



2025年3月期

決算説明会資料

2025年5月19日

証券コード：9405

朝日放送グループホールディングス株式会社

報告内容

2025年3月期 決算説明会

- | | |
|----------------|------|
| • 決算のポイント | P4 |
| • 連結業績とセグメント情報 | P5～ |
| • 朝日放送テレビの業績 | P12～ |
| • 重点施策について | P24～ |

ご挨拶

朝日放送グループホールディングス(株)

社長執行役員

西出 将之

決算のポイント

2025年3月期決算

連結全体

- ・ 増収増益
- ・ 4年連続の増収
- ・ 放送事業を中心に増益
- ・ 政策保有株式売却による特別利益を計上し、最終利益は大幅な増益に

放送・コンテンツ

- ・ 増収増益
- ・ 広告市場の回復でスポット収入好調
- ・ ドラマ・バラエティのIP展開も健闘
- ・ (株)ディー・エル・イー他1社が持分法適用関連会社に移行した減収影響はあったが、放送事業の好調がカバー

ライフスタイル

- ・ 減収減益
- ・ 通販事業は回復したもののハウジング事業で不動産販売の規模が前年比で縮小し、トータル減収減益

2026年3月期の業績予想について

- ・ 増収増益
- ・ 放送・コンテンツ事業は、若干の減収減益を見込む
- ・ ライフスタイル事業は、ハウジング事業でM&Aによる新規連結効果と通販グループの収支改善が進むことで増収増益を見込む
- ・ 有形固定資産売却益を特別利益として計上

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)

執行役員（経理担当）

熊田 容子

連結業績

放送広告市場の回復や高視聴率を背景にテレビ放送事業が好調。通販事業の改善もあり、**増収増益**。
政策保有株式売却も進み、親会社株主に帰属する**当期純利益は、大きくプラスに**。

(百万円)	2024／3	2025／3	前年比	増減率
売上高	90,452	91,923	1,470	1.6% 
営業費用	89,620	89,332	△288	△0.3% 
売上原価	62,906	61,759	△1,146	△1.8% 
販売費及び一般管理費	26,714	27,572	858	3.2% 
営業利益	832	2,591	1,759	211.3% 
経常利益	723	2,506	1,783	246.6% 
親会社株主に帰属する 当期純利益	△884	2,502	3,387	—

連結セグメント別 業績

放送・コンテンツ事業は**増収増益**。放送事業が大きく前年を上回り、コンテンツ事業のマイナスをカバー。
ライフスタイル事業は**減収減益**。通販事業は改善したものの、ハウジング事業のマイナスが影響。

放送・コンテンツ

(百万円)	2024／3	2025／3	前年比	増減率
売上高	76,701	78,529	1,828	2.4%
放送	55,974	58,765	2,791	5.0%
コンテンツ	20,655	19,707	△947	△4.6%
その他	71	56	△15	△21.5%
営業利益	917	2,824	1,906	207.8%

ライフスタイル

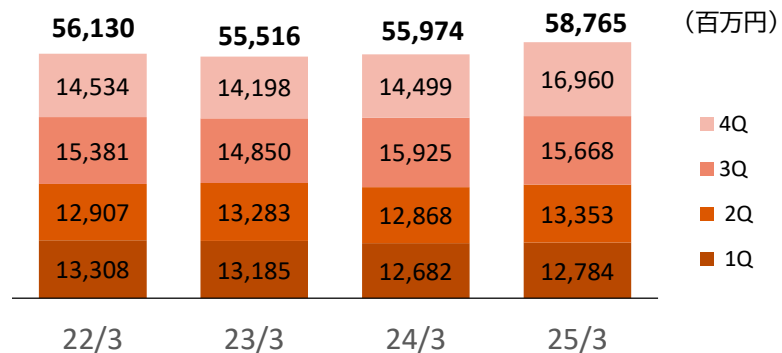
(百万円)	2024／3	2025／3	前年比	増減率
売上高	13,751	13,394	△357	△2.6%
ハウジング	9,516	8,804	△712	△7.5%
通販	2,930	3,277	347	11.9%
ゴルフ	975	1,017	41	4.2%
その他	328	295	△33	△10.2%
営業利益	373	238	△135	△36.2%

