

事業の概要

dentsuの事業は、マーケティング、テクノロジー、コンサルティングが融合する領域並びにスポーツ&エンターテインメント領域のユニークなケイパビリティを結集し、クライアントや生活者そして社会の、困難で複雑な課題を解決します。私たちは従業員が仕事を通じて成長できる環境を整え、その多様な力を余すことなく掛け合わせ、このIntegrated Growth Solutions (IGS) を世界中でスケールさせています。特定のケイパビリティに長けたグローバル・リーダーシップ・ブランドの力が合わさることで、IGSは進化し続けます。

売上総利益
1.2兆円

》 P.27～事業

**マーケティング
領域**

メディア／
クリエイティブ／CXM

クライアントのブランド構築と
事業成長を支援する

**テクノロジー
領域**

デジタル・トランス
フォーメーション&システム・
インテグレーション (DX)

デジタル変革とテクノロジーの
統合による
バリューチェーンの
革新

**Integrated
Growth
Solutions**

**コンサルティング
領域**

BX

クライアントの課題を特定し、
ビジネスを変革する

**スポーツ&
エンターテインメント
領域**

スポーツ&
エンターテインメント

ブランドと生活者との間に
強力なエンゲージメント
を作る

従業員数

約68,000人

従業員エンゲージメントスコア

66/100

》 P.40～人財

1人当たり研修時間/年

(株)電通48時間 海外4.9時間

**dentsu
emea**

売上総利益:2,693億円
従業員数:約14,700人

**dentsu
japan**

売上総利益:4,667億円
従業員数:約23,600人

**dentsu
apac**

売上総利益:1,164億円
従業員数:約11,900人

**dentsu
americas**

売上総利益:3,346億円
従業員数:約14,000人

※加えて全社機能に関する従業員数が約3,500人

グローバル・リーダーシップ・ブランド

DC
dentsu creative

tag

iPROSPECT
a dentsu company

CARAT
a dentsu company

dentsu x
a dentsu company

MERKLE
a dentsu company

※詳細は「有価証券報告書」「非財務データブック」をご覧ください。



CSOメッセージ

新中期経営計画(2025-2027) 全体戦略の概要

(株)電通グループ グローバル・チーフ・ストラテジー・オフィサー 兼 APACリード **石原 良樹**

前中期経営計画の振り返り

前中期経営計画(2021-2024)で示した事業成長と収益性の目標はいずれも未達となりました。内部要因としては、M&Aに依存した成長戦略による海外事業の収益性及び競争優位性の毀損を認識しております。また、外部要因としては、競争環境の激化に対して、当社グループのポジションが相対的に弱体化したことが挙げられます。

新中期経営計画の概要

こうした状況認識のもと、当社グループが力強いオーガニック成長に回帰するために策定したのが、2025年度より2027年度までを計画年度とした新たな中期経営計画です。本計画では、事業ポートフォリオの見直しを行い、資本・人財を当社グループ独自の強みを活かした事業戦略に集中させ、競争優位性の回復にフォーカスします。同時に、不振ビジネスの見直し、及び経営基盤の再構築による計画的かつ持続的なコスト削減によって、収益性の回復にフォーカスします。これらの計画の実行を通じて、海外事業を成長軌道へと回復させて、計画の最終年度である2027年度にはOne dentsuのもと、オーガニック成長率4%、調整後オペレーティング・マージン16-17%に到達することを目標としています。

フェーシング

新中計の目標達成に向けて当社グループがまず着手する取り組みが、不振ビジネスの見直し及び経営基盤の再構築を中心とした収益性の回復です。不振ビジネスの見直しにおいては、2026年度中に赤字マーケットをなくすことを目指します。

また、過去の買収案件について、業績面で基準に満たない事業は、改善策の早期実行・売却などを迅速に進めることで将来における業績悪化リスクを排除します。

2026年度には海外事業の収益性、競争優位性の回復を実現させ、2027年には全4事業地域(リージョン)全体を成長軌道へ回復させ、それぞれのリージョンが株主価値の向上に貢献する状態を目指します。

併せて、経営基盤を再構築し、計画的かつ持続的なコスト改善に取り組みます。具体的には、東京とロンドンに分散・重複していた本部機能の統合、各リージョン本部の役割再定義による業務簡素化、マーケットのコスト管理などに注力し、AIやアウトソーシングの活用も含めた効率化を通じて2027年度に最大で年間500億円規模のコスト削減効果を見込んでいます。

※新中期経営計画の概要はP.11とあわせてご覧ください。

COOメッセージ

新中期経営計画(2025-2027) 事業戦略のフォーカス

(株)電通グループ 執行役 副社長 グローバル COO 兼 dentsu Americas 会長兼CEO代行 **ジュリオ・マレゴリ**

A network that wins globally by growing locally

— 各マーケットでクライアントのグロースパートナーになることで、グローバルに成長する

当社グループがクライアントに提供するサービスは、マーケティング、テクノロジー、コンサルティング、スポーツ&エンターテインメント領域において保有するユニークで多岐にわたるケイパビリティを統合し、クライアントの持続的な成長を実現する「Integrated Growth Solutions (IGS)」です。

