

朝日放送グループホールディングス株式会社

2022年3月期 第2四半期 決算説明会資料

2021年11月15日



証券コード：9405



報告内容

■ 22年3月期第2四半期 決算概要

- ・ 連結業績とセグメント情報 …P.3
- ・ 朝日放送テレビの業績について …P.10

▽ 参考資料 …P.21

設備投資額と減価償却費／主なグループ会社の業績
世帯視聴率／ANNネットワーク

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)
代表取締役社長
沖中 進

連結業績

(単位：百万円)

		21/3 上期	22/3 上期	前期比	増減率
売上高		33,077	40,889	7,812	23.6%
営業費用		34,195	39,654	5,459	16.0%
内訳	売上原価	23,358	27,723	4,364	18.7%
	販管費	10,836	11,930	1,094	10.1%
営業利益		△1,118	1,234	2,353	-
経常利益		△900	1,539	2,440	-
親会社株主に帰属する 当期純利益		△604	1,133	1,737	-

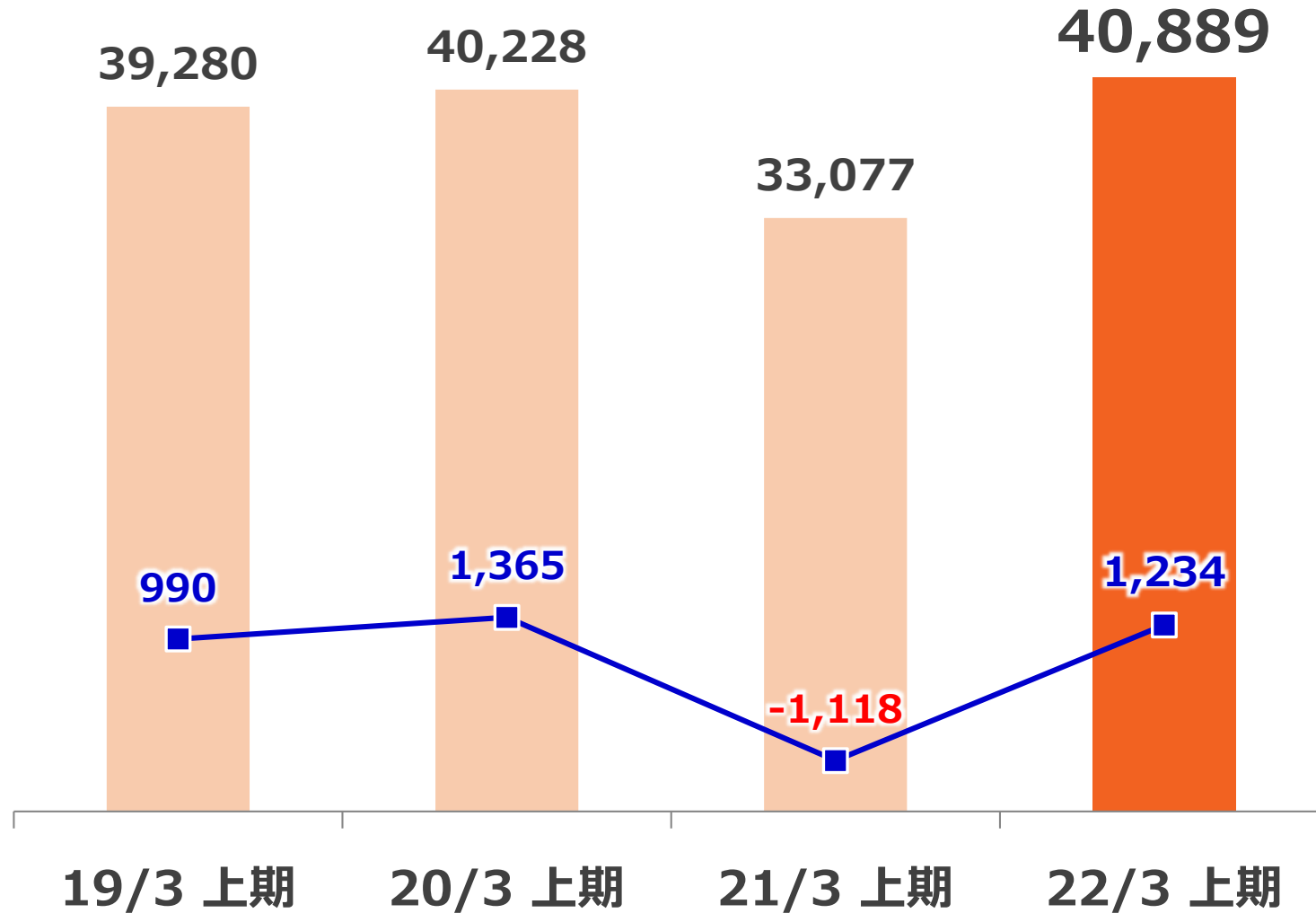
<増収増益>

- 放送事業で広告市況が改善、アニメをはじめ動画配信などのコンテンツ事業が好調、ライフスタイル事業も堅調
- 新規連結効果が売上増に貢献
- 一方、費用は、スポーツ中継の再開などで番組費が増えた他、新規事業への先行投資的な費用で総額が増えたものの、働き方改革で効率化が進んだことや、緊急事態宣言下での移動自粛などで費用が抑えられたため、大幅な利益増につながった

連結業績の推移

(単位：百万円)

■ 売上高 ■ 営業利益



ポイント

■ 売上高

一部にコロナ禍の影響は残っているものの、広告市場の回復傾向が顕著となっている他、動画配信等が好調。新規連結効果も加わり、コロナ禍前の同期比で増収。

■ 営業利益

コロナ禍前と同水準近くまで回復。新しい事業・番組の開発等、先行投資的費用がある一方で、働き方が変わって効率化が進む。当上期については、緊急事態宣言下での移動自粛による費用減効果も。

セグメント情報

(単位：百万円)

