2026 年 10 月 13 日

各　位

会社名　日本テレビホールディングス株式会社
代表者名　代表取締役会長執行役員　杉山　美邦
（コード番号 9404　東証プライム）
問合せ先　総務・人事管理局 IR・SR 部長　石川　真史
（TEL. 03-6215-4111）

「Ad Reach MAX」事業が新会社へ
～日本テレビ・TBS テレビ・フジテレビによる出資、2027 年 2 月より事業開始～

当社の連結子会社である日本テレビ放送網株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：福田博之、以下日本テレビ）は、株式会社 TBS テレビ（本社：東京都港区、代表取締役社長：龍宝正峰、以下 TBS テレビ）および株式会社フジテレビジョン（本社：東京都港区、代表取締役社長：清水賢治、以下フジテレビ）の 2 社と共に、テレビ広告取引のさらなる進化に向け、日本テレビが開発してきたテレビ広告取引基盤「Ad Reach MAX プラットフォーム」（アドリーチマックス、以下 AdRM-PF）の企画・開発・運営を担う新会社を設立し、同社へ 3 社が出資することを決定しました。

AdRM-PF は、地上波テレビ広告にアドテクノロジーを活用することで、広告主・広告会社の皆様がテレビ広告をより柔軟にプランニング・バイイング・効果検証できる環境の実現を目指し、日本テレビが開発してきたテレビ広告取引基盤です。今回、その運営主体を新会社へ移すことで、系列や放送局の垣根にとらわれず、より多くの放送局が参画できる、テレビ業界に開かれたプラットフォームとして成長させていきます。

なお、TBS テレビは 2027 年春頃、フジテレビは 2028 年春頃に AdRM-PF を通じた広告セールスを予定しています。

3 社は、広告主・広告会社の皆様にとってテレビ広告をより選びやすく、活用しやすい環境の整備を進め、テレビ広告市場、ひいてはテレビ業界全体のさらなる発展に貢献していきます。

１．新会社設立の背景と目的

広告市場では、メディアを横断したプランニングやデータに基づく効果検証が一般化するなど、マーケティング活動を取り巻く環境が大きく変化しています。こうした広告市場の構造変化に対応し、テレビ広告の競争力を中長期的に高めていくためには、広告主・広告会社の皆様にとってより活用しやすいテレビ広告取引の共通基盤を整えていくことが重要です。

2025 年 4 月に運用を開始した AdRM-PF は、オフラインを中心としてきたテレビ広告取引にアドテクノロジーを取り入れ、インプレッションやリーチなど、デジタル広告と親和性の高い指標を採用することで、テレビが持つ高いリーチ力や信頼性を生かしながら、オンラインかつプログラマティックな取引を実現してきました。これにより、多様なマーケティングニーズに応じた柔軟なバイイングや効果検証など、テレビ広告活用の幅を広げています。

