朝日放送グループホールディングス株式会社

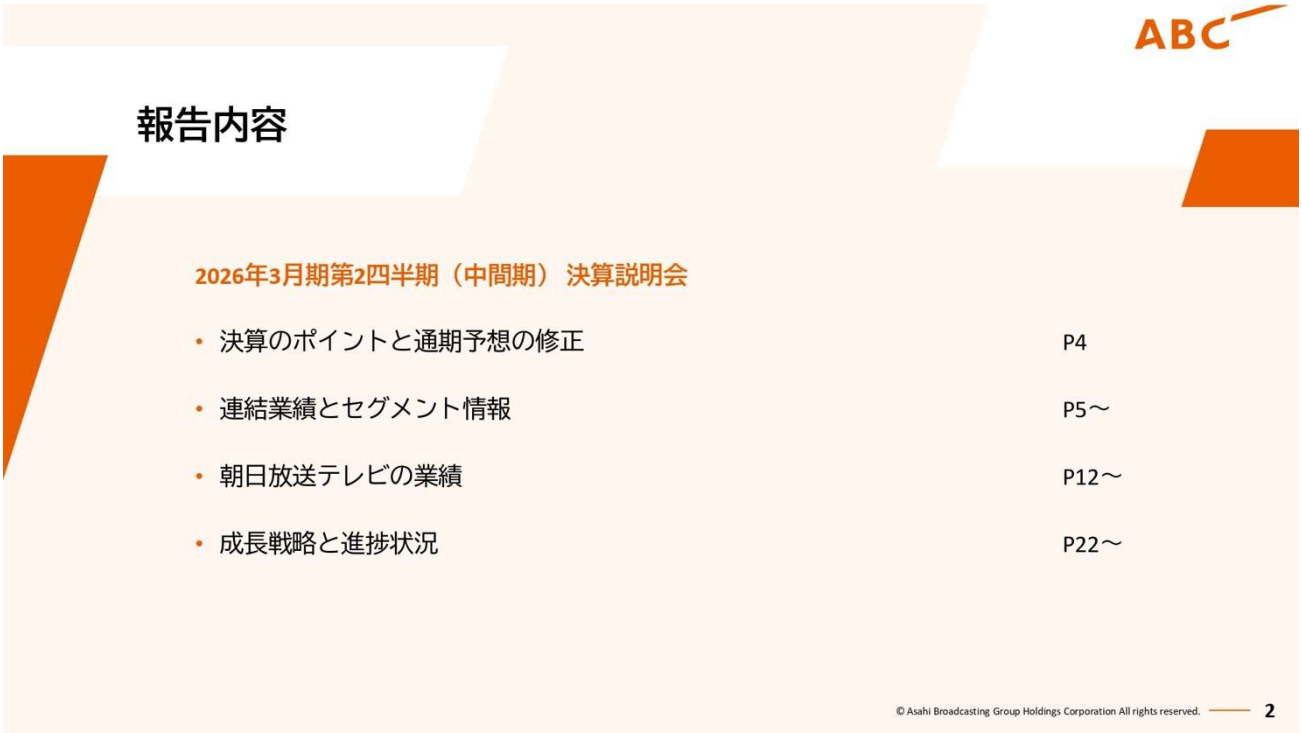
2026 年 3 月期　第 2 四半期（中間期）決算説明会

2025 年 11 月 19 日

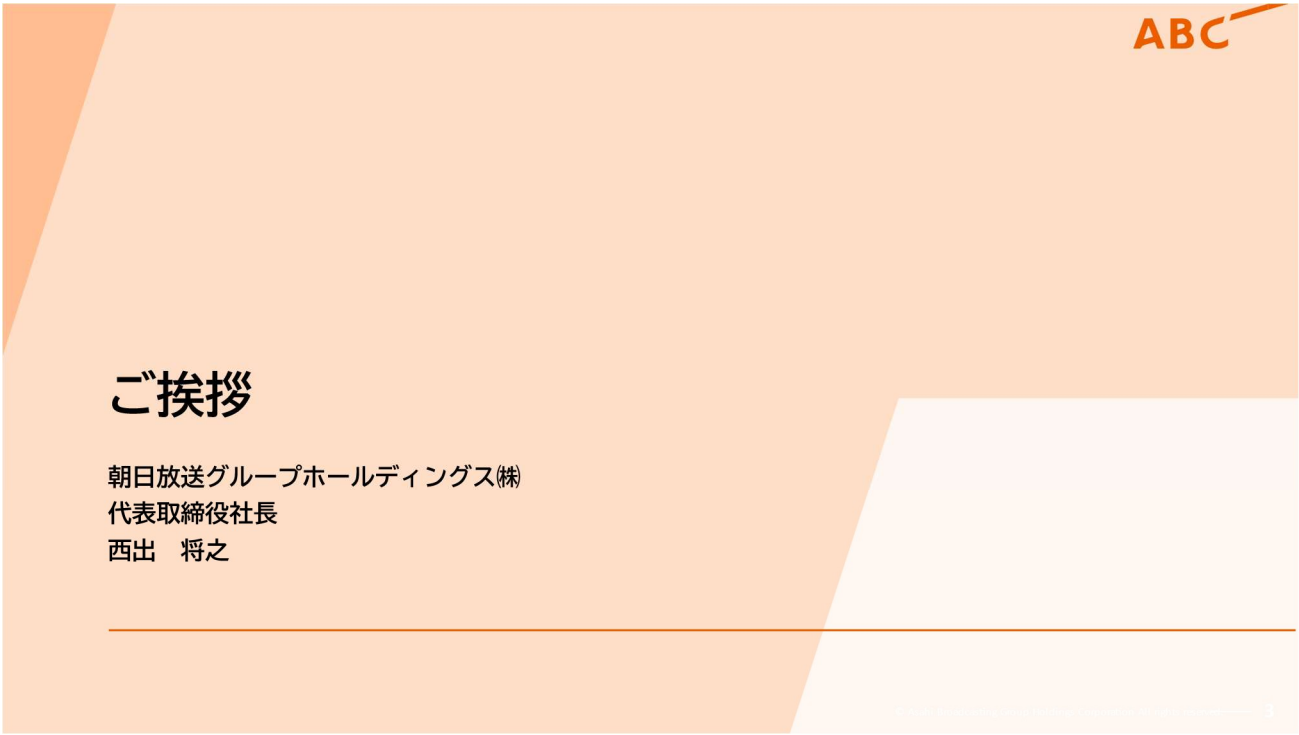
登壇

司会：アナリストの皆様、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、ただ今より、朝日放送グループホールディングス株式会社の 2026 年 3 月期中間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申し上げます。朝日放送グループホールディングス代表取締役社長、西出将之、当社副社長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、以上の 3 名となります。



