

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 決算説明資料

2019年5月20日

ABC

証券コード:9405

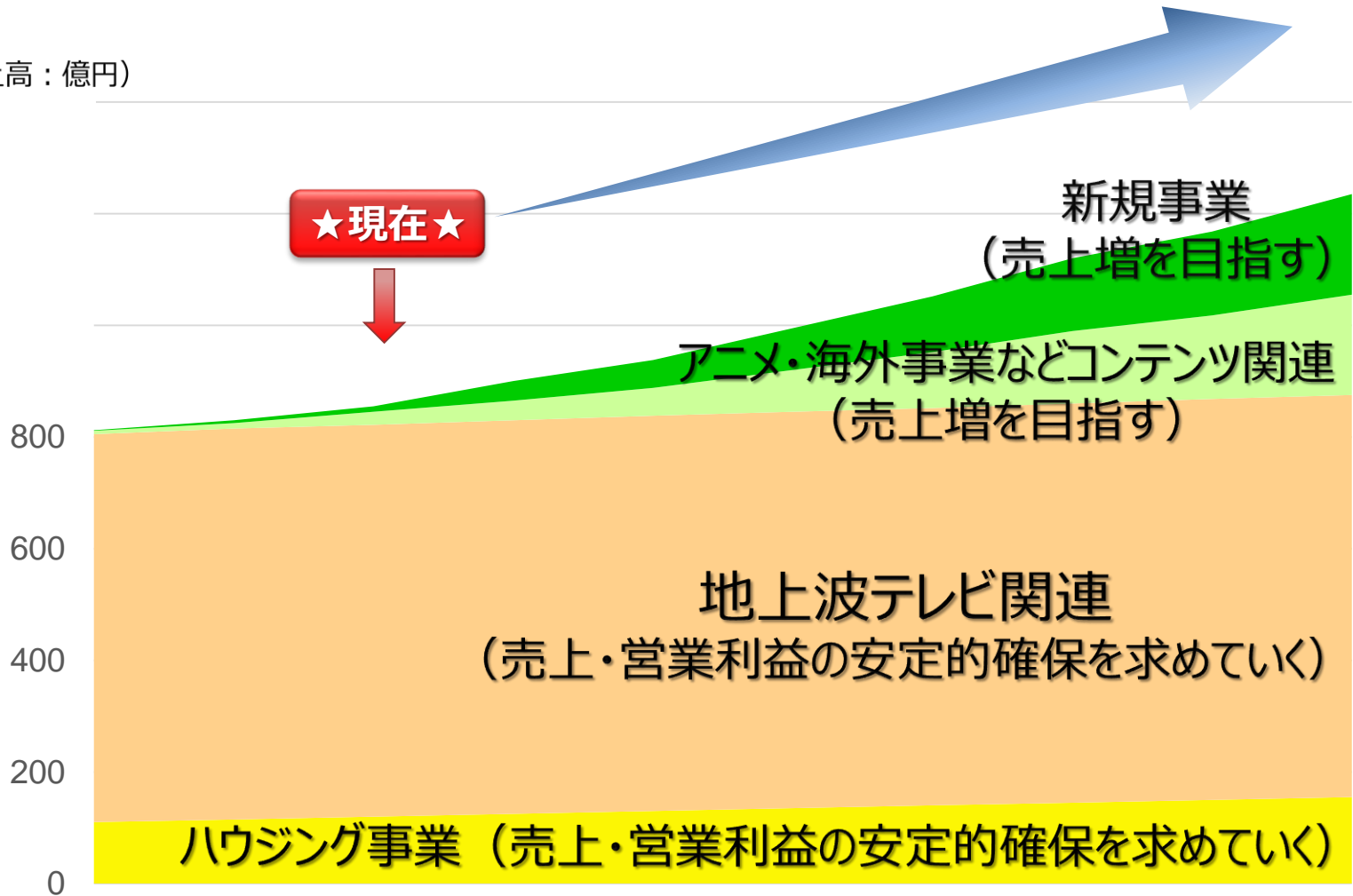
グループ全体の業績について

朝日放送グループホールディングス
代表取締役社長

沖中 進

朝日放送グループの成長イメージ

(売上高：億円)



連結業績

(単位：百万円)

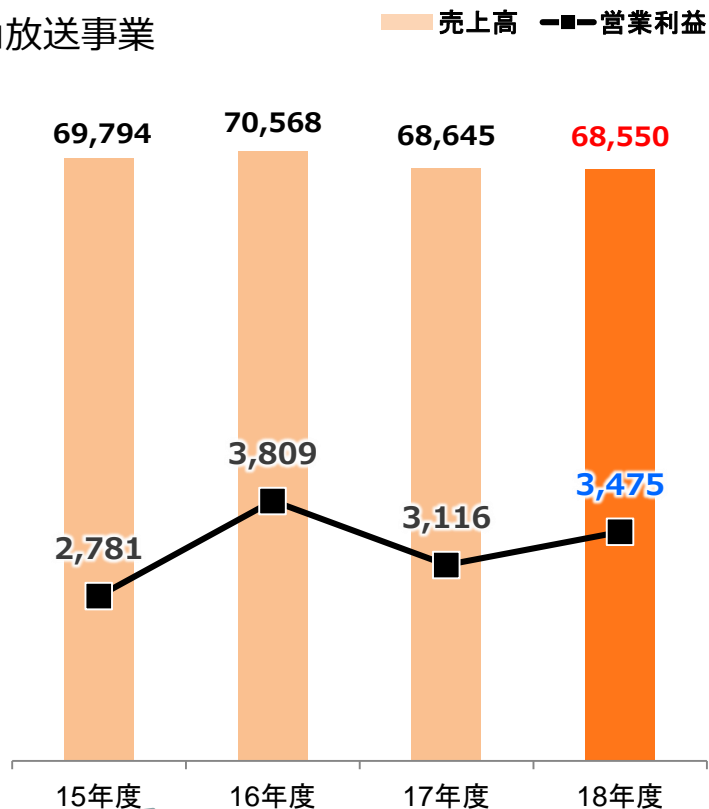
		17年度	18年度	前期比	増減率
売上高		80,991	81,986	995	1.2%
営業費用		76,741	77,723	982	1.3%
内訳	売上原価	53,005	53,463	457	0.9%
	販管費	23,735	24,260	524	2.2%
営業利益		4,250	4,262	12	0.3%
経常利益		4,539	4,591	52	1.2%
親会社株主に帰属する当期純利益		2,691	3,742	1,050	39.0%

コンテンツ関連収入やハウジング事業が好調で増収増益

注) 最終利益の大幅プラスは、HD化に伴う税効果会計上の処理による

セグメント情報

■放送事業



ポイント

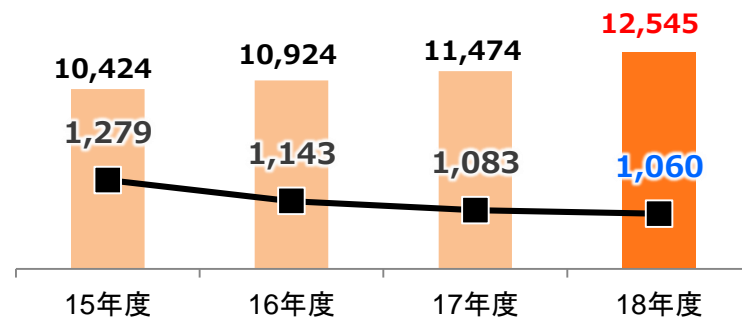
売上高・営業利益とも、実質ほぼ横ばい*

* HD化に伴うセグメント利益算定方法の変更による影響で199百万円のプラス

4 (注) 数字は連結調整後

(単位：百万円)

