

朝日放送グループホールディングス株式会社

2025年3月期 第2四半期（中間期）
決算説明会資料

2024年11月18日

ABC

証券コード：9405



報告内容

- 25年3月期第2四半期（中間期）決算について
 - ・ 連結業績とセグメント情報 …P.4
 - ・ 朝日放送テレビの業績 …P.10
- 成長のための取り組みについて …P.19

ご挨拶

連結業績について

連結業績

(単位：百万円)

	24/3 上期	25/3 上期	前期比	増減率
売上高	41,776	41,657	△118	△0.3%
営業費用	42,768	42,817	49	0.1%
内 売上原価	29,977	29,743	△234	△0.8%
内 販管費	12,790	13,074	283	2.2%
営業利益	△992	△1,160	△167	—
経常利益	△832	△1,047	△214	—
親会社株主に帰属する 中間純利益	△673	△852	△178	—

<減収減益>

放送事業は好調。前年振るわなかった通販事業も前年同期比で増収。
一方で、コンテンツ事業とハウジング事業のマイナスが増収分を上回った。

セグメント情報

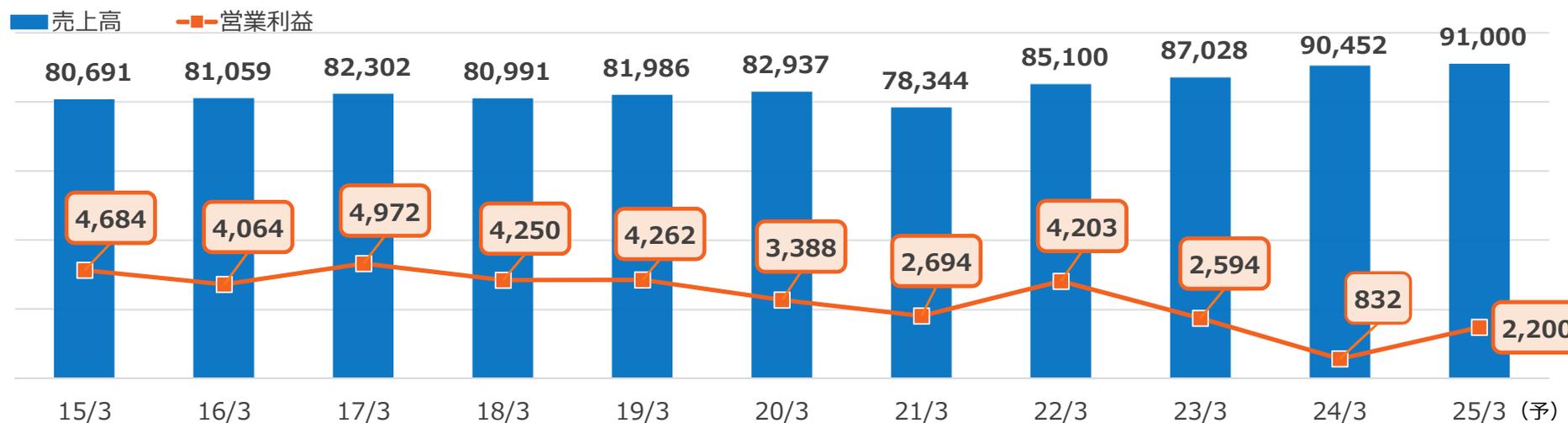
(単位：百万円)

売上高		24/3 上期	25/3 上期	前期比	増減率
放送・コンテンツ		35,541	35,198	△343	△1.0%
内訳	放送	25,550	26,137	586	2.3%
	コンテンツ	9,948	9,031	△917	△9.2%
	その他	42	29	△12	△30.1%
ライフスタイル		6,234	6,459	224	3.6%
内訳	ハウジング	4,376	4,205	△170	△3.9%
	通販	1,196	1,586	390	32.7%
	ゴルフ	488	492	3	0.7%
	その他	173	174	1	1.0%
営業利益		24/3 上期	25/3 上期	前期比	増減率
放送・コンテンツ		△733	△858	△125	—
ライフスタイル		△60	7	67	—
その他調整額		△198	△308	△109	—

2025年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	24/3 (実績)	25/3	前期比	増減率
売上高	90,452	91,000	547	0.6%
営業利益	832	2,200	1,367	164.2%
経常利益	723	2,300	1,576	218.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△884	1,500	2,384	—

