

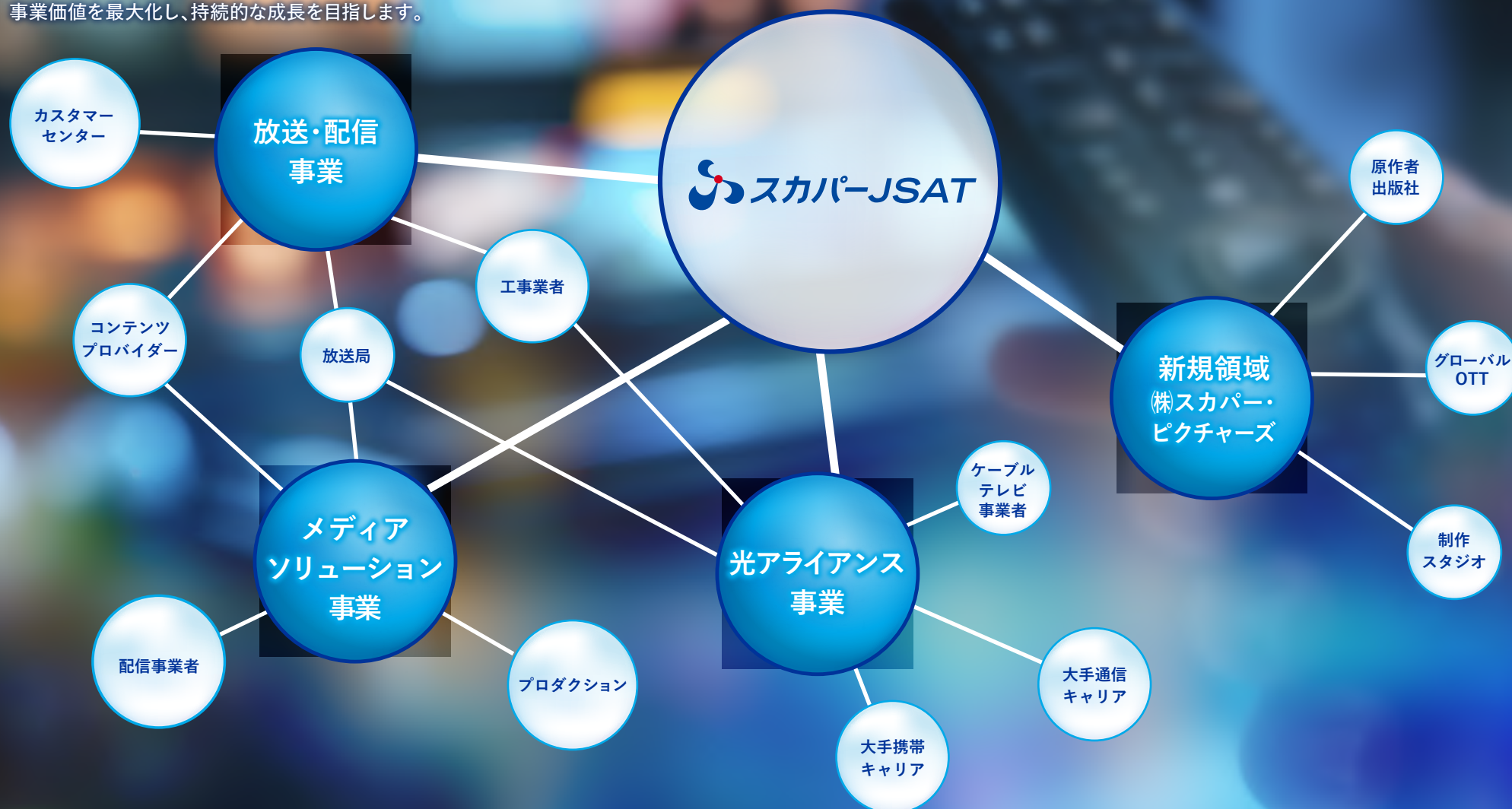
メディア事業が目指す未来

国内外の動画配信サービスの拡大により、
メディア市場の競争は非常に激しくなっています。
同時に、映像コンテンツの制作・伝送インフラ効率化の需要も
高まっています。
私たちはそうした社会のニーズに応えるべく
ビジネスの見直しと既存のアセット活用の最大化を図り
可能性を広げていきます。

「Multi-Alliance」戦略： パートナーシップ・資本提携などにより、収益を多角化

放送・配信事業、光アライアンス事業、メディアソリューション事業の三本柱に、新規領域を加えた事業構造の確立を進めています。

各領域でパートナーとの連携を強化する「Multi-Alliance」戦略により、事業価値を最大化し、持続的な成長を目指します。





取締役
執行役員常務
メディア事業部門長
中川 大介

「三本柱+新規領域」で、収益基盤を多層化する

— 環境変化を直視し、事業ポートフォリオを組み替える

国内外で動画配信サービスが拡大し、コンテンツの楽しみ方やお客さまとの接点は大きく変化しています。「スカパー！」を中心とする放送・配信サービスについても、競争環境やライフスタイルの変化を背景に、加入件数の構造的な減少が続いています。従来の事業構造を維持するだけでは、持続的な成長を描くことが難しくなっていると認識しています。

一方で、放送・配信事業は現在もメディア事業の収益を支える重要な基盤です。また、約30年にわたる事業を通じて、お客さまとの接点やコンテンツラインナップ、放送・配信の技術と運用ノウハウ、放送事業者や通信事業者をはじめとする幅広いパートナーとの関係を築いてきました。こうした経営資源は、今後の事業を創るうえでも大きな強みであり、次の成長につながる重要なアセットです。

