

INTEGRATED REPORT

統合レポート2025

株式会社電通デジタル

DENTSU
DIGITAL

目次

Introduction

イントロダクション

- 02 パーパス
- 03 ミッション、バリュー
- 04 電通デジタルの歩み

Value Creation

価値創造

- 06 トップメッセージ
- 09 価値創造プロセス
- 11 電通デジタルの強み
- 12 グループ連携・子会社

Growth Strategy

成長戦略

- 14 事業成長の推移
- 15 副社長対談
- 18 4つの専門領域と横断組織
- 19 コンサルティング&プロデュース領域
- 20 協業事例・岡田CSOコラム
- 21 山本CAIOメッセージ
- 22 ストラテジックフォーカス領域 AI
- 23 ストラテジックフォーカス領域 クリエイティブ
- 24 ストラテジックフォーカス領域 グローバル
- 25 マーケティングコミュニケーション領域
- 27 エクスペリエンス&テクノロジー領域

Sustainability

サステナビリティ

- 30 副社長メッセージ
- 32 人財育成
- 33 大学寄附講座
- 34 DEI
- 35 障害者雇用
- 36 ソーシャルプロジェクト
- 37 ワークスタイル
- 38 オフィス紹介
- 39 ライフサポート
- 40 社内コミュニケーション
- 41 環境
- 42 コーポレートガバナンス
- 43 取締役一覧
- 45 コンプライアンス
- 46 リスク管理・情報セキュリティ

Special Content

特別対談

- 47 dentsu Japan 佐野 傑CEO×電通デジタル 瀧本 恒社長

Company Information

企業情報

- 51 執行役員一覧
- 52 財務・非財務ハイライト
- 53 受賞・認定
- 54 会社・株式情報

編集方針

「電通デジタル統合レポート2025」は、ステークホルダーの皆様が当社の事業とサステナビリティの取り組みの全容をご理解いただくことを目的に制作しています。当社初の発行となる今回は、設立から現在までの9年間の歩みや事業活動にもたらす価値創造の全体像、目指す姿について、経営陣のメッセージとともにお伝えしています。また、本レポート作成にあたり、当社の「価値創造プロセス」を新たに策定しました。当社の人的資本などを活用した事業活動を通じて、長期的な成長や社会課題の解決を実現し、社会との共存を目指す姿をわかりやすく示しています。

対象期間：2024年度(2024年1月1日-2024年12月31日)

※一部、2024年度以前や2025年度以降の活動(実績・予定)を含んでいます。

対象範囲：株式会社電通デジタルとその国内外子会社

発行年月：2025年8月

将来見通しに関する注意事項

本統合レポートには、「将来見通しに関する記述」、すなわち、電通グループおよび電通デジタルの業績や財務状況を考慮した上での、経営者による決意、判断または現時点での見込みに関する記述が多数掲載しています。これら将来見通しに関する記述には、リスクや不確実性が内在しており、将来の結果を保証するものではありません。

電通デジタルコーポレートサイト

<https://www.dentsudigital.co.jp/>

問い合わせ

電通デジタル コーポレートコミュニケーション部 press@dentsudigital.co.jp

Our Purpose

人の心を動かし、
価値を創造し、
世界のあり方を変える。

Inspire people, create new value,
and improve how the world works.





Our Mission

クライアントの
事業成長パートナー

Our Value

ふかめる。

徹底的に、そして周りがあきれるほどに。

つながる。

全ての仕事は、掛け算で強くなる。

つっぱしる。

失敗よりも、立ち止まることを恐れよう。

電通デジタルの歩み

2016年7月1日、電通デジタルは電通グループのデジタルビジネスの成長を加速する目的で設立されました。それ以来、合併と拡大を重ねながら発展を遂げてきました。ここでは、設立から9年の歩みを振り返ります。

	事業	コーポレート&サステナビリティ
2016	<ul style="list-style-type: none"> ●(株)電通イーマーケティングワン、(株)ネクステッジ電通、(株)電通の3社で(株)電通デジタル設立 	
2017	<ul style="list-style-type: none"> ●トランスコスモス(株)と業務提携新会社「(株)電通デジタルドライブ」を設立 ●(株)電通、IASらと「アドベリフィケーション推進協議会」を発足 ●(株)電通と"人"基点でグループ内のマーケティング手法を結集・高度化した統合フレームワーク「People Driven Marketing®」を開発 	<ul style="list-style-type: none"> ●2017年度新卒社員25人が入社 ●障害者雇用開始
2018	<ul style="list-style-type: none"> ●東京大学先端科学技術研究センター小泉秀樹研究室と「共創イノベーションラボ」を設立 	<ul style="list-style-type: none"> ●社内公募制度「DD Career Jump!」開始 ●バラアスリートの雇用を開始
2019	<ul style="list-style-type: none"> ●電通グループとアドビ(株)、「新規顧客の獲得」と「既存顧客の育成」を一本化する「デュアルファネル®ソリューション」の提供で連携 ●デジタルネイティブ専門チーム「YNGpot.®」発足 	<ul style="list-style-type: none"> ●経営陣が今後の会社のビジョン/経営方針を共有する「DD Visioning Day」スタート ●関西オフィス事業所設立
2020	<ul style="list-style-type: none"> ●デジタルコマース領域で100人規模の全社横断専門組織「ADVANCED COMMERCE Lab.™」を発足 	<ul style="list-style-type: none"> ●新型コロナウイルス感染症拡大の対策として全社リモートワーク体制開始
2021	<ul style="list-style-type: none"> ●(株)電通デジタル、ISID(現:(株)電通総研)、電通アイソバー(株)による、クラウドインテグレーションを強化するグループ横断組織「Dentsu DX Ground」設立 ●電通アイソバー(株)と合併 ●(株)電通デジタルと(株)電通による、CX領域におけるクリエイティブ組織「CX Creative Studio」設立 ●「UXインテリジェンス協会」参画 	<ul style="list-style-type: none"> ●社員一人ひとりの成長をサポートする人事施策「シャインアッププログラム」を開始
2022	<ul style="list-style-type: none"> ●アサヒビール(株)と合併会社「スマドリ株式会社」設立 ●AIの活用による創造力の拡張と広告クリエイティブの効果最大化に向けた研究のための(株)電通との横断組織「電通クリエイティブインテリジェンス」を発足 	<ul style="list-style-type: none"> ●新オフィス「汐留PORT」稼働 ●早稲田大学・大阪大学・神戸大学にて大学寄附講座開始 ●「日経ニューオフィス賞」において「経済産業大臣賞」を受賞 ●国内電通グループ7社で東京都世田谷区とともに「農福連携事業」を開始 ●女性活躍推進企業として「えるぼし」最高位の3つ星認定を取得 ●LGBTQ+などに関する取り組みの評価指標「PRIDE指標2022」において「ゴールド」を受賞 ●新パーパス発表
2023	<ul style="list-style-type: none"> ●AIを活用したマーケティングソリューションブランド「∞AI®」を開発 ●データアーティスト(株)と合併 	<ul style="list-style-type: none"> ●子育てサポート企業として「くるみん認定」を初取得 ●ファミリーイベント「DD Precious Day」開催
2024	<ul style="list-style-type: none"> ●(株)電通デジタルアンカーを完全子会社化 ●デジタル×グローバルのスペシャリスト集団「Dentsu Digital Global Center」を新設 	<ul style="list-style-type: none"> ●経営陣と社員による直接対話会「タウンホールミーティング」開催
2025	<ul style="list-style-type: none"> ●「∞AI」大型アップデート 	<ul style="list-style-type: none"> ●新バリュー発表 ●統合レポート発行

Value Creation

価値創造

- 06 トップメッセージ
- 09 価値創造プロセス
- 11 電通デジタルの強み
- 12 グループ連携・子会社

TOP MESSAGE

総合デジタルファームとして、
企業と社会の
トランスフォーメーションを実現する

代表取締役社長執行役員
瀧本 恒



合併と拡大を重ねた9年の歩み

2016年7月1日、電通デジタルは、デジタル領域における電通グループの成長を加速させることを目的に、電通イーマーケティングワン、ネクステッジ電通、電通の一部部署が合併し、約700人で設立しました。2021年に電通アイソバーと合併し顧客基点DXを推進、2023年にはデータ

アーティストと合併し、AIプロダクト開発力を強化しました。そして、2024年には電通デジタルアンカーを完全子会社化し、デジタルマーケティング領域のオペレーション体制を強化。広告、コンサルティング、テクノロジー、クリエイティブと業務範囲を拡げ、深化を続けています。現在、グループ全体では社員数約3,000人、売上高と営業利益は設立時の約4倍となり、設立以来、年平均成長率120%以上を達

成しています。

2025年、設立から9年を迎えるにあたり、当社初となる「統合レポート2025」を発行しました。クライアントやビジネスパートナー、株主や投資家、社員、社員のご家族、採用候補者など、さまざまなステークホルダーに向けて、当社の事業とサステナビリティの取り組みの全容をお伝えすることで、改めて理解を深めていただくことを目的としています。

TOP MESSAGE

AIとクリエイティビティを武器に「統合力」を強化

世の中は常に変化しています。今やデジタルの活用は、業務効率化だけでなく事業変革や事業創造においても欠かせない時代となっています。

このような中、AIへの取り組みは今後の競争を左右する一つの大きな要素となりうると考え、いち早く着手してきました。2025年は、AI活用の先駆者として市場をリードする存在を目指します。AI開発拠点である電通データアーティストモンゴルを拡大し、高いAI開発能力を活用して、大きな波を起こしていきたいと考えています。また、全社横断組織「AI Native Twin」を新設し、さまざまな業務にAIを生かしていきます。

同時に、AIは電通グループが元来もつクリエイティビティとの相性が良く、人の心を動かすサービスや体験を生み出していきます。クリエイティビティとは、人の意思や企業の意思を明確に表現する行為であると考えています。広告制作はもちろん、事業の開発・展開、顧客体験デザイン、コミュニティ形成、テクノロジー活用、データ分析もクリエイティブな活動です。この意識や能力を育むことが、電通デジタルの独自性にもつながると考えています。クリエイティビティを全社のケイパビリティにするために、横断組織「Dentsu Digital Creative」を通じて標準装備

していきます。

日本の人口減少が進む中、日本企業の海外進出支援も強化していきます。2024年には、クライアントのグローバルビジネスを推進するCoE組織である「Dentsu Digital Global Center」を設立。包括的かつ一貫通貫でインアウト/アウトイン支援をおこない、国境を越えてクライアントのビジネスを成長させるためのビジネスパートナーとして、使命を果たしていきます。

2025年はこれら「AI」「クリエイティブ」「グローバル」の3つを注力テーマにしました。あわせて、クライアントの事業成長をサポートする「統合サービス」提供を強化しています。統合提案専門組織を拡充し、100人規模に増強。メディアとクリエイティブの融合や変革支援機能を強化していきます。

グループ連携による実行力でクライアントを支援

電通デジタルの最大の強みは、構想だけでなく、実現からグローブ、自走化まで伴走する「実行力」にあります。電通グループ国内約140社^{※1}、海外580社のアセットを組み合わせ、課題解決・実行することで、クライアントの事業をサポートしています。

さらに当社は、プラットフォームとの強固な関係を

築き、特に早期から取り組んできたデータクリーンルームに関しては、多くの知見を有しています。これにより、生活者インサイトの深い理解、ターゲットへの最適ナリーチ、広告費用対効果の最適化という点で、競合他社を一歩リードしている自負があります。また、プラットフォームと連携したデジタル広告ソリューションの開発にも日々取り組んでおり、クライアントへのさらなる価値を提供しています。

社員の成長と働きやすさを追求する企業文化

電通デジタルは「人が資本」の会社です。そうした意味で



※1 2024年6月末時点における直接出資子会社(国内)、間接出資子会社(国内)より抜粋

TOP MESSAGE



「人財」である社員の成長支援は今後も一層強化していきます。これまで、学習プラットフォームの整備や育成コンテンツの拡充、全社員がAIを活用できる環境の整備、スキルアップ支援制度等、数々の人財育成施策を実施してきました。また、働く意欲を支えるためのインナーコミュニケーションも推進しています。働くモチベーションを高める上で、仕事を楽しみ成長できる環境やチームワークは非常に重要です。同僚に関心を持ち、気遣える職場文化を創造するための取り組みが社員のエンゲージメントを高め、電通

デジタルとしての活力につながっていくと確信しています。

2023年4月、当社は「デジタルマーケティングに強い会社」というブランドを刷新し、「総合デジタルファーム」と再定義しました。デジタルを活用した新しい価値の創造、クライアントの事業成長、そして社会の変革にコミットする存在になることを目指しています。その実現のためには、変化を恐れず、むしろ自ら変化を作り出すようなチャレンジ精神を持ち、物事に深く没頭できる人財が必要です。2025年7月には、行動指針(バリュー)を制定しました。「ふかめる。」「つながる。」「つっぱしる。」を体現し、相互に尊重しあいながら、全員活躍を目指します。

全員活躍のスタイルとは、DEI (Diversity, Equity & Inclusion : 多様性、公平性、包摂性)に他なりません。DEIの推進は社員の働きやすさに直結しています。また、多様な価値観を知ることは、生活者の深い理解につながり、適切なクライアントサービスの提供およびビジネスの成功に不可欠だと考えています。

デジタルの力でクライアントと生活者の課題を解決する

デジタル広告を取り扱う当社として、広告健全化は重要な課題と位置付けています。クライアント、プラットフォーマー、広告業界などが長年取り組んでいる、アドベリフィケーション※2

の導入推進や広告健全化に向けた啓発活動に積極的に協力しています。

地球環境問題に伴うCO₂削減や電力消費の問題も、決して他人事ではありません。一般的に企業のステークホルダーは、株主、社員、クライアント、パートナー、そして社会ですが、そこに将来世代も含め50年先、100年先を見据えて、持続可能で豊かな社会を実現していくことも、私たちの大きな責務です。そのために、デジタルの力で何ができるのか、常に自らに問い続けています。

モノ売りからコト売りへと転換しつつある昨今、企業は新たな時代のマーケティング変革を求められています。私たちは、企業と生活者の距離を縮め、デジタルとクリエイティビティを駆使した統合力でクライアントの持続的な事業成長に貢献します。また、クライアント支援を通じて生活者の課題を解決することで、笑顔あふれる社会をつくっていきたいと考えています。あらゆるステークホルダーの皆様から応援される会社になれるよう、これからも社員一丸となって邁進してまいります。

電通デジタルの価値創造プロセス

Market environment and outlook

社会環境の変化

#国際秩序の不安 #AIの台頭 #サステナビリティ意識の定着
#企業の社会的責任の増大 #日本の人口減少 #生産性向上の追求

マーケティング/DX業界の見通し

#AIエージェントによるパラダイムシフト #インハウス化
#購買行動の多様化 #顧客体験の高度化 #バリューチェーン全体への拡張

Business strategy

マーケティングDX領域のリーディングカンパニーへ

人財・テクノロジー・M&Aへの投資によるケイパビリティ強化、フロント機能拡充による統合力強化
総合デジタルファームとしてさらに進化

デジタルの力による
価値創造

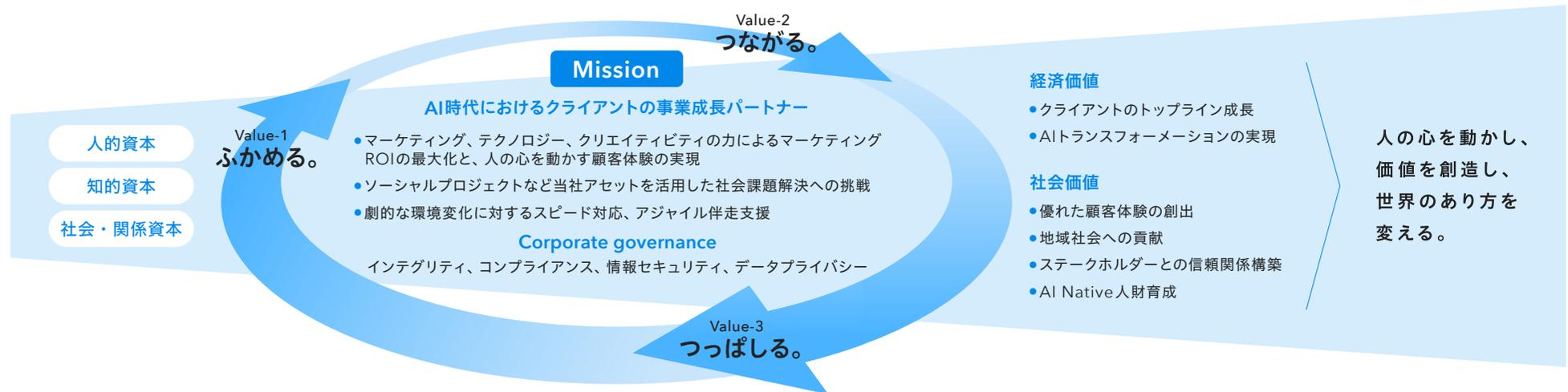
設立以来120%超成長、グループ社員3,000人規模へ
広告、マーケティングコンサル、テクノロジー、クリエイティブ、グローバル、AIなど領域拡張

Input

Output

Outcome

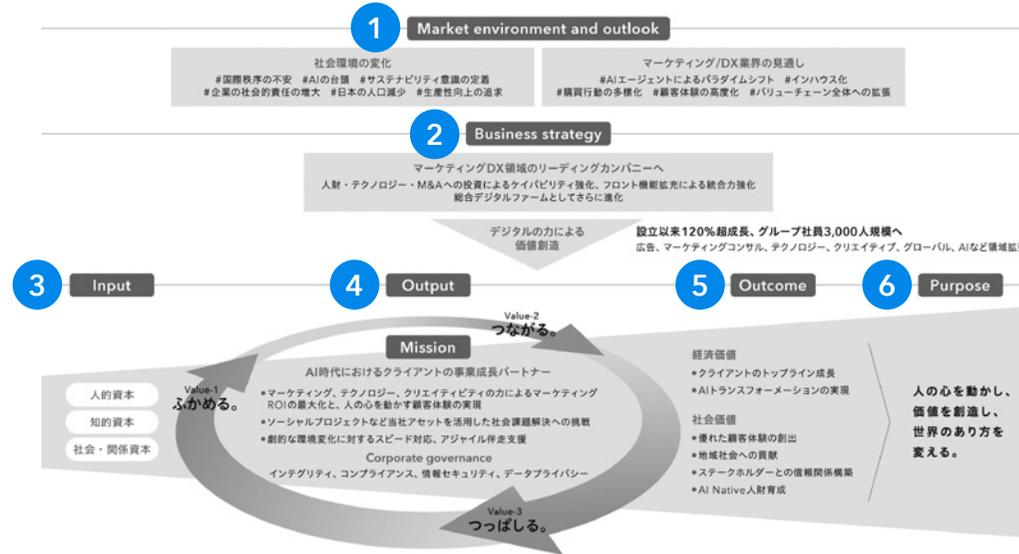
Purpose



業務を通じて拡張した資本が将来のInputとなることで、価値創造は循環し続けます。
この循環を推進する原動力こそが、電通デジタルの人財です。

電通デジタルの価値創造プロセスの読み方

電通デジタルは、変革期を迎える社会において、人的資本、知的資本、社会・関係資本を活用し、AI時代におけるクライアントの事業成長パートナーとして、経済価値と社会価値を創出することで、企業と社会の変革を実現します。



