2026 年度第 2 四半期決算説明会

概要

日時　　：2026 年 10 月 30 日（金）15：30～16：30
スピーカー：株式会社 WOWOW 代表取締役　社長執行役員　山本 均　（以下、山本）
取締役 専務執行役員　尾上 純一（以下、尾上）
常務執行役員　口垣内徹（以下、口垣内）
常務執行役員　鈴木　聡　（以下、鈴木）

内容

司会：本日はお忙しい中、WOWOW2026 年度第 2 四半期決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

本日はこちらの会場に加え、オンラインでも配信しております。説明会の内容と質疑応答に関しましては、記録用として録音、録画されておりますことをご承知おきください。
また外部機関および弊社コーポレートサイトに、全文書き起こしを掲載します。
あらかじめご了承ください。最後に質疑応答の時間を設けております。
会場、配信、どちらからでもご質問いただけます。

それでは本日の出席者をご案内させていただきます。
代表取締役社長執行役員　山本均、取締役専務執行役員　尾上純一、常務執行役員　口垣内徹、常務執行役員　鈴木聡。

それでは初めに、2026 年度第 2 四半期決算ハイライトをご説明いたします。

山本社長、お願いいたします。



山本：代表取締役社長執行役員の山本でございます。

本日は決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

それでは 2026 年度第２四半期のハイライトについてご説明させていただきます。

スライド３ページ、収支のハイライトです。売上高は事業収入の増加による売上の増加がございましたが、会員収入の減少により減収となりました。

経常利益は番組費の減少やその他費用の削減がございましたが、売上高の減少をカバーできず、減益となっております。

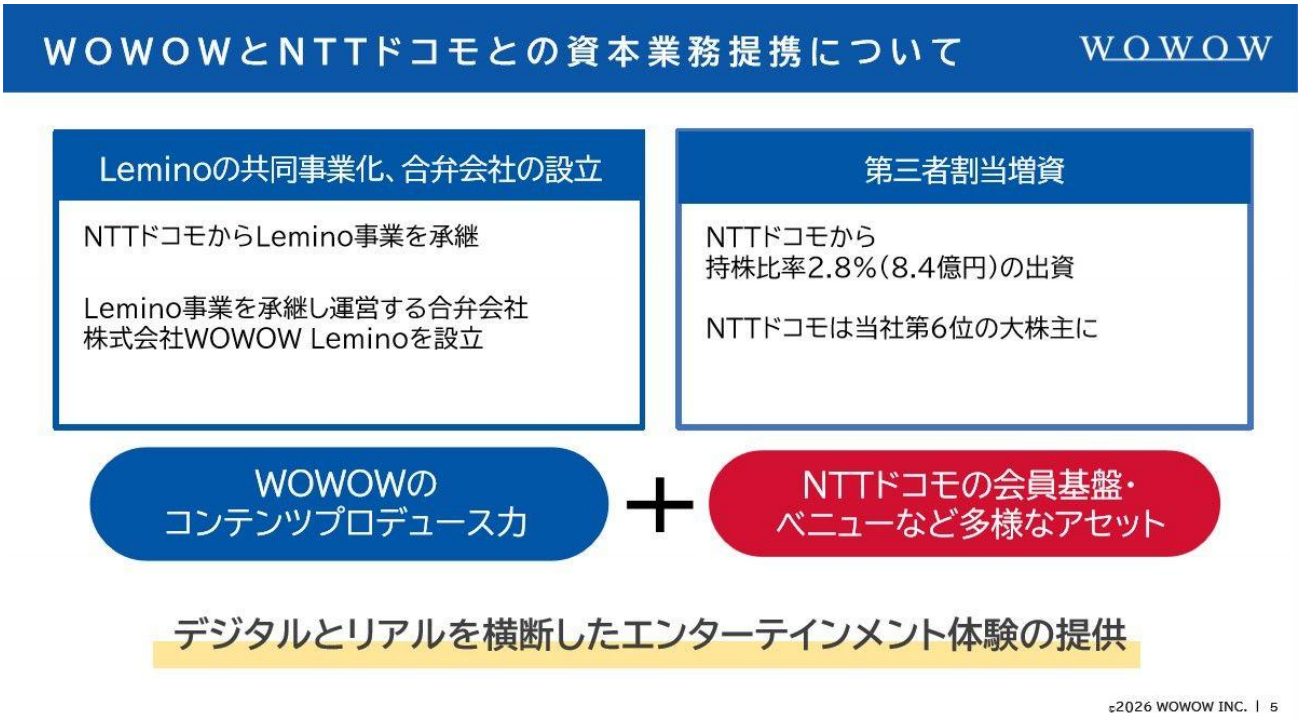


スライド４ページ、加入のハイライトです。

2026 年度第２四半期の正味加入件数はマイナス８万３千件となりました。

音楽やスポーツコンテンツなどが好評を得たことで、加入獲得につながりましたが、目的番組終了などによる解約により正味加入件数はマイナスとなっております。

その結果、累計正味加入件数は 208 万４千件となっております。



スライド５ページ、NTT ドコモとの資本業務提携についてです。

当社は６月 15 日に株式会社 NTT ドコモとの資本業務提携契約を締結いたしました。

中期経営計画の重点戦略である新たな配信サービスの開始に向け、2026 年 10 月１日付で株式会社 NTT ドコモとの合弁会社である株式会社WOWOW Lemino を設立いたしました。

