



SM
ENTERTAINMENT
JAPAN

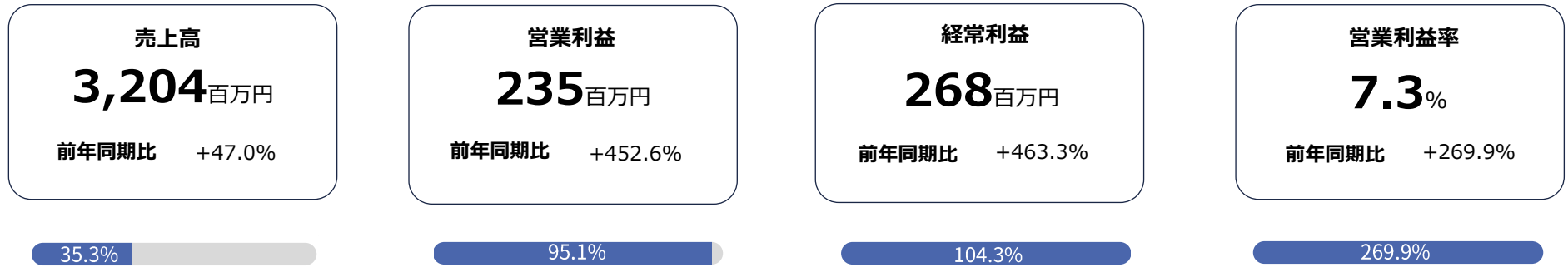
2026年12月期第1四半期決算説明資料

■2026年第1四半期の業績	3
■2026年第1四半期セグメント別業績/トピックス	5
■中期経営計画の進捗	13
■2026年第2四半期セグメント別トピックス	17
■Appendix	23

2026年第1四半期の業績

2026年第1四半期の業績

主力IPによる大規模公演を中心とした大規模興行への集中開催、および周辺事業（MD・配信）との連動により、中計目標を大幅に上回る営業利益率 7.3%を達成。好調な1Qのキャッシュフローを原資に、次期以降の内製化体制構築を加速させます



業績概要と要因分析

大規模公演の集中開催による営業利益への力強い貢献

「SMTOWN LIVE 2025-26 in FUKUOKA」等の大規模興行を1Qに集中的に開催。ドーム公演へのシフトにより、会場設営や運営における効率性を最大化させ、興行単体および関連事業における営業利益の絶対額を大きく押し上げました。

興行を核とした多重収益モデル（Ecosystem）の具現化

大型公演に合わせたMD（POP-UP）展開や、Leminoでの独占配信といった「周辺収益」を戦略的に上乘せ。興行を起点にデジタル・リアル両面で収益を多重化させるビジネスモデルが結実しました。

集中的な開催によるコストの最適化

公演が分散していた前年同期に対し、1Qに大規模公演を集約させたことで、全社共通の運営インフラを効率的に活用。1公演あたりの固定費負担を軽減し、興行サイクルの集約期において利益を最大化させる運営体制が機能しました。

高利益率な周辺事業への収益変換

動員増に留まらず、追加コストの低い周辺事業へファンの熱量を高い精度で波及させ、収益ポテンシャルを余すことなく利益へ計上しました。この成果を原資に、今後は興行の有無に左右されない収益基盤の強化（構造改革の深化フェーズ）へと移行します。

2026年第1四半期セグメント別業績 / トピックス

エンターテインメント部門

大規模公演による興行機会を確実に捉え、周辺収益の多重化により、大幅な増収増益を達成しました
 この実績は、動員数のみに依存せずファン一人あたりの体験価値を高める「量から質への転換」の有効性を明確に実証するものとなりました