※セグメント外の営業利益に「その他調整額」があります（24年3月期△458百万円、25年3月期△471百万円）

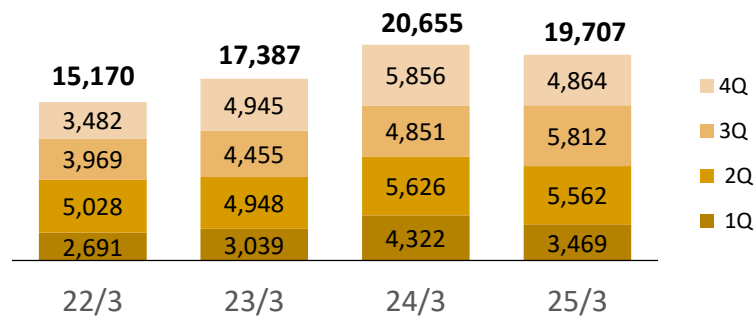
連結セグメント別 経年推移

放送

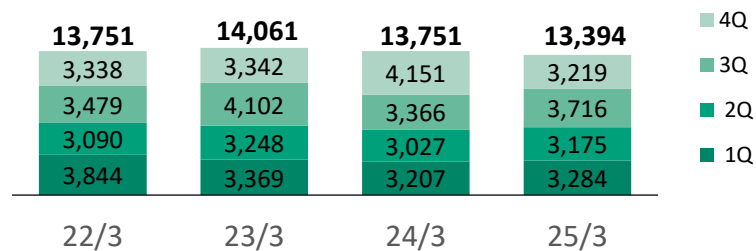
売上高



コンテンツ

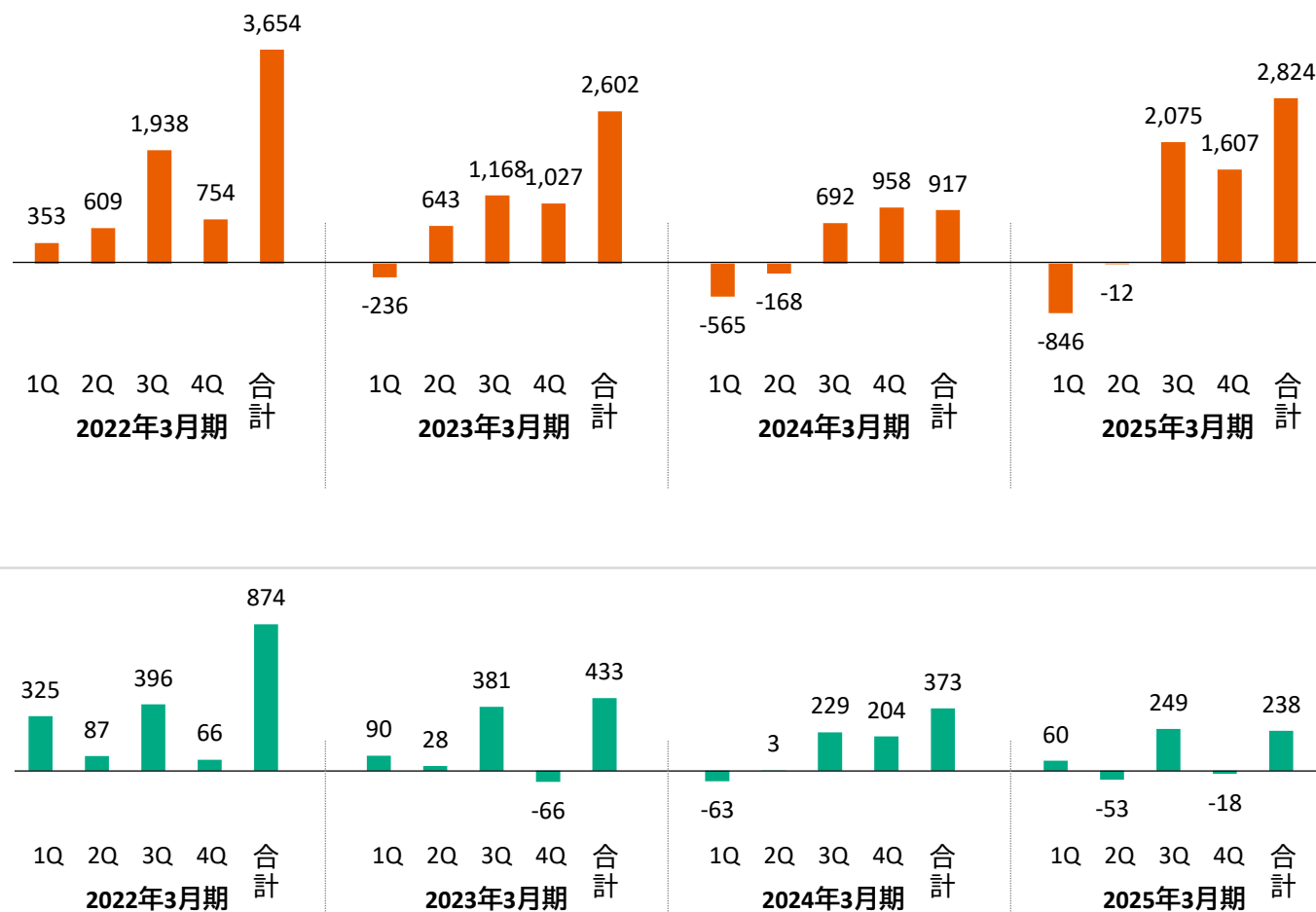


ライフスタイル



営業利益

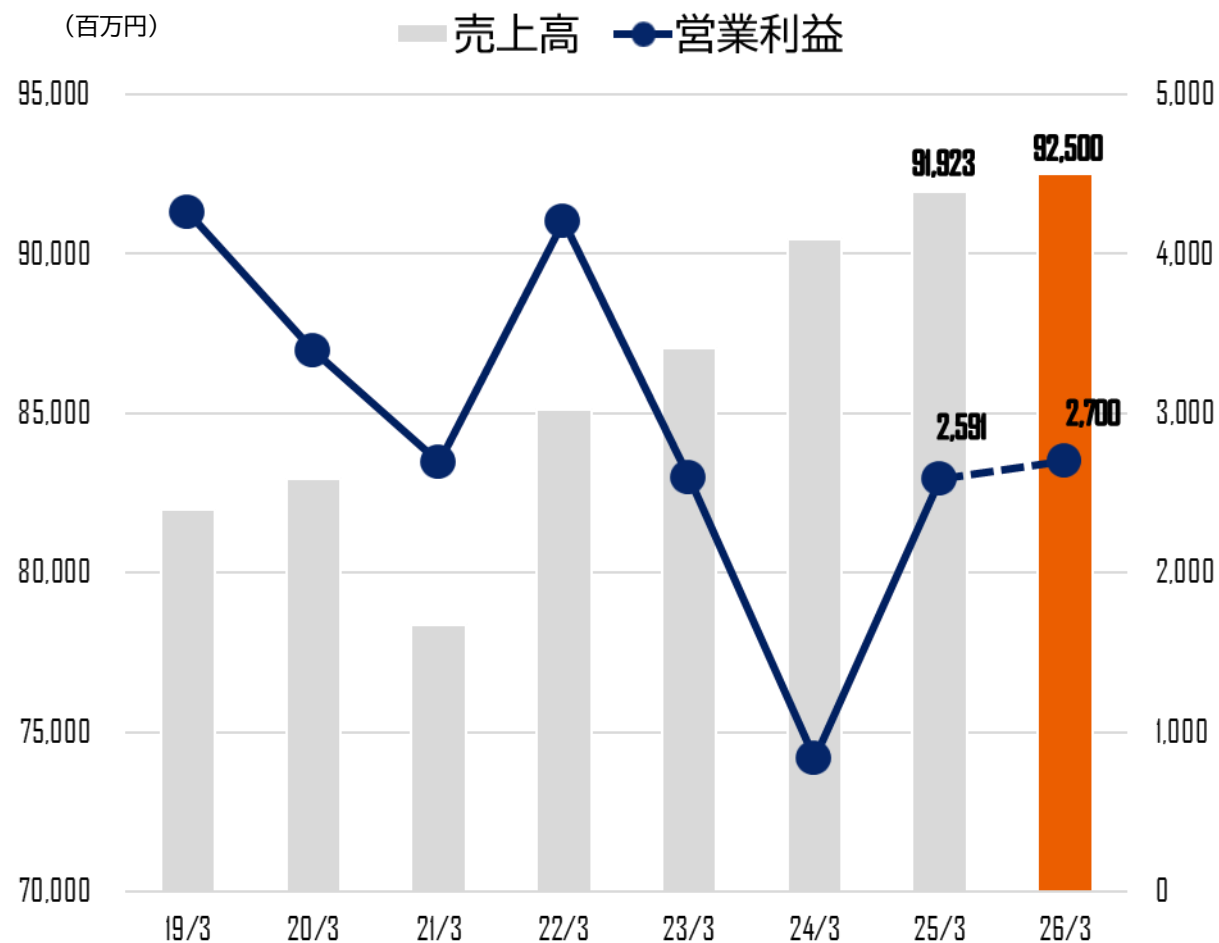
(百万円)



2026年3月期 連結業績予想

放送・コンテンツ事業は横這いからやや減収減益も、ライフスタイル事業が改善し、**増収増益**を見込む。
有形固定資産売却益を計上し、親会社株主に帰属する**当期純利益も増益**の見込み

(百万円)	2025／3 (実績)	2026／3	前年比	増減率
売上高	91,923	92,500	576	0.6%
営業利益	2,591	2,700	108	4.2%
経常利益	2,506	2,700	193	7.7%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	2,502	3,100	597	23.9%



2026年3月期 セグメント別業績予想

		(百万円)	2025/3（実績）	2026/3	前年比	増減率
売上高	放送・コンテンツ合計		78,529	78,100	△429	△0.5%
	内訳	放送*	58,765	53,900	△4,865	△8.3%
		コンテンツ*	19,707	24,100	4,392	22.3%
		その他	56	100	43	77.8%
		ライフスタイル合計		13,394	14,400	1,005
	内訳	ハウジング	8,804	9,400	595	6.8%
		通販	3,277	3,600	322	9.8%
		ゴルフ	1,017	1,000	△17	△1.7%
		その他	295	400	104	35.4%

		(百万円)	2025/3（実績）	2026/3	前年比	増減率
営業利益	放送・コンテンツ合計		2,824	2,700	△124	△4.4%
	ライフスタイル合計		238	400	161	67.7%
	その他調整額		△471	△400	71	—

