

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 決算説明会資料

2022年5月23日



証券コード：9405



報告内容

- 22年3月期決算概要
 - ・ 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
- 中期経営戦略 2021-2025
～ローリングプラン2022～ …P.22

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

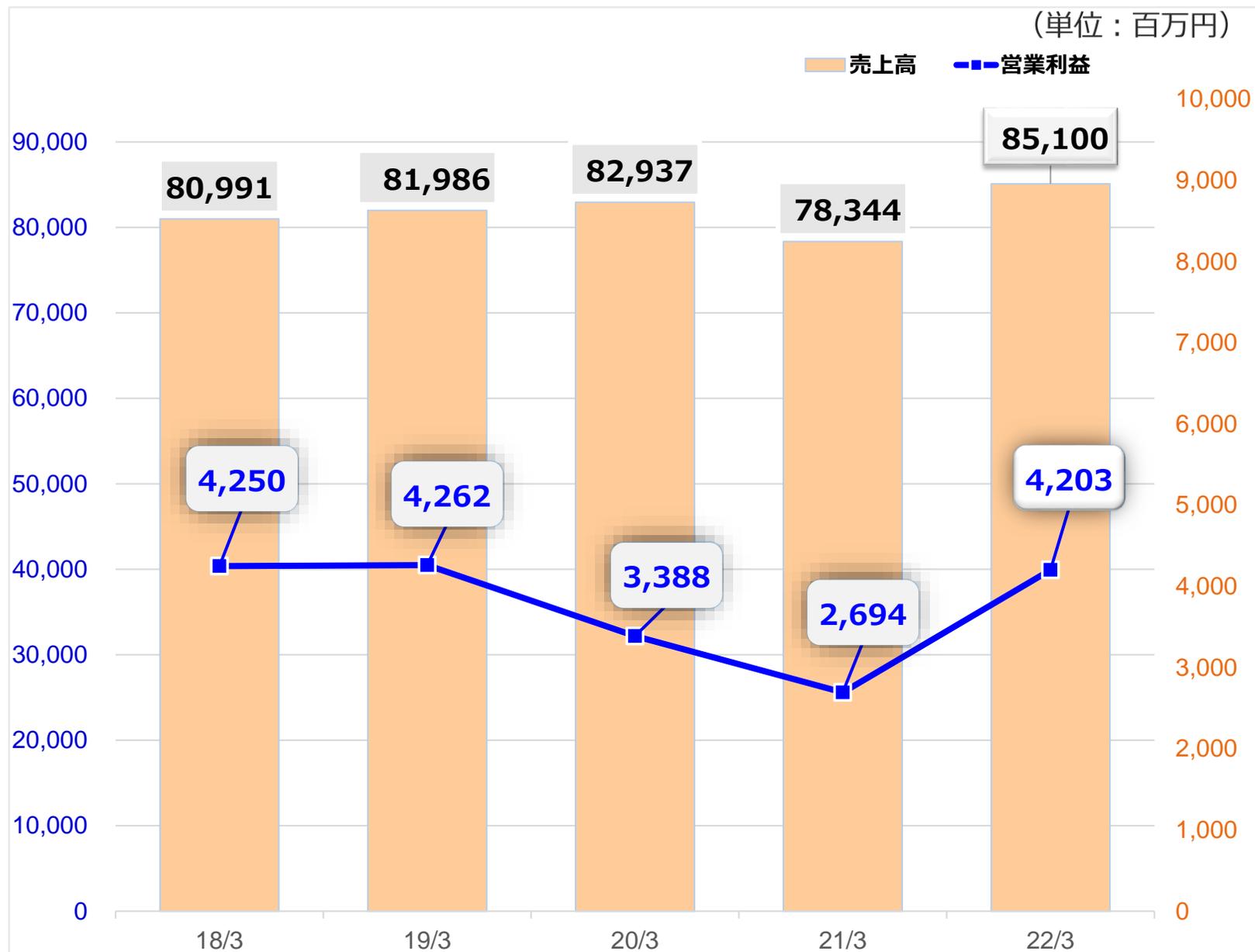
(単位：百万円)

		21/3	22/3	前期比	増減率
売上高		78,344	85,100	6,755	8.6%
営業費用		75,650	80,897	5,246	6.9%
内訳	売上原価	52,393	55,581	3,188	6.1%
	販管費	23,256	25,315	2,058	8.9%
営業利益		2,694	4,203	1,508	56.0%
経常利益		3,033	4,792	1,759	58.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益		△930	2,671	3,601	-

<増収増益>

- **放送事業で広告市況が改善**、コンテンツ事業もアニメをはじめ**動画配信などが好調**で、ライフスタイル事業も堅調
- 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**
テレビ広告収入の増加に対し、番組制作費用が抑えられたことなどが、大きな利益回復につながった

連結業績の推移



ポイント

売上高は、コロナ禍前の水準を超え、営業利益は同水準に。

→新たな事業・取り組みが実を結びはじめ、売上高増に貢献

■ 売上高

主力の広告市場が前期比で大きく回復したことに加え、動画配信等が好調。新規連結効果も加わり、コロナ禍前に比べても増収に。

■ 営業利益

コロナ禍前と同水準に。
コロナ禍前比で利益率がやや下がっているのは、費用増（リモート会議の定着化などで働き方変わって効率化が進んだものの、新しい事業・番組の開発等、先行投資的費用増）による。

セグメント情報

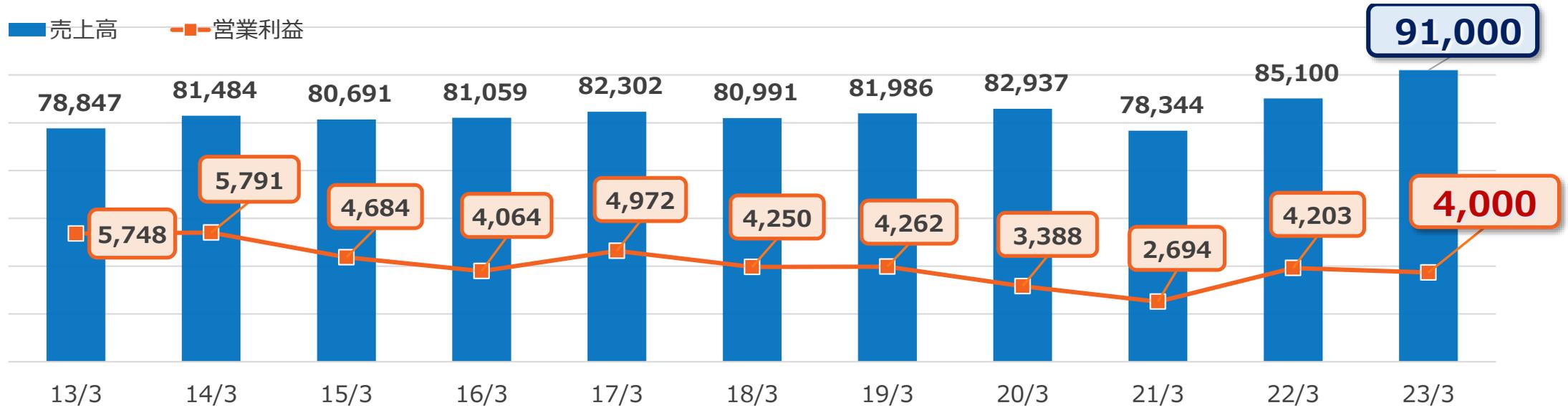
(単位：百万円)