私たちが進めるのは、放送・配信事業を直ちに別の事業へ置き換えることはありません。既存事業の収益性を維持しながら、事業規模の変化を適切にコントロールするとともに、そこで培ったアセットを新たな事業機会へ展開することです。そのため、メディア事業では「放送・配信事業」「光アライアンス事業」「メディアソ

S
[強み]

- 約500万件の顧客基盤・顧客接点
- 放送・通信事業者などとの幅広いパートナーネットワーク
- スカパー東京メディアセンターの高品質な設備
- 放送・配信双方に対応可能な技術基盤と運用実績
- アニメコンテンツIPビジネスにおける伊藤忠商事グループとの戦略的アライアンス

O
[機会]

- FTTH(高速光回線)の普及による提供可能世帯数の拡大
- ケーブルテレビ事業者の設備投資軽減ニーズの増加
- コンテンツ制作・ライブ配信需要の拡大
- 放送事業者の設備投資・運用コスト軽減ニーズの増加
- アニメコンテンツIPビジネス市場の拡大

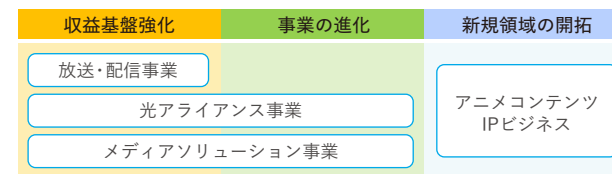
W
[弱み]

- 放送事業への高い収益依存度
- グローバルプレイヤーとの規模差(コンテンツ差別化・展開国数)
- 衛星放送/光再送信における視聴環境整備の必要性

T
[脅威]

- 動画配信サービスの拡大による有料多チャンネル放送市場の縮小
- インフレや為替変動による調達コストの上昇
- 人口減少、テレビ離れ

MEDIA BUSINESS



リューション事業」の三本柱に、「新規領域」を加えた事業構造の確立を進めています。

— 放送・配信事業 コストを最適化しつつ、放送・配信事業の収益力を維持

第一の柱である放送・配信事業では、加入件数の減少という現実を踏まえながらも、お客さまに選ばれ続けるサービスを目指します。プロ野球、モータースポーツ、韓流などの重点ジャンルを軸に、魅力的で差別化されたコンテンツを揃えることで、契約の継続と顧客満足度の向上に取り組みます。

また厳しい状況下ですが、提供する価値と必要なコストのバランスを見極め、市場や顧客行動の変化に応じて、コンテンツへの投資、販売促進、放送・配信の運用方法を継続的に見直すことで、収益性の維持とコスト最適化を両立してまいります。

— 光アライアンス事業 収益基盤の強化・拡大へ

第二の柱である光アライアンス事業では、NTTの光回線を通じて地上波やBS・CS放送をお届けする光再送信サービスと、ケーブルテレビ事業者向けに既存アセットである110度CS放送設備および鍵管理機能を活用したCATV(ケーブルテレビ)パススルーサービスを展開しています。

光再送信サービスの提供可能世帯数は約4,364万世帯まで広がっており、NTT東日本(株)・NTT西日本(株)をはじめ、ソフトバンク(株)、(株)NTTドコモといった事業者との連携により、接続世帯数は年間約10万世帯のペースで積み上げ、約300万世帯に成長しています。引き続き、安定的な視聴環境を提供しながら、接続世帯数の拡大を通じて収益基盤の強化を図ります。

CATVパススルーサービスは、ケーブルテレビ事業者の設備投資費用の軽減に貢献するものです。大手ケーブルテレビ事業者と連携して登録件数を着実に増やし、光再送信サービスと並ぶ次の収益基盤として拡大していきます。

— メディアソリューション事業 スカパー東京メディアセンターのアセットを最大限に活用

第三の柱であるメディアソリューション事業は、放送局、配信事業者、コンテンツホルダーなどに対して、映像制作・伝送、放送・配信運用、監視などのサービスを提供し、お客さまの設備投資や運用負荷の軽減を支援する事業です。

この事業における当社の優位性は、スカパー東京メディアセンター（TMC）の高機能な設備を既存資産として活用できること、放送と配信の双方に対応する技術基盤、そして、年間1,500件を超えるライブイベントの中継・伝送と累計25,000時間を超えるライブ放送・配信の実績に裏付けられた運用力にあります。

こうした設備、技術、実績、運用ノウハウを組み合わせ、これまでB2C事業で培ってきたアセットを、パートナーを通じてその先の視聴者や利用者へ価値を届けるB2B2C型のサービスへ展開していきます。これらの具体的なサービスや実績については、事業説明のページでご紹介します。

スカパー東京メディアセンターという有形資産に加え、約30年にわたり培ってきた運用ノウハウという無形資産を生かすことで、新たな大規模投資を抑えながら、資本効率を意識した事業拡大を進めることができます。

今後もスカパー東京メディアセンターを最大限に生かしながら、新たなお客さまの獲得と提供サービスの拡充を進め、収益基盤の強化に取り組めます。メディアソリューション事業を、メディア事業を支える第三の柱として拡大してまいります。

— 新規領域事業 次の収益基盤へ

三本柱に加え、将来の新たな収益源となる新規領域事業の創出にも取り組みます。IP、すなわち知的財産を活用した事業では、(株)スカパー・ピクチャーズを中核に、アニメを中心とするIPの企画・開発、ライセンス運用、海外展開を見据えた事業基盤の構築を進めています。