それを支える当社グループの強みは、日本で培ったクライアントビジネスへの深い理解に基づいて構築されたクライアントとの長期的な関係構築、クライアントの複雑な需要に応えるマーケット毎に特色あるイノベーション、それらを確実に実現し社会に大きなインパクトを生み出す人財、の3つです。本中期経営計画においては、これらの強みをベースに各マーケットにおけるクライアントのグロースパートナーとなることを目指します。そして、クライアントのビジネスの地理的拡大を支援しながら、私たちもグローバルでの成長を実現していきます。

資本・人財をフォーカスする重点領域

成長の実現に向けて、マーケット、クライアント、ケイパビリティの各戦略における重点領域に資本・人財を集中投下します。

マーケット戦略では、事業規模とユニークな事業アセットがある日本と米国に注力します。また、既に当社グループが力強いポジションを築いているマーケットについても更なる拡大を目指します。

クライアント戦略では、各マーケットにおけるクライアントとの長期的な関係性の深化を図ります。また、当社グループのグローバル及びマーケットのネットワーキング加速に向けてクライアント・マネジメント組織を強化します。

ケイパビリティ戦略では、特に海外事業においてIGSのコアとなるメディア領域の付加価値向上にフォーカスして、業績の回復を推し進めます。一方で、グループの最先端マーケットである日本は、コンサルティング、テクノロジー、スポーツ&エンターテインメント等の領域における独自の付加価値によってIGSの差別化・高度化を推進します。

<新中期経営計画でフォーカスする重点領域>

 マーケット	日本・米国、及び、既に力強いポジションにあるマーケットにフォーカス
 クライアント	各マーケットの大規模クライアントに注力するとともに、クライアント・マネジメント組織を強化
 ケイパビリティ	海外事業はIGSのコアとなるメディア領域の付加価値向上にフォーカス、日本はIGSの差別化・高度化を推進



フォーカスする重点領域 ①マーケット： Innovating to Impact

(株)電通グループ グローバル・プレジデント - グローバル・プラクティス ジーン・リン

テクノロジーとクリエイティビティによる イノベーションで、ビジネスの成長を促し、 社会にポジティブな影響をもたらす



Innovating to Impactは、クライアントに対するdentsuの約束です。dentsuのイノベーションは常に成果を見据えており、私たちは、クライアントとそのコミュニティにもたらす最終的なインパクトに焦点を当てています。

アルゴリズムが支配する現代において、ユーザーの体験が目に見えないAIによってますます個別に最適化される中、オーディエンスに対して本質的なリーチを図るためには、これまで以上にイノベーションが不可欠です。アルゴリズムは効率性と均一性をもたらしますが、差別化と関連性を生み出すのはイノベーションです。アイデアは成長の命脈であり、ビジネスを前進させ、インパクトのある

結果をもたらします。

現代社会で大きなビジネスインパクトを生み出すために、クライアントはアルゴリズムの中で生き残る必要があります。こうしたアルゴリズムは、カルチャー（生活者と共鳴する文化）とコマース（購買体験）にアクセスするゲートキーパーとして機能しているからです。カルチャーとコマースがシームレスにつながって初めて、クライアントは他に類を見ない強い興味関心を得て、ビジネスへのインパクト、持続可能な成果、そして成長の加速を実現することができます。購買プロセスのラストマイルで勝利するためにはイノベーションへのフォーカスが必要であり、またクライアントにとっては、例えばスポーツ、エンターテインメント、ゲームなどを通じて、人々の生活文化の一部となることが不可欠になっています。

dentsuは120年以上にわたり、イノベーションを推進し、比類ない実績を築いてきました。私たちのイノベーションへの体系的なアプローチは、アイデアを原動力とし、AIを活用し、価値を重視した、Integrated Growth Solutionsを提供します。これらのソリューションは、連携のしやすさと透明性を重視したプロダクト、プラットフォーム、データ、テクノロジーによって支えられ、すべてのイノベーションがインパクトを与えることにつながっています。

真に文化を形づくるようなプロジェクトを生み出すには、横断的なクリエイティブ思考と、データ及びテクノロジーのケイパビリティ

に対する深い理解を融合させる必要があります。Innovating to Impactのローンチから1年の間に、dentsuは差別化の要となる2つの主要なビジネスユニットを拡張しました。1つ目は、東京で誕生し、現在では海外にも展開している Dentsu Lab です。これは、dentsuがクライアントのために誰もがイノベーションを生み出せる環境を整えていることを象徴する取り組みです。各Labはオープンなマインドセットを体現する場であり、一見不可能に思える課題に新たなアプローチで取り組んでいます。2つ目は、dentsu BXのグローバルローンチです。これは、dentsuが広告の枠を超え、ビジネスインパクトにフォーカスしながら組織全体の変革を推進することにコミットし、かつその能力を有していることを強く示しています。

dentsuのイノベーションの影響はビジネスを超え、カルチャー、人、社会にまで及んでいます。イノベーションを育むことで、dentsuはクライアントが急速に変化する環境において常に影響力のある存在であり続け、クライアントがアルゴリズムの時代において成功を収めるために積極的な支援をしていきます。

