

朝日放送グループホールディングス株式会社

2023年3月期第2四半期決算説明会

2022年11月21日

[開催場所] インターネット配信

代表取締役副社長/朝日放送テレビ株式会社 代表取締役社長

山本 晋也(以下、山本)

取締役常務執行役員 小倉 一彦

執行役員/朝日放送テレビ株式会社 取締役

今村 俊昭(以下、今村)

登壇

司会: ご出席の皆様、こんにちは。定刻となりましたので、これより朝日放送グループホールディングス株式会社の 2023 年 3 月期第 2 四半期決算説明会を開催いたします。本日はよろしくお願いいたします。

本日のご報告内容は、まず連結業績とセグメント情報、および連結業績予想の修正。続いて、朝日放送テレビの業績となっております。ご説明の時間は、およそ 25 分を予定しており、その後、質疑応答を行います。会議全体は、最大で1時間を予定しております。

まずはグループ全体の業績を、朝日放送グループホールディングス代表取締役社長の沖中より、ご 説明いたします。



連結業績について

朝日放送グループホールディングス㈱ 代表取締役社長 沖中 進

3

沖中:朝日放送グループホールディングスの沖中でございます。本日はお忙しい中、皆様にはお時間をいただきまして、誠にありがとうございます。また、皆様におかれましては、日頃より弊社をお引き立て賜り、厚く御礼申し上げます。

それでは早速ですが、2023年3月期第2四半期の業績についてご説明申し上げます。

連結業績



(単位:百万円)

				22/3 上期	23/3 上期	前年同期比	増減率
売	ل	E	高	40,889	41,100	210	0.5%
営	業	費	用	39,654	40,806	1,151	2.9%
内	売 上	原	価	27,723	28,121	397	1.4%
訳	販	管	費	11,930	12,684	753	6.3%
営	業	利	益	1,234	293	△940	△76.2%
経	常	利	益	1,539	479	△1,060	△68.9%
親会当	注 株 主 期 純	に帰属	する 益	1,133	403	△729	△64.4%

<増収減益>

- コンテンツ事業が好調で増収
- 一方で費用は、コンテンツ開発に関わる償却負担が増加し、減益

当期の連結売上高は 411 億円、前年同期比で 2 億 1,000 万円の増収となりました。急激な円安やそれに伴う物価上昇などの影響で広告収入が軟調でしたが、コンテンツ事業収入が好調で増収となっております。

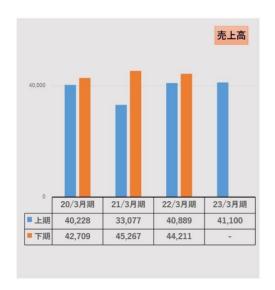
一方で費用は、コンテンツ事業において制作費や製作委員会への出資金、それに償却などで増加しております。このため、営業利益は 2 億 9,300 万円、経常利益は 4 億 7,900 万円、親会社株主に帰属する当期純利益は 4 億 300 万円で、いずれも減益となっております。

4

連結業績の推移



(単位:百万円)





ポイント

当社の業績は上期より下期に大きく伸びる傾向があり、特にコロナ禍の直撃を受けた、2021年3月期以降の営業利益は、下期の比重が非常に大きい。

5

こちらは4年間の過去の推移でございます。

当社の業績は、特に営業利益はご覧のとおり、上期より下期に伸びる傾向がございます。右の表で すね、営業利益、青が上半期、オレンジが下半期となっております。

この背景には、上半期には高校野球やプロ野球中継などのスポーツ案件が集中していること。それ から、広告主のキャンペーンが年度後半に増える傾向が強いこと。それと、年末年始に当社の全国 ネット特番が多いことなど、やや構造的なものになっております。

セグメント情報



(単位:百万円)