具体的な取り組みの一つが、人気キャラクターを活用した3Dアニメ「可哀想に！劇場」です。伊藤忠商事グループとの連携も生かし、企画・開発からライセンス運用、商品化、海外展開までを一気通貫で進める体制の構築を目指しています。こうした取り組みを通じて、コンテンツの企画・制作にとどまらず、IPを継続的な価値と収益機会につなげていきます。

— メディア事業の持続的な価値創造へ

メディア事業が目指すのは、放送・配信事業では加入件数や売上規模の漸減に対応しながら収益性を維持し、光アライアンス事業とメディアソリューション事業を着実に拡大し、さらに新規領域から将来の収益源を育てることです。「三本柱+新規領域」の構造を確立することで、収益基盤を多層化し、環境変化への対応力を高めていきます。

こうした取り組みにより、2025年度は、放送・配信事業における収益性維持の取り組みと光アライアンス事業の拡大により、メディア事業のセグメント利益は85億円となりました。また、2026年度のメディア事業のセグメント利益は105億円を計画しています。そのうえで、2030年度においてもセグメント利益100億円以上の水準を維持し、持続的な収益基盤の確立を目指しています。

部門トップとして、放送・配信事業の収益性を維持しながら構造変化に対応するとともに、B2C事業で蓄積してきた顧客接点、コンテンツ、設備、技術、運用ノウハウを、パートナー企業を通じてお客さまに届けるB2B2C型のサービスへ展開し、新たな価値と収益機会を創出していきます。

光アライアンス事業とメディアソリューション事業を次の柱として育て、新規領域も含めて収益基盤を多様化することに責任を持って取り組みます。これらを着実に進め、パートナーとともに新たな顧客価値を創出し、持続的に成長できるメディア事業の構築を目指してまいります。

— これから…2030年目標を超えていく

事業成長を支える要素には、人財や事業基盤、資本だけではなく、「時間軸」も重要であると考えています。どれほど優れた技術やサービスを持っても、成長の機会を捉える準備ができていなければ、その力を十分に発揮することはできません。そのためメディア事業部門では、変化を先取りし、チャンスを実実に成果へとつなげられる組織づくりに力を注いでいきます。

その実現に向けて、B2B2Cへの取り組みをさらに推進していきます。利用者の立場に立ち、そのサービスを裏方として支えることで、ともに発展する関係を築いていきます。そして、共創を通じて価値創出に貢献する存在として、事業の可能性を広げるソリューション営業を部門の文化として定着させていきます。

2030年度の目標はゴールではなく、その先を見据えた通過点で

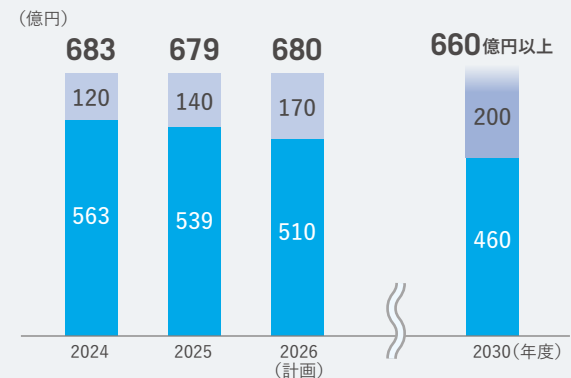
す。部門員一人ひとりが自らの役割と将来像を描き、挑戦を続けられる組織を作りながら、次なる事業機会を創出していきます。そして、お客さまやパートナーの皆さまとともに新たな価値を生み出し、2030年の目標を超える事業基盤を築くことで、持続的な企業価値の向上を実現していきます。その積み重ねにより、お客さまと社会から信頼され、選ばれ続ける企業であり続けます。

メディア事業 目指す姿

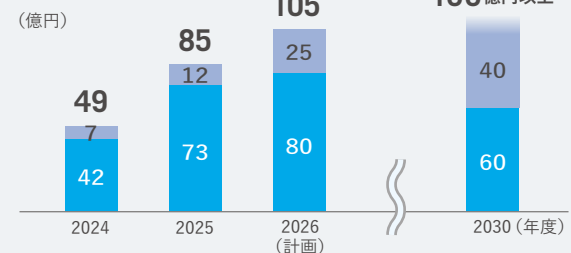
【中長期収益構造】

放送事業の収益漸減を、メディアソリューションの成長と、光アライアンス事業の拡大により補いセグメント利益100億円以上を維持

営業収益(組替後*)



セグメント利益(組替後*)



■ 放送関連(放送・メディアソリューション・他含む) ■ 光アライアンス

*2026年度から宇宙事業の映像ネットワーク関連サービスをメディア事業へ移管

中長期の事業戦略

放送・配信事業

有料多チャンネル放送「スカパー！」を提供。安定した収益基盤。

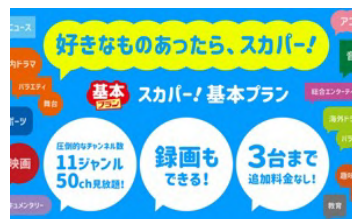
【概要】

放送・配信市場は、動画配信サービスの拡大により市場全体として成長する一方、サービス間の競争は一層激化しています。こうした環境下において当社は、プロ野球などの重点ジャンルを軸に、他社にはない、魅力的かつ差別化されたコンテンツを提供するとともに、幅広い視聴ニーズに応えるスカパー！基本プランの価値を高め、お客さまに選ばれ続けるサービスを目指しています。



プロ野球セット

月額4,054円(税込)でセ・パ12球団公式戦を全試合生中継する重点商品です。放送・配信・専用アプリを通じて、いつでもどこでもプロ野球観戦をお楽しみいただけます。



