



## 朝日放送グループホールディングス株式会社

2021年3月期第2四半期決算説明会

2020年11月13日

**[開催場所]** 電話会議

**[登壇者]** 代表取締役社長 沖中 進  
代表取締役副社長／朝日放送テレビ株式会社 代表取締役社長  
山本 晋也

## 登壇

---

**司会**：アナリスト、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2021年3月期第2四半期の決算説明会を開催いたします。

それではこれより、朝日放送グループホールディングス社、代表取締役社長の沖中と、放送・コンテンツ事業担当の代表取締役副社長で、朝日放送テレビ社長の山本よりご説明いたします。説明時間はおよそ20分を予定しており、その後、質疑応答を行います。会議全体のお時間はおよそ50分を予定しております。

それでは、まずグループ全体の業績を沖中よりご説明いたします。

**沖中**：沖中でございます。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。

では2021年3月期上期の業績について、ご説明します。

## 連結業績



(単位：百万円)

	20/3 上期	21/3 上期	前期比	増減率
売上高	40,228	33,077	△7,151	△17.8%
営業費用	38,862	34,195	△4,666	△12.0%
内訳				
売上原価	26,897	23,358	△3,538	△13.2%
販管費	11,965	10,836	△1,128	△9.4%
営業利益	1,365	△1,118	△2,484	-
経常利益	1,507	△900	△2,408	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	866	△604	△1,470	-

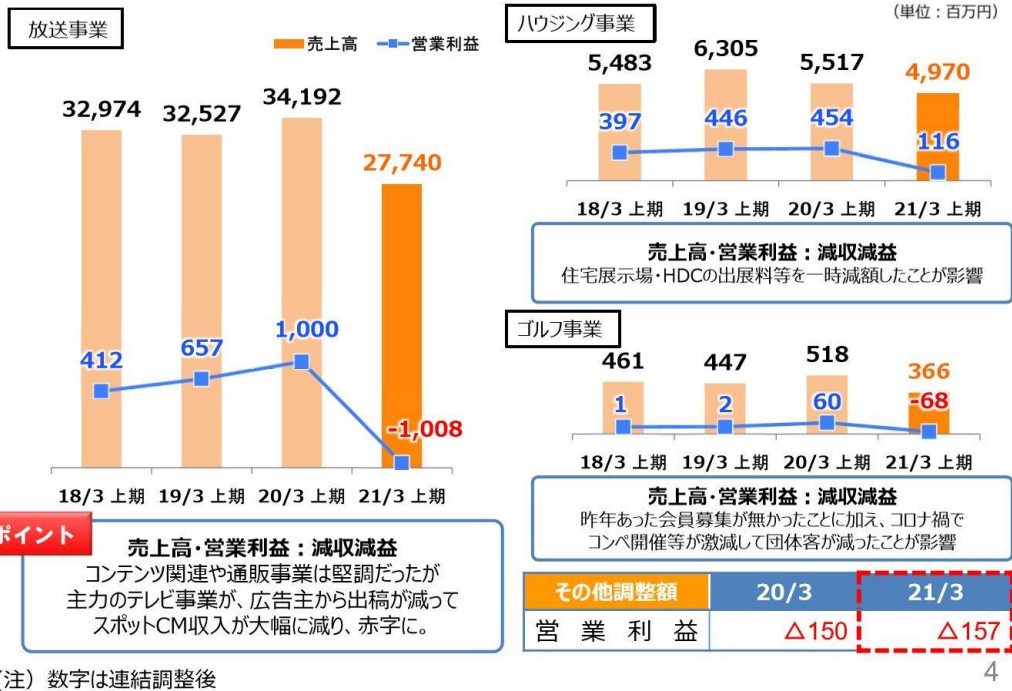
新型コロナウイルス感染拡大が広告収入を中心に大きく影響し減収減益

3

スライドの3ページをご覧ください。

新型コロナウイルス感染の拡大で、広告収入を中心に収入が減り、連結売上高は330億7,700万円となり、前期比でマイナス71億5,100万円の減収となりました。営業損失は11億1,800万円、スポット収入が大きく減ったのが主な原因でございます。経常損失は9億円、そして親会社株主に帰属する当期純利益は6億400万円の赤字となりました。

# セグメント別 業績



次に4ページ目でございますが、セグメント情報でございます。

ご覧のとおり、全てのセグメントで減収減益となりましたが、特に放送事業が大幅な減収減益となってしまいました。この後、山本副社長から詳しくご説明いたしますが、コンテンツ関連や通販事業は堅調だったものの、主力のテレビ事業でスポンサーの出稿手控えが目立ち、スポットCMが大幅に減ったことが大きく影響しております。

ハウジング事業も減収減益でございます。新型コロナウイルス感染拡大の緊急事態宣言を受け、住宅展示場やハウジング・デザイン・センターが一時休園、休館となり、その間の出展料などを減額したことが主な要因でございます。

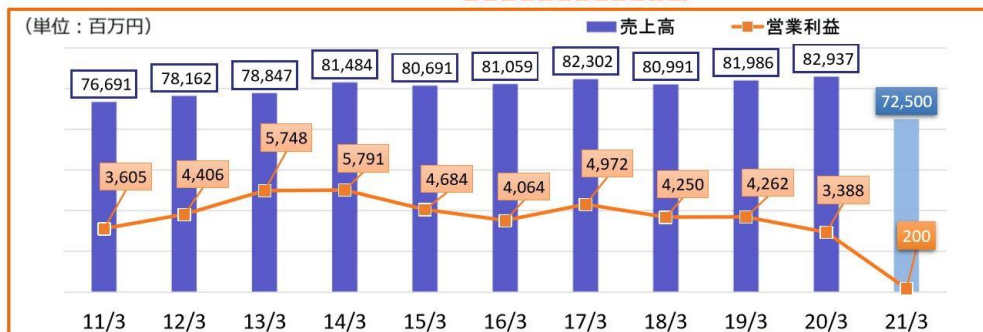
ゴルフ事業は、前年あった新規会員募集がなかったことに加え、コロナ禍でコンペの開催が激減し、減収減益となりました。

