

事業

加速するビジネス環境の変化に合わせて自らを変革する

One dentsu オペレーティング・モデル × インテグレートッド・グロース・ソリューション



(株)電通グループ
副社長 グローバル COO 兼
チーフ・グローバル・クライアント・オフィサー
ジュリオ・マレゴリ

2023年は、当社グループにとって挑戦の年であり、事業においてさまざまな変革が求められた年でした。そして2024年1月からは、顧客企業に提供するサービスと価値を、グローバルに効率的かつ迅速に最大化するためのフレームワークであるOne dentsu オペレーティング・モデルを導入しています。

私はこれまで、マーケット(国)、リージョン(地域)、グローバルの各レベルの職務を経験し、私たちのビジネスにおける複雑な課題を肌で感じてきました。勝ち続ける集団であることが、従業員のモチベーションを高めるなど、当社グループにとって、いかに重要であるかもよく理解しています。

だからこそ、私たちの2024年の最優先目標は競争力の回復であり、強い勢いを取り戻すために、戦略的に重要な成長源へより一層注力しなければなりません。

そのためには、インテグレートッド・グロース・ソリューション(IGS)の提供を加速・深化させること、そしてあらゆるサービスとマーケットでの競争において勝利することの2つが最優先課題であり、以下の取り組みを推進します。

- 業界をリードするIGSを提供するために、顧客企業のニーズに合わせて私たちのサービス提供能力を結びつける
- クライアント・マネジメントの能力、人財、組織を強化し、より明確で差別化されたブランド・ポジショニングを確立する
- グローバルで一貫した「One dentsu クライアント・マネジメント・モデル」を導入する

もう一つの重要な課題は、One dentsuオペレーティング・モデルを具体化していくことです。つまり、意思決定の迅速化、責任の明確化、権限委譲を可能にする簡素化された組織構造を導入し、顧客企業中心の考え方や仕事の進め方を定着させることです。そして、ビジネス・オペレーションとエンタープライズ・テクノロジーの強化は、組織の簡素化と統合の実現(部門の垣根をこえた協働を可能にすることで、オペレーショナルエクセレンスを実現する組織を構築)そしてスピードの向上(ITインフラへの投資と拡張を実現することで、俊敏で柔軟性のある組織を実現)を推進する鍵となります。

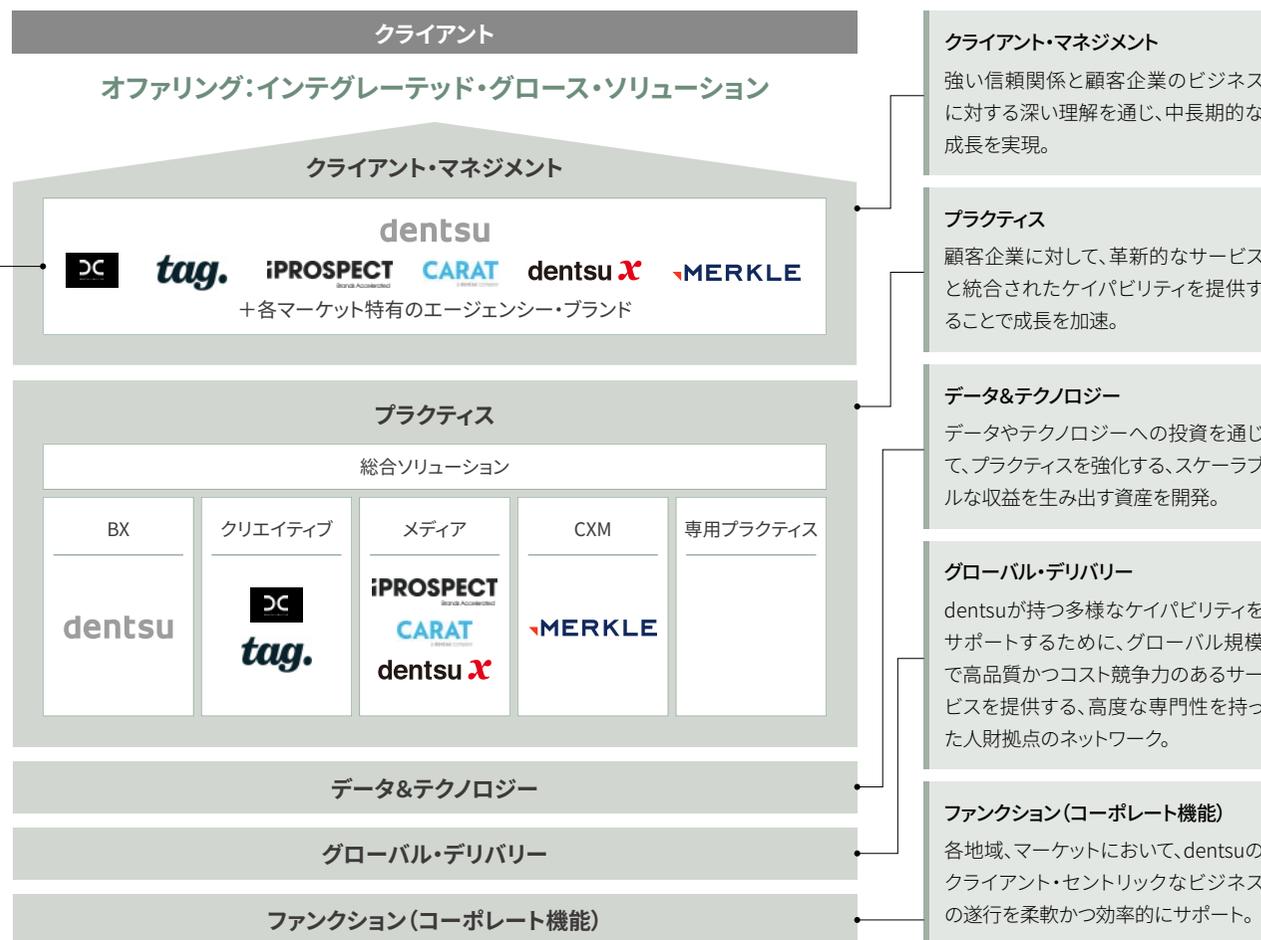
2024年、私たちは加速するビジネス環境の変化に合わせて自らを変革する旅を続け、ハイパフォーマンスな組織への回帰を目指します。