セグメント別売上高

2,616 百万円

前年同期比 +61.2%

セグメント別利益

309 百万円

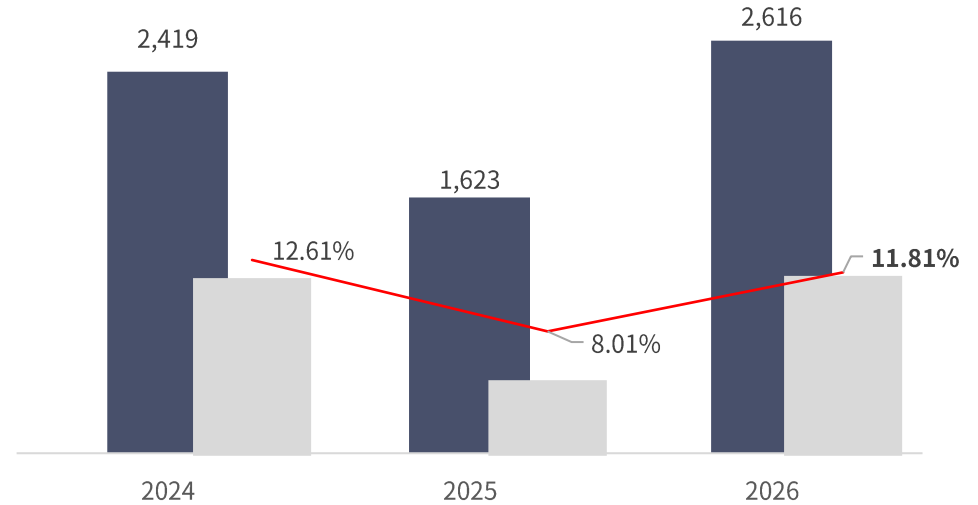
前年同期比 +136.7%

営業利益率

11.81%

効率化モデルの実証

第1四半期売上推移

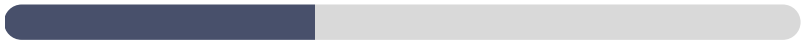


予算進捗率(通期予想比)

利益進捗率(目標: 535百万円) **57.8%**



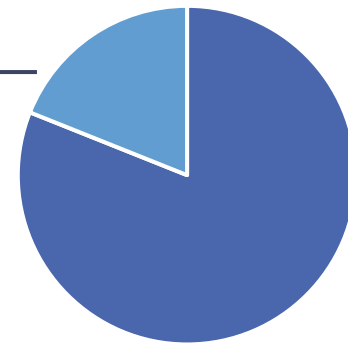
売上進捗率(目標: 6,801百万円) **38.5%**



売上構成比率

コンサート以外の事業

- MD事業
- Musicビジネス事業
- FC事業
- 旅行事業
- オリジナルIP



コンサート事業

ライツ&メディア部門

韓国放送に合わせたOTT同時配信体制への移行により、期首からの確実なMG (最低保証金)の確保を実現しました
バラエティ番組のラインナップ拡充に伴う一時的な原価増はあったものの、既存作品の共同事業化による費用圧縮を並行して
推進し、収益構造の最適化を図っています

セグメント別売上高

588 百万円

前年同期比 +5.7%

セグメント別利益

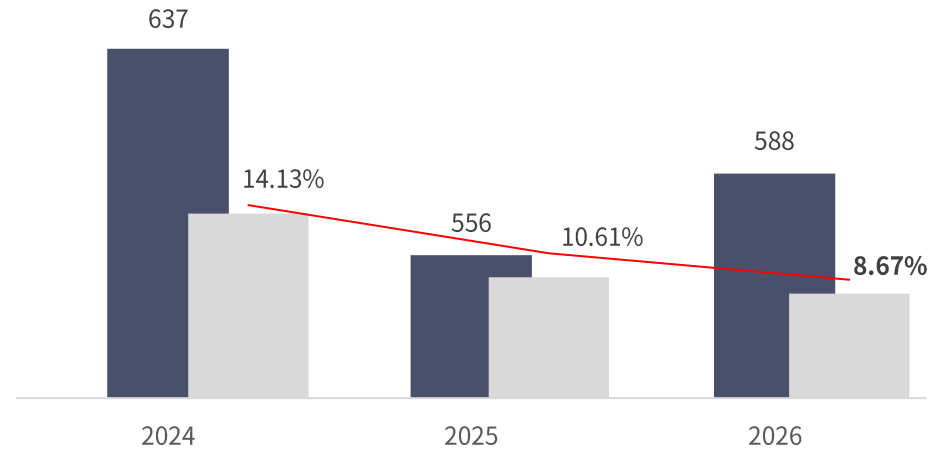
51 百万円

前年同期比 ▲13.8%

営業利益率

8.67%

第1四半期売上推移

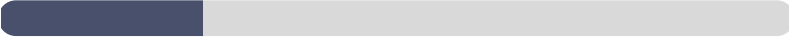


予算進捗率(通期予想比)