スカパー！基本プラン

月額3,960円(税込)で映画、スポーツ、音楽、アニメ、ドラマ、韓流など11ジャンル・50チャンネルを視聴できる主力商品です。幅広いラインナップにより多様な視聴ニーズに応えています。

【今後の戦略】

■収益基盤強化の取り組み

市場環境の変化を踏まえ、当社は「顧客数の最大化」から「顧客価値の最大化」へと戦略をシフトしています。「スカパー！メンバーズポイント」のキャンペーンや特典の充実、レコメンド機能の高度化などにより、ご契約中のお客さまとのエンゲージメントを高め、契約継続率の向上および顧客一人当たりの平均収益(ARPU)の向上を図ります。これにより、収益基盤の安定化と事業価値の向上を目指してまいります。また、市場環境や顧客行動の変化に応じてオペレーションを継続的に見直し、提供価値とコストの最適なバランスを追求することで、顧客価値向上と効率的な事業運営を両立し、持続的な成長につなげてまいります。



■取り組み事例

顧客満足度を高める施策

「スカパー！」をご利用いただくお客さまの満足度向上のため、「スカパー！メンバーズポイント」のキャンペーン実施や利用用途の拡充を進めています。さらに、お客さま向けのプレゼント企画ではプロ野球関連の施策を強化し、冠試合の体験イベントへの招待や観戦チケット・グッズのラインナップを充実させるとともに、毎月の賞品更新により、サービスへの期待感と満足度の持続的な向上を図っています。



興味・関心を引き出す仕組み

お客さまの興味・関心を喚起し、番組との接触機会を広げるため、一人ひとりの好みに合った番組をご提案する機能(レコメンド機能)の高度化に取り組んでいます。コンテンツ情報に独自タグを付与することで公式サイト上でのお客さまの嗜好に合わせた提案の精度を高め、サイト来訪者向けの番組への接触機会の拡大を継続的に進めています。その他、メルマガやLINEなどでのお客さま向けのアプローチも拡充させています。

また、テレビ1台分の契約料金で、最大3台まで追加料金なしで50チャンネルを視聴できる「スカパー！基本プラン」をご契約中のお客さま向けに、毎月コンテンツ特集を企画し、サービスの活性化につなげています。



光アライアンス事業

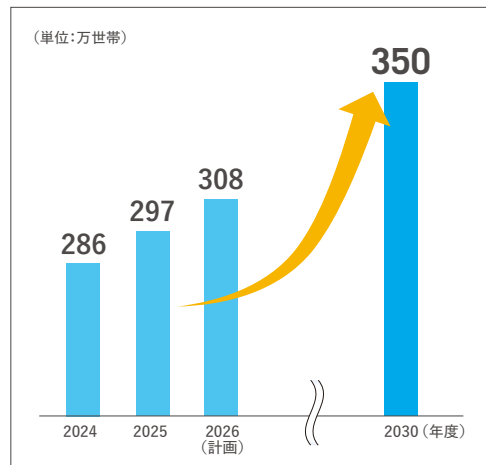
第二の柱として、収益基盤の強化および事業の進化へ。

【概要】

光再送信サービス

NTTフレッツ光回線を通じ、地上波、BS、CS放送を視聴可能にする「光再送信サービス」は、2025年度も引き続き順調に接続世帯数を伸ばし、前年比+11万世帯となる297万世帯に達しました。さらに、2025年12月の料金改定により収益も伸びており、安定した成長を実現しています。2026年7月における提供エリアは37都道府県、提供可能世帯数約4,364万世帯（世帯カバー率78%）となっています。引き続き、サービスエリアの拡大とNTT東日本(株)・NTT西日本(株)をはじめとする通信事業者やソフトバンク(株)、(株)NTTドコモといった大手携帯キャリアとの連携強化を通じて接続世帯数の増加を図ります。

【光再送信サービス 接続世帯数】



CATV（ケーブルテレビ）パススルーサービス

CATVパススルーサービスは、有料多チャンネル放送事業の競争環境が厳しさを増すなか、当社の放送設備と鍵管理機能を活用することで、ケーブルテレビ事業者の設備投資負担の軽減とサービス力の向上を支援するソリューションサービスとなります。

従来、ケーブルテレビ事業者が独自に構築していた放送管理システムやSTB（セットトップボックス）の機能を当社システムで代用することで、それらへの投資を抑制できます。あわせて、利用者にとっては外付けSTBが不要となるため、利便性や操作性の向上につながります。

2025年度には75局のケーブルテレビ事業者で導入いただいております。現在は普及拡大の段階にあります。引き続き、導入促進と登録件数の継続的な積み上げを推進し、CATVパススルーサービスを次の収益に寄与する事業へと育成することが、メディア事業全体の持続的成長に直結するものと捉えています。