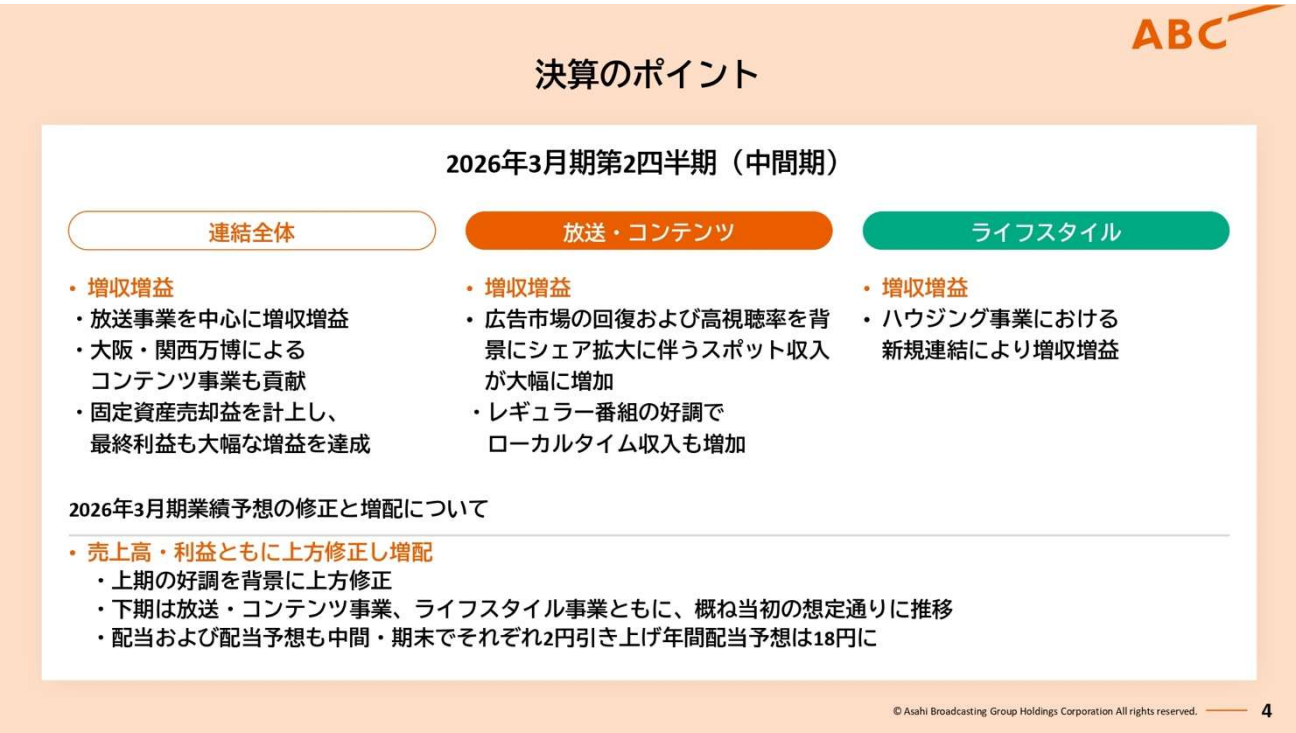
本日のご報告内容はご覧のとおりです。まず、決算のポイントについてのご説明をさせていただき、それに続いて連結業績とセグメント情報、朝日放送テレビの業績と、順にご説明いたします。そして最後に、当グループの成長戦略についてご説明いたします。



西出：朝日放送グループホールディングス、社長の西出将之です。

本日はお忙しい中お時間をいただき、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。



私から、まず上期の決算のポイントおよび通期の業績予想の修正について概要をご説明いたします。

この上期は連結全体で大幅な増収増益を達成いたしました。特に放送事業が好調に推移し、グループ収益を大きく牽引いたしました。コンテンツ事業では、大阪・関西万博によるイベント受注も数多くあり、こちらも業績に貢献いたしました。この実績は単なる収益貢献にとどまらず、当社グループが強みとする地域に根付いたコンテンツ創造力を活かし、社会イベントや地域コンテンツとの共創を通じて事業を拡張できるという確かな可能性を示しました。

最終利益は、固定資産売却益を計上したことで大幅な増益となっております。そして、上期の好調な実績を踏まえて通期予想を上方修正いたしました。併せて中間配当および期末配当予想もそれぞれ 2 円引き上げて、年間配当予想を 18 円といたしました。

詳細については、この後、経理・IR 担当役員およびテレビ社の社長よりご報告させていただきます。

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。

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。

連結業績

売上高・利益全てで、前年同期を大きく上回り増収増益。
固定資産売却益を特別利益に計上し、最終利益はさらに大幅な増益に。

（百万円）	2025／3　上期	2026／3　上期	前年比	増減率
売上高	41,657	**46,687**	5,029	12.1% ↗
営業費用	42,817	**45,407**	2,589	6.0% ↗
売上原価	29,743	**31,889**	2,145	7.2% ↗
販売費及び一般管理費	13,074	**13,517**	443	3.4% ↗
営業利益	△1,160	**1,280**	2,440	—
経常利益	△1,047	**1,297**	2,344	—
親会社株主に帰属する当期純利益	△852	**2,402**	3,255	—

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

上期の連結業績は、大幅な増収増益となりました。売上高は 466 億 8,700 万円で、前年同期比で 50 億 2,900 万円、12.1%の増収となりました。営業利益は前期の赤字から 12 億 8,000 万円の黒字へと転換し、24 億 4,000 万円の大幅な改善となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は、固定資産売却益を特別利益に計上した結果 24 億 200 万円となり、赤字だった前期から大きくプラスに転じました。

連結セグメント別　業績

放送・コンテンツ事業が大きく増収増益。
ライフスタイル事業も新規連結効果で増収増益。

放送・コンテンツ

（百万円）	2025／3 上期	2026／3 上期	前年比	増減率
売上高	35,198	**39,881**	4,683	13.3%
放送*	25,682	**27,356**	1,673	6.5%
コンテンツ*	9,486	**12,461**	2,975	31.4%
その他	29	**63**	34	116.0%
営業利益	△858	**1,219**	2,078	―

