

2024年3月期【第2四半期】 決算説明会

2023年11月15日

代表取締役会長
早河 洋

連結業績

(単位:百万円)	2022年度 上期	2023年度 上期	前年同期比	増減率
売上高	144,775	146,829	+ 2,054	+ 1.4%
営業利益	7,340	4,336	△ 3,004	△ 40.9%
経常利益	12,438	8,641	△ 3,796	△ 30.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	9,306	6,613	△ 2,693	△ 28.9%

広告市況は停滞も増収、営業利益以下は減益

23年度上期の取組み

視聴率

個人全体・世帯 **全日・P帯2冠達成!**
個人全体では開局以来初

広告収入

地上波広告収入2位を堅持
スポットシェア 23.2%、前年同期比+0.8 pt
BS朝日 放送収入過去最高を記録

インターネット

見逃し配信広告収入が急拡大
グループ共通ID「**tv asahi iD**」の機能を強化
※23年9月にtv asahi iD会員200万人突破

上期の視聴率(期間:23/4/3~23/10/1)

【個人全体・世帯】全日・プライム2冠！上期の個人全体全日・プライム1位は開局以来初！

【個人全体】	テレビ朝日	日本テレビ	TBS	フジテレビ	テレビ東京
全日 (6-24時)	①  3.4 (-0.1)	① 3.4 (-0.2)	③ 2.6 (-0.2)	④ 2.3 (-0.1)	⑤ 1.2 (+0.0)
ゴールデン (19-22時)	② 5.0 (-0.1)	① 5.5 (-0.2)	③ 4.0 (-0.1)	④ 3.6 (-0.3)	⑤ 3.0 (-0.2)
プライム (19-23時)	①  5.1 (-0.1)	① 5.1 (-0.3)	③ 4.0 (-0.1)	④ 3.6 (-0.2)	⑤ 2.6 (-0.2)
プライム2 (23-25時)	② 1.8 (-0.2)	① 2.6 (-0.2)	② 1.8 (+0.0)	④ 1.6 (+0.0)	⑤ 0.7 (+0.0)
【世帯】	テレビ朝日	日本テレビ	TBS	フジテレビ	テレビ東京
全日 (6-24時)	①  6.1 (-0.3)	② 6.0 (-0.5)	③ 4.7 (-0.4)	④ 4.0 (-0.4)	⑤ 2.1 (-0.2)
ゴールデン (19-22時)	② 8.5 (-0.3)	① 8.7 (-0.6)	③ 6.5 (-0.3)	④ 5.7 (-0.6)	⑤ 5.1 (-0.5)
プライム (19-23時)	①  8.7 (-0.3)	② 8.3 (-0.6)	③ 6.5 (-0.3)	④ 5.8 (-0.5)	⑤ 4.5 (-0.4)
プライム2 (23-25時)	② 3.5 (-0.3)	① 4.8 (-0.4)	③ 3.2 (-0.3)	④ 2.9 (-0.2)	⑤ 1.4 (-0.1)

※ ○の数字は民放順位、下段の()は前期比 (出典:ビデオリサーチ調べ)

上期視聴率トピックス

報道情報

<7月クール>

- ◆ 「報道ステーション」「サタデーステーション」「羽鳥慎一モーニングショー」「大下容子ワイド！スクランブル」は同時時間帯トップを獲得
- ◆ 「グッド！モーニング」は初めて同時時間帯民放トップタイを獲得

ドラマ

- ◆ 火曜・水曜・木曜の21時台が好調に推移
- ◆ 7月クール:「ハヤブサ消防団」「科捜研の女 season23」「シッコウ!!～犬と私と執行官」は民放連続ドラマの上位にランクイン

バラエティ

- ◆ 週末の番組中心に高視聴率を維持



スポーツ

- ◆ 「緊急特報！侍ジャパンWBC世界一の熱狂！」(9.9%/15.8%)
- ◆ 「FIBAバスケットボールW杯2023」 23年8月～9月
「日本×カーボベルデ戦」は上期全局全ての番組で最高視聴率を記録
(15.3%/22.9%)

