



朝日放送グループホールディングス株式会社

2025年3月期決算説明会

2025年5月19日

登壇

司会：アナリスト投資家の皆様、大変お待たせいたしました。定刻となりましたので、ただいまより、朝日放送グループホールディングス株式会社の2025年3月期の決算説明会を開催いたします。

では、本日の登壇者をご紹介します。朝日放送グループホールディングス社長の西出将之、取締役常務執行役員で朝日放送テレビ代表取締役社長の今村俊昭、経理・IR担当執行役員の熊田容子、以上3名となります。

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～ |

司会：本日のご報告内容をご覧のとおりです。まず決算のポイントについてご説明いたします。続いて、結業績とセグメント情報、朝日放送テレビの業績についてご説明いたします。そして最後に、当グループの今後の重点施策についてご説明いたします。

ご挨拶

朝日放送グループホールディングス㈱
社長執行役員
西出 将之

司会：それではまず初めに、朝日放送グループホールディングス社長の西出より、ご挨拶と決算のポイントをご報告させていただきます。

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
- ・ ㈱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

西出：朝日放送グループホールディングス社長の西出です。本日はお忙しい中、お時間を賜りまして誠にありがとうございます。皆様には日頃より当社をお引き立て賜り、厚く御礼申し上げます。

まずは私から、決算の概要をご説明いたします。

2025年3月期は、放送広告市場の回復により、増収増益の良い決算となりました。売上高は4年連続の増収となりました。利益面では、放送事業を中心に増益を達成いたしました。また、政策保有株式の売却益を計上し、最終利益は大幅なプラスとなりました。2026年3月期は増収増益を見込んでおります。

放送・コンテンツ事業は、前年スポット収入が非常に好調だったこともあり、若干の減収減益を見込んでおります。

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があることや、通販グループの収支改善が進むことで増収増益を見込んでおります。

連結業績について

朝日放送グループホールディングス㈱
執行役員（経理担当）
熊田 容子

司会： それでは、グループ全体の業績について、経理・IR 担当執行役員の熊田よりご説明いたします。

— 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	—

熊田：経理・IR担当の熊田です。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、連結の業績をご説明いたします。

まず、売上高ですが、919億2,300万円で、前年比で14億7,000万円増加し、1.6%の増収でした。前年振るわなかった利益面でも、全ての利益が前年比でプラスとなりまして、営業利益は25億9,100万円、経常利益は25億600万円、親会社株主に帰属する当期純利益は25億200万円でした。

主な要因は、放送広告市場が回復したことで、TVスポット広告を中心に、放送事業が好調だったことです。加えて、政策保有株式の売却による特別利益を計上したことで、当期純利益は大幅な増益となりました。

— 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					ライフスタイル				
(百万円)	2024/3	2025/3	前年比	増減率	(百万円)	2024/3	2025/3	前年比	増減率
売上高	76,701	78,529	1,828	2.4%	売上高	13,751	13,394	△357	△2.6%
放送	55,974	58,765	2,791	5.0%	ハウジング	9,516	8,804	△712	△7.5%
コンテンツ	20,655	19,707	△947	△4.6%	通販	2,930	3,277	347	11.9%
その他	71	56	△15	△21.5%	ゴルフ	975	1,017	41	4.2%
営業利益	917	2,824	1,906	207.8%	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）

次に、セグメント別の内訳です。

放送・コンテンツ事業の売上高は 785 億 2,900 万円で 18 億 2,800 万円の増収、営業利益は 28 億 2,400 万円で 19 億 600 万円の増益です。放送事業におきましては、スポット収入を中心に、TV 広告収入が前年を大きく上回ったことが売上利益を牽引いたしました。

コンテンツ事業では、ドラマやバラエティーなどの IP 展開は健闘いたしましたが、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ことが減収要因となり、コンテンツ事業収入は前年比でマイナスとなりました。

ライフスタイル事業の売上高は 133 億 9,400 万円で 3 億 5,700 万円の減収、営業利益は 2 億 3,800 万円で 1 億 3,500 万円の減益となりました。

主な要因は、ハウジング事業で販売不動産の規模が前年に比べて小さかったことや、住宅展示場の出店料収入が減ったことによります。通販事業は番組改編効果で増収となっておりますが、ハウジング事業のマイナスを補うことができず、ライフスタイル事業トータルではマイナスとなりました。

— 連結セグメント別 経年推移



次に、こちらはセグメント別の経年推移です。

売上高は、放送事業は2年連続の増収となりましたが、コンテンツ事業は前年比で減収、ライフスタイル事業は2年連続の減収です。

営業利益については、放送・コンテンツ事業の利益が下期に大きく伸び、3年ぶりの増益を確保いたしました。

— 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%



© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved. 9

次に、当期の連結業績予想です。

売上高は 925 億円で 5 億 7,600 万円の増収を見込んでいます。営業利益は 27 億円で、前年比でおおよそ 1 億円の増益、経常利益も 27 億円で、前年比おおよそ 2 億円の増益を見込んでいます。当期純利益には、有形固定資産の売却益を計上する予定で 31 億円、前年比で 6 億円の増益を見込んでおります。

