

2021 年度決算説明会

概要

日時：2022年5月13日（金）15：30～16：30

スピーカー：株式会社WOWOW 代表取締役 社長執行役員 田中 晃（以下、田中）

取締役 執行役員 山本 均（以下、山本）

取締役 執行役員 尾上 純一（以下、尾上）

取締役 執行役員 郡司 誠致（以下、郡司）

内容

司会：それでは定刻になりましたので、株式会社WOWOW2021年度決算発表を開催させていただきます。本日はお忙しい中ご参加いただき、誠にありがとうございます。

本日の説明会の内容と質疑応答に関しては、外部機関を通じて弊社コーポレートサイトに全文書き起こしが掲載されますのでご了承ください。また説明会で使用する資料は、弊社IRサイト決算説明会資料のページに掲載しておりますのでご覧ください。弊社からのご説明が終わりましたら、質疑を受け付けます。

では、本日の出席者をご案内させていただきます。代表取締役社長執行役員、田中晃。取締役執行役員、山本均。取締役執行役員、尾上純一。取締役執行役員、郡司誠致。以上、本日の出席者となります。

それでは田中より、2021年度決算ハイライトをご説明いたします。田中社長、よろしくお願いいたします。

2021年度決算 ハイライト①

2022年1月～3月の主な取組み内容

<p>メディア・サービス</p>	<p>スポーツ：「UEFAチャンピオンズリーグ」2021-22シーズン 決勝トーナメント、「ラグビー欧州6カ国対抗戦 シックス・ネーションズ」、「LPGA女子ゴルフツアー」などを放送・配信。 「全豪オープンテニス」では、WOWOWオンデマンドおよびWOWOWテニスワールドで、当社初の試みとして全コート全試合（629試合）をライブ配信 音楽：スピッツやYOASOBI、L'Arc〜en〜Cielなどのライブを放送・配信 情報・バラエティ：映画『ドライブ・マイ・カー』の国際長編映画賞受賞が注目を浴びた「第94回アカデミー賞授賞式」を生中継</p>
<p>コミュニティ・サービス</p>	<p>ミュージカル：オリジナルミュージカルコメディ福田雄一×井上芳雄「グリーン&ブラックス」が一夜限りのライブ配信イベントを3月18日(金)に開催。5月7日（土）に放送・配信</p>
<p>エンターテインメント・サービス</p>	<p>アニメ&映画：開局30周年記念オリジナル長編アニメ「永遠の831」を放送・配信後、3月18日(金)から全国劇場公開 ドラマ&映画：「アクターズ・ショート・フィルム2」を放送・配信後、4月1日(金)から全国劇場公開</p>

※ 3つのサービスについては中期経営計画（2021-2025年度）（30ページ）をご覧ください。

©2022 WOWOW INC. | 3

田中：田中でございます。皆様、本日は決算説明会にご参加いただきまして誠にありがとうございます。それでは早速、2021年度の決算ハイライトを説明いたします。

スライドの3ページ、見えていますでしょうか。中期経営計画で示しました三つの事業領域におきまして、第4四半期で取り組んだことをハイライトとしてご説明いたします。

まず、メディア・サービスの領域では、サッカーのUEFAチャンピオンズリーグの決勝トーナメントや、ラグビー欧州6カ国対抗戦 シックス・ネーションズなど、スポーツコンテンツを放送・配信いたしました。特にLPGA女子ゴルフツアーでは日本人選手が大変な活躍を見せました。その模様を、弊社独自のカメラを入れてフォローして、大変な反響をいただきました。

また、『ドライブ・マイ・カー』の国際長編映画賞受賞が注目を浴びました第94回アカデミー賞授賞式の生中継、そしてスピッツのオリジナルライブ、連続ドラマW「正体」などを放送・配信して、ご支持をいただきました。また、全豪オープンテニスで、放送と配信で、当社初の試みとなる全コート・全試合のライブ配信を実施し、これもお客様から大変な好評をいただきました。

コミュニティ・サービスの領域では、ミュージカルにおいてオリジナル番組である「グリーン&ブラックス」のライブ配信イベントを開催しまして、たくさんのお客様にご来場いただきました。

また、エンターテインメント・サービスの領域では、開局30周年記念オリジナルアニメ「永遠の831」とか、「アクターズ・ショート・フィルム2」を放送配信後に劇場公開するなどのマルチ展開を行いました。

2021年度決算 ハイライト②

加入

- サッカーやテニス、矢沢永吉、スピッツなどの音楽ライブ、「WOWOW×東海テレビ共同製作連続ドラマ 准教授・高槻彰良の推察」、「連続ドラマW 華麗なる一族」などが好評を得た。
- しかしながら、コロナ禍により急速に加速した生活者のライフスタイルの多様化、映画や音楽ライブのラインナップに苦戦したこと、配信サービスとの競争激化などの要因により、正味加入件数は純減

	2020年度	2021年度	前期差	前期比
新規加入件数	542	612	70	112.8%
解約件数	606	723	117	119.4%
正味加入件数	△63	△111	△48	—
累計正味加入件数	2,791	2,680	△111	96.0%

(単位:千件)

©2022 WOWOW INC. | 4

スライドの4ページをご覧ください。加入についてのハイライトでございます。

2021年度の新規加入件数は61万2千件。解約件数は72万3千件。正味加入件数は、残念ながら11万1千件の純減となりました。新規の加入は、サッカーのヨーロッパ選手権やチャンピオンズリーグ、あるいはテニスなどのスポーツコンテンツの他、矢沢永吉、スピッツなどの音楽ライブ、あるいは「准教授・高槻彰良の推察」、「華麗なる一族」といったドラマが好評を得ました。

一方で、コロナ禍により急速に加速した生活者のライフスタイルの多様化、映画や音楽ライブのラインナップに苦戦したこと、配信サービスとの競争激化などの要因により、結果として正味加入件数は純減となりました。

2021年度決算 ハイライト③

収支（連結）

- 売上高は前期と比べ有料放送収入が減少したものの、子会社の外部売上高増加に伴い、増収
- 経常利益は大型スポーツ番組への戦略的な費用投下等により、減益に

(単位:百万円)

	2020年度	2021年度	前期差	前期比
売上高	79,165	79,657	492	100.6%
経常利益	6,934	5,349	△1,584	77.1%

※それぞれ百万円未満は切り捨てております。

配当

- 1株当たり期末配当金は、当初計画50円に開局30周年記念配当10円を加え、60円に

©2022 WOWOW INC. | 5

スライドの5ページをご覧ください。収支のハイライトでございます。

売上高は、前期と比べ有料放送収入が減少したものの、子会社の外部売上高の増加などにより、増収となりました。経常利益では、大型スポーツ番組への戦略的な費用投下などによりまして、減益となりました。

1株当たりの期末配当金は、当初計画50円に開局30周年の記念配当10円を加え、60円とすることを決めました。

企業価値の向上を実現するための取り組み

プライム市場へ移行

- 当社はプライム市場の上場基準のうち、流通株式比率（35.0%以上）を満たしていないことから、「自己株式の処分及び当社株式の売出し」を実施（2021年11月26日（金）公表）
- 2022年3月末時点の流通株式比率は37.8%となり、すべての上場維持基準を充たす見込み（※）

