

各 位

会社名 株式会社 テレビ東京ホールディングス
代表者名 代表取締役社長 石川 一郎
(コード番号: 9413 東証プライム)
問合せ先責任者 経営企画局長 大久保 直和
(Tel. 03-3587-3061)
<https://www.txhd.co.jp>

『テレ東 VISION2035』策定について
～2035 年、グローバル IP メディア「テレ東」として第 4 の創業へ～

当社は、テレビ東京グループの 2035 年のあるべき姿として「テレ東 VISION2035」を策定しましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

まだ見ぬ「おもしろい」を世界に発信し
一人ひとりの「ちょっといい明日」に寄り添う
2035年、グローバルIPメディア「テレ東」として第4の創業へ

- 1、「まだ見ぬおもしろい」コンテンツやサービスを創り、挑戦し続ける
「まだ見ぬおもしろい」とは…
 - ・他がやらないことをやる、見る人ひとりひとりの心に深く刺さる
 - ・AIをはじめ最先端のテクノロジーで時代の先を行く
- 2、乳幼児からシニアまで、ユーザー本位で貢献する
「ちょっといい明日」のために…
 - ・正確で客観的な報道・情報で、信頼されるメディアであり続ける
 - ・社会課題解決につながる新規事業を創出する
 - ・つながるすべての人の人権を尊重する
- 3、グローバルIPメディア「テレ東」として第4の創業を果たす
「グローバルIPメディア」とは…
 - ・既存のマスメディアの枠を超え、コンテンツIPを起点として放送、配信などに
広角展開する
 - ・専門人材を採用、育成し、多様なコンテンツを国内だけでなく世界に届ける

パーパス・ミッションに基づいたビジョンを共有することで、グループ一丸となって今後10年の激動に立ち向かい、全世界のユーザーおよびステークホルダーとの信頼関係を築いてまいります。

第4の創業

- 第1期: 東京12チャンネル(ローカル放送局)
第2期: テレビ東京(放送ネットワーク)
第3期: テレ東(放送・配信・アニメのマルチ展開)
第4期: グローバルIPメディア「テレ東」
(CaaS・セブンブリッドで全分野・全方面に広角展開)

『テレ東 VISION2035 ストラテジー(戦略)』

3つの原則×4つの事業領域

「セブンブリッド」戦略で価値を最大化

テレ東グループの強みを生かした重点事業領域を「4つの縦軸」とします(＝コアコンピタンス)。3つのプリンシプル(原則)で串刺しにした「セブンブリッド」戦略で企業価値の最大化を図ります。それぞれが単独ではなく相乗効果を発揮することで、成長と革新を実現します。戦略の実行にはコミュニケーション、対話が欠かせません。互いを尊び、オープンで自由闊達な企業文化が土台となります。

<セブンブリッド戦略>



※「CaaS(カーズ)(Contents As A Service)」とは、多様な価値観を持つユーザーに向けてコアに刺さるコンテンツ IP を創り、そこを起点に「経済圏」を多角的に構築すること

テレビ東京グループは今回策定した長期ビジョン『テレ東 VISION2035』のほか、中期経営計画(3 か年)を策定し、公表しております。長期ビジョンがテレビ東京グループが 10 年後に目指す姿を表し、『2025中期経営計画』はそのスタートの 3 年間の具体的な経営計画について計数目標とともに公表しています。

<テレビ東京グループ パーパス>

心を温かく、時に熱く。
一人ひとりに深く届け、ちょっといい明日へ。

以 上

テレ東VISION2035

まだ見ぬ「おもしろい」を世界に発信し
一人ひとりの「ちょっといい明日」に寄り添う

2035年、グローバルIPメディア「テレ東」として 第4の創業へ

01 「まだ見ぬおもしろい」 コンテンツやサービスを創り、 挑戦し続ける

- 「まだ見ぬおもしろい」とは—
- ・ 他がやらないことをやる、見る人ひとりひとりの心に深く刺さる
 - ・ AIをはじめ最先端のテクノロジーで時代の先を行く

02 乳幼児からシニアまで、 ユーザー本位で貢献する

- 「ちょっといい明日」のために—
- ・ 正確で客観的な報道・情報で、信頼されるメディアであり続ける
 - ・ 社会課題解決につながる新規事業を創出する
 - ・ つながるすべての人の人権を尊重する

03 グローバルIPメディア「テレ東」 として第4の創業を果たす

- 「グローバルIPメディア」とは—
- ・ 既存のマスメディアの枠を超え、コンテンツIPを起点として放送、配信などに広角展開する
 - ・ 専門人材を採用、育成し、多様なコンテンツを国内だけでなく世界に届ける

こうしたビジョンを共有することで、グループ一丸となって今後10年の激動に立ち向かい、全世界のユーザーおよびステークホルダーとの信頼関係を築いていく。

第4の創業
(The 4th Foundation)

第1期 東京12チャンネル
(ローカル放送局)



第2期 テレビ東京
(放送ネットワーク)



第3期 テレ東
(放送・配信・アニメのマルチ展開)