One dentsu オペレーティング・モデルの導入

2023年度より「ワン・マネジメント・チーム」によるグローバル経営体制へ移行し、2024年度からはグローバル共通の事業管理モデル「One dentsuオペレーティング・モデル」を導入しました。これにより、顧客企業の窓口をグローバルで一歩化し、高度なプラクティスのより迅速な提供と、オペレーションの効率向上を推進していきます。

「dentsu」は、イノベーションとグローバルスケールの象徴となる当社グループのマスター・ブランド。複数あるグローバル・エージェンシー・ブランドの価値が集約されるグループの資産でもあります。

グローバル・リーダーシップ・ブランドはビジネスの最前線において、ソリューション、サービス、プロダクト、プラットフォームに基づく、差別化されたサービスを顧客企業に提供し、また人財を惹きつける役割も果たします。





インテグレートド・グロース・ソリューションの加速と深化

顧客企業の持続的な成長に寄与する

パートナーシップモデル

2023年10月から(株)電通グループのグループ・プレジデント - グローバル・プラクティスを務めています。新設されたこの役職における私の主要な役割は、dentsuのケイパビリティ(能力)とプラクティス(dentsuがグローバルで顧客企業に提供するサービスの総称)を結集することです。私たちが目指すのは、グローバルで最適なインテグレートド・グロース・ソリューション(IGS)を提供し、顧客企業のインテグレートド・グロース・パートナーとしてのdentsuの地位を確立することにあります。

私たちが直面している世界は、複雑さを増しています。新たな課題に向き合うとき、従来のアプローチではうまくいかないこともあるでしょう。ソリューションのインテグレーション(統合)は、顧客企業が抱えるすべての高度化する課題を解決し、その成長を支援するために不可欠です。そしてdentsuは、その創立以来常に統合的な視点をもって顧客企業に対して革新的なサービスを提供してきました。dentsuのIGSとは、顧客企業の持続的な成長に寄与するパートナーシップモデルなのです。

マーケティング、コンサルティング、テクノロジーが融合するこの事業領域では、私たちの強力なクライアントリレーションシップ、新しいソリューションの創造のためのクリエイティビティ、そしてデータに基づくマーケティングROIの持続的な改善が、競争上の優位性となります。

IGSの加速と深化の鍵となる取り組み

IGSの提供を加速させるため、私たちは組織全体で地域や部門を超えた取り組みを推進しています。以下に示す取り組みは、その代表的なものです。

まず、高度化する顧客企業のニーズに対応するための一つのアプローチとして、ビジネス・トランスフォーメーション(BX)を担うチームがグローバルで結成され、機能強化を進めています。これは私たちが顧客企業のために、差別化されたより高い付加価値を創出していくための重要なオファリングです。(p.35-36参照)

また、戦略から実施までのエンド・トゥ・エンドの統合サービス提供を強力に補完するリソースとして、2023年に買収した、グローバルスケールでの強力なコンテンツ制作組織であるTagがあります。協力体制の構築は順調に進んでおり、米州などのリージョンでは新規案件の獲得にも成功しています。(p.37参照)

この勢いを更に確固たるものにするために、今年は内部投資

を強化し、データとテクノロジーの領域への投資を加速させます。特に、生成AIなどのテクノロジーの導入においては、パートナー企業との協力関係を積極的に活用し、オペレーションの高度化や効率化を図りながら、顧客企業向けサービスの向上に努めます。(p.38-39参照)

そして、顧客企業への優れた価値提供の中心となるのは、dentsuの人財です。高度なサービス提供を担うリーダーや、多様な専門性を持った人財の育成、確保、獲得にも力を注いでいきます。

「成長」と「グッド」を切り離さない

最後にサステナビリティについて触れたいと思います。サステナビリティは、今日のビジネスにおいて最も重要な、イノベーション

を生み出す原動力です。企業が持続的な成長を遂げ、持続可能な社会の実現に貢献する戦略、製品、サービスを生み出すことができれば、その企業は社会にとって「良き市民 (Good Citizen)」であるだけでなく、生活者から尊敬と親しみを得られるブランドとなるのです。

重要なことは、「成長」と「グッド (Good)」を切り離して考えてはいけないということです。経済的パフォーマンスにおける企業の成長は、私たちが今生きている世界の一側面にすぎません。私たちはサステナビリティを企業の事業戦略の中核に据え、短期的な成長はもちろんのこと、中長期的な成長も実現する必要があります。

私たちが2030サステナビリティ戦略を通じて取り組むマテリアリティの一つは「イノベーションに導くリーダーシップ」です。私たちは以下のアクションを行うことでこれを実現していきます。

- 社会の明るい未来のための投資と研究開発を推進する
- SDGs関連のビジョンや提案、社会の未来のためのリサーチを通じ、ソートリーダーシップを示し社会変革へと行動喚起する提言を行う
- 社会の未来のために顧客企業やステークホルダーとパートナーシップやエコシステムのインキュベーションを推進する