*26年3月期から、朝日放送テレビのテレビ動画配信等を、放送事業収入からコンテンツ事業収入に移行しました。

同様の方法で集計した25年3月期の放送事業収入は57,009百万円、コンテンツ事業収入は21,463百万円です（影響額：1,756百万円）

配当について（配当方針）

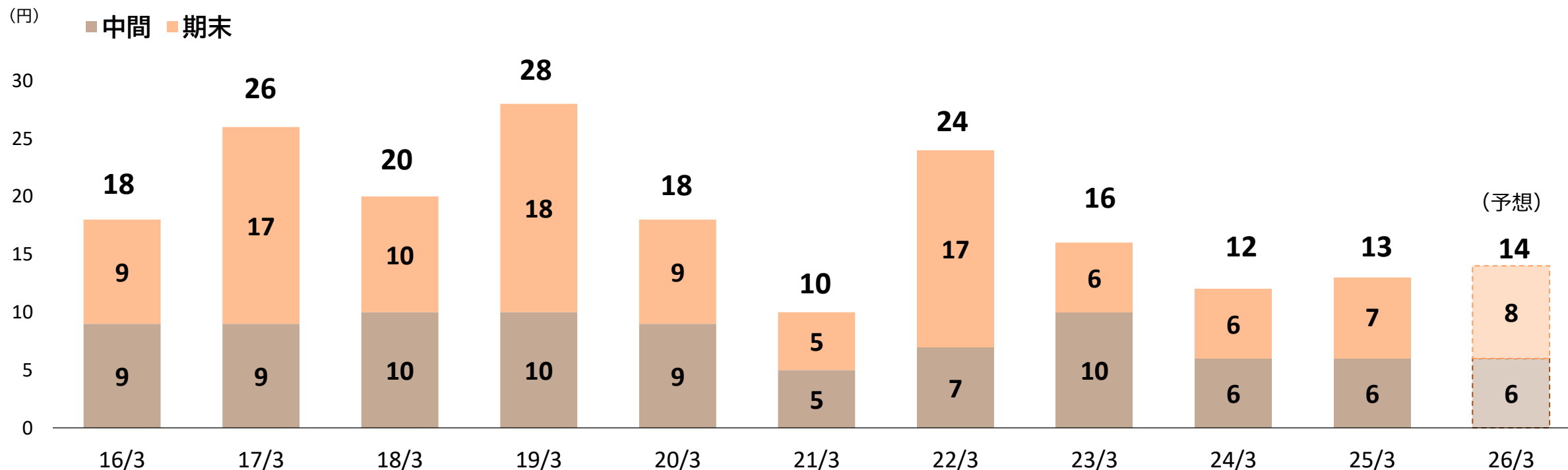
当社は、株主の皆様への適切な利益還元を経営上の最重要課題のひとつと位置づけております。利益の配分につきましては、認定放送持株会社という責任ある立場を踏まえ、財務体質の強化・維持と、企業価値の向上および成長戦略のための投資とのバランスを常に考え、業績、配当性向、適切な内部留保等を総合的に勘案して対応いたします。

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。

配当方針

配当性向 **30%**
※みなし当期利益を基準とする

1株あたり
年間配当の下限 **12円**
※経営状況による



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) 取締役常務執行役員

朝日放送テレビ(株) 代表取締役社長

今村 俊昭

朝日放送テレビ 業績

放送広告収入が好調で増収増益。特に、下期に入ってスポット収入が大きく伸び、大幅な増益に。

(百万円)	2024／3	2025／3	前年比	増減率
売上高	58,638	61,163	2,525	4.3%
営業費用	57,204	57,900	696	1.2%
売上原価	37,150	36,937	△213	△0.6%
販管費	20,053	20,963	909	4.5%
営業利益	1,434	3,263	1,828	127.5%
経常利益	1,522	3,292	1,769	116.3%
当期純利益	279	2,323	2,043	732.0%
番組費	17,200	16,768	△431	△2.5%

朝日放送テレビ 収入内訳

(百万円)	2022／3	2023／3	2024／3	2025／3	前年比	増減要因
放送事業収入	50,502	49,534	50,122	52,731	2,609	- 放送広告市場が回復 - 視聴率好調で スポット広告収入がシェアアップ 「ACN EXPO EKIDEN」も貢献
コンテンツ事業収入	4,980	6,694	8,234	8,164	△69	- 前年あった大型イベントや ドラマの劇場版などがなかった 「バーチャル高校野球」 配信プラットフォーム減 「M-1グランプリ」配信、深夜ドラマ・バラエティのコンテンツ展開は健闘
その他	329	297	281	267	△14	

- 放送事業収入 : 放送を通じて得られる広告収入が中心（「広告付き無料配信のTVer収入を含む」）※連結業績の放送事業に計上
- コンテンツ事業収入 : 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）※連結業績のコンテンツ事業に計上

朝日放送テレビ 主な「放送事業収入」の推移

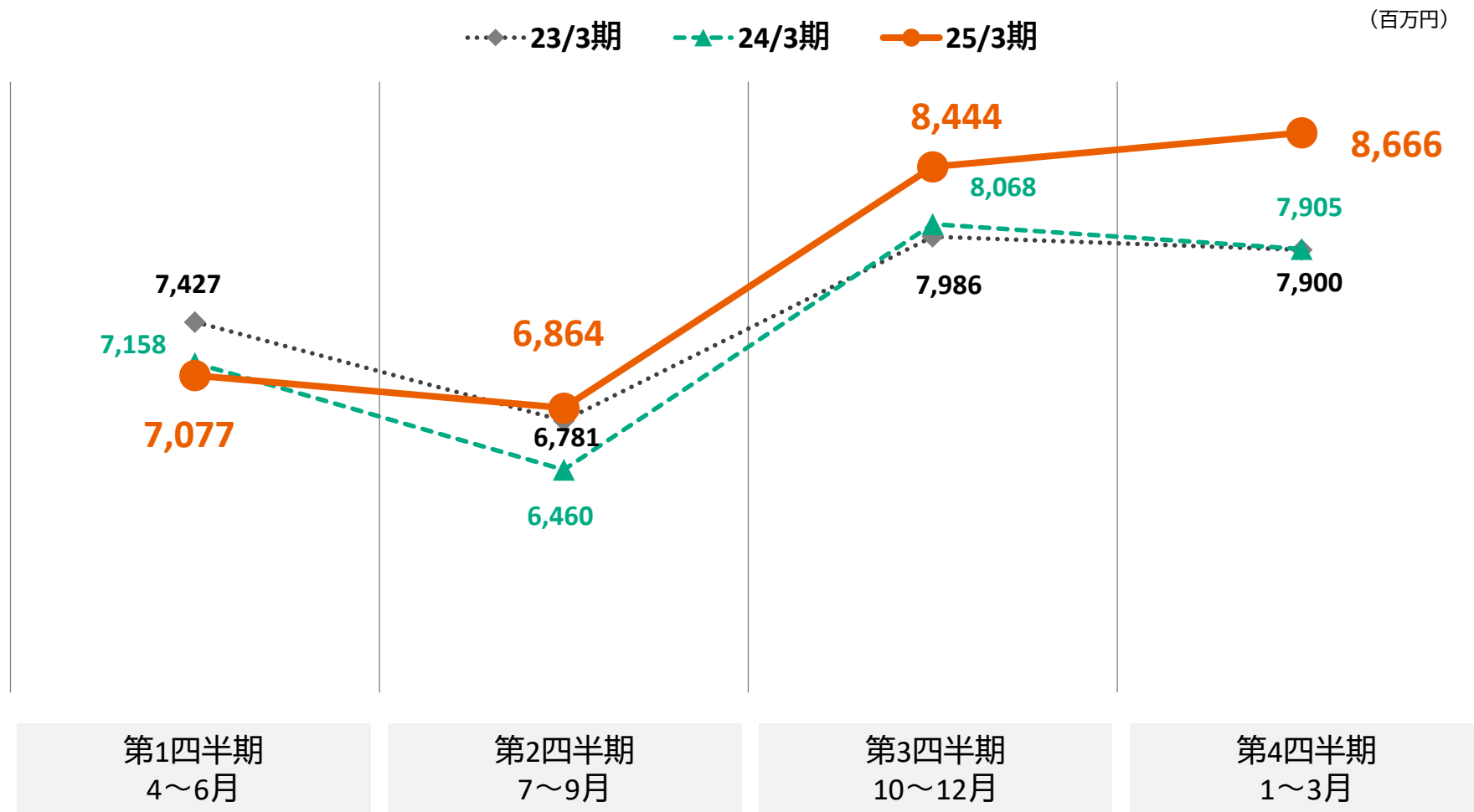
放送広告市場の回復と高い視聴率を背景に、全項目で増収。

特に利益率の高いスポット収入が下期に入って大きく伸びたことが利益の大幅アップに貢献。

(百万円)	2022／3	2023／3	2024／3	2025／3	前年比	増減要因
スポット	30,817	30,094	29,592	31,052	4.9%	- 放送広告市場の回復と高い視聴率を背景に好調 - 特に下期は、前年を大きく上回った ※詳細は次ページ以降に記載
ネットワーク (タイム)	13,018	12,294	13,184	13,784	4.5%	「ACN EXPO EKIDEN」全国ネット生中継 「M-1グランプリ」20回記念大会好調 「格付けチェック」は、昨年10月と今年3月のスペシャル番組も含め好調
ローカル (タイム)	5,527	5,805	5,491	5,608	2.1%	朝のワイド番組（おはよう朝日です）の番組連動イベント等が好調
テレビ動画配信 (主にTVer配信)	502	618	897	1,133	26.3%	「M-1グランプリ2024 決勝戦」は、TVer史上、最も多くのユーザーにリアルタイムで視聴された番組に - 全国ネット連続ドラマ配信が好調

