



朝日放送グループホールディングス株式会社

2019年3月期第2四半期決算説明会

2018年11月16日（金）

【開催場所】 〒105-0013 東京都港区浜松町 2-3-1 日本生命浜松町クリアタワー
6階 浜松町コンベンションホール会議室 A

【登壇者】 代表取締役社長 沖中 進
朝日放送テレビ株式会社 代表取締役社長 山本 晋也
（朝日放送グループホールディングス株式会社 代表取締役副社長）
取締役（経理担当） 角田 正人

登壇

司会: 皆様、大変長らくお待たせいたしました。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、2018年度第2四半期決算説明会を開催いたします。

それでは、本日の出席者は、右から、朝日放送グループホールディングス株式会社代表取締役社長、沖中進、朝日放送グループホールディングス株式会社代表取締役副社長で朝日放送テレビ株式会社代表取締役社長の山本晋也、朝日放送グループホールディングス株式会社取締役で経理担当の角田正人でございます。

まず初めにホールディングス社社長の沖中より、決算の概要についてご説明いたします。

沖中: 本日はお忙しい中、皆様、お集まりいただきまして、誠にありがとうございます。朝日放送グループホールディングスの沖中でございます。皆様には日頃より弊社をお引き立て賜り、厚く御礼申し上げます。

それでは、早速スライドの説明にまいります。

連結業績・費用(上期)

単位:百万円	18年度上期	17年度上期	前期比	増減率
売上高	39,280	38,920	360	0.9%
営業費用	38,290	38,090	199	0.5%
内 売上原価	26,616	26,484	132	0.5%
内 販管費	11,673	11,606	67	0.6%
営業利益	990	829	160	19.4%
経常利益	1,194	1,021	173	17.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,508	614	894	145.5%

- ・テレビ放送事業収入が減収も、グループ各社好調で増収増益に
- ・最終利益の大幅プラスは、HD化に伴う税会計上の処理によるもの

2

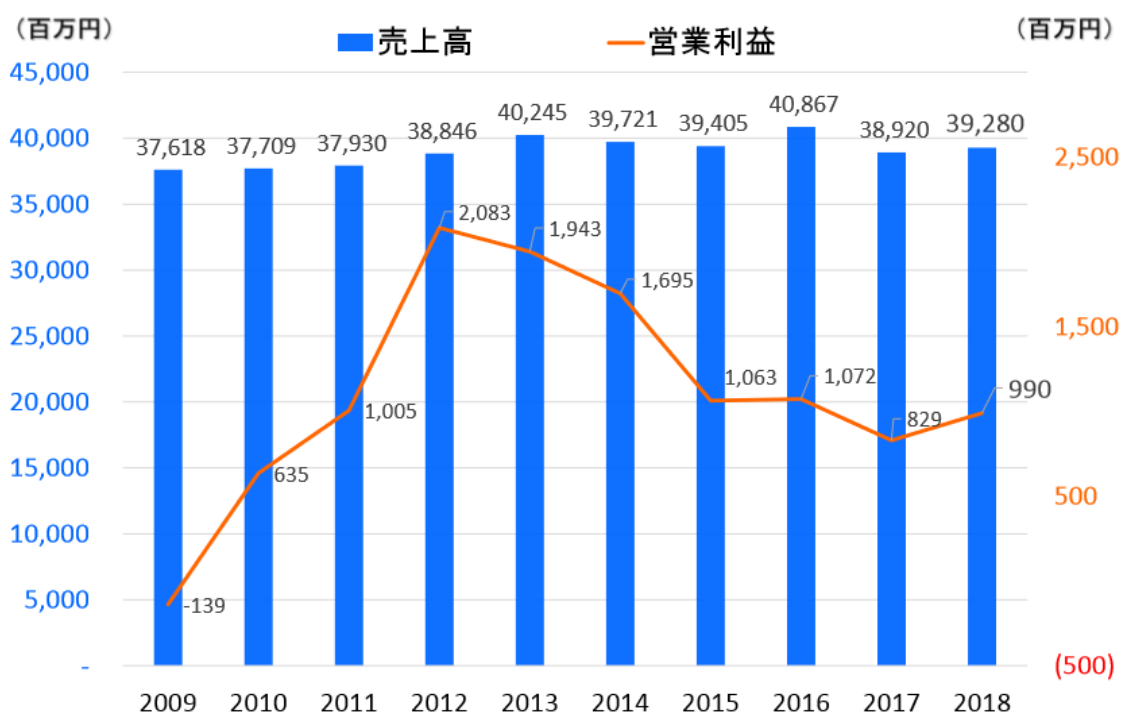
©ABC2018

ABC

まず連結の概要についてご説明いたします。当上期は増収増益でございました。テレビ放送事業収入が不調でした。しかし、ハウジング事業の売上増で増収に、そしてコンテンツビジネスを展開するフロンティアホールディングスや、CS放送のスカイ・エーなどの利益が増えたことで、トータルとしまして増収増益となりました。

なお、親会社株主に帰属する当期純利益は大幅プラスとなっております。これはホールディングス化に伴う税会計上によるものでございます。

過去10年の売上高と営業利益(連結:上期)



3

©ABC2018

ABC

こちらのグラフでございます。過去10年の上期、第2四半期の連結売上高と営業利益の推移でございます。当上期は営業利益、利益率とも前期を上回ることができました。

セグメント別業績

(単位:百万円)

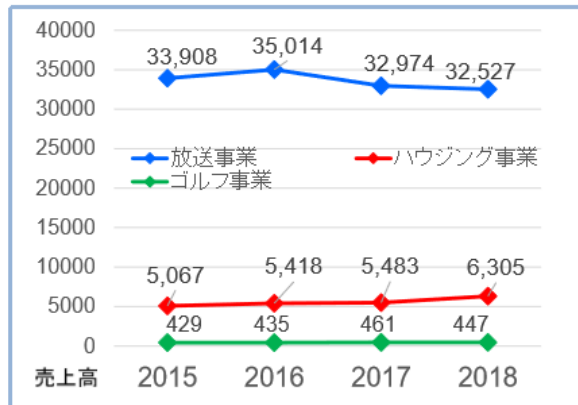
放送事業	18年度上期	17年度上期
売上高	32,527	32,974
営業利益	657	412

ハウジング事業	18年度上期	17年度上期
売上高	6,305	5,483
営業利益	446	397

ゴルフ事業	18年度上期	17年度上期
売上高	447	461
営業利益	2	18

その他調整額	18年度上期	17年度上期
営業利益	△115	—

※HD化に伴い経営管理料等の計上を見直したため、前年度との増減率等は記載しておりません。



- ・放送事業は、テレビスポットが低調だったがアニメ・通販・CSが好調だったことで、微減収・増益となった
- ・ハウジング事業は好調
- ・ゴルフ事業は堅調

4

©ABC2018

ABC

次でございますが、セグメントごとの売上高の推移グラフで、傾向と全体像をご説明いたします。まず画面右下のグラフをご覧ください。ここ数年放送事業は減収傾向で、ハウジングがやや増収、そしてゴルフ事業が横ばいとなっております。

当上期の放送事業も減収ではありますが、利益は前年を上回ることができました。これは当上期、残念ながら低調だったテレビスポットの広告収入を好調だったアニメ事業などのコンテンツビジネスやCS放送、スカイ・エーでございますが、そちらがカバーしたことなどにより減収幅を圧縮でき、利益確保につながりました。ハウジング事業も増収に貢献しております。

では、まず放送事業のメイン、テレビ社の事業につきまして、朝日放送テレビ社長の山本の方からご説明いたします。

司会：続きまして朝日放送テレビ代表取締役社長の山本晋也より、テレビ事業の詳細についてご説明申し上げます。

朝日放送テレビ 業績と費用(上期)

<業績>

上期	朝日放送テレビ 18年度
売上高	27,887
営業利益	△67
経常利益	△45
当期純利益	668

<費用>

(単位:百万円)

上期	朝日放送テレビ 18年度
売上原価	17,616
販管費	10,338
営業費用合計	27,954

・営業・経常利益とも赤字
・当期純利益はHD化に伴う税会計上の処理で黒字

6

©ABC2018

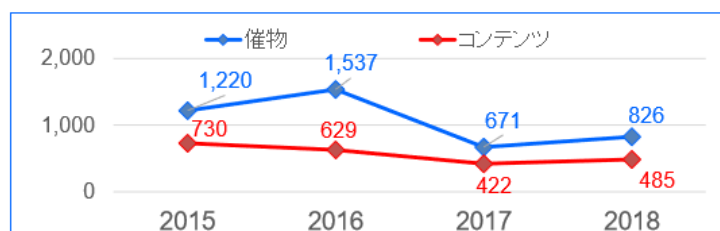
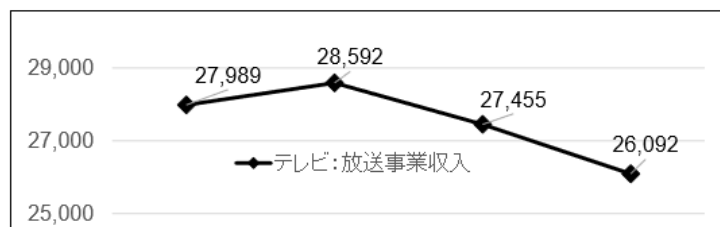
ABC

山本: 朝日放送テレビの社長の山本でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

それでは、当上期の業績と費用についてご説明をいたします。HD化後初めての間接決算は残念ながら営業利益、経常利益がマイナスという大変厳しいスタートとなりました。当期純利益が黒字になっているのは、ホールディングス化に伴う税会計上の処理によるものでございます。なお、前年は分割準備会社だったので、前年比較はしておりません。

朝日放送テレビ 主な収入(上期)