INNOVATING TO IMPACT

dentsu

フォーカスする重点領域 ②クライアント： クライアント・セントリシティ

(株)電通グループ 執行役 dentsu Japan CEO 兼 デビュティ・グローバルCOO 佐野 傑

日本市場で培ったクライアント・インサイトを グローバルへ展開し、真のパートナーになる



クライアントを取り巻く事業環境は絶えず変化しており、それに伴い直面する課題は複雑性と専門性を増しています。このような状況下において、従来のアプローチでは有効な解決策を導き出すことが難しい場合もあります。

当社グループは、長年にわたり日本市場で培ってきたクライアント・インサイトを各市場にも応用することで、まず課題の核心を的確に特定・分析し、課題認識をクライアントと共有・合意します。そして、深いクライアント理解を基に、当社グループ全体で保有する多岐にわたる

ケイパビリティを適切に統合し、課題ごとに最適化されたソリューションを提供します。創業以来、統合的な視点をもってクライアントに革新的なサービスを提供してきた当社グループが目指すのは、単なる課題解決にとどまらず、クライアントの持続的な成長と事業変革に伴走し、真のパートナーとして包括的な支援を提供することです。

One dentsu オペレーティング・モデルの実装強化

当社グループは2024年、クライアントに提供するサービスと価値を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・モデルを導入しました。これにより、クライアント窓口をグループ内で整理し、高度なソリューションをグローバル及び各マーケットへ迅速かつ効率的に提供できる体制を構築しました。このモデルを通じて、クライアントとの長期的な信頼関係を更に強化していきます。

また、2025年度から2027年度までの新中期経営計画には、日系クライアントの海外展開や海外事業に対する、グローバル・ネットワークを活用した支援の強化を事業戦略の重要テーマとして掲げています。当社グループは、日系クライアントの海外成長を力強く支援し、それがOne dentsu オペレーティング・モデルの更なる進化と活性化に寄与すると確信しています。

事例 | 日清製粉ウェルナと電通グループの 海外市場への挑戦

- 背景と課題：
2024年を海外進出
元年と位置付け

日本国内小麦粉供給の約40%を担う日清製粉グループ。その中でも、パスタなどさまざまな家庭用小麦粉製品で日本国内市場トップシェア[※]を誇る日清製粉ウェルナは、中期経営計画(2022年～2026年)の重要施策に海外事業拡大を掲げ、2024年を海外進出元年として具体的な取り組みの実行を必要としていた。

※インターナショナルデータ調べ(累計販売金額)/小麦粉市場、パスタ(スパゲティ)市場、パスタソース市場、冷凍パスタ市場(冷凍調理市場のスパゲティ&ソース、ショートパスタ類) 2024年4月～2025年3月、天ぷら市場、お好み焼市場2023年4月～2025年3月、から揚げ粉市場2022年4月～2025年3月



- 活動概況：
世界に新しい食文化を創り出すためのパートナーへ

2024年、日清製粉ウェルナは海外事業拡大の重要市場と位置付けるベトナムで、新たにBtoC事業を計画。ベトナム初となる生活者向け商品ブランドの開発から導入プロモーションに至るまでのプロジェクト推進と事業コンサルティングを、電通及び電通ベトナム(電通Xベトナム&電通レダー)が担当。電通が日本本社と連携し、電通ベトナムが現地法人と向き合い、日清製粉ウェルナの日本国内で培った知見や現地の意思を最大限活用し、事業展開を成功に導いた。

電通グループは、パスタがまだ定着していないベトナム市場において、パスタを日常的に楽しむ文化を創出・定着させることを目指し、広告領域にとどまらず、現地での市場拡大のための事業戦略立案及び実行を支援中。また、ベトナム市場で培った知見を基盤としたASEAN市場への事業拡大や、世界最大規模の食品展示会への出展を契機としたEU市場への進出にも取り組んでいる。

日清製粉ウェルナと電通グループは、生活者への洞察を基盤に日本の豊かな食文化が持つ可能性を世界へ広げ、新たな食文化の創出に挑戦し続けている。

フォーカスする重点領域 ③ ケイパビリティ： Adobe GenStudio dentsu+

dentsu Creative グローバル・ブランド・プレジデント **アビー・クラッセン**

独自に強化したAdobe GenStudio dentsu+で、コンテンツ・サプライ・チェーン全体に効率的かつ先進的なソリューションを提供する



世界中のCMOやCTOは、日々、コンテンツサプライチェーンにおける課題と向き合っています。パーソナライズされたコンテンツのニーズが高まる一方で、システムやプロセスの分断という現実とバランスを取らなければなりません。dentsuは、生成AIを活用して、ブランドがコンテンツを開発、制作、配信、最適化するプロセスをエン