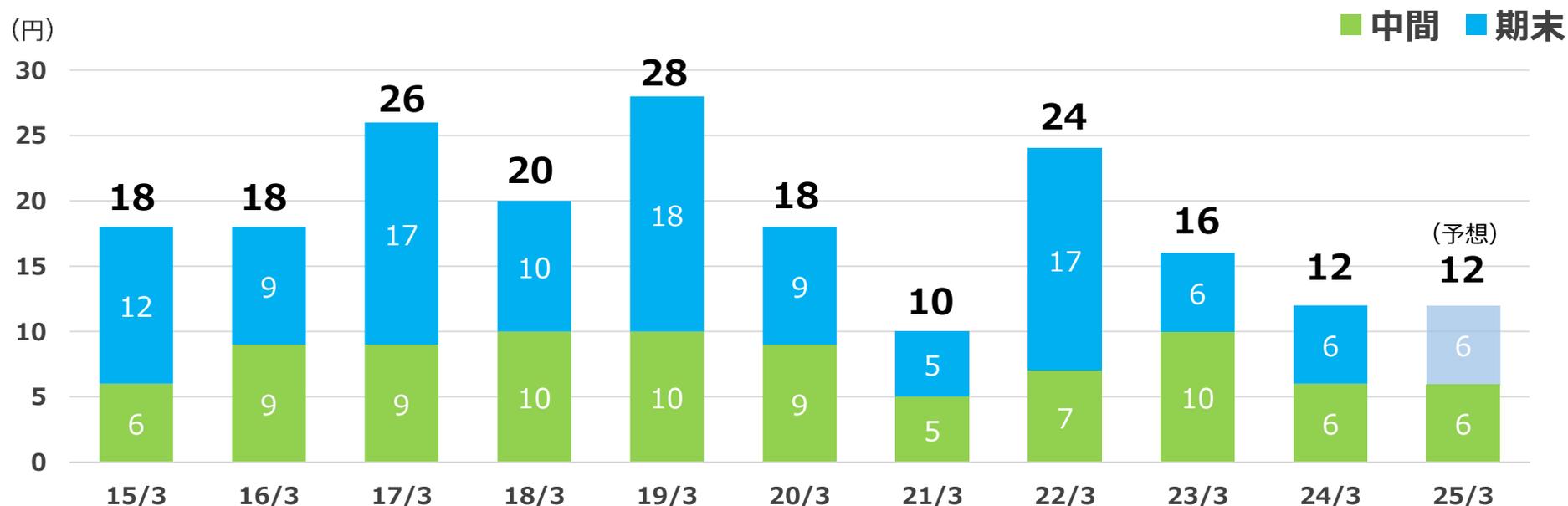


2025年3月期 セグメント別業績予想

(単位：百万円)

売上高		24/3 (実績)	25/3	前期比	増減率
放送・コンテンツ		76,701	77,000	298	0.4%
内訳	放送	55,974	55,900	△74	△0.1%
	コンテンツ	20,655	21,000	344	1.7%
	その他	71	100	28	39.6%
ライフスタイル		13,751	14,000	248	1.8%
内訳	ハウジング	9,516	9,100	△416	△4.4%
	通販	2,930	3,500	569	19.4%
	ゴルフ	975	1,000	24	2.5%
	その他	328	400	71	21.6%
営業利益		24/3 (実績)	25/3	前期比	増減率
放送・コンテンツ		917	2,200	1,282	139.8%
ライフスタイル		373	600	226	60.5%
その他調整額		△458	△600	△141	-

配当について



【配当方針】

当社は、株主の皆様への適切な利益還元を経営上の最重要課題のひとつと位置づけております。利益の配分につきましては、認定放送持株会社という責任ある立場を踏まえ、財務体質の強化・維持と、企業価値の向上および成長戦略のための投資とのバランスを常に考え、業績、配当性向、適切な内部留保等を総合的に勘案して対応いたします。この方針にしたがい、当社グループの本業による利益を示す連結営業利益から法定実効税率相当額を控除した利益（みなし当期利益）に対し、配当性向30%を目途として継続的・安定的かつ柔軟に決定し、また、急激な経営環境の悪化による著しい業績低迷時を除き、1株あたり年間12円を配当の下限水準とします。

朝日放送テレビの 業績について

朝日放送テレビ 業績

(単位：百万円)

	24/3 上期	25/3 上期	前期比	増減率
売上高	27,275	27,207	△67	△0.2%
営業費用	27,691	27,265	△426	△1.5%
内 売上原価	18,110	17,678	△431	△2.4%
内 販管費	9,581	9,587	5	0.1%
営業利益	△416	△ 58	358	—
経常利益	△356	△ 23	333	—
中間純利益	△265	△ 18	247	—
	24/3 上期	25/3 上期	前期比	増減率
番組費	8,278	8,400	121	1.5%

<減収増益>

- 放送収入は好調だったが、コンテンツ収入の減収分をカバーするには及ばず、減収
- 利益率の高いスポット収入が増えたことにより、増益

朝日放送テレビ 収入の内訳

(単位：百万円)

	22/3 上期	23/3 上期	24/3 上期	25/3 上期	前年同期比	増減率
放送収入	23,463	23,317	22,551	22,948	397	1.8%
コンテンツ収入	2,570	3,400	4,579	4,124	△455	△9.9%
その他の収入	163	140	143	134	△9	△6.8%