■ハウジング事業

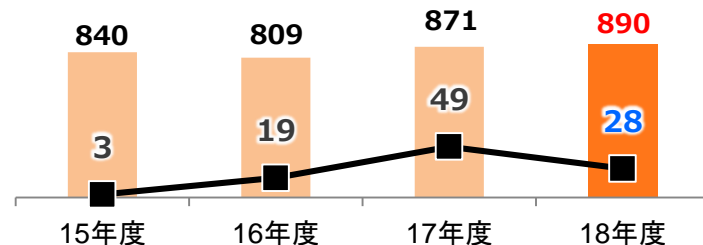


売上高：10年連続増収

営業利益：見かけ上減益も実質は増益

※HD化に伴うセグメント利益の算定方法の変更による

■ゴルフ事業



売上高：台風影響で来場者減も、食堂利用等による客単価アップや名義書換等で通期で増収

営業利益：サービス充実のための労務費等増で減益

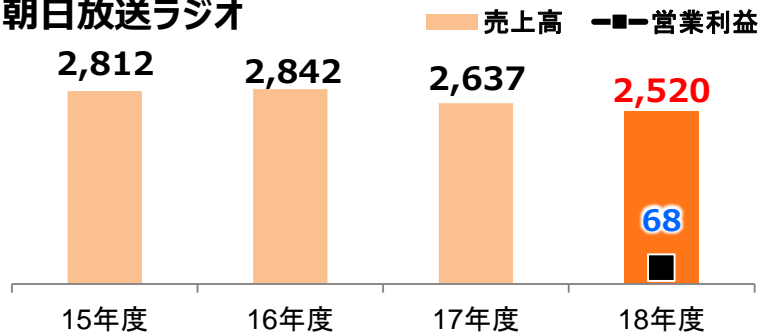
その他調整額	17年度	18年度
営業利益	—	△301

その他放送事業 朝日放送テレビ関連以外（個別）

※主たる売上が「グループ外収入」の会社

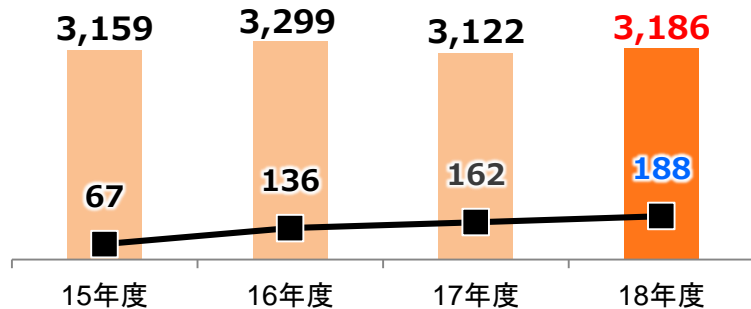
（単位：百万円）

■朝日放送ラジオ



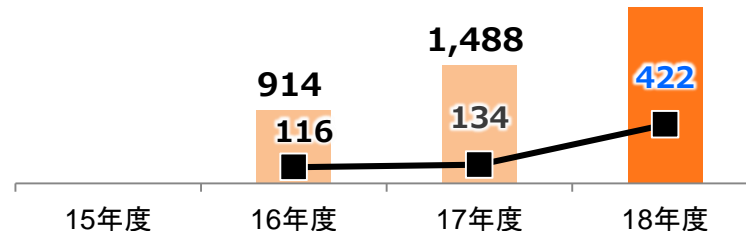
■売上高：スポンサー減で減収
注）17年度以前は旧朝日放送のラジオ放送事業売上

■スカイA（CS放送収入）



■売上高・営業利益：増収増益
