

# TBSグループ VISION2030

TBSグループの2030年に向けて



TBSグループは2020年に新しい「企業理念」と「ブランドプロミス」  
新しいロゴを発表し、コーポレートブランドの刷新を果たしました

## 企業理念

TBSグループは、  
時代を超えて世界の人々に愛される  
コンテンツとサービスを創りだし、  
多様な価値観が尊重され、  
希望にあふれる社会の実現に貢献してまいります。

## ブランドプロミス

私たちは、  
さまざまなフィールドで心揺さぶる時を届け、  
社会を動かす起点を目指します。

最高の“時”で、<sup>あ</sup> <sup>す</sup> **明日の世界をつくる。**

From TBS

## ブランドロゴ

**TBS**

TBSグループはこのブランディングをさらに推進すると共に  
「TBSグループ VISION2030」により企業理念、ブランドプロミスの実現を目指してまいります。

TBSグループ VISION2030

# 放送の枠を超え コンテンツを無限に広げよう あらゆる「最高の“時”」へ

我々にとって最大の武器は“コンテンツ創造”の力。それは時代がどう動こうとも変わらない。  
ライフスタイルの多様化、インターネットの台頭…メディア環境が激変していく中でも  
我々は今まで以上に人々の“信頼”に応え、心や生活を豊かにする素晴らしいコンテンツを“創り”、  
さらに放送の枠を超えて“広げる”。

「心揺さぶるもの」すべてをコンテンツと定義し、その価値を最大化する。

メディアグループからコンテンツグループへ。

## 「最高の“時”」にいつもTBSコンテンツがある

## コンテンツを軸に成長を目指す

「最高の“時”」にいつもTBSコンテンツがある  
その姿を実現するために、2つの側面からコンテンツを革新していく

1

コンテンツクリエイティブの革新

2

創ったコンテンツを無限に広げる～拡張戦略「EDGE」

# 1 | コンテンツクリエイティブの革新

## オリジナルIP重視とクリエイティブ強化

従来の放送事業をベースにしたコンテンツ制作から、「全ての生活時間」に届けるコンテンツ制作体制を目指す

### オリジナルIP(知的財産)開発の推進

- マルチユースによる収益拡大を目指し、オリジナルIPを重視
- 自社開発と並んで、IPホルダーのM&Aも含んだ権利獲得を推進

### クリエイティブの強化

- 放送に特化したクリエイターから、様々なフィールドに対応できるクリエイターの育成、また外部から獲得していく
- クリエイターが働きやすい環境づくり  
クリエイティブを尊重する風土をさらに醸成していく

## 2 | 創ったコンテンツを無限に拡げる～拡張戦略「EDGE」

# EDGE

## コンテンツ価値の 最大化を目指す拡張戦略

EDGE=**E**xpand **D**igital **G**lobal **E**xperience

「デジタル分野」「海外市場」「エクスペリエンス(ライブ&ライフスタイルなど体験するリアル事業)」の3分野をコンテンツ拡張の最重点領域とする。

この3領域において飛躍的成長を遂げ、際立った(エッジの効いた)存在へ。

## 配信

### コンテンツ拡充とプラットフォーム強化

#### 有料配信

国内最有力  
プラットフォーム  
構築へ

- 放送コンテンツのマルチユースに加えて配信オリジナルコンテンツに注力
- 他PFとのアライアンス・統合も視野に国内最有力PF構築を目指す

#### 広告付き無料配信

配信広告収入の  
飛躍的拡大

- TVerをはじめとしたPFへのコンテンツ提供を拡充
- データマーケティングの強化による広告収入の拡大へ

## デジタル コンテンツの 開拓

### XR (AR,VR) コンテンツやゲームなどの新領域開拓



新領域への  
チャレンジによる  
ビジネスの拡大

# グローバルコンテンツブランド“TBS”への成長

## CONTENT

### ドラマコンテンツ

国内最高レベルの制作能力を誇る  
ドラマコンテンツ

### フォーマット・IP

SASUKE・たけし城などで実績のある  
フォーマットセールスをさらに拡大

### 非映像コンテンツ

ライブエンタメ、知育教育さらにXR、  
ゲームなどの新領域コンテンツの海外展開

## グローバル市場 収益拡大へ



## BUSINESS

人材の獲得  
(クリエイター、ビジネス人材)