売上高		21/3 上期	22/3 上期	前期比	増減率
放送・コンテンツ		26,329	33,954	7,625	29.0%
内訳	放送		26,215		
	コンテンツ		7,719		
	その他		19		
ライフスタイル		6,747	6,934	187	2.8%
内訳	ハウジング		5,215		
	ゴルフ		410		
	通販		1,064		
	その他		244		
営業利益		21/3 上期	22/3 上期	前期比	増減率
放送・コンテンツ		△1,104	962	2,066	—
ライフスタイル		143	412	268	186.6%
その他調整額		△157	△140	17	—

■ 放送事業

- ・テレビのスポット収入はコロナ禍による落ち込みからの回復傾向続く
 - ・テレビ動画配信（主にTVer）好調
- ※スカイA、ラジオの業績はP23

■ コンテンツ事業

- ・アニメなどの動画配信が堅調
 - ・バーチャル高校野球好調
 - ・催物が再開
 - ・コロナ感染予防関連事業を受注
 - ・新規連結効果
- ※テレビ以外の
コンテンツ各社の業績はP24

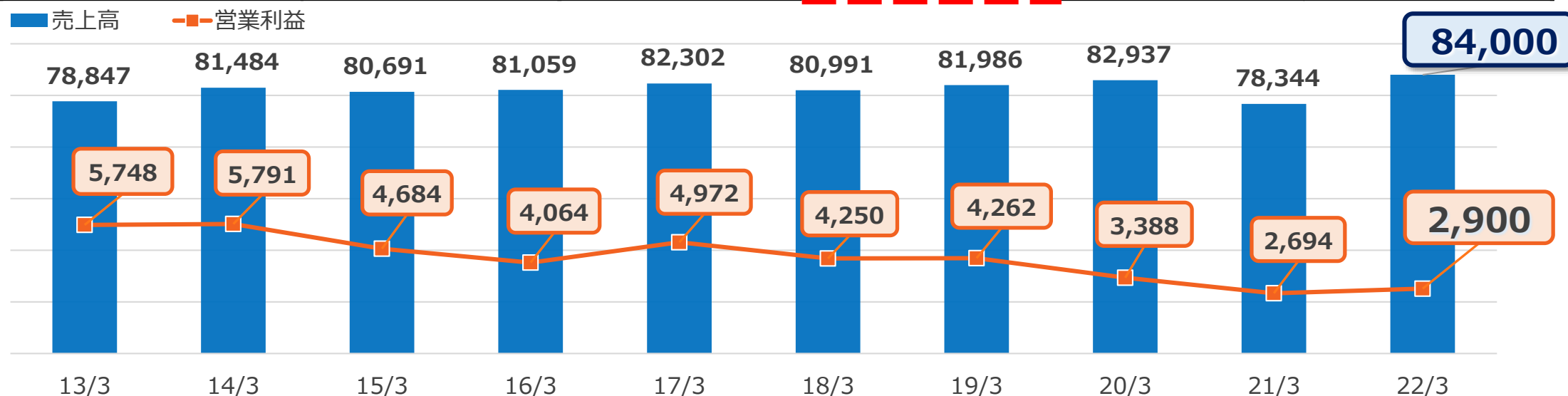
■ ライフスタイル事業

- ・ハウジング事業は、ABC開発が展開する住宅展示場が通常営業に戻り、コロナ禍で減額していたテナント出展料も通常に戻る
 - ・ゴルフ事業は、来場者数増でプレー収入も増加
 - ・通販事業は、好調だった前年の反動でやや減収。一方で新規連結（ワンデー・デザイン）効果も。
- ※ライフスタイル各社の業績はP25

2022年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	21/3 (実績)	22/3 (5月時点)	22/3 (11月修正)	前期比	増減率
売上高	78,344	82,000	84,000	5,655	7.2%
営業利益	2,694	2,300	2,900	205	7.6%
経常利益	3,033	2,500	3,200	166	5.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△930	1,600	2,100	3,030	—



セグメント別 業績予想

ABC

(単位：百万円)

		売上高 (5月時点)	売上高 (11月修正)	営業利益 (5月時点)	営業利益 (11月修正)
放送・コンテンツ		67,800	69,500	1,700	2,200
内訳	放送	54,900	56,100		
	コンテンツ	12,600	13,100		
	その他	300	300		
ライフスタイル		14,200	14,500	900	1,000
内訳	ハウジング	9,800	10,100		
	ゴルフ	900	900		
	通販	2,900	2,900		
	その他	600	600		
その他				△300	△300

■ 放送事業

(5月時点予想から12億円↑)

- ・広告市況の回復で、スポット収入が想定以上の改善を見せており下期に入っても好調に推移
- ・テレビ動画配信（主にTVer）収入は下期も好調継続見込み

■ コンテンツ事業

(5月時点予想から5億円↑)

