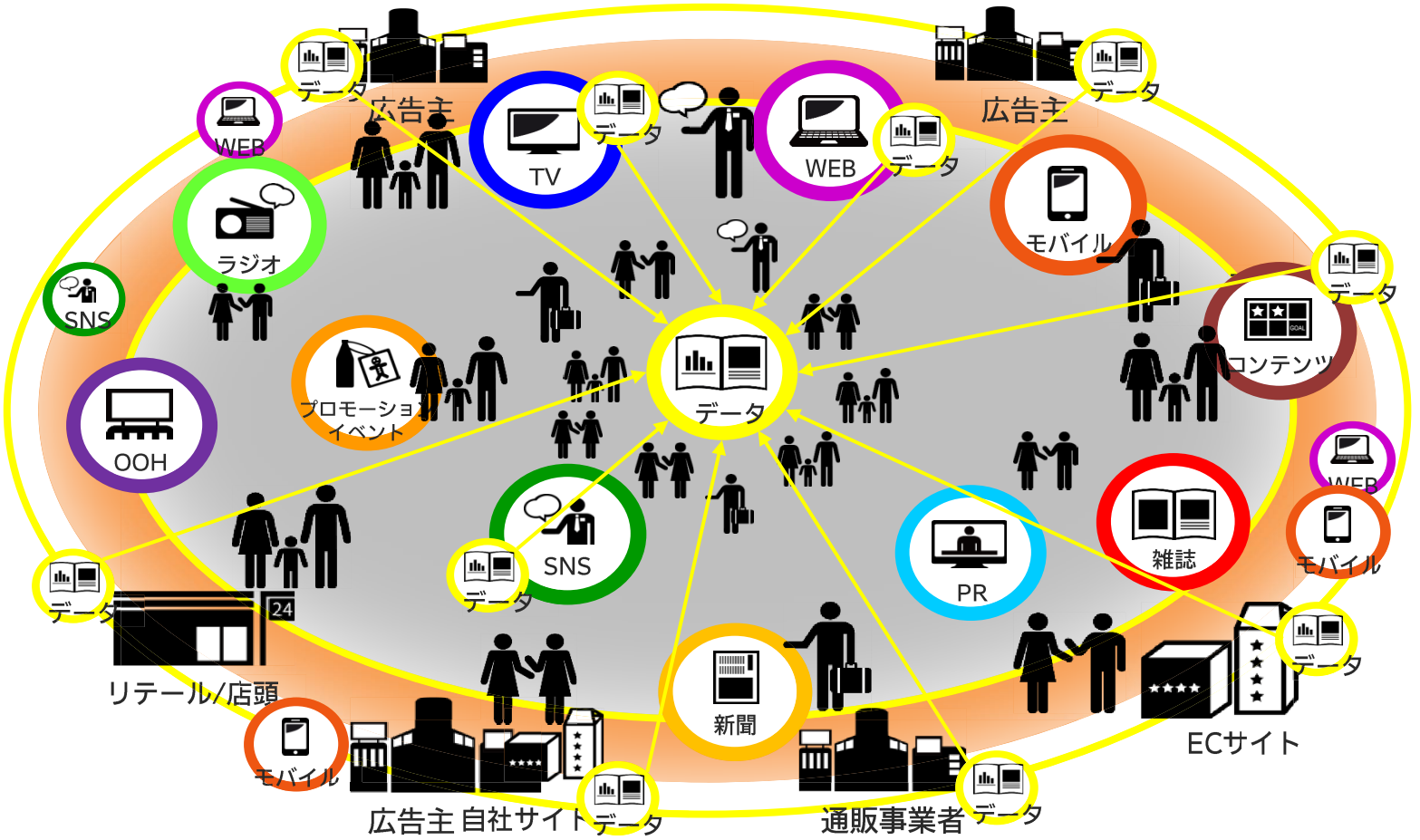
マクロ視点で見た成長機会

②マーケティング・コンバージェンスの進展

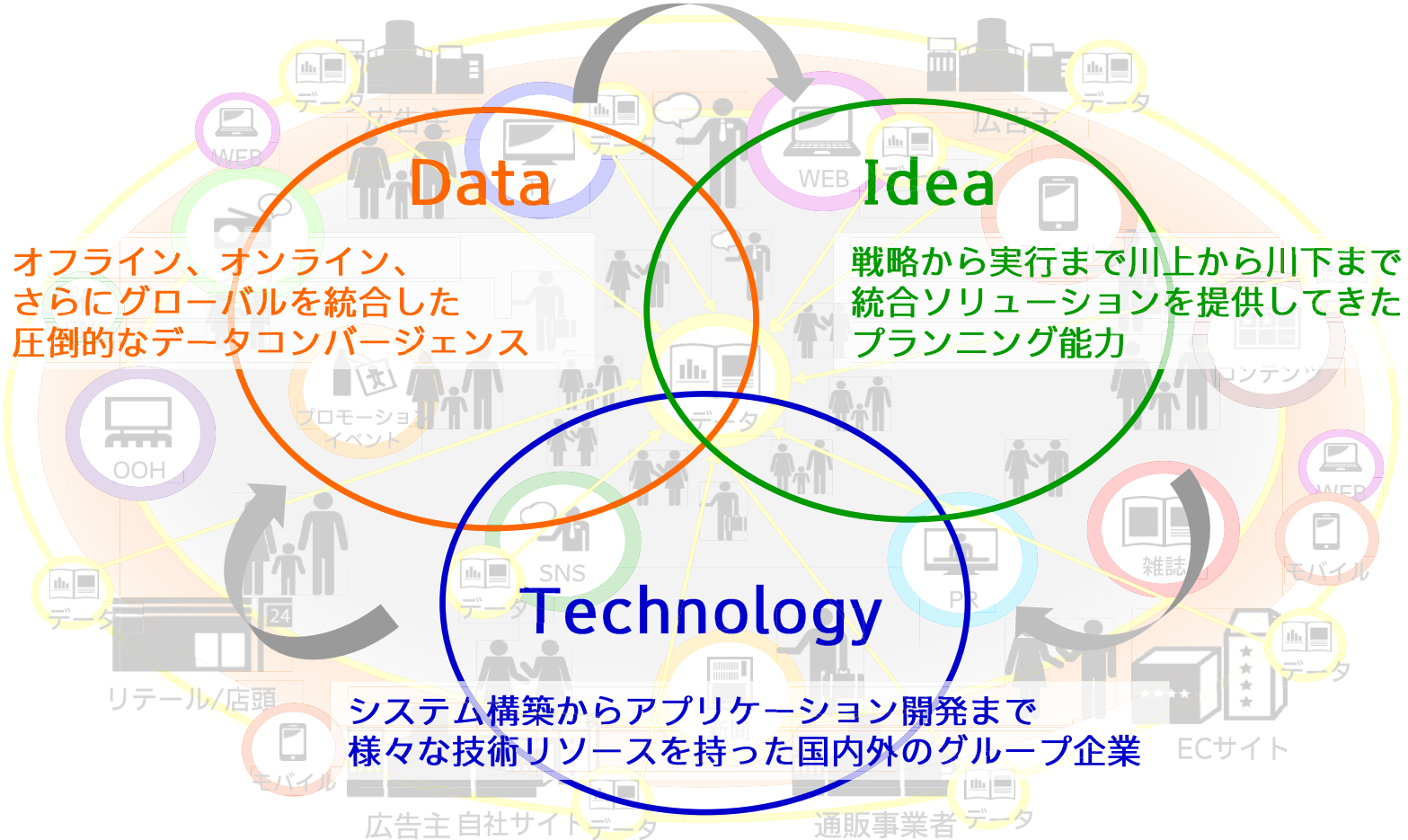
データで繋がる水平系＆循環型＆複雑系のマーケティングエコシステム



マクロ視点で見た成長機会

②マーケティング・コンバージェンスの進展

電通グループの競争力である「統合力」はより大きな価値を持つ



Dentsu 2017 and Beyond 我々が目指すゴール

マーケティング・コンバージェンスをリードする
真のグローバルネットワークへの進化
Innovation×Reinvention

マーケティング・コンバージェンスによるInnovationをリードし
あらゆる顧客の企業価値向上に資するReinventionを実現する
世界で最も先端的なグローバルネットワークとなる

Dentsu 2017 and Beyond　4つの戦略骨子

1 グローバルでのポートフォリオ多極化

2 デジタル領域の進化と拡大

3 ビジネスプロセスの革新と収益性の向上

4 コア・コンピタンスである日本市場での更なる事業基盤強化

1 グローバルでのポートフォリオ多極化

①顧客基盤の拡充

電通、Aegisグループ双方が確立している顧客資産の活用

- 電通の基幹顧客である日本企業の海外展開
- Aegisの基幹顧客である海外企業の日本展開
- グローバル企業のワールドワイド展開

既存グローバルクライアントとの取引拡大・進化

- 取引地域の拡大
- アップセルを通じた取引サービス領域の展開
  （クリエーティブ、デジタル、メディアなど）

電通が持つコンテンツを起点としたビジネスの拡大

- Aegisグループをプラットフォームとした
  「良質かつ豊富な日本のコンテンツ資産」
  「電通が誇るスポーツコンテンツ資産」
  のグローバルへの拡大・展開による顧客獲得