- **放送収入**※連結業績の放送事業に計上
放送を通じて得られる広告収入が中心（「放送」の見逃し配信であるTVer収入は含む）
- **コンテンツ収入**※連結業績のコンテンツ事業に計上
映像・イベントなどの「コンテンツ・IP」を多角的に制作・展開することで得られる収入
（系列局への番組販売、バーチャル高校野球などテレビ番組から派生するコンテンツ展開含む）

※放送収入の詳細は次ページ以降に記載

朝日放送テレビ 主な「放送収入」の推移

(単位：百万円)

	22/3 上期	23/3 上期	24/3 上期	25/3 上期
ス ポ ッ ト	14,178	14,208	13,619	13,942
ネ ッ ト ワ ー ク (タ イ ム)	5,858	5,581	5,435	5,596
ロ ー カ ル (タ イ ム)	2,859	2,985	2,745	2,700
テレビ動画配信 (主にTVer配信)	249	254	310	283

■ スポット

- ・前年同期比 **2.4%↑**
- ※詳細は次ページ以降に記載

■ ネットワーク (タイム)

- ・前年同期比 **3.0%↑**
- ・前年10月に放送した「CHEF-1グランプリ」を7月に放送

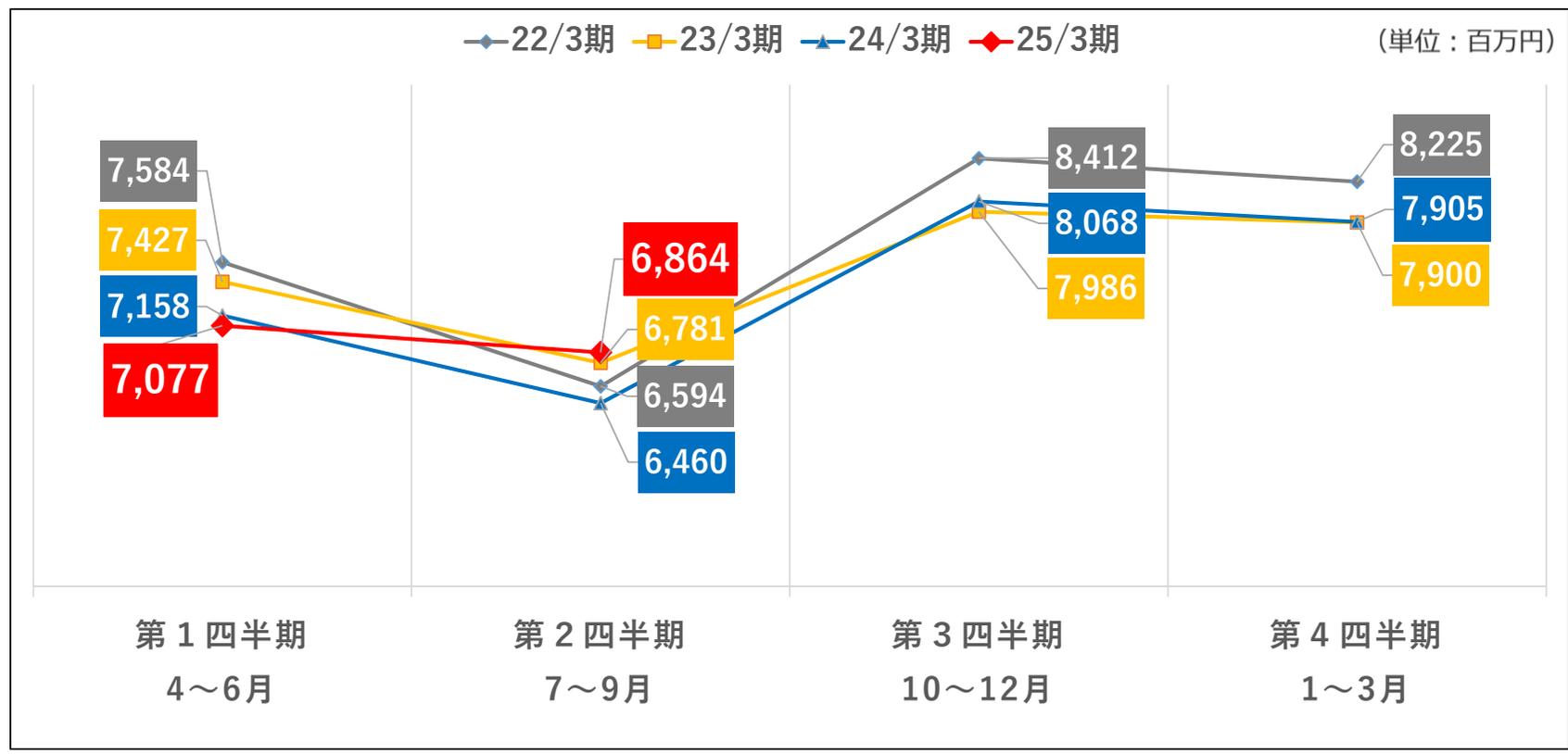
■ ローカル (タイム)