今後、AdRM-PF において、広告主・広告会社の皆様にテレビ広告をさらに柔軟に活用していただく

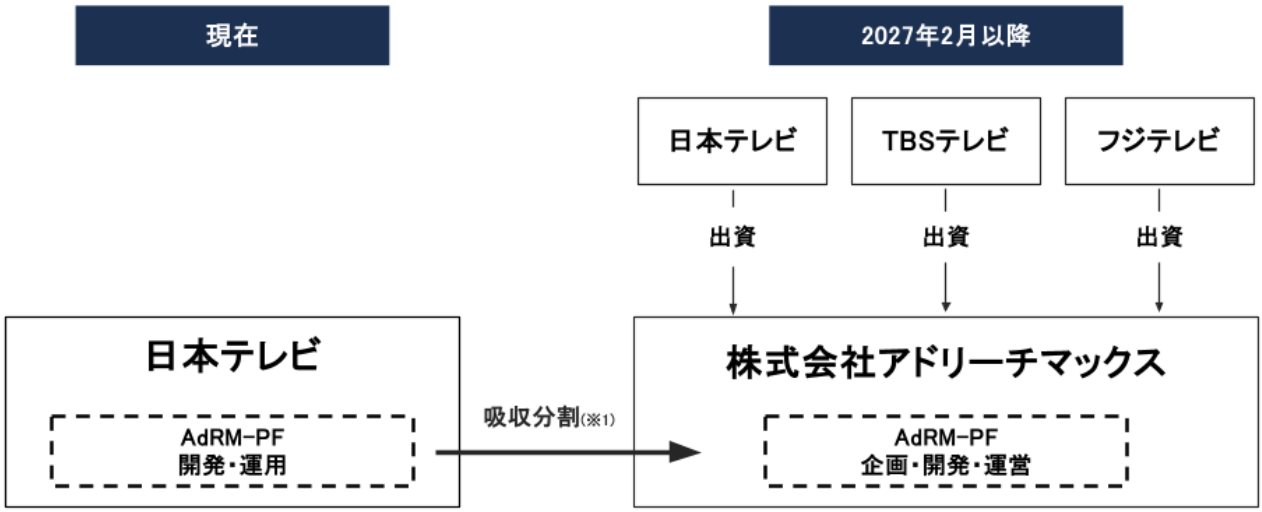
ためには、より多くの放送局の参画を促進するとともに、放送局を横断した広告在庫の活用やデータの蓄積・活用を進めていくことが重要であると考えています。

その実現には、ニーズを的確に捉えながら、継続的な投資・開発を行い、迅速にサービスを進化させることのできる AdRM-PF の運営体制が必要です。このため、日本テレビ、TBS テレビ、フジテレビの 3 社は新会社を設立し、独立した経営体制のもとで意思決定の迅速化と事業推進力の強化を図ります。

２．新会社の 3 社参画の概要

新会社では、日本テレビがこれまで開発・運用してきた AdRM-PF の技術・ノウハウを承継し、同プラットフォームの企画・開発・運営を担います。

TBS テレビおよびフジテレビは、AdRM-PF をテレビ広告市場における共通基盤へと発展させていく本取り組みの趣旨に賛同し、新会社への出資を決定しました。



※1：本吸収分割の実施につきましては、2026 年 11 月開催予定の日本テレビ放送網株式会社取締役会における承認決議を前提としています。

３．3 社からのコメント

日本テレビ放送網株式会社 代表取締役社長執行役員 福田博之 コメント

テレビ広告は今もなお、圧倒的な到達力と信頼性で日本の広告市場を牽引する中心的な存在です。そこに配信を組み合わせたプログラマティックな取引環境を整えることで、広告主や広告会社の皆様にテレビ広告の新たな選択肢と最大のマーケティング効果をご提供できると考えています。より柔軟に、より自在に、より高精度にテレビ広告を活用できる「Ad Reach MAX」が系列や放送局の垣根を越えた共通の基盤に進化することを心強く感じています。新会社が広告主の皆様のビジネス成長に欠かせないパートナーとなり、テレビ広告市場全体に新たな価値と成長をもたらす牽引役になることを確信しています。

株式会社 TBS テレビ 代表取締役社長 龍宝正峰 コメント

地上波テレビ広告ビジネスの高度化および進化に向けて、プログラマティックなテレビ広告取引を実現する「Ad Reach MAX」事業を担う新会社へ出資することといたしました。本新会社を通じた 3 社の取り組みにより、従来のタイム枠・スポット枠とは異なる新たなテレビ広告の価値を提供し、テレビ広告が広告主の皆様のマーケティング活動に一層貢献できるよう努めてまいります。また、その先にあるテレビ広告市場の持続的な発展を見据え、真摯に取り組んでいく所存です。TBS テレビは、本新会社が系列の枠を超え、日本の放送業界における進化の礎として大きく成長していくことを期待しております。