コンテンツ展開の施策例

ビジネスソリューション本部

コンテンツ編成局

セールスプロモーション局

ビジネスプロデュース局

IoTv局

スペシャルプロモーション

ネット連動施策



オリジナルコンテンツ「あのちゃんねる」
との連動企画など



スピンオフネットムービー
「おつまみドラフト会議2023」

番組連動CM施策



ビジネス増収施策



生キョコロヒー2023春
～自覚と責任の5000席～

ビジネスソリューション本部を中心に
様々なコンテンツの収益化を積極的に推進

広告収入 スポットシェア拡大

スポット広告収入2位堅持
スポットシェア前年同期比+0.8pt

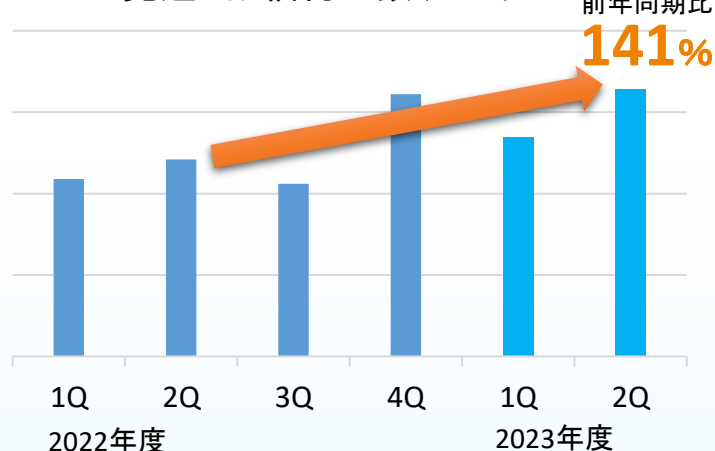
	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度 上期
スポット収入増減率 (前期比)	△8.9%	△14.1%	+17.8%	△3.3%	△5.5%
東京地区投下量 スポットシェア※	22.6%	22.4%	22.2%	22.4%	23.2%
前期比 (23年度上期は前年同期比)	△0.6pt	△0.1pt	△0.2pt	+0.2pt	+0.8pt
スポット収入 民放順位	2位	2位	2位	2位	2位

※ スポットシェアは推計

インターネットの取組み

見逃し配信広告収入が急拡大

見逃し配信再生数 (TVer)



23年度上期 牽引した主な番組

アンノウン
unknown

ハブサ消防団

アムト---ウ

あざとくて何が悪いの?
What's so wrong with 'AZATO'?

tv asahi iD

グループ共通IDの機能を強化

- 「テレ朝チケット」「テレ朝動画」など各種サービスが利用できるグループ共通ID
- 23年6月より「ロッピング」との連携や「テレ朝ポイント」を開始
- tv asahi iD会員 200万人突破(23年9月現在)

経営計画2023-2025

BREAKOUT STATION!

新しい時代のテレビ朝日



定量目標

視聴率



TRIPLE CROWNS !

2025年度までに年間・年度での個人全体視聴率 **3冠達成!**

連結業績

2025年度までに

売上高
3,300億円

営業利益
200億円

経常利益
250億円

親会社株主に帰属する当期純利益
200億円





を目指す






成長投資

戦略投資枠 **500億円**

個人全体視聴率推移

目標:2025年度までに年間・年度での個人全体視聴率 3冠達成!

年間視聴率		2020年		2021年		2022年		2023年推移 (2023/1/2~11/12)	
	全日 (6-24時)	②	4.2	②	3.9	②	3.6	①	 3.5
	ゴールデン (19-22時)	②	6.2	②	5.8	②	5.5	②	5.4
	プライム (19-23時)	②	6.3	①	 5.9	①	 5.5	①	 5.4
	プライム2 (23-25時)	②	2.6	②	2.2	②	2.0	②	1.9

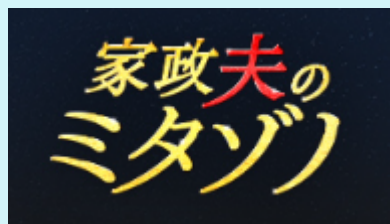
年度視聴率		2020年度		2021年度		2022年度		2023年度推移 (2023/4/3~11/12)	
	全日 (6-24時)	②	4.1	②	3.8	①	 3.6	①	 3.4
	ゴールデン (19-22時)	②	6.1	②	5.8	②	5.6	②	5.1
	プライム (19-23時)	②	6.2	①	 5.8	①	 5.6	①	 5.1
	プライム2 (23-25時)	②	2.5	②	2.1	②	2.0	②	1.8

※ ○の数字は民放順位 (出典:ビデオリサーチ調べ)

タイムテーブル(10月改編)