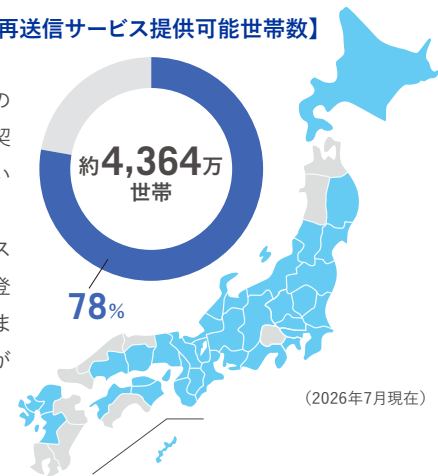
【今後の戦略】

■ 安定した収益基盤に向けた事業拡大

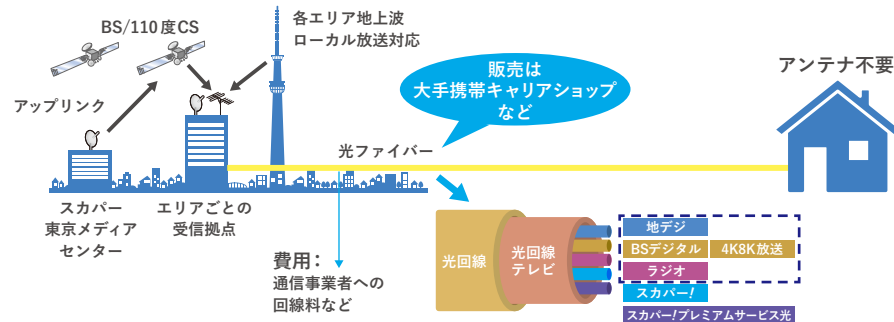
光再送信サービスは堅調に件数を伸ばしているものの、競合事業者との競争は年々激化しており、さらなる契約獲得に向けて顧客獲得効率の向上が求められています。

一方、2023年から開始したCATVパススルーサービスは拡大途上にあり、ケーブルテレビ事業者への導入と登録件数の継続的な積み上げが収益貢献の鍵を握ります。それぞれの成長段階に応じた課題に取り組みながら、戦略を推進しています。

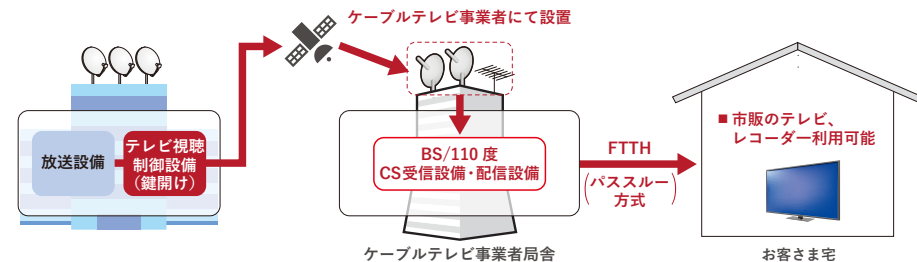
【光再送信サービス提供可能世帯数】



【光再送信サービスの仕組み】



【CATVパススルーサービスの仕組み】



メディアソリューション事業

「スカパー！」で培った資産と信頼を基盤に、他社の放送・動画配信業務を支援。新たな収益機会の創出。

概要および戦略

メディアソリューション事業は、これまで主に当社の放送・配信を支える役割を担ってきました。しかし、事業環境の変化を踏まえ、長年培ってきた放送インフラや映像制作技術を外部のお客さまにも提供することで、新たな収益の柱として確立し、今後のメディア事業における収益基盤の多様化につなげていきます。

本事業は、当社がこれまで培ってきた設備や技術を活用できるため、大規模な追加投資を必要としないことが強みです。既存アセットを活用しながら段階的に外部売上比率を高めていくことで、当社の収益多角化と企業価値向上に資する成長ドライバーと位置づけています。

■ スカパー東京メディアセンター (TMC)

事業の中核を担うのが、スカパー東京メディアセンターが保有する放送・配信インフラと映像技術です。多数のチャンネルを同時に放送・配信できる設備、スタジオなどの番組制作機能、そして多様な映像ソースを柔軟に分岐・制御できる技術力は、外部市場においても高い競争優位を持つ資産です。これらをB2B・B2B2C領域に開放し、海外コンテンツの配信支援や企業の社内イベント配信など、多様なビジネスニーズに対応するソリューション提供へと展開しています。

スカパー東京メディアセンターが提供する主な機能

エンコード

放送・配信サービスで培ったノウハウで、映像素材をご希望のフォーマットへ変換



運用監視

24時間365日体制で放送・配信サービスの運営や、各サービス状況を有人監視



MOC (Media Operation Center)

