

2017年9月期 第3四半期 決算説明会 質疑応答の要約

■「AbemaTV」について

Q1、

「AbemaTV」の先行投資の見通しは？

A1、

基本的には縮小均衡にはせず、売上を伸ばし、コストも拡大していく方針。しかし、今期 200 億円の先行投資を、来期 300 億円、400 億円と大きく増やす予定はない。

Q2、

来期「AbemaTV」の売上は、どのように伸ばしていくのか？

A2、

「AbemaTV」の広告は、現在提供しているスポット CM 以外にも、タイムセールス、番組のフルスポンサー等も商品化に向けて進めている。また、課金も目標を追っていると共に、放送外収入も複数仕込んでいる。

Q3、

「AbemaTV」にとっての課題や不足しているものは？

A3、

一番は、ユーザーに「インターネットで動画を見るという視聴習慣」を根付かせること。4G から 5G などの通信環境のさらなる向上や、テレビを通してインターネット動画を見ることの理解が進むことを期待している。

Q4、

「Abema ビデオ」の現状と今後の展望は？

A4、

出だしは順調。2017 年 12 月末に、会員を月 3 万人増やしていくことを目標に取り組んでいく。

Q5、

「AbemaTV」で視聴習慣を根付かせるための施策とは？

A5、

緊急会見の生放送なども多く見られており、ニュースチャンネルが大きく貢献している。また、話題の番組を放送しても、一時的な増加ではなく MAU もベースアップしているので、確実に視聴習慣に繋がっている。オリジナルドラマは今年の年末から発表し、来期に配信を予定している。

Q6、

「AbemaTV」の DAU はどのくらいか？

A6、

「AbemaTV」は MAU の 50%が WAU。WAU の 30%が DAU で推移している。

Q7、

「AbemaTV」でサーバーダウンしたことがあったが今後の対策は？

A7、

視聴者の同時接続数を今の 5~10 倍にすることを年内までに最優先事項として目指している。今後はマルチクラウドも手がけていきたい。

■インターネット広告事業について

Q8、

インターネット広告事業の今後の成長戦略は？

A8、

インターネット広告を牽引しているスマートフォン広告の成長率は、高い水準で継続していこう。ユーザーの視聴動向に合わせた、広告メディアの変化にともない、当社は広告のポートフォリオを組み替え成長してきている。現在はユーザーの動画視聴が伸びているため、変わらず動画広告に注力していく。

Q9、

インターネット広告事業の営業利益率が昨年比で下がっている理由は？

A9、

将来に向けて過去最大の新入社員を配属したことで営業利益率の低下となった。インターネット広告事業については営業利益率 8~10%と想定している。

■ゲーム事業について

Q10、

ゲーム事業の営業利益が昨年比で下がっている理由は？

A10、

新しいタイトルのヒットの兆しを受けて、広告宣伝費などの投資を行っているため。

Q11、

ゲーム事業の7月以降の見通しは？

A11、

ゲーム事業の7月の売上高は、6月比で約30%増と進捗は良いと見ている。そのため、大きく伸びることはないが下がることもない。

■経営指標について

Q12、

DOE5%達成への考え方は？

A12、

IFRSを適用しM&Aで成長している会社に比べると、自社で新規事業を創出している当社は投資期間中、会計上不利になると考えている。投資期における株主利益を考え、DOE5%を経営指標として目安にした。DOE5%の達成手法に関しては、配当の増額や自社株買いの取得などあるが現時点では未定。

■その他

Q13、

脱時間給制度についてどう思うか？

A13、

働き方改革とセットで推し進めるべきと考えている。

以上