	売_	L高		22/3	上期	23/3	上期	前年同	期比	増減率
放	送・コ	ンテ	ツツ	33	,954	34	4,482		527	1.6%
	放		送	26	,215	2	6,468		252	1.0%
内訳	コン	テン	ンツ	7	7,719		7,987		268	3.5%
13/ (そ	の	他		19		26		7	37.7%
ラ・	イフス	スタ・	イル	6	,934		6,617		△317	△4.6%
	ハゥ	ジン	ング	5	,215		4,476		△738	△14.2%
内]"	ル	フ		410		484		73	18.0%
訳	通		販	1	.,064		1,471		407	38.3%
	そ	の	他		244		184		△59	△24.5%

営業利益	22/3 上期	23/3 上期	前年同期比	増減率
放送・コンテンツ	962	407	△554	△57.6%
ライフスタイル	412	118	△294	△71.4%
その他調整額	△140	△232	△91	-

6

次に、セグメント情報にまいります。

まず、売上です。放送事業は、CS 放送のスカイ A が好調だったことがございます。コンテンツ事業は、テレビ社の高校野球配信サービス「バーチャル高校野球」の好調が貢献しております。

ライフスタイル事業では、ハウジング部門で前年同期にありました大型の不動産販売が今期なかったことなど、その反動減でマイナスになっております。

一方で営業利益ですが、放送・コンテンツ事業が 4 億 700 万円で、前年同期比マイナス 5 億 5,400 万円の減益。ライフスタイル事業は 1 億 1,800 万円で、マイナス 2 億 9,400 万円の減益となっております。







次に、当期の連結業績予想でございます。

14/3

13/3

上期の業績と下期の足元の状況を踏まえ、売上高を 870 億円、営業利益を 29 億円、経常利益を 34 億円、当期純利益を 22 億円とし、5 月予想から売上高を 40 億円、営業利益、経常利益はそれ ぞれ 11 億円、当期純利益を 7 億円、下方修正いたしました。

18/3

19/3

20/3

21/3

22/3

23/3

この詳細ですが、次のスライドでご説明いたします。

15/3

16/3

17/3

セグメント別 業績予想



(単位:百万円)

	売上高	22/3 実績	23/3 予想 (11月修正)	前期比	増減率
放	送・コンテンツ	71,348	71,800	451	0.6%
	放 送	56,130	55,400	△730	△1.3%
内訳	コンテンツ	15,170	16,100	929	6.1%
100	そ の 他	47	300	252	530.9%
ラ・	イフスタイル	13,751	15,200	1,448	10.5%
	ハウジング	9,825	9,600	△225	△2.3%
内	ゴルフ	854	900	45	5.4%
訳	通 販	2,694	4,100	1,405	52.2%
	そ の 他	377	600	222	59.0%

営業利益	22/3 実績	23/3 予想 (11月修正)	前期比	増減率
放送・コンテンツ	3,654	2,400	△1,254	△34.3%
ライフスタイル	874	800	△74	△8.5%
その他調整額	△325	△300	-	=

8

まず放送事業につきましては、下期のスポット収入が不透明で厳しい予想もされていること。全国ネット番組の番組枠が減ったことなどから、売上高を 554 億円、前期比マイナス 7 億 3,000 万円の減収となる見込みでございます。

コンテンツ事業の売上高は 161 億円、前期比で 9 億 2,900 万円の増収を見込んでいます。通販は、新規事業への期待値を含めて増収を見込み、ご覧の数字としております。

費用ですが、コンテンツ事業の拡大に向け積極的な投資を続けているために増えております。そのため、それぞれのセグメントで利益幅が小さくなっており、放送・コンテンツの営業利益は前期比マイナス 12 億 5,400 万円の 24 億円、ライフスタイルは前期比マイナス 7,400 万円の 8 億円となる見込みでございます。

サステナビリティ関連の取り組み



フードロス削減ECサイト「ロスマイル」を10月から開始



グループのワンデイデザイン社が、賞味期限間近やパッケージ破損などでこれまで廃棄されていた食品を最大66%オフで提供するフードロス削減事業を開始。 ECサイト「ロスマイル」(https://lossmile.jp/)を10月に立ち上げ、運営開始。