※2021年6月末の東証による算出方法に合わせて、当社が2022年3月末時点の株券等の分布状況等をもとに試算

コーポレート・ガバナンスの強化

- 経営の透明性の向上と、意思決定および業務執行の迅速化を図るため、6月22日（水）開催予定の第38回定時株主総会での承認を条件として、「監査等委員会設置会社」へ移行

©2022 WOWOW INC. | 6

6ページをご覧ください。

2021年度は企業価値向上を実現するための取り組みとして、東証の新しい市場区分であるプライム市場を選択いたしました。

当社はプライム市場への移行にあたり、流通株式比率の向上に課題がございました。そのため昨年、自己株式の処分及び当社株式の売出しを実施いたしまして、この取り組みにより、2022年の3月末時点、この時点での流通株式比率は37.8%となり、全ての上場維持基準を満たす見込みとなりました。また、経営の透明性の向上と、意思決定および業務執行の迅速化を図るため、6月22日開催予定の定時株主総会での承認を条件といたしまして、監査等委員会設置会社へ移行することを3月に決議いたしました。

それでは、数字の詳細につきましては、経理担当の尾上より説明をいたします。

2021年度決算 加入状況

(単位:千件)

	2020年度	2021年度	前期比較	
			前期差	前期比
新規加入件数	542	612	70	112.8%
解約件数	606	723	117	119.4%
正味加入件数	△63	△111	△48	—
累計正味加入件数	2,791	2,680	△111	96.0%
内) 複数契約*1	397	379	△18	95.4%
内) 宿泊施設契約*2	75	77	2	102.6%

※1 同一契約者による2契約目と3契約目のデジタル契約に割引制度を適用(月額2,530円の視聴料金を990円に割引。金額は税込)

※2 宿泊施設の客室で視聴するための宿泊施設事業者との個別契約

©2022 WOWOW INC. | 8

尾上：経理・IRを担当しております尾上です。どうぞよろしくお願いいたします。12ページの番組費の推移まで、私が説明させていただきます。

まずスライド8ページ、加入状況です。2021年度の新規加入件数は61万2千件、前期と比べ7万件的増加となりました。また、解約件数は72万3千件、前期と比べ11万7千件の増加。正味加入件数は11万1千件の純減、前期と比べ4万8千件の減少。結果、累計正味加入件数は268万件となりました。

2021年度決算 収入状況（連結）

(単位:百万円)

	2020年度		2021年度		前期比較	
	実績	収入比	実績	収入比	前期差	前期比
売上高	79,165	100.0%	79,657	100.0%	492	100.6%
営業利益	6,789	8.6%	5,268	6.6%	△1,521	77.6%
経常利益	6,934	8.8%	5,349	6.7%	△1,584	77.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,942	3.7%	4,239	5.3%	1,297	144.1%

※それぞれ百万円未満は切り捨てております。

©2022 WOWOW INC. | 9

スライド9ページ、収支状況です。

21年度は、前期と比べ増収、営業経常利益ベースで減益となりました。売上高は796億57百万円、前期に比べ4億92百万円の増収。経常利益は53億49百万円、前期に比べ15億84百万円の減益となりました。なお、当期純利益につきましては、前期に減損損失を約21億円計上したことなどにより、増益となっております。

詳細は次ページ以降でご説明いたします。

セグメント別連結売上高/営業利益対比

WOWOW

メディア・コンテンツ (旧・放送) (単位:百万円)

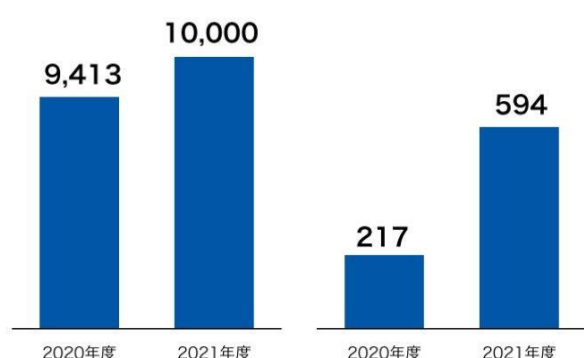
売上高	営業利益
前期比 98.7%	前期比 71.1%



※それぞれ百万円未満は切り捨てております。
 ※各セグメントの金額は、セグメント間取引を含んでおります。

テレマーケティング (単位:百万円)

売上高	営業利益
前期比 106.2%	前期比 273.9%



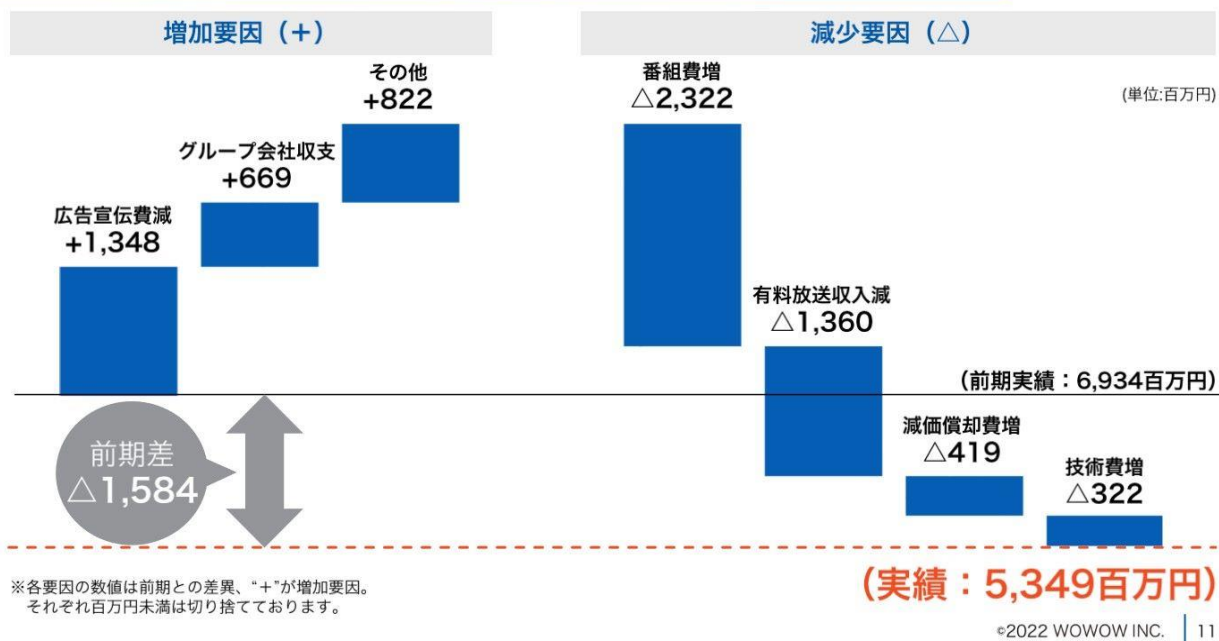
©2022 WOWOW INC. | 10

スライド 10 ページ、セグメント別の状況です。

まず、メディア・コンテンツセグメントです。お客様からの視聴料である有料放送収入が売上高の多くを占めております。その他収入は、付帯事業収入の増加などにより増収となりましたが、有料放送収入は前期と比べ、正味加入件数の減少の影響などにより、13億60百万円の減収となり、結果、売上高は前期と比べ、10億9百万円の減収となりました。営業利益は、有料放送収入の減少に加え、大型スポーツコンテンツの放送・配信などの影響により、前期に比べ18億98百万円の減益となりました。

