

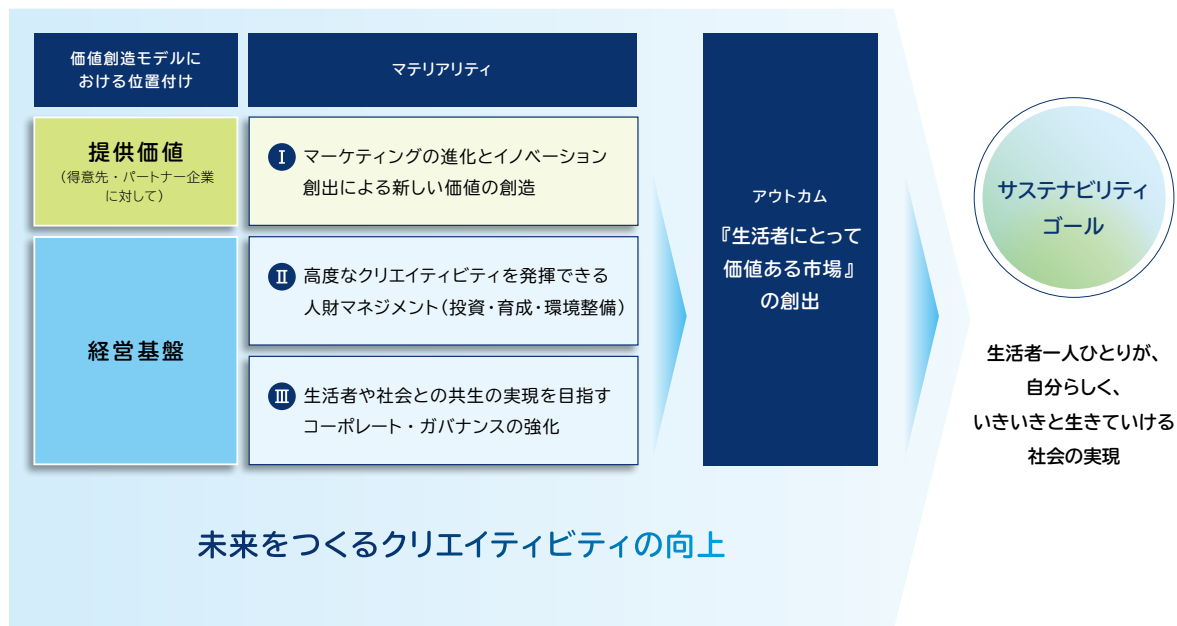
マテリアリティ (2023年3月期改訂)

当社グループでは、サステナビリティゴールの実現に向けて社会と当社グループが持続的成長を遂げるための重要課題として、マテリアリティを特定しています。2023年3月期に、経営環境を踏まえてマテリアリティの再整理を行い、重要課題解決に向けた取り組みの推進とモニタリングを行っています。