第4期 グローバルIPメディア「テレ東」
(CaaS・セブンブリッドで全分野・全方面に広角展開)

ストラテジー（戦略） 3つの原則×4つの事業領域「セブンブリッド」戦略で価値を最大化

テレ東グループは、最重点事業領域を「4つの縦軸」とし、3つのプリンシプル（原則）で串刺しにした「セブンブリッド」戦略で企業価値の最大化を図る。それぞれが単独ではなく相乗効果を発揮することで、成長と革新を実現する。戦略の実行にはコミュニケーション、対話が欠かせない。互いを尊び、オープンで自由闊達な企業文化を土台とする。

セブンブリッド The 7-brid

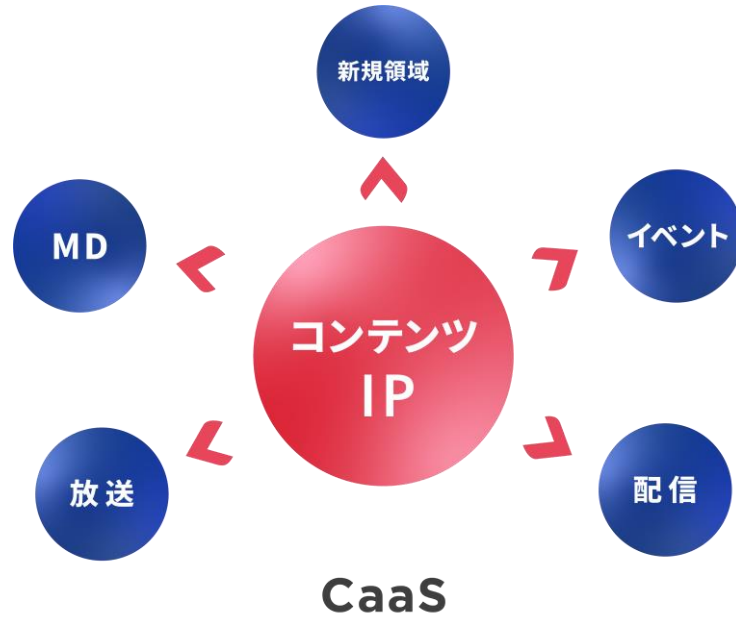
「7」と「Hybrid」を組み合わせた造語
7つの軸をグループ10年の基盤、
7ch（ナナナ）の成長の礎とする
前途に幸運をもたらすラッキー7



3つのプリンシプル（原則）

1. 「CaaS（カーズ）（Contents As A Service）」コンテンツごとに経済圏をつくる

マスメディアとして不特定多数の視聴者を対象としてきた時代から、一人ひとりのユーザーと向き合うコアの時代となる。こうした変化に対応するため、グループが目指すべき独自のプリンシプルとして、「CaaS（カーズ）」を導入する。「CaaS」とは、多様な価値観を持つユーザーに向けてコアに刺さるコンテンツIPを創り、そこを起点に「経済圏」を多角的に構築することである。「放送」「配信」はもとより「リアル体験」「海外」など多様なメディア・流通ルートでどう届けるか、どうマネタイズするか、ふさわしいタッチポイントをテレ東グループが主体的に構築する。



2. グローバリゼーション加速

日本のマーケットが縮小していく中、成長のためにはグローバリゼーションが不可欠だ。政府は、日本発コンテンツの海外市場規模を、4.7兆円（2022年）から20兆円（2033年）へと成長することを目標として掲げた。グローバル展開は、やれるかどうかではなく、やる。米国の政策で世界経済に不透明感があるものの、グループの海外売上比率は、24年度の17.3%から、2035年には40%を目指す。FAST等を起点にしたローカライズコンテンツの制作や商社などとの提携、関連企業（国内、現地）のM&Aを検討する。グローバル人材採用・育成も強化する。

3. テクノロジー・AIの「活用先端企業」に

デジタルテクノロジーは今後10年で大きく変貌を遂げる。グループすべての領域で導入、改革し続ける。特にAIはあらゆる領域に革命的な影響を及ぼす可能性が高い。テレ東は「AI活用先端企業」へ脱皮し全社的に活用する。業務の効率化、大幅なコスト削減を実現し、そこで生み出されたリソースをコンテンツ価値の最大化に投入、更なる成長につなげる。コンテンツIPの制作、表現手法にも積極的に導入し、時代の先を行く。また、スタートアップとの提携や自社による開発等、積極的にテクノロジーに投資していく。VP（バーチャルプロダクション）をはじめとした先端技術の導入や設備のクラウド化を推進する。

セブンブリッド 4大縦軸（重点事業領域）

1 「IPクリエイティブ」でオリジナルヒットIPを創出

「放送」で培ったニッチでコアなファンを掴むDNA・ノウハウをもとに、まだ見ぬ「おもしろい」オリジナルのコンテンツIPを生み出し発信するのが、IPクリエイティブだ。放送、配信に加えオリジナルIPイベントや、ショッピング等のリアル体験といったタッチポイントから、世界の多様なユーザーに深く刺さるコンテンツサービスを届ける。