テレマーケティングセグメントは、連結子会社のWOWOWコミュニケーションズにおける事業となります。グループ外部の顧客からのテレマーケティング業務の受託が増加したことなどにより、売上高は前期に比べ5億86百万円の増収となりました。なお、WOWOWコミュニケーションズの売上高は、同社の創業以来、初めて100億円を突破し、過去最高となっております。営業利益は、グループ外の売上高の増加に伴い、前期に比べ3億77百万円の増益となりました。

連結経常利益 前期との差異要因



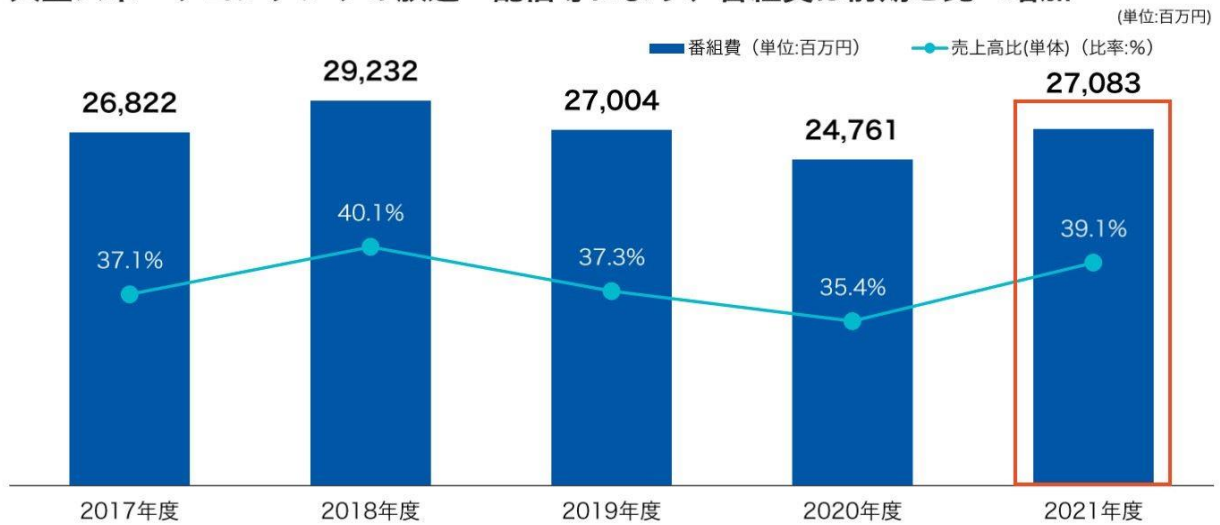
スライド 11 ページ、連結経常利益の差異要因です。左側部分が利益の増加要因、右側が減少要因となります。

まず、増加要因です。広告宣伝費は、前期と比べ効率的な運用を図り、13 億 48 百万円の減少となりました。また、テレマーケティングセグメントにおいて、グループ外の顧客からの業務の受託が増加したことなどにより、グループ会社収支が 6 億 69 百万円の増益となりました。また、その他の増益要因は、前期は貸倒引当金繰入額の計上があったことなどにより、利益の増加となっております。

次に、減少要因です。番組費が 23 億 22 百万円増加しております。詳細は次ページでご説明いたします。また、有料放送収入が 13 億 60 百万円減少しております。また、昨年 3 月に 4K 放送を開始しましたが、その関連費用として減価償却費が 4 億 19 百万円、技術費が 3 億 22 百万円増加しております。

番組費の推移

大型スポーツコンテンツの放送・配信等により、番組費は前期と比べ増加



※数値はすべて単体
※それぞれ百万円未満は切り捨てております。

©2022 WOWOW INC. | 12

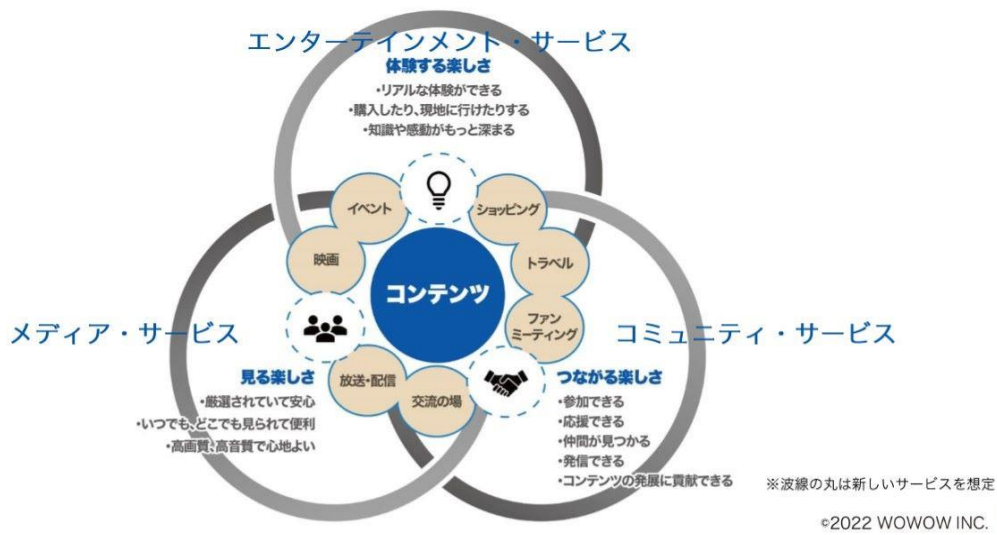
スライド 12 ページ、番組費の推移です。2020 年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により、スポーツイベントが延期・中止となったことなどにより、番組費は大幅に減少いたしました。2021 年度は、大型スポーツコンテンツの放送・配信を行ったことなどにより、前期と比べ 23 億 22 百万円増加いたしました。

私からの説明は以上となります。

司会：それでは、今後の注目番組を VTR にまとめましたのでご覧ください。

司会：続きまして、2022 年度事業計画の概要について、田中よりご説明いたします。田中社長、よろしくお願いいたします。

会員事業構造の再設計 「映像メディア業」から「コンテンツ・コミュニティ業」へ



田中：それでは、画面は14ページとなります。

先ほどもお伝えしましたように、2021年度は10万件を超える正味加入件数の純減、3期連続の純減という厳しい結果となりました。繰り返しますけれども、動画配信サービスとの競争が、コロナ禍による生活者のライフスタイルの劇的な変化で一気に加速したという印象を持っております。この結果を真摯に受け止めるとともに、中期経営計画で掲げた方針に一層注力してまいりたいと思います。

ご覧の図に掲げた三つのサービス領域の拡張に取り組むことで、会員事業構造を再設計し、コンテンツ・コミュニティ業へと変わっていく方針でございます。

現状の純減トレンドを転換していくために、次のページ以降に、2022年度で取り組む重点ポイントを3点掲げました。

「中期経営計画（2021-2025年度）」で掲げた 「コンテンツ・コミュニティ業」への変革に向けた3つの重点ポイント

1.コンテンツの 大幅な強化	<ul style="list-style-type: none"> ● ハリウッドとの共同制作オリジナルドラマ「TOKYO VICE」のようなオリジナルコンテンツの開発や、スポーツ、音楽などのライブエンターテインメントの独占性の強化など、これまでとは異なる規模・本数のラインナップをそろえていく ● 参加、応援、体験等による顧客体験価値の向上に資するコンテンツ開発を行なう
2.メディア・サービスの 改善と充実	<ul style="list-style-type: none"> ● WOWOWオンデマンドでは、コンテンツの本数のさらなる拡大に加え、2022年度中には、UI/UXの改善を行ない、さらにTVOD[®]サービスを開始予定。 ● お客様の理解を深めて、その声をサービスやコンテンツの改善に反映し、放送・配信サービスの利用時間増加、お客様満足度と加入継続率の向上につなげる
3.収益拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● デジタル化の推進と徹底的な業務見直しによるリソースの捻出や、コスト構造の改革に取り組み、収益を生み出す体質強化を図る ● コンテンツを基軸に、コミュニティ・サービス、エンターテインメント・サービス領域でのサービス開発を行ない、お客様満足度向上と新たな収益源確保に取り組む

