

# 朝日放送グループホールディングス株式会社 2024年3月期 第2四半期 決算説明会資料

2023年11月20日

ABC

ABC Hall  
River Deck →



証券コード：9405

# 報告内容

- 24年3月期第2四半期決算と通期業績予想
  - ・ 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.11
- 成長投資・財務戦略 …P.20

# ご挨拶

朝日放送グループホールディングス(株)  
代表取締役社長  
沖中 進

# 連結業績について

朝日放送グループホールディングス(株)  
取締役（経理担当）  
中村 博信

# 連結業績

(単位：百万円)

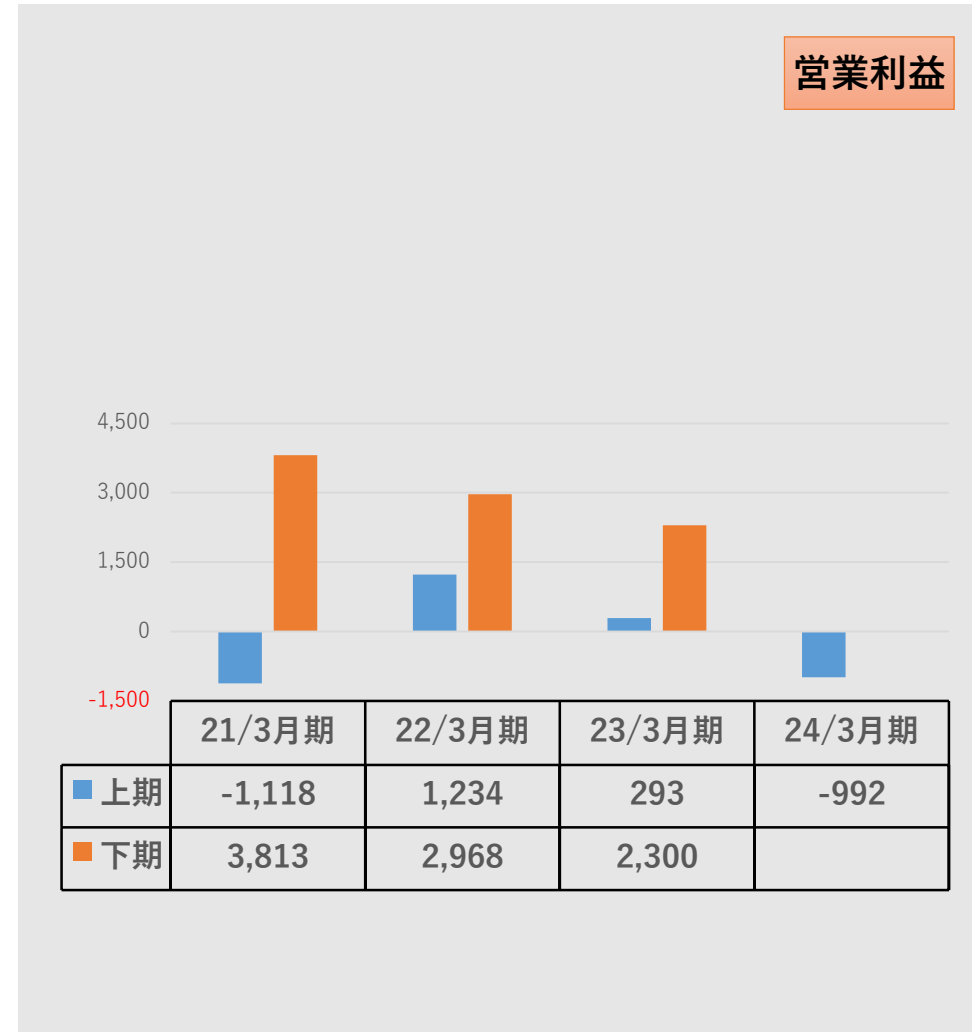
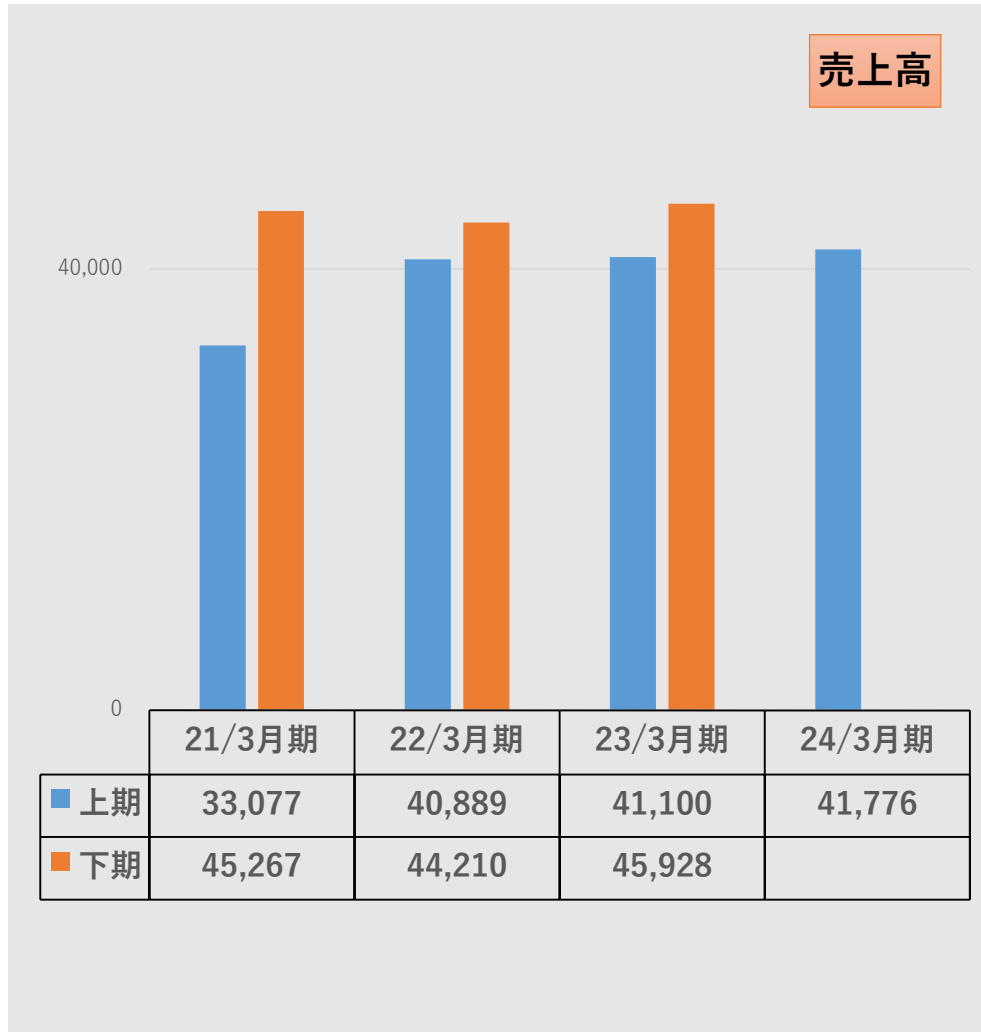
		23/3 上期	24/3 上期	前期比	増減率
売上高		41,100	41,776	675	1.6%
営業費用		40,806	42,768	1,962	4.8%
内訳	売上原価	28,121	29,977	1,856	6.6%
	販管費	12,684	12,790	105	0.8%
営業利益		293	△992	△1,286	-
経常利益		479	△832	△1,311	-
親会社株主に帰属する当期純利益		403	△673	△1,077	-