- ・前年同期比 **1.6%↓**
- ・ミニ枠番組終了やテレビショッピングの本数減が影響

■ テレビ動画配信 (主にTVer配信)

- ・前年同期比 **8.7%↓**
- ・媒体と広告主を限定して配信される運用型広告で苦戦

テレビ事業 スポット収入 (四半期毎の推移)



第1四半期は前年同期比 98.9%、第2四半期は前年同期比 106.3%
上期全体で前年同期比 102.4% (上期の地区投下は前年同期比 102.1%)

朝日放送テレビ スポット収入 (業種別20位まで)

業種	24/3 上期		25/3 上期	
	増減率	構成率	増減率	構成率
交通・レジャー・外食・サービス	105.3%	15.4%	101.0%	15.2%
食品	93.8%	9.2%	113.0%	10.1%
飲料・アルコール飲料	110.8%	10.5%	97.7%	10.1%
薬品・医療用品	85.7%	7.4%	108.9%	7.9%
情報・通信	92.7%	6.9%	105.3%	7.1%
金融	110.6%	6.2%	106.9%	6.4%
家電・コンピュータ	90.0%	6.8%	90.5%	6.0%
化粧品・トイレットリー	100.9%	4.8%	117.5%	5.5%
自動車	83.8%	4.0%	123.1%	4.8%
趣味(映画・ゲーム・音楽など)	102.4%	5.8%	69.7%	3.9%
官公庁・政治団体	89.3%	3.4%	106.1%	3.6%
通信販売	82.6%	3.1%	91.2%	2.8%
住宅・不動産・建設	94.6%	3.5%	79.1%	2.7%
流通	125.1%	2.0%	138.7%	2.7%
出版	56.4%	2.5%	100.7%	2.4%
ファッション(衣料・貴金属など)	125.2%	2.6%	91.6%	2.3%
家庭用品	105.7%	2.2%	99.8%	2.2%
エネルギー・機械・素材	72.9%	1.5%	147.9%	2.1%
各種団体(法律事務所など)	133.5%	1.3%	78.7%	1.0%
運輸・事業・イベント	55.4%	0.7%	154.1%	1.0%
その他	69.2%	0.2%	49.5%	0.1%
合計	-	100.0%	-	100.0%

※増減率は前年同期比

24年4月～9月*関西地区【個人全体】視聴率

(*2024年4月1日～9月29日)

(出典：ビデオサーチ)

	全日 (6-24時)	ゴールデン (19-22時)	プライム (19-23時)	プライム2 (23-25時)
1	ABC 3.3%	ABC・YTV 4.8%	ABC 5.0%	ABC・YTV 2.5%
2	YTV 3.0%	* * * * * *	YTV 4.6%	* * * * * *
3	KTV 2.9%	NHK 4.5%	KTV 4.3%	KTV 2.0%
4	MBS 2.7%	KTV 4.3%	MBS・NHK 4.0%	MBS 1.9%
5	NHK 2.6%	MBS 4.1%	* * * * * *	NHK 1.2%

■ABC (テレビ朝日系) ■MBS (TBS系) ■KTV (フジテレビ系) ■YTV (日本テレビ系) ■NHK

2024年度 上期のトピックス

「おはよう朝日です」45周年



番組発のイベント



(2024年9月21～23日 万博記念公園で開催)

ギネス世界記録に認定



2023年
全3,482試合
LIVE配信
達成



単一スポーツチャンピオンシップをプラットフォームでライブストリーム配信した最多試合数としてギネス世界記録™に認定。認定日：2024年5月16日

ドラマで受賞

東京ドラマアワード2024
「ローカル・ドラマ賞」受賞



(2023年12月 関西ローカルでOA)

番組発&初!
イベント開催



Q-1
～U-18が未来を変える★
研究発表SHOW～
(2024年9月29日 関西ローカルでOA)

2025年決勝大会
大阪・関西万博会場で
開催を決定

2024年度 下期の取り組み

ドラマIPを多面展開



(2024年10月12日土曜深夜・関西ローカルで放送開始)