	2015	2016	2017	2018
テレビ放送事業収入	27,989	28,592	27,455	26,092
催物収入	1,220	1,537	671	826
コンテンツ関連収入	730	629	422	485



注:2017年度以前の「催物収入」には、ラジオイベントも含む

上期のポイント

- ・**テレビ放送事業収入**
テレビ広告収入が低調で不振
 - ・**催物収入**
クラシックコンサートが堅調
グルメサイト連動イベントの全国展開も貢献
 - ・**コンテンツ関連収入**
7月からアーカイブ配信をフロンティアHDに移管
収入はほぼ横ばい
- ※コンテンツ関連収入は、2016年7月以降
一部事業をABCフロンティアHDに移管

7

©ABC2018



では、次のスライドで当社の主な収入についてご説明をいたします。当社の主な収入はテレビ放送事業収入、イベントなどの催物収入、そしてバーチャル高校野球などのコンテンツ関連収入の三つになります。

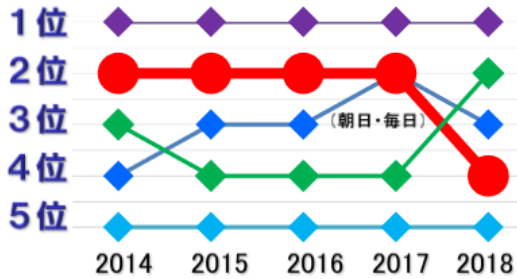
ご覧のとおり、当上期の業績が厳しい原因は、当社のメインであるテレビ放送事業収入の不振によるものでございます。イベントなどの催物はクラシックコンサートが堅調だった他、グルメサイト連動イベント、フードソニックの全国展開で増収となりました。

コンテンツ関連収入は7月からアーカイブ配信をグループのABCフロンティアホールディングスに移管しましたが、バーチャル高校野球の収入が前年比プラスとなり、前年同期比でほぼ横ばいとなりました。

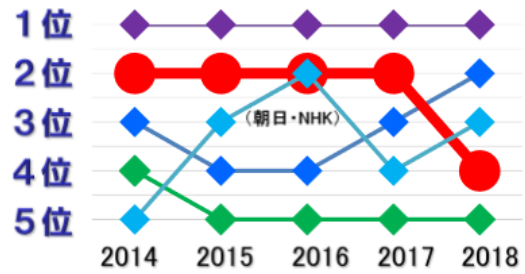
関西地区のテレビ視聴率(注: 2018年は上期のみ)

全日 (6時～24時)

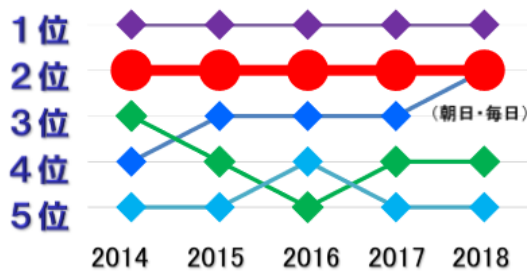
(出典: ビデオリサーチ)



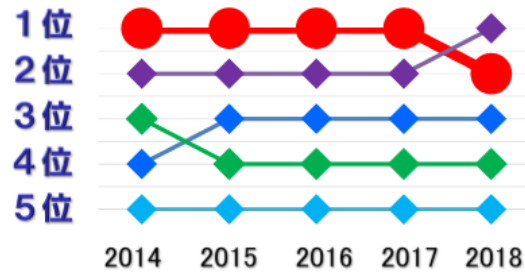
ゴールデン (19時～22時)



プライム (19時～23時)



プライム2 (23時～25時)



● 朝日放送テレビ(テレ朝系)
 ◆ 関西テレビ(フジTV系)
 ◆ NHK
◆ 毎日放送(TBS系)
 ◆ 読売テレビ(日テレ系)



では、ここからメインのテレビ放送事業の詳細についてご説明をいたします。まずは視聴率について赤色の折れ線グラフが当社でございます。全日帯、ゴールデン帯は4位、全日帯4位は1996年上半期以来の低さでございます。プライム帯は2位を維持したものの、プライム2はトップの座を奪われてしまいました。プライム2のトップ陥落は2016年度上半期以来で、全時間帯を通じて厳しい結果となっております。

2018年4～9月 テレビ視聴率(関西地区)

(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	YTV 8.2	YTV 11.9	YTV 11.8	YTV 7.8
2	KTV 7.6	MBS 10.9	ABC・MBS 10.9(+0.1)	ABC 7.1(-0.7)
3	MBS 7.4	NHK 10.4	* * * * * *	MBS 6.0
4	ABC 7.1(-0.2)	ABC 10.2(-0.1)	KTV 9.9	KTV 5.5
5	NHK 6.2	KTV 9.9	NHK 9.2	NHK 3.3

9

©ABC2018



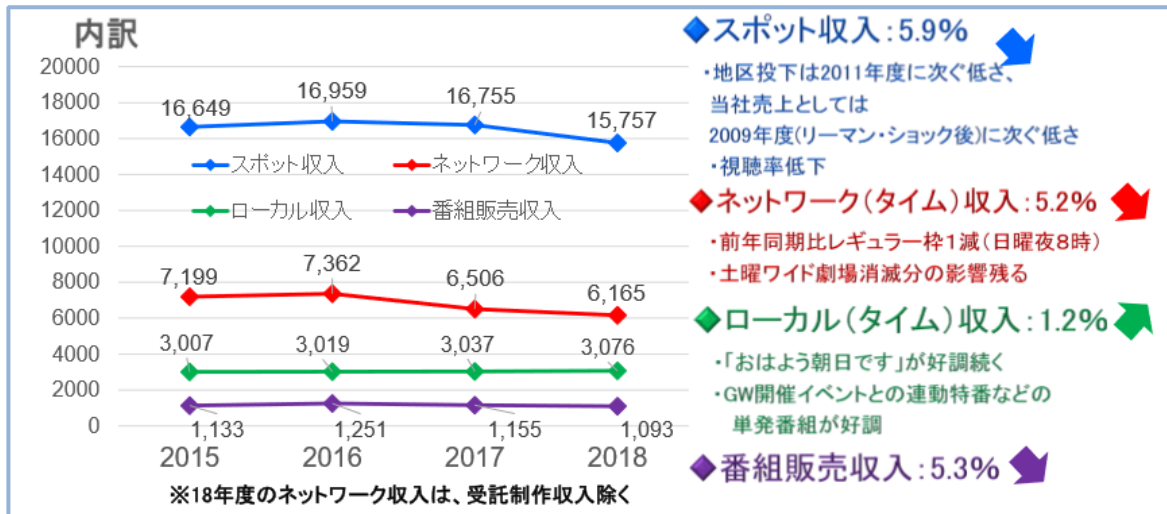
各時間帯の視聴率の数字はご覧のとおりでございます。今年はいぶ災害やスポーツ界のハラスメント問題などでニュース、情報番組のニーズが高まり、HUTが上昇して数字を伸ばす局が多い中、当社と視聴者層が近いNHKが特に数字を伸ばしたこともあり、当社は逆に数字を下げております。

中でも各局がニュースを放送している夕方帯と裏局がニュース番組を放送し、当社がバラエティー番組を放送しているプライム2への大きな影響が出ました。後ほどご説明しますが、このニュース情報番組への視聴者のニーズを取り込めていないことは当社にとって非常に重要な課題だというふうに考えております。

テレビ放送事業：収入（地上波：上期）

（単位：百万円）

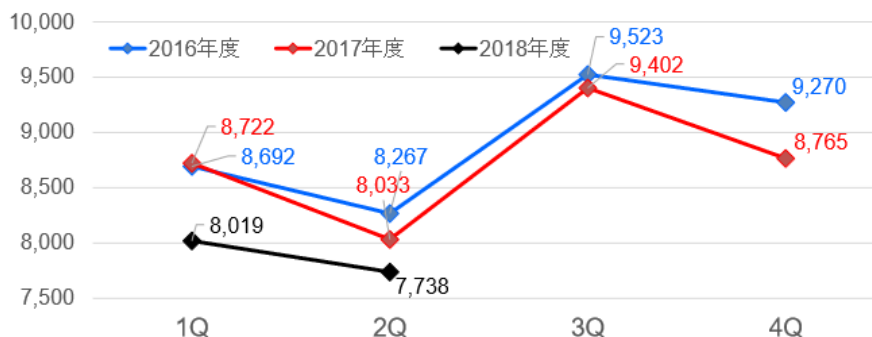
	18年度 上期	17年度 上期	前期比	増減率
テレビ放送事業収入	26,092	27,455	△1,363	△5.0%



次に、テレビ放送事業収入の内訳はご覧のとおりです。ローカル番組のタイム収入以外はマイナスです。

テレビスポット収入(地上波)

	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
2016年度	8,692	8,267	9,523	9,270	35,752
2017年度	8,722	8,033	9,402	8,765	34,923
2018年度	8,019	7,738			15,757



シェアは前年同期比で、第1四半期マイナス・第2四半期プラスで、トータルで0.1ポイントマイナス。大幅減収は、地区投下減の影響が大きい

まずスポット収入についてです。当上期の地区投下は2011年度に次ぐ低さでございました。当社の売上としては、それより前のリーマンショック後2009年度に次ぐ低さとなりました。地区投下の低下に、当社の視聴率低下もあり、業績悪化の原因となりました。

全国ネット番組のタイム収入は前年同期比で日曜夜8時のレギュラー枠が減った影響などで減収となりました。

ローカル番組のタイム収入はレギュラー番組で、「おはよう朝日です」が好調だった他、ゴールデンウィークに開催したイベント連動特別番組など、単発番組も好調で増収となりました。