## <増収減益>

- テレビ社のコンテンツ収入やコンテンツ関連会社の増収が連結の増収に貢献
- 利益率の高いテレビスポット収入の減少、通販事業の不振、コンテンツ関連費用増で減益

# 連結業績の推移

(単位：百万円)



# セグメント情報

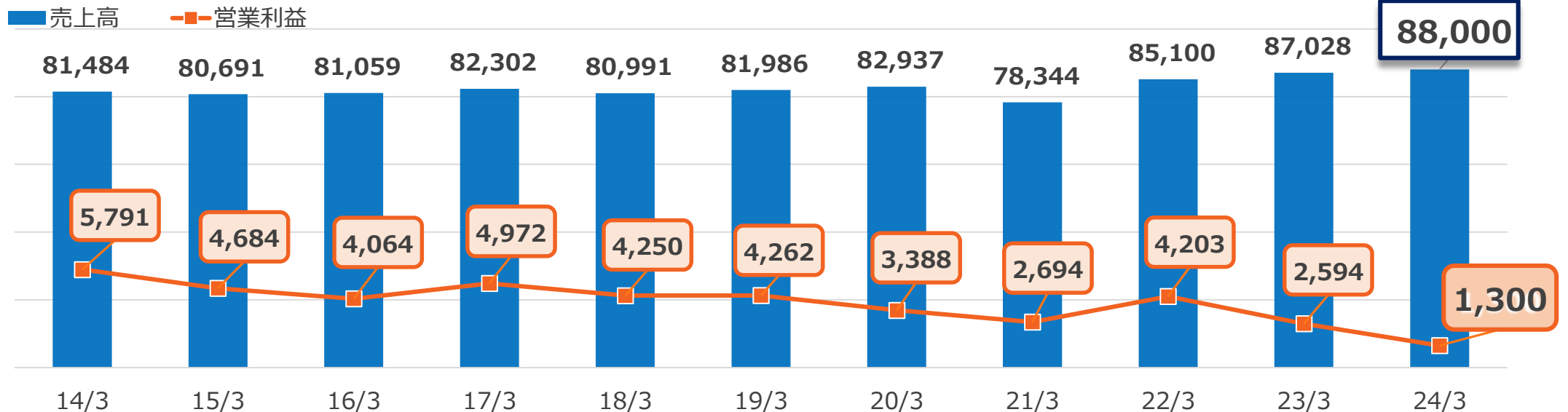
(単位：百万円)

売上高		23/3 上期	24/3 上期	前期比	増減率
放送・コンテンツ		34,482	35,541	1,058	3.1%
内訳	放送	26,468	25,550	△917	△3.5%
	コンテンツ	7,987	9,948	1,961	24.6%
	その他	26	42	15	56.3%
ライフスタイル		6,617	6,234	△383	△5.8%
内訳	ハウジング	4,476	4,376	△100	△2.2%
	通販	1,471	1,196	△275	△18.7%
	ゴルフ	484	488	4	0.9%
	その他	184	173	△11	△6.3%
営業利益		23/3 上期	24/3 上期	前期比	増減率
放送・コンテンツ		407	△733	△1,141	-
ライフスタイル		118	△60	△178	-
その他調整額		△232	△198	33	-

# 2024年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	23/3 (実績)	24/3 (5月時点)	24/3 (11月修正)	前期比	増減率
売上高	87,028	90,000	<b>88,000</b>	972	1.1%
営業利益	2,594	2,500	<b>1,300</b>	△1,294	△49.9%
経常利益	2,661	2,700	<b>1,500</b>	△1,161	△43.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,354	1,700	<b>1,000</b>	△354	△26.1%





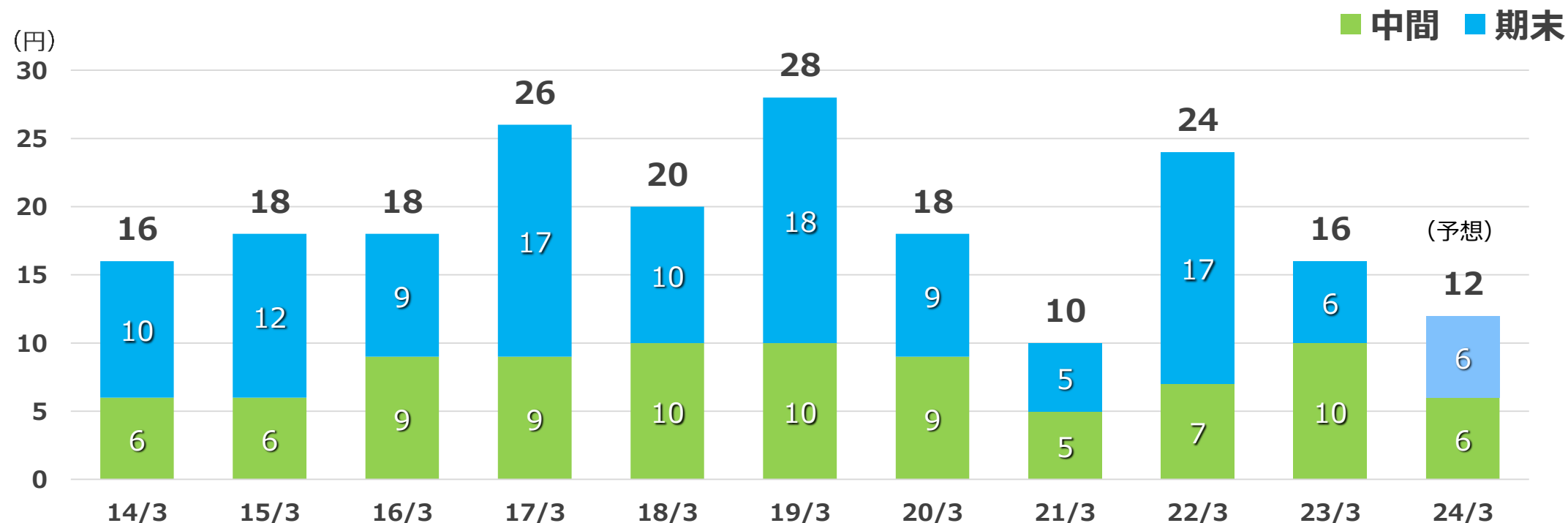
# セグメント別 業績予想

(単位：百万円)

