

電通グループを支えるキーパーソンの声

ディスラプションがもたらす好機をクライアントの価値に変える

デジタルエコノミーへの移行がもたらすイノベーションの規模と速度が、避けようのないディスラプション(破壊)をもたらしています。市場構造が変化し、人と組織が今までにない、時として予想外の方法で影響を受ける中、ディスラプションはリスクと機会の両方を生み出しています。

デジタルエコノミーに適したビジネスの構築は、楽観的かつ回復力をもってディスラプションを受け入れる最良の方法です。DANは不確実性の中にいち早く好機を見出し、①パーソナライズされたブランドエクスペリエンスの構築力、②メディアとパフォーマンス、コンテンツ、クリエイティブとテクノロジーのすべての機能を活用できる体制、③先駆的で機敏な企業文化を活用して、マーケティングとビジネスミックスを革新し、クライアントに短期の業績と長期的な成長および価値創造をもたらします。

データの価値を最大限に引き出し、ブランドやビジネスの競争優位性を生み出す我々の力は、あらゆる面でDANのソリューションを支えています。ダイナミックなコンテンツの力を得ることで、DANは消費者データをユーザー指定が可能な洞察力に変換し、消費者のエンゲージメントを獲得してビジネスの成長を促します。

クライアントは、他では得られない知見が、新たなコラボレーションの形を通じて提供されることを求めています。DANはコンサルティング・アプローチにより、クライアントのビジネスとブランドに新たな収入と価値を見出し、育成します。新たな役割の下で私は、クライアントと密接に協働し、需要が導くデジタルエコノミーへの移行を手助けしていくことができるのです。

PIIデータを活用したピープルベースド・マーケティングの最前線へ

電通イージス・ネットワーク(DAN)のビジネスは、製品だけでなく「人」を中心にマーケティングが企画される新たなマーケティングの世界へと向かっています。マール社を含む戦略的M&A、そしてデジタルエコノミーへのトランスフォーメーションに支えられ、DANは今、PIIデータ(個人識別情報)によるピープルベースド・マーケティングへの移行の最前線にあります。洗練されたデータアナリティクスとリアルタイムのインサイトによって、クライアントに最適な結果を提供するクリエイティブや体験、エンゲージメント、アドレッサビリティを提供するこの野心的な構想を全米に展開できるのはとても楽しみです。消費者がコントロールを握りイノベーションが規制枠を超えるこの世界で、ブランドエンゲージメントのルールは変わりました。ブランドは、この環境に合った形で作られるか、もしくはあった形にすばやくならなければなりません。だからこそ私たちは、デジタルエコノミーをリードする存在になり、すべてのクライアントのサポートをより確実なものとするを目標してきました。私たちは、高品質のデータと最先端の技術、世界に通用する人材を活用し、予測される破壊さえも飲み込んで革新的な方法でブランドを構築していくのです。

DANは、クライアントのビジネス価値最大化に不可欠な展望、革新的なビジョン、そしてハイパフォーマンスな企業文化を持つ多様な事業体として進化し続けます。そして電通イージス・ネットワーク アメリカは、イノベーションとクリエイティビティを推進する鍵であるダイバーシティを引き続き推進していきます。グループの人材、北米と中南米のリソースとケーパビリティを結びつけることで、この地域の成長を促進できることを楽しみにしています。



Chief Strategy and
Innovation Officer
電通イージス・ネットワーク

ナイジェル・モリス

DANの最高戦略イノベーション責任者として、デジタル経済においてクライアントがマーケティングを持続的な成功の鍵となるドライバーにするため、DANグループのトランスフォーメーションに注力している。1992年、イージス・メディア社に入社。2009年にイージスメディア米州地域のCEOに就任し、12年よりEMEAのCEOを兼任。



CEO
電通イージス・ネットワーク
Americas and U.S.

ニック・ブライエン

2017年6月、CEOとしてDANに入社。革新的なマーケティングソリューションの開発を推進。

データの先にある人を見つめ、マーケティングの変革をリードする

2017年、電通と電通デジタルは、電通グループ全体のプランニング・プラットフォームとして、People Driven Marketing™(以下PDM)を発表しました。クライアントのビジネスやマーケティングの課題を、人(People)の意識と行動の変化に立脚して捉え直し、マーケティング施策を統合・運用していくPDMは、単なるメソドロジーというだけではなく、電通グループが今後どのようなデータ基盤を整備し、人材を育成し、どのようにして質の高いサービスを提供できるようになるのかというビジョン、戦略でもあります。

デジタルがあたりまえの時代だからこそ、データの先にある「人」を見つめることを核に置きたい。そのために、Cookieベースではなく、IDベースのプランニングを見据えたチャレンジをするという我々のビジョンは、おかげさまで多くのクライアントや国内外のプラットフォームに賛同いただき、さまざまな領域でのデータ・アライアンスが加速しました。マーケル社をはじめ電通イージス・ネットワーク(DAN)との連携によるPDMの進化も計画しています。