朝日放送テレビ スポット収入（四半期毎の推移）

テレビ広告市場が回復し、関西地区投下は通期102.7%（上期102.1%、下期103.7%）と好調。
加えて、当社は高い視聴率を背景に、第2四半期以降、地区投下を上回って推移



前年同期比

通期

104.9%

上期

102.4%

下期

107.1%

朝日放送テレビ スポット収入（業種別20位まで）

※増減率は前年同期比

順位	業種	2023年4月～2024年3月		2024年4月～2025年3月	
		増減率	構成率	増減率	構成率
1	交通・レジャー・外食・サービス	108.6%	14.7%	99.3%	13.9%
2	食品	106.0%	9.8%	105.4%	9.8%
3	飲料・アルコール飲料	126.8%	9.3%	93.2%	8.2%
4	情報・通信	93.8%	7.2%	110.1%	7.6%
5	薬品・医療用品	94.2%	7.2%	108.2%	7.5%
6	金融	105.2%	6.5%	104.9%	6.5%
7	家電・コンピュータ	89.0%	6.2%	108.0%	6.3%
8	自動車	83.9%	4.4%	122.2%	5.1%
9	化粧品・トイレタリー	95.1%	4.2%	118.3%	4.8%
10	趣味(映画・ゲーム・音楽など)	94.6%	5.4%	88.8%	4.6%
11	住宅・不動産・建設	93.4%	4.0%	111.5%	4.2%
12	官公庁・政治団体	86.5%	3.9%	94.8%	3.5%
13	ファッション(衣料・貴金属など)	124.0%	2.9%	104.8%	2.9%
14	エネルギー・機械・素材	80.5%	2.1%	143.4%	2.8%
15	流通	110.4%	2.0%	136.8%	2.6%
16	出版	57.8%	2.3%	112.4%	2.4%
17	家庭用品	112.7%	2.6%	94.0%	2.3%
18	通信販売	84.0%	2.5%	89.5%	2.2%
19	各種団体(法律事務所など)	101.8%	1.6%	84.4%	1.3%
20	運輸・事業・イベント	91.4%	1.1%	122.4%	1.2%
21	その他	72.8%	0.2%	94.2%	0.2%
合計			100.0%		100.0%

24年4月～25年3月* 関西地区【個人全体】視聴率

全日、プライムは2年連続の首位。

ゴールデンは11年ぶり、プライム2は7年ぶりの首位奪還。

	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 3.4%	ABC 5.2%	ABC 5.3%	ABC・YTV 2.5%
2	YTV 3.0%	YTV 5.0%	YTV 4.7%	*** ***
3	KTV 2.9%	KTV 4.5%	KTV 4.4%	MBS・KTV 2.0%
4	MBS 2.8%	NHK 4.4%	MBS 4.2%	*** ***
5	NHK 2.5%	MBS 4.3%	NHK 3.9%	NHK 1.1%

ABC
(テレビ朝日系列)

MBS
(TBS系列)

KTV
(フジテレビ系列)

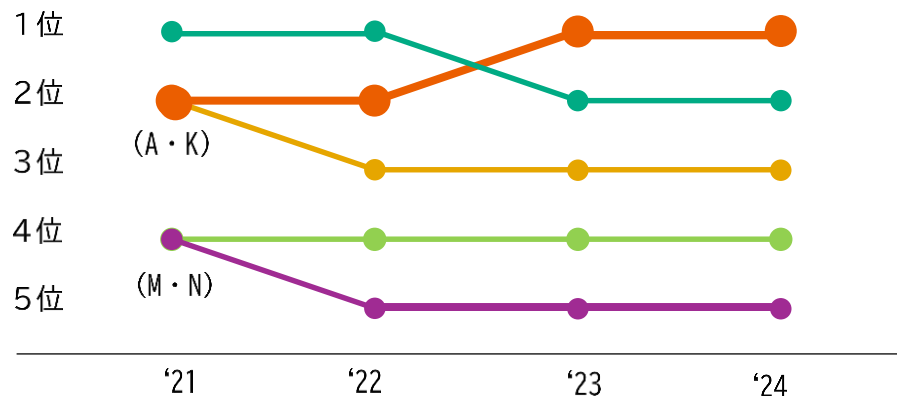
YTV
(日本テレビ系列)

NHK

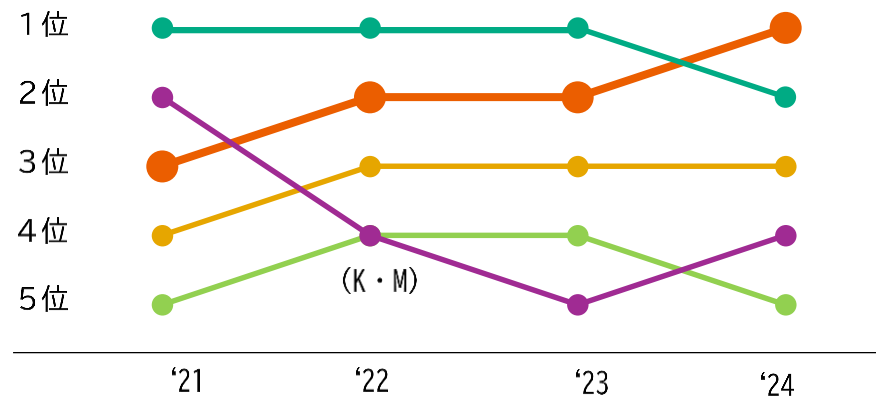
(*2024年4月1日～2025年3月30日 出典：ビデオリサーチ)

