

# 良質なコンテンツを核とした 筋肉質なメディアグループへ



## 1 番組コンテンツ力の強化

番組を通じてテレビ東京らしさと  
BSジャパンらしさを追求し、  
個性あふれる  
コンテンツラインナップを拡充

### テレビ東京 視聴率、番組評価ともに上昇

2012年度の視聴率は、ゴールデンタイム6.8%(+0.8PT)、プライムタイム6.4%(+0.8PT)、全日2.9%(+0.2PT)で、3部門とも上昇。2013年度も引き続き上昇中。

#### ■第8回日本放送文化大賞 グランプリ受賞

『明日をあきらめない…がれきの中の新聞社～河北新報のいちばん長い日～』

#### ■優良放送番組推進会議“会議が選ぶ2012年度の番組”年間最優秀番組

『ワールドビジネスサテライト』

### BSジャパンが高成長

媒体力が大幅に向上。高感度なBS視聴者に向けて、日経グループ、テレビ東京と協力して番組をラインナップ。

## 2 デジタル戦略の推進

番組の二次利用にとどまらない、  
インターネット・モバイルに適した  
独自コンテンツを展開

### 「テレビ東京ビジネスオンデマンド」がスタート

テレビ東京の経済報道番組が月額500円(税込525円)で見放題の有料動画配信サービス。

### テレビ東京コミュニケーションズに事業を集約

テレビ東京コミュニケーションズ(※)にテレビ東京グループのデジタル事業を一元化。多様な市場ニーズにあわせた、編成、営業、マーケティングを展開。

※6月20日よりテレビ東京ブロードバンドが社名を変更

## 3 アジアを重視した国際戦略

アジア市場を重視した  
番組コンテンツの国際展開

放送やインターネット配信で、海外  
企業とパートナーシップを構築

### 『ト레인ヒーロー』国際展開へ

アニメ『ト레인ヒーロー』が4月から日本でテレビ放送スタート。

中国で玩具、DVD販売、映画上映へ。韓国、台湾でのテレビ放送も予定。

### 海外でのアニメ配信を拡大

アニメのインターネット配信事業で提携するクラシコロールの会員が急増し、20万人を突破。日本のテレビ放送とほぼ同時に、全世界で5カ国語にて視聴可能。