四半期ごとの業績はご覧のとおりです。在阪4局での当社のスポットシェアは前年同期比で第1四半期が0.3ポイントマイナス、第2四半期が0.2ポイントプラスで、トータルでは0.1ポイントマイナスの24.8%となりました。しかし、金額としては地区投下が減った影響が大きく、大幅な減収となりました。

テレビスポット収入(地上波:業種別20位まで)

業種	2018年度上期		2017年度上期	
	増減率	構成率	増減率	構成率
食品	99.3%	11.7%	106.0%	11.1%
交通・レジャー・外食・サービス	106.4%	10.9%	116.1%	9.7%
飲料・アルコール飲料	110.0%	8.9%	88.8%	7.6%
情報・通信	73.6%	8.0%	91.8%	10.2%
化粧品・トイレタリー	97.6%	7.7%	93.2%	7.4%
自動車	90.1%	7.7%	108.8%	8.0%
薬品・医療用品	92.6%	7.5%	97.3%	7.6%
金融	107.8%	6.7%	88.4%	5.9%
趣味(映画・ゲーム・音楽など)	107.9%	6.2%	92.0%	5.4%
家電・コンピュータ	75.1%	4.8%	108.0%	6.0%
住宅・不動産・建設	90.4%	4.1%	138.9%	4.3%
ファッション(衣料・貴金属など)	86.2%	2.5%	100.2%	2.7%
出版	104.6%	2.2%	110.7%	2.0%
官公庁・政治団体	90.0%	2.0%	83.5%	2.1%
エネルギー・機械・素材	80.2%	1.8%	72.0%	2.1%
流通	119.5%	1.8%	57.7%	1.4%
各種団体(法律事務所など)	93.6%	1.7%	93.5%	1.7%
通信販売	61.5%	1.4%	122.9%	2.1%
運輸・事業・イベント	89.0%	1.2%	101.8%	1.3%
家庭用品	79.3%	1.2%	117.7%	1.4%
その他	20.1%	0.0%	58.0%	0.1%
合計		100.0%		100.0%

スポット広告市場の基幹業種(自動車・通信など)のデジタル広告シフト増でテレビ広告出稿減
 ⇒番組・web連動企画に取り組んでいるが、ニーズの変化に対応しきれず

※増減率は前年同期比

12

©ABC2018



業種別に見ると飲料や保険など、金融系などからの出稿は増えましたが、自動車、通信、家電などのスポット市場の基幹業種からの出稿が減っております。

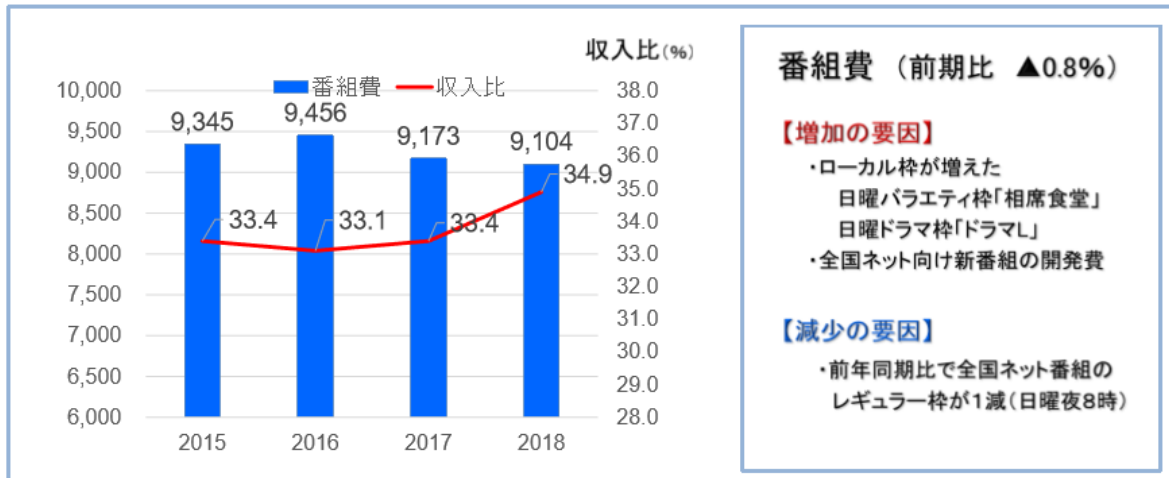
スポンサー企業のデジタル広告シフトが強まっていることが大きく影響しております。番組連動や動画配信に取り組んでいますが、ニーズの変化にまだ対応し切れていないことが営業的な課題だと考えております。

テレビ放送事業：費用（地上波：上期）

（単位：百万円）

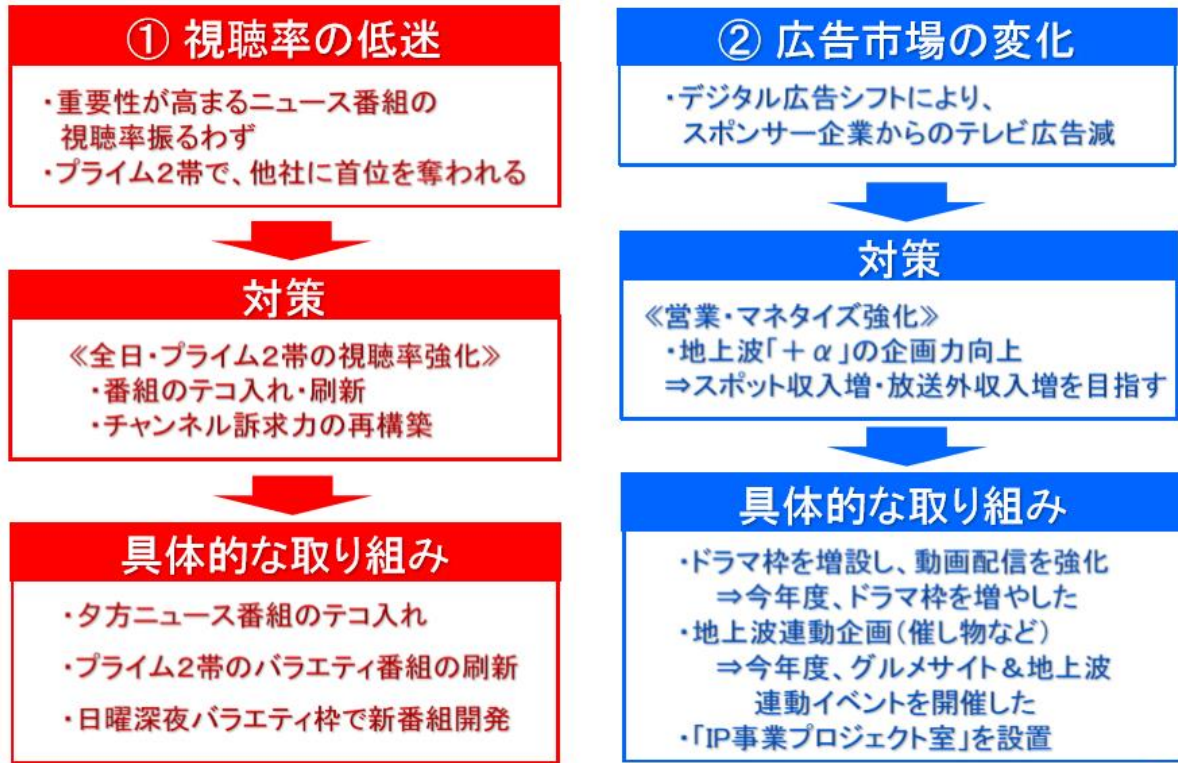
	18年度 上期	17年度 上期	前期比	増減率
朝日放送テレビ 番組費	9,104	9,173	△69	△0.8%

※18年度の番組費は、番組費＋受託制作番組費の合計。（ラジオからの受託などが加算されている）



当上期の番組費は前期比で0.8%マイナスとなりました。日曜深夜にローカルでバラエティー枠とドラマ枠を新設した他、全国ネット放送向けの新番組の開発に取り組んだことなどは増加要因となったものの、前年同期比で日曜8時の全国ネットレギュラー枠がなかった影響もあり、横ばいとなっております。また、業績の悪化を受けて、期中から番組表を含めたコストコントロールにも取り組んだことも、全体として利益のマイナス幅圧縮にはつながりました。

テレビ放送事業 課題への対策と取り組み



14

©ABC2018 **ABC**

では、ここからそれぞれの課題に対する取り組みについてご説明をいたします。お伝えしたとおり、スポット広告が厳しい状況ではありますが、グループの業績向上、成長のためにはテレビ放送事業の強化が不可欠と考えております。

まず視聴率の低迷についてですけれども、本来は当社の強みと言える分野のニュース、情報番組が苦戦をしております。特に夕方帯が苦戦をしております。さらにプライム2のバラエティー枠でトップを奪われたことも、23時台の番組に強いという当社イメージに大きなダメージでチャンネル訴求力の再構築が必要だと考えております。

対策としまして、全日の視聴率対策として、夕方のローカルニュース番組のテコ入れ、4月に新設した日曜深夜バラエティー枠での新番組の開発を進め、深夜バラエティーの番組の刷新を考えております。ニュースに強いABC、深夜バラエティーと言えばABCのステーションイメージの再構築を目指してまいります。

一方で営業戦略として広告市場の変化への対応が急務だと考えております。地上波プラスアルファの企画力を向上させ、スポンサーニーズを取り込み、スポット収入の底上げを目指してまいります。また、中長期的には放送外収入の増加を目指していきたく思います。

具体的には今年度はネット動画配信のニーズの高いドラマ枠を増設した他、地上波番組連動イベントなどを実施しております。さらに11月、先日11月1日付でIP事業プロジェクト室を設置し、マルチデバイスで展開できるコンテンツ制作を加速してまいります。