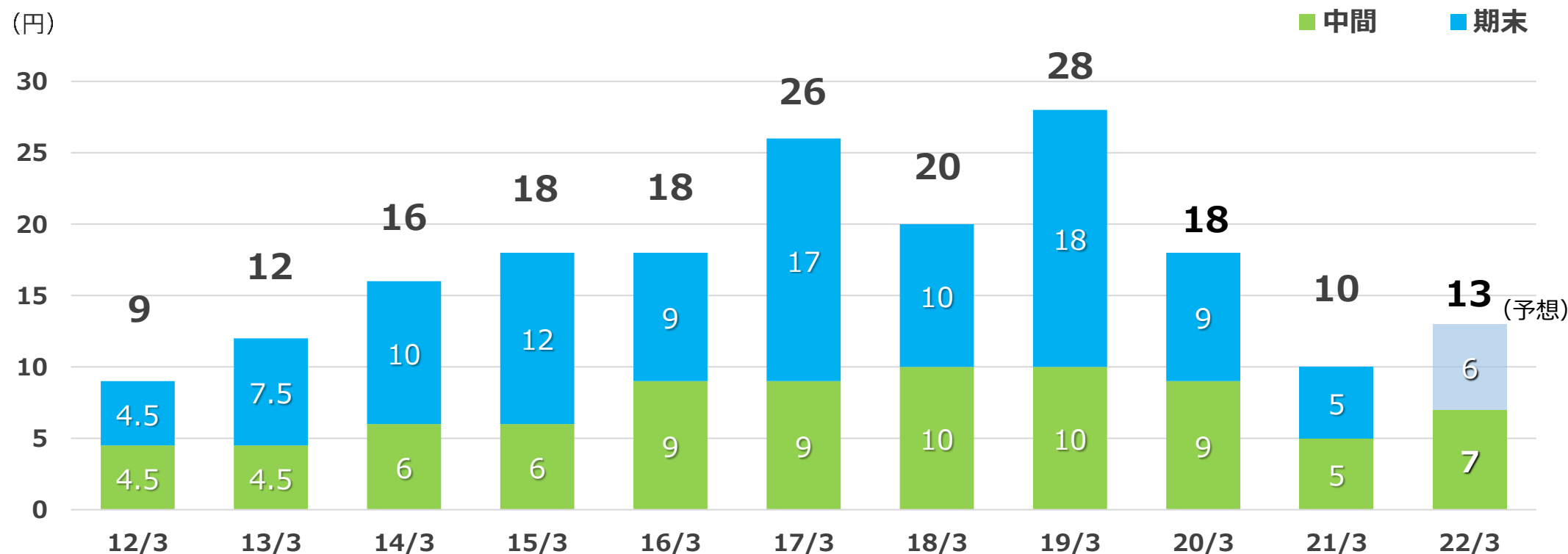
- ・当初想定していた催物再開に加え、グループ会社がコロナ感染予防関連事業を受注
- ・アニメ・ドラマ等、動画配信プラットフォーム向け展開は下期も好調継続見込み

■ ライフスタイル事業

(5月時点予想から3億円↑)

- ・コロナ禍の落ち込みから回復傾向。下期も好調継続の見込み

配当について



株主還元について当社は、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、連結配当性向30%を目途として、継続的・安定的かつ柔軟に決定しております。このため、業績予想を修正したことに合わせて、中間配当を5月予想の5円から2円増額して7円としました。一方、期末配当予想につきましては、当初の予定通り6円とし、1株当たりの年間配当予想は13円としました。

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

		21/3 上期	22/3 上期	前期比	増減率
売	上 高	21,726	26,197	4,470	20.6%
営	業 費 用	23,354	25,833	2,478	10.6%
内 訳	売 上 原 価	14,596	16,285	1,688	11.6%
	販 管 費	8,757	9,547	789	9.0%
営 業 利 益		△1,628	363	1,991	-
経 常 利 益		△1,590	420	2,010	-
当 期 純 利 益		△1,070	261	1,331	-
		21/3 上期	22/3 上期	前期比	増減率
番	組 費	7,272	7,834	562	7.7%

