

一目でわかる電通グループ

電通グループの存在意義

顧客企業、パートナー、従業員、
そしてすべての生活者の成長に寄与することによって
より良い社会を実現するために存在する

インテグレートド・グロース・ソリューション

→ P.16

マーケティングの領域を超え、
グループの多様なケイバリティを統合することで
顧客企業のトップラインの成長を実現

2021年度ハイライト

→ P.61

| | |
|-----------------|---------------|
| 売上総利益 | オーガニック成長率 |
| 9,765 億円 | 13.1% |
| 調整後営業利益 | オペレーティング・マージン |
| 1,790 億円 | 18.3% |
| 調整後配当性向 | 調整後ROE |
| 30.0% | 13.8% |

市場

日本で創業
現在は、グローバルに事業展開 **約 145** 国・地域

グループ従業員数 **約 65,000** 名

高成長領域

→ P.14

電通グループの事業は高成長領域に強み

カスタマートランスフォーメーション&テクノロジー

2021年度における「カスタマートランスフォーメーション&テクノロジー」の連結売上総利益に占める構成比 **29.1%**

カスタマートランスフォーメーション&テクノロジーとは:

当社が2021年2月発表の中期経営計画で示したマーケティング・テクノロジー、カスタマーエクスペリエンスマネジメント、コマース、システム・インテグレーション、トランスフォーメーション&グロース戦略などの事業で構成される高成長領域。

カスタマートランスフォーメーション&テクノロジー 6つの利点:

- ケイバリティの拡充
- 構造的成長
- 既存サービスへの波及効果
- リカリング(恒常的)収益
- マーケティングを超えた顧客企業との関係構築
- ニアショア・オフショアによる高効率なサービス提供

サステナビリティ

→ P.28

2030サステナビリティ戦略

持続可能な世界



公平で開かれた世界



デジタル社会の価値向上



サステナブル・ビジネス・ボード → P.31

持続的成長に寄与する多様かつ独立性を担保した取締役会 → P.39

中期経営計画

→ P.12

事業変革と成長

- オーガニック成長率
2021年度に対するCAGR 2024年度にかけて **4-5%**
- カスタマートランスフォーメーション&テクノロジーの売上総利益構成比 今後数年で **50%**

オペレーションとマージン

- 2023年度までのオペレーティング・マージンのレンジ **17.0~18.0%**
- 2024年度に確保するオペレーティング・マージン **18.0%**

資本配分と株主還元

- 設備投資 2024年度までに **700** 億円想定
- 戦略領域へのM&A資金 **2,500~3,000** 億円想定
- 期末時点のNet debt/調整後EBITDA倍率(IFRS16控除ベース)の上限は1.5倍、中期的な目線は **1.0~1.5** 倍
- 基本的1株当たり調整後当期利益に対する配当性向 2024年度までに **35%** へ漸進的に

ソーシャルインパクトとESG

- CO₂の排出量 2030年度までに **46%** 減
- 再生可能エネルギー使用率 2030年度までに **100%** (再生可能エネルギーが利用可能な国・地域限定)
- 従業員エンゲージメントスコアの向上
- 従業員のDE&I(ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)の強化。
- 女性管理職比率 2030年度までに **30%** (電通ジャパンネットワーク:25%、電通インターナショナル:50%)