

統合報告書

INTEGRATED REPORT 2025

ABC

朝日放送グループホールディングス株式会社

Introduction

経営理念

朝日放送グループは、
変化に対応しながら進化を続け、
強力な創造集団として、
社会の発展に寄与する。

Introduction Contents

4 企業価値向上(価値創造)への取り組み

- 5 朝日放送グループホールディングス社長メッセージ
- 10 朝日放送グループホールディングス副社長／
朝日放送テレビ社長メッセージ
- 14 価値創造プロセス



サステナビリティ

28

- 29 サステナビリティ担当役員インタビュー
- 32 サステナビリティ方針と推進体制
- 33 マテリアリティと特定プロセス
- 34 マテリアリティの進捗
- 35 人的資本(人財戦略への取り組み)
- 40 人権の尊重
- 41 気候変動
- 43 事業を通じた社会課題解決への貢献

事業戦略

15

- 16 朝日放送グループの事業内容
- 17 放送・コンテンツ事業
 - ・事業環境と成長戦略
 - ・ハイライトと目指す成長のカタチ
 - ・TV放送・(実写)コンテンツ事業
 - ・アニメ事業
 - ・スポーツ／イベント／ラジオ事業
- 25 ライフスタイル事業
 - ・事業環境と成長戦略
 - ・ハイライトと目指す成長のカタチ
- 27 AIとデータ・デジタル技術の活用によるDX創造



コーポレートガバナンス

45

- 46 社外取締役の紹介
- 47 コーポレートガバナンス強化への取り組み
- 48 役員の紹介
- 50 スキル・マトリックス
- 51 コーポレートガバナンス(基本的な考え方・体制)
- 53 コーポレートガバナンスの充実への取り組み
- 54 指名・報酬委員会
- 55 株主・投資家との対話
- 56 内部統制システムーコンプライアンスの推進と浸透ー

58 朝日放送グループ(ABC)とは

- 59 朝日放送グループの軌跡
- 61 朝日放送グループの「今の姿」
- 62 11年間の財務・非財務データ(連結ベース)
- 63 連結貸借対照表
- 64 連結損益計算書／連結キャッシュ・フロー計算書
- 65 株式情報



Introduction

2024年度グループ連結売上高
約**920億円**

営業利益
約**26億円**

連結グループ従業員
1,692名
グループ会社数※
26社 (連結22社)
※2025年9月30日現在

急成長するアニメ事業

売上高は10年で
7億円→**70億円**

ABC INSIGHTS

配信(TVer)
M-1グランプリ2024(決勝戦)
リアルタイム視聴
史上最多

TVer史上最も多くのユーザーにリアルタイム視聴された番組に

相席食堂(関西ローカル)
関西の放送局制作のバラエティ番組
総再生数 **1位**
(TVerアワード特別賞 5年連続受賞)

2024年度視聴率(ビデオリサーチ調べ)

個人全体
全時間帯
(関西地区)

トップ

世帯
全時間帯
(関西地区)

トップ

関西NO.1

住宅展示場のパイオニア

会場数 近畿圏18会場
エリアNO.1
(関東圏6会場)
※2025年9月30日現在

企業価値向上(価値創造)への取り組み

Contents

- 5 朝日放送グループホールディングス社長メッセージ
- 10 朝日放送グループホールディングス副社長／
朝日放送テレビ社長メッセージ
- 14 価値創造プロセス



企業価値向上(価値創造)の取り組み

朝日放送グループホールディングス社長メッセージ

信頼を軸に、 未来へ向けた変革を

私が社長に就任してから1年が経ち、改めて当社グループの経営理念である「変化に対応しながら進化を続け、強力な創造集団として、社会の発展に寄与する」という想いを強くしています。

テレビメディアを中核とする企業グループとして、最も重要だと考えるのは「信頼」です。変革を恐れず創造活動을続け、地域社会に貢献することが私たちの使命であり、財務目標の達成だけでなく、社会にどう貢献するかを明確に示す義務があると考えています。

一方で、今のような変化の激しい時代に対応するためには、より広く、大きな視点が必要です。そこで、私たちは、視聴者・リスナー・顧客・従業員・取引先・地域社会・株主の皆さまに加え、新たに「地球の未来」をステークホルダーとして位置づけました。

すべてのステークホルダーに恩恵をもたらし、次の世代へとつないでいくこと。これが、私たちが目指す企業グループの姿です。



朝日放送グループホールディングス株式会社
代表取締役社長

西出 将之

企業価値向上(価値創造)の取り組み

朝日放送グループホールディングス社長メッセージ

テレビからコンテンツへ

時代の変化とともに

私は、テレビ全盛期に営業部門で11年間、地上波テレビ広告事業の信頼性と収益力を肌で感じてきました。その後、ドラマやバラエティといった“テレビの王道”ではなく、アニメやコンテンツセールスといった、当時は“マージナルな分野”に携わることになりました。時代が様変わりし、偶然にも私が歩んできたこれらの分野が、これからの成長のキードライバーになってきたことは、ある意味で運命を感じています。

特にアニメを中心としたコンテンツ事業に約20年携わった経験は、現在の経営に大きな影響を与えています。企画プロデュース、国内外でのプリセールス、そして商品化やイベントによる映像以外の収益獲得を経験する中で、NetflixやAmazonといった大手OTT事業者をはじめ、世界中のディストリビューターとつながること



ができました。この経験が、グループの成長戦略を描く上で大きな力となっています。

コンテンツビジネスは、かつてブルーレイやDVDが中心でしたが、瞬く間に配信へと主役が移り変わり、そしてサブスクリプションへと集約されていきました。このスピードは驚くべきものでしたが、「総合コンテンツ事業」を今後も進めていく上で、大きな教訓となりました。

先行市場とテクノロジーの進化を捉える

変わりゆく時代の挑戦

コンテンツの将来を予見する原則の1つは、先行市場の動向を捉えることです。新しいトレンドをけん引しているのは米国市場であり、ハリウッドはすでに映画スタジオと放送局、そして定額制動画配信サービスを一気に通貫で提供する congromarit を形成しています。もう1つの原則は、テクノロジーの進化を見定めることです。新たな技術は常に、コンテンツビジネスに変化を促してきました。

PwC^{※1}によると、エンタメ&メディア業界は、2024年に市場規模が前年比で5%増の2.9兆米ドルとなり、経済全体の成長をはるかに上回りました。今後5年間の年平均成長率(CAGR)は3.7%で増加し2029年度には3.5兆米ドルに達すると予想されています。TBRC^{※2}も、メ

ディア市場の規模は、2029年には3.8兆米ドルに達すると予想しています。

コンテンツのクリエイティブは永続的に続きますが、制作費に限界がある放送事業だけでは、豊富なチャンスを追いつめるクリエイターの確保や、彼らが必要とする資金の提供ができません。こうした市場環境やテクノロジー、そして拡大し続ける資金需要に対応するためにも、放送事業や既存のコンテンツ事業の枠組みを超えるイノベーションに挑み、「ハードルレートを着実に超えるコンテンツ」の創造と、新しい事業や保証されていない事業に対する「チャレンジするコンテンツ」のバランスを考慮した経営の舵取りが必要だと考えています。

成長の原動力

「稼ぐ力」の再定義

持続的な成長のためには、何よりも「稼ぐこと」に注力しなければなりません。それは、単に収益を上げることではなく、稼いだものを従業員や株主、社会全体に適切に還元し、未来に向けた成長につなげていくことを意味します。

中期経営戦略2021-2025 “NEW HOPE”では、連結売上高1,000億円、営業利益57億円という目標を掲げ、コンテンツを軸とした「総合コンテンツ事業グループ」とし

※1 PwC「グローバル エンタテインメント&メディア アウトlook2025-2029」

※2 The Business Research Company「Global Media Market Report 2025」

企業価値向上(価値創造)の取り組み

朝日放送グループホールディングス社長メッセージ

での成長を目指しました。その結果、事業領域の拡大とトップラインの増加という成果を上げることができた一方で、数値目標未達という課題も残りました。主な原因は、成長投資における経験不足です。M&A後の統合プロセスやPDCAの弱さ、撤退判断の遅れが、収益化を鈍らせる要因となりました。

私たちは、これらの課題を克服し、利益率を向上させることで、資本コストの向上を目指します。そして、安定した配当の継続や株価向上を通じた株主還元等を強化するとともに、ROE(自己資本利益率)の向上を目指し、持続的な成長に向けた経営の舵取りを進めています。この考えに基づき、私たちは2024年8月に「次世代グループ改革プロジェクト(以下 PJ)」を始動させました。

このPJは「収支改善」「事業改革」「将来ビジョン策定」「新投資ガイドライン策定」の4つのPJで構成されています。

4つのうち「収支改善PJ」と「新投資ガイドライン策定PJ」はすでに完了し、特に収支面では、2025年3月期下期からテレビ事業を中心に前年同期比で営業利益が大きく回復するなど、成果が出始めています。グループ全体で管理会計も導入し、決算の早期化によってPDCAサイクルの速度を上げるとともに、投資の継続・撤退ルールを厳格化することで、効率的な事業運営を実現しています。また、財務基盤を強化するため、政策保有株式や遊休資産を処分し、成長投資に振り向ける方針を固めました。

そして現在、次期中期経営計画の策定に向け、残る2つのPJを進めています。「将来ビジョン策定PJ」では、2026年から2035年頃までの「経営ビジョン=ありたい姿」を定め、全社戦略・個別の事業戦略を策定して業績目標にコミットします。「事業改革PJ」では6つの事業戦略グループを軸に、事業ポートフォリオを再編し、グループ全体を見渡した人財戦略・経営管理・事業開発をさらに促進しています。

これらの事業戦略を確実に実行していくためには、それを支える「財務・人財戦略」こそが最も重要だと考えています。次の中期経営計画では、この2つの戦略を根幹に据え、しっかりとした成長を追求してまいります。

次世代グループ改革プロジェクトの構成

次世代グループ改革プロジェクト(以下 PJ)

収支改善PJ

利益率に重点を置き、グループ連携によって合理化・効率化を図る

事業改革PJ

各事業戦略グループの戦略実行、課題解決を「事業戦略会議」を通じて推進させる

新投資ガイドライン策定PJ

過去投資案件の総括を行い、新投資ガイドラインの策定により新規投資の規律を高めた

将来ビジョン策定PJ

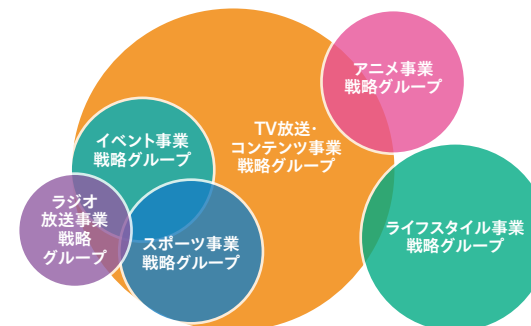
将来ビジョンは新中期経営計画として策定予定

6つの事業戦略グループと区分

朝日放送グループホールディングス
経営戦略本部

連携・
統括

朝日放送テレビ
コンテンツ戦略本部



企業価値向上(価値創造)の取り組み

朝日放送グループホールディングス社長メッセージ

次期中期経営計画への決意

対話から生まれる未来

次世代グループ改革プロジェクトは、来春に開示する新中期経営計画(新中計)のベースとなるものです。新中計では、当社の存在意義(パーパス)と経営ビジョンを中長期の経営の柱と位置づけ、その上に事業戦略、財務・人財戦略、そしてグループ全社の業績目標を置いています。

この計画は、私一人で描くものではありません。新中計の策定に向けて、私たちは社内で「対話」を積み重ねています。グループ企業の役員をはじめとする経営幹部へ

のヒアリングを実施し、中堅、若手、そしてグループ全社と対話を重ねることで、目指すべき将来ビジョンとパーパスは固まりつつあります。今後は、将来ビジョンを具体的な業績目標に落とし込み、従業員一人ひとりが同じ目標に向かって進める計画に仕上げてまいります。

信頼を築く経営基盤

人的資本とガバナンスの強化

「ものづくり」を支えるのは「人づくり」、すなわち人的資本投資です。放送業界はデジタルシフト・配信サービス・

AI編集など技術革新が急速に進んでおり、既存のスキルだけでは競争力が維持できません。こうした変化のスピードが速いからこそ、回り道をしてでも人財に投資していくことが重要だと考えています。

私たちは、経営・コーポレート人財を育成するため、事業戦略に紐づいたキャリア採用や戦略的な人事異動を推進しています。また、シニア人財のスキルを見極めた活用も行っています。

視聴者・顧客・取引先の多様性に対応するためには、社内の多様性も不可欠です。重要な課題であるD&I(ダイバーシティ&インクルージョン)の推進の観点からも、キャリア人財の採用を進めています。

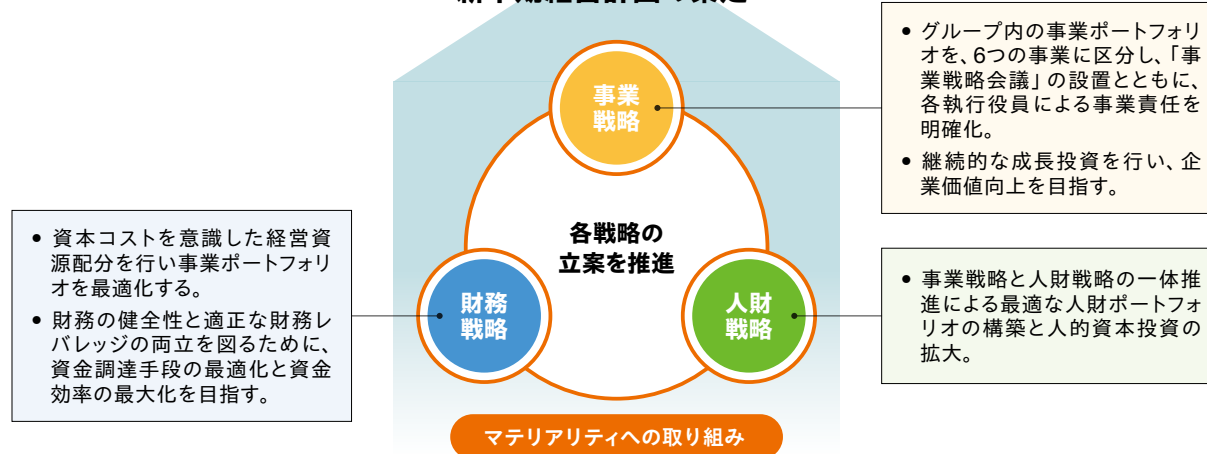
また、人権を尊重する企業文化も、従業員の満足度を高め、優秀な人財の確保に不可欠だと認識しています。

人権への対応も非常に重要なテーマであり、2024年4月には人権方針を策定し、従来からの内部通報窓口に加え、外部からもアクセスできる人権相談窓口も設置し、従業員を対象とした人権アンケートも実施しました。今後も、従業員が声を上げやすい職場環境作りを目指し、コンプライアンス研修で人権課題の内容強化を行い、定期的なES(従業員満足度)調査を通じて進捗を確認してまいります。

こうした人的資本への投資と並行して、企業の信頼性を高め、社会に対する説明責任を果たすためにも、ガバナンスを強化し、透明性の高い経営体制を追求していくことが重要です。当社は、執行と監督を分離する監査等委員会設置会社を選択しています。13名の取締役のうち、8名を社外取締役(うち6名が独立社外取締役)が占

新中計策定に向けた戦略ごとの位置づけ

新中期経営計画の策定へ



企業価値向上(価値創造)の取り組み

朝日放送グループホールディングス社長メッセージ

めており、取締役候補者の選定や、役員報酬の方針の決定についても独立社外取締役を過半数とする指名・報酬委員会の諮問を経ることで、意思決定のプロセスにおける透明性を担保しています。2025年度は新中期経営計画の策定に向けた重要な時期であり、取締役会における議論をさらに活性化させていきます。

これまでグループを支えてくれた従業員の皆さんが、これからも貢献したいと思える企業へと成長していきます。

ステークホルダーの皆さまへ

サステナブルな社会を目指して

私は「誰ひとり取り残さない (No one will be left behind) 社会」の実現を強く願っています。その前提がなければ、誰もが自分の意思で未来を自由に選択し、「よく生きられる (Well-being) 社会」も実現できないからです。

私たちは、企業としての成長を描くと同時に、社会のニーズや課題にも向き合う「アウトサイドイン」(社会の視点から事業を捉える)と「インサイドアウト」(自社の強みを活かす)の視点を強く意識しています。特に、視聴者・リスナー・顧客・従業員・取引先・地域社会・株主の皆さまといった、多様なステークホルダーとの「アウトサイドイン」の価値共創は不可欠であり、これらの達成度を高めることによりサステナブルな社会への貢献を



目指してきました。

しかし、急速に変化する時代の中で、より広く、大きな視点が必要だと考えました。私たちは「地球の未来」を新たなステークホルダーに位置づけ、この多様な視点をあらゆる事業判断の軸とすることで、当社の大きな使命である安定的な利益創出と地域社会への貢献を果たし、より高度なサステナビリティ経営に邁進いたします。

私たちは、この変化に対応するために、内外のアセットをアレンジ・修正し続ける、企業固有の能力・システムである「ダイナミック・ケイパビリティ」こそが、サステナブル経営を支える核だと考えています。当社のコンテ

ンツの質と量はそれだけでも強みですが、DXを利用してそれらを分析し、一人ひとりの嗜好・選好を割り出すことで、さらなるコア・コンピタンスが生まれます。この強みを活かして、強力なコンテンツやサービスを生み出し、多様なライフスタイルにマッチしたコンテンツを創造し、届けることで、一人ひとりの生活を豊かにし、地域や社会に貢献していきます。

今後も、メディアを保有する「総合コンテンツ事業グループ」として、多様なステークホルダーとの価値共創をさらに深化させ、持続可能な成長を続けるとともに、未来へつなげる豊かな社会の実現に貢献していきます。

企業価値向上(価値創造)の取り組み

朝日放送グループホールディングス副社長／朝日放送テレビ社長メッセージ

**総合力で創る、
朝日放送グループの未来**

朝日放送グループの成長に向けて、中核事業会社である朝日放送テレビ(ABCテレビ)はどのように改革を進めグループをけん引していくのか。陣頭指揮をとる朝日放送テレビ社長の今村が、その戦略についてご説明します。

朝日放送グループホールディングス株式会社
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

今村 俊昭



企業価値向上(価値創造)の取り組み

朝日放送グループホールディングス副社長／朝日放送テレビ社長メッセージ

変化する時代に、
進化する発想と展開を

今、メディアやコンテンツの世界における「テレビ」の立ち位置は急速に変化しています。これまで多くの人気タレントはテレビ番組から生まれ、テレビ放送を通して認知度を高めてきました。現在も朝日放送テレビ(以下ABCテレビ)は「M-1グランプリ」や「熱闘甲子園」といった数々の人気番組を通じて、グループをけん引しています。その一方で、人気キャラクターやタレントなどのIP(知的財産)が、SNSをはじめとするテレビ以外の多様なメディアから生まれることも当たり前になっています。このような時代に対応し、「総合コンテンツ事業グループ」としてさらなる成長を遂げるためには、これまで培ってきた「創る力(コンテンツ力)」、「届ける力(リーチ力)」と「信頼(ブランド力)」を最大限に活かしながら、様々なビジネス領域を起点とした新たな発想と展開が不可欠です。

新中期経営計画を見据えた取り組み

最終年度を迎えた中期経営戦略“NEW HOPE”では、重点目標の1つに「放送のチカラの活用と、グループ連携の強化・深化」を掲げ、グループの総合力で事業を推進する改革を進めてきました。2024年に発足した新体制のもと、最優先で着手した「次世代グループ改革プロジェクト」は、“NEW HOPE”で得られた成果と課題を検

証し、2026年度から始まる新中期経営計画(新中計)へとつなげる重要な取り組みです。

グループの中核企業であるABCテレビにおいても、2021年に進むべき方向性を社内を示す『羅針盤』を策定しました。以降は外部環境の変化と社内改革の進捗に合わせて内容を更新し、全従業員が同じ方向を向いて行動するための変革活動を進めています。

2025年度は、グループの新中計策定に向けた序章と位置づけ、これまで掲げてきたグループ連携をさらに強化しています。放送・コンテンツ事業にかかわるグループ各社と協力し、コンテンツやIP創出に向けた取り組みを加速させ、グループ連携を基盤とした好循環を生み出すことを目指しています。

テレビ放送を起点としたマルチ展開だけでは成長に限りがあるため、コンテンツ事業を将来の重点成長領域と定め、積極的にコンテンツ投資を行っていきます。そ

のために、創り方改革をはじめとする生産性を高める様々な施策に取り組み、投資のための新たなリソースを内部から生み出していきます。現代は、視聴者・生活者が無数のコンテンツの中から自ら選び楽しむ時代です。スポーツやイベントなど、放送以外のメディアを起点にした新たなコンテンツ・IPの開発や、強力なIPを持つ企業との共創にも積極的に取り組んでいます。

一方で、時代が変化しても変わらないものもあります。それは、放送事業で培ってきた「創る力(コンテンツ力)」、「届ける力(リーチ力)」と「信頼(ブランド力)」です。これらは他のコンテンツメーカーには容易に手に入れることのできない、まさに私たちの最大の強みです。朝日放送グループ全体でこの強みと各社が持つリソースを最大限に活かし、グループ全体の価値を高めていきます。そうすることで、私たちは多様な領域の企業から「連携したい」と思われる存在になれると考えています。



企業価値向上(価値創造)の取り組み

朝日放送グループホールディングス副社長／朝日放送テレビ社長メッセージ

コンテンツ事業への戦略的投資で
「未来への価値」を創造する

ABCテレビは2024年4月、「コンテンツ戦略本部」を新設しました。従来の放送事業を中心とした視点よりも高い視座からコンテンツ事業の成長戦略方針を定め、投資判断のスピードを速めるのが狙いです。コンテンツ戦略本部がコンテンツへの再配分と再投資を主導することで、グループ全体での収益拡大を目指します。

質の高いコンテンツを迅速かつ柔軟に開発・創出できる体制を構築するため、新たにコンテンツ戦略投資枠を設けたほか、深夜の放送枠を活用して新たなコンテンツ制作のトライアルも始めています。こうして生まれたコンテンツをテレビ放送でレバレッジを効かせて多方面への展開に拡大し、ヒットコンテンツやIPを創出していく戦略です。

海外市場の開拓も重点ポイントの1つです。アニメを軸に、従来の中国・韓国・東南アジアに加え、欧米のマーケットの開拓も進めていきます。コンテンツへの投資は迅速な判断が求められますが、短期的な回収に固執せず、戦略的に行う必要があります。2024年10月に朝日放送グループホールディングスに設置された西出社長直轄の「経営戦略本部」と、ABCテレビの「コンテンツ戦略本部」が密に連携・連動していくことが重要です。これらの取り組みが、持続的な成長とブランド価値の向上という「未来への価値」を創造する原動力になると考えています。

事業戦略別の再編により
グループのリソースを最適化

ABCテレビは、「次世代グループ改革プロジェクト」によって6つに再編された事業戦略グループのうち、「TV放送・コンテンツ事業戦略グループ」で中核的な役割を担っており、他の5つのグループとも密接につながっています。