売上高		21/3	22/3	前期比	増減率
放送・コンテンツ		61,850	71,348	9,498	15.4%
内訳	放送		56,130		
	コンテンツ		15,170		
	その他		47		
ライフスタイル		16,494	13,751	△2,743	△16.6%
内訳	ハウジング		9,825		
	ゴルフ		854		
	通販		2,694		
	その他		377		
営業利益		21/3	22/3	前期比	増減率
放送・コンテンツ		2,020	3,654	1,634	80.9%
ライフスタイル		988	874	△113	△11.5%
その他調整額		△314	△325	△11	-

2023年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	22/3 (実績)	23/3	前期比	増減率
売上高	85,100	91,000	5,899	6.9%
営業利益	4,203	4,000	△203	△4.8%
経常利益	4,792	4,500	△292	△6.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,671	2,900	228	8.6%

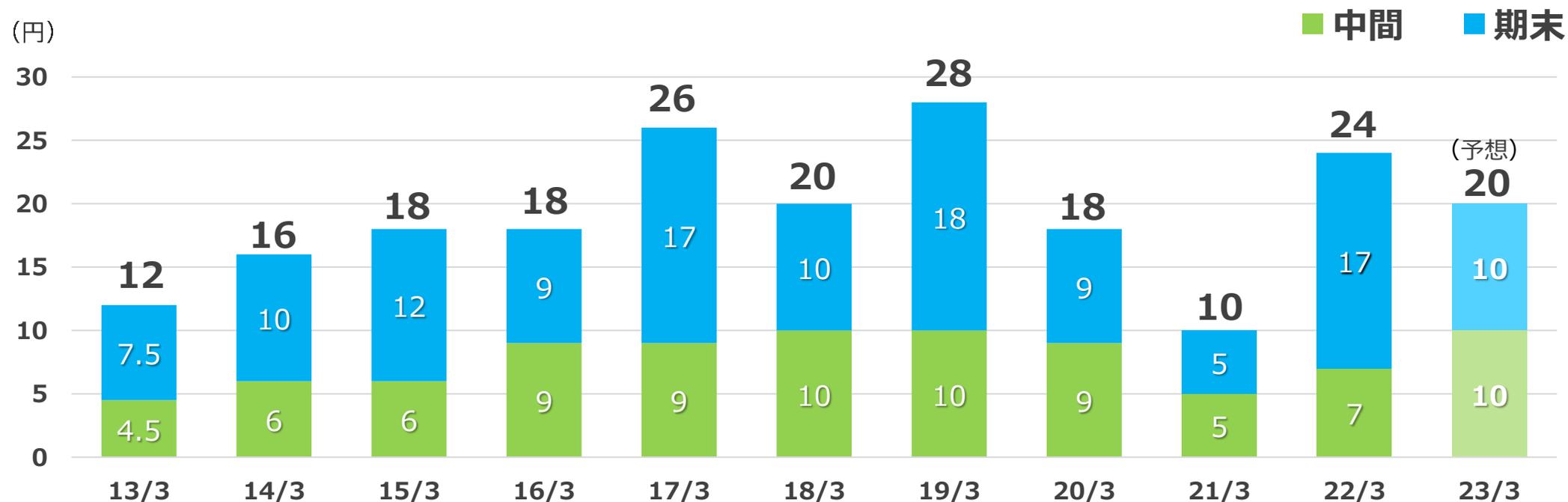


2023年3月期 セグメント別業績予想

(単位：百万円)

売上高		22/3 (実績)	23/3	前期比	増減率
放送・コンテンツ		71,348	75,200	3,851	5.4%
内訳	放送	56,130	56,400	269	0.5%
	コンテンツ	15,170	18,500	3,329	21.9%
	その他	47	300	252	529.5%
ライフスタイル		13,751	15,800	2,048	14.9%
内訳	ハウジング	9,825	9,800	△25	△0.3%
	ゴルフ	854	900	45	5.4%
	通販	2,694	4,500	1,805	67.0%
	その他	377	600	222	59.0%
営業利益		22/3 (実績)	23/3	前期比	増減率
放送・コンテンツ		3,654	3,300	△354	△9.7%
ライフスタイル		874	1,000	125	14.4%
その他調整額		△325	△300	25	-

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。

2022年3月期については、2月に発表した1株あたり17円の期末配当を維持して年間24円の配当とし、2023年3月期については、中間配当、期末配当ともに10円とし、1株当たりの年間配当を20円と予想しております。

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) 執行役員
朝日放送テレビ(株) 総合編成、コンテンツプロデュース 担当取締役
今村 俊昭

朝日放送テレビ 業績

		21/3	22/3	前期比	増減率
売	上 高	51,288	55,812	4,523	8.8%
営	業 費 用	49,935	52,879	2,943	5.9%
内 訳	売 上 原 価	30,855	32,877	2,022	6.6%
	販 管 費	19,080	20,001	921	4.8%
営 業 利 益		1,353	2,933	1,580	116.8%
経 常 利 益		1,411	3,057	1,645	116.6%
当 期 純 利 益		882	1,814	932	105.7%
		21/3	22/3	前期比	増減率
番	組 費	15,175	15,361	185	1.2%