利益進捗率(目標：175百万円) **29.1%**



売上進捗率(目標：2,308百万円) **25.5%**



第1四半期版權購入数

•韓国ドラマ **1本**

•韓国バラエティ **2本**
OTT同時配信によるMG獲得を最優先

•韓国音楽祭 **1本**
高需要ジャンルの独占確保による収益の多層化

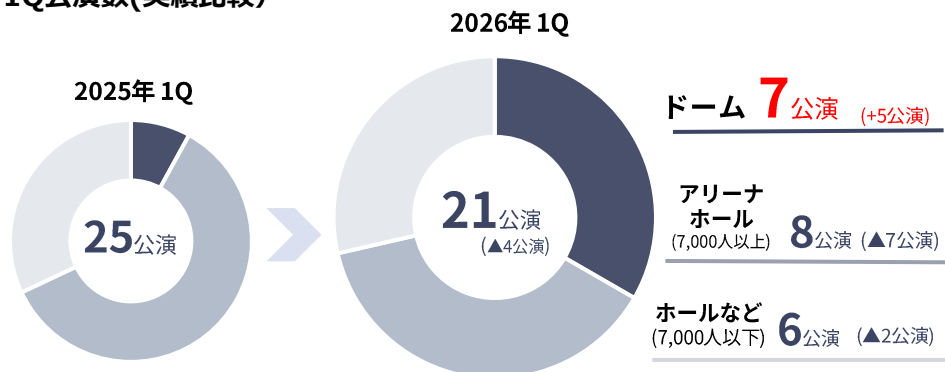
購入総数は前年同期(6本)から減少したものの、1作品あたりの収益効率と資産価値(二次利用権の確保)は向上しています。

2026年第1四半期セグメント別トピックス

エンターテインメント部門(コンサート事業)

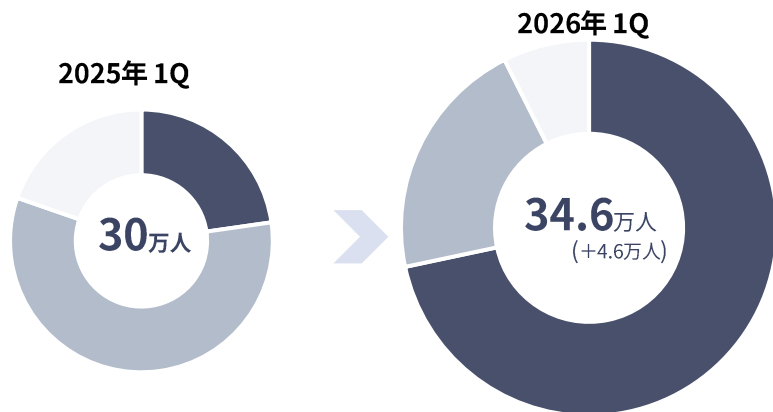
前年同期比で公演総数は減少したものの、ドーム公演の集中開催により動員ベースラインが15%向上
RIIZEの最速ドーム到達やレジェンドIPの安定した集客力により、多層的なポートフォリオの強みを再確認しました

1Q公演数(実績比較)



公演総数は減少したもののドーム公演の比率が大幅に上昇

1Q動員数(実績比較)



効率的な集客により動員ベースラインが向上

ドーム公演 約24.8万人



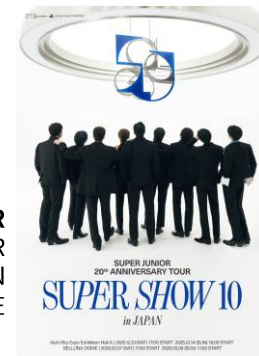
RIIZE : K-POP男性史上最速のドーム到達
「2026 RIIZE CONCERT TOUR [RIIZING LOUD] Special Edition in TOKYO DOME」

デビューから最短期間での東京ドーム公演（3日間）を開催し、次世代IPの圧倒的な爆発力を証明新規ファン層の急速な拡大により、将来の主力収益源としての地位を確立



SMTOWN LIVE
「SMTOWN LIVE 2025-26 in FUKUOKA」

福岡のみずほPayPayドームにて2日間で7万人を動員し、地方都市においてもSMアーティストの人気と集客力を再認識



SUPER JUNIOR
『SUPER JUNIOR 20th Anniversary TOUR <SUPER SHOW 10> in JAPAN』

デビュー20周年を迎えるレジェンドIPの集客力は依然として健在

2026年第1四半期セグメント別トピックス

エンターテインメント部門(周辺事業)

大型コンサートに伴うグッズの売上やリリースに合わせたPOP-UPイベントの展開が好調に推移し、興行外収益を力強く牽引、またMusicビジネスを中心とする周辺事業についても、本格的な事業拡大に向けたフェーズへと移行しました

MD事業 (POP-UPイベント)

コンサートやリリースに合わせて多数のPOP-UPイベントが開催され、コンサート会場以外でもランダムグッズやアーティストのキャラクターグッズなどが売り上げを伸ばしました



RIIZEの日本2ndシングル『All of You』のリリースと東京ドーム公演に合わせて開催されたRIIZE×MIYASHITA PARKスベシャルコラボ「RIIZE POP-UP STORE "All of You"」