海外事業者との  
アライアンス強化・M&A

グローバル・プラットフォームとの  
共同事業



## 生活者のあらゆる「最高の“時”」へリーチする

放送を通じてだけではない、生活者のあらゆる時間にTBSはリーチしていく。劇場を保有し、小売店舗網を持つ我々ならではの提供価値をさらに拡大。Experience=体験する事業が最高の“時”の彩りを豊かに広げていく。

### 赤坂エンタテインメント・シティが誕生



新しく竣工する新劇場、2022年からロングランを続けるハリー・ポッター劇場などを中心にライブエンタテインメントの殿堂となる「赤坂」はブロードウェイと並ぶ街「AKASAKA」へ

### ライフスタイル事業の拡充



全国に店舗網を展開し、Z世代の顧客から絶大な支持を得るスタイリングライフグループを軸に、ライフスタイル事業を拡充。また膨大な顧客データでグループシナジーを拡大していく

### 知育・教育事業の成長



新たにスタートした“SCHOP”をはじめとした知育・教育事業を育て、子供たちが目指す希望にあふれる未来の実現を応援していく

## 「EDGE」にリソースを集中投下

### 成長戦略投資

コンテンツ投資・M&A  
事業アライアンスの推進など

### 人材投下・組織改革

社内のHRの重点配置  
外部からの人材獲得による部門強化

### R&D

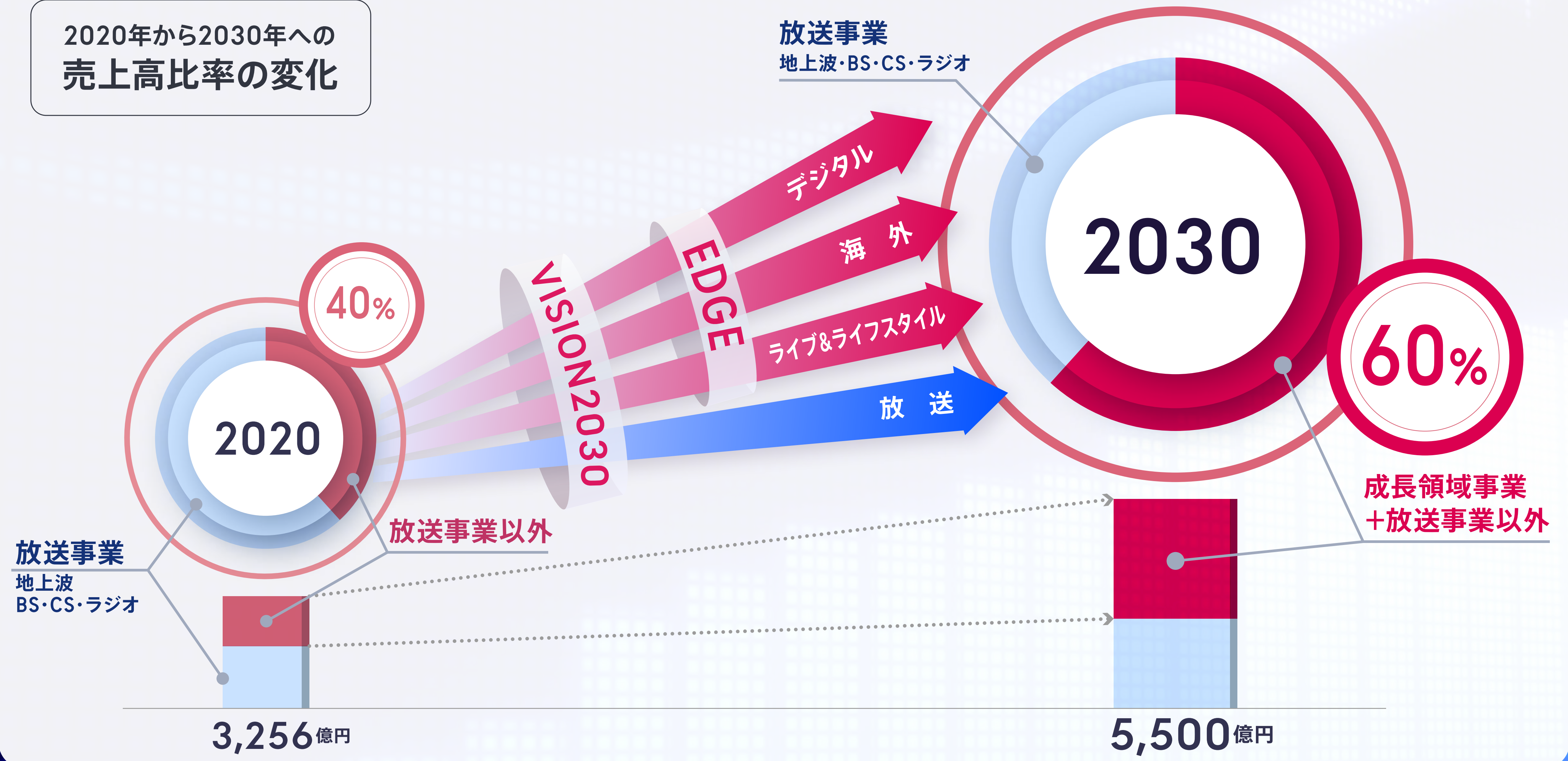
テクノロジー活用の  
研究開発への注力

“EDGE”

政策保有株式などの資産を積極的に活用

# VISION2030の達成で、放送事業以外の収益を飛躍的に拡大

2020年から2030年への  
売上高比率の変化



# コンテンツ成長の土台となる 放送事業のこれから

## ～さらなる価値向上を目指して

こんな時代だからこそ“放送”にしかできないことがあるはずだ…。

メディアが乱立し、様々な情報が錯綜する中“放送”の存在価値は益々重要なものとなってきている。