※視聴レンタル制の都度課金型動画配信

©2022 WOWOW INC. | 15

15ページをご覧ください。これまでのマーケティングの考え方は、常に一定の解約があることを前提に、それを上回る新規獲得に偏重をしておりました。生活者の選択肢が増えて、事業環境が大きく変わりました。新しいお客様を獲得するコンテンツの力はあります。昨年度も第1四半期で過去最高の新規のお客様に入っていました。しかし、結果は大幅な純減となりました。

これからは、新しいお客様の獲得に加えて、既存のお客様の満足度向上にも経営資源を投下し、継続率の向上に取り組んでまいります。今まで以上にお客様の声を聞き、その声をコンテンツとサービスの改善に反映させ、WOWOWとのタッチポイントを増やして、放送・配信・リアル体験を通じて、トータルでWOWOWの利用時間、接触時間の増加を図ってまいりたいと思います。

三つの重点ポイントを示しました。まずはコンテンツの大幅な強化です。WOWOWらしい多様なジャンルにおいて、オリジナリティと品質に磨きをかけてまいります。例えば大型オリジナルコンテンツへの投資です。既に放送しております、当社初のハリウッドとの共同制作ドラマ「TOKYO VICE」に次ぐ大型オリジナルドラマの準備を進めています。

また、WOWOWのキュレーション力を発揮して、これまで日本で紹介されてこなかったような世界の秀逸なコンテンツを届けてまいります。北欧の配信サービスViaplayとの独占的な契約により、ヨーロッパの優れたオリジナルドラマを提供できるようになりました。また、中国の野心的なコンテンツも、他のサービスに先駆けて提供して参ります。

また、WOWOWの強みでありますスポーツにおいては、放送と配信を組み合わせたWOWOW独

WOWOW

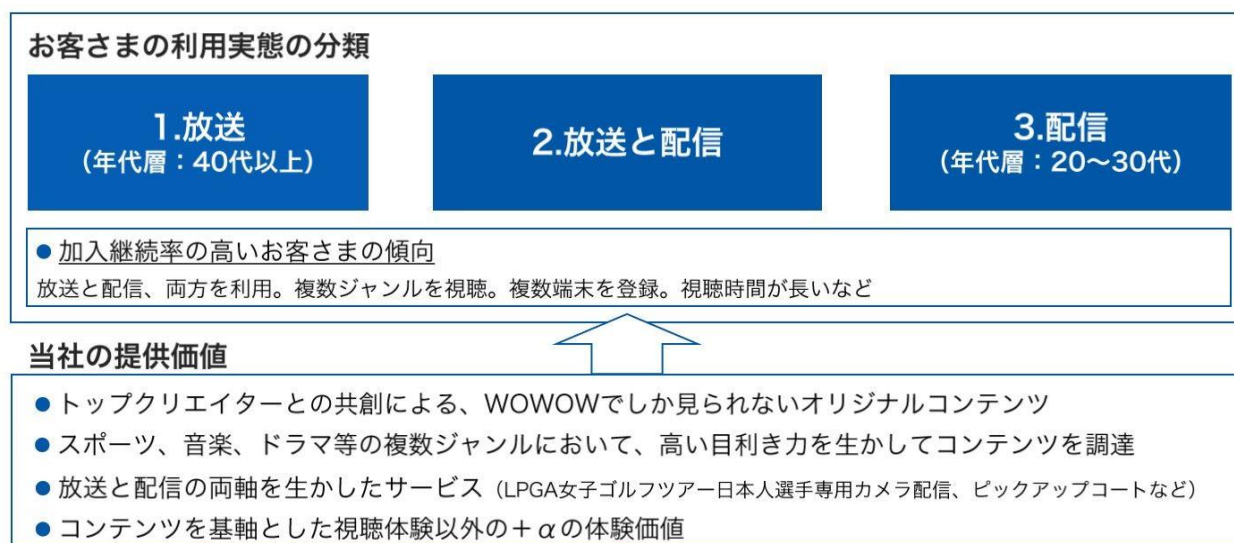
自の楽しみ方を提供してまいります。繰り返しになりますけれども、テニスにおける全試合の配信、ゴルフの日本選手専用カメラ、あるいはファンコミュニティなどでございます。

次に、メディア・サービスの改善と充実です。WOWOWオンデマンドでは、配信コンテンツの本数を大幅に拡大いたします。また、お客様に使いやすいUI/UXの改善を行い、今期中にはアプリの更新を行いたいと予定しております。それにより、都度課金型動画配信でありますTVODサービスを開始する予定でございます。成長する動画配信市場で独自のポジションを築き、前のページでお示したように、三つのサービス領域トータルでWOWOWの会員価値を豊かなものにしてまいります。

三つ目は、収益の拡大です。徹底的な業務の見直しとコスト構造の改革により、筋肉質な体質の改善に取り組みます。そして何よりも、コンテンツを基軸に、参加、体験、応援といった、視聴だけではないプラスアルファの価値を提供し、契約の継続率向上とともに、新しい収益源の拡大に取り組んでまいります。

加入継続率向上への取り組み

当社の提供価値に磨きをかけ、お客さまと長期的な関係を構築



©2022 WOWOW INC. | 16

16 ページをご覧ください。加入継続率向上への取り組みにつきまして、補足説明をいたします。

CAS カード契約のいない配信加入のローンチから、1 年以上が経過しました。WOWOWにおけるお客さまの利用実態が見えてまいりました。まず、新規のお客さまの約 30%が配信の経由からでした。年齢で見ますと、従来の放送経由、つまり CAS 契約のお客さまは 40 代以上が多く、配信系のお客さまは 30 代以下が多いという結果が出ております。配信加入のルートを構築したことで、あらゆる世代にアプローチできるということをございます。これは放送と配信の両サービスを展開する当社の強みになると考えております。

図にありますように、お客さまをWOWOWの利用実態で分類いたしました。1 は放送だけのお客さま。40 歳以上が大半を占めています。2 は放送とWOWOWオンデマンド両方で楽しんでいたというお客さまです。3 はWOWOWオンデマンドだけで楽しんでいたというお客さまです。そして契約の継続率が高いお客さまは、2 番目のお客さまであることが分かっています。

この傾向を踏まえ、当社の提供価値と書かれた囲みにある施策によって、2 のお客さまのボリュームを拡大していく計画です。WOWOWでしか見られないオリジナルコンテンツの制作、複数ジャンルにおける品質の高いコンテンツの調達、放送と配信両方の特性を生かしたサービスの提供、コンテンツの視聴以外のプラスアルファの体験価値の提供、これらによって、お客さまに価格以上の価値を提供していきたいと考えています。