一部スポーツ番組の放映権を奪われ苦戦も
ゴルフツアーの新規スポンサー獲得に成功

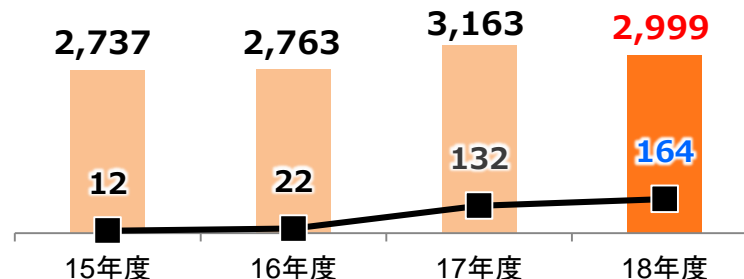
■ABCフロンティアHD（コンテンツ関連） 2,209



■売上高・営業利益：増収増益
アニメ事業が好調。ライツビジネス社も
ABCテレビの新ドラマ枠の動画配信等が好調。

ポイント

■AMC（通販・ラジオ制作等）



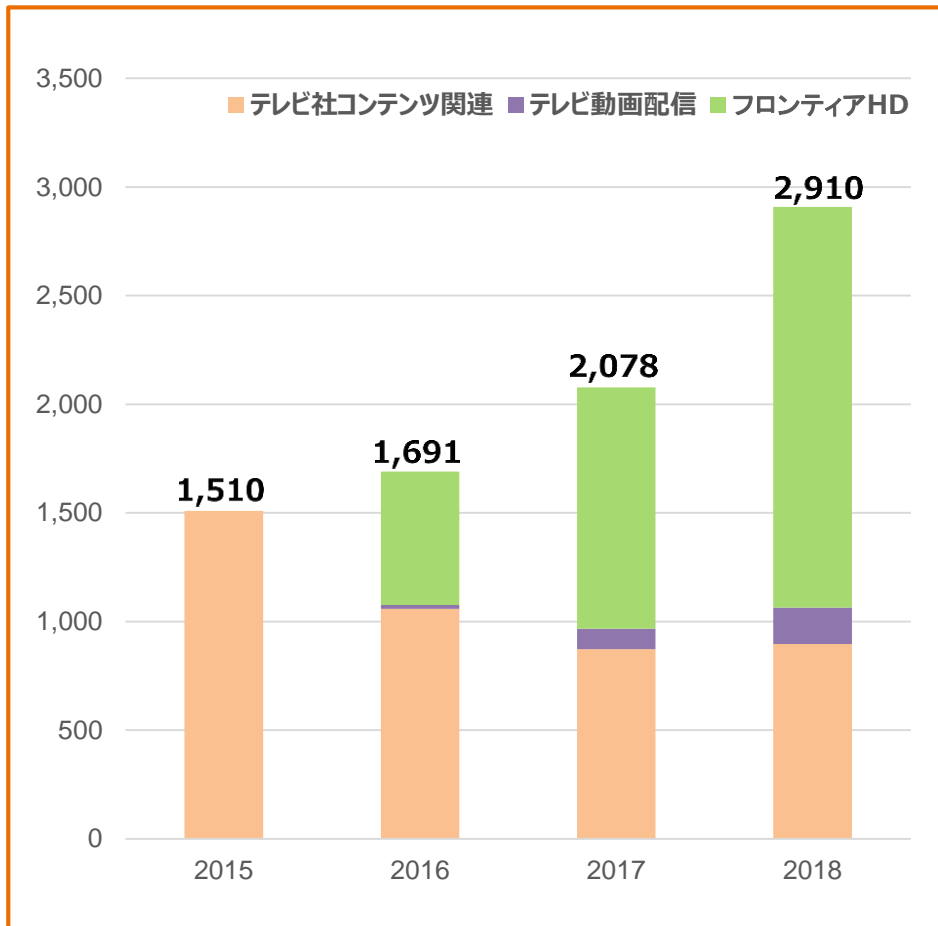
■売上高・営業利益：減収増益
通販事業が堅調で増益を確保

	15年度	16年度	17年度	18年度
4社（個別） 営業利益合計 ※参考値	79	274	428	844

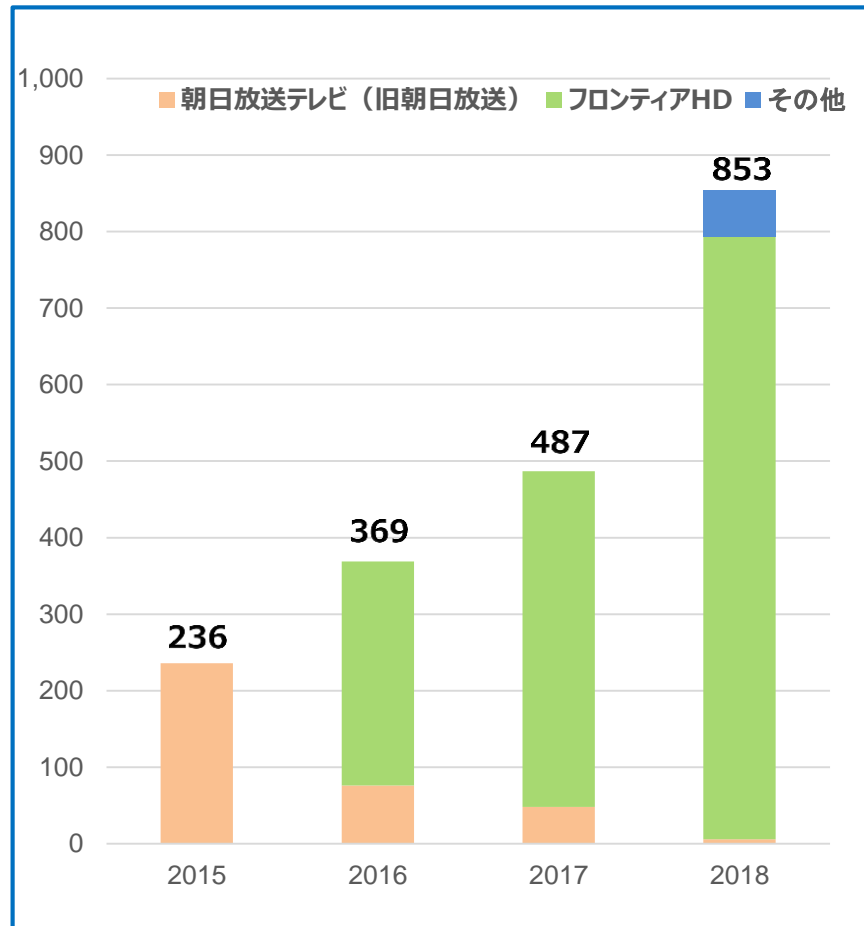
コンテンツ・海外事業の売上推移（参考値）

（単位：百万円）

▼コンテンツ関連事業売上の推移



▼海外事業売上の推移

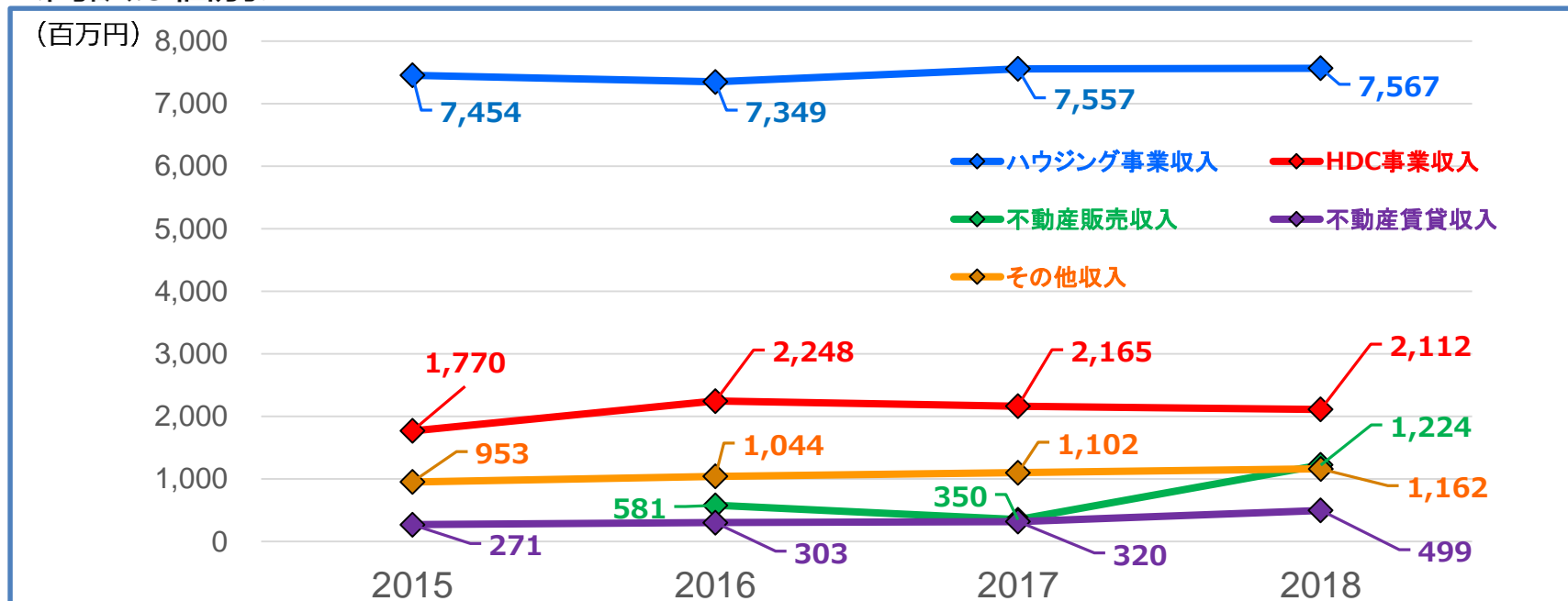


ハウジング事業：ABC開発 10年連続 増収

(単位：百万円)