— 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%
	放送*	58,765	53,900	△4,865	△8.3%
	内訳				
	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	7.5%
	ハウジング	8,804	9,400	595	6.8%
	内訳				
	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%	
営業利益	(百万円)	2025/3 (実績)	2026/3	前年比	増減率
	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）

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved. 10

続いて、セグメント別の業績予想です。

前年好調だった放送広告収入が減少することを見込み、放送・コンテンツ事業は売上高が781億円、前年比でおよそ4億円の減収で、売上高の減少に伴い、営業利益も27億円、およそ1億円の減益となる見込みです。

なお、こちらの表では放送事業が大きく減り、コンテンツ事業が大きく増えておりますが、これは当期から朝日放送テレビのテレビ動画配信などを、放送事業からコンテンツ事業に移行したことも影響しております。

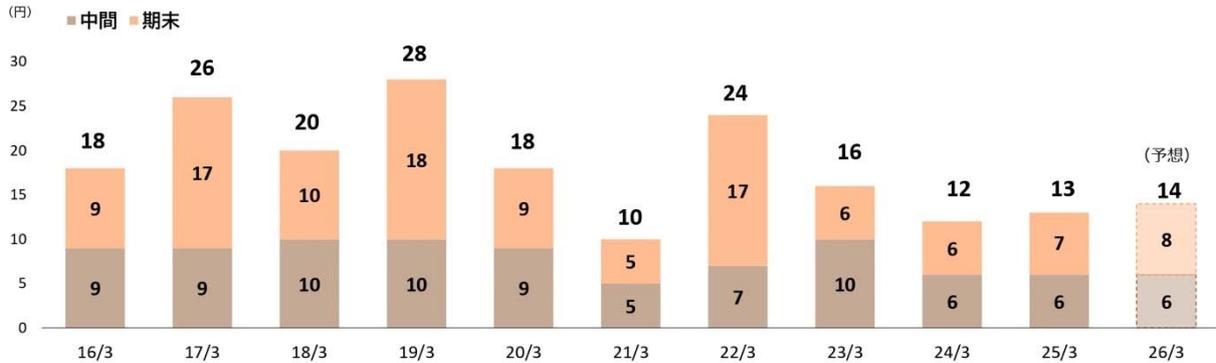
ライフスタイル事業は、売上高が144億円で、およそ10億円の増収、営業利益は4億円、およそ1億6,000万円の増益となる見込みです。ハウジング事業でM&Aによる新規連結効果があることや、通販事業のグループ各社で収支改善が進むことを見込んでおります。

— 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 ※みなし当期利益を基準とする	30%
1株あたり 年間配当の下限 ※経営状況による	12円



最後に、配当についてご説明いたします。

配当方針にのっとり、25年3月期は、下期に入り当初の業績予想を上回ったことを受け、期末配当を当初予定の6円から7円に引き上げ、1株当たりの年間配当を13円としました。なお、当期は14円としております。

連結業績のご説明は以上となります。

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) 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

司会：続きまして、朝日放送テレビの業績について、朝日放送テレビ代表取締役社長の今村からご説明します。

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%

今村：今村でございます。よろしくお願い申し上げます。それでは、朝日放送テレビの業績についてご説明いたします。

売上高は611億6,300万円で、前年比で25億2,500万円の増収となりました。営業利益は32億6,300万円、経常利益は32億9,200万円、当期純利益は23億2,300万円となり、全て増益となりました。

番組費は、前年にございましたタイガース関連の費用がなかったことや、全国ネット番組の時間数が前年比で減ったことなどが影響しまして、マイナス4億3,100万円の167億6,800万円となりました。

— 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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（系列間への番組販売、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

収入の内訳です。

放送事業収入は527億3,100万円で26億900万円の増収となりました。その一方で、イベントやインターネット展開などのコンテンツ収入は81億6,400万円となり、6,900万円の減収でした。深夜ドラマのコンテンツ展開は堅調でしたが、前年にありましたドラマの劇場版や、「さくらサーカス」などの大型イベントがなかったこと、そして「バーチャル高校野球」の配信プラットフォームが減ったことなどが影響しました。

— 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%	<ul style="list-style-type: none"> 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%	<ul style="list-style-type: none"> 「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%	<ul style="list-style-type: none"> 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%	<ul style="list-style-type: none"> 「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