テレビ放送事業：下期の取組みについて



- ・特番で好評だった番組をレギュラー化
- ・10月平均視聴率：関東13.0%、関西11.8%
- ・11月のスペシャル番組：関東15.4%、関西16.8%

【平日夕方ニュース番組“CAST”】

- ・スタジオセットをリニューアル
- ・今後さらなる強化に取り組む



- ・日曜深夜にレギュラー枠「ドラマL」を編成
- ・配信を念頭にドラマを制作し好調



- ・水曜深夜放送。動画配信サービス「GYAO」、広告代理店と共同でドラマ制作
- ・物語をつなぐチェインストーリーを「GYAO」で放送中



15

©ABC2018

ABC

下期の取組みとしましては、まず日曜日の夜のABC全国ネット枠を復活いたしました。昨年10月以降、特番として放送をし、好評を得てきた「ポツンと一軒家」をレギュラー番組として編成をしております。前番組のテレビ朝日制作の「ナニコレ珍百景」からの、あらゆる世代の皆さんに楽しんでいただける流れをつくり、10月の平均視聴率は関東で13%、関西で11.8%。11月に入ってからさらに視聴率を伸ばし、先日の2.5時間スペシャルでは関東で15.4%、関西で16.8%と、番組最高視聴率を記録いたしました。

10月月間ではプライムで今年度初のトップを獲得し、10月4週はゴールデン、プライム、プライム2で3冠となり、上昇機運にあります。

夕方ニュースは10月、スタジオをリニューアルし、視聴者のニーズの調査、分析を行い、今後さらなるてこ入れを図りたいと考えております。

また、地上波プラスアルファの取組みとして、今年度増設したドラマで、若い女性に人気のコミックを実写ドラマ化して放送している他、動画サービスや広告代理店と共同でドラマ制作、放送をしております。若年層にとって身近な動画視聴をきっかけに、テレビ視聴への回帰も期待しております。

朝日放送テレビ：業績と費用見通し(通期)

(単位：百万円)

<業績>

通期	朝日放送テレビ 18年度
売上高	57,800
営業利益	620
経常利益	650

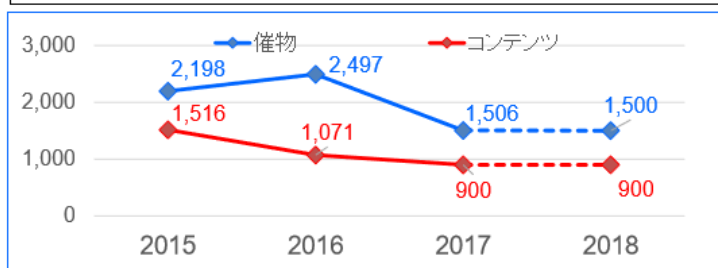
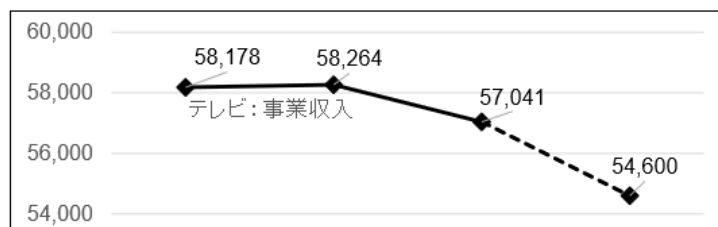
<費用>

通期	朝日放送テレビ 18年度
営業費用	57,180

次に、当社の通期の見通しはご覧のとおりでございます。当社の利益は下期に増える傾向があるため、営業経常利益とも、上期のマイナスをカバーできるという見込みで黒字を達成できる見通しでございます。

朝日放送テレビ 主な収入見通し(通期)

	2015	2016	2017	2018
テレビ放送事業収入	58,178	58,264	57,041	54,600
催物収入	2,198	2,497	1,506	1,500
コンテンツ関連収入	1,516	1,071	900	900



注: 2017年度以前の「催物収入」には、ラジオイベントも含む

通期のポイント

- ・**テレビ放送事業収入**
スポット収入の低迷が続く減収見込み
- ・**催物収入**
前年、下期にあった大型イベントを今年には開催しないため、上期のプラスと相殺され、前年並み
- ・**コンテンツ関連収入**
ほぼ前年並み
※コンテンツ関連収入は、2016年7月以降一部事業をABCフロンティアHDIに移管

17

©ABC2018



主な収入の見通しは、ご覧のとおりです。下期もスポット収入の低迷が続くと想定をしております。お伝えをした対策の効果が出るまでには、今しばらく時間がかかると考えているため、放送事業収入は24億円の減収を見込んでおります。

催物収入は下期に前年あった大型イベントが今年はないため、上期のプラスと相殺され、通期で前年並みとなる見込みでございます。

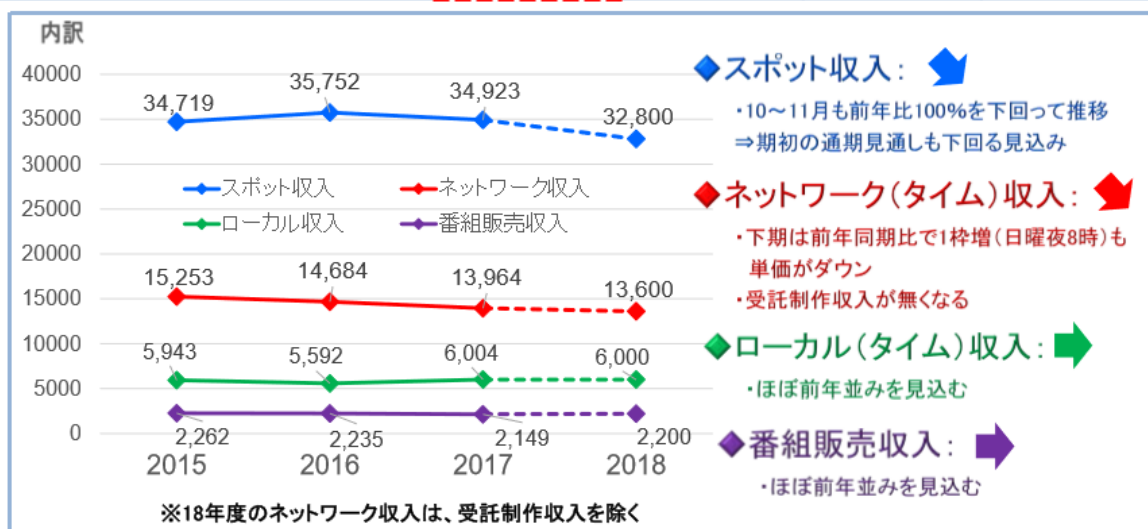
コンテンツ関連収入についてもほぼ前年並みを見込んでおります。

テレビ放送事業：収入見通し(通期)

<収入>

(単位:百万円)

	18年度 (見込み)	17年度	前期比	増減率
テレビ放送事業収入	54,600	57,041	△2,441	△4.3%



18

©ABC2018

ABC

スポット収入は、足元の10月、11月も100%下回る状況で推移しているため、厳しく見積もり、通期でも前年比の94%、328億円と見込んでおります。全国ネット番組のタイム収入は下期から日曜20時枠が増えているものの、アザー帯の単価が下がっている影響などもあり、減収の見込みでございます。

ローカル収入については、ほぼ前年並みと予想をしております。

テレビ放送事業：費用見通し(地上波：通期)

(単位：百万円)

	18年度 (見込み)	17年度	前期比	増減率
朝日放送テレビ 番組費	18,100	17,682	417	2.4%

※18年度の番組費は、番組費に“グループ会社への業務委託費用”をプラスしたものの



19

©ABC2018 **ABC**

番組費の見通しでございます。番組費が大きく増えて見えるのは、グループ経営強化の一環として、グループ会社への番組制作業務の一部移管をしたことに伴い、業務委託費が増えているためでございます。その費用を除けば、ほぼ横ばいというレベルで推移する見込みでございます。

前年に比べて深夜バラエティーやドラマ枠を増設するなど、番組コンテンツを増やす一方で、復活した日曜夜8時の全国ネットの制作単価を低減したことをはじめ、ローカル番組についてもコストの見直しを進めるなど、コストコントロールに努めてまいります。

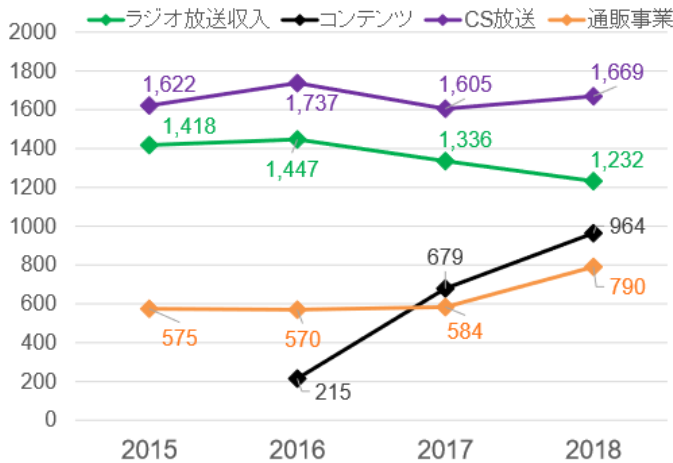
私のほうから以上でございます。

司会： 続きまして、テレビ以外の当社グループ全体の業績について、ホールディングス社の社長の沖中よりご説明いたします。

テレビ以外の放送事業収入(上期・個別)

		2015	2016	2017	2018
朝日放送ラジオ	放送収入	1,418	1,447	1,336	1,232
ABCフロンティアHD	コンテンツ関連収入	-	※215	679	964
スカイA	CS放送収入	1,622	1,737	1,605	1,669
AMC	通販事業収入	575	570	584	790