1 グローバルでのポートフォリオ多極化

②地域戦略

北米

- 世界最大の広告市場であり、GDPベースでも安定成長が期待される
- グローバル企業の拠点も数多く存在。顧客基盤拡充に直結する重要市場と位置付け、既存ネットワークの連携強化によるシェア拡大に注力

アジア・新興国

- 高い市場成長の取り込みを実現する事業基盤拡充にむけ M&Aを通じたスケールおよびリーディング・ポジションの確保に注力

日本・西ヨーロッパ

- 既に確立されている確固たる事業基盤を維持・強化するため更なる収益性向上に取り組む
- 既存事業の維持・強化に加え、従来型広告ビジネスに止まらない新たな成長機会の創造・獲得に注力

2 デジタル領域の進化と拡大

①マーケティング・コンバージェンスをリードする競争力の強化

デジタル収益の拡大によるトップラインの持続的成長

- データ解析力、PDCAの強化による新たなクライアント層の開拓
- M&Aを含むグローバルベースでのサービスネットワーク整備
- マーケティングROI、統合アトリビューションに基づく新しい収益モデルの確立

デジタルビジネスの収益性向上

- テクノロジーやグループリソースを活用したオペレーション効率の向上
- Aegisグループのプラクティス援用による高付加価値化

先端テクノロジーの開発・獲得

- Aegisグループとのナレッジ共有、機能集約などを通じたR&Dの高度化とスケールを活かした効率化
- パートナー企業との連携強化
- M&A・投資による外部リソース（データやテクノロジー）の取り込み

2 デジタル領域の進化と拡大

②マーケティング・コンバージェンスを契機とした新たなビジネスの創造

既存メディア・コンテンツホルダーの新収益源開発サポート

- マーケティング・コンバージェンスを前提とした既存メディア、コンテンツの新たなバリュー、プレゼンス構築支援
- インテリジェンスやデータギャザリングにおける協働体制の構築

モバイルの進化に対応した新たなソリューションの開発

- モバイルを中心とした新しいデバイス/サービスにおけるコミュニケーション＆セールスプラットフォームの開発と収益化

AD to Commerce

- コミュニケーションから販売までを一貫・統合してマネジメントするサービスの提供
- PR/コミュニティマネジメントなど、消費者のライフタイムバリュー最大化に向けたクライアントのEC/CRM活動支援
- 新たなマーケティング導線の開発による送客サポート

3 ビジネスプロセスの革新と収益性の向上

Aegis買収を契機としたビジネスプロセス全体の効率化

- グローバルベースでの柔軟なリソースマネジメントと
  コストコントロールの実現

関係会社の統合・再編も含めたグループ全体でのバリューチェーン再構築

- グループ総体としての付加価値創出力最大化に向けた
  顧客へのソリューション提供体制の抜本的見直し

保有する資産の見直し・圧縮の推進

4 コア・コンピタンスである日本市場での更なる事業基盤強化

既存事業の収益力強化によるオーガニック成長の持続

- マスメディアビジネスの競争力・収益力の維持・強化
- 「データ」「アイディア」「テクノロジー」の統合力を
  ドライバーとしたシェア拡大

従来の広告ビジネスを起点としたサービスドメインの拡張

- 日本市場における豊富な顧客・パートナーを基盤とした
  新成長領域の創造、深耕と収益源の多様化
- EC/CRM支援ビジネスなど、マーケティング・コンバージェンス領域の
  ロールモデル確立とグローバルへの展開

構造改革の加速

- 前述「ビジネスプロセスの革新と収益性の向上」実現に向けた
  最重要市場として位置づけ、更なる構造改革を断行
- 新人事制度導入をはじめとした人材活用・リソース投下の改善

Dentsu 2017 and Beyond　経営目標ガイドライン

	2017年度
売上総利益 オーガニック成長率	3%-5% （2012-2017年度CAGR）
売上総利益 海外事業構成比	55%以上 （2012年度単純合算44%）
売上総利益 デジタル領域構成比	35%以上 （2012年度単純合算23%）
のれん等償却前 オペレーティング・マージン	20%以上 （2012年度実績18.2%）

Dentsu 2017 and Beyond

まずは、Aegisとの多面的なシナジー発揮に主眼

事業環境変化による成長機会の萌芽を見逃すことなく
M&A・投資についても機動的に対応

Innovation × Reinvention
既存広告ビジネスの枠を超えた真のグローバルネットワークへ