	15年度	16年度	17年度	18年度
売上高	10,424	10,924	11,474	12,545
営業利益	1,279	1,143	1,083	1,060

<内訳は個別>

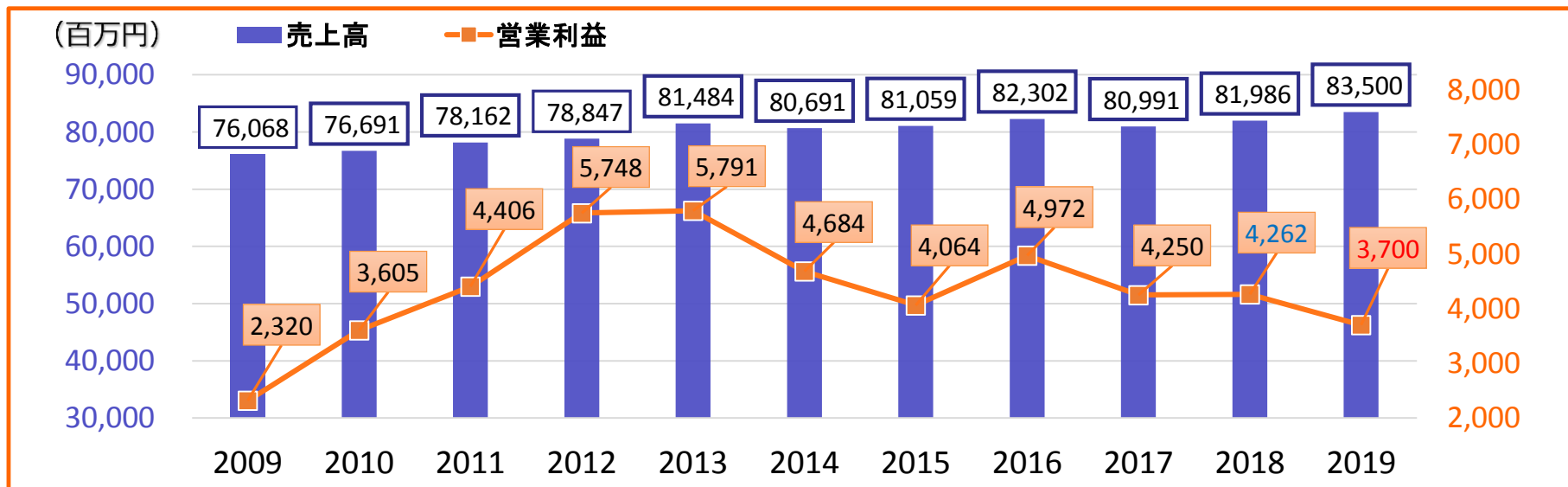


売上高：関西の住宅展示場が好調だったことに加え、賃貸マンション売却が成立し不動産販売が大幅増
 営業利益：見かけ上減益だが、賃貸マンション売却で利益を積み上げ、実質は増益
 ※HD化に伴いセグメント利益の算定方法を変更したことによる

2019年度 連結業績 増収減益の見通し

	18年度	19年度 (見通し)	前期比	増減率
売上高	81,986	83,500	1,513	1.8%
営業利益	4,262	3,700	△562	△13.2%
経常利益	4,591	4,000	△591	△12.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,742	2,500	△1,242	△33.2%

注) 最終利益の大幅マイナスは、18年度はHD化に伴う税効果会計上の処理があったため



2019年度 セグメント別業績 見通し

(単位：百万円)

放送事業	18年度	19年度	前期比
売上高	68,550	70,130	1,579
営業利益	3,475	2,910	△565

ハウジング事業	18年度	19年度	前期比
売上高	12,545	12,360	△185
営業利益	1,060	1,060	0

ゴルフ事業	18年度	19年度	前期比
売上高	890	1,010	119
営業利益	28	80	51

その他調整額	18年度	19年度	前期比
営業利益	△301	△350	△48

ポイント

■ 放送事業：増収減益

- ・新規連結があり増収
- ・アニメ事業や海外事業などコンテンツ関連の基盤整備の費用増で減益

■ ハウジング事業：利益確保を目指す

- ・住宅展示場事業は会場数減で減収も高利益率会場の延長で増益見込み
- ・HDC事業は出展社の売上減や一部出展社の退出で減収減益見込み

■ ゴルフ事業：増収増益

- ・大型コンペ等の誘致で増収増益

その他放送事業の見通し:朝日放送テレビ関連以外 (個別)

※主たる売上が「グループ外収入」の会社

(単位:百万円)

		18年度	19年度	前期比	増減率
朝日放送ラジオ	売上高	2,520	2,515	△5	△0.2%
	営業利益	68	48	△20	△29.5%
スカイA (CS放送)	売上高	3,186	3,126	△60	△1.9%
	営業利益	188	150	△38	△20.4%
ABCフロンティアHD (コンテンツ関連)	売上高	2,209	2,022	△187	△8.5%
	営業利益	422	88	△335	△79.2%
A M C (通販・ラジオ制作等)	売上高	2,999	3,061	62	2.1%
	営業利益	164	118	△47	△28.3%

		18年度	19年度	前期比	増減率
4社(個別)営業利益合計 ※参考値		844	404	△440	△52.1%

テレビ社関連事業について

朝日放送テレビ
代表取締役社長

山本 晋也

朝日放送テレビ 業績

(単位：百万円)

	18年度
売上高	58,947
営業費用	57,173
営業利益	1,774
経常利益	1,807
当期純利益*	1,933

ポイント

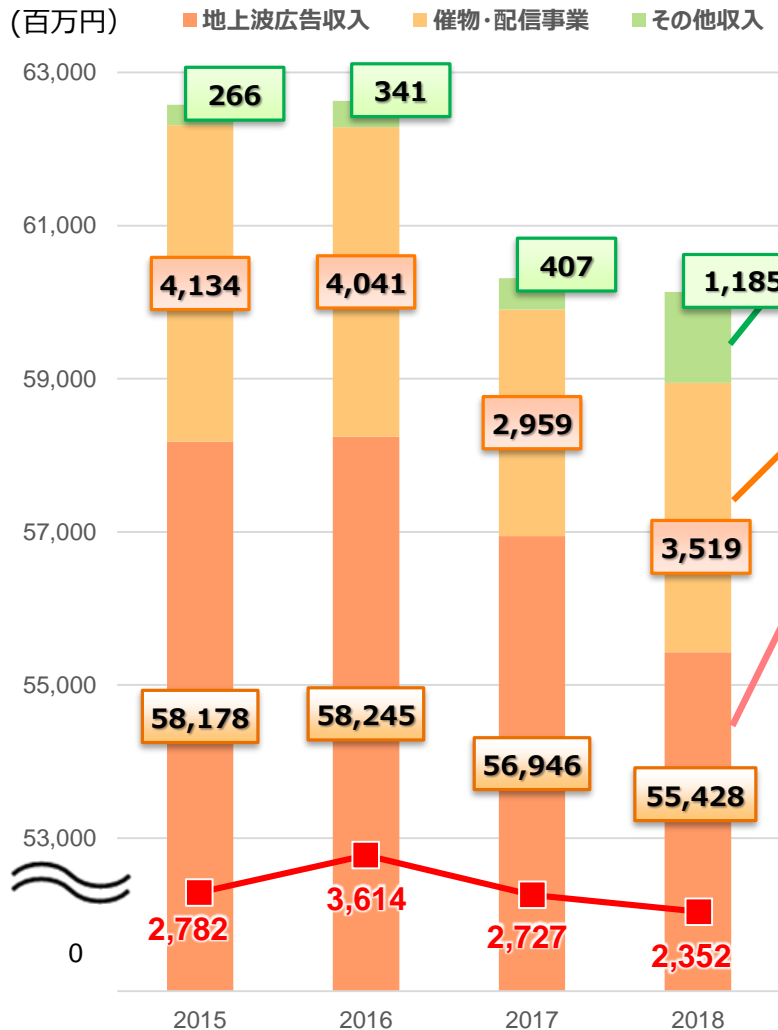
営業利益

中間決算発表時点でマイナス⇒下期で利益を積み上げてプラスに
長年の課題であったスポット依存からの脱却が進んでいる

* 当期純利益には、HD化に伴う税効果会計上の処理分が加算

注) テレビ社は2018年度から事業を開始した為、前年度との増減率などは記載しておりません。

朝日放送テレビ関連事業*1の推移



**地上波広告収入減で苦戦も
催物やバーチャル高校野球等の配信事業で
営業利益を確保**

その他収入 \nearrow 前年比+191.2%
(テレビ関連グループ4社の外部売上等)