	月	火	水	木	金	土	日
19時台	帰れマンデー 見つけ隊!!	出川一茂ホラン☆ フシギの会	朝メシまで。	楽しく学ぶ! 世界動画ニュース	ザワつく! 金曜日	博士ちゃん	ナニコレ 珍百景
20時台	10万円で できるかな	家事ヤロウ!!!	ミラクル9	林修の今知りた いでしょ!	かりそめ天国	ニュースそう だったのか!!	ポツンと一軒家 (ABC)
21時台	Qさま!!	家政夫のミタゾノ season6	相棒 season22	ゆりあ先生の 赤い糸	ミュージック ステーション	サタデー ステーション	サンデー ステーション
22時台	報道ステーション					ザ・ニンチド ショー	たとえあなたを 忘れても(ABC)
23時台				アメトーーク!	今日からヒットマン	単身花日	関ジャム 完全燃SHOW
	激レアさんを 連れてきた。	ロンドンハーツ	かまいガチ			泥濘の食卓	
24時台	キョコロヒー	アンタウオッチマン!	くりいむナンタラ	テレビ千鳥	キッチンカーSHOW(仮)	バラバラマンスリー	意味が分かれると怖い 配信停止になった婚 活ドキュメンタリー
	ハマスカ放送部	イワクラと吉住 の番組	チョコプランナー		金曜日のメタパース	ワールドプロレスリング	
25時台						NUMAnimation	熱闘! Mリーグ
26時台						(ABC)	Get Sports
27時台						(ABC)	

10月クールの滑り出し



【5話平均視聴率】

個人全体 4.5%

(世帯 7.6%)

【初回 個人5.4%、世帯9.1%】

相棒22

【4話平均視聴率】

個人全体 6.9%

(世帯 12.0%)

【初回 個人7.0%、世帯12.5%】

ゆりあ先生
の
赤い糸

【4話平均視聴率】

個人全体 3.5%

(世帯 6.5%)

【初回 個人4.3%、世帯7.9%】

「相棒22」は民放連続ドラマトップで推移！



報道情報ベルト番組 好調を維持

24年1月クール ドラマ



『おっさんずラブ-リターンズ-』

金曜ナイトドラマ枠にて放送

- 2016年 深夜単発ドラマ『おっさんずラブ』
- 2018年 連続ドラマ『おっさんずラブ』（全7話）
- 2019年 『劇場版 おっさんずラブ ～LOVE or DEAD～』（興行収入26.5億円突破）
- 2019年 パラレルワールドドラマ『おっさんずラブ -in the sky-』（全8話）

動画配信(国内・海外)、イベント、海外リメイク、商品化、書籍、DVD・Bluray、デジタル展開など様々な360° 展開を実施

オリジナルIPとして360° 展開を推進

テレビ朝日開局65周年記念

2024年1月1日(月)スタート!

2024年新春以降のラインアップ

- ◆1月1日 「相棒元旦SP」
- ◆1月3日、4日 松本清張 二夜連続ドラマスペシャル
第一夜「顔」／第二夜「ガラスの城」
- ◆1月12日～ サッカー-AFCアジアカップ カタール
- ◆2月 バラエティ芸人MCコラボSP

ドラマ、映画、スポーツ、バラエティ、イベントなど
多数ラインアップを予定!

インターネットの取組み

インターネットテレビ局



有料動画配信サービス

TELASA

オウンドメディア



(YouTubeチャンネル)

キャッチアップサービス 動画広告配信プラットフォーム



UltraImpression

データ利活用の推進

インターネットの取組み

インターネットテレビ局



- WAU1,800万前後で推移
- 大幅に収益改善
- ABEMA NEWS、地上波スポーツ中継と連携強化

有料動画配信サービス



- SVOD本店機能
- 地上波コンテンツ、ドラマスピンオフやバラエティ特別編を拡充
- 認知度向上、黒字維持

オウンドメディア



公式TikTokフォロワー数
420万人



公式YouTubeチャンネル登録者数
361万人



公式YouTubeチャンネル登録者数
136万人

キャッチアップサービス、動画広告配信PF



- キャッチアップサービスは、番組再生数、売上シェアともに拡大
- 動画広告配信PFは、新規のアドサーバー提供もあり、収益拡大

※登録者数・フォロワー数は23年11月13日現在の件数

ショッピングの取組み

販路の拡大(売上拡大) + ヒット商品創出(利益率向上)