関西で活動する社会起業家に出資する新ファンドを組成。フードロス削減PF運営会社へ出資



ホールディングス社とグループのABCドリームベンチャーズは、関西の持続可能な社会実現に向け、「ソーシャルインタラクションデザインファンド」を組成。

第一号案件として、作り手と食べ手をつなぎ、フードロスを削減する通販プラットフォームを運営する㈱ロスゼロ(本社:大阪市西区、代表取締役社長 文美月)に出資。

放送事業3社でSDGs達成に向けた取り組みアスミライプロジェクトを推進



放送を通してSDGsの存在や内容を広く紹介して具体的な行動につなげていくことを掲げ テレビ社が取り組んできた「アスミライプロジェクト」に、ラジオ社とスカイA(CS放送)の 2社が参画。SDGs達成に向けた取り組みを更に推進。

さてもう一つ、当社が積極的に推進しているのが ESG の取り組みでございます。環境やサステナビリティを強く意識した事業をスタートさせました。

フードロス削減に向けた、二つの事業への投資を行いました。一つは、グループ社のワンデイ・デザイン社が通販の仕組みを活用したフードロス削減事業を立ち上げ、EC サイト「ロスマイル」をローンチいたしました。

また、当社とグループの ABC ドリームベンチャーズは、新たに SDGs ファンドともいうべきファンドを組成いたしました。名前は「ソーシャルインタラクションデザインファンド」でございます。出資先第一号は、大阪に本社を置くフードロス削減プラットフォームを運営する株式会社ロスゼロでございます。

その他、テレビ、ラジオ、CS と放送を通して、SDGs を広く紹介するアスミライプロジェクトを 今後、積極的に展開させていきたいと思っております。

配当について





株主還元について、当社は財務体質の強化・維持と、企業価値の向上および成長戦略のための投資との バランスを常に考え、連結配当性向30%を目途として、継続的・安定的かつ柔軟に決定しております。 このため、2023年3月期については、中間配当10円、期末配当を6円とし、1株あたりの年間配当を16円と 予想しております。

10

最後に、当期の配当についてご説明いたします。業績の予想に合わせ、当期の配当も修正いたしま した。10ページでございます。

中間配当は 10 円で据え置き、期末配当を 6 円としました。1 株あたりの年間配当予想は 16 円となります。コロナ禍の影響がようやく落ち着くかに見えておりますが、当期は年度初めから世界情勢の悪化、円安・物価高などもあり、現在のところちょっと踊り場に来ている感じもしております。

下期、そして来期に向けて、総合コンテンツ事業グループとして視聴者、リスナー、消費者に求められるコンテンツの開発、そして新事業の展開などをより積極的に進めていきたいと思っております。

今後とも、よろしくお願いいたします。

司会:続きまして、朝日放送テレビの業績につきまして、朝日放送テレビ代表取締役社長の山本よりご説明をいたします。



朝日放送テレビの 業績について

朝日放送グループホールディングス(株) 代表取締役副社長 朝日放送テレビ(株) 代表取締役社長 山本 晋也

11

山本:山本でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

では私から、朝日放送テレビの業績についてご説明をいたします。

朝日放送テレビ 業績



				22/3 上期	23/3 上期	前年同期比	増減率
売		上	高	26,197	26,859	662	2.5%
営	業	費	用	25,833	26,484	651	2.5%
内	売	上 原	価	16,285	16,588	302	1.9%
訳	販	管	費	9,547	9,895	348	3.6%
営	業	利	益	363	375	11	3.0%
経	常	利	益	420	604	183	43.7%
当	期	純 利	益	261	339	78	29.9%
				22/3 上期	23/3 上期	前年同期比	増減率
番		組	費	7,834	7,862	27	0.4%