ライフスタイル

（百万円）	2025／3 上期	2026／3 上期	前年比	増減率
売上高	6,459	**6,805**	346	5.4%
ハウジング	4,205	**4,763**	557	13.3%
通販	1,586	**1,368**	△218	△13.7%
ゴルフ	492	**522**	30	6.2%
その他	174	**151**	△23	△13.4%
営業利益	7	**79**	71	986.5%

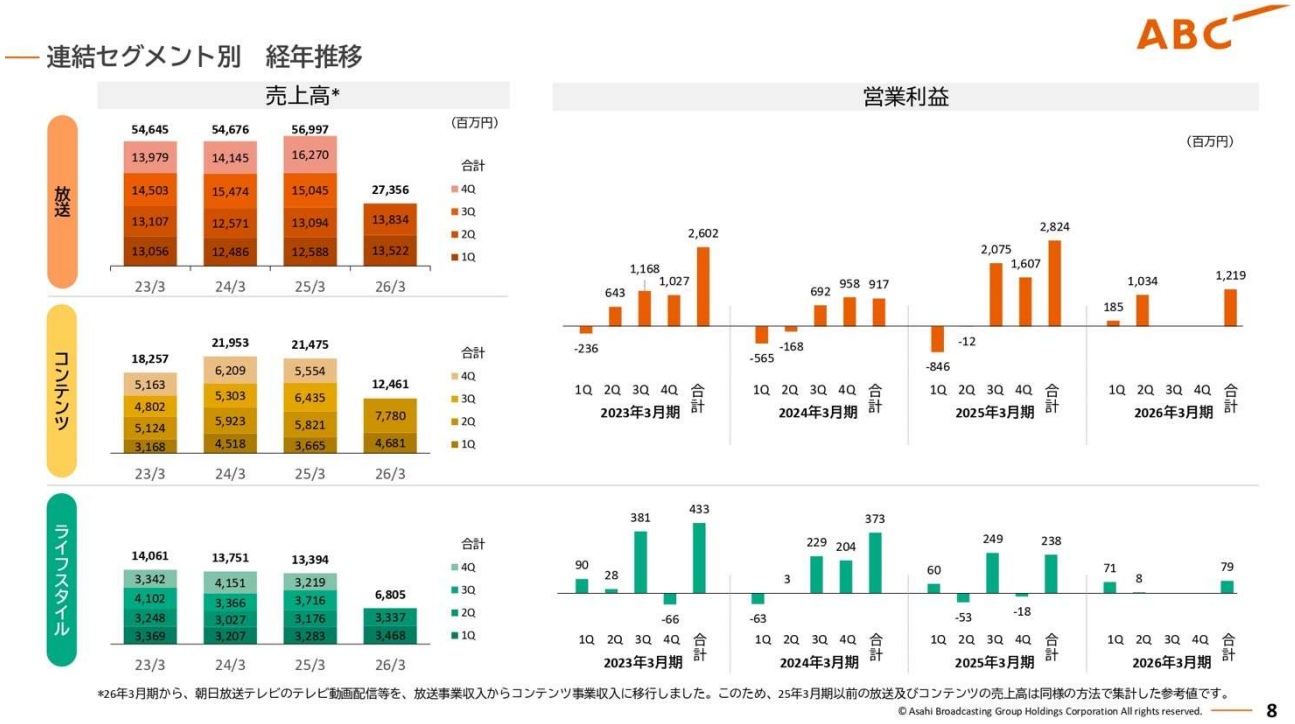
*26年3月期から、朝日放送テレビのテレビ動画配信等を、放送事業収入からコンテンツ事業収入に移行しました。
　このため、25年3月期の放送及びコンテンツの数値は同様の方法で集計した参考値です。
※セグメント外の営業利益に「その他調整額」があります（25年3月期上期：△308百万円、26年3月期上期：△18百万円）

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

セグメント別では、ご覧のとおり放送・コンテンツ事業が大きく増収増益となり、ライフスタイル事業も増収増益となりました。

放送・コンテンツ事業の売上高は 398 億 8,100 万円でした。前年同期比で 46 億 8,300 万円、13.3%増えました。そのうち放送収入は 16 億 7,300 万円増え、6.5%増加の 273 億 5,600 万円、コンテンツ収入は 29 億 7,500 万円、31.4%増加の 124 億 6,100 万円となりました。営業利益は 12 億 1,900 万円となり、前年同期比で 20 億 7,800 万円の増益となりました。

ライフスタイル事業の売上高は前年同期比で 3 億 4,600 万円、5.4%増加の 68 億 500 万円です。ハウジング事業が新規連結による増収効果で 5 億 5,700 万円、13.3%増えまして、47 億 6,300 万円と貢献いたしました。通販事業は 2 億 1,800 万円の減少となりました。営業利益は 7,900 万円となり、前年同期比で 7,100 万円の増加となりました。



こちらはセグメント別の経年推移です。放送事業の売上高を過去 3 年と比較いたしますと、上期全体で大きく伸びております。主な要因は、主力のテレビ放送事業によるものですので、詳細はこの後、朝日放送テレビ・社長の今村からご説明いたします。

コンテンツ事業の売上高も過去 3 年に比べて第 2 四半期が大きく伸びました。大阪・関西万博でイベント企画・運営などを受注できたことや、動画配信が好調だったことなどが貢献しております。