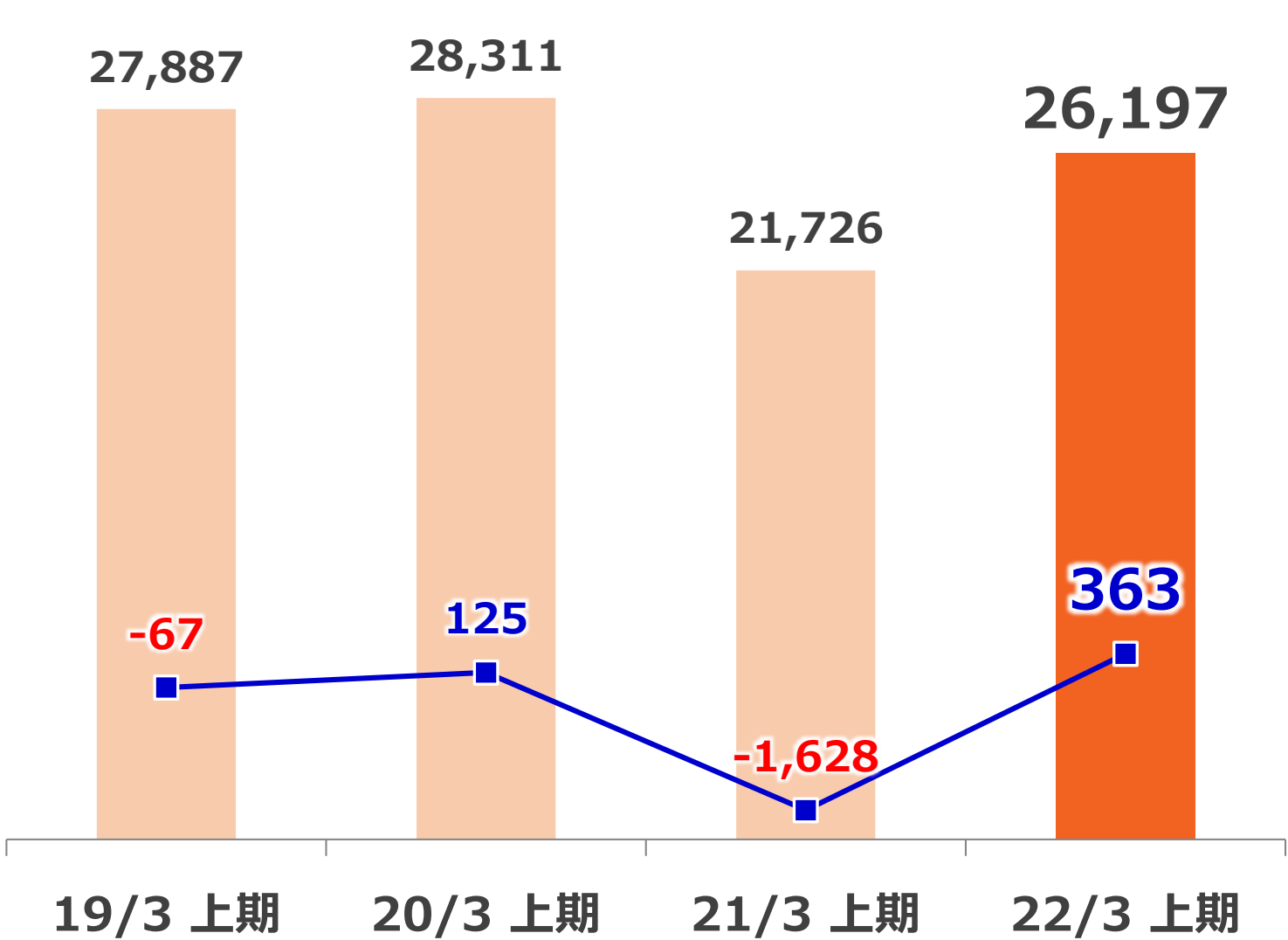
<増収増益>

- 広告市況の回復でスポット収入が改善した他、イベント・催物が再開、TVer収入も好調で増収
- 一方で、番組費は、スポーツ中継の再開などで増えたものの、働き方改革で効率化が進んだことや、緊急事態宣言下での移動自粛などで、一部費用は抑えられ、大幅な利益改善につながった

朝日放送テレビ 業績の推移

(単位：百万円)

■売上高 ■営業利益



ポイント

■ 売上高

コロナ禍前には戻っていないが大きく改善

一部にコロナ禍の影響はまだ残っているものの、主力の広告収入は前期比で大きく改善するなど、広告市場は、落ち込みからの回復傾向が顕著となっている。

■ 営業利益

コロナ禍前に比べても増益

働き方が変わって効率化が進んだことや、緊急事態宣言下での移動自粛などで費用が抑えられ、利益率が向上

朝日放送テレビ 収入の内訳

(単位：百万円)

	21/3上期 (参考値)	22/3上期
放 送 収 入	20,317	23,463
コ ン テ ン ツ 収 入	1,223	2,570
そ の 他 の 収 入	184	163

- **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 前期比 約15%↑ ※詳細は次ページ以降に記載
- コンテンツ収入 前期比 約110%↑
 - 前年ほとんど中止・延期になったイベント・催物が再開され、売上増に貢献
 - 地方大会の配信試合数を大幅に増やしたバーチャル高校野球も貢献

朝日放送テレビ 主な「放送収入」の推移

(単位：百万円)

	19/3 上期	20/3 上期	21/3 上期	22/3 上期
ス ポ ッ ト	15,757	15,340	11,045	14,178
ネ ッ ト ワ ー ク (タ イ ム)	6,165	6,581	6,202	5,858
ロ ー カ ル (タ イ ム)	3,030	3,251	2,673	2,859
テレビ動画配信 (主にTVer配信)	45	84	97	249