<増収増益>

12

- コンテンツ収入が好調で、増収
- 費用については、コンテンツ売上増に伴う原価増や減価償却費増で支出が増えたものの、収入が上回り、増益

まず、売上高は 268 億 5,900 万円、前年同期比で 6 億 6,200 万円の増収となりました。営業利益は 3 億 7,500 万円、前年同期比で 1,100 万円増加し、経常利益は 6 億 400 万円で 1 億 8,300 万円の増加。当期純利益は 3 億 3,900 万円で 7,800 万円の増加となりました。

費用の増加は、コンテンツの売上増に伴う原価が増えたことや、テレビ社においても、コンテンツ 開発に伴う費用が増えたことであります。また、放送マスター更新などの減価償却費が増えたこと によるものでございます。

その一方で、高校野球の配信サービス「バーチャル高校野球」やイベント等のコンテンツ収入が費用増を上回り増益につながりました。

朝日放送テレビ 業績の推移





次が、4年間の業績の推移です。

テレビ広告収入だけに頼らない収益構造改革が進んでいます。当期のように、テレビ広告市場は減速した中にあっても、しっかりと売上を維持し、利益を確保することができました。

朝日放送テレビ 収入の内訳



(単位:百万円)

			22/3上期	23/3上期	前年同期比	増減率
放	基 収	入	23,463	23,317	△146	△0.6%
コンテ	ンツ収	八	2,570	3,400	830	32.3%
その	他の収	入	163	140	△22	△13.5%

- 放送収入※連結業績の放送事業に計上 放送を通じて得られる広告収入が中心(「放送」の見逃し配信であるTVer収入は含む)
- コンテンツ収入 ※連結業績のコンテンツ事業に計上 映像・イベントなどの「コンテンツ・IP」を多角的に制作・展開することで得られる収入 (系列局への番組販売、バーチャル高校野球などテレビ番組から派生するコンテンツ展開含む)

※放送収入の詳細は次ページ以降に記載

14

次に、収入の内訳です。

当期は、放送収入の減収をコンテンツ収入の増加がカバーする形になりました。放送を通じて得られる広告収入を中心とする放送収入は 233 億 1,700 万円、前年同期比でおよそ 1 億 4,600 万円減っております。

その一方で、イベントやインターネット展開などのコンテンツ収入は34億円となり、前年同期比でおよそ8億3,000万円増え、32.3%アップいたしました。特に「バーチャル高校野球」は、今年プラットフォームを二つに増やしたほか、地方大会の配信試合数を大幅に増やし、増収に貢献いたしました。

朝日放送テレビ主な「放送収入」の推移



				(単位:百万円)
	20/3 上期	21/3 上期	22/3 上期	
スポット	15,340	11,045	14,178	14,208
ネットワーク (タ イ ム)	6,581	6,202	5,858	5,581
ロ - カ ル (タ イ ム)	3,251	2,673	2,859	2,985
テレビ動画配信 (主にTVer配信)	84	97	249	254

^{*22}年3月期以降のネットワーク(タイム)収入は、収益認識基準適用に伴う影響があります。

■ スポット

- 前年同期比 0.2%↑※詳細は次ページ以降に記載
- ■ネットワーク(タイム)
 - ·前年同期比 4.7%↓
 - ・全国ネット番組枠減

■ローカル (タイム)

- ·前年同期比 4.4%↑
- ・「おはよう朝日です」関連イベント、 単発番組等が好調

■テレビ動画配信(主にTVer配信)

- •前年同期比 1.7%↑
- ・7月クールのドラマ配信が好調
- ·高校野球関連等TV連動企画増加

15

15ページは、主な放送収入の推移です。

スポット収入は、前年比 100.2%を確保することができました。大阪への地区投下が前年同期比で 100%を割り込む中、当社はスポットのシェアを伸ばすことができました。広告代理店や広告主へ の丁寧なヒアリングを積み重ね、さまざまな企画提案を積極的に推し進めた結果であります。

ネットワークタイムは、前年比 4.7%の減収です。主な原因は放送枠の減少です。

ローカルタイムは、前年比 104.4%と好調でした。4 月改編で昼のベルトミニ番組が新規編成できたこと。朝の人気情報番組、「おはよう朝日です」が好調だったこと。さらに9 月に開催した番組イベント、「おは朝パーク」や特番が好評で収入が増えました。