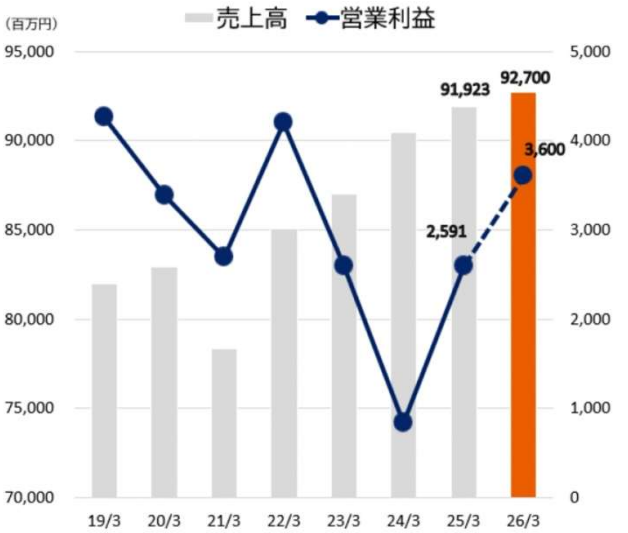
ライフスタイル事業の売上高は新規連結効果で堅調に推移しております。

営業利益につきましては、ご覧のとおり放送・コンテンツ事業が第 2 四半期に大幅に伸びました。

2026年3月期　連結業績予想（11月修正）

放送・コンテンツ事業を中心とする中間期までの好調な業績を反映し、通期見通しを上方修正。

（百万円）	2025／3（実績）	2026／3（修正後）	前年比	増減率
売上高	91,923	**92,700**	776	0.8%
営業利益	2,591	**3,600**	1,008	38.9%
経常利益	2,506	**3,700**	1,193	47.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,502	**4,100**	1,597	63.8%



© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

続きましては、通期の予想についてご説明いたします。上期までの放送・コンテンツ事業を中心とする好調な業績を反映いたしまして、通期予想を上方修正いたしました。売上高は 927 億円、営業利益は 36 億円、経常利益は 37 億円、親会社株主に帰属する当期純利益は 41 億円とそれぞれ予想しております。

2026年3月期 セグメント別業績予想（11月修正）

	（百万円）		2025/3（実績）	2026/3（修正後）	前年比	増減率
売上高	放送・コンテンツ合計		78,529	**78,800**	270	0.3%
	内訳	放送*	56,997	**56,300**	△697	△1.2%
		コンテンツ*	21,475	**22,400**	924	4.3%
		その他	56	**100**	43	77.8%
	ライフスタイル合計		13,394	**13,900**	505	3.8%
	内訳	ハウジング	8,804	**9,400**	595	6.8%
		通販	3,277	**3,200**	△77	△2.4%
		ゴルフ	1,017	**1,000**	△17	△1.7%
		その他	295	**300**	4	1.6%

	（百万円）	2025/3（実績）	2026/3（修正後）	前年比	増減率
営業利益	放送･コンテンツ合計	2,824	**3,400**	575	20.4%
	ライフスタイル合計	238	**300**	61	25.8%
	その他調整額	△471	**△100**	371	―

＊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。
このため、25年3月期の放送及びコンテンツの数値は同様の方法で集計した参考値です。

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

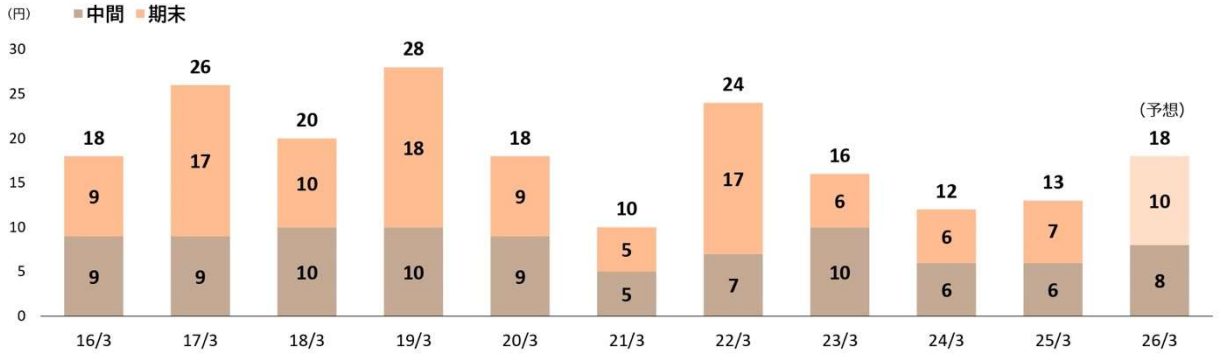
セグメント別の業績予想です。全体では対前期、対当初予想と比較いたしまして、いずれも増収増益に業績予想を修正しております。

まず、売上高は放送・コンテンツ事業合計で 788 億円、ライフスタイル事業は合計で 139 億円となる見込みです。営業利益につきましては、放送・コンテンツ事業合計で 34 億円、ライフスタイル事業合計で 3 億円を予想しておりまして、合わせて 36 億円の達成を目指しております。

配当について

配当方針にしたがい、中間配当を前回予想から２円引き上げ１株当たり８円としました。また期末配当につきましても、業績予想の修正を踏まえ、前回予想から２円引き上げ１株当たり１０円に修正いたします。これにより年間の予想配当金は１８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。



© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

最後に、配当についてご説明いたします。業績予想の上方修正に伴い、配当予想も修正いたします。中間 6 円、期末 8 円の合計 14 円から、中間 8 円、期末 10 円の合計 18 円へと修正いたします。

以上で連結業績に関するご説明を終わらせていただきます。

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。

今村：朝日放送テレビ、社長の今村でございます。どうぞよろしくお願いいたします。それでは、朝日放送テレビの業績についてご説明させていただきます。

朝日放送テレビ 業績

シェア拡大によるスポット広告収入増とローカルタイム広告収入好調で大幅増収増益。
TVer収入(動画配信)やイベントなどコンテンツ事業も好調に推移。

(百万円)	2025／3　上期	2026／3　上期	前年比	増減率
売上高	27,207	**29,315**	2,108	7.7%
営業費用	27,265	**28,118**	853	3.1%
売上原価	17,678	**17,925**	247	1.4%
販管費	9,587	**10,193**	605	6.3%
営業利益	△58	**1,196**	1,254	—
経常利益	△23	**1,254**	1,277	—
当期純利益	△18	**2,051**	2,069	—
コンテンツ制作費*	9,898	**9,734**	△164	△1.7%

＊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。
また、25年3月期上期の番組費は8,400百万円、25年3月期以前の方法で集計した26年3月期上期の番組費は8,055百万円です。

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

まず、朝日放送テレビ個別でも、前年同期比で大幅な増収増益を達成しました。業績が大きく伸びた理由は、関西地区におけるシェア拡大によるスポット広告収入増と、ローカルタイム広告収入の好調です。特に利益率の高いスポット広告収入の好調が増益に大きく貢献しました。また、動画配信やイベントなど、コンテンツ事業も好調に推移いたしました。