実際に手応えも感じております。例えば、LPGA 女子ゴルフでは、先ほど申し上げましたように、

WOWOW

日本人専用カメラをオンデマンドで配信しており、大変な反響をいただいております。渋野選手等の大活躍もあり、日本選手応援コミュニティが生まれています。スマホをセカンドスクリーンとして、放送画面と一緒に楽しんでいらっしゃるファンの方が想像されます。1月の全豪オープンテニスでは、以前もお伝えしたように、全試合の配信を行いました。注目選手の練習コート、記者会見の生配信を行いました。それと、解説者とファンのトークイベントを積極的に行いました。

その結果、WOWOWオンデマンドの平均ユニークユーザー数は、昨年対比で30%増加となりました。さらに、WOWOWに加入し、かつ、WOWOWテニスワールドをご利用した約80%の方がWOWOWの契約継続意向が高まったとご回答されました。

スポーツに限らず、このようなお客様とのインタラクティブなコミュニケーションを活性化することで、コンテンツ・コミュニティを成長させてまいりたいと思っております。

1.コンテンツの大幅な強化①

ドラマの強化・拡充

- WOWOWとHBO Maxの日米共同制作ドラマ「TOKYO VICE」が4月からスタート
- 北欧配信サービスViaplayとアジア初の独占的ブランドコンテンツ契約を締結



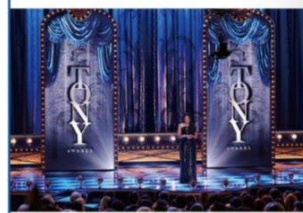
TOKYO VICE

放送・配信中



生中継! NCT 127 2ND TOUR 'NEO CITY : JAPAN -THE LINK'

5月28日(土)



生中継! 第75回トニー賞授賞式

6月13日(月)

スライドの17ページでございます。「TOKYO VICE」は、WOWOWとHBO Maxの日米共同制作による、超大作ドラマシリーズです。日本ではWOWOWが独占放送・配信しておりますが、アメリカではHBO Maxが配信しています。世界中で楽しまれているコンテンツとなっています。この「TOKYO VICE」は、オンデマンドで先行配信をスタートさせまして、4月24日から放送を開始しました。WOWOWのオンデマンドでは、再生回数のランキングで上位となり、放送でも多くの方にご覧いただいております。

また5月には、楽曲やパフォーマンス力、表現力などを高く評価されているグローバルグループNCT 127。すみません、私はよく知らないグループなんですけども、大変人気があるNCT 127の初となる東京ドーム公演を生中継でお届けします。さらにスペシャル番組や過去のライブなど、8月まで4カ月連続でNCT 127を特集いたします。

1.コンテンツの大幅な強化②



欧州サッカー UEFA チャンピオンズリーグ 決勝

5月29日(日)

Getty Images



全仏オープンテニス

5月22日(日)～6月5日(日)
連日生中継[第1日無料放送]

WOWOWオンデマンドおよび
WOWOWテニスワールドで
全試合・全コートの
ライブ配信を実施

メドレー・ジュニア、オキナワ、ジャコビ、サバレンコ、ナダル、シモンニク、グレイコバ、Getty Images、大塚あゆみ、写真:アフロ



LPGA女子ゴルフツアー メジャー KPMG 全米女子 プロゴルフ選手権

6月24日(金)～27日(月)

尾花みづほ、藤原由香、コウケンセツ、レタ、ヘンダーソン、リディア・コ、遠田和佳、山内由希、藤原由香、尾花みづほ、Getty Images



スーパーラグビー パシフィック

放送・配信中

Getty Images、写真:アフロ

©2022 WOWOW INC. | 18

18 ページをご覧ください。スポーツでは、UEFA チャンピオンズリーグの決勝がいよいよ5月29日に開催されます。史上最多14度目の優勝を目指すレアル・マドリードと、3シーズンぶり7度目の優勝を狙うリヴァプールが対戦いたします。

なお、チャンピオンズリーグの2022-23シーズンもグループステージから決勝まで、WOWOWが独占放送・配信することが決定いたしました。また、WOWOWオンデマンドでは、全試合をライブ配信いたします。

2.メディア・サービスの改善と充実

WOWOW

お客さまのニーズやライフスタイルに合わせた楽しみ方を提供するため、WOWOWオンデマンドのコンテンツを大幅に拡充し、UI/UXの改善を実施

1.配信本数は大幅に増加

2022年6月の配信本数は、配信加入がスタートした21年1月と比べ、約60%増加となる見込み

2.オリジナルドラマ、海外ドラマが充実

オリジナルドラマは200作品以上。「CSI：科学捜査班」は全15シーズン+最終章（全336話）、Viaplayドラマは1年を通じて全260話を順次配信

3.最新アニメ作品を拡充

「パリピ孔明」、「かぐや様は告らせたい-ウルトラロマンティック」等、最新アニメ9タイトルを配信

4.最新映画をラインナップ

最新作を含む「007」特集やアカデミー賞6部門受賞『DUNE/デューン 砂の惑星』を配信

2022年度中にUI/UXの改善を実施、さらにTVOD※1サービスを開始



WOWOWオンデマンドの画面イメージ※2

※1 視聴レンタル制の都度課金型動画配信

※2 画面イメージは開発中のものです。実際の画面とは一部異なる場合があります

©2022 WOWOW INC.

19

19ページをご覧ください。WOWOWオンデマンドでは、お客様のニーズやライフスタイルに合わせた楽しみ方の充実を図るため、コンテンツを大幅に拡充し、UI/UXの改善を行い、さらにTVODサービスを新たに開始します。

まず、コンテンツにおいて、2022年6月の配信本数は、配信加入がスタートした昨年の1月と比べまして、60%の増加となる見込みでございます。テニスの全試合・全コート配信や、海外ドラマのシリーズ全話配信、さらにオリジナルドラマは200作品以上ラインナップ、音楽ライブ配信の増加など、数多くのコンテンツを揃えてまいります。さらにアニメでは、4月から「パリピ孔明」など、注目の最新作9タイトルが登場します。他社配信サービスにおいても、アニメは視聴ランキングの上位となっております。そういった市場環境を鑑みても、お客様のニーズに応えるべく、アニメを強化し、WOWOWオンデマンドの利用・魅力のアップを図ります。

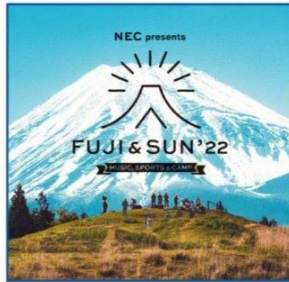
そして2022年度中に、できれば上期中には、UI/UXの改善を実施いたします。使いやすいUIへの変更はもちろん、レコメンド機能の強化に加え、放送で培った編成ノウハウを生かした特集やキュレーションに力を入れることで、これまで以上にお客様に新しい出会いを提供いたします。また、コンテンツのダウンロード機能や、視聴しているお客様同士のチャット機能の実装、テレビデバイスの対応機器の拡張などを予定しております。

さらに、新たにTVODサービスを開始いたします。コロナ禍においても、音楽ライブもオンラインで行われるようになりましたが、TVODサービスの開始により、当社も都度課金型のライブコンテンツの提供が可能になります。またTVODサービスは、WOWOWにご加入いただいていない方で