関西地区（個人全体）視聴率順位 4年間推移（2021年度～2024年度）

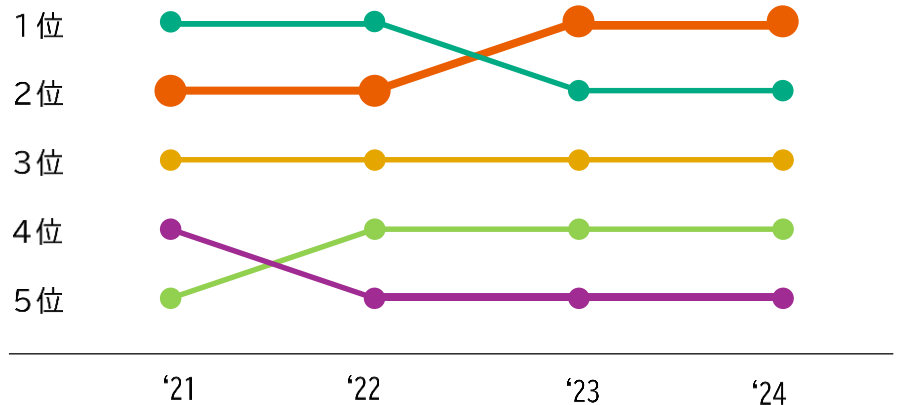
全日（6時～24時）



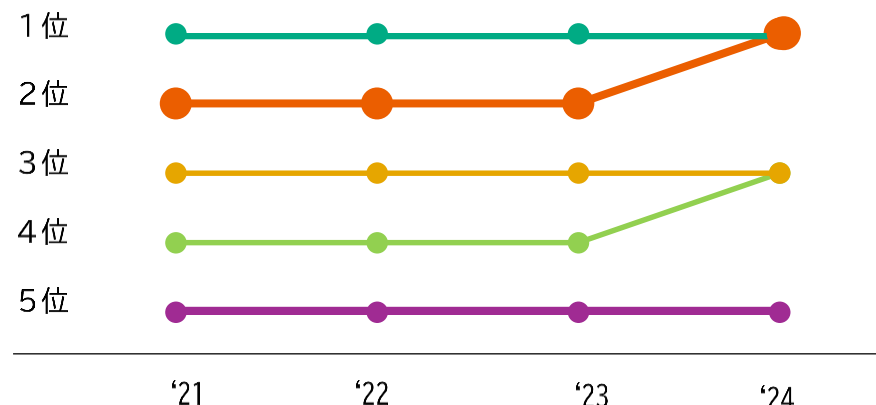
ゴールデン（19時～22時）



プライム（19時～23時）



プライム2（23時～翌日1時）



ABC
(テレビ朝日系列)

MBS
(TBS系列)

KTV
(フジテレビ系列)

YTV
(日本テレビ系列)

NHK

(出典：ビデオリサーチ)

2026年3月期 朝日放送テレビ 業績予想

(百万円)	2025／3（実績）	2026／3	前年比	増減率
売上高	61,163	58,800	△2,363	△3.9%
営業費用	57,900	56,100	△1,800	△3.1%
営業利益	3,263	2,700	△563	△17.3%
経常利益	3,292	2,700	△592	△18.0%
コンテンツ制作費*	19,761*	19,000	△761	△3.9%
番組費**	16,768	15,700**		

*26年3月期から、番組費（テレビ番組制作費）にコンテンツ関連費用等を加えたものを「コンテンツ制作費」としてまとめました。

なお、25年3月期のコンテンツ制作費は、同様の方法で集計した参考値です。

**26年3月期の番組費は、25年3月期以前の方法で集計した参考値です。

2026年3月期 朝日放送テレビ 収入見通し

(百万円)	2025／3（実績）	2026／3	前年比	増減率
放送事業収入*	50,963	47,900	△3,063	△6.0%
スポット	31,052	30,500	△552	△1.8%
ネットワーク （タイム）	13,784	11,400	△2,384	△17.3%
ローカル （タイム）	5,608	5,600	△8	△0.2%
コンテンツ事業収入*	9,933*	10,500	566	5.7%
テレビ動画配信*	1,133*	1,100	△33	△2.9%

*26年3月期から、テレビ動画配信等を、放送事業収入からコンテンツ事業収入に移行しました。
25年3月期のコンテンツ事業収入は、同様の方法で集計した参考値です。

テレビ事業トピックス1

1日約10万人が来場！
大阪・関西万博を通じて
地域共創＋ブランド向上へ



3月16日「ACN EXPO 駅伝2025」を開催
全国ネットで生中継

期間を通じて、様々な取り組みを実施

- 7月21日
「Q-1～U-18が未来を変える☆研究発表SHOW～」
を開催（EXPOホール）
- 9月1～4日
「世界に発信する『防災』の未来設計図」
を開催（ギャラリーWEST）
- 「アスミライ ABC EXPO プロジェクト」として来場者
への脱炭素の呼びかけ、脱炭素技術をもつ協賛企業と
協力して最新技術の活用と実証実験を実施

コンテンツ事業の取り組み
エンゲージメントの高いIPとの共創

×STARTO ENTERTAINMENT



- 深夜ドラマ枠を起点にした
配信セールス、Blu-ray & DVD、
舞台化とマルチ展開好調



- 所属アーティストと
様々な関西ローカル深夜番組を開発
- TVer、TELASA等で配信

×LDH所属アーティスト

Rising Sun
後戻りはしない One Way Road



- 密着番組やバラエティで新たな魅力を発信
- 番組を起点にしたイベントや
配信、グッズも好調
- 番組ファン経済圏の創出

×ASOBISYSTEM



バラエティ10分、ドラマ10分
短尺動画に慣れたZ世代の視聴スタイルに対応した
次世代エンターテインメント
バラエティ番組を4月スタート
（関西ローカル土曜深夜0時放送中）

テレビ事業トピックス2

コンテンツ事業の取り組み
番組のマルチユース展開を拡張

年末年始の特別番組 配信・商品化等



共創パートナーとともにー
20回目を迎えた「M-1グランプリ」
Youtube、Lemino、TVerでの配信や
イベント・グッズ・書籍化等、幅広く展開

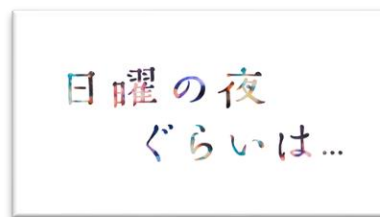


放送で大きな話題となった
司会・浜田さんの中華料理を再現。
セブンイレブンで発売
好評につき発売販売期間延長
(現在は販売終了しております)

全国ネットドラマ 配信・音楽等



「フォレスト」 2025年1～3月放送
TVerで初回再生回数が200万回超、
累計1,497万回に。
U-NEXT、ABCオンデマンド
(Amazon Prime Videoチャンネル) で配信中



「日曜の夜ぐらいいは...」の主題歌
Mrs. GREEN APPLE「ケセラセラ」は
NexTone Award2025 Bronze Medalを受賞

配信を通じ全国区の人気番組に



「相席食堂」
(関西ローカル：火曜夜11時16分)
TVerアワード2024特別賞
5年連続受賞の快挙達成
各種プラットフォームでも配信中

人気番組を通じたBtoC展開



番組内で紹介した
全国の逸品をEC販売
年末の“極みグルメ”は
視聴者からも好評



番組こだわりの
オリジナルキッチングッズ
販売好調
(フライパン・包丁)

今後の重点施策

朝日放送グループホールディングス(株)