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved. 15

15 ページは、主な放送事業収入の4年間の推移と内訳です。

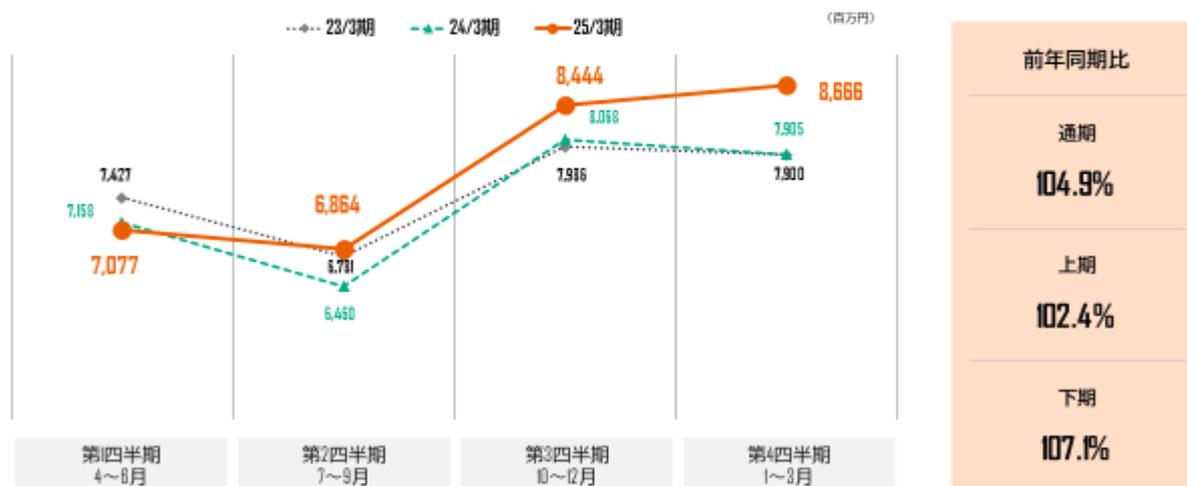
スポット収入は前年比4.9%の増収です。詳細は次のページでご説明いたします。ネットワークタイムは前年比4.5%の増収となっています。「ACN EXPO EKIDEN」を全国ネットで生中継したことや、年末の特別番組「M-1 グランプリ」の20回記念大会が過去最高売上を記録したこと、そしてさらに元日の風物詩ともなっております「芸能人格付けチェック！」は、2024年秋、2025年の春の3時間スペシャルも含めまして、好調で増収に貢献しております。

ローカルタイムは、朝のワイド番組が連動イベントなども含め、広告主にも好評で、前年比2.1%の増収となりました。

テレビ動画配信は、「M-1 グランプリ」の決勝戦がリアルタイム視聴人数115万人を記録しまして、TVer 史上最も多くのユーザーにリアルタイム視聴された番組となったほか、敗者復活戦や優勝者記者会見など、TVer 限定コンテンツを数多く配信いたしました。また、全国ネット連続ドラマの再生数なども好調で、前年比26.3%、4年連続の増収となっております。

— 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



スポット収入の四半期ごとの推移です。

2024年の日本のテレビメディア広告費は3年ぶりに増加に転じているということで、久しぶりにテレビ広告市場が活況となりまして、関西地区投下も102.7%となりました。加えて、当社は高い視聴率を背景に、第2四半期以降は地区投下を上回っており、好調に推移しました。

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・トイレットリー	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%

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

こちらは業種別でございます。

円安や原材料費の高騰などを受けまして、出稿を控えていらっしゃった企業などからの出稿が戻り、多くの業種で前年を上回っています。特に好調だったのは、食品、情報・通信、薬品、家電・コンピュータなどです。また、近年は半導体不足もあり減少傾向が続いていました自動車が大きく回復し、前年に比べまして20%以上増加しました。

— 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。

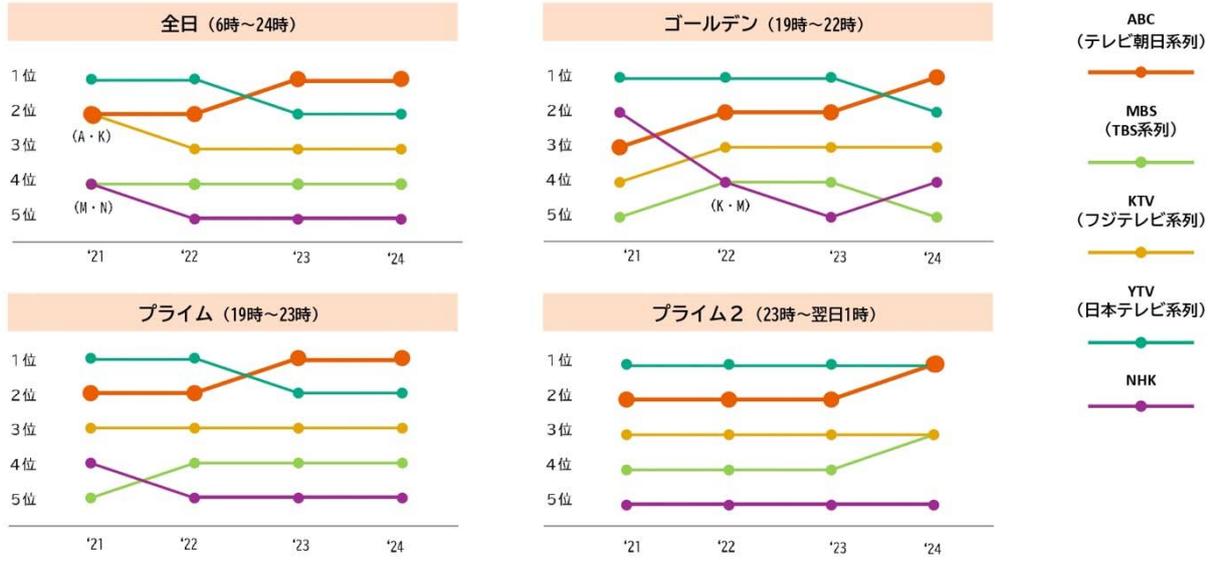
	全日 (6-24時)	ゴールデン (19-22時)	プライム (19-23時)	プライム2 (23-25時)	ABC (テレビ朝日系列)
1	ABC 3.4%	ABC 5.2%	ABC 5.3%	ABC・YTV 2.5%	MBS (TBS系列)
2	YTV 3.0%	YTV 5.0%	YTV 4.7%	*** ***	KTV (フジテレビ系列)
3	KTV 2.9%	KTV 4.5%	KTV 4.4%	MBS・KTV 2.0%	YTV (日本テレビ系列)
4	MBS 2.8%	NHK 4.4%	MBS 4.2%	*** ***	NHK
5	NHK 2.5%	MBS 4.3%	NHK 3.9%	NHK 1.1%	