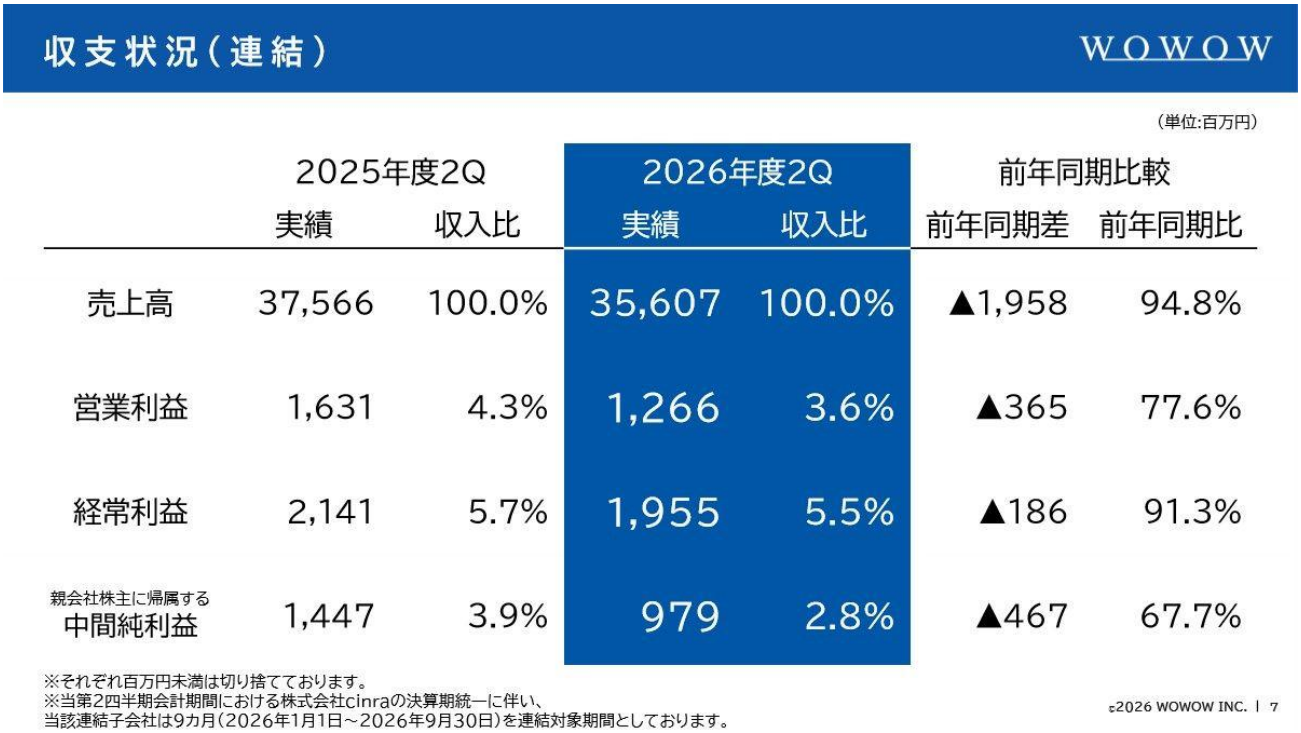
そして、同日付で Lemino 事業を承継のうえ、運営を開始いたしました。

また、両者の関係をより強固なものとするために、NTT ドコモに当社の株式の 2.8%を保有いただき、当社の第６位株主になっていただきました。

なお、WOWOW Lemino が第３四半期より当社の連結子会社となったことに伴い、中期経営計画における数値目標を改めて作成し、本日公表をいたしました。

詳細につきましては後ほどご説明いたします。

続いて決算の詳細について、経営戦略、経営管理統括の尾上よりご説明いたします。



収支状況（連結）

WOWOW

（単位:百万円）

	2025年度2Q 実績	2025年度2Q 収入比	2026年度2Q 実績	2026年度2Q 収入比	前年同期比較 前年同期差	前年同期比較 前年同期比
売上高	37,566	100.0%	35,607	100.0%	▲1,958	94.8%
営業利益	1,631	4.3%	1,266	3.6%	▲365	77.6%
経常利益	2,141	5.7%	1,955	5.5%	▲186	91.3%
親会社株主に帰属する中間純利益	1,447	3.9%	979	2.8%	▲467	67.7%

※それぞれ百万円未満は切り捨てております。
※当第2四半期会計期間における株式会社cinraの決算期統一に伴い、
当該連結子会社は9カ月（2026年1月1日～2026年9月30日）を連結対象期間としております。

©2026 WOWOW INC.

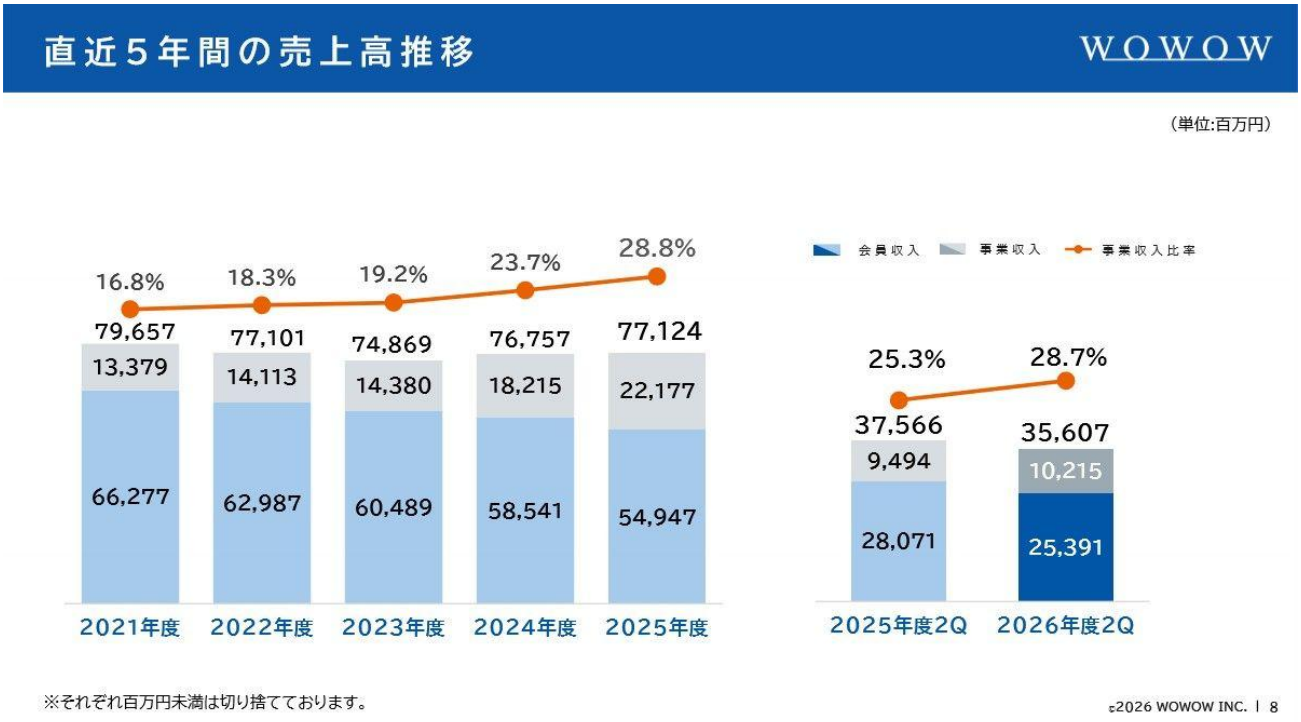
尾上：経営戦略、経営管理統括の尾上です。IR も担当しております。まず、スライド 7 ページ、連結の収支状況です。

売上高は 356 億 7 百万円、事業収入が増加いたしましたが、会員収入の減少により 19 億 58 百万円の減収となりました。

経常利益は 19 億 55 百万円、事業収入の増加、番組費の減少やその他費用の削減、為替差益の増加などがありましたが、会員収入の減少により 1 億 86 百万円の減益となっております。

中間純利益は 9 億 79 百万円、減損損失 2 億 93 百万円を含む特別損失を計上し、4 億 67 百万円の減益となりました。

減損損失は、連結子会社のWOWOWコミュニケーションズが 2024 年度に買収した cinra 社が、買収時に想定した利益水準を下回ったことにより、のれんおよび無形固定資産を減損したことによるものです。なお同社は、WOWOWコミュニケーションズグループのリソースを活用することなどにより、収益改善に取り組んでおります。

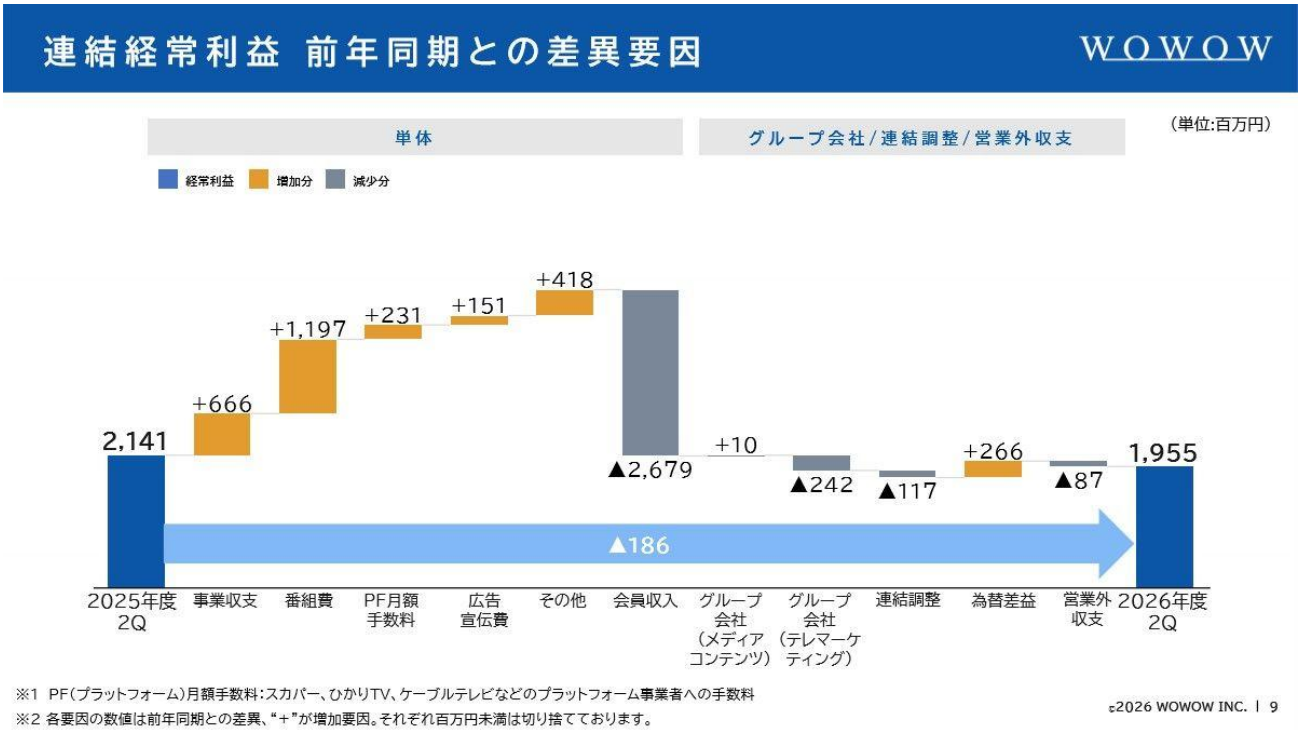


スライド８ページ、売上高構成比の推移です。

当社は事業の多層化を推進することで事業構造の変革を目指しておりますが、会員収入とそれ以外の事業収入の構成比についてご説明いたします。

ご覧のとおり、事業収入は前年度まで増加を続けており、売上に占める割合も３割程度まで上昇しております。

2026 年度第２四半期においても、会員収入の減少により、前年同期に比べ売上高は減少しておりますが、事業収入は７億 20 百万円増加しており、事業収入の割合も 3.4 ポイント増の 28.7%となっております。