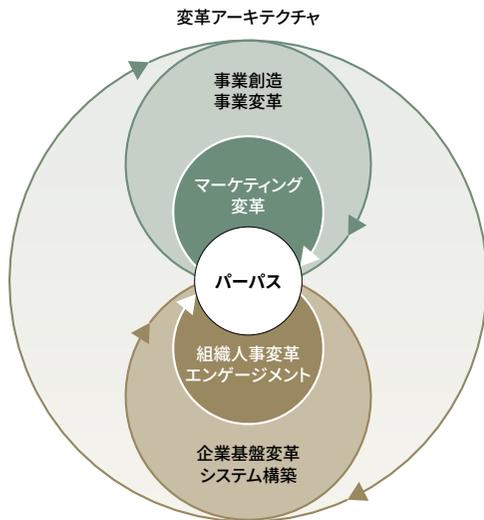
これらのアクションに中長期的な視点で取り組んでいくことで、私たちは、顧客企業と共に困難な社会課題を解決し、B2B2S (Business to Business to Society) のリーディングカンパニーとして社会的価値と経済的価値の両方を創造していきます。

IGSの加速と深化 取り組み① | BXの強化

ビジネス・トランスフォーメーション・プラクティスとは

インテグレートド・グロース・ソリューションの提供を加速するための当社の重要な取り組みの一つがビジネス・トランスフォーメーション・プラクティスの強化です。

ホリスティック・トランスフォーメーション・モデル



顧客企業の変革と持続的な成長を実現する、ホリスティック・トランスフォーメーション・モデル

経営	コーポレート部門			R&D	共創/ イノベ	DX推進	事業部門			
	人事	広報	IT				事業/ マーケ	宣伝	営業	SCM
変革の土台となる「自社らしさ(企業アイデンティティ)」の規定 パーパス パーパス/MVV・未来像										
変革の指針となる戦略、ロードマップ、アクションプランの策定 変革アーキテクチャ 経営戦略・経営計画、企業価値向上・IR戦略、DX戦略/データ戦略、サステナビリティ戦略										
戦略策定から市場ローンチまで一貫した事業開発の支援/既存事業の効率化・高度化 事業創造/事業変革 事業戦略・ビジョン、新規事業開発、既存事業変革・効率化、SCM変革										
マーケティング/ブランディングの効率化・高度化の支援 マーケティング変革 リブランディング、マーケティング戦略、営業・流通戦略、顧客データ戦略・マーケティング基盤構築										
変革の企業文化を醸成する組織・人事戦略/エンゲージメント強化戦略の策定・実行 組織人事変革/エンゲージメント 組織・人事戦略、HR制度設計・人材育成、HRシステム導入/DB構築、国際マーケティング										
変革アーキテクチャを体現するシステム構築・基盤変革 企業基盤変革/システム構築 IT戦略、IT基盤/データマネジメント基盤構築・運用高度化、業務システム変革・構築										

日本市場においては、顧客企業の経営層から事業戦略に関する相談をいただくことが多かったため、この10年ほど、パーパスの策定を初めとした事業変革・組織変革、ひいては社全体の変革を支援するBX事業を強化してきました。本領域においては、コンサルティング市場の成長率を超える高いオーガニック成長率で事業拡大しており、2021年に締結したドリームインキュベータ社との資本業務提携、2022年に締結したイグニッション・ポイント社との資本提携もこの事業成長を加速しています。

顧客変革のための、ホリスティックなアプローチ

顧客企業の持続的な成長を実現する、私たち独自のアプローチを、ホリスティック・トランスフォーメーション・モデルと呼んでいます。変革を求める企業の、「自社らしさ」を起点に、内部を変え、事

業を生み出し、全体の変革を推進していくものです。私たちは、顧客企業の経営層、コーポレート部門、R&D部門から事業部門に対してまで、p.35の図に示すようなBXサービスを展開しています。

クリエイティビティを武器に、

顧客企業の社内外の変革に向かって伴走する

当社のBXの特徴は大きく3つあると考えています。

① Creativity: 1つ目は、顧客企業の課題を捉えなおすフェーズから、戦略を設計し実行するフェーズに至るまで、プロセス全体にクリエイティビティの要素を織り込んでいる点です。予め用意された型に顧客企業の課題をあてはめて語るのではなく、顧客企業との対話を通して納得感のあるオーダーメイドの課題整理を行い、顧客中心のBXプロジェクトを設計します。

② Move People: 2つ目は、人々の心・感情を動かし態度変容につなげ、実際に変革を起こす点です。私たちは、どのようなBXプロジェクトにおいても、その先にいる「人」について考えることが必要だと考えています。この「人」とは、新商品・サービス開発のプロジェクトであれば顧客企業の先にいる生活者、組織変革のプロジェクトであれば顧客企業で働く従業員のことです。この「人」に対するインサイトにおいては、当社がマーケティング・コミュニケーション領域で培ってきた知見を最大限活用しています。

③ Activate and Execute: 3つ目は、変革を実現するために、課題整理や戦略策定だけでなく、その後の実行や定着化まで顧客企業に伴走してやりきるという点です。私たちは、戦略を描くことまでをゴールとせず、その後の実行にまでアカウンタビリティを持って取り組むことが顧客企業の持続的成長への貢献につながると考えています。この実現にあたっては、メディア、クリエイティブ、CXMといったBX以外のプラクティスとの相互連携が必須であり、こうした強力なケイパビリティをグループ内に保有していることがBXの強みにもつながっています。