(*2024年4月1日～2025年3月30日 出典：ビデオリサーチ)

そして、視聴率は非常に好調でした。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年ぶりに首位を奪還しました。

12月に放送した「M-1 グランプリ」の視聴率は、関西で18.4%を獲得しまして、2024年度に放送されました関西の全ての番組の中で3位にランクインしております。年が明けて、2025年元旦に放送しました「芸能人格付けチェック！お正月スペシャル」も非常に好調で、関西で16.3%、こちらも同じく4位にランクインしております。また、「ポツンと一軒家」は年度平均7.6%と、2024年度の関西のバラエティーレギュラー番組の中でトップとなりました。

— 関西地区（個人全体）視聴率順位 4年間推移（2021年度～2024年度）



（出典：ビデオリサーチ）

こちらは、直近4年間の関西地区、個人全体の視聴率の順位です。

オレンジ色のグラフが当社でございます。4年前に比べまして、特にゴールデンは3位からトップと大きく順位を上げることができました。異常気象や道路陥没など、ニュースの需要の増加を受けまして、当社の「報道ステーション」が好調で平均視聴率を押し上げました。

— 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。

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved. — 20

続きまして、当期の業績予測でございます。

売上高は 588 億円で、マイナス 3.9%の減少を見込んでおります。一方、費用は、前年あった大型特別番組「ACN EXPO EKIDEN」がないことや、全国ネットドラマの開始時間が遅くなったことに伴って制作費を見直したことから、マイナス 3.1%の 561 億円となる見込みです。営業利益は 27 億円と 5 億 6,300 万円の減益となる見込みです。

なお、ご覧の表のとおり、当期から番組日に動画制作やイベントなどのコンテンツに関連した費用を加えましたコンテンツ制作費を開示しております。ちなみに、従来の方法で集計しました 2026 年 3 月期の番組費は 157 億円で、前年に比べまして 6%強のマイナスとなる見込みです。

(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。

こちらは収入の内訳でございます。

なお、当期からテレビ動画配信など、放送事業からコンテンツ事業収入に変更しております。この表に記載してありますコンテンツ事業収入の24年度の実績は、前年比較のための参考値となっております。

では、改めまして当期の見通しについてご説明いたします。

放送事業収入は前年に比べましてマイナス6%で、30億6,300万円の減収です。スポット収入は前年の好調の影響で、マイナス1.8%の305億円を見込んでいます。

ネットワークタイム収入はマイナス17.3%となる114億円を見込んでいます。前年ありました大型特番の「EXPO EKIDEN」を現時点では計上していないこと、そして2024年10月に行いました全国ネットドラマの放送時間変更による影響が通年化することなどが主な要因でございます。

ローカル収入は56億円で、ほぼ横ばいを見込んでいます。コンテンツ事業収入につきましては5.7%の増収を見込んでいます。昨年、子会社化した国内外のライツビジネスを得意とするABCフロンティアとの連携をさらに強化し、番組コンテンツIPを軸にしたマルチ展開を加速させていきます。テレビ動画配信はおおむね横ばいを見込んでおります。

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）
- 「アスマライ 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）

こちらは成長に向けた取り組みでございます。

現在開催中の大阪・関西万博は、先週開幕から1ヶ月がたちまして、来場者は300万人を超えました。当社はこの万博でのさまざまな取り組みを通じまして、地域の賑わい向上への貢献とともに、ブランドの向上を図っております。

なお、プレイベントとして3月16日に開催し、全国ネットで放送した「ACN EXPO EKIDEN 2025」の関西での個人全体視聴率は6.6%で、同時時間帯トップとなり、万博の盛り上げに貢献いたしました。その後も各番組を通じて万博情報を発信し続けております。

その他、コンテンツ事業としては、エンゲージメントの高いIPとタグを組んで収益性の高いコンテンツを開発するとともに、既存コンテンツの価値最大化を進めております。STARTO ENTERTAINMENT や LDH と組んで企画・放送した深夜ドラマやバラエティーは、配信セールス、舞台化、商品化など、コアファンから高い評価を得ることができております。