YUTAプロデュース『Yu uta 1st POP-UP -WE ARE ROCK STARS-』



「SUPER JUNIOR 20TH ANNIVERSARY POP-UP 『GRAND OPENING! SJ MARKET』 in JAPAN」

Musicビジネス事業

アーティストIPの多角化展開および自社主導のデジタル接点の創出を目的としたNCT YUTAの公式YouTubeチャンネル「YuTube」を開設



- ✓ 1Qにチャンネル運営を開始し、新規ファン層の獲得、および既存ファンの満足度向上に寄与
- ✓ アーティスト個人のライフスタイルやバックステージ等の独自コンテンツを通じ、ファンとのエンゲージメントを深化

旅行事業



CONCONTOWN

- ✓ 自社運用ならではの機動力を活かし、利用者のフィードバックや要望を即座にアプリ仕様へ反映させ、柔軟な機能改修を実施
- ✓ 社内の出張手配業務を自社運用へ集約。これまで発生していた外部代理店への委託費を削減するとともに、実務を通じたオペレーションのノウハウを蓄積

2026年第1四半期セグメント別トピックス

エンターテインメント部門(周辺事業)

コンサートと周辺ビジネスの連動性を強化し、印税収益が堅調に推移。
IPの知名度上昇に伴う広告契約等の増加により、興行に依存しない収益基盤の構築が着実に進展しています

リリース情報

CD



NCT WISH
Japan 1st Mini Album「WISHLIST」
2026.01.14 Release



RIIZE
The 2nd Japan Single『All of You』
2026.02.18 Release

digital

MINHO
Japan Digital Single『Sunkissed』
2026.02.25 Release

MINHO
Japan Digital Single『Flawless』
2026.02.25 Release

NCT WISH
Japan Digital Single『Same Sky』
2026.02.27 Release

東方神起
Japan Digital Single『IDENTITY』
2026.02.12 Release

aespa
Japan Digital Single『ATTITUDE』
2026.03.06 Release

Hearts2Hearts
Japan Digital Single『RUDE!(Japanese Ver.)』
2026.03.18 Release

広告・出演

広告



aespa
新カラーコンタクトブランド
「ØTHER (アザー)」イメージモデル就任



NCT WISH
WEGO -「WEGO 2026 SPRING」
ビジュアルモデル就任

映画出演



東方神起
東方神起 20th Anniversary Film『IDENTITY』
2026年2月20日(金)より劇場公開



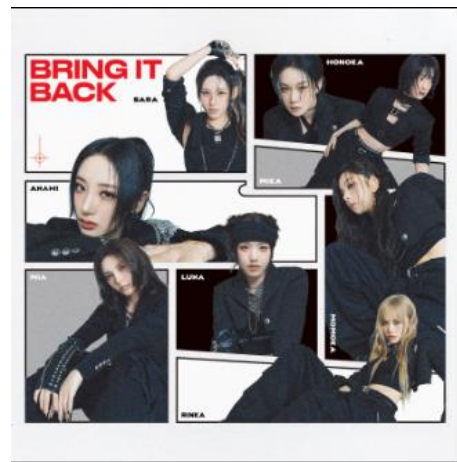
YUTA
映画『スペシャルズ』
2026年3月6日(金)より劇場公開

エンターテインメント部門(オリジナルIP)

自社IP第1弾となる「GPP」が正式デビューを果たし、地上波音楽番組や大型イベントへの出演を通じ市場認知を拡大させました。中長期的な収益基盤となる自社IPの育成が計画通り進展し、IPホルダーへの転換が本格的に始動しています



GPP



MV再生回数

165万回

YouTube
チャンネル登録

9.6万人

2026.1.14 Release
デビューSingle「Bring it Back」
CD収録曲：「Bring it Back」
「Motivation」「Buzz Down」

2026年1月14日(水)1st Single「Bring it Back」発売

2025年12月にデジタル配信を開始したデビュー曲「Bring it Back」が発売され、全国各地でのリリースイベントやCDショップで発売記念パネル展が実施

「SMTOWN LIVE 2025-26 in FUKUOKA」オープニングアクト出演

2026年1月31日・2月1日の2日間にわたりみずほPayPayドーム福岡で開催された「SMTOWN LIVE 2025-26 in FUKUOKA」にオープニングアクトを務め7万人のSMファン前でパフォーマンスを初披露

主な出演情報 (一部抜粋)