■ スポット

・前年比 28.4% ↑

※詳細は次ページ以降に記載

■ ネットワーク（タイム）

・前年比 5.5% ↓

・全国ネット番組枠減

■ ローカル（タイム）

・前年比 6.9% ↑

・高校野球関連番組好調

■ テレビ動画配信（主にTVer配信）

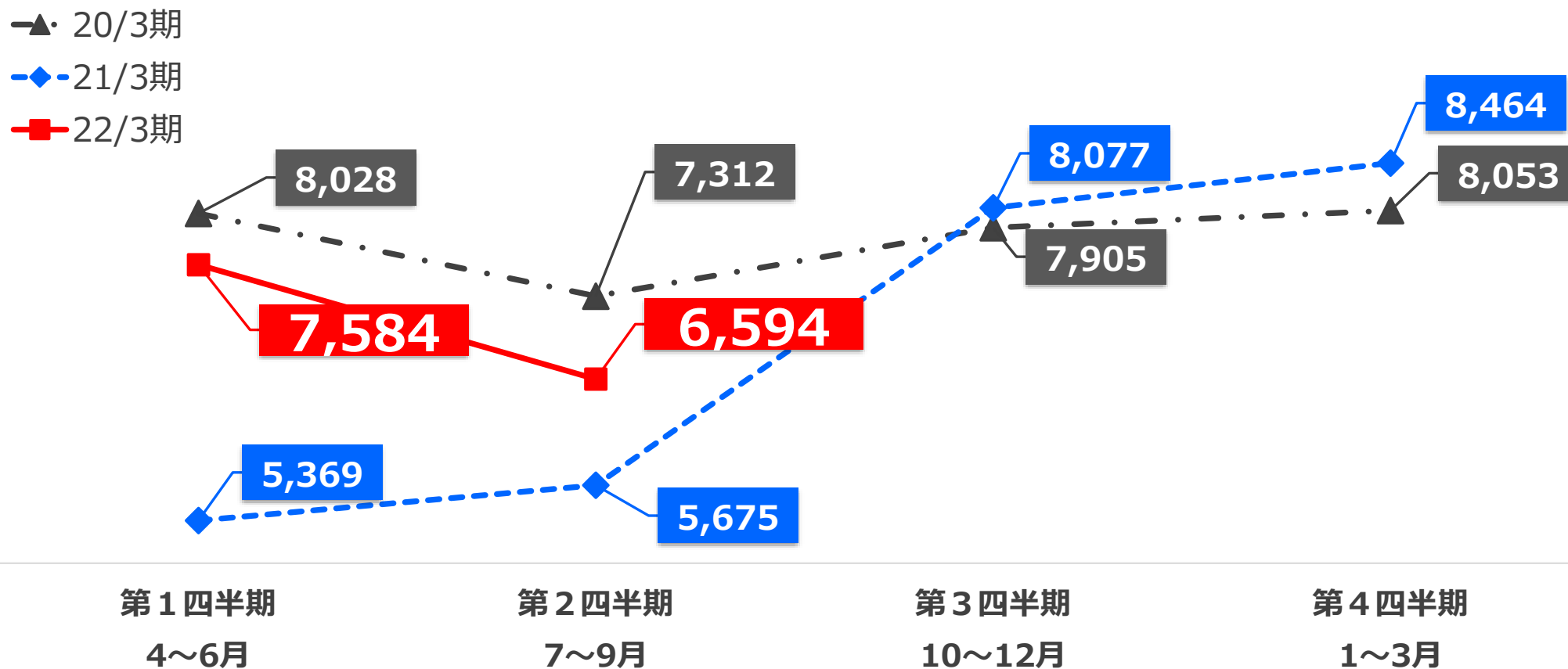
・前年比 155.2% ↑

・関西ローカル番組（「相席食堂」等）
配信引き続き好調

・TVer向けオリジナルコンテンツ好評
・前年下期から深夜ドラマ枠増で
配信コンテンツが前期比増

テレビ事業 スポット収入（四半期毎の推移）

（単位：百万円）



- 多くの広告主の出稿意欲はコロナ禍前に戻りつつあり、
第1・第2四半期ともに、前期比で大きく改善し、コロナ禍前の水準に近づいている。
※地区投下は前年比28.4%↑（当社のスポット増加率と同じ）／シェア：24.4%（前年と同じ）

テレビ事業 スポット収入（業種別20位まで）

業種	21/3 上期		22/3 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	59.7%	10.1%	154.5%	12.1%
食品	79.3%	11.7%	109.6%	10.0%
飲料・アルコール飲料	75.6%	9.0%	139.2%	9.8%
情報・通信	69.9%	7.0%	154.0%	8.4%
薬品・医療用品	88.6%	8.5%	113.8%	7.6%
家電・コンピュータ	66.7%	5.7%	168.4%	7.5%
趣味(映画・ゲーム・音楽など)	69.7%	4.9%	167.5%	6.4%
化粧品・トイレタリー	66.2%	5.9%	130.6%	6.0%
自動車	62.9%	6.6%	108.9%	5.6%
金融	66.6%	5.8%	98.6%	4.5%
官公庁・政治団体	101.8%	4.4%	103.5%	3.6%
出版	67.2%	2.4%	180.3%	3.4%
住宅・不動産・建設	53.5%	2.7%	130.7%	2.8%
通信販売	185.1%	4.3%	81.2%	2.7%
家庭用品	126.4%	2.0%	140.2%	2.2%
ファッション(衣料・貴金属など)	56.5%	2.3%	123.5%	2.2%
流通	63.4%	1.5%	130.7%	1.5%
エネルギー・機械・素材	58.6%	2.4%	70.3%	1.3%
運輸・事業・イベント	67.7%	1.3%	113.9%	1.1%
各種団体(法律事務所など)	46.9%	1.1%	129.1%	1.1%
その他	120.1%	0.2%	97.8%	0.1%
合計		100.0%		100.0%

- 宅配サービスなどコロナ禍による生活様式の変化に伴う出稿が引き続き好調
- 自宅時間増で好調なGoogle、yahooに加え、新料金プラン発表に伴う携帯キャリアのキャンペーンもあり通信が好調
- 前年、作品の公開延期が相次いだ映画・劇場関連も、当期は、新作公開が増えて出稿増

21年4月～9月*関西地区【個人全体】視聴率

(*2021年3月29日～2021年10月3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	YTV 4.2%	YTV 6.4%	ABC・YTV 6.2% (-0.6)	YTV 3.5%
2	ABC・KTV 3.9% (-0.3)	NHK 6.3%	* * * * * *	ABC 2.9% (-0.3)
3	* * * * * *	ABC 5.9% (-0.5)	KTV 5.7%	KTV 2.6%
4	NHK 3.3%	KTV 5.8%	NHK 5.4%	MBS 2.5%
5	MBS 3.2%	MBS 5.0%	MBS 5.0%	NHK 1.3%

■ 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

※ () 内は前年同期比

2021年度上期の成果

関西ローカルコンテンツがパワーアップ



▶「おはよう朝日です」 (平日朝 5:00～8:00放送)

2020年10月の拡大・リニューアルで、U49*の視聴率が躍進。
上期の視聴率は、横並び単独1位で、全日視聴率向上に貢献。

*U49：4～49歳（朝日放送テレビの独自指標）



▶「ミヤコが京都にやってきた！」

2021年1月～全6回・関西ローカルで放送した京都を舞台にしたドラマが
朝日放送テレビ制作ドラマとして東京ドラマアウォード2021「ローカル・ドラマ賞」を初受賞！

インターネット配信向け新展開で関西にとどまらないコンテンツへ



▶ 関西ローカルの人気バラエティ番組×スポンサーコラボTVer配信好評

「相席食堂」と花王とのコラボで“ブランデッドコンテンツ”を作成・TVerに配信。
TVer再生回数は75万以上を記録し配信収入増に貢献。



▶「カーネスト presents 第42回ABCお笑いグランプリ」 (2021年7月11日放送)

優勝は初の東京勢となるオズワルド。関西ローカル放送に加え、ABEMA連動のライブ配信を実施。
Twitterトレンドでも日本2位まで浮上し、関西にとどまらない全国区のコンテンツとしてブランド化に成功。大会初の冠提供決定などで更に進化。

2021年度下期の取り組み

U49に向けたコンテンツ展開を強化



▶「あなたの代わりに見ます！リア突WEST」(日曜午後 1:25～1:55放送)

46年の長きに渡りお茶の間に愛された「アタック25」に代わり、関西ローカルで放送していたジャニーズWESTが身体を張ってあらゆることを究明する“体当たりドキュメントバラエティ”を10月から全国ネットで放送。※ジャニーズWEST初の全国ネットレギュラー番組

▶「ちょいバラ」枠(土曜深夜1:00～1:30) 新設

若手ディレクターが手掛ける15分番組2本立ての新感覚ショートバラエティ枠を新設。10月クールは「RPGコウテイ君」と「イケメン乙 -イケメン今日もおつかれさます-」

▶「ドラマL それでも愛を誓いますか？」(日曜よる11:25～11:55 ※10月スタート)