## 2021年3月期 連結業績予想



(単位：百万円)

	20/3 (実績)	21/3	前期比	増減率
売上高	82,937	72,500	△10,437	△12.6%
営業利益	3,388	200	△3,188	△94.1%
経常利益	3,633	500	△3,133	△86.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,278	300	△1,978	△86.8%



5

次のページをご覧ください。連結業績の通期予想でございます。8月に開示した数字から変わっておりません。

## 米Quibi社の事業停止に伴う損失の可能性について



当社は、今年3月、特定子会社 Pegasus Tech Ventures Company III, L.P.(以下「ペガサスファンド」)を通じてQUIBI Holdings, LLC(以下「Quibi 社」)に出資を行いましたが、10月22日、Quibi社が、米国において今後の事業を停止する旨の発表を行いました。

これに伴い、特定子会社における投資有価証券（Quibi 社への出資 25 百万米ドル）に係る評価損の可能性がります。

本件による当社の業績への影響は精査中であり、現時点の通期予想には反映されていません。公表すべき事項が生じた場合には速やかにお知らせいたします。

### Quibi社への出資目的

当社グループの「総合コンテンツ事業グループ」としての成長戦略に基づき、Quibi社の米国でのショートコンテンツプラットフォーム事業に投資をし、当社グループのアニメ作品の米国市場への供給を通じて関係を築くとともに将来、Quibi社の日本進出時の共同事業パートナーとして、動画配信プラットフォーム事業を展開することを目指した。

6

将来予測情報に関して、ご留意いただきたい点がござります。次のページをご覧ください。

特定子会社、ペガサスファンドの投資先である Quibi 社が、2020 年 10 月 22 日、米国において今後の事業を停止する旨の発表を行いました。これに伴い、特定子会社における投資有価証券に係る評価損の可能性が出てまいりました。

本件による当社の業績への影響は精査中ですが、修正が必要となった場合は速やかに公表いたします。

今回の投資は、総合コンテンツ事業グループとしての成長戦略に基づき、Quibi 社の米国でのショート動画のプラットフォーム事業に投資したものであります。

まずは、当社グループのアニメーション作品などを米国市場へ供給することを通じ関係を築きながら、将来 Quibi 社が日本に進出する際の共同事業パートナーとして、日本でのプラットフォーム事業を展開することを目指しておりました。

しかし残念ながら、その前の段階で事業停止に至ってしまいました。今後のプラットフォーム戦略などにつきましては、改めて検討していく所存でござります。

- ▶ 放送事業は、媒体価値の更なる向上を図る
- ▶ コンテンツ事業は、アニメ、ドラマを中心に伸長する
- ▶ ライフスタイル事業を中心に、新規事業を創出する
  - 社会課題の解決をテーマに、当社グループならではの事業を行う（シニア支援、健康増進、地域創生など）
- ▶ 今後の投資について
  - 将来を見据えた、中長期的な視点での投資を着実にを行う

放送事業・コンテンツ事業・ライフスタイル事業  
三位一体となって、力強い持続的成長を目指す

7

次のページをご覧ください。次は来年4月からスタートする、次期中期経営計画の成長戦略の軸となる考え方をご説明いたします。

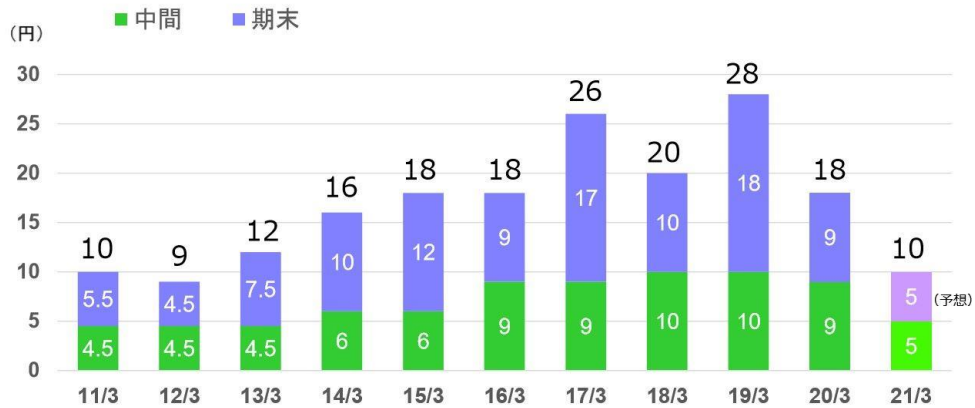
まず放送事業では、新たな手法によるセールスの強化などにより、媒体価値の向上を図っていきたいと思います。コンテンツ事業は、アニメと実写ドラマを中心に成長させていきます。そしてライフスタイル事業では、社会課題の解決をテーマに、当社グループならではの新規事業の創出を図っていきたいと考えております。

そして今後の投資につきましては、将来を見据えた中長期的な視点での投資を着実に行っていきたいと思います。特に人材開発投資、R&D部門、マーケティング、データビジネス、戦略の強化。こちらのほうを重点的に行っていきたいと思います。もちろんM&Aなどの成長投資も継続していく予定でございます。