催物・配信事業(バーチャル高校野球・TVerなど)等収入 \nearrow
前年比+18.9%
(2017年度以前はラジオイベント含む)

地上波広告収入 \searrow 前年比 Δ 2.7%

*1 テレビ関連事業とは

朝日放送テレビおよび主に朝日放送テレビからの収入で事業を行う下記のテレビ関連グループ4社の業績を合算したもの

- ①朝日放送グループHD
- ②ABCリブラ (番組制作)
- ③アイネックス (制作技術)
- ④デジアサ (デジタルコンテンツ制作)

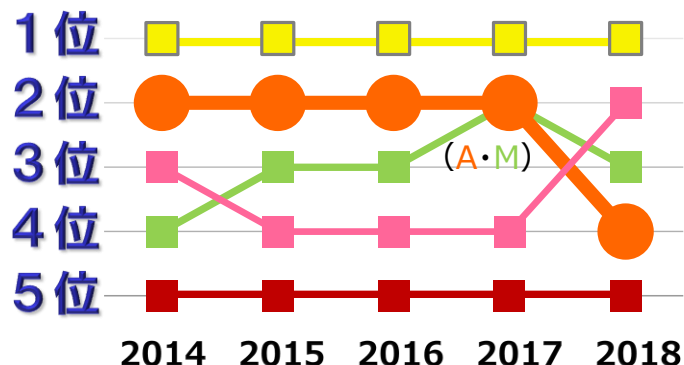
■-テレビ関連事業の営業利益

*2 2017年度までは朝日放送グループHDを除く3社の合計。
朝日放送グループHDの営業利益については関係会社配当収入は除く。

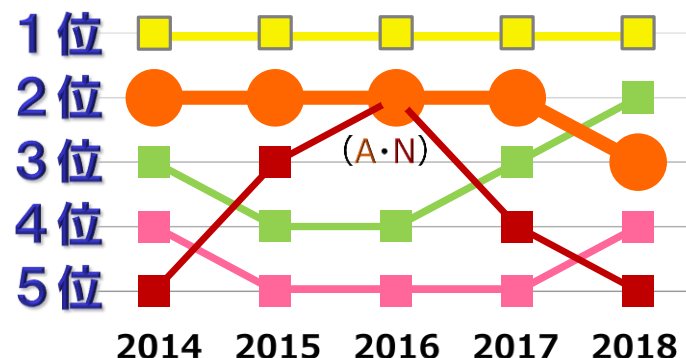
年度別 関西地区テレビ視聴率 順位

(出典：ビデオリサーチ)

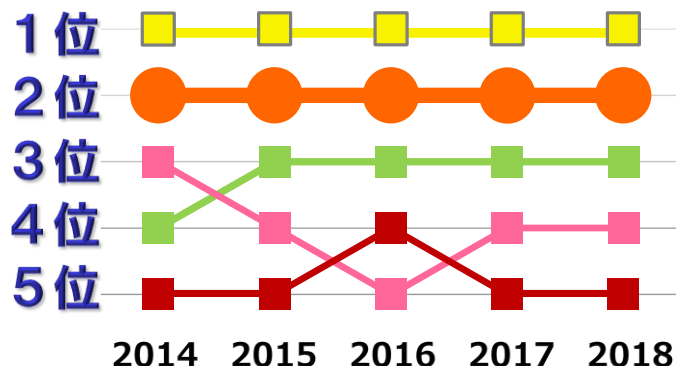
全日 (6時~24時)



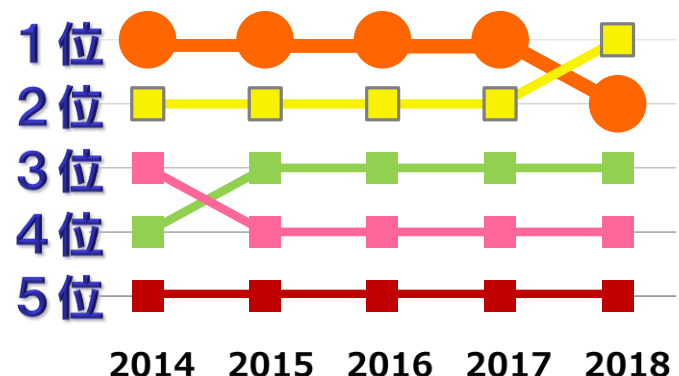
ゴールデン (19時~22時)



プライム (19時~23時)



プライム2 (23時~翌日1時)



—●— 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

2018年度 関西地区テレビ視聴率

(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 8.1%	YTV 11.9%	YTV 11.8%	YTV 7.7%
2	KTV 7.5%	MBS 10.9%	ABC 11.3%(±0)	ABC 7.1%(-0.5)
3	MBS 7.4%	ABC 10.8%(±0)	MBS 11.0%	MBS 5.9%
4	ABC 7.3%(-0.1)	KTV 10.1%	KTV 10.0%	KTV 5.3%
5	NHK 5.9%	NHK 10.0%	NHK 8.8%	NHK 2.9%

■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

2018年度下期 関西地区テレビ視聴率 (出典：ビデオリサーチ)

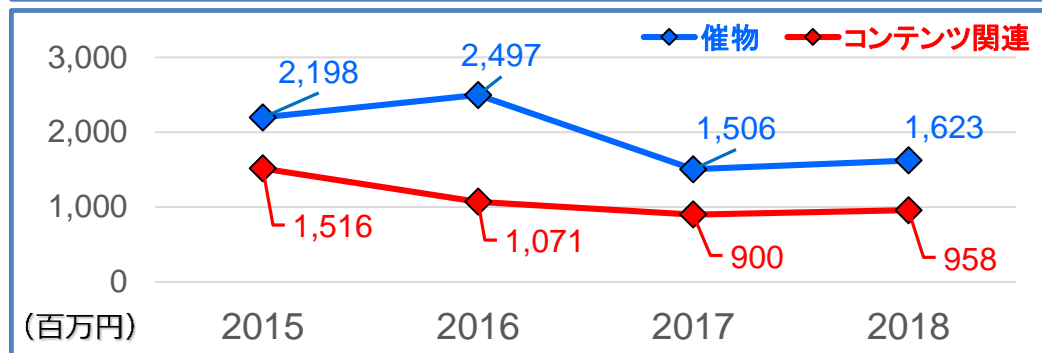
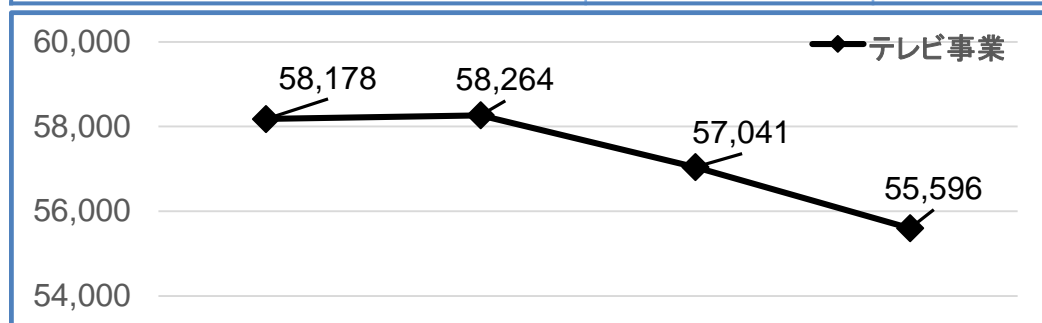
	全日 (6-24時)	ゴールデン (19-22時)	プライム (19-23時)	プライム2 (23-25時)
1	YTV 8.0%	YTV 11.9%	ABC・YTV 11.8%	YTV 7.6%
2	ABC・KTV 7.4%	ABC 11.4%	***	ABC 7.1%
3	***	MBS 10.9%	MBS 11.0%	MBS 5.8%
4	MBS 7.3%	KTV 10.3%	KTV 10.1%	KTV 5.2%
5	NHK 5.0%	NHK 9.6%	NHK 8.3%	NHK 2.5%