現在は人気アイドルプロジェクト、KAWAII LAB を運営する ASOBISYSTEM と番組やイベントで共同開発プロジェクトを進めております。

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
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

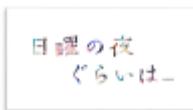


放送で大きな話題となった
司会・浜田さんの中華料理を再現。
セブンイレブンで発売
好評につき発売販売期間延長
(現在は販売終了しております)

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



「日曜の夜ぐらいは…」の主題歌
Mrs. GREEN APPLE「ケセラセラ」は
NextTone 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1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・鍋等)

既存番組のマルチユース展開につきましては、2024年度は、年末年始の特別番組の配信はもちろん、商品化も好調でした。全国ネットドラマの主題歌のヒットにより、音楽事業も業績を伸ばしました。

24年度は放送収益、コンテンツ事業収益とも好調に推移しました。引き続き2025年度も放送事業をしっかりと取り組んで、そのリーチ力をしっかり活かし、コンテンツ事業のさらなる成長に取り組んでまいりたいと思っております。

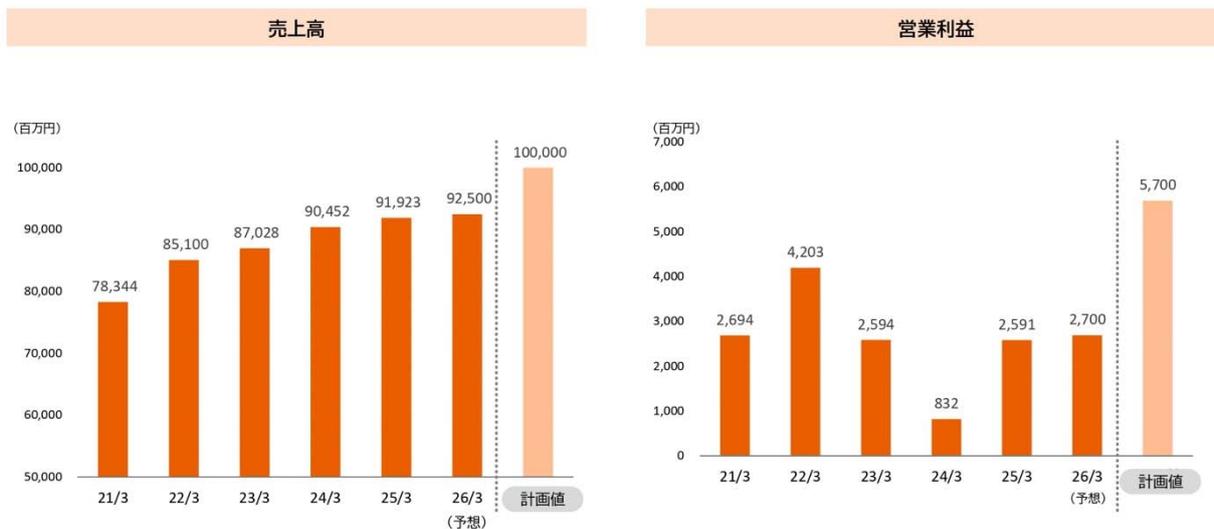
以上、朝日放送テレビの業績と成長のための取り組みについてご説明いたしました。

今後の重点施策

朝日放送グループホールディングス㈱
社長執行役員
西出 将之

司会：では最後に、朝日放送グループホールディングス社長の西出より、今後の重点施策についてご説明いたします。

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。



西出：西出でございます。現在の中計の進捗と今後の重点施策についてご説明いたします。

2021年から2025年までの現中期経営戦略について、連結売上高は積極的なM&Aや新規事業開発に伴う事業拡張の結果、着実に伸ばすことができました。一方、営業利益は先行投資と収支改善の遅れにより、結果として利益率の変動幅が大きくなってしまったと考えております。