スライド９ページ、連結経常利益の差異要因です。左側部分がWOWOW単体の増減要因、右側が連結および営業外収支の増減要因となっております。

まず、単体の増減要因です。増加要因として、事業収支は事業収入の増加により６億 66 百万円の増益となっております。

費用の減少要因として、番組費は 11 億 97 百万円の減少。プラットフォーム事業者へ払う手数料であるプラットフォーム月額手数料は、加入件数の減少などにより２億 31 百万円の減少。

広告宣伝費は効率的な費用投下により１億 51 百万円の減少。その他費用が４億 18 百万円減少しております。

そして会員収入の減収 26 億 79 百万円が減少要因となります。

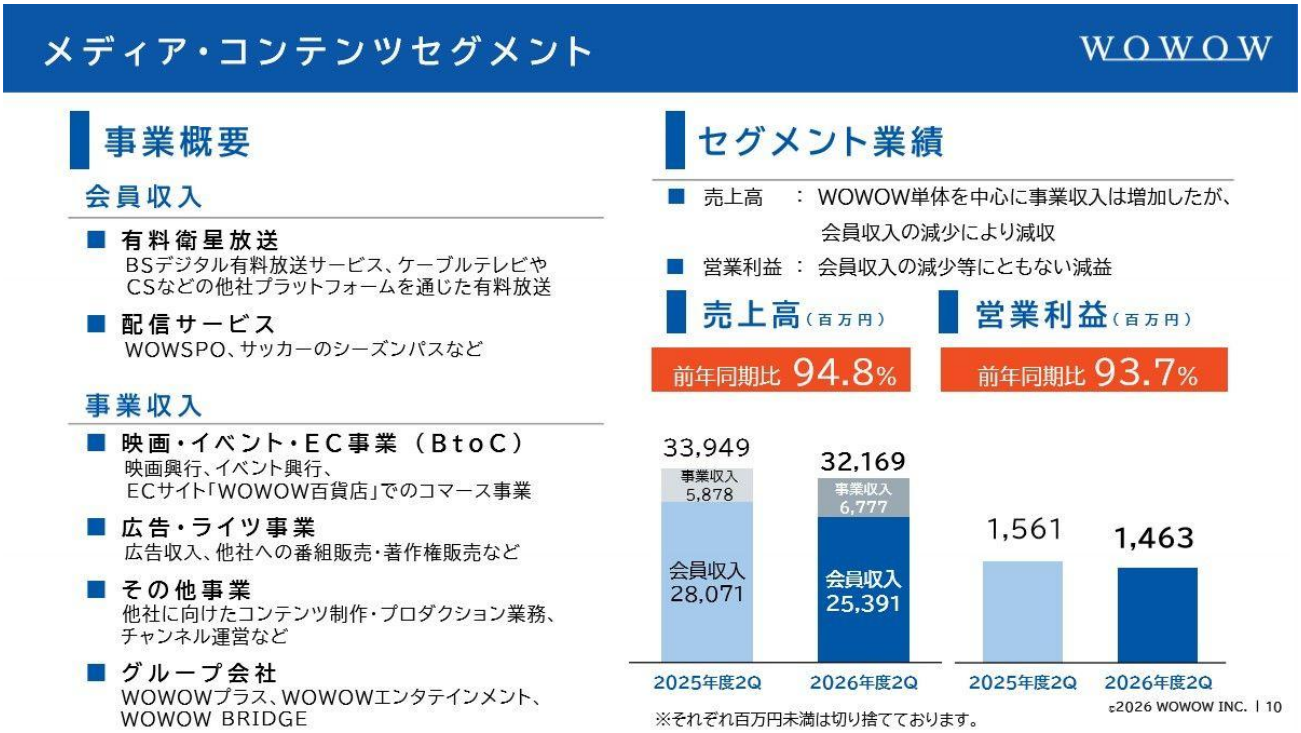
次に、連結・営業外収支の増減要因です。

メディア・コンテンツセグメントは、WOWOWプラス社の増益により 10 百万円の増益。

テレマーケティングセグメントは、WOWOWコミュニケーションズの売上減などにより減益となりました。

連結調整では１億 17 百万円の減益、営業外収支で為替差益が２億 66 百万円増加、その他収支は 87 百万円の減益となっております。

以上の結果、１億 86 百万円の減益となりました。



スライド 10 ページ、メディア・コンテンツセグメントの状況です。

売上高は事業収入が増加しましたが、会員収入の減少をカバーできず、17 億 80 百万円の減収となりました。

営業利益も会員収入の減少などにより 97 百万円の減益となっております。

売上高内訳（単体）

WOWOW

（単位:百万円）

	2025年度 2Q	2026年度 2Q	前年同期差	前年同期比
会員収入	28,071	25,391	▲2,679	90.5%
事業収入	2,485	3,641	1,156	146.5%
映画・イベント・EC事業（BtoC）	572	972	399	169.8%
広告・ライツ事業（BtoB）	920	1,699	779	184.7%
その他事業（BtoB）※1	992	970	▲22	97.7%
合計	30,556	29,033	▲1,523	95.0%

※1 コンテンツ制作・プロダクション業務など
※2 それぞれ百万円未満は切り捨てております。

©2026 WOWOW INC.

スライド 11 ページ、WOWOW単体の売上高の内訳です。

売上高は 290 億 33 百万円と 15 億 23 百万円の減収となっていますが、その内訳となります。

会員収入は 253 億 91 百万円と、会員の減少により 26 億 79 百万円の減収。

一方、事業収入は 36 億 41 百万円と、11 億 56 百万円の増収となりました。

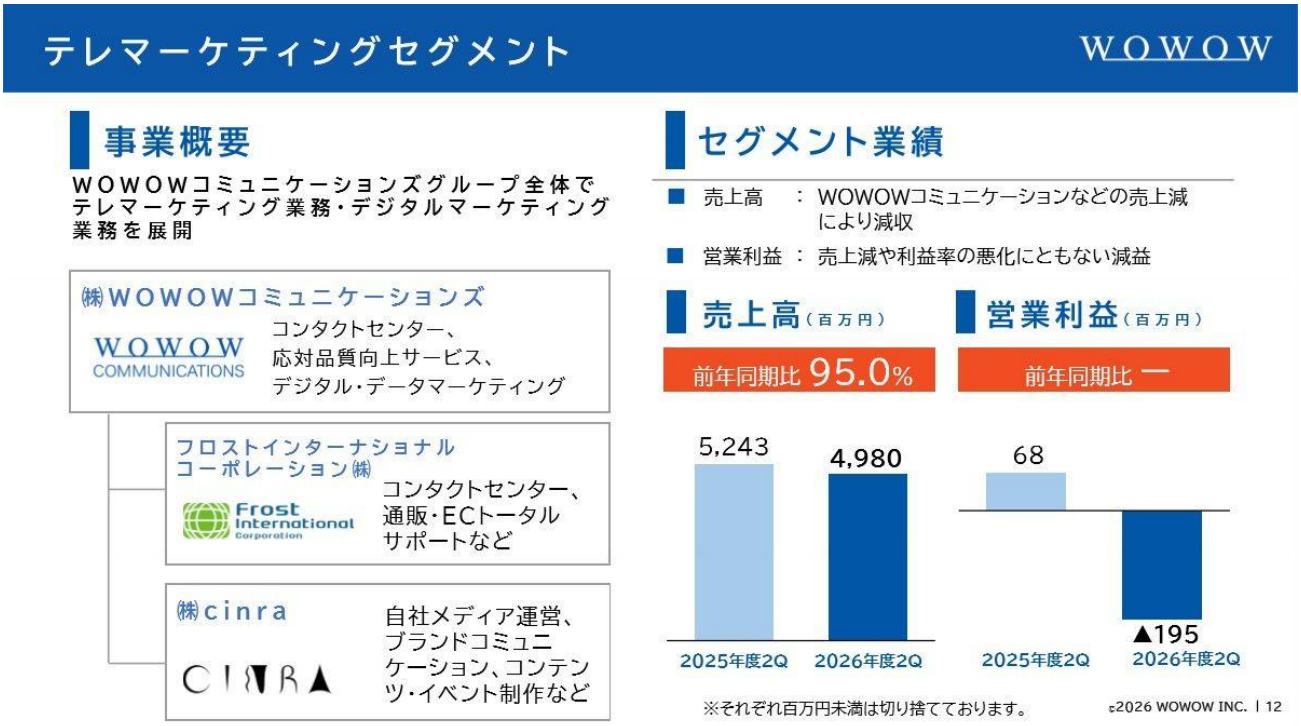
映画・イベント・EC 事業は 9 億 72 百万円、3 億 99 百万円の増収。