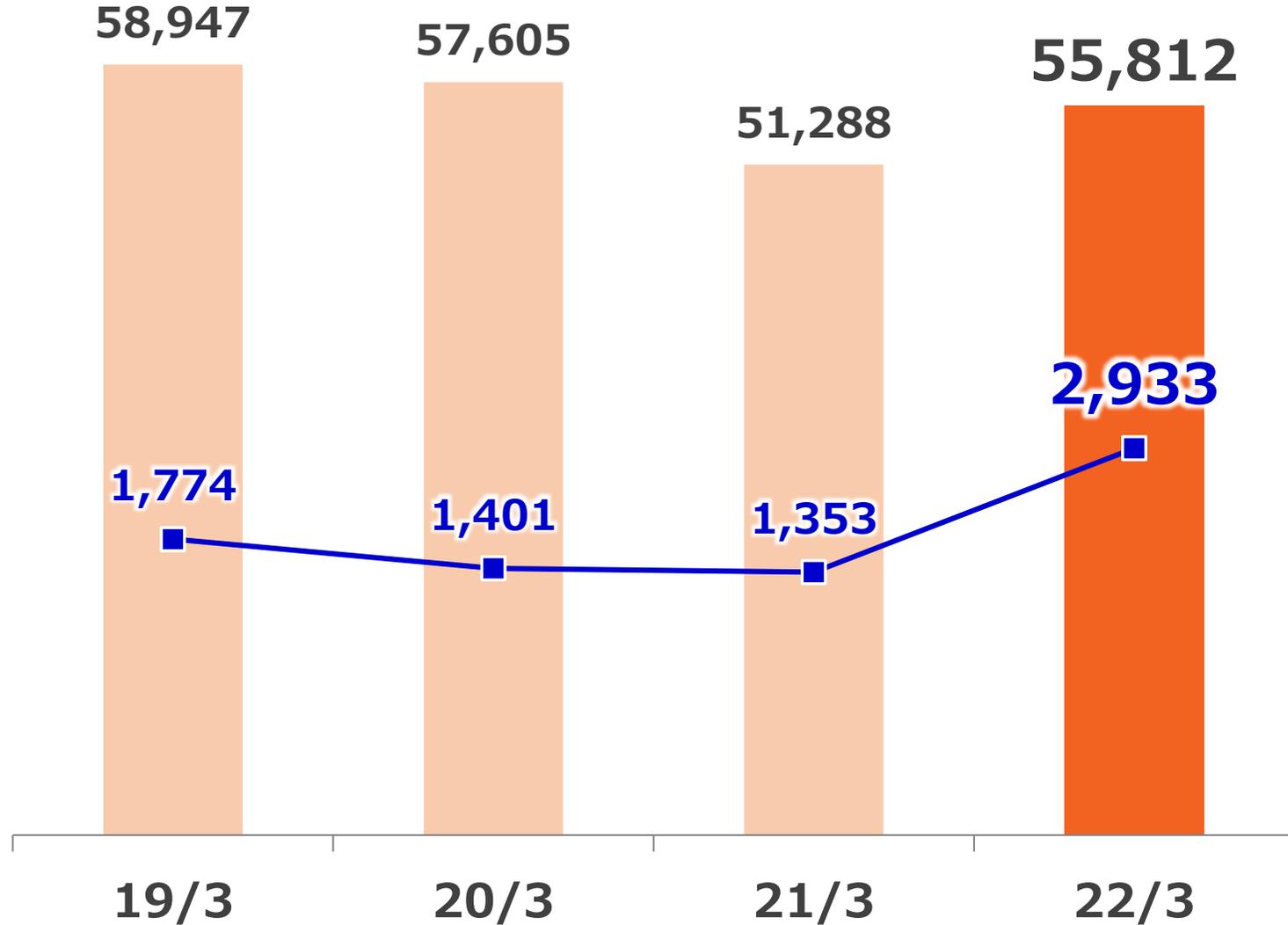
<増収増益>

- 主力の放送事業で**テレビスポット収入**が好調。コンテンツ収入も好調で増収
- スポーツ中継再開等で**番組費増**も、増収効果がそれを上回り、**大幅増益**

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

コロナ禍前の水準に近づく

➡前期のコロナ禍による業績悪化の反動で持ち直したが、完全には戻っておらず、コロナ禍前からのデジタル広告シフトの影響は続いている。その一方で、巣ごもり需要もあり、TVer配信やインターネット関連収入が成長を続けている。

■ 営業利益

2018年4月の分社後、最高益

➡全国ネットのレギュラーおよび単発特別番組の人気番組が大きく貢献。

朝日放送テレビ 収入の内訳

(単位：百万円)

	21/3 (参考値)	22/3
放送収入	47,549	50,502
コンテンツ収入	3,372	4,980
その他の収入	366	329

- **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6%↑ ※詳細は次ページ以降に記載
- コンテンツ収入 前期比 約48%↑
 - 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	20/3	21/3	22/3
ス ポ ッ ト	33,169	31,298	27,587	30,817
ネットワーク (タイム)	14,060	14,347	13,461	13,018
(参考) ABC制作によるタイム収入	10,504	10,870	10,710	10,229
ロ ー カ ル (タイム)	5,973	6,225	5,538	5,527
テレビ動画配信 (主にTVer配信)	168	172	306	502

■ **スポット**
 ・前年比**11.7%↑**
 プラス要因
 ⇒広告市場がコロナ禍から回復
 マイナス要因
 ⇒オリンピックでキー局番組増でスポット枠減
 海外の情勢不安による出稿意欲減

■ **ネットワーク (タイム)**
 ・前年比**△3.3%**
 ・全国ネットプライム帯の番組枠の減少
 が主な要因

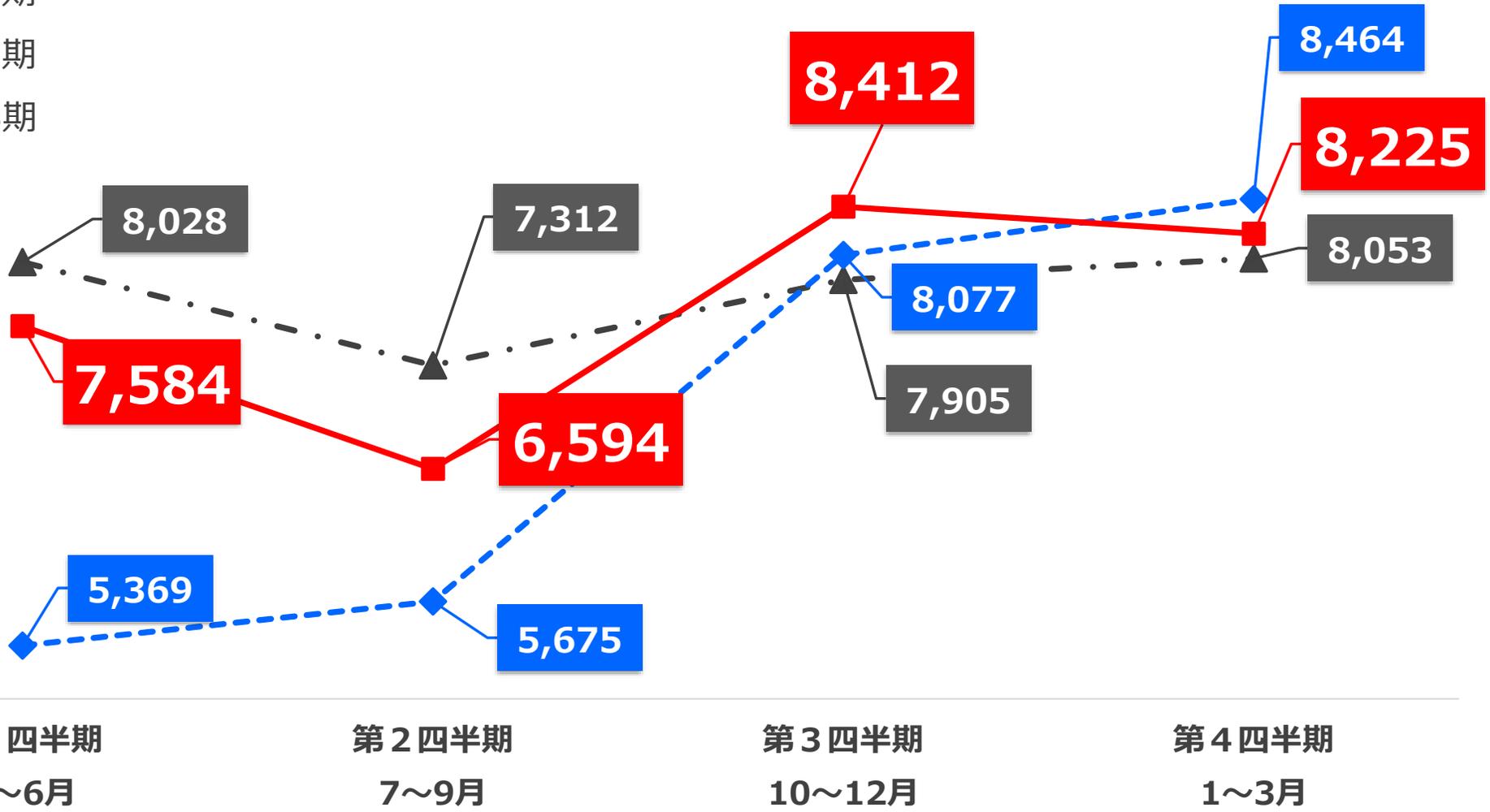
■ **ローカル (タイム)**
 ・前年比**△0.2%**
 ・平日昼のベルトミニ枠終了も、
 高校野球関連や新規単発派生番組
 などが好調でほぼ前年並み

