

電通グループの価値創造モデル「B2B2S」

電通グループの価値創造モデルは、社会課題に端を発する顧客企業の事業課題の解決を通じた、社会への貢献が根源にあります。

複雑さを増す社会課題を解決するためには、一つのパーパスに共鳴する人々や団体をつなぐコミュニティの形成が重要です。電通グループは、「カスタマートランスフォーメーション&テクノロジー」と名付けた、データテクノロジーに由来するケイパビリティと、従来の強みである「マーケティング・コミュニケーション」のケイパビリティを活用し、複数のソリューションを有機的に統合した「インテグレートッド・グ

ロース・ソリューション」を顧客企業に提供することで、コミュニティの一員としての役割を果たしたいと考えています。

電通グループの人財は、多様なバックグラウンドとデータ、テクノロジー、イノベーションにわたる専門性を持ち、志とクリエイティビティにあふれています。そういった人財一人ひとりが、自律的に電通グループ内で、さらには外部のパートナー企業とのコラボレーションを自律的に引き起こすことで、『インテグレートッド・グロース・ソリューション』も最大限の効果を発揮します。

人財は、電通グループの最大の資産です。新規採用やM&Aを通じて、新しい人財の加入を積極的に図る一方、広範なスキル開発プログラムの提供、能力とモチベーションを發揮できる労働環境の実現に向けた投資を行っています。

この一連の価値創造のプロセスを下支えするのが、“an invitation to the never before.”、ステークホルダーの権利を尊重するコーポレートガバナンス、そして中長期的な視点を持った「2030サステナビリティ戦略」と「サステナブル・ビジネス・ボード」です。

Business to Business to Society (B2B2S)