映画『ゴールデンカムイ 網走監獄襲撃編』などの映画事業やイベント事業の拡大、また EC 事業においても、昨年 10 月にWOWOW百貨店としてリニューアルし、着実に売上が伸びております。

広告・ライツ事業は 16 億 99 百万円。

音楽、スポーツ、オリジナルコンテンツの番組販売が好調で、7 億 79 百万円の増収となっております。

その他事業は 9 億 70 百万円、22 百万円の減収。プロダクション事業は堅調に推移しましたがその他の事業が減少しました。



スライド 12 ページ、テレマーケティングセグメントの状況です。WOWOWコミュニケーションズグループの事業となります。

売上高は cinra 社の決算期の変更による増収要因がございましたが、WOWOWコミュニケーションズ単体の売上減少などにより 2 億 62 百万円の減収となりました。営業利益は売上高の減少により 2 億 64 百万円の減益となっております。

加入状況

WOWOW

（単位:千件）

	2025年度2Q	2026年度2Q	前年同期比較 前年同期差	前年同期比較 前年同期比
正味加入件数	▲61	▲83	▲22	―
累計正味加入件数	2,299	2,084	▲215	90.7%
内)複数契約	304	276	▲28	90.8%
内)宿泊施設契約	90	92	1	101.6%

©2026 WOWOW INC.

スライド 13 ページ、加入状況です。

正味加入件数はマイナス 8 万 3 千件で、前年同期に比べ 2 万 2 千件の減少となりました。SUMMER SONIC 2026 や King Gnu などの音楽コンテンツ、サッカーやテニスなどのスポーツコンテンツが好評を得たことで新規加入獲得につながりました。

一方で、サッカーコンテンツ等の目的番組の終了による解約により、正味加入件数はマイナスとなっております。

結果、累計正味加入件数は 208 万 4 千件、前年同期に比べ 21 万 5 千件の減少となりました。

また、サッカーチャンピオンズリーグ、ヨーロッパリーグのシーズンパスを今シーズンもWOWOWオンデマンドの PPV で販売しております。

こちらの数値には含まれておりませんが、前年同期と比べて販売数は増加をしております。



スライド 14 ページ、番組費の推移となります。

音楽コンテンツやメジャー映画の放送配信を強化しましたが、前年同期には LPGA 女子ゴルフツアーなどの放送配信があったことなどにより、番組費は前年同期比で 11 億 97 百万円減少しております。

私からの説明は以上となります。

司会：続きまして、中期経営計画について、および 2026 年度業績見通しについて山本よりご説明いたします。

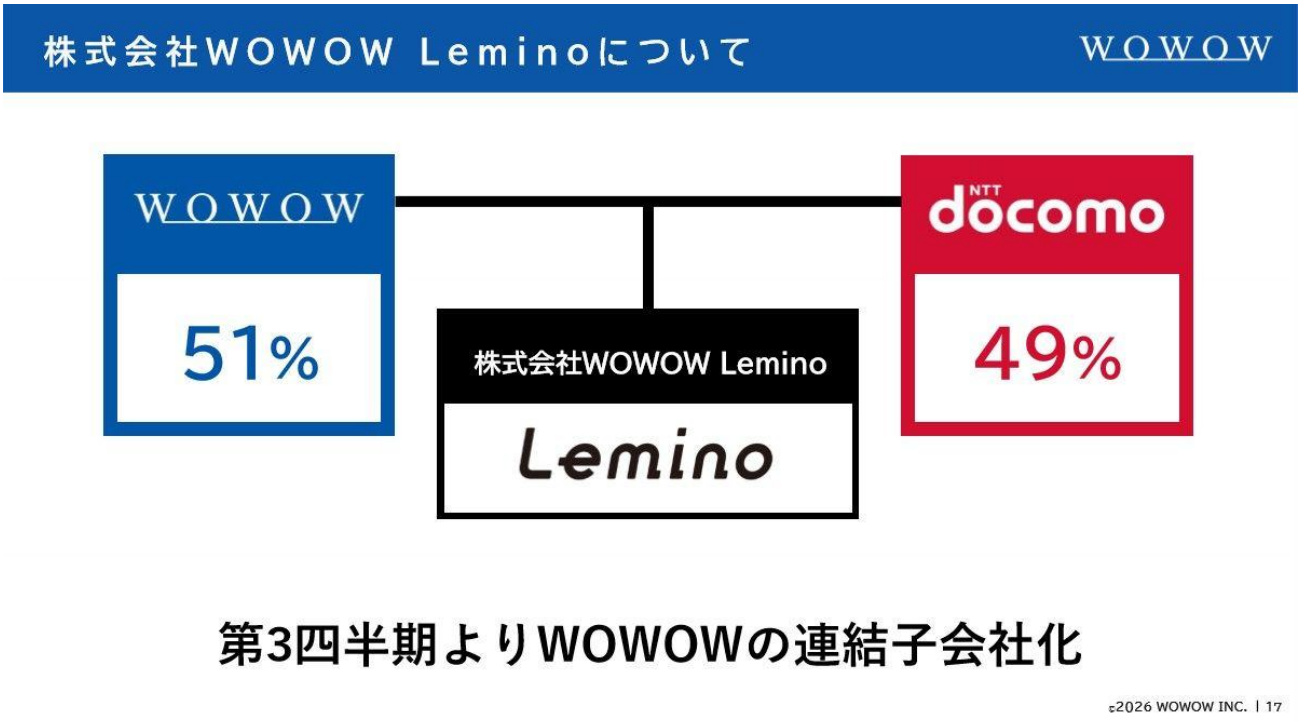


山本：スライド 16 ページとなります。

改めて、昨年 5 月に公表した中期経営計画において当社が目指す世界観についてご説明いたします。

パーパスに掲げる「夢中で生きる大人を増やす」の実現に向け、会員ビジネスの拡大を目指してまいりました。

その重点施策の一つである新たな配信サービスについて、先ほどご説明のとおり、2026 年 10 月 1 日付で NTT ドコモの映像配信サービス Lemino 事業を承継し、新会社を通じて NTT ドコモとの共同事業を開始いたしました。