■ **テレビ動画配信 (主にTVer配信)**
 ・前年比**64%↑**
 ・「相席食堂」ブランデッドコンテンツや
 単発番組に付随した大型出稿など
 による大幅増

朝日放送テレビ スポット収入 (四半期毎の推移)

(単位：百万円)

- ▲ 20/3期
- ◆ 21/3期
- 22/3期



朝日放送テレビ スポット収入（業種別20位まで）

順位	業種	21/3		22/3	
		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	70.9%	9.8%	124.3%	10.9%
2	食品	89.4%	10.1%	105.3%	9.5%
3	情報・通信	90.0%	8.2%	126.3%	9.3%
4	飲料・アルコール飲料	92.7%	7.5%	120.9%	8.1%
5	薬品・医療用品	88.6%	8.0%	102.9%	7.4%
6	家電・コンピュータ	88.2%	6.0%	131.2%	7.1%
7	趣味(映画・ゲーム・音楽など)	96.0%	5.5%	121.5%	6.0%
8	金融	81.1%	6.1%	100.5%	5.5%
9	化粧品・トイレットリー	91.4%	5.6%	108.7%	5.5%
10	自動車	83.6%	6.9%	87.5%	5.4%
11	官公庁・政治団体	102.4%	3.8%	119.7%	4.1%
12	出版	93.5%	3.2%	133.4%	3.8%
13	住宅・不動産・建設	77.2%	3.4%	119.8%	3.7%
14	通信販売	203.8%	3.6%	78.5%	2.5%
15	家庭用品	127.6%	2.1%	128.3%	2.4%
16	ファッション(衣料・貴金属など)	78.5%	2.6%	101.2%	2.4%
17	エネルギー・機械・素材	102.4%	2.9%	76.5%	2.0%
18	流通	92.8%	1.8%	101.3%	1.6%
19	各種団体(法律事務所など)	54.2%	1.3%	125.0%	1.4%
20	運輸・事業・イベント	67.5%	1.3%	106.1%	1.3%
21	その他	105.8%	0.2%	112.1%	0.2%
	合計		100.0%		100.0%

※増減率は前年同期比

21年4月～22年3月*関西地区【個人全体】視聴率

(*2021年3月29日～2022年4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 4.1%	YTV 6.5%	YTV 6.2%	YTV 3.4%
2	ABC・KTV 3.8% (-0.2)	NHK 6.0%	ABC 6.1% (-0.5)	ABC 2.9% (-0.3)
3	* * * * * *	ABC 5.9% (-0.4)	KTV 5.6%	KTV 2.6%
4	NHK・MBS 3.1%	KTV 5.7%	NHK 5.1%	MBS 2.5%
5	* * * * * *	MBS 4.9%	MBS 4.9%	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

朝日放送テレビ 業績予想

(単位：百万円)

	22/3 (実績)	23/3	前期比	増減率
売上高	55,812	57,050	1,237	2.2%
営業費用	52,879	54,550	1,670	3.2%
営業利益	2,933	2,500	△433	△14.8%
経常利益	3,057	2,900	△157	△5.1%

	22/3 (実績)	23/3	前期比	増減率
番組費	15,361	15,500	138	0.9%

2023年3月期 朝日放送テレビ 収入見通し

(単位：百万円)

		22/3 (実績)	23/3	前期比	増減率
放送収入		50,502	50,100	△402	△0.8%
主な内訳	スポット	30,817	30,800	△17	△0.1%
	ネットワーク	13,018	12,220	△798	△6.1%
	(参考) ABC制作によるタイム収入	10,229	9,531	△698	△6.8%
	ローカル	5,527	5,850	322	5.8%
	テレビ動画配信 (主にTVer配信)	502	600	97	19.3%
コンテンツ収入		4,980	6,530	1,549	31.1%

2021年度の成果

年末年始特番・ポツンと一軒家 引き続き好調

- ▶「M-1グランプリ2021」：東西ともに個人全体横並びダントツトップ！
- ▶「芸能人格付けチェック！2022お正月SP」：東西ともに個人全体同時時間帯トップ！
関西では正月三が日の全番組の中でも個人全体でトップを獲得！
- ▶「ポツンと一軒家」：引き続き好調



配信・イベントなどの多面展開を推進

相席食堂

『TVerアワード2021 特別賞』を受賞
全国ネットされていない番組の中で
総再生数がトップで2年連続2度目の受賞



バドチャル高校野球

スポーツブルで全国大会に加えて地方大会の
LIVE配信数も増加。また、有料見逃し配信
サービスも開始。

▶ 番組IPを使ったイベント開催

✓朝の人気情報番組「おはよう朝日
です」（ABCローカル放送）のクイズ
コーナー「おきたらんど」のオンラインイ
ベント「おきたらんどおんらいん」を開催。
計3回でのべ5,700人ほどが参加。



✓土曜の朝に生放送の全国ネット番
組「朝だ！生です 旅サラダ」放送30
年を記念して「旅サラダEXPO」をグ
ランフロント大阪にて開催。3日間
でのべ18,000人以上が来場



2022年度の取り組み

4月の改編 よりU49*を意識したタイムテーブルに

* U49 : 49歳以下をターゲットとするABCテレビ独自指標



ABCローカル

月～金曜 午後3:45～7:00

「毎日のおかえりが家族をもっと家族にする」をテーマにニュースから旬なスポット紹介など、より身近な話題を夕方にお届け。



月～金曜 午後1:30～1:45

料理初心者のDAIGOさんが、失敗をしながらもスキルアップを目指し奮闘する料理番組。



土曜 午前8:00～9:30

新レギュラーにKAT-TUNの中丸雄一さんが登場。ニッポンの魅力を再発見する新コーナーのリポーターとしても活躍。



日曜 お昼0:55～1:25

半世紀以上続く、朝日放送の人気番組。MCに藤井隆さん、井上咲楽さんというフレッシュなコンビを迎えて新たにスタート。

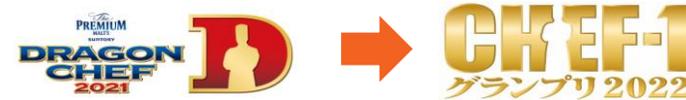
番組とともに地域創生も。



▶「速水もこみちの食材探求ロードムービー 頂！キッチン」

(土曜 午後 1:28 ～2:00 ABCローカル放送)

俳優でありながらあくなき“食の探求心”を持つ男、速水もこみちがキッチンカーで日本全国を巡るロードムービーなグルメショー番組



▶日本全国 47 都道府県の「チャンスをつかみたい！」「夢を叶えたい！」という情熱を持った若き料理人たちが No.1 の称号を目指す「ザ・プレミアム・モルツ presents CHEF-1 グランプリ 2022」。昨年放送の「DRAGON CHEF 2021」からタイトルを改め進化。

朝日放送グループ
中期経営戦略 2021-2025
NEW HOPE
ローリングプラン2022

朝日放送グループホールディングス株式会社

重点目標(定量)

3年間の数値計画(2021年5月当初)

	2021年度		2022年度		2023年度		...	2025年度	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益		売上高	営業利益
グループ連結	82,000	2,300	88,000	3,000	92,000	4,500		100,000	5,700



2025年までの数値計画

	2021年度 (実績)		2022年度		2023年度		2024年度		2025年度	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
グループ連結	85,100	4,203	91,000	4,000	94,000	4,500	97,000	5,000	100,000	5,700

単位: 百万円



重点目標(定量 セグメント別)

3年間の数値計画(2021年5月当初)

単位: 百万円

▼ 報告セグメント	2021年度		2022年度		2023年度	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
放送・コンテンツ	67,800	1,700	72,000	1,800	75,000	3,200
ライフスタイル	14,200	900	16,000	1,500	17,000	1,600

...