テレビ動画配信は、第2四半期に配信したドラマが好調で、上期全体で前年超えとなりました。

テレビ事業 スポット収入 (四半期毎の推移)





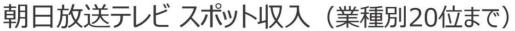
年度初めから、円安・物価高で一部広告主が出稿に消極的になる中、 第1四半期は前年同期比97.9%、第2四半期は前年同期比102.8%、 上期全体で前年同期比100.2%を確保(上期の地区投下は前年同期比96.9%)

16

続いて、四半期毎のスポット収入の推移です。

年度初めから、一部広告主で出稿に消極的な傾向が見られましたが、シェアを伸ばすことでほぼ前年並みを確保することができました。しかし、下期については好調だった前年同期の反動減で、わずかながら前年割れとなる見込みであります。

スポット収入の業種別の増減については次のページをご覧ください。





	22/3	上期	23/3	上期
業種	増減率	構成率	増減率	構成率
交通・レジャー・外食・サービス	154.5%	12.1%		14.0%
食品	109.6%	10.0%	93.9%	9.4%
飲料・アルコール飲料	139.2%	9.8%	93.3%	9.1%
薬品・医療用品	113.8%	7.6%	109.9%	8.3%
家電・コンピュータ	168.4%	7.5%	96.9%	7.2%
情報·通信	154.0%	8.4%	84.5%	7.1%
趣味(映画・ゲーム・音楽など)	167.5%	6.4%	85.3%	5.4%
金融	98.6%	4.5%	119.5%	5.4%
自動車	108.9%	5.6%	82.7%	4.6%
化粧品・トイレタリー	130.6%	6.0%	75.7%	4.6%
出版	180.3%	3.4%	123.5%	4.2%
官公庁·政治団体	103.5%	3.6%	103.8%	3.7%
通信販売	81.2%	2.7%	130.9%	3,6%
住宅·不動産·建設	130.7%	2.8%	128.8%	3.6%
家庭用品	140.2%	2.2%	90.5%	2.0%
ファッション(衣料・貴金属など)	123.5%	2.2%	91.7%	2.0%
エネルギー・機械・素材	70.3%	1.3%	148.6%	1.9%
流通	130.7%	1.5%	98.8%	1.5%
運輸・事業・イベント	113.9%	1.1%	103.7%	1.2%
各種団体(法律事務所など)	129.1%	1.1%	86.0%	1.0%
その他	97.84%	0.1%	218.8%	0.3%
合計		100.0%		100.0%

17

17ページ、スポット収入の業種別でございます。

円安・物価高の影響が色濃く反映され、化粧品・トイレタリーからの出稿が減ったほか、情報通信 は前年の大幅な出稿増からの反動減がありました。一方、好調だったのは、ゴールデンウィークや 夏休みに出稿が増えたレジャー関連と、リモートワーク関連などのサービス。

それからキャッシュレスの成長が著しく、決済手段の多様化がより加速した金融も好調でございま した。転職関連の出版は引き続き好調で、通信販売も大きく伸びております。





(*2022年4月4日~	~2022年10月2日)
--------------	--------------

(出典:	ビデオリ	(サーナ)

	全 日	ゴールデン	プライム	プライム 2
	(6-24時)	(19-22時)	(19-23時)	(23-25時)
1	YTV	YTV	YTV	YTV
	3.8%	6.2%	6.0%	3.3%
2	ABC	ABC	ABC	ABC
	3.5% (-0.4)	5.3% (-0.6)	5.5% (-0.7)	2.8% (-0.1)
3	KTV	KTV	KTV	MBS
	3.3%	5.0%	5.0%	2.4%
4	MBS	NHK	MBS	KTV
	3.0%	4.9%	4.6%	2.3%
5	NHK	MBS	NHK	NHK
	2.7%	4.6%	4.2%	0.9%

