

2016 年 9 月期第 1 四半期 決算説明会 質疑応答の要約

1 月 28 日（木）に開催した「決算説明会」にて、出席者のみなさまからいただいたご質問をまとめております。

■先行投資事業について

Q1、

「AbemaTV」の広告は、単価が高いターゲティング機能がついているか？

A1、

「AbemaTV」は、会員登録の必要がない無料サービスですが、今後一定期間後に、属性データを入力してもらうスキームを考えており、ユーザーの属性に応じたターゲティング広告を開発していく予定。

Q2、

期初に発表した先行投資額 90 億円に変更はないか？

A2、

変更はない。

過剰に使わないよう予算管理をしており上回ることはないが、90 億円を使い切れない可能性はある。

Q3、

「AmebaFRESH!」や「AWA」の利用時間帯は？また、パケット通信制限の影響はどう考えるか？

A3、

予想通り、主に夜の利用が多く、続いてランチタイムも多い。「AWA」も同じ傾向。

視聴環境が整ったタイミングと判断し、動画事業を本格始動した。

キャリアのパケット通信制限は唯一の懸念事項だったが、今のところ特に問題なく利用されている状況。

Q4、

先行投資費用において、コンテンツ調達は初期費用か、今後も発生するものか？

A4、

同業に近いサービスでは、コンテンツの調達に 100 億円程度かけているようなので、年間 100 億円を目安と考えている。

具体的な費用の想定は、今後試算していく。

Q5、

広告主から見た「AbemaTV」「AmebaFRESH!」の優位性は？

また、動画広告の制作コストが増加することにより、メディアの収益低下はあるか？

A5、

目的が決まって視聴する動画の場合、前後の広告を排除したくなるが、「AbemaTV」は受け身視聴を想定しているため、その広告効果は高いと仮説を立てている。

動画広告の制作コストは発生するが、動画広告という新しい市場において、広告効果の期待できるメディア、クオリティの高い広告が実現できれば、大きなビジネスになると考えている。

Q6、

「AbemaTV」で通販チャンネルを予定しているか？

A6、

通販チャンネルは当面持たない。

地上波やBS放送では通販番組が多いが、インターネット視聴である「AbemaTV」においては10-20代をターゲット層としているため。

Q7、

「AbemaTV」のコンテンツ強化に向けて、コンテンツプロバイダーとの業務提携の予定は？

A7

株式会社テレビ朝日と資本提携して設立した合併会社のため、当社本体の資本の動きはない。

現在、株式市場に影響があるような提携の予定もない。

Q8、

音楽・動画以外の事業への参入予定はあるか？

A8、

ラジオや雑誌等のサービスを準備していたが、結果的に断念した。

まずは、「AbemaTV」をヒットさせることに集中する。

Q9、

先行投資額90億円の四半期ごとの配分は？

A9、

90億円のほとんどを「AbemaTV」に使用する。

「AbemaTV」は、2月15日より一部配信開始し、4月中旬より本格配信開始予定のため、上半期に20億円、下半期に70億円を想定。第3四半期と第4四半期で半々程度になるだろう。

Q10、

「AWA」の黒字化のタイミングは？

A10、

当初から2、3年はかかると考えている。

競合サービスも多い中で一番良いサービスが残るはずだ。

「AWA」のPC版を1月29日にリリースするが、良い出来なので期待いただきたい。

■広告事業について

Q11、

インフィード広告の今後の成長イメージは？

A11、

前四半期は、Y!インフィード広告が3ヶ月分寄与した影響で大幅に伸びた。

そのため、この第1四半期の伸び率が低く見えているが順調に伸びている。

Facebook 広告だけを比較すると株式会社セブターニが先行しているが、今後注力していく予定。

Facebook を含めたインフィード広告全体では、当社が大きくシェアを占めている。

Q12、

広告事業における営業利益率の見通しは？

A12、

代理事業という特性上、現在の水準が妥当と考えている。

競合他社を見ても、代理事業で営業利益率10%前後という水準は高いため、この利益率を大幅に変えようという考えはない。

■その他

Q13、

ゲーム事業の売上高50.7%増収に対して、営業利益84.9%増益の理由は？

A13、

2015年9月3日に提供開始した「アイドルマスターシンデレラガールズ スターライトステージ※」3ヶ月分に加え、「グランブルーファンタジー」の増収が、利益率にも寄与したため。

※© BANDAI NAMCO Entertainment Inc. (株)バンダイナムコエンターテインメント、(株)Cygames の共同開発、運営

Q14、

メディア事業の営業利益が、前年同四半期比で大きく改善した理由は？

A14、

「アマーバピグ」の課金や、キュレーションメディアにおける広告収入が奮闘している。

また、マッチングサービスの「タッブル誕生」や電子書籍ストア「読書のお時間です」など新規事業の課金も伸びている。

以上