番組強化・リニューアル

- レギュラー番組「じゅん散歩」「路線バスでお買い物の旅」等
- 「午後もじゅん散歩」内に「ニッポンめしあがれ」新設
- 新規特番、番組リニューアルを推進



EC・インターネット活用

- ロッピングECサイトを強化
- tv asahi IDやテレ朝ポイントと連携
- ECモールでの展開



新商品開発

- 美容・健康・雑貨・食品の商品開発を推進
- 番組連動の施策やオリジナル限定商品を開発



BS朝日

食品事業領域の拡大

- 食のブランド「TABEGURU」新設
- 放送・EC・カタログの三位一体で事業領域を拡大



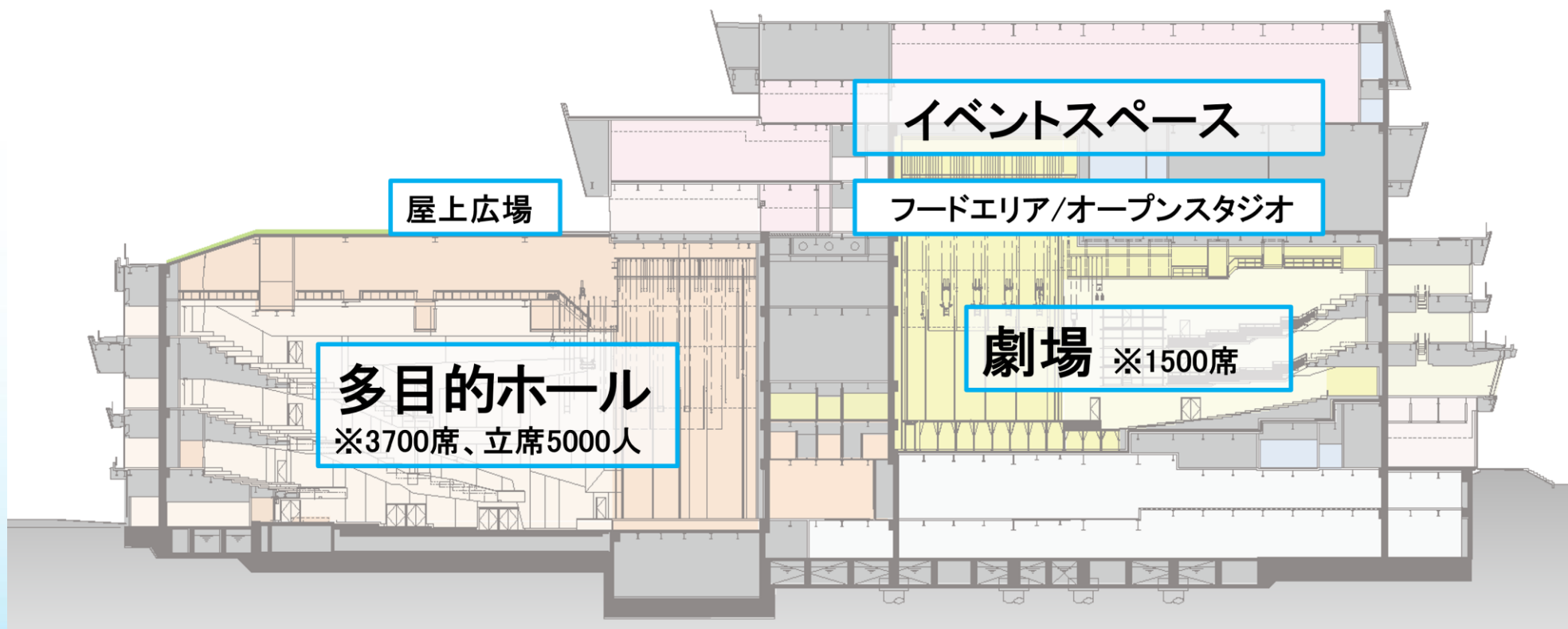
メディアシティ

有明南地区に建設計画を推進中の一大プロジェクト
「東京ドリームパーク」がついに着工！



メディアシティ

「東京ドリームパーク」断面図



多目的ホール、劇場、イベントスペース、オープンスタジオ、屋上広場等からなる
有明発・複合型エンタテインメント施設



「東京ドリームパーク」外観イメージ



メディアシティ

東京都はベイエリアを舞台に 50年・100年先の
未来の都市像を描いた「東京ベイeSGプロジェクト」を推進中

テレビ朝日は周辺地域・企業と連携し、東京ベイエリアの中心地である有明から賑わい・交流・イノベーションを創出

東京ドリームパークの開業は2026年春予定！

- 戦略 1**

質の高い緑と魅力的な水辺空間の形成
- 戦略 2**

リスクにスマートに対応する防災・減災対策の推進
- 戦略 3**

ひとと地球のためのデジタルと先端技術をまちの隅々まで実装



有明は戦略1～5の
主な拠点

- 戦略 4**

にぎわい・交流・イノベーションを生む世界から選ばれるまちの実現
- 戦略 5**

まちの魅力や活動の基盤となる快適で多様な移動手段の充実



※東京都は21年に「東京ベイeSGプロジェクト」を公表し、22年に実行戦略「東京ベイeSGまちづくり戦略2022」を策定。

※出典：「東京ベイeSGまちづくり戦略2022」(<https://www.toshiseibi.metro.tokyo.lg.jp/seisaku/esg/index.html>)を元に作成