売上高		23/3 実績	24/3 予想 (11月修正)	前期比	増減率
放送・コンテンツ		72,967	73,800	832	1.1%
内訳	放送	55,516	55,100	△416	△0.7%
	コンテンツ	17,387	18,600	1,212	7.0%
	その他	63	100	36	57.0%
ライフスタイル		14,061	14,200	138	1.0%
内訳	ハウジング	9,770	9,700	△70	△0.7%
	通販	2,954	3,200	245	8.3%
	ゴルフ	939	950	10	1.1%
	その他	397	350	△47	△12.0%

営業利益		23/3 実績	24/3 予想 (11月修正)	前期比	増減率
放送・コンテンツ		2,602	1,400	△1,202	△46.2%
ライフスタイル		433	300	△133	△30.9%
その他調整額		△441	△400	41	-

# 配当について



**業績予想の修正を踏まえ、配当方針にしたがい、期末配当を前回予想から2円引き下げ、1株当たり6円に修正いたします。これにより、年間の予想配当金は12円となります。**

## 【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

朝日放送グループホールディングス(株) 代表取締役副社長  
朝日放送テレビ(株) 代表取締役社長  
山本 晋也

# 朝日放送テレビ 業績

(単位：百万円)

		23/3 上期	24/3 上期	前期比	増減率
売	上 高	26,859	<b>27,275</b>	415	1.5%
営	業 費 用	26,484	<b>27,691</b>	1,207	4.6%
内 訳	売 上 原 価	16,588	<b>18,110</b>	1,521	9.2%
	販 管 費	9,895	<b>9,581</b>	△314	△3.2%
営 業 利 益		375	△ <b>416</b>	△791	—
経 常 利 益		604	△ <b>356</b>	△960	—
当 期 純 利 益		339	△ <b>265</b>	△605	—
		23/3 上期	24/3 上期	前期比	増減率
番	組 費	7,862	<b>8,278</b>	416	5.3%

## <増収減益>

- **コンテンツ収入が好調**で、増収
- 費用については、**全国ネットの新番組がスタートして番組費が増えたこと**や、**コンテンツ売上増に伴う原価増**により減益

# 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	前年同期比	増減率
放送収入	23,463	23,317	<b>22,551</b>	△766	△3.3%
コンテンツ収入	2,570	3,400	<b>4,579</b>	1,178	34.7%
その他の収入	163	140	<b>143</b>	3	2.1%

■ **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)

	21/3 上期	22/3 上期	23/3 上期	24/3 上期
ス ポ ッ ト	11,045	14,178	14,208	<b>13,619</b>
ネットワーク (タイム)	6,202	5,858	5,581	<b>5,435</b>
ローカル (タイム)	2,673	2,859	2,985	<b>2,745</b>
テレビ動画配信 (主にTVer配信)	97	249	254	<b>310</b>

## ■ スポット

- ・前年同期比 **-4.1% ↓**
- ※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 **-2.6% ↓**
- ・全国ネット連続ドラマ枠新設も  
前年あった特別番組が下期へ

## ■ ローカル (タイム)

- ・前年同期比 **-8.0% ↓**
- ・ミニ枠番組数減
- ・前年あった連動イベントが下期へ

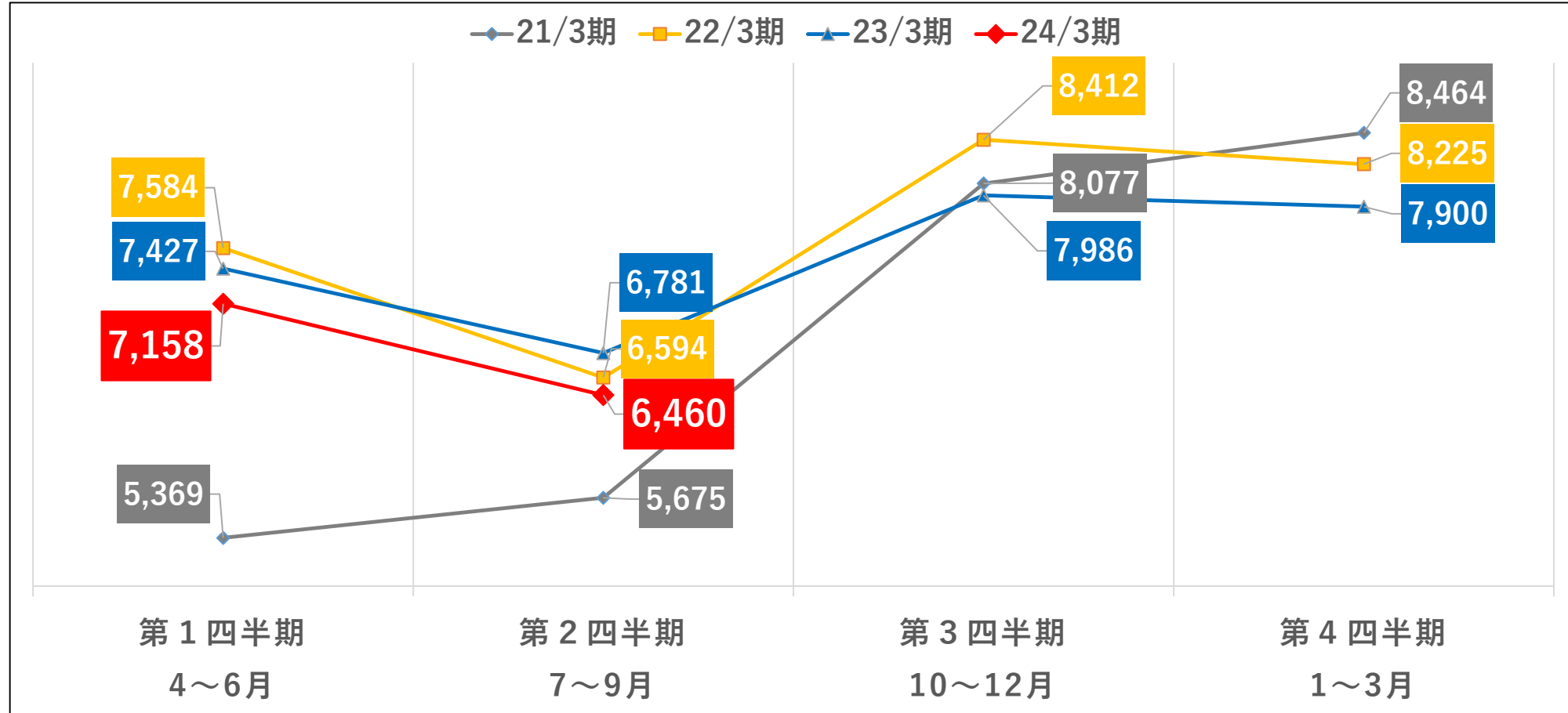
## ■ テレビ動画配信 (主にTVer配信)