より高い付加価値を、グローバルに実現する

私たちのチャレンジは、日本で行ってきたこの取り組みを、日本以外の市場においてもスケールさせていくことです。One dentsu



オペレーティング・モデルの下で2024年新たに立ち上がったBXプラクティスには全世界で400人以上のBXコンサルタントが所属し、ロケーションフリーにサービスを提供しています。BXプラクティスのグローバル展開にあたっては、日本以外の市場で既に保有しているケイパビリティやサービスと、日本市場で型をつくってきたBXのスキルセットのシナジーが重要と考えており、グローバル統一の研修プログラムや地域を越えたさまざまな連携を積極的に行っています。また、社会への貢献を通じた事業成長を実現するために、顧客企業のサステナビリティ戦略の立案などをサポートしてきたdentsu goodのチームもBXプラクティスの一部として活動を行っています。

BXの強化は、マーケティング・コミュニケーション領域でビジネスを行ってきた当社自身の価値を再定義する取り組みでもあり、当社自身の変革にもつながっていると実感しています。顧客企業の持続的成長に向けた支援を通じて、私たちのBXプラクティス、ひいては当社サービス全体についても更に高い付加価値を創出できるよう、変革を推進していきます。

IGSの加速と深化 取り組み② | Tagの統合

グローバルスケールでの強力なコンテンツ制作組織

Tagは、世界中の顧客企業や代理店に対して、グローバルなオムニチャンネルコンテンツ制作とチャンネルアクティベーションを提供する企業です。1972年の設立以来、国境や文化を越えて顧客企業のブランドを支援するグローバルパートナーであり続けてきました。世界29カ国にチームを擁することで、分散型ハブモデルによる制作体制を常に稼働させ、ローカル市場のインサイトをグローバルスケールでアウトプットしています。

Tagは、4つの主要地域（米州、EMEA、APAC、インド）で2,700人以上の従業員を擁し、外部の4,000人以上のインマーケット・コピーライターと協力しながら、1つのグローバル制作拠点と10の特化型制作拠点、そして独自のマーケティング・テクノロジー・プラットフォームであるDigital Interact (DI) を通じて分散型ハブによる事業を展開しています。これにより、顧客企業のエンド・ツー・エンドのマーケティングエコシステムを強力に補完し、コンテンツ制作と配信におけるスピードや一貫性、拡張性、効率性の高い付加価値を創出しています。

AI革命の最前線におけるTag

Tagは、すべてのメディアチャンネルに対してエンド・ツー・エンドの機能を提供できます。顧客企業や代理店から直接クリエイティブのアイデアを取り込み、広告キャンペーンに必要なオムニチャンネルコンテンツを制作し、そしてキャンペーンをリアルタイムで最適化するためのアナリティクスを提供します。これらはすべてDIプラットフォームによって実現され、高度なリアルタイムでの連携、コンテンツの管理、インサイトの分析を可能にしています。

TagはAIに多くの投資を行っており、その目的は、このDI - Digital Interactを、Digital Interact Content Engine - DICEへと進化させることです。これにより、多様なメディアプランの取り込み、制作の自動化技術の進化、制作・配信・アナリティクスのプロセスすべてにAIを活用すること、ダイナミックコンテンツ配信とパーソナライゼーション、DCO (dynamic content optimization) 統合後の大規模なモジュラーコンテンツ制作、効果測定とインサイトの分析、クライアントコミュニケーションと自動ブリーフィングなど、あらゆることがプラットフォーム上で実現可能となります。

tag. × **dentsu**

電通グループへの統合

Tagは2023年7月に電通グループに買収され、引き続き独立したブランドを保ち、英国ロンドンに本社を置いています。Tagとdentsuは、親和性のあるコアバリューや企業文化を共有しており、共に「人起点の変革」の最前線に立ち、社会にポジティブな動力を生み出すというビジョンに邁進します。

Tagがdentsuの一部になることにより、コンテンツ配信機能が大幅に拡張されます。顧客企業のカスタマージャーニー全体にわたって、パーソナライズされたオムニチャンネルコンテンツをリアルタイムかつ大規模に配信し、マーケティングの有効性と効率性を向上させることによって、私たちは比類ない優位性を実現するでしょう。

私たちは、優れたクリエイティブ制作と調達ソリューションを通じて、顧客企業のマーケティングROIの向上、ESGへの対応、顧客企業の炭素排出管理、ファースト・セカンド・サードパーティの生活者データと顧客データの活用などを推進し、事業成長を促進するための最適なプラットフォームを提供します。Tagとdentsuは、共に手を携えることでイノベーションとテクノロジーインフラを結集し、インテグレートド・グロース・ソリューションを通じて顧客企業の最も困難な課題の解決を支援していきます。

IGSの加速と深化 取り組み③ | One dentsu, powered by AI

AIは私たちのビジネスを塗り替えていく

電通グループは、業界に先駆けてAIテクノロジーを多方面に活用し、顧客企業と社会に独自の価値を提供しています。

2010年代中頃から登場したAIは、ここ数年の「生成AI (generative AI)」の登場により一気に社会への影響を強めました。AIは、マーケティングに関するあらゆる活動：データの収集、分析、活用、アイディエーション、クリエイティブ制作などを効率化し、従来のワークフローを急速に変革しつつあります。しかもそれは単なる効率化・自動化ではありません。AIは、クリエイティブやコンテンツの在り方・作り方にも貢献し、対話インタラクションやパーソナライズされた動的なクリエイティブなど、新しい表現や体験を生み出します。更には最も人間らしい営みと言える「アイデアを考える」際にも、AIは大きな手助けになることがわかっています。このようにAIは、顧客企業と私たちのビジネスのあり方を根本的に変える可能性を秘めています。