次の中期経営計画はこうした戦略に基づき、放送、コンテンツ、ライフスタイル、この三つが三位一体となって力強く成長していくことを目指すもので、将来の大きな成長に向けたチャレンジを継続するものにしたいと思っております。

次期中期経営計画は、来年の春に発表する予定でございます。

## 配当について



### <当期の配当について>

当社は、株主に対する利益の還元を経営上重要な施策の一つと位置づけており、株主還元については、業績と将来必要となる自己資本の水準を総合的に勘案した上で、中長期にわたり安定的に継続していくことが重要と判断しております。このため、特定子会社における投資有価証券にかかる評価損の可能性や新型コロナウイルス感染症の収束時期は依然として見通せない厳しい状況ではありますが、当期の中間配当を5円、期末配当予想を5円とし、1株あたりの年間配当は10円の予想となります。

8

最後、当期の配当について8ページをご覧ください。

当社は、株主に対する利益の還元を経営上重要な施策の一つと位置づけて、株主還元については、中長期にわたり安定的に継続していくことが重要だと考えております。

このため、通期業績予想は厳しい中ではございますが、当期の中間配当を5円、期末配当予想を5円とし、1株当たりの年間配当は10円の予想としております。

私からは以上でございます。



## 朝日放送テレビ 業績



(単位：百万円)

	20/3 上期	21/3 上期	前期比	増減率
売上高	28,311	21,726	△6,584	△23.3%
営業費用	28,185	23,354	△4,830	△17.1%
内 売上原価	17,930	14,596	△3,333	△18.6%
訳 販管費	10,255	8,757	△1,497	△14.6%
営業利益	125	△1,628	△1,753	-
経常利益	158	△1,590	△1,748	-
当期純利益	14	△1,070	△1,085	-

### ポイント

- ▶ スポット広告収入の減収幅が大きく減収減益
- ▶ コロナ禍による高校野球、大型イベント中止なども影響

10

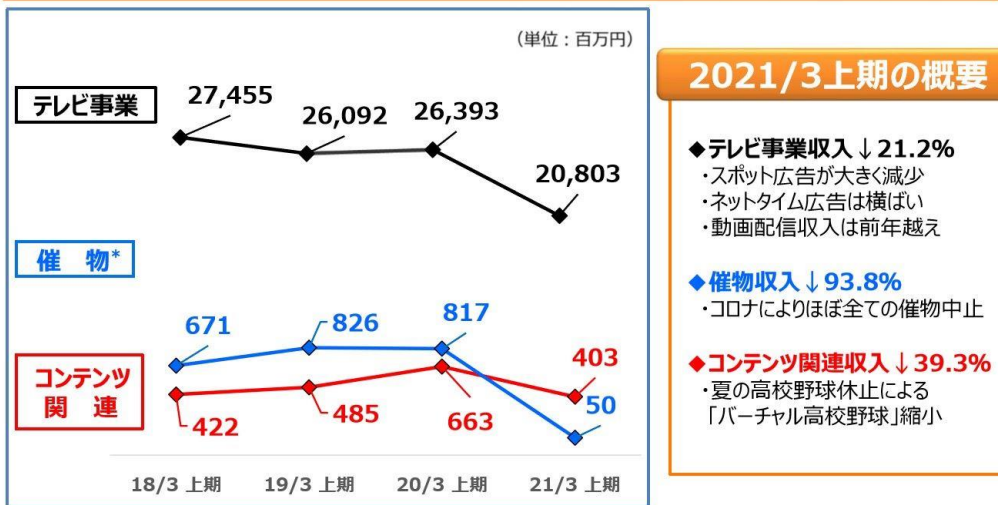
**山本：** それでは放送・コンテンツ事業について、私、山本からご説明いたします。

まず 10 ページ、朝日放送テレビの個別業績です。

売上高は 217 億円で、前期比およそ 23%の減収でした。営業損失、経常損失ともにおよそ 16 億円、当期純利益は 10 億 7,000 万円の赤字で、大幅な減収減益となり、厳しい結果となりました。

主な要因はコロナ禍で、スポンサーの出稿控えが目立ち、スポット CM の減収幅が大きかったことです。また同じくコロナの影響で、開催を予定していたイベントが軒並み中止になったことも影響いたしました。

