分変化、いわゆるアロケーションだ。他社の大型スポーツ物件の地上波と OTT へのダイレクションが大きく作用していると考えている。2 つめは、競争関係の変化だ。昨年の上期はフジテレビが事実上の脱落状態にあり 4 局競争という状況だったが、今年度からは 5 局へと復活した。3 つめは、料金の変化だ。中東情勢の影響もあり需要が弱含みの中、昨年に料金を引き上げた 4 局に比べて、一昨年度のレートで取引をしているフジテレビの料金設定が非常に魅力的に感じているというアドバイザーが多く、これが全体の相場を引き下げていると見ている。
- ▶ 最後に、今後の広告出稿について、地区全体への予算投下額は 4 月も 5 月も昨年度を上回っているというのが実態だ。また、この先も大型物件がスポーツの方面であり、これらへの出稿額も大きいと聞いていることから、テレビ全体への出稿ニーズはあるとみている。上期の問題はアロケーションであり、それが改善する下期に向けて、状況も変わってくると思っている。

《地上波広告収入》 広告市況について

② 広告市況の前提について、会社計画にはどの程度、中東情勢に係る市況影響を織り込まれているか、競合からの予算流入影響と分けて整理をお願いしたい。

- 2026年度の大きな変動要素として、フジテレビ関連の特需の消滅というのが一番大きいとみている。そして、2月以降、イランの情勢悪化が視野に入ってきた。
- 当社の売上計画の中で、フジテレビの特需消滅は想定しており、昨年度の売上に対するマイナス67億円のうち8割程度はフジテレビ関連での収入減になるとみている。
- 一方、イラン情勢は計画の中に盛り込んでいない。
- 今年度の基本計画を策定している段階では、イラン情勢の具体的なマイナス影響が不明であったが、4月に入ってから出てきている。4月、5月の広告出稿スピードが想定より遅く、明らかにイラン情勢の影響が出てきていると認識している。

《東京ドリームパーク》 事業計画の進捗について

③ 東京ドリームパークの来場者数が、年間目標200万人に対し、進捗率が非常に好調だ。足元の集客のドライバーがどんなコンテンツなのか、来場者数の上振れはTDPの業績上振れに直結するのか、TDPのマネタイズモデルと併せて考え方を教えてほしい。

- 3月27日にTDPがオープンし、多くのお客様に来ていただいている。45日間「開業記念有明春祭り」を実施し、来場者数は57万人突破し、当初目標の1.3倍というラップできている。
- コンテンツに関して、メインとなるSGCホール有明では「こけら落としプレミアムシリーズ」と銘打って、日本最高峰のアーティストの方々に公演をいただいた。5月10日までに22公演を開催し、設備としては、イマーシブオーディオでは常設として世界で初めてのセットアップをしている。公演いただいた方々や、来場したお客様から音響のすばらしさや会場の雰囲気について、非常に高い評価を得ている。
- 4月3日には、当社の看板番組である「ミュージックステーション」のスペシャルも、このホールからお送りしている。
- EXシアター有明では、こけら落とし公演として「AmberS」という演目を、4月25日から開幕していて、すでに32公演のチケットは完売している。
- 7階の展示イベントとして、「100%ドラえもん&フレンズ in 東京」をおこなっており、こちらも当日券含めて完売するなど、大変好調な滑り出した。

- ▶ ゴールデンウィークに、近隣施設であるトヨタアリーナ東京で3日間、「アメーパーク」や「50TA」など3つの番組のイベントを行い、キャパシティ7,000人に対して、チケット完売、物販の方も売切れが続出する状況で、増収に繋がっているところだ。
- ▶ 当社は、「六本木ヒルズ夏祭り」やEXシアター六本木での10年以上のノウハウがあり、それら全てが東京ドリームパークや有明春祭りのベースとなって、活かされていると考えている。これらの積み重ねが一番大事だと思っている。
- ▶ 有明地区に新しい人の流れができたと確信している。人の流れは、アドバタイザーのリアルタッチポイントとして、イベントの協賛やデジタルサイネージ出稿にも直結することだ。
- ▶ 今後は、夏休みやクリスマスシーズンなど、いろいろなイベントを考えており、またホールやシアターは向こう1年ほぼ演目が埋まっているという状況なので、業績の方も上振れる余地は十分にあると考えている。

《TDP・イベント事業》 収益性について

④ TDPの収益性について、TDP・イベント事業の営業利益率は今期計画ベースで1.2%、前期の参考値ベースとの差がTDP単独の貢献と仮定した場合、6.8%程度となるが、ここからの収益性の改善はどの程度見込まれているのか。

