

2015年9月期 第3四半期 決算説明会 質疑応答の要約

7月23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。

Q1.

「AWA」の競合サービスが増え、差別化が必要になると思うが、「AWA」の強みは？

A1.

各社の音楽サービスを見比べると違いがわかっていただけたらと思うが、「AWA」のインターフェースやサイト構成等が使いやすいと考えている。

自分達は、「AWA」が一番良いと信じ、より良くしていく。

「AWA」は持分法適用関連会社のため、業績インパクトはないが、インターネットサービスを提供する会社として、話題の最先端にいることやクオリティの良いものをつくれるということを示すことに意義があると考えている。

また、「AWA」に関わらずサブスクリプション型サービスが伸びることで、出資しているエイベックス・グループ・ホールディングス株式会社の企業価値も上がるだろう。

Q2.

「AWA」がラジオ局と組む可能性は？

A2.

未定だが、「AWA」のラジオ機能は多くのユーザーに利用されているため、可能性はある。

Q3.

「AbemaTV」の提供開始予定は？また、目指す規模やDL数は？

A3.

「AmebaFRESH!」は年内を予定しているが、「AbemaTV」は、年明けになる可能性あり。

また、「AbemaTV」は無料の広告モデルを中心とし、一部、有料で提供予定のため、相当数のDLは必要になると考えている。

Q4.

「755」の今後の成長戦略は？

A4.

芸能人・著名人に紐づくファンをベースにしたアプリだと、著しい成長拡大が見込めない。

現在、サービスを転換中。

今月から、サイバーエージェント本体の取締役を「755」の代表取締役に就任させ、一般ユーザー同士での交流や回遊を促すようにサービス打開を進めていく。

冬にかけてリニューアルを行い、その後、一気に伸ばしていく考え。

Q5.

メディアサービスの高い収益性は、どのように実現していくのか？また、メディアサービスのあるべき姿は？

A5.

メディアサービスは、ゲーム事業の収益に比べると見劣りするが、「Yahoo!」「Google」のように、成功すれば規模が見込める。

ようやくスマートフォンでの動画視聴がされるようになり始めたため、これから動画市場が爆発的に伸びると考えている。

参入障壁も高く、先行して参入したことで、十分に勝機はある。

Q6.

新規事業の手ごたえはあるか？

A6.

スマートフォン市場を知りつくし、技術力とクリエイティブ力を併せ持つこと自体が稀少で、競争力につながっている。
「AWA」で手応えを得たように、これまでの当社とは違うレベルのクオリティでユーザーに支持されるサービスを作っていく。

Q7.

来期の業績予想や新規事業への投資額はどの程度か？

A7.

現時点では、決まっていない。
新規事業は、「Chromecast」や「AppleTV」などの他社動画サービスが普及する前に立ち上げる考えだが、今は、焦って投資をするフェーズではない。

Q8.

麻雀に関する事業展開の構想はあるか？

A8.

個人的に打ち込んでいるだけ。
新サービス「AbemaTV」や「AmebaFRESH！」に提供するコンテンツの1つとしては、考えている。

Q9.

ブログ等、「Ameba」の既存サービスのアクティビティはどうか？

A9.

複数のサービスがあるため定量的に出しづらいが、「Ameba アプリ」という母体となるアプリは伸びている。
ブログの更新数は少し落ちつつあるが、「Ameba アプリ」が伸びているため、勢いが落ちているわけではないと考えている。

Q10.

2015年9月期第3四半期のAmeba事業における広告宣伝費はどの程度か？
また、「Ameba」や「755」、ゴルフのスポンサー費用は、どの事業に計上されるか？

A10.

「Ameba」の広告宣伝費6億円は、Ameba事業に計上し、「755」の広告宣伝費は、メディアその他事業に計上している。
また、ゴルフのスポンサー費用は、その他調整額に計上。

Q11.

今後のAmeba事業の売上高の見通しは？

A11.

広告売上は悪くないが、ゲーム売上は、ブラウザゲームをベースとしているため、耐える時期だと考えている。
当社ゲーム事業で成功しているように、Ameba事業でも、ネイティブゲームへの入れ替えを進めている。

Q12.

Ameba事業は、今後もプラットフォームを継続していくのか？

A12.
今後も、プラットフォームを展開していく考え。
新たに取り組む「AbemaTV」や「AmebaFRESH!」、「宅スタ」、「QIQI」もプラットフォーム。
「LINE」のような網羅性の高いプラットフォームをつくるのは、世界的に見ても成功例は乏しく難しいため、動画等の専門的な分野のプラットフォームを展開しつつ、大きなヒットを狙う。

Q13.
「Ameba」は、収穫期から投資期に入るという認識でよいか？また、その場合、何に投資をしていくのか？

A13.
策定中だが、「Ameba」は、映像や音楽などのコンテンツで伸ばす考え。
今まで培ってきた、芸能界とのつながりや、クリエイティブ力、技術力を活かしていく。

Q14.
「Ameba」のあるべき姿は？

A14.
今は、事業ポートフォリオを組んで展開をしているが、「LINE」のように1つ代表的なサービスがあるのが理想。
「Ameba」は、これまでもそうであったように、新規サービスどれかがヒットすれば、そのサービスをメインとして組み替えながら伸ばしていく。

Q15.
海外モバイルゲーム企業による広告出稿の鈍化やスマートフォンのOSによる規制という話を聞くが、今後もインターネット広告事業は、高い増収率を継続するか？

A15.
過去同様、広告主や広告商品が入れ替わりながらも、インターネット広告事業は伸びていくと想定。

Q16.
ゲーム事業の2015年第3四半期の累計営業利益が106億円と、インターネット広告事業の累計営業利益95億円を抜き稼ぎ頭になっているが、今後の方針は？

A16.
当社は、ゲーム会社を目指しているのではなく、メディア事業をメインの収益源としていく方針。

Q17.
2015年9月期第4四半期に提供開始予定ゲームのうち、期待しているタイトルは？

A17.
「アイドルマスターシンデレラガールズ」の音楽ゲームに期待している。
※「アイドルマスターシンデレラガールズ」:© 窪岡俊之 © BNEI (株)バンダイナムコエンターテインメント、(株)Cygames の共同開発、運営

Q18.
特別損失の内容は？

A18.
主に、ゲームやサービスの撤退損で、ブラウザゲーム等の入れ替えによるもの。今後、大型の損失計上の予定はない。

Q19.

2015年9月期第4四半期の広告宣伝費はどの程度か？

A19.

ほぼ横ばいを想定。

Q20.

投資育成事業の考え方は？

A20.

過去に投資した中に期待できる案件はあるが、売却タイミングは利益補充ではなく、高い値がついた時期を狙う。

以上