## 朝日放送テレビ 収入の推移（上期）



\* 2018年3月期の「催物収入」には、ラジオイベントも含む

	18/3	19/3	20/3	21/3
その他	251	482	436	469

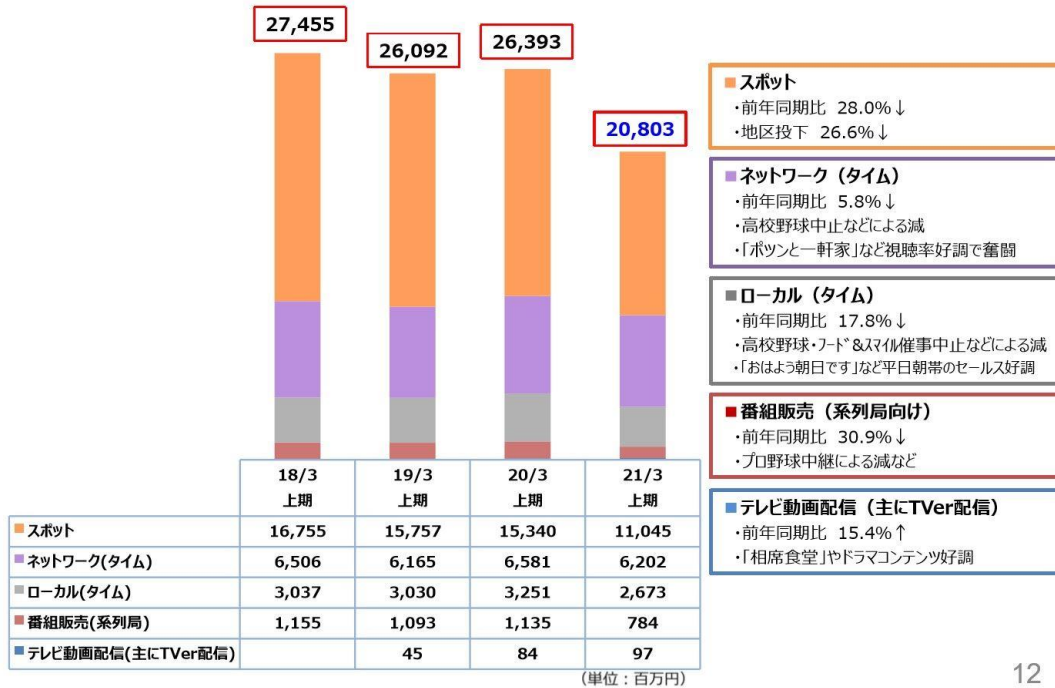
次のページに、事業ごとの状況を記載しております。

ご覧のとおり、テレビ事業収入が大きく減少しております。この要因のほとんどがスポット収入の減少に伴うものでございます。コロナ禍ではありましたが、ネットタイム広告はほぼ横ばいを維持し、動画配信は前年実績を超えました。

催物収入は、残念ながら予定していたほぼ全てのイベントが中止となり、収入がありませんでした。

コンテンツ関連収入の減収は、夏の高校野球が中止になり、バーチャル高校野球の規模が縮小したためです。都道府県の独自大会や交流試合などは実施したものの、本大会がなかったため、昨年実績にはおよびませんでした。

# テレビ事業 収入の内訳



次の12ページは、上期のテレビ事業収入の内訳です。

最も影響を受けたのは、先ほどからお伝えしておりますけれどもスポット収入の減少で、関西の地区投下が前期比マイナス26.6%と大変厳しい環境でございました。タイム収入についても、夏の高校野球中止などの影響を受け、ともに前期を下回る結果となりました。

一方で、このような状況下でも、ネットではポツンと一軒家、ローカルではおはよう朝日ですなど、根強い人気を持つレギュラー番組は奮闘しております。

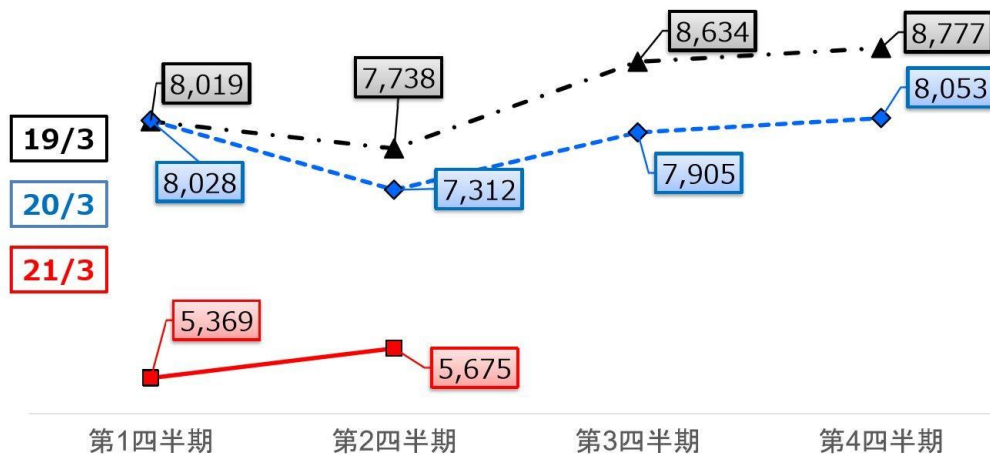
番組販売収入についても、高校野球の中止やプロ野球の中止期間などの影響を受け、減収でございました。

動画配信は、深夜バラエティの「相席食堂」の好調、「不倫をコウカイしてます」などのドラマコンテンツも好調で、増収となりました。TVerの普及に加え、いわゆる巣ごもり需要も影響したと見ています。

## テレビ事業 スポット収入（四半期ごとの推移）



(単位：百万円)