ドツーエンドで変革しています。AIの力により、創造性は加速し、コストは削減され、顧客にとって本当に重要な瞬間に、最適なコンテンツを届けることが可能になっています。

Adobe GenStudio dentsu+は、Adobeの先進的なコンテンツ・サプライチェーンの一連のソリューションに、dentsu独自のツールや機能（ターゲット理解と行動分析、生成AI、翻訳技術など）を組み合わせることで、クライアント向けの大規模なコンテンツ制作・配信を更に強化します。

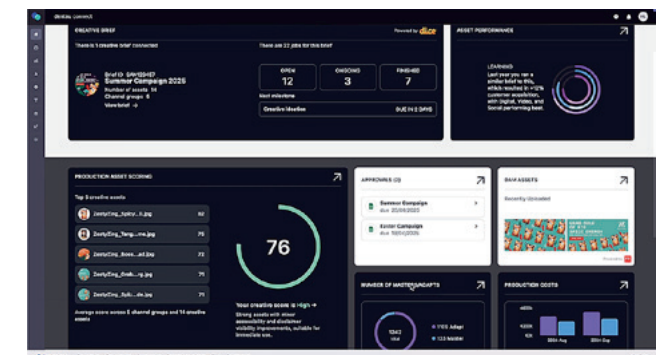
Adobeの機能を補完しながら、Adobe GenStudio dentsu+は以下のような高品質なソリューションを提供します。

- Dentsu Creativeによる、AIを活用したクリエイティブサービス、プロダクションサービス、DCO（ダイナミック・クリエイティブ・オプティマイゼーション）、及びオフライン配信
- dentsuのデータ&テクノロジーを活用した、dentsu.Connectアプリケーション、クライアントのデータとメディアをつなぐ独自の連携基盤、データ&アイデンティティソリューション
- Merkle（dentsuのCXM領域を担うブランドであり、Adobeのプラチナパートナー）による、各種テクノロジーの導入支援を通じた、コンテンツ配信の最適化、クライアントのオペレーションモデルの変革

これらを統合させることで、キャンペーンの企画からコンテンツの制作・管理・配信・効果測定に至るまで、すべてのプロセスを一気通貫でつなぎます。この革新的なソリューションにより無駄を削減し、メディア効率を高め、エンゲージメントとコンバージョンの向上を実現します。

既に有望な成果として、Adobe GenStudio dentsu+は、コンテンツに関する課題解決に寄与し、クライアントの収益向上やコンテンツ運用の効率化による生産性向上など、クライアントのビジネスに実質的なインパクトを与えはじめています。

Adobe GenStudio dentsu+



フォーカスする重点領域 ③ ケイパビリティ： dentsu.Connect

(株)電通グループ チーフ・データ & テクノロジー・オフィサー シャーリ・ゼルサー

データ&AIプラットフォームで、 クライアントの次なる一手を導く



2024年、データ&テクノロジーの開発、一貫性、俊敏性を強化するために、一元化されたグローバルチームを構築しました。私たちの強みであるデータ、アイデンティティ(デジタル世界で特定のユーザーを構成する属性情報の総体)、AIプラットフォームを基盤に、業界初のイノベティブなケイパビリティを、メディア及びマーケティングテクノロジー・パートナーとの関係を拡大しながら、共同開発しています。その象徴的な例として、プランニング、アクティベーション、測定、最適化を通じてオーディエンスの活用を促進するエンド

ツーエンドのマーケティングソリューションとして、AIを活用したオーディエンスビルダーを立ち上げました。

2025年の私たちの目標は、クライアントの次の最適なアクションと成果を予測する、統合AI搭載プラットフォームの開発を推進することです。そうして開発された私たちのプラットフォームは、組織内に分散したテクノロジー、統合されていないデータ、ユーザーを間違えて捉えたパーソナライゼーションなど、クライアントの複雑な課題を解決します。以下、私たちのプラットフォームの特徴を3点紹介します。

1. グローバルデータ&アイデンティティの活用：オーディエンスインテリジェンスを通じて、クライアントが最も有望な顧客を見つけ、獲得し、成長させることを可能にするアプローチを提供します。

2. シームレスな互換性：グローバル及びローカルアプリケーションと統合し、データ&テクノロジー活用を最大化します。これにより、平均25%の広告運用効率向上を可能にします。

3. AIによる複雑なワークフローの最適化：私たちのダイナミックなエクスペリエンスは、ブランドが次の最適なインパクトを見つけるのに役立つAIエージェントによって、クリエイティブからメディア、カスタマー・エクスペリエンスまで、マーケティングライフサイクル全体で強化されています。これにより、クライアントのオリエンテーションから更なる情報を引き出し、新しい成長オーディエンスを特