その結果、売上高は前年同期比で 21 億 800 万円の増加、そして営業利益は前期の 5,800 万円の赤字から 11 億 9,600 万円の黒字になり、12 億 5,400 万円の大幅な改善となりました。

朝日放送テレビ 収入内訳

（百万円）	2023／3 上期	2024／3 上期	2025／3 上期	2026／3 上期	前年比	増減要因
放送事業収入＊	23,012	22,057	22,493	**24,098**	1,604	・詳細は次ページ以降
コンテンツ事業収入＊	3,705	5,073	4,579	**5,050**	471	・TVer収入が前期比1.5倍と大幅増 ・イベント（ミッフィー展等）が好調 ・ふるさと納税サイト「ふるラボ」のポイント特典駆け込み需要増
その他	140	143	134	**166**	32	

＊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月期以前の放送及び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。

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

収入の内訳です。放送事業収入は 240 億 9,800 万円で、16 億 400 万円の増収となりました。詳細は次のページ以降でご説明いたします。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 50 億 5,000 万円となり、4 億 7,100 万円の増収です。TVer 収入が前年比で 1.5 倍と拡大したことや、その他では生誕 70 周年記念として開催した「ミッフィー展」が好評を博したことなどが主な要因です。

朝日放送テレビ 主な「放送事業収入」の推移

関西No.1の高い視聴率に加え、地区投下増とシェア増で、スポット収入が大幅に増加。
ネットタイム収入は前年放送の大型特番がなかったことなどで減少も、ローカルタイム好調。

（百万円）	2023／3 上期	2024／3 上期	2025／3 上期	2026／3 上期	前年比	増減要因
スポット	14,208	13,619	13,942	**15,214**	1,271	・関西No.1視聴率を背景にシェア増を実現 ・関西への地区投下が前年同期比103%と好調 ・大阪・関西万博の効果でレジャー分野等関連業種の出稿拡大
ネットワーク（タイム）	5,581	5,435	5,596	**5,463**	△132	・前年実施した大型特番（CHEF-1グランプリ）の放送がなかった ・日曜全国ネットドラマの放送枠変更に伴い、費用・収入共に減少
ローカル（タイム）	2,985	2,745	2,700	**3,168**	467	・「おはよう朝日です」等レギュラー番組が好調

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

こちらは、主な放送事業収入の 4 年間の推移とその内訳になります。スポット収入は前年比 12 億 7,100 万円の増収です。関西 No.1 の視聴率を背景にシェア増を実現しました。また、関西の地区投下が前年同期比の 103%と好調だったことや、大阪・関西万博の活況などでレジャーなどの関連業種の出稿拡大によって大幅な増収となりました。

一方で、ネットタイムは前年比 1 億 3,200 万円の減収となりました。前年にありました大型特番の放送がなかったことや、日曜の全国ネットドラマの放送枠変更に伴い、費用、収入ともに減少したことなどが要因です。

ローカルタイムは前年比 4 億 6,700 万円の増収となりました。朝のワイド番組「おはよう朝日です」をはじめとするローカルのレギュラー番組が好調だったことが要因です。

朝日放送テレビ スポット収入（四半期毎の推移）

テレビ広告市場の活況を背景に、地区投下増。
当社は、シェア拡大と広告単価アップの交渉を着実に実施し、スポットの大幅増収を実現。

前年同期比
上期
109.1%

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

次に、スポット収入の四半期ごとの推移です。お伝えしているとおり、大阪・関西万博の盛り上がりでレジャーなどの関連業種の出稿があり、関西地区へのスポット投下は前年比 103%と活況でした。こうした市況に加え、当社は高い視聴率を背景にシェアを拡大し、第 1 四半期、第 2 四半期とも非常に好調に推移して、地区投下を大きく上回る前年同期比 109.1%を実現いたしました。

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	2025/3 上期（2024年4月～2024年9月） 増減率	構成率	2026/3 上期（2025年4月～2025年9月） 増減率	構成率
1	交通・レジャー・外食・サービス	101.0%	15.2%	107.5%	15.0%
2	食品	113.0%	10.1%	109.6%	10.2%
3	飲料・アルコール飲料	97.7%	10.1%	93.1%	8.6%
4	薬品・医療用品	108.9%	7.9%	115.7%	8.4%
5	情報・通信	105.3%	7.1%	105.3%	6.8%
6	家電・コンピュータ	90.5%	6.0%	108.0%	5.9%
7	金融	106.9%	6.4%	100.3%	5.9%
8	自動車	123.1%	4.8%	119.7%	5.3%
9	化粧品・トイレタリー	117.5%	5.5%	93.6%	4.7%
10	趣味(映画・ゲーム・音楽など)	69.7%	3.9%	122.5%	4.4%
11	住宅・不動産・建設	79.1%	2.7%	167.3%	4.2%
12	出版	100.7%	2.4%	143.2%	3.2%
13	官公庁・政治団体	106.1%	3.6%	87.4%	2.9%
14	エネルギー・機械・素材	147.9%	2.1%	145.1%	2.8%
15	ファッション(衣料・貴金属など)	91.6%	2.3%	131.5%	2.8%
16	家庭用品	99.8%	2.2%	138.0%	2.7%
17	流通	138.7%	2.7%	103.2%	2.5%
18	通信販売	91.2%	2.8%	66.3%	1.7%
19	各種団体(法律事務所など)	78.7%	1.0%	135.0%	1.3%
20	運輸・事業・イベント	154.1%	1.0%	59.0%	0.5%
21	その他	49.5%	0.1%	148.1%	0.1%
	合計		100.0%		100.0%

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

業種別の状況ですが、当期は景況感の回復を背景に企業からの出稿も堅調に推移しました。レジャー、観光関連業種が好調だった他、採用市場の活況に伴う人材関連業種の好調も目立っております。食品関連業も景況の緩やかな回復に合わせて順調に価格転嫁が進み、堅調な出稿となりました。

