

社会課題解決への取り組み

社会とともに持続的な成長を目指す電通グループが重視している取り組みの一つが、ステークホルダーとの協働による社会課題解決です。事業を通じて培った多様なネットワークや社会課題への洞察力、そして実行力を、ステークホルダーとの戦略的な協働に生かすことにより、当社グループが蓄積した知のアセットを社会に還元しています。協働から得た新たな視座を、当社グループの更なる価値創造に生かしていきます。



ブルーオーシャン・イニシアチブのアプローチ



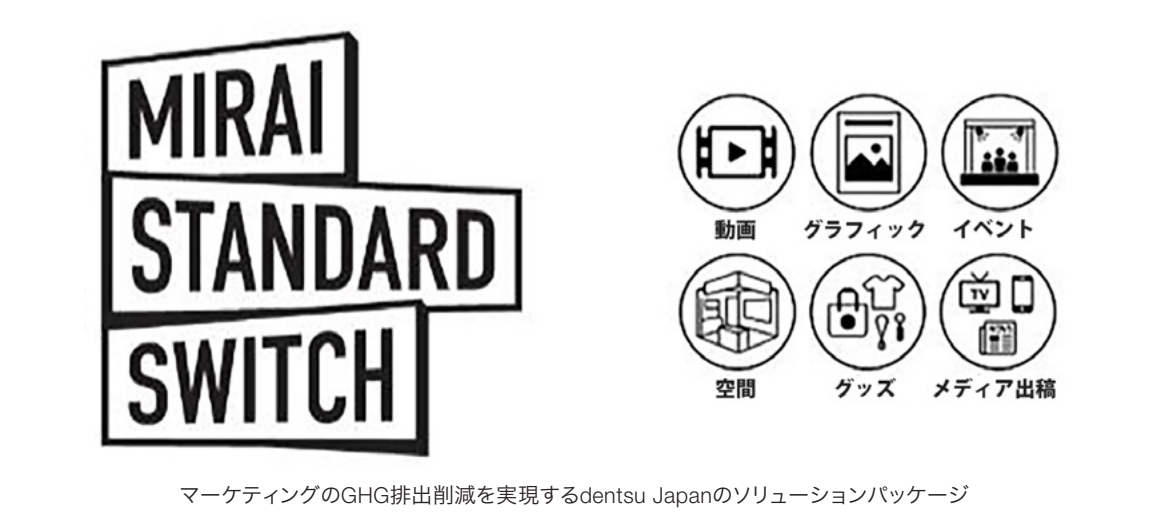
CASE 1

海の保全と繁栄を目指す産官学民の共創プラットフォーム、 一般社団法人ブルーオーシャン・イニシアチブの立ち上げ・推進

海洋環境を取り巻く課題は、海洋プラスチック問題や気候変動、生物多様性保全など多岐にわたり、社会全体での対応が求められています。この課題解決に向けて、2023年4月、(株)電通は産官学民の共創アクション・プラットフォーム「ブルーオーシャン・イニシアチブ」の立ち上げに参画しました。2030年をゴールターゲットに企業、スタートアップ、アカデミア、金融セクター、自治体、漁業関係者、NGO／NPOなど約115の団体（2026年5月現在）がタッグを組み、前例にとられないアプローチで事業共創を通じた社会課題解決に挑んでいます。

2025年に開催された大阪・関西万博では、特定非営利活動法人ゼリ・ジャパンのBLUE OCEAN DOMEと連携し、来場者に向けて課題解決への多様な取り組みや未来に向けた提案を行いました。大阪・関西万博の経験も生かし、2030年に向けて、ミッション「事業性と公益性を両立させたブルーイノベーションを起こし、世界をリードする」の実現に向け、取り組みを加速していきます。

※一般社団法人ブルーオーシャン・イニシアチブの詳細は右記のサイトをご覧ください。<https://blueocean-initiative.or.jp/>



CASE
3

48年目を迎えた自治体・自衛隊等 年間研修生受け入れ制度、
コミュニケーション・プロデューサー塾の提供

「コミュニケーション・プロデューサー塾（CP塾）」は、公共セクターの職員を1年間受け入れる（株）電通独自の研修プログラムです。日本の社会課題や地域課題に取り組む方々に卒業後もその学びを派遣元での業務に生かしていただけるよう、同社が事業を通じて培ってきた課題解決のための考え方や発想法、コミュニケーション・プロデュース、プランニングやDXを含むマーケティングのスキル、そして社会を動かす実行力を学ぶプログラムを無償で提供しています。