- ・前年同期比 **+22.1% ↑**
- ・配信数増
- ・全国ネット連続ドラマ好調

\* 22年3月期以降のネットワーク (タイム) 収入は、収益認識基準適用に伴う影響があります。

# テレビ事業 スポット収入 (四半期毎の推移)

(単位：百万円)



第1四半期は前年同期比96.4%、第2四半期は前年同期比95.3%、  
**上期全体で前年同期比95.9%** (上期の地区投下は前年同期比92.6%)

# 朝日放送テレビ スポット収入 (業種別20位まで)

業種	23/3 上期		24/3 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	115.8%	14.0%	105.3%	15.4%
飲料・アルコール飲料	93.3%	9.1%	110.8%	10.5%
食品	93.9%	9.4%	93.8%	9.2%
薬品・医療用品	109.9%	8.3%	85.7%	7.4%
情報・通信	84.5%	7.1%	92.7%	6.9%
家電・コンピュータ	96.9%	7.2%	90.0%	6.8%
金融	119.5%	5.4%	110.6%	6.2%
趣味(映画・ゲーム・音楽など)	85.3%	5.4%	102.4%	5.8%
化粧品・トイレットリー	75.7%	4.6%	100.9%	4.8%
自動車	82.7%	4.6%	83.8%	4.0%
住宅・不動産・建設	128.8%	3.6%	94.6%	3.5%
官公庁・政治団体	103.8%	3.7%	89.3%	3.4%
通信販売	130.9%	3.6%	82.6%	3.1%
ファッション(衣料・貴金属など)	91.7%	2.0%	125.2%	2.6%
出版	123.5%	4.2%	56.4%	2.5%
家庭用品	90.5%	2.0%	105.7%	2.2%
流通	98.8%	1.5%	125.1%	2.0%
エネルギー・機械・素材	148.6%	1.9%	72.9%	1.5%
各種団体(法律事務所など)	86.0%	1.0%	133.5%	1.3%
運輸・事業・イベント	103.7%	1.2%	55.4%	0.7%
その他	218.8%	0.3%	69.2%	0.2%
合計		100.0%		100.0%

※増減率は前年同期比



# 23年4月～9月\*関西地区【個人全体】視聴率

(\*2023年4月3日～2023年10月1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	<b>ABC</b> 3.4%	YTV 5.5%	<b>ABC</b> 5.3%	YTV 3.0%
2	YTV 3.3%	<b>ABC</b> 5.0%	YTV 5.2%	<b>ABC</b> 2.6%
3	KTV 3.0%	KTV 4.7%	KTV 4.7%	KTV 2.2%
4	MBS 2.8%	MBS 4.5%	MBS 4.4%	MBS 2.0%
5	NHK 2.5%	NHK 4.4%	NHK 3.9%	NHK 0.9%

■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

# 2023年度上期の成果

## 4月から28年ぶりにABC単独制作 全国ネット・連続ドラマ枠を新設



▶放送に加え、国内外の配信はじめ各種展開を視野に、有名脚本家による**オリジナル作品**にこだわり、質の高いドラマを創り、届ける。

**日曜よる10:00～10:54放送**  
4月クール「日曜の夜ぐらいは...」  
7月クール「何曜日に生まれたの」

## 放送&配信、全試合対応で 高校野球視聴層拡大に貢献

### バドチャル高校野球

▶高校野球をいつでもどこでも楽しめるインターネットサービス。（朝日新聞社と共同実施）

- ・今年、夏の選手権大会を  
ついに**全試合配信!**
- ・「スポーツブル」「スポーツナビ」に加え  
今年「ABEMA」でも配信。  
**3つのプラットフォームで熱戦**を届けた。

## 新型コロナ5類移行でイベント数増 地元エンタメの育成に貢献

### さくらサーカス～大阪城夏の陣～

▶7月1日（土）～9月3日（日）  
大阪城公園で、和歌山に本拠地を置く「さくらサーカス」の公演や体験型コンテンツを展開。7万7千人が来場。



## 「創る力」への評価 日本民間放送連盟賞

**準グランプリ** ※国内外で各種賞も受賞  
「こどもホスピス ～いのち輝く“第2のおうち”～」



重い病気と闘う子供たちと家族のための“第2の家”として国内で初めて開所した民間の小児ホスピスを長期間密着取材し、高い評価を得た。

- ・番組部門 **テレビ教養 優秀賞**  
「**Q-1** ～U18が未来を変える★研究発表SHOW～」
- ・番組部門 **テレビドラマ 優秀賞**  
「日曜の夜ぐらいは...」  
※ギャラクシー賞で、上半期「奨励賞」7月度「月間賞」も受賞

# 2023年度下期の取り組み

## 番組ファンとリアルな場でエンゲージメント推進



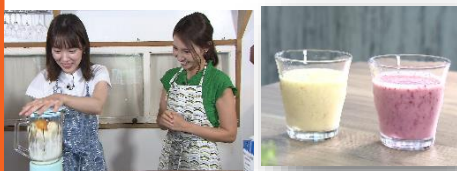
▶「朝だ！生です旅サラダ」イベントを開催  
11月3日（金・祝）～5日（日）の3日間  
国内33の自治体・海外政府観光局・企業/団体が  
それぞれの魅力をブース展示やステージパフォーマンス  
でアピール。のべ4万4,700人が来場。

▶人気の情報番組「おはよう朝日です」  
リアルイベント「おは朝パーク」を開催  
11月18日（土）・19日（日）2日間  
大阪・千里万博記念公園にて開催。



## おは朝×地域課題解決 究極のジュースプロジェクト

▶おは朝では、関西発祥のソウルドリンク・ミックスジュースで、フードロス、地域産品のブランディング、持続的な農業支援など地域の社会課題解決を目指して、地域創生に取り組む「ANAあきんど」と共にミックスジュースを開発。おは朝パークでも特別販売を実施。