定し、俊敏でデータに基づいた意思決定を促すことができます。

私たちのクライアントは、企業中心ではなくオーディエンス中心のアプローチを採用し、データ&テクノロジーの組み合わせを活用することで、生活者に一貫した体験を提供し、メディア効果や制作効率の最大化を実現できます。更に、すべての行動をビジネス目標と整合させることにより、インサイトと行動のギャップを縮め、ビジネスの次の最適なインパクトを予測し、「Innovating to Impact」というクライアントへの約束を果たします。

DENTSU • CONNECT



次世代成長領域

スポーツ&エンターテインメント領域

スポーツとエンターテインメントの力で、 ブランドと社会をつなぐ

電通グループは、スポーツ&エンターテインメント領域において、長年にわたり、企業と生活者、そして社会全体をつなぐ価値創造を推進してきました。

スポーツ領域では、各種の国際大会、プロリーグ、アスリートとのパートナーシップにより、企業のブランド価値向上や社会課題の解決に貢献しています。また、近年は新スタジアムの開発・運営を通じて、地域創生などを見据えた事業開発などにも幅広く取り組んでいます。エンターテインメント領域では、映画・アニメ・ゲーム・音楽といった多様なコンテンツやIPへの投資・共創を通じて、市場開拓などそのグロースに貢献するとともに、IPを活用して企業がストーリー性のあるブランド体験を生活者に提供できるよう支援しています。

そして、2025年6月16日、当グループは、国内外に持つケイパビリティを結集し、グループ横断の新たなイニシアティブとして「電通スポーツ&エンターテインメント」をグローバル展開していくことを発表しました。今後は「One Dentsu」体制のもと、グローバルネットワークと専門人財、テクノロジー、データを活用した統合的支援を世界的に強化することにより、クライアント企業のマーケティングやブランディングの課題に対して当領域における高い解決力を提供するとともに、IPのグローバル成長や価値創造に貢献していきます。

事例 | B.LEAGUE GROWTH PARTNER



従来のスポンサーシップ権販売にとどまらず、B.LEAGUEの事業成長戦略策定支援やファンマーケティング戦略策定支援など、多角的な支援をおこなっています。

電通グループのネットワーク、データ、テクノロジー、クリエイティブなどのアセットを活用し、GROWTH PARTNERとして求められる役割を十二分に果たすことで、B.LEAGUEの事業成長にコミット。スポーツを通じた地域活性化と、日本のスポーツ文化の持続的発展に貢献する取り組みです。

事例 | 万博×STAGE:0が描く、eスポーツと高校生たちの新しい未来



2025年大阪・関西万博において、電通は2019年より7回目となる日本国内最大級の高校生eスポーツ大会「STAGE:0」を開催。eスポーツは、多様性・公平性・包括性を備え、性別や体格、地域を越えて誰もが挑戦できる新しい青春の舞台です。eスポーツを未来の文化として捉え、マーケティングを起点に社会的意義の発信から事業の共創・実装までを担い、企業とともにその熱量を社会、そして世界へと広げてまいります。



CCROメッセージ

AI時代こそ、dentsuの一人ひとりの 多様なクリエイティビティが活かされる。

(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

誰かを喜ばせたいという衝動が イノベーションを生む

AIが日々進化しています。dentsuでは、AIをインサイトの深掘りや表現制作、広告効果の最適化に活用。更には、dentsuのクリエイティブ人材の「発想プロセス」を学んだAIが、コンセプトの立案や事業デザインの発想までも補佐。人とAIによる統合型ワークフローが構築されつつあります。

AIは使い方次第です。似たような方法でAIを使えば、似たような表現になります。やがて人々はそういうアウトプットに飽きていくでしょう。今後は、常に人々を思って発想し、手を動かし、実現し続けた人による「ディレクション力」こそが、まだ見たことのないイノベーション創造のためにとても重要になると考えています。AIに教わるだけでなく、AIに教える力のある人が必要なのです。

dentsuでは、その仕事内容に関わらず、すべての領域の人々が高いクリエイティビティを持っています。そもそもクリエイティビティとは、「誰かを喜ばせたいとたくらむ力」のこと。dentsuは、メディア、クリエイティブ、CXM、デジタル、スポーツ&エンターテインメント、BXなど、多様な領域の人材が混じりあって120年以上続く組織です。あらゆる手段で世の中にポジティブな変化を起こそうと、頼まれた以上のことまで汗をかく。そのおかげで各領域に高度なクリエ

イティビティが備わり、それが大胆なB2B2Sの創造につながっているのです。

Transformative Creativity×AIで未来を創る

不安定な環境が続く中、企業は「未来」を探しています。私たちは未来への独自の先見性をもち、経営やビジネス変革の根幹にクリエイティビティを組み込みます。そこからあらゆる領域で人々を驚かせ、喜ばせる変革を創る。これがdentsuのTransformative Creativityの考え方です。例えばDentsu LabやFuture Creative Centerなどの組織では、テクノロジーや未来へのビジョンをビジネスと結びつけて、率先してイノベーションを起こしています。テクノロジーやクラフトに目が行きがちですが、どの事例もその根幹の思想にユニークネスがあります。

