

NTTとTBSが次世代 エデュテインメント市場創出へ ——e6合同会社

IPとAI活用による体験型コンテンツで 「自分で決める力」の育成をアピール

**NTTの先端技術・社会実装力と
TBSのコンテンツ制作力を融合**

NTT(株)と(株)TBSホールディングス(以下TBS)は、AI時代の子どもたちが「自分で決める力」を育む次世代エデュテインメント事業を推進する新会社「e6合同会社」を共同出資

により8月8日に設立した。

すでに今年2月より両社が推進してきた共同プロジェクト「e6 project」の事業化を目指すもので、完全オリジナルIPの第1弾「感情騎士エモーションナル・ナイト」(以下、感情騎士)を開発、その世界観をリアルに楽しめるAI活用による体験型コンテンツを展開。同時にデジタルゲーム、スマートフォンアプリ、トレーディングカードゲームなど日常のさまざまなシーンに溶け込むコンテンツを創出し、さらにはリアルなテーマパークの開発まで視野に置く。

ちなみにe6とは、Entertainment(エンターテインメント)、Education(教育)、Experience(体験)、Emotion(感情)、Evolution(進化)、Epiphany(ひらめき)の6つの頭文字から取られたもの。子どもたちが、夢中になれるエンターテインメントと体験を通じ自分の感情に気づき、ひらめきや成長につなげていく——そんな体験を生み出したいという思いが込められているという。

こうした取組みに至る背景には、昨今の生成AIの普及に伴い大きな変化に直面している学びの環境がある。膨大な知識や無数の「もつともらしい答え」が瞬時に入手できるなか、本来子どもたちに求められるのは単なる知

識の蓄積ではなく、多くの情報や

AI、人との対話などを通じ自ら考え、主体的に選び、決める力であるとの理念に基づくものだ。同プロジェクトを立ち上げたe6共同代表CEOの鈴木邦治氏はその出発点につき、24年秋に始まったNTTの社内新規事業プログラム「島田社長塾」だったと振り返る。「そこで私が『AIエージェントと一緒に遊ぶテーマパーク』を提案したところ、25年3月の中間発表で島田明社長から『TBSの阿部龍二郎社長と一緒に話しに行こう』と声をかけてもらいました。そこで翌4月に島田社長とともにTBSを訪ねると、同社でもAIやIPを活用したエデュテインメント事業を構想しており、意気投合し共同検討がスタートしました。いわば一社員の提案がトップ同士を巻き込んだ対話へと発展し、NTTとTBS共通の構想を結び付け、今回のプロジェクトにつながったといえる。

こうしたなか、AIを「学ぶ対象」として前面に出すのではなく、「物語」と「体験」を起点に、子どもたちがAIとともに悩み、表現し、自分で未来を選び取れる環境づくりに着手。そこで開発されたIPが「感情騎士」で、「空っぽ」の少年や少女が感情騎士(Emotional Knight)となり、不思議な感情



e6合同会社
共同代表 CEO
鈴木邦治氏

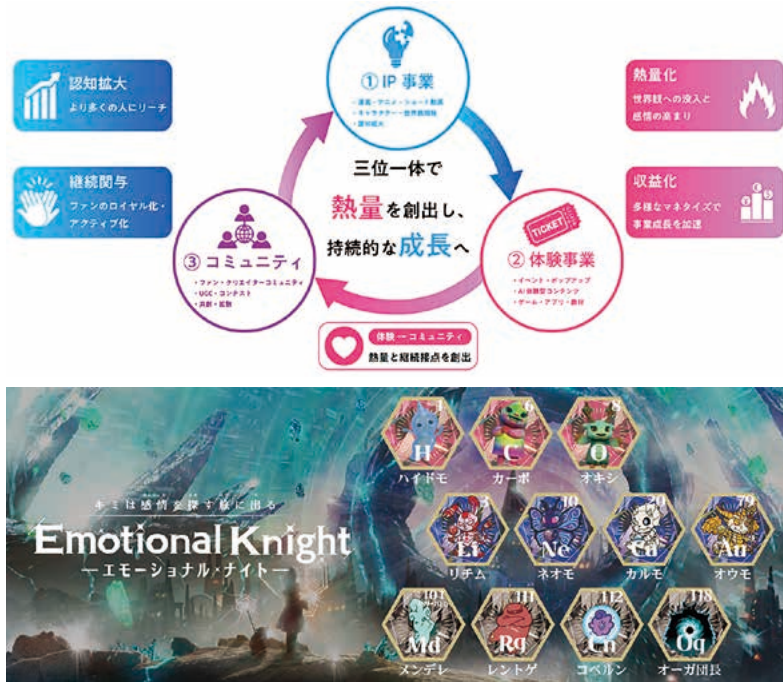
世界(Emotional World)を旅しながら、世界に散らばる118の感情元素(Emotional Elements)を集め成長を遂げる冒険物語だ。これをベースにその世界観を体験できるコンテンツの開発・実証を継続的、機動的に推進し、IP、AI・エンタメ体験、リアル拠点、クリエイター共創を一体的に展開、事業化を目指すに至った。