3 Input

価値創造の原点は「人的資本」にあります。加えて、人に対するインサイトやクリエイティビティ、日本のデジタル広告市場を牽引するナレッジやデータといった「知的資本」も兼ね備えています。さらに、電通グループのグローバルネットワークやクライアントを含むステークホルダーとの信頼関係を基盤とした「社会・関係資本」も最大限に活用して価値創造に取り組んでいます。

4 Output

「クライアントの事業成長パートナー」というMissionのもと、マーケティング、テクノロジー、クリエイティビティの力を結集し、マーケティングROIの最大化と、心を動かす顧客体験の創出に努めています。また、ソーシャルプロジェクトなど当社ならではのアセットを生かした社会課題の解決に挑戦しています。急速な環境の変化にも柔軟に対応し、アジャイルな伴走型支援を実施しています。これらの取り組みを支えるコーポレートガバナンスは、変化に即応しながら、顕在化するリスクと機会に対して常にアップデートを重ねています。

5 Outcome

当社が創出する経済価値は、クライアントのトップラインの成長やAIトランスフォーメーションの実現です。加えて、社会価値として、優れた顧客体験の創出やAI Native人財の育成などでも価値発揮を目指しています。

1 Market environment and outlook

AIの台頭をはじめ、かつてないスピードで社会全体の構造転換が進行しています。マーケティング領域もまた大きな転換期を迎えており、多様化する購買行動に合わせて、今や顧客体験が企業競争力の中核ともいえます。今後もAIによる変革は続き、AIエージェントによるパラダイムシフト、各プロセスのインハウス化がさらに進む見通しです。

2 Business Strategy

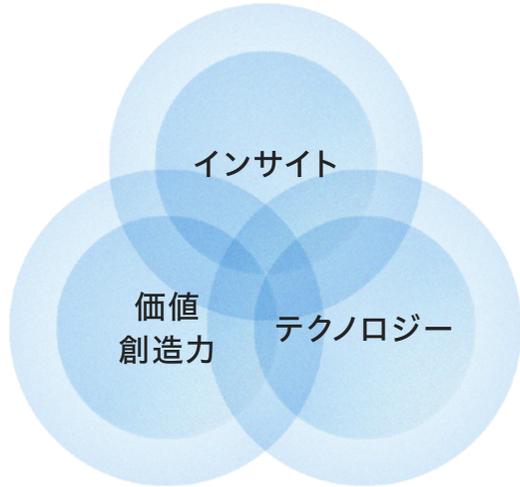
マーケティングDX領域のリーディングカンパニーを目指して、人財・テクノロジー・M&Aへの優先的な資源投下を通じ、ケイパビリティを強化しています。クライアントの複雑化する課題に対応するフロント機能も拡充し、統合力の向上にも努めています。2016年の設立以来、年平均120%以上の成長を遂げ、事業領域を拡大しつつ、グループ全体で3,000人規模へと発展しました。総合デジタルファームとしてさらなる進化を続けます。

6 Purpose

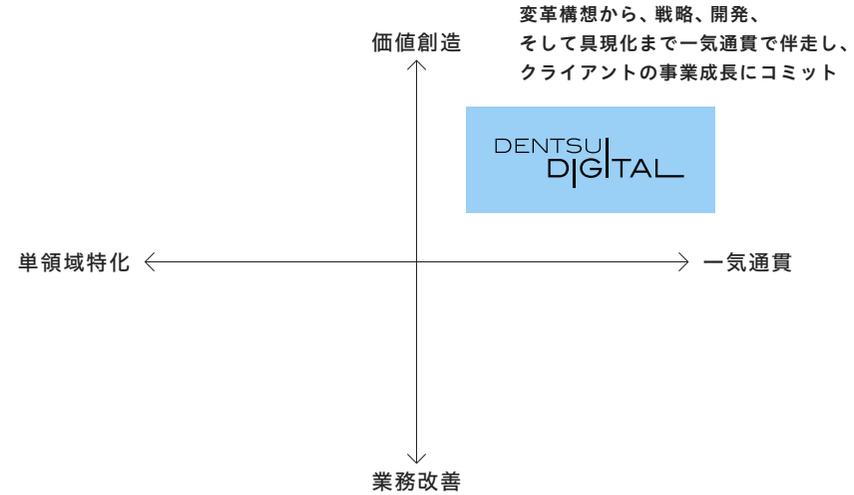
「人的資本」「知的資本」「社会・関係資本」は、日々の業務を通じて磨かれ、それが将来のInputになることで当社の価値創造は循環し続けます。この循環を力強く推進する原動力こそが人財です。相互尊重の企業文化のもと、行動指針「ふかめる。」「つながる。」「つっぱしる。」を体現しながら、企業と社会のトランスフォーメーションをリードしていきます。「人の心を動かし、価値を創造し、世界のあり方を変える。」というPurposeに向かって、さらなる高みを目指します。

電通デジタルの強み

変革を実現する強み



競争力あるユニークなポジションを確立



国内外ネットワークによるデジタルビジネスの強化

国内約140社とのネットワーク

電通デジタルは、株式会社電通グループ及び国内約140社で構成される「dentsu Japan」の一員として、各社とのさまざまな連携により、クライアントのデジタルビジネスの加速や事業変革を支援しています。

ニアショアとオフショア拠点で先進的なBPOシステムを構築

クライアントごとに最適な業務フローとオペレーションフローを組み合わせた体制を構築し、柔軟に対応しています。

定型業務は型化・ルール化し、内容に応じて、ニアショア拠点である電通デジタルアンカーと、オフショア拠点である電通データアーティストモンゴルのリソースを活用。正確性と拡大性を保ちながら効率化を進めています。

電通デジタルの関連拠点



子会社の役割と成長

電通デジタルアンカー

デジタルマーケティング領域における運用およびオペレーション業務を担う電通デジタルアンカーは、2024年4月に電通デジタルの完全子会社となりました。現在、東京・北海道・宮崎・沖縄に拠点を構えています。高い専門性と豊富な知見、安定した品質と安心の対応力、あらゆるニーズに対応するサービスラインナップを武器に、人の力と技術の融合を体現しています。

2024年4月には、株式会社電通オペレーション・パートナーズの広告事業との統合により、組織規模が拡大。北海道・宮崎・沖縄の拠点で計410人体制となり、人員・受託件数ともに拡大しています。

また、急速に人員が増加している電通データアーティストモンゴルに対して、業務移管と育成支援を実施し、オフショア拡大に貢献しました。

主な業務内容

- 広告オペレーション・レポート・分析・最適化提案
- デジタル広告コンサルティング
- SNSアカウントの運営・投稿・レポート

電通データアーティストモンゴル

データアーティスト株式会社は、2023年4月1日に電通デジタルと合併しました。これにより、電通データアーティストモンゴルは電通デジタルの100%子会社となりました。

現在、電通データアーティストモンゴルには、国際数学オリンピックのメダリストを含む約120人の優秀なデータ・AI人材が在籍しています。モンゴル拠点では、最新のテクノロジーに関する知識を共有し、概念実証(PoC)を行いながら、クライアントに対して迅速なソリューションを提供しています。さらに、積極的な人材交流を通じて、電通デジタルの社員のAI知識向上にも貢献しています。

主な業務内容

- データ収集と分析
- AIプロダクトの開発・実装
- ビジネスコンサルティングと実証
- デジタル広告出稿実績のレポート作成

dentsu
digital anchor



Growth Strategy

成長戦略

14 事業成長の推移

15 副社長対談

18 4つの専門領域と横断組織

19 コンサルティング&プロデュース領域

20 協業事例・岡田CSOコラム

21 山本CAIOメッセージ

22 ストラテジックフォーカス領域 AI

23 ストラテジックフォーカス領域 クリエイティブ

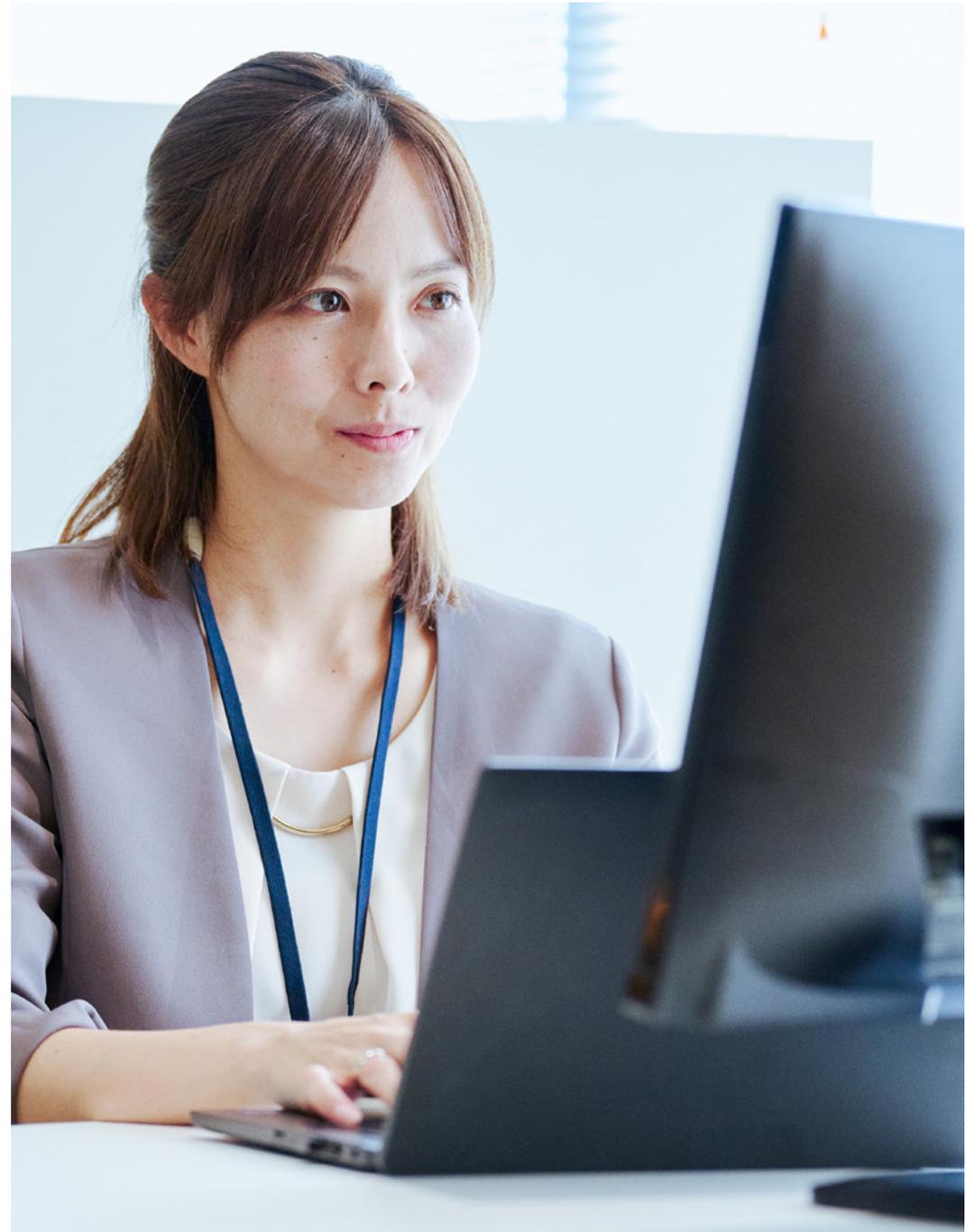
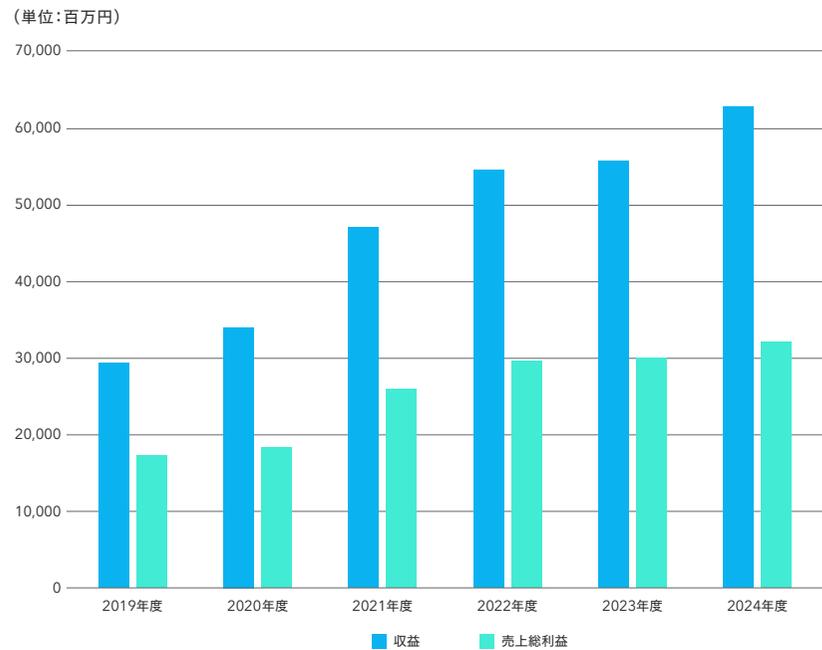
24 ストラテジックフォーカス領域 グローバル

25 マーケティングコミュニケーション領域

27 エクスペリエンス&テクノロジー領域

事業成長の推移

2016年の設立以来、広告・マーケティング・コンサルティング・テクノロジー・クリエイティブ・グローバル・AIと事業領域を拡大しています。直近においても高い事業成長率を維持しており、総合デジタルファームとして、引き続きさらなる進化を目指します。



企業の成長と変革を支える統合マーケティング戦略



副社長執行役員
小林 大介

副社長執行役員
杉浦 友彦

急速に変化するクライアントのニーズに応えるために

杉浦 電通デジタルは、デジタルによる価値創造でクライアントと社会・経済の「変革と成長」にコミットする総合デジタルファームを目指しています。従来、クライアントはエージェンシーやコンサルタント、SIerに対して別々の

ニーズを持ち、個別の対応を求めていました。しかし現在では、すべての分野でマーケティング力が求められ、各プレイヤーがマーケティング市場に参入しています。その中で、私たちの強みは、メディア、クリエイティブ、テクノロジーを組み合わせた良質な顧客体験の提供を通じて、クライアントの売上向上や価値創造に貢献することです。この実現に向けて、最適なソリューションを提供するべく、組織を

柔軟に組み替えながら進化し続ける必要があります。

小林 特にここ数年は、生成AIの登場により、マーケティング業務全体に変革が求められる時代となっています。マーケティングの変革を推進し、新たな仕組みの上でマーケティング活動を展開し、それを運用することでさらなる効率化と事業成長を図る。このプロセスを繰り返すことで、次の変革の

種を生み出しながら進化を続けていく。私たちは、企業のパートナーとして、変革とオペレーションを絶え間なく回しながら武器を磨き続ける存在を目指したいと思います。

領域間の統合を促進し、 複雑化した課題への対応力を強化

小林 クライアントが直面する課題は複雑で、専門領域を



超えて対応しなければ解決できないことが増えています。その対応に向けて、当社内の組織間の連携、統合サービスの提供に注力しています。

当社の事業部門は4つの領域で構成されています。エクスペリエンス&テクノロジー領域では、「AIエージェント時代のマーケティング変革支援」をテーマに、これまで分散していたコンサルティング機能を一つに集約し、マーケティング変革をワンストップで支援しています。また、グローバル連携の強化にも力を入れており、米国を中心に事業を展開するMerkle社のアセットやグローバルプラットフォームとのアライアンスを日本企業にも提供することで、グローバルマーケティングの高度化を支援しています。

新設のコンサルティング&プロデュース領域は、当社の幅広い機能を統合したソリューションを提供するフロント機能を担っています。オフリングの全体像を認識しながら、クライアントに役立つ隣接サービスを提案する動きを進めています。これにより、クライアントの複雑な課題に寄り添い、長期的なパートナーのポジションを目指しています。

杉浦 私が管掌するマーケティングコミュニケーション領域は、「最も先進的かつ、最も本質的なアプローチで、クライアントの事業成長とマーケティングROIにコミットする次世代マーケティングエージェンシー」という目標を掲げています。「先進的かつ本質的」には強くこだわっています。

例えば、コネクテッドTVにとっても詳しくあったり、SNS消費者行動に随一の専門性を持つなど、世の中を先取りした知見を備えたいです。一方で、流行りに流されるわけではなく、ただ単にAIを使えば全て良いわけでもなく、ソリューションに本質的なアイデアを組み合わせないとやはり人の心は動きません。私たちは、オーセンティックなマーケティングの考え方や人の心を動かすことに徹底的にこだわりたいです。クライアントの期待に向き合い、愚直に取り組む。方法を知っているからこそ、ノウハウがあるからこそ、結果で応えることができる。それを実現する一番の方法がメディア、クリエイティブ、運用、この3つを融合させ、AIでそのプロセスを加速することだと考えています。

今期は全社をまたぐ注力テーマとして「AI」「クリエイティブ」「グローバル」を掲げ、ストラテジックフォーカス領域も立ち上げています。AIの進化は目覚ましいですが、人の気持ちを動かし、行動を起こすまで持っていくためにはチューニングをしないとはいけません。私たちは数多くの実践を通じてノウハウを学び、マーケティング×AIの最先端を走りたいと思います。クリエイティブは、グループ内外における当社クリエイティブのプレゼンス向上と、社員へのクリエイティビティ実装がミッションです。グローバルでは、電通グループの新たな戦略「One dentsuオペレーティング・モデル」が基本です。これはメディアやクリエイティブ、データ、テクノロジーをワンストップで提供する考え方ですが、当社がかねてからこれらの機能を一つの組織