AIとTransformative Creativityがかけ合わさることで、dentsuのイノベーションは加速していきます。AIで多様な分野の知見が簡単に手に入り、領域の越境が起きやすくなっています。これはdentsuにとってありがたいことです。グループ内の多様な領域がつながり、ますますイノベーションが起きやすくなる。今までにない世界を創造するアイデア力、豊かで多様な社会を彩るプロデュース力、多様な個々のクリエイティビティによって、人々に、企業に、社会に、鮮烈なインパクトを届けていきます。

B2B2S事例

B2B2Sは企業の経済的価値と社会的価値の両立を目指しています。社会課題の解決には困難が伴い、AI時代には心の深層に触れるアイデアも求められています。

プロジェクトを実現するには、人々をメディアやプラットフォーム、企業へとつなぐ力も不可欠です。こうした観点から、事業性、社会の課題解決、効果の数値化、人への洞察、Integrated Growth Solutionsの実践、パーパスやビジョンの体现、社内外の幅広い連携などを実現した、当社の活動をご紹介します。

Inflation Cookbook

物価高騰で先進国でも栄養不足に。 AI予測の最安値食材で、 シェフと栄養士が健康的なレシピを提供

クライアント：Skip

経済水準の高いカナダでも食品価格の急激な高騰のため、食事の量を減らしたり、安価な加工食品を買う家庭が増加。国民の栄養不足が社会問題になり、特に子どもたちの栄養失調は深刻です。

この課題解決のため、電通クリエイティブ・トロントはカナダの食材宅配サービス会社であるSkipと一緒に「Inflation Cookbook」を立ち上げました。AIが国内80店舗以上の400品目の食品価格を調べて、週のうちに最安値となる食材を予測。これらの食材を使いながらシェフが考案し、栄養士が監修したレシピを紹介するアプリです。2023年12月までにカナダの消費者は合計2,180万ドルも節約できたと推計され、メディアで広く取り上げられたため多くの人の注目を集めることにも成功。週に28,600人が利用し、同社は430万ドル以上の収益を得ました。美味しくて体に良い食事を手ごろな価格で楽しみたいという、人々の気持ちへの深い洞察が課題解決の一助につながっています。



カンヌライオンズ2024 クリエイティブ・ストラテジー部門、メディア部門でゴールド受賞。

A Piece of Me

青少年へのネットでの リスク啓発活動をきっかけに 性犯罪法の改正につなげたキャンペーン

クライアント：KPN

ネットでの個人的な性的写真の共有がもたらす事件は後を絶たず、深刻な社会問題となっています。電通クリエイティブ・アムステルダムは、オランダ最大の通信企業KPNが取り組む安全なネット環境構築の一環として、ネットにおける個人の性的写真共有のリスクを啓発するキャンペーン「A Piece of Me」を展開。同社のブランド検討率は9%、信頼度は16%上昇。社会に影響を与えるブランドであるとの評価も16%上昇しました。

このキャンペーンを契機に、オランダの国会は、個人の性的写真をネットで共有した人への非難や辱めを性犯罪とする法律を可決。さらに今、本キャンペーンの英語版をリリースするなど、グローバルでの拡がりを見せています。



カンヌライオンズ2024クリエイティブ・ストラテジー部門でグランプリ受賞。

Carry On Learning: Scholar Panel

不要になったスーツケースが 学校の騒音問題を解決し、 学習環境も大きく改善

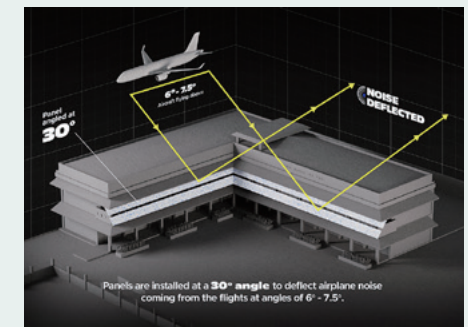
クライアント：Samsonite

顧客から下取りしたスーツケースの再活用に関して、電通クリエイティブ・インドネシアは、スーツケースの樹脂をパネルに変え、空港近くの学校に貼りめぐらし、最大40dBの騒音を低減するアイデアを提案。パネルを「スカラーパネル」と名付け、実際の製作、学校との連携、取り付け等の施工管理、PR戦略までを粘り強く進めました。

従来、同校の生徒は難聴になる程の航空機の騒音被害を受けていましたが、騒音の低減により学習環境も大きく改善。本活動は、約6万ドルのPR効果と1億100万回以上の総インプレッション数を獲得し、今後、インドネシア政府により全国の学校に拡大されることになりました。