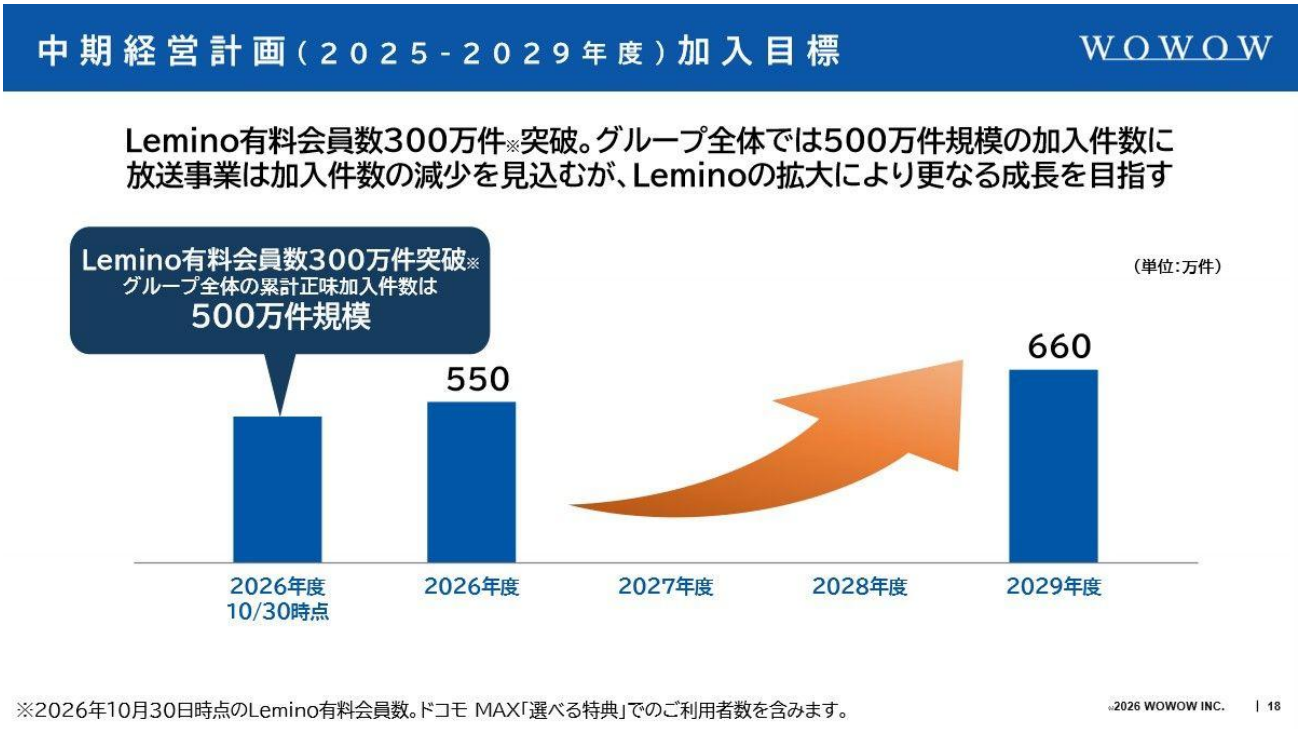


スライド 17 ページです。新会社についてご説明いたします。

Lemino 事業の承継に当たり、その運営を担う事業会社として、同じく 2026 年 10 月 1 日付で株式会社WOWOW Lemino を設立いたしました。

ご覧のとおり、出資比率はWOWOWが 51%、NTT ドコモが 49%となっております。

また、同社は 2026 年度第 3 四半期より当社の連結子会社となっております。



スライド 18 ページです。

WOWOW Lemino が当社グループに加わったことによる今後の加入目標についてご説明いたします。既存の放送およびWOWOWオンデマンドは放送市場の縮小に伴い、一定程度の加入数減少を見込んでおります。

一方で、新たな配信サービスである Lemino の成長を加速させることで、グループ全体として会員基盤の拡大を目指してまいります。

本日リリースでも公表いたしましたが、Lemino の有料会員数は 300 万件を突破いたしました。

WOWOW単体での 10 月の加入件数は非公表としておりますが、9 月末の加入件数は 208 万件となっており、グループ全体では約 500 万件の累計正味加入件数の規模となります。

今後、Lemino をさらに成長させることで、現中計の最終年度となる 2029 年度末には、WOWOWグループ全体で 660 万件の累計正味加入件数を目指してまいります。

さらに、会員の拡大にとどまらず、コンテンツを軸にした、見るだけにとどまらない多層サービスについて、NTT ドコモのベニューやアセットなどを活用して進めてまいります。

なお、Lemino 事業の取り組みにつきましては、この後WOWOW Lemino 代表取締役社長である鈴木よりご説明をいたします。



スライド 19 ページ、中期経営計画の数値目標についてご説明いたします。

Lemino 事業の承継に伴い、連結売上高は昨年度の 771 億円に対し、本年度は 822 億円を見込んでおります。

今後 Lemino 事業をさらに拡大していくことで、2028 年度には 1,000 億円を突破し、最終年度である 2029 年度には 1,080 億円までの成長を目指してまいります。

一方で、営業利益につきましては、本年度および来年度はWOWOW Lemino の事業拡大に向けて、コンテンツやマーケティング強化に伴う費用投下により赤字となる見通しでございます。

その後の事業成長に伴い、2028 年度に黒字化し、最終年度となる 2029 年度には 60 億円、さらにその先の持続的な利益成長を目指してまいります。



収支計画（連結）

WOWOW

Lemino事業の承継により、売上高は増加。
一方、コンテンツや、マーケティングなどへ費用投下を行なうことから、大幅減益となる見通し

（単位：百万円）	2025年度実績	2026年度当初計画		2026年度修正計画		当初計画比較		前期比較	
		実績	収入比	計画	収入比	計画差	計画比	前期差	前期
売上高	77,124	74,500	100.0%	82,200	100.0%	+7,700	110.3%	+5,075	106.6%
営業利益	1,475	750	1.0%	▲5,200	-	▲5,950	-	▲6,675	-
経常利益	2,276	1,000	1.3%	▲4,300	-	▲5,300	-	▲6,576	-
親会社株主に帰属する当期純利益	1,296	600	0.8%	▲2,500	-	▲3,100	-	▲3,596	-

※番組費：単体の売上高比として約42.0%を見込む（2026年度 単体売上高予想：60,600百万円）
※想定為替レート：1ドル160円 ※それぞれ百万円未満は切り捨てております。
※当第2四半期会計期間における株式会社cinraの決算期統一に伴い、
当該連結子会社は15カ月（2026年1月1日～2027年3月31日）を連結対象期間としております。

©2026 WOWOW INC.

スライド 21 ページ、2026 年度業績見通しについてです。

売上高は第 3 四半期より Lemino 事業を承継したこと等により、822 億円を見込んでおります。

一方で利益は、既存事業についておおむね当初計画どおり進捗しておりますが、先ほど申し上げましたとおり、WOWOW Lemino 事業の拡大に向けてコンテンツやマーケティングなどへ積極的に費用投下を行います。

その結果、期首の計画と比べ大幅な減益を見込んでおります。

営業利益はマイナス 52 億円、経常利益はマイナス 43 億円、当期純利益はマイナス 25 億円を見込んでおります。



加入計画

WOWOW

Lemino事業の承継により、大幅に増加

（単位:千件）

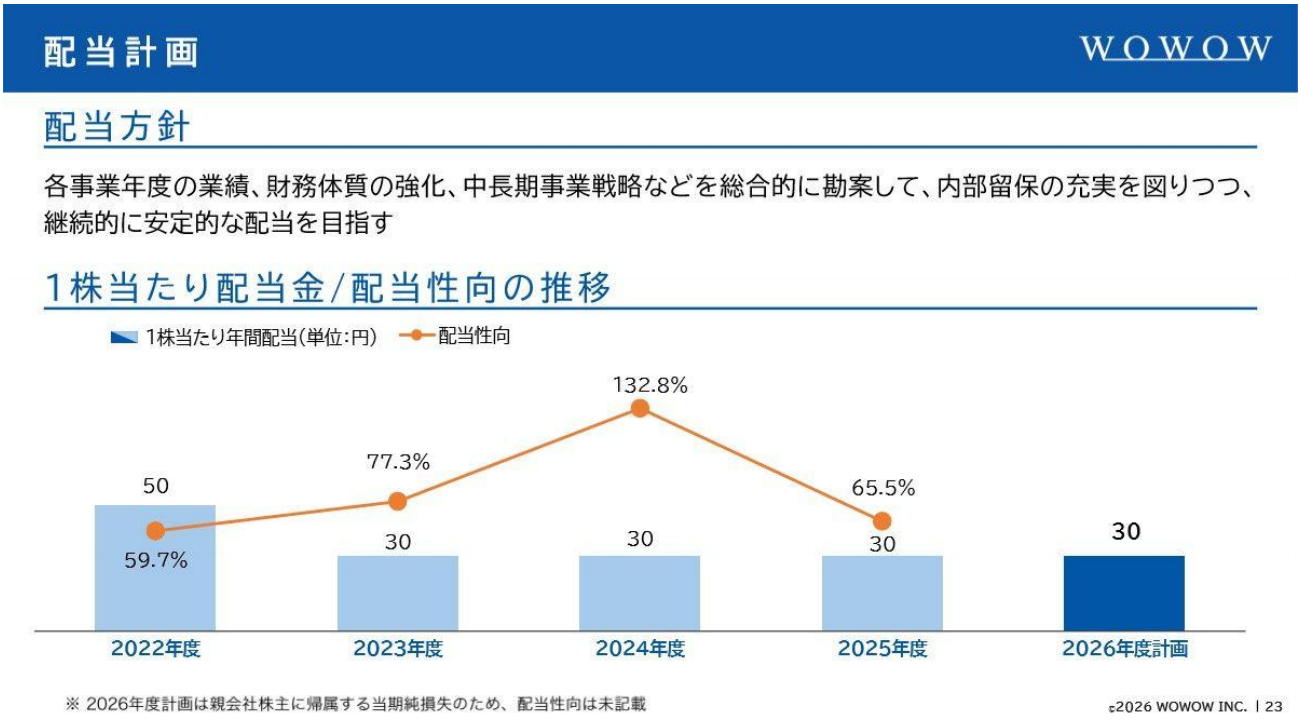
	2025年度 実績	2026年度 当初計画	2026年度 計画	当初計画比較 計画差	当初計画比較 計画比	前期比較 前期差	前期比較 前期比
正味加入件数	▲193	▲110	3,333	3,443	－	3,526	－
累計正味加入件数	2,167	2,057	5,500	3,443	267.4%	3,333	253.8%