また、従来は下期のみに実施されていました風邪薬のキャンペーンが夏場でも実施されたため、薬品・医療用品の出稿増も見られました。

関西地区【個人全体】視聴率　25年4月～25年9月*

各種レギュラー番組の好調に加え、高校野球関連番組、阪神タイガースのリーグ優勝等で４冠を獲得。
３半期連続４冠は、開局以来初めての快挙。

	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 4.9%	ABC 5.2%	ABC 2.6%
2	MBS・KTV・YTV 2.9%	YTV 4.7%	KTV・YTV 4.4%	YTV 2.3%
3	*** ***	KTV 4.5%	*** ***	MBS 2.0%
4	*** ***	MBS 4.4%	MBS 4.3%	KTV 1.7%
5	NHK 2.5%	NHK 4.1%	NHK 3.6%	NHK 0.9%

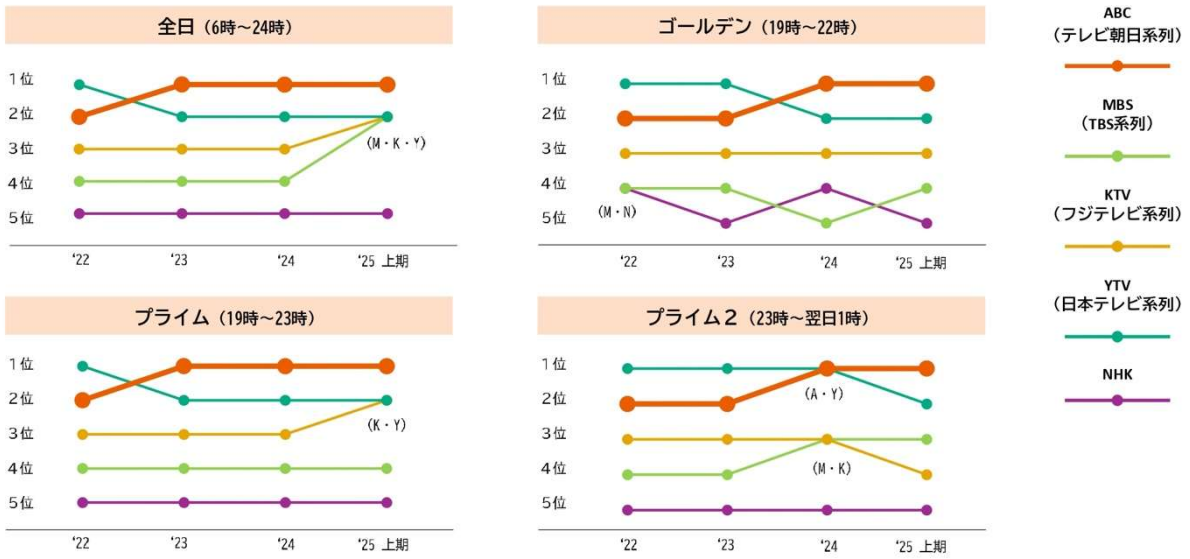
ABC（テレビ朝日系列）
MBS（TBS系列）
KTV（フジテレビ系列）
YTV（日本テレビ系列）
NHK

（*2025年3月31日～2025年9月28日　出典：ビデオリサーチ）

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

視聴率は引き続き好調で、2025 年度上半期は 4 冠を獲得し、3 半期連続の 4 冠を達成しました。これは開局以来、初めての快挙となります。「おはよう朝日です」、夕方の「news おかえり」、夜帯の「報道ステーション」、ナイト in ナイト枠の各番組等、レギュラー番組が引き続き好調だったことに加えて、夏の「高校野球中継」や「熱闘甲子園」が健闘したこと、そしてリーグ優勝した「阪神タイガース中継」の視聴率が非常に良かったことも要因の一つです。

関西地区（個人全体）視聴率順位　4年間推移



（出典：ビデオリサーチ）

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

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す。全日、ゴールデン、プライム、プライム 2、いずれも単独の 1 位を獲得しております。なお、全日、プライムは 6 半期連続、ゴールデンは 4 半期連続、プライム 2 は 3 半期連続のトップです。

テレビ事業トピックス

1 大阪・関西万博で 地元メディアとして機運醸成に寄与

3月16日「ACN EXPO EKIDEN2025」開催

開幕1か月前に「駅伝史上初の実業団 vs大学生」を全国ネットで生中継

Q-1～U-18が未来を変える☆研究発表SHOW～

4回目の開催となった今回は、決勝を万博会場内EXPOホールで収録。初の全国ネット放送。

報道・情報番組はもちろん、会場から連日、様々な番組で情報を発信

おはよう朝日です　ノイミーステーションTV　DAIGOも台所

2 リアルイベントでタッチポイント増 ファン・エンゲージメントを向上

ドリカムと夏祭り2025 ここからだ！in 万博記念公園

「ACN EXPO EKIDEN2025」のテーマ曲を書き下ろした「DREAMS COME TRUE」による夏イベントにABCも参画。

4月開業のGLION ARENA KOBEで主催イベント開催

グループのイベント開催を目指し、ホールディングス社とベスティが出資に参画しているアリーナで虎パン アニキ祭り」を開催。このほか、全国ネット番組「熱闘甲子園」派生イベント「熱闘JAM」をベスティ主催で開催。

おは朝発の新イベント開催

報道IP事業グループが始動、
おは朝関連の各種イベントを開催
8月：「おは朝ファミリーコンサート」を初開催。
11月：「おは朝パーク」4回目を開催。

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

テレビ事業のトピックスはご覧のような形のとおりでございます。まず、大盛況のうちに幕を閉じました大阪・関西万博では、当社も開幕前、開催期間中を通じまして、連日さまざまな番組で万博の情報を発信して、万博の機運盛り上げに貢献するとともに、当社ブランドの向上を図ることができました。

中でも 18 歳以下の高校生たちが未来を変えるアイデアを競う「Q-1」というイベントを会期中に万博会場内で開催し、全国ネットで放送いたしました。こちらは今回の万博の「いのち輝く未来社会のデザイン」というテーマにマッチした企画でもあり、多くの方々に会場に来ていただきました。

万博以外のリアルイベントも活況で、開幕前に開催しました「ACN EXPO EKIDEN2025」のテーマ曲を書き下ろしてくれた「DREAMS COME TRUE」による夏のイベントに当社も初めて参画いたしました。

また、当社とグループ社のベスティが出資に参画し、4 月に開業しました「GLION ARENA KOBE」でも、スポーツコンテンツを中心にさまざまなイベントを企画、開催しております。