※ABCフロンティアHDは2016年7月事業開始のため、16年度は7~9月の数字です



上期のポイント

- ラジオ放送収入(朝日放送ラジオ)**
 収入は前年割れとなったが、黒字を確保
 ⇒ 今後は若年層リスナーや新規スポンサー獲得のため、デジタル領域との連動を進める
- コンテンツ関連収入(ABCフロンティアHD)**
 ⇒ 詳細は次のページ
- CS放送収入(スカイA)**
 ステップアップツアー(ゴルフ)で新規スポンサーを獲得して増収に ⇒ 新コンテンツ開拓が課題
- 通販事業収入(AMC)**
 定番商品堅調+祝日特番効果で増収増益
 ⇒ 新商品開発に努め、業績拡大を目指す

21

©ABC2018 **ABC**

沖中: あらためまして、沖中でございます。まずテレビ以外の放送事業の収入についてご説明いたします。まず緑のラインでございます。これはラジオ放送収入でございます。こちらは前年を下回ってございますが、ラジオ社単体では黒字を確保しております。

ラジオ社は現在若年層リスナーと新規スポンサーの獲得に向け、デジタル領域との連動を積極的に進めております。紫のラインですが、これはCS放送のスカイ・エーでございます。ゴルフ企画で新規スポンサーを獲得し、増収となりました。

並行して新しいコンテンツ開発のためにさまざまな模索を現在続けております。オレンジのラインです。こちらはAMCが展開する通販会社ですが、テレビ通販事業でございます。通販特番の効果に加え、定番商品が堅調で売上を伸ばしております。現路線を継続しながら、新商品開発に向けさらなる業績向上を目指していきます。

大きく伸びております、この黒い線でございますが、これはコンテンツビジネスを展開しているABCフロンティアホールディングスでございます。こちらにつきまして、次のスライドでご説明いたします。



- ・ 2月開始の「HUGっと!プリキュア」の二次利用収入好調が継続
- ・ 深夜アニメの海外販売が好調



©ABC-AI 東映アニメーション



©おたくこころー京製アニメーション/日本テレビ放送



《上期の実績》

- ・ 海外番組販売及び国内ホテル・機内上映向け番組販売が想定通り堅調に推移し売上増



- ・ 7月から本格化した動画配信事業において、販路の拡大、セールススタッフを強化した

《課題》

- ・ 商品量不足と権利処理費用増加

- ・ 商品量不足

【今後のテーマ】

- ・ テレビの二次利用に限らないオリジナルコンテンツの開発
- ・ アニメ事業以外の収益拡大

フロンティアグループは前期に続き、当上期も好調でございます。業績をけん引しておりますのは、アニメーションでございます。まずプリキュアの二次利用収入が非常に好調。それから、関西ローカルで放送しております深夜アニメにつきましても、7月クールのFree!シリーズの中国への販売が成立したのをはじめ、1月クールに放送した作品の海外販売も引き続き好調でございます。

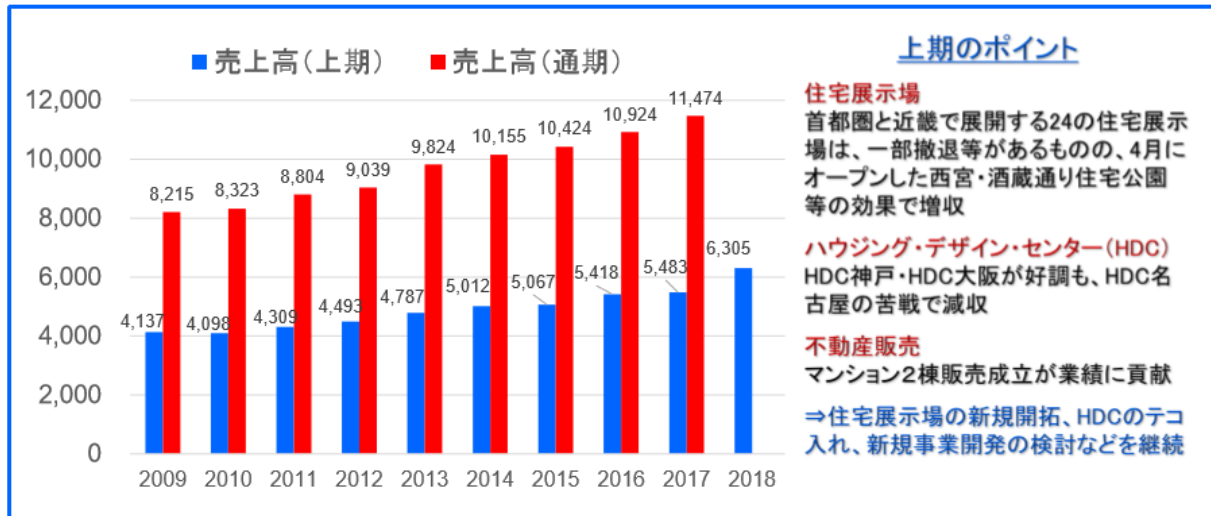
海外ビジネスを展開するABCインターナショナルも売上を増やしております。ABCライツビジネスは、今年7月から本格的に動画配信事業に取り組み、さまざまな配信プラットフォームへのセールスを積極的に行っております。両者とも販路を広げる一方で、商品不足が課題となっております。

フロンティアグループの今後の課題は、ABCテレビの二次利用のみに頼らないオリジナルコンテンツの開発、そしてアニメ事業以外で収益をもっと拡大していきたいと考えております。海外ビジネスでは中国市場への取り組みがこれからキーとなってまいります。

ハウジング事業収入(上期)

ハウジング事業	18年度	17年度(実績)
売上高	6,305	5,483
営業利益	446(注)	397

(注)18年度からHD化に伴う経営管理に関わる費用を計上



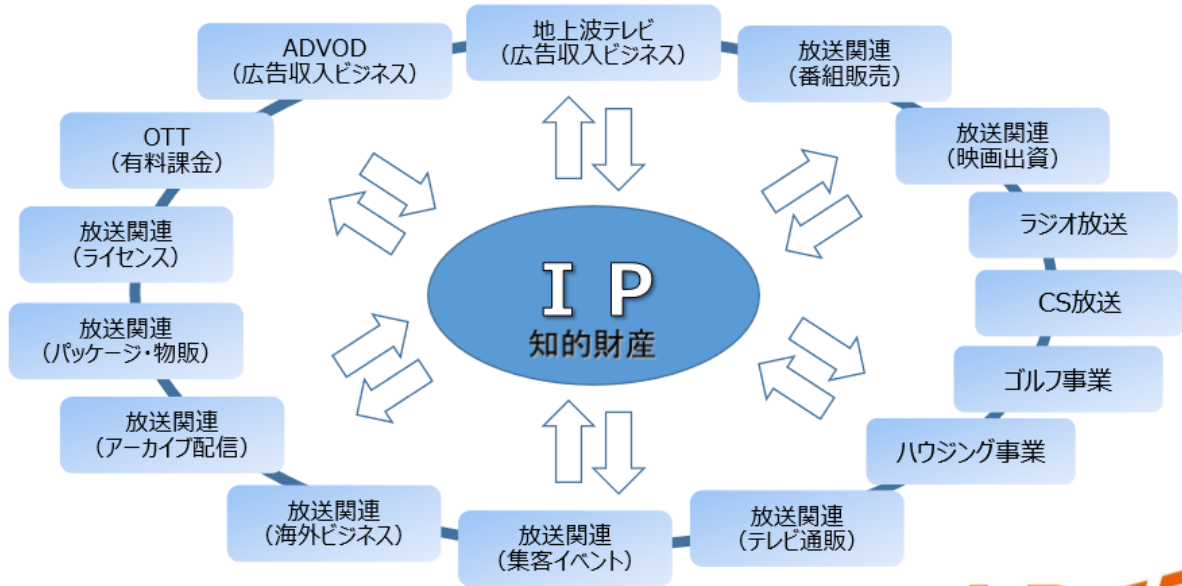
当社グループの放送事業セグメントに次ぐ大きな柱となっております、ハウジング事業でございます。こちらは増収増益でございます。まずメインの住宅展示場事業は一部で出店企業の撤退があるものの、新会場のオープン効果などで増収増益となりました。

不動産販売は2棟の販売が成立し、業績に貢献しております。ハウジング事業全体としましては今後も引き続き住宅展示場の新規開拓、HDC事業のテコ入れに加え、新規事業開発などの検討も進めてまいりたいと思っております。

グループ成長ビジョン 「連結売上1000億円、経常利益率8%」

「放送起点のコンテンツビジネス展開」から
「IP(知的財産)起点(放送も含む)のマネタイズ展開」に軸足を転換

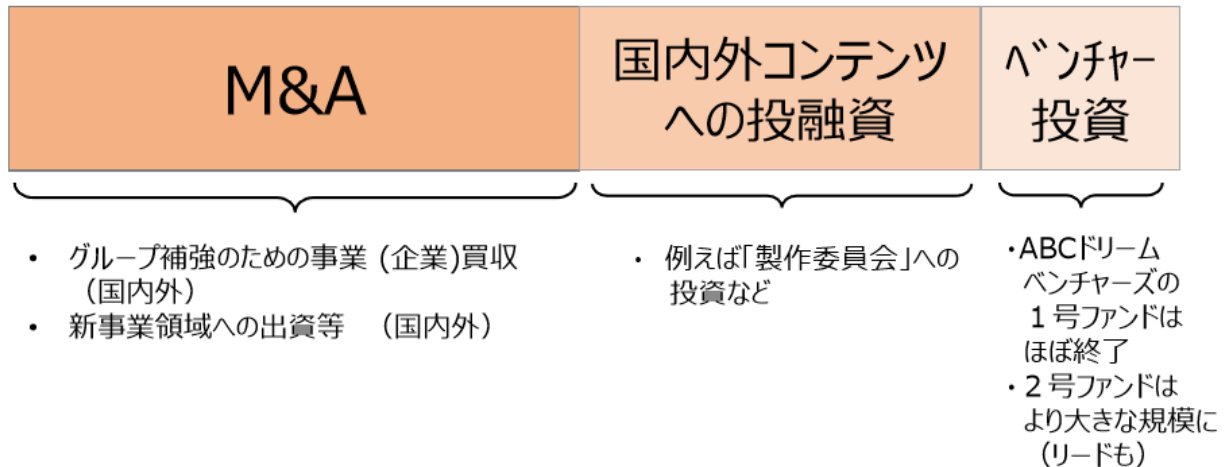
＜マネタイズ手段＞



では、ここからは今後の話になります。当社グループは今、長期のビジョンとしまして、連結売上高1,000億円、経常利益で8%という成長ビジョン、こちらに向けIP起点のマネタイズ展開に軸足を移そうと考えております。こちらはわれわれが目指すビジネス構造をちょっとイメージしたものでございます。