当社グループは以前よりカスタマートランスフォーメーション&テクノロジー (CT&T) を重点領域とし、業界に先駆けてAIの利活

用に取り組んできましたが、ここ数年の急速な進化を経て、AIは当社グループのパーパスである「an invitation to the never before.」の実現に欠かせないテクノロジーになっています。現在は社内の業務効率化にとどまらず、顧客企業と社会の課題解決に積極的に活用しています。

生成AIの活用：

広範なパートナーシップと、独自のプロダクトとサービス

当社グループは、急速なテクノロジーの発展に対し、自分たちだけの力でキャッチアップするのではなく、幅広いパートナーシップが重要と考えています。2023年から24年にかけて発表した通り、当社グループはMicrosoft、Google、AWS (Amazon Web Services) など主要なテックプラットフォーマーと協力関係を強化しています。そして彼らの最先端の生成AIを活用したプロダクトやサービスを多数開発しており、2023年はそれらのプロダクトが社会に出ていく初めての年となりました。

Merkle GenCXは、顧客企業のデータとMerkleのデータをAIで分析し、さまざまなインサイト・インテリジェンスを導き出すプロダクトです。顧客企業に合わせた最適なコンテンツやチャンネル、タイミングをAIで提案したり、予算配分を最適化・可視化するなど、データに基づくさまざまな機能を自然言語で操作するソリューションとなります。

電通デジタルの∞AIシリーズは、デジタル広告の最適化、チャットボットを活用した顧客体験をワンストップで提供するプロダクトです。「∞AI Ads」は、生成AIを用いて広告のテキストやバナー広告を自動生成し、改善し、最適な広告を配信します。「∞AI Chat」は専門知識を読み込んだチャットボットの作成を容易にし、顧客やユーザーと自然な会話をを行い、多様なニーズに柔軟に応えます。

これらは一例にすぎません。当社グループは、多様なプレイヤーとの協業をこれからも強化し、先端AIを常にキャッチアップし、いち早く顧客企業と社会の価値に転換していきます。



AIの社内活用:生産性向上とOne dentsuでの業務変革

AIはますます「パーソナルアシスタント」としての色合いを強めており、当社グループはAIの社内活用にも積極的に取り組んでいます。一例として、Microsoft社の最も先進的なツールである、

Microsoft Copilot及びMicrosoft M365 Copilotの活用があります。特にMicrosoft M365 Copilotはオフィスソフトと結合した生成AIソリューションで、ドキュメントの作成、メールやチャットの返信、オンラインミーティングを総合的にサポートするツールです。当社におけるM365 Copilotの活用は2023年8月にスタートし、2023年11月のMicrosoftのイベントにおいて、事例として紹介されました。動画のなかでは当社グループの従業員がAIを使いこなし、業務を効率化する様子が取り上げられました。こういった外部ツールの活用だけでなく、当社内の特定の業務に特化したAIツールの開発も多数、進んでいます。

これらの取り組みの効果は、単に一人ひとりの生産性向上に留まりません。例えばミーティングにおける自動翻訳ツールは、国を超えたコラボレーションを容易にします。プロンプトを共有することで、組織を超えた社内全体でノウハウを共有することができます。私たちは、さまざまな垣根を越えたコラボレーションを推進し、One dentsuを実現する一つの有用な手段として、生成AIを位置付けています。

AIガバナンスへの取り組みは急務

生成AIは、ビジネスにおいて多くの可能性を秘めていますが、同時に倫理的なリスクや社会的な影響も伴います。これらの課題

に対し、当社グループは、グループワイドの包括的ガイドラインと、ローカルの法制や文化に沿ったガイドラインを複数段階で設け、適切な窓口の設置を通してガバナンス強化に取り組んでいます。当社グループは、当社が掲げる経営方針であるB2B2S (Business to Business to Society) 企業として、生成AIのガバナンスを単なる義務ではなく、ビジネスの持続可能性と競争力の向上につながるチャンスだと考えています。生成AIのガバナンスを強化し、可能性とリスクを正しく理解することで、そこから生まれる新しい価値を提供できると信じています。

One dentsu, powered by AI

現在、AIテクノロジーは、国や地域に関係なく、世界共通のテクノロジー、いわば共通言語となっています。その意味で、私たちの掲げるOne dentsuの強みとのかけ算が最も期待できる領域と言えるでしょう。既にブランドやリージョンの垣根を超えたコラボレーションや学び合いが次々と起こっています。当社グループは丸丸となって新しいテクノロジーの活用に注力し、顧客企業や社会にとって最大の価値、「never before」を追求していきます。

※「IGSの加速と深化 取り組み③ | One dentsu, powered by AI」は、人とAIの協力の下で執筆されました。

Transformative Creativity (拡張されたクリエイティビティ) が、 グループの多様な才能をつなぎ、社会を変える

電通グループが提供するB2B2Sのソリューションにおいて、最も特徴的なのはその創造性、すなわちクリエイティビティです。

クリエイティビティとは、芸術的な表現を生み出す能力と解釈されることもありますが、私たち電通グループではもっと広義な

ものだと捉えています。昨年の統合レポートでは、Transformative Creativityについてご紹介しました。これは、私たちが提唱する、人々が動き、企業が成長し、社会が変革する新しいクリエイティビティです。その手があつたかという驚きのある方法や、既存の手法の意外な組み合わせによってイノベーションを起こし、さまざまな課題を鮮やかに解決していく。このTransformative Creativityはクリエイティブ部門の人財だけが持つものではなく、電通グループに所属する多くの人々に備わっている能力だと考えています。