舞台、ドラマのプライベート
グッズ&DVD展開等
ドラマIPを多面展開

年末の風物詩



20回目を迎える今大会
エントリーは史上最多の
10,330組
2024年12月22日(日)
決勝戦・敗者復活戦放送

大阪・関西万博開催記念 ACN EXPO EKIDEN2025



2025年3月16日(日)開催・放送
大学の強豪チームと実業団の強豪チームが
一堂に会するオールスター駅伝

成長のための取り組みについて

①事業ポートフォリオの最適化

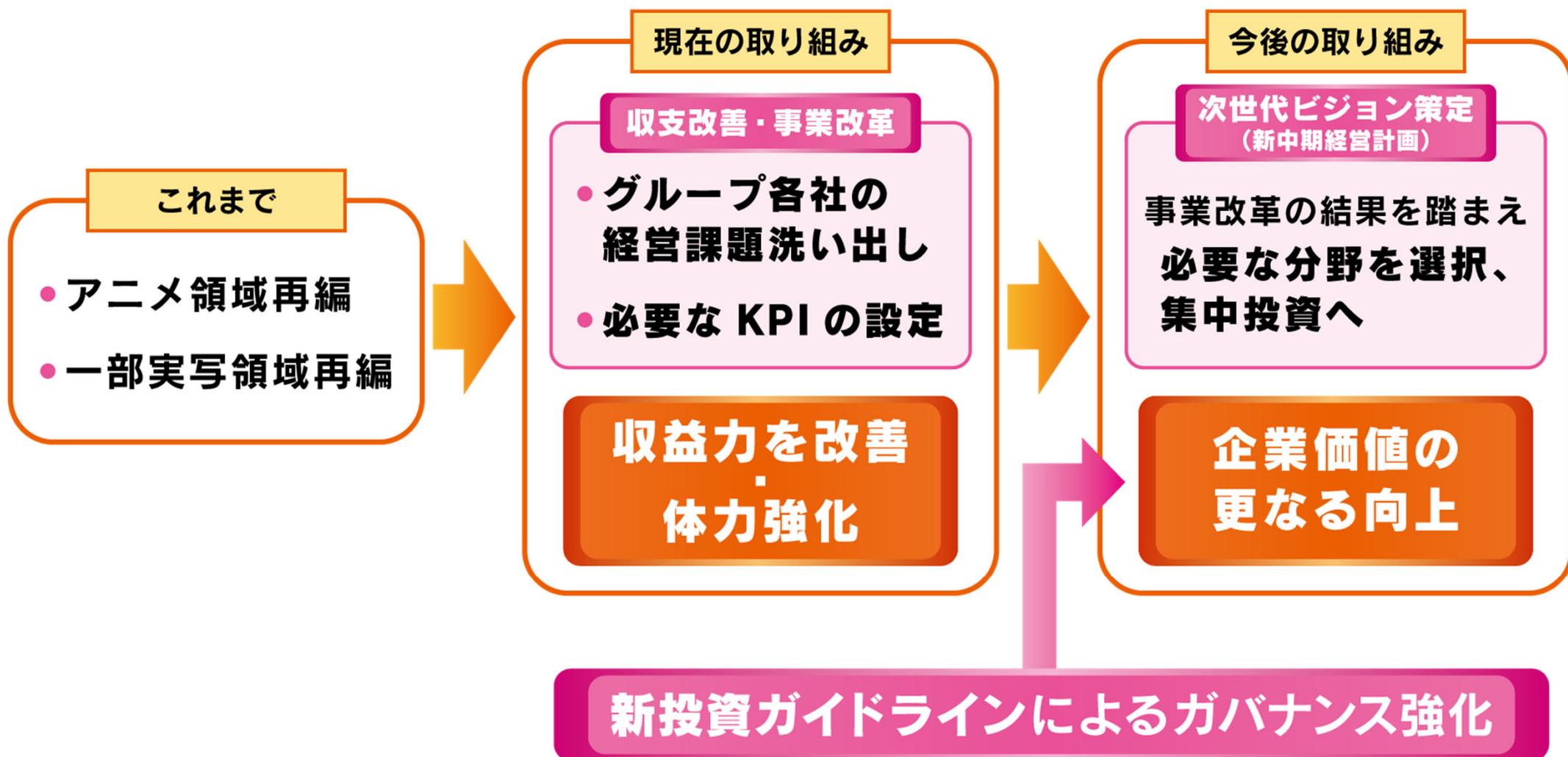
②資産の有効活用(政策保有株式売却等)

👉 政策保有株式は売却銘柄・時期の検討完了し、下期以降に売却実施へ

③成長投資(コンテンツ領域・ライフスタイル領域への投資)

👉 ゲームアプリ開発会社・女性向けアパレルブランドがグループ入り

事業ポートフォリオの最適化



万博会場内外でイベント開催へ



大阪・関西万博開催記念
「ACN EXPO EKIDEN 2025」
2025年3月16日（日）開催・放送

- ・防災展示を開催
「世界に発信する『防災』の未来設計図」
- ・高校生が研究発表で競い合う“知の甲子園”
「Q-1～U-18が未来を変える★
研究発表SHOW～」をEXPOホールで開催
- ・期間前、期間中にテレビ・ラジオで各種OA

And more...