▶コロナ禍による出稿控えの影響が大きく、前年を大きく下回る厳しい結果  
特に第1四半期は、前年比66.9%と激減。

▶9月に若干復調の兆しが見え、第2四半期は第1四半期よりは持ち直したものの、  
五輪延期に伴う広告費削減など、全体的に厳しい市況が続いた。

13

続いて13ページ、四半期ごとのスポット収入の推移はご覧のとおりです。

全体的に厳しい市況が続いたことは間違いありませんが、9月以降、若干の復調の兆しが見られたこともあり、第2四半期は第1四半期に比べ、多少持ち直しております。

## テレビ事業 スポット収入（業種別20位まで）



業種	20/3 上期		21/3 上期	
	増減率	構成率	増減率	構成率
食品	88.3%	10.6%	79.3%	11.7%
交通・レジャー・外食・サービス	108.3%	12.2%	59.7%	10.1%
飲料・アルコール飲料	93.8%	8.6%	75.6%	9.0%
薬品・医療用品	89.9%	6.9%	88.6%	8.5%
情報・通信	88.3%	7.3%	69.6%	7.0%
自動車	95.3%	7.5%	62.9%	6.6%
化粧品・トイレットリー	81.8%	6.5%	66.2%	5.9%
金融	91.6%	6.3%	66.6%	5.8%
家電・コンピュータ	125.9%	6.2%	66.7%	5.7%
趣味(映画・ゲーム・音楽など)	78.9%	5.0%	69.7%	4.9%
官公庁・政治団体	152.5%	3.1%	101.8%	4.4%
通信販売	121.7%	1.7%	185.1%	4.3%
住宅・不動産・建設	87.2%	3.7%	53.5%	2.7%
出版	113.8%	2.6%	67.2%	2.4%
エネルギー・機械・素材	160.6%	2.9%	58.6%	2.4%
ファッション(衣料・貴金属など)	112.8%	2.9%	56.5%	2.3%
家庭用品	94.9%	1.2%	126.4%	2.0%
流通	93.2%	1.7%	63.4%	1.5%
運輸・事業・イベント	109.0%	1.3%	67.7%	1.3%
各種団体(法律事務所など)	96.4%	1.7%	46.9%	1.1%
その他	691.7%	0.1%	120.1%	0.2%
合計		100.0%		100.0%

※増減率は前年同期比

- ▶コロナの影響で、レジャー業種を筆頭に、多くの業種が大幅出稿減
- ▶感染対策関連の官公庁、通信販売、食事宅配サービス、テレワーク支援サービス、除菌・抗菌関連など増加業種もコロナ起因が目立った

14

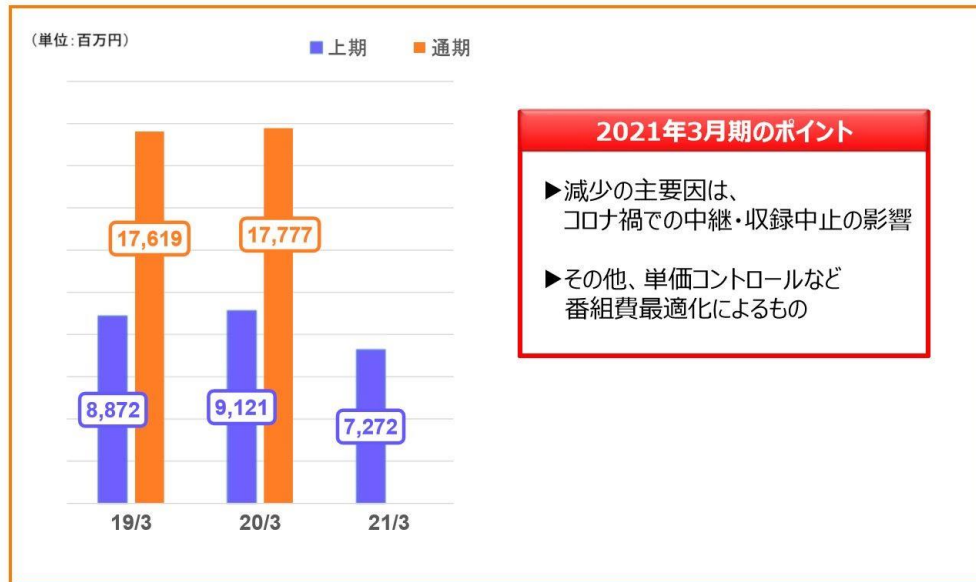
スポット収入の業種別の増減については、次のページをご覧ください。

コロナの影響を大きく受けたレジャー業種を筆頭に、ほとんどの業種が大幅に減少いたしました。

一方で、コロナ感染対策の啓発などの出稿が目立った官公庁・政治団体、それから通信販売、またUber Eats に代表される食事の宅配サービスや、テレワーク支援のサービス、除菌・抗菌関連の商品など、コロナにちなんで出稿が増えた業種もありました。

## テレビ事業 番組費\*

(単位：百万円)



\*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

15

続いて15ページ、これは当期の番組費でございます。

前期比で18億円ほど減少しておりますが、主な要因はコロナによる外出移動制限などで、中継や収録の中止を余儀なくされたためです。それに加えて、近年の中止状況を踏まえ、番組費の最適化にも継続的に取り組んでおり、その成果も出てきております。

## 2020年度上期 関西地区【個人全体】視聴率



(出典：ビデオリサーチ)

個人全体	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 4.7%	YTV 7.4%	YTV 7.1%	YTV 4.0%
2	KTV 4.3%	NHK 6.6%	<b>ABC</b> <b>6.8% (+0.5)</b>	<b>ABC</b> <b>3.2% (-0.3)</b>
3	<b>ABC</b> <b>4.2% (+0.5)</b>	<b>ABC</b> <b>6.4% (+0.4)</b>	KTV 6.0%	MBS 2.7%
4	MBS 3.8%	KTV 6.1%	MBS 5.9%	KTV 2.5%
5	NHK 3.2%	MBS 5.9%	NHK 5.6%	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

16

続いて16ページと17ページには、上期の個人全体視聴率と世帯視聴率をお示ししております。

この上期はコロナ禍の影響で、報道、情報番組系の視聴率が軒並み高く、その影響でNHKがゴールデンの個人全体で2位、世帯ではトップとなる特徴的な結果となりました。

また、プライム2を除き、個人全体のPUT、世帯のHUTがともに上昇したため、前期より数字を上げた局が多かったようであります。全日帯では個人全体、世帯ともに当社が最も数字を伸ばしました。

## 2020年度上期 関西地区【世帯】視聴率



(出典：ビデオサーチ)

世帯	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 8.4%	NHK 11.8%	<b>ABC</b> <b>11.9% (+0.7)</b>	YTV 7.4%
2	KTV 8.0%	YTV 11.6%	YTV 11.2%	<b>ABC</b> <b>6.1% (-0.4)</b>
3	<b>ABC</b> <b>7.8% (+0.7)</b>	<b>ABC</b> <b>11.0% (+0.5)</b>	NHK 10.1%	MBS 5.2%
4	MBS 7.1%	KTV 10.0%	KTV 10.0%	KTV 4.9%
5	NHK 6.1%	MBS 9.7%	MBS 9.8%	NHK 2.7%