我々は不断の努力でその価値をさらに向上し、放送事業を新たなステージに押し上げる。

# 放送事業の価値向上を目指す

## 不変の価値“信頼”の深化

様々なメディアからの情報が氾濫する中で、正確かつ公正な情報発信をさらに深化していく。  
また良質なクオリティのコンテンツを送り続ける。  
その「信頼」こそが我々の最大の価値であることを強く再認識していく。

## 広告媒体を超え“価値共創”のハブへ

単なる広告媒体という機能を超えて、SDGsをはじめとした様々な社会課題解決にパートナーの皆さまと取り組み、  
新たな価値を創出、提案をしていく。

## データマーケティング推進によるメディアパワーの進化

視聴データを活用し、視聴者エンゲージメントをより深く可視化。リーチ力に加えて、より細やかにメディア価値を  
パートナーへと提供していく。

# メディアの社会的使命とESG経営

私たちが暮らす地球に(E)、社会や働く仲間(S)、責任企業として(G)「最高の”時”」を提供するために様々な経営上の施策を講じていきます。

平和と自由、人権がまもられる社会や民主主義の礎となり、災害発生や感染症対策を要するときは「情報ライフライン」の役割を果たす。

地球環境を守り、健康に安全に生きられるフェアな社会をつくり、未来の世代を育む。

メディアの社会的使命をこれまで以上に自覚し、社会を動かす起点としてその責任を遂行します。

国際社会が2030年を期限として自らに課した「SDGs(持続可能な開発目標)」の達成に向け行動します。

そして、株主、取引先、地域社会、その他すべての皆さまにとって価値ある提案をおこない、

さらに、共に働く仲間にとって、働きがいのある希望にあふれる企業であることを目指してまいります。

# 目指すべき「<sup>あ</sup>「<sup>す</sup>明日の世界」の実現

私たちはコンテンツを通じて、全てのステークホルダーとともに、  
多様な価値観が尊重される、幸福で持続可能な社会を共創してまいります。

# TBS

最高の“時”で、明日の<sup>あ</sup>世界をつくる。