

ブランディング+DX人財育成+ウェルビーイング 「三位一体のケーブルテレビ人財改革」

ケーブルテレビ事業者は従来の放送・通信サービスにとどまらず、地域DXなど地域社会・経済を支えるサービスを提供する“地域の総合インフラ事業者”に役割を拡大することが期待されている。そのために不可欠なのは、それを担う優れた人財だ。新しいケーブルテレビ事業に対応する人財の採用・育成について、その業界戦略と事業者による取り組み事例をレポートする。

(渡辺 元・本誌編集長)

日本ケーブルテレビ連盟 人財委員会 ケーブルテレビ業界改革の 基盤としての人財強化

「2030 ケーブルビジョン」が目指すケーブルテレビ業界改革を実現するためには、地域DXなど新事業に対応できる新しい人財の採用や既存社員の人材育成が必須だ。日本ケーブルテレビ連盟の人財委員会は、①業界ブランドの向上、②IT・DX人財の育成、③ウェルビーイング経営の3つの重点項目を掲げる。さらにダイバーシティ向上や若手の活用なども課題だ。連盟の人財戦略と取り組みについて、人財委員会の原 年幸委員長に聞く。

(取材・文：渡辺 元・本誌編集長)



原 年幸 Hara Toshiyuki

一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟
人財委員会 委員長

(株式会社コミュニティネットワークセンター 代表取締役社長)

はじめに

日本ケーブルテレビ連盟は3年前に2030 ケーブルビジョンをとりまとめ、「地域DXで地域を元気に、人々を笑顔に」を旗頭に業界を挙げて改革への取り組みを開始しました。しかし例えば、地域DXを新たな事業の柱にと言っても業界内にデジタル技術に精通した人財が必ずしも豊富にいるわけではありません。改革を進めるための基盤づくりとして、人財の確保や育成は最重要の課題の一つです。

従来から連盟として、営業・技術・制作など各分野のプロを育てる「次世代リーダー育成塾」や女性活躍推進をテーマとする「ダイバーシティタスクチーム活動」など人に関わる施策を実施してきましたが、2030ビジョンの策定を機に人財委員会を設立し、新たに3つの重点分野において活動を強化することとしました。1つ目は採用市場における業界ブランドの向上、2つ目はIT・DX人財の育成、3つ目はウェルビーイング経営の推進です。