■ABC (テレビ朝日系) ■MBS (TBS系) ■KTV (フジテレビ系) ■YTV (日本テレビ系) ■NHK

※ () 内は前年同期比

次に、関西地区、個人全体の視聴率はご覧のとおり、全区分で2位となりました。

コロナ禍の行動制限解除やデジタルシフトで視聴率全体、いわゆる PUT は低下傾向にありますが、引き続き信頼されるマスメディアとしての価値は維持をしております。よりよいコンテンツをお届けすることで、今後も当社のブランド価値と業績向上を目指してまいります。

2022年度上期の成果





上期の主な成果は 19 ページです。当社では、49 歳以下の男女 U49 として重点ターゲットに設定しております。4 月の改編で、四つの番組をこの U49 を意識し、編成をいたしました。

一つは、「DAIGO も台所」。これは料理番組としてグループ会社の ABC アークによるレシピ本の 出版や、Oisix と共同開発したミールキットを販売するなど、既に新たなビジネスチャンスを生み 出しております。

それから、KAT-TUN の中丸さんが出演者に加わった、「朝だ!生です旅サラダ」も好調で、関西の個人全体視聴率は上期平均 4.8%と、同時間帯トップとなりました。

また、新たに MC を迎えた、「新婚さんいらっしゃい!」は、SNS やニュース配信などでも紹介されることも増え、放送後の話題性も高まっています。

テレビ以外でも視聴者の皆さんとの接点を増やすべく、さまざまな取り組みも進めております。

平日の朝の情報番組、「おはよう朝日です」のリアルイベント、「おは朝パーク」を大阪・千里万博公園で、9月に3日間開催いたしました。日頃番組を見てくださっている方々が、たくさんお越しくださいました。

また「バーチャル高校野球」も、今年から配信プラットフォームをスポーツブルに加えて、スポーツナビでもスタートをいたしました。配信試合数も大幅に増加して、多くの方々にご覧いただけたと思います。

2022年度下期の取り組み



U49を意識したコンテンツ展開を推進



▶ナイトinナイト 「これ余談なんですけど・・・」

(水曜よる11:17~深夜0:17放送 ※11月2日スタート) 「M-1グランプリ」ファイナリスト&「キングオブ コント」王者の人気お笑いコンビ「かまいたち」が MCのトーク番組。

2021年1月から半年間深夜で放送し、 SNSで大きな反響があった番組を11月から 人気深夜バラエティ番組枠でレギュラー編成。

▶「ドラマL 推しが武道館いってくれたら死ぬ」

(日曜よる11:55~深夜0:25 ※10月9日スタート) 累計発行部数100万部を突破、2020年1月にはアニメ化され た大人気作品をドラマ化!元乃木坂46の松村沙友理が地上波 連ドラ初主演。



▶「ドラマ+ 青春シンデレラ」

(日曜深夜0:25~0:55 ※10月16日スタート) 電子漫画アプリ「マンガMee」で累計7000万PV越えを記録した大 人気少女コミックスを若手注目女優・久間田琳加の主演ドラマ化! 東京各局のゴールデン、プライムタイム放送のドラマが TVer配信ランキング上位を占める中、関西深夜ローカル放送ながら 8位にランクイン。



年末は、もちろん「M-1グランプリ2022」

▶史上最多の7261組がエントリー!決勝戦は12/18 (日)

YouTube、GYAO!をはじめとした各配信プラットフォームでのコンテンツ展開を含め、 今年も各種展開を予定。



20

それから 20 ページは下期の取り組みでございます。下期にも U49 を意識した番組改編を行いまし た。11 月から Z 世代、高校生に人気のある「かまいたち」が MC を務めるトーク番組「これ余談 なんですけど・・・」を水曜日の深夜バラエティー枠でスタートをいたしました。第2の「相席食 堂」を目指しております。