日本テレビ系「バズリズム 02」、テレビ東京「超超音波」、テレビ東京「種から植えるTV」、「ビューティティスト・トーキョー2026」

バーチャルアーティストKiepiのソロ楽曲が2026年2月3日にリリース



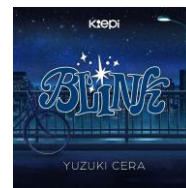
Kiepi

CERA

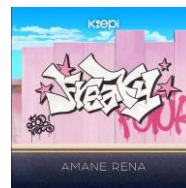
本名 Yuzuki Cera
誕生日 12月22日
年齢 19歳

RENA

本名 Amane Rena
誕生日 6月21日
年齢 18歳



CERA
2026.2.3 Release
「BLINK」



RENA
2026.2.3 Release
「FREAKY」

- ✓ KiepiのCERA(セラ)とRENA(レナ)のソロ曲がリリース
- ✓ 韓国情報サイト「PIVIM (ピヴィム)」にて「ソウルのトレンドカフェ巡り」をテーマに全16回の連載として現在絶賛公開中

ライツ&メディア部門

グローバルOTTの台頭による権利獲得競争の激化や調達コスト高騰の中、グループ間シナジーを最大限に生かしつつ、リスク分散と収益性維持のため、マルチウィンドウ展開による収益ライフサイクルの最適化を推進しています

ライツ事業

- ✓ 共同出資形式の積極採用することで、初期投資リスクを分散し、確実な二次利用権を確保
 - ✓ バラエティ番組等にて韓国放送日との同時配信によるMG（最低保証金）を獲得。キャッシュフローの早期安定化を実現
 - ✓ 放送・VOD・DVD化の権利をオールライツ保有することで多角的なサブライセンス展開を推進
- グループ間シナジー効果
- ✓ RIIZEの「2026 RIIZE CONCERT TOUR [RIIZING LOUD] Special Edition in TOKYO DOME」の放映権収入が業績に寄与

メディア事業



2026 RIIZE CONCERT TOUR [RIIZING LOUD] FINALE IN SEOUL
©2026 SM ENTERTAINMENT CO., Ltd. ALL RIGHTS RESERVED.



2026 TAEYONG CONCERT <TY TRACK - REMASTERED>
©2026 SM ENTERTAINMENT CO., Ltd. ALL RIGHTS RESERVED.



「オナー ～彼女たちの法廷～」
2026 KT StudioGenie Co., Ltd



「親密なリプリー
～真実と偽りの間で～」
Licensed by KBS Media Ltd. © 2025
KBS. All rights reserved



「TXTの育児日記」
©2026MBC All rights reserved.

2026年第1四半期のプレミアムコンテンツ放送数 9作品

- 2025 SBS芸能大賞
- 2025 SBS演技大賞
- NCT WISH 1st CONCERT TOUR INTO THE WISH : Our WISH in JAPAN
- 2026 TAEYONG CONCERT <TY TRACK - REMASTERED>
- SMTOWN LIVE 2025-26 in FUKUOKA
- 2026 RIIZE CONCERT TOUR [RIIZING LOUD] FINALE IN SEOUL
- 2026 NCT DREAM TOUR <THE DREAM SHOW 4 : FUTURE THE DREAM> FINALE
- 2026 U-KNOW B-day PARTY [AGENDA 26]
- 2026 MAX CHANGMIN B-day PARTY [A Sip of Song]

中期経営計画の進捗

中期経営計画の進捗：全体像と当期の位置づけ

3か年ロードマップの「基盤構築フェーズ」において、大規模興行と周辺事業の連動が結実し、計画を大きく上回る好スタートを切りました。この好調な1Qの成果を原資に、次期以降の内製化体制の構築を加速させ、持続的な成長基盤を確立してまいります



第1四半期では営業利益率7.3%を達成し、新3か年の初年度第1四半期のスタートは好調な滑り出しとなりました

中期経営計画進捗：第1四半期実績の総括

中期経営計画『量から質への転換』を初動で実証し過去最高の収益水準を記録
大規模興行の集中開催と周辺収益の戦略的連動により、興行の収益ポテンシャルを最大化させるビジネスモデルの有効性を実証しました

新体制始動・戦略的投資

中期経営計画で掲げた『量から質への転換』が、初動において想定以上の成果を創出
大型公演への集約が利益率を劇的に押し上げることを実証し、盤石な既存IPの人気を背景に、経営体質の抜本的な改善が始動しました

営業利益率 **2.7%**
(2026年度通期目標)

興行の『質的転換』による採算性の向上

大型公演への集約と精緻な需要予測に基づいた適正規模開催を徹底。既存IPの盤石な集客力を再認識するとともに、興行単価の向上により営業利益率を劇的に押し上げました

自社IP戦略の着実な始動

2026年1月に自社IP第1弾となるガールズグループ「GPP」がCDデビューを果たし、地上波露出やイベント出演を通じて市場認知を拡大、また4月のバーチャルアーティスト「Kiepi」のデビューに向けた準備も計画通り完了し、自社IPホルダーへの転換が始動しました