カンヌライオンズ2025デザイン部門でショートリストに選出。



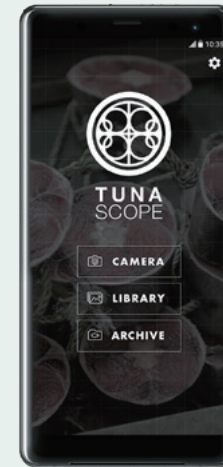
TUNA SCOPE

日本の「目利きの技」を、 AIで世界基準の品質規格へ。 世界の水産業従事者の所得向上と 海洋資源の持続可能性を追求

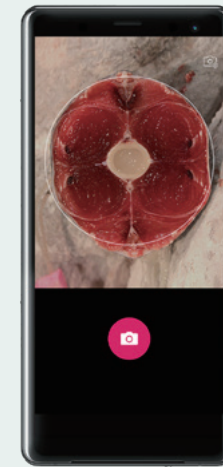
マグロの品質の目利きは長年の経験と勘によって培われる「暗黙知」。高齢化が進む日本で技能伝承者が半減する中、(株)電通は5年以上にわたり、目利き職人の知見をAIにディープラーニングさせマグロの品質判定AI「TUNA SCOPE」プロジェクトに取り組んでいます。大手回転すしチェーン「くら寿司」での実用では、日本から海外のマグロをスピーディに遠隔買い付けすることに成功。厳選された良質なマグロは、「AIまぐろ」として想定の3倍の売上も記録しました。また、現在では、スーパーでの販売もロングセラーとなっています。

一方、世界最大のマグロの水揚げ量を誇るインドネシアでは、日本のような熟練の目利きはおらず、マグロの品質評価者の評価基準がばらつき、安定性や透明性を欠くため適正な価格が付けられていないことで、水産業従事者の所得があがらなかったり、ひいてはマグロ乱獲の一因となっているという課題も抱えています。

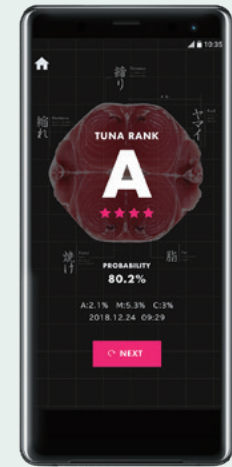
この課題に対し、(株)電通は「TUNA SCOPE」を活用し、インドネシア産マグロの品質基準を確立し、価格を適正化・高付加価値化するプロジェクトを推進。本件は、2024年12月に国際協力機構（JICA）の「中小企業・SDGsビジネス支援事業」に採択され、インドネシア水産業従事者の所得向上や事業と海洋資源の持続可能性への貢献をめざしています。



TOP



SHOOT



RESULT



Spikes Asia 2022クリエイティブデータ部門でグランプリ受賞。

AI for EVERY

生活者視点とAI技術・実装力を 掛け合わせ社会課題を解決する AIサービス実現を目指す

ビジネスパートナー：日立製作所

生成AIの活用が進む中、暮らしに密着した場面では生活者視点を取り入れた、ぬくもりのあるAIサービスが求められます。最適な顧客体験をデザインし実現する(株)電通および(株)電通デジタルは、高い技術で様々な領域のDXを実現してきた(株)日立製作所と協業し、社会課題解決に貢献する新しい生成AIサービスの検討・提供を行う協働プロジェクト「AI for EVERY」を立ち上げました。

協業の第1弾「今日の気まぐレシピ」は、日立の需給予測システムにより売れ残りそうな食材を高精度に予測し、電通のクリエイターの知見を学習した生成AIがその食材を使ったレシピを生成。電通デジタルの「∞AI Ads」のノウハウを活用し、サイネージやアプリで紹介する流通業向けのサービスで、生活者と食材の「思いがけない出会い」を創り、食品ロスの削減にも貢献します。

今後、さらに幅広い分野での生成AIを活用したサービスを共同検討していきます。



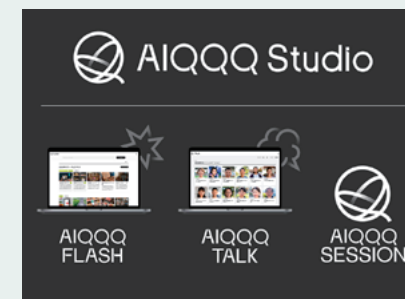
AIQQQ STUDIO

企業の価値創造に、アイデアを。 AIとクリエイターの磨き込みによる コンセプト開発ソリューション

クライアント：dentsu Japanのクライアント各社

企業の事業やサービスの開発現場では、アイデアがマンネリ化しブレークスルーが難しく、検討の時間が足りないことが課題。dentsu Japanは“人間の知”と“AIの知”を掛け合わせ、クライアントや社会の成長に資するAI戦略「AI For Growth」を掲げ、その一環として2025年5月から「AIQQQ Studio」を大幅刷新しました。

