

## 電通サステナブル・ビジネス・ソリューション

### 顧客企業に、社会的責任と成長戦略を統合した「電通サステナブル・ビジネス・ソリューション」を提供

顧客企業が担う社会的価値の増幅を目的に、電通グループの強みである顧客企業、生活者、そして社会に対する深い洞察とクリエイティビティなどを土台として提供されるのが、「電通サステナブル・ビジネス・ソリューション(以下dSBS)」です。

企業にとって「社会課題」の解決と「事業成長」はもはや切っても切り離せない関係にあり、この先、生活者や世の中から支持され続けるためには各企業が透明性の高い経営の下、様々な責務を果たさなければ、社会的地位を築くことができなくなっています。

電通は創業から120年もの間、事業と社会の双方にとってより良いあり方を追求してきました。そして、これからもビジネスの成長と社会への貢献の両方に寄与することで、顧客企業の事業変革を推進することが我々の使命であると考えています。それによって、これから先の100年も社会への貢献を通して我々のビジネスを成長させ続けることができると確信しています。

一方、組織がグローバルに拡張する中でdSBSを幅広い顧客企業に提供して社会の成長にも貢献するためには、グループ経営レベルで強いリーダーシップを発揮することが重要と考え、2021年に「サステナブル・ビジネス・ボード(以下SBB)」を新設しました。(→P.37)

SBBでは、経営陣が直接参画し、コミットすることで電通グループの企業市民としての活動を一元的に推進していきます。dSBSは、SBBを媒介としてグループ会社間で知見を交換しながら、各社がその強みを活かしたサービス内容にカスタマイズしていきます。例えば、製造業における環境負荷と生活者の消費行動に関する洞察を電通グループ内で共有し、メディアプランニングを担うA社とEコマースのサービス開発を担当するB社がそれぞれの得意領域におけるソリューションを統合された形で顧客企業に提供します。

電通サステナブル・ビジネス・ソリューションを電通グループ全体で提供していくための取り組みは緒に就いたばかりですが、今後、中期経営計画の実行を通じて大きく発展させていきます。

### 新聞の広告メディア化

創業当時、電通はニュース配信と広告の販売によって新聞社をサポート。豊かな社会の実現のために、生活者のニーズに合った顧客企業の商品・サービスの認知・理解の向上を通して、新聞の広告メディア化に貢献してきました。



### 国際博覧会

1970年に開催された大阪万博では、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、日本と海外の関係発展に大きく寄与しました。

1901 1910 1920 1930 1940 1950 1960 1970 1980 1990



### 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時代が到来することを確信。新聞社と共に民間放送局を創設し、報道や教養、娯楽など生活者が求める幅広いコンテンツ提供を通して、社会にとって欠かせないメディアへの発展に寄与しました。



### スポンサードスポーツ

1964年に開催された東京オリンピック大会は、カラーテレビの生中継と大規模な新聞記事で報道され、全国民が熱狂しました。電通は全社を挙げて大会成功に貢献し、スポーツイベントが持つビジネスの可能性を広げました。

## 電通サステナブル・ビジネス・ソリューション



### 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。地元の高校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するなど、地方創生に貢献しました。

### テクノロジーを活用したスポーツ観戦

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分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て剣先の動きの軌跡※、選手の生体データ、会場の盛り上がりなどを可視化。これまでとは異なる、新しいスポーツ観戦体験を創り出しました。

※ Fencing tracking and visualization system : Rhizomatiks



### 国際会議

2019年に開催されたG20大阪サミットでは、会議施設設営、国際メディアセンター運営、日本の技術や大阪の魅力発信、また晩餐会などで各国政府や海外メディア関係者へのおもてなしをサポートするなど、日本のプレゼンス向上に貢献しました。



2000

2010

2020



### 伝統芸能とテクノロジーの融合

日本が誇る伝統芸能の「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高めた全く新しい世界を創り出し、大きなインパクトをもたらしました。

### Isobar Good

Isobar社が独自のスキル、知見、ツールを活用し、顧客企業のブランドや企業、NPOの持続可能性を支援するための取り組み“Isobar Good”を始動。国連の持続可能な開発目標(SDGs)をパートナーと共に達成することを目指しています。



### AIによるマグロの品質判定

熟練したマグロの仲買職人は、マグロの尾の断面で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が継承することを成功させました。

### SDGsビジネスソリューション

電通ジャパンネットワーク6社（電通、電通テック、電通パブリックリレーションズ、電通ライブ、電通デジタル、ISiD）が「Material ConneXion Tokyo（マテリアルコネクション東京）」と協業で、顧客企業の収益につながるサーキュラーエコノミーの構築支援等のソリューション提供を開始しました。

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/pdf-cms/2020104-1116.pdf>





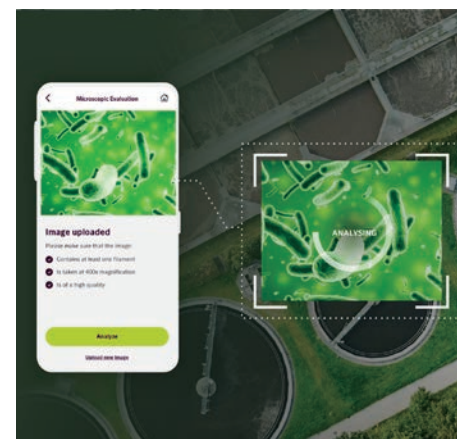
## 電通サステナブル・ビジネス・ソリューション

### CASE 1



#### WATERS takeshiba(ウォーターズ竹芝)

JR東日本の都市開発事業。電通は東京であり知られていなかった竹芝エリアの価値を紡ぎ出し、ユーザー視点でコンセプト、ネーミングのブランド開発から広場デザイン監修までを統合的に行い、水の都・東京のアイコンとして情報を発信。都市生活者が日常的に東京湾の海、浜離宮の緑に親しみ楽しめる場所であることを、海外のアーティストと協働して表現しました。都心にありながら、自然環境や生物多様性、持続可能なまちづくりを体感し、オープンエアで豊かな時間を過ごせる場所として、竹芝を人気エリアにつくり変えることに成功しました。



### CASE 2

#### 排水を分析するPlant Assistantアプリ(ノボザイム社)

Isobar社は、生物学的ソリューションの世界的リーダーであるノボザイム社と、画像認識ソフトウェアとAIを使用して排水を分析するPlant Assistantアプリを共同開発しました。このアプリは、顕微鏡の画像を数秒で調べて水中のバクテリアの種類を判別し、最も害のない生物学的処理法を提案するものです。Plant Assistantによって、水のサンプル分析にかかる時間が数週間から数秒に短縮され、水の浄化が迅速に行えるようになりました。