新領域開拓

地上波連動のIP開発・展開

- (株) BookLiveを持分法適用関連会社化(23年4月)
IP創出や次世代クリエイター育成等の連携強化

BookLive

- 深夜アニメ「僕の心のヤバイやつ」

僕の心の
ヤバイやつ
THE DANGERS IN MY HEART

- テレビ朝日×シンエイ動画のアニメ化作品
- 第1期 海外販売で当社窓口権獲得作品としてNUMAnimation枠
史上最高契約額を記録
- 第2期 24年1月クール放送予定



- メタバー

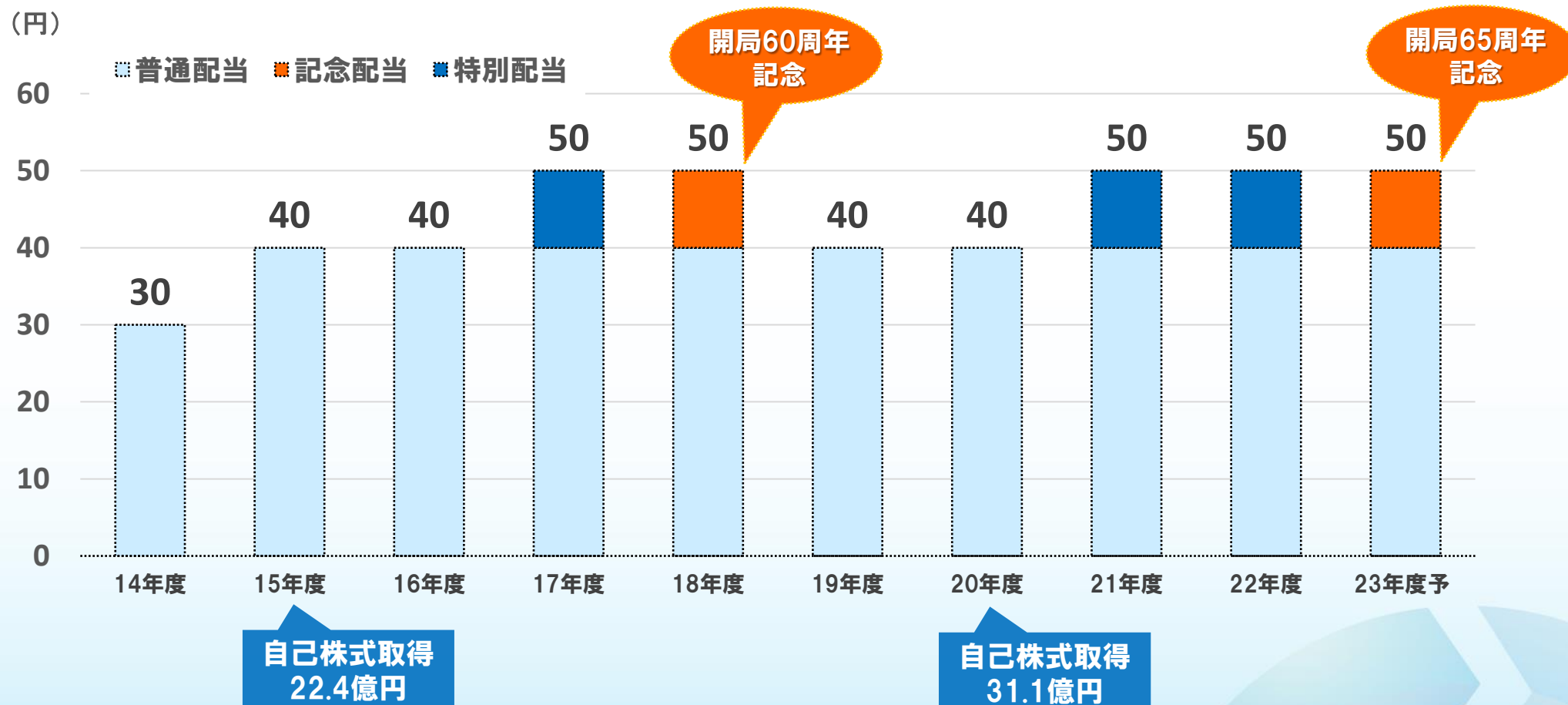
- 21年3月より地上波連動番組内でメタバー空間「光と星のメタバー六本木」を建設(110回以上のイベント開催、累計のべ120万人以上が来場)
- 23年4月にメタバーアイドル「めたしっぷ」誕生
自社IPとして番組・イベント・SNS展開・楽曲リリースなど