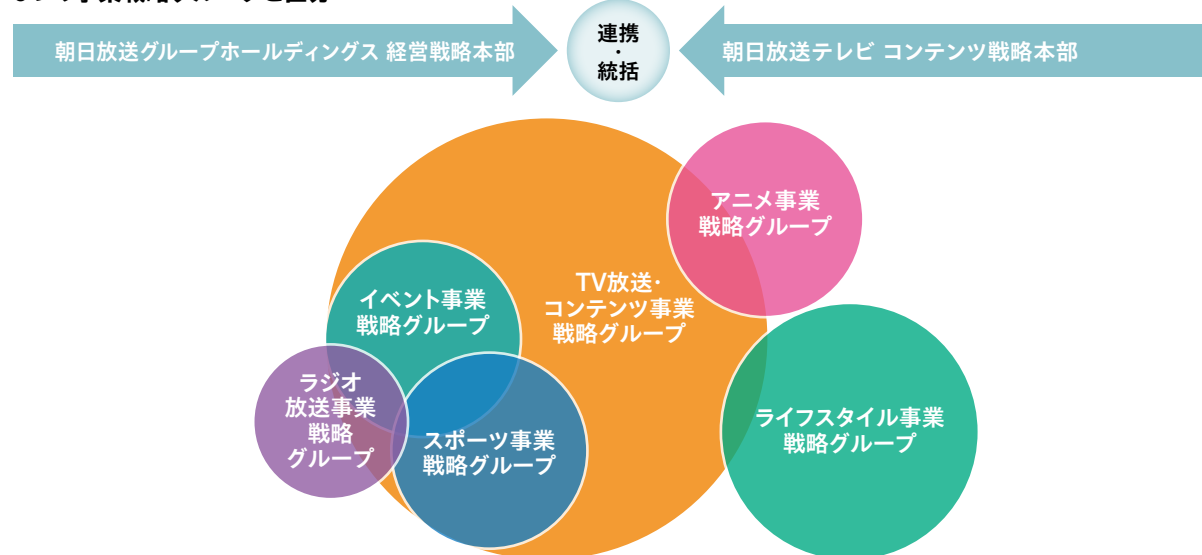
このグループには、コンテンツの企画・制作の「エー・ビー・シーリブラ」、技術面の「アイネックス」、IT/SNS領域の「デジアサ」、コンテンツセールスの「ABCフロンティア」等が属しています。人財をはじめとする各社の

リソースをグループ全体で最適化し、コンテンツのアイデア・企画から制作・販売までを一気通貫で推進することで、収益力の高いコンテンツを機動的に生み出している体制を構築していきます。

人財への投資、育成が成長戦略の鍵

これらの戦略を実行する上で重要なのは、未来を担う人財の育成です。既存の枠にとらわれない発想力を持つ人材を育成するため、クリエイティビティや経験値を

6つの事業戦略グループと区分



企業価値向上(価値創造)の取り組み

朝日放送グループホールディングス副社長／朝日放送テレビ社長メッセージ

高める環境整備に投資していきます。例えば、コンテンツ制作の世界では、すでにAIの活用が始まっています。こうした最先端技術を導入するだけでなく、それを使いこなせる人財を数多く育成しなければなりません。バックオフィスの業務などをAIに代替させ、そこで生まれた時間をクリエイティブな能力を磨くために活用できれば、従業員のモチベーション向上にもつながると考えています。

少子高齢化が進む日本では、今後、どうしても国内のコンテンツ事業の成長の可能性が狭まっていくでしょう。主戦場は世界です。世界の有能なクリエイターと共創できる人財を一人でも多く世に送り出したい。そのためには企業としては、語学力はもちろん、国際的な感覚も育成する必要があります。さらには深い知見を持つシニア人財の活用や、専門知識を持つ人財のキャリア採用にも一層力を入れていきます。

信頼の根幹、報道と社会貢献

「信頼」は、私たち放送事業の根幹です。これを失えば、推進する成長戦略も一瞬にして瓦解しかねません。昨今の選挙報道をはじめ、メディアの在り方が問われる中、社会からの信頼を守るためには、時代の潮流を的確に捉えつつ、取材・分析・発信といった報道力をさらに高め、真摯な姿勢を貫いていくことが不可欠だと考えています。

私たちは、競争力あるコンテンツの創出と並行して、社会が求める公平・公正な報道情報の発信に、より真摯に取り組んでまいります。

すべてのステークホルダーと
ABCファンの皆さまへ

いつも温かいご支援をいただき、誠にありがとうございます。朝日放送グループは今、2026年度から始まる新中計に向けて、大きな変革へ舵を切っています。エンターテインメントの楽しみ方が多様化する中、私たちは「放送」という枠組みを超え、新たな挑戦へと漕ぎ出しています。

当社グループが目指すのは、「放送の強みを活かした心揺さぶるIP(コンテンツ)の創造」です。テレビやラジオの番組作りで培った「創る力」と「届ける力」を最大限に活かしながら、あらゆるジャンルで魅力的なエンターテインメントを生み出すことに挑戦します。

その舞台は、テレビ・ラジオにとどまりません。アリーナ事業やイベント事業、ハウジング事業、通販事業など、当社グループのすべてが「エンターテインメントの発信基地」です。グループの一人ひとりが「面白いことの仕掛け人」として当事者意識を持ち、皆さまの期待を超える「面白い!」をお届けします。

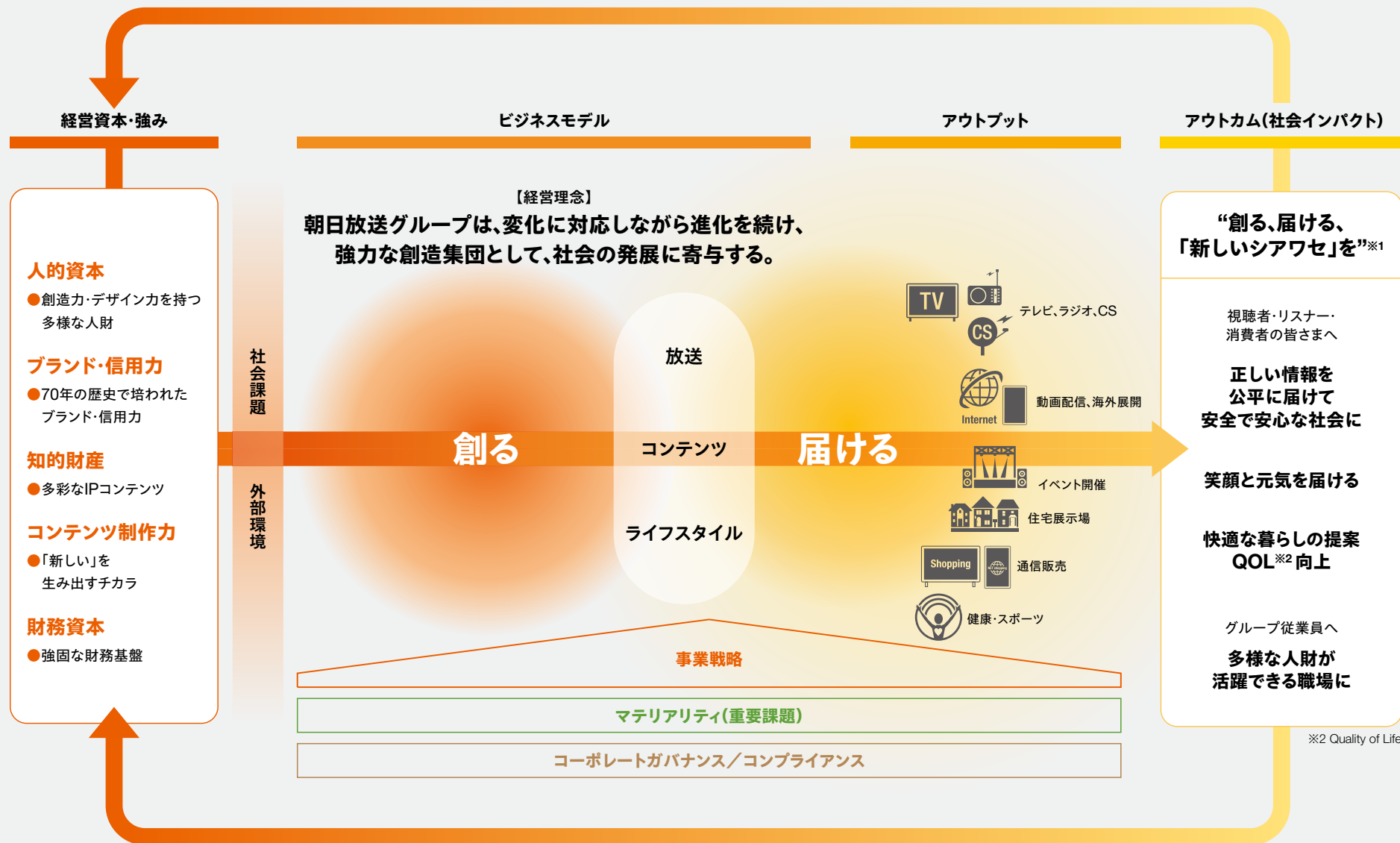
さらにその舞台は、日本だけにとどまらず、世界中から愛されるアニメ事業を筆頭に、当社グループのコンテンツを世界のファンへと届けてまいります。

次の目的地に向けた航海は始まったばかりです。これからの当社グループにご期待いただくとともに、今後とも変わらぬ応援を賜りますようお願い申し上げます。



企業価値向上(価値創造)の取り組み

価値創造プロセス



※2 Quality of Life

※1 中期経営戦略2021-2025 “NEW HOPE”

・詳細→<https://corp.asahi.co.jp/ja/ir/plan/main/05/teaserItems1/02/linkList/0/link/20210512medp.pdf>
・朝日放送グループホールディングス社長メッセージ P5

事業戦略

Business Strategies

Contents

- 16 朝日放送グループの事業内容
- 17 放送・コンテンツ事業
 - 事業環境と成長戦略
 - ハイライトと目指す成長のカタチ
 - ・TV放送・(実写)コンテンツ事業
 - ・アニメ事業
 - ・スポーツ/イベント/ラジオ事業
- 25 ライフスタイル事業
 - 事業環境と成長戦略
 - ハイライトと目指す成長のカタチ
- 27 AIとデータ・デジタル技術の活用によるDX創造

事業戦略

朝日放送グループの事業内容 (2025年9月30日現在 主なグループ会社を掲載)

放送事業

グループ最大の収益力とブランド力を持つ朝日放送テレビをはじめとする基幹3社からなる事業で、主な収入は広告収入。リーチ力とブランド力を活かし、グループ全体の収益力向上につなげています。

ABC テレビ

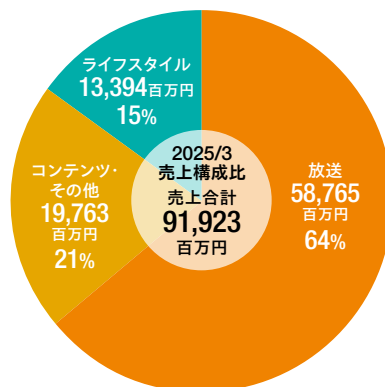
朝日放送テレビ(株)

ABC ラジオ

朝日放送ラジオ(株)

スカイA

(株)スカイA

朝日放送グループ
事業別売上高・構成比

コンテンツ事業

実写コンテンツ(ドラマ・バラエティ・スポーツ・報道情報番組)やアニメ等、当社グループ最大の強みである創造力で生み出したIP(知的財産)を、イベント・配信・海外販売・グッズ販売など多面的に展開し、グループの成長をけん引しています。

ABC テレビ

朝日放送テレビ(株)

ABC FRONTIER

(株)ABCフロンティア

ABC ARC

(株)ABCアーク

ABC animation

(株)ABCアニメーション

SILVER LINK.

(株)SILVER LINK.

ZERO G ACT

ゼロジーアクト(株)

ABC OPTAILOR STUDIO

ABCオペラスタジオ(株)^{※1}

TOYDIUM

(株)トイジウム

ABC LIBRA

(株)エー・ビー・シーリブラ

digas

(株)デジアサ

NEX+

(株)アイネックス

HASH

(株)マッシュ

PROCEN STUDIO

プロセンスタジオ(株)

Bestie

(株)ベスティ

DLE

Dream Link Entertainment

(株)ディー・エル・イー

持分法適用関連会社

ライフスタイル事業

住宅展示場やゴルフ場運営、通販など、人々の生活を豊かにするサービスを提供しています。健康や生活に寄り添った、新しいサービスの展開にも力を入れています。

abcd

ABC Development Corporation

エー・ビー・シー開発(株)^{※2}

ABC FUN LIFE

(株)ABCファンライフ

eim

(株)Eim



ABC GOLF CLUB

(株)ABCゴルフ倶楽部

その他の主なグループ会社

ABC DREAM VENTURES

ABCドリームベンチャーズ(株)

ABC HORIZON

ABC HORIZON PTE. LTD.

ABC 興産

(株)エー・ビー・シー興産

※1 2025年9月CGCGスタジオ(株)から社名変更 ※2 2026年4月、子会社のハウジングサポート(株)、アドバンス開発(株)を合併し、ABCライフィズ(株)に社名変更予定

事業戦略

放送・コンテンツ事業

事業環境と成長戦略

事業環境 (リスクと機会)

放送・コンテンツ事業の環境は、依然として急速な変化の渦中にあります。動画配信サービスなどオンラインプラットフォームの台頭に伴い、視聴者の視聴行動は多様化し、時間や場所を選ばないコンテンツ消費が定着しました。これは、既存のテレビ放送事業にとって、視聴者数の減少というリスクを伴う一方で、配信事業という新たな収益源を確立する機会をもたらしています。

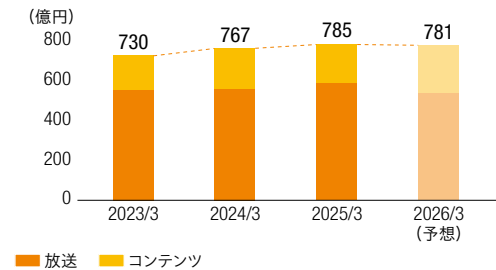
また、国内外のプロバイダーが次々と参入し、コンテンツ競争は激化の一途をたどっています。しかし、その競争は同時に、より質の高いエンターテインメントコンテンツに対するニーズを喚起し、市場全体の活性化につながっています。コンテンツ市場は拡大傾向にあり、日本のコンテンツ、特にアニメやゲームは海外市場でも高い評価を得ており、事業のグローバル展開の大きな機会となっています。

成長戦略

当社グループは、70年以上の歴史で培った「創造力(コンテンツ力)」、「届ける力(リーチ力)」、そして「信頼(ブランド力)」という強みを最大限に活かすことこそが、持続的な成長のために最も重要なことだと考えています。

日本第2の都市圏に根ざし、常に唯一無二、新しいコンテンツを生み出し続けてきた当社グループの「創造力」は、高い視聴率(2024年度のテレビ視聴率(関西地区)は、個人全体、世帯ともに全時間帯でトップを獲得(ビデオリサーチ調べ))やコンテンツアイデアの国際的なコンペティションでのアワード受賞などにより裏付けられています。そうした実績を背景に事業領域を拡大し、「リーチ力」「ブランド力」をさ

●放送・コンテンツ事業(売上高)



■ 放送 ■ コンテンツ

らに高め、成長していくことを目指します。

加えて、当社グループの大きな特徴は、視聴者・リスナー・消費者に極めて近い位置で事業を展開していることです。地域に根ざした「総合コンテンツ事業グループ」であるからこそ、それぞれのニーズを深く探り、迅速に、そして的確に応えるコンテンツ開発が可能です。この強みは、コンテンツビジネスのヒット率を高め、ステークホルダーとの強固な信頼関係を築くことにつながっています。

これらの強みを最大限に活かしながら、以下の3つの戦略を推進します。

1 共創による強力なIPの創出

有力なIPホルダーやクリエイターと積極的に共創し、放送事業で培った企画力・制作力を掛け合わせることで、国内外の視聴者・リスナー・消費者の心に響く、魅力的なIPを生み出します。

2 IPのマルチユース展開

創出したIPは、放送、配信、映画、物販、イベントといった多様な事業領域で展開するマルチユース戦略を加速させます。これにより、単一の収益に依存しない安定した事業構造を確立し、IP価値の最大化を図ります。特に、成長著しい海外市場への積極的な展開を推進します。

3 グループ内連携の強化

企画・制作・技術・セールスといった多様な専門性を持つグループ各社が連携し、企画から制作、プロモーション、販売まで一貫したバリューチェーンを構築しています。これにより、効率のかつ効果的な事業運営を実現し、グループ全体としてのシナジーを最大化します。私たちは、刻々と変化するニーズに応えながら、放送を核とした総合コンテンツ事業グループとして、新たな価値を創造し続けます。

事業戦略 放送・コンテンツ事業

TOPICS TV放送・(実写)コンテンツ事業 ハイライト

エンゲージメントの高いIPとの共創

当社グループでは、多様なIPとの「共創」に注力しています。高いエンゲージメントを持つタレント(芸能事務所)との共創を推進。STARTO ENTERTAINMENT、LDHなど多様なIPホルダーと連携し、放送だけでなく、プラットフォームでのオリジナルコンテンツ配信やイベント、舞台などの展開を実現しました。



また、アソビシステムとの共同制作番組「あそびにゃそんそん」を軸に、ライブイベントを本社と周辺施設で開催する予定です。ほかにも、YK MUSIC ENTERTAINMENT所属のボーイズグループ「WILD BLUE」など、新しいIPとの共創も積極的に広げています。また、グローバルな大型ドラマ開発で注目される韓国の制作スタジオIMAGINUS(イマジナス)と業務提携を締結し、国際市場も見据えたコンテンツ開発の共創にも着手しています。スポーツ領域でも、非常にエンゲージメントが高い全国高校野球選手権大会の模様を「バーチャル高校野球」にてライブ配信しています。2025年大会では地方大会を含めた全3,394試合を配信し、放送の枠を超えた新たな価値を生み出しています。



自社コンテンツの「マルチユース」を拡張

自社コンテンツの「マルチユース」の戦略的な拡張にも注力しています。代表例が「M-1グランプリ」です。年末恒例のコンテンツとして全国放送されるだけでなく、YouTubeチャンネルやTVerでの配信を強化。2024年の決勝戦は、TVerリアルタイム視聴で、最大同時接続数42.8万台(TVer史上最高)を記録し、キャッチアップ再生も926万回に達するなど、放送と配信で圧倒的なリーチを実現しました。



「朝だ!生です旅サラダ」では、番組発のウェブサービス「旅サラダPLUS」やEC事業「旅サラダマルシェ」を展開。番組で紹介した地域の逸品をオンラインで購入できる仕組みを提供し、視聴者との接点を拡大しています。



同様に「DAIGOも台所」では、番組出演者監修の調理器具を商品化し、番組テーマである“料理”を通じて生活者の体験価値を広げています。さらに大阪・関西万博では公開収録を行い、放送のタイミングに合わせ、番組初となる出張イベント(番組出演者によるデモキッチン)も開催しました。このようなマルチユース戦略で、コンテンツIPを核とした新しい価値循環を創出しています。

コンテンツの海外展開

海外向けのコンテンツ開発にも力を入れ、韓国の放送局や制作会社と複数のバラエティ番組を共同制作し、世界のマーケットでフォーマットセールスを行っています。朝日放送テレビ(以下ABCテレビ)とDITURN(韓国)、EMPIRE OF ARKADIA(シンガポール)の3社による共同開発パートナーシップによるバラエティフォーマット番組「Miracle100」を2025年2月のMIP LONDONにて公式に発表し、販売を開始しています。また、前述の世界的ヒット作品を手掛ける韓国のIMAGINUSとの業務提携では、オリジナル台本(IP)によるドラマ開発を進めています。



事業戦略 放送・コンテンツ事業

TOPICS TV放送・(実写)コンテンツ事業 目指す成長のカタチ

「共創」が生み出すヒットコンテンツの未来



担当執行役員インタビュー

次世代のヒットコンテンツ・IPを生み出すために

近年、人々のライフスタイルは急速に変化し、その嗜好がこれまで以上に多様化しています。次世代のヒットコンテンツ・IPを創出するためには、「放送ファースト」の発想を転換し、「コンテンツファースト」の視点を持つことが不可欠です。かつては「放送=マス」として広く受け入れられる価値を届けることが中心でしたが、今後は「コンテンツ=個」に寄り添った、個々の興味や関心に深く響くコンテンツ開発が求められます。

「共創戦略」で生み出すヒットコンテンツ

当社グループは、コンテンツ開発における「共創戦略」を着実に進めています。エンゲージメント(ファンとのつながり)が高いアーティストとの共創では、FRUITS ZIPPERなどが所属するアソビシステムと連携し、ドラマ・バラエティ・イベントへマルチ展開する「あそびにゃ そんそん」を新たにスタートしたほか、人気ゲーム「パワ

プロ」シリーズとコラボしたドラマ『パワプロドラマ2025 -平凡な新社会人の俺がサクセスした話-』も制作しました。アーティストに限らず、様々なジャンルで高いエンゲージメントを持つIPとの共創に注力していきます。

プライムタイム(P帯)のドラマ制作では、オリジナル脚本による独自性の高い作品づくりを推進しました。2025年1~3月期に放送した『フォレスト』は、TVerで累計再生回数1,497万回を記録し、テレビ放送と配信の相乗効果で広い層にリーチしました。音楽事業では、「コンテンツ×音楽」の融合で、Mrs.GREEN APPLEの「ケセラセラ」(ドラマ『日曜の夜ぐらいい...』主題歌)が「NexToneAward2025」を受賞しました。楽曲のエンゲージメントとリーチを高め、著作権収入の向上を目指します。

グループ間連携・海外パートナーとの共創

グループ間連携も進化しています。「TV放送・コンテンツ事業戦略グループ」では、各社の役割の再定義によるバリューチェーンの最適化や、創り方改革で生まれたリソース(人材・資金)をコンテンツ事業へ再投資するスキームを確立していきます。大きな可能性を秘めた海外展開においても共創戦略を重視。海外パートナーとの共創により、すでに国際的な評価を獲得しています。台北で2025年9月に開催された「ContentAsia Awards 2025」※では、ABCテレビが韓国・シンガポールの会社と共同開発した「Miracle100」が2部門で最優秀賞、NBC

ユニバーサル・フォーマットと共同制作した『シークレットゲームショー2』が優秀賞を受賞する快挙を果たしました。また、韓国の制作スタジオ「IMAGINUS」とオリジナルドラマを開発中です。

他の事業戦略グループとの連携も、今後の成長を左右する重要な要素です。アニメ事業グループの成長を推進するため、リーチ力の高い放送枠を活用し、エンゲージメントの高い原作との共創をバックアップする必要もあります。スポーツコンテンツやイベントとテレビ放送を組み合わせたコンテンツ開発も推進します。こうした事業戦略グループ間連携は、新たな顧客接点の創出とブランド価値の向上に直結すると考えています。

不確実な未来にこそ挑戦を

「面白そう、だけどどうなるか分からない」そんな場面で、「不確実だからやめよう」と考えるのか、あるいは「不確実だからこそ挑戦してみよう」と考えるのか。

当社グループは創業以来、常に「不確実だからこそ挑戦する」という精神で、次世代のヒットコンテンツやIPを生み出してきました。これからも、勇気とユーモアを持って、世界中の人々に心から楽しんでいただけるコンテンツを創造し続けてまいります。

※ContentAsia Awards 2025

アジアの有カメディア業界誌「ContentAsia」が主催するコンテンツの国際コンペティション。「飛んで見にいく謎の島」もファイナリストに選出。

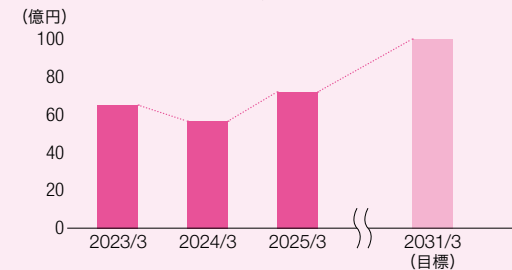
事業戦略 放送・コンテンツ事業

TOPICS アニメ事業 ハイライト

2025年4月 新アニメ枠(日曜夜: ANiMiDnIGHT!!!)も始動!!
事業のラインナップ・販路も拡大し、さらなる成長を目指す

当社グループの成長戦略において、最も注力している分野の1つがアニメ事業です。本格参入した2016年度には7億円に満たなかった売上高は、2025年度には約70億円に達する見込みです。成長の原動力は、企画・プロデュース集団であるABCアニメーションを中心に、強力なIP獲得から多角的な収益化までを一貫して行うビジネスモデルにあります。