グループ成長ビジョン 「連結売上1000億円、経常利益率8%」

投資枠200億円のアロケーションモデル



この転換を確実なものとするために、200億円の投資枠を使い、積極的に投資してまいりたいと考えております。その200億円の投資枠のざっとしたアロケーション、これイメージでございますが、大きくはM&A、それから国内外コンテンツへの投融資、それからベンチャー投資、この三分野と考えております。M&Aではグループ会社各社の事業の補強、あるいは新事業領域が対象となっております。

国内外のコンテンツ投資、コンテンツへの投融資では、例えば製作委員会、あるいは共同制作などの出資、投資などを考えております。

そしてベンチャー投資でございますが、ABCドリームベンチャーズでは行ってきた1号ファンドを間もなく終えようとしておりまして、バジェットをさらに増やして2号ファンド、こちらを間もなく立ち上げたいと考えております。

こちらは当社グループとのシナジーのあるベンチャー投資、そちらを重点にやってまいりたいと思っております。この資金となる200億円につきましては、当社の資本コストを意識しながら、資金調達なども考えてまいりたいと思っております。



- ・深夜アニメ枠 出資作品
「ベルゼブ嬢のお気に召すまま」10月から放送開始
- ・7月クール「Free!」シリーズなどの海外販売好調が下期も継続。プリキュアの二次利用収入も好調継続。
- ・次年度以降に向けた、新たなコンテンツを開発・出資

©おおじこうじ 京都アニメーション / 岩鷲町後援会



- ・(株) Viibarと分散型のDIY動画メディア「LYKKE」を立ち上げ、共同出資・運営をスタート



- ・11月に「コンテンツイノベーション事業室」を新設。選手マネジメント等のeスポーツ関連事業を展開




- ・番組アーカイブ配信を強化
⇒下期は、深夜ドラマの「TSUTAYA TV」への配信成立

次ですが、グループ各社で今後の取り組みでございますね、ここからは。グループ各社でIP事業をリードしているのが、現在、先ほども申しましたABCフロンティアグループでございます。好調なABCアニメーションは、深夜アニメの海外販売により力を入れると同時に、次年度以降も国内外に向けた新規コンテンツの開発、出資への取り組みを続けていきます。


ABCフロンティアホールディングスは新規事業開拓として、動画メディアLYKKEを立ち上げました。7月からの4カ月で登録者数が既に17万人を超えております。また、今後の成長が期待されるeスポーツ関連事業につきましても、現在選手のマネジメント、企画、それから映像制作、ライブ配信など、既に着手しております。


ABCライツビジネスは、テレビ社から移管された過去に放送された番組のアーカイブ配信事業、こちらのほうに力を入れております。下期は、現在放送中のローカル深夜ドラマをTSUTAYA TVの独占配信という大きなビジネスを成立させることに成功いたしました。

今後のグループ各社の取り組み



<ニコ生・LINE LIVE連動特別番組>
・10月18日放送
「てれびのミカタ ラジオのラララ」





<SNS連動生放送スタート>
・10月～SNS連動 討論生番組
「リアルをぶつけれ! ハッシュタグZ」





<新コンテンツ開拓>

【9月～】
高校ダンス部選手権の
中継を開始

【11月～】
eスポーツ中継
プロ卓球Tリーグ中継





コンテンツ制作・技術力を高め
グループ外（他局・配信会社含む）
からの受注体制を強化



株式会社アイネックス

その他、グループ各社も新規コンテンツの開発に取り組んでまいります。スカイ・エーはこの9月からバブリーダンスで話題になりました、高校ダンス部選手権の中継を開始いたします。それから、11月からは、先ほども申しましたが、eスポーツの中継を開始いたします。また、世界のトップ選手が集う卓球のTリーグも、こちらも放送をしてまいります。

ラジオ社でございますが、ラジオ社は若い層を取り込むために動画配信のニコ生や、LINE LIVEや、SNSと連動した番組を制作するなど、リーチメディアとしての価値向上に取り組んでまいります。

その他、コンテンツメーカーとしての機能を強化するべく、グループ会社の制作力、技術力を高め、グループ外からの受注体制も強化してまいりたいと思っております。

連結業績見通し(通期)

単位:百万円	18年度	17年度	前期比	増減率
売上高	81,000	80,991	9	0.0%
営業利益	2,700	4,250	△1,550	△36.5%
経常利益	3,000	4,539	△1,539	△33.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,700	2,691	9	0.3%



28

©ABC2018

ABC

それでは、当期の連結業績の通期の見通しでございます。810億円、営業利益27億円、経常利益30億円、親会社株主に帰属する当期純利益が27億円ということで、予想は変更しておりません。本当はもう少し強い数字が出せればと思ったのですが、スポット収入がいまいち不透明でございますので、このように据え置きとなりました。

セグメント別業績見通し(通期) (単位:百万円)

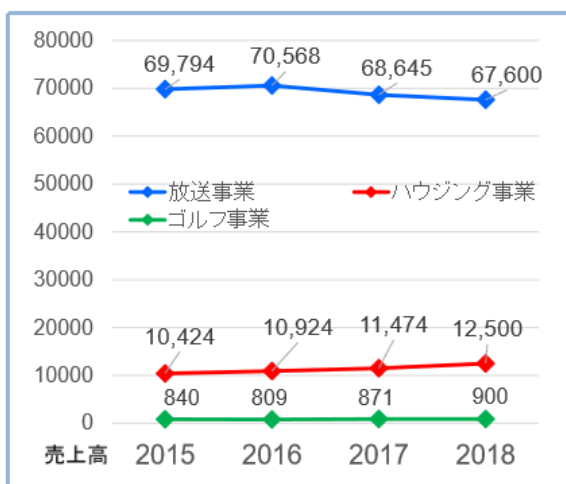
放送事業	18年度	17年度
売上高	67,600	68,645
営業利益	1,980	3,116

ハウジング事業	18年度	17年度
売上高	12,500	11,474
営業利益	950	1,083

ゴルフ事業	18年度	17年度
売上高	900	871
営業利益	20	49

その他調整額	18年度	17年度
営業利益	△250	—

※HD化に伴い経営管理料等の計上を見直したため、前年度との増減率等は記載していません。

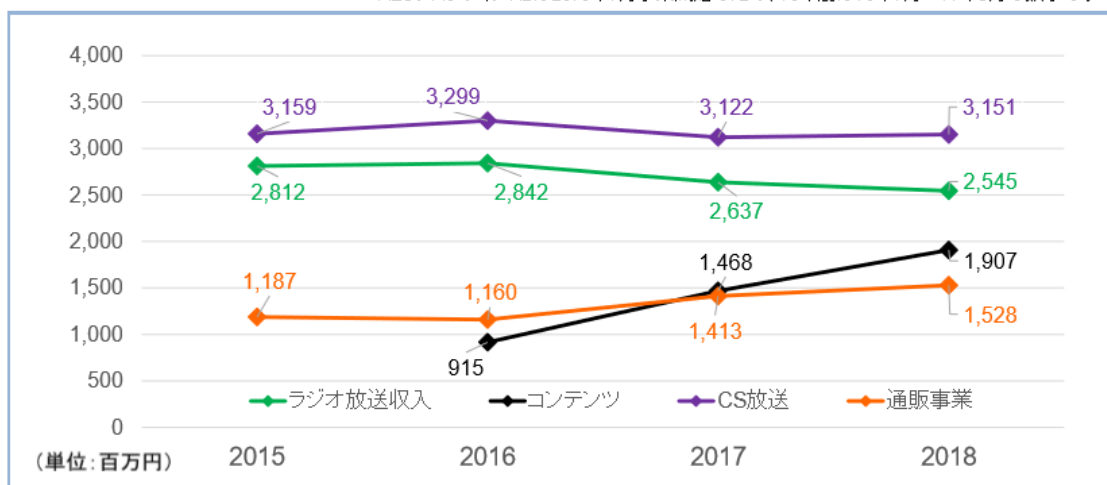


セグメント別の見通しはご覧のとおりでございます。こちらも利益は前年度からは減っております。

テレビ以外の放送事業収入見通し(通期)

通期		2015	2016	2017	2018
朝日放送ラジオ	放送収入	2,812	2,842	2,637	2,545
ABCフロンティアHD	コンテンツ関連収入	-	※914	1,488	1,907
スカイA	CS放送収入	3,159	3,299	3,122	3,151
AMC	通販事業収入	1,187	1,160	1,413	1,528