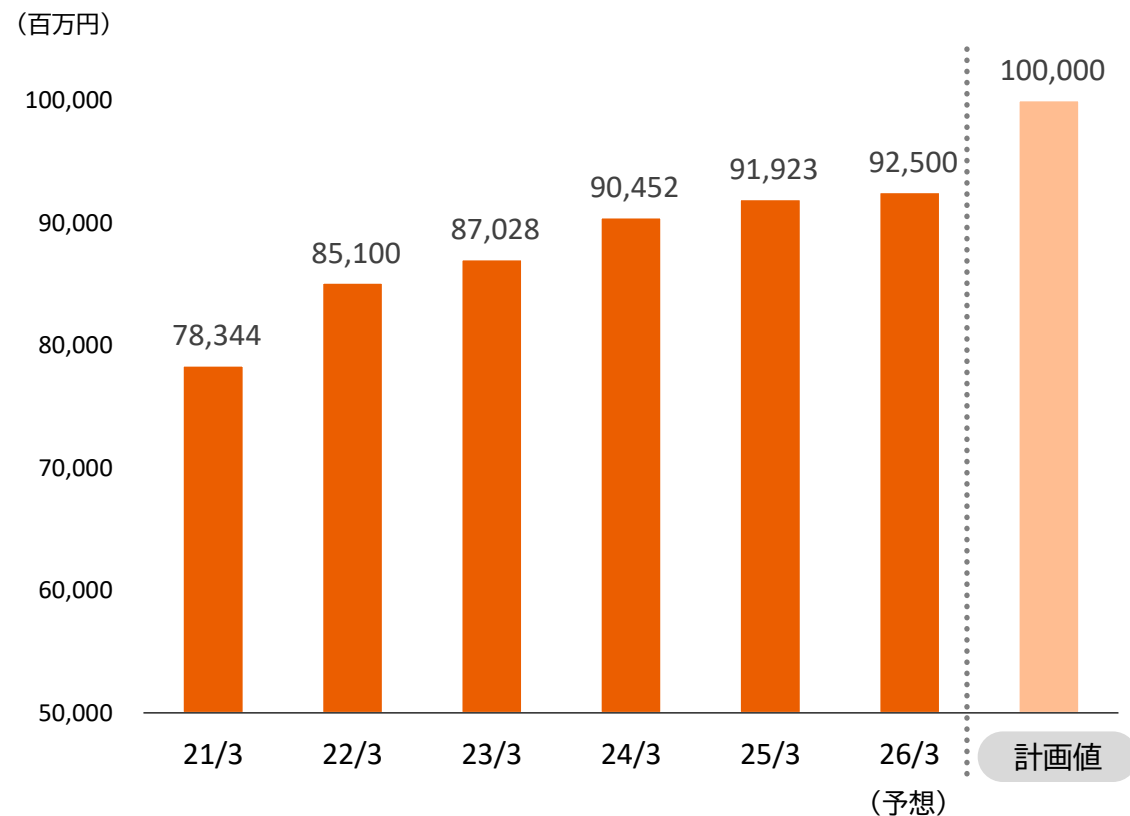
社長執行役員

西出 将之

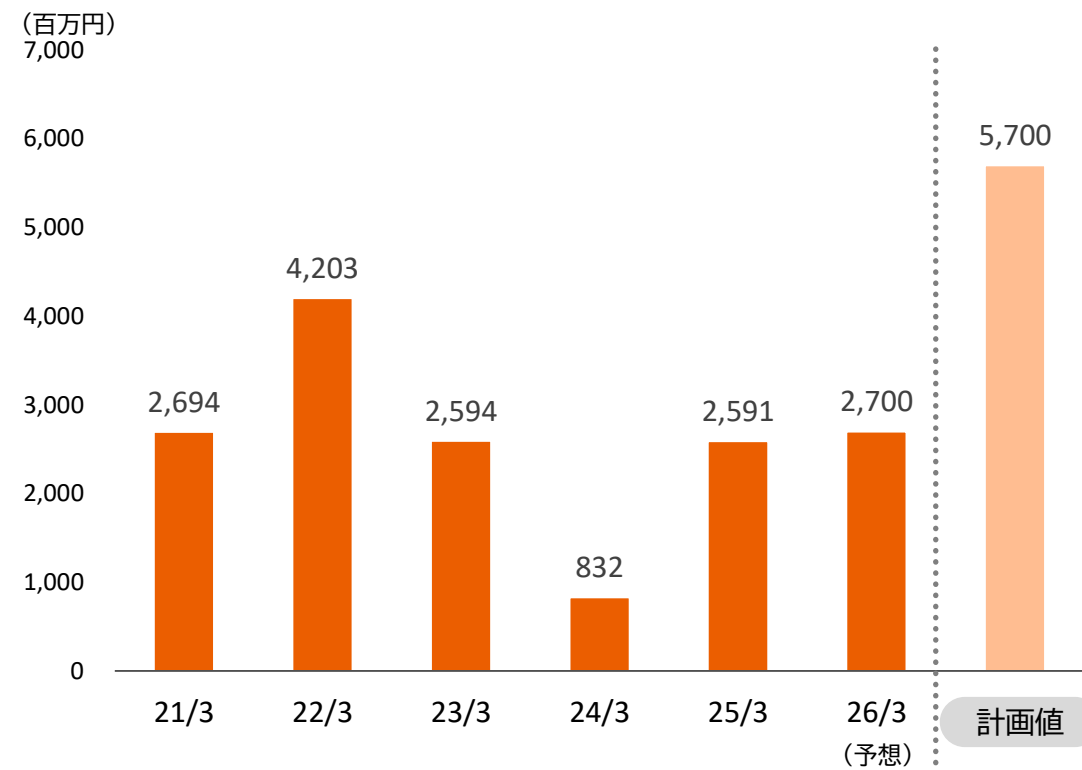
中期経営戦略2021 - 2025 業績の推移

M&Aや新規事業などの事業拡張の結果、売上高は着実に増加したが、先行投資と収支改善の遅れの影響で営業利益率の変動幅が大きくなった。

売上高



営業利益



2024年度の取組み

収支改善・事業改革を実行するため、4つのプロジェクトを始動。

次世代グループ改革プロジェクト

収支改善PJ

利益率に重点を置き、
グループ連携によって
合理化・効率化を図る

事業改革PJ

各事業戦略グループの
戦略実行、課題解決を
「事業戦略会議」を通
じて推進させる

新投資ガイドラインPJ

過去投資案件の総括を
行い、新投資ガイドラ
インの策定により新規
投資の規律を高めた

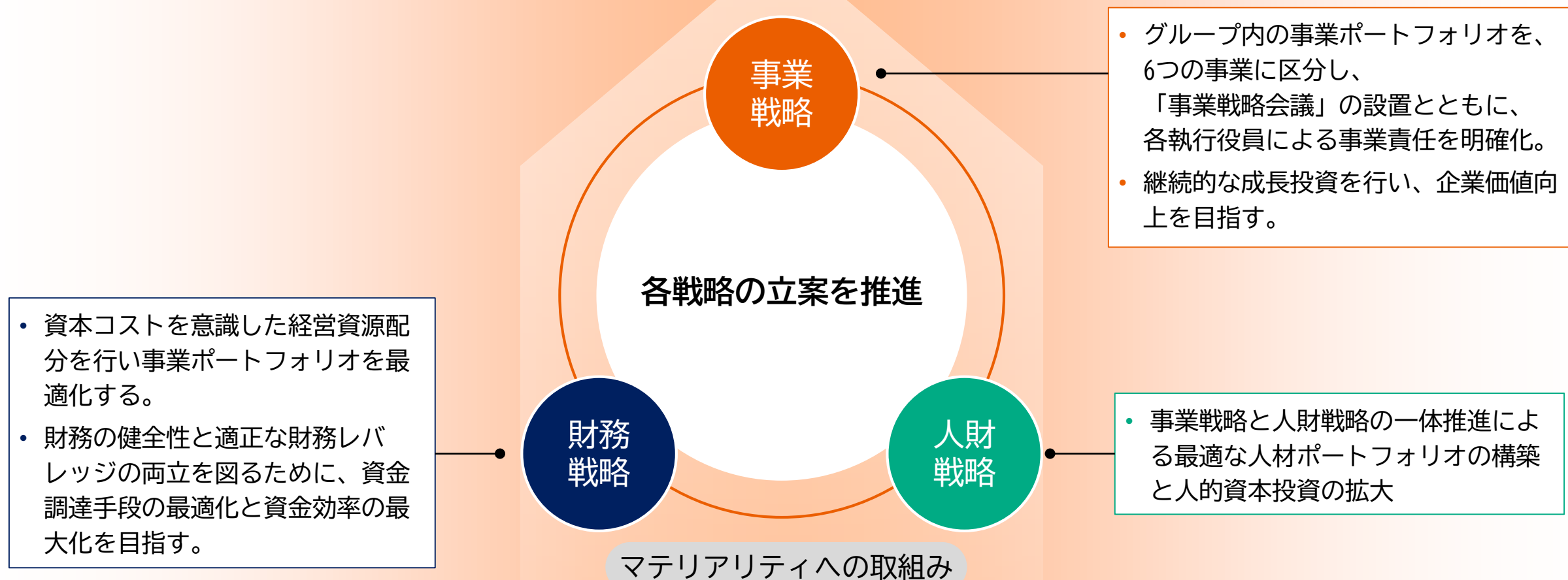
将来ビジョン策定PJ

将来ビジョンは
新中期経営計画として
策定予定

新中計策定に向けた戦略毎の位置付け

将来ビジョン策定プロジェクトとして、次期「中期経営計画」の検討を開始。

新中期経営計画の策定へ



事業戦略 事業戦略区分の見直し