■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

朝日放送テレビ（旧朝日放送） 収入の推移

(単位：百万円)

	15年度	16年度	17年度	18年度
テレビ事業	58,178	58,264	57,041	55,596
催物*	2,198	2,497	1,506	1,623
コンテンツ関連	1,516	1,071	900	958
その他	420	454	458	769



2018年度の概要

◆テレビ放送収入

- ・視聴率が低迷した上期を中心に
広告収入が減り、大きく減収

◆催物収入

- ・グルメサイト連動のリアルイベントが堅調
- ・人気劇団の大型公演が盛況

◆コンテンツ関連収入

- ・バーチャル高校野球が堅調

* 17年度以前の「催物収入」には、ラジオイベントも含む

朝日放送テレビ 収入見通し

(単位：百万円)

	18年度	19年度	前期比	増減率
テレビ事業	55,596	55,950	353	0.6%
催物*	1,623	1,400	△223	△13.8%
コンテンツ関連	958	900	△58	△6.1%
その他	769	750	△19	△2.5%

2019年度の概要

◆テレビ事業収入

ポイント

- ・広告費の関西地区投下の前提は前年並み
- ・前年下期からの回復傾向の流れを引き継ぎ、増収見込み

◆催物収入

- ・費用対効果を見極めるため、イベントの数と規模を精査

◆コンテンツ関連収入

- ・アーカイブ配信事業をライツビジネス社へ移管した影響が残り、減収見込み
(テレビ社制作の新規コンテンツも、ライツビジネス社の商品となるため、こちらには反映されない)

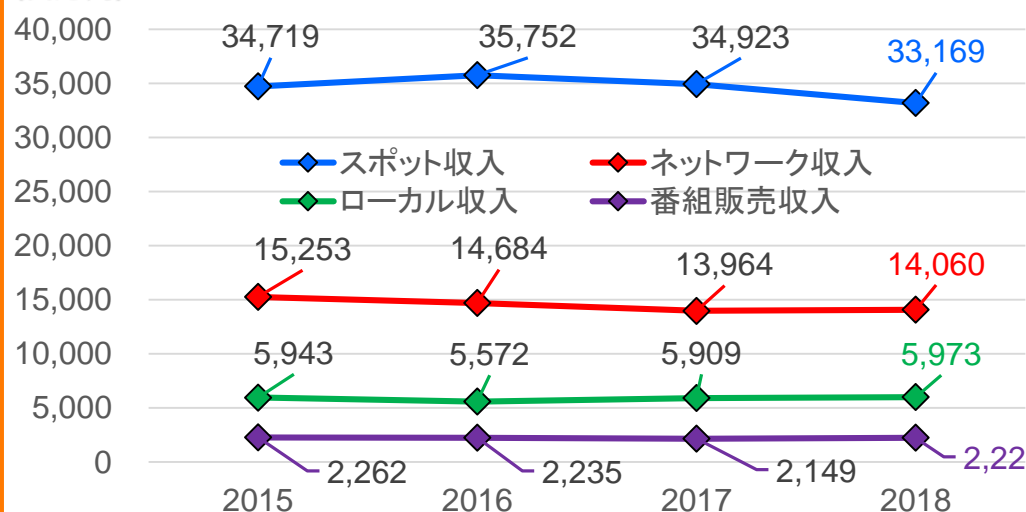
* 17年度以前の「催物収入」には、ラジオイベントも含む

テレビ事業 収入の内訳

(単位：百万円)

		15年度	16年度	17年度	18年度
テレビ事業		58,178	58,264	57,041	55,596
内 訳	スポット	34,719	35,752	34,923	33,169
	ネットワーク(タイム)	15,253	14,684	13,964	14,060
	ローカル(タイム)	5,943	5,572	5,909	5,973
	番組販売(系列局)	2,262	2,235	2,149	2,225
	テレビ動画配信 (主にTVer配信)	—	19	95	168

(百万円)

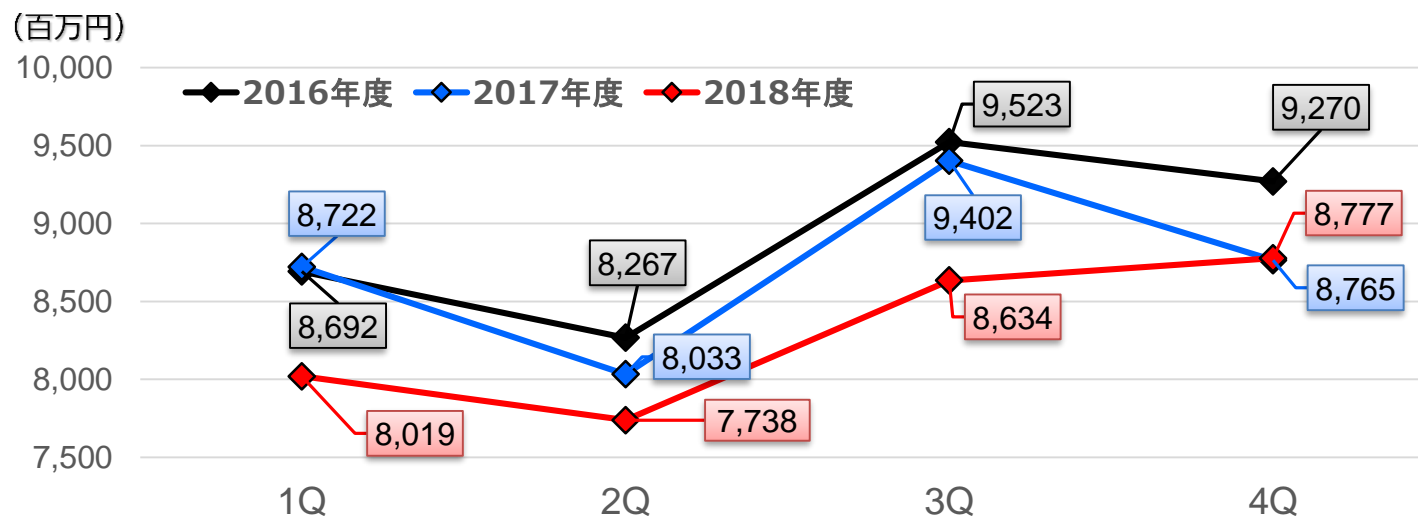


- ◆ **スポット** $\Delta 1,754$ 百万円 $\searrow 5.0\%$
 - 関西地区投下が前年比4.4%の減少
 - 上期の視聴率苦戦が響きシェア低下
- ◆ **ネットワーク(タイム)** $+96$ 百万円 $\nearrow 0.6\%$
 - 下期に放送開始した「ボツンと一軒家」(日曜夜8時)が好調で増収
- ◆ **ローカル(タイム)** $+64$ 百万円 $\nearrow 1.1\%$
 - 「おはよう朝日です」「おはようコール」など朝の情報番組が好調
 - 番組連動イベント「フード&スマイル」の貢献
 - 高校野球の100回記念大会が好影響
- ◆ **番組販売** $+75$ 百万円 $\nearrow 3.5\%$
 - 日曜夜のローカル枠増で販売番組数増