最後に、当社の成長戦略の柱でもありますエンゲージメントの高い IP との共創を通じた次世代コンテンツの創出と収益の多角化についてご紹介いたします。

ASOBISYSTEM のアイドルや、LDH 所属アーティストとの共創により、イベント開催、グッズ展開など、多角的なファン経済圏への形成を進めていきます。

そして、新しい領域のエンターテイメントへも積極的に投資しています。当社は、10 月にオープンしました世界的にも注目されるアート集団「teamLab」の国内最大規模の常設ミュージアムとなります、「チームラボ バイオヴォルテックス 京都」に参画いたしました。

この他、関西が誇るスポーツ IP とも言えます阪神タイガースとの取り組みでは、今週末の 11 月 22 日、土曜日にリーグ優勝を記念したパレードを当社が独占中継いたします。この流れを追い風にしまして、11 月 14 日から公開中の、球団創設 90 周年を記念したドキュメンタリー映画の製作委員会にも当社グループのベスティが参画することができました。

当期の業績は非常に好調でした。引き続き、IP 共創という成長戦略に積極的に再投資して、企業価値向上に取り組んでまいりたいと考えております。

以上で、朝日放送テレビからの説明を終わらせていただきます。

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、成長戦略とその進捗状況についてご説明します。

西出：西出でございます。現在推進している成長戦略とその進捗についてご説明いたします。

海外市場を開拓　ーハリウッドとの共同制作も始動ー

グループ内外と「共創」

アニメーション映画

「DEATH STRANDING MOSQUITO（仮題）」の制作が始動

累計プレイヤー数2000万人のオープンワールドゲーム『DEATH STRANDING』を原作としたアニメーション映画をKOJIMA PRODUCTIONSとハリウッドとABCアニメーションで共同制作。

監督：宮本　浩史

アニメーション監督・演出家。
東映アニメーション、Production I.G、スクウェア・エニックス 等に在籍後、2020年にABCアニメーション内にスタジオを設立。スタジオ第1作として、本作品を制作中。

原作ゲーム：DEATH STRANDING
ノーマン・リーダスやマッツ・ミケル センなどの世界的名優たちがキャラクターのモーションキャプチャーを演じて世界的にも話題を呼び、熱狂的なファンを生み出したオープンワールドゲーム。

(C) KOJIMA PRODUCTIONS Co., Ltd.

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

まず、アニメ事業の成長戦略として KOJIMA PRODUCTIONS と、ハリウッドのクリエイターとの大型共同制作プロジェクトが始動いたしました。世界的ゲームクリエイターである小島秀夫氏が創造した人気ゲーム、「DEATH STRANDING」を原作としたアニメーション映画、「DEATH STRANDING MOSQUITO（仮題）」の制作を ABC アニメーションスタジオが担います。

「DEATH STRANDING」は、全世界累計プレイヤー2,000 万人のオープンワールドゲームで、モーションキャプチャーに世界的な名優を起用したことで、熱狂的なファンコミュニティを持つ強力なグローバル IP です。このビッグタイトル制作は、監督を務める宮本の強い思いから実現いたしました。

このハリウッド共同制作作品を通じて、コンテンツ産業の新しいトレンドを牽引する米国市場で実績をつくり、今後のグローバル市場開拓の大きな足がかりにしたいと考えております。

次世代クリエイター育成に注力 ー東京都の協定事業者に採択ー

グループ内外と「共創」

ABCアニメーション

『世界に羽ばたくアニメーター等の育成支援事業』協定事業者に採択

東京コンテンツインキュベーションセンター*内に、作画・音声収録・編集までワンストップでアニメ・漫画作品を制作できる『アトリエラボ』を整備。
先端技術等の知識・ノウハウの提供やコンテンツ事業者等とのマッチング機会を提供し、次世代クリエイターの事業展開等をサポート。

クリエーターズワーキングラボ(高機能PC等)

エディットルーム(ポストプロダクション)

サウンドステージ(収録ブース/コントロールルーム)

モーションキャプチャースタジオ

＊東京コンテンツインキュベーターセンター(TCIC)
東京都が支援する、アニメやゲームなどのコンテンツ事業に特化したインキュベーション施設。クリエイターの事業化を多角的にサポートする。

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

次に、アニメ事業における次世代クリエイターの育成についてです。グループの ABC アニメーションは、日本のコンテンツ産業の未来を担う取り組みとして、東京都の世界に羽ばたくアニメーター等の育成支援事業の協定事業者に選定されました。この事業では、クリエイターに対し技術支援と事業化支援を包括的に提供いたします。

具体的には、東京コンテンツインキュベーションセンター内に作画、収録、モーションキャプチャーまでワンストップで対応可能なアトリエラボを整備。当社のノウハウと最新設備を提供することでクリエイターの挑戦を促し、事業展開をサポートいたします。