B2B2Sは、企業の経済的価値と社会的価値を両立させるという、難易度の高いソリューションです。正しい戦略を立てるだけでは人々は動かず、コモディティ化が進んだ世の中で企業の成長をつくるのは難しい。さまざまな要素が絡み合った複雑な社会課題を解くことも容易ではありません。そして、今はAIによって誰でも表現を生成できる時代。もはや表現の緻密さだけでは人々は感動せず、より人々の心の深いところに触れられるアイデアが求められています。そのなかで、私たちのTransformative Creativityは、つねに人々を起点に考え、アイデアの力やクラフトの力、そしてプロジェクトを「実現」する力で、人々をメディアやプラットフォームとつなぎ、企業とつなぎ、一人ひとりが持つ力を最大化させて、社会を変えるポジティブな原動力に変換します。

この後ご紹介するVoice Watchは、AIを活用し、自動車メーカー

と共同で開発した、スポーツやエンタテインメントを誰でも気軽に音声で楽しめる仕組みです。Scrolling Therapyは、パーキンソン病に向き合う人々の大変なトレーニングを楽しく続けられるように変換したものです。お買い物ものキャンペーンは、多くの企業が参加する、お買い物しながらできる社会貢献のプラットフォーム。Project Humanityは、ALSに向き合う人々が自分の体でデジタル空間のアバターを自在に動かせる、通信会社との共同研究開発プロジェクト。WOTAは、同社の水循環システムの社会実装をパートナーとして支援する取り組み。Butterfly Checkは、生物多様性の保全とビジネスの成長をつなげて分析できるツール。「で、おわらせないPlatform」では、誰もが簡単にそしてお得にリサイクル活動に参加できるうれしい仕組みを開発しています。そしてどの事例も、参加する人々が驚きをもってそのプロジェクトに出会い、楽しくワクワク自発的に参加できて、いつのまにか企業の成長や社会の変革の担い手となれるようなソリューションです。

電通グループが提供する、クリエイティビティにあふれるB2B2Sソリューションは、グループが持つ多様な機能、多様な才能が意外な組み合わせでつながることで生まれます。私たちはこれからも、人々を中心に考えられたクリエイティビティを何よりも大切にして、世の中にインパクトを与えるイノベーションの創造を追求していきます。



(株) 電通グループ
グローバル・チーフ・クリエイティブ・オフィサー
佐々木 康晴

事例紹介 | B2B2S

Voice Watch

～健常者と視覚障害者が一緒になって
スポーツ観戦を楽しむことができる社会をつくる～

視覚障害者の モータースポーツ観戦を可能にする、 世界初のリアルタイム実況生成AI

「会場に行っても、目の前で何が起きているのかよくわからない」「一緒に行っている友達や家族にレースの状況をいちいち説明してもらっても申し訳ない」「みんなが盛り上がっているけど、自分たちはそれに乗れないから会場に行く気がしない」

視覚障害者の方々は、スポーツ観戦の会場に行っても試合の内容がわからず、観戦を楽しむことが難しい状況にあります。この課題が、健常者との情報量の格差に起因することに着目して、Voice Watchは開発されました。

トヨタ・モビリティ基金支援の下、レースのあらゆるデータを音声情報に変換し、実況のないサーキット場の観客席で、視覚障害者に向けた実況を生成する仕組みを構築。カメラ映像から目の前のレースを描写。また走行データの分析から、レースに変化が起こる兆しを素早く発見・伝達。更にプロアナウンサーの実況ノウハウを学習した、独自の発話フレームを構築。これらを組み合わせ、実況フレーズをリアルタイムに生成します。このVoice Watchを、日本最大の耐久レース「スーパー耐久」レースにおいて実施し、レースを「聴く」という新しいモータースポーツの観戦体験を実現しました。

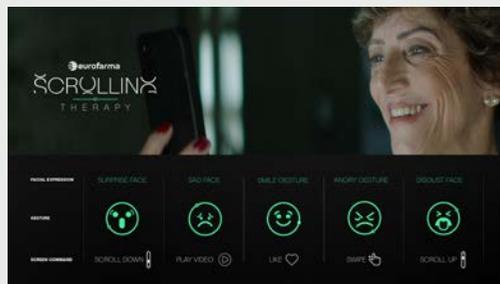


第102回NY ADC賞のAI部門で部門最高賞を受賞。2023年度グッドデザイン賞を受賞し、グッドデザイン・ベスト100に選出されました。他のスポーツへ展開し、世界水泳選手権2023福岡大会にも導入されました。小学生の運動会でのトライアルなども実施しており、今後は、障害の有無にかかわらず、誰もがあらゆる種目のスポーツ観戦を楽しめる世界の実現を目指します。

Scrolling Therapy

パーキンソン病の 初期症状の改善をサポートする モバイルアプリ

世界保健機関 (WHO) によれば、850万人の人々が、パーキンソン病の影響を受けています。電通グループのアルゼンチン・ブラジル・米国チームは、大手製薬会社のEurofarma社と共同で、パーキンソン病の症状の一つとして知られる、顔の表情が硬くなるなどの初期症状の改善をサポートするエクササイズツールを開発しました。ソーシャルメディアを閲覧する際に必要な手を使った操作を、表情で行うことができます。AIによる顔認識技術を利用し、アプリ上に現れる喜怒哀楽などの絵文字に沿ってそれぞれの表情を練習することができます。ソーシャルメディアを閲覧しながら毎日の理学療法を支援します。



世界10か国、45,000人以上の医師が利用中。カンヌライオンズ2023ファーマ部門グランプリ受賞。世界最大級のクリエイティブの祭典であるSXSW (サウスバイサウスウエスト) 2024のイノベーション・アワードのソーシャルメディア部門のファイナリストに選出。