TMCの回線センターとして入出力映像音声信号を扱うゲートウェイ機能を持ち、TMCの各制作設備へのルーティングや収録、施設外の指定拠点への分岐に対応

■ 3つの事業方向性

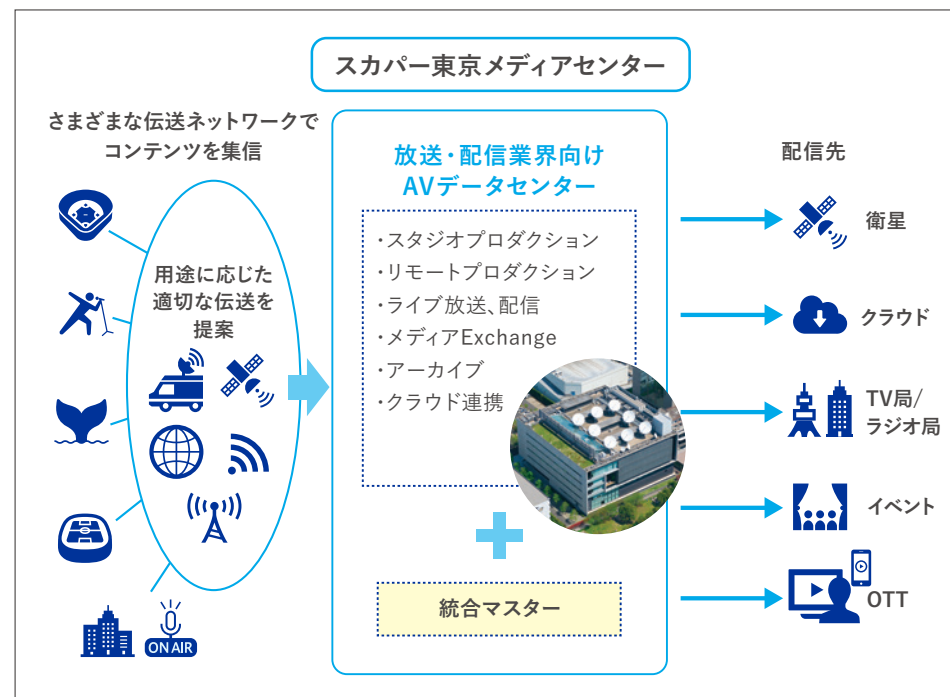
メディアソリューション事業は大きく3つの方向性で構成されます。

メディアHUB：TMCを映像伝送の結節点(HUB)とし、映像の集約から伝送・配信までをワンストップで提供する取り組みです。当社のインフラと技術を生かし、ワンストップで提供できる強みを軸に、他社とのアライアンスを通じて収益化を加速します。

統合マスター：放送局の送出設備(マスター)を集約・共用化し、効率的な運用を実現する取り組みです。各社地方局において経営効率化に向けたマスター設備の最適化が求められるなか、TMCのアセットの利用を推進しています。

インフラ提供：各社放送事業の効率化が求められるなか、今まで培った技術・ノウハウを生かして、他社の放送インフラ運用コストの大幅な削減機会、BCP対応などを提供します。

【スカパー東京メディアセンターが提供できるサービスの可能性】



■ 取り組み事例

映像インフラを外部に開放するメディアHUB

メディアソリューション事業戦略のひとつが、TMCを映像伝送の結節点として外部に開放する「メディアHUB」です。放送・配信で培った当社のインフラと技術を、放送局や配信事業者をはじめとする外部のお客さまに提供し、新たな収益へとつなげています。

2025年、韓国CJグループのICT企業であるCJ OliveNetworks Co., Ltd.とソウルの上岩（サンアム）メディアセンター、およびTMCの3拠点を国際専用IP回線で直接結びました。メディア事業者による高品質・超低遅延の伝送を行える専用線の開通は、日韓で初となります。回線の運用を事業者自身が担うことで、迅速な伝送やトラブル対応、信頼性の向上、将来の拡張性を同時に実現しました。日韓において高まる越境コンテンツ需要に応え、K-POP公演のライブビューイングや韓流チャンネルの生放送番組の伝送などで活用が始まっています。

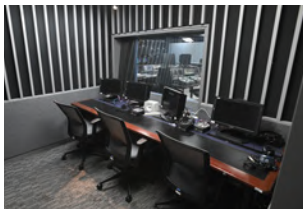
また2026年には、スポーツエンターテインメント配信サービス「DAZN」による世界的スポーツイベント番組において、TMCのスタジオや副調整室（SUB）を制作拠点として提供することで番組制作体制を支援しました。今回当社が選定された背景には、TMCのバーチャル制作への対応力、国内外の映像伝送に柔軟に対応できる回線環境、長期の大型制作を支える付帯設備の充実があります。スタジオ機能から映像伝送、放送・配信運用までをワンストップで支えられる、TMCならではの強みが評価された事例といえます。



スタジオ



副調整室（SUB）



SUB内アナウンスブース

利用者の声

フレキシブルな回線センターと信頼性の高い設備が高評価

「ABEMA」では、これまで多様なジャンルの番組制作でTMCを活用しており、開局10周年記念特別番組では、長時間生放送のメイン拠点として利用しました。

複数拠点を結ぶ大規模な生放送では、キャリア伝送回線やLiveU受信を回線センターで一括運用できる柔軟な環境に加え、EVSやVizrtなど信頼性の高い設備、楽屋や制作本部として活用できる十分なスペースが整っていることが、選定の大きな決め手となりました。

企画段階から丁寧に伴走いただき、当日もキャリアとの調整や急な追加要望にいたるまで迅速かつ柔軟に対応いただいたことで、長時間にわたる番組運営を完遂することができました。