日本アニメの将来への貢献と、世界に誇れる新しい才能の育成に積極的に取り組んでまいります。

海外市場を開拓 ー海外パートナーとの共創を加速ー

グループ内外と「共創」

ContentAsia Awards 2025

2作品が国際コンペティションで受賞

韓国・シンガポールの会社と共同開発した「Miracle100」が2部門で最優秀賞を受賞。1作品が2部門受賞するのは同コンペ史上初の快挙。

NBCユニバーサル・フォーマットと共同制作した『シークレットゲームショー2』が優秀賞を受賞。

オリジナル脚本ドラマを共同開発

グローバルコンテンツスタジオとの共創

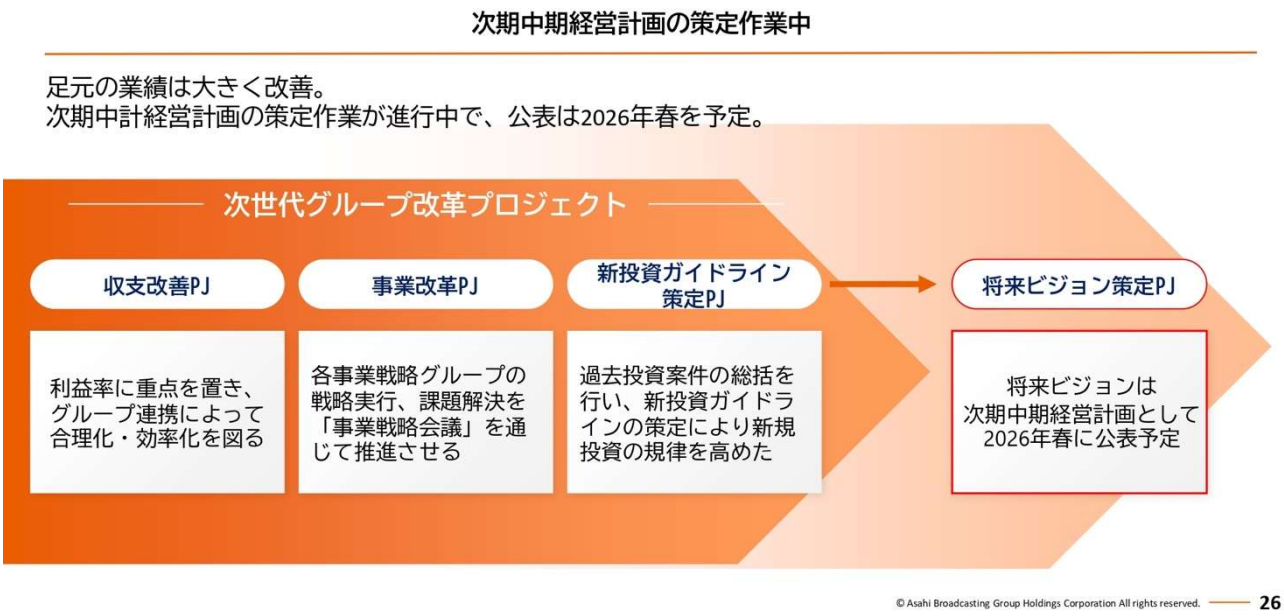
韓国のプレミアムコンテンツ制作スタジオIMAGINUSと業務提携。オリジナル脚本のドラマ開発が進行中。

IMAGINUS
韓国の人気作品を数多く手掛けるプロデューサーらのクリエイターを中心に設立されたグローバルコンテンツスタジオ。

© Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation All rights reserved.

実写コンテンツ分野では、グローバル展開を視野に入れた海外パートナーとの共創を強化しています。9 月に台湾で開催された国際コンペティション「ContentAsia Awards 2025」では、朝日放送テレビと海外パートナーが共同で制作した 2 作品が高く評価されました。特に韓国、シンガポールとの共同開発作品「Miracle100」は 2 部門で最優秀賞を受賞し、同コンペ史上初の快挙を果たしました。この作品は、海外でのフォーマットセールスに向けた交渉が進行中です。

この他、2024 年秋に業務提携した世界的ヒット作品を数多く手がけるクリエイター集団である、韓国のグローバルコンテンツスタジオ、「IMAGINUS」とは現在、オリジナル脚本によるドラマの開発を進めております。



最後に、グループ改革の進捗と今後の計画についてです。2024 年 8 月から始動した次世代グループ改革プロジェクトは着実に成果を生み出しております。収支面では、グループ全体での管理会計の導入や事業の合理化、効率化を進めた結果、テレビ事業を中心に足元の営業利益が前年同期比で大きく改善しております。また、財務基盤の強化を目的に、政策保有株式や遊休資産の処分を進めており、成長投資へ振り向ける方針です。

この改革プロジェクトの最終フェーズとして、現在、将来ビジョン策定プロジェクトが進行中です。将来ビジョンとして、2026 年以降のグループのありたい姿を定め、それに向けた全社戦略と個別事業戦略を策定して業績目標にコミットしていきます。

次期中期経営計画は 2026 年春の公表を予定しております。この計画に基づき、持続的な企業価値の向上を目指してまいります。

司会：当社からのご説明は以上になります。

質疑応答

司会：それでは、質疑応答に入りたいと思います。

事前のご質問を紹介させていただきます。

まず一つ目です。広告市況について。広告市況の前提について伺いたい。下期の状況と来期のテレビ広告収入の増収の可否についてどのように考えられているかご解説いただきたい。

二つ目です。アニメ事業の見通しについて。受注条件の改善による収益性が期待される一方で、競争環境も激化している状況かと思います。収益性改善のタイミングはいつ頃と見込まれていて、将来の見通しから乖離など生じてはいないか、ご解説いただきたい。

司会：まずは一つ目、広告市況についてですが、こちらはテレビ社、営業担当取締役の竹田からご説明させていただきます。

竹田 ：よろしくお願いします。テレビ社のスポット売上は、おかげさまで昨年 7 月以降、前年同月比を超える状態が続いております。

当上期は、当初の想定を上回り地区投下 103%という環境下で、前年 109%の伸びとなり、非常に好調に推移いたしました。下期は引き続き堅調ではあるものの、昨年の 10-12 月、1-3 月の伸び幅がかなり大きかった分、現時点では下期全体で前年 100%が一つのハードルというような形で推移しております。

ただ、弊社は視聴率好調が持続しており、シェアも堅調に推移をしています。課題の単価アップも着実に行われていることから、しっかりと数字をつくっていけるものと確信しております。

来期の見通しにつきましては、年明けの各社情報を踏まえた景況を見極める必要がありますけれども、現時点でネガティブな情報は聞こえてきておりません。今年好調なビール各社、食品、それから人材系、外食、交通・レジャー系などの業種に加えて、昨今目立っている人材確保を目的とした BtoB 企業の出稿も堅調に推移するものと見ています。

大阪・関西万博は閉幕いたしまして、万博協会からの出稿等はなくなりますが、引き続きの国内移動の促進や、ポスト万博を見据えた形での交通・レジャー系、それから外食系の出稿は引き続き継続していくものと見ております。以上、質問にお答えいたしました。

司会：では、二つ目、アニメ事業の質問に関しましては、ホールディングス社、社長の西出からご説明いたします。

西出 ：ABC アニメーションにおいては、一部の作品の販売不振等により収益性が悪化した結果となっております。しかしながら、引き続き幹事作品のラインナップも充実させ、業績回復を目指しております。また、京都アニメーションさんの幹事作品、それからハリウッドとの共同制作等を実施しまして、将来の収益の源泉となる企画には引き続き取り組んでおります。従って今期の業績については一過性の影響と見ております。

また、SILVER LINK.社においては、過去に受注した低予算の作品等も今年度にはほぼ納品を終了する予定で、受注単価も改善してきていることから、翌年度には収支改善が見込まれると考えております。以上、ご質問にお答えいたしました。

司会：いただいたご質問は以上となります。ありがとうございました。

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、当社グループをどうぞよろしくお願い申し上げます。