— 2024年度の取組み

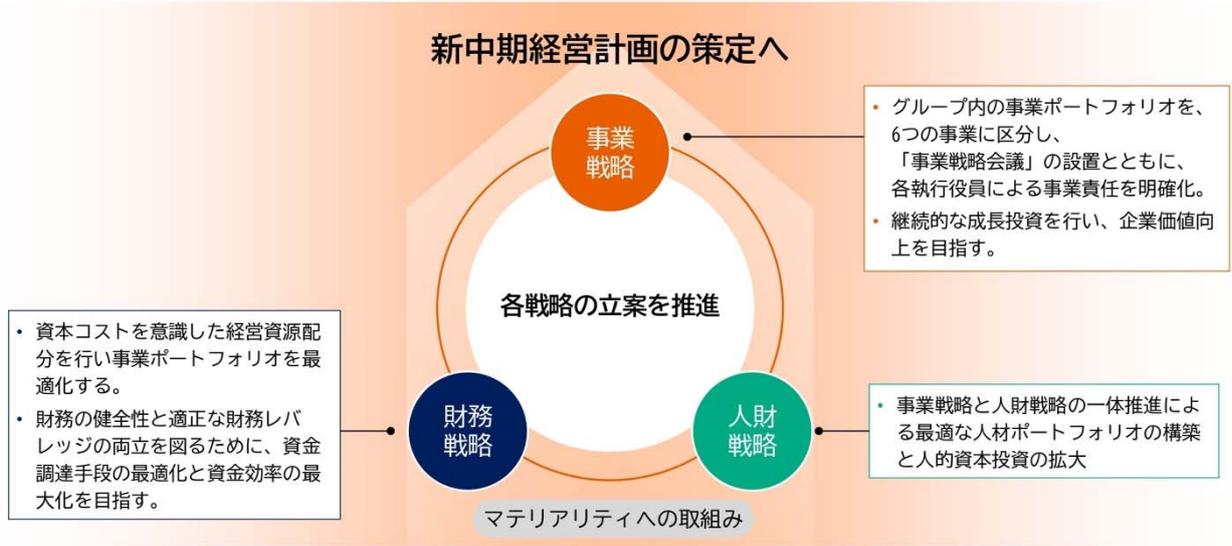
収支改善・事業改革を実行するため、4つのプロジェクトを始動。



2024年10月に社長に就任してから、次世代グループ改革プロジェクトとして、四つのプロジェクトを始動させました。収支改善プロジェクト、新投資ガイドラインプロジェクトは既に実行し、成長戦略の要となる事業改革プロジェクトの推進を行っております。