で備えており、新戦略を体現するロールモデルになれると思っています。海外ネットワークとの協業も成果が出始めており、さらにグローバル連携を推進していきます。

領域横断の実現に向けた ナレッジ共有と人財交流の促進

杉浦 統合案件の創出は主要戦略ですが、統合を前提とした領域横断のオフリング開発が重要です。例えば、現在強化しているコンテンツサプライチェーンのオフリングでは、コンテンツマネジメントシステム(CMS)や企業のクリエイティブアセット管理のシステムと、生成AIをフルに活用したコンテンツ制作・配信・運用支援を統合する形を目指しています。

また、マーケティング業務のインハウス化支援も重要なテーマです。企業が生成AIを活用してインハウス化を進める中で、広告運用やデータ管理、CRM(顧客関係管理)などを包括的に支援するパッケージを提供したいと考えています。

小林 これまでオペレーションと変革は別々で扱われることが多かったのですが、これからはこれらを一体化することが重要です。コンテンツサプライチェーンの取り組みは、まさに領域横断のプロジェクトで、そのような重要テーマごとにアジャイルで複合機能の組織をつくることも、組織戦略では重要なポイントですよね。

杉浦 そうですね。グローバルビジネスをリードするCoE組織「Dentsu Digital Global Center」はすでにその方向に進んでいて、連携を前提とした組織体制を整えています。統合の幅が広がれば広がるほど、私たちの強みを生かすやすくなります。

小林 領域横断の統合基盤として、ナレッジ共有と人財交流にも力を入れています。人財は特定領域に固定しがちですが、一人ひとりのキャリア志向も踏まえながら、戦略的な人事異動を推進しています。複数領域の知見を持つ人財を増やし、組織図には表れない社内の人的ネットワークを密にすることで、領域横断の統合案件も自然に増えていくと見えています。

心を動かす 事業成長パートナーとして

杉浦 私たちは、マーケティングに特化した総合デジタルファームとして、唯一無二の存在を目指しています。強みは圧倒的な実行力とスピード、そして桁違いのパワーです。若い企業ならではの勢いを持ちながらも、電通グループの文化でもある「新しい挑戦を楽しむ」精神がその根底にあります。

自らの意思で大きな挑戦を仕掛け続ける集団でありたいと思いますが、目新しさや一時的な話題性を追うのではなく、企業の成長や価値創造に本質的に貢献することを

目指しています。その結果、「マーケティングの次世代化をやるなら電通デジタル」と信頼される存在になりたいですね。

小林 電通グループのDNAは、常に生活者視点で考え抜くこと、クライアントの先にある社会や暮らしにインパクトを与えること、それを通じてクライアントの事業成長に貢献したいというパッションにあると考えています。電通デジタルのパーパスを考えた際も「人の心を動かし」を頭に持ってきました。そのパーパスの実現に向けて、人に寄り添い、人の心を動かす方法を考え抜くこと、そして磨きあげた機能を統合したソリューションを提供することに、これからも真摯に取り組んでいきます。



4つの専門領域と横断組織

クライアントの複雑化した課題に対応するため、社内の領域間の統合を進めることで、効率的かつ一貫したサービスを提供しています。

MC P.25 >

マーケティング
コミュニケーション領域

メディアとクリエイティブを融合し
顧客の事業成長を支援する
マーケティングエージェンシー機能を有する組織

CP P.19 >

コンサルティング&
プロデュース領域

統合サービスによって顧客の課題解決を
支援するコンサルティング/フロント組織

XT P.27 >

エクスペリエンス&
テクノロジー領域

マーケティングDX/価値創造DXの推進により
顧客のビジネス変革を支援する組織

SF P.22 >

ストラテジック
フォーカス領域

領域をまたいだ重要テーマ(AI/クリエイティブ/
グローバル)を集中的に深掘りする組織

Dentsu Digital Creative

AI Native Twin

コンサルティング&プロデュース領域

マーケティングDX/価値創造DXの「一番の相談相手」となる



執行役員
安田 裕美子

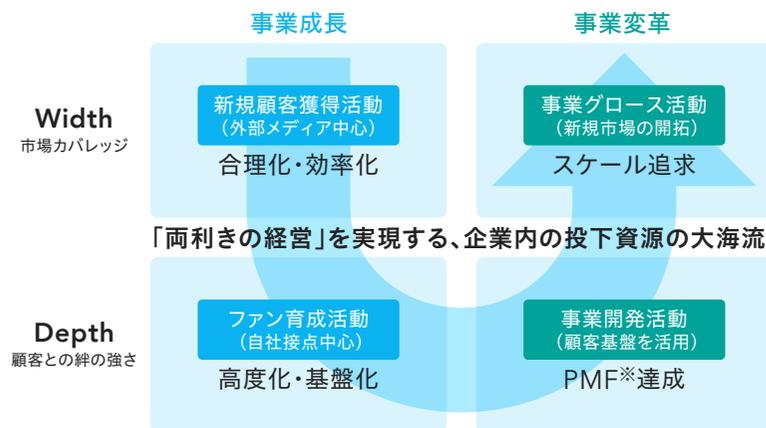
戦略クライアントの マーケティングDX統合支援組織

コンサルティング&プロデュース領域は、電通デジタルおよび電通グループのさまざまなアセットを活用し、戦略クライアントのマーケティングDXの統合型支援を行う組織です。

日本における企業のDXは、成果の創出を目指した実践期に入っています。先進的な企業では、戦略子会社の設立など、次世代型のビジネス創出を目指す動きも広がりつつあります。これからは、個別施策を積み重ねるだけでなく、顧客データや顧客体験を統合的に管理し、本質的な変革を推進し、全体最適を図る視点がますます重要になると

考えています。

電通デジタルのアプローチは、コンサルティングファームでもSierでも広告代理店でもない、「イネーブラー」として変革を実現する点に独自性と強みがあります。私たちは、人のインサイトや社会変化に焦点を当て、企画から実行まで寄り添いながら支援します。また、企業やブランドの個性を引き出し、社員のモチベーションやカルチャーとの両立も重視しています。こうした実践的な知見と伴走支援を通じて、クライアントの自走化をさらに強力にサポートしていきます。



「両利きの経営」を実現する、企業内の投下資源の大海流

※PMF=Product Market Fit (サービスが市場に受け入れられている状態)

私たちが向き合っている企業課題

①統合的な顧客体験を実現するために、組織変革をいかに推進するか？

現在、多くの企業では、広告、CRM、店舗、Webサイトなど顧客との接点がバラバラに管理されており、一貫した顧客体験を提供できていないという課題があります。また、部署ごとにデータや施策が分断されているため、顧客データを生かした最適なコミュニケーション設計や施策の改善が難しい状況です。

こうした課題に対して私たちは、「CX組織の設計・立ち上げ支援」「広告とCRMを連携させたコミュニケーション統合」「統合顧客基盤の構築・活用支援」などを提供し、企業が顧客中心で一貫した体験を実現できる体制への変革をサポートしています。

②AI/データ時代の新たなサービスや顧客体験への進化とは？

生成AIの登場により、世界は一変しました。業務の効率化はもとより、AIを活用した新たな事業やサービス創出の可能性が飛躍的に高まっています。電通グループが保有する生活者データやクリエイティビティ、「∞AI」などの自社プロダクトを活用し、AIドリブンな顧客体験を設計、実現していきます。

③自律したマーケティング組織とそれを支えるDX人材とは？

急速に変化するビジネス環境で事業目標を達成するためには、企業においてマーケティング組織の自律化・自走化を進めることが重要な課題となっています。私たちは独自に開発したAIエージェントや人材育成プログラムなどを活用し、自律したマーケティング組織の確立と自走化を支援します。

変革の推進には、業界特有の課題や知見が必要になります。しかし、私たちは従来の業界知見よりも変革の先=未来志向の社会や顧客の洞察とテクノロジー変化の水先案内人となりながら、マーケティングDXの唯一無二のパートナーを目指します。

生成AIで新たな顧客体験を創出 国内電通グループと 日立製作所の協業による社会貢献

HITACHI

DENTSU
DIGITAL

dentsu
tokyo/osaka/nagoya

電通デジタルは、株式会社日立製作所及び電通と共同で、生成AIサービスを提供するプロジェクト「AI for EVERY」を立ち上げました。この取り組みは、国内電通グループが長年培ってきた生活者視点を生かし、日立製作所の幅広い事業領域におけるDX技術との融合によって、BtoBtoC領域での生成AIによる新しい顧客体験を創出することを目指しています。

プロジェクトの第1弾として、「今日の気まぐレシビ」の共同検討を推進。日立製作所の在庫管理システムや需給予測・受発注システムを基に、店頭で売れ残りそうと予想される食材に関連するレシピやクーポンを電通のクリエイターの知見を学習した生成AIが提案。さらに、電通デジタルが提供する「∞AI Ads」のノウハウを活用し、これらのレシピやクーポンを販促素材として自動生成し、店舗のアプリや店頭サイネージなどで配信することで、食品ロスの削減を狙います。国内電通グループが持つ顧客体験創造ノウハウと3社それぞれが持つ生成AI技術を駆使し、生活者が興味を持ちやすいコンテンツを提供することで、購買行動を促し、サステナブルな社会の実現に寄与します。

今後は、金融や生体認証などさまざまな分野に向けた生成AIサービスの検討を進めていきます。生成AIを用いた、社会全体の成長への貢献を目指します。



クライアントの 事業成長パートナーとして 統合的支援と営業力を革新

CSO 兼 統合ビジネスプロデュース室 室長

岡田 将

電通デジタルは、ビジネスの拡大と組織の最適化を進めるため、営業組織の再構築に取り組んでいます。2024年には、全社のサービスやソリューションを活用し、総合的な支援を提供する「統合ビジネスプロデュース室」を組成しました。この組織では、広告やデータ基盤、クリエイティブなど当社の持つケイパビリティを横断してクライアントの課題解決を進めています。また、2025年1月には、統合サービス提供のさらなる強化を目的に新設されたCSO (Chief Sales Officer：最高営業責任者)に就任しました。

テクノロジーがコモディティ化していく中で、営業力が競争優位性を高める重要な要素になると考えています。全社的な営業戦略を策定し、業界ごとに異なるクライアントの課題やニーズに迅速かつ的確に対応できる仕組みの整備に取り組んでいます。さらに、提案力を強化し、電通デジタルだけでなくdentsu Japanのリソースを駆使して最適な支援を行います。

こうした営業活動が当社の成長のドライバーになると捉えており、それを実現できる営業人財の

育成は喫緊の課題と位置づけています。現場での実践を重視し、OJTを中心にスキルの向上を図るとともに、KPIや企業文化の見直しを通じて営業力の強化を目指します。

今後、クライアントやステークホルダーとの接点をさらに拡大し、営業力を軸にイノベーションを推進していきます。クライアントの課題を深く理解し、長期的な視点で解決策を提供することで、信頼関係を構築し、事業成長パートナーとしての役割を果たしてまいります。

AIを活用した価値創造の取り組み

CAIO 兼 執行役員
山本 覚

dentsu Japanの中核を担う電通デジタルは、AIを活用した広告及びCX（顧客体験）の高度化を通じて、持続可能な価値創造を推進しています。2025年1月、当社が経営上の最重要課題の一つとして掲げているAI活用支援の強化を加速させるために、CAIO（Chief AI Officer：最高AI責任者）を新設し、私が就任しました。

市場での競争優位性を確立するために、AI戦略の具体的な施策を展開中です。広告領域では、「∞AI Ads」のさらなる発展に向けて取り組んでいます。2022年のリリース以来、さまざまな広告キャンペーンの最適化に大きく貢献し、導入クライアントの広告効果改善率は平均154%に達しました。今後は、動画広告の生成や効果予測の精度向上、日常的に利用されるビジネスツールとの連携強化にも注力し、広告運用の効率向上を実現していきます。

CX領域では、顧客体験を対話型でより魅力的なものにすることを目指し、「∞AI Chat」を基盤としたサービスを提供しています。このソリューションは、ユーザーが検索や手動操作に頼ることなく、AIとの会話を通じて迅速に必要な情報にアクセスできる体験を可能にします。また、IPや著名人とのコラボレーションを活用することで、企業のブランド価値を高める取り組みにも注力します。

広告とCXの両領域で収集したデータをつなぎ、相互に活用することによって、よりパーソナライズされたマーケティングソリューションの提供を目指しています。

電通グループ全体の売上総利益の約6割を占める海外市場での展開も、重要な戦略の一環です。APAC地域を基点に、今後はアメリカやヨーロッパ、中東・アフリカ市場への進出も視野に入れ、グローバルでの競争力強化を図っています。

AIのトレンドに対しては、必要な技術や製品について具体的な要件をプラットフォーマーに伝え、フォローアップを行う体制を整えました。中でも、プラットフォーマー数

社とは密接な関係を築いており、AI部門のトップとの直接のやりとりを通じて、要望した機能の迅速なリリースや、北米の一部企業限定の技術の優先的な活用を実現する環境を整備しています。

CAIO設置と同時に、全社的なAIの標準実装を目指す横断組織「AI Native Twin」を組成しました。電通デジタルは、今後もAIを活用したオープンイノベーションを進め、全社員のパフォーマンス向上および電通グループ各社とのシナジーによってクライアントの成長を支え、社会のさらなる発展に向けて努力を続けます。

ストラテジックフォーカス領域 AI

コンサルテーションから導入まで 一気通貫のAIサポート

[データ・AIページリンク](#)



執行役員
山田 健

電通デジタルのAIの特長

電通デジタルは、クライアントと共に新たな価値を創造するため、さまざまなAIソリューションを開発・提供しています。デジタルマーケティング、クリエイティブ、IT導入コンサルティング、戦略コンサルティングといった豊富なアセットを保有している点が特長です。

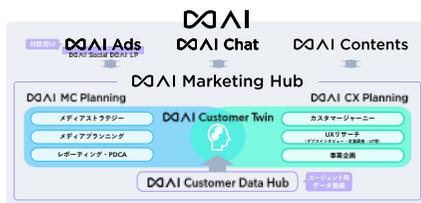
人財面では、AI関連のプロフェッショナル約100人、海外では電通データアーティストモンゴルのメンバー約120人を擁しています。また、主要なプラットフォームや研究機関との強固なリレーションを築いている点も他社にはない強みです。

デジタルマーケティングのAIエージェント

AIを活用したマーケティングソリューションブランド「∞AI」の大型アップデート及び国内電通グループ独自のAI戦略「AI For Growth」内の各ソリューションとの接続を行いました。これにより、データ分析や顧客理解、コンテンツ生成のプロセスを効率的に行うことができます。2025年3月に開発した「∞AI Marketing Hub」内の4つのソリューションには、データ統合・構造化、仮想顧客生成、マーケティングコミュニケーションのプロセス対話化、顧客体験改善のアイデア創出が含まれています。



東大AIセンター 滋賀大学河本ゼミ



CASE

ゴルフポータルサイトを展開するゴルフダイジェスト・オンライン(GDO)と「GDO-AI Lab」を立ち上げ、ラボ型開発を行っています。

「GDO店員さん」

ゴルフ場予約サイト内にAIチャットを搭載した対話型インターフェースを設置。ユーザーの希望に基づいて自然な会話を行います。GDOに蓄積された会員のレビューを学習し、公式情報だけでは得られないデータを活用して、ユーザーの細かな要望や潜在的なニーズを理解し、最適な予約提案を行います。



ECサイトでのバーチャル試着

ユーザーは自分の画像をアップロードして、ウェアをバーチャル試着できます。生成AIが商品データを解析し、リアルな見た目を確認できる仕組みです。今後は、過去の購入商品との組み合わせやコーディネート提案、類似アイテムのレコメンド機能も追加予定です。これにより、ユーザーは自身に似合うコーディネートを具体的にイメージすることができます。



広告配信の効果向上

Amazonの動画生成AI「Amazon Nova Reel」を「∞AI Ads」に導入し、ブラックフライデー用バナー動画広告の制作を大幅に簡素化しました。テスト配信したバナーは、コンバージョン率が8倍、CPAが73%削減という大幅なパフォーマンス改善を実現しました。

全社AI標準実装へ オープンイノベーションを加速する新組織「AI Native Twin」

AIの全社導入を進めるために新たに横断組織「AI Native Twin」を設立。AIの専門知識を全事業部門に浸透させ、効果的な活用を推進することを目指しています。「AI Native Twin」は約30人のメンバーで構成されており、各領域の役員と連携しながら、具体的なミッションとKPIを設定して進めています。

「AI Native Twin」は、定型業務をAIに任せることで、人が高次元業務に集中できる体制を確立したいと考えています。また、AI浸透のために全社員へのOpenAI社のアカウント導入や教育コンテンツの導入、ビジネスコンテストを実施。今後も、AIを活用したオープンイノベーションを進め、全社員のパフォーマンスの向上を目指します。

ストラテジックフォーカス領域 クリエイティブ

クリエイティビティとデジタルの融合で
人の心を動かす新たな価値を創造する



執行役員
山田 健

電通デジタルのクリエイティブ 5つのコアバリュー

電通デジタルでは、クリエイティブの成長と成果を実現するために、次の5つの価値観を大切にしています。

①クリエイティビティ

電通グループの核となる価値であるクリエイティビティは、他社との差別化を図る中で重要な要素です。独創的で魅力的なアイデアを生み出し、ブランドや製品の印象を強化します。

②プラットフォームとの強固な関係性

さまざまなデジタルプラットフォームとの強固なパートナーシップにより、各ソーシャルメディアを熟知したクリエイティブを生み出します。これにより、ターゲットに最適なメッセージを届けることが可能になります。

③データドリブンのアプローチ

データを基盤にしたクリエイティブの開発を行っています。市場や生活者データを分析し、それに基づいた効果的な広告キャンペーンやソリューションをロジカルに企画・制作します。

④デジタルエンパワーメント

AI、アプリ、IoTなどの最新技術を活用し、個人・組織の能力を高めています。電通デジタルには、さまざまな専門分野のプロフェッショナルが多く在籍しており、知識と経験を生かしてクライアントへ最適なソリューションを提供しています。

⑤拡張性や拡張可能性を重視した 設計・運用

クライアントの成果最大化を常に意識し、クリエイティビティの発揮領域は広告制作だけではなくサービスや事業までを包含しています。単発のアイデアではなく、サステナブルかつビジネスとしてスケールするクリエイティブを開発します。

