

博報堂DYホールディングス 「Integrated Report 2020」を公開

公開日:2020/11/17

博報堂DYホールディングスは、「Integrated Report 2020」(統合報告書 2020)をホームページで公開しました。

▽Integrated Report 2020 (和文／英文)

※和文リンク先 <https://www.hakuhodody-holdings.co.jp/ir/library/ar/>

※英文リンク先 <https://www.hakuhodody-holdings.co.jp/english/ir/library/ar/>

当社グループは、持続的な成長と企業価値の継続的な向上の実現には、利益成長とともに、事業を通じた社会課題解決への取り組みが重要だと考え、2018年3月期より統合報告書を発行しています。



(左)表紙 (右)トップメッセージ P4～11

投資家・株主をはじめとするステークホルダーの皆様に、当社グループについての理解をより深めていただくために、統合報告書の構成やデザイン等をリニューアルし、中長期的な価値創造を実現する成長シナリオ(エクイティストーリー)を「トップメッセージ」でご説明いたします。

当社のサステナビリティゴールである「生活者一人ひとりが自分らしく、いきいきと活躍できる社会の実現」の在り方が大きく変わる時代を迎えており、クリエイティビティの力を発揮し、よりよき未

来を描いていくことが当社グループとしての役割であると考えます。

本レポートでは、「クリエイティビティと統合力」「グループのデジタルメディア戦略」「コーポレートガバナンス」などをテーマとした役員・社員のインタビューや対談・座談会特集を通じて、中長期的な価値創造モデルや取り組みについて詳しくお伝えしています。

クリエイティビティの領域はどんどん拡張している

今泉：当社グループの価値創造の競争力の源として、「クリエイティビティ」を大きく構成いますが、まずは「クリエイティビティとは何か?」というテーマで話を始めましょうか。

■前：高い価値をみ出すクリエイティビティは、彼らのコアコンピタンスは、今まで創造力を伸ばす議論で発展されてきたわけですが、クリエイティビティというものはもっと多様な価値を秘めているんです。「面白い」や「面白さ」を重視する議論で優秀な能力を発揮できるんです。最近はニーズの複雑化で、さまざまな議論で優秀な能力を発揮できるんです。商品やサービスの開発、事業の開拓、会員獲得の戦略などにクリエイティビティが求められています。企業経営においてもクリエイティビティが求められていますよね。それは我々にとって大きなチャンスになります。だから日本では、広告業界から始めて大きな機会の入り口で「创意」を磨くことを発展させること、そこには新しいビジネスを作っていくことだと思います。

今泉：皆さんにはクリエイティビティをさまざまな場面で発揮してもらいます。クリエイターだけでなく、クリエイティブマーケティング担当者も含め、博報堂DYグループのクリエイティビティは、新しいビジネスを開拓できる可能性があるということですか?

■中：もちろんそうです。クリエイティビティは、企業の成長を支える力。本格的な議論でも肩に任んでみれば、「奥の手」で大きな価値を生み出せるよ、みたいな感覚で能力を発揮できるんですね。

■後：彼らが企画を作成するプロセスの中、アイデアを繋ぎ合って、最後に「ついで」で企画に吸収する動画等、複数のクリエイティブとの仕事の中で、しかも非常に柔軟なレベルで创意的に行なう事であります。企画を合せるための柔軟な力が「生産性発揮」として大きな差別化になっているのです。そういう環境の中でクリエイティブな部署になっているので、商品・サービスの開発や社会課題解決まで幅広いシーンで役に立てる存在になれると思います。

■前：では、博報堂DYグループならではのクリエイティビティの特徴としては、どのように捉えたらいいですか?

■中：やはり、創造者意識がベースにあることだと思います。

■後：人がそのシチュエーションに置かれたときどう感じるのか、創造的と考えて行動をデザインできるスキルは色々な部署にも磨いていることが多いです。もちろん、いろんなサービスが

Integrated Report 2020 / Value Creation

商品やサービスの開発、
事業の開拓、
社会課題の解決などに
クリエイティビティが必要と
されている(図)

博報堂DYグループのクリエイティビティの特徴とは

今泉：では、博報堂DYグループならではのクリエイティビティの特徴としては、どのように捉えたらいいですか?