テレビ事業 スポット収入

(単位：百万円)

	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	8,634	8,777	33,169



視聴率回復に伴って下期から回復傾向
第4四半期は前年と同レベルに

テレビ事業 スポット収入 (地上波：業種別20位まで)

業 種	17年度		18年度	
	増減率	構成率	増減率	構成率
交通・レジャー・外食・サービス	119.3%	9.5%	111.9%	11.2%
食品	99.2%	9.8%	96.4%	10.0%
情報・通信	94.6%	10.8%	82.3%	9.4%
自動車	109.3%	8.1%	92.6%	7.9%
薬品・医療用品	95.5%	7.8%	96.1%	7.9%
金融	85.6%	6.3%	109.1%	7.2%
飲料・アルコール飲料	94.7%	6.8%	98.7%	7.1%
化粧品・トイレタリー	97.1%	7.3%	85.3%	6.5%
趣味 (映画・ゲーム・音楽など)	90.8%	5.4%	104.7%	6.0%
家電・コンピュータ	96.1%	5.5%	87.9%	5.1%
住宅・不動産・建設	114.0%	4.5%	86.9%	4.1%
ファッション (衣料・貴金属など)	99.6%	2.9%	92.6%	2.8%
出版	114.2%	2.4%	106.6%	2.6%
官公庁・政治団体	105.0%	2.3%	98.1%	2.5%
エネルギー・機械・素材	71.3%	2.6%	83.1%	2.3%
各種団体 (法律事務所など)	80.0%	1.7%	87.6%	1.5%
家庭用品	111.8%	1.6%	81.7%	1.4%
通信販売	98.7%	1.6%	80.3%	1.4%
流通	66.9%	1.5%	80.3%	1.4%
運輸・事業・イベント	101.7%	1.4%	85.7%	1.3%
その他	69.3%	0.1%	73.0%	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連動企画に取り組み、スポット収入増と同時にグループ収入増に貢献していく

※増減率は前年同期比

テレビ事業 収入見通しの内訳

(単位：百万円)

		18年度 (実績)	19年度	前期比	増減率
テレビ事業		55,596	55,950	353	0.6%
内 訳	スポット	33,169	33,420	250	0.8%
	ネットワーク(タイム)	14,060	14,360	299	2.1%
	ローカル(タイム)	5,973	5,760	△213	△3.6%
	番組販売	2,225	2,230	4	0.2%
	テレビ動画配信 (主にTVer配信)	168	180	11	6.8%

◆スポット 増収見込み **ポイント**

- ・下期からの視聴率の回復傾向を受け、増収

◆ネットワーク(タイム) 増収見込み

- ・好調な「ポツンと一軒家」のセールスが好調 + 通年化
(18年度下期から放送開始)

◆ローカル(タイム) 減収見込み

- ・前年あった高校野球100回記念大会効果の反動等

朝日放送テレビ 業績見通し

(単位：百万円)

	18年度 (実績)	19年度	前期比	増減率
売上高	58,947	59,000	52	0.1%
営業費用	57,173	57,450	276	0.5%
営業利益	1,774	1,550	△224	△12.6%
経常利益	1,807	1,600	△207	△11.5%

■増収減益の主な理由

スポット・ネットワーク（タイム）収入好調で増収見込みの一方で
HD化に伴って、グループ会社に業務を移管したことにより、外部発注が増えたため
番組費が増え、減益見込み。

テレビ事業 番組費*

(単位：百万円)

	17年度	18年度	19年度(見通し)
番組費	17,682**	17,619 (前期比 △62)	18,000 (前期比 +380)

**17年度の番組費には、受託制作費が含まれる



19年度のポイント

業務移管等による外部発注費増で見かけ上増額だが、実質は、ほぼ横ばい。その中で、番組増、時間拡大、新番組開発等を実施

【19年度 増加の要因】

- ・業務最適化のためにグループ会社へ業務を移管し発注費増 (影響額 約3.6億円)
- ・18年度下期に放送開始した全国ネット番組が通年化 (番組増)
- ・夕方ニュース番組「キャスト」を1時間拡大

【19年度 減少の要因】

- ・番組毎の見直しで1番組あたりの費用減

* 番組費の考え方：地上波放送＋二次利用（動画配信・催物等）の収支を見ながら検討

2018年度 実施策

新番組と地上波プラスαへのチャレンジ

① 視聴率向上でCMセールス好調

日曜夜の全国ネット番組枠復活

▼10月～ 「ポツンと一軒家」レギュラー化

⇒平均視聴率14.9%（最高視聴率19.1%）



「ポツンと一軒家」

② チャレンジ枠を増設

▼4月～ 関西ローカル 日曜深夜 バラエティー枠増設

「相席食堂」



「相席食堂」

③ 地上波プラスα（動画配信・リアルイベント等）を強化

▼4月～ 関西ローカル 日曜深夜 動画配信向けドラマ枠を新設

「深夜のダメ恋図鑑」「パーフェクトクライム」など

▼GW グルメサイト連動イベント「フードソニック」開催



「深夜のダメ恋図鑑」

2019年度 実施計画

「新番組と地上波プラスαへのチャレンジ」を加速 + タイムテーブル改革で視聴率向上へ

① 視聴率向上でCM単価アップを目指す

▼ 火曜全国ネット枠で新番組スタート

「そんなコト考えた事なかったクイズ! トリニクって何の肉!?!」

▼ プライム2帯強化で首位奪還

「相席食堂」 日曜チャレンジ枠から火曜の人気番組枠へ“昇格”

▼ 夕方ニュース番組強化で全日視聴率アップへ

「キャスト」 1時間枠大 + 出演者強化



「トリニクって何の肉!?!」



「キャスト」

② チャレンジ枠、地上波番組プラスα ドラマ枠でも新番組スタート

▼ 日曜深夜バラエティー枠 「もう少し、嫌な奴」をスタート

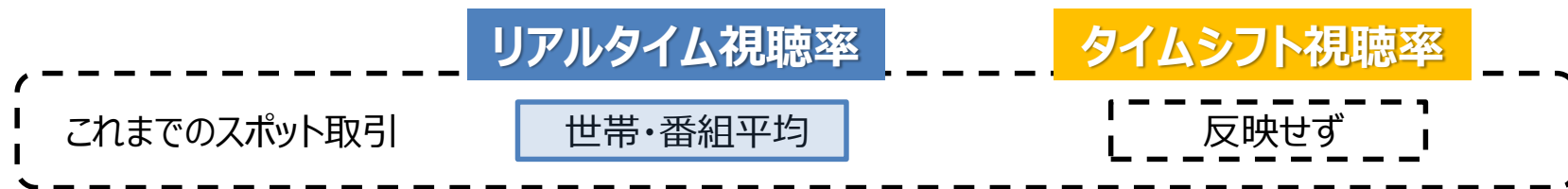
▼ 日曜深夜ドラマ枠 「神ちゅーんず」



「もう少し、嫌な奴」

新指標導入（10月～）に向けて

新取引指標「P + C7」とは



2019年10月以降 **P**（個人全体・番組平均） + **C7**（個人全体・CM枠平均）

*「P」(Program Rating) = リアルタイム部分の番組枠平均視聴率

*「C7」(CM Rating) = タイムシフト部分の7日以内（168時間以内）のCM枠平均視聴率

*リアルタイム・タイムシフトとも、引き続きビデオリサーチ社の視聴率データを用いる

U49（※U49：4～49歳の平均視聴率）という独自指標で視聴データを分析
⇒データを活かし、求められる番組・コンテンツを作り続ける

成長戦略

(テレビ関連以外の事業について)