企業価値向上に向けて



成長の好循環 ⇒ 株主還元強化へ

株主還元

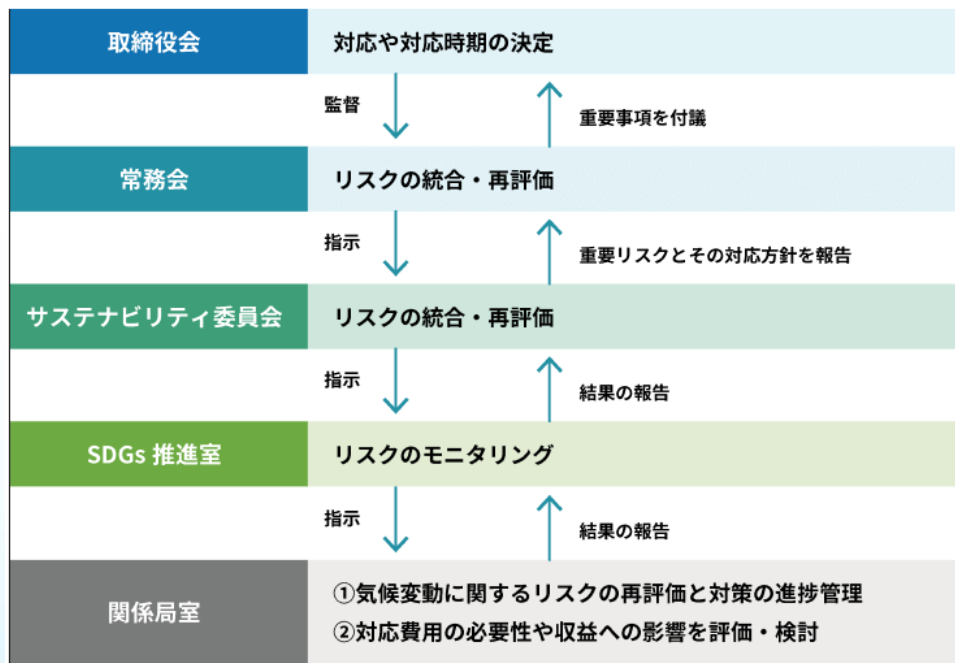


【基本方針】

- 安定的な普通配当（持続的な成長を目指す）
- 記念配当・特別配当でさらなる株主還元努める
- 自己株式の取得を継続的に検討

サステナビリティ

サステナビリティ・リスク管理体制



人権への取り組みについて

- 「人権方針」の策定
- 社員・スタッフに対しての研修会・勉強会を継続的に実施

コンテンツを通じた取り組み



- 「未来をここからプロジェクト×SDGs」ウィーク（23年9月17日～24日）
- 『SDGsスペシャル「再エネ革命！ニッポンの挑戦」』（23年9月24日13:55～）
- 「未来をここからプロジェクト×南極取材」（22年11月～23年3月）に続き、「未来をここからプロジェクト×北極取材」（23年7月～8月）
- 美術廃材の活用「art to Art Project」

業績予想

(単位:百万円)

	22年度実績	23年度予想	前期比	増減率
売上高	304,566	313,000	+ 8,433	+ 2.8%
テレビ放送事業	229,937	230,900	+ 962	+ 0.4%
インターネット事業	23,165	27,100	+ 3,934	+ 17.0%
ショッピング事業	19,450	21,100	+ 1,649	+ 8.5%
その他事業	32,013	33,900	+ 1,886	+ 5.9%
営業利益	14,503	15,000	+ 496	+ 3.4%
テレビ放送事業	9,586	8,300	△ 1,286	△ 13.4%
インターネット事業	1,403	1,800	+ 396	+ 28.3%
ショッピング事業	867	2,200	+ 1,332	+ 153.7%
その他事業	2,607	2,700	+ 92	+ 3.6%
調整額	38	—	△ 38	—
経常利益	23,157	20,000	△ 3,157	△ 13.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	16,603	15,000	△ 1,603	△ 9.7%

※ 2023年8月4日の開示から変更はありません

取締役 角南 源五

連結業績

(単位:百万円)