●アニメ事業(売上高・参考値)



事業ラインナップとグローバル展開の加速

アニメ制作会社のM&Aも積極的に活用し、国内外でのコンテンツセールス、グッズ企画・販売、イベント開催など、事業領域を広げてきました。また、海外市場の成長を取り込むため、グローバル人材の採用・育成を強化し、地域に合わせたローカライズ戦略を推進しています。海外でのポップアップストア開催など、効果的なプロモーションも展開し、当社グループのIPを世界に届ける体制を構築しています。

ABCアニメーション傘下にアニメ関連会社をまとめ
マルチウィンドウ展開による収益最大化へ

“テレビ放送”を持つメディアグループの強みを最大化

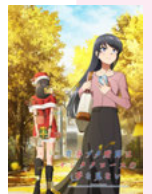
グループの強みである「放送」を最大限に活かし、有力作品の獲得やオリジナルIPの創出を加速させています。2025年4月からは、新たな深夜アニメ枠「ANiMiDnIGHT!!!」を始動しました。TV放送・(実写)コンテンツ事業戦略グループとの連携を強化することで、グループ全体でアニメIPの価値を最大化し、収益力の向上を目指します。

放送枠タイトル	2025年4月クール	2025年7月クール
水もん1	小林さんちのメイドラゴン (再放送)	強くてニューサーガ ^{※1}
水もん2	GUILTY GEAR STRIVE: DUAL RULERS ^{※1}	瑠璃の宝石
ANiMAZiNG!!! <全国ネット>	俺は星間国家の悪徳領主! ^{※1}	週刊ラノベアニメ
ANiMAZiNG2!!!	キミと僕の最後の戦場、あるいは 世界が始まる聖戦 Season II ^{※2}	青春ブタ野郎は サンタクロースの夢を見ない ^{※2}
ANiMiDnIGHT!!! ※2025年4月新設	日々は過ぎれど飯うまし	CITY THE ANIMATION ^{※2} 京都アニメーション制作
日曜あさ <全国ネット>	キミとアイドルプリキュア♪ ^{※2} 時代を超えて愛され続けるプリキュアシリーズは22作品目!	
劇場公開映画	映画「小林さんちのメイドラゴン さみしがりの竜」 ^{※2} 京都アニメーション制作	

※1 ABCアニメーション幹事作品、共同幹事作品 ※2 ABCアニメーション出資作品



©2025 阿部正行・アルファポリス/
強くてニューサーガ製作委員会



©2024 鴨志田 一 /
KADOKAWA/青春ブタ Project



©ABC-A・東映アニメーション



©クール教信者・双葉社 /
ドラゴン生活向上委員会



©あらあけいいち・講談社 /
CITY THE ANIMATION 製作委員会

事業戦略 放送・コンテンツ事業

TOPICS アニメ事業 目指す成長のカタチ

「創造」と「挑戦」が導くアニメグループの進化



グループ座談会

IP創出から多角的な収益化までを一貫して行う体制を構築し、大きな成長を遂げているアニメグループですが、現在、TV放送・(実写)コンテンツ事業戦略グループをはじめ、他の事業戦略グループとの連携をさらに強めています。各社のトップに、これまでの歩みと未来へのビジョンを語っていただきました。

Part 1

新たな連携が生み出すシナジーと
確かな進捗

— 2024年の座談会で語られた目標や取り組みの進捗はいかがでしょうか？

森 私たちの目指す『成長のカタチ』は、各社の専門性を活かした“多角的なIPポートフォリオ”と、クリエイターを起点とした“継続的なIP創出サイクル”の確立です。2024年は、グループ全体の創造

力とIPバリューチェーンの拡大、そしてクリエイターファーストの企業文化構築を目標に掲げました。この1年で、各社が連携を深め、多くの具体的な成果が生まれています。例えば、2024年に発表したSILVER LINK.とのオリジナルアニメは、順調に制作が進んでおり、来春の発表に向けて着々と準備を進めています。また、ゼロジーアクトには、ABCアニメーションが幹事を務める2025年秋放送開始の「パーティから追放されたその治癒師、実は最強につき」製作委員会に、商品化権のライセンサーとして参画してもらいました。これにより、IPに最も近い立場でグッズ展開を企画・販売する挑戦が始まっています。トイジウムとは、当社(ABCアニメーション)保有IPを活用したゲームの企画開発を検討しており、強力なIP獲得に向けた共同提案も精力的に行っています。IPの獲得・創出においては、ABCアニメーションのCGスタジオと、社名を「ABCオプテラススタジオ」と改めた旧CGCGスタジオが共同プロジェクトを立ち上げ、全世界を視野に入れたフル3DCGアニメの企画・制作を具体的に始

動させるなど、グループの総力を挙げた挑戦が加速しています。

杉谷 ABCアニメーションとのオリジナルアニメ制作は、グループ内でのゼロイチでのIP創出という点で非常に手応えを感じています。また、新しくなったABCオプテラススタジオとアニメ制作におけるCGパートで協業するなど、グループ内のシナジーを肌で感じる機会が格段に増えました。

小畑 2024年にお話したアニメ制作現場との直接的な接点を持つという目標は、この1年で大きく前進しました。ABCアニメーションの作品への出資を拡大し、製作委員会にライセンサーとして直接参画することで、お客様のニーズをより深く理解した魅力的なグッズを企画・販売できる体制が整いました。グローバル展開では、IPポートフォリオを強化するため、特に中国市場における「地産地消」ビジネスを強化し、日本のIPを世界に展開する体制をさらに強固にしています。

事業戦略 放送・コンテンツ事業

TOPICS アニメ事業 目指す成長のカタチ

山添 まず、当社はCGCGスタジオから「ABCオプテラストジオ(ABC OPTAILOR STUDIO)」へと社名を変更しました。「OPTAILOR」は、Optimize(最適化)とTailor(仕立屋)を合わせた造語で、クライアントのイメージを最適な形で高いクオリティで実現するという、私たちの姿勢を表現しています。グループ内での長編アニメ制作体制の構築も順調に進んでいます。ABCアニメーションのオリジナルアニメでは、グローバル展開を見据えた取り組みも進めています。

柿澤 グループ入りして1年が経ち、グループ内での情報共有や連携が非常にスムーズになったことを実感しています。ABCアニメーションの既存IPを活用したゲームの企画開発が複数進行しているほか、IPを保有するクライアントとの距離も近くなり、複合的な提案ができるようになったことでビジネスの幅が広がりました。

Part 2 グループの総力で目指す、
唯一無二の『成長のカタチ』

— アニメグループが今後最も力を入れていきたい領域、そしてその先に描く『成長のカタチ』をお聞かせください。

森 アニメグループは、全体で300名を超えるスタッフの創造力を最大化できる「クリエイターファースト」の文化を根幹に据えています。その上で最も力を入れたいのは、日本から世界へ通用するクリエイターの育成、グローバル市場におけるプレゼンスの確立、そして新たなエンターテインメント体験の創出です。私たちは「未来志向の創造集団! 生み出すコンテンツで世界中の人々を幸せに!」をビジョンとし、多岐にわたる専門性とプロデュース能力を融合させることで、世界中で愛されるアニメIPを生み出し続ける唯一無二の存在を目指します。TV放送・(実写)コンテンツ事業戦略グループなど他のグループとも連携して原作IPを獲得し、同時に、オ

リジナルIP開発を進めて、次世代のエンターテインメントをけん引していきます。特に今後は、オンライン・オフラインを問わず、ファンコミュニティとの接点を増やし、IPをファンと共に育てる「ファンダム(熱狂的なファン層)形成」に注力していきます。東京都の「世界に羽ばたくアニメーター等の育成支援事業」協定事業者にも採択され、日本のアニメ・漫画文化を次世代につなげる役割も担っていきます。

杉谷 当社のビジョンである「仲間とのつながりを力に、世代を超えるアニメーションを生み出す」を目標に、日々良いアニメを作るべく業務に取り組んでいます。今後は、既存の制作体制をさらに強化しつつ、新たな表現手法や技術を取り入れた挑戦的な作品にも積極的に取り組んでいきたいと考えています。クリエイター育成に力を注ぎ、アニメグループ全体の創造性を高めていくことが私の役割だと考えています。

小畑 私たちは商品を通じてIPの価値を最大化し、お客様に満足感を提供することを目指します。今後はアニメグループでオリジナル商品の企画・製造・販売を積極的に担うとともに、IPのライフサイクル全体を見据えた戦略を構築します。放送終了後も



月に一度、アニメグループ経営陣が集まり、連携施策等を協議

グッズを通じてファンとの接点を維持し、IP価値を最大化していくことに貢献したいと考えています。将来的には、私たちのグッズが世界中で愛されるブランドになることを目指します。私たちはゲームを通じてIPの新たなファン層を獲得し、IP創出サイクルを加速させていきます。

山添 CG分野のプロとして、最先端のCG技術とモーションキャプチャー技術を、アニメ・ゲームといったエンターテインメント領域だけでなく、伝統芸能などの無形文化財保存にも貢献したいと考えています。私たちは、アニメグループ全体のクリエイティブをCG技術でけん引していく存在でありたいと思っています。

柿澤 私たちはゲーム開発会社ですが、ゲームだけでなく、アニメコンテンツを含めたIPを生み出し、ヒットさせたいという思いは変わりません。今後は、アニメグループの多様なIPを活用するだけでなく、当社でもオリジナルIP創出に向けた研究開発に継続して取り組みます。グローバル市場での大ヒットを目標に、全世界のユーザーニーズを捉えたゲーム開発を進め、ゲームを通じたIPの新たなファン層獲得に貢献していきたいと考えています。

森 私たちは、アニメ事業を単なる事業の1つとしてではなく、『未来志向の創造集団』として、日本から世界へ、そして次世代へと文化をつないでいく使命を担っていると確信しています。放送という強力なアセットを最大限に活かし、クリエイターファーストの精神で唯一無二のIPを生み出し続けること。そして、グッズやゲームといった多角的な展開を通じて『ファンダム』を育み、IPを未来へつないでいくこと。これこそが、私たちが目指す『成長のカタチ』です。世界中のファンの皆さまに、常に新しい驚きと感動を届けられるよう、私たちアニメグループは常に挑戦し続けます。私たちの冒険は、まだ始まったばかりです。

事業戦略 放送・コンテンツ事業

TOPICS スポーツ／イベント／ラジオ事業 ハイライト

スポーツ事業

感動体験を立体的に届ける

放送・デジタル・リアルを融合し、スポーツ事業を多角化。

総合コンテンツ事業グループならではの！

高校野球コンテンツのマルチ展開加速

2015年に開始した「バーチャル高校野球」は10周年を迎えました。企画・制作・技術力と、グループの総力を結集したバーチャル高校野球は「単一スポーツチャンピオンシップをプラットフォームでライブストリーム配信した最多試合数」として、ギネス世界記録™にも認定され、高校野球の魅力を幅広く発信し、その発展に貢献し続けています。



ABCは「虎バン主義。」

地上波テレビ、スカイAでの中継に加え、虎バンチャンネル(阪神タイガース応援チャンネル)をABC公式YouTubeチャンネルとして展開。チャンネル登録者数は50万人を突破しました。



スポーツ×イベント

2025年4月開業の「GLION ARENA KOBE」を、グループ横断的なシナジーを生むプラットフォームとして活用しています。スポーツ事業を担う当社グループのベスティがコンテンツパートナーとして参画。「虎バン主義。」発の「アニキ祭り」や「熱闘甲子園」発の「熱闘JAM」といった番組連動イベントを開催。今後はスポーツ関連イベントにとどまらず、多様なイベント開催を通じて、ファンエンゲージメントのさらなる向上を目指します。



イベント事業

番組と共創するリアルイベントで、
心揺さぶる感動体験を創出

コンテンツ価値を最大化し、ファンのエンゲージメントへ。

人気テレビ番組コラボイベント好評

関西の朝の顔「おはよう朝日です」やドラマ等、番組関連イベントが好評。スポンサーからの高い支持を得て、毎年様々なイベントを企画・開催しています。



「おは朝」イベント

- ・おは朝パーク2024 (2024年11月)
- ・おは朝ファミリーコンサート (2025年8月)

ドラマコラボ舞台が実現

2024年10月期に放送された関西ジュニア等の主演ドラマ「年下彼氏2」との連動プロジェクトとして舞台「年下彼氏～君のとなりで～」の公演が実現。大阪・福岡・東京の3都市 全41公演を大盛況で終えました。



ラジオ事業

リスナーとの双方向性を強みに
コアファンの心を掴む

音声メディアは新たな価値創造のフェーズへ。

ライブ聴取とタイムフリー聴取を合わせたradikoの聴取者(リスナー)数において、朝日放送ラジオ(以下 ABCラジオ)がFM局を含む全局でトップ!※1

若年層の音声メディアへの関心が高まる※2中、radikoやポッドキャストといったデジタルプラットフォームを積極的に活用し、リスナーとの接点を拡大しています。

※1 2025/6/9～15聴取率調査週の数値

※2 ポッドキャスト利用率: 10代32.8%、20代25%

ラジオで! radikoで!

新たな音声体験「オーディオ高校野球」で熱戦を全国に

2024年からradikoと共同で、夏の高校野球の無料音声ライブ配信サービスを開始。球場の熱気をリアルタイムで全国に届け、新たなリスナー層を獲得しています。



ラジオ×イベント

番組を起点としたリアルイベントや企業とのタイアップを通じて、リスナーとの「体験」を共有し、新たなファン層拡大にもつなげています。



- ・「ヤーレンズのダダダ団」(2024年10月～)、
- 「がっちゃんこ」(2025年4月～)の番組イベント開催
- ・観客とラジオのリスナーが審査員となって次代のスターを選ぶ
- 「マルエスPresents 神戸新開地・喜楽館AWARD2025」を2025年も実施

事業戦略 放送・コンテンツ事業

TOPICS スポーツ／イベント／ラジオ事業 目指す成長のカタチ

「体験」を核にした事業展開で未来を拓く

人の「体験」にフォーカスした事業戦略を加速。TV放送・(実写)コンテンツ事業、アニメ事業、ライフスタイル事業との連携を強化し、立体的な事業展開を通じて、新たな収益機会の獲得とグループ全体の価値向上に貢献します。

大阪・関西万博でも、多様なコンテンツを創出

大阪・関西万博は、当社グループの総合的なコンテンツ企画力、制作力、そしてメディアパワーを証明する絶好の舞台となりました。イベント、スポーツ、ラジオを担う各社が持つ強みを最大限に活かし、万博の盛り上がりと成功に貢献しています。

万博の開幕に向けた機運を醸成するため、史上初めて実業団と大学生のトップチームが日本一を競う「大阪・関西万博開催記念 ACN EXPO EKIDEN 2025」を開催し、テレビ・ラジオで生(実況)中継しました。この歴史的な駅伝には、ゴールドスポンサーとして関西ゆかりの企業が集結し、イベント当日は開幕前としては最大となる入場販売数を記録するほどの反響を得ました。関連イベント等も開催し、万博への注目度を飛躍的に向上させました。



本大会のテーマソングであるDREAMS COME TRUEが書き下ろした楽曲「ここからだ!」は、万博への期待感をさらに高める役割を果たしました。また、2025年8月2日・3日には、この楽曲を冠したイベント「『ドリカムと夏祭り2025』“ここからだ!” in 万博記念公園」を開催しました。ABCテレビも実行委員会メンバーとして、本イベントに参加しました。

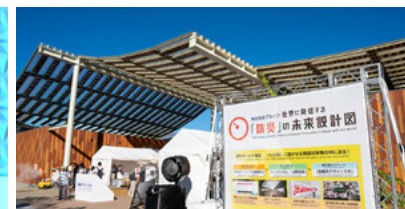


@ABC @Expo2025

エピソード・ミyakumakiなりきりぬいぐるみ等を限定発売



「Q-1 ～U-18が未来を変える★研究発表 SHOW～」公開収録



朝日放送グループ 世界に発信する『防災』の未来設計図

さらに万博開催期間中の2025年7月には、会場内のシャインハットで未来を担う若者たちに光を当てる「Q-1 ～U-18が未来を変える★研究発表 SHOW～」の公開収録を実施。万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」を体現するコンテンツとして、好評を博しました。

[サステナビリティ「事業を通して明日の社会を創造する」へ P43](#)

また2025年9月には会場内のギャラリーWESTで、「ABCグループ防災プロジェクト」の一環として、阪神淡路大震災の記録を世界に発信する「『防災』の未来設計図」として震災アーカイブの企画展示、各種シンポジウム、ABCラジオの公開収録などを行いました。当社グループは、開催前、期間中を通じて、万博のPR、会場内外のイベント運営、パビリオンへの協力など、多岐にわたる役割を担っており、万博そのものの価値を高めるパートナーとして存在感を発揮しています。

事業戦略

ライフスタイル事業

事業環境と成長戦略

事業環境 (リスクと機会)

ライフスタイル事業を取り巻く環境は、消費者の価値観や行動様式の変化により多様化・複雑化しています。

ハウジング事業：人口減少で戸建住宅着工数が減少する一方、住宅展示場は信頼できる相談相手と出会い、住まいを体感できる重要な場として、その価値は揺るぎません。

通販事業：消費者の情報収集手段がインターネットを中心に多様化し、EC市場の競争は激化しています。

ゴルフ事業：ゴルフ人口は横ばいで推移し、レジャーの多様化に伴う若年層のゴルフ離れなどの課題に直面しています。

このような環境下で、生活者のニーズを深く理解し、事業を強化するためのマーケティング力を高めることが私たちの課題です。メディアグループとしての強みである「情報の正確さ、公平さ」を活かし、信頼性の高い情報と安全・安心な商品を提供することで、この変化を新たな機会と捉え、持続的な成長を目指します。

成長戦略

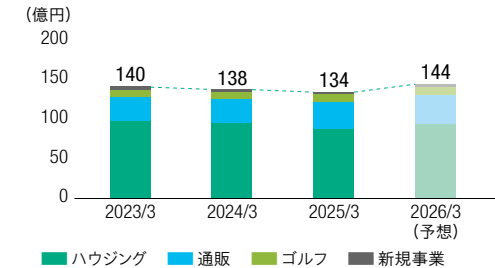
ライフスタイル事業は、従来の事業モデルの枠組みを超え、お客様の暮らしに寄り添う「ライフスタイル・パートナー」へと進化します。このビジョンを実現するために、各事業会社が緊密に連携し、以下の戦略を推進していきます。

ハウジング事業においては、関西地域No.1のシェアとブランドを維持・拡大し、積極的な事業展開を進めます。また、住宅展示場を単なる住宅の販売拠点ではなく、豊かで安全な暮らしを提案する「複合ライフスタイル情報発信拠点」へと進化させ、新たな価値を創出します。



通販事業では、組織再編を通じてリソースを最適化し、多様化する消費者ニーズに迅速かつ確に応えられる体制を構築します。これにより、安全・安心な商品選定から、多

● ライフスタイル事業(売上高)



彩なコンテンツを活用した提案、そして円滑な商品のお届けまでを一貫して行い、顧客満足度の最大化を図ります。



さらに、ゴルフ事業では、メンバーシップとSNSの両方を活用したブランド訴求を強化し、既存の顧客層に加え、新たなユーザー層へのアプローチを拡大します。



事業戦略 ライフスタイル事業

TOPICS ライフスタイル事業 ハイライトと目指す成長のカタチ

暮らしに寄り添う「ライフスタイル・パートナー」へ

ハウジング、通販、ゴルフ事業を手掛ける各社は、異なるビジネスモデルで事業を拡大してきました。私たちは、生活者やユーザーのニーズを深く理解し、マーケティング力を高めることを共通課題と捉えています。従来の枠組みを超えた連携でお客様の暮らしに寄り添う「ライフスタイル・パートナー」へと進化します。

ハウジング事業

関西地域No.1のシェア・ブランドを維持拡大

ハウジング事業は、住宅展示場のパイオニアとしての強みを活かし、「複合ライフスタイル情報発信拠点」へと進化しています。住まいや暮らしに関する多様な情報を提供することで、事業の多様化と顧客接点の拡大を目指しています。

M&Aによる事業基盤の強化

2025年5月、アドバンス開発(株)をM&Aによりグループに迎えました。同社のノウハウと顧客基盤を統合することで、関西圏の事業ネットワークを拡大し、市場競争力を高めます。

新スタイルの旗艦会場「ABCハウジング ウェルビーみのお」の進化

新駅開業で注目される大阪府箕面市の旗艦会場「ウェルビーみのお」は、新たな集客拠点となっています。2025年4月には、体験型映像アトラクション施設「イマーシブスタジオA」「イマーシブスタジオB」を新設しました。五感に訴えかける映像体験を通じて、住まいづくりのヒントを楽しく学べるユニークな取り組みは、来場者だけでなく出展企業から高く評価され、「イマーシブスタジオ」に隣接した増設区域への出展企業は抽選で決定することとなりました。

「ABCハウジング ウェルビーみのお」は単なる住宅展示場ではない集客力のある情報発信拠点として確固たる地位を築いています。

ABCハウジング ウェルビーみのお



イマーシブスタジオ

映像アトラクション
「タッチであそぼう エビシー花火」映像アトラクション
「ミーノの未来ホームアドベンチャー」

通販事業

組織再編によりリソースを最適化

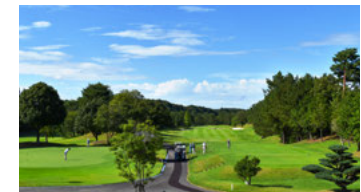
放送のリーチ力とECを連携させた成長戦略を推進しています。組織再編とM&Aを積極的に実行することで、事業基盤の強化とリソースの最適化を図りました。

2025年4月、ABCファンライフがグループ会社のONE DAY DESIGNを吸収合併し、経営資源を集約しました。これにより、生まれたリソースを最大限に活用し、事業全体のシナジー創出を加速させます。また、2024年4月にはSNSで若年層に人気の女性向けアパレルEC「Eim」をグループに迎え入れました。これまでアプローチが難しかった新しい顧客層とアパレル領域を獲得し、さらなる成長を目指します。

ゴルフ事業

メンバーシップとSNSの両立でブランド訴求

ABCゴルフ倶楽部は、メンバーシップとSNSを両立させることで、「名門」ブランドの訴求力をさらに強化しました。2025年4月には、日本初のプロ・アマ・男女混合トーナメント「スクランブルゴルフチャンピオンシップ in 神戸 2025」を開催し、ゴルフの新たな楽しみ方を提案。また、2025年1月にはひょうご産業SDGs認証事業で最高評価のゴールドステージ認証を取得し、脱炭素や地産地消といった社会課題への取り組みが評価されました。今後も、持続可能な社会への貢献と、誰もがゴルフを楽しめる環境づくりを推進していきます。



ABCゴルフ倶楽部

事業戦略

AIとデータ・デジタル技術の活用によるDX創造

DX(デジタルトランスフォーメーション)を企業価値向上と持続的成長のための重要な経営戦略と位置づけ、AIやデータ・デジタル技術を活用したDX創造で事業の効率化と新たな事業機会の創出を推進しています。

1 DXを活用した生産性向上と事業成長

AI活用による業務効率化／番組制作支援

グループ全体の生産性向上を目指し、AI活用を推進しています。日常業務では、人事・総務向けのチャットボットや、会議の議事録自動作成サービスを導入し、負荷軽減と情報共有の迅速化を図っています。番組制作では、台本からのカンペ(スクリプト表示)の自動生成や、AIによるナレーション生成システムを運用し、作業時間短縮と新たな表現手法の可能性を広げています。