- ▶ TDP・イベント事業の今期の営業利益率は1.2%の計算になるが、前期はTDP開業に向けた先行投資なども計上されており、さらにTDPだけの売上・営業利益は開示しておらず、セグメント開示で音楽出版事業などもこの数字に含まれており、単独の貢献という認識はない。
- ▶ 今後の収益改善には新しいイベントそのものを当社テレビ朝日として開発することから、番組連動のイベントの開発、イベントの配信や、さらにはそのイベントグッズの開発・販売、そしてスポンサー協賛など、多面展開することができるので、このセグメント事業の拡大を今後十分期待できると考えている。

《通期業績予想》

⑤ 今期の会社計画の入り繰りにおいて、各事業部門の増収・減収、増益・減益の背景について教えてほしい。また、インターネット事業やデジタル広告関連収入の計画を教えてほしい。

- ▶ メディア・コンテンツ事業は、主力の地上波広告は、タイムは前期比△1.9%、スポットは△5.0%を見込んでいる。

- ▶ インターネット部門に関して、まず TVer を中心にしたキャッチアップについては、前期はテレビ朝日のデジタル広告関連収入は 137%という大幅な成長となった。今期の計画に関して数字は開示していないが、TVer のプラットフォームの成長に加えて、当社のコンテンツの再生数シェアが、このところ非常に安定して高くなっていることもあり、引き続き、二桁の伸びを想定している。
- ▶ また、デジタル広告関連収入以外では、オウンドのプラットフォームの TELASA や ABEMA、あるいは外部プラットフォーム向けのコンテンツ販売や制作受託といったところも、今期も堅調に推移するとみている。
- ▶ グローバルについては、アニメを中心としてコンテンツ展開に引き続き注力をしていく。
- ▶ ただ、冒頭申し上げたように主力である地上波広告収入の影響が大きく、メディア・コンテンツ事業に関しては、減収減益の見込みとしている。
- ▶ TDP・イベント事業に関しては、東京ドリームパークの開業によって積極的に事業拡大を図っていく。それに加えて、音楽出版事業において所属アーティストの全国ツアーが予定されていることから、増収増益の計画だ。
- ▶ この TDP・イベント事業に関しては、今回 EBITDA を 37 億円と見込んでいる。前期の参考値から大きく伸びる形になっているが、東京ドリームパーク開業に伴う減価償却費等の計上があるため、営業利益として 5 億円を見込んでいる。
- ▶ その他事業は、機器販売・リースを中心としたセグメントになるが、物価高や人件費の高騰に伴う費用の増加があるが、コンサートやイベントなどの需要が大変旺盛であることから、増収増益を見込んでいる

《資本政策》

⑥ 中長期での資本効率改善のハードルの一つと考えられる、会社法 308 条の壁の改善に向けた主要株主2社との取り組みについて教えてほしい。

- ▶ 株式流動性の向上や自己株式取得などの資本政策について、昨年 4 月に 7.2% にあたる株式の売出しを実施し、当社株式の流動性は 40%前後に改善した。売出しの社は主要株主の朝日新聞社であったことから、会社法 308 条の「相互保有株式の議決権制限」も軽減され、機動的な自己株式取得が可能な基盤も構築した。これにより、まず昨年度は約 30 億円／114 万株規模の自己株式取得を実施した。
- ▶ 今後も、株式流動性や相互保有株式の議決権制限などにも鑑みながら、経営環境に対応した資本政策を検討していく。
- ▶ 主要株主である朝日新聞社と東映との相互保有については、いずれも事業上重

要な戦略パートナーと位置付けている。朝日新聞社とは、メディア環境が激変する中、「信頼できる報道・情報」の重要性がますます高まっており、報道・情報面での活動において強固な協力関係を築いている。

- 東映とは、2024年5月に新しい次元のパートナーシップ協定を締結し、ドラマの企画段階から映画化やグローバル展開などを見据えた制作体制を組み、新しい時代に適応するIPビジネスを推進している。
- 短期的な財務効率の最適化以上に、朝日新聞社と東映グループとの強固な資本関係がもたらす中長期的な戦略的価値が、当社の企業価値向上に不可欠であると考えている。

《設備投資》

⑦ 設備投資の考え方について、新年度の計画が連結133億円で、中計期間で400億円以上ということだが、大体この133億円というのをベースに考えればよいか。今後の事業拡大に伴う、年度ベースの設備投資がどこかのタイミングで拡大すると見ておくべきなのか教えてほしい。