次世代クリエイティブ 人財育成プログラム 「CREATIVE ACADEMY」

クリエイティブ力を強化するために全社員向けに実施する育成施策「CREATIVE ACADEMY」を実施。クリエイティブの基本スキルや専門知識を深めるプログラムをはじめ、アイデア力強化のためのプログラム、次世代クリエイティブ人財育成のための少数精鋭プログラムなどを行っています。

次世代の人財育成を目的とした「ADVANCED CLASS」では、現役で活躍しているさまざまなジャンルの社内外のトップクリエイター/トッププロデューサーから本質的な考え方や高い視座・思考・プロセスを実践的に学ぶことができます。



アイデアフィードバックAI「CREATIVE COACH」

クリエイティブ業務に携わる社員を対象に、アイデアを強化するためのトレーニングアプリ「CREATIVE COACH」を開発。搭載されるAIには社内外のクリエイターの思考プロセスを取り入れ、アプリ内でアイデアを入力すると、AIが採点・フィードバックします。自分の好きな時間に、好きなだけAIと壁打ちすることが可能です。



クリエイティブによる社会課題解決「ソーシャルプロジェクト」

社会課題をデジタルテクノロジーとクリエイティブを活用し解決する、電通デジタル独自の活動です。2017年から開始した本プロジェクトは、年を追うごとにレベルが向上しており、近年ではアジア太平洋

最大級の広告祭や世界最高峰のクリエイティビティの祭典で受賞するなど、世界的にも評価されています。詳細は[ソーシャルプロジェクトページ](#)をご覧ください。

ストラテジックフォーカス領域 グローバル

海外ネットワークとの協業による デジタルビジネス支援



執行役員
岡田 祐輔

デジタル×グローバルのスペシャリスト集団「DDGC」

電通デジタルは、グローバルビジネスをリードするCoE (Center of Excellence) 組織「Dentsu Digital Global Center (DDGC)」を2024年1月に新設しました。DDGCでは、グローバルビジネスに関わるメディア・顧客体験・クリエイティブを統合ソリューションとして提供しています。



外資系企業に対する 日本マーケット展開支援

日本の生活者インサイトに沿ったメディアプランニングやSNS運用、Webサイト構築、CRM、オムニチャネルマーケティング全般。

日本企業のグローバルマーケット 展開支援

海外のマーケット進出における市場進出戦略 (Go to Market) 支援、グローバルWebサイトやD2Cの構築・運用と、グローバルのプラットフォーム開発やガバナンス策定。

DDGCの特長

多様な専門家チーム

160人以上のデジタルビジネスの専門家が在籍しており、さまざまなバックグラウンドや経験を持つ多様なチーム編成が可能です。これにより、マルチリンガル対応が可能となり、グローバルマーケットにおいてスムーズなコミュニケーションを実現しています。

包括的なサービス提供

広告・メディア、データ&テクノロジー、顧客体験マネジメント (CXM)、事業変革、クリエイティブなど、包括的かつ一気通貫でサービスを提供します。

ローカライズの重視

企業のブランドイメージを維持しつつ、現地マーケットのニーズや法規制に適応した戦略を策定します。また、クライアントの課題に応じて柔軟なソリューションを提供し、成果を最大化します。

電通インターナショナルとの連携

日本/グローバル市場におけるデジタルマーケティングやDXの戦略・企画立案から施策実行まで、電通インターナショナルと連携のうえ、支援しています。

海外約580社

dentsu americas dentsu apac dentsu emea



[電通グループ体制詳細](#)

Campaign Asia-Pacific主催 「Japan/Korea Agency of the Year Awards 2024」で銀賞受賞

アジア太平洋地域の広告・マーケティングメディアをリードするCampaign Asia-Pacific主催の「Japan/Korea Agency of the Year Awards 2024」において、「Japan Digital Innovation Agency of the Year」部門で銀賞を受賞しました。

本アワードの「AGENCY OF THE YEAR 2024」は、マーケティングコミュニケーションにおける世界各国のエージェンシーの実績をCampaign Asia-Pacificが独自に評価するものです。

「Japan Digital Innovation Agency of the Year」部門は、広告領域において優れたデジタルソリューションの提供を行うデジタルエージェンシーを表彰するもので、1年間(2023年10月1日～

2024年10月3日)のデジタルエージェンシーとしてのビジネスパフォーマンス、デジタルマーケティング業界への貢献などが多面的に評価され、受賞に至りました。



マーケティングコミュニケーション領域

先進的かつ本質的なアプローチで
クライアントの事業成長にコミットする
次世代マーケティングエージェンシー



執行役員
三田村 淳



執行役員
池田 純一



執行役員
長谷川 潤



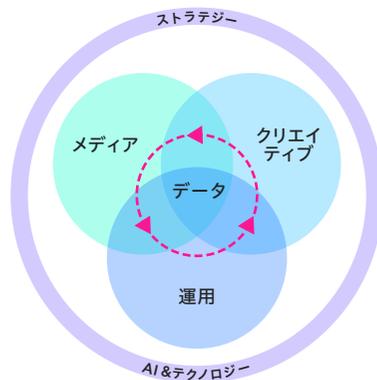
執行役員
山田 健

デジタル広告で企業と生活者の コミュニケーションをつなぐ

マーケティングコミュニケーション領域は、デジタル広告、ソーシャルメディア、オウンドメディア、コマースメディアなど、企業と生活者をつなぐデジタルコミュニケーションを一貫して企画・設計・運用しています。中でもデジタル広告の売上は国内最大級を誇り、業界を牽引しています。

マーケティングの世界でも劇的な環境変化が起きている今、我々に求められているのは特にAI活用とエグゼクティブ力だと考えます。2025年は「次世代マーケティングエージェンシー」として、クライアントの事業成長にコミットすることを掲げています。メディア、クリエイティブ、運用がデータによって高速に回る仕組みを構築し、洗練された戦略とAI・テクノロジーがその基盤を

支えます。先進的で本質的なアプローチを通じて、未来のマーケティングを追求していきます。



人財育成

社員の成長 = 会社の成長と捉え、社員への成長支援に注力しています。

●生成AIを活用した動画レコメンド ダッシュボードでリスティング推進

個人カルテを作成し、一人ひとりのスキルを可視化。そのデータをもとに、個人のスキルに応じて生成AIがスコアリングし、最適な研修動画をレコメンドします。

●週次情報共有会「KNOWLEDGE 4」

2018年から行われている情報共有会。毎週水曜日の朝にマーケティングコミュニケーション領域と全社の希望者が任意で参加しています。コロナ禍以降はオンラインに移行し、最新トレンドや知見などを共有しています。

5つの注力領域

①進化するデータドリブンマーケティング

独自開発ツールや豊富なデータを活用し、マス広告とデジタル広告を統合したプランニングを実現します。さらに、3rdパーティ cookieに依存しない世界に対応し、各プラットフォームと取り組んでいるデータクリーンルームにおいては、生活者インサイトの解明や購買などの多様なデータ活用など、業界内で圧倒的な実績を有します。ブランディング領域からダイレクト領域まで、多様なデータを使った一貫したマーケティング活動の支援により、クライアントの事業成長に貢献しています。

②AIソリューション活用

自社のAIサービス「∞AI」シリーズを展開し、クリエイティブ開発やチャットによるコミュニケーション等、幅広い領域での顧客体験設計において、AIを実装しています。

また、プランニング時のプランナーの支援ツールとしてや、広告運用ではレポートの自動化及びコメントの自動生成など、幅広い実務の生産性向上にもAIの導入・利活用が進んでいます。

マーケティングコミュニケーション領域

5つの注力領域

③デジタル動画

デジタル動画市場は大きな成長とともに変革が起きています。さまざまな配信事業者は影響力を拡大し、近年成長を続けるオンライン配信の映像コンテンツをテレビデバイスで視聴するコネクテッドTVなど、動画への接触機会も複雑化・多様化していくことが予想されます。この動画市場において、我々は国内トップクラスの売上とケイパビリティを持っており、電通とも共同で商品開発やクリエイティブ開発、購買検証、購買接続などの支援に注力しています。

⑤良質な顧客体験設計への拡張

当領域はデジタルセントリックなマーケティングコミュニケーションを企画・実行する組織です。その業務範囲は、認知獲得から態度変容、クリックや購買に留まらず、購買後のCRMやロイヤリティ強化によるLTVの最大化など、フルファネルでの体験設計にまで及びます。また、電通グループ内には、リアル施策に強みを持つ会社が複数あります。理想的なブランド体験へと導くために、各組織と連携しながら、広告コミュニケーションからリアル店舗、イベント、ノベルティ開発まで一貫した顧客体験を設計します。

④ソーシャルメディアマーケティング

ソーシャルメディアは生活者の日常に深く浸透し、購買行動にまで影響を与える時代です。2023年に専門支援組織として立ち上げたソーシャルコネクグループは、広告だけでなくオーガニックとデータを組み合わせたソリューションで大きな成果を出し始めています。この組織に加えて、2025年はインフルエンサー部を新設。最先端のインフルエンサーの知見を深めて、実行体制を整えます。さらに、昨今トレンドとなっている縦型動画クリエイティブの専門チームも発足。さまざまなクライアント、パートナー企業、主要なプラットフォームとタッグを組み、ソーシャルメディアマーケティングにおいて業界を牽引します。



3つの事例

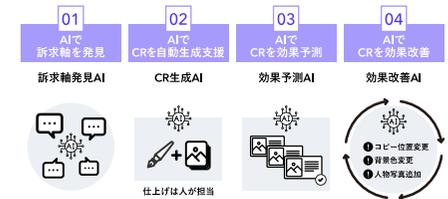
①Google Ads Data Hub データ基盤構築による事業貢献最大化

Google Ads Data Hub (ADH)を活用し、データの統合と事業貢献度の可視化を図った結果、以前は不明確だった事業目標や広告効果の評価が明確になり、施策実施前と比べて月間アクティブユーザー、新規ユーザー獲得数ともに増加。クライアントの今後の事業拡大に向けた目標見直しと新たな取り組みのきっかけとなりました。



②∞ AI Ads

デジタル広告において、AIを活用したクリエイティブ制作ソリューションを提供。4つのAI（訴求軸発見、クリエイティブ生成、効果予測、改善サジェスト）が連携して、質、量、スピード向上を支援します。クリエイターの可能性を広げることを目指し、制作プロセス全体を革新し、ローンチ1年で100社200アカウント以上に導入されています。



③Tribe Driven Marketing

生活者の多様化に伴い、共通の興味を持つ「トライブ」を基にしたマーケティング手法を展開。SNS上のトライブを分析し、特性を生かした広告配信を行うことで、課題解決を図ります。3年間で100社以上に戦略立案～実行、PR施策、キャンペーン等の支援を行いました。



エクスペリエンス&テクノロジー領域

テクノロジー&パートナーシップを両輪に、 マーケティングDX/価値創造DXの 最高のイネーブラーとなる



執行役員
吉岡 真



執行役員
岡田 祐輔

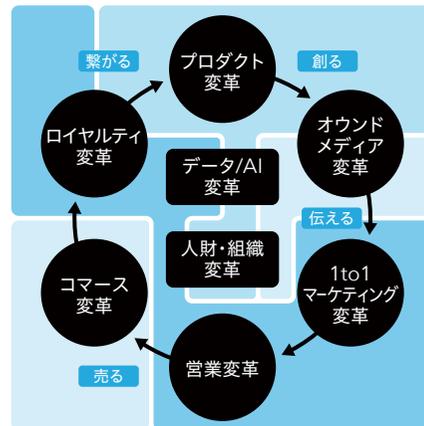
心を動かす体験をテクノロジーで具現化する革新アプローチ

エクスペリエンス&テクノロジー領域は、新しい体験を描く力と、テクノロジーで具現化する力を携えている組織です。エクスペリエンス、クリエイティブ、テクノロジー、そしてパートナーシップ、これらを融合させることで、顧客が心から満足し、驚きのある体験を提供します。マーケティングDX/価値創造DXの最高のイネーブラー(新たな社会を構想し具現化する人)となることを目指します。

私たちが追求するのは、ただの技術革新ではなく、顧客のニーズを深く理解し、それに応えるための全体的な解決策です。「マーケティングDX/価値創造DX」といえば電通デジタルを思い浮かべられるよう、市場全体での認知を確立していきます。このビジョンを実現するために、私たちは常に挑戦し続けます。

私たちのアプローチは「プロダクト変革」「オウンドメディア変革」「1to1マーケティング変革」「営業変革」「コマース変革」「ロイヤリティ変革」の6つの柱から成り立っています。

これらの変革を支えるのは、データとAIの活用、そして組織人財の改革です。既存のアセットを最大限に生かし、それをさらに磨きながら、クライアントに価値を提供していきます。



主なオファリング

オウンドメディア変革

CMS構築を伴う大規模サイトリニューアル、事業ゴールに沿ったコンテンツ戦略・企画・制作、最先端のツールとメソッドを駆使した分析・改善伴走により、オウンドメディアのROIを最大化します。

Webサイト/CMS刷新

主要CMS群をフルカバーし、要件フィット度やROI観点からの最適プラットフォーム提案が可能です。

コンテンツ戦略・企画・制作

事業ゴール基点での戦略策定・コンテンツ企画により、成果に繋がる、ROIの高いコンテンツ運営を実現します。

分析・改善伴走

ユーザー行動分析(アクセス解析)・SEO・アクセシビリティなど、オウンドメディア改善の手法を網羅します。

1to1マーケティング変革

「見込客を顧客化する仕組み」としての1to1マーケティングを、豊富な実績に基づく戦略策定とシステム構築、さらにはクライアントが自走化するまでの伴走支援によって、確実に成功へと導きます。

コミュニケーション戦略策定

銀行・保険・小売・消費財・B2Bなど業種ごとの定石や勝ちパターンの適用による戦略策定で、成功確度を向上させます。

MA/レコメンドシステム構築

主要なMA/レコメンドツール群について、豊富な導入実績と認定資格者を有しています。アワード受賞も多数実績があります。

施策プランニング・伴走支援

メールやWebサイトに留まらず、コミュニケーションアプリや外部メディアも含む最適チャネル活用を、詳細な知見により支援します。

エクスペリエンス&テクノロジー領域

営業変革

「営業管理」ではなく「データ/AI活用による営業高度化と顧客体験向上」を戦略・システム・定着化まで一貫支援し、営業の有効活動量・売上・顧客体験品質の向上を図ります。

営業DX戦略策定	営業支援システム構築	施策プランニング・定着化支援
データ/AI活用による営業の高度化、顧客体験向上を目指す営業DX戦略策定に強みを持ちます。	営業支援システム単独ではなく、顧客データ基盤やマーケティングツールの連携を含む営業支援のトータルシステム構築の知見と実績を有します。	生成AIによる「営業トークスクリプト生成」「AIセールストレーナー」などにより、営業効率と組織力の向上を支援します。

コマース変革

EC事業全体の成長戦略策定だけでなく、自社ECシステム構築から集客、CRMまでフルファネルでカバーするグロース伴走により、重要性が高まるECの売上拡大を支援します。

自社ECシステム構築	ECグロース伴走
最先端のECプラットフォームやヘッドレスアーキテクチャに対応する技術力とCXデザイン力が強みです。電通グループのMerkle社とのシームレスな連携により、日本企業のグローバルEC基盤構築を支援します。	広告やSNSでの集客、ECサイトのUXやコンテンツ改善、CRMによるLTV向上までフルファネルで支援します。

データ/AI変革

知見を集約したフレームワークにより、活用視点でのデータ構想策定・基盤構築を実現します。AI・機械学習をはじめとするデータ活用推進まで一貫してサポートします。

データ構想策定	データ/AI基盤構築	施策分析・モデル化
知見が盛り込まれたデータ構造やプロセスのテンプレートにより、データ構想確定を五合目からスタートすることが可能になります。	テクノロジーベンダーとの強力なパートナーシップにより、最新のデータ/AIソリューションの適用が可能です。	ターゲット属性・行動可視化や探索的分析における豊富な実績で、適切な施策開発やクラスタ化を伴走支援します。

MarTech/DataTech

グローバルで多くの導入実績がある主要テクノロジープラットフォームと強固なアライアンスを推進。クライアントの国内外への事業展開をコンサルティングから実装、運用まで長期的に支援します。

主要プラットフォーム企業
(コンテンツサプライチェーン・自社サイト・自社EC・CRM・MA・データ基盤など)













30 副社長メッセージ

32 人財育成

33 大学寄附講座

34 DEI

35 障害者雇用

36 ソーシャルプロジェクト

37 ワークスタイル

38 オフィス紹介

39 ライフサポート

40 社内コミュニケーション

41 環境

42 コーポレートガバナンス

43 取締役一覧

45 コンプライアンス

46 リスク管理・情報セキュリティ

Sustainability

サステナビリティ



副社長メッセージ

社員が最も育つ企業へ。 電通デジタルの未来を創る 多様性と成長戦略

取締役副社長執行役員
石川 圭介

電通デジタルは2016年の設立時から多様なバックグラウンドを持つ人財を集め、日本でも有数の幅広い業務領域と高い専門性を有する企業として成長を遂げてきました。設立9年で社員の平均年齢は約34歳、子会社も含めると約3,000人の社員を抱え、電通グループのdentsu Japanにおけるデジタル領域を牽引しています。

電通デジタルは人ありきの会社です。社員とその社員に紐付いた専門的なスキルが電通デジタルのコアです。昔から

よく「社員はわが社の財産」と言われてきましたが、そういったエモーショナルな意味ではなく、当社では「人財は資本 (Capital) であり、投資することで人財の価値は大きくレバレッジさせることができる」と考えています。その考えのもと、一人ひとりの成長に重きを置き、戦略性と効率性を兼ね備えた人財育成施策を行っています。

キャリアオーナーシップの推進と 学びの環境の整備

人財育成は、経営戦略とも密接に結びつけた形で施策を展開しています。中でも、当社の強みの源泉である「統合力」による価値提供をリードできる人財の育成を強化しています。そのベースとなるのがキャリアオーナーシップの考え方で、キャリア1on1、公募制社内異動制度 (DD

Career Jump!）、キャリア意向調査による全社統合人事異動、全社研修制度など、ここ数年の取り組みによってかなり定着してきました。同時に、社内の知見を学ぶための学習プラットフォームの充実も進めており、統合人材の育成を後押しする環境が整いつつあります。2025年からは副業施策を拡充し、自身の業務に隣接する範囲での副業を認めることにしました。通常業務では得られないスキルや視点の獲得が、社員本人の成長につながり、最終的に業務プラスの影響を与えることを期待しています。また、生産性を高めることを意識している社員が多く、「合理性」「スピード」がカルチャーとして深く根付いているため、それらを実現する各種サポートツールも継続的にリリースしています。