データドリブンな意思決定と事業成長

蓄積したデータをBIツールで分析し、迅速な意思決定と事業成長につなげる体制を構築しています。ABCテレビ番組「朝だ！生です旅サラダ」公式お取り寄せサイト「旅サラダマルシェ」では、データに基づくPDCAサイクルで販売を拡大。放送・配信事業では、視聴率や再生数などのデータを分析し、プロモーションや営業施策を強化しています。ABCラジオでは、聴取率や営業実績を多角的に評価する「番組カルテ」の導入に成功しました。



最新デジタル技術を紹介・相談に応じる「DX祭」を毎年開催してグループのDXを推進



2 デジタルセールス事業の収益化と事業拡大

当社グループは、新しい商流の開拓を目指し、デジタルセールス事業を収益源の1つとして育成しています。この事業は、2022年の実証実験(PoC)から始まり、2023年度、2024年度と每期着実に成長の階段を上ってきました。

2025年度前半の受注高はすでに2024年度実績に迫る勢いで、1社当たりの平均受注単価も当初の約8倍へと飛躍的に拡大しています。

この成長をさらに支援・加速させるため、2025年4月、グループ会社のデジアサに「デジタルマーケティング部門」を新設しました。専門的な知見とリソースを集約し、今後はメディア事業との連携も視野に入れながら、グループ全体の成長をけん引するエンジンとなることを目指します。



生成AIが描くストーリーで異世界転生体験も



サステナビリティ



Sustainability

Contents

- 29 サステナビリティ担当役員インタビュー
- 32 サステナビリティ方針と推進体制
- 33 マテリアリティと特定プロセス
- 34 マテリアリティの進捗
- 35 人的資本(人財戦略への取り組み)
- 40 人権の尊重
- 41 気候変動
- 43 事業を通じた社会課題解決への貢献

サステナビリティ

サステナビリティ担当役員インタビュー

人こそ成長の原資。「人財の育成」を最重要課題に、
地域のメディア企業としての社会的責任を果たします

当社グループは、2023年に特定した8つのマテリアリティを中核に、サステナビリティ経営を推進しています。

その最重要課題となるのは、「グループ全体の人材力強化と多様化の推進」、そして「放送・コンテンツの力を活用した地域・社会への貢献」です。

その進捗とサステナビリティ・人材育成の考え方などについて、サステナビリティ担当役員の胡摩ヶ野洋に話を聞きました。

朝日放送グループにとっての
サステナビリティとは

Q 放送・メディア、コンテンツ事業を営む企業グループとして、サステナビリティに取り組む社会的な意義、責任をどのように考えていますか。

1966年以来、私たちが受け継いできた「朝日放送信条」には「平和と自由の精神を貫き、地域社会と文化の向上につくす。」という一文があります。関西に根ざしたメディア企業として、地域の人々にとって必要不可欠なインフラであり続けること。そして、災害や政治・経済など、生活に不可欠な情報を迅速かつ正確に伝えることで、人々の命と暮らしを守り、誰もが安心して暮らせる社会の実現に寄与していくことが使命です。



朝日放送信条
<https://corp.asahi.co.jp/ja/tv/company/principle.html>

この信念に基づいた身近な取り組みとして2021年より「あすを、きょうより素晴らしく。」をキャッチフレーズとする『アスミライブプロジェクト』を推進しています。視聴

者やリスナーの皆さまに笑顔をお届けできるようなコンテンツを発信し、サステナブルな社会の実現に寄与していくことが私たちの願いです。

あすを、きょうより素晴らしく。
アスミライ

3つの柱で推進するサステナビリティ戦略

Q サステナビリティの3つの柱「環境」「社会」「ガバナンス」において、それぞれの主要な活動や取り組みを教えてください。

「環境」の分野では、環境負荷低減、気候変動対応、資源のリサイクルなどについて具体的な取り組みを進めています。2021年に策定した『ABCグリーン宣言』に基づき、グループ全体でのCO₂フリー電力化の目標を



当社 取締役執行役員
総務、人事、東京支社担当
サステナビリティ推進委員長
胡摩ヶ野 洋

サステナビリティ

サステナビリティ担当役員メッセージ

2025年度までに着実に達成しています。また、長期目標である2050年のカーボンニュートラル実現に向けて、経営レベルで中間目標の設定やCO₂集計対象について議論を重ねています。

「社会」の分野では、アスミライブプロジェクトなどを通じ社会課題解決への取り組みを推進し、2024年度は「こども」「防災」「大阪・関西万博」をテーマに、3回のキャンペーンWEEKを実施しました。また、継続して展開している子どもたちの知的探求心を応援するコンテンツ「Q-1」は、大阪・関西万博内のEXPOホール「シャイン



「Q-1 ~U-18が未来を変える★研究発表 SHOW~」公開収録



大阪・関西万博で『『防災』の未来設計図』を展示

ハット」でも公開収録を行いました。発災30年を迎える阪神淡路大震災の記憶を未来につなぐ活動として、映像・記録をデジタル化し再編集して世の中に公開する「震災アーカイブ」など、当社グループならではの取り組みを実施しています。

「ガバナンス」分野では、取締役会の実効性評価の継続実施によるガバナンス強化を進めています。また、放送業界を取り巻く問題として「人権」がフォーカスされていますが、当社は、2024年4月に「朝日放送グループ人権方針」を制定し、従来からの「内部通報窓口」に加え、外部からもアクセスできる「人権相談窓口」を設けました。業界での問題も踏まえ、「人権アンケート」を実施し、結果を公表するとともに、全従業員を対象としていたコンプライアンス研修(受講率100%)に加え、新たに役員向けのコンプライアンス研修を実施し、それぞれの責任に応じたコンプライアンス意識の醸成を強化しています。

従業員一人ひとりを見つめ、 「未来を創る人財」を育てる

Q 中期経営戦略“NEW HOPE”(現中経)の重点目標「グループ全体の人材力強化と多様性の推進」の進捗状況と、次期の新たな中期経営計画(新中計)に向けての人財・多様化の考え方について教えてください。

当社グループのサステナビリティにおける人財分野の施策は、マテリアリティに掲げる「未来を創る人財を育

てる」という重点テーマのもとで推進されています。

多様な人財の活用については、過去5年のキャリア採用比率は全体採用数の5割前後で推移し、管理職への登用も進んでいます。女性の活躍も推進しており、2030年にグループ全体で女性管理職を20%以上にすることを目指し、順調に登用が進んでいます。

また、働き方改革も推進しており、従業員の各ライフステージをサポートする制度も積極的に設けています。

2024年度は男女ともに育児休業の取得率100%を達成しました。2025年度からは、当社と朝日放送テレビにおいて、育児休業を取得する社員の業務をサポートするメンバーにも報いる「育休応援手当」も制度化しました。人財力の強化の面では、社員一人ひとりの個の力を強化するため、全従業員の経験・能力の棚卸しや各世代におけるキャリアコンサルティング研修を通じて、育成に取り組んでいます。2024年度は、全役職員の96.3%が生成AIなどの変化を自律的に学びスキリングにも取り組みました。



グループ間連携の深化やコンプライアンス意識向上を目指してグループ合同新入社員研修を実施

サステナビリティ

サステナビリティ担当役員メッセージ

成長の原動力は「人」

Q 新中計に向けた人財、人的資本の強化の考え方について教えてください。

成長の原資は「人」です。新中計でも、人が成長の推進力であることを中核に置いた取り組みを推進したいと考えています。

当社は5年前からES調査を通じて組織風土の定点観測を行い、マテリアリティのKPIとしてもこれを活用しています。また、新中計に向けて、健康経営を重要な経営課題として位置づけ、従業員が心身ともに健康で、働ける職場環境づくりを行うことを経営会議でも承認し、トップがコミットして真摯に取り組むことを決めました。また、アブゼンティーズム（病気やけがで休業状態）、プレゼンティーズム（健康問題による生産性の低下）、ワークエンゲージメント（仕事に対してポジティブな状態）の3つについて定量目標を定め、従業員の健康課題の改善に向けた取り組みを推進していきます。

サステナビリティの「自分事化」が
企業価値向上を実現する

Q サステナビリティの取り組みを従業員一人ひとりの「自分事化」として浸透させるための工夫を教えてください。

従業員の「自分事化」を促すため、トップメッセージ、グループ報告会・集会などでの共有、社内広報誌による啓

発、国連センター長を招いたセミナーなどを実施し、理解の醸成に努めています。

また、2023年に制定した8つのマテリアリティ策定のプロセス自体にグループ各社が関与したことも、従業員一人ひとりがサステナビリティを自分事として考える良い機会となりました。

何よりも重要なのは、マテリアリティを着実に実行することが、会社にとっても、働く従業員にとっても良い結果がもたらされるということを実感してもらうことです。コンテンツ制作における現場でも、クライアントもサステナビリティを重視する動きが徐々に出てきているように感じています。そして、そうした社会の動きを従業員も感じているように思います。

長期的な成長と企業価値向上へ

Q サステナビリティをどのように経済価値につなげ、企業価値向上を実現するのか、決意表明をお願いします。

サステナビリティは、企業価値を高めるための欠かせない要素です。私たちは、メディア企業としての社会的使命を全うすることで、視聴者や地域の皆さまからの信頼をさらに強固なものにしていかなければなりません。多様な人財が生み出す革新的なコンテンツや事業を通じて、新たな経済価値を創造していきたいと思いを。

何より、すべてのステークホルダーの皆さまに「ABCがあってよかったね」と評価され続けることこそ、私たち



の究極の目標です。この評価をいただけるように、これからも社会に寄り添ったサービスを提供し続けてまいります。

サステナビリティへの真摯な取り組みは、長期的な成長と企業価値向上に必ず結びつくと思っています。この信念のもと、従業員と共に未来を切り拓いていくことを約束します。

サステナビリティ

サステナビリティ方針と推進体制

サステナビリティへの取り組みの詳細についてはサステナビリティレポートをご参照ください。


 サステナビリティレポート
<https://corp.asahi.co.jp/ja/csr/report.html>

朝日放送グループは、サステナビリティを経営の重要な視点として位置づけ、メディアとしての使命と責務を果たすとともに、持続可能な社会への貢献と企業価値の向上を目指しています。当社の経営理念と連携したサステナビリティ方針に基づき、事業活動を通じて社会課題の解決に貢献するため、特に優先して取り組むべき重要課題(マテリアリティ)を特定し、その解決に向けた具体的な活動を戦略的に進めています。

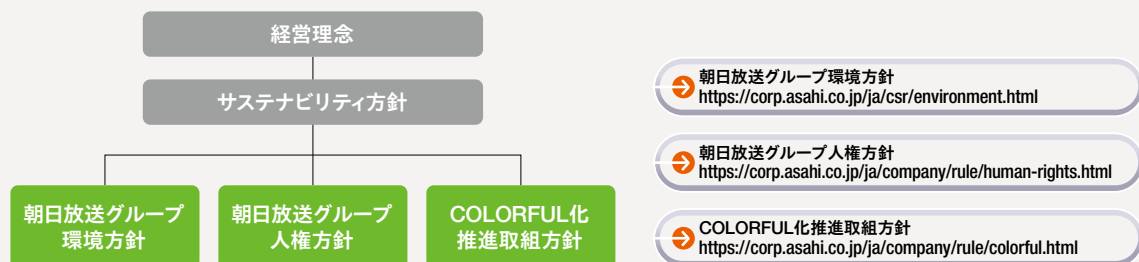
朝日放送グループ サステナビリティ方針

私たちは、メディアとしての社会的責任を果たすとともに、持続可能な社会の実現と企業価値の向上に貢献するため、以下の3つをサステナビリティ方針として掲げ、全社横断で取り組んでいます。

- SDGsの達成など社会課題解決への取り組みを加速します。
- ESG経営をグループ全社で横断的に推進します。
- グループ各社は、サステナビリティ活動によって相互の連携とシナジーを促進します。

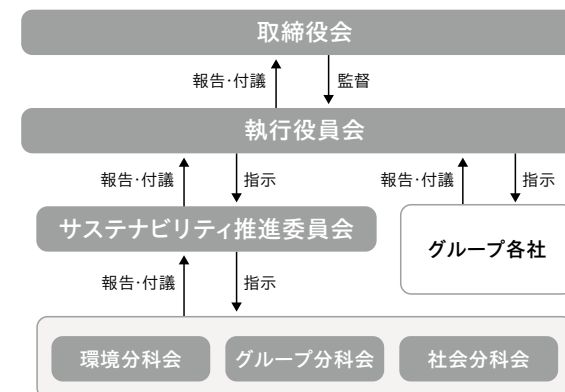
関連方針

サステナビリティの推進を図るため、関連する3つの方針「朝日放送グループ環境方針(環境課題への対応の指針)」「朝日放送グループ人権方針(人権尊重の考え方や取り組みの指針)」「COLORFUL化推進取組方針(一人ひとりが尊重される職場環境の指針)」に沿って、取り組みを進めています。



推進体制

当社グループでは、中長期的なサステナビリティをめぐる課題に対応するため、「サステナビリティ推進委員会」を設置し、グループ全体で戦略的に取り組みを推進しています。サステナビリティ推進委員会は、サステナビリティに関する戦略や取り組みを統括する役員である、総務担当役員を委員長とし、サステナビリティに関する全社方針や目標の策定、取り組みの進捗状況のモニタリングを行っています。サステナビリティに関する重要事項は、執行役員会を通じ、必要に応じて取締役会に報告・付議しています。委員会の傘下には、具体的施策を立案・実施する「環境分科会」「社会分科会」を設置し、連携しながらサステナビリティを推進しています。また、「グループ分科会」を設置し、グループ横断的な取り組みを強化しています。



 サステナビリティ推進体制
<https://corp.asahi.co.jp/ja/csr/system.html>

サステナビリティ

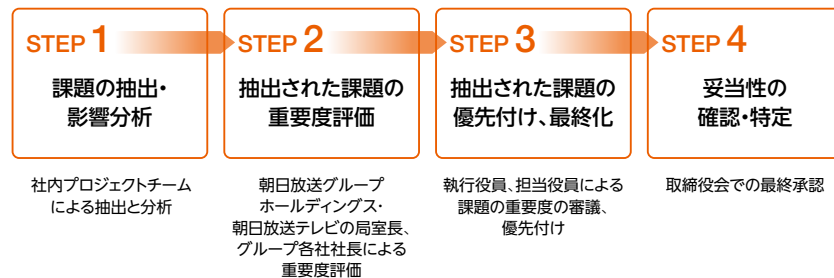
マテリアリティと特定プロセス

朝日放送グループのマテリアリティ(重要課題)

私たちを取り巻く事業環境はめまぐるしく変化し、サステナビリティの重要性はますます高まっています。それらの社会の動向や当社グループの経営理念を踏まえ、優先して取り組むべき8つのマテリアリティ(重要課題)を、以下のプロセスで特定しました。それぞれのマテリアリティに紐づく、KPIとそれらを達成するための取り組みも設定しています。特定したマテリアリティに対する取り組みを通じて、今後、当社グループのサステナビリティ戦略を強化していきます。そして、社会とともに成長し、より良い未来を次世代に引き継ぐことができるよう努めてまいります。

マテリアリティの特定プロセス

マテリアリティの特定は以下の4STEPで行いました。まず、グループ横断的なプロジェクトチームを組成し、国際的な情報開示ガイドラインであるGRIなどを参考に4つの分析を実施。それにより環境、社会、経済にわたるサステナビリティ課題を抽出しました。抽出された174の課題を41に集約した後、ダブルマテリアリティの考え方に基づき、それらの重要度を評価。執行役員会や担当役員審議による課題の優先付けや最終化を行い、取締役会での最終承認を経て、2023年12月にマテリアリティを特定しました。



マテリアリティの詳細についてはサステナビリティレポートをご参照ください。

サステナビリティレポート
<https://corp.asahi.co.jp/ja/csr/report.html>

サステナビリティ

マテリアリティの進捗

●「社会・環境へのインパクト」「KPI/達成目標」

マテリアリティ		KPI／目標および2024年度の実績／進捗
 未来を創る人財を育てる	ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)の推進による組織活性化 適応力とチャレンジ精神を生む企業風土の醸成 人も組織も成長できる職場環境や制度の充実	●従業員エンゲージメントのスコア向上(当社、朝日放送テレビ) →ES調査(従業員満足度調査)のスコアは2023年度より2.7ポイント下がったものの、 調査開始年度から3.1ポイント改善(2024年度スコア-51.1%)
 コンテンツの力で 豊かな明日を創造する	世界に感動を届けるコンテンツや体験の提供 希望あふれるインクルーシブな社会への貢献 子どもたちの健やかな成長の支援	●海外コンテンツマーケットへの出品数 →135作品出品 ●アスミライ [※] 企画の定期的な実施(※社会課題解決に向けた当社グループの取り組み) →「こども」「防災」「大阪・関西万博」をテーマにアスミライ放送キャンペーンを実施
 地球の健康を取り戻し 次世代へつなぐ	地球環境や生物多様性を守る情報発信 命と暮らしを守る防災・減災報道の強化 カーボンニュートラルの実現など環境に配慮した事業活動の促進	●当社グループのCO ₂ フリー電力率：2025年までに100%(※主な事業所、送信所等) →CO ₂ フリー電力率68% ●当社グループの温室効果ガス排出量：2050年までに実質ゼロ(※主な事業所、送信所等) →温室効果ガス排出量1,005t-CO ₂ (2023年度849t-CO ₂) 防災の取り組み：阪神淡路大震災30年特別番組を放送、体験型防災イベントを開催
 信頼される メディアグループで あり続ける	メディアとしての公正、公平性の堅持 テクノロジーやライフスタイルの変化に対応した情報伝達 健全な情報社会の育成と、情報格差の解消	放送分野における情報アクセシビリティの拡充 ●対象の放送番組のすべてに字幕付与 →100%(対象番組すべてに付与。2023年度も100%) ●2027年度までに対象の放送番組の15%以上に解説付与 →21.4%(2023年度19.7%) ●2027年度までに1週間当たり平均15分以上に手話付与 →12分(2023年度12分)
 人権を尊重し すべての人々が 幸福に生きる社会をめざす	人権への理解向上と人権侵害の防止 サプライチェーンにかかわる人々の健康と安全への配慮 厳正な情報管理によるプライバシーの保護	●人権デューディリジェンスの体制構築に取り組み、2025年度までにグループ全社の人権に関する リスク評価を実施 →人権方針制定、人権相談窓口設置、アンケート実施(当社、朝日放送テレビ、朝日放送ラジオ)
 ガバナンスを強化し 持続的な成長を実現する	コーポレートガバナンスの高度化 コンプライアンス、情報セキュリティの強化 ステークホルダーとの対話や情報開示の充実	●取締役会の実効性評価の実施(毎年) →2025年3月実施 ●経営トップによるアナリスト・投資家向け決算説明会の継続(年2回) →5月と11月に実施 ●情報セキュリティ研修 グループ全社受講率：100% →95.6%(2023年度74.7%) ●コンプライアンス研修 グループ全社受講率：100% →100%(2023年度93%)
 テクノロジーの活用で 未来を照らす	デジタル技術活用によるビジネス機会の創出 事業におけるDXの推進 DXリテラシーの向上	●デジタル技術活用による業務効率化件数およびコンテンツ制作ワークフロー改善件数(当社、朝日放送テレビ) →業務効率化事例 9件、コンテンツ制作ワークフロー改善事例 8件
 輝く地域づくりに貢献する	地域の魅力や課題の発信 地域の文化、経済の活性化への寄与	2024年度取り組み事例 ●スポーツ振興：第45回丹波篠山ABCマラソンの共催 ●魅力の発信：全国ネット番組を起点とした旅情報ウェブサイト「旅サラダPLUS」 ●観光振興：観光コンテンツ 歴史リアル謎解きゲーム展開(大阪城、岡崎市他) ●地域盛り上げ：大阪・関西万博開催記念「ACN EXPO EKIDEN 2025」駅伝大会主催 ●経済の活性化：企業版ふるさと納税支援事業

サステナビリティ

人的資本(人財戦略への取り組み)

「変化に対応できる人材」の育成

人材育成方針

グループ全体が持続的に成長するためには、既存事業における自己革新と、新しい事業の開発を推進するための「変化に対応できる人材」が必要です。必要な能力はリーダーシップとマネジメント力、そしてイノベティブな思考です。そうした能力を育むために、リーダー養成等の研修はもちろん、他企業・他業種の人材との研修や社外派遣を実施します。また、グループ各社内での部門をまたぐ育成異動や抜擢人事、グループ内外との人材交流を進めています。

多面的な研修制度を構築

当社と朝日放送テレビでは、自身の職位に必要なマインドや能力を習得する階層別研修のほか、リーダー育成、マネジメント力醸成、イノベーション推進などのテーマ別研修を実施しています。その中では、従業員の学びへのチャレンジ精神を後押しするために、公募制の研修も行っています。異業種交流研修では、新たな思考や視点、人脈を得る機会を創出しています。また、グループ各社の若手やマネジメント層の選抜メンバーを対象に研修を実施し、当社グループの発展をけん引する人材を育成しています。

※学生向けインターンシップも実施

朝日放送テレビは、毎年インターンシップ(オープンカンパニー)を実施しています。当社でもエンジニアに特化した長期就業型(有償)のインターンシップ募集を行い、2025年8～9月に4名の学生の方に「データ基盤の整備・構築」などのプロジェクトに参加していただきました。

●朝日放送グループホールディングス・朝日放送テレビ 人材育成体系図(2025年度)

カテゴリー	階層別	テーマ別				キャリアデザイン		役割別		その他	
		目的	階層レベルに応じて必要な能力の育成・自分のあるべき姿の認識	リーダー育成・マネジメント力醸成	イノベーション推進	DX	キャリア開発支援	役職・役割に必要なスキルの習得	その他	その他	
管理職	マネジメント系	新任管理者(管理職昇進者)	局長・グループ社長 ライン部長	エグゼクティブリーダー (隔年・局長選抜) トップリーダー (隔年・マネジメント職選抜)	★リーダー共創 (隔年・グループ内選抜)		キャリア開発支援者・1on1など (管理職)	評価者 (管理職評価者)		ABCカレッジ(随時開催・アカデミア、グループゼミ、ぐるcafé)	情報セキュリティ研修
	プロフェッショナル					DX基礎・生成AI活用など	キャリアデザイン (30・35・40・45・50・55歳・シニア)		新入社員サポート・ウェルカムガイドブック配布 ハラスメント防止	コンプライアンス研修	情報セキュリティ研修
コア職	G5 ゼネラルリーダー				★ネクストリーダー (隔年・グループ内選抜)	大阪大学フューサイトアカデミー オープンイノベーション推進・開発				★グループ内インターンプログラム (グループ内公募選抜)	
	G4 リーダー	リーダー (リーダー昇進者)		★昇進 (グループ内選抜)				サポーター (新入社員サポート担当者)			
	G3 チーフ	チーフ (チーフ昇進者)									
	G2	ステップアップ (3年目)									
	G1	入社フォロー (1年目) 新入社員 (新入社員)									

■管理職/選抜 ■管理職/必須 ■コア職/公募・選抜 ■コア職/必須 ■全社員/選抜 ■全社員/必須 ■グループ内/選抜 ■グループ従業員向け

サステナビリティ

人的資本(人財戦略への取り組み)

人材の多様化を推進し、多彩な創造的人材を創出

COLORFUL(カラフル)化推進取組方針

当社グループは、各々が存分に能力を発揮できる企業風土の醸成が、おのずと女性の活躍できる環境を整えてゆく、と考えています。これを念頭に、様々なコンテンツやサービスを通じて、地域社会と文化の向上に貢献するため、性別、年齢、国籍、宗教、ライフステージ、障がいの有無、性的指向などにかかわらず、1人1人が尊重され認めあえる職場環境を創出し、十人十色に多様な能力を発揮できる企業を目指します。