お買いもの～It's Shopping for Good～

「消費」から「創費」社会へ。 生活者の毎日の暮らしのなかの “お買い物”を通じて、 身近な社会を良くしていくプロジェクト

株式会社電通は、日本を代表するメーカーや決済サービス、小売業と共にShopping for Goodプロジェクト推進委員会を発足させ、その運営に携わっています。対象店舗で対象商品を特定の決済方法で購入すると、お買いもの額の1%が社会貢献団体へ寄付されます。加えて購入者にも最大10%のポイントが付与されます。また、本プロジェクトを通じて、プロジェクト参加企業も対象売上の1%を社会貢献団体へ寄付。日々のお買いものなかに社会貢献を内在した仕組みを持つキャンペーンを継続的に展開することで、持続可能なだけでなく、「いい」を世の中に広げていく新しい経済の仕組みをつくっています。



2022年に第1弾、2023年に第2弾を実施し、累計で約81万人の参加と、約3,768万円の寄付を達成し、そのインパクトは着実に広がっています。2024年に第3弾も実施予定です。

Project Humanity

ALS共生者が、「筋電」の活用により
デジタル空間上でアバターを操作し、
再び身体性を得る
世界初のプロジェクト

ALS（筋萎縮性側索硬化症）は、運動神経が損傷し、脳から筋肉への指令が伝わらなくなることで全身の筋肉が少しずつ動かしにくくなる病気です。患者数は世界で推計40万人とされています。

Project Humanityは、Dentsu Lab Tokyoが、日本電信電話株式会社（NTT）と一般社団法人 WITH ALSと共同で技術開発を行い、筋肉を動かしたときに発せられる電気信号（筋電）を利用してデジタル空間上のアバター操作を実現する取り組みです。ALS共生者の身体に生体情報を取得する筋電センサを装着し、自身の微細な筋活動によって得られる生体情報を、アバターの操作情報に変換します。テクノロジーの進化により、身体機能に制限のある方でも「筋電」を活用することで、リアルタイムで自身の意思や感覚と連動したアバター操作やコミュニケーションが可能になる未来を目指します。

SXSW2024のイノベーション・アワードのインターフェースデザイン部門において日本からの応募作品として唯一ファイナリストに選出。ADFEST2024において社会的なサービスや意義を卓越したクリエイティビティで表現した1作品に贈られるGrande for Humanityを受賞。



WOTA株式会社

持続可能な水インフラをつくる。 小規模分散型水循環システムの社会実装を目指すスタートアップに伴走

安全な水と衛生へのアクセスは、人の健康と福祉のための最も基本的なニーズです。国際連合によれば、現在人類が利用可能な水資源のみでは、2030年の予測需要の60%しか満たすことができません。また、日本国内では人口減少、上下水道の老朽化の加速により、上下水道財政の悪化が進行しています。

WOTA株式会社は、そのような現状に対するソリューションとして、使った水をすぐにまた“使える水”にする、小さな水再生システムである「小規模分散型水循環システム」の開発・普及に取り組んでいます。電通グループは、2020年にWOTAと出会い、社会・企業の未来の姿を描きその実現を目指す株式会社電通のフューチャー・クリエイティブ・センターとスタートアップ企業の成長支援を専門に手がけるスタートアップグロースパートナーズ(SGP)がWOTAの支援に参画。コロナ禍において銀座の街中で公衆手洗いを推進する「WELCOME WOSH」プロジェクトの実施や、同社の中長期的な成長を可視化する「マスタープラン」の策定、日本国内のトイレタリー最大手企業とのアライアンス・出資をリードするなど、広告の枠組みを超え、経営陣と直接向き合い、パートナーとして同社の成長に伴走してきました。2023年には電通ベンチャーズSGPファンドを介して同社に出資も実行。現在も中長期VISION策定、グローバルブランドの開発など、WOTAの描く水循環システムの社会実装を推進する取り組みを進めています。電通グループは、WOTAへの支援を通じて、水問題の構造的解決に貢献していきます。



WOTAは能登半島地震による断水エリアほぼ全域に、個室での温かいシャワー浴を実現する「WOTA BOX」と、清潔な手洗いを実現する「WOSH」の提供を行っています。

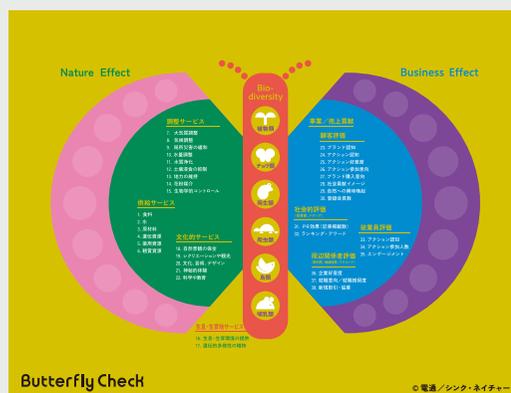
「Butterfly Check」

生物多様性への影響と ビジネスの成果を可視化する

バタフライチェックは、世界最大規模の自然資本ビッグデータを保有するスタートアップ企業、株式会社シンク・ネイチャーと株式会社電通が共同開発した、ネイチャーポジティブを目指す取り組みを支援するサービスです。

このサービスは、科学的見地から企業の自然関連活動による生態系への影響を測定・可視化するだけでなく、それらがブランディングなどの事業活動にどう結びつくのか、各ステークホルダーの評価をもとに統合的に分析できるdentsuオリジナルのソリューションです。

企業の自然関連活動が生物多様性と事業の双方にもたらす影響を測定し、蝶の羽に見立てた1枚の絵で俯瞰することで、バラバラに見えていた生物多様性と事業の関連性を分析し、改善点や更なるビジネス機会を見出します。生物多様性とビジネスの両方を豊かにする持続的なサイクルを目指して、新事業開発やコーポレートブランディングなどに幅広く活用できます。