1979年の開始以来、47年間で全国446名の卒業生（2026年3月現在）を輩出しており、2026年度も10名の研修生が参加しています。研修生が当社の多様な従業員から講習や現場研修を通じて学びを深めるCP塾は、当社の従業員にとっても、社会や地域の課題を広く深く理解し、向き合う機会となっています。

CASE
2

日本の広告業界におけるGHG 排出量算定ツール、
カーボンカリキュレーターの共同開発と「MIRAI STANDARD SWITCH」リリース

日本における広告業界の脱炭素化に向けた基盤づくりは、電通グループが重視する取り組みの一つです。2023年度には、日本の広告業界標準の温室効果ガス（GHG）排出量可視化と削減を目指すマーケティング領域の脱炭素化イニシアティブ「Decarbonization Initiative for Marketing」を立ち上げました。2025年度は、一般社団法人 日本広告業協会（JAAA）、一般社団法人 日本アド・コンテンツ制作協会（JAC）、一般社団法人 日本イベント産業振興協会（JACE）とともに、日本の広告・マーケティング業界における炭素削減を目指し、広告制作やイベント等の広告に関わる炭素（カーボン）排出量を可視化・算出する「カーボンカリキュレーター」の共同開発に参画しました。業界横断の枠組みによって、広告会社・制作会社・イベント会社が利用できるカリキュレーターを開発し、透明性の高い基準を整備することが狙いです。今後は広告各領域での検証を重ねながら、業界全体の標準化とクライアントへのソリューション提供を目指します。2026年8月には、dentsu Japan横断でマーケティングのGHG排出削減を実現するソリューションパッケージ「MIRAI STANDARD SWITCH」をリリースしました。



CASE
4東京大学と連携した「異能クリエイティブ人財」育成プログラム
「INOUE CREATIVE School」の開講

2025年3月、(株)電通と東京大学は、社会課題解決のアイデアを社会実装へ結び付ける人財育成を目的にパートナーシップ協定を締結し、「INOUE CREATIVE School」を開講しました。東京大学のナレッジと電通のクリエイティビティを掛け合わせ、独自の発想で社会課題に挑む「異能クリエイティブ人財」の輩出を目指しています。

同年7月から開始した第1期では「東京湾を、世界一豊かな海に。」をテーマに、東京大学の講師陣や(株)電通従業員による講義、海に関するフィールドワークを通じて、アイデアの発想から実現までを学ぶ実践的なプログラムを提供しました。その結果、新素材の発明による環境改善や海産物の再資源化など革新的な企画が生まれ、現在、社会実装に向けた取り組みを進めています。

2026年度の第2期は「日本発、世界を変える食のイノベーションを。」をテーマに、「食」に関わる多様な課題の解決と社会実装を産学協働で目指します。

※「INOUE CREATIVE School」の詳細は右記のサイトをご覧ください。<https://inoue-creative.com/>

CASE
5業界連携で広げるホームレスのための防寒支援
「dentsu Sleep Out for Sheltersuit」の実施

dentsu Netherlands(オランダ)は、ホームレスの生命と尊厳を守る活動を行う団体Sheltersuit Foundationを支援するため、過去3回にわたり「dentsu Sleep Out for Sheltersuit」を主催しています。この取り組みは、当社の従業員やメディアパートナーが、ホームレス状態の人々が直面する厳しい環境を実感するために極寒の屋外で一夜を過ごし、寄付金の募金及び同財団向けの無償メディア枠の提供を行うものです。

本活動を通じて調達した資金は、防風・防水機能を備えた多機能ジャケット「Sheltersuit(シェルタースーツ)」の製作に活用されます。同ジャケットは寝袋としても使用可能で、ホームレス状態にある人々に配布されています。

更にOcean Outdoor Netherlands、JCDecaux、Globalなどのアウト・オブ・ホームメディアのパートナーと協働し、約50万ユーロ相当のデジタルサイネージ広告を無償提供する業界横断型の支援も行いました。事業のパートナーシップや人への洞察力が社会的課題解決のために生かされた事例となっています。