株式会社フジテレビジョン 代表取締役社長 清水賢治 コメント

テレビ広告が持つ圧倒的なリーチ力と高い信頼性は、今も変わらず企業と生活者をつなぐ重要な価値であり続けています。この価値をさらに高め、変化するマーケティング環境に応えていくためには、データやテクノロジーを活用した広告機能の高度化と、系列や局の垣根を越えた共創が不可欠です。日本テレビが開発したこの仕組みは参画局が増えるほど価値を高めるものであり、テレビ業界全体で大きく育てていくことが重要です。新会社を中心とした共通基盤の構築を通じて、広告主の皆様へ新たな価値を提供し、テレビ広告市場全体の持続的な発展に貢献してまいります。

【「Ad Reach MAX」事業を推進する 3 社営業担当役員】

（写真左から）

・フジテレビ 取締役常務執行役員 若生伸子

・日本テレビ 取締役執行役員 新井直彦

・TBS テレビ 取締役 新名宏次

４．今後について

2026 年 10 月より日本テレビ系列の読売テレビ放送株式会社および中京テレビ放送株式会社で AdRM-PF を利用した放送を開始しました。今後は、2027 年 3 月頃に日本テレビ系列の札幌テレビ放送株式会社および株式会社福岡放送で AdRM-PF を利用した広告セールスを展開し、4 月からの放送開始を目指します。また、TBS テレビは 2027 年春頃、フジテレビは 2028 年春頃の AdRM-PF への接続を予定しており、利用可能な放送局・エリアの順次拡大を進めています。

新会社は 2027 年 2 月の事業開始を予定しています。事業開始後は、新会社では放送局やエリアの拡大にあわせ、放送局を横断した広告在庫の活用やデータの蓄積を進めるとともに、プランニングからバイイング、効果検証までをより一体的に行える環境を整えていきます。

これらの取り組みを通じて、AdRM-PF がテレビ広告取引における主要な選択肢の一つとなることを目指し、テレビ広告の価値向上と市場全体のさらなる発展に貢献していきます。

5．新会社の概要

会社名	株式会社アドリーチマックス
設立年月日	設立：2026 年 10 月予定 事業開始：2027 年 2 月予定（※2）
代表者	代表取締役社長　松本 学（現日本テレビ営業局総合営業センター担当部長）
資本金	1 億円
出資会社	日本テレビ放送網株式会社／株式会社 TBS テレビ／株式会社フジテレビジョン
事業内容	テレビ広告市場における共通基盤「Ad Reach MAX プラットフォーム」の企画・開発・運営

※2：事業開始までは準備会社として運営し、日本テレビの吸収分割により、AdRM-PF の事業を承継する予定です。

新会社の詳細については、別途発表を予定しています。

Ad Reach MAX プラットフォームについて

AdRM-PF は、放送局が取り扱う広告枠を、Web サービス「スグリー」(※3)や、外部の DSP・SSP と接続する「AdRM-EXchange」(※4)を通じて売買できるテレビ広告取引基盤です。テレビ広告が持つリーチ力や信頼性を生かしながら、テクノロジーを活用することで、広告主・広告会社の皆様のニーズに応じた柔軟なプランニングや、効果検証を可能にしています。2025 年 4 月のセールス開始以降、取引規模・利用企業ともに拡大しており、2026 年 9 月時点で、AdRM-PF を通じた取引実績のある広告主・広告会社はあわせて約 200 社となっています。

※3：地上波テレビ広告および TVer の広告をオンラインで発注・レポートを見ながら運用できるプラットフォーム。サービス詳細については、公式サイトをご覧ください。https://sgr-service.ntv.co.jp/

※4：オンラインで DSP（Demand-Side Platform）や SSP（Supply-Side Platform）と接続し、リアルタイムビディング（RTB）を行うプラットフォーム。CM 放送の数秒前に入札し、広告枠を決定、放送します。また、接続する各社が保有するデータを活用することで、効果の高いプランニングと効果の可視化を実現します。

■本取引による業績等への影響について

本件の連結業績に与える影響につきましては軽微であると認識しておりますが、開示すべき事項が発生した場合には、速やかにお知らせいたします。

以　上