資源循環プラットフォーム「で、おわらせないPLATFORM」

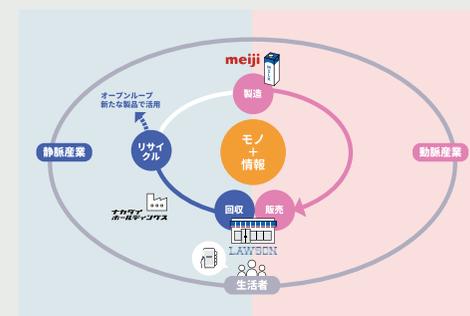
サーキュラーエコノミーへの 生活者参加を推進

「で、おわらせないPLATFORM」は、電通グループが開発した資源循環プラットフォームです。動脈産業・静脈産業と生活者をデジタルでつなぎ、購買と回収・リサイクルの循環を促進します。

2023年11月から2カ月間、株式会社電通は、株式会社ローソン、株式会社 明治、株式会社ナカダイホールディングスと実証実験を実施しました。メーカー・流通・リサイクラーをつなぐだけでなく、電通グループのマーケティング視点で、資源循環に生活者が参加する仕組みを構築し、メディア、官公庁などから大きな反響を得ました（2件の特許出願中）。生活者が牛乳などの紙パックをローソンの店舗に持ち込むと、「明治おいしい牛乳」の割引クーポンを入手できます。回収・リサイクル活動をマーケティングの視点で捉えなおし、回収を起点とした購買インセンティブをつくることで、人々の行動変容を促し、企業の事業貢献と環境負荷低減貢献の両立を支援します。

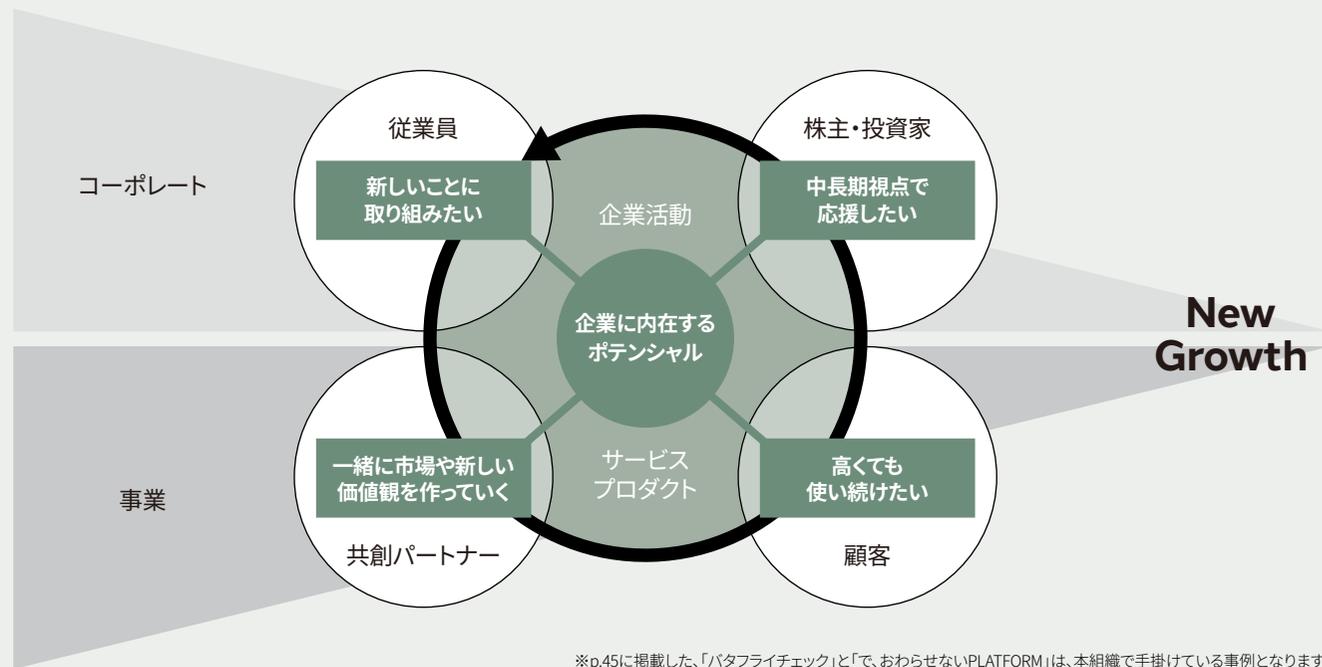
人体の血液循環になぞらえて、天然資源を使ってモノを創る産業は「動脈産業」、一方でそれらの使用後、廃棄物として回収・処理し、再資源化する産業は「静脈産業」と呼ばれています。

「で、おわらせないPLATFORM」



サステナビリティ経営に向けた事業変革(SX)とブランディング 「サステナビリティコンサルティング室」

株式会社電通は、サーキュラーエコノミー、DEI、生物多様性、脱炭素、ESGなどをテーマにソリューションを提供するSXコンサルティング専門部署を2023年に創設しました。サステナビリティのエキスパートと、クリエイティブ、PR、DX、スペースデザインなどのブランディングのプロフェッショナルがチームを組む新しい試みです。「Sustainability for New Growth」をビジョンに、サステナビリティをきっかけに企業独自の成長可能性を見出し、マルチステークホルダーと新たな関係性を構築することで、事業成長と企業価値の向上を目指します。サステナビリティ経営・事業などの戦略フェーズから、シンボリックアクション・社内外ブランディングなどの実施フェーズまで、統合的にビジネスを支援します。



※p.45に掲載した、「パタライチェック」と「で、おわせないPLATFORM」は、本組織で手掛けている事例となります。