当社国内グループが長年培ってきたクリエイティブな発想法と膨大な生活者データを活用して、AIが既成概念にとらわれないアイデアを高速生成し、リアルな顧客ペルソナとの即時インタビューも再現。ワークショップも可能とし、数百ものアイデア創出から検証、ブラッシュアップまでを約1カ月で行います。現在、グローバルでの運用も始まっています。



IMDビジネススクール研究支援

現代の消費のマインドセットを解き明かし、
ビジネスにサステナブルな
イノベーションを再注入する

ビジネスパートナー：IMDビジネススクール(IMD)

当社は経営方針「B2B2S」に基づき、事業による社会への貢献を持続可能とするために、2023年からスイス・ローザンヌおよびシンガポールに拠点を持つ独立系の学術機関であるIMDの研究支援を行っています。企業のサステナビリティ活動を、規制対応や報告のためだけでなく、ビジネス変革と成長のドライバーとするためのフレームワークを提供します。

同校のゴータム・チャラガラ教授を「dentsu group Chair (サステナブル戦略とマーケティング)」とし、社会と環境へのプラス影響を目指す企業に、最先端の知見と解決策を提供する「IMD サステナブル&インクルーシブビジネスセンター」を支援。IMDの戦略理解と当社の消費者・マーケティングに関する専門知識を組み合わせ、クライアントの持続的な成長に資する価値を共創しています。



SUSTAINABILITY TO IMPACT

「すべき」から「したい」へ。
人が動く、企業のサステナビリティ
推進支援プログラム

クライアント：dentsu Japanのクライアント各社

企業と社会の新しい関係を構築し、企業価値を高めるサステナビリティ。関心は高いものの、サステナビリティ活動と事業との関連や、従業員の自分事化などに課題を感じる企業も少なくありません。dentsu Japanはクライアントとともに、社会課題解決のアイデアの共創を目指し、同社が培ってきた「人の心に働きかけること」への長年の知見を結集した、サステナビリティ推進支援プログラム「SUSTAINABILITY TO IMPACT」を2024年8月から始動。

「人が動く」モデルを用い、企業活動全体の診断と戦略の策定から、施策や事業アイデアによる変革、社内外への伝達までを具体的なアクションとして、クライアントの状況や課題に応じて提供しています。

SUSTAINABILITY TO IMPACT		CHECK & PLAN	ACT & CHANGE	REPORTING & DISCLOSURE
サステナビリティ経営	経営戦略	・事業計画・事業ポートフォリオ管理支援 ・マテリアリティ・経営理念 ・事業計画・事業ポートフォリオ管理支援 ・マテリアリティ・経営理念 ・事業計画・事業ポートフォリオ管理支援 ・マテリアリティ・経営理念	・インパルスの設計・計画 ・サステナリティ・経営理念のKPI設計 ・シナリオ・事業計画・事業ポートフォリオ管理支援 ・マテリアリティ・経営理念	・統合報告作成支援 ・TCFD・TFRD・CDP対応支援 ・統合報告・事業計画・事業ポートフォリオ管理支援 ・マテリアリティ・経営理念
	人権	・人権アセスメント支援 ・人権方針策定支援	・インパルスの設計・計画 ・サステナリティ・経営理念のKPI設計 ・シナリオ・事業計画・事業ポートフォリオ管理支援 ・マテリアリティ・経営理念	・統合報告作成支援 ・TCFD・TFRD・CDP対応支援 ・統合報告・事業計画・事業ポートフォリオ管理支援 ・マテリアリティ・経営理念
PEOPLE & CULTURE	DEI	・LGBTQ+関係・ジェンダー平等支援 ・ダイバーシティ・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念	・DEI戦略・ワークシッ ・DEI推進のインパクト・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念	・トップマネジメント・経営理念 ・人的資源・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念
	人的資本	・ダイバーシティ・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念	・DEI戦略・ワークシッ ・DEI推進のインパクト・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念	・トップマネジメント・経営理念 ・人的資源・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念 ・ダイバーシティ・経営理念
ENVIRONMENT	生物多様性	・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル	・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション	・ESG情報開示支援 ・TCFD・TFRD・CDP対応支援 ・ESG情報開示支援 ・TCFD・TFRD・CDP対応支援
	サーキュラーエコノミー	・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル	・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション	・ESG情報開示支援 ・TCFD・TFRD・CDP対応支援 ・ESG情報開示支援 ・TCFD・TFRD・CDP対応支援
INNOVATION	オープンイノベーション	・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル	・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション	・ESG情報開示支援 ・TCFD・TFRD・CDP対応支援 ・ESG情報開示支援 ・TCFD・TFRD・CDP対応支援
	事業開発	・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル ・サステナブル・ライフスタイル	・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション ・CO2削減・アクション	・ESG情報開示支援 ・TCFD・TFRD・CDP対応支援 ・ESG情報開示支援 ・TCFD・TFRD・CDP対応支援

※これらは、2030価値創造戦略のマテリアリティの1つであるINNOVATIONの事例（社会のより持続可能な未来に向けた行動を促すソートリーダーシップコンテンツ）になります。