## 「食」を通じて地域を盛り上げ

▶日本の豊かな食材 × シェフの創造力・発想力  
次世代のスター料理人を発掘する  
シェフNo.1決定戦「CHEF-1グランプリ」



3回目となる今回は、10月22日に放送。  
国民代表審査員にGACKTを迎え、  
3つ星レストランの根本郁弥シェフが優勝。  
個人全体東西ともに過去最高の視聴率を獲得。

## 年末12月24日、「M-1グランプリ2023」 年始1月1日、「芸能人格付けチェック！」

▶今冬も年末年始2大人気コンテンツで各種展開



M-1グランプリは、決勝戦ならびに  
敗者復活戦を12月24日に放送。  
今年は前日・23日に  
前夜祭イベントを新宿で開催予定。

# 成長投資・財務戦略について

朝日放送グループホールディングス(株)  
代表取締役社長  
沖中 進

## 1. 事業ポートフォリオの最適化

大きな成長に向け、**選択と集中**により、**経営資源・資本を戦略分野に移動**させ、事業ポートフォリオの最適化を進めていきます。

## 2. 投資分野

「**コンテンツ事業・ライフスタイル事業**それぞれの機能拡充スケールアップ」、  
「**DX領域の投資強化**」、「**人的資本投資**」などを中心に中長期的な成長を意識して投資していきます。

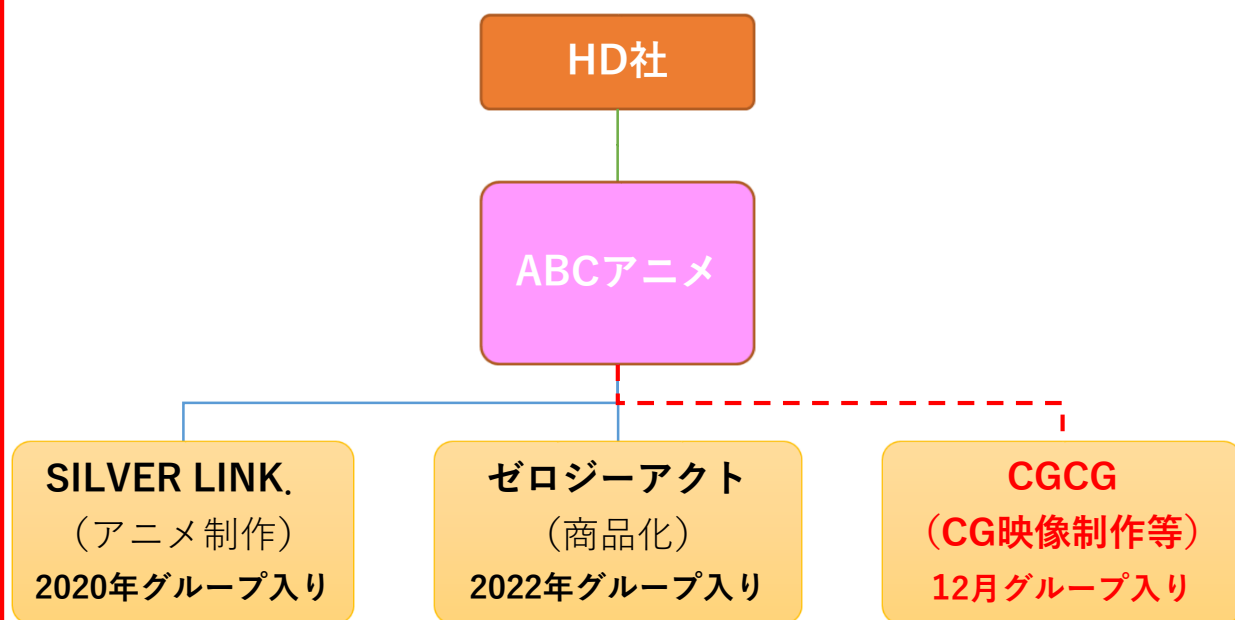
## 3. 資産の有効活用

成長戦略の活動原資については、資産の見直しを図ります。  
その施策の一つとして、**政策保有株式の売却等、資産の有効活用**に積極的に取り組みます。  
また、外部資金の調達も活用し、財務の健全性と財務レバレッジの適切なバランスを維持します。