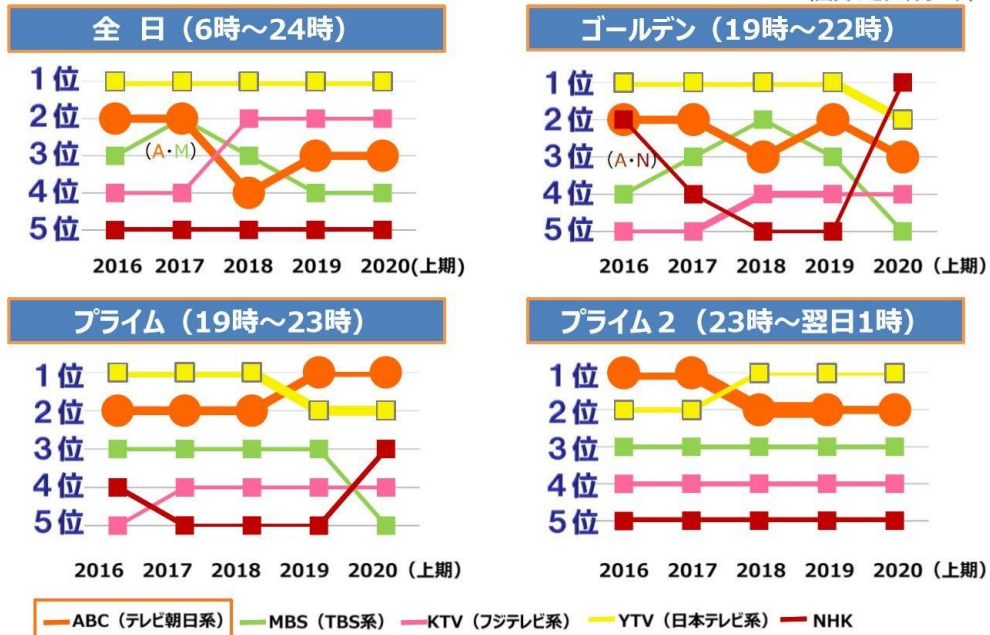
■ABC (テレビ朝日系) ■MBS (TBS系) ■KTV (フジテレビ系) ■YTV (日本テレビ系) ■NHK  
※ ( ) 内は前年同期比



# 関西地区【世帯】視聴率 年度順位の推移



(出典：ビデオリサーチ)



注：20年度のみ上期 18

次の18ページは、世帯視聴率の順位推移をお示ししています。

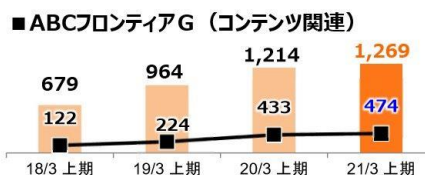
オレンジの丸が当社でございます。左下のプライム帯は2018年下期からトップを維持しております。今期はコロナ禍で、テレビ朝日制作の報道ステーションが高い視聴率を獲得したことも影響し、2位のYTVとの差を広げることができました。

## その他放送事業 朝日放送テレビ関連以外①



※主たる売上が「グループ外収入」の会社

(個別 単位：百万円)



売上高・営業利益：減収減益

コロナ禍による広告出稿控えが影響

注) 2018年3月期以前は旧朝日放送のラジオ放送事業売上

売上高・営業利益：増収増益

ドラマDVDなど物販関連が好調

音楽出版事業の移管による影響



■AMC (通販・ラジオ制作等)



売上高・営業利益：減収増益

プロ野球の試合数減、ゴルフ大会の中止が影響

売上高の減少を費用の減少が上回り増益

売上高・営業利益：増収増益

コロナによる「家ナカ消費」需要で通販事業が好調

注) 20年4月 音楽出版事業をAMCからABCフロンティアHDに移管

19

続いて19ページに、その他放送事業の業績についてお伝えいたします。

朝日放送ラジオはテレビ同様、スポンサーの出稿控えが響き、減収減益となりました。

ABCフロンティアグループは、地上波で放送したドラマのDVDなど、物販収入が好調だったほか、今期から音楽出版事業をAMCより移管した影響もあり、増収増益となりました。

そのAMCは、今申し上げた音楽出版事業の移管分は減少したものの、コロナによる家ナカ需要で通販事業が伸び、結果として増収増益となりました。

時間の関係上、ここでの説明は省きますが、その他の各会社につきましては業績、およびトピックスを記載しておりますので、後ほど資料をご覧くださいと思います。

### コロナ禍における放送局としての“社会的使命”

- \* 多くの制限や自粛の中で、収録・取材・編集などを極力リモートで実施し、報道・番組ともに継続
- \* 高校生応援プロジェクト「雨のち晴れ」：  
インターハイ、甲子園など、コロナで“晴れ舞台”を失った高校生を応援する番組・配信等を実施

### 「地上波 + α」の展開・収益力加速

- \* 日曜深夜ドラマL枠：
  - ▶ 「年下彼氏」(4月～)：  
関西ジャニーズJr.が総出演した恋物語で話題、放送後に発売したビデオグラムが大ヒット。
  - ▶ 「不倫をコウカイしてます」(9月)もTVerやGYAOなど配信で好記録達成。

