

多様なステークホルダーをつないで 社会に新たな価値を創出

電通グループは、120年近くに及ぶ歴史の中でさまざまなステークホルダーをつなぎ、異なる文化や異なる機能を融合することで、全く新しい価値を生み出し続けてきました。今後も総合的なコミュニケーションを担う企業としてより豊かな社会の実現に挑戦していきます。



広告メディア

創業当時、通信部門と広告部門を併設し、ニュース配信料と広告掲載料を相殺することで、新聞社をサポートした。新聞社は広告メディアとして成長し、通信社、新聞社、広告主、生活者のエコシステムの確立に貢献した。



国際博覧会

1970年の大阪万博では、イベント運営のみならず、出展した国内外の企業や外国政府の代理店としての役割を果たし、大阪万博の成功に大きく貢献した。



1901 1910 1920 1930 1940 1950 1960



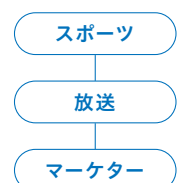
民放テレビ

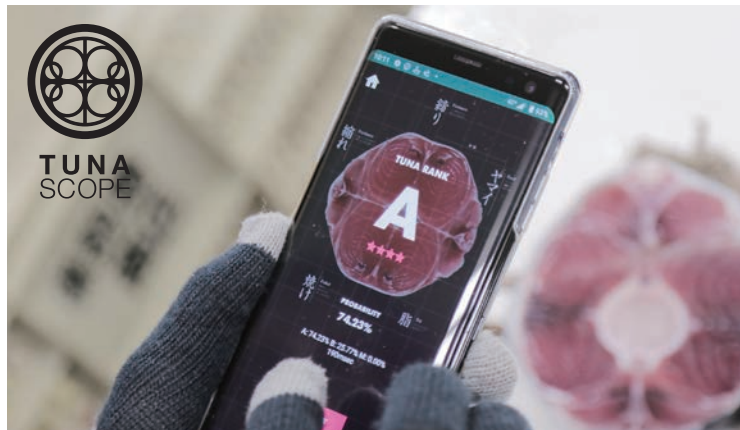
米国の技術進展を深く研究し、日本においても電波放送の時代が来ることを確信。新聞社とともに民間放送局の創設に尽力し、広告収入を柱とした民間放送局のビジネスモデル確立に大きく貢献した。



スポンサードスポーツ

1964年の東京オリンピックは、カラーテレビの生中継と大規模な新聞記事で報道され、全国民が熱狂した。電通は、全社を挙げて同大会の成功に貢献し、スポーツイベントが持つビジネスの可能性を日本の広告業界に示した。





AI品質判定

熟練したマグロの仲買職人はマグロの尾の断面を見て品質を判断するというに着目。後継者不足や技術習得に時間を要するという課題に対し、尾の断面画像データのディープラーニングにより、熟練の技をAIが継承することに成功した。

仲買職人

総合商社



現代アート

伝統芸能の「能」と最新テクノロジーを駆使した空間デザインを組み合わせ、それぞれが持つ固有の迫力を失うことなく新しい世界を創り出し、イベント告知という目的を超えた大きなインパクトをもたらした。

伝統芸能職人

先端技術者

国際会議

2019年に開催されたG20大阪サミットでは、電通は会議施設設営、国際メディアセンターの運営、展示スペースでの日本の技術、大阪の魅力発信、晩餐会など各国政府関係者や海外メディア関係者へのおもてなしをサポートし、日本のプレゼンス向上に貢献した。

日本政府

地方自治体

民間協力企業



1970

1980

1990

2000

2010

2020



地方創生

人口減少に悩む福井県大野市で「大野へかえろう」というUターン施策を実施。地元の高中生や町おこしのリーダーたちと共に、地元の魅力をポスターや写真集にして可視化。地元の可能性を再認識させ、郷土愛を醸成した。

地方自治体

地元の学生

町おこしリーダー

新しいスポーツ観戦

肉眼では決定的瞬間を捉えるのが難しいフェンシングの試合をわかりやすくするため、機械学習などのテクノロジーを用いることで剣先の動きの軌跡[※]や、選手の生体データ、会場の盛り上がりを可視化。これにより、刹那の戦略や攻防を直感的に楽しむことができる、新たな観戦体験を創り出した。