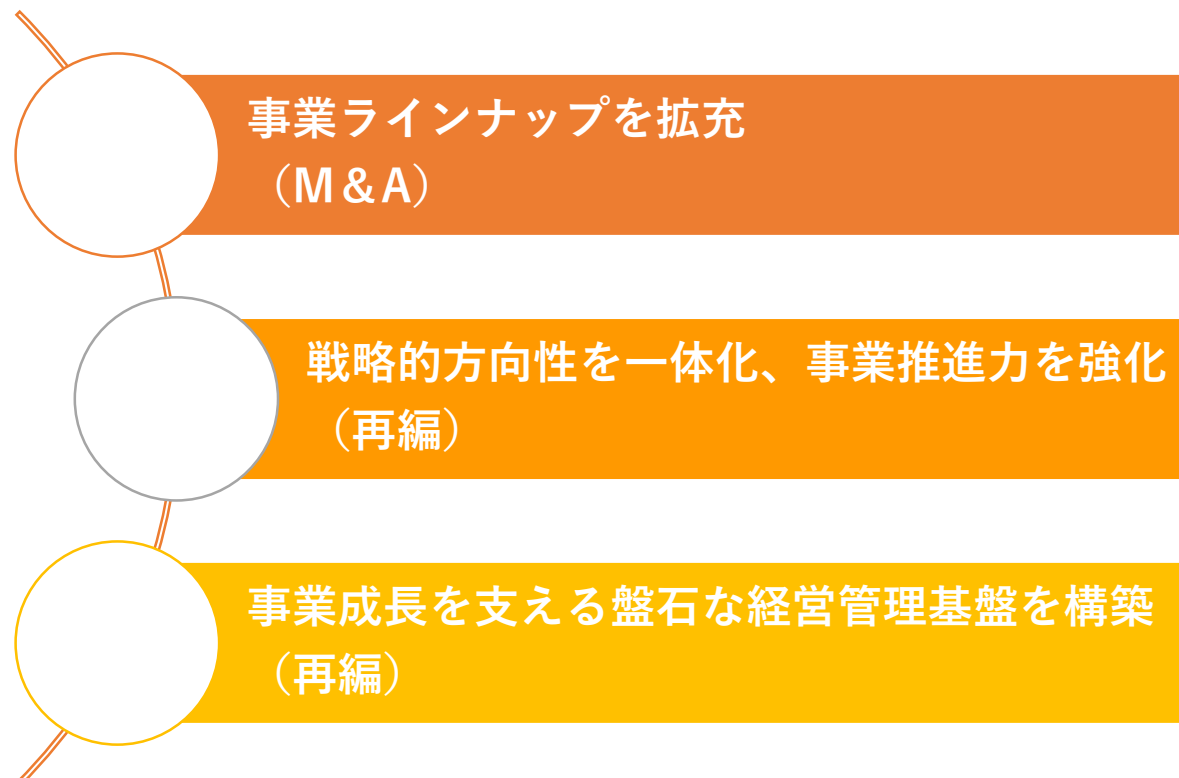
## 4. 目標

当面の中期目標として、2026年3月期末に向けて、  
中期経営戦略を達成することで、**ROE5%以上**を目指します。

## 中経目標\*達成に向け 成長を続けるアニメ事業を M&A・組織再編で、さらに強化



2023年10月1日付のアニメ事業再編で  
アニメ関連各社をABCアニメーションの子会社へ



**\*中期経営戦略 定量目標**  
2025年度までに売上高1,000億円、営業利益57億円

# 參考資料

## 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

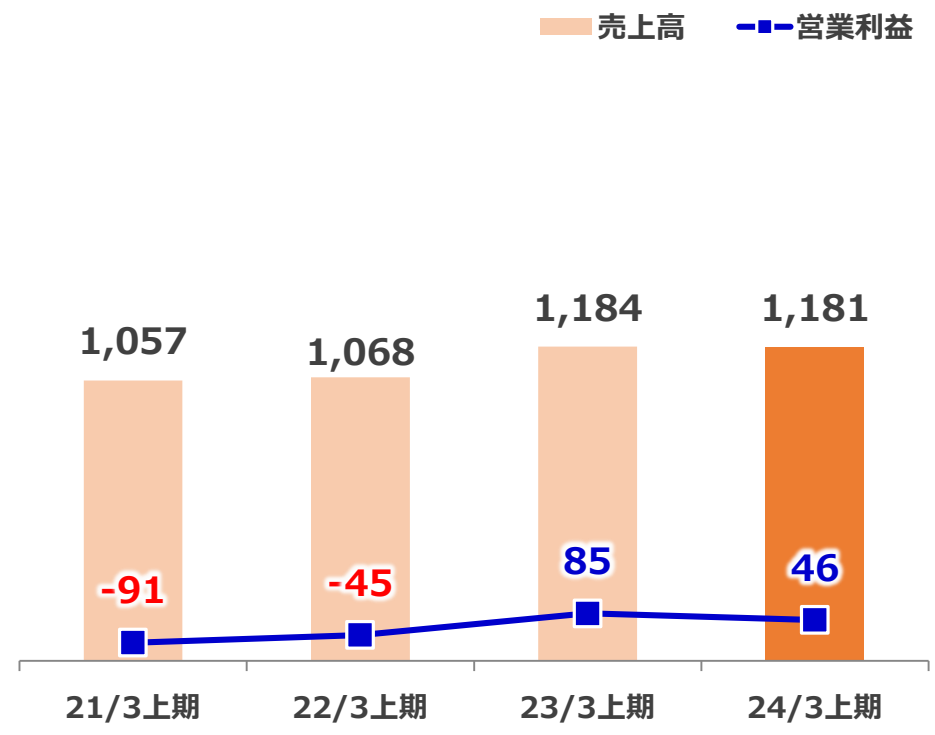
	23/3 上期		24/3 上期	
	連結	ABCテレビ	連結	ABCテレビ
設備投資額	25億円	2億円	<b>20億円</b>	<b>12億円</b>
減価償却費	19億円	9億円	<b>18億円</b>	<b>9億円</b>

(億円未満を四捨五入)

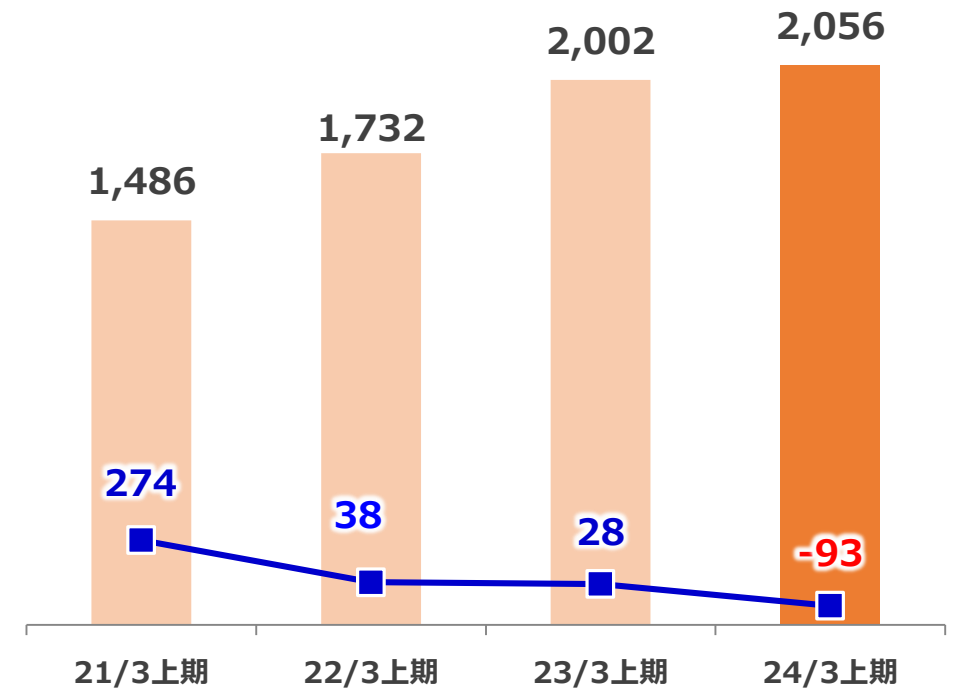
# 主なグループ会社① <放送事業>

(単位：百万円)