WOWOW

もお楽しみいただけるようにしたいと思っております。なお、サービスの詳細につきましては、今後公表させていただきます。

3. 収益拡大



FUJI & SUN '22

5月14日(土)、15日(日)
静岡県富士市「富士山こどもの国」で
開催されるキャンプフェス



吉川晃司「KIKKAWA KOJI Premium Night “Guys and Dolls” presented by WOWOW『INVITATION』」

4月28日(木)ほか
吉川晃司のスペシャルライブと
WOWOWオリジナル音楽レギュラー番組
『INVITATION』がコラボレーション



WOWOW FILMS 『アキラとあきら』

2022年8月26日(金)
全国東宝系にて公開
W主演 竹内涼真&横浜流星
×
原作・池井戸潤
×
監督・三木孝浩

©2022 WOWOW INC. | 20

20 ページです。左上の「FUJI & SUN '22」、明日から静岡県富士市で開催されます。ちょっとお天気が悪くて残念に思っております。富士山こどもの国の会場キャパシティ上限の1万人に対して、1日5千人以下の人数を上限数としまして、程よい距離感を保てるウィズコロナ時代のキャンプフェスとして開催いたします。またWOWOW FILMSでは、2017年7月に連続ドラマWとして放送した池井戸潤原作の「アキラとあきら」を実写映画化いたします。竹内涼真、横浜流星をW主演に迎えまして、2022年8月26日に全国公開の予定でございます。

コンテンツを核として、各事業領域と連動した企画を多数生み出し、規模の拡大を目指してまいります。

2022年度、2023年度 加入計画

WOWOW

(単位:千件)

	2021年度 実績	2022年度 計画	前期比較		2023年度 計画
			前期差	前期比	
新規加入件数	612	580	△32	94.8%	
解約件数	723	630	△93	87.1%	
正味加入件数	△111	△50	61	—	—
累計正味加入 件数	2,680	2,630	△50	98.1%	2,630

©2022 WOWOW INC. | 21

スライドの 21 ページ、2022-23 年度の加入計画です。

2022 年度の加入計画は、新規加入件数 58 万件、解約件数 63 万件、正味加入件数はマイナス 5 万件、累計正味加入件数は 263 万件となります。先ほど縷々ご説明しました重点ポイント 3 点を着実に実行することにより、2022 年度の正味加入件数は、前期と比べ約 6 万件良化するものの、引き続きマイナスでの着地を見込んでおります。しかしながら、施策を着実に実行することで、2023 年度は正味加入件数をプラスマイナスゼロの水準まで引き上げ、プラストレンドに変えていく計画です。

2022年度 収支計画(連結)

(単位:百万円)

	2021年度実績		2022年度計画		前期比較	
	実績	収入比	計画	収入比	前期差	前期
売上高	79,657	100.0%	76,500	100.0%	△3,157	96.0%
営業利益	5,268	6.6%	2,300	3.0%	△2,968	43.7%
経常利益	5,349	6.7%	2,500	3.3%	△2,849	46.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,239	5.3%	1,600	2.1%	△2,639	37.7%

※番組費：単体の売上高比として約38.0%を見込む（2022年度 単体売上高予想：66,700百万円）
 ※想定為替レート：1ドル125円 ※それぞれ百万円未満は切り捨てております。

©2022 WOWOW INC. | 22

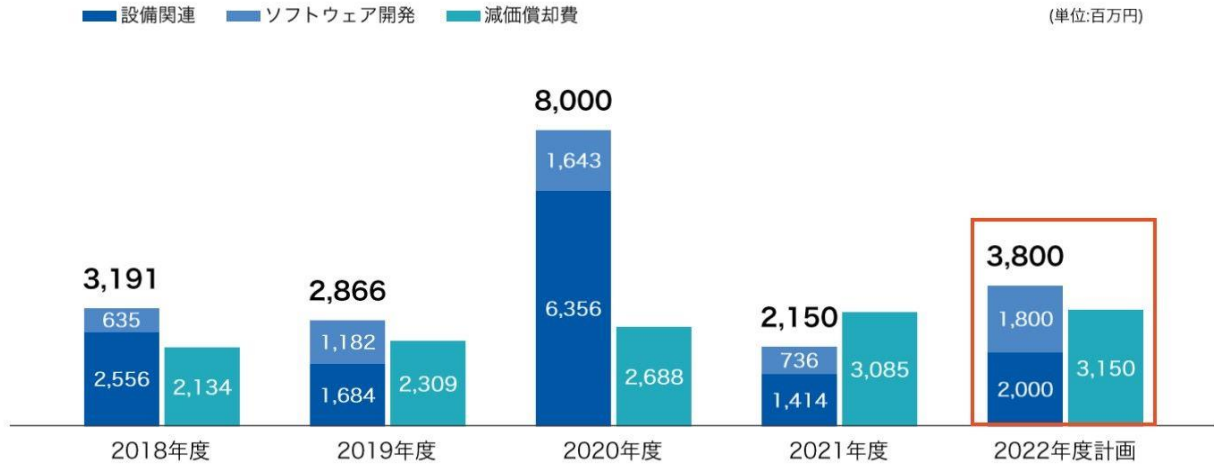
22 ページ、2022 年度の収支計画です。2022 年度の収支計画は減収減益を見込んでおります。

連結売上高は、有料放送収入の減少や、子会社の外部売上高の減少等により、前期と比べ減収となる見込みです。経常利益につきましては、売上高の減少、それとWOWOWオンデマンドのユーザビリティの向上を図る費用や、認知度向上のための広告宣伝費の増加などにより、前期と比べ減益を計画しております。

2022 年度は減収減益となりますけれども、先ほど申し上げた重点施策に取り組むことで、加入のマイナストrendを転換させ、会員ビジネスを再び成長させていく計画です。同時にデジタル化の推進による徹底的な業務の見直しなどを行い、収益性を上げていくための構造改革を行います。そして将来への種まきとして、TVOD などの新規事業などに取り組んでいくことで、収益の増加に繋がっていきたいと考えております。

2022年度 投資計画（単体）

2020年度に行なった4K放送への設備投資が一巡したことにより、2021年度の設備投資額は前期と比べ大幅に減少。2022年度は放送設備や、コンテンツ管理システム等に投資を行なう予定



※それぞれ百万円未満は切り捨てております。

©2022 WOWOW INC. | 23

23 ページ、2022 年度の投資計画です。

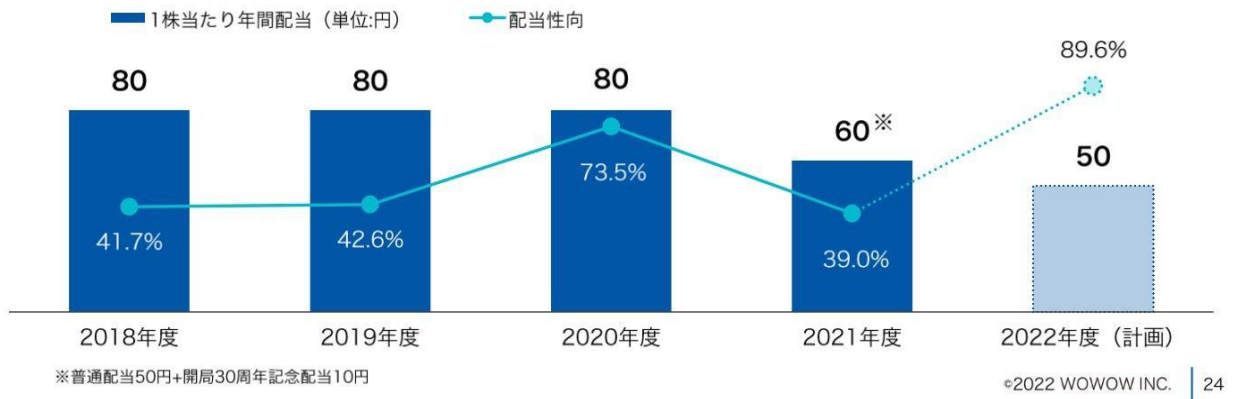
2020 年度に行った 4K 放送への設備投資が一巡したことにより、2021 年度の設備投資額は、前期と比べ、大幅に減少しました。2022 年度の設備投資予定額は 38 億円。放送設備やコンテンツ管理システム等に投資を行う予定です。