2025年度
売上高
81,000
19,000



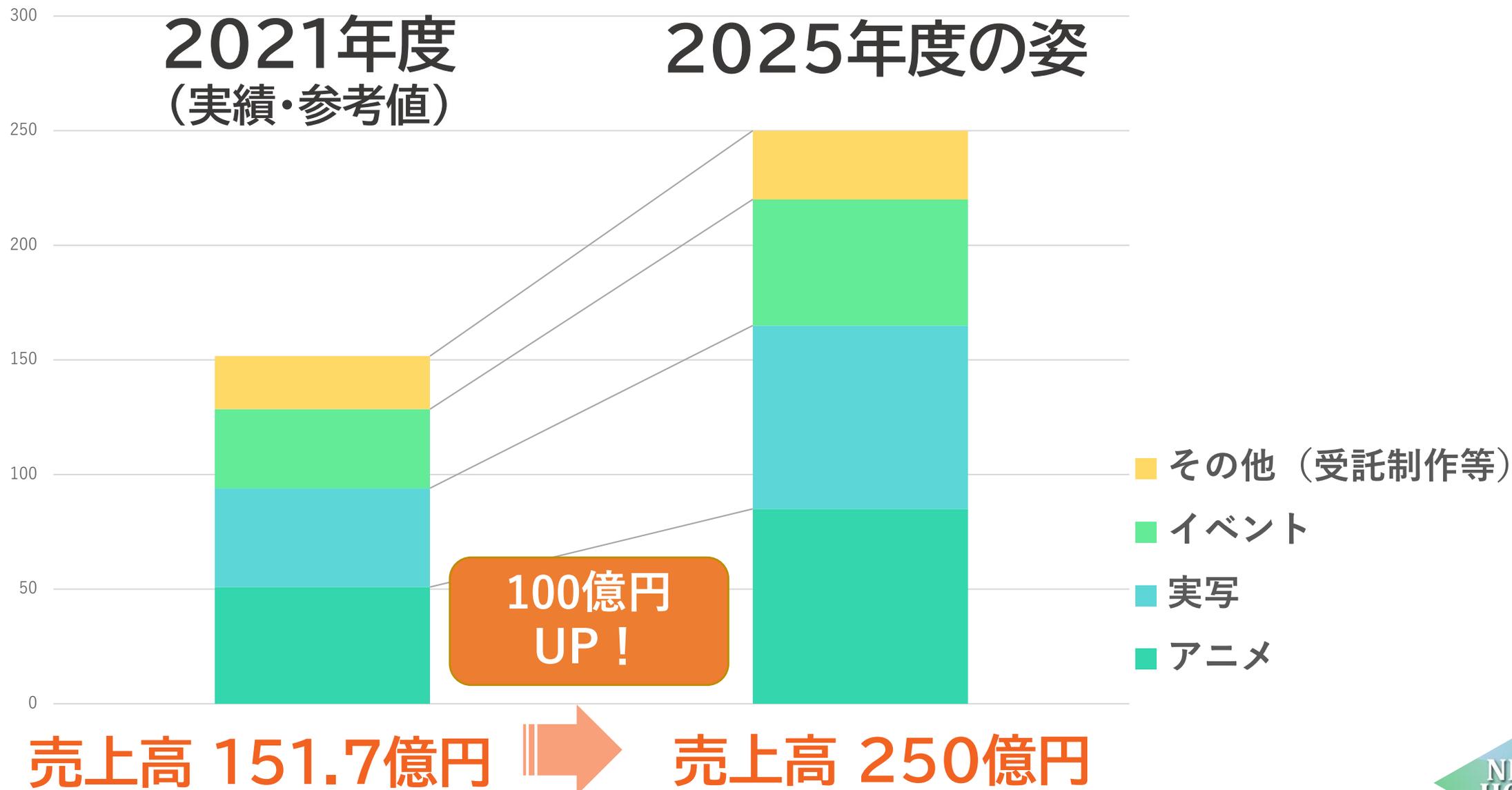
2025年までの数値計画

▼ 報告セグメント	2021年度 (実績)		2022年度		2023年度		2024年度		2025年度	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
放送・コンテンツ	71,348	3,654	75,200	3,300	77,000	3,200	79,300	3,600	81,000	3,800
ライフスタイル	13,751	874	15,800	1,000	17,000	1,600	17,700	1,700	19,000	2,200

注)2022年度以降の営業利益について
セグメント外(表外)で、毎年「その他調整額 △3億円」を見込んでいます



重点目標 (定量 コンテンツ)



アニメ

- ✓ 今後もABCアニメーションを中心に体制を強化
 - ※ABCアニメーション
 - 2021年度 売上高過去最高を更新
 - 2020年に設立したCGアニメ制作スタジオが本格稼働
- ✓ アニメ周辺事業(フィギュアなど商品化事業)や海外展開の拡充・強化を目指す



©おおじこうじ・京都アニメーション
/岩鷺町後援会2021



©ABC-A・東映アニメーション



©2021 月夜 涙・れい亜/
KADOKAWA/暗殺貴族製作委員会

実写(ドラマ・バラエティなど)



- ✓ 放送と連動したドラマ・バラエティ等コンテンツ配信体制を確立
- ✓ 動画配信向け、新規コンテンツ開発を強化
- ✓ 海外市場への取り組みも拡充
 - ※海外の有力エンターテインメント企業とグローバル・セールスを目的とする番組フォーマット開発及び販売で協業予定

