

第 42 回定時株主総会 株主さまからいただいたご質問等について

第 42 回定時株主総会において、株主の皆さまから事前にいただいたご質問、及び当日にいただいたご質問等についてご回答いたしましたので、その要旨を掲載します。なお、事前のご質問等については、本総会の議案に関わる内容および、ご関心が高いと思われるご質問についてご回答しております。

事前のご質問・メッセージ

Q：加入者の減少が進み、株価も下がっているが、どのように他社との差別化を図って企業価値を向上させるのか教えてください。

A：加入者の減少や株価の状況につきましては、当社として重く受け止めており、足元の株価低迷は、将来の見通しに対するご懸念が一因であると認識しております。

当社は、「新たな配信サービスの立ち上げ」と、「コンテンツ多層化収益の拡大」の 2 軸に経営資源を集中し、事業構造の転換を進めております。

今回の株式会社 NTT ドコモ（以下、NTT ドコモ）との資本業務提携は、今後の成長に向けた極めて重要な取り組みです。NTT ドコモが持つ約 9,000 万人の顧客基盤や販売網と当社の「コンテンツプロデュース力」を掛け合わせることで、配信市場における差別化された確固たるポジションを早期に確立いたします。

さらにこの強固なパートナーシップを起爆剤とし、WOWOW ならではの独自コンテンツを、放送・配信に加え、EC やイベントへと多層的に展開してまいります。

この新サービスを核とした取り組みによって、業績の回復を実現し、そして確実な企業価値と株主価値の向上へとつなげてまいります。その結果として、株価にも反映されていくものと考えております。

Q：LPGA が終了してしまった理由や、今後のスポーツコンテンツの展開について教えてください。

A：昨今、巷でも話題になることもございますが、大型のスポーツコンテンツの権利料は増額の一途を辿っております。

今回の LPGA 女子ゴルフツアーにつきましては、当社の保有コンテンツや外的環境などを総合的に判断した上で、苦渋の決断ではございますが、終了とさせていただきます。14 年間ご愛顧いただきましたファンの皆様には感謝申し上げます。

今後も WOWOW は積極的にスポーツラインナップの拡充に取り組んでいきたいと考えております。引き続き WOWOW のスポーツコンテンツをお楽しみくださいますようお願い申し上げます。

Q：昨年 12 月に発生した WOWOW オンデマンドへの不正ログインについて説明してください。

A：WOWOW オンデマンドで発生した不正ログインにつきまして、お客さまにご心配とご不便をおかけいたしましたことを改めて深くお詫び申し上げます。

WOWOW

本件の要因として、お客さま以外の第三者が、外部でID・パスワードを不正に取得し、WOWOW WEBアカウントへ不正ログインを試みた可能性がございますが、調査の結果、当社システム内部からのID・パスワードの漏洩は確認しておりません。

当社では引き続きセキュリティ対策の強化に努めてまいりますので、何卒ご理解ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

Q：チャンピオンズリーグで発生した配信トラブルはWOWOWの契約者を酷く落胆させました。

A：この度のサービス障害によって、試合の中継を楽しみにされていたお客さまに多大なるご迷惑をおかけしたことを深くお詫び申し上げます。

4月28日のチャンピオンズリーグ準決勝において、キックオフから30分程度の回線不具合が発生いたしました。原因としましては、権利元の回線委託先による経路手配ミスで予備を含めた回線全てが止まってしまったことによるものでした。

今後の対策としては、委託先に対して再発防止を強く求めていくとともに、当社内における予防措置、バックアップの強化に努めてまいります。

また、5月31日のチャンピオンズリーグ決勝においてWOWOW オンデマンドにて一部のお客さまがログインできない状態が発生いたしました。原因としましては、当社のシステム内の処理における問題と特定しており約1時間ほどで復旧いたしました。

今後の対策としては、不具合の改善と、運用の見直しを実施してまいります。

多数のお客さまが楽しみにしてくださった試合中継をしっかりとお届けできなかったことを、会社として非常に重く受け止めております。

Q：過去に不祥事や事件を起こした俳優の起用に関して、どのような基準で起用しているのか教えてください。

A：WOWOW のオリジナル作品では、原作・脚本・監督・キャストそれぞれにこだわり、映画あるいはそれ以上のクオリティを目指しております。作品としての話題性、しっかりとした人間描写、ドラマ性、そして大人向け作品としての適性などを踏まえ、最終的には視聴者の皆さまにご満足いただけるかを大前提に制作をしております。