參考資料

NEW HOPE 2021-2025 ビジョンと重点目標

創る、届ける、「新しいシアワセ」を

<重点目標>

- ①グループ全体の人材力強化と多様化の推進
- ②放送のチカラの活用と、グループ連携の強化・深化
- ③データ利活用体制の構築とデジタル技術の活用促進
- ④地域創生と社会課題の解決に資する事業の創造

2025年度までに**連結売上高1,000億円、
営業利益57億円、経常利益60億円**を達成

設備投資額と減価償却費

	24/3 上期		25/3 上期	
	連結	ABCテレビ	連結	ABCテレビ
設備投資額	20億円	12億円	34億円	9億円
減価償却費	18億円	9億円	18億円	9億円

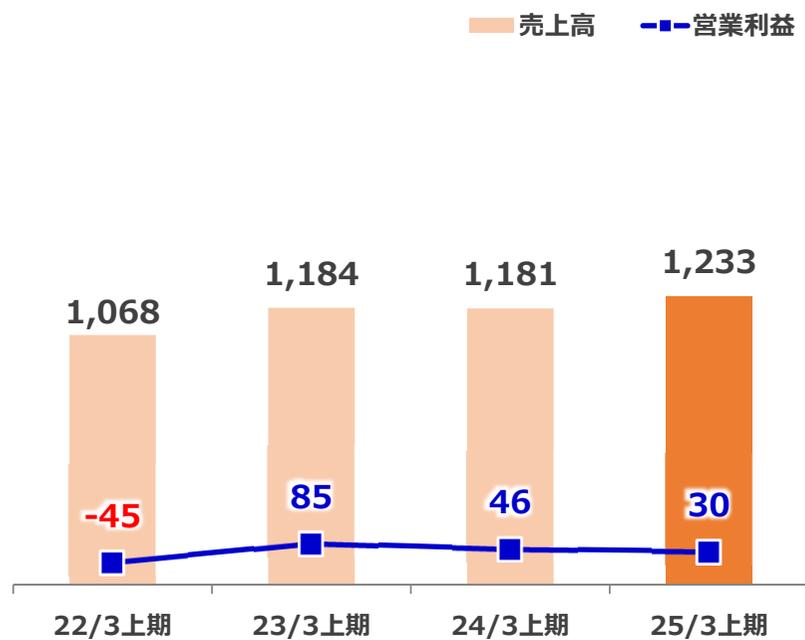
(億円未満を四捨五入)

主なグループ会社① <放送事業>

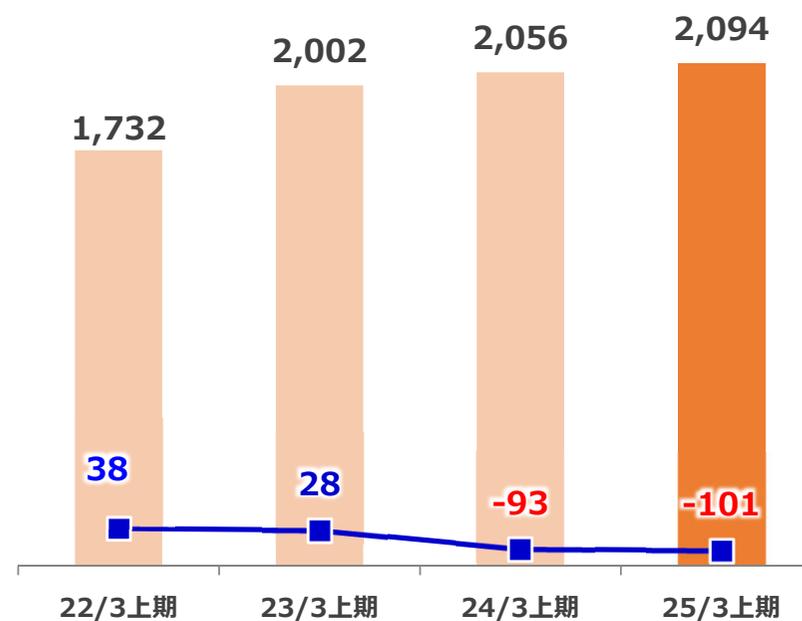


(単位：百万円)

朝日放送ラジオ



スカイA (CS放送)



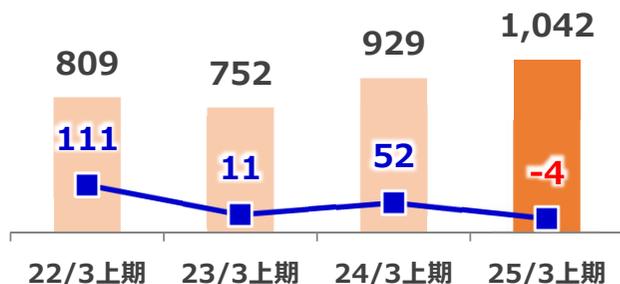
主なグループ会社② <コンテンツ事業>



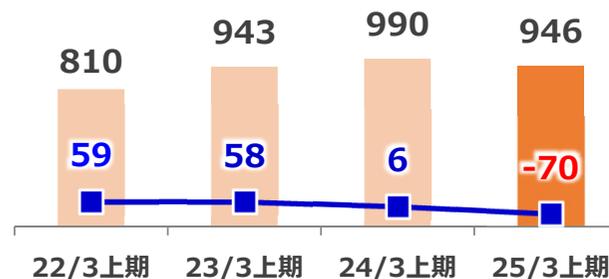
(単位：百万円)