イベント

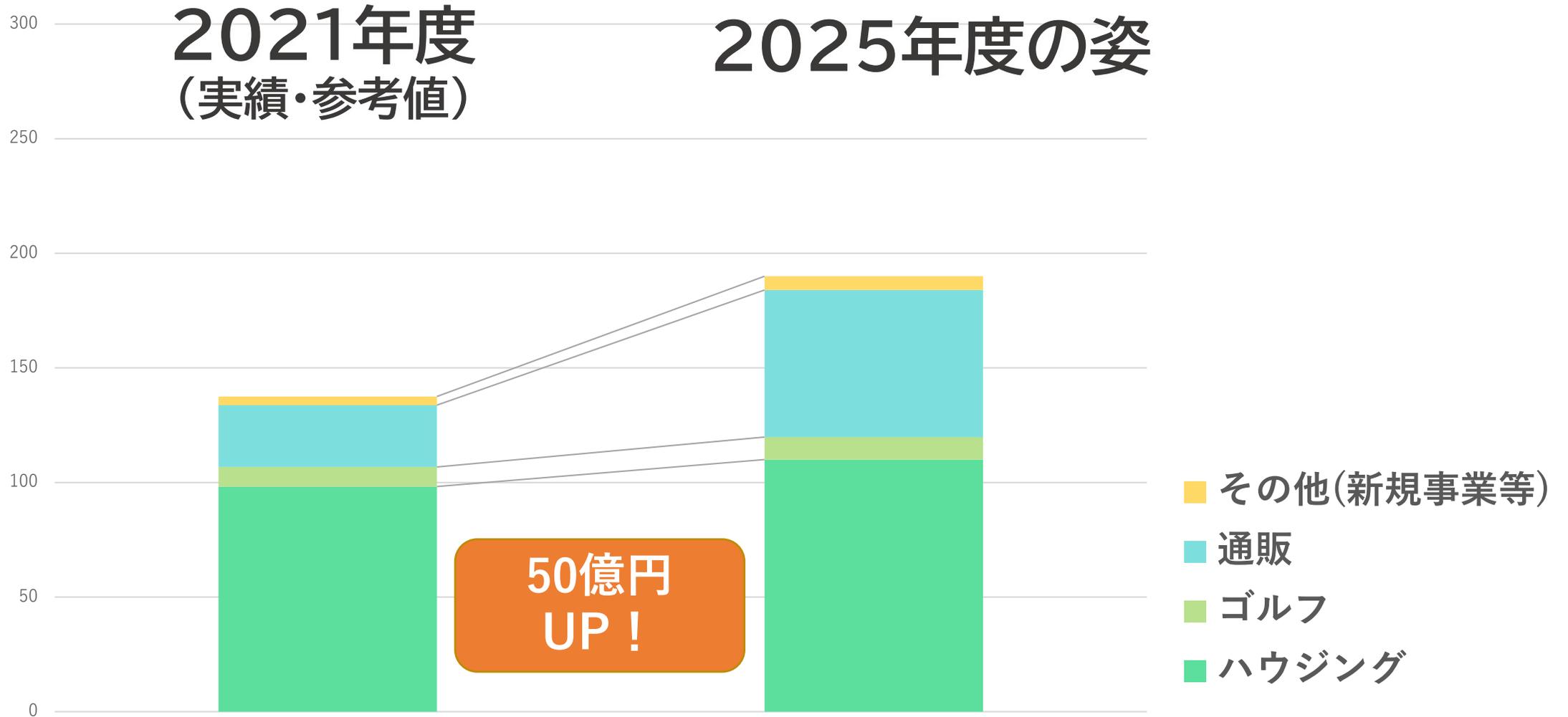
- ✓ 映像と舞台を融合した新しいエンタテインメント創出
- ✓ テレビ番組連携型主催イベントや万博関連イベント増を目指す



その他

- ✓ 音楽事業に注力、有望新人アーティストの原石発掘を取り組み
- ✓ コンシューマーブランド、テクノロジーブランド開発
- ✓ 高い制作技術力をさらに向上し、国内外からの制作受託を強化

重点目標 (定量 ライフスタイル)



売上高 137.5億円 ➡ 売上高 190億円

事業別戦略：ライフスタイル

通販事業

- ✓ テレビ通販強化
 - ➡ エー・ビー・シー メディアコム(以下"AMC")、ONE DAY DESIGN(以下"ODD")の2社を通じ販路拡大。
 - * ODD：2021年に設立したDMM.comとの合併会社
- ✓ Eコマース事業強化
 - ➡ AMC、ODDとも通販サイトを充実。
 - ➡ 海外において、ソーシャル・コマースやライブコマースを運営している事業者へ資本参加し、Eコマース事業の販路拡大や、分散型メディアを活用したマーケティング力強化を推進



ハウジング事業

- ✓ 新規会場オープン
- ✓ DXを推進し、顧客体験の向上による新テナント・新規来場者の獲得



Webメディアを通じて「暮らしの提案」展開中

NEW
HOPE

サステナビリティ関連トピックス

- **ABCグリーン宣言**（2022年1月発表）
2025年に、ABCグループでCO₂フリー電力化を実現
※TCFD提言への賛同を表明する予定
- **ABC@Colorful宣言**
朝日放送グループは、「働き方」の多様性（テレワーク、時短勤務制度、副業等）、
「働く人」の多様性（女性活躍、男性育休、同性パートナーシップ制度等）を推進します！
- 「SDGsファンド」の組成を決定
SDGs達成に資するスタートアップへの出資を目的とする投資ファンド
- その他 地域創生への取り組み
京都府亀岡市と包括連携協定を締結

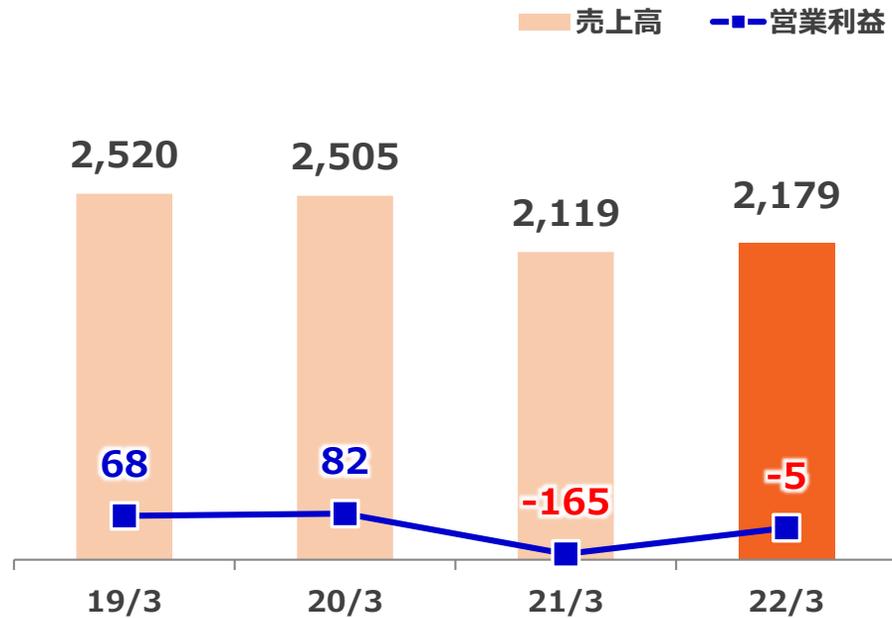
參考資料

設備投資額と減価償却費

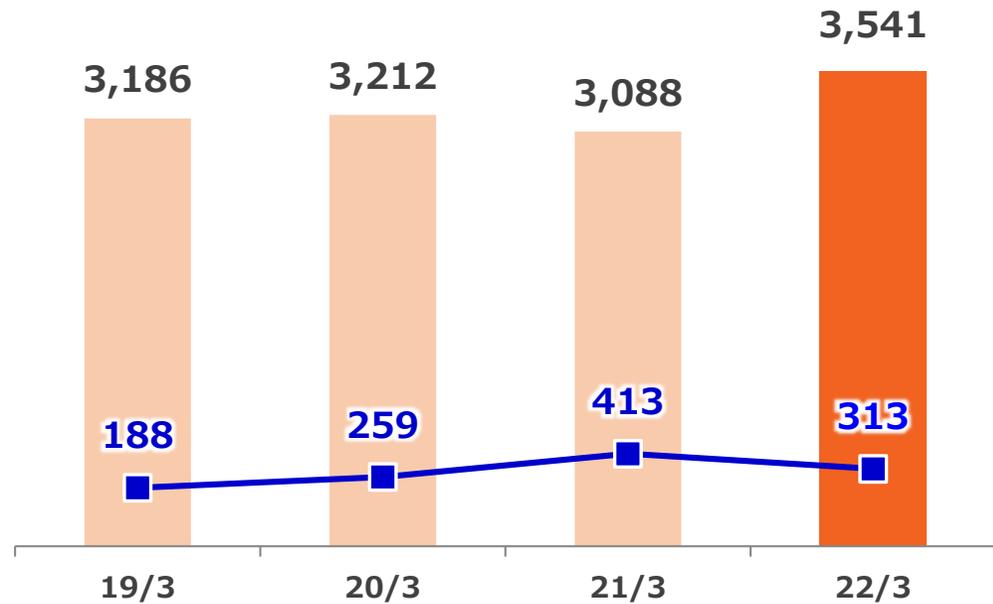
	21/3		22/3		23/3 (予想)	
	連結	ABCテレビ	連結	ABCテレビ	連結	ABCテレビ
設備投資額	51億円	4億円	84億円	65億円	83億円	25億円
減価償却費	30億円	14億円	32億円	15億円	40億円	19億円

