

Netflix(NFLX)

【セクター】 通信サービス

【市場】 NASDAQ

【企業概要】

オンデマンドで映画・ドラマなどの動画コンテンツをネット配信する事業をグローバルに展開しています（図表1）。米国では月額約9～16ドル（19年1月の値上げ後）とケーブルTVに比した料金の安さやパソコン、モバイル機器などの複数端末で視聴できる便利さが受けて加入者数が爆発的に増え、現在は海外市場も伸び盛りで、19年3月末の世界加入者総数は1.55億人（うち米国が6,200万人）に達しています。

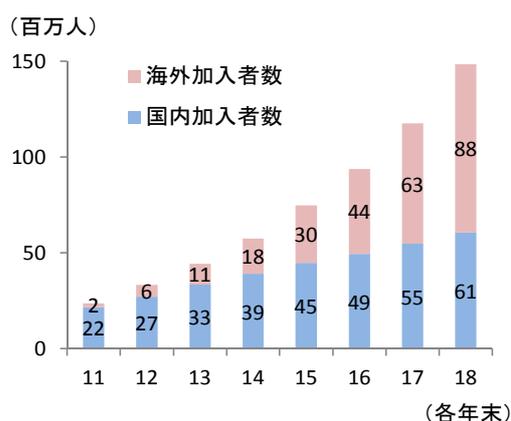
【業績】（単位：売上、純利益は百万ドル、EPS、DPS、BPSはドル、ROE、自己資本比率は%）

決算期	売上高	純利益	EPS	DPS	BPS	ROE	自己資本比率
17年12月期	11,693	597	1.33	0.00	8.3	19.1	18.8
18年12月期	15,794	1,211	2.68	0.00	12.0	27.5	20.2
19年12月期予想	20,223	1,884	4.05	0.00	16.2	23.6	-

※EPS：1株当たり利益、DPS：1株当たり配当、BPS：1株当たり純資産、ROE：株主資本利益率（出所）BloombergデータよりSBI証券が作成

【主要指標】

図表1 加入者数の推移



(出所) 会社資料よりSBI証券が作成

図表2 メディア大手のコンテンツ支出（18年の推定値）

Netflix	70-80億ドル
ESPN	70-80億ドル
アマゾン	50億ドル以上
NBC	48億ドル
CBS	39億ドル
Hulu	30億ドル以上
HBO	20-25億ドル

(出所) BloombergデータよりSBI証券が作成

【会社の見方】

インターネットTV市場は、「リニアテレビ」（番組の順番が変えられない従来型テレビ放送）からオンデマンドテレビへのシフトに加え、これまで国ごとに分断されていたテレビ放送市場の一部がグローバルに統合されるため、巨大な市場になると考えられます。同市場では、アルファベットの「YouTube」とともにリーダーで、今後はアマゾン、ウォルトディズニーなどとの競争も強まる見込みです。ただ、チャンピオンによる総取りとなるケースも多いインターネット市場ですが、同社ではインターネットTV市場についてはコンテンツの種類により複数の勝者があり得るとして、勝ち残りの1社を賭けた熾烈な競争にはならないと見ています。

【見通し・注目点】

ドラマ・映画制作への支出額は業界最大級に達し、お金をかけて魅力的なコンテンツを制作して新規加入者を獲得するとの戦略が好循環しています（図表2）。新規加入者数は19年1-3月期実績が960万人（うち海外が786万人）、4-6月期のガイダンスは500万人（うち海外が470万人）です。

(SBI証券 投資情報部 榮 聡)

(更新日 19/6/12)

本資料は投資判断の参考となる情報提供のみを目的として作成されたもので、個々の投資家の特定の投資目的、または要望を考慮しているものではありません。投資に関する最終決定は投資家ご自身の判断と責任でなされるようお願いいたします。万一、本資料に基づいてお客様が損害を被ったとしても当社及び情報発信元は一切その責任を負うものではありません。本資料は著作権によって保護されており、無断で転用、複製又は販売等を行うことは固く禁じます。