マテリアリティ運用方針

経営環境の変化に応じてマテリアリティを見直し、更新できる体制を維持しながら、適切なPDCAサイクルを実践していきます。

価値創造の構造とマテリアリティの位置付け

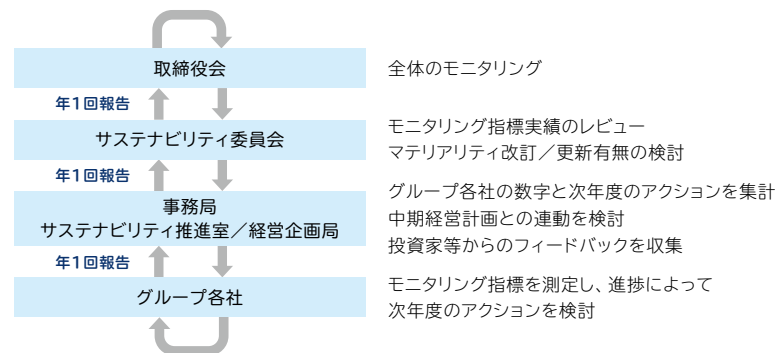


マテリアリティ推進体制



* 統合報告・IR・ESG領域のコンサルティングを行う当社連結子会社

マテリアリティPDCA体制



マテリアリティ

マテリアリティ

マテリアリティ	概要	取り組み	モニタリング指標	2023年3月期実績	目標数値	データ集計対象社
I マーケティングの進化とイノベーション創出による新しい価値の創造	生活者発想を軸にクリエイティビティと統合力、データ&テクノロジー活用を融合し、オールデジタル時代における企業のマーケティングの進化とイノベーション創出をリードすることで、生活者、社会全体に新たな価値とインパクトを与え続ける存在になるための取り組みを推進する。 提供価値を高め、高収益化を実現する手段となる“生活者データ・ドリブン”フルファネルマーケティングを実践できる形に進化させるべく、価値創造型のDX（マーケティングDXとメディアDX）やマーケティング実践領域の機能の強化を行う。加えて、外部連携によるイノベーション創出や海外事業の拡大にも取り組むことで、当社グループのビジネスモデルを変革し、企業価値をさらに向上させる。併せて、デジタル広告市場やグループの事業活動における個人情報等の健全なデータ利活用を推進し、様々な権利マネジメントを強化していく。	<ul style="list-style-type: none"> “生活者データ・ドリブン”フルファネルマーケティングの実践（価値創造型のDX、マーケティング実践領域の拡張、生活者データ利活用） 外部連携によるイノベーション創出 海外事業の拡大 	マーケティング実践領域の売上総利益伸長率	年平均成長率+9.6%*1	年率+10%以上*2	HDYホールディングス
			インターネット領域売上高伸長率	年平均成長率+15.2%*1	年率+15%以上*2	HDYホールディングス
			海外事業領域売上総利益伸長率	年平均成長率+26.6%*1	年率+15%以上*2	HDYホールディングス
			テクノロジー人財およびイノベーション創出に関するモニタリング指標と目標数値の開示につき検討中			
II 高度なクリエイティビティを発揮できる人財マネジメント（投資・育成・環境整備）	当社グループのサステナブル経営と中長期的な成長を支える最大の要素は「人財」。「未来をつくるクリエイティビティ」を発揮する人財の力で、ビジネス上の成果とともに、「生活者にとって価値ある市場」の創出を目指す。アイデア開発から社会実装、事業創出、メディア、デジタル、グローバル等、多様な領域で卓越した専門性と先進性、複合的な創造性を発揮する「粒違い人財」を育成し、性別や国籍、人種はもちろんのこと、価値観や志向性などの違いも含めたDE&I（ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン）をさらに推進する。 また、グループ内の事業会社の壁を越えたコラボレーションを実現する仕組み、健康経営、働き方改革の中で、在宅勤務下でもコラボレーションを促進する仕組みの構築を行いながらすべてのグループ所属員が成長実感を得られる環境を整備する。	<ul style="list-style-type: none"> 卓越した専門性と先進性を発揮する人財の育成 健康経営（健康・健全な働き方）の推進 DE&Iの推進 	人財獲得・育成のための投資額	21.6億円	—	H、D、Y、I、MP、DAC、SO
			能力開発のための延べ面談時間	16,045時間	—	H、D、Y、I、MP、DAC、SO
			健康診断受診率	98.5%	—	H、D、Y、I、MP、DAC、SO
			健康維持・改善率	74.4%	—	H、MP
			女性管理職比率	11.5%	2030年度30%	H、D、Y、I、MP、DAC、SO
			育児休暇からの復職率	96.2%	—	H、D、Y、I、MP、DAC、SO
			「1年前と比較して成長した」と回答した社員の割合（%）	72.0%	—	H、MP

*1 2021年3月期を基準とした年平均成長率

*2 2021年3月期を基準とした2024年3月期までの年平均成長率

H：博報堂、D：大広、Y：読売広告社、I：アイレップ、MP：博報堂DYメディアパートナーズ、DAC：デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム、SO：ソウルドアウト

マテリアリティ

マテリアリティ	概要	取り組み	モニタリング指標	2023年3月期実績	目標数値	データ集計対象社
Ⅲ 生活者や社会との共生の実現を目指すコーポレート・ガバナンスの強化	<p>当社グループは、傘下の事業会社の「自立と連携」が促進される環境を整え、グループ全体の統治を行うため、コーポレート・ガバナンスの強化に注力する。生活者や社会から常に信頼されるために、グループ所属員それぞれが高いコンプライアンス意識を持ち、マーケティング活動のインテグリティ（誠実性・高潔性）を追求する。</p> <p>生活者、社会の刻々と変化する課題を解決し、新たな価値を創造していくことにより、生活者と社会の「新しい幸せ」を生み出し、その幸せをつなげ、ともに広げていくというサステナビリティ理念に基づき、人権の尊重、気候変動をはじめとする環境課題、社会課題への対応を含め、ステークホルダーとの共存共栄、社会との共生を目指す。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 人権の尊重 コンプライアンス／高い倫理性の堅持やマーケティング活動のインテグリティ（誠実性