「ABC@Colorful宣言」

上記方針のもと、「働き方の多様性」「働く人の多様性」の推進を通じて、お互いに思いやりをもって協働できる職場づくりを行い、従業員一人ひとりが、多彩な色彩で自分らしく活躍できるように、という思いを込めて、「ABC@Colorful宣言」を掲げました。この宣言に基づき、担当役員のもと各種取り組みを推進しています。



ABC@Colorful宣言の取り組み ～働き方@Colorful

一人ひとりがワークライフバランスを実現できるよう、テレワーク制度の導入や時短勤務制度の拡充など、グループ全体で働きやすい環境の整備を行います。また、従業員がより長く働きたいと思えるように、休暇制度などの整備や、個人としての活躍を支援する仕組みをつくるなど、働き方の多様性を高める取り組みを推進していきます。

●有給休暇取得率

HD社+TV社=朝日放送グループホールディングス・朝日放送テレビ合算

	2022年度	2023年度	2024年度
HD社+TV社	41.6%	42.9%	45.4%

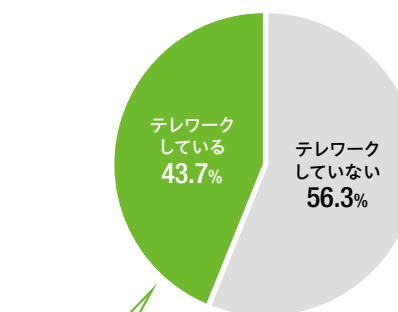
●直近3年採用者の離職率

	グループ全体	HD社+TV社
2022～24年度に採用した人数 (新卒・中途・契約社員等を含む)	440名	72名
直近3年の退職人数 ※役員就任に伴う退職者1名含む	68名	4名
直近3年の離職率 2025年4月1日現在	15.5%	5.6%
2021～23年度に採用した人数 (新卒・中途・契約社員等を含む)	465名	72名
直近3年の退職人数 ※役員就任に伴う退職者1名含む	57名	4名
直近3年の離職率 2024年4月1日現在	12.3%	5.6%
2020～22年度に採用した人数 (新卒・中途・契約社員等を含む)	412名	63名
直近3年の退職人数	49名	1名
直近3年の離職率 2023年4月1日現在	11.9%	1.6%

●テレワーク実施率

HD社+TV社

テレワーク実施状況



活用実績



※テレワーク勤務の原則は週3日までですが、事情により、会社が認めた場合は週4日以上も可能としています。

サステナビリティ

人的資本(人財戦略への取り組み)

ABC@Colorful宣言の取り組み ～働く人@Colorful

グループの力が最大限に発揮されるためには、多種多様な人材が活躍することが必須です。そのために、女性の活躍推進をはじめ、働く人の多様性を尊重し、活かす取り組みをさらに推進します。男女問わず育児ができるような制度の整備や、育児休業が取得しやすい職場環境づくりも推進していきます。

育児との両立支援

当社と朝日放送テレビでは、出産育児を支援する制度の拡充と、育児休業を取得しやすい職場環境づくりを進めることにより、男女ともに育児休業取得率100%を目指しています。2024年度は、男女ともに育児休業取得率が100%となり、目標を達成しました。

● 育児休業取得者数

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
グループ全体						
男性	育児休業対象者数	27名	32名	31名	47名	34名
	育児休業取得割合	18.5%	9.4%	67.7%	57.5%	85.3%
女性	育児休業対象者数	28名	24名	20名	22名	18名
	育児休業取得割合	100%	100%	100%	100%	100%
育児休業取得率(全体)		60.0%	48.2%	80.4%	71.0%	90.4%
育児休業復帰率		100%	100%	100%	98.0%	91.5%
HD社+TV社						
男性	育児休業対象者数	16名	13名	17名	19名	19名
	育児休業取得割合	31.3%	15.4%	88.2%	73.7%	100%
女性	育児休業対象者数	10名	10名	5名	6名	4名
	育児休業取得割合	100%	100%	100%	100%	100%
育児休業取得率(全体)		57.7%	52.2%	90.9%	80.0%	100%
育児休業復帰率		100%	100%	100%	100%	100%

女性活躍推進

当社グループでは、誰もが働きやすい職場環境や制度の整備を進め、男女ともに満足度の高い多様なワークライフバランスの実現を目指しています。中でも女性の活躍推進は、誰もが働きやすく、活躍できる環境を体現することにつながると考え、取り組みを進めています。朝日放送テレビにおいては、2027年までに女性管理職比率を管理職年齢層(43歳以上)の女性従業員比率と等しく(17%)、2030年には女性管理職比率が20%以上を達成することを目標に掲げています。

● 年代別女性従業員人数・比率

※2025年3月31日現在

	20代	30代	40代	50代	60代	70代	計
グループ全体	307名	492名	458名	412名	117名	5名	1,791名
女性従業員人数	172名	198名	133名	115名	21名	1名	640名
女性従業員比率	56.0%	40.2%	29.0%	27.9%	17.9%	20.0%	35.7%
TV社原籍	73名	142名	166名	243名	60名	0名	684名
女性従業員人数	36名	44名	31名	54名	7名	0名	172名
女性従業員比率	49.3%	31.0%	18.7%	22.2%	11.7%	—	25.1%

● 女性管理職人数・比率

※2022年度までは4月1日現在、2023年度からは3月31日現在

	2022年度	2023年度	2024年度
グループ全体	314名	350名	318名
女性管理職人数	52名	65名	54名
女性管理職比率	16.6%	18.6%	17.0%
TV社原籍	168名	182名	187名
女性管理職人数	16名	25名	26名
女性管理職比率	9.5%	13.7%	13.9%

サステナビリティ

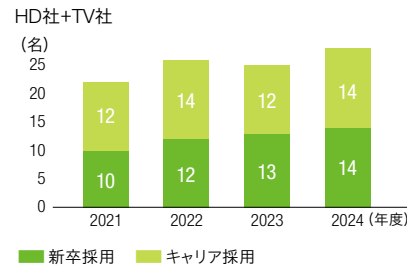
人的資本(人財戦略への取り組み)

ABC@Colorful宣言の取り組み ~働く人@Colorful

直近3年間のキャリア採用比率は5割程度で推移

当社グループは、社会経験を積み様々な視点を持った人材やプロフェッショナルなスキルを持つ人材を積極的にキャリア採用しています。キャリア入社者が早期に能力を発揮できるよう、定期的なフォロー面談など、受け入れ体制も整備しています。

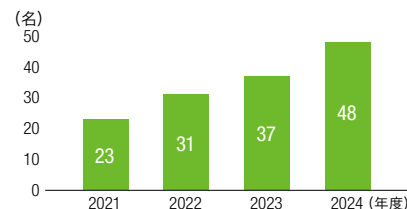
●キャリア採用人数の推移



副業者数の推移

当社と朝日放送テレビは、多様な働き方を支援するため副業ガイドラインを策定しています。本人の労働時間に配慮することや、社名を使った営業活動を禁止するなど、一定の制限下で従業員の社外活動を認めています。プロボノ活動も認めており、従業員の積極的な行動を支援しています。

●副業者数の推移



学びと交流の場「ABCカレッジ」

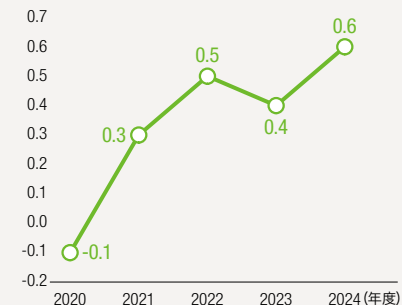
「ABCカレッジ」では、外部専門家による講演会や、グループ各社・部署の従業員による勉強会、業務外のテーマを軸にした懇談の場など、多様な形式を組み合わせ、従業員同士が刺激を受け合い、学び合える環境づくりを行っています。

2024年度は、アート、メディア、医療など異なる分野・業種の第一線で活躍する講師を招いた講演会を複数回実施し、参加者からは積極的な質疑応答も見られ、日常業務では得難い視点を獲得の機会となりました。

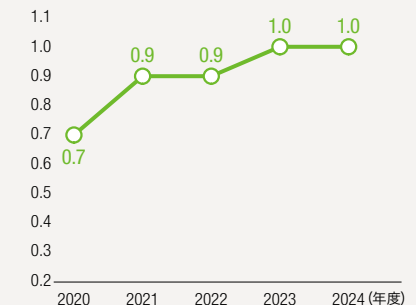
ES調査の満足度は年々向上

当社と朝日放送テレビの従業員を対象に継続的にES調査を行っています。従業員エンゲージメントの向上を図るための示唆を得て、施策につなげることで、さらなる従業員の満足度と、企業価値の向上を図ります。以下の図表は過去5年間に調査した調査結果の一部抜粋です。会社として改善策を講じることで、満足度は年々向上する形で推移しております。

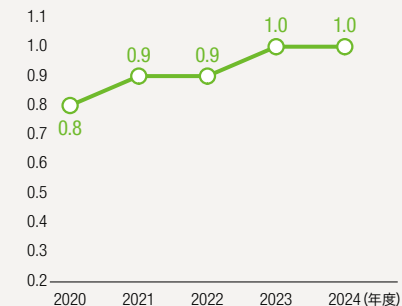
●自身が成長するのに必要な研修を受ける機会がある



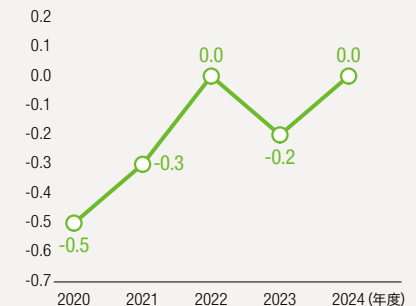
●設備やツールなど、仕事をするために必要な環境が整えられている



●希望にそった休暇が取得できている



●組織の風通しがよく、部署をまたいで連携している



サステナビリティ

人的資本(人財戦略への取り組み)

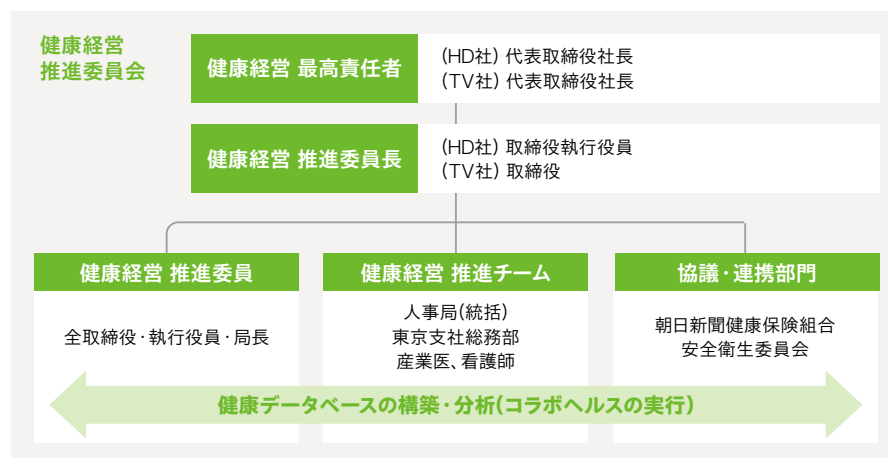
健康経営の取り組み

当社グループは、従業員のみならず、同じ職場で働くすべてのステークホルダーの健康と安全へ配慮することを、事業活動における重要事項の1つと認識しています。従業員一人ひとりが生き生きと自分らしく活躍するためには、何より従業員が健康であることが基盤になるという考えのもと、グループ各社はそれぞれの規定に則って健康管理や作業環境管理を行い、快適な職場環境づくりに努めています。

また当社と朝日放送テレビでは、健康経営を重要な経営課題として位置づけ、「人も組織も成長できる職場環境や制度の充実を企図して健康経営を実践する」といった方針のもと、経営層を主体に、産業医、看護師や健康保険組合等とも連携し、ストレスチェックや健康診断等の科学的データに基づき、従業員の健康を促進する体制を構築しています。

推進方針

人も組織も成長出来る
職場環境や制度の充実を企図して
健康経営を実践する



そして、健康施策の取り組みとして、放送の公共性や信頼性を支える従業員の心身の健康の向上に向けて、ヘルスケア、セルフケア、ストレスマネジメントに関連する施策の実行を通じて、組織の生産性の向上や企業価値の向上にさらに取り組んでいきます。

取組内容		健康施策	
1 ヘルスケア (心身の健康)	体の健康	全従業員に対する疾病の発生予防	●健康診断/歯科検診/胃・大腸がんの検査 ●人間ドックの費用補助、検査拡充（補助年齢を引き下げ） ●産業医による健康勉強会/管理職ライン研修
		従業員の生産性低下防止・事故発生予防（目の疲れ・肩こり・首の悩み・腰痛・頭痛）	●健康イベントセミナーの開催 ●健康関連の備品の設置
		女性特有の健康関連課題への対応 女性の健康保持・増進	●婦人科（乳がん・子宮頸がん）検診 ●性別・年齢特有の健康課題理解のセミナー ●女性特有の体調不良等に関する医師による相談
	心の健康	メンタルヘルス不調等のストレス関連疾患の発生予防・早期発見・対応	●ストレスチェック職場分析 ●相談窓口（本社医務室・外部）の設置 ●外部・社内カウンセリング
休職後の職場復帰、仕事と治療の両立		●休職した従業員の復職支援制度	
2 セルフケア (生活の健康)	ライフスタイル	従業員の喫煙率低下	●禁煙チャレンジ
		生活習慣病等の疾病の高リスク者に対する重症化予防	●健康的な食生活・睡眠習慣指導 ●食堂の健康メニューの拡充 ●運動習慣の促進（スポーツジム費用補助等）
3 ストレス マネジメント (社会的な健康)	職場環境	労働時間の適正化、働き甲斐のある職場環境	●適正な業務時間（業務量）、人員配置 ●資格取得サポート、リスキリング費用補助制度 ●職場スペースの改善 ●ハラスメント防止研修
		従業員間のコミュニケーションの促進	●社内リクリエーションイベントによるコミュニケーションの活性化
		従業員の感染症予防（インフルエンザ等）	●社内インフルエンザ予防接種、費用補助
	家庭環境	仕事と育児の両立、仕事と介護の両立	●テレワーク勤務制度 ●育児休業制度/男性育児休業促進/介護セミナー ●育休応援手当

●休業災害件数

(労働災害(死亡・重篤災害含む))

	2024年度
HD社+TV社	0件

●労働災害度数率

	2024年度
HD社+TV社	0

サステナビリティ

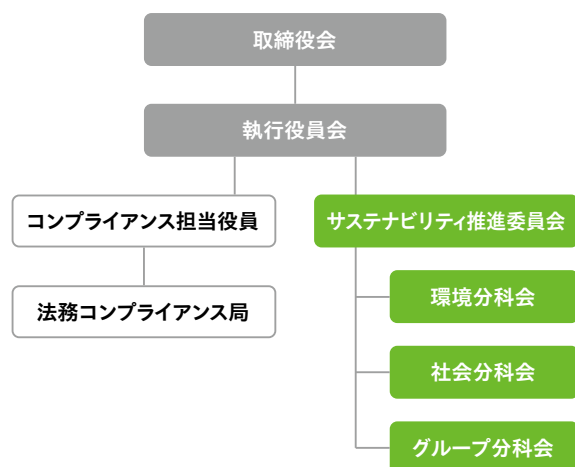
人権の尊重

当社グループは、持続可能な社会の実現と企業としての持続的な成長を両立させるため、事業活動における人権の尊重を重視しています。このため「朝日放送グループコンプライアンス憲章」および「朝日放送グループ人権方針」に基づき、人権尊重を経営の基本方針とし、社会的責任を果たしてまいります。

人権に関する取り組みの強化

1 推進体制

朝日放送グループは人権尊重の取り組みを強化しています。取締役会の決定をもとに、法務コンプライアンス部門が中心となり、人権方針の策定や定期的な見直し、社内教育・啓発活動を推進しています。これらの活動は、関連部門と連携し、サステナビリティ推進委員会を通じて情報共有と方針の議論を行い、取締役会へ報告しています。



2 人権デュー・ディリジェンスの実施

2024年度は、人権リスクの特定と評価を開始しました。まず当社と朝日放送テレビの役員・従業員を対象に、無記名アンケートを実施し、出演者や取引先との関係性や社内ハラスメントについて調査しました(対象者773名、回答率50.8%)。

アンケート結果では、出演者や番組関係者との会食への出席を上司から強いられ、その結果として性的な被害を受けたといった回答は確認されませんでした。その他の回答については、弁護士を交えて内容を精査し、必要に応じてフォローアップを行いました。2025年度も、人権リスクの特定と低減策を進めます。

人権取り組みロードマップ

人権取り組みロードマップ		2024年度	2025年度	2026年度
コミットメント		「朝日放送グループ人権方針」制定		
人権デュー・ディリジェンス		人権リスク・アセスメント ● デスクトップ分析※ ¹ ● 人権アンケート(当社、TV社、ラジオ社)※ ² 実施	人権リスク・アセスメント ● 放送事業における重要人権リスク領域の特定	
改善・救済・是正		内部通報窓口運用 人権相談窓口運用開始	リスク低減策の検討 ● 契約書ひな形への人権条項追加調査	
社内啓発		研修の充実 ● コンプライアンス研修(全役員・全従業員対象) ※2025年度～ハラスメント研修等人権関連の内容を充実し刷新 ● 階層別研修(新入社員、新任管理職他) ● 放送倫理研修		

※1 デスクトップ分析：業界等の動向収集など、現状で想定される人権リスクを広く把握し、具体的な調査の準備をすること

※2 朝日放送グループホールディングス、朝日放送テレビ、朝日放送ラジオ

朝日放送グループ人権方針

当社グループは、基本的人権の尊重を最優先課題として掲げています。「朝日放送グループ人権方針」に基づき、すべてのステークホルダーの人権を尊重することを約束し、国際的な人権基準や法令を遵守しています。私たちは、人権尊重の取り組みを通じて、すべてのステークホルダーの「幸福」を目指しています。

3 相談・通報窓口と教育・啓発活動

人権に関する相談・通報に対応するため、内部通報窓口に加え、外部からもアクセスできる人権相談窓口を設置し、プライバシーと匿名性を尊重しながら、必要な対応を行っています。また、役員・従業員を対象にした人権教育・啓発活動を継続して実施しており、受講を必須とするコンプライアンス研修を毎年行っています。2025年度も、これらの活動を強化し、企業としての成長と社会的責任の両立を目指してまいります。

サステナビリティ

気候変動

ABCグリーン宣言 ～環境課題への取り組み

基本的な考え方

私たち朝日放送グループは、朝日放送グループ環境方針に基づき「地球環境」と「人の営み」に着目し、当社グループにおける省エネルギー化やリサイクルを推進するだけでなく、放送などのメディアを通じ、とりわけ、頻発している様々な自然災害への対応を最優先とした「命と暮らしを守る情報を届ける取り組み」を推進しています。そして、この豊かな地球環境を未来につないでいくため、当社グループが持つあらゆるコンテンツを通じて環境課題についての啓発に努めています。

当社グループでは、気候変動対応などの環境課題への取り組みが喫緊の課題であるとの共通認識を得て、サステナビリティ推進委員会において協議を重ね、2022年に社会の一員として脱炭素社会への貢献と対応を行うため「ABCグリーン宣言」を発表しました。

この「ABCグリーン宣言」への対応をはじめ、様々な環境対策を実施してきました。2024年12月には、マテリアリティに基づく目標として、2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにすることを掲げ、取り組みをさらに強化していきます。

ABCグリーン宣言

【目標】

2025年、ABCグループはCO₂フリー電力化を目指します。

2025年、ABCは、放送スタジオ含むグループ全社で照明LED化を目指します。

ABCは、太陽光発電などグリーン電力で脱炭素社会に貢献していきます。

【進捗】

●CO₂フリー電力化

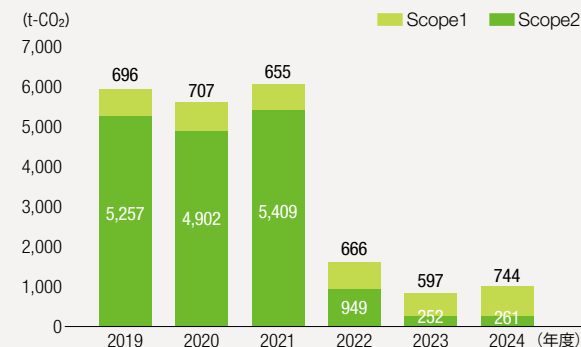
実質再生可能エネルギー由来の電力メニューやグリーン電力証明書を活用し、対象となるグループ会社22社のうち、2024年度までに15社で達成しました。2025年度末までの全社達成を見込んでいます。

●照明LED化

本社オフィスや放送スタジオに加え、対応可能なグループ会社でも切り替えが進んでおり、2025年度末には全社での切り替え完了を計画しています。

●太陽光発電の活用

2013年に大阪・高石ラジオ送信所で太陽光発電事業を開始して以来、グリーン電力の創出に貢献してきました。エー・ビー・シー開発(計9施設)やABCゴルフ倶楽部の事業所内にも太陽光パネルを設置し、自然エネルギーの活用を推進しています。

●温室効果ガス(CO₂)排出量の推移

●年間使用電力量(kWh)

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度計画
本社ビル	11,982,529	12,036,229	11,433,190	11,250,996	11,087,164	11,087,227
アネックスビル	1,020,316	1,026,911	1,024,280	974,879	895,963	(同左)

●当社高石市太陽光発電所^{※1}による
再生可能エネルギー電力供給量

年度	発電量(kWh)	CO ₂ 排出削減貢献量(t-CO ₂) ^{※2}
2022	3,245,681	1,009
2023	3,158,368	1,371
2024	2,958,253	1,240

※1 高石市太陽光発電所：高石ラジオ送信所内(大阪府高石市綾園四丁目)

※2 環境省公表「電気事業者別排出係数一覧」の調整後排出係数(関西電力)で算出

サステナビリティ

気候変動

気候変動への取り組み～TCFD提言への対応



TCFDに基づく開示
<https://corp.asahi.co.jp/ja/csr/environment/tcfid.html>

朝日放送グループホールディングスは、気候変動問題を当社グループが直面する重要な経営課題の1つとして捉えています。当社は、「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」提言に沿って、当社グループの気候変動に関連するガバナンス、事業への影響と対策、リスク管理などについて検討と対応を行っています。より詳細な情報は、当社ウェブサイトをご覧ください。

気候変動はサステナビリティ推進委員会において重要な検討事項の1つとして審議しています。また、同委員会の下に「環境分科会」を配置し、気候変動対応に関するシナリオ分析、リスク・機会の分析、対応策の策定などを行い、同委員会へ提言しています。

サステナビリティ推進委員会は、四半期に一度の頻度で開かれ、環境分科会からの提言などをもとに、気候変動に関する現状の把握と対応を検討し、それらは執行役員会を通じて取締役会に報告・付議されています。取締役会は、気候変動に関する戦略やリスク管理の監督を行い、これらの重要事項を審議・承認しています。取締役会の審議を経て、執行役員会が同委員会あるいはグループ各社に指示をしています。

戦略

TCFDが推奨するガイダンスに則り、2040年までの事業環境をシナリオ分析の手法を活用し、気候変動が当社グループに与える影響を分析・評価しています。また、「影響がある」とするリスクや機会に対して、どのように対応すべきか検討を行っています。