主なグループ会社① <放送事業>

朝日放送ラジオ



スカイA (CS放送)

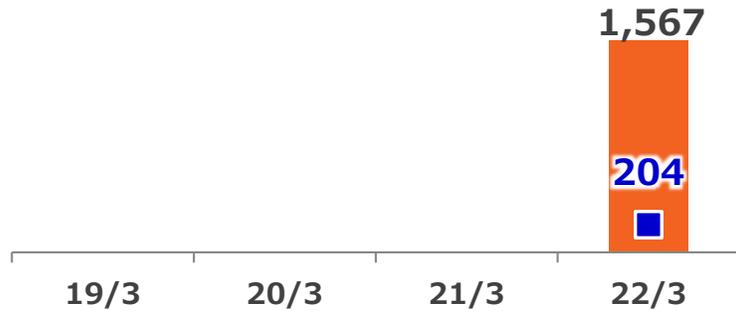


主なグループ会社② <コンテンツ事業>

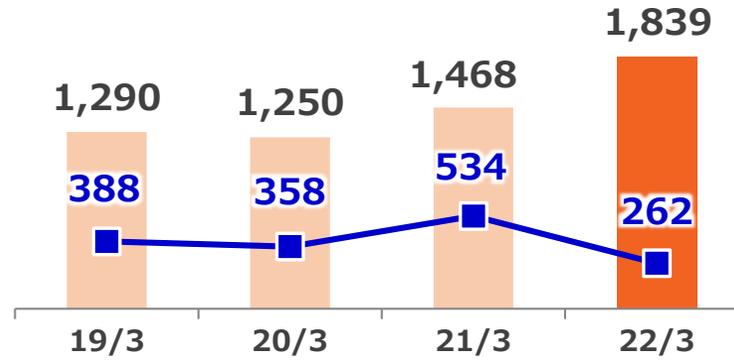
(単位：百万円)

ABCフロンティア

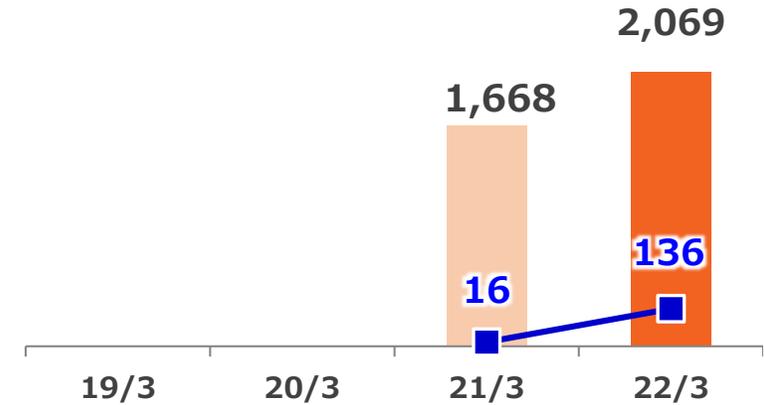
22/3月期から、子会社のABCアニメーションを分割し再編したため、21/3月期以前の数字はありません



ABCアニメーション

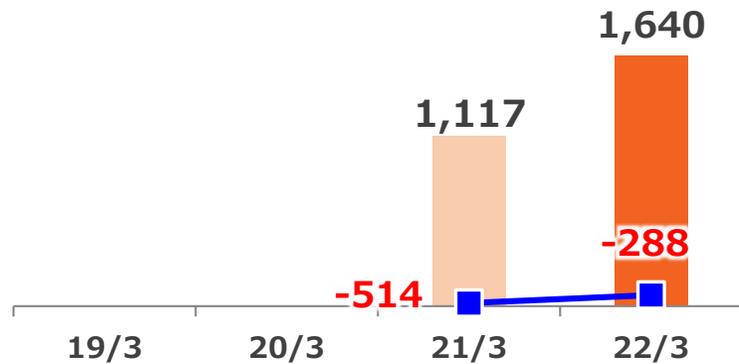


マッシュ

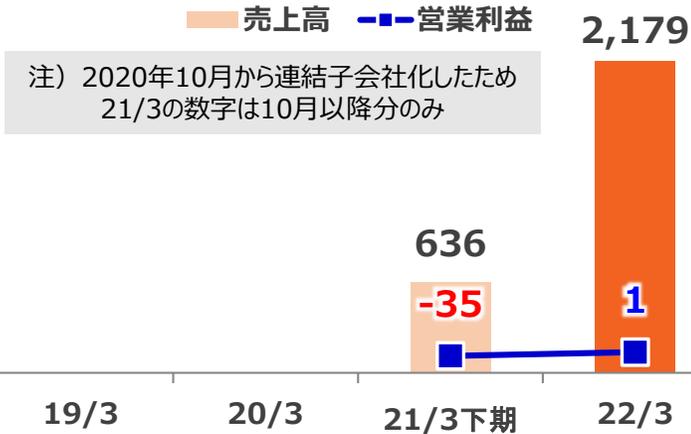


DLEグループ^o (DLE/ちゅらっぶす/AMIDUS.等連結)

注) (株)DLE決算資料から抜粋
ABCグループ非連結子会社(AMIDUS.等)含むDLEの連結業績



SILVER LINK.