Musicビジネスの内製化着手

組織変更と外部人材登用により、A&Rおよびマーケティングの内製化を加速。先行実施した個人YouTube開設などのデジタル接点強化により、次期以降の本格稼働に向けた基盤整備が完了しました

中期経営計画進捗：今後の展望

第1四半期の利益を成長基盤へ再投資。

通期での収益平準化を徹底しつつ、自社レーベル化・垂直統合によるマージン率の恒常的な底上げを図ります

成長基盤への戦略的投資とリスク耐性の強化

第1四半期で確保した利益を、次期以降の成長を支える自社IPの育成と内製化体制の構築へ計画的に再投資し、下期以降は、垂直統合モデルへの変換期間と定義し、戦略的な仕込みを加速させます

非興行期の安定収益確保

公演空白期にPOP-UPや戦略的なメディア露出を配置。
興行依存度の高い収益構造からの脱却を図り、通期での業績ボラティリティを抑制し、ファンの熱量も維持させます

自社オリジナルIP

1Qの分析に基づきターゲットを再定義し、クリエイティブの抜本的強化と露出量の圧倒的拡大を並行します。
また、デジタルネイティブ層を射抜くバイラル・マーケティングを通じて、次代の収益の柱としてのプレゼンスを着実に強化させます

内製化モデルの結実による「稼ぐ力」の底上げ

自社レーベル制作や旅行事業（CONCONTOWN）の内製化は、現在着実に進捗しており、来期以降、高収益構造への転換を確実なものにします。また旅行アプリのプラットフォームの他社展開も積極的に推し進め、多角的なビジネスモデルの構築を加速させます

マクロリスクへの耐性強化

依然として継続する円安や世界情勢の悪化に対し、共同投資によるリスク分散やサプライチェーンの多角化を徹底、健全な営業利益の確保を優先します

2026年第2 四半期セグメント別トピックス

2026年第2 四半期セグメント別トピックス エンターテインメント部門主要スケジュール

4月以降もドーム級の大型案件を集中配置し、1Qで実証した「高利益率モデル」を継続するとともに、コンサートを起点とした周辺収益への波及効果を最大化し、通期目標達成への確度を高めます



東方神起

東方神起 20th Anniversary LIVE
IN NISSAN STADIUM ~RED OCEAN~
📍 神奈川：日産スタジアム

デビュー20周年を迎えるレジェンドである東方神起がアーティスト史上初 日産スタジアムで3日間単独公演を開催

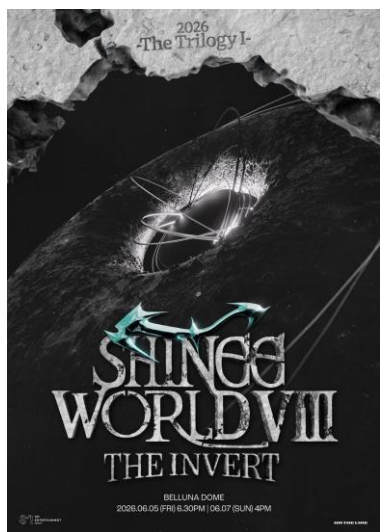


aespa

2026 aespa LIVE TOUR
- SYNK : aeXIS LINE - in JAPAN
[SPECIAL EDITION DOME TOUR]

📍 大阪：京セラドーム 東京：東京ドーム

第4世代トップIPとしての地位を確立しているaespaの自身初となるドームツアーが開催



SHINee

- The Trilogy I - 2026 SHINee
WORLD VIII : [THE INVERT]
📍 埼玉：ベルーナドーム

日本デビュー15周年を迎えるSHINeeが、約2年ぶりに日本公演を開催

全国アリーナ・ホールツアーも継続して開催し、ファンの熱量を維持



SUPER JUNIOR-YESUNG
LIVE TOUR 『時を待つのは』



EXO
EXO PLANET #6 - EXhOrizon in JAPAN

2026年第2四半期セグメント別トピックス エンターテインメント部門(周辺事業)

2Qも幅広いIP展開を継続し、作品提供や映画・フェス出演によりファンとの接点を多面的に強化。興行以外の領域でも着実に活動基盤を広げ、アーティストの魅力を最大化して発信する体制づくりを進めています

リリース情報



YUTA (NCT)
2026.05.13
Japan Single 『PLAY BACK』

アーティスト個人のブランド価値を最大化し、新規ファン層ソロ層を開拓



RIIZE
2026.05.27
Blu-ray&DVD
『2026 RIIZE CONCERT TOUR [RIIZING LOUD] Special Edition in TOKYO DOME』