その実現に向け、NTTグループのもつ最先端技術(次世代情報通信基盤「IOWN」、NTT版ITLM「Suzumi」等)、研究開発力、社会実装力と、TBSグループが有するコンテンツ制作力、IP開発力、メディア発信力の掛け合わせによりテクノロジーとコンテンツを融合、エデュテインメントの分野で新市場の創出を目指すとする。

オリジナルIPをベースに 多面的展開を推進

● オリジナルIPの開発・展開
その主な事業内容は以下の通り。
オリジナルIP第1弾「感情騎士」

【別図】e6事業概要——IP・体験・コミュニティの循環で、熱量を価値へ



第1弾オリジナルIP「感情騎士-エモショナル・ナイト」

©e6合同会社

の世界観、キャラクター、物語をもとにマンガ、アニメーション、映像など多彩なコンテンツ展開を推進。そのうえで、子どもたちが物語への共感や没入を通じ、自分の感情や選択に自然に向き合える体験を届ける。

●Aエドテインメント体験を起点とした多面的コンテンツの開発・展開

「感情騎士」の世界観を基軸にリアルな体験ができるAエドトラクション

やインタラクティブコンテンツを開発。イベント、商業施設、教育施設、自治体、企業連携などを通じ展開するほか、インディゲーム、グッズ、さらにはライセンス展開などにより、子どもたちの日常に溶け込む接点をマルチに生み出し、「A」とともに、自分で決める」体験を、遊びのなかに自然に組み込んでいく。

●ファン・クリエイターとともにIPを育てるコミュニティの構築・運営

ファンやクリエイターが継続的に参加・共創できるコミュニティを形成、そこから生まれるアイデアやコンテンツをe6のプロジェクトや体験へとフィードバックする。また各種コンテンツや投稿企画、共創型イベントなどの開催を通じて、IP開発↓

ユーザー共創（UGC）↓ビジネス・プロジェクト化↓ファンとクリエイターへの還元」というサイクルを回すことで、ファン、クリエイター、事業者の三位一体による共創の仕組みをつくる。

約1000人が体験、満足度91・2%
Aエドテーマパークも視野に

すでにG Projectでは、「感情騎士」の世界観をリアルに体験できる3つのコンテンツ（「スイートキャッスル」「KENKEN BEAT」「黒渦騎士団からの挑戦状」）を第1弾として制作済み。いずれもAエドが体験の中核を担う。「スイートキャッスル」は子どもたちがAエドと共創しながらお菓子の城を築くAR型のイマージン空間「KENKEN BEAT」は好きなキーワードを選べとAエドが「世界で一つの曲」を生成し、そのリズムに乗って身体を動かす音楽ゲーム、「黒渦騎士団からの挑戦状」はAエドのリアルタイム対話から一人ひとりのオリジナルストーリーが生まれる対話型コンテンツだ。今年3月、「赤坂サカス」周辺を会場とするイベント「AKASAKAあそび！学び！フェスタ2026」にて公開、約1000人の子どもが実際に体験した。その後のアンケート調査では満足度91・2%という高評価を得て、子どもたちが「遊

び」を入口に、Aエドや物語と関わりながら自ら考え、選択する体験に高い関心があることを確認したとしている。

それらを踏まえ、引き続き「感情騎士」のIP開発を推進し、年内をめどにマンガやショートアニメなどのコンテンツ展開を開始、物語やキャラクターの魅力を広く発信することでIPとしての認知拡大を目指す。同時にAエドコンテンツを体験可能な場の提供、ユーザーとクリエイターが参加可能な共創コミュニティの構築を進める予定。またその先には、体験拠点「Aエドテーマパーク（仮称）」の開設を視野に入れる。「現時点で開設時期や場所は未定ですが、一度完成したら変わらない施設ではなく、IPやテクノロジー、来場者の反応を取り込みながら進化し続ける体験拠点を目指していきたい」と鈴木氏。

そのうえで、「Aエドが答えを示す時代だからこそ、子どもたちには、自分の『好き』や『こうしたい』を大切にしたい。e6は、夢中になれる物語と遊びのなかで、いつの間にか『自分で決める力』が育つ体験を生み出します。感情を羅針盤に、テクノロジーと共存しながら、自分らしく未来を選べる社会を目指します」と抱負を語っている。