### VR技術を駆使した「バーチャル・カンファレンス」サービスの提供

- \* 外資系製薬会社より受注。運営はマッシュ、VR技術をアイネックスというグループ連携で実現
- \* イタリア、東京、大阪の拠点および日本各所の販売代理店約30か所をつなぎ、9/10実施  
= コロナ禍で来日できないCFOがイタリアより参加
- \* クオリティをはじめクライアントからの評価高く、下期に新たな受注を獲得

続いて 21 ページ、上期の取り組みと成果についてご説明いたします。

まずは、このコロナ禍で取材や収録などに多くの制限がかかる中、リモート対応などを駆使し、放送を継続いたしました。

正しい情報を発信するという使命に加え、夏にはコロナ禍で晴れ舞台を失った高校生を応援するプロジェクト、「雨のち晴れ」などを実施いたしました。

また、日曜深夜ドラマのコンテンツについては、放送後に発売したビデオグラムがヒットしたほか、配信でも好成績をマークし、地上波放送だけにとどまらない展開を加速させています。

さらに、コロナ禍で生み出した新たな展開として、当社グループにある VR 技術とイベント運営のノウハウを生かし、企業のバーチャル・カンファレンスのサービスを提供する試みも実施いたしました。クライアントからも大変好評で、早速次の受注につながったと聞いております。

## 2020年度 下期の取り組み

### 「おはよう朝日です」3時間生放送に拡大！

- \* “関西の朝の顔”として親しまれている「おはよう朝日です」を5時からの3時間放送に拡大
- \* 1日の始まりに知っておきたいニュース・情報など「生活者に寄り添った」内容でお届け
- \* リニューアルを機に、新たな挑戦・展開：  
主題歌は「OHA-1グランプリ」を開催し、優利香さんの「眩しい朝日」に決定  
おき太くん・めざめちゃんに次ぐ第3のキャラクターも誕生 ➡ 放送外収入を見据えた展開に着手



### ドラマ・ショートコンテンツなど“戦略的放送枠”の新設

- \* 日曜深夜に「ドラマ+」枠を新設し、既存の「ドラマL」枠に引き続き、ドラマを放送  
10月クール初回作品：「僕らは恋がヘタすぎる」 川島海荷、白洲迅主演
- \* ジャニーズWESTの「あなたの代わりに見えます！リア突WEST（土曜深夜・10/4開始）」  
Aぇ! groupの「THE GREATEST SHOW-NEN（11/7開始）」を2つのジャニーズ枠を編成
- \* 平日深夜帯に、ショートコンテンツ「ファストライク！」枠を新設  
若手ディレクターが手がけるショートコンテンツ、YouTube配信なども展開
- \* ティーン・若年層をターゲットにできる、マルチ展開可能なコンテンツを見据え戦略的に増枠

22

続いて22ページ、下期の取り組みについてです。

まず、当社の看板番組の一つである「おはよう朝日です」を、3時間の生放送に拡大リニューアルいたしました。生活者に寄り添った内容をお届けすることはもちろん、主題歌や新キャラクターの誕生など、放送外収入を見据えた展開にも着手しております。

また、日曜深夜に新たなドラマ枠、「ドラマ+」を増やしたほか、ジャニーズWESTと「Aえ! Group」、若手ジャニーズによる二つの新番組をそれぞれスタートさせました。

加えて、平日深夜帯には、若手ディレクターが手がけるショートコンテンツ枠を新設し、YouTube配信も実施しております。

ともに若年層をターゲットにできる、テレビだけにとどまらないマルチ展開可能なコンテンツを目指し、着実に戦略を実行していきます。

## 2020年度 下期の取り組み（アニメ事業）



### 公開映画が大ヒット上映中

- \* 京都アニメーションが制作を手掛ける  
「劇場版 ヴァイオレット・エヴァーガーデン」
- \* コロナで約半年延期（9/18公開）も



既に動員118万人超  
\* 現在も上映中で  
動員を伸ばしている

©京都アニメーション  
/「劇場版 ヴァイオレット・エヴァーガーデン」製作委員会

### 全国ネットの深夜アニメ枠を新設

- \* 土曜深夜に初の全国ネットアニメ枠  
「ANIMAZING!!!」をスタート
- \* 全国のアニメファンを魅了する作品を  
ラインナップ予定  
➡ アニメ事業拡大の新たな足掛かりに
- \* 初回作品は、スポーツクライミングアニメ  
「いわかける！ -Sport Climbing Girls-」

### アニメ制作会社をグループ化し、バリューチェーンを強化

- \* 会社名：**SILVER LINK.**
- \* 事業内容：テレビ・ビデオ等、アニメーション作品の企画製作・制作
- \* 10/1付で当社が株式100%を取得、**グループ初のアニメ制作会社**
- \* 既存のグループ社（ABCアニメーション、ABCテレビ、プロセンススタジオ等）で  
**「企画」「制作」「流通」を一気通貫で行えるバリューチェーンの構築へ**



23

最後に、下期の取り組み、アニメ事業について 23 ページに記載しております。

京都アニメーション制作の「劇場版 ヴァイオレット・エヴァーガーデン」は、コロナで半年ほど公開が遅れましたが、9月中旬の封切りから現在も大ヒット上映中でございます。

また、朝日放送テレビの土曜深夜に初の全国ネットアニメ枠を新設いたしました。成長領域であるアニメ事業のさらなる拡大へ向けた足掛かりとしていきたいと考えております。

加えて、10月1日付でアニメ制作会社の SILVER LINK.の株式 100%を取得し、グループ化いたしました。ABC アニメーション、ABC テレビ、プロセンススタジオなど、既存のグループ会社と併せてアニメの企画、制作、流通が一気通貫で行える、バリューチェーンの構築強化をねらいとしたものでございます。