多様性が、より良いサービスと社員の成長を生み出す

電通デジタルは、DEI (Diversity, Equity & Inclusion : 多様性、公平性、包摂性)を重要視しています。そもそも社会自体は多様な価値観で成り立っており、社会に価値を生み出す当社がDEIを追求するのは当然のことです。また、特に変化の激しいデジタル業界において、社員の同質性が高いことはリスクになると考えています。おかげさまでDEIを大切にする当社の取り組みは認知を得てきており、人材獲得にもプラスとなっています。

何よりも、多様な仲間と働く環境においてお互いが受ける刺激は、社員自身が大きく成長するきっかけになります。今後さらに生成AIが浸透することにより、言語や障害の壁が限りなくゼロに近づき、ますます多様な人々が共存する社会が到来すると見込んでいます。

一方で、安心して長く働いてもらうための守りの制度も大切です。総労働時間の見守り、産業医面談、産休育休制度、有給奨励日、健康保険組合、コンディショニングサロンといった基本施策だけでなく、子育て世代への各種サポート、配偶者や介護事情に合わせた遠隔地勤務、LGBTQ+関連規則など、個別の事情に応じた施策も年々充実させています。また、重要な要素である報酬面については、個人評価の公平性、業績連動型の賞与制度などに関して社員と対話しながら常に最適な方法をチューンナップし続けています。

成長実感と未来像を描ける環境を目指して

2025年以降、電通デジタルが注力するのは「社員が最も成長できる企業」の実現です。各々のスキルを磨き、成長を実感し、将来の姿を想像できる環境を整えます。そのために「変われる」という実感や自信を持てるような施策、新しい環境での経験、チームでの協働を通じて、人的資本の価値を何倍にも膨らませることを目指しています。また、社員

同士が利他的な精神で協力し、インテグリティを重視する文化を醸成することで、“電通デジタルらしさ”という社風を作り出していきたいと思います。

電通デジタルは、これらの取り組みを通じて人的資本を価値ある資産へと変え、日本を代表する総合デジタルファームとして、クライアントや社会に貢献する企業を目指しています。



一人ひとりの可能性を広げるキャリア支援

社員の成長を支える人財育成 「シャインアッププログラム」

当社は物理的な商品や工場などの固定資産がほとんどなく、元来より社員が最大の資本である会社です。そこで、経営と人事が一丸となり、社員一人ひとりの成長に会社が本気で寄り添うことをコンセプトとした「シャインアッププログラム」を開始しました。

「会社は社員一人ひとりの意見を常に聞き、成長の支援を行い、社員は才能を開花させ、会社への成長とつなげる」方針のもと、設立時より人財開発に注力しています。

また、目指すべき姿を「上司と部下がキャリアについて日常的にオープンに話せる企業文化」と設定。変化の速いデジタルファーム業界にあっても、社員が中長期的にキャリアプランを描きキャリア満足度高く仕事ができるよう、年間を通じてさまざまな施策を用意しています。

キャリア意向調査とAIによる 適合度算出で統合人事異動を推進



会社全体の成長に資する多様な経験（異動・回遊）を設計し、戦略的に統合人財育成を目指すために、2025年にキャリア意向調査（キャリアシフトサーベイ）を導入。社員約1,700人が回答しました。本人希望と会社戦略、AIによる適合度算出、部門ヒアリングなど多様な観点を総合する最適化手法を用いて、社員と部門双方にとって“期待値”が最大化される配置案を決定。役員・部門長が最終判断し、2025年は20人が異動予定です。透明性・客観性を重視したこの統合人事異動は、現場の定着やフォロー施策も組み合わせ、次年度以降も継続的に推進していきます。

キャリアオーナーシップ経営を推進

- 社員が上司と実施する「キャリア1on1」の実施率95%
- 社内公募での異動制度「DD Career Jump!」募集通年300件以上
- いつでも相談できる「キャリアパートナー面談」380件以上
- 多様な社員のキャリアを紹介する「ロールモデルイベント」
- 自身が習得したいスキルごとに研修等の学習手法を検索できるポータルサイト「DD Academy Portal」を開設

このような施策の結果、電通グループ共通で実施している組織サーベイにおいては「いつでも気兼ねなく相談したり意見を言い合える環境」「キャリア形成について上司と意味のある話し合いができています」などの項目がスコア60以上と高い水準を維持しています。

資格取得支援制度

社員の主体的な学びを支援するため、資格取得支援制度を改定。対象資格を17に増やし、取得者には奨励金を支給しています。2024年2月から2025年3月までで140人が合格しました。

新卒初任給引き上げによる採用競争力の強化

近年の賃上げ政策に伴う労働市場全体での給与水準見直しの流れを受け「新卒採用競争力の強化」および「報酬水準の引き上げ」を実現するべく、設立時より据え置いてきた初任給を2025年4月入社の新入社員より5万円引き上げました。

AIとグローバル化に備えた新たな取り組み

近年、特に注力している領域がAIとグローバル人財育成です。AIでは、全社員に対してOpenAI社のアカウントを付与。AIに対する理解を深め、日常的に業務でクリエイティブな発想を生み出せるよう、環境や教育に力を入れています。

また、取り組みが評価され、キャリアオーナーシップ経営を推進している企業を表彰する「キャリアオーナーシップ経営AWARD 2023」において、「優秀賞」と「審査員奨励賞」をダブル受賞しました。さらに、給与アップや働き方改善、キャリア支援に取り組む企業を表彰する「マイナビ転職 BEST VALUE AWARD」にて「キャリア支援優良企業賞」を受賞しました。



特に、UX検定基礎・基本情報技術者・ウェブ解析士・PMPといったIT・デジタルやプロジェクトマネジメント資格取得者を多く輩出しています。

また、その他の社員に対しても昇給原資の積み増しを行い、全社平均で約7%の昇給を実施しました。

グローバルでは、グローバル案件拡大に伴い、英語で学べるグローバルビジネススキルの研修プログラムや、グローバル案件に挑戦したい社員へアサイン機会を提供する「Opportunity Matching」といった人財流動を促進する制度を導入しています。

未来を創るDX人財育成のための産学連携プログラム

業界最前線でDXを推進する企業と大学講義でコラボレーション

電通デジタルでは、「DX人財育成支援」に関するソリューションをクライアントに提供しています。そして、社会人になる前の大学生に向けては、2022年度から複数の大学が電通デジタル寄附講座を開講しています。「実践 顧客基点のデジタルトランスフォーメーション」をテーマとする科目でDXとは何か、実際の業務内容、仕事の魅力などを学生に伝えています。これにより、将来的にDX人財が不足するという社会課題に直面する日本において、DX人財の育成と学生のキャリア選択支援の双方に貢献することを目指しています。

電通デジタル 寄附講座の意義

SOCIAL GOOD

未来DX人財の育成

就職に向けた大学生の
情報不足の解消

三方良しの実践=新しいDX人財育成のあり方をつくる

電通デジタル

パーパスの体現

大学生に向けた自社の価値/意義の伝達

寄附講座の共創

クライアント

大学生に向けた自社の
価値/意義の伝達

自社価値/意義への
確信深化

学生・大学

DX概念に留まらない
実践知の学習機会
&
講義の魅力化

これまでに早稲田大学商学部、大阪大学経済学部、神戸大学経営学部、慶應義塾大学総合政策学部・環境情報学部の4大学5学部がこの授業を開講しました。授業内では電通デジタルのDX支援の取り組みから、デジタルを基盤とした事業成長支援や、顧客基点のDXの基礎、具体的なアプローチ手法について電通デジタル社員が解説。また、クライアントの役員や管理職に登壇してもらい、DXについて事例を交えて講義します。最終回では、デジタル時代に必要なスキルやキャリアの考え方について当社社員の各大学のOB・OGが講話し、全15回の講義を締めくくります。これまでに22社の企業が登壇し、2025年春学期は早稲田大学と大阪大学で最前線でDXに取り組む企業のリアルな事例を紹介しました。

満足度97.3%
高評価を得た受講生の声

2024年は4大学で約800人が履修登録しました。講義後に毎回実施するアンケートでは、講義満足度は平均97.3%と高く、講義理解度も97.4%と非常に高いスコアになっています。学生からは「もっとさまざまな業界のDXについて学んでいきたいと思った」「今後の自分の人生が明るく照らされたような気がした」「もう一年早くこの授業を受けたかったと強く感じた」など、ポジティブなコメントが多く寄せられています。

大阪大学

神戸大学

SFC
KEIO UNIVERSITY

三方良しの意義あるプロジェクト



トランスフォーメーション
ストラテジー部門 部門長
高山 隼佑

電通デジタルには、DXに関わる研修やリスティング支援の依頼が多く来ています。DXを理解し、企業の変革に寄与する人財の重要性は企業内では年々増す一方で、学生にとってみるとDXは理解すること自体が難しいテーマです。また、大学の授業が将来の仕事にどう関連するかも理解できていない人もいますと聞きます。学生のうちからDXへの理解を促すことで、将来のDX人財創出に寄与し、日本社会の活性化につなげたいという想いから、大学寄附講座の取り組みを始めました。

DXは日進月歩の世界です。そのスピード感と大学でのカリキュラムとのギャップを埋めるものとして、最先端の実務事例を踏まえたDX講義を実施しています。具体的な事例を基に授業が展開されていくので、学生さんたちも熱心に参加してくれていると感じます。

ビジネスの現場により近い状況を体感してもらうために、クライアントやパートナー企業の方々もゲストとして登壇していただいています。登壇した方からは「また大学で授業をしたい」「非常に有意義な取り組みだ」と評価をいただいています。企業にとって学生と直接話せる貴重な機会であることはもちろん、当社としてもクライアントと意義ある取り組みをできるのは非常に誇らしく、大学と学生、クライアント、当社の三方良しのプロジェクトだと評価もいただいています。

今後も大学、クライアント、当社で互いに学び合いながら産学連携を進めていくことで、より多くのDX人財を創出し、日本社会の活性化に貢献していきたいと考えています。



互いの違いを力に変え、全員活躍を目指すDEIの推進

電通デジタルでは、「DEI (Diversity, Equity & Inclusion)」を重要なアジェンダと捉え、多様な社員が自分らしくいきいきと働ける環境を目指し、全社を挙げて推進しています。

「DEI」を「ジェンダー平等」「ファミリー」「LGBTQ+」「障害」からなる4つのテーマに分け、各テーマについて自身の言葉で活動の呼びかけを行うスポンサー役員を設置。経営陣自ら情報発信や取り組みを行っています。

4つのテーマでは、2030年までのKPIを設定しており、その達成に向けてDEI活動を進めています。なお、当社の活動は外部からも評価をいただいております。これまでに厚生労働省が定める女性活躍推進企業認定「えるぼし認定」の3つ星（最高位）や、職場におけるLGBTQ+など性的マイノリティへの取り組みに関する評価指標を定めた「PRIDE指標」の「ゴールド」を3年連続で受賞しています。また子育てサポート企業として厚生労働大臣認定の「くるみん」認定も受けています。

真摯な姿勢、向上心、共感、そしてリスペクトを私たちの原動力に、互いの違いを力に変え、全員が活躍し、世界のあり方を変える。

DENTSU DIGITAL DEI

電通デジタルのダイバーシティ、エクイティ、インクルージョン。

ジェンダー平等

2022年から毎年、国際女性デーイベントを実施。社内のロールモデルやスポンサー役員による登壇イベントを行っています。2024年には国際男性デーに関連したセミナーを開催。役員によるDEI管理職研修も実施し、組織全体で「DEI」を推進しています。



ファミリー

有志社員による「DDファミラボ」を発足し、「Welcome Baby Book」や「パパ育休虎の巻」、「仕事と育児の両立パイブル」などを発刊しました。パパママ座談会などの横のつながりやきっかけ作りをボトムアップで行っています。また、社員の平均年齢が若い会社ではありますが、社員アンケートにより介護従事者も少なくないことも分かり、介護従事者及びこれから介護を迎える社員に役立つ情報をまとめた「ビジネスケアアラハンドブック」を作成しました。



LGBTQ+

2021年1月に同性パートナーも配偶者とみなすLGBTQ+関連規則を導入しました。形だけの規則導入としないために、社員にはLGBTQ+の動画研修を必修とし、理解を促しています。2024年には、スポンサー役員と当事者を含めた有志によるアライ（性のマイノリティへの支援表明・LGBTQ+の当事者たちに共感し、寄り添い、支援すること）プロジェクト「DD ALLY for all」を発足し、定期的にセミナーやイベントを実施しています。また、日本国内の婚姻の平等（同性婚の法制化）を推進する「Business for Marriage Equality (BME)」や、企業経営者アライネットワーク「Pride1000」へも賛同表明しています。



障害

障害者雇用にも積極的に取り組んでおり、管理部門だけでなく事業部門での雇用も増え、2025年6月現在、法定雇用率をクリアしています。また、当社のパーパス「人の心を動かし、価値を創造し、世界のあり方を変える。」を体現する存在として、パラアスリートが在籍していることが特徴として挙げられます。パラスポーツの普及・振興に貢献するべく彼らの活動を支援しており、所属選手は世界最高峰の舞台でもその力を発揮しています。その姿を通して、人々に感動を与え、世の中を変えていくことに挑戦していきたいと考えています。



障害者雇用で法定雇用率を達成 — 私たちのダイバーシティ推進の成果

当社は、2016年より障害者雇用を開始し、オフィス勤務のメンバーやパラアスリート、さらには電通グループが東京都世田谷区より受託している「農福連携事業」への参加を通じて、多様な人財の活躍を推進しています。その取り組みの結果、2024年10月に障害者雇用促進法に定められた雇用率を達成し、2025年6月時点では45人の障害のある社員が在籍しています。

私たちは、多様な個性や価値観を尊重し合う職場づくりを推進しています。デジタルの力で社会をより良く変革するためには、一人ひとりの「違い」こそが新たなイノベーションや発想の源になると信じているからです。この考えのもとに、障害の有無を問わず、すべての社員が自分らしく能力を発揮し、活躍できる環境の整備に努めています。合理的配慮やサポート体制を整えることで、働く意欲とチャレンジ精神を支え、多様な人財が力を合わせてクライアントや社会に新しい価値を生み出しています。

今後も、誰もが安心して働くことができる職場づくりに取り組みながら、障害者雇用を積極的に推進し、デジタルの未来と社会の発展をリードしてまいります。

オフィス勤務で広がる障害者雇用の新たな可能性

身体障害・精神障害・発達障害のある29人の社員が、コーポレート領域や事業領域で活躍しています。新たな取り組みとして、「わくサポ」という、障害のある社員が所属するチームを立ち上げ、社内の各部署から依頼された業務に対応する体制を整えました。

「わくサポ」の「わく」には、仕事の“ワーク”だけでなく、“粹”にとらわれず、真摯に心を込めて仕事に取り組むという意味が込められています。このチームは、メンバーがそれぞれのスキルを生かして成長し、将来的に他領域でも活躍できる人財を育成する場として、重要な役割を担っています。



世界で活躍するパラアスリート

テコンドー、卓球、ボッチャなど、さまざまな競技で活躍する15人のパラアスリートが所属しており、国内外の大会で実力を発揮しています。世界最高峰の舞台へ挑戦する際には、dentsu Japan全体で壮行会を開催し、全国のグループ社員から集めた寄せ書きを渡すなど、熱いエールを送っています。

また、社内ではパラアスリートが講師を務めるパラスポーツ体験会を実施することで、社員との交流を深めるとともに、障害や多様性への理解促進にも取り組んでいます。



世田谷区農福連携事業

国内電通グループが世田谷区より受託している農福連携事業に参加。障害のある社員1人が、支援員や農業指導士のサポートのもと、日々業務として農作物づくりに取り組んでいます。支援員は当社のシニア社員が務め、メンバーの活動をしっかり支えています。

農園では、化学肥料や化学農薬を一切使用しない農業を実践しており、心をこめて育てた農作物は収穫後、地域の福祉施設で加工されるなど、地域とのつながりを深めています。また、農地を活用したイベントも開催し、地域住民と農園に従事しているスタッフが交流できるインクルージョンの場にもなっています。



テクノロジーとクリエイティビティで社会課題を解決「ソーシャルプロジェクト」

「ソーシャルプロジェクト」とは、テクノロジーとクリエイティビティを掛け合わせ社会課題を解決する電通デジタル独自の活動です。パーパスとして「人の心を動かし、価値を創造し、世界のあり方を変える。」を掲げている当社だからこそ、社会課題に対しても世界のあり方を変えられるような課題を選択して、当社の強みを活かして解決していきます。

その年ごとのテーマを洗い出し、当社の得意分野を活かして解決すべき課題を選定、アイデアを広く募集します。クリエイティブを担う社員やチームから毎年100件ほどの自主応募があり、アイデアの質、実現性を見極めたうえで、5件ほど採用しています。電通デジタルの強みであるテクノロジーとクリエイティビティで社会に貢献すると同時に、本プロジェクトの企画提案自体が社員の成長につながっていることも特長です。

2017年から開始した本プロジェクトは、年を追うごとに質が向上しており、近年ではアジア太平洋最大級の広告祭や世界最高峰のクリエイティビティの祭典で受賞するなど、世界的に評価されています。

[📄 ソーシャルプロジェクトページ](#)

“名画になった”海展

海洋廃棄物問題に焦点を当て、「2050年に海洋プラスチックごみの量は魚の量を超える」という予測データをもとに、実際のプラスチックごみの画像をゴッホや葛飾北斎などの名画にAIを活用して書き加える手法で訴えかけました。作品は国内の水族館のほか、台湾でも展示されました。

【受賞】「Epica Awards 2021」2部門でブロンズ、「Spikes Asia 2021」2部門でグランプリ



絶滅危惧オリガミ

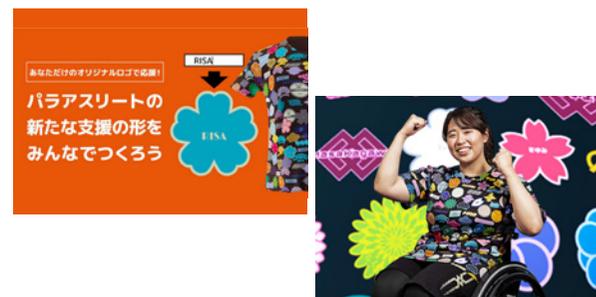
折り紙で作った動物をARカメラで読み込むと、その動物が絶滅の危機に瀕している原因がアニメーションで再現されるプロジェクト。世界的な問題となっている絶滅危惧を身近に感じてもらうことを目的に実施しました。小学校や高校の授業、動物園や環境保全団体のイベントなど、幅広く活用されています。