重点的に強化を進めているドラマコンテンツでは、日曜深夜の二つのドラマ枠の 10 月クールで、 人気漫画をドラマ化した作品を放送中でございます。

そして年末恒例、数々のドラマを生み出してきた「M-1 グランプリ」は、今年もエントリー数は 史上最多を更新し、7,261 組がエントリーをいたしました。一層、白熱した戦いが予想されます。 また今年も地上波放送に加えて、YouTube、GYAO!をはじめとする配信プラットフォームでも、 さまざまなコンテンツを展開してまいります。

足元の10月、11月のスポットの状況は、やや厳しい状況となっております。広告主の出稿控えの 傾向も下期も続くと見ており、スポットを中心に楽観できない状況だと考えておりますけれども、 しっかりと足元をやっていきながら、次のコンテンツのために投資も引き続きやってまいりたいと 思っております。今後も、どうぞよろしくお願いいたします。私からは以上です。

質疑応答

司会: それでは、質疑応答に入らせていただきます。

本日は、説明内容および質疑応答の書き起こし配信サービスの取材が入っておりますので、ご了承ください。

では、ご質問いただける順番になりましたら、司会から指名させていただきます。御社名、お名前のあと、ご質問をお願いいたします。なお、質問はアナリスト、機関投資家の方を優先させていただきます。

それではご質問のある方、お願いいたします。

質問者:二つ質問をお願いいたします。

一つ目が、テレビ動画配信についてお伺いしたいと思います。TVer向け、それからプラットフォーマー向けに分けて、今後の下期、来期に向けた収益拡大の取り組み、戦略についてもう少し詳しく教えていただけないでしょうか。

テレビ動画配信、第2四半期かなり売上が伸びました。御社のコンテンツラインナップを考える と、まだまだこの収益規模は大きくなるのではないかと期待しているんですけれども、どう拡大さ せていかれるのか。

併せてそれぞれの状況について、例えばプラットフォーマーですと、最近決算を見ていますと、少し一時期の勢いがなくなってきて、コンテンツを買う意欲が失われてきているとか。あるいは TVer ですと、来年 4 月からリアルタイム配信枠を販売するなどのイベントもあると思います。どういったことがこれから起こって、それに対して御社がどういうふうに攻めていかれるのか、これについて教えてくださいというのが一つ目です。

二つ目です。今回、会社計画を修正されたと思うんですけれども、基本的には広告市況が悪化して、スポットの見通しを下げられたと思うんです。放送・コンテンツに分けたときに、コンテンツ 業績は足元どうなっているんでしょうか。

予算どおり進捗しているのかということと、あとコンテンツだけで抜き取ったときの利益拡大は、 長い目で見たときのイメージどおりしっかり拡大しているのか。それとも、こちらも市況の変化等 によって、少し利益拡大のペースが遅れているのか。 コンテンツビジネスの利益貢献の状況について、ご解説いただければと思います。以上 2 点、よろ しくお願いいたします。

沖中: ご質問ありがとうございます。最初のご質問、動画配信につきまして、TVer それから動画配信の今後につきまして、山本からお願いします。

山本:それでは動画配信について、私からお話をさせていただきたいと思います。

まず TVer に関しては、上期は何とか前年比は超えたというご説明をさせていただきました。よかったのは、第2クォーターのドラマが割と調子がよかったので前年を超えることになりましたけれども、実は予算はもう少し高めに組んでおりました。予算がいかなかった原因は、やはり第1クォーターのドラマが不調だったということです。

かなりバラエティーのコンテンツも多く TVer に出していますけれども、ポイントはドラマがどれだけ回るかが大きく影響してまいります。そういう意味では、TVer も他のプラットフォームもそうですけれども、これからドラマをしっかりとやっていくということで、来期に向けてもしっかりとしたドラマ戦略を今考えております。

そういう意味では、バラエティーも「相席食堂」、それから「探偵ナイトスクープ」、先ほど4月から始まった「DAIGOも台所」も、非常によくTVerでも見ていただいております。