## 朝日放送ラジオ



## スカイA (CS放送)

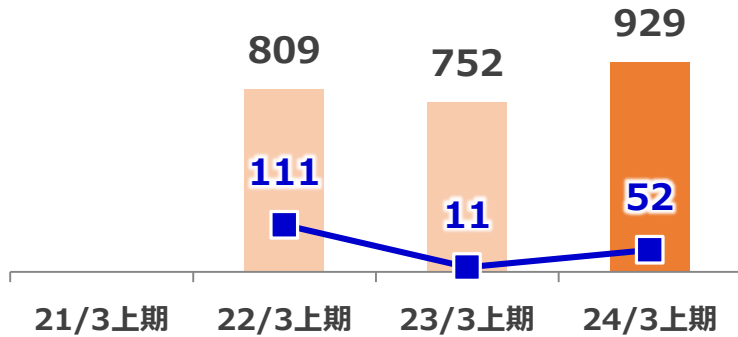


# 主なグループ会社② <コンテンツ事業>

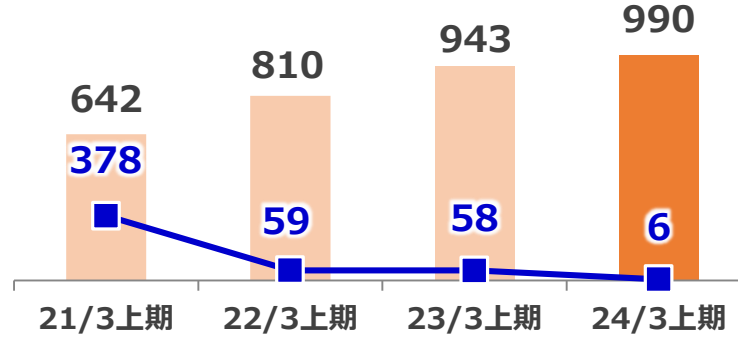
(単位：百万円)

## ABCフロンティア\*

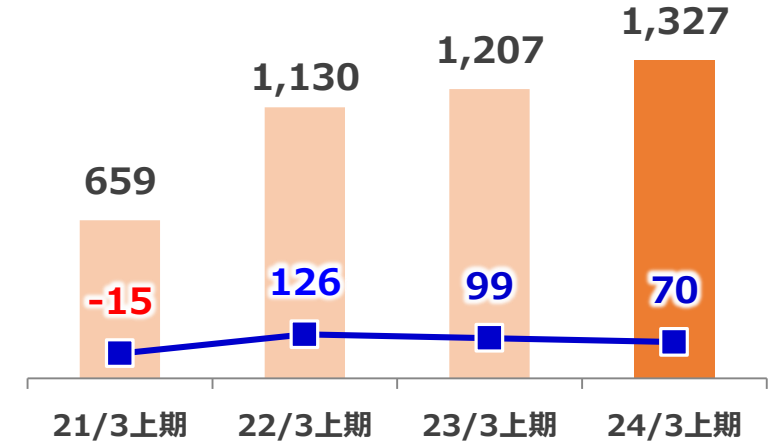
売上高 営業利益



## ABCアニメーション

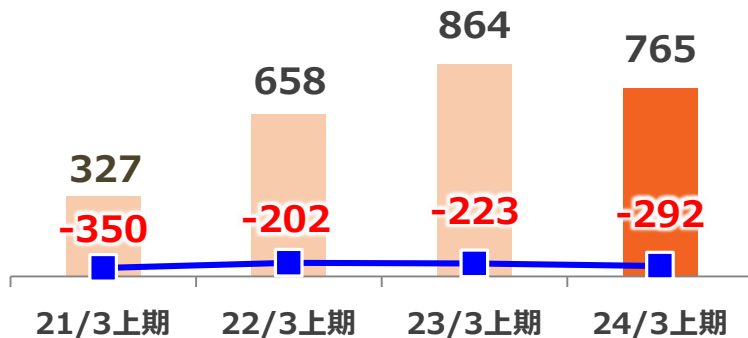


## マッシュ

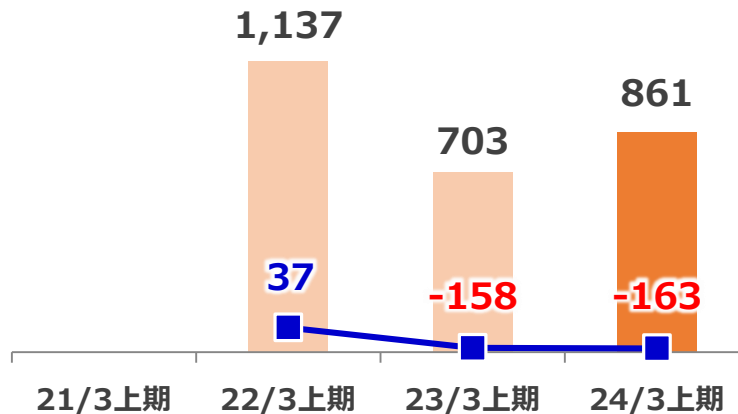


## DLEグループ° (DLE/ちゅらっぶす/AMIDUS.等連結)

注) (株)DLE決算資料から抜粋  
ABCグループ非連結子会社(AMIDUS.等)含むDLEの連結業績



## SILVER LINK. \*\*



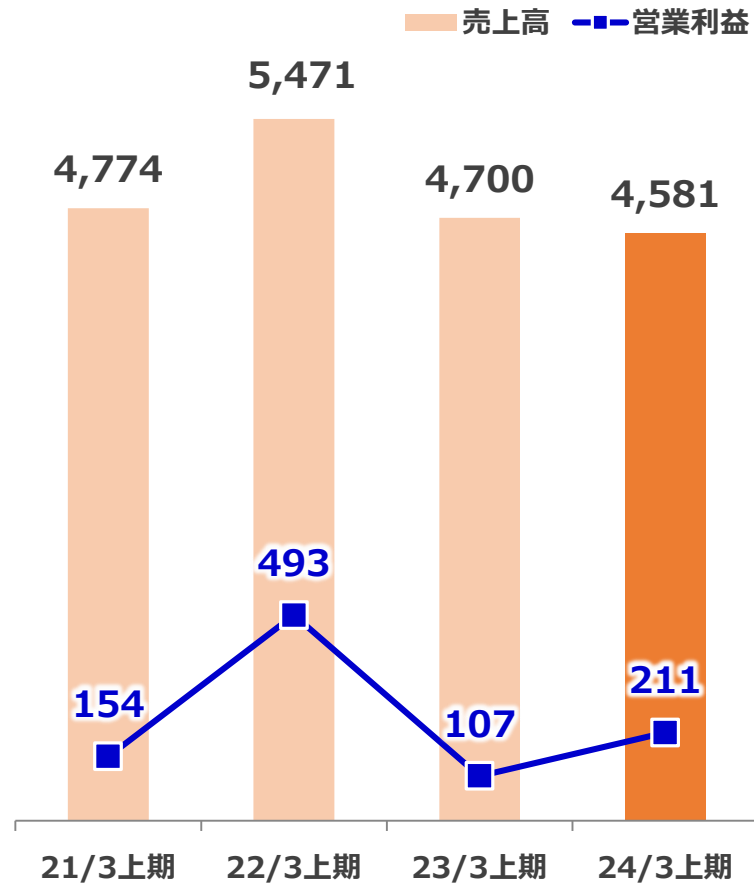
注)