30代夫婦の葛藤を描き、電子コミックサイトで1500万DLを突破した“大人の恋愛”漫画をテレビドラマ化。10月第1週でTVer105万回再生され、TVer全体で4位と好スタート。



「M-1グランプリ2021」配信プラットフォーム向けコンテンツをボリュームアップ！

▶ 史上最多の6017組がエントリー！決勝戦は12/19(日)

YouTube、GYAO!を始めとした各配信プラットフォームのコンテンツも大幅にボリュームアップして展開。



質疑応答について

1. ウェビナーコントロール内の **【手を挙げる】** をクリックしてください。
2. 司会が指名すると、画面に、ミュートを解除するよう画面に指示が出ますので、指示に従い、**ミュートを解除**してください。
3. **貴社名、御名前の後、ご質問をお願いいたします。**
(挙手を取り下げたい場合は、ウェビナーコントロール内の **【手を下げる】** をクリックしてください。)

※電話からの質問方法

1. 「*9 (手を挙げる)」を押して、お待ちください。
2. 司会が指定すると、ガイダンスが流れますので、ガイダンスに従って「*6 (ミュート解除)」を押した後、貴社名、御名前の後、ご質問をお願いいたします。

參考資料

設備投資額と減価償却費

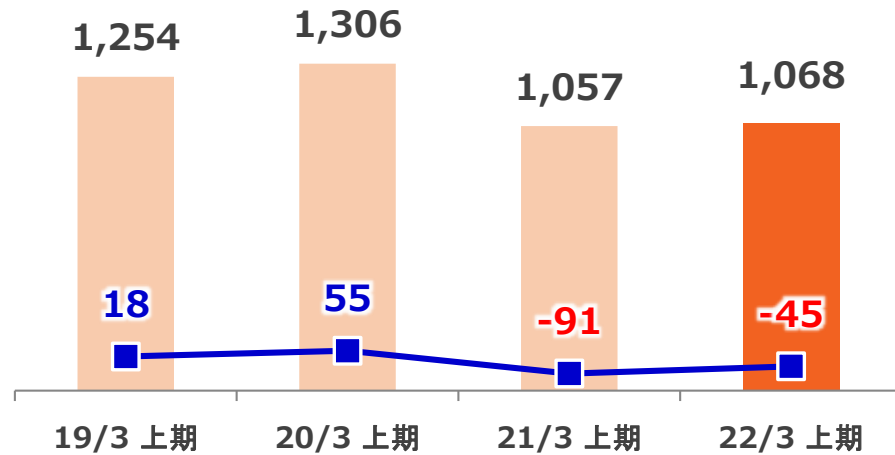
	21/3 上期		22/3 上期	
	連結	ABCテレビ	連結	ABCテレビ
設備投資額	8億円	6億円	33億円	28億円
減価償却費	15億円	7億円	16億円	8億円

(億円未満を四捨五入)

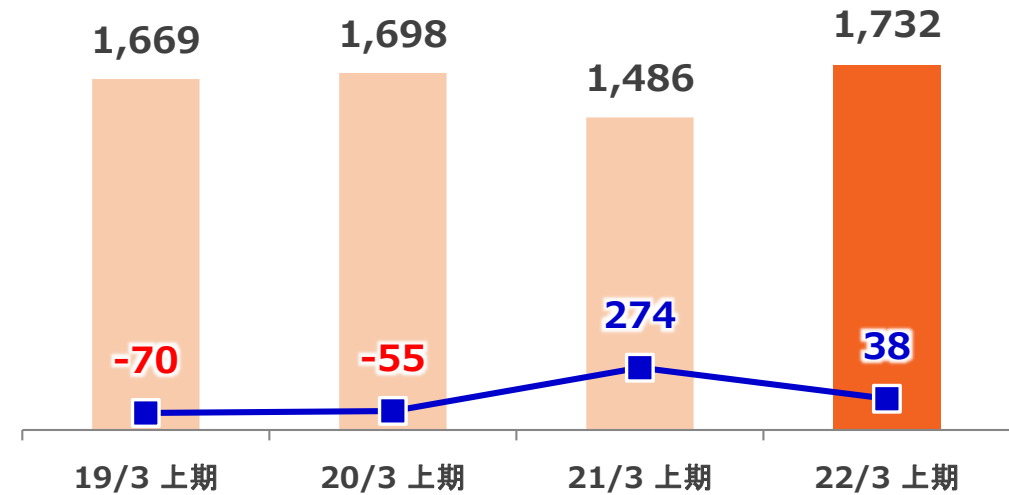
主なグループ会社① <放送事業> ※個別

朝日放送ラジオ

売上高 営業利益



スカイA (CS放送)



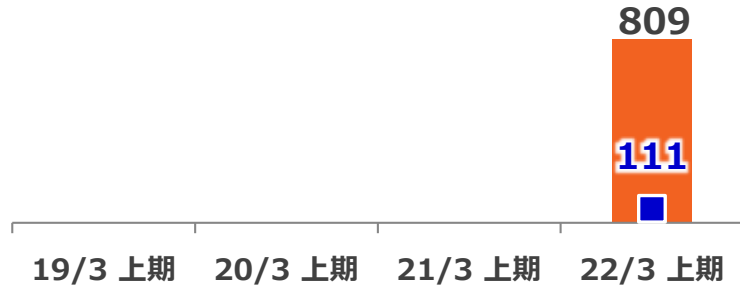
主なグループ会社② <コンテンツ事業> ※個別



(単位：百万円)