（株）AbemaTV
Production Technology
伊野部 智樹 様

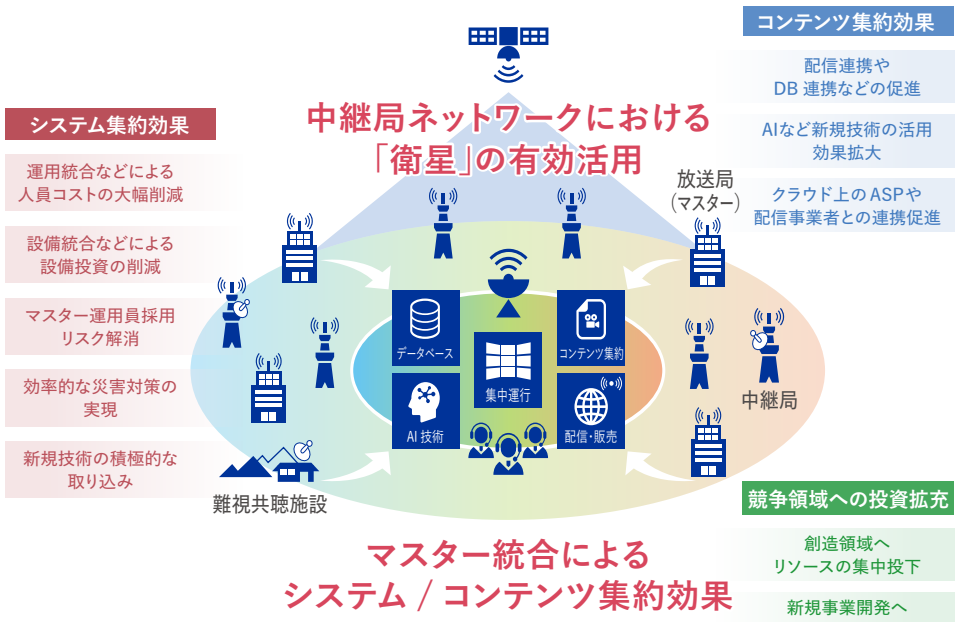
次世代型ラジオマスターの実証実験

「統合マスター」の取り組みとして、ラジオ領域で具体化したものが「次世代型ラジオマスター」です。2023年より、(株)エフエム東京・(株)JFNとともに、複数のラジオ局の放送マスターをTMCのプライベートクラウド環境に集約する実証実験を、国内で初めて実施しました。従来、キー局で数億円、地方局でも1億円規模の設備投資を要していた放送マスターを、TMCに統合・共用化することで、1局当たりの設備投資や技術人員の負担を抜本的に軽減するモデルの実現可能性を検証したものです。

2期にわたる実証では、実際の放送コンテンツを用いて音声遅延の最小化や冗長構成などの技術品質を確認するとともに、設備投資額は7局統合で約50%、20局統合で約65%、運用人員は20局統合で約75%の削減が可能との試算も得られ、経済合理性が確認されました。あわせて、衛星回線やクラウドを活用し、大規模災害で地上の通信が遮断された場合にも放送を継続できる仕組みを実証するなど、放送インフラとしての強靱性も高めています。

「統合マスター」は、CS放送の多チャンネル運用で培ったノウハウを転用し、TMCのアセットを生かして放送事業者の課題を解決する、受託型のB2Bビジネスです。ラジオ局にとどまらず地上波テレビ局への展開も視野に、統合マスターという新たな収益機会の創出を目指します。2028年のサービス提供開始に向け、業界横断の協業を通じて、メディアソリューション事業の収益化を着実に進めてまいります。

【スカパー】SATが考える統合マスターの可能性



| アニメコンテンツIPビジネス

アニメコンテンツIPビジネスへの進出。さらなる新規領域の開拓へ。

[概要]

日本発のコンテンツを世界へ

当社は2019年にアニメコンテンツIPビジネスを構想し、自らがIPホルダーとなって、スカパー！プラットフォームを超えてグローバルにビジネスを展開する戦略を推進してきました。長年の放送事業を通じて培ったコンテンツホルダーとの協業実績や、業界内での信頼とブランド力が、この事業における重要な競争優位の源泉です。専任組織による市場実証を経て収益拡大の可能性を確認し、2024年4月には伊藤忠商事(株)をパートナーに事業会社(株)スカパー・ピクチャーズを設立し、同年10月にNHK総合で放送された『チ。一地球の運動についてー』を第一弾作品としてアニメを中心とした映像コンテンツの企画・製作投資・販売および周辺事業を本格的に展開しています。

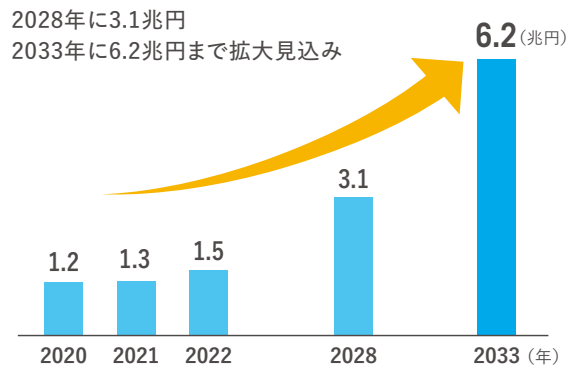
[今後の戦略]

この事業が対象とする海外市場の売上は、下図のように見込んでいます。

こうした市場において、当社はこれまでに培った経験と競争優位に加え、伊藤忠商事グループの国内外にわたる広大なネットワークと販路を活用し、保有するアニメコンテンツIPの価値最大化を目指します。本年、伊藤忠商事グループは(株)スカパー・ピクチャーズの株式保有比率を49%まで引き上げ、完全共同事業化を実行しました。人員強化とチャネル拡大により両者のシナジーがさらに育める体制を整え、新たなスタートを切りました。今後放送・配信を予定する「可哀想に！劇場」では国内地上波放送を皮切りにグローバル配信を計画しているほか、キャラクターIPの認知拡大による商品化ビジネスの成功を狙います。

放送事業で磨いてきた経験と、伊藤忠商事グループのグローバルな事業展開力を掛け合わせ、日本発のアニメコンテンツIPを世界規模で収益化する新たなビジネスモデルの確立を推進します。「他では成しえない作品やサービス」を提供し、世界中に感動と熱狂を届ける存在となることを目指していきます。

【アニメコンテンツの海外売上の政府目標】



出典：(株)日本総合研究所「JRIレビュー」2025年 Vol.4, No.122「わが国のアニメ産業における供給面の課題」を参考に当社にて作成
(<https://www.jri.co.jp/report/jrireview/detail/15608/>)

企画から販売まで一気通貫で届ける仕組みでIP事業を推進

会社設立の2024年4月から2年が経ち、当社は2期連続の黒字決算を迎えることができました。当初想定していた事業性、収益拡大の可能性の答え合わせができ、次のステージにむけて事業を拡大させていく局面を迎えております。一方、スタジオの制作費高騰や競合プレイヤーの合従連衡など、環境変化はとどまることを知りません。さらなる成長のためには相対的な強みを育むことが大切だと痛感し、そのためにも伊藤忠商事(株)との連携は非常に重要なものと認識しております。