	2022年度上期	2023年度上期	前年同期比	増減率
売上高	144,775	146,829	+ 2,054	+ 1.4%
テレビ放送事業	111,008	110,243	△ 765	△ 0.7%
インターネット事業	11,818	13,265	+ 1,447	+ 12.2%
ショッピング事業	9,061	9,102	+ 41	+ 0.5%
その他事業	19,302	21,534	+ 2,232	+ 11.6%
調整額	△ 6,415	△ 7,317	△ 901	—
営業利益	7,340	4,336	△ 3,004	△ 40.9%
テレビ放送事業	4,917	1,173	△ 3,744	△ 76.1%
インターネット事業	277	680	+ 403	+ 145.3%
ショッピング事業	755	770	+ 14	+ 2.0%
その他事業	1,386	1,769	+ 382	+ 27.6%
調整額	4	△ 57	△ 61	—
経常利益	12,438	8,641	△ 3,796	△ 30.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	9,306	6,613	△ 2,693	△ 28.9%

テレビ放送事業

(単位:百万円)	2022年度 上期	2023年度 上期	前年同期比	増減率
売上高	111,008	110,243	△ 765	△ 0.7%
タイム収入	38,500	39,247	+ 747	+ 1.9%
スポット収入	42,615	40,287	△ 2,327	△ 5.5%
番組販売収入	6,528	6,587	+ 58	+ 0.9%
BS・CS収入	12,849	13,206	+ 357	+ 2.8%
その他収入	10,514	10,913	+ 398	+ 3.8%
営業利益	4,917	1,173	△ 3,744	△ 76.1%

タイム収入(地上波)

(単位:百万円)	2022年度	2023年度	前年同期比	増減率
1Q	18,935	18,511	△ 424	△ 2.2%
2Q	19,564	20,736	+ 1,172	+ 6.0%
上期	38,500	39,247	+ 747	+ 1.9%

主な増減要因

- 【レギュラー】アドタイザーの広告費の弾力運用がある中、既存番組の強化が評価され、前年並みに推移
- 【単発】「世界水泳福岡」「FIBAバスケットボールW杯2023」「PSG ジャパンツアー パリ・サンジェルマン×インテル」等が増収に大きく寄与

スポット収入(地上波)

(単位:百万円)	2022年度	2023年度	前年同期比	増減率
1Q	22,644	21,965	△ 679	△ 3.0%
2Q	19,970	18,322	△ 1,648	△ 8.3%
上期	42,615	40,287	△ 2,327	△ 5.5%

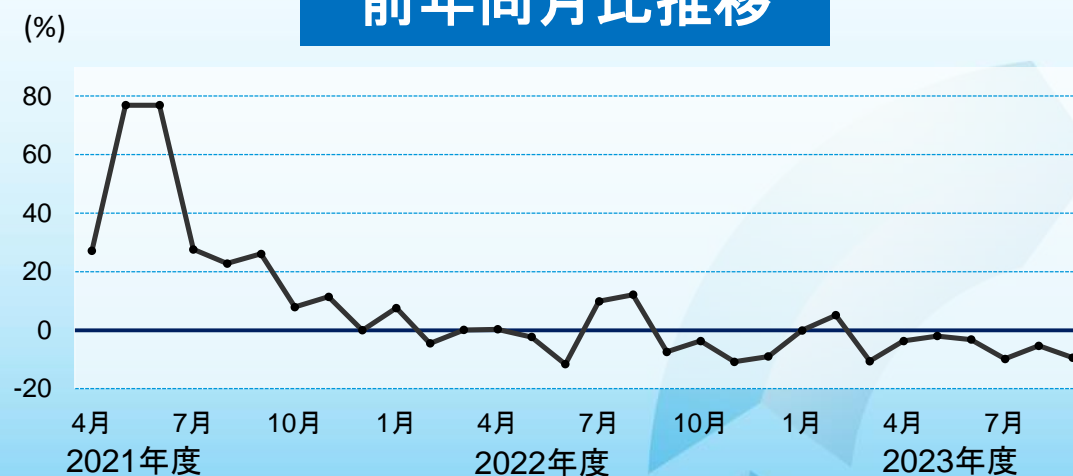
東京地区投下量シェア

2023年度上期 **23.2%**

(前年同期比 + 0.8 pt)

※ シェアについては推計

前年同期比推移



番組制作費(地上波)

(単位:百万円)	2022年度	2023年度	前年同期比	増減率
1Q	17,232	18,052	+ 819	+ 4.8%
2Q	18,847	21,440	+ 2,592	+ 13.8%
上期	36,080	39,492	+ 3,412	+ 9.5%

主な増減要因

- 【レギュラー】 枠変更やコンテンツ強化等に伴い弾力的に運用
- 【単発】 「世界水泳福岡」「FIBAバスケットボールW杯2023」 「PSGジャパンツアー パリ・サンジェルマン×インテル」等により増加