今年開催したコンサートツアーを早くも映像作品としてリリース

広告・出演

映画出演



YUNHO(東方神起)
2026.05.29より劇場公開
映画『TOKYO BURST-犯罪都市』出演

映画出演を通じたタイアップ等による認知度・ファン層の拡大波及効果を期待

主要イベント出演

- 2026.04.10~12『The Performance』(テレビ朝日主催)
出演：NCT WISH / RIIZE / Hearts2Hearts
- 2026.04.19『JJ 50th Anniversary Fest 2026』
出演：YUTA、GPP
- 2026.05.31『OSAKA METROPOLITAN ROCK FESTIVAL 2026』
出演：YUTA

戦略的露出による認知拡大を着実に推進します

2026年第2四半期セグメント別トピックス

エンターテインメント部門(周辺事業)

制作・管理機能の一元化によるIP価値の拡張と旅行プラットフォームの外部展開を加速させます。また中期経営計画で掲げた戦略「Ecosystem」を具現化し、自社IPの深化と外販による収益源の多角化を同時に推進します

Musicビジネス事業

IP一元管理体制の開始

SNS投稿、広告契約、ライブ制作等を一元管理し、全てのファン接点を一箇所でコントロールすることで、迅速な意思決定と一貫したブランド戦略を遂行

楽曲制作の内製化によるクオリティ管理とコスト最適化の推進

日本原盤の楽曲制作プロセスの自社主導を加速

外部委託費用の削減に加え、クオリティの徹底管理により、ヒットの再現性と利益率の双方を向上を目指す

制作&リリース予定



2026.05.27 Release
YESUNG JAPAN 2nd FULL ALBUM
【咲き誇る時を待つのは】

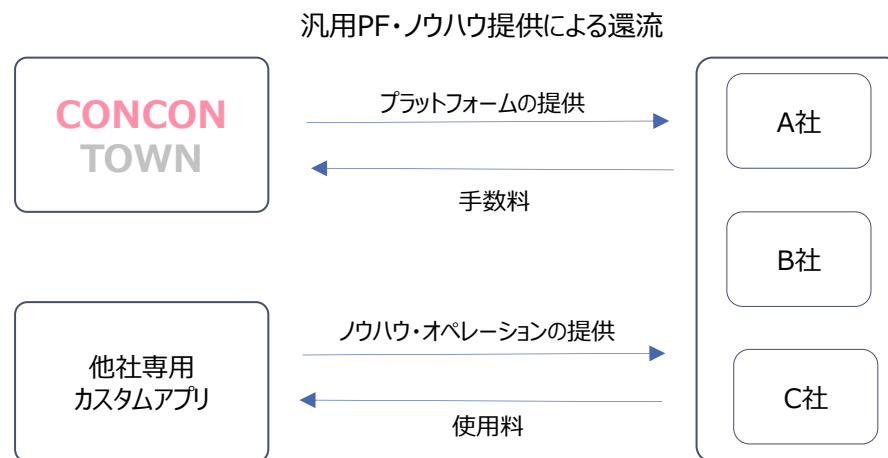
旅行事業

自社アプリ「CONCONTOWN」の外販開始

「CONCONTOWN」の他社IPへのプラットフォーム外販（第一弾としてIDLEの日本公演パッケージのエントリー受付を開始）

システムの外部提供によるBtoBビジネスの展開

汎用プラットフォーム化を見据えた拡張に着手。他社ニーズに応じたカスタマイズと運用ノウハウの提供を通じ、新たな収益源の創出に向けた基盤整備を開始



自社制作の機動力を活かしたクリエイティブ刷新と、バイラル施策の連動による認知拡大を推進
2Q以降はデジタル接点の徹底強化を通じ、自社IPにおける「ヒットの再現性」を実証するフェーズへと移行します

GPP



世界的に活躍するフォトグラファー、ニコライ・アン氏によるビジュアル刷新

デジタルシングル「ATE!」が5月20日にリリース決定！！

メディア出演情報 (一部抜粋)

密着ドキュメント番組「GPP Fly～崖っぷち紙ヒコーキのテイクオフ～」がBSフジにて放送中
(放送終了後、TVerとFODにて配信)

4月15日より、初のラジレギュラー番組が放送決定 毎月第3水曜日
FMヨコハマ MIDNIGHT TERMINAL GPP「RADIO FLIGHT」

2026.04 テレビ東京「種から植えるTV」出演 (4月19日(日)放送)

2026.04 「CDでーた2026 上」掲載 (4月21日(火)発売)