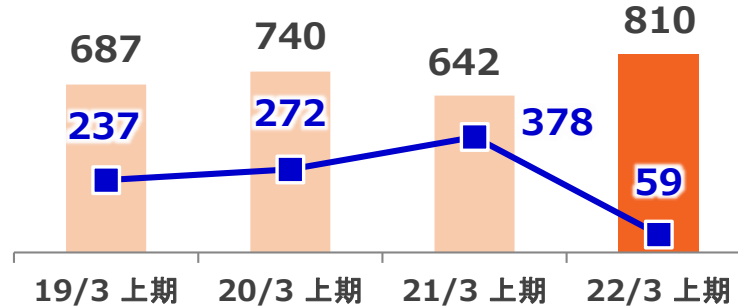
ABCフロンティア

22/3月期から、子会社のABCアニメーションを分割し再編したため、21/3月期以前の数字はありません

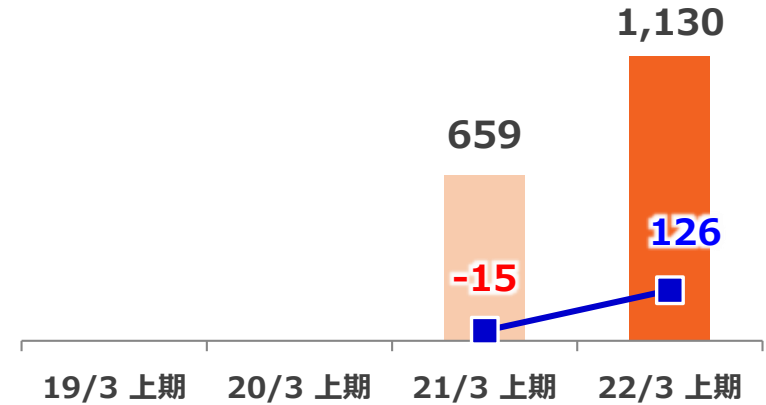


ABCアニメーション

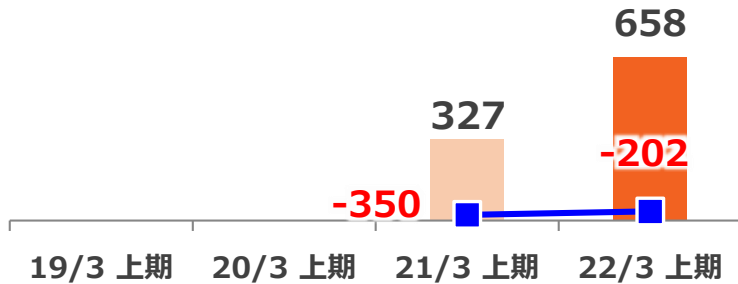
売上高 営業利益



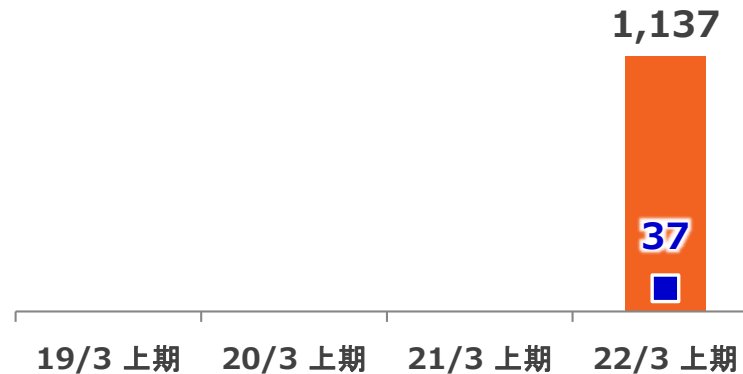
マッシュ



DLEグループ° (DLE/ちゅらっぶず/AMIDUS.等連結)



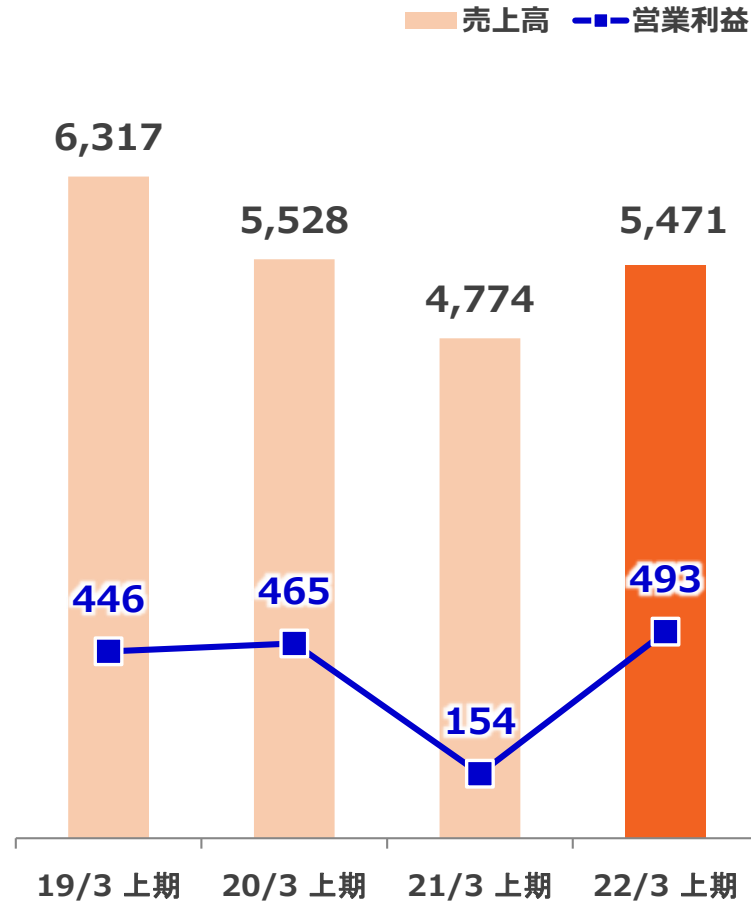
SILVER LINK



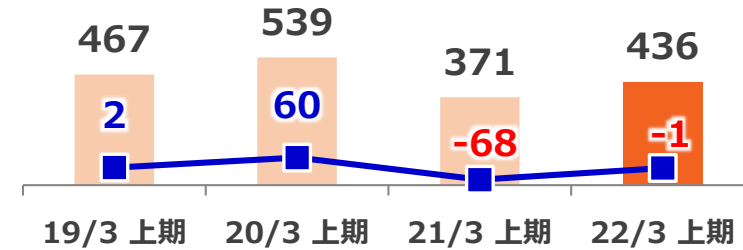
主なグループ会社③ <ライフスタイル事業> ※個別

(単位：百万円)