その上で、キャスト起用につきましては、作品の世界観や企画意図にふさわしいかを軸に判断し、当社のガイドラインに従って起用の判断をしております。

今後もお客さまのご意見を真摯に受け止めながら、更なるクオリティの向上を目指したオリジナル番組制作を続けてまいります。

メッセージ：ゴールデンカムイについて、原作へのリスペクトに溢れておりクオリティが高く非常に満足した。

A：お褒めの言葉を頂戴し、誠にありがとうございます。今後も独自の企画性と高いクオリティで他社との差別化を図り、お客さまに心からお楽しみいただけるコンテンツをお届けしてまいります。

当日会場でいただいたご質問等

(株主さま A)

Q：NTT ドコモとの連携について、今後どうしていくかという具体は提示いただいたが、WOWOWとしての目指す姿やスタンスをお伺いしたいです。これからどういうお客さまに対してどのような価値を見出していきたいのでしょうか。

A：前提として、若い世代を中心としたテレビ離れが深刻な状況にあります。WOWOW は有料放送という世界でお客さまにサービスを長年提供しておりますが、年々放送加入者が減るスピードは速くなってきております。

エンターテインメントを楽しむお客さまが配信に大きくシフトしてきている中で我々はコンテンツに自信を持っておりますが、今後はテレビだけでお届けするだけでなく、配信の世界で魅力的な商品を築き上げて戦っていくことで、WOWOW の未来を描いていけると考えています。

今回の提携により、NTT ドコモの強力な販売網を含め、大きなプラットフォームである Lemino に WOWOW の強力なコンテンツをプラスすることで良いシナジーを生み出すことが可能となることで、必ずお客さまに支持をいただけると考えておりますので、ぜひご期待いただければと思います。

(株主さま B)

Q：WOWOW は上場会社なので、同じく上場会社である NTT 株式会社と提携した後で、子会社である NTT ドコモの事業を一緒に行なうのが本来の形なのではと思います。子会社と提携することによって、いずれ NTT グループに吸収されてしまうという心配はないのでしょうか。

A：NTT ドコモは NTT 株式会社の 100%子会社ですが、NTT ドコモの社内事業として Lemino を扱っておりますので、NTT ドコモとしっかりと組むことが正攻法という考え方でおります。Lemino 事業が成功すれば NTT ドコモにとっても、WOWOW にとってもメリットがあります。そのシナジーが生まれた先に次の戦略が出てくるのではないかと考えております。

(株主さま C)

Q：10 年来ドコモキャリアを使っており、ドコモは直近ではポイ活 MAX などの施策を行なっています。今回 NTT ドコモと提携することになりますが、今後株主優待やインセンティブなども考えているのでしょうか。

A：通信キャリア各社は、さまざまな OTT サービスのバンドルを組んでお客さまにサービスを提供しています。それは通信キャリア各社さんのお考えですので、WOWOW が申し上げることはございません。あくまで NTT ドコモと WOWOW が Lemino という自分たちの商品を魅力的なものにして、その商品をドコモの販売戦略に乗せられるか、そしてキャリアがドコモでない方にもサービスを提供していけるのかというのが本来の趣旨となります。

株主優待については、WOWOW は独自の優待サービスを行なっていますが、今後しっかり検討して内容が固まった段階でご案内いたします。あくまで OTT サービスとして新商品を WOWOW が取り組んでいくというご理解でいただければ幸いです。

(株主さま D)

Q：昨今東証から資本コストを意識した経営の実現に向けた対応を求められていますが、どのように対応しているのか教えてください

A：当社の資本コストについては、現時点では 6%程度と試算しています。一方 ROE は 1.9%程度で大きなギャップがあります。

NTT ドコモとの資本業務提携でこういった利益構造になるのかについてはまだ公表しておりませんが、中長期的に利益を改善する中で、ROE が資本コストを上回る企業構造に変換していくことが目標となります。

※ROE…自己資本利益率

Q：WOWOW の株主をみると放送局が多く昔の持ち合いのような印象ですが、NTT ドコモが今回加わり資本構造は変わるのか、方針などがあれば教えてください。

A：キー局をはじめとして株主様がいますが、事業上シナジー効果があると考えております。NTT ドコモにも資本をもつていただくことになり、新たな配信サービスを立ち上げていくという中で株主の方々と更なるシナジーを生み出せると考えております。

(株主さま E)

Q：WOWOW の EC サイトは、もっと SNS などを使ってプロモーションしていく必要があるのではないのでしょうか？

A：昨年 10 月にオープンした WOWOW 百貨店は、現時点でスポーツイベントや音楽イベントに連携した商品が販売実績を伸ばしている状況です。

そんな中プロモーションが足りないのではないかとのご指摘かと思いますが、昨年立ち上がって商品を準備する期間を終え、やっと 1 年を迎える段階です。これから会員の皆さま向けだけでなく、SNS や外向けの発信を強化し、エンターテインメントコンテンツを多くのお客さまに楽しんでいただけるよう、努力してまいります。

※当日の回答に一部誤りがあったため、内容を修正し掲載しております。

以 上