

At a glance

グループの全体像

電通グループは、日本の広告業界を牽引する存在として、国内主要企業や主要外資系企業など、多様なクライアントと長期にわたる取引関係を維持するとともに、海外市場においても独自のサービス体制を整え、日本・米州・欧州・アジア太平洋にわたる強固なネットワークを構築しています。国内事業は電通、海外事業は電通イー جس・ネットワーク (DAN) がそれぞれのオペレーションを主導しています。

事業エリア



世界 **145** 以上の
国と地域

財務

売上総利益



9,326 億円

2018年度
(2018年1月1日~12月31日)

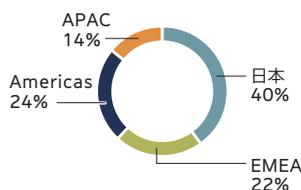
売上総利益に占める 海外事業構成比



60.4%

2018年度
(2018年1月1日~12月31日)

地域別売上純利益の構成比



売上総利益に占める デジタル領域構成比



国内 **23.9%** (1.7pt ↑)
海外 **60.6%** (2.7pt ↑)

国内事業

dentsu

DENTSU
DIGITAL

dentsu
DENTSU TEC INC.

DENTSU
LIVE
MOMENT OF TRUTH

iSiD
IT Solution Innovator

海外事業

CARAT dentsu x Vizeum dentsu

mcgarrybowen iProspect.® isobar

Posterscope MERKLE MTG

マーケット



Position

国内広告市場におけるシェア



日本の広告費2018年をベースに、
電通国内事業の業務区分別売上高
を基に算出

広告持株会社グループランキング



出典：アドバタイジング・エージェンシー2019年5月

Award

海外広告賞入賞数



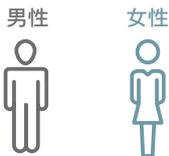
過去1年間の広告賞での入賞数
(2019年6月10日現在)

グローバル従業員数

2018年12月31日時点



62,608名



32,443名 30,165名
51.8% 48.2%

EMEA

17,814名



男性 女性

8,096名 9,718名
45.4% 54.6%

APAC

13,758名



男性 女性

6,195名 7,563名
45.0% 55.0%

Americas

12,497名



男性 女性

5,733名 6,764名
45.9% 54.1%

Japan

18,539名



男性 女性

12,419名 6,120名
67.0% 33.0%

サステナビリティ



非財務

CO₂排出削減率



18.6%減

(2017年度比、スコープ1+2)

CSR調達アンケート
実施社数



750社

(2018年12月末時点)

SDGsアクション

電通Team SDGs



Common Ground



電通ダイバーシティ・ラボ
(DDL)

DENTSU Diversity LAB

グローバル・コンパクト・
ネットワーク・ジャパン



Network Japan
WE SUPPORT

外部機関からの評価



2018 Constituent
MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)



History

電通グループ 成長の軌跡

創立より119年、社会の変化とともに電通は、通信業から広告業、総合的なコミュニケーションを担う企業へと変化を続け、いま目指すのは「顧客のビジネス・トランスフォーメーションを実現する最良のパートナー」となることです。2020年に新体制のもと「One Dentsu」となる当社グループの歩みを時代とともに振り返ります。

1901年
光永星郎、日本広告(株)、電報通信社を創立

1951年
民間ラジオ放送開始 本社にラジオ局新設

1953年
民間テレビ放送開始
本社、大阪支社にラジオテレビ局新設

1955年
社名を(株)電通と改める

1959年
マーケティング部を新設し、マーケティングの導入を推進
ニューヨーク事務所を開設

1964年
東京オリンピックの開催に協力

1970年
大阪万国博の開催に協力

1974年
米『アドバタイジング・エージ』誌、1973年の取扱高で電通が初の世界第1位と発表

1984年
ロサンゼルスオリンピックの開催に協力
米・ヤング・アンド・ルビカム社と国際営業ネットワーク「DYR」を設立

1989年
1989年3月期 売上高1兆円達成

1996年
日本初のインターネット広告会社(株)サイバー・コミュニケーションズ(cci)の設立に参画

1998年
長野冬季オリンピックの開催に協力

2000年
米・レオ、マクマナス両グループと「ビーコムスリー(Bcom3)グループ」を設立

dentsu

○1901

1950年代以降の日本の高度経済成長に伴うマスメディアの驚異的な発展のなか、テレビ広告初期において圧倒的な取扱高シェアを占める



街頭TVに見入る人々



TVCM第1号
「精工舎の正午の時報」(1953)

○1974

企業のコミュニケーション・ニーズにスポーツ・文化事業、メセナ活動などが加わった時代、広告会社からコミュニケーション企業へ



築地本社ビル玄関に掲出した
新シンボルマーク(1986)



長野オリンピック開会式(1998)

dentsu
AEGIS
network

1966年
フランスでメディアエージェンシーCarat設立

1979年
広告エージェンシーWCRSグループ設立

1984年
WCRSがCaratを買収

1989年
WCRSのメディア・パイニング部門を基盤として
分社化の形でAegis Media設立

1990年
WCRSの社名をAegis Mediaに変更

2001年

創立100周年 東証一部へ株式上場

2002年

2002FIFA ワールドカップ日韓大会™の開催に協力
Bcom3グループが仏・ピュブリスグループと合併、ピュブリスグループに資本参加

2007年

電通ネットワーク・ウエスト (DNW)構築を開始
2007年3月期 売上高2兆円達成

2008年

電通ホールディングスUSAが米・マクガリリー・ボウエン社を買収
DNWを電通ネットワークに拡大

2012年

ピュブリスグループと戦略的提携契約他の解除および同社株式の売却について合意に至り、株式を売却

2013年

英国の広告会社イージス・グループを買収
電通グループ中期経営計画「Dentsu 2017 and Beyond」を発表
公募増資などにより資金調達を実施

2014年

東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会がマーケティング専任代理店として電通を指名

2016年

監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行
「電通デジタル」を設立
日本国内における労働環境改革に着手

2017年

山本敏博常務が第13代社長に就任

2018年

「電通グループ中期方針」を発表

2019年

純粋持株会社体制への移行を定時株主総会にて決定

○ 2001

世界の広告界がグローバル化し、激しく変化を続けるなか、海外事業の拡大に注力し、グローバル化を推進



東証一部上場(2001)

○ 2013

世界的にデジタル領域が拡大を続けるいま、強固な海外ネットワークを構築し、グループ全体の事業変革を推進して、新たな持続的成長フェーズへ



FIFAワールドカップ
日韓大会(2002)



DANロンドンでの会議風景
(2013)



東京オリンピック・パラリンピック
(2020)

One Dentsu

2003年

世界初のグローバル規模のデジタル・エージェンシー・ネットワークIsobar設立

2008年

Aegisが、コンパージェンスとグローバル化を標榜したSix Point Strategyを打ち出す

2009年

Aegisが、ユニークなオペレーティングモデル One P&Lを立案し導入

2013年

電通によるAegis買収に伴い、Dentsu Aegis Network(DAN)発足
Aegisのメディア・バイイング部門を統合し、Amplify設立

2016年

米国独立系最大手のデジタル・マーケティング会社Merkleのマジョリティ取得
DANの売上総利益デジタル領域構成比が50%超に

2019年

取締役会議長ティム・アンドレー (電通取締役)がDAN CEOを兼任