2026.04 Rakuten GirlsAward 2026 SPRING/SUMMER 出演

2026.04 JJ50th Anniversary Fest 2026 出演

Kiepi



4月1日に1stシングル「ROCKET SCIENCE」でデビュー
全国のRound1ビジョンにてフルサイズMV上映中！

楽曲のコンセプト

<Kiepi>の誕生を世界に知らせるフューチャリスティック・エレクトリックダンスナンバー。
中毒性のあるハウス風ピアノに、パンチの効いたベースとシンセリフが絶妙に調和し、レトロでありながら洗練された未来的な雰囲気醸し出しています。
歌詞には「君と一緒にならどんな困難も乗り越えられる」というポジティブなメッセージが込められており、Kiepiならではのエネルギー感で自信に満ちた姿が表現されています。

2026.04 Kiepi Official YouTube Channelにて【Kiepi On Air : DEBUT LIVE】配信
今後も随時、様々なコンセプトやコラボ企画に挑戦し、ハイクオリティなコンテンツを配信していきます

市場環境の変化を踏まえ、ライツ・メディア両事業において堅実な運営体制を継続。共同投資による調達リスクの低減や運営コストの最適化を図りつつ、引き続きグループシナジーを活かした安定的な収益基盤の維持に努めます

ライツ事業

共同投資による調達コスト・リスクの抑制に加え、アーカイブ作品の多面展開を継続。安定的な作品の確保とOTT事業者・放送局への供給に努めます。

権利保有作品 (一部抜粋)



「アデューソロ～シングル脱出ストーリー～」

Copyright 2025. Miracle A&E Corp. All right reserved.



「EXOのあみだで世界旅行～済州島編～」

© 2026 SM ENTERTAINMENT CO., Ltd. ALL RIGHTS RESERVED



「応答せよ！ 僕らのハイスクール」

© 2026 SM ENTERTAINMENT & eggiscoming CO., Ltd. ALL RIGHTS RESERVED.



高麗契丹戦争(原題)

Licensed by KBS Media Ltd. © 2023 KBS. All rights reserved



初々しいロマンス

© (C) Danal Entertainment Co., Ltd. / YOGURT STUDIO / CONTACT MEDIA



星より輝く君へ

© 2024 China Huace Global Media Co., Ltd.

メディア事業

SMアーティストの生放送はじめバラエティ・ドラマ等KNTV独自のコンテンツを提供。視聴者数の解約抑止に努めるとともに、市場構造の変化に対応した運営コストの抑制を継続。

生放送



-The Trilogies I - 2026 SHINee WORLD VIII : [THE INVERT]

©2026 SM ENTERTAINMENT CO., Ltd. ALL RIGHTS RESERVED.



2026 aespa LIVE TOUR - SYNK : aeXIS LINE - in JAPAN [SPECIAL EDITION DOME TOUR]

©SM ENTERTAINMENT JAPAN

日本初放送



一番目の男 (原題)

©2025~2026MBC



暇さえあれば シーズン4

©SBS

Appendix

Appendix

外部要因に左右されない強固な耐性の構築を、内製化比率の向上とDX推進による業務効率化を断行することで、不透明な環境下でも利益を確保できる筋肉質な体制へ移行します

事業上の主なリスクと対策

人件費の上昇

スタッフの人手不足に伴う賃金相場の上昇
運営費・製作費・人件費の増加が収益を圧迫

物価・エネルギー高騰

会場光熱費、設営資材、輸送費の上昇
あらゆる変動費が「コスト増」として営業利益を低下させる

歴史的な円安

最大の懸念事項
対KRW・USDでの円安継続により、招聘費用・ロイヤリティの実質負担が急増

項目	主要リスクの内容（最新動向を補足）	影響度	具体的対応策（戦略アップデート）
コンサート	制作原価（人件費・光熱費・資材費）の高騰による利益減少	大	公演の大規模化による効率向上、および国内での内製化比率向上の急進
アーティスト	活動休止等に伴う売上減少。招聘コスト増による利益確保の難化	小	日本オリジナルIPの拡大。特定1組に依存しない分散型ラインナップ運営
コンテンツ	OTT競争激化に加え、為替影響により海外作品の著作権獲得価格が高騰	中	中華圏等へのジャンル分散。グループ会社制作作品の優先活用による原価抑制
人材確保	業界内での人手不足による賃金上昇。処遇改善による固定費増の可能性	中	労働環境の整備と並行し、DX推進による業務の効率化・省人化を推進
リーガル	知的財産権の侵害リスク。権利処理プロセスの複雑化。	小	著作権委員会等への参加。担当者の認識向上。管理体制の継続的強化
為替レート	円安による招聘・演出費用、ロイヤリティの実質負担額の急増。	大	共同事業によるリスク・原価分散。支払時期調整

本資料についての注記事項

本資料に記載されている意見や予測などは、資料作成時点での当社の見解であり、リスクや不確実性を含んでいるため、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。

ご覧いただき、ありがとうございました。

今後とも変わらぬご愛顧とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。