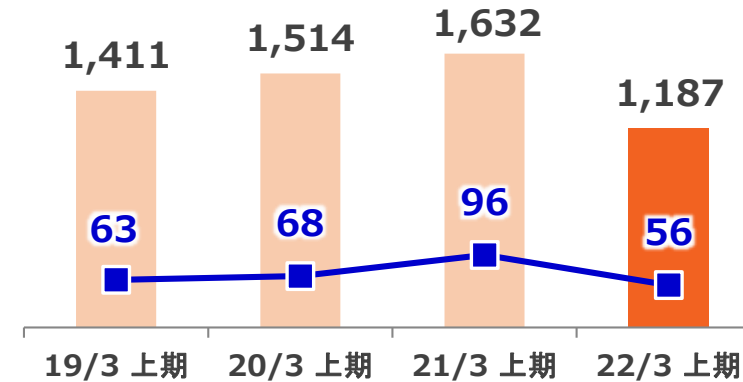
ABC開発



ABCゴルフ



ABCメディアコム



21年4月～9月*関西地区【世帯】視聴率

(*2021年3月29日～2021年10月3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	YTV 7.6%	NHK 11.0%	ABC 10.7% (-1.2)	YTV 6.6%
2	ABC 7.1% (-0.7)	YTV 10.3%	YTV 10.1%	ABC 5.5% (-0.6)
3	KTV 7.0%	ABC 10.2% (-0.8)	NHK 9.5%	KTV 4.9%
4	NHK 6.1%	KTV 9.2%	KTV 9.2%	MBS 4.7%
5	MBS 5.8%	MBS 8.2%	MBS 8.3%	NHK 2.6%

■ **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

※ () 内は前年同期比

ANNテレビネットワーク

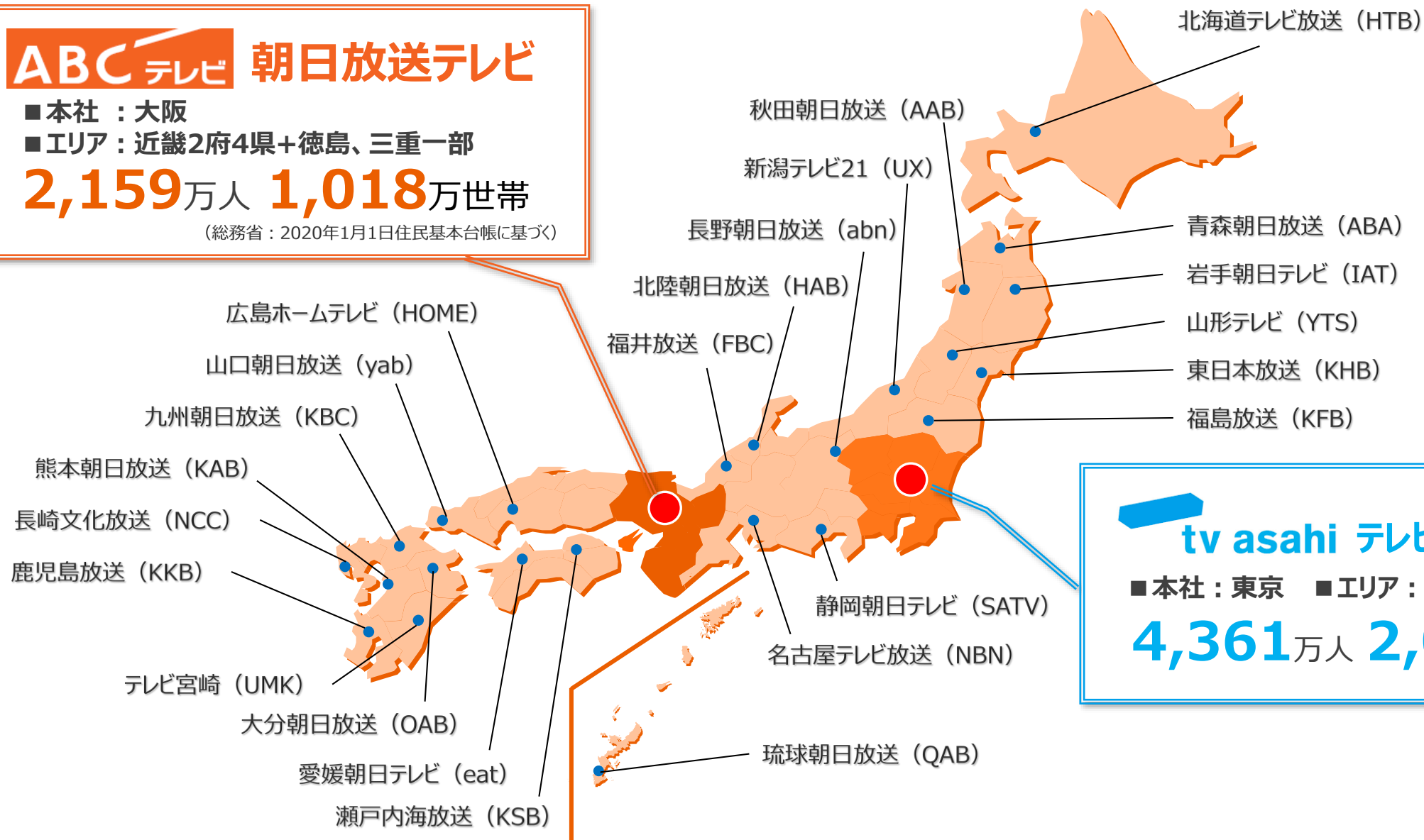
ABC テレビ 朝日放送テレビ

■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く判断及び日本経済は緩やかに回復していくという想定に基づいており、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に加え、新型コロナウイルス感染症の収束時期や影響範囲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、コーポレートレポート(統合報告書)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。