2022年度 配当計画

配当方針

各事業年度の業績、財務体質の強化、中長期事業戦略などを総合的に勘案して、内部留保の充実を図りつつ、継続的に安定的な配当を目指しております。

5カ年配当推移/配当性向



24 ページは、2022 年度配当計画です。2022 年度の計画は、1 株当たり 50 円でございます。

私からは以上です。

質疑応答

司会：これから、質疑応答に移らせていただきます。会社名とお名前をおっしゃっていただき、ご発言ください。それではご質問をお受けいたします。よろしくお願いいたします。

質問者 A：ご質問、2点あります。まず一つ目が、23年3月期の予想についてです。まず1点目、営業利益、経常利益はかなり減りますが、これを、もうちょっとブレイクダウンして教えていただけますでしょうか。また、今期の予想を見ると、上期が営業利益2億円、下期がだいたい21億円。上下どうなっているのかをまず1点、教えてください。

2点目が配当です。これは2期連続で減配になっています。80円、60円です。しかも今期計画50円で、配当性向約90%と、相当高い水準になっている。御社の今後、配当、どのぐらいが適切かというのと、配当、このまま配当性向高いままでいくのか、それとももっと利益を上げて配当性向を下げていくのか、その辺りの配当の考え方を教えてください。よろしくお願いいたします。以上です。

田中：これは担当の尾上よりご回答いたします。

尾上：ご回答させていただきます。まず2022年度の計画において、営業利益ベースで大きく減益ですが、その内容を教えてください、というご質問かと思えます。まず大きく減益する要因は、2021年度の加入の減、また、22年度もプラストレンドに持っていきたいということではございますが、加入5万件のマイナスの計画となっております。こちら、有料放送収入が大きく減収になることで、それがそのまま利益の方に効いてきているという状況でございます。

また、番組費は売上高に対しまして38%の計画としております。これは計算していただきますと、250億円強という計画となっております、前年に比べて17億円程度の減となっております。

一方、先ほど、22年度以降の新たなコンテンツ・コミュニティ業への変革に対するコストは、WOWOW オンデマンドへの投下、そちらの認知度向上に対する宣伝費等への投下、また、コンテンツ・コミュニティ業へということで、コミュニティサイト等の強化といった戦略的な投下を行っていくことによりまして、そちらの番組費の減をそちらで使っていく形になります。結果、有料放送収入の減によりまして限界利益の減が、営業利益の減に影響しているという状況でございます。

一方、連結決算におきましては、21年度の決算におきまして連結子会社、特にテレマーケティング事業におきまして、外部顧客からの売上の増、利益の増がございましたが、22年度につきましては、そういった部分が平準の状態に戻ることで、売上の減、利益の減も見込んでおります。

また、上期と下期についての利益の水準のお話ございました。今期、上期につきましては、連結

WOWOW

ベースで2億円の経常利益、下期が23億円。上期と比べ下期は利益が増加します。こちらの主な要因は、先ほど番組の紹介でもお話しさせていただきましたが、ハリウッドとの共同制作ドラマであります大型コンテンツへの投下、また、一部細かなことですが、グラミー賞が前期から今期にずれたことによりまして、上期に番組費を多く投下するといったこと。

また、新たにWOWOWオンデマンドのアプリを改善するというお話を差し上げました。こちらはできれば上期にと思っておりますので、そちらに関連したコスト、そちらのローンチに対する認知度向上のための宣伝費の投下といったことで、費用が上期に偏重しておりますので、このような上下での利益水準となっております。

そして当社の配当についてです。まず昨年度は、大幅な利益の減ということで、期初に減配の計画を策定し、80円から50円と公表させていただきました。一方、既に発表している通り、21年度につきましては、費用の当期へのずれ等もございましたが、加入は減少いたしましたけれども、利益ベースでは計画を上回ったことも踏まえまして、また、開局30周年ということで、これまでも配当してから5年ごとに株主の皆様へ感謝を示すことも踏まえて、記念配当を行ってまいりました。その部分を含めての10円の記念配当で、60円とさせていただきました。

一方、22年度の加入につきましては、今期をボトムに来期以降上昇トレンドにと考えてございます。そういった中で昨年度と同様に、普通配当は50円を継続させていただきたいと考えております。当社は、発表しています通り、業績に連動した配当という方針ではございませんで、あくまでも継続的、安定的に配当できる水準を見極めまして、配当の金額を決めさせていただいております。そういった意味からも配当性向、今期は高くなりますが、まずは50円でお示ししてございます。以上、ご説明いたしました。

質問者B：まず1点目が、これまでスポーツとか音楽といったイベントを強化されてきたと思うんですけども、解約者数が増えていて、そういった強化策がいまいち、会員数を繋ぎとめていくことに機能してこなかったように見受けられるんですが、そこら辺はどう考えていらっしゃるのでしょうか。

田中：これは私が回答します。確かに短期的に見て、スポーツは加入・解約の波が大きくなっているとは思いますが。だからこそ、視聴だけではなくてファンコミュニティ等を作って、ひと月でも長く加入をしたいと思っていただくために、お客様がメジャー大会の合間合間に興味を持っていただくコンテンツをコミュニティも含めて投入するなど、継続率の向上を図っていくのが、ご説明をした計画でございます。先ほど16Pでテニスの例を挙げましたように、実際に多くのお客様が、契約の継続意向が高まったとご回答していただいておりますので、契約の継続が高まるような施策を、お客様の声を聞きながら施策に反映していこうと考えております。

WOWOW

司会：ご質問ありがとうございました。他にご質問、ございますでしょうか。

質問者C：加入計画についてお尋ねします。状況が厳しい中で、22年度が11万のマイナスで、23年度は5万のマイナスを見ていらっしゃるようですが、23年度はプラマイゼロとなっています。23年度で下げ止まると見通されているのはどうしてなのか、どういう施策がそれまでに好影響を与えるとお考えなのか、お尋ねできますか。

田中：これは郡司取締役から回答いたします。

郡司：郡司でございます。ご質問ありがとうございます。まず、前年実績から今年、約6万件の正味減の改善をする取り組みでございますけれども、これにつきましては、これまでわれわれ開局以来、解約を上回る新規を獲得することに注力することで拡大するというところにひたすら注力してきた歴史がございます。この3年間、純減を続けたという状況を鑑みるに、もうそのやり方では通用しないだろうと。世の中が変わってきているということ、まず足元を見る意味ではきちんと把握しなければいけないと思っております。