ロゴで応援！ People-Sponsored Logo

日本パラ・パワーリフティング連盟と組み、新たな応援の形として、個人がスポンサーとしてパラスポーツを支援できるプロジェクト。クラウドファンディングで一定額を支援した人に対して、選手が着用するユニフォームやジャージに、AIを用いた自分のニックネーム入りオリジナルロゴを掲載できる仕組みです。クラウドファンディングは目標金額の230%を達成しました。

【受賞】「カンヌライオンズ2023」ショートリスト、「MAD STARS 2023 (2023釜山国際マーケティング広告祭)」クリスタル、「2023 63rd ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」シルバー



TEHAI

警視庁の協力を得て、指名手配犯の過去のモンタージュ写真をもとに、AIが現在の顔を予測して描き出すプロジェクト。実際に存在する重要指名手配犯12人のうち、5人の現在の姿を予測しました。指名手配犯へメッセージを発信すると同時に、犯罪の予防にもつながることが狙いです。

【受賞】「2021年度グッドデザイン賞」



多様性と柔軟性を尊重した働き方の実現

チームの力を最大化するワークスタイル

電通デジタルが目指すワークスタイルは、「Team Performance Based Working」。

チームのパフォーマンスを最大化し、最短距離で目的を達成する働き方を目指しています。

当社のミッションは「クライアントの事業成長パートナー」であり、その実現のためには「専門力」「統合力」「機動力」「信頼関係」の各要素を強化する必要があると考え、コロナ禍以前より、人事制度の拡充、ITツールの活用、オフィス環境の進化に積極的に取り組んでいます。特にチームメンバーとの対面でのコミュニケーションは、信頼関係を構築していく上での重要な機会と捉え、重視しています。

こうした取り組みによって、社員は働く時間や場所について多様な選択肢の提供を受け、個々のニーズに合った柔軟な働き方を実現しながら、最大の力を発揮することができます。この多様性と柔軟性の尊重こそが、電通デジタルの成長とクライアントへの持続的な貢献につながると確信しています。

Team Performance Based Working

チームのパフォーマンスを最大化し、最短距離で目的を達成する。
やるべき事を、やるべき時に、やるべき人が、やるべき所で。

社内申請・契約書の電子化

電通デジタルでは、電子ファイル上に意思表示・合意の証跡を残すことで、紙ベースでの署名・記名押印に代替する電子サインサービスを導入しています。オンラインで完結するため、書類受け渡しのために担当者が出勤をする必要がなく、契約締結のリードタイムを短縮できるメリットがあります。現在、社内の契約書・請求書・申請書の約8割を電子化しています。

特別遠隔地勤務制度

在宅勤務制度の一環で、私傷病や未就学児の養育、介護等の事由により現在の居住地を離れなければならない場合に遠隔地で業務を継続できる制度です。2023年からは、社員からの要望を受けて、「パートナーの転勤」による事由を追加しました。

オンラインコミュニケーション

コミュニケーション基盤としてオンラインコミュニケーションツールを導入しています。社内での連絡はオンラインコミュニケーションツールを標準としており、プロジェクト案件における社内外との連絡にも利用しています。勤怠管理など各種アプリケーションと連携させることで、リアルタイムに情報を共有・確認することができ、業務効率化を実現しています。

テンポラリーワーケーション

休暇を取得して旅行や帰省をする際に、遠隔地において一時的に業務することを認める制度です。2023年よりトライアルを開始、2025年も延長して実施しています。2025年は新たな施策として、テンポラリーワーケーション利用促進日を設定。通常の休暇時はもちろん、年末年始や大型連休時に柔軟な働き方が可能です。

リアルオフィスで生まれる新たな価値

新しい働き方とオフィス革命



コーポレート部門
総務部 部長
飯野 将志

電通デジタルでは、全社員を対象に在宅勤務制度を導入する一方で、対面コミュニケーションの場であるオフィスについては、「リアルな世界が、私たちを強くする。」をコンセプトに、「五感を刺激する」「熱量を伝える」「勢いを感じ取る」といったリアルならではの体験を通じた新たな価値創造の場となることを目指し、2022年にリニューアルを実施しました。

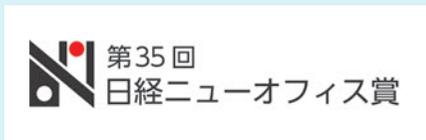
これにより、オフィスは単なる業務スペースではなく、社員同士がクリエイティブに交流し、知識を深め合う重要なハブとして機能しています。同じ部署のメンバーと経験則やハイコンテキストな情報などを共有するための「チームホーム」、一定期間の集中作業をチームでまとめて行うための「ハックルーム」、組織を横断したランダムな出会いや会話を促す「シェアラウンジ」などのスペースを設けました。

こうした先進的な取り組みが高く評価され、快適かつ機能的なオフィスづくりの普及・促進を目的とし、創意と工夫をこらしたオフィスを表彰する「第35回日経ニューオフィス賞」において、応募総数

131件の中から1件のみに贈られる経済産業大臣賞を受賞しました。

このオフィスリニューアルの成功は採用活動にも好影響を与えています。柔軟な働き方を可能にする環境は、当社への志望度を高め、活力ある人材が集う要因ともなっています。特に新卒採用においては、オフィスの見学を通じて学生に具体的な働き方のイメージを提供できることが採用活動の強みとなっています。

また、新しい働き方は業務効率の向上と社員満足度の向上に寄与しています。今後も電通デジタルは、働く環境の進化を継続し、社員一人ひとりが自らの能力を最大限に発揮できる場を提供します。これにより、クライアントとの信頼関係をいっそう強化し、その事業成長を支えることで、さらなる成長を目指します。



光あふれるエントランス



活気を伝えるロビーラウンジ



メンバーを感じる「チームホーム」



アイデアを練る「ハックルーム」



思考を紡ぐ「オープンプレスト」



オープンに情報共有「シェアラウンジ」



偶然の出会いが生まれる通路設計



気軽に話しかけられる座席配置

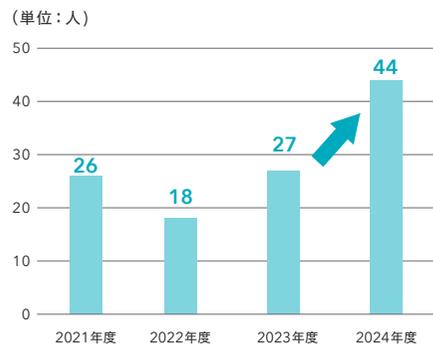
ライフステージを豊かに 心身の健康と絆を育む支援制度

社員一人ひとりのライフステージに寄り添う多様な支援制度を通じて、心身の健康と強固な絆を育んでいます。

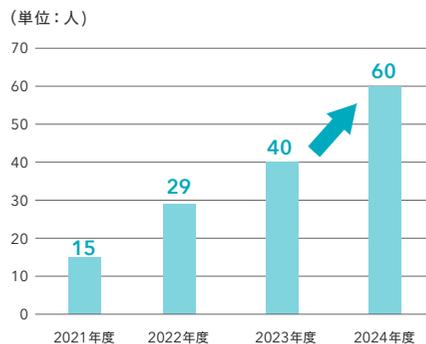
全国平均を上回る育児休業取得状況

2024年度、電通デジタルの女性社員の育児休業取得率は100%、男性社員の育児休業取得率は102.9%と、全国平均を大きく上回る水準となっています。また、育児休業取得日数は女性平均317日、男性平均49日で、男性の約4割が1カ月以上の取得です。

女性社員 | 育児休業取得者数の推移



男性社員 | 育児休業取得者数の推移



コンディショニングサロン

電通デジタルが「クライアントの事業成長パートナー」であり続け、高いパフォーマンスを実現するためには、社員一人ひとりの心身が健康であり、良いコンディションで仕事ができる環境が必要不可欠です。自身の対人スキルやモチベーションアップ、働き方や生活習慣、育児・介護を含む家族の問題などを相談できる社外相談窓口「コンディショニングサロン」を2022年から開設しています。経験豊富で専門性の高い外部カウンセラーが、心理学や行動科学の観点から働く人の気持ちに寄り添い、解決策を提供しています。2024年は75人264回の利用実績がありました。

業務外の関係構築と連携強化を生み出すサークル活動支援制度

趣味や特技などの共通項を持つ有志の社員が集い、サークル活動を行っています。この活動が部署を超えた業務外での深い関係性の構築や縦横ナメの連携強化に繋がり、会社の競争力強化に寄与するという観点から、補助金を支給して活動を支援しています。自動車やバレーボール、音楽、盆栽など、現在16サークルが活動しています。



“つなぐ”をテーマにした 社内コミュニケーション施策

社員と社員を“つなぐ”

社内ネットワークを拡張し、部署を超えたシナジーを推進するために、社員同士がお互いを知り、つながる施策を実施しています。

DD Liner+

設立当初から続く社内報を、さらに社員の顔や人柄が見えるように、動画コンテンツを中心とした社内報にリニューアルしました。2024年4月のオープンから2025年6月末までで248本を発信し、延べ270人の社員が登場。当社の社内コミュニケーション基盤となっています。



ハチカフェ

当社社員のバリスタがハブとなり、社員同士のコミュニケーションの活発化を目的とした社内カフェです。1日200杯以上の提供があり、終日賑わっています。また、定期的にイベントを開催するなど、憩いの場としても活用されています。



Happy Hour

会社から社員への労いを込めて、四半期ごとに社内での立食パーティーを実施しています。軽食とお酒を含むドリンクを用意し、同僚や他部門の社員との交流の場として多くの社員が集います。



社員と会社を“つなぐ”

社員と会社が互いに尊重し、双方にとってより良い会社に成長するために、社員と経営層がつながる施策を実施しています。

タウンホールミーティング

社員と役員陣が対話し相互理解を深める場として、役員がテーマを持ち寄り、オンラインとオフラインのハイブリッド形式で実施しています。2024年は全20回開催し、時には会社への厳しい意見も飛び交いながら活発な議論が繰り広げられています。



Aha! Award

パーパスを体現したプロジェクトや社員を称える社内表彰制度です。当社のロールモデルを全社員に共有することで、競争力・一体感を高めることや社員同士で賞賛し合うことを目的に実施しています。また、受賞者によるプロジェクト詳細の共有会も全社向けに実施しており、ナレッジ共有としても貴重な場となっています。



DD Visioning Day

全社員が同じビジョンを持って仕事に取り組めるよう、経営層が会社の経営方針を共有する全社を実施しています。社長からビジョンや戦略をはじめ、管掌役員が各領域の戦略などを全社に向けて共有します。毎年1月に実施している当社の1年の始まりを象徴するイベントです。



脱炭素がもたらす競争力強化 ― デジタル企業としての責務を果たす

はじめに

― デジタル業界に求められる対応

AIをはじめとするテクノロジーが日々発展する一方で、テクノロジーが排出するGHGも増加傾向にあります。

一説には、GHG排出量が航空業界を上回るともいわれるデジタル業界において、当社としても、GHG排出削減は重要な責務と認識しています。加えて、若年層を中心としたサステナビリティ意識の高まりは、企業を選ぶ基準にもなっていることから、環境負荷低減への取り組みは、企業としての競争力を維持するためにも欠かせません。

2030年までにGHG排出量46.2%削減

― 経営陣も積極的に関与して取り組む目標

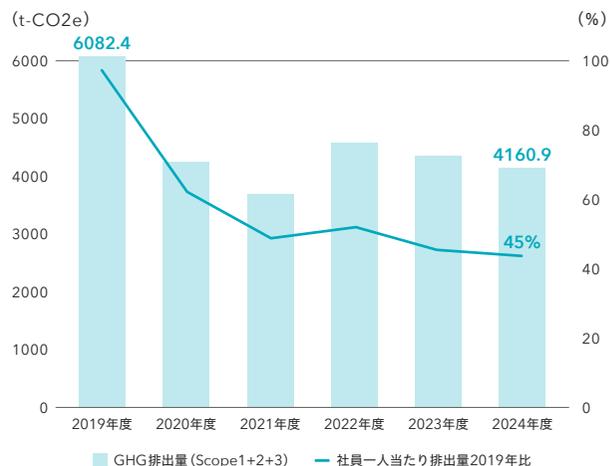
当社は、電通グループの2030価値創造戦略に基づき、2030年までに基準となる2019年比で46.2%のGHG排出量削減を目指しています。環境アジェンダの担当役員を中心に、経営陣も積極的に関与し、組織全体で脱炭素の取り組みを進めています。

見え始めた成果

― 削減は順調に推移し、社員一人当たりGHG排出量は大幅削減

2024年のGHG排出量 (Scope1+2+3)は、2019年比で68.4% (31.6%削減)となっており、削減は順調に進んでいます。なお、当社はビジネス拡大に伴い社員数が2019年から2024年にかけて約850人増加しており、社員一人当たりのGHG排出量に換算して比較すると2024年実績は2019年比で45%と半分以下の水準に削減できていることになります。

加えて、最近では、クライアントの案件でも環境問題に絡めたユニークなソリューションも生まれています (詳細は[ソーシャルプロジェクトのページ](#)をご覧ください)。



今後のアクション

― GHG排出の可視化から始めて着実に歩みを進める

当社では以前より、社屋移転の際に不要になった什器や備品を社員に譲ったり、お客さまにお出しするペットボトル飲料を紙パック製に切り替え、リサイクルを推進したりと、事業運営上の環境対策を進めてきました。今後は、事業分野別やプロセス別にGHG排出状況を可視化することを優先的に進めていく考えです。

また、社員の意識を高めていくことも同じく重要です。直近では、環境対策に詳しい著名人のトークセミナーや、欧州へのサーキュラーエコノミー視察を実施するなど、施策推進と意識醸成を並行して進めています。



ステークホルダーとの共創

― デジタル業界の脱炭素変革を目指して

地球環境の改善という人類共通の課題に向き合うためには、当社だけの取り組みでは限界があります。ステークホルダーと連携しながら、先進的なアイデアやノウハウを学び、デジタル業界全体に視野を広げて、施策を形にしていきたいと考えています。今後も進捗と成果を随時報告し、脱炭素の実現に向けて邁進してまいります。

透明性と信頼性を支えるコーポレートガバナンス

当社は電通グループの一員として、グループ共通のガバナンス指針やコンプライアンス基準を順守しながら持続的な事業発展を目指しています。取締役は8人（うち6人が社外取締役）で構成し、多角的な視点から経営を監督・助言するとともに、重要事項の意思決定にも主体的に関与しています。

また、執行役員制度を導入し、14人の執行役員が迅速かつ実効性の高い業務執行を担うことで、取締役は戦略立案や経営上の主要政策の決定に注力しながら、執行状況の監督を通じてガバナンスを強化しています。さらに、監査役2人の配置と会計監査人の選任により、財務報告をはじめとする内部統制の透明性を高めるとともに、グループ全体のリソースや知見を活用しながらリスク管理とコンプライアンスを徹底することで、ステークホルダーとの信頼関係の構築と企業価値の向上に努めています。

重要会議体

①取締役会

当社の経営上の重要事項を多角的な観点から審議し、中長期的な企業価値向上を目指して意思決定を行う機関です。社外取締役や監査役を含む多様な立場の意見を踏まえ、各規則および職務権限規程に基づいて審議・報告を実施しています。リスク管理やコンプライアンスを含め、透明性と説明責任を重視することで、ガバナンスの実効性を一層高めています。

②経営会議

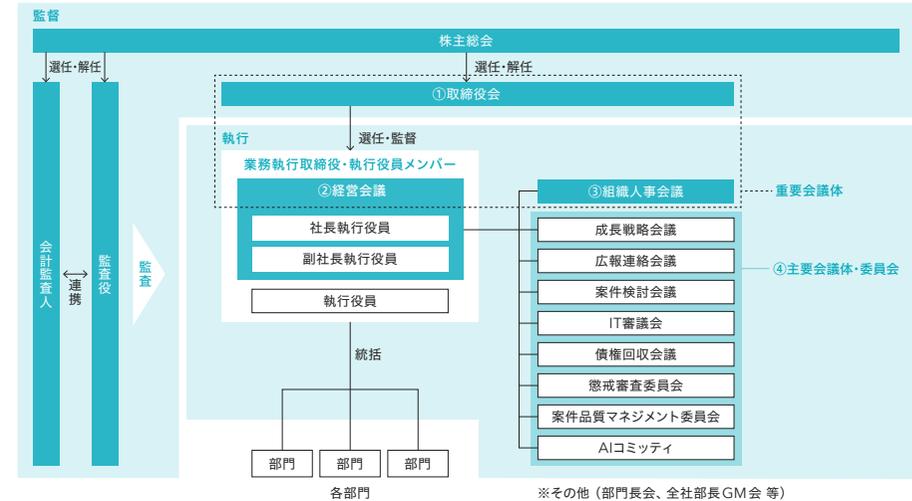
執行役員のうち取締役会で選任されたメンバーで構成され、日常的な経営課題や事業運営上の施策について審議・報告を行う会議体です。職務権限規程の範囲内で迅速かつ実効性の高い意思決定を行う一方、取締役会の承認を要する重要事項やリスクの高い案件については、適宜エスカレーションを実施しています。部門横断的な情報共有を促進し、経営全体の効率化と迅速な課題解決に取り組んでいます。

③組織人事会議

執行役員のうち取締役会で選任されたメンバーで構成され、組織改編や人事施策、管理職の登用など当社の人財戦略を検討する会議体です。各規則および職務権限規程に基づき、必要に応じた報告・審議を行い、多様な人材が能力を最大限に発揮できるよう、人財配置の最適化などを推進しています。

これら3つの会議体は、当社の意思決定やモニタリング機能を担う重要な仕組みとして相互に連携しながら運営されており、ガバナンスの実効性を高めるとともに、企業価値の持続的な向上に貢献しています。

電通デジタルのコーポレートガバナンス体制



④主要会議体・委員会

専門的な経営アジェンダや集中討議が必要なテーマについては、専門的な知見を有する社内メンバーで構成した主要会議体を設置して迅速な意思決定を行うよう取り組んでいます。以下に一部を紹介します。