■中：やはり、創造者意識がベースにあることだと思います。

人がそのシチュエーションに置かれたときどう感じるのか、創造的と考えて行動をデザインできるスキルは色々な部署にも磨いていることが多いです。もちろん、いろんなサービスが

30

31

〈特集〉Dialog 01: 博報堂 DY ホールディングスのクリエイティビティとは P30~35

また、持続的な成長を実現していくための「博報堂DYホールディングス マテリアリティ」を今年度新たに特定しています。当社グループのESGおよびSDGs達成に向けた具体的な取り組みとその進捗内容とともにご紹介いたします。

サステナビリティの考え方とマテリアリティ

マテリアリティの特定プロセス

2017年3月期	CSRの観点で、武志事業部社員が抱くSDGs達成に向けたマテリアリティを特定
2018年3月期	博報堂において各事業領域の責任者によるワークショップ、ボードメンバーによるディスカッションを行い、経営・事業活動の観点を加えてマテリアリティの見直しを実施
2019年3月期	博報堂において、新規事業開拓の実現及び社員の成長を推進し、社長と各事業領域の責任者による検討を行い、マテリアリティの見直し実施
2020年3月期	「博報堂DYホールディングス マテリアリティ」を特定

博報堂DYホールディングス マテリアリティ特定の流れ

Step 1	SDGsや国連グローバル・콧バット、ISO26000、GRIスタンダード等の国際的な指標や、幅広いステークホルダーの観点と、企業のインパクトの観点の双方を考慮
Step 2	博報堂DYグループの各会員会社下に、グループ会社の経営企画部長が参加するワーキンググループを設置し、会員会員を主なリストで構成について協議・検討
Step 3	各グループ会社の経営層と外部有識者のステークホルダーとの意見交換を実施
Step 4	博報堂DYグループが会員会員への報告・検討
Step 5	取締役会での承認を得て、新たなマテリアリティを制定

なお、新型コロナウイルス感染症の影響は、企業経営や様々なステークホルダーに及んでおり、今後もマテリアリティへの考え方を改めてまいります。

Integrated Report 2020 / 45G

SDGsの取り組み

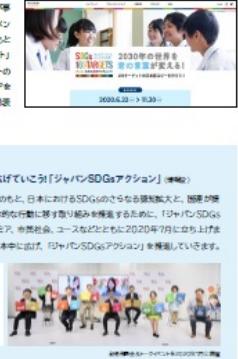
博報堂DYグループは、国連開発機構、国際機関、企業、団体、NPO、NGO、市民社会等の様々なステークホルダーと協働し、SDGsの達成に向けた取り組みを様々なステークホルダーと連携して実施しています。SDGsの17目標の日本版ナレッジカードは、国連公報センター協力、国連開発機構、NGO、JICA、外務省と連携し、グローバル・可想而けるSDGsの活動として博報堂が2014年に制作いたしました。

国連は、SDGs達成に向けた具体的な取り組みを実施された時に「行動の10年」を2020年1月から開始し、日本において多くの人がSDGs達成に向けた具体的な動きを始めています。そこで、子供たち、学生たちが世界中にSDGsが日本で実現していくことを学ぶことを目的に、世界の課題を自分探しし、日本に対する具体的なアプローチを実現していくことを目的として、SDGs169ターゲットアコニ日本版制作委員会を立ち上げ、SDGs169ターゲットアコニ日本版制作委員会より企画の「SDGs169ターゲットアコニ日本版制作プロジェクト」を2020年6月からスタートしました。SDGsの169ターゲットの実現カードをかわいく作成した日本オリジナルのアイデアを2020年6月より全国の小学生から募集し、2021年春に実現予定です。

TOPICS

民間青年が一體となってSDGsのアクションを広げていこう!「ジャパンSDGsアクション」(PR)

博報堂は、官民のあらゆるステークホルダーの参画のもと、日本におけるSDGsのさらなる実現強化と、国連が提唱するSDGs達成に向けた「行動の10年」として具体的な行動に移す取り組みを実施するために、「ジャパンSDGsアクション推進協議会」を政府、企業、アカデミア、市民社会、団体などとともに2020年7月に立ち上げました。民間青年が一體となってSDGsのアクションを日本中に広げ、「ジャパンSDGsアクション」を実現してまいります。



お問い合わせ: 博報堂DYホールディングス グループ広報・IR室 吉野・多田 (03-6441-9033)