

2022 年度 決算説明会 質疑応答 (要旨)

開催日：2023 年 5 月 15 日 (月)

本資料は、2022 年度決算説明会での質疑応答の内容を要約したものです。

質問者 1

Q1：配信広告収入だけではなく、「その他」に含まれる国内外の有料配信が伸びている、という説明だが、今期の見通しについて、可能な範囲で定量的なイメージがほしい。また、国内外の有料配金の部分の“伸び方”について、解像度を上げて説明してほしい。

2023 年度の配信収入の見込みに関して、TVer を中心とした配信広告収入伸び率は、前年比約 20%。有料配信については、ドラマを中心とした国内・海外配信の伸びを見込んで、前年比プラス 50%以上の増収を想定する。但し、2023 年度は amazon prime video の「風雲！たけし城」などにより売上が大きくなっている。海外配信については、作品にバラツキが生じるため、年度ごとに変動する可能性はある。資料内では“伸び率”でしか表記していないが、定量的に実数でお答えすると、2022 年度の有料配金の売上は、前年より 25 億円増加して、約 90 億円であった。さらに伸ばしていきたい。

国内有料配信の“伸び方”については、U-NEXT との提携により、コンテンツ・プロバイダーとしての出し口を増やして価値を高めていく、ということ。海外については、Netflix を始めとした海外 OTT との作品の展開、あるいは当社から出していくアーカイブの強化などで、数字を上積んでいく。

Q2：スポットの今期の前提+3.7%について。市況の回復を見込んでいる、とのことだが、回復のタイミングであるとか、変化が起きているとか、エビデンス的なものがあれば教えてほしい。

ターゲットとしている新ファミリーコア層 (男女 4-49) を中心とした視聴が年々伸びており、コストアップに繋がっているというのが当社の強み。業種的には、“人材サービス”が昨年より落ちつつも、“交通・レジャー”などが、コロナ禍からの回復を背景に好調である。

Q3：今年に入って外資規制について話題になった。現状、何か変化があるわけではないというのは認識しているが、現在の規制がこのまま必要なのか、考えがあれば聞かせてほしい。

国の制度の是非についてのコメントは避けるが、外資規制は国民の共通の財産である“周波数”をお預かりして国民のために放送している、事だと認識しているので、こうした中で、放送を行い、企業価値を高めていく。

質問者 2

Q1：2023 年度計画において、スポット+3.7%はアグレッシブな印象。直近の 2022 年度第 4Q はシェアが上がっているので期待したい。シェアが上がっている背景を改めて説明してほしい。

まず、新ファミリーコア視聴者層を中心とした視聴者属性の改善があること。そして、視聴者属性の改善が、IT 系などの新興クライアントの出稿に繋がっていること。さらに、販売手法としても、若いターゲットに訴求できることで、イベントや配信との連携がしやすくなっていること、などが挙げられる。具体的に SDGs の例で言うと、社会課題解決に向けての取り組みを評価されており、連携企業を“スポンサー”ではなく“パートナー”と呼び、一緒に SDGs に向けて番組を作っていくというような動きができていく。このような強みの相乗効果で、シェアが上がっている。

Q2：番組制作費について。今期の計画では 974 億円ということだが、レギュラー編成と特別編成がどのようなバランスとなっているのか確認させてほしい。

レギュラー編成と特別編成の割合については開示していない。グローバルだから大きいといった単純なものではなく、コンテンツの種類や戦略によって、一律ではない資金配分を行っている。