※ Fencing tracking and visualization system : Rhizomatiks

スポーツ団体

クリエイティブ
テクノロジスト



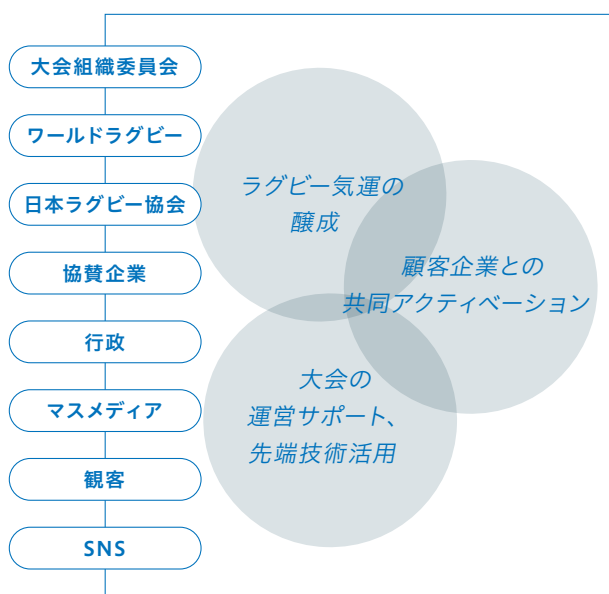
多様なステークホルダーをつないで 社会に新たな価値を創出

FOCUS 1

ラグビーワールドカップ2019™日本大会

2019年に開催されたラグビーワールドカップ2019日本大会では、世界中のラグビーファンのみならず、ワールドラグビー、日本ラグビーフットボール協会、大会組織委員会、スポンサー企業、放送局、新聞社、自治体など、あらゆるステークホルダーをつなげ、大会の成功をサポートしました。ラグビー気運の大いなる盛り上がりを作りあげた同大会は世界中から注目されました。また、大会運営においては、これまでに類を見ないSNSの積極的運用や、マスメディア広告の露出はもちろん、CRMを活用しターゲットに合わせたデジタル施策でチケット販売を促進し、会場を一体化させるセレモニー・スポーツプレゼンテーションなど、これからの時代にふさわしいイベント運営のあり方を実践しました。

国内外で活動する当社グループの企業がそれぞれの得意分野を活かしながら統合力を結集したことで、さまざまな分野のさまざまな方々に大きな価値を提供することができました。



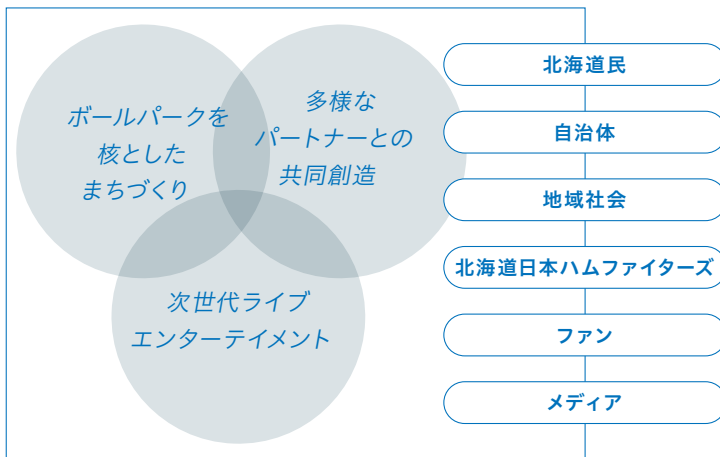


FOCUS 2

北海道ボールパーク

2019年、株式会社電通は株式会社北海道日本ハムファイターズ様、日本ハム株式会社様との共同で、北海道日本ハムファイターズの新球場を保有・運営する新会社「株式会社ファイターズスポーツ&エンターテインメント」を設立いたしました。同社は、2023年開業予定の新球場・ボールパーク建設計画を具体化し、“北海道のシンボル”にしていく役割を担います。

北海道ボールパーク(正式名称：HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE)は、単なる球団事業ではなく、人々の生活を豊かにする「まったく新しい街づくり」を目的にしたプロジェクトです。そのため、スタジアムだけでなく、商業施設やアトラクション、公園などをボールパーク内に建設し、さまざまな目的を持ったたくさんの方を引き寄せる“磁力”のある場所となることで、地域に新たな価値を生み出していくことを目指しています。



FOCUS 3

バドワイザー&ジャッキーロビンソン100周年

電通グループは2019年に、バドワイザーによるMLB史上初の黒人プレーヤーであるジャッキー・ロビンソン生誕100周年を記念する取り組みを支援。スポーツにおいて多様性とインクルージョンの重要性を強調し、新しい世代すべてにジャッキー・ロビンソンの物語を共有しました。

その一環として、スパイク・リー監督による映像作品「インパクト」を制作。1940年代と現代の対比からキャンペーンのメッセージを表現しました。加えて、限定版ボトルやポスター、PR試合の全てでメッセージを体現。人種の融合を連想させるモノクロとそれを繋ぐ赤いスティッチ、ジャッキー・ロビンソンのサイン、伝説となっている彼の背番号42をデザインに取り入れました。また、期間中に販売された限定版バドワイザーボトル1本につき42セントがジャッキー・ロビンソン財団の活動支援のために寄付されました。

キャンペーンはバドワイザーブランドを野球に結び付けるだけでなく、多様性とインクルージョンの重要性を訴求することで大きな反響をいただき、主要なメディアでも紹介されました。