— 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。

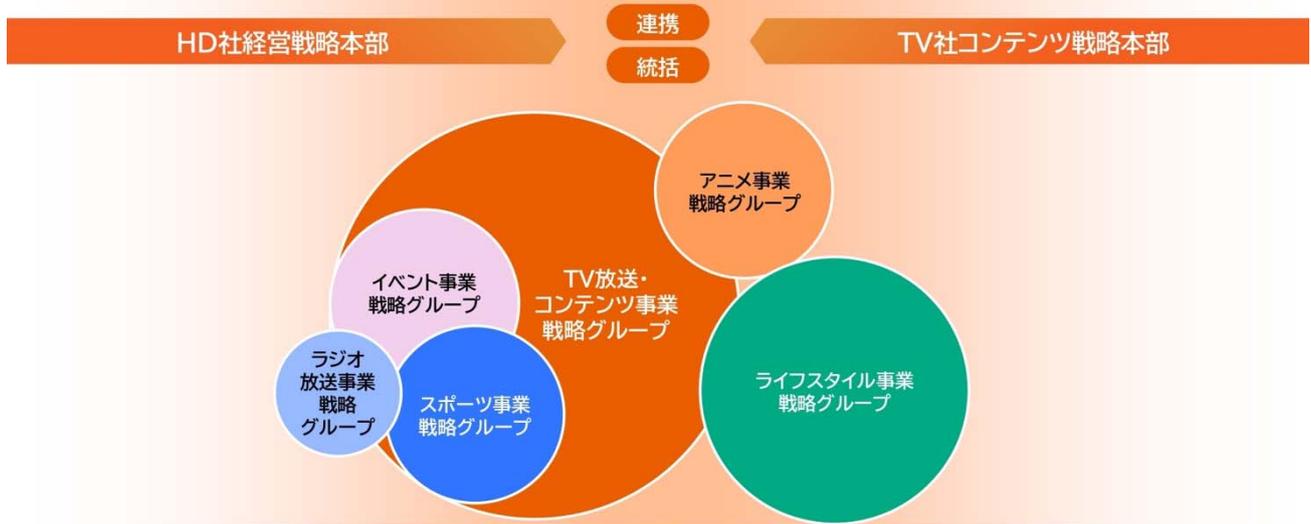


そして、将来ビジョン策定プロジェクトとして、次期中期経営計画の検討を開始しております。

事業戦略、財務戦略、人財戦略において、具体的な取り組みを以下で説明します。

事業戦略 事業戦略区分の見直し

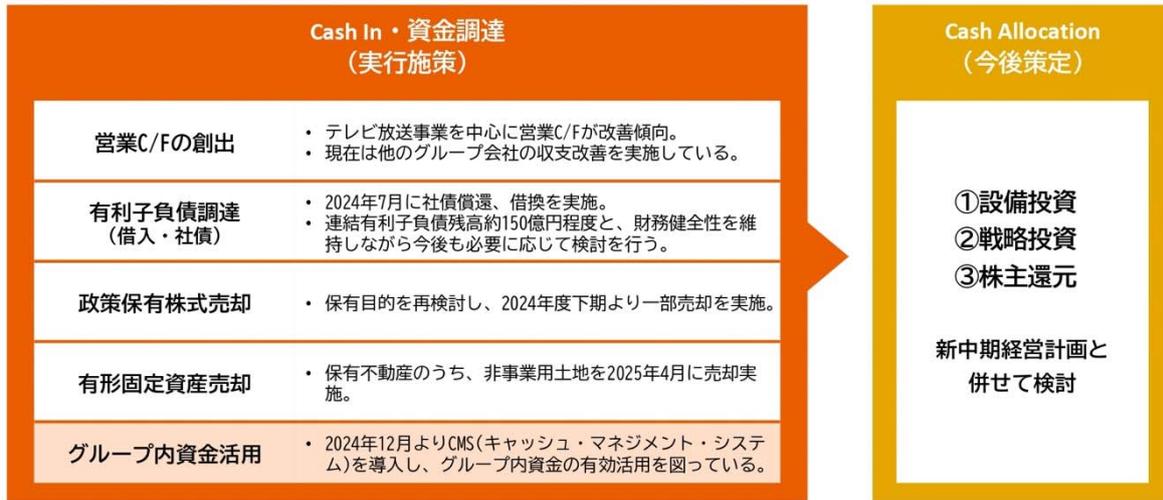
事業戦略グループ毎の戦略実行・課題解決を「事業戦略会議」を通じて推進させる。



まずは事業戦略です。

グループ内の全社の事業を事業戦略ごとのグループに分け、そのグループ内の各社が事業戦略そのものも共有し、単に売上や営業利益といった財務数値を共有するだけでなく、事業戦略会議を通じて経営課題を相互に確認し、解決していきます。また、グループ連携を深化させ、バリューチェーンを強化し、取引先や協力会社等の経営資源の競合を推進していきます。

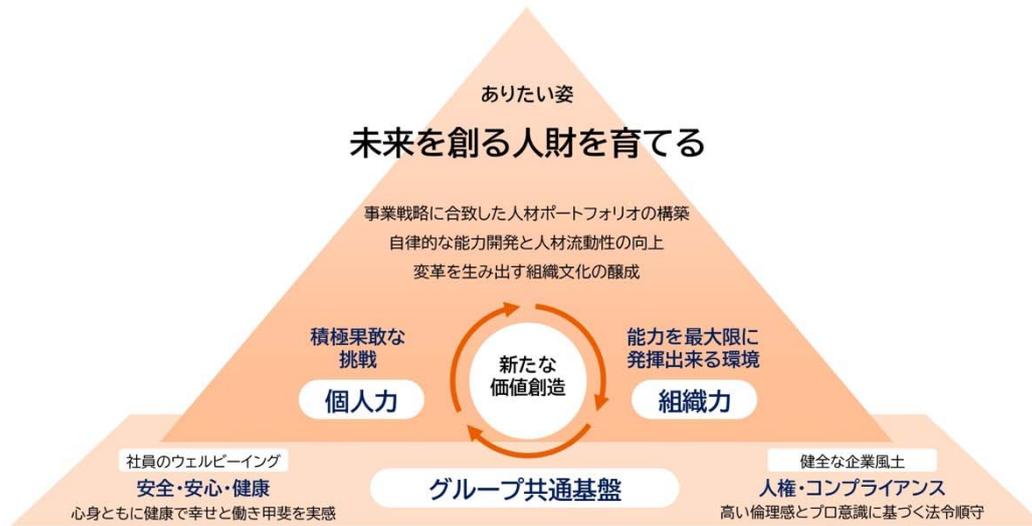
資金調達を重視した2024年度に続き、2025年度は新中期経営計画の策定とともに資本収益性と株主還元を踏まえたキャッシュ・アロケーションの方針を検討する。



次に、財務戦略です。

昨年2024年度は、キャッシュイン、資金調達の施策を実行してきました。具体的には、有利子負債による調達、政策保有株式の売却等により、多くの資金が創出できております。2025年度は新中計の策定とともに、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してまいります。

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。



最後に、人財戦略です。

人的資本を起点に企業改革を行うため、グループ全体の人財力強化と多様化を促進していきます。特にマテリアリティに掲げております、未来を創る人財を育てるについては、グループの価値創造の基盤となります。高い倫理観とプロ意識を兼ね備え、優れた人財が世界に感動を届けるコンテンツを作ることが、メディアグループとしての信頼とブランドを獲得することにつながると考えております。

社長に就任して半年がたちましたが、私のテーマ・使命は、稼ぐことにこだわる強い事業会社、それから豊かな人財が未来を創る企業グループ、これに導いていく、これに尽きるとしております。現在策定を進めている次の中期経営計画では、当社が持てるリソースを十分に活用し、強い事業グループとしてどのように成長していくかを描いてまいりたいと考えております。どうぞよろしくをお願いいたします。

司会：当社からのご説明は以上です。

質疑応答

司会： それでは質疑応答に入ります。まず事前のご質問を紹介いたします。

一つ目は、タイムスポットの見通しについて、二つ目はコンテンツビジネスの手応えについて、三つ目はアニメビジネスの収益性について、四つ目は系列局の再編や統合について、というご質問です。ご質問、ありがとうございます。

では、一つ目のタイムスポットの見通しについてです。当期はタイムスポットともに減少する見通しで、足元のテレビ広告市況を踏まえると、保守的な印象があります。考え方を教えてください。

今村： お答えいたします。まず、先ほども説明しましたが、2024年度はしっかりと業績を残せたと考えています。歴代最高シェアのスポットでは26.6%を達成し、タイムに関しても、先ほど申し上げたM-1グランプリや格付けチェックなど、増収に寄与しているコンテンツがあるため、好調な視聴率を背景に業績を積み上げることができました。