※ABCフロンティアHDは2016年7月事業開始のため、16年度は16年7月～17年3月の数字です



30

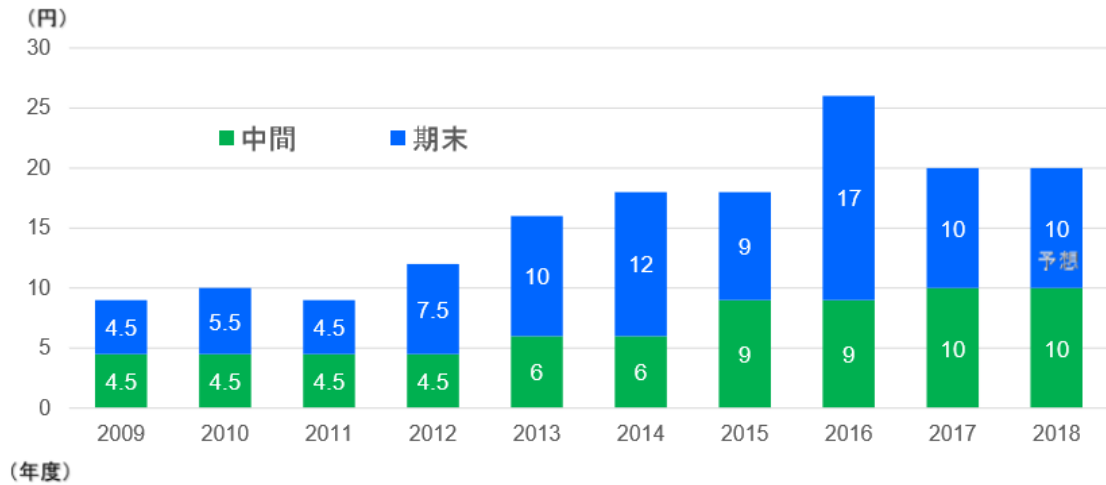
©ABC2018



その次ですが、テレビ以外の放送事業収入の見通しでございます。上期の業績反映をして一部修正しております。

これで見ますと、黒い線の、黒い折れ線のABCフロンティアホールディングスは下期も大きく伸びる見込みで、年間20億円を目標に現在増収を目指しております。オレンジの、これは通販事業でございますが、こちらもストレッチを効かせ、前年比でトータルしますと5億円近い増収を目指しております。

配当について



<利益配分方針>

当社は、株主への利益還元を経営上の最重要課題のひとつであると位置づけている。利益の配分については、今後の成長のために適切な投資を行う一方、放送事業者という責任ある立場を踏まえ財務体質の強化・維持を図るとともに、配当性向(連結)が30%を下回らず、かつ安定的、継続的な配当をめざすこととする。

では、最後に配当について申し上げます。5月に発表した数字からは変更がございません。安定的な配当を目指すという基本方針に基づきまして、当期の配当予想は年間20円としております。

以上、当期の業績および配当についてご説明いたしました。

質疑応答

司会: それでは、ここからは質疑応答に移らせていただきます。ご質問のある方は挙手のほどよろしくをお願いいたします。

質問者: ご説明ありがとうございます。質問は3点、ございまして、一つ目が放送事業についてなんですけれども。テレビ社以外の企業の営業利益を単純に計算しますと、去年は2,000万ぐらいだったのかなど。この上半期で7億ぐらい、単純に放送事業の営業利益からテレビ社の利益を引くと7億になるんですけれども。これ、こういった要因で大きくなってることかということと、下期の見通しについて教えてください。

二つ目、スポット市況についてなんですけれども。関東地区では11月以降少し改善の兆しが出ているということなんですけれども。関西エリアではまだ厳しい状況続いているということですが、この背景について、クライアント要因なのか、あるいは天候要因などで少し見合わせが起こってるのか、何か分析がありましたら教えていただけますでしょうか。

最後、視聴率の取り方についてなんですけれども。確か来年度からP+C7というのが導入されるかもしれないとおっしゃってた記憶があるんですけれども。どうなのかということと、導入された場合の収益に与えるインパクトなど、お考えがございましたら教えていただければと思います。以上3点お願いします。

沖中: 一つ目の放送事業のテレビ以外の収入に関しましては、私のほうから。二つ目、三つ目は、スポットと視聴率のことに関しましては、後ほど山本のほうからお答えさせていただきたいと思います。

最初の放送事業収入でテレビ以外のものがございますが、今年が7億円と調子がいいのは、増加しておりますのは、ざっと言いますとABCフロンティアホールディングスで約1億円強の対前期収入です。それから、スカイ・エーが、これも1億円の増収でございます。それから、通販でやっておりますAMCというものが5,000万の、対前期で5,000万の収入でございます。

大体この辺りが2億5,000万というのが実際実力で出したところでございます。あとは、新たに連結した部分がございます。それが2社ございまして、デジタル事業をしておりますデジアサと、それから放送技術をしておりますアイネックスという2社を連結しました。そのことで、いわゆる連結効果で利益は1億円強上がっております。その辺が大体前期から主に上がってきたところでございます。

それから、下半期のいわゆる放送以外の事業でございますが、大体上期と同じぐらいのイメージでございまして、ただし伸びるものもあれば、主力の一番今伸び盛りであるアニメーションなどは、下期には投資が非常に立て込んでございまして、費用が出るので利益的にはあまり大きくは望めず。大体上半期と、トータルすれば上半期と同じぐらいのレベルになると思います。

角田: 放送事業に関しましては、この第2四半期については6億5,700万という利益で。前期が4億1,200万、そのうち旧朝日放送では、ほぼこの4億に近い、営業利益3億9,000だったかと思えます。それに比べて今期はテレビ社というのが、先ほどのご紹介では赤字という形で非常に落差が激しい。

理由としましては、もう先ほど社長が申しあげましたとおり、テレビ社はテレビのスポットがかなり厳しく、前期に比べて10億ほどの減収でありましたけれども、やはり新規連結の効果、それからスカイ・エー、こちらが上期は費用が重たいものですので、通常赤字なんですけども、かなり放送事業の収入等で頑張っ、赤字幅が大きく減少してあること、それからフロンティアホールディングスのアニメ部分が好調ということで、ここに申しあげるこの利益の大幅な要因は、ほぼ子会社の増益の要因という形になってございます。

山本: 11月、12月の足元のスポットのことですけれども、当初11月からはかなりもどってくるのではないかと期待をしていたんですけれども、なかなか100を超えないと、11月も。関西の地区投下も100は当然行かないということになっております。

12月がちょっとおかしな状況が起きてまして。特に関西が悪い。東京もまだ100は見えてはいませんが、それ以上に関西がちょっと異常に悪くてですね、なかなかあまりそういうケースがない、むしろ名古屋のいいって言うんですよね。だから、東京と名古屋はよくて、なんで大阪が抜けてるんだっていうのはよく分からない。若干なりテストマーケットをやってるクライアントもあるとは現場からは聞いているんですが、そんなにテストマーケットが名古屋とか九州が多いとかって言うわけでもないと思う。。特に12月が非常に悪い。

もう一つ、これは今までもよくありますけれども、日テレさんが精査に入って売り止めみたいな話が出ると、すぐにスポットが止まってしまう傾向も、またこの12月、11月も出ているとは聞いております。

あと、関西の多分コストにもよるんだと思いますこれはもう昔からですけど、関西の多分4局のシェア競争が厳しいので、若干なりともコストが下がると地区投下が減るようなことも若干あるのではないかと思います、しかしそこまで明確な分析はできてません。非常に足元は厳しい状況であるということには違いはありません。

それから、さっきの視聴率の指標の話ですが、東京局さんが先に始められて、だいぶクライアントさんもなじんできたというか、実績ができてきたことで、関西も多分来年の秋には導入するという方向で、今、調整をしています。これはまだ決定しているわけではありませんが、その方向ですとお話し合いをしているということでもあります。

今、同じ系列のキー局でありますテレビ朝日さんとの情報を聞いても、この新しいP+C7になっても、何か今、大きなビハインドであったり、そういうことになっているとは聞いておりませんので、基本的には大きな変化はないのではないかなとは思っております。注視しながらやっていかなきゃいけないなとは思っております。

司会: 他にご質問のある方、いらっしゃいますでしょうか。

質問者: 上期の放送事業とハウジング事業が増収増益になっているんですけども、通期で放送、ハウジングとも減益になるんですけど、この理由について教えていただけないでしょうか。

沖中: 放送事業は主にテレビのほうで、やはりスポットの回復が見込みにくい、不透明だということと減益になっております。ハウジング事業はわずかですが減益ではないかと、今、見込まれております。

といいますのは、上期にハウジング事業の中でマンション販売を行いました。マンション販売は、いったら予算外のところでぼんと利益が出ましたので、下期、そういうことがあればまたそれ以上行くのではないかと。ただ、今のところ予想をしておりません。ということで、下期につきましてまだまだテレビ事業の不透明さでもって、ちょっと本当は上期増収増益でしたが、通期としては最低でもこのレベルは目指したいよねということで、この27億円、それから経常利益30億円という水準をご提示させていただいております。以上です。

司会:他にご質問のある方、いらっしゃいましたら、挙手のほどお願いいたします。

質問者:質問を二つお願いいたします。一つは、スポットの顧客の数ですとか属性が現在どうなっているのかというお話を頂戴できますでしょうか。これまでテレビのスポットの動向を見ていると、広告主の広告費の在り方の動きと非常に連動性が見えたんですが、最近テレビのスポットの動きと、そうした全体の動きが乖離しておりまして、とどのつまりスポットを買われる広告主が限られてきてしまっていたり、要はスポットのお客が増えていない動きがあるのか、どうなのかなどと思ひまして。お客様の数、属性が増えているのかどうなのかという足元の状況について伺えますでしょうか。

それから二つ目に来年度の考え方なんですが、放送収入の全体的な基本感として、水準として良くなりそうなのか、どうなのか。仮に厳しそうだといった場合、制作費など、他の固定費など、費用の運営についてどのようにご検討されているのか、教えていただけますでしょうか。以上になります。