- ・ABCフロンティア\*は、22年3月期から子会社のABCアニメーションを分割・再編しました。
- ・SILVER LINK. \*\*は、21年3月期下期から連結子会社化しました。

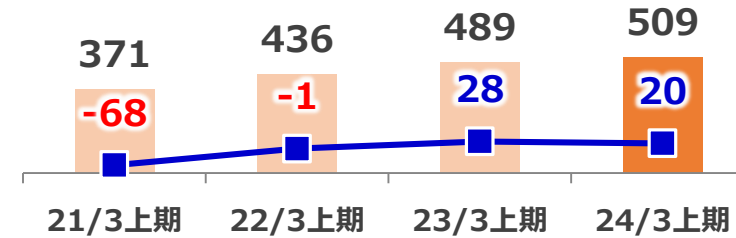
# 主なグループ会社③ <ライフスタイル事業>

(単位：百万円)

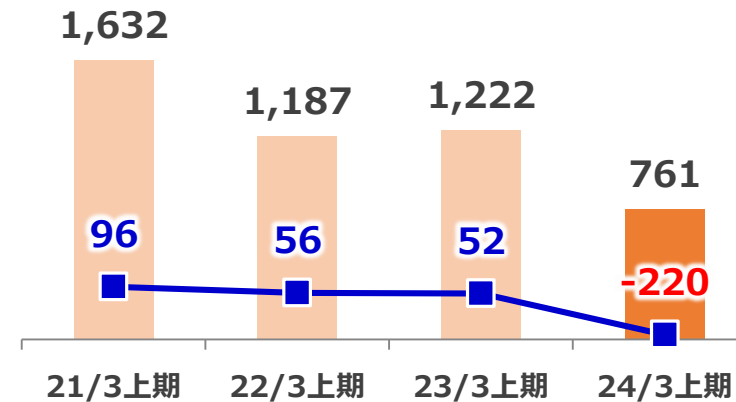
## ABC開発



## ABCゴルフ



## ABCファンライフ



# 23年4月～9月\*関西地区【世帯】視聴率

(\*2023年4月3日～2023年10月1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	<b>ABC</b> 6.1%	YTV 8.7%	<b>ABC</b> 9.1%	YTV 5.5%
2	YTV 5.9%	<b>ABC</b> 8.5%	YTV 8.4%	<b>ABC</b> 4.8%
3	KTV 5.4%	NHK 7.9%	KTV 7.4%	KTV 4.0%
4	MBS 5.0%	KTV 7.3%	MBS 7.1%	MBS 3.7%
5	NHK 4.7%	MBS 7.1%	NHK 7.0%	NHK 1.9%

■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

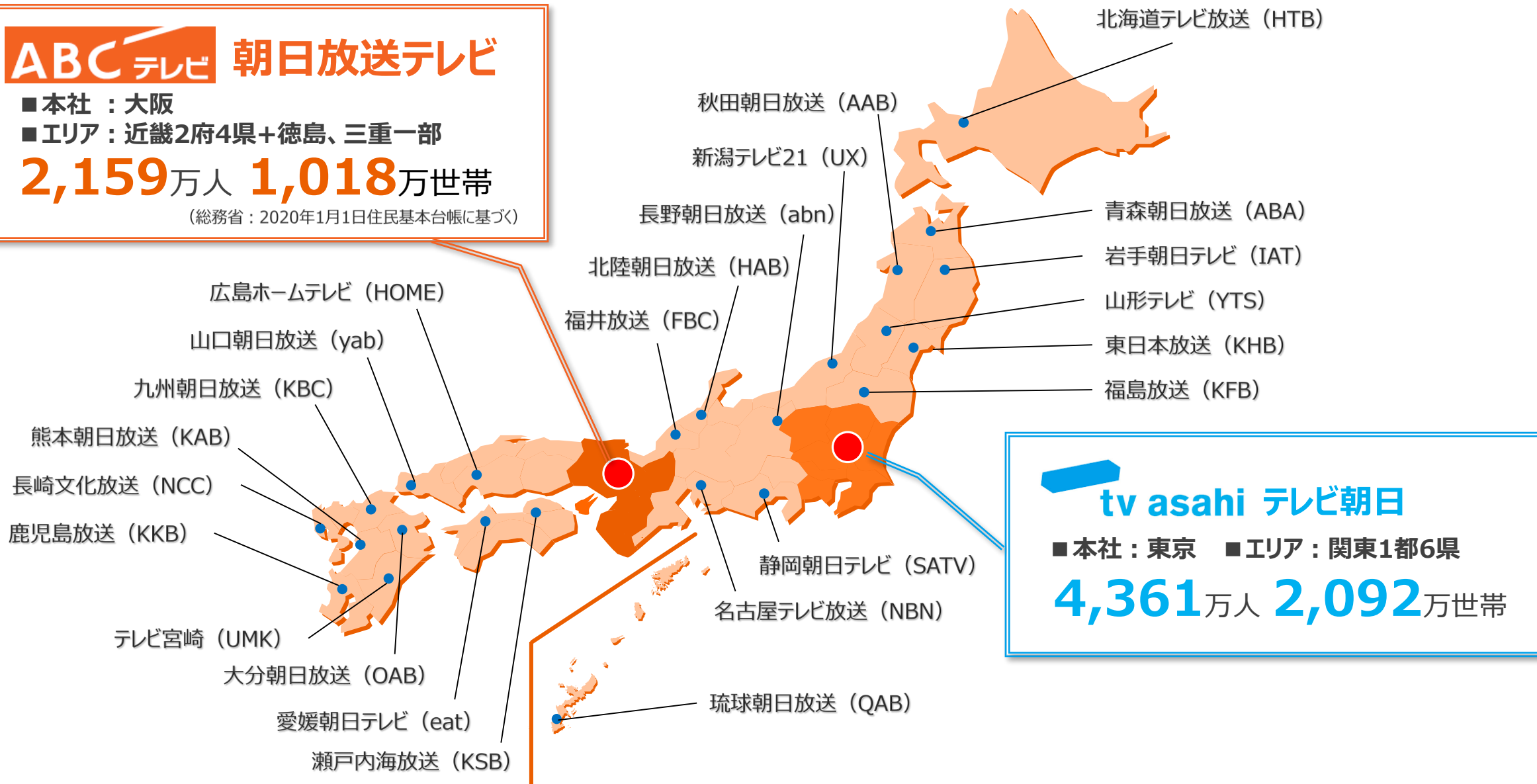
# ANNテレビネットワーク

## 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

**2,159**万人 **1,018**万世帯

(総務省：2020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

**4,361**万人 **2,092**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。