成長戦略会議

当社の持続的な成長を支える週次の役員ディスカッションの場です。特定テーマについて多面的に議論し、その結果を施策に反映しています。これにより、変化の激しい業界で迅速な判断を実現しています。また、社内外の経営陣を招いて役員の研修の場としても活用しています。

案件品質マネジメント委員会

「ソリューション業務」および「システム開発案件」等の組織的な品質保証/アセスメントを実現するプロセスおよび規則により、提案段階からの品質保証リスクマネジメントを組織的に行うことで、安心して案件を遂行するための専門委員会を設置しています。

AIコミッティ

全役員が隔週で集まり、AIに関する情報共有や議論、意思決定を行う場です。議論内容は、タスクごとに各部門に共有され、戦略を検討・実行します。

多彩な専門知識と豊富な経験をもつ10人で構成

2025年7月末時点

氏名

瀧本 恒

Koh Takimoto
56歳

石川 圭介

Keisuke Ishikawa
50歳

北原 整

Tadashi Kitahara
57歳

綿引 義昌

Yoshimasa Watahiki
57歳

永江 禎

Tadashi Nagae
60歳

役職

代表取締役

取締役

取締役（非常勤）

取締役（非常勤）

取締役（非常勤）

経歴

1992年 株式会社リクルート入社
2000年 株式会社電通入社 インターネット・ビジネス局
2004年 株式会社電通イーマーケティングファン(出向)
2016年 株式会社電通デジタル 執行役員(出向)
2018年 同 取締役副社長(出向)
2020年 株式会社電通 デジタルイノベーション局 MD
2021年 同 デジタルビジネスセンター MD 兼 電通グループ デジタルビジネス推進オフィスファンクションリーダー
2023年 株式会社電通デジタル 代表取締役社長執行役員(現任)
日本広告業協会 理事(現任)

1999年 株式会社電通入社
同 第3MP局
2002年 同 関西本部第5営業局
2013年 株式会社電通国際情報サービス(出向)
2016年 株式会社電通 経営企画局 専任部長
2020年 株式会社電通グループ(出向)
株式会社電通デジタル 監査役
2022年 同 執行役員
2023年 同 取締役副社長執行役員(現任)
電通データアーティストモンゴル有限公司 取締役(現任)
2025年 dentsu Japan デビュティCFO(兼務)(現任)

1991年 株式会社電通入社
2010年 同 第16営業局 部長
2017年 同 第16営業局 局長補
2019年 同 第16ビジネスプロデュース局 MD
2022年 同 執行役員(現任)
株式会社電通デジタル 代表取締役
株式会社電通テック 取締役
株式会社電通ライブ 取締役
株式会社電通マーケティング株式会社 取締役(現任)
一般社団法人日本イベント産業振興協会 理事
株式会社電通プロモーションプラス 取締役
2023年 株式会社電通デジタル 取締役(現任)
株式会社CARTA HOLDINGS 取締役(現任)
一般社団法人日本インタラクティブ広告協会 理事(現任)
2024年 株式会社LIVE BOARD 取締役(現任)
株式会社電通プロモーションプラス 取締役
株式会社セプテーニ・ホールディングス 取締役(現任)

1990年 株式会社電通入社
同 東京本社 新聞局
2008年 同 新聞局 業務推進部プロジェクト・マネージャー
2009年 同 新聞局 中央部長
2013年 同 ビジネス統括局 計画部 専任部長
同 ビジネス統括局 顧客事業推進室 顧客マネジメント部長
2015年 同 ビジネス統括局 顧客事業推進室 専任局次長
2016年 同 ビジネス統括局 局長補
2017年 同 事業企画局長
2020年 株式会社電通グループ 電通ジャパンネットワーク 執行役員
株式会社電通 スポーツインターナショナル 取締役(現任)
2021年 株式会社電通ライブ 取締役(現任)
株式会社電通プロモーションプラス 取締役(現任)
2022年 株式会社電通グループ 電通ジャパンネットワーク 執行役員 社長補佐
株式会社電通コーポレートワン 取締役(現任)
株式会社電通名鉄コミュニケーションズ 取締役
株式会社電通 取締役(現任)
一般社団法人日本インタラクティブ広告協会 理事長(現任)
2023年 株式会社電通グループ dentsu Japan COO(現任)
株式会社電通デジタル 取締役(現任)
株式会社電通PRコンサルティング 取締役

1989年 第一生命保険相互会社入社
1999年 株式会社電通入社
2004年 同 法務室 企業法務部 部長
2011年 同 法務室 室長
2012年 同 法務マネジメント局 局長
2019年 同 持株移行準備オフィスMD
2020年 株式会社電通グループ エグゼクティブディレクター
2021年 株式会社電通スポーツインターナショナル 監査役
2022年 株式会社電通コーポレートワン 取締役副社長執行役員
株式会社電通デジタル 取締役(現任)
2023年 株式会社電通グループ グローバル・コーポレート・セクレタリー 兼 デビュティ・グローバル・ゼネラル・カウンセル(現任)

氏名

幸坂 知樹

Tomoki Kosaka
59歳

役職

取締役 (非常勤)

経歴

1988年 株式会社電通国際情報サービス入社
 2016年 同 戦略ビジネス推進本部長
 2019年 同 ビジネスイノベーション本部長
 2021年 同 執行役員 X(クロス)イノベーション本部長
 2023年 同 上席執行役員 X(クロス)イノベーション本部長
 2024年 株式会社電通総研 上席執行役員 X(クロス)イノベーション本部長 (現任)
 2025年 同 上席執行役員 経営戦略本部長 (現任)
 株式会社電通総研アシスト 取締役 (非常勤) (現任)
 株式会社電通総研IT 取締役 (非常勤) (現任)
 株式会社電通総研セキュアソリューション 取締役 (非常勤) (現任)
 株式会社電通デジタル 取締役 (非常勤) (現任)

高野 真行

Masayuki Takano
41歳

取締役 (非常勤)

2006年 株式会社セプテーニ入社
 株式会社プライムクロス(出向)
 2011年 株式会社プライムクロス取締役
 2013年 株式会社セプテーニ・クロスゲート 代表取締役(現任)
 2018年 Septeni Japan株式会社 取締役 セプテーニグループ グループ執行役員
 2024年 株式会社セプテーニ・データ・ソリューションズ 代表取締役(現任)
 セプテーニグループ グループ上席執行役員(現任)
 2025年 株式会社電通デジタル 取締役 (非常勤) (現任)

呉 鼎

Tei Go
40歳

取締役 (非常勤)

2010年 株式会社セプテーニ・ホールディングス入社
 株式会社セプテーニ(出向)
 2011年 株式会社セプテーニ・ホールディングス 経営企画部
 2019年 Lion Digital Global LTD Director (現任)
 2020年 株式会社セプテーニ・ホールディングス 経営企画部 部長
 2022年 株式会社セプテーニ・ホールディングス グループ執行役員
 2022年 Septeni Asia Pacific Pte. Ltd. Managing Director(現任)
 2023年 and factory株式会社 社外取締役 (監査等委員) (現任)
 2024年 株式会社セプテーニ・ホールディングスグループ上席執行役員(現任)
 コミスマ株式会社 取締役(非常勤) (現任)
 株式会社電通デジタル 取締役 (非常勤) (現任)
 2025年 株式会社セプテーニ・インキュベート 代表取締役(現任)

植村 祐嗣

Yuji Uemura
58歳

監査役

1989年 株式会社電通入社
 2006年 同 インタラクティブ・コミュニケーション局 クロスメディア部 部長
 2012年 同 デジタル・ビジネス局 局次長
 2015年 同 デジタル・ビジネス局 局長補
 2017年 一般財団法人日本インタラクティブ広告協会(常務理事)
 2021年 株式会社電通デジタル 監査役 (現任)

上地 龍彦

Tatsuhiko Ueji
60歳

監査役 (非常勤)

1988年 株式会社電通入社
 同 ラジオテレビ局
 1990年 同 築地第4営業局
 1998年 同 ラジオ局
 2006年 同 第12営業局
 2008年 同 第12営業局 専任部長
 2011年 同 プロジェクト・プロデュース局 専任部長
 2013年 同 ビジネス統括局 顧客事業推進室 専任部長
 2016年 同 監査室 グループ監査役部 専任部長
 2020年 株式会社電通グループ(出向)、電通ジャパンネットワークDJN監査役 チーム ディレクター
 2022年 株式会社電通コーポレートワン(出向)、監査オフィス DJN監査役部 ディレクター
 2023年 株式会社電通コーポレートワン、監査オフィス dJ監査役部 ディレクター(現任)
 株式会社電通北海道 監査役(現任)
 株式会社電通デジタル 監査役 (非常勤) (現任)
 株式会社電通プロモーションエンゲージ 監査役(現任)
 株式会社電通アニメソリューションズ 監査役(現任)

コンプライアンス意識の向上と相談窓口の強化

2024年度は、社員が安心して相談できる環境を整備し、ハラスメント防止とコンプライアンス意識の向上を図るための施策を実施しました。

相談窓口をリニューアル

社員が気軽に相談できるよう、入力が簡単な相談用フォームの設置やハラスメント関連相談窓口/コンプライアンス相談窓口をリニューアルしました。ハラスメント関連相談窓口において取り扱った相談件数を四半期ごとに社員に開示することで、社のハラスメント防止に対する姿勢を示しています。

管理職向けハラスメント防止キャラバンを実施

全社のマネージャーを対象にハラスメント防止キャラバンを実施することで、ハラスメントに対する意識向上を図りました。キャラバンでは、適切なコミュニケーションの取り方等を伝えるとともに、参加者との意見交換も行い、課題の把握に努めています。

コンプライアンス意識調査と相談窓口の周知

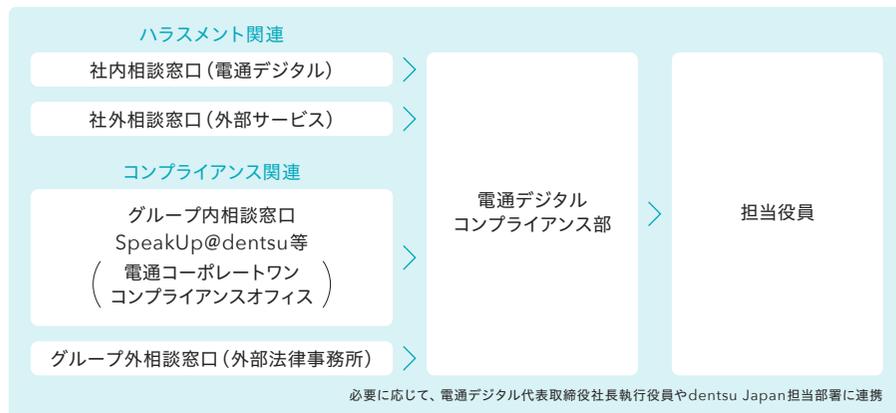
コンプライアンスリスクを事前把握するため、職場環境、出社率、勤務時間、社への要望などについて積極的なモニタリング活動（コンプライアンス意識調査）を定期的実施。あわせて、相談窓口へのアクセス周知を図りました。

研修一覧（2024年度dentsu Japan全社必須プログラム）

- ・電通グループ行動憲章
- ・労働関連法にのっとった適切な勤務管理のために 2024
- ・ハラスメント2024
- ・事例から学ぶコンプライアンス
- ・dJセクシュアルハラスメント等 研修 2024

電通グループ内部通報窓口「SpeakUp@dentsu」

電通グループ社内で法令違反が発生した場合の通報先として、「SpeakUp@dentsu」を設置し、専門窓口として対応しています。社内窓口に加え、社外窓口として弁護士事務所への通報も可能です。また、相談や通報を行った者が不利益を被らないよう、運用及び情報管理体制を整備しています。



包括的リスク管理プロセスと危機対応

電通デジタルでは、コーポレートガバナンス体制の下、経営目標の達成を阻害する将来の不確実な要因としてのリスクを最小化するとともに、これらを機会として生かすための様々な対応をしています。

リスク管理体制

コーポレート担当執行役員を管理責任者に置いた体制をとっています。経営上のリスクについて、リスク管理規則に則り、社長執行役員・副社長執行役員・執行役員が議論する経営会議にて審議しています。

リスク管理プロセス

リスク管理担当部署である法務部は、経営レベルでの重要な虚偽表示や不正のリスクを考慮しつつ、外部環境や経営資源、業務活動などの観点から顕在化する可能性のあるリスクを網羅的に識別します。

また、選定された重要リスクに関して、顕在化の予防及び顕在化した場合の影響の最小化のため、リスク所管部署を選定し、対応計画を整備します。

リスク所管部署は、リスク対応計画の整備にあたり、必要となるさまざまな資源を認識し、人財及び予算を確保した計画を策定します。リスク所管部署は、当該リスクに対応する全社員にリスク対応計画の周知・徹底を図り、モニタリングを実施し、当該状況については取締役会が行動の進捗を監視します。

リスクの種類と数

- 1 会社が法令違反を犯し、その法的な責任を問われたとき
- 2 会社において重大な労働災害が発生したとき
- 3 会社の故意、過失により、会社周辺の環境を汚染させたとき
- 4 火災、地震、風水害等によって、多大な損害を受けたとき
- 5 会社及び取引先の営業上きわめて重大な情報が外部に流出、漏洩したとき
- 6 システムダウン等による業務停止により取引先に損害を与えたとき
- 7 会社の知的財産権が不正に侵害されたとき
- 8 経営不安に関する事実無根の情報を流されたとき
- 9 テロリスト等によって、役員、社員やその家族が誘拐または殺傷されたとき
- 10 その他会社の存続にかかわる重大な事案が発生したとき

社員へのリスク管理研修

動画学習プラットフォーム上で、dentsu Japan全社員向けの研修動画の受講を義務付けています。

厳格な情報セキュリティ管理体制を整備

情報セキュリティ管理体制

電通グループでは、グループ内で保有もしくは取引先からお預かりした個人情報などを含む重要情報を守るため、「電通グループ情報セキュリティ基本方針」を制定するとともに、厳格な情報セキュリティ管理体制を整備しています。

当社は、情報セキュリティ・個人情報保護分野において、電通グループ(Dentsu-CSIRT)及びdentsu Japanセキュリティ事務局)と連携した管理体制を構築しています。DGS(Dentsu Information Security)・Pマークともに、役員を中心とした管理体制を確立、両マネジメントシステムの運用を情報セキュリティ事務局が担当、年1回以上運用を見直しています。

事故報告は発生・認識してから30分以内に指定した事故報告窓口への報告を義務付けています。事務局の判断で適宜Dentsu-CSIRT・保険会社・個人情報保護委員会及びPDECなどへ報告・連携します。

ISMS認証とプライバシーマーク付与認定の取得と維持

第三者認証としてISMSグループ認証(DGS)への参加、個社としてPマーク付与認定を取得しています。

社員研修

社員に対してはグループ提供動画研修を毎年3～4件程度実施、個社として全社研修(年1回以上)、中途入社者向け研修、新卒入社社員向け研修を実施しています。

ペネトレーションテストの実施

点検・監査は、DGS・Pマーク分野それぞれの領域で年1回以上実施しています。またグループ提供のペネトレーションテスト(脆弱性診断)とフィッシングメール攻撃対策訓練を年1回以上実施しています。

dentsu Japan × 電通デジタル 特別対談

グループ連携で実現する 次世代成長戦略

株式会社電通グループ 執行役
dentsu Japan CEO 兼
デピュティ・グローバルCOO
株式会社電通 代表取締役 社長執行役員

佐野 傑

株式会社電通デジタル
代表取締役社長執行役員

瀧本 恒

AIやデジタル技術の進化が加速する中、dentsu Japan は統合的な成長戦略によって企業価値と社会価値の創出を目指しています。dentsu Japanのビジョンと電通デジタルの役割について、dentsu Japan CEOの佐野 傑氏と、電通デジタル 代表取締役社長執行役員の瀧本 恒が対談しました。

—— dentsu Japanが目指す成長戦略について、お聞かせください。

佐野 我々dentsu Japanは、「真のIntegrated Growth Partner」として広告やマーケティングを超え、顧客と社会の成長と活気を共に創り出す唯一無二の存在になりたいと

考えています。この言葉には、複雑化・高度化する企業課題から本質的課題を発見し、共に汗をかき、場合によっては一緒にリスクを背負うパートナーとして、統合的なソリューションをご提供したい、という思いを込めています。

いま、AI技術の飛躍的な進化やデータ活用の深化によって、かつてない変革期を迎えています。我々dentsu Japanは、

価値提供領域をMarketing (AX & CX)・Transformation (BX & DX)・Content (Sports & Entertainment)と定めており、私たちはこのサービスのすべてにAIを活用し、アップデートするための戦略的かつ包括的な活動も開始しています。ただ、テクノロジーの進化は大いに活用しながら、人にしかできない“クリエイティビティや伴走力”を掛け合わせることが重要だと考えています。私たちはよく『右脳と左脳の掛け算』という表現を使うのですが、コンサルのようなロジカル思考(左脳)とクリエイティブ思考(右脳)の両軸でプランニングできることが私たちの強みであり、dentsu Japanにはそれができる人財が揃っています。

—— dentsu Japanの方針に沿って、電通デジタルではどのような取り組みを推進しているのでしょうか?最新の実践例や成果についてお聞かせください。

瀧本 dentsu Japanの方針を受けて、電通デジタルでもまさに、AIの活用に注力しています。広告運用やデータ分析の自動化はもちろん、クリエイティブ提案や顧客接点の最適化までAIを導入することで、生産性の向上と提案力の強化を実現してきました。当社プロダクト「∞AI」シリーズの機能拡張を進めることで、電通デジタルおよびdentsu JapanのAI活用をドライブしたい考えです。

佐野CEOの話にもありました通り、クライアントの課題はますます複雑になっています。そんな環境下で、クライアントの現場に電通デジタル社員が「駐在」して、事業成果

をともにつくっていく“伴走型”の取り組みも増えています。駐在を経験した社員は、クライアント側の視点も身につけ、短時間で飛躍的に成長するなど良い効果がうまれています。

加えて、メディア、クリエイティブといった従来の枠を超えた“統合型ビジネスプロデュース”も広がっています。電通デジタルのスペシャリストチームがクライアントと同じ目線で課題を共有しながら、AIと人の知見を融合させた施策を、企画構想からエグゼキューションまで一気通貫で推進することで、クライアントの事業成長と新たな顧客基盤構築に貢献する事例も出ています。

——さらなる進化を見据えて、dentsu Japan全体での人財育成方針についてはどのようにお考えでしょうか?