- 26年度の連結設備投資額は、TDP関連の設備投資がほぼ終了したことなどにより、前期から減少し133億円、前期比△27.7億円を予定している。
- 今後の設備投資については、放送設備、システム投資、26年度以降に次期マスターの更新など大型投資案件が連続する予定のため、スタジオ・回線センター・ITインフラなどの更新時期の見直しや分散投資に加え、更新時の設備要件のダウンサイズを視野に入れ、設備投資額の抑制なども継続的に実施していく。
- 引き続き、放送設備、システム投資について、直近10年は減価償却費ベースで70億円未満に抑制することに加え、設備投資に係る保守費やリース費等の経費は見直しを行い抑制していく方針だ。

《投資戦略》 M&A、CVCの考え方について

⑧ 業界の中でも積極投資という動きが広がっていく中で、投資先も限られてくる。こういったベンチャー投資の市場環境をどうみているか。また、単純に、投資することによって利益を取り込みということではなく、シナジーを生んでいくということについて、どのように考えているのか。今後、積極的な投資を行った際、どういうものを見てそのよし悪しを判断していけばよいか、ヒントを頂きたい。

- 二人組合CVCについて、二人組合としたのは、投資先について当社のこれからのコンテンツ成長戦略に資するものかどうかということも1つの大きな材料とし

て、投資先を判断している。最終的な判断は相手方になるが、当社も投資委員会に加わって、当社の事業とシナジー効果を高めていくという方向性だ。

- こちらについては、当社から相手方の投資選定運用先であるファンドに社員を出向させており、また当社側には「投資戦略部」を設け、社内各局との連携を深め、一緒になって投資先を育てていくという考え方だ。
- すでに6社に投資しており、この先も投資先を増やし、4年間でおおよそ30社から40社をめどに投資を行っていく予定だ。
- 確かにスタートアップ企業は限られてきているが、その中で、我々はシナジー効果、そしてまたキャピタルゲインを得るという両方を目指す。
- M&Aについては、CVCとは別に少し大型で、スタートアップではないところとのM&Aということを考えている。こちらもやはり、成長戦略に資する投資先を選定するという基本原則に変わりはない。

《シンエイ動画について》

⑨ 連結子会社のシンエイ動画は、グローバル展開を含めて、今年はどのような成長戦略を考えているか。

- 「ドラえもん」「クレヨンしんちゃん」という主力作品に関しては、引き続き強力な海外展開と劇場版の制作がある。
- 新しいアニメ作品に関しても、若手のクリエイターを中心にいくつかトライ作品があるので、こういった作品も大きく海外に向けて展開できていると思っている。
- シンエイ動画では次世代のクリエイターへの取り組みがあり、中長期的な視点で制作体制の強化を非常に心がけている。
- 将来的には、補助的な部分だと思うが、AIやDXの活用の可能性もシンエイ動画の中でトライしていければと思っている。
- 長年培ってきた制作ネットワークを持っているので、今年も前期以上に様々な作品を提供したいと考えている。

《制作費・スポーツ放送について》

⑩ 制作費におけるスポーツコンテンツに関する考え方について、採算性を意識して大きな見直しの段階に入ってきているのかと思っている。古くはゴルフであり、フィギュアであり、最近ではワールドカップなど視聴率を獲得する役目を終えて、今後はより採算性を意識した上での放送になるのか、御社が考えるスポーツコンテンツの取り扱いについて、どのような変化があって、今のラインアップになっているのか教えてほしい。

- いわゆるオリンピックやワールドカップ、WBC といった国民的な関心事となるスポーツイベントを誰もが等しく無料で視聴できる環境を守ることが、我々放送局にとっては非常に重要な役割だと思っている。
- 高い視聴率を獲得することはもちろん、報道、情報番組、あるいはバラエティで様々な波及効果も大型イベントにはある。
- 一方で、ご指摘のように放送権料が非常に高騰している。採算の合わないものも生じている。しっかりと取捨選択をして視聴者のニーズに応えることが我々にとっての責務だと思っている。

《成長投資》

⑪ 今後グローバルでのコンテンツビジネスでは、実写映画、ドラマ、アニメあたりのコンテンツを制作するスタジオへの投資が重要になるが、こうした制作能力への投資の重要度をどう考えるか。スタジオ獲得競争の現状など教えてほしい。

- 投資案件の中で、既に当社が出資を公表している HIKE はアニメ制作ラインを持っている。成長戦略で掲げているアニメ事業を拡大する上で、アニメ制作ラインが現在、逼迫しているため、そういうところに投資している端的な例になる。
- その他にも、コンテンツ制作に資するスタジオ等があれば、積極的に投資していく。

以上