ABCフロンティア

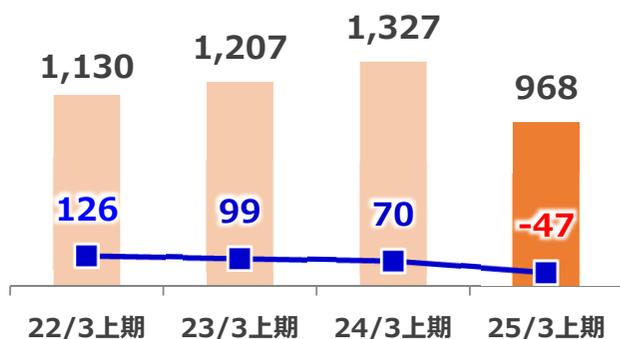
売上高 営業利益



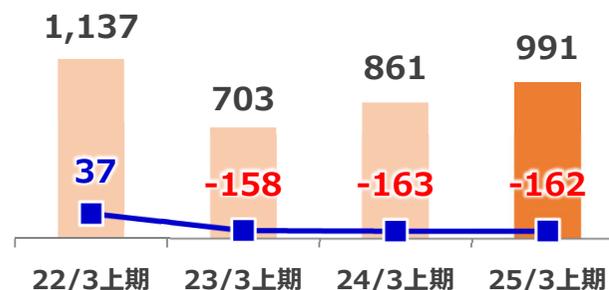
ABCアニメーション



マッシュ



SILVER LINK.

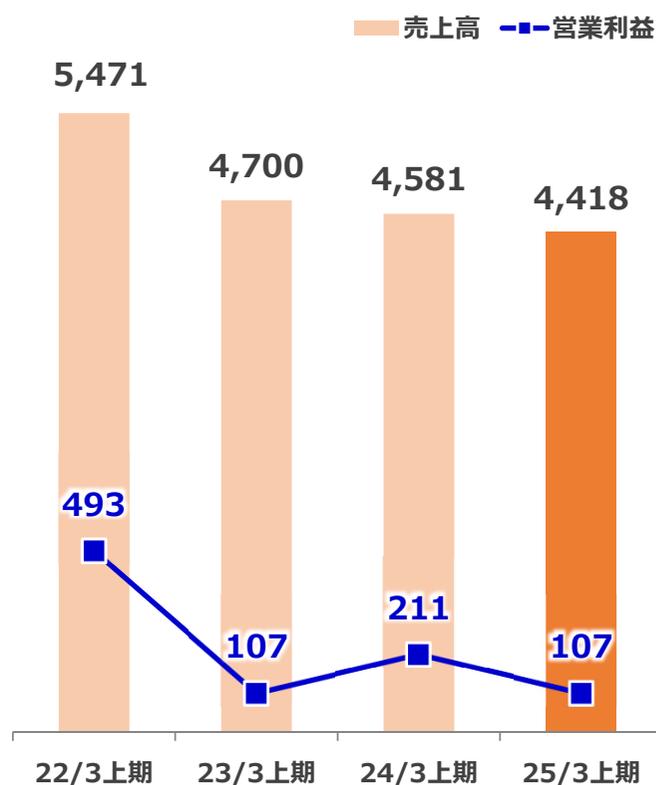


(株)DLE・ちゅらっぷす(株)は、2025年3月期第2四半期より持分法適用関連会社となりました

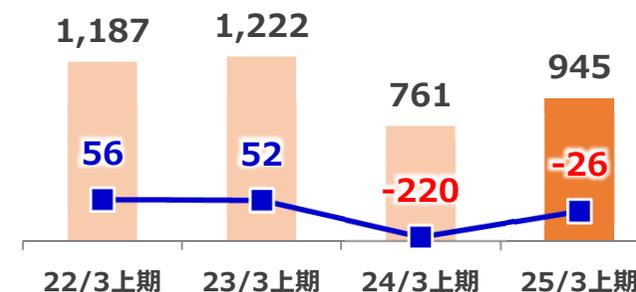
主なグループ会社③ (ライフスタイル事業)

(単位：百万円)

ABC開発



ABCファンライフ



ABCゴルフ



24年4月～9月*関西地区【世帯】視聴率



(*2024年4月1日～9月29日)

(出典：ビデオリサーチ)

	全日 (6-24時)	ゴールデン (19-22時)	プライム (19-23時)	プライム2 (23-25時)
1	ABC 6.1%	ABC 8.2%	ABC 8.7%	ABC 4.7%
2	YTV 5.3%	NHK 8.1%	YTV 7.4%	YTV 4.6%
3	KTV 5.1%	YTV 7.7%	NHK 7.2%	KTV 3.6%
4	MBS・NHK 5.0%	KTV 6.9%	KTV 6.9%	MBS 3.5%
5	* * * * * *	MBS 6.8%	MBS 6.7%	NHK 2.5%