佐野 dentsu Japanの最大の財産は間違いなく人であり、人財こそが競争力と差別化の源泉です。多様な人財を採用し、その能力を伸ばし、最大限に発揮してもらえる環境を作ることを、dentsu Japan全体で注力しています。具体的な人財育成施策の一例として、「dJオープンキャリアプログラム」というdentsu Japan横断の出向型公募を2024年度から実施しました。これは、社員が手を挙げ自らの意思で挑戦できる、dentsu Japan内マッチングによる2年間の出向プログラムで、2025年度は、電通デジタルを含めて25社が参加しています。これまで培ってきた知見・スキルと、出向先での経験との“掛け算”によるグループ組織の競争力向上を目的としています。2024年度合格の

出向者からも、自身の成長を実感し、今後のキャリアに役立つと感じている、とポジティブな声が多数出ており、手応えを感じています。





には数多くのクライアントとの仕事という実践機会があり、研修で培った学びの上に、実践を積み重ねています。これにより、個人の、そして組織の持続的な成長に繋がると考えています。

別の例としては、将来のDX人財育成に向けて、複数の大学でDXをテーマにした寄附講座を行っています。クライアントと一緒に学生に最新事例を伝える活動です。電通グループならではの、社会を変える視座を持って、時代の変化に向き合う“質の高い”人財育成をこれからも積極的に進めます。

—— dentsu Japanとして電通デジタルに期待することは何でしょうか？

—— 電通デジタルとして実践している育成施策や、今後考えている新たな施策について教えてください。

瀧本 電通デジタルは、業界随一のプロフェッショナル集団となるべく、キャリアオーナーシップを大切にしたい人財育成を行っています。AI・データサイエンス分野を例にとると、AIスキル認定制度の導入やEラーニングなどの研修の拡充、関連資格取得の支援など、社員の自発的な学びを支え、成果を可視化するための環境整備を進めています。社員に対する教育投資を年々増やしており、今後も人財への投資を拡大していきます。

ただし、人財が育つのはやはり実践です。電通グループ

佐野 まずは、電通デジタルの更なる成長です。電通デジタルが今後も自らの専門性とアセットを磨き続け、日本だけでなく世界各地でデジタルマーケティングの旗頭として牽引してくれることを強く期待しています。また、電通デジタルが持つ先進的な知見やアセット、AI活用を、dentsu Japan全体に拡張・横展開する中核的役割も担っていただきたいです。結果的に、dentsu Japan全体の強みが掛け算で活性化され、その相乗効果で顧客への価値創出を最大化していただきたいです。

—— 瀧本社長はdentsu Japanからの期待をどのように受け止め、どのような取り組みやdentsu Japanとの

連携を考えていますか？

瀧本 大変心強く、責任も感じています。電通デジタルの強みを最大限伸ばすと同時に、それをグループ全体へ波及させる“起点”となれるよう、dentsu Japanとの日常的な連携・協業を一層進めていきます。具体的には、競争力あるテクノロジーの開発やAIに関わる専門人財の育成を通じて、dentsu Japanの付加価値向上を目指していきます。また、dentsu Japanのネットワークの組み合わせで、我々だけでは生み出せない新しい価値、クライアントとの新しい関係をつくっていききたい。デジタルの普及で世界はよりつながっていきます。グローバルクライアントの相談も日々増えており、今後はさらに日本発のイノベーションを多く、世界に向けて届けていく——それが“統合”の真の価値だと考えています。

佐野 今後も電通デジタルとともに、dentsu Japanの枠を越えた協働を進め、ステークホルダーの変化と期待を超える価値を創出していききたいと思います。

瀧本 新しいチャレンジの連続になると思いますが、一丸となって、これからの国内外のマーケティングをリードしていきたいです。



Company Information

企業情報

- 51 執行役員一覧
- 52 財務・非財務ハイライト
- 53 受賞・認定
- 54 会社・株式情報

執行役員一覧



瀧本 恒
社長執行役員



石川 圭介
副社長執行役員



杉浦 友彦
副社長執行役員



小林 大介
副社長執行役員



三田村 淳
執行役員



池田 純一
執行役員



長谷川 潤
執行役員



山田 健
執行役員



岡田 祐輔
執行役員



吉岡 真
執行役員



安田 裕美子
執行役員



山本 覚
執行役員
CAIO (最高AI責任者)



大村 雄志郎
執行役員



田邊 達也
執行役員

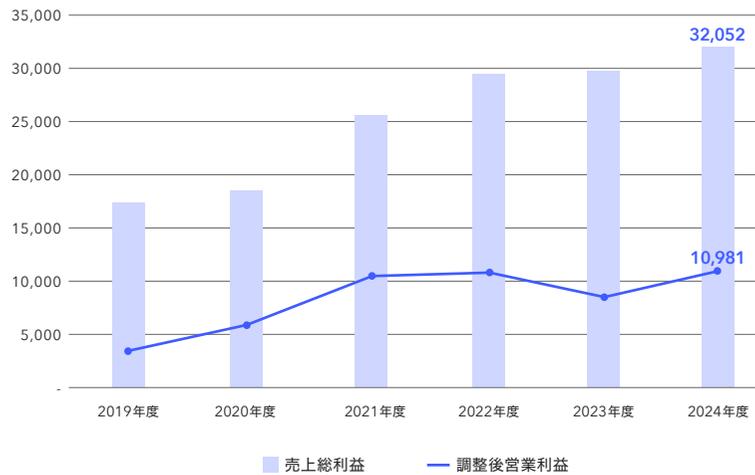
財務情報

(単位：百万円)

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
収益	29,354	33,881	47,025	54,537	55,697	62,743
売上総利益	17,295	18,499	25,905	29,474	29,864	32,052
営業利益	3,928	5,509	8,850	9,353	6,991	9,629
調整後営業利益	3,923	5,533	10,248	10,517	8,246	10,981
当期純利益	2,798	3,840	6,090	7,270	4,715	6,877

売上総利益と調整後営業利益

(単位：百万円)



調整後営業利益：営業利益から買収行為に関連する損益及び一時的要因を排除した、恒常的な事業の業績を測る利益指標

非財務情報

項目	2024年度末時点
従業員数	2,558人
平均年齢	33.8歳
新卒採用者数	111人
キャリア採用者数	116人
外国籍従業員数	71人
障害者雇用率	2.56%
女性比率	42%
女性管理職比率	24.5%
平均勤続年数	4.1年
月平均法定外労働時間	13時間01分
年次有給休暇の平均取得率	62.8%
育児休業取得率	女性 100% 男性 102.9%*
育児休業平均取得日数	女性 317日 男性 49日
女性育休復帰率	100%

*育児取得率は[当該年度育休を取得した従業員数/当該年度配偶者が出産した従業員数]

当該年度に出生があった男性従業員を分母とするのに対し、分子には当該年度に育休を取得した男性従業員に加え、前年度に出生があり育休を初めて取得した男性従業員も含めるため、100%を超える場合があります。

従業員数

(単位：人)



設立以来、多くの分野で外部評価を獲得

ビジネス貢献

- 「SmartNews Ads パートナー プログラム」にてCCIと共同で最上位「Diamond」を2年連続で受賞
- 「LINEヤフー Partner Program」にて「Technology Partner」コミュニケーション部門と「Sales Partner」の最高位「Premier」認定
- 「TikTok for Business Japan Agency Awards 2025」の「Growth Sales」部門「Best Branding Award」を含む複数賞を受賞
- IAS主催「IAS AWARD 2024」の「Agency of the Year」にて3年連続最高位「ゴールド」受賞
- 「Microsoft 広告パートナープログラム」にて最上位「エリート」クラス認定
- Braze主催「Braze Torchie Awards 2025」にて「Academy Growth of the Year」を受賞
- Pinterest主催「PinPro Award 2024」 「Agency Top Sales部門」の最優秀賞「Platinum」受賞
- Campaign Asia-Pacific主催「Agency of the Year Awards 2024」の「Japan Digital Innovation Agency of the Year」部門で銀賞受賞
- 「Meta Agency First Awards 2024」にて最優秀賞「Agency of the Year」受賞
- 「LINEヤフー Partner Program」にて2024年度下半期のSales Partner「Premier」認定および認定バッジ「Ads Operation Badge」取得
- 「AWSセレクトティアサービスパートナー」の認定取得
- 「LINE ヤフー Partner Program」にて「CX Partner」に認定
- 「Microsoft 広告 Agency Award 2024」の「Agency of the Year」にて「Silver」および「Netflix Award」を受賞
- 「Rokt Agency of the Year Awards 2024」にて「Conquer New Frontiers Award (革新プロジェクト賞)」を受賞
- 「LINEヤフー Partner Program」にて2024年度上半期のSales Partner「Premier」認定および認定バッジ「Ads Operation Badge」取得
- TikTok for Business主催「TikTok for Business Japan Awards 2024」 「Agency Category」にて「Gold Award」受賞
- 「Braze Torchie Awards 2024」にて「Rising Star of the Year」を受賞
- アクイア主催「2023 Partner Awards」にて「Partner Advocate of the Year」を受賞
- 「Salesforce Japan Partner Award 2024」にてPartner Award「Regional Best Partner of the year 東日本」を受賞
- ブレイド主催「KARTE Partner Award 2024」にて「Partner of the Year」を受賞

クリエイティブ

- 「カンヌライオンズ2025」にて2部門でゴールドを受賞
- 「D&AD Awards 2025」にてYellow Pencilを受賞
- 「The One Show 2025」の3部門でゴールドペンシルを受賞
- 「The Clio Awards 2025」にて2つのグランプリを獲得
- 「Spikes Asia 2025」にて2つのゴールドを受賞
- 石塚 啓が「2024年クリエイター・オブ・ザ・イヤー賞」のメダリストに選出
- 香月 彩希が「Design Masterprize」のポスター部門でWinner受賞
- 「2024 64th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」にてブロンズ1件受賞、ファイナリスト1件選出
- 制作広告が日本初開催「Spotify Hits 2024」の「ベストマルチフォーマットキャンペーン (Sound & Story)」賞を受賞
- 制作広告が「第15回中日新聞社広告大賞」の「読者が選ぶ東京新聞広告賞 部門賞・社会インフラの部」を受賞
- 「ヤング・クリエイティブ・アジェンダ2024」にてグランプリおよびアテンディー賞を受賞
- 「The One Show 2024」にてブロンズペンシルおよびメリットを受賞
- 宣伝会議 月刊『ブレーション』主催「BOVA」の協賛企業賞受賞およびファイナリスト選出
- AI画像処理を用いたソーシャルプロジェクト「TEHAI」が「2021年度グッドデザイン賞」を受賞

個人

- 鈴木 崇太が第54回JAAA懸賞論文「論文」の部で銅賞受賞
- 東京大学AIセンターとの共同研究論文「拡散モデルの潜在表現を用いた画像編集技術」が国際的な学会「WACV 2025」のワークショップに採択
- 石川 隆一が国際的AIコンペティション「Child Mind Institute — Problematic Internet Use」(Kaggle)で銀メダルを受賞
- 村田 秀樹が国際的AIコンペティション「LLM Prompt Recovery」(Kaggle)で金メダルを受賞
- 福島 ゆかりが「Google Cloud Partner Top Engineer 2024」に選出

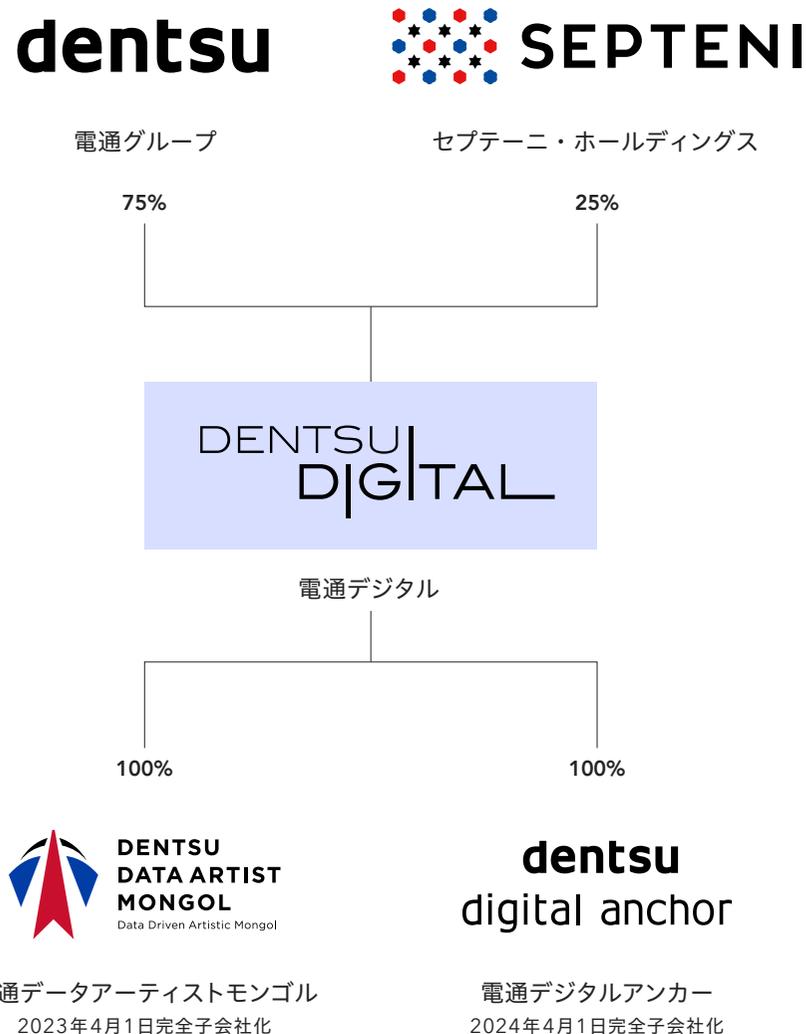
サステナビリティ

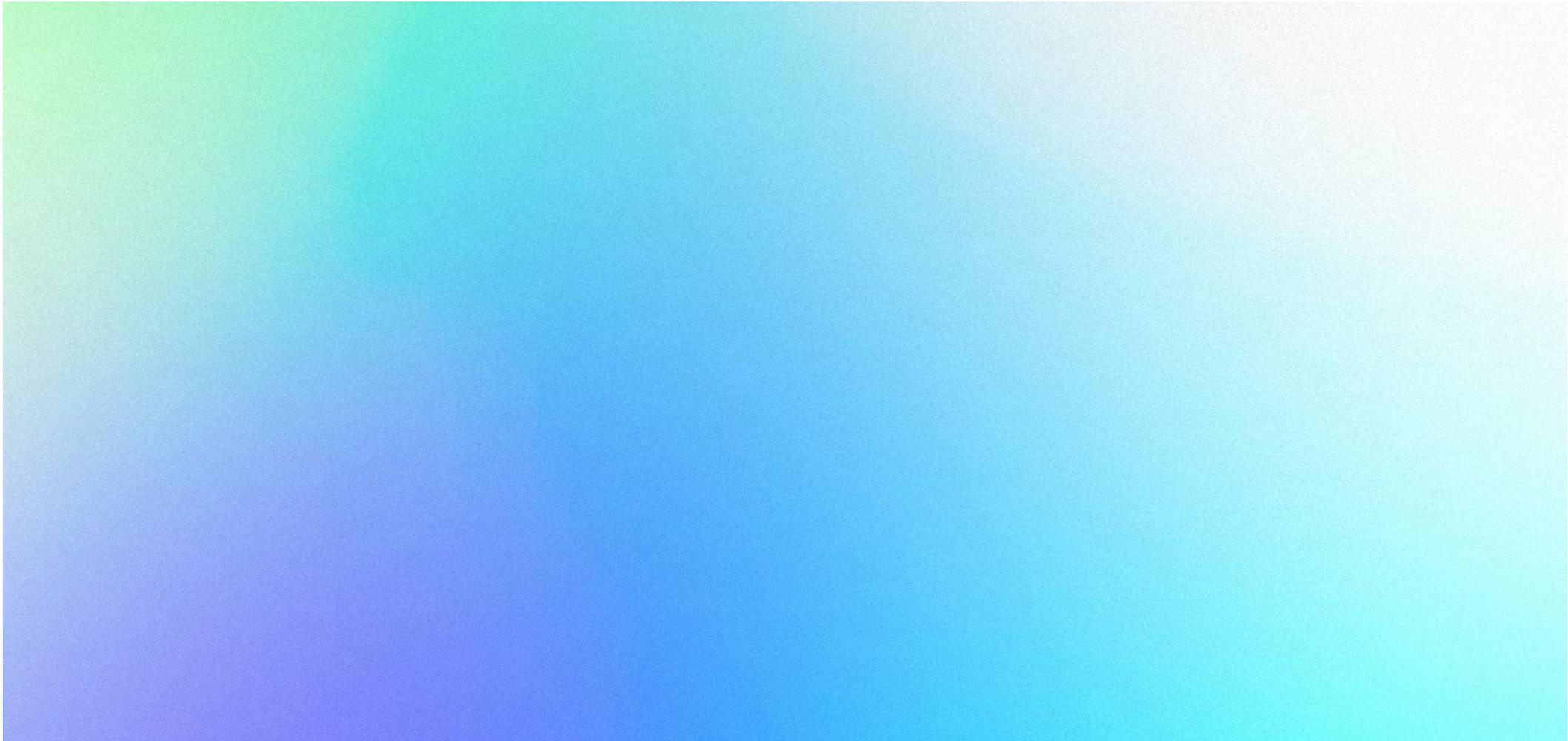
- 「マイナビ転職 BEST VALUE AWARD」にて「キャリア支援優良企業賞」受賞
- LGBTQ+などに関する取り組みの評価指標「PRIDE指標2024」で最高評価「ゴールド」を3年連続受賞
- 子育てサポート企業として「くるみん認定」を取得
- 第35回日経ニューオフィス賞にて「経済産業大臣賞」を受賞

会社概要

会社名	株式会社電通デジタル
英文表記	Dentsu Digital Inc.
会社設立	2016年7月1日
本社所在地	東京都港区東新橋1-8-1
代表者	代表取締役社長執行役員 瀧本恒
事業概要	クリエイティビティとテクノロジーを活用した、デジタルマーケティングやDXによる企業の「成長と変革」を支援
資本金	4億4,250万円
従業員数	2,558人(2024年度末時点)
子会社	電通データアーティストモンゴル有限会社 株式会社電通デジタルアンカー
主要株主	株式会社電通グループ 75% 株式会社セプテーニ・ホールディングス 25%

株式情報





DENTSU
DIGITAL