朝日放送グループホールディングス
代表取締役社長

沖中 進

中期経営計画2018-2020「SUNRISE」進捗状況

経営目標

- 2020年度「連結売上高890億円経常利益60億円」を必達とする
⇒数値目標までの差は大きいがM&A等の成長投資も合わせ目標を達成を目指す
- グループ成長ビジョン達成のための成長投資（投資枠200億円）を行う
⇒現在までに、M&Aの契約成立などで、計30.8億円の投資を予定
- 配当性向は、30%以上とする
⇒18年度の配当性向は30.6%
- ROEの改善に務める
⇒18年度は5.9%（前年比+1.4%）
- 連結売上高の3%以上の海外事業を目指す
⇒18年度の実績は約8.5億円、今後も注力していく



(株) マッシュ

主な事業：イベントの企画立案、プロデュース
強み：博覧会や国際会議、
スポーツイベント等の企画制作

当社グループのテレビ・ラジオ番組やアニメコンテンツの
IPマネタイズとしてイベント展開を拡充を目指す



Dream Link Entertainment

(株) ディー・エル・イー



主な事業：ファスト・エンタテインメント事業
強み：強力なIPを多数保有、
日本最大級のガールズイベント
ファッション・ビューティー領域で事業を展開



等

顧客基盤やコンテンツ企画力、メディア発信力を掛け合わしていくことで
国内、海外ともに事業展開が拡大していくことに期待

成長投資：ADV 2号ファンド設立

1号ファンド（2015年7月～）

投資先19件、投資合計8.8億円
含み益(未実現利益) 1.7億円

ポートフォリオ：動画・アドテック、メディア、ライフスタイル等



2号ファンド設立（2019年1月～）

運用総額：18億円、運用期間10年

目的：優れたIP、コンテンツ、テクノロジーを取り込み、
グループ内新規事業支援を通して
企業価値を向上すること

新規事業 その他の取り組み



【出資事業】

- Onnela : 暮らしに関する情報をお届けする動画メディア
- TourVee : 動画による観光ガイドサービス事業
- PLABORE : “新商品”開発ツールプロジェクト
- eSports事業 : 参画度を深めて業務委託分野を増やし、収益拡大を目指す



おもチャンネル : 全国15,000室以上の客室でテレビ広告配信



ゴルフ専門配信サイト



を開局

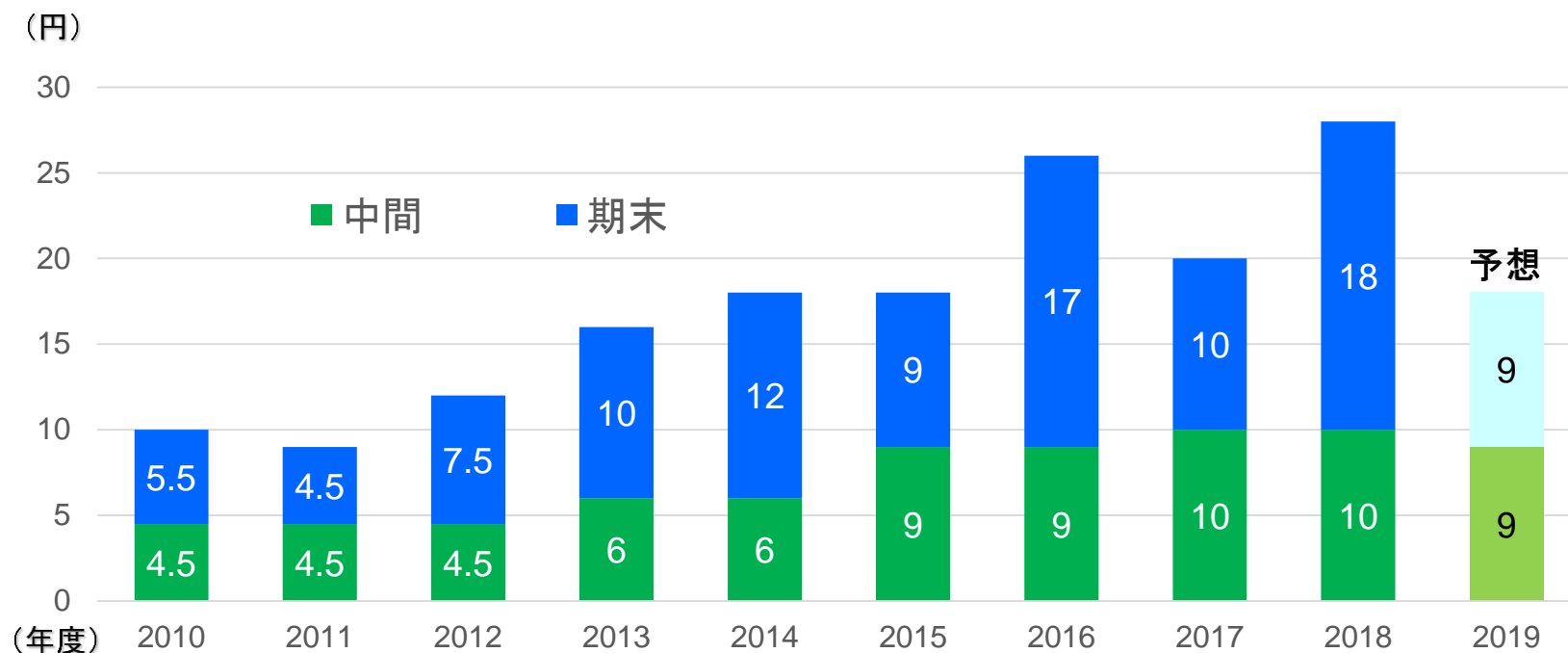


- #部活one : 朝日新聞社と朝日放送TVの共同事業。
全国の地域コミュニティを動画で活性化することを目指す
開始1年で登録者数5万人突破！
- VTuber事業 : VTuberユニットのプロデュースを手がける「Ficty株式会社」と
共同でオーディションを開催。新たなVtuber発掘を目指す



- 「Beautycon」出資 : フォロワー数アジアNo.1の女性向け分散型動画メディア
「C CHANNEL」と共同開催。東阪シンガポールの3都市で開催。

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、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、継続的な配当を目指すこととする。

本資料に関するご注意

本資料には当社および当社の関係会社の計画、見通し、目標、予想数値等の、将来に関する記述が含まれている場合がございますが、これらは現時点で入手可能な情報に基づく判断及び仮定に基づいており、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、将来における実際の業績は、今後の事業環境、経済状況、金融市場の状況、その他の様々な要因により、上記将来に関する記述の内容と大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。

会社情報サイト



<https://corp.asahi.co.jp>

これまでの決算短信、有価証券報告書など
当社ではIRサイトの充実にも努めております。ぜひご覧下さい。