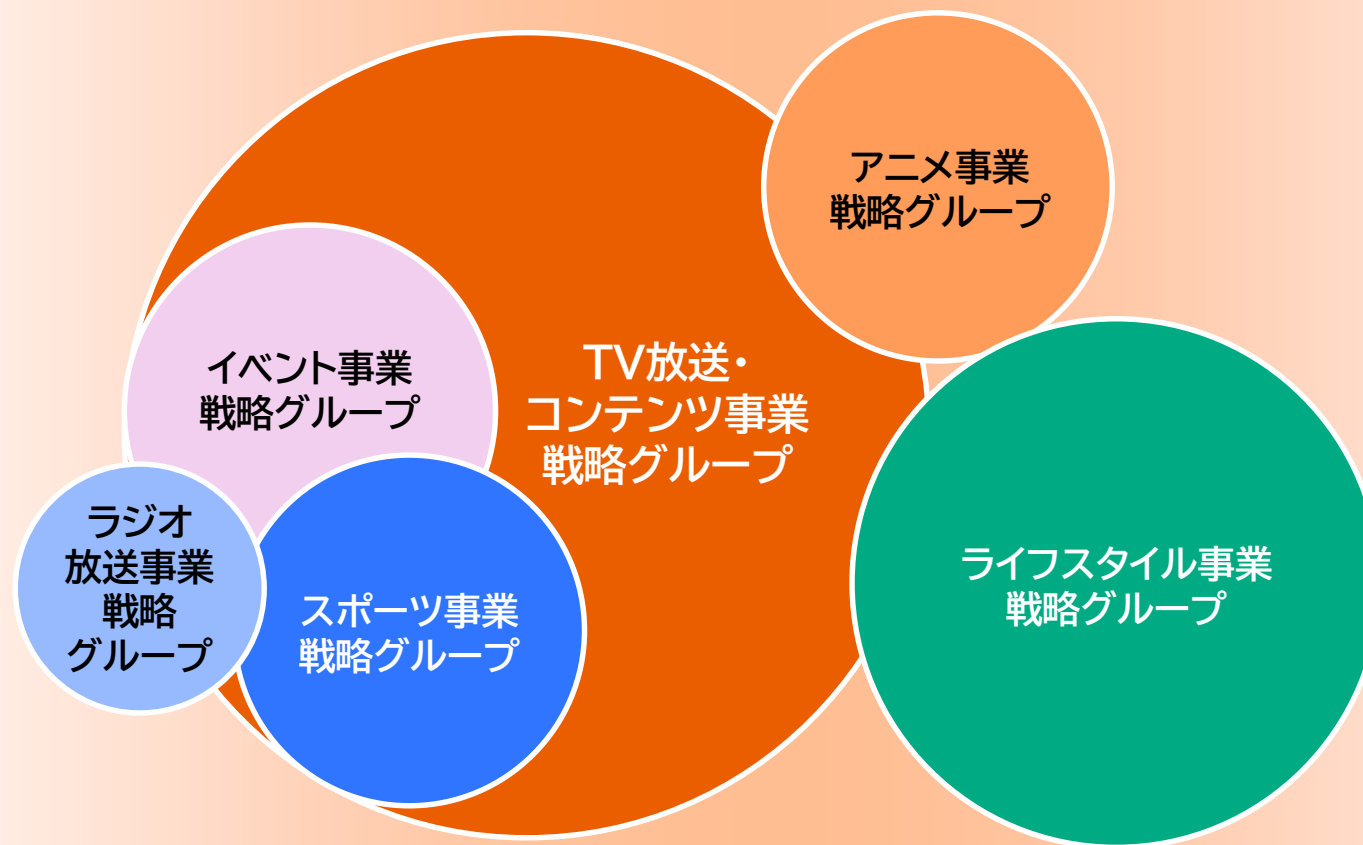
事業戦略グループ毎の戦略実行・課題解決を「事業戦略会議」を通じて推進させる。

HD社経営戦略本部

連携

統括

TV社コンテンツ戦略本部



資金調達を重視した2024年度に続き、2025年度は新中期経営計画の策定とともに資本収益性と株主還元を踏まえたキャッシュ・アロケーションの方針を検討する。

Cash In・資金調達 (実行施策)

営業C/Fの創出

- ・ テレビ放送事業を中心に営業C/Fが改善傾向。
- ・ 現在は他のグループ会社の収支改善を実施している。

有利子負債調達 (借入・社債)

- ・ 2024年7月に社債償還、借換を実施。
- ・ 連結有利子負債残高約150億円程度と、財務健全性を維持しながら今後も必要に応じて検討を行う。

政策保有株式売却

- ・ 保有目的を再検討し、2024年度下期より一部売却を実施。

有形固定資産売却

- ・ 保有不動産のうち、非事業用土地を2025年4月に売却実施。

グループ内資金活用

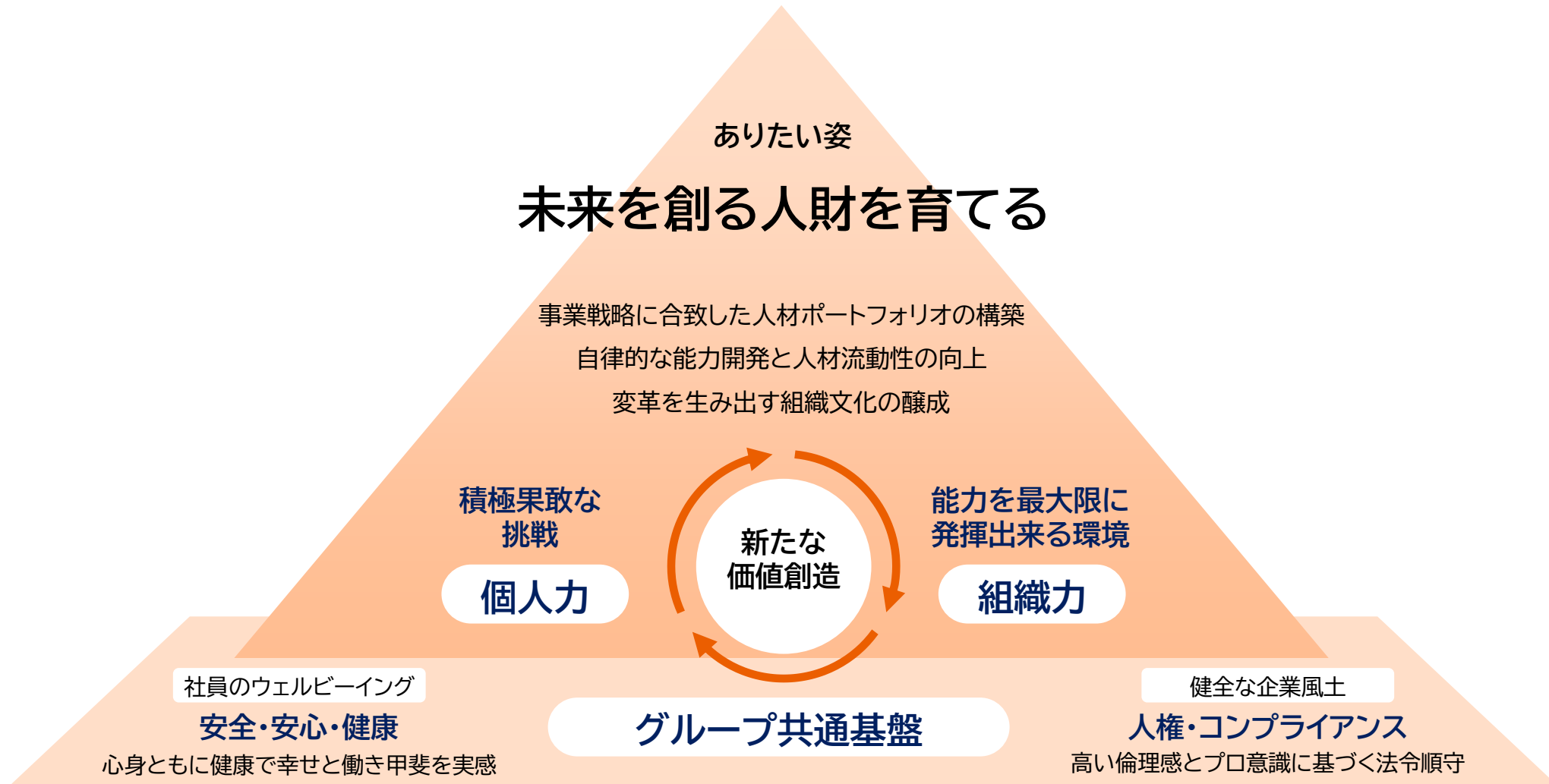
- ・ 2024年12月よりCMS(キャッシュ・マネジメント・システム)を導入し、グループ内資金の有効活用を図っている。