■ ABC (テレビ朝日系) ■ MBS (TBS系) ■ KTV (フジテレビ系) ■ YTV (日本テレビ系) ■ NHK

ANNテレビネットワーク



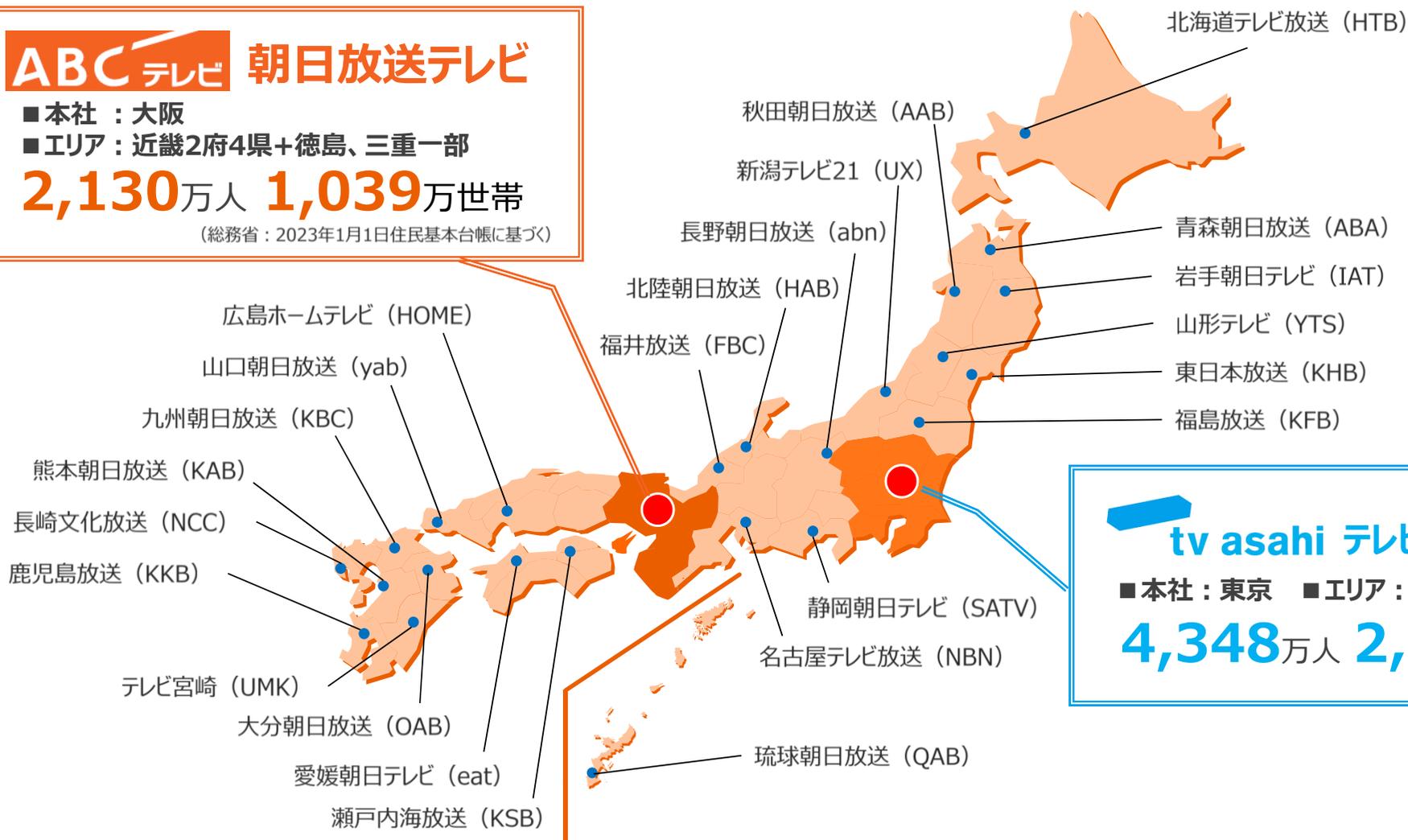
ABC テレビ 朝日放送テレビ

■本社：大阪

■エリア：近畿2府4県+徳島、三重一部

2,130万人 **1,039**万世帯

(総務省：2023年1月1日住民基本台帳に基づく)



tv asahi テレビ朝日

■本社：東京 ■エリア：関東1都6県

4,348万人 **2,149**万世帯

本資料に関するご注意

本資料に記載している当期の業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づいており、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。今後の国内外の景気動向等の外的要因により、大きく変動する可能性があり、当社グループの業績に影響を及ぼす事象が生じた場合には速やかに公表します。

会社情報サイト



<https://corp.asahi.co.jp>

これまでの決算短信、有価証券報告書、
統合報告書(コーポレートレポート)、サステナビリティレポートなどを
掲載し、IRサイトの充実にも努めております。ぜひご覧下さい。