11月から始まりました、「かまいたち」の「これ余談なんですけど…」も、これは先ほど説明しましたように、第二の「相席食堂」になるべく、何とか育てていって、動画配信の売上に貢献してもらいたいと思っています。

それから、プラットフォームもなかなか競争が激しい状況がありますので、単価が維持できるかは 非常に難しい状況にはあります。やはり反応のいいコンテンツについてはしっかりとお金をいただ けるということでありますので、まずはしっかりとしたコンテンツをつくるということになってい ます。

あと TVer のリアルタイムの配信は、来年 4 月からセールスを本格的に始めようというまだ前段階ですので、これからであります。当社はゴールデンタイムで全国ネット枠今、ポツンと一軒家ですので、この辺の様子を見ながら来年 4 月に向けて、どのぐらい見ていただいているかを見ている状況だと思っています。動画配信にはついては以上です。

沖中: 少しだけ補足しておきますと、いわゆる動画配信のセールスにつきましては、確かにちょっと各プラットフォーム一服した感じもございますけれども、われわれとしましてはコンテンツをさらに売れるように、セールスフォースの強化も考えております。

それから、アニメーションは海外にもう少し売れるはずだったんですけれども、なかなか中国でのセールスがうまくいきません。これも国情と合わせて考えていって、下期あたりからどんどんまたいければと思っておりますし、海外でのディストリビューションも、もう一段テコ入れをしていきたいと思っております。

それでは、下期の修正でございます。広告費はちょっと軟調ということもありますけれども、コンテンツ、予定どおりいくかというご質問については今村から。

今村:コンテンツ事業担当の今村でございます。

下期のコンテンツの見通しといいますか、戦略でございますが、基本的には今、山本からも申し上げましたが、ストーリー系コンテンツ、それとアニメコンテンツに重点を置きまして利益拡大、収益拡大を目指していくのが基本ラインになっていきます。

先ほどのプラットフォームの件も、確かに過当競争で結構厳しい状況が各社さんあるんですが、われたしてはオウンドメディアを持たない方針で、配信プラットフォームを持っておりませんので、逆にそこを利点として、全方位外交でいろいろと売っていこうということになると思います。

下期にはドコモさん、DMM さんが新しいプラットフォームを立ち上げられますので、そういったところとの取り組み。それから ABEMA さんとの取り組みみたいなことも具体的にお話を進めていっているところ。

先ほど TVer のお話もありましたが、TVer での収益だけではなくて、TVer が PR になる、コンテンツの PR になるところで、そこでの反応を見て、他の配信プラットフォームの皆様がセールス意欲を持たれるということが現実にございます。いわゆる日本全国もしくは世界に向けての PR ツールとしての TVer の利用の仕方みたいなことに関しても、ABC としては重要視して取り組んでまいりたいと思っております。以上です。

沖中: あと、利益をどう拡大させていくかというご質問です。当社は、アニメーションは数年前からかなり取り組んでおりまして、ここに来て、この 2~3 年間はコンテンツを大きく拡充させていくためには実写ドラマの取り組みも大切だというところで、かなりこちらに力を入れております。少しビハインドになっておりますので、初期費用が結構出てきております。

もちろん、それに合わせてヒット作をこれからどんどん輩出していきたいと思いますし、前々年、「年下彼氏」などのヒット作もありました。そういうヒット作などを交えながら、先行投資をどうやって回収していくかというのは、当社の考えなければいけないところでございます。

ただ、製作委員会方式での償却費の負担とか拡大局面にありますので、なかなかその辺の上値は重 たいんですけれども、まずはトップラインを上げ、そしてヒット作と同時に利益も上げていきたい と考えております。以上お答えしましたけれど、よろしいでしょうか。

質問者: ありがとうございました。

司会:ありがとうございました。では、質問は以上とさせていただきます。

本日はお忙しい中、当社の決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございました。引き続き、朝日放送グループをどうぞよろしくお願い申し上げます。

本日はありがとうございました。