

2021年4月5日

株式会社博報堂

株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ

デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

**博報堂、博報堂D Yメディアパートナーズ、DACの3社横断戦略組織
マーケティングDXとメディアDXを一体で推進する
「HAKUHODO DX_UNITED」を発足**

～博報堂、博報堂D Yメディアパートナーズ、DAC総勢700名の各領域スペシャリストが集結～

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸、以下博報堂）と株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：矢嶋弘毅、以下博報堂D Yメディアパートナーズ）、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長CEO：島田雅也、以下DAC）の3社は、クライアント企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）を、マーケティングDXとメディアDXの両輪で統合的に推進する3社横断の戦略組織「HAKUHODO DX_UNITED」を発足いたしました。

**HAKUHODO
DX_UNITED**

生活のデジタル化の進展とともに、企業と生活者との様々な接点が、双方向でのコミュニケーション・インタラクションが可能となるインターフェース^{*1}へと進化してきています。

それに伴い、企業のマーケティング活動も、マスメディア・デジタルメディアに加えて、オウンドメディア・EC・店舗等の様々なメディア・インターフェースを統合した、常時接続型・フルファネル型への変化が喫緊の課題となっています。

また、企業のマーケティング活動のデジタルトランスフォーメーション（DX）が急速に進む中、企業のさらなる成長を創り出していくには、効率化／コストダウン視点に加え、“潜在需要を発掘し、生活者の新たな好意・行動を喚起し、よりよい生活、社会を創り出す”といった**価値創造型のDX**を推進することが求められています。

今回発足した「HAKUHODO DX_UNITED」は、このような企業のマーケティング活動の変化に対応するために、ブランディング・CRM・EC/D2C・オウンドメディア・店舗等の領域における**マーケティングDX**と、マスメディア・デジタルメディア横断でのメディア投資効果の最大化を図る**メディアDX**を一体のものとして、両輪で統合的に価値創造型のDXを推進していく、3社横断の戦略組織です。

マーケティングDX推進機能を担う博報堂の5部門、メディアDX推進機能を担う博報堂D Yメディアパートナーズ／博報堂にまたがる2部門、およびデジタルフロントライン機能を担うDACの1部門で構成されています。3社が有する8つの専門機能と、各領域に分散する約700名のスペシャリストを

結集し、3社の組織・機能が分断することなく、“ひとつながり”のチームとして有機的に実行できる体制となります。

■価値創造型 DX に必要な 8 つの専門機能



■8つの専門機能の掛け合わせで生まれる統合と、さまざまな提供価値

「HAKUHODO DX_UNITED」は、上記の8つの専門機能を掛け合わせ、下記のような、さまざまな領域、テーマを統合した価値創造型のDXを推進いたします。

<クライアントデータ・生活者データ・プラットフォームデータの統合> = 潜在需要を発見する

クライアントが保有する自社顧客データと、博報堂・博報堂DYメディアパートナーズ・DACが保有するデータ、プラットフォームのデータを、統計的に、安心・安全な形で連携し、顧客データを生活者データにかえていきます。そのことで、顧客理解を深め、新たなニーズの発見を実現します。

<メディア・インターフェースの統合> = マーケティング投資効果を最大化する

テレビとデジタルの統合効果の最大化等、マスメディア・デジタルメディア・デジタル化が進む中で創り出される様々な生活者とのインターフェースを統合したプランニングを推進。

「システム」を基盤に、メディア投資効果の最大化を目指す広告メディアビジネスの次世代型モデル「AaaS (Advertising as a Service)」のソリューション群等を活用し、より効果的なメディア・インターフェースの統合を図っていきます（詳細はこちら→サイトリンク：https://www.hakuhodody-media.co.jp/newsrelease/service/20201201_28716.html）。

<テクノロジーとブランディングの統合> = 新たな好意・絆を生み出す

テクノロジーという機能を使いこなすだけでなく、その企業の“らしさ” “社会的価値（パーパス）”をそこに加えていくことで、便利を超えた好意・絆を生み出すことを実現します。今まで培ったブランディングの知見も、デジタルの世界に最大活用します。

<オンラインとオフラインの統合> = 新たな行動を生み出す

デジタルの世界だけで考えるのではなく、テレビメディアや店舗などのオフラインを活用したコミュニケーション/プロモーション、リアル店舗と EC/D2C を統合したチャネル戦略、リアル空間内でのデジタル販促手法導入等を推進することで、生活者の新たな行動を誘発します。

<広告と CRM の統合> = 新たな顧客獲得~育成のサイクルを創り出す

広告と CRM が統合されたデータ基盤の構築、デジタル/テクノロジーを活用したオウンドサービスの開発等を推進することで、広告・オウンドメディア/オウンドサービス・CRM 等を統合し、認知から、新規顧客獲得、顧客育成までを一気通貫で推進していくサイクルを創り出します。

■積極的な採用活動を実施

また本組織発足に伴い、博報堂、博報堂 D Y メディアパートナーズ、DAC の“DX 人材”の採用を拡充し、企業のマーケティング DX、メディアの DX を推進するためのマーケティング、メディア、クリエイティブ、テクノロジー、データマネジメントといった領域における人材確保によるケイパビリティのさらなる向上を図ります。

博報堂 D Y グループは「HAKUHODO DX_UNITED」を通じて、企業の DX への挑戦を一気通貫でサポートし、企業と生活者の新たな絆づくりに貢献してまいります。

※1

デジタル化で生活者とあらゆる企業、モノが常時・双方向につながり、その接点となるインターフェースに新しいサービスや体験が生まれています。博報堂は、これらを「生活者インターフェース市場」と標榜しています。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 西尾・大野 TEL:03-6441-6161

株式会社博報堂 D Y メディアパートナーズ 広報室 山崎・石川 TEL:03-6441-9347

デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社 戦略統括本部広報担当 MAIL: ir_inf@dac.co.jp