※WOWOW（複数契約、宿泊施設契約等含む）、WOWOWオンデマンド、WOWSPO、Leminoの合計値

©2026 WOWOW INC.

スライド 22 ページ、2026 年度の加入計画です。

こちらも第３四半期より Lemino の承継およびＷＯＷＯＷの加入計画を見直したことにより、正味加入件数は 333 万 3 千件、累計正味加入件数は 550 万件を見込んでおります。



スライド 23 ページ、2026 年度配当計画です。

1 株当たりの配当は 30 円を計画しております。株主還元の強化につきましては、当社もその重要性を認識しており、当期純利益赤字を想定している状況下におきましても、継続して安定的な配当を行う方針を維持することといたしました。私からは以上でございます。

司会：続きまして、株式会社WOWOW Lemino について鈴木よりご説明いたします。



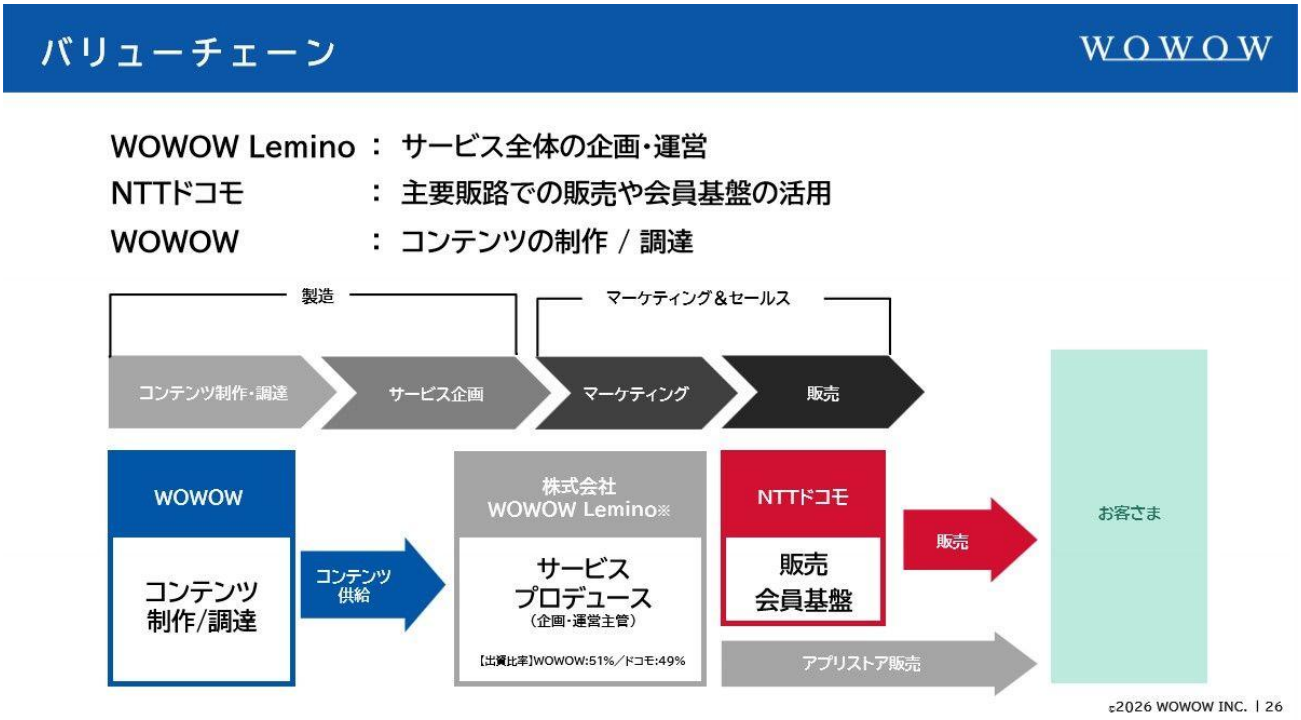
鈴木：DX メディア統括および株式会社WOWOW Lemino 代表取締役社長を務めております鈴木でございます。よろしくお願いいたします。

スライド 25 ページ、ここから Lemino に関しまして簡単にご説明させていただきます。

Lemino は Let me know.を由来としたサービス名称となっております。

まだ出会ったことのない作品とお客さまをつなぎ、日々の中で新たな好きと出会う体験をお届けすること、を目指しております。

そしてこのたびの共同事業化により、国内最大級のメディアプラットフォームを目指してまいります。



スライド 26 ページ、Lemino 事業のバリューチェーンでございます。

まず、WOWOW Lemino は、WOWOWにコンテンツの制作、調達を委託いたします。

WOWOWはこれまでの知見やノウハウを生かしましてコンテンツを制作、調達、そして Lemino に供給いたします。

WOWOW Lemino はサービス全体の企画、運営を担い、お客さまにどのような価値を提供していくのかという観点から、UX の改善やマーケティング施策全体を含めた Lemino の戦略を担います。

一方、NTT ドコモはドコモ MAX の利用者を始めとする強固な顧客基盤を生かした販売、マーケティングを展開してまいります。

このように両社の強みを生かし、WOWOW Lemino を中心としたバリューチェーンを構築していきたいと考えております。



スライド 27 ページ、ドコモアセットの連携についてのご説明です。

Lemino は、ドコモのモバイル料金プランの中で最も上位プランでありますドコモ MAX に連携しております。このドコモ MAX という強力な販売チャネルに加えまして、d ポイントを中心とした約 1 億 1,000 万人の会員基盤を生かし、マーケティングしていきます。

さらに、全国約 2,000 店舗のドコモショップというリアルな接点を活用し、Lemino の魅力を多くのお客さまにお届けしていきたいと考えております。

こうした NTT ドコモのアセットと連携しまして、Lemino の利用拡大、事業成長を目指してまいります。



スライド 28 ページ、コンテンツのご説明です。

10 月 1 日の共同事業開始以来、WOWOWが誇る人気コンテンツを Lemino へ順次投入しております。

サッカー、テニス、ラグビーなどのスポーツコンテンツを始め、オリジナルドラマや音楽コンテンツの配信も開始しております。多くのお客さまに好評いただいている状況でございます。

中でもチャンピオンズリーグはランキングで上位に来るなど、非常に良い反応をいただいており、手応えを感じているところでございます。

今後も音楽、スポーツ、国内ドラマを中心としてコンテンツを投入し、より魅力的なラインナップをお届けしていきたいと考えております。

具体的なコンテンツラインナップに関しましては、この後口垣内よりご説明させていただきます。私からのご説明は以上となります。



口垣内：コンテンツクリエイティブ統括の口垣内と申します。株式会社WOWOW Lemino でもコンテンツを担当させていただいております。

それではまず、WOWOWと Lemino で楽しめるコンテンツを一部ご紹介したいと思っております。

まず音楽の生中継が充実しております。まずは今大規模なワールドツアー、そして日本ツアーを敢行中の Stray Kids をお届けいたします。チケット完売のライブですけども、追加公演で決まった東京ドームの２日目ということで、11 月７日に生中継させていただきます。WOWOWと Lemino でご覧いただけます。

