

一目でわかる電通グループ

電通グループの存在意義 → P.08

顧客、パートナー、従業員、
そしてすべての生活者の成長に寄与することによって
より良い社会を実現するために存在する

電通グループの提供価値 → P.20

インテグレートド・グロス・ソリューション
マーケティングの領域を超え、
グループの多様なケイパビリティを統合することで
顧客企業のトップラインの成長を実現

2020年度ハイライト → P.61

売上高	売上総利益
4.5 兆円	8,350 億円
調整後営業利益	調整後ROE
1,239 億円	8.1%

市場 → P.11

日本で創業し、
今では全世界で事業展開 **145** 国・地域

高成長領域 → P.20

電通グループの事業は高成長領域に強み

デジタル領域が連結売上総利益の **54%**
「カスタマートランスフォーメーション&
テクノロジー」が連結売上総利益の **28%**

幅広いケイパビリティによる独自のマーケットポジション

- トランスフォーメーション戦略・成長戦略
- システムインテグレーション
- カスタマーエクスペリエンスマネジメント(データ&アナリティクス)
- マーケティングテクノロジー
- クリエイティブ
- メディア
- コンテンツ&スポーツマーケティング

人財 → P.23

グループ従業員数 約 **64,000** 名

サステナビリティ

電通サステナブル・ビジネス・ソリューション → P.24

サステナブル・ビジネス・ボードを新設 → P.37



中期経営計画での約束2021-2024 → P.19

事業変革と成長

- オーガニック成長率
2021年から2024年にかけて **CAGR 3-4%**
- カスタマートランスフォーメーション&
テクノロジーの
売上総利益構成比を高める **今後 50%**

オペレーションとマージン

- オペレーティング・マージンを漸進的に改善
- | | | |
|------------------|-------------------|-------------------|
| 連結では
2024年までに | 国内事業は
2022年までに | 海外事業は
2022年までに |
| 17%+ | 20% | 15% |

資本配分と株主還元基本方針

- 中期的なNet Debt/EBITDA倍率 **×1.5**水準
(IFRS16控除ベース)
- 基本的1株当たり調整後当期利益に
対する配当性向を漸進的に高める **今後 35%+**
数年間で

ソーシャルインパクトとESG

- 2030年までにCO₂の
排出量 **46%減**
- 2030年までに再生可能エネルギー
使用率 **100%**
※再生可能エネルギーが利用可能な国・地域限定
- 従業員エンゲージメントスコアの向上
- 従業員のダイバーシティ&インクルージョンの推進