日本は2020年に東京オリンピック・パラリンピック競技大会というビッグイベントを控えています。人の気持ちや行動の変化をデータで捉える好機到来と考えています。電通グループの成長をリードする役割を担っている電通デジタルは、「ワクワクするデジタル」を標榜しています。2020年とその先を見据え、ワクワクするアイデアをどんどん生み出すことで、マーケティングの変革をリードし、グループの成長に貢献したいと思っています。

多様な課題を多様な形で解決するビジネスプロデューサーへ

2018年、電通の営業局はビジネスプロデューサー局へと名称を変更しました。これは、企業の要望にお応えすることや広告コミュニケーション領域で生み出せる解決策にとどまることなく、真の成果、すなわち商品・サービスや広告の受け手である消費者や社会のニーズを満たした結果として得られる顧客企業のビジネスの成功にコミットしていくという私達の意味表明でもあります。

消費者の選択眼がなくなって厳しくなり、買わない、使わないという選択肢が当たり前にある現代において、商品やサービスを購入していただく鍵は、「手にする意味」を十分、かつ能動的に感じていただけるかにあります。その実現に向けて、今、電通は二つの大きな改革に取り組んでいます。

一つは、商品やサービスの受け手である人々を漠然とした「集団」として捉えるのではなく、一人ひとりの行動や表現を丁寧に紡ぎ、個々の「人」として理解し、行動の脈としてとらえるPeople Driven Marketing™の発想です。これを可能にしたのがデジタルテクノロジーでした。もう一つは、労働環境改革です。電通の一人ひとりが積み上げてきた知や技術を社の貴重な財産として共有し、活用していく。時間効率を高めて個々人のインプットの機会を増やしていく。この改革を通じて、取引先企業の商品・サービスの課題を、企業全体や社会全体の課題へと引き上げて見つめ直せる視座の高さを獲得し、多様な解決能力を持つ人材を育成していきます。

顧客や取引先企業の多様な課題を多様な形で解決するビジネスプロデューサーとして成長するため、私達は挑戦を続けていきます。



代表取締役
株式会社電通デジタルCEO

山口 修治

1989年入社。デジタルプラットフォームセンターセンター長を経て、2018年1月、(株)電通デジタルの代表取締役に就任。



執行役員
株式会社電通

鈴木 宏美

1984年入社。本社マーケティング局、第3営業局勤務を経て、2006年同局部長に就任。13年より同局長。

多様かつ才能ある人材を惹き付け、最先端の学びと仕事を通じた成長と飛躍を支援

急速に進化し続けるデジタルエコノミーにおいて成功する企業の条件は、データや技術、クリエイティビティを組み合わせるイノベーションを加速するスキルと能力を備えた人材を確保することです。私たちは、人材こそが「革新的な方法でブランドを構築する」というDANのビジョンを提供する核心であると考えています。

私たちのアプローチは至ってシンプルです。エンパワーメントと企業家精神に立脚したユニークかつ価値観を重視する私たちの企業文化への投資を続けることで、多様かつ才能ある人材の成長を後押しします。世界に通用する人材を惹き付け、最先端の学びと仕事を通じた成長と飛躍を支援します。これが、私たちがこれまでに確立してきたリーダーシップの経験と判断を、次世代のリーダー人材の才能とデジタル的思考、そして好奇心に融合させていく方法なのです。

私たちの「機敏さ」、「協働」、「先駆」という価値観は、クライアントが消費者に、より魅力的で強力な体験を創造する原動力であり、M&AによってDANに加わった企業の主要人材の多くがここにとどまり、私たちと共に働くことを選択した理由でもあります。

DANは、ビジネスの100%をデジタルエコノミーに適合させることを目指し、ピープルベースド・マーケティングへの移行の最前線にあります。適切なケーパビリティと価値観、企業文化、そして人材を有することが、今までになく必要とされているのです。

あらゆる業務を変革し、よりよい結果をクライアントにもたらす技術を推進

電通イージス・ネットワーク (DAN) にとってテクノロジーとは、あらゆる分野で業務プロセスを変革し、より効率的な業務推進を可能にし、よりよい結果をクライアントにもたらすものです。最新のアジャイルツールは時間や場所に関わらず業務を行い、私たちの全ブランドとマーケットを結び、効果的な協力体制を作り出すことを可能にします。テクノロジーは戦略の中心的役割を担い、優先課題と目標達成の鍵になるものです。DANは、2018年もデータプラットフォームとITプロダクトに投資し、テクノロジーパートナーとのグローバルアライアンスを強化して、幅広い分野で強力なソリューションを提供していきます。パワフルでフレキシブルなグローバルプラットフォームと自動化は、クライアントとの連携、クリエイティブな業務の管理、メディアバイイングの手法、そしてファイナンス、法務、人事チームが最大限にビジネスをサポートする方法など、私たちの活動をあらゆる側面から合理化します。これらをサポートするのが最新で最高のパブリッククラウド・テクノロジープラットフォームを使用したフレキシブルで安全なインフラであり、2018年にはこれらのインフラへの投資を重点的に進めていきます。