続いて、LDH JAPAN が６年に１度開催する LDH PERFECT YEAR という展開をされている中での最後のお祭りとなります LDH LIVE-EXPO 2026 をWOWOWと Lemino で生中継いたします。こちらに関しては、会場は NTT ドコモが運営される MUFG スタジアムでのイベントという形で、この辺も今後どんどんWOWOWと NTT ドコモで連携していければなと思っております。

そして、これまでWOWOWでも放送・配信をしてきた矢沢永吉の日本武道館でのライブです。先ほど映像にもありましたけども、今年は自身初となる、キャリア初となる 360 度ステージでの矢沢永吉のお姿を見ていただける形になっております。ぜひ 12 月３日の生中継をご覧いただければと思います。

そしてドラマＷに関しても、どんどんLeminoでも見ていただける環境を作っております。注目は12月、高橋文哉さんと田中泯さんダブル主演でお届けする連続ドラマＷ「告解」で、こちらもLeminoでご覧いただけるということになっております。明日から始まるマイ・スイート・ホームというドラマであったり、WOWOWが誇る、これまで作ってきたそしてこれからも作っていくドラマに関しても、Leminoでも積極的に見ていただけるような展開を準備しております。



続きまして、こちらのラインナップに関しては Lemino でしか見られないコンテンツになっております。

11 月 28 日には、今年 4 月に行った BTS の約 7 年ぶりの来日公演となる

東京ドーム公演を独占配信いたします。会場中央に設置された 360 度型のステージを、

メンバー7 人が縦横無尽に駆け巡る圧巻のパフォーマンスとなっております。あわせて、4 月 18 日公演の裏側を追ったビハインド映像完全版も Lemino にて独占配信いたします。

また、既に配信が始まっておりますけども、THE OPEN CALL というドキュメンタリーになっております。こちらは山田孝之さんが中心となって役者を育てていき、映画に最終的に出演するキャストを選ぶというオーディションドキュメンタリーとなっております。

恋愛リアリティショーなどいろいろありますけども、新しい硬派なリアリティ番組と思っていただければと思います。ゲストパートナーとしても赤西仁、柴咲コウ、二宮和也といった大人気俳優もゲストで参加され、この作品の中で活躍いただいている本作、ぜひお楽しみいただければと思います。

その他にも 11 月 26 日のダブル世界タイトルマッチの配信や、LAPONE 所属のアーティストで KO1KEYZ というグループの初冠番組も Lemino で配信中となっております。

ぜひこちらの Lemino オリジナルコンテンツにもご注目いただければと思います。



続きまして、ゴールデンカムイの新作になります。

こちらはドラマ版の放送という形で、2027 年 1 月 24 日からＷＯＷＯＷにて放送・配信となります。

これまでに映画ゴールデンカムイ、そして連続ドラマＷゴールデンカムイとして、大ヒットを記録しました。そして今年３月 13 日より公開された映画『ゴールデンカムイ 網走監獄襲撃編』も興行収入 15 億円を突破という形で大ヒットを続けているゴールデンカムイの新作ということになります。こちらも変わらず最高のクオリティでお届けするドラマになっておりますので、ぜひお楽しみいただければと思います。



こちらは 10 月 15 日、昨年グランドオープンして 1 年が経ちましたWOWOW百貨店でございます。こちらに出ているおせちですけども、昨年の 12 月に大変好評をいただきまして、WOWOWの人気企画でございますので、今年も改めておせちのシリーズを展開してまいります。ぜひお楽しみいただければと思います。



そして、左側のロッキーと右側のターミネーター2 のシネマコンサートを行います。昨年トップガン マーヴェリックのシネマコンサートを行い大変好評をいただき、それに続くイベントとして不朽の名作のシネマコンサートを東京国際フォーラムで開催する予定になっております。

大スクリーンで放映される映画本編に合わせて名曲の数々をフルオーケストラの生演奏で堪能するという企画でございます。ぜひこちらもご参加いただければと思います。



WOWOWでは引き続き映画の配給事業も進めております。

まず Creepy Nuts に関しては、既にライブに関しては WOWOW の放送・配信で楽しんでいただいていると思いますが、その裏側を含めたドキュメンタリーをしっかり見せた形で、劇場で最高の音で見ていただくという企画になっております。

放送・配信だけでは楽しめない、実際の良い音で劇場で楽しんでいただく企画になっております。

そしてジョン・レノン＆オノ・ヨーコ：One to One は、IMAX の劇場公開が来年 1 月に控えております。

こういう形で放送・配信だけではなくて、新しい体験をWOWOWから発信していきたいと引き続き思っております。

NTT ドコモとの連携もますます深めてまいりますので、新しい体験を作っていければなと思っております。よろしくお願いいたします。以上でございます。

質疑応答

司会 [M]：それでは、これから質疑応答に移ります。

質問のある方は、会場ではマイクをお渡しいたします。オンラインでご参加の方は挙手ボタンでお知らせください。それでは、ご質問をお願いいたします。

質問者A [Q]：WOWOWグループ全体の加入件数660万件を目指すとのことですが、こちらの内訳を教えていただけますでしょうか。

山本 [A]：内訳は開示しておりませんが、放送による加入者は減少する前提で、それを上回る加入をLeminoで取ることによって、500万件から660万件に上っていくということは間違いございません。

質問者A [Q]：ありがとうございます。あともう一つ、WOWOW Leminoの営業を開始して1カ月経ちましたが、営業開始してNTTドコモと一緒に組んで良かったと感じるメリット、ここから課題になるなと思っていらっしゃる部分の2点をお聞かせください。

山本 [A]：最大のメリットは、WOWOWが独自に「新たな配信サービス」を立ち上げた場合、ゼロからのスタートになりますが、Leminoを承継することで300万件の会員数からスタートできることでございます。

一方、課題としては、Leminoという配信事業の新しいマーケットの中で、Leminoのお客さまのデータを分析するうえで、当社が放送事業で培ってきた様々なノウハウやお客さまへの向き合い方をどのように活用していくかということがこれからの課題でもあります。

司会 [M]：それでは会場で、ほかにご質問のある方は挙手をお願いします。

質問者B [Q]：同じくLeminoに関して、今月末で有料会員が300万件を超えたとのことですが、この1カ月でどれだけ増えたかという数字は公表いただけるのでしょうか。

山本 [A]：1カ月単位の数は開示する予定はございません。

質問者B [Q]：WOWOW Leminoになってから大きく伸びたのでしょうか。

山本 [A]：ドコモ MAXも含めて様々な要素が複合的に絡んでいると思いますので、現在データを分析している状況でございます。われわれも新しいパートナーとして組んでまだ1カ月ですので、

現在いろんな知見をためているところでございます。端的に何によって伸びているかというのは、ご容赦いただければと思っております。

司会 [M]：それではオンラインでの質問を承ります。

質問者 C [Q]：WOWOW Lemino について 3 点質問いたします。

まず、有料衛星放送WOWOWと、またWOWOW Lemino というダブルブランディングで今後やっていく中で、それぞれの強みの違いとターゲット顧客の違いというところを改めて確認させてください。

山本 [A]：基本的に放送は、この先加入者が減少していく予測のもと、現状お楽しみいただいているお客さまをどう維持していくかという観点でのマーケティングを行なっていきます。
一方、その放送の減少を上回るだけの Lemino で加入の獲得を目指すので、WOWOWと Lemino のブランドを分けるのではなく、WOWOWと Lemino を融合したブランドで Lemino を伸ばしていこうという考え方でございます。

質問者 C [Q]：
今のご回答に関連するのですが、2 点目は有料衛星放送とWOWOW Lemino のカニバリのリスクについて教えてください。現在の衛星放送の契約者数を維持していきたいという話がありましたが、WOWOW のコンテンツをどんどんWOWOW Lemino にも拡充していくと、有料放送の契約者数の減少が加速するリスクについてどのようにお考えでしょうか。あるいは、WOWOW Lemino に積極的に会員を増やしてメイン事業にするという戦略も考えられるが、今後の方針も含めてご教示いただけますと幸いです。