局内にとどまらないクリエイター集団を囲い込み、組織し、独自の「企画力」を大いに発揮していく。コンテンツを生み出し発信する「ビジネスクリエイター」というキャリアを導入する。ビジネスクリエイターは、新たなタッチポイントを開発し、多様化するパートナーと連携しながら、サービスを拡大する役割を担う。クリエイティブサイドもセールスサイドも一体となった「全て売る」体制を作り上げ、従来のテレビ局の枠を超えた価値創造を成し遂げる。

2 「アニメのテレ東」、さらなる進化

NARUTOなどのコンテンツIPですでにグローバル展開とCaaSを進めているアニメは、海外ビジネスを加速する。既存の北米、中国、欧州に加え、中南米、東南アジア、さらに中東・アフリカなど今後成長を期待できるエリアに積極的に進出し、さらなるユーザーの獲得を目指す。また、ゲームやグッズなどのCaaSは、自ら企画・提案する体制を整え、世界中のユーザーニーズを的確に捉え、ライセンスとしての業務を拡大する。オールライツ制作にも着手し、権利に主体性のあるコンテンツIPを生み出すシステムを構築する。

3 「経済報道」を主力に、信頼されるメディアとして確立

他にない強みである経済報道をさらに強化し、「経済のテレ東」としてのブランド力を高める。「信頼できる情報源」としての取材体制を維持しつつ、放送、配信にとどまらず、難しい経済ニュースをわかりやすく、身近にするテレ東らしさを発揮する。テレ東BIZは自社IDの強みを生かし、多様なコンテンツでビジネスパーソンや老若男女を囲い込む。日経グループとのシナジーを強化、アジアなどへの展開も視野に、世界で唯一無二の経済動画プラットフォームを目指す。

4 「社会課題解決型」新規事業の創出

新規事業領域として「社会課題の解決」を掲げる。乳幼児からシニアまで、日本のみならずグローバルまで、ユーザーが直面するその時々的人生の場面に応える、コンテンツ起点のサービスを創出する。テレ東の強みを生かせば成長市場がそこにある。乳幼児向けの「シナぷしゅ」の世界展開を加速する一方、テレ東ファンが多い中高年・シニアが抱える悩みの解決は今後ますますニーズが高まることが予想され、強みを生かした新規事業を創出する。さらに教育や、サステナビリティをテーマとして検討する。M&Aも積極的に活用する。

人事戦略

テレ東グループは、風通しのよい職場で一人ひとりが尊重され、誰もが挑戦できる環境を整え、新たな価値を生み出せる企業風土を育てていく。年齢、性別、国籍を越えて、多様な力が交わり、未来をともに切り拓く職場をつくる。その実現に向けて、女性管理職比率30%以上、グローバル展開を推進すべく外国籍人材の登用を強化し、多様性を力に変え“まだ見ぬおもしろいの世界へ”届ける挑戦を加速させ「第4の創業」を“人財の力”で実現する。

1. 必要人材とスキル：グローバル・IPビジネス・AIなどスペシャリストを中心に獲得

分野	求めるスキル・経験
コンテンツ制作	■ 海外展開も可能なクリエイター、報道記者、配信PFでのドラマ制作、新領域の専門人材
IPビジネス	■ IPビジネス企業での実務経験、コンテンツを活用した展開、イベント企画、収益化
グローバル	■ 海外でのビジネス経験、多言語、文化適応力、現地支社の立ち上げ/採用実績など
テック・AI	■ AIを活用したビジネス、業務効率化、最先端の映像表現など
コーポレート	■ 戦略的な研修・育成経験、M&A、弁護士など

2. 育成・リスキリング戦略：「テレ東カレッジ（仮称）」

- 「テレ東カレッジ」は生成AI、データサイエンス、IPマネジメント、グローバル戦略などを通じて2035年に必要なスキルを体系的に習得する企業内教育機関。社員一人ひとりを「テクノロジー×創造性×ビジネス感覚」を持った次世代型メディア“人財”へアップデートする。
- AI活用スキルの必須化: AI技術を活用した制作や運営など、生成AIを使った新しいビジネスモデルを構築するためAIスキルやデータサイエンスを全社員の必修科目として強化
- 「若手公募制度“Seed project”」：若手の成長機会の創出、入社1～8年目向けの新事業提案制度

3. 人員・採用戦略：多様性と柔軟性を推進

- 社員数：グループ2000-2200人規模の体制を構築し生産性を2倍に上げる。
- 通年採用：グループ全体で通年採用を導入

採用区分	獲得人材
新卒	■ クリエイター・グローバル・AI領域の採用を強化 ■ 海外在住者からの応募にもオンラインで対応、獲得する。
キャリア	■ 海外市場で活躍するIPビジネスのエキスパートや、グローバルでの事業経験者を積極採用。特にAIやデジタルメディアやゲーム、ストリーミング分野の人材 ■ スペシャリストの採用に関しては現行の給与体系にとらわれず柔軟に対応

- 外部人材との連携：社員化に拘らず必要なスキルを持つ人材と多様な雇用形態で戦略的に連携