私の説明は以上でございます。

## 質疑応答

---

**司会：**それでは質疑応答に入ります。ご質問はアナリスト、機関投資家の方を優先させていただきます。

**質問者：**大きく3点、お願いいたします。

まず1点目です。下期以降のスポット広告需要をどういったように今、見ていらっしゃるのかという点について教えていただければと思います。

2点目が番組制作費です。かなり縮減の傾向が続いておりますが、来期に向けた、売上次第という部分はあるのですけれども、適正な制作費の水準を今、どのようにお考えになっていらっしゃるのかを教えてください。

最後3点目ですけれども、京都アニメーションさんの映画に御社がどうかかわりを持っていらっしゃるのかという点について、コメントできる範囲で教えていただけますでしょうか。

以上3点、よろしくお願いいたします。

**沖中：**一つ目、二つ目は山本副社長から、三つ目、京都アニメは私、沖中からお答えします。

**山本：**ありがとうございます。まず一つ目の下期のスポットの状況ですけれども、先ほどご説明した中でありましたように、9月ぐらいから徐々にですがスポットの回復傾向が見えています。

9月で、まだ地区投下的には90には届いておりませんでしたけれども、10、11月の段階でほぼ地区投下は100を超えてきております。12月はまだこれからというところではありますけれども、ここ数日でやはりかなりスポットが一気に出稿が出ているようでありまして、東京を中心にスポットは順調に復活してきている手応えを感じております。

上期は軒並み主要業種が全て、大きくダウンしておりましたけれども、10月以降はテレビのスポットの、大きなシェアを占める化粧品・トイレタリー、自動車、飲料・アルコールなどがかなりの伸び率で戻ってきております。これは11月も12月も同じような傾向と聞いております。

ということで、第4クォーター、1月以降はまだよく分かりませんが、一番懸念しているここ数日報道されている、コロナの第3波みたいなものがひどくならないければ、このままのかたちで第4クォーターも推移していくのではないかなと見ております。

スポットの下期の当初予算は、ほぼ92%で組んでいますが、当初の予算立てのスポットよりも10、11月と上回ってきておりますので、そういう意味では今の上期の厳しい決算から少しでも回復してくればなと思っています。

下期の見込みは以上でございます。

それから制作費ですけれども、制作費は先ほど申し上げたように、上期で大きく減っていますが、これは4月、5月辺りは全く番組が制作できず、通常のレギュラー番組が放送できていませんでしたので、大きく、特にゴールデンを中心に下がっています。

あとは、高校野球の本大会がなかった部分とか。そういう意味ではプロ野球もかなり下期にもずれましたので、4、5、6月辺りのプロ野球の権利金等々が発生しなかったことで、上期の番組費はかなり減っています。

それと逆にいうと、このコロナを好機と捉えて、今までの番組のつくり方と違う新しい番組のつくり方、テレビ画面等でご覧になっていただいているようにリモート出演などの知恵とか、いろんなものが今回、分かりましたので、今までとは違うつくり方、働き方改革はコロナで皆さん起きていますけれども、私どもでいうと番組のつくり方改革を現場にはいろいろとお願いをし、適正な番組費をもう一度ある意味では見直すと考えております。

その上で、来期につきましては当然、この上期の4月、5月辺りにやれていなかったものがレギュラーに戻りますので、当然ある程度番組費は戻ります。ただ、全体的な予算の中でコストコントロールというか、番組の適正な価値の番組費を今後も追及していきたいなと思っています。

番組費については以上でございます。

**沖中：**それでは京都アニメーションとのかかわりについてお話し申し上げます。

京都アニメーションとはおよそ5~6年前からですが、深夜アニメであります「Free!」という水泳の男子高校生のアニメですが、それをきっかけにお付き合いが始まりまして、現在われわれのアニメの制作パートナーとしては最大のプロダクションでございます。

「Free!」からその後、「聲の形」という映画が2016年ですが封切りしまして、これがおかげ様で大ヒットしまして、そこからぐっと強い関係になりました。

昨年、気の毒なあの事件がありましたけれども、その時点におきましても映画が「ヴァイオレット・エヴァーガーデン 外伝」、それから「Free!」、2作同時にかかっておりました。それから深夜アニメの「小林さんちのメイドラゴン」など、いくつかのタイトルはパラでやっておりました。

役割としましては、企画、制作などをともにやっています。といいましても、企画については、当社のABCアニメーションもかなりかかわりますけれども、京アニさん主体でやり、制作は、いわゆるスタジオ部分は京アニさん。あといわゆる販売部分ですけれども、その部分に関しましては海外セールスに関しては、ABCアニメーションがほぼ一手にやっております。それ以外のいわゆるOTTや番組販売なんかも、われわれがいわゆる窓口としてやっておると、そういう割と二人三脚としての関係でございます。

以上でございますが、よろしいでしょうか。

**司会：**よろしいでしょうか。

**質問者：**はい。「鬼滅の刃」に隠れているんですけれども、多分京都アニメ史上、一番良い出来ではないかなと個人的には思っております。

ここに御社がこういうかたちで窓口権を持っていらっしゃると、すみません、私、不勉強で、存じ上げませんでしたので。とても参考になりました。ありがとうございました。

**沖中：**「劇場版 ヴァイオレット・エヴァーガーデン」は大体、16億円から17億円ぐらいの興行収入と最近聞いております。

**質問者：**ありがとうございます。

**司会：**ありがとうございました。では、ほかにご質問のある方、いらっしゃいますでしょうか。

では、ご質問がございませんようですので、本日の朝日放送グループホールディングス株式会社、2021年3月期第2四半期決算説明会は以上で終了させていただきます。

皆様、ありがとうございました。

[了]