Cash Allocation (今後策定)

- ①設備投資
- ②戦略投資
- ③株主還元

新中期経営計画と
併せて検討

グループ全体の人材力強化と多様化の促進を行い、信頼されるメディアグループであり続ける。



参考資料

設備投資額と減価償却費

(億円)	2024／3		2025／3		2026／3（予想）	
	連結	ABCテレビ	連結	ABCテレビ	連結	ABCテレビ
設備投資額	40	21	58	17	50	15
減価償却費	36	17	35	17	37	18

主なグループ会社①<放送・コンテンツ事業>

(百万円)	売上高				営業利益			
	23/3	24/3	25/3	前年比	23/3	24/3	25/3	前年比
■ 朝日放送ラジオ	2,407	2,395	2,471	75	183	79	55	△23
■ スカイA	3,756	3,867	3,889	21	217	76	71	△5
■ ABCフロンティア	1,681	1,806	2,367	561	9	57	142	85
■ ABCアニメーション	2,217	2,563	2,359	△204	227	281	108	△172
■ マッシュ	2,522	2,631	2,910	279	159	103	75	△27
■ SILVER LINK.	1,600	2,769	1,693	△1,076	△237	△220	△268	△47

主なグループ会社②<ライフスタイル事業>

(百万円)	売上高				営業利益			
	23/3	24/3	25/3	前年比	23/3	24/3	25/3	前年比
■ エー・ビー・シー開発	10,201	9,927	9,176	△750	502	640	401	△239
■ ABCファンライフ	2,481	1,858	2,084	226	61	△255	7	262
■ ABCゴルフ倶楽部	986	1,027	1,042	14	59	48	39	△9

朝日放送テレビ 24年4月～25年3月* 関西地区【世帯】視聴率

	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 6.3%	ABC 8.8%	ABC 9.2%	ABC・YTV 4.6%
2	YTV 5.4%	YTV 8.0%	YTV 7.6%	*** ***
3	KTV 5.3%	NHK 7.9%	KTV 7.2%	MBS・KTV 3.6%
4	MBS 5.1%	KTV 7.2%	NHK・MBS 7.0%	*** ***
5	NHK 4.8%	MBS 7.1%	*** ***	NHK 2.3%

ABC
(テレビ朝日系列)

MBS
(TBS系列)

KTV
(フジテレビ系列)

YTV
(日本テレビ系列)

NHK

(*2024年4月1日～2025年3月30日 出典：ビデオリサーチ)

ABC テレビ

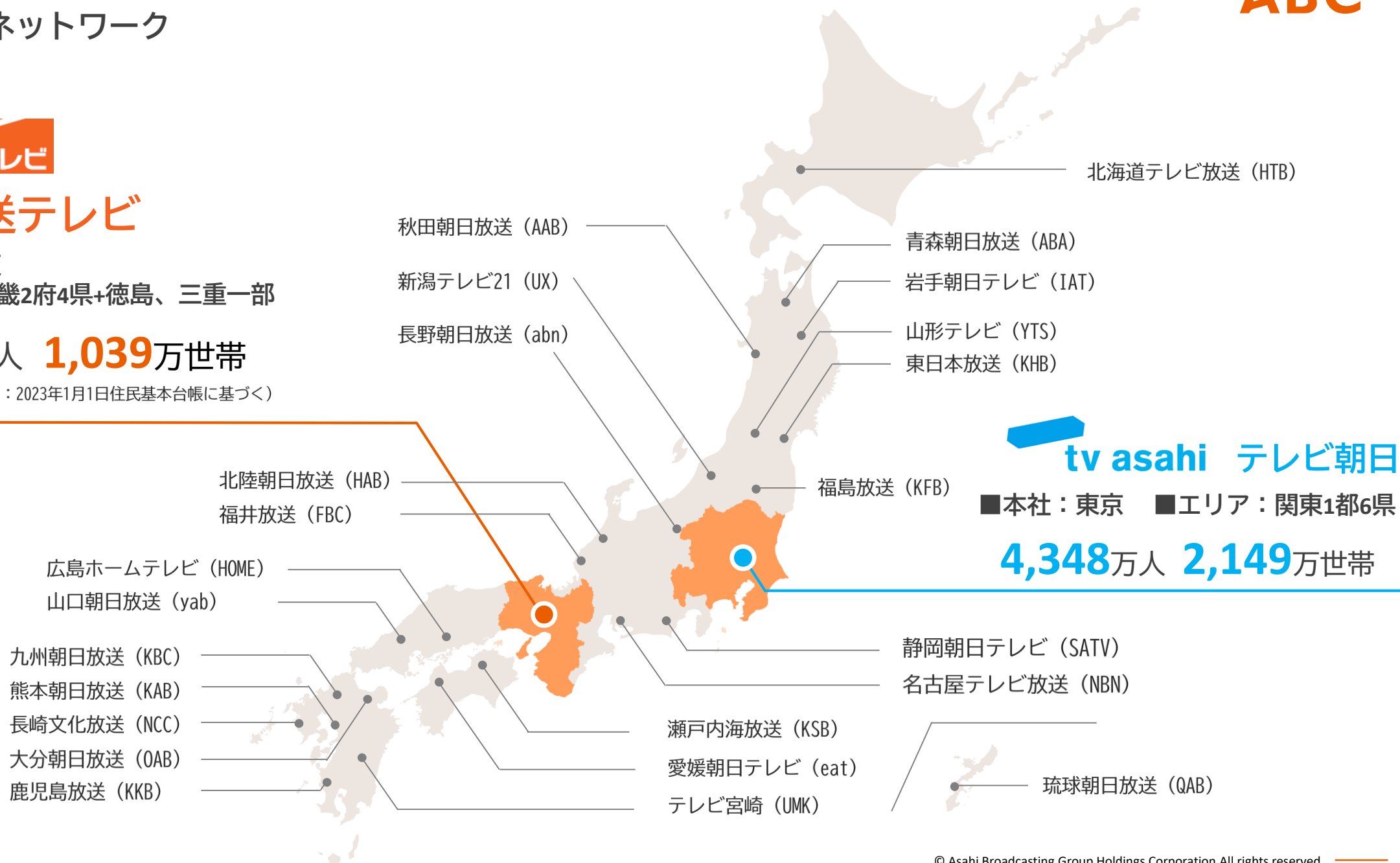
朝日放送テレビ

■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)



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などの外的要因により、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>

統合報告書、サステナビリティレポートなどを掲載しております。
IRサイトの充実にも努めておりますので、ぜひご覧下さい。

UD FONT

見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。