

2016年9月期第3四半期 決算説明会 質疑応答の要約

7月21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「AbemaTV」について

Q1、

3Q（4-6月）の「AbemaTV」先行投資額34億円の内訳は？また、4Q（7-9月）先行投資額の内訳は？

A1、

全体を10とすると、制作関連費6、広告宣伝費3、その他が1という割合。4Q（7-9月）も同様の予定。

Q2、

「AbemaTV」の固定費はどの程度か？

A2、

現在、コンテンツを買い付け、視聴数を見て適切な金額を検証している状況のため、金額をお伝えするのは難しい。

Q3、

「AbemaTV」の広告販売の単価は？

A3、

1社あたりの単価は500~1,000万円ほどで販売している。出稿量によって、金額は上下する。

Q4、

コンテンツの契約期間はどの程度か？

A4、

年間契約等の長期間におよぶ契約はかなり慎重に行っており、まずは短い期間で契約し、検証している状況。

Q5、

将来的な「AbemaTV」の広告頻度はどの程度か？

A5、

現状の広告枠に対し、「AbemaTV」の番組宣伝を多く配信しているため、企業の広告があまり入っていないように見えるが、今後、広告枠と番組宣伝を調整し、広告の価値を上げようとしている。また、同一人物に同じ広告を見せないようなコントロールも行う。

Q6、

「AbemaTV」の Daily Active User 数は？

A6、

Weekly Active User の半分弱で推移している。

Q7、

「AbemaTV」の広告販売におけるサイバーエージェントの広告代理事業のシェアは？

A7、

現在は株式会社 電通や株式会社 博報堂等の大手総合代理店を主体に販売しているが、今後、自社の代理店事業における販売も強化する。過去の事例だと、自社メディアの広告を自社の代理事業が販売する割合は50%程度だが、動画広告の特性上既存のCM素材を使うこともあり、25%程度だろう。

Q8、

来期の「AbemaTV」の先行投資額は？

A8

現状は未定。最新状況を見て、9月末に議論し決定する予定。

Q9、

「AbemaTV」の一人当たりの滞在時間、流入経路は？

A9、

競合を勘案し、非開示。

Q10、

「AbemaTV」のユーザー属性の算出根拠は？

A10、

「Google アナリティクス」を使用して算出している。今後、ヘビーユーザーにはプッシュ通知でアンケートを表示し、ユーザー属性をとっていく。

Q11、

「AbemaTV」の利用者1,000万人達成時期の目処は？

A11、

地道に、コンテンツの充実、広告宣伝を行い伸ばしていく。今までにないサービスで視聴習慣をつけるには、2-3年はかかるだろうというイメージを持っているが、それより早く達成できればベスト。

Q12、

「AbemaTV」の課金モデルの強化策はあるか？

A12、

現在は機能が低いので、秋ごろには利便性を高め、本格的に取り組む予定。「AbemaTV」を利用していただくとうかが、見落とした番組や連続番組の途中から見てしまった時等に必要になってくるだろう。

■インターネット広告事業について

Q13、

広告代理事業のインフィード広告が横ばいの理由は？

A13、

一服したというより前回は伸びすぎたという印象を持っている。インフィード広告の需要は相変わらず強い。

■ゲーム事業について

Q14、

ゲーム事業は課金収入か？

A14、

課金収入。

Q15、

「グランブルーファンタジー」の問題が売上高に与えた影響は？

A15、

自主規制をおこなったものの、重課金者は限られた人数で、全体に与える影響は軽微だった。

Q16、

タイトル別の売上高トレンドは？

A16、

タイトルごとの売上高は開示していないが、セールスランキングの通りで、巡航に伸びている。

■その他

Q17、

広告宣伝費の内訳は？

A17、

広告宣伝費 65 億円のうち、10 億円が「AbemaTV」、51 億円がゲーム事業。

Q18、

特別損失に計上したゲームタイトルは？

A18、

3Q（4-6月）は、大型タイトルが1つ、中型タイトルが1つ。

最近は、1タイトル出すのに平均5億円程度の開発費がかかっている。

Q19、

3Q（4-6月）の税率が高い理由は？

A19、

株式会社 AbemaTV が連結納税対象外であることと、株式会社 Cygames の非支配株主持分(少数株主持分)の影響による。

以上