私の目標は、DANがビジネスの優先課題を最大限にサポートする強力なテクノロジーを確保し、クライアントに喜んでもらい、高い効果性と効率性をもって業務を遂行することです。この大きなトランスフォーメーションの推進にあたり、クライアントが急速に進化する技術を活用して、より大きな価値を創出できるように、アイデア、ソリューションを取り巻くコラボレーションを推進していきます。



グローバルHRディレクター
電通イージス・ネットワーク

アナ・モルトン

2014年、DANに入社。EMEAのリージョナルHRディレクターとして、EMEAの人事や企業文化の戦略を牽引。17年10月よりグループHRディレクターに就任。人材、企業文化、オペレーティングモデル、ケーパビリティを通じて事業を支援。18年にグローバルHRディレクターを退任したバレリー・スカラーの後任として引き継いだ。



CTO
電通イージス・ネットワーク

ドミニク・シャイン

2017年9月、CTO(最高技術責任者)としてDANに入社。電通グループ全体の技術戦略と技術関連業務、DAN全体のグローバル・テクノロジー・アライアンスおよび社内テクノロジープラットフォームを統括。

労働環境改革を通じて社員一人ひとりの成長を後押しする

「新しい働き方への転換により社員と会社の新たな成長を実現し、新しい電通を創る」、それが、電通が取り組む労働環境改革のゴールです。その実現のために私達は、社員の心身の健康を何よりも大切にすることを改革の根幹に据えました。そして、労働時間の短縮と業務品質の向上を両立するために、社内の設備・環境から仕事のプロセスまで多岐にわたる改善・改革を進めています。

2017年における成果のひとつが「業務棚卸しによるワークダイエット」です。業務内容の可視化と再検討を全社で行い、廃止・簡易化・機械化・外部化による業務のスリム化を推進。2017年末までに機械化によって約400の業務工程をRPA*化し、2017年12月は1カ月間で約12,000時間を創出することができました。

こうして創出した時間を、社員が、自らのアウトプットの質を高めるためのインプットや経験値を高める仕事に使っていただけるよう、会社としてサポートすること。そして、一人ひとりの成長を後押しし、彼らが生み出す価値の総量を上げていくこと。それが私の役割です。

私は今、「電通を変革していくチーム」の一員として、労働環境改革に取り組んでいます。非常に大きなチャレンジではありますが、この改革を成し遂げた時、電通は間違いなくより強く、そして今後10年、あるいは100年も輝き続ける会社になることができると信じていますし、是非そのようにしていきたいと思えます。

*Robotic Process Automation

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会のその先へ

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を、日本のスポーツ界にとって、そして日本や世界の国々に対して一層価値あるものとする上で、電通はさまざまな役割を果たすことができると考えています。

たとえば、東京オリンピック・パラリンピックをきっかけに生まれるスポーツへの関心の高まりや国内外の競技団体等との絆を、日本のプロスポーツや人々が日常的に楽しむスポーツへも広げ、スポーツ界そのものを成熟化させるきっかけとしていくこと。あるいは、オリンピック・パラリンピックの開催と運営にまつわる一連のノウハウや知見などのソフトなレガシーを未来へと繋げ、国内外で展開していくこと。これらを実現し、社会の発展に役立てていくことは、電通ならではの社会への貢献、そして価値創造になります。

東京オリンピック・パラリンピックの開催を通じてさまざまな方に対して国を開くことは、私達に大きな価値観の転換をもたらす経験となるでしょう。より多様な考え方、従来の狭い「常識」からは異質とも見える存在をも受容し、内包していくインクルーシブな価値観を持つことは、日本社会にとって、そして電通にとって、今後経験するであろう閉塞感を打破し、2020年以降も発展し続けていく原動力となるはずで

電通は、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会のスポンサー、パートナーの皆様に対して誠実に責務を果たしていくことはもちろん、2020年以降も皆様とともに、そして社会とともに発展していくことを目指し、常に先を見据え、自らを変革しつつ歩み続けます。



執行役員
株式会社電通

大内 智重子

1983年入社。本社マーケティング局勤務を経て、2003年APソリューション局部長に就任。16年より第3CRプランニング局長。



執行役員
株式会社電通

高橋 惣一

1989年入社。本社海外業務局勤務後、電通ニューヨーク出向。2007年、テレビ局部長に就任。スポ事局部長、スポーツ局次長を経て、14年よりスポーツ局長。