それを踏まえた上で、では、われわれはどのような取り組みを今期にするのかということ。先ほど、具体的な取り組みについて、ご説明させていただきました。しかし、根本的なところで、特に2021年度の10万件を超える純減に大きく影響したのは、これまでWOWOWにくださったお客様が解約してきているということ。そこが一番大きな課題であると認識しました。

なので、22年度以降については、もちろん拡大という意味で新規を獲得することには注力はしていきますけれども、これからは既存のお客様、これまで長くWOWOWにお付き合いいただいている一番大事なお客様の満足度を上げることによって、まずこのお客様たちに継続的に楽しんでいただく、WOWOWと長いお付き合いを今後も続けていただくことに大きく舵を切りたいと思っております。

そのための施策としては、放送においても、配信においても、コンテンツ一つ一つの作りにおいても、新しいサービスの展開においても、まず今いるお客様の満足度を高めていき、そのお客様にこれからもずっとWOWOWと付き合いをいこうと思っております。そういったことに視点を変えて、これから進んでいきたいと考えております。

その結果として、今期は前年の11万を超える純減に対して、まだ力不足ではありますけれども、約6万件の改善をポイントとして置かせていただいております。この流れを継続させることで、23年度にはプラスマイナスゼロの水準を超えるところに、われわれの目線を持っていきたいと考えている。それが結果として、先ほど申し上げました23年度プラスマイナスゼロに繋がっていると考えております。私からは以上でございます。

WOWOW

司会：ご質問ありがとうございました。他にございますでしょうか。以上でよろしいでしょうか。

質問者C：すみません、たびたび。1点教えてください。株価が結構軟調になっていまして、相当下がっているんですけども、これはどう認識されてますでしょうか。

なぜ聞いているかと言いますと、先ほどの配当の話とも関わってくるんですけども、市場が、今後どう御社が成長するか、と見極めているのかと思います。それが株価の軟調さに表れているのかと。結構今まで貯めている利益とか過去の内部留保とか、配当以外に使い先がない。そうするとこの会社、成長するのか、と見て株価が軟調になっているのかと見ているんですけど、その辺りはいかがでしょうか。お願いします。

田中：田中がご回答します。株価はいろいろな要因で変化するわけですから、一つだけということはありませんけれども、ただ明らかにコロナの巣ごもり需要で、有料のコンテンツの楽しみ方が変わり、そこに外資を中心とした動画配信が大幅に普及をしているなど、競争激化となっております。それにより、当社の業績や今後の見通しなどへの懸念が表れていること等が要因としてとらえております。しかしながら、胸を張って大丈夫という話ではありませんけれども、コンテンツ力が劣ってきているとは思っておりませんし、サービスもますますこれから良くなってまいりますし、放送と配信を使った縷々申し上げてきた魅力的な展開もできているので、マーケットからの支持は再び得られていくものと思っております。

司会：ご質問ありがとうございました。他にご質問ある方、いらっしゃいますでしょうか。以上でよろしいでしょうか。

質問者B：よろしいですか。番組費は4割以下に抑えてきていると思うんですが、今後加入者数の増加も難しい中で、売上高が減ると比率に応じて、番組費も減っていくと思います。一方で放映権も近年高騰している中で、今後コンテンツを強化するといってもそういったオリジナルドラマとかにかける費用が限られてくるのではないかと思うんですけども、そこら辺はどう見てらっしゃるのでしょうか。

田中：もちろん野放図にコンテンツ費をかけていけるわけではありませんし、そのつもりはありません。売上に対して一定のキャップをかけて、その範囲の中でコンテンツに投下していきます。けれども、ご承知のように、当社は多様なジャンルに、多様なお金のかけ方をして、コンテンツを揃えております。まだ十分コントロール可能な状態でございますので、その辺は心配するレベルには至っておりません。

質問者B：番組費の中に占めるイベントとドラマの割合がどれぐらいとか、そういう方針はあるのでしょうか。

WOWOW

田中：ジャンル別の予算は、担当のコンテンツ戦略局というところが計画をしております。当社の他にはない強みを活かすため、競争力のあるスポーツ、音楽等々に力を入れ、費用を投下することに加え、オリジナルドラマをはじめとしたオリジナルコンテンツの制作に番組費をより多く投下して、その分、他を削ってということをやっているところでございます。

質問者B：あと私、最初に質問させていただいた、スポーツとかイベントの強化が解約を繋ぎ止めるのに繋がってないのではないかという質問の回答が途中で聞こえなくなってしまったので、もう一度言っていただいてもよろしいでしょうか。

田中：はい。先ほどお答えしたのは、例えばテニスの4大メジャーが開催されるたびに、入っては、また解約をするというお客様がいらっしゃいます。あるいはサッカーのリーグとかチャンピオンズリーグでシーズンが終わって解約をされる方、あるいは決勝トーナメントが始まらないと戻ってこられないお客様とか、そういうシーズンに左右されるお客様には、メジャー大会の合間合間に魅力的なコンテンツを投入する。例えばテニスで言えば、ATPのコンテンツを投下していますし、サッカー等々で言えば、事前に関係するコンテンツを制作しています。

また、ラグビーで言いますと、4年前、5年前は冬場の欧州6カ国対抗戦 シックス・ネーションズぐらいしかありませんでした。しかし、通年でラグビーファンに楽しんでいただくために、今度は南半球のラグビーのコンテンツも調達しました。1年を通して当社では世界レベルのラグビーのコンテンツを楽しんでいただくことで、シーズンスポーツ的なものが終わっても、解約に繋がらないような工夫を重ねているところでございます。

質問者B：分かりました。あと、ちなみに今期の見通しのところでも、加入者数は正味で見ると5万人減ということですが、他の動画配信との競争ですとか、脱・巣ごもりの兆しなどの変化は感じられていますか。

田中：私ども30年やった経験から、有料のサブスクリプションサービスは、一定のところまで加入者が増えていきます。増やすことが、たやすいとは言いませんけども可能です。

それはおそらくいろんな配信サービスもそうだろうと。ところが一定のところまで来ますと、解約との勝負に必ずなります。それは他の有料放送、例えばスカパーさんも全くそのようでございますし、当社ももう何年も前からそういう状態で戦っています。おそらく全てのそういったサービスは、配信サービスも、今、各社さんが数字を発表されないので全然分かりませんが、早晚そういう状況になりつつあるのではないかと推察はしております。

質問者B：分かりました。ありがとうございます。

司会：ご質問ありがとうございました。終了の時間が近づいてまいりましたので、次のご質問を最後とさせていただきます。ご質問、ございますでしょうか。では、こちらで終了させていただきます。

WOWOW

す。最後に田中社長、一言よろしく願いいたします

田中：あらためまして、本日、ご参加ありがとうございました。ご質問いただきましたように、厳しい状況が続いております。今までとは全然、競争環境が変わっていることも明確に認識しております。ただしご回答申し上げましたように、当社のコンテンツは十分戦えるといえましょうか、十分な価値をご提供できていると思っていますし、放送とオンデマンドの両方で、よりコンテンツが楽しめるサービスを今、提供し始めて、その手応えを感じておりますので、今後とも強みを活かして、お客様の期待に応え、必要とされ、愛される存在であり続けることを目指してまいりますので、どうぞ皆様も今年度も引き続きご支援を賜りたいと思います。本日は誠にありがとうございました。

司会：以上をもちまして、2021 年度決算発表を終了させていただきます。本日はご参加いただき、誠にありがとうございました。

以上