インターネット事業

(単位:百万円)	22年度上期	23年度上期	前年同期比	増減率
売上高	11,818	13,265	+ 1,447	+ 12.2%
営業利益	277	680	+ 403	+ 145.3%

TELASA

テレ朝▶見逃し

TVer


ABEMA®
TV&VIDEO ENTERTAINMENT

UltraImpression

ショッピング事業

(単位:百万円)	22年度上期	23年度上期	前年同期比	増減率
売上高	9,061	9,102	+ 41	+ 0.5%
営業利益	755	770	+ 14	+ 2.0%



その他事業

(単位:百万円)	22年度上期	23年度上期	前年同期比	増減率
売上高	19,302	21,534	+ 2,232	+ 11.6%
営業利益	1,386	1,769	+ 382	+ 27.6%

<主なその他事業収入>

(単位:百万円)

	22年度上期	23年度上期	前年同期比	増減率
音楽出版	4,706	5,827	+ 1,121	+ 23.8%
イベント	4,560	5,105	+ 544	+ 11.9%
機器販売・リース料	2,531	2,936	+ 404	+ 16.0%
出資映画	1,380	1,880	+ 499	+ 36.2%
DVD	975	223	△ 752	△ 77.1%

その他事業 増減要因

音楽出版	<ul style="list-style-type: none"> ● ケツメイシ「KTM リクエストライブ【ケツメ兄さん達と一緒に歌おう2023】」、湘南乃風「20周年記念TOUR2023」、平井大「THE BEACH TRIP 2023」など大型イベントが大きく貢献 ● グッズ販売も好調に推移し、増収増益
イベント	<ul style="list-style-type: none"> ● コロナ禍前の公演数に戻りつつある中、恒例の大型イベントに加えて、テレビ局ならではの番組イベントも成功させ、大幅な増収増益
機器販売・リース	<ul style="list-style-type: none"> ● イベント・コンサート開催の増加に伴い機材レンタルなどが増加し、増収増益
出資映画	<ul style="list-style-type: none"> ● 「しん次元！クレヨンしんちゃん THE MOVIE 超能力大決戦～とべとべ手巻き寿司～」の興行収入が過去最高を記録したことや実写映画の二次利用収入が好調に推移したことなどから増収増益
DVD	<ul style="list-style-type: none"> ● 前年同期にあった多数のヒット作のラインアップの反動減などから減収減益

設備投資・減価償却費

設備投資

(単位:億円)

	22年度 上期	23年度 上期	前年同期比	増減率	23年度 (予想)
連結	114.2	29.5	△ 84.6	△ 74.1%	145.0
テレビ朝日	111.0	21.3	△ 89.7	△ 80.8%	131.0

減価償却費

(単位:億円)

	22年度 上期	23年度 上期	前年同期比	増減率	23年度 (予想)
連結	51.5	49.2	△ 2.2	△ 4.3%	101.0
テレビ朝日	42.4	40.3	△ 2.1	△ 5.1%	82.0

業績予想

(単位:百万円)

	22年度実績	23年度予想	前期比	増減率
売上高	304,566	313,000	+ 8,433	+ 2.8%
テレビ放送事業	229,937	230,900	+ 962	+ 0.4%
インターネット事業	23,165	27,100	+ 3,934	+ 17.0%
ショッピング事業	19,450	21,100	+ 1,649	+ 8.5%
その他事業	32,013	33,900	+ 1,886	+ 5.9%
営業利益	14,503	15,000	+ 496	+ 3.4%
テレビ放送事業	9,586	8,300	△ 1,286	△ 13.4%
インターネット事業	1,403	1,800	+ 396	+ 28.3%
ショッピング事業	867	2,200	+ 1,332	+ 153.7%
その他事業	2,607	2,700	+ 92	+ 3.6%
調整額	38	—	△ 38	—
経常利益	23,157	20,000	△ 3,157	△ 13.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	16,603	15,000	△ 1,603	△ 9.7%

広告収入 (地上波)

タイム	スポット	広告収入計
△ 2.5%	+ 2.9%	+ 0.3%

番組制作費 (地上波)

(単位:百万円)

23年度予想	前期比
78,500	+ 1.5%

※ 2023年8月4日の開示から変更はありません

資料に記載されている当社の計画、見通しなどのうち、歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報から作成されたものであり、何らの保証やコミットメントを与えるものではありません。

実際の業績は様々な重要な要素により、これらの見通しとは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。

<https://www.tv-asahihd.co.jp/IR/>

IRホームページの充実にも努めております。ぜひ一度ご覧ください。