山本 [A]：ある一定のカニバリのリスクはあると考えているが、このまま放送の減少が続いていく中で、主軸を配信の Lemino に移していきたいという戦略はございます。

今まで、WOWOWの月額 2,300 円（税抜）が料金が高すぎるということで解約された方が他の OTT 事業者に流れてしまっていましたが、Lemino だと月額 1,400 円（税抜）のサービスとなっているので、より価格の低い Lemino に加入することで、放送からの離脱者を Lemino で補い、トータルでは Lemino の方を大きく伸ばしていくという基本戦略を考えております。

一方で、テレビでWOWOWを見たいということを強く思っていらっしゃるお客さまを維持したいという意味では、放送の加入者を積極的に Lemino に移していこうという方針は今のところ考えて

おりません。

質問者 C [Q]：ありがとうございます。最後に、動画配信市場の競争環境をどのように見ていらっしゃるか、その上で、WOWOW Lemino のどのような強みを視聴者に訴求して、どのようなポジショニングでこの業界で勝っていけると考えているか教えてください。
山本 [A]：OTT 事業の市場は大変なレッドオーシャンで、とりわけご存じのようにグローバル企業が大変強力という認識です。

ただ、日本のエンターテインメント業界を 35 年間やってきましたWOWOWのコンテンツプロデュース力や制作力と、日本で大きなシェアを持ってモバイル事業を展開している NTT ドコモの強力な顧客基盤とアセットを掛け合わさり、音楽・スポーツ・ドラマなど日本発のエンターテインメントコンテンツをしっかりお届けしていくという方向性で、両社のシナジーを発揮できれば十分戦えるポジションが築けるのではないかなと考えております。以上でございます。

質問者 C [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：それでは、ほかにご質問のある方は挙手をお願いします。

質問者 D [Q]：ありがとうございます。山本社長が就任してから 2 年経ち、NTT ドコモと組む大きな決断をされた中で、今後、どういう展開になるのかなと思って拝見しています。

その中で、どういうところを一番期待されて NTT ドコモと組んだのか確認させてください。

期待されていることと、その期待に対するアウトプットが増えるスピードがいつ頃になるのか伺いたいです。また、今回、先行投資によりも PL が悪くなるというお話でしたが、先行投資によりWOWOWの本来の強さがどう変わっていくのかというところを、手応えも含めてぜひ山本社長にお聞きしたいです。よろしくお願いいたします。

山本 [A]：ご質問ありがとうございます。WOWOWは BS 有料放送ビジネスで 35 年間やってまいりました。35 年間 BS 有料放送で生き残ってきた中で、WOWOWのコンテンツ力、コンテンツ制作力も含めてWOWOWの立ち位置、そして世界の一流のエンターテインメント、一流のコンテンツ、そして一流のオリジナルドラマという、コンテンツの差別化で独自のポジションを築いてまいりました。

これまで放送事業の中でのポジションを築いてまいりましたが、コロナ禍以降、OTT 事業が一気に増えた新しい局面で、放送だけでは生き残れない、われわれ自身も OTT 事業に出ていかないと

生き残れない中で、どこと組むのが良いか検討を重ねたところ、やはり NTT ドコモが一番われわれにとってベストなパートナーではないかと考えました。

理由としては、ドコモ経済圏の中でベニューを持ったり、チケットビジネスを始めたり、エンターテインメントを一つのビジネスの中で大きな武器としていこうという NTT ドコモの方向性がございます。また、NTT ドコモも dTV を含め長年配信の世界でエンターテインメント映像を手がけエンタメビジネスを様々経験してきた中で、当社のコンテンツ制作能力を買っていただいております。お互いの強みを組み合わせることによって、両社のシナジーが大きくなるのではと考え、話し合いを重ねていく上で両社の目標がはっきり定まったと考えております。

両社が組むことで様々なスケールで新しい挑戦ができることは間違いないと考えておりますし、先ほど説明の中でございました、MUFG スタジアム含めた NTT ドコモのベニューも活用した新たなエンターテインメントや新しいイベントの価値を創造できるチャンスが広がったと考えております。一方で、それなりの仕込みを含めまして形になるのは時間もかかりますので、これから続々と取り組みが出てくることを期待していただきたいと考えております。以上でございます。

司会 [M]：そのほかご質問はございますでしょうか。それではオンラインでの質問を承ります。

質問者 C [Q]：2 巡目失礼いたします。1 点フォローアップさせてください。

今期、また来期ご予定されているコンテンツとマーケティングへの先行投資の内容について教えてください。具体的にコンテンツとマーケティングに感じている課題感、どのような方向性で強化を図っていくのか教えてください。例えばコンテンツではどの領域、ジャンルでコンテンツ強化を図るのでしょうか。マーケティングはどのような評価を株式市場で期待しておけばよろしいでしょうか。もう少しフォローアップ、ご回答いただきますと幸いです。

山本 [M]：コンテンツ投下の強化ポイントにつきましては口垣内からお答えいたします。

口垣内 [A]：まず、先ほどもご説明させていただいたとおり、音楽というジャンルは一つの強みになると考えており、加えてスポーツ、オリジナルも含めた 3 軸はしっかり展開をさせていく準備を進めています。

現在で言うと、当社が持っている独占コンテンツで、オールライツで持っているものは全て Lemino にどんどん投下してシナジーを生み出すところから始めたいと思っております。われわれが今までやってきたスポーツや音楽のコンテンツが観られることを、Lemino のご加入者さまも全

員が気づいてらっしゃるわけではないので、コンテンツの用意にあわせて、しっかりマーケティングを行ないどうやって展開するかということを現在、練っているという状況でございます。私からは以上でございます。

山本 [M]：マーケティングについての強化ポイントは鈴木社長から回答申し上げます。

鈴木[A]：マーケティングに関しましては、まずは Lemino でWOWOWのコンテンツが観られるということを広く認知させることからスタートしたいと思っております。今期すぐできることとして、デジタルマーケティングは当然のこととして始めておりますが、現在は、NTT ドコモの店舗展開等を含めて、リアルな接点でなるべく多くのお客さまに知っていただく活動をこの下期強化してまいりたいと考えております。対面での接触をしっかり強化し、デジタルマーケティング等をしっかりやっていくと、この 2 軸を当面考えております。

質問者 C [Q]：口垣内さんにフォローアップで確認をさせてください。

コンテンツへの投下ですが、先ほどのご説明ですと、何か新しいジャンルに取り組むより、有料放送向けの放映権料に加えて Lemino に展開していくのでその配信権料を追加で御社が負担するため、費用投下が増えるという認識で合ってますでしょうか。新たなジャンルに取り組んだり、スポーツや音楽ジャンルの新しいコンテンツを増やしていくというより、放映権料プラス配信権料のような費用が増えるため先行投資を行なう理解をしておけばよろしいでしょうか。

口垣内 [A]：現在持っているものを展開していくということに加えて、Lemino という配信サービスにおいて必要なコンテンツというのは何か検証しながら、もちろん新しいジャンル、新しいコンテンツを含めて検討を進めていきたいと思っております。以上でございます。

質問者 C [Q]：分かりました。ありがとうございます。

司会 [M]：ご質問ありがとうございました。以上をもちまして質疑応答を終了させていただきます

それでは最後に、山本社長より一言いただきます。

山本：たくさんのご質問、ありがとうございます。

今回 NTT ドコモと組み Lemino 事業を承継し、これを成長戦略の大きな柱として取り組んでいくということは、WOWOWの中ではまさに第 2 の創業と考えております。Lemino 事業を成長させることで将来のWOWOWの成長を図っていくということに力点を置いて取り組んでまいりたいと考えております。

何度も繰り返しになってしまいますが、WOWOWの持つコンテンツ制作力、プロデュース力と、NTT ドコモの持つ強力な顧客基盤、多様なアセット、これを掛け合わせるシナジーで、この大変競争の厳しい OTT 市場の中で競争力のあるポジションを築いてまいりたいと考えております。

引き続き今後の取り組みにも注目をいただければと思っております。本日は決算説明会にご参加いただきましてありがとうございました。

司会 [M]：WOWOW2026 年度第 2 四半期決算説明会を終了させていただきます。本日はご参加いただき、ありがとうございました。

以上