

2016年9月期通期 決算説明会 質疑応答の要約

10月27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。

■2017年9月期の業績見通しについて

Q1、

連結売上高見通し 3,600 億円の内訳は？

A1、

2016年9月期第4四半期の連結売上高 856 億円を 4 四半期分にした 3,424 億円と、差額の 176 億円を広告事業中心に増収させる計画。

ゲームはボラティリティを考慮し保守的に見積もった。

Q2、

減益見通しが市場に与える影響をどのように見ているか？

A2、

短期的に株価が下がる可能性があるが、中長期で企業価値を上げていくため、ゲームが好調なうちに腰を据えて「AbemaTV」への投資を行っていく。

■「AbemaTV」について

Q3、

コンテンツの強化に伴い、チャンネル数を増やす予定はあるか？

また、開局以降、チャンネル数を増やした効果は？

A3、

チャンネル数を大幅に増やす予定はなく、チャンネルごとにブラッシュアップをするために良質なコンテンツを調達し強化していく。ただし、高額なコンテンツよりも、視聴習慣がつくコンテンツを購入していく。

前四半期から、ドラマチャンネルを増やしたことで、女性ユーザーが増加した。

Q4、

ここ数年は、同額の投資が続くか？

A4、

地上波やCSが500億円規模の番組制作費を投下しているのに対し、「AbemaTV」では2017年9月期に200億円の投資

を予定しており、コンテンツに十分な投資をしているとは言いがたい状況。視聴習慣が根付く前に多額の投資をする予定はないが、少しずつ増やしていく予定。

Q5、

TV デバイスからの視聴時間はどの程度か？

A5、

スマートフォンからの平均視聴時間約 26 分に対し、「Amazon FireTV」からの平均視聴時間は 200 分を越えているという実績が出ている。主に、ニュースチャンネルを視聴しているユーザーが多い。

Q6、

10 月から各キャリアから大容量の通信プランが出たが、その影響は？

A6、

数値上の大きな変化はないが、好影響が出ている感触はある。

今後に期待している。

Q7、

コンテンツ調達において、ANN（All-nippon News Network）との協力体制や今後の方針は？

A7、

ニュースにおける協力は既に得ており、今後も、強く連携を取っていきたいと考えている。

Q8、

WAU の直近の伸びが鈍化している理由と、過去急増した理由は？

A8

「AbemaTV」のスタッフが交代で夏休みをとっていることと、編成で目玉コンテンツを用意していない、広告宣伝もしていないことによる、想定どおりの結果。

休みの日に視聴が増える傾向にあり、夏休みのタイミングでは、特別編成や広告宣伝の効果で伸張した。

現在、年末年始に向けて、特別編成と広告宣伝の準備をしている。

Q9、

1,000 万 WAU 時点の収益イメージやユーザー構成は？

A9、

現在の WAU 数でプレイクイープンに持っていくことも可能だが、その規模では価値がないと考えている。

1,000 万 WAU になればマスメディアとして認識され、収穫逓増型になっていく予定。実現できれば、企業価値を上げてい

くことができる。

ユーザー構成は、スマートフォン世代である 10-30 代をメインターゲットとして考えているが、TV デバイスへの対応をきっかけに若年層以外のユーザーも獲得していきたい。

Q10、

利用者の男女比を半々にする見通しは？

A10、

現状は未定だが、女性に人気のあるドラマや恋愛をテーマとした番組を強化していきたいと考えているが、そう簡単ではないと認識している。

Q11、

利用者の流入経路は？

A11、

大型の投資をしていない時期は、人気アーティストのライブやタレントの出演による自然流入で増えている。現在は伸び続けているが、いずれ鈍化してくるだろう。

Q12、

サイバーエージェントの広告事業で「AbemaTV」の広告販売を強化する時期は？

A12、

現在も 10%はサイバーエージェントの広告事業が販売しているが、2017 年 9 月期から動画広告の販売を強化する体制を組み注力していくため、さらに伸びていくと考えている。

Q13、

「AbemaTV」における 2017 年 9 月期の広告売上高の見通しは？

A13、

社内では目標を設定しているが、非開示とさせていただきます。

Q14、

制作人員の採用予定は？

A14、

制作経験者を中心に採用を強化している。

■インターネット広告事業について

Q15、

株式会社電通の不正取引に関する影響は？

A15、

社内で調査を行い、取扱高が大きい480社中300社のチェックが終わったが、現状、不正はないという結果が出ている。足元の発注も好調で、市場全体に悪い影響が出ているとは考えづらい改めて、気を引き締めながら対応していく。

■ゲーム事業について

Q16、

2017年9月期の広告宣伝費の見通しは？

A16、

明確な予算は決めておらず、好調なタイトルをさらに伸ばすために広告を出す方針。

4Qは、好調なタイトルが多かったため、TVCMやタイアップ広告、街頭広告等を積極的に行った。

年末年始にも、広告宣伝を大きく行う予定。

■その他

Q17、

ここ数年の消費者の動向は？また、今後の見通しは？

A17、

PCからスマートフォンへの変化は明らかで、自分も含めスマートフォンに夢中になっていた。

動画に関しても、自分や周囲の人の視聴態度や環境が変化し始めたことを受け、参入を決めた。

今後も、消費者の使いそうなものを見極めながら事業を展開していく。