リスク		取り組み
政策・法規制	温室効果ガス排出基準の厳格化に伴い、企業は排出削減のための投資や技術改善を迫られる	CO ₂ フリー電力使用への転換などを持続的に行う
物理的	予期せぬ風水害や高温化により、番組変更が増え、報道・制作・技術などにかかわる人的負担やリソースが増大する	人的負担やリソース増大に対応するため、人的資本への投資配分を強化しつつ、放送を継続しメディアとしての責任を果たす
	激甚化する暴風雨などの災害により、住宅展示建物などが損害を受け、人的・費用負担が増加	災害時にも高いレジリエンスを持つ会場設営を行い、災害に強い展示建築物の発展を促す
	住宅展示場で夏場の高温や激甚化する暴風雨等により、顧客・来場者が減少	災害に強いウェブ対応等、ビジネスモデルの再構築を進める
	ゴルフ場で、激甚化する暴風等の災害により建物、設備などが損害を受け、人的・費用負担が増加	災害時にも高いレジリエンスを持つ
	暴風雨等による水面上昇で本社浸水の可能性が高まる	社屋の浸水被害など災害防止のための設備対応を実施する BCPの浸水対策などの再検討・再策定を行う
機会		取り組み
市場/製品/ サービス	気候変動による顧客の行動変容や社会意識の変化に伴い、既存・新規クライアントのCM出稿が増加	気候変動による市場の変化に対応し、クライアントの事業内容に適合させ、新たな顧客対応モデルを早期に検討し、ビジネスチャンスに結びつける
	リスナーや視聴者の地球環境や自然への意識の高まりに伴い、関連コンテンツへのニーズが高まる	関連コンテンツを開発し、番組編成を見直す。 災害現場の最前線に対応する技術を開発する
	ニュース、報道コンテンツのニーズが高まることによって番組の視聴率・聴取率が上昇し、即時性の高いウェブコンテンツの訴求も高まる	放送・配信を融合した発信方法を開発する
	朝日放送テレビなどの放送各社が気候変動に対応し、社会から高い信頼を得ることで、コンテンツビジネスなどがスムーズに発展	気候変動に対応したビジネスを早期に開発する
	気候変動関連の番組やコンテンツを通じて、視聴者や配信ユーザーから極めて大きなニーズが生まれる	制作・報道に必要な、気候変動の専門知識を持つ人材を育成する
	災害に強く環境性能の高い住宅や建物(ZEH、ZEB等)が目目され、新たな顧客ニーズが増加	住宅メーカー等と連携し、災害に強い施策を進める

リスク管理

当社のリスク関連の情報は、執行役員会に報告されます。執行役員会ではグループ全体の主要なリスクを検討し、必要に応じて事前予防策の検討や実施の管理を行っています。執行役員会で検討された内容は、取締役会に報告され、執行役員会を通じて、サステナビリティ推進委員会あるいはグループ各社に指示が行われます。

指標と目標

●温室効果ガス(Scope1, 2)排出量実績

指標データ範囲	年度	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)※2		
		Scope1	Scope2	合計
朝日放送グループ※1	2022	666	949	1,615
	2023	597	252	849
	2024	744	261	1,005

➡ 太陽光発電による再エネ電力供給実績 P41

※1 朝日放送グループ本社、高石・生駒送信所、ザ・タワー大阪無線中継室、中之島フェスティバルタワー無線中継室、中継局(総合)、神戸・京都支局、abcd堂島ビル、東京支社、名古屋支社、ABCアネックス
※2 経済産業省・総務省・国土交通省への報告数値。電気については、環境省公表「電気事業者別排出係数一覧」の調整後排出係数で算出

サステナビリティ

事業を通じた社会課題解決への貢献

事業を通して明日の社会を創造する

当社グループは、長年にわたりコンテンツを通じて人々に感動と喜びを届け、社会課題に向き合ってきました。
これからもコンテンツを通じ、明日、そして未来へとつながる持続可能な社会の実現と企業価値の向上を目指します。

コンテンツを通して明日を拓く

「Q-1 ～U-18が未来を変える★研究発表 SHOW～」

朝日放送テレビ(以下 ABCテレビ)は、18歳以下(U-18)を対象とした「Q-1」プロジェクトを運営しています。本番組は、日本の教育をもっと良くしたいと取り組んでいるABCテレビの「アスミライブプロジェクト」のコンテンツの1つで、高校生の参加者たちが頭脳を武器に、本気の研究発表会で競い合う“知の甲子園”です。2025年は大阪・関西万博の会場で収録を行いました。また、2023年9月に放送した番組は「2024年度 第55回 科学放送高柳賞最優秀賞」を受賞しています。



情報格差の解消

放送分野における情報アクセシビリティの拡充

放送を通じた情報格差の解消に向けて、放送のかたちやメディアの特性を活かしながら、多様な視聴者やリスナーに情報を届ける取り組みを、当社グループ全体で進めています。ABCテレビでは、様々な視聴者が情報へアクセスし、テレビ番組を楽しめることを目指し、字幕放送、解説放送、手話放送といったユニバーサル放送の充実に努めてきました(下表参照)。

目標		2024年度実績
字幕放送	対象の放送番組のすべてに字幕付与	100%
解説放送	2027年度までに対象の放送番組の15%以上に解説付与	21.4%
手話放送	2027年度までに1週間当たりの平均15分以上に手話付与	12分

※ABCテレビにおける字幕放送、解説放送、手話放送の各時間数は、総務省「放送分野における情報アクセシビリティに関する指針」に基づいて算出しています。

大会運営におけるCO₂排出削減とカーボンオフセット

『大阪・関西万博開催記念 ACN EXPO EKIDEN 2025』

大会運営においては、走行時にCO₂を排出しない車両を活用するなど、環境に配慮した取り組みを行いました。また、本大会のテレビ・ラジオ放送で使用したスタジオなどは実質再生可能エネルギー由来の電力を利用しています。その上で大会運営・中継に伴い排出されたCO₂の一部である約47t-CO₂(当社算定)について、J-クレジットを関西地域の森林関連プロジェクトから購入し、カーボンオフセットを実施しました。



その他のトピックス

グループを通じたキャンペーン
「アスミライブプロジェクト」

視聴者・リスナー・生活者と共にSDGsや、持続可能な未来について考え、行動するきっかけをコンテンツを通じて提供する活動を展開しています。

ラジオを通じた取り組み
「笑い飯哲夫のしんぶん教室」

お笑い芸人コンビ「笑い飯」の哲夫さんが先生役となり、子どもたちにも新聞の内容を分かりやすく授業する教育バラエティ番組を朝日放送ラジオ(以下 ABCラジオ)で放送しています。

インターネットを通じた取り組み
「バーチャル高校野球」

子どもたちの健やかな成長を支援する重要な取り組みの1つです。インターネット上で、いつでもどこでも高校野球が楽しめる配信サービスです。

情報番組を通じた取り組み
「おはよう朝日です」

2024年で45周年を迎えた朝の情報番組です。2022年からは放送の枠を超え、「おは朝パーク」「おは朝ファミリーコンサート」「おは朝キッズ 学び体験教室」といったイベントを展開し、子どもたちと交流しながら、その成長を応援しています。

サステナビリティ

事業を通じた社会課題解決への貢献

地域創生 ～コミュニティへの貢献

当社グループは、メディアと地域をつなぐ様々な活動を通じて、地域創生とコミュニティへの貢献を推進してきました。

これからも多様なパートナーと連携し、社会課題の解決と持続可能な地域づくりに挑戦します。

社会と育む、新たな事業価値

歴史リアル“謎解き”ゲームで地域の魅力発信

当社グループでプロモーション、イベント企画・制作などを担うマッシュは、日本全国にある城や神社仏閣など、地域の歴史資源を活用した歴史リアル謎解きゲーム「謎の城」「開運なぞ詣」をオリジナルコンテンツとして展開しています。その土地の歴史文化を掘り起こした謎を解くことで、地域の魅力を再発見できる内容となっており、参加者の周遊性向上や滞在時間の延長にもつながっています。観光振興の観点からも注目されており、地域の特色を活かした持続可能な経済・社会の実現に貢献しています。

沖縄発アジア最大級のモーションキャプチャスタジオ

ABCアニメーショングループのABCオプテラススタジオ(旧CGCGスタジオ)は、沖縄の自然や文化、先端技術を融合し、映画やアニメ、ゲームなどの3DCG制作を国内外から受託しています。琉球空手や組踊を題材にしたVR・文化コンテンツ制作にも取り組み、沖縄文化の保存にも貢献しています。2015年からは「CGCGカレッジ」で地元の若者にCG技術を教え、卒業生を採用することで地域の雇用と産業活性化を

推進。スタジオは制作チームに集中できる環境を提供し、沖縄と都市部のCG業界連携や地域創生にも寄与しています。

社会課題に取り組む企業への投資

当社とコーポレートベンチャーキャピタルであるABCドリームベンチャーズは、2022年に関西を中心とした社会課題解決に取り組む企業の事業成長を支援する「SIF(ソーシャル・インタラクション・デザイン・ファンド)」を組成しました。本ファンドは、当社の出資を元に、ABCドリームベンチャーズが運営を担っています。SIFの運用総額は3億円、運用期間は15年で、将来的な社会的価値の創出を目指しています。

直近の投資先例

投資時期	社名(本社)	主な事業内容
2022年度	株式会社ロスゼロ (大阪市)	食品ロスを削減するプラットフォーム運営
2023年度	株式会社Halu (京都市)	インクルーシブデザインのプロダクトや子ども服等を企画・販売
2024年度	at FOREST株式会社 (神戸市)	遺骨を森林に埋葬するサービス 循環葬®RETURN TO NATURE
	Patentix株式会社 (草津市)	次世代半導体の研究開発により電力ロスの解決を目指す
2025年度	株式会社Casie (京都市)	絵画レンタルプラットフォーム運営によるアーティストの支援

その他のトピックス

- 「丹波篠山ABCマラソン」
- 兵庫県のゴルフ場で初ひょうご産業SDGs認証「ゴールドステージ」に認証
- 防災にかかわる各種取り組み
- 「上方落語をきく会」ABCラジオ、70年の歩み
- 絵本の読み聞かせ会「おはなしの森」
- 出前授業「エビシー教室」
- アナウンサーによる児童福祉支援

地域と共に歩む、持続可能な社会づくり

隈研吾氏デザインABC本社ビルの市民公開

ABC本社ビルを見学するガイドツアー「隈研吾デザインの放送局を訪ねて」を実施し、京阪神を中心に建築ファンが参加しました。世界的建築家の隈研吾氏のデザインによる当ビルは、再生木材を使用した遮熱性の高い千鳥格子のルーバーや、屋上緑化によるヒートアイランド対策など、環境へ配慮を施した建物として評価されています。また、ABC本社のある大阪・中之島は、水都大阪の中でも象徴的なエリアであり、美術館や科学館、図書館やコンサートホールなど多彩な文化施設や歴史的建造物が存在しています。当ビルは、当社グループと地域社会にとって、街の景観上、高い文化価値を有するもので、今後もこのような地域の文化情報の発信などの取り組みにより、地域文化のさらなる活性化や賑わいに貢献していきます。

国際NGO「セーブ・ザ・チルドレン」とのパートナーシップ

2011年の東日本大震災時の「子ども支援募金」を機に取り組みを開始しました。朝日放送テレビでは、2021年からセーブ・ザ・チルドレンのテレビCM「『子どもの声が、世界を変えろ』編 supported by ABC」を無償枠で放送しています。

詳しくはサステナビリティレポートをご参照ください。

➡ サステナビリティレポート
<https://corp.asahi.co.jp/ja/csr/report.html>

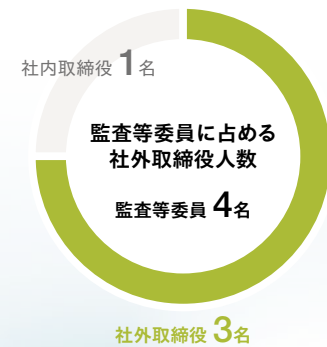
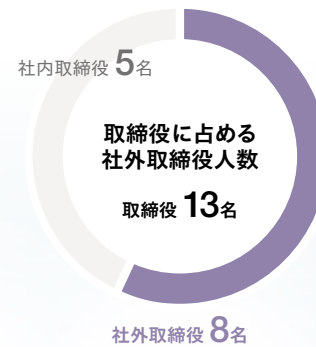
コーポレートガバナンス

Corporate Governance

Contents

- 46 社外取締役の紹介
- 47 コーポレートガバナンス強化への取り組み
- 48 役員の紹介
- 50 スキル・マトリックス
- 51 コーポレートガバナンス(基本的な考え方・体制)
- 53 コーポレートガバナンスの充実への取り組み
- 54 指名・報酬委員会
- 55 株主・投資家との対話
- 56 内部統制システム —コンプライアンスの推進と浸透—

コーポレートガバナンス 社外取締役の紹介



本庄 武宏

黒田 章裕

池坊 専好

藤岡 実佐子

大川 順子

加藤 治彦

中村 史郎

西 新

独立社外取締役

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンス強化への取り組み

当社は、取締役会の経営に対する監督機能の強化、監督と執行の分離による経営の透明性および意思決定の迅速化を目的とし、2018年に監査等委員会設置会社へ移行、2019年には執行役員制度および指名・報酬委員会を導入。さらに2022年にはサステナビリティ推進委員会を設置する等、コーポレートガバナンスの継続的な改善・強化に取り組んでいます。

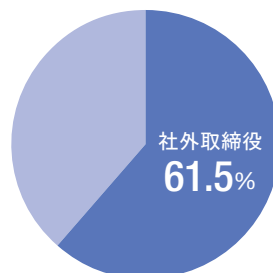
また、取締役会の構成は、取締役の3分の1以上を社外取締役で構成し、うち複数名は独立社外取締役とすることを、取締役基本規則で定めています。また候補者の選定に当たっては、プライム市場上場会社として、ジェンダー等の多様性やスキルの観点を含め検討しています。2025年8月末現在の取締役会の構成は、取締役13名のうち社外取締役が8名で、3分の1以上を占めており、うち独立社外取締役は6名です。

➡ 指名・報酬委員会 P54

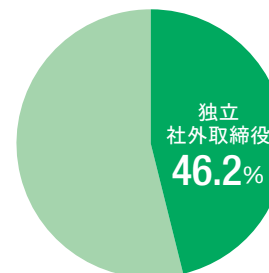
ガバナンス強化の推移

		2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
取締役会	総数	15名	14名	13名	12名	12名	13名	13名	13名
	うち社外取締役	6名	6名	6名	6名	7名	8名	8名	8名
	うち独立社外取締役	4名	4名	4名	4名	5名	6名	6名	6名
監査等委員会	総数	5名	5名	5名	5名	4名	4名	4名	4名
	うち社外取締役	3名	3名	3名	3名	3名	3名	3名	3名
指名・報酬委員会	総数		4名	4名	5名	5名	5名	5名	5名
	うち独立社外取締役		2名	2名	3名	3名	3名	3名	3名
ガバナンス強化の取り組み		監査等委員会設置会社移行							
		譲渡制限付株式報酬制度(RS)導入							
		執行役員制度導入							
		指名・報酬委員会設置							
		サステナビリティ推進委員会設置							
上場市場		東京証券取引所市場第一部				東京証券取引所プライム市場			

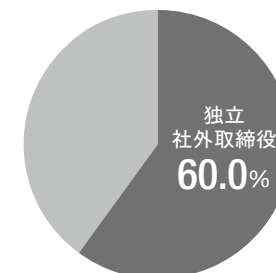
● 取締役会での社外取締役比率



● 取締役会での独立社外取締役比率



● 指名・報酬委員会での独立社外取締役比率



コーポレートガバナンス

役員の紹介 (2025年8月末現在)



西出 将之
代表取締役社長
全般統括
指名・報酬委員

主な兼職	朝日放送テレビ(株)非業務執行取締役
取締役就任	2025年 6月
所有する当社株式	26,766株



今村 俊昭
代表取締役副社長
全般統括補佐、放送事業 担当

朝日放送テレビ(株)代表取締役社長
2024年 6月
38,771株



山本 晋也
取締役(取締役会議長)
内部監査 担当
指名・報酬委員

朝日放送テレビ(株)代表取締役会長、(株)テレビ朝日取締役
2011年 6月
113,424株



胡摩々野 洋
取締役執行役員
総務、人事、東京支社 担当

主な経歴 (社外取締役)	
主な兼職	
取締役就任	2025年 6月
所有する当社株式	5,885株



本荘 武宏
取締役
指名・報酬委員
社外取締役
独立役員

2015年 4月 大阪瓦斯(株)代表取締役社長・ 社長執行役員
大阪瓦斯(株)取締役会長
2021年 6月
0株



黒田 章裕
取締役
指名・報酬委員会 委員長
社外取締役
独立役員

1989年 8月 コクヨ(株)代表取締役社長 (2011年 3月~同社代表取締役、社長執行役員)
2015年 3月 同社代表取締役会長
コクヨ(株)会長(非常勤)
2018年 6月
0株



池坊 専好
取締役
社外取締役
独立役員

主な経歴 (社外取締役)	1989年11月 華道家元池坊 次期家元指名
主な兼職	池坊華道会 副理事長 京都経済同友会副代表幹事
取締役就任	2023年 6月
所有する当社株式	0株



中村 史郎
取締役
社外取締役

2021年 4月 (株)朝日新聞社代表取締役社長
(株)朝日新聞社代表取締役会長 (一社)日本新聞協会会長
2025年 6月
0株



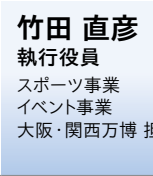
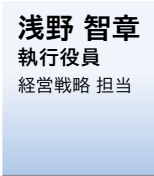
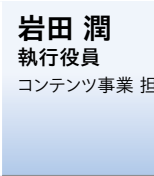
西 新
取締役
社外取締役

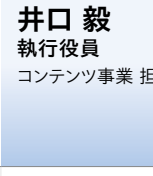
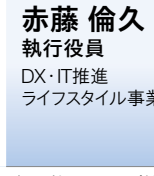
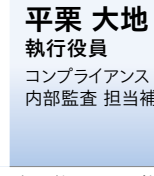
2019年 6月 (株)テレビ朝日ホールディングス取締役
(株)テレビ朝日ホールディングス取締役副社長 (株)テレビ朝日代表取締役社長
2025年 6月
0株

コーポレートガバナンス

役員の紹介 (2025年8月末現在)

		岡村 邦則 取締役 監査等委員		藤岡 実佐子 取締役 監査等委員 社外取締役 独立役員		大川 順子 取締役 監査等委員 社外取締役 独立役員		加藤 治彦 取締役 指名・報酬委員 監査等委員 社外取締役 独立役員
主な経歴 (社外取締役)		1988年 6月 扶桑化学工業(株)社外取締役 1989年 3月 帝國製薬(株)取締役 1999年 3月 同社代表取締役		2009年 7月 国税庁長官 2011年 6月 (株)証券保管振替機構 代表取締役社長 2015年 7月 同社 取締役兼代表執行役社長		2013年 6月 日本航空(株)取締役専務執行役員 2016年 4月 同社代表取締役専務執行役員 2018年 4月 同社取締役副会長		2009年 7月 国税庁長官 2011年 6月 (株)証券保管振替機構 代表取締役社長 2015年 7月 同社 取締役兼代表執行役社長
主な兼職	朝日放送ラジオ(株)監査役	帝國製薬(株)代表取締役社長 扶桑化学工業(株)代表取締役会長		KDDI(株)社外取締役 東京電力ホールディングス(株)社外取締役		ニチコン(株)社外取締役 中部電力(株)社外取締役		ニチコン(株)社外取締役 中部電力(株)社外取締役
取締役就任	2025年 6月	2020年 6月		2022年 6月		2024年 6月		2024年 6月
所有する当社株式	0株	0株		0株		0株		0株

		竹田 直彦 執行役員 スポーツ事業 イベント事業 大阪・関西万博 担当		浅野 智章 執行役員 経営戦略 担当		岩田 潤 執行役員 コンテンツ事業 担当		熊田 容子 執行役員 経理、IR 担当
主な兼職	朝日放送テレビ(株)取締役	朝日放送テレビ(株)取締役		朝日放送テレビ(株)取締役		朝日放送テレビ(株)取締役		朝日放送テレビ(株)取締役
執行役員就任	2022年 4月	2022年 4月		2024年 4月		2024年 4月		2024年 4月
所有する当社株式	21,852株	12,062株		7,585株		5,885株		5,885株

		井口 毅 執行役員 コンテンツ事業 担当補佐		赤藤 倫久 執行役員 DX・IT推進 ライフスタイル事業 担当		平栗 大地 執行役員 コンプライアンス 担当 内部監査 担当補佐		
主な兼職		朝日放送テレビ(株)取締役		朝日放送テレビ(株)取締役		朝日放送テレビ(株)取締役		
執行役員就任	2025年 4月	2025年 4月		2025年 4月		2025年 4月		
所有する当社株式	2,949株	2,949株		0株		0株		

コーポレートガバナンス スキル・マトリックス

以下の一覧表は、各取締役の経験などを踏まえ、特に期待するスキル上位4つを表しており、取締役の有するすべての知見を表するものではありません。

役職	氏名	社外	独立	新任／再任	取締役 在任年数	取締役会 出席回数	監査等委員会 出席回数	指名・ 報酬委員会	企業経営	メディア業界 知見	財務・会計	DX/ テクノロジー	組織・ 人材開発	ダイバーシティ	ガバナンス	サステナビリティ・ ESG
代表取締役社長	西出 将之			新任	—	—		●	●	●	●				●	
代表取締役副社長	今村 俊昭			再任	1年	9回／9回			●	●		●			●	
取締役(取締役会議長)	山本 晋也			再任	14年	9回／9回		●	●	●			●		●	
取締役執行役員	胡摩々野 洋			新任	—	—						●	●		●	●
取締役	本荘 武宏	●	●	再任	4年	9回／9回		●	●		●				●	●
	黒田 章裕	●	●	再任	7年	8回／9回		●	●					●	●	●
	池坊 専好	●	●	再任	2年	9回／9回							●	●	●	●
	中村 史郎	●		新任	—	—			●	●			●	●		
	西 新	●		新任	—	—			●	●		●			●	
取締役 (監査等委員)	岡村 邦則			新任	—	—	—			●	●		●		●	
	藤岡 実佐子	●	●	再任	5年	8回／9回	9回／10回		●		●			●	●	
	大川 順子	●	●	再任	3年	8回／9回	10回／10回		●				●	●		●
	加藤 治彦	●	●	再任	1年	9回／9回	10回／10回	●	●		●			●	●	

※表内の記載対象期間は、総会開催日(2024年6月26日～2025年6月24日)を基準としています。

(社外取締役の独立性について)

当社が定める社外取締役の独立性に関する基準、および、東京証券取引所が一般株主保護のために確保することを義務付けている独立役員の基準を満たしております。

社外取締役の独立性に関する基準
<https://corp.asahi.co.jp/ja/ir/governance/standard.html>

当社は執行役員制度を導入しております。

各執行役員が保有する業務執行における主たるスキル4つを表しております。

役職	氏名	経営戦略・ 財務会計	メディア業界 知見	コンテンツ 事業	ライフスタイル 事業	組織・ 人材開発	DX/ テクノロジー	マーケティング	リスク マネジメント
執行役員	竹田 直彦		●	●		●		●	
	浅野 智章	●			●		●		●
	岩田 潤		●	●		●		●	
	熊田 容子	●	●	●		●			
	井口 毅		●	●		●		●	
	赤藤 倫久	●			●		●		●
	平栗 大地		●				●	●	●