ただ、2025年度については不確実な要素があります。トランプ関税の影響がどういう業種に及ぶのか、そして在京局の報道でスポンサーの状況も不確定要素の一つだと考えています。こうした不確実な環境下では、楽観的な予測で着実な成長戦略を描けないため、少し固めの予想を立てています。

しかし、足元では4月、5月ともに前年比を上回る推移をしています。第1四半期としては前年を上回ることはほぼ確実と見込んでおり、その先も状況を注視していきたいと考えています。

司会： では二つ目のご質問です。

コンテンツビジネスの手応えについて。配信を活用した収益拡大施策として、ドラマの強化に取り組まれています。このような取り組みも奏功し、配信関連収入は着実に伸長していますが、どのような手応えを感じているのでしょうか。また今後、配信関連収入の目標とする規模感はありますでしょうか。

今村： 実写コンテンツの事業について説明いたします。

まず、テレビ動画配信については、一昨年からドラマコンテンツに注力し、ドラマの視聴人数が大きく伸びています。2025年1月クールの「フォレスト」という日曜22時台のドラマは再生回数が好調で増収に寄与しています。一方で、バラエティーでは先ほど申し上げたM-1グランプリがTVer史上最高の視聴者数を記録し、大きく売上に貢献しています。

TVer以外の動画配信の各プラットフォームへのセールスも、ストーリー系コンテンツが主導し売上を伸ばしています。バラエティーの需要も高まっています。国内配信プラットフォームを中心に成長してきていますが、次の戦略としては海外展開でさらなる成長を考えています。

特にストーリー系コンテンツは海外への親和性が高く、近年注力していますので、海外展開の足がかりを25年度はしっかり作りたいと考えています。そのために、24年度に朝日放送テレビにセールスを強みとするABCフロンティアを子会社化しました。この“制販一体”で事業計画を描き、2025年度もさらなる成長を望んでいます。

TVerの規模感については、在阪局としてのコンテンツの天井がありますので、大きく右肩上がり成長することはありません。ただし、天井については15億程度と以前に申し上げましたが、TVer視聴は国内で浸透してきており、さらなる成長が見込めると考え、もう少し上を目指せると考えています。その他のコンテンツビジネスについては、特に海外での成長はまだまだ伸びしろがあると考えています。以上です。

司会：それでは三つ目です。アニメビジネスの収益性についてのご質問です。

ABCアニメーションやSILVER LINK.の収益性について、それぞれが前年比で減益および損失拡大となっていますが、課題や今後の対応策について教えてください。

西出：ABCアニメーションでは、一部のアニメ作品が企画製作上の理由で翌年度へずれ込んだことなどにより、2024年度は減収減益となっています。2025年度の7月クールには京都アニメーションの作品、「CITY THE ANIMATION」など、多くの作品の企画出資を進めています。

また、SILVER LINK.では、一部の受託作品の納期が翌期にずれ込んだことにより、2024年度は減収減益となりました。アニメ業界全体としては、受注状況は好調ですが、現在納品している作品が2~3年前に受注したものであり、昨今の物価上昇、賃金上昇などを制作単価に転嫁できていない状況です。

足元で受注している案件については、適正な単価で営業受託しています。制作の進捗や予算管理の観点から、システム導入も含めて対応を進めており、管理体制の強化にも努めています。1年以内には改善できる見通しです。以上です。

司会：四つ目の質問です。

系列局の再編や統合について。日本テレビ様が系列局の共同持株会社を設立し、経営統合を発表されましたが、ANN系列の統合や再編について御社はどのように考えているのでしょうか。統合は難しいのでしょうか。また、もし統合が行われるようであれば、どのような効果が想定されるのでしょうか。コスト面や成長戦略でのシナジー効果などを教えてください。

西出：日テレグループの再編についての当社への影響は、今のところないと考えていますが、今後の動向について注視していきたいと思っています。弊社でも、アニメの一部作品において、制作委員会に系列の名古屋テレビさんに入ってもらい、放送についても連携していくなど、協業はきちんと進めています。以上です。

司会：事前にいただいた質問への回答は以上です。続いて、本日まで出席いただいている方からのご質問をお受けいたします。

質問者：ご説明の機会ありがとうございます。1点だけお願いいたします。テレビ広告市況の状況についてです。東京ではCXさんの影響が顕著に出ているという話を聞いていますが、大阪ではどのような影響が出ているのでしょうか。

数字だけ見ると、そこまで顕著な影響は出ていないのかなと思っていますが、もしご解説いただくことがあれば教えてください。以上です。

今村：お答えいたします。ご指摘のとおり、東京と関西では状況は異なります。関西の系列にも多少は影響がありますが、基本的には大きな影響はありません。当社としては、クライアントの様々なニーズを受け止める姿勢で、しっかり対応しています。以上です。

司会：ご質問、ありがとうございました。

以上をもちまして、朝日放送グループホールディングスの決算説明会を終了いたします。
本日はお忙しい中、当社の決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございました。
引き続き当社グループをよろしくお願ひ申し上げます。