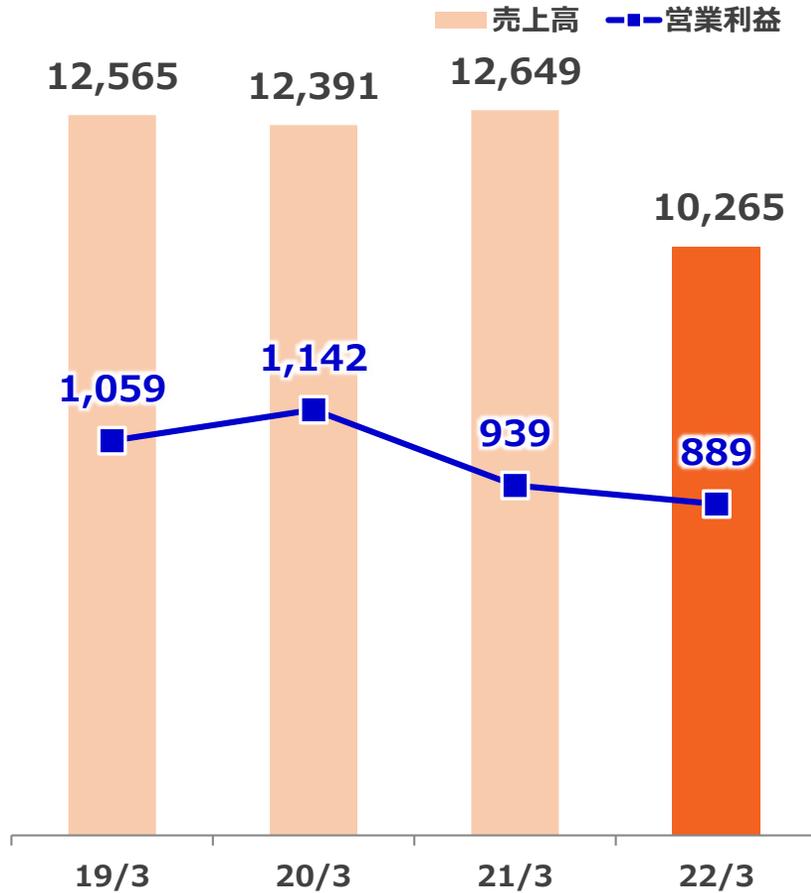


注) 2020年10月から連結子会社化したため
21/3の数字は10月以降分のみ

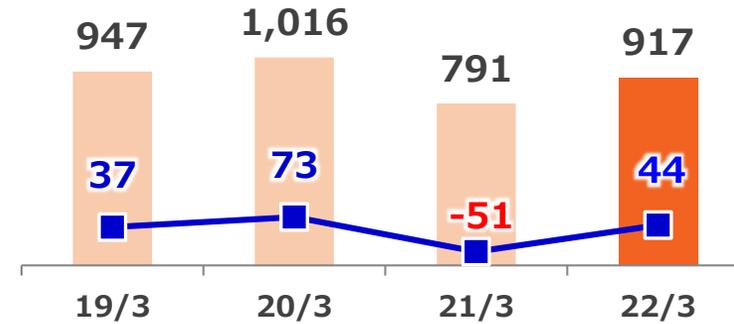
主なグループ会社③ <ライフスタイル事業>

(単位：百万円)

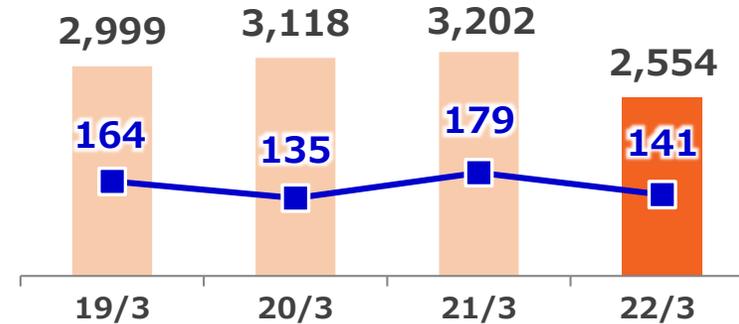
ABC開発



ABCゴルフ



ABCメディアコム



21年4月～22年3月*関西地区【世帯】視聴率

(*2021年3月29日～2022年4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 7.4%	NHK 10.4%	ABC 10.6% (-0.8)	YTV 6.4%
2	ABC 7.0% (-0.5)	YTV 10.3%	YTV 10.1%	ABC 5.5% (-0.5)
3	KTV 6.9%	ABC 10.1% (-0.7)	KTV 9.1%	KTV 4.9%
4	NHK 5.8%	KTV 9.1%	NHK 9.0%	MBS 4.7%
5	MBS 5.7%	MBS 8.1%	MBS 8.2%	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

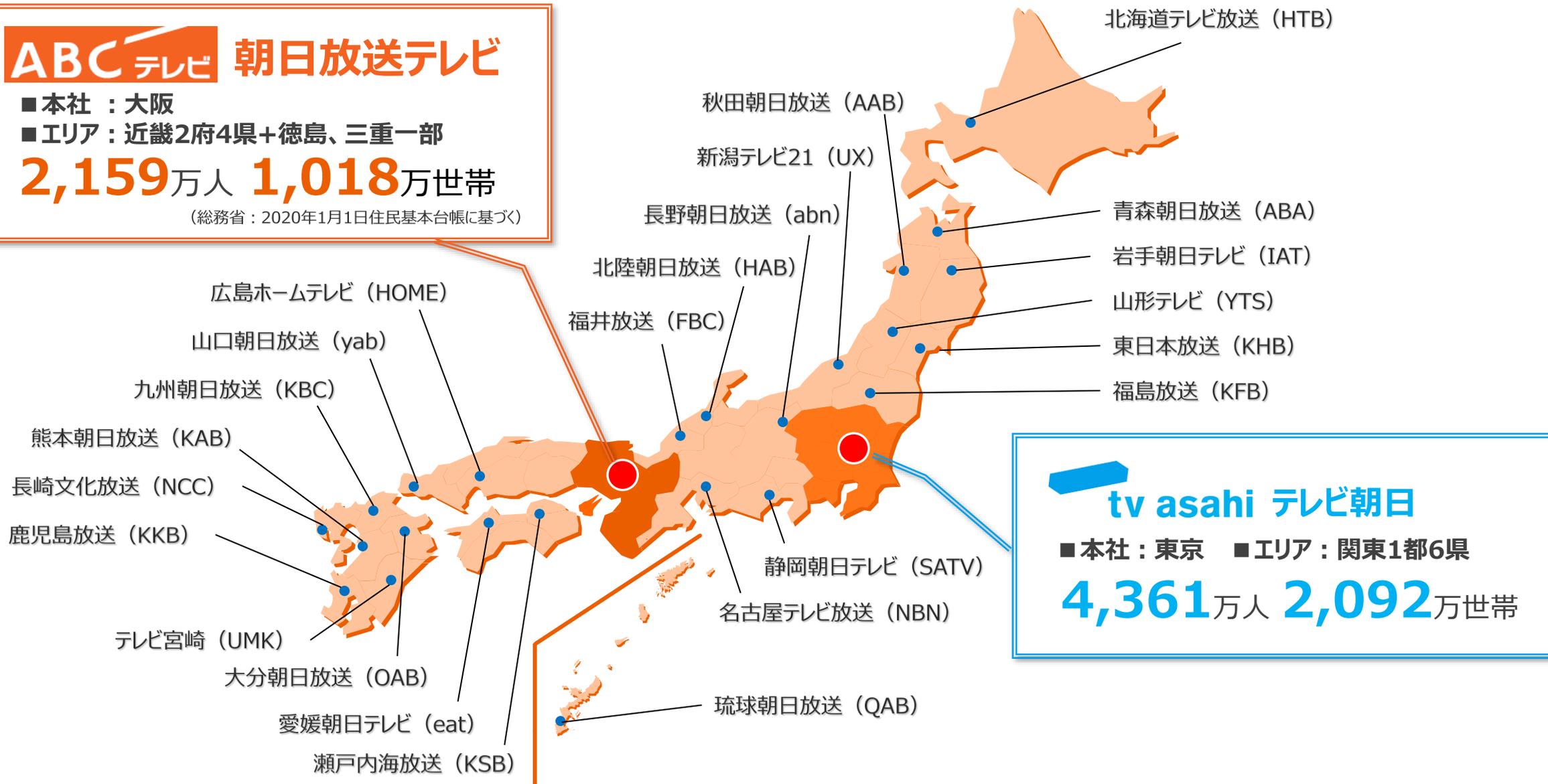
ABC テレビ 朝日放送テレビ

■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。