会社設立以降、伊藤忠商事(株)とは両社の強みを生かせるIPの共同開発に日々取り組んでまいりました。その結果生まれたのがキャラクター

デザイナー、可哀想に！氏のオフィシャルサイトで紹介している「可哀想に！劇場」です。すでに若年層を中心に人気の「おばんちゅうさぎ」「んぼちゃむ」をはじめとしたキャラクターをアニメ化し商品展開することで、認知や宣伝効果を高め、さらなるビジネス展開によるマーケット拡大がのぞめます。国内は朝のテレビ番組「ZIP!」と組み、海外は伊藤忠商事(株)のネットワークを最大限に活

用していきます。3Dアニメーションにおいては国内最大規模のマーザ・アニメーションプラネット(株)に制作をお願いしました。これは安定的なクオリティの実現とともに、海外に馴染みのある3DCGによる手法のアニメの方がより広がることを期待してのことでした。このように企画から販売まで一気通貫で届ける仕組みを当社アニメコンテンツIPビジネスの強みとして、今後も広げていけるよう活動してまいりたいと思います。



SKY Perfect
Pictures



(株)スカパー・ピクチャーズ
代表取締役社長

長内 敦

■ 実績

アニメーション作品(放送年・放送局・配信サービス)

『チ。一地球の運動についてー』(2024年 NHK総合、各種配信サービスにて配信)

『来世は他人がいい』(2024年 TOKYO MX、各種配信サービスにて配信)

『フェルマーの料理』(2025年 テレビ朝日系列、BS11、AT-X、各種配信サービスにて配信)

『魔術師クノンは見えている』(2026年 TOKYO MX、BS朝日、各種配信サービスにて配信)

アニメ関連イベント(実施年・開催地)

『特別展「チ。一地球の運動についてー 地球(いわ)が動く!」』(2025年 日本科学未来館、他)

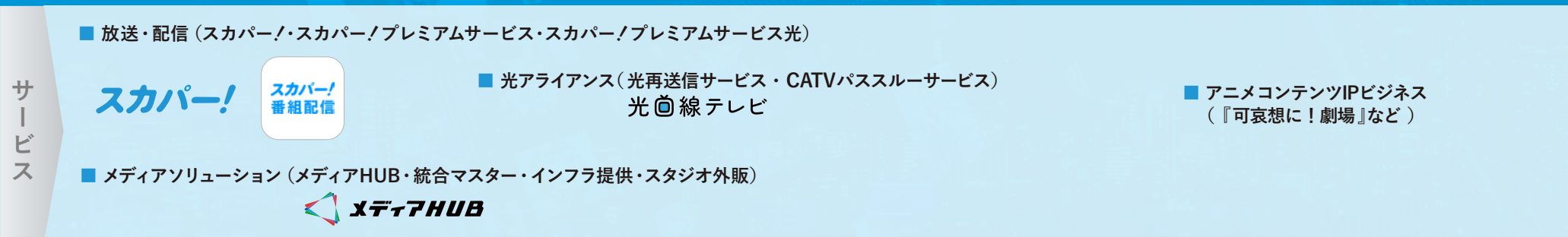
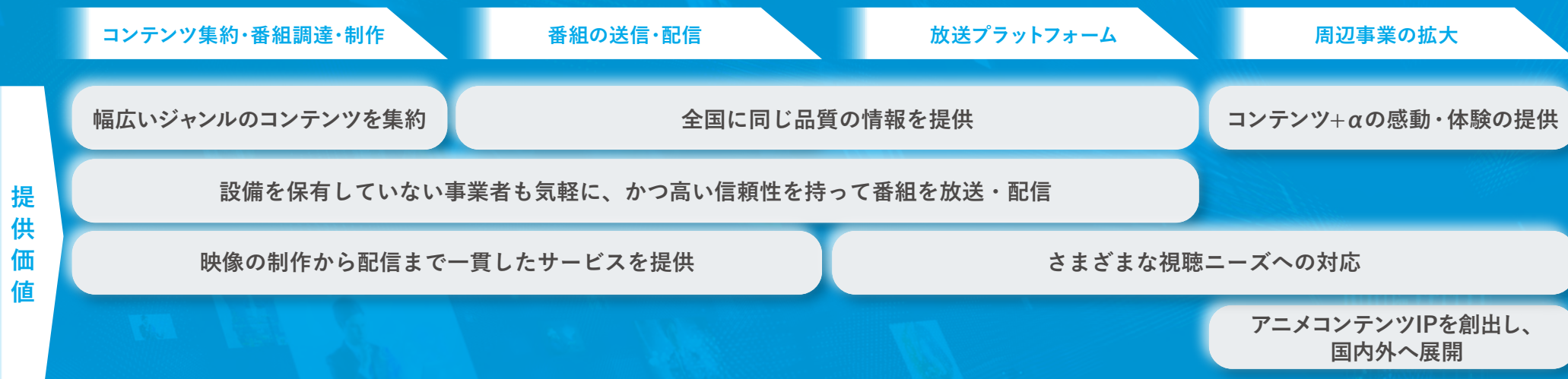
『「祝 閉店!可哀想に!デパート」展』(2026年 横浜スカイビル)

■ 今後の予定

アニメーション作品(予定放送局・番組)

『可哀想に！劇場(おばんちゅうさぎ・んぼちゃむ)』(日本テレビ ZIP!)

バリューチェーン



主なサービスのバリューチェーン