質問者 3

Q1：THE SEVEN について。Netflix 以外の海外 OTT との提携の進捗を教えてください。
Netflix を含む海外 OTT とは、現在、4つの作品でグリーンライトの調整に入っているところ。2023 年度の秋には、その 4 作品で、タイトルや内容について発表する準備に入っている。既報の通りだが、2023 年度の秋から冬にかけて、緑山スタジオシティ内に、“M6”という海外 OTT 向け配信専用のハイスペックなスタジオが完成する。
Q2：THE SEVEN は 2023 年度の業績に利益貢献する見通しか。黒字化するタイミングを教えてください。
先ほど説明した 4 作品の収益貢献は 2024 年度以降になるだろう。VFX 部門に関しては、当社のオリジナル作品だけでなく、他社作品や海外作品も請け負っており、2023 年度からの収益となる。黒字化のタイミングについては、制作する作品の規模と本数による。4 作品の発表時には中期的な経営計画を示せると思う。
Q3：スタイリングライフグループの業績が好調で、過去最高益を更新とのことだが、売上、利益ともに見通しが低すぎないか。今後も小売りの好調が続くと思うが、考えを聞かせてほしい。
2022 年度は、コロナ禍からの回復の波をとらえて順調に業績を伸ばせた 1 年であった。今後の市況については、皆様が感じているように、消費に向かう力が強まっている。当社の魅力ある商品を TBS と一緒にお客様に届けていきたい。ただし、景気の回復と相まって、原材料費や物流費の高騰も生じている。商機をとらえてしっかり売上を伸ばしていく一方、費用面では優先順位を決めて効率よく運営していきたい。

質問者 4

Q1：THE SEVEN のコンテンツ投資額について。300 億円だと記憶しているが、グリーンライトが 4 つ灯った時の進捗はどの程度になるのか。また、今の手ごたえから見て、更なる追加投資の考え方はあるのか。
THE SEVEN については大変強い手ごたえを感じている。CCO である森井プロデューサーが、ロボット時代に参画していた Netflix シリーズ「今際の国のアリス」が、世界 90 개국でランクイン、15 개국で 1 位を取る、という圧倒的な成功を収めた。これに伴って、非常に多くの海外メディアや OTT が、THE SEVEN に好感を持ち、制作能力や企画に関して強い興味を示してくれた。これにより、当初予定していたスケジュールを、半年から 1 年前倒して進む結果となっている。同時に海外プロダクションからの共同制作依頼や、ライツの持ち込みなども増えている。 現在走っている 4 本、および 2024 年度以降に取り組むであろう数本については、当面は 300 億円の中で回していくことを考えている。ただし、当社が目標にしている韓国の大手プロダクションのように、年間で 12 本、20 本と作品数を増やしていくことを想定すると、TBS からの出資を含めて資金調達を考えることになるだろう。
Q2：赤坂再開発について。進捗はどうか。その他、赤坂周辺の土地の利用に関してアップデートした情報はありますか。
現在、再開発中の赤坂 2 丁目、6 丁目の敷地については、旧ビルディングの解体に入っている。2023 年秋には更地になり、そこから建築が始まる。今、赤坂サカスに、舞台「ハリー・ポッターと呪いの子」などを通じて、多くの方々に来てもらえるようになった。今後はこの動きをさらに拡大し、赤坂の街の商店街や他の施設等なども連携を図っていく。そして、2028 年の竣工に向けて、赤坂を、さらに人が集まる街に変えていくような施策を、次々と展開していきたい。一方で、建設するビルの中でどのような施設を作っていくか、ということについては、随時発表していくつもりだ。

質問者 5

Q1：スタイリングライフグループの2023年度の計画について。売上高7%増との計画だが、雑貨小売販売、通信販売、ビューティー&ウェルネスに分けると、どのような伸び方なのか。

2023年度の目標売上高は700億円。前年よりも約40億円伸ばしていく。そのうち、主力の雑貨小売販売事業「プラザスタイルカンパニー」で約25億円を見込む。「PLAZA」に関しては足元の好況に加えて、EC事業やライセンス事業を新たな成長エンジンとしていきたい。ビューティー&ウェルネスで約11億円を見込む。課題はいろいろあるが、海外展開含めて成功の波を捉えていきたい。

Q2：2023年度の出店計画について。資料には直近で3店舗増やすとあるが、通年ではどの程度増やす予定があるのか。マーケティング投資の計画があるかについても、聞かせてほしい。

「PLAZA」の出店について、2022年度は10店舗だった。今年度から3年間は、1年で7~8店舗増やしていく計画。ただし、昨今デベロッパーさんの動きも活発で、計画している以上のお話が入ってきている状況。「PLAZA」の魅力を出せる場所があれば、積極的に投資していきたい。

以上

本資料に記載されている将来の当社業績に関する見通しほか全ての内容は、本資料作成時点の当社の判断に基づくものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経済情勢、市場動向、経営環境などの変化により、記載事項と異なる可能性があることに十分ご留意下さい。また、本資料の無断転載はお断りいたします。