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンス

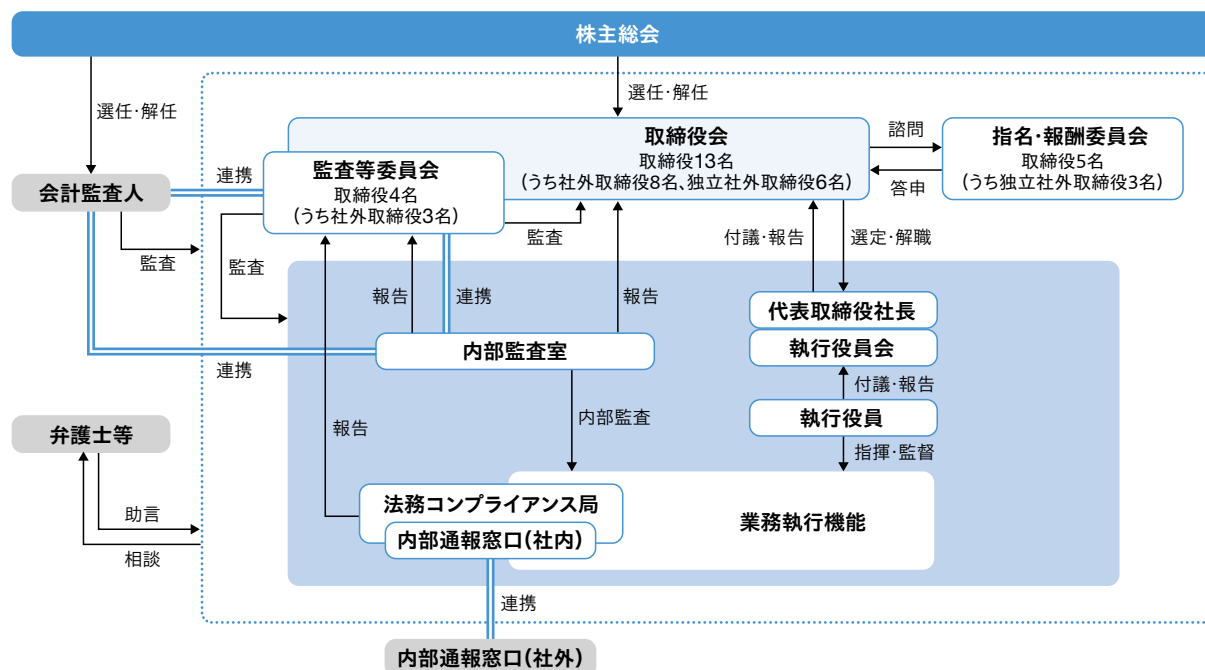
基本的な考え方

当社は、会社を持続的に成長させるには、株主、視聴者、リスナー、顧客、広告主、取引先、従業員、地域社会などの多様なステークホルダーの皆さまとの適切な協働が不可欠であるとの考えのもと、ガバナンス環境の整備を進めています。

放送事業を中核とした企業グループとして、放送法をはじめとする各関係法令を遵守しつつ、高い公共性と社会的責任を強く自覚し、社会と文化の発展に寄与しています。その上で、国民の財産である電波の有効利用を負託され

た報道機関として、市民生活の保全と発展に貢献する情報発信を続けられる経営基盤の維持を前提に、ステークホルダーの皆さまとの良好な関係を築き、その期待に応えるべく、企業価値の向上に努めます。また、当社はコーポレートガバナンスのための機関設計として、監査等委員会設置会社を選択しています。取締役会が会社の持続的成長・企業価値の向上を推進する役割を担うとともに、独立性のある社外取締役と監査等委員会が経営に対する実効性の高い監督・監査をできる体制を構築しています。

コーポレートガバナンス体制



(取締役会)

取締役会の主要な責務の1つは「経営陣・取締役に対する、実効性の高い監督」を継続することだと考えています。当社の取締役会は、放送事業を中心とするグループの経営に関する管理・監督を健全かつ適切に遂行できる知識と経験を有し、実践的な見識と成熟した判断能力を備えた業務執行取締役、ならびに豊富な経営の経験・知見を持つ多様な社外取締役にによって構成されています。

(監査等委員会)

監査等委員会では業務執行全般に精通した常勤の監査等委員1名と社外監査等委員が連携し、監査等委員会では定めた監査基準に基づいた実効性のある監査を行っていくなど、業務執行取締役および執行役員に対する監督機能を果たしております。また、監査等委員会事務局に業務執行者から独立した事務長を置き、監査等委員会の機能強化に向けた取り組みを実施しています。監査等委員会による監査計画および監査実施に関しては、監査等委員会と会計監査人が定期的に報告会を開催し、期待される監督機能を果たしています。また、法務コンプライアンス局長は、当社および子会社の業務・財務に重大な影響を及ぼすおそれのある事実やコンプライアンス違反のおそれのある事実を把握した場合、ただちに監査等委員会に報告することとしています。

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンス

(指名・報酬委員会)

当社は、取締役会の諮問機関として、指名・報酬委員会を設置しています。詳細はP54に記載しています。

(内部監査室)

当社は、取締役会直属の内部監査室を設置し、「内部監査規定」に基づいて、当社および子会社の業務遂行やコンプライアンス体制、リスク管理および内部統制システムなどの運用状況を監査し、その結果について、内部監査報告書等により、取締役会および監査等委員会に報告を行っています。

(執行役員会)

当社は、監督機能と業務執行機能を明確に分離し、コーポレートガバナンスを強化する目的で執行役員制度を導入しています。業務執行取締役と執行役員で構成される執行役員会では、事業戦略や経営課題、財務に係る重要事項の協議や、取締役会から委任された業務執行の決定を担っています。なお、取締役会に上程される事項は、原則として事前に執行役員会で審議します。

上場関連会社のガバナンス体制の実効性確保

当社には、持分法適用関連会社の(株)ディー・エル・イーがあります。当社は、グループ会社に対して「朝日放送グループ会社経営管理規則」を定めて、グループ内の情報共有および業務上の報告のルールを定めており、子会社の重要な情報についての当社への報告を義務付けていますが、(株)ディー・エル・イーおよびその子会社に対しては、この規則を適用せず、個別にガバナンスに関する契約を結ぶことで、(株)ディー・エル・イーの少数株主の利益を害することなく、上場会社として独立した意思決定の担保を図っています。

政策保有株式

当社は、純投資目的においては、株式を保有しない方針です。ただし、純投資以外の目的で、当該会社の株式(政策保有株式)を取得・保有することは否定しません。

政策保有株式を新たに取得する場合は、コーポレートガバナンス・コードの原則(1-4)を踏まえ、諮問機関である政策保有株式検討会議にて、得られる便益や効果が資本コストに見合っているかを具体的かつ十分に検討した上で、執行役員会で承認することとしています。

保有を継続する際も同様に、毎年、政策保有株式検討会議で妥当性を検討し、取締役会に報告しています。妥当性が認められない政策保有株式は、相手先企業との必要十分な対話を経た上で、執行役員会の承認を得て売却します。

2024年度も保有目的の再検討を進め、一部株式の売却を実施しています。

※特定投資株式の保有目的、保有効果、株式数の増減理由などについては、2025年6月23日に提出した有価証券報告書に記載の通りです。



有価証券報告書 2025年3月期(第98期)株式の保有状況 P61-62
<https://data.swcms.net/file/abc/dam/jcr:9d6d0978-a157-4be3-950b-03c3085b37bb/S100VZPT.pdf>

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンスの充実への取り組み

(取締役会)

取締役会は10回開催され、取締役会では、法令および定款等に基づく決議事項の審議のほか、各事業セグメントからの報告や定期的な内部監査報告などに加え、各事業の収支改善に向けた議論や投資ガイドライン、人権に関する取り組みなど、中長期的な成長や、ガバナンス、サステナビリティの観点から積極的な議論がなされました。2024年度も「社外取締役と外部会計監査人等との意見交換会」、「社外取締役・監査等委員の意見交換会」を開催したほか、グループ会社の事業を紹介する場を設け、グループの状況についての理解を促進し、その現況や戦略についての意見交換を行いました。

(監査等委員会)

監査等委員会は10回開催され、十分に取締役に対する監督機能を果たしています。また、第98期には「中期経営戦略2021~2025 “NEW HOPE”の目標達成に向けた業務遂行におけるリスクマネジメントの状況」「グループ各社における内部統制、経営管理体制(人事・労務管理を含む)の整備・運用状況」「グループ成長のための投資活動等における検討プロセスおよび検討後のフォローアップならびに規定・ガイドラインの整備・運用状況」などをテーマに監査を実施しました。

(指名・報酬委員会)

開催回数は6回で、いずれも全委員が出席し、代表取締役社長の業績評価、後継者育成計画(サクセッションプラン)、役員報酬の基本設計および執行役員の選任や取締役候補者の選定、代表取締役社長の選定などを審議しました。

コーポレートガバナンス

指名・報酬委員会

指名・報酬委員会の構成と役割

当社は、取締役会の諮問機関として、指名・報酬委員会を設置しています。委員会は独立社外取締役である委員を過半数として構成し、年に複数回開催、代表取締役社長の評価、後継者育成計画、取締役候補者選定、取締役報酬の基本設計等について審議・答申することになっています。現在の委員会は、独立社外取締役3名、代表取締役社長および取締役会議長の合わせて5名で構成し、実効性の高い審議に努めています。

代表取締役社長の評価と選解任

当社の最高経営責任者である代表取締役社長は、経営方針や中長期の重点目標、短期の業績目標等を年度ごとに委員会に提示し、その達成度等について報告しています。社長以外の各委員はその業績を評価し、都度適切な助言を行っています。その上で委員会として、その再任、解任について審議、答申を行います。

後継者育成計画(サクセッションプラン)

委員会の重要な仕事の1つが、後継者育成計画(サクセッションプラン)です。中長期的な戦略に基づいて、次期社長となる人物に求められる資質を特定し、その要件定義に合う複数の候補者を選定しています。各委員が候補者全員と個別面談、評価などを継続しながら、後継候補を絞り込んでいきます。

取締役候補者選定

定時株主総会に付議する取締役候補者の選定および執行役員の任用については、代表取締役が当社の部門およびグループ会社の事業を統括するために必要な経験、知識、能力を有する人材を選出し、指名・報酬委員会に諮ります。委員会は候補者に対して審議を行い、取締役会に答申しています。

取締役の報酬

(取締役の報酬の設計と決定手続き)

業務執行取締役の報酬の基本設計については、指名・報酬委員会への諮問・答申を経て決定されています。各業務執行取締役の年額報酬等については、毎年、定時株主総会終了後に開催される取締役会で、指名・報酬委員会において承認された基本設計に則り、当社の全般を統括する代表取締役社長への一任を含め、決議しています。非金銭報酬(株式報酬)は、指名・報酬委員会において承認された内容に基づき、取締役会で業務執行取締役等への支給株式数を決議しています。

現在、業務執行取締役の報酬は、年額報酬および賞与で構成し、年額報酬は固定報酬としての基本報酬と役位給、代表給に加え、業績連動報酬としての業績給からなっており、それぞれ算定基準を定めています。基本報酬および役位給、代表給は金銭報酬で構成し、その他の報酬は金銭報酬および株式報酬で構成しています。賞与は、グルー

プ連結経常利益が一定以上計上されることを条件として、前事業年度の業績に応じて年1回、支給することとしています。

社外取締役の報酬は、業務執行から独立した立場にあることに鑑み、業績により変動する要素を排除した報酬体系・報酬水準を定めています。

監査等委員の報酬の構成は、年額報酬(固定報酬)のみであり、報酬額は、監査等委員の協議により決定しています。

(中長期的なインセンティブ報酬)

株価に対して株主と利害を共有し、経営陣に株主目線での経営を促すとともに、中長期の業績向上インセンティブを与えるため、当社は業務執行取締役に対し、金銭報酬とは別に、取締役会決議によって、非金銭報酬債権として年額8,000万円、年15万株以内で譲渡制限付株式を付与し、在任期間中は売却等ができないものとしています。

コーポレートガバナンス

株主・投資家との対話

株主との建設的な対話を促進するための取り組みは以下の通りです。

1. 当社は、株主・投資家との建設的な対話を促進するための体制、取り組みに関して、「IR・情報開示方針」を策定し、当社ウェブサイトに掲載しております。

IR・情報開示方針
<https://corp.asahi.co.jp/ja/ir/policy.html>

2. 原則として年に2回(5月・11月)、社長出席の下、アナリスト・機関投資家向け決算説明会を実施し、業績や経営計画の進捗状況等に関する説明を行っており、後日、質疑応答を含む、説明内容のスク립トを当社ウェブサイトに掲載しています。
3. 株主窓口や主要なIRツールの作成については、総務局コーポレート戦略部が担当し、経理局、経営戦略局と連携して業務に当たっています。
4. 株主・投資家との対話において把握した意見や提案は、記録・保存し、適宜、取締役会や執行役員会等を通じて経営層に報告します。
5. IR業務に関係する担当者は、インサイダー情報の管理について十分な知識を有しております。また、四半期ごとの決算発表前3週間をサイレント期間とし、決算に関する問合せへの回答・コメントを控えております。

上記のほか、海外機関投資家向けに、四半期ごとに決算短信および補足資料等を英訳して同時開示するとともに、業績および財務ハイライトを英訳にてグラフ化して当社ウェブサイト上に掲載しています。また、決算説明会の内容についても、後日、質疑応答を含む説明内容を英訳したスク립トをウェブサイト上に掲載しています。

統合報告書の英文版についても、ウェブサイト上に掲載しています。

株主・投資家との対話の実施状況など

1. 主な対応者

当社は、株主・投資家との対話を活性化し、エンゲージメントをさらに高めるため、アナリストおよび投資家との個別面談やミーティングを随時実施しています。面談の対応は、属性や関心事を踏まえ、取締役または執行役員が適切に判断し、対応することを基本としています。

2. 対話を行った株主・投資家の概要

国内はメディアやエンターテインメントを担当するセルサイド・バイサイドアナリストを中心に、海外はバリュー、グロース等の様々な投資スタイルの投資家・インベストメントアドバイザー等との対話を実施しています。

対話における主なテーマ

- ・業績予想の背景
- ・事業環境の分析および中長期的な事業戦略
- ・コンテンツビジネスの展望
- ・株主還元等の資本政策
- ・政策保有株式の保有状況と成長投資戦略

経営層へのフィードバックと経営への活用

対話を通じて得られた数多くの意見や課題については記録・保存し、適宜、取締役会や執行役員会等を通じて経営陣に報告し、経営計画等に反映しています。また対話を通じての情報開示ニーズに沿えるよう開示情報の充実を図っております。具体的には、当社事業の社会課題解決に向けて果たす役割や人財戦略と人権・非財務情報についての質問が増加していることを受け、統合報告書等での人的投資などの非財務情報の開示の充実に努めております。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

執行役員会、取締役会で現状の分析・評価についての審議を行い、その後、審議内容をもとに取締役会で改善に向けた方針を定め、コーポレートガバナンス報告書(2025年6月30日更新版 <https://corp.asahi.co.jp/ja/ir/governance/report/main/0/teaserItems1/0/linkList/03/link/CG20250630.pdf>)にて開示しています。取り組みについては、本報告書に記載しています。

➡ 朝日放送グループホールディングス社長メッセージ(「稼ぐ力」の再定義) P6-7

コーポレートガバナンス

内部統制システム — コンプライアンスの推進と浸透 —

当社は、企業としての持続的な成長と持続可能な社会の実現を両立させるために、業務の適正を確保し、株主やステークホルダーの信頼を高める取り組みを強化しています。コンプライアンス、内部監査、リスク管理の各体制を通じて、社会的責任を果たしつつ、環境や社会への影響を最小限に抑えることを目指しています。これにより、長期的な企業価値の向上を実現し、持続可能な成長を支える堅実な基盤を築いています。



内部統制システム構築の基本方針
<https://corp.asahi.co.jp/ja/ir/governance/foundation.html>

1

リスクマネジメント
体制

2

コンプライアンス
推進体制

3

情報セキュリティと
プライバシー保護体制

4

内部監査室

5

監査等委員会

6

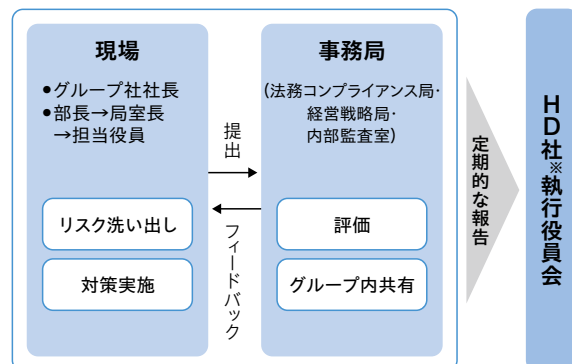
事業継続計画(BCP)

1 リスクマネジメント体制

当社グループは、2024年4月、目標達成に向けた過程において、一定の影響を及ぼすポジティブ・ネガティブ両面での不確実性をリスクと定義し、グループの行動や意思決定を形成するに当たって重要な要素と位置づけ、グループ各社のリスクを把握・管理できる体制を構築しました。新たな挑戦や可能性を追求するため、時に積極的にリスクを受け入れながらコントロールをして、機会を適切に捉え、成長につなげます。

平時

リスクマネジメント リポートライン



※HD社：朝日放送グループホールディングス

2 コンプライアンス推進体制

当社グループは「朝日放送グループコンプライアンス憲章」と「コンプライアンス行動規範」を制定しています。行動規範においては「反社会的な団体・個人からの圧力には毅然とした態度で臨み、一切かわりを持たない」旨を定めるとともに「反社会的勢力排除規定」を別途設け、反社会的勢力に対して利益や便宜を供与することがないよう、グループ各社の役員・従業員に徹底しています。すべての役員・従業員に対し、高い公共性と社会的責任を自覚すること、業務・私用にかかわらず、法令・倫理規範を遵守する意識を高めることを目的として定期的なコンプライアンス研修を行っています。

また、「朝日放送グループコンプライアンス規定」を制定し、コンプライアンス担当役員の下に法務コンプライアンス局を設置し、当社および子会社の役職員が法令などを遵守し、社会的倫理に則って行動するために必要な取り組みを実施しています。また、法務コンプライアンス局および社外に内部通報窓口を設置し、当社および子会社の役職員ほか関係者からコンプライアンス違反の疑義がある案件についての相談、報告を受け、問題の把握・対応に当たっ

ています。また、法務コンプライアンス局は、内部通報に係る体制の運用状況を定期的に代表取締役および取締役会に報告しています。

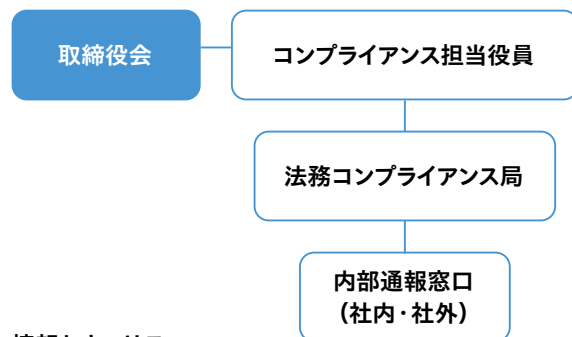
(内部通報制度の充実について)

当社グループは、通報者および調査協力者が不利益な扱いを受けることがないよう、社内窓口と社外窓口(弁護士事務所)を設置するとともに、公益通報対応業務従事者を指定しています。また、グループ全体に向けた研修等の中で、内部通報窓口の存在を改めて周知するとともに、安心して通報できることを伝えています。

コーポレートガバナンス

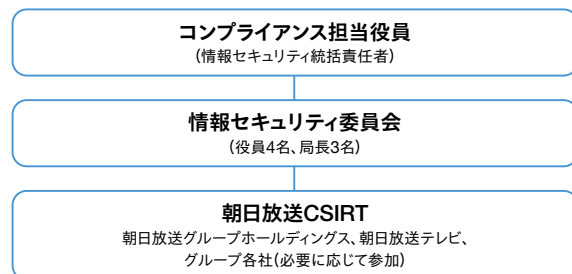
内部統制システム — コンプライアンスの推進と浸透 —

3 情報セキュリティとプライバシー保護体制



情報セキュリティ

当社グループは、「情報セキュリティ基本方針」に従って、情報システムのセキュリティ対策や、情報セキュリティに関するリテラシー向上のための教育・啓蒙の活動を行っています。コンプライアンス担当役員を長とする「情報セキュリティ委員会」を設置して、グループが所有する情報および情報システムを適切に管理しているほか、インシデントに対応するためのマニュアルを整備し、このマニュアルに則った迅速な対応ができるよう「朝日放送CSIRT」を設置しています。「朝日放送CSIRT」では、平時においても情報セキュリティ関連の情報収集や対応手順の策定、社員教育などを実施し、グループ全体の情報セキュリティの強化に努めています。



プライバシー保護体制

情報の適切な管理・保持および社会に対しての発信、提供は、当社グループの存立の根幹をなすことから、グループ各社においても、情報を紛失・悪用・漏洩等の脅威から守り、あらゆる関係者の信頼を強固なものにするために「個人情報の取り扱い方針」のもと、視聴者やユーザーの皆さまからお預かりした個人情報を適切に取り扱うよう努めています。また、法務コンプライアンス局にグループ全体を統括する「プライバシー保護チーム」を設置しています。

4 内部監査室

➡ 内部監査室 P52

5 監査等委員会

➡ 監査等委員会 P51

6 事業継続計画(BCP)

当社グループは、大規模災害や武力攻撃などの有事に備え、放送法(第108条)、災害対策基本法(第6条の2)、国民保護法(第8条の2)の遵守や、免許事業者の社会的責任として放送事業を継続的に遂行し、経営への影響を最低限に抑えることを目的として、事業継続計画を朝日放送グループホールディングス、朝日放送テレビ、朝日放送ラジオで定めています。計画書では事業継続が困難となる具体的事態※を想定し、それぞれの事態を引き起こす直接的原因を洗い出し、その防止策と復旧策を検討しています。

さらに事態が継続した場合の応急対応策と、部署別重要業務および人員配置計画についても、それぞれ詳細に検討しています。

具体的事態の原因になり得る大規模災害対応については、別途「災害対策マニュアル」を定め、災害時の行動を記載するとともに、定期的な防災訓練や避難訓練、緊急放送訓練を実施しています。施設および放送設備においては耐障害性の向上や冗長性を確保した機器選定、定期的なメンテナンスを行っており、社屋、敷地内に燃料や食料、水といった備蓄品を保管することでも大災害に備えています。

※具体的事態：本社機能の喪失、放送機能(テレビ、ラジオ)の喪失、ネット番組の喪失、伝染病等による人員の減少、東京支社機能の喪失

コンプライアンス研修とガイドブックの作成

一人ひとりがコンプライアンスを理解し実践するため、グループ全員を対象に年1回、コンプライアンス研修を実施しています。基本的な内容に加え、インサイダー取引やハラスメントの防止、個人情報保護の知識、内部通報窓口の周知等を行っています。

また、放送倫理の基礎を学ぶ放送倫理研修を、コンテンツ制作にかかわるグループ会社・従業員を対象に年1回実施しています。いずれもeラーニング方式で各々の業務時間に合わせ、受講できるようにしています。このほかコンプライアンスガイドブックも作成しています。



朝日放送グループ (ABC)とは

About Us

Contents

- 59 朝日放送グループの軌跡
- 61 朝日放送グループの「今の姿」
- 62 11年間の財務・非財務データ(連結ベース)
- 63 連結貸借対照表
- 64 連結損益計算書／連結キャッシュ・フロー計算書
- 65 株式情報

朝日放送グループ(ABC)とは

朝日放送グループの軌跡

時代の変化に対応し、時代をけん引する番組・コンテンツを創り、届け続けてきた実績

1951～ 創業期

1980～ テレビ全盛期

1990～ 変化の時代の幕開け

●1951 ラジオ本放送開始 ●1956 テレビ本放送開始 ●1961 大証二部上場

ABCの出来事

●1964 東京オリンピック ●1970 大阪万博

●1986 バブル時代とその崩壊 デジタル時代の到来 ●1995 阪神淡路大震災

躍進の始まりはお笑い路線

ラジオ・テレビを通じて
多くのヒット作を創出

生活者に寄り添うDNAも 創業期から

視聴者・リスナー参加型番組を続々開発



お笑い文化への貢献

「ABC漫才・落語新人コンクール」を
企画・放送

地域に根ざした 朝の情報番組がスタート

関西の朝の顔
「おはよう朝日です」が放送開始

進化を続ける“お笑いのABC”