山本:クライアント数的には正確に数えてはいないので、大幅にクライアント数が減っていることは多分ないと思います。むしろ先ほど申し上げたように、各クライアントがご存じのように、当然デジタルと今の地上波の放送広告とクロスしてマーケティングしていますので、やはりテレビの今までの広告費の数%は広告を、つまんでデジタルシフトしているのが、やはり大きな部分、減少の部分を含んでいるのではないかなど。逆にいうとネット広告の増えている分の計算からいくと、数パーセント、3%から4%ぐらいシフトしているんじゃないかなどという、これは推測ですけどもね。そういう計算が成り立つ意味でいうと、上期関西地区の地区投下は94ということで、6%落ちた。そのうちの4%ぐらいは、これも全部推測ですが、ネットに行ってもおかしくはないのかなと思います。

業種的にはお示ししている資料にありますように、特にこの上期大きく減少したのは通信、キャリア4社がやはりかなり、もうスマホの行きあたりも含めて落とされたということが大きな要因であります。

あと、地元でいうとガスと電気、いわゆる自由化の競争が一段落して、その出稿がやはりかなり今まであったのが、地元、大阪のクライアントとしては大きい感じはいたします。

それから、もう一つは来年度の見通しは、これは分からないんですけど、ただ、先ほどから申し上げているように、もうテレビスポット自体が景気連動とか、そういう状況ではもうとっくになくなりましてですね。新しいステージに入っているのではないかなとは考えています。

そういう意味では、今年の上期はさっき申し上げたように94.3で、その前年は17年度の上期は16年度から比べると98になり、その100がまた94になっている状況で、17年度の第2四半期からずっと100を割っていつている地区がという状況。その辺りからマイナストレンドに入ってい

る。じゃあ、来年度が上期がどこまでこれを下げ止まったと思えるのか、消費税等々のこともありますし、よく分かりませんが、決して楽観視はできないと考えています。良くて横ばいであれば、これもかなり楽観なシナリオかなと私は思っています。

おっしゃるようにコストコントロールを早くやりださないと、来期の予算はもう年末にはやらないといけないわけで、当然増収というか、スポットに頼らず違う部分でテレビ社としても利益を上げる方策はいろいろやっていますけれども、それはやりながらもコストコントロールもやらないといけない。まず番組費以外のコストコントロールをやるのが、順番としては一番で、なるべく番組については最後に手を付けたいと思います。

ただ番組費を金額ベースで確保することではなくて、今、先ほどもちょっとご紹介いたしました IP 事業プロジェクト室というのを 11 月 1 日に私の直下、社長直下の組織としてつくりまして。今の既存の番組をそのまま何か、若干いじりながら IP を生むとか、ジャンルはそのままにしながら違う番組に変えるとか、全く新しい番組で IP を生むような、要するに作り方を変えていこうということを現場に浸透させる。今までのように当たり前のように視聴率を取って、その価値だけで広告収入で合併していくという、モデルが崩れつつあり、ただ視聴率を取るだけではいけないということになりますので、もう一度作り変えながら番組費のコントロールをしたいと思います。

先ほどご紹介したように、日曜日の 8 時の枠も、この厳しい状況でなかなか利益改善するためには、従来の制作費よりも下げました。ただ、逆に下げたことで視聴率が悪くなったかっていうと、そうではなくて。「ポツンと一軒家」というようなソフトも生まれるわけですから、決して制作費が高ければいいものができることではありませんので、作り方を変えながら番組のコストコントロールもしながら、できれば広告収入だけじゃないものをトライアルしていく。

そういう意味では下期も番組の費用をコントロールをしておりますが、むしろ動画配信等で今後必要であるというドラマ枠であったりとか、新しいバラエティー開発にはお金を増やして、それ以外のところでコストコントロールをしたりとか、そういう努力をしながら利益改善をどう図っていくのかなと。

先ほども説明いたしましたように、テレビ社自体がもう上期が非常に利益が出にくい体質になっていますんで、上期の利益をどういうふうにするかという、ちょっと別の考え方もやらないといけないかなと思っています。

いずれにしても番組費だけにとどまらず、労務費も含めて、かなりコストコントロールをしていかないと利益が出ない体質になるということでは困りますので、早め早めに、今おっしゃっていただいたように来期のところも着手している今の状況であります。

司会: 他にご質問のある方いらっしゃいますでしょうか。で

質問者: ご説明ありがとうございました。3 点お願いいたします。

資料の 21 ページに ABC フロンティアホールディングスの売上高をご開示いただいておりますけれども、可能であれば上期でどれぐらい利益が出ていたのかと、去年と比較してどうだったのかを営業利益ベースでお話しいただけますでしょうか。これがまず 1 点目です。

2 点目ですけれども、必ずしも一致しないものではあるんですけれども、足元、テレ朝さんの視聴率が全日帯を中心に良くなってきておりまして、御社の状況も、この、ちょっと 9 月のクールは苦

戦しているというお話でしたけれども、10月以降どうなのか。特に違いがあるとするとローカルの帯なんかの状況が今どうなのかを、簡単に結構ですのでお話しいただけますでしょうか。

最後3点目は資料の25ページ目になりますけれども。投資枠200億円というお話で目標を掲げていらっしゃるんですが、この19年3月期進行期で、この枠のうちどれぐらいを消化されているのかということについてもお話しいただけますでしょうか。以上3点お願いいたします。

角田: ABCフロンティアホールディングスの子会社の連結ベースですが、2017年度の前期、第2四半期が1億2,200万、営業利益で、今期が2億2,400万の営業利益となっております。

山本: 二つ目の全日帯の視聴率の話ですが、全日帯となりますと、かなりローカルゾーンが入りますんで、テレビ朝日さんと編成上の違いでかなり差が出る。ご案内のようにテレビ朝日さんは日テレさんの全日を止める、首位になるという、非常にエポックなことになっているんですが当社は上期かなり苦戦をしました。10月に入って若干上向いてはいますが、なかなか、テレビ朝日さんと、じゃあ一緒じゃないのか、視聴率がなんで違うのか、と思われると思いますが。特に朝帯から、当社は、朝は「おはようコール」とか、「おはよう朝日です」というローカルをベルトでやってまして、ここは時間帯トップということで、朝はずっと調子がいい。そこから、「モーニングショー」まではいいんですが、その後、当社のグループ会社のAMCとか、営業案件もあって、通販の番組を編成しているわけですが、ここでもかなり視聴率を落として、そこからなかなか次の「ワイド!スクランブル」に戻ってこないという、非常に今、悩みを抱えております。テレビ朝日さんは、そこは「じゅん散歩」でしたっけ、何かをおやりになって、ここは視聴率下がらない。その大きな、1回へこんだところを戻せていないというのが一番大きな理由。

これもなぜかよく分かりませんが、「上沼恵美子のおしゃべりクッキング」から後の3時間を基本的にリピート番組をかけているのですが、テレビ朝日さんのそのリピートはあまり落ちてない。しかし、特に当社のリピート枠の視聴率の落ち方が激しくて、そこからまた夕方帯へなかなか戻しが来ない。

先ほど私が説明しましたように、非常に夕方帯が苦戦しておりますので、そこが非常にウイークポイントになっている。全日は結構厳しい戦いになっていることであります。なので、夕方帯をどうするかって、なかなかここでははっきり言えませんが、リピート枠もこの時間帯を見直しながら全日帯を上げていくことに取り組まないといけないかなと思っています。

沖中: 最後、投資枠につきましてですけども、大体この200億円という投資枠を中計で策定しまして、この4月からこれをどう使っていくかということで、まずビジネス開発局を4月に東京にて立ち上げました。スタッフは11人、現在おりますが、ABCから入社した者が3名、あと8名が中途入社組で、そういう金融のプロも何人か入れております。

大体このスタッフがぱらぱらぱらと集まってきたのが大体6月から7月頃に、やっと機能し始めて、そこから経営戦略局と、どのように私も含めましてこれを使っていくかを7月、8月で議論したわけで。ようやく大体の方針が決まり、機関決定したのが10月というところで、現時点ではまだ一銭も使っておりません。

それで、その代わり使い方を承認してもらって、使い方のルールですね。このように機動性をもって使おうというルールは、もう既に決めましたんで、これからスピードを上げていきたいと思いますが、一応海外向け、主にコンテンツ中心ですが、海外向けの投資で10億円、もうすぐ使える枠

は取っております。もう私というか、その辺の裁量を下に落としまして、すぐにできるようにしております。

10億円という額は、現在進行しております案件を全部足した数字でございます。ですから、これが途中で消えてしまうのもあれば、あるいは今期じゃなくて来期にお金が出ていくこともあります。私が今、何となく思いますけれども、まとまりそうなのは1億ぐらいは出ていくんじゃないか、今年度中に投資が、あるんじゃないかなと考えております。

それと、ベンチャーキャピタルの2号ですが、こちらのほうはほぼ1号が急ピッチで今年の夏前から急ピッチでやっております、ほぼもう1号ファンドが使い終わるかなという感じです。

現在2号ファンドに取り掛かっておりますが、こちらの立ち上げも来年早々にやろうと思っております。今の、現在1号ファンドの1.5倍ぐらいの額ですが、これが一応、いきなり出てくるわけじゃなくて、キャピタルコール方式でございますので、そういう意味では10億円以内かなと、こちらのほうも思っております。

そういうことで、1年目がちょっと手間取ってしまいましたが、やっぱりあと時間はそんなにございませんので、ちまちましたものもありますけれども、ちょっとスケーリングも考えて、スピードとスケーリングも考えまして取り組んでいきたいとも考えております。以上です。

司会: よろしいでしょうか。ありがとうございます。他にご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。

それでは、以上をもちまして本日の説明会は修了とさせていただきます。お忙しい中、足を多くお運びいただきまして、誠にありがとうございました。

役員一同: ありがとうございます。