お笑い×知的好奇心(「たけしの万物創世記」等)
お笑い×視聴者(「探偵!ナイトスクープ」等)

国内外の地域の魅力を届ける 全国ネット放送がスタート



スポーツを通じ視聴者・リスナーに感動を届け続けた実績

全国高校野球選手権大会中継開始

「熱闘甲子園」
※テレビ朝日と共同制作

報道を通じて信頼を獲得してきた実績

地域ニュースの取材／日々の報道

全国ネット日曜朝「サンデープロジェクト」
※テレビ朝日と共同制作

新事業へのチャレンジの歴史

日本初の住宅展示場を開発
(現ハウジング事業)ABCゴルフ倶楽部開場
テレビ通販事業参入

朝日放送グループ(ABC)とは 朝日放送グループの軌跡

生活者に寄り添う姿勢を堅持して時代のニーズに応え、番組・コンテンツを軸とする総合コンテンツ事業グループへ

2000～ 伝統と革新の融合

2010～ 番組・コンテンツの多面展開本格化

●2014 東証一部上場 ●2018 認定放送持株会社に

●2021 中期経営戦略発表 ●2022 東証プライム市場移行

●2008 リーマン・ショック

●2011 東日本大震災

●2020 新型コロナウイルス感染症世界流行

●2025 大阪・関西万博

“バラエティのABC”として全国に定着



視聴者に愛される番組を創出



総合コンテンツ事業グループとして
“新しいシアワセ”を創り、届ける※

コンテンツのリッチ化
ドラマ市場本格参入・
番組コラボイベント強化等

アニメ市場に本格参入



©ABC・A・東映アニメーション

深夜アニメ枠スタート

映画・配信・イベント・海外展開等事業ラインナップ拡大へ



©クール教信者・双葉社／ドラゴン生活向上委員会



©Spider Lily／アニプレックス・ABCアニメーション・BS11

コンテンツのマルチユースを拡大

スポーツを通じ視聴者・リスナーに感動を届け続けた実績

「バーチャル高校野球」配信開始

国境を越えたコンテンツ開発

報道を通じて信頼を獲得してきた実績

全国ネット日曜朝「グッド!モーニング」

※テレビ朝日・名古屋テレビ放送と共同制作

新事業へのチャレンジの歴史

テレビ通販事業参入

EC事業本格化

生活者・地域に寄り添った
新たな価値の提供

※中期経営戦略2021～2025ビジョン「創る、届ける、新しいシアワセを」



中期経営戦略2021～2025 “NEW HOPE”

<https://corp.asahi.co.jp/ja/ir/plan/main/05/teaseritems1/02/linkList/0/link/20210512medp.pdf>

朝日放送グループ(ABC)とは

朝日放送グループの「今の姿」



その他主な非連結グループ会社・関係会社

ベンチャー投資など



施設管理(警備・受付)



その他関係会社



放送事業



コンテンツ事業

コンテンツクリエイト

実写コンテンツを中心とした制作事業を中核に、スポーツ、歴史、エンターテインメント情報といった特色あるコンテンツを切り口に、デジタルメディアや地域創生といった分野への進出を図る



アニメ

ABCアニメーションを基幹とし、企画から2DおよびCGでのアニメ制作に加えて、関連グッズの商品化やゲーム化などのアニメ事業を担う



コンテンツ制作技術

グループの放送事業関連のコンテンツ制作を支える技術プロダクション。近年はVRイベント企画や配信作品の吹替、アニメ音響制作へ進出



ライツビジネス

グループのIP(知的財産)開発・マルチユースの戦略的推進と海外展開により、新たな市場を開拓



ウェブ系コンテンツ制作

ホールディングス社DX・メディアデザイン局と連携しデジタル分野のソリューションを提供



イベント

イベントの企画運営で人と社会とグループをつなげる。近年では、朝日放送テレビのコンテンツに関するイベント企画やグループのIP利用を積極的に推進



ライトコンテンツ等

ライトコンテンツを中心に展開



朝日放送グループ(ABC)とは

11年間の財務・非財務データ(連結ベース)

(単位:百万円)

(会計年度)	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
損益状況											
売上高	80,691	81,059	82,302	80,991	81,986	82,937	78,344	85,100	87,028	90,452	91,923
売上総利益	27,823	27,104	28,514	27,985	28,522	27,977	25,951	29,518	28,961	27,546	30,164
販売費及び一般管理費	23,138	23,039	23,541	23,735	24,260	24,588	23,256	25,315	26,366	26,714	27,572
営業利益	4,684	4,064	4,972	4,250	4,262	3,388	2,694	4,203	2,594	832	2,591
経常利益	4,830	4,407	5,261	4,539	4,591	3,633	3,033	4,792	2,661	723	2,506
親会社株主に帰属する当期純利益又は 親会社株主に帰属する当期純損失(△)	2,203	2,372	3,416	2,691	3,742	2,278	△930	2,671	1,354	△884	2,502
キャッシュ・フロー状況											
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,947	△126	6,806	4,803	3,286	4,546	5,952	4,689	2,951	5,658	5,299
投資活動によるキャッシュ・フロー	△6,562	209	△579	△5,113	△2,394	2,655	△10,311	△4,276	△5,046	△5,659	△3,809
フリー・キャッシュ・フロー	△615	83	6,226	△309	892	7,201	△4,359	412	△2,095	△1	1,489
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,757	△1,860	△1,202	△2,260	△53	3,203	4,583	543	△1,610	1,145	275
財政状態(会計年度末)											
総資産	103,116	99,596	101,979	102,680	107,788	114,786	119,079	123,788	122,305	123,225	128,538
有利子負債残高	1,946	1,014	592	495	981	6,674	11,910	12,518	12,187	14,125	15,251
自己資本	54,554	53,279	56,750	61,625	65,223	65,230	66,035	66,975	69,259	73,022	76,564
1株当たり情報											
親会社株主に帰属する当期純利益(純損失)(EPS)(円)	53.95	58.11	83.66	65.92	91.55	55.63	△22.69	64.97	32.42	△21.19	59.95
1株当たり純資産(BPS)(円)	1,335.91	1,304.70	1,389.70	1,509.06	1,594.83	1,591.64	1,609.44	1,604.91	1,659.63	1,748.02	1,834.61
配当金(円)	18	18	26	20	28	18	10	24	16	12	13
配当性向	33.4%	31.0%	31.1%	30.3%	30.6%	32.4%	—	36.9%	49.4%	—	21.7%
財務指標											
営業利益率	5.8%	5.0%	6.0%	5.2%	5.2%	4.1%	3.4%	4.9%	3.0%	0.9%	2.8%
経常利益率	6.0%	5.4%	6.4%	5.6%	5.6%	4.4%	3.9%	5.6%	3.1%	0.8%	2.7%
自己資本当期純利益率(ROE)	4.2%	4.4%	6.2%	4.5%	5.9%	3.5%	△1.4%	4.0%	2.0%	△1.2%	3.3%
自己資本比率	52.9%	53.5%	55.6%	60.0%	60.5%	56.8%	55.5%	54.1%	56.6%	59.3%	59.6%
設備投資	2,641	4,474	3,900	5,477	2,689	2,585	5,116	8,468	7,991	4,094	5,770
減価償却費	3,347	3,299	2,841	2,971	3,031	3,223	3,088	3,246	3,740	3,613	3,542
非財務データ											
連結グループ従業員数	869名	883名	907名	918名	1,167名	1,356名	1,456名	1,509名	1,561名	1,722名	1,692名
テレビ世帯視聴率 ※ビデオリサーチ調べ(関西)											
全日帯(6-24時) [順位]	7.5%[2位]	7.4%[2位]	7.6%[2位]	7.4%[2位]	7.3%[4位]	7.3%[3位]	7.5%[3位]	7.0%[2位]	6.4%[2位]	6.2%[1位]	6.3%[1位]
ゴールデン帯(19-22時) [順位]	11.3%[2位]	11.1%[2位]	11.1%[2位]	10.8%[2位]	10.8%[3位]	10.9%[2位]	10.8%[3位]	10.1%[3位]	9.7%[1位]	8.8%[1位]	8.8%[1位]
プライム帯(19-23時) [順位]	12.1%[2位]	11.7%[2位]	11.7%[2位]	11.3%[2位]	11.3%[2位]	11.5%[1位]	11.4%[1位]	10.6%[1位]	10.0%[1位]	9.3%[1位]	9.2%[1位]
プライム2帯(23-翌日1時) [順位]	8.8%[1位]	8.4%[1位]	8.2%[1位]	7.6%[1位]	7.1%[2位]	6.5%[2位]	6.0%[2位]	5.5%[2位]	5.2%[2位]	4.8%[2位]	4.6%[1位]
テレビ個人全体視聴率 ※ビデオリサーチ調べ(関西)											
全日帯(6-24時) [順位]	—	—	—	3.9%[2位]	3.9%[3位]	3.9%[3位]	4.0%[3位]	3.8%[2位]	3.6%[2位]	3.5%[1位]	3.4%[1位]
プライム帯(19-23時) [順位]	—	—	—	6.3%[2位]	6.5%[2位]	6.6%[2位]	6.6%[2位]	6.1%[2位]	5.9%[2位]	5.5%[1位]	5.3%[1位]
自社制作率 ^{注1}	34.1%	35.0%	34.9%	34.0%	33.8%	36.9%	38.0%	37.6%	38.8%	39.7%	39.92%
総廃棄量 ^{注2・注3}	206.2t	210.9t	229.6t	210.7t	196.8t	213.3t	174.0t	171.1t	188.2t	169.9t	145.1t
リサイクル率 ^{注3}	68.4%	68.0%	69.5%	68.6%	72.1%	73.0%	72.2%	71.1%	71.7%	71.0%	67.2%

注1: 自社制作率は朝日放送グループ各社制作番組時間/総放送時間(4月の基本番組表に基づく)

注2: 大阪本社屋(朝日放送グループホールディングス・テレビ・ラジオ本社)、アネックスビルの総廃棄量

注3: 2015年よりABC開発本社ビルを追加して積算

朝日放送グループ(ABC)とは
連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2024/3	2025/3
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	24,353	21,879
受取手形、売掛金及び契約資産	14,088	16,034
有価証券	1,200	5,199
棚卸資産	1,988	1,819
未収還付法人税等	277	158
その他	3,676	4,437
貸倒引当金	△191	△1
流動資産合計	45,393	49,526
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	35,295	37,186
減価償却累計額	△18,180	△18,480
建物及び構築物(純額)	17,115	18,706
機械装置及び運搬具	24,136	25,043
減価償却累計額	△16,804	△17,777
機械装置及び運搬具(純額)	7,331	7,265
工具、器具及び備品	2,050	2,088
減価償却累計額	△1,486	△1,538
工具、器具及び備品(純額)	563	550
土地	15,941	16,771
リース資産	167	161
減価償却累計額	△121	△134
リース資産(純額)	45	26
建設仮勘定	761	82
有形固定資産合計	41,759	43,403
無形固定資産		
ソフトウェア	1,631	1,264
ソフトウェア仮勘定	3	69
のれん	532	618
その他	124	138
無形固定資産合計	2,292	2,091
投資その他の資産		
投資有価証券	19,293	17,354
長期貸付金	257	18
長期前払費用	4,601	4,802
退職給付に係る資産	2,651	5,593
繰延税金資産	3,644	2,411
その他	3,430	3,316
貸倒引当金	△115	△14
投資その他の資産合計	33,763	33,483
固定資産合計	77,815	78,978
繰延資産		
社債発行費	16	33
繰延資産合計	16	33
資産合計	123,225	128,538

(単位:百万円)

	2024/3	2025/3
負債の部		
流動負債		
短期借入金	172	50
1年内返済予定の長期借入金	484	511
1年内償還予定の社債	5,000	—
リース債務	20	7
未払金	8,631	10,118
未払費用	1,942	2,569
未払法人税等	356	292
役員賞与引当金	50	71
その他	6,007	6,877
流動負債合計	22,665	20,498
固定負債		
長期借入金	3,415	4,658
社債	5,000	10,000
リース債務	31	24
退職給付に係る負債	6,789	6,067
資産除去債務	1,473	1,438
長期預り保証金	6,406	6,400
繰延税金負債	290	180
その他	998	1,043
固定負債合計	24,406	29,813
負債合計	47,072	50,312
純資産の部		
株主資本		
資本金	5,299	5,299
資本剰余金	6,000	6,026
利益剰余金	53,764	55,765
自己株式	△36	△57
株主資本合計	65,028	67,033
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	3,623	3,461
為替換算調整勘定	△83	—
退職給付に係る調整累計額	4,453	6,069
その他の包括利益累計額合計	7,994	9,531
新株予約権	8	—
非支配株主持分	3,121	1,662
純資産合計	76,153	78,226
負債純資産合計	123,225	128,538

朝日放送グループ(ABC)とは

連結損益計算書

	(単位: 百万円)	
	2024/3	2025/3
売上高	90,452	91,923
売上原価	62,906	61,759
売上総利益	27,546	30,164
販売費及び一般管理費	26,714	27,572
営業利益	832	2,591
営業外収益		
受取利息及び配当金	235	259
補助金収入	58	28
デリバティブ収益	15	62
その他	147	114
営業外収益合計	457	464
営業外費用		
支払利息	40	87
持分法による投資損失	249	268
固定資産処分損	43	34
貸倒引当金繰入額	70	4
投資事業組合運用損	106	89
その他	56	64
営業外費用合計	566	549
経常利益	723	2,506
特別利益		
固定資産売却益	73	—
投資有価証券売却益	54	1,303
債務免除益	—	22
特別利益合計	128	1,326
特別損失		
投資有価証券評価損	84	—
減損損失	801	187
子会社清算損	—	120
投資事業損失	365	—
特別損失合計	1,251	307
税金等調整前当期純利益又は 税金等調整前当期純損失(△)	△400	3,525
法人税、住民税及び事業税	627	460
法人税等調整額	73	615
法人税等合計	700	1,076
当期純利益又は当期純損失(△)	△1,101	2,449
非支配株主に帰属する当期純利益(△)	△216	△52
親会社株主に帰属する当期純利益又は 親会社株主に帰属する当期純損失(△)	△884	2,502

連結キャッシュ・フロー計算書

	(単位: 百万円)	
	2024/3	2025/3
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益又は 税金等調整前当期純損失(△)	△400	3,525
減価償却費	3,613	3,542
減損損失	801	187
のれん償却額	130	113
子会社清算損益(△は益)	—	120
債務免除益	—	△22
貸倒引当金の増減額(△は減少)	68	10
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	△387	△1,283
受取利息及び受取配当金	△235	△259
支払利息	40	87
固定資産処分損益(△は益)	43	34
固定資産売却損益(△は益)	△73	—
投資有価証券売却損益(△は益)	△54	△1,303
投資有価証券評価損益(△は益)	84	—
投資事業損失	365	—
投資事業組合運用損益(△は益)	106	89
売上債権の増減額(△は増加)	1,898	△2,035
棚卸資産の増減額(△は増加)	826	141
仕入債務の増減額(△は減少)	394	1,605
出資金の増減額(△は増加)	△277	23
その他	△1,561	868
小計	5,385	5,444
利息及び配当金の受取額	272	339
利息の支払額	△36	△77
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	36	△407
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,658	5,299

	(単位: 百万円)	
	2024/3	2025/3
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△285	△22
定期預金の払戻による収入	328	263
短期貸付金の増減額(△は増加)	46	77
有形固定資産の取得による支出	△3,465	△4,567
有形固定資産の売却による収入	444	0
有形固定資産の売却に係る手付金収入	—	417
無形固定資産の取得による支出	△331	△330
長期前払費用の取得による支出	△1,887	△713
投資有価証券の取得による支出	△161	△42
投資有価証券の売却による収入	300	1,682
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の 取得による支出	△202	△139
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の 売却による支出	—	△440
その他	△445	4
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,659	△3,809
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の増減額(△は減少)	△30	△109
長期借入れによる収入	2,310	1,630
長期借入金の返済による支出	△587	△616
社債の発行による収入	—	4,971
社債の償還による支出	△13	△5,000
自己株式の取得による支出	△0	△66
配当金の支払額	△501	△501
非支配株主への配当金の支払額	△11	△11
リース債務の返済による支出	△21	△20
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,145	275
現金及び現金同等物に係る換算差額	1	0
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	1,144	1,765
現金及び現金同等物の期首残高	23,991	25,136
連結の範囲の変更に伴う現金及び 現金同等物の増減額(△は減少)	—	△0
現金及び現金同等物の期末残高	25,136	26,901

朝日放送グループ(ABC)とは

株式情報

株式情報 (2025年3月末現在)

発行可能株式総数 144,000,000株

発行済株式総数 41,833,000株

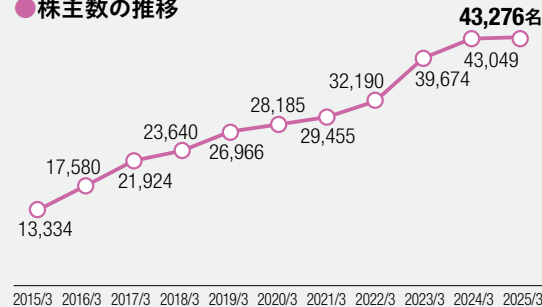
株主数 43,276名

●大株主の状況(上位10名)

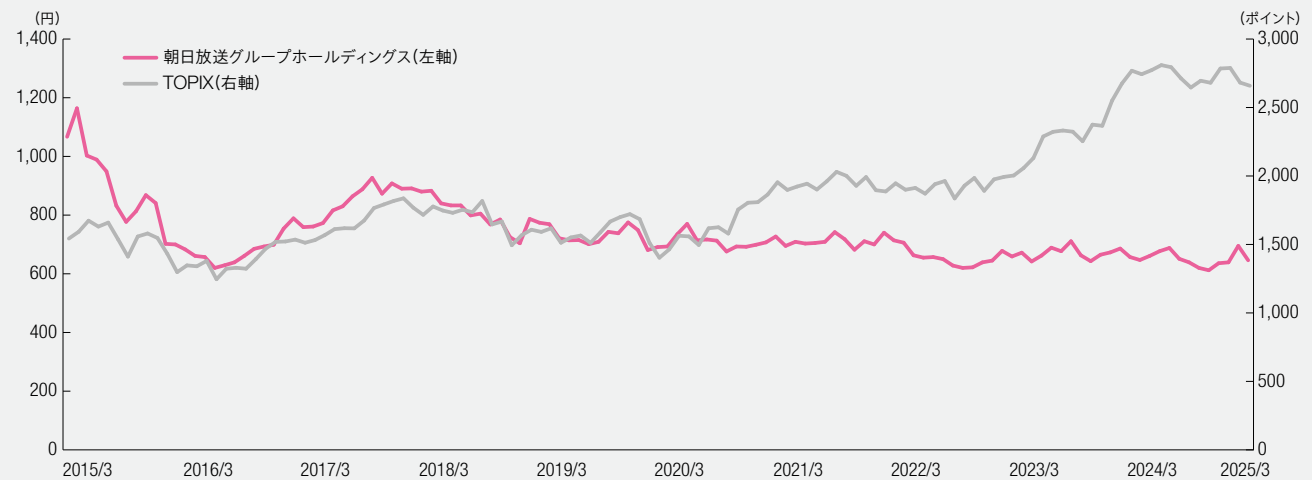
株主名	所有株式数 (株)	持株比率 (%)
株式会社朝日新聞社	6,224,900	14.92
株式会社テレビ朝日ホールディングス	3,877,600	9.29
公益財団法人香雪美術館	2,930,000	7.02
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1,767,311	4.23
学校法人帝京大学	1,571,000	3.76
朝日新聞信用組合	1,500,000	3.59
大阪瓦斯株式会社	1,065,000	2.55
株式会社嶋村吉洋映画企画	804,000	1.93
近鉄バス株式会社	800,000	1.92
株式会社竹中工務店	776,600	1.86

(注)当社は、自己株式99,391株を保有しております。また、持株比率は、自己株式を控除して計算しています。

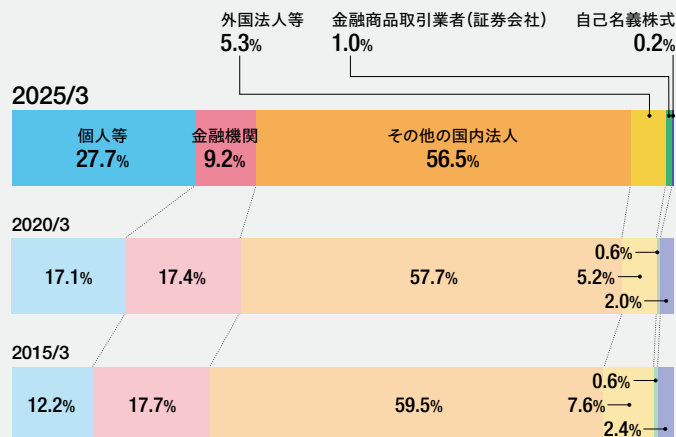
●株主数の推移



●株価推移(2015/3~2025/3)



●株主構成比(所有者別株式数比率)



●株主総利回り(TSR)※

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
朝日放送グループホールディングス	106.66	108.25	102.60	104.05	104.34
TOPIX(配当込み)	142.1	145.0	153.4	216.8	213.4

※株価の値上がり益(キャピタルゲイン)と配当を合わせた利回りを示し、2020年3月末日終値で投資した場合の各年3末日終値現在の利回りで算出しています。

●配当金・配当性向

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
配当金(円)	10	24	16	12	13
配当性向	—	36.9%	49.4%	—	21.7%

※2021年3月期、2024年3月期は当期純損失であったため、配当性向を記載しておりません。

朝日放送グループホールディングス株式会社

〒553-8503 大阪市福島区福島一丁目1番30号

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

会社概要



名称
朝日放送グループホールディングス株式会社

英文社名
Asahi Broadcasting Group Holdings Corporation

代表者
代表取締役社長 西出 将之

創立
1951年3月15日

資本金
52億9,980万円

上場証券取引所
東京証券取引所プライム市場(証券コード9405)

事業内容
認定放送持株会社

本社
〒553-8503 大阪市福島区福島一丁目1番30号
06-6458-5321(代表)

東京支社
〒105-0013 東京都港区浜松町二丁目3番1号
日本生命浜松町クレアタワー18階

情報開示体系

➡ ウェブサイト <https://corp.asahi.co.jp/ja/>

財務情報

- 中期経営戦略説明会資料
- 決算説明会資料
- 決算関連資料
 - ・ 有価証券報告書
 - ・ 決算短信
 - ・ 決算補足資料
- 招集通知

統合報告書



非財務情報

サステナビリティレポート



➡ サステナビリティレポート
<https://corp.asahi.co.jp/ja/csr/report.html>

- コーポレートガバナンス報告書

IR・情報開示 基本方針

朝日放送グループホールディングスは、株主・投資家をはじめ、視聴者、リスナー（聴取者）、広告主、取引先、従業員、地域社会など、あらゆるステークホルダーの皆さまを、当社グループのサポーターであり、「ABCファン」であると考えています。そうした前提で、グループの現状・業績とともに、経営方針や成長戦略を、公平に、正確に、かつ分かりやすくお伝えし、多様なステークホルダーとのコミュニケーションを充実させ、グループへの理解を深めていただくことに努めています。

対象期間

報告対象期間は2025年3月期(2024年4月1日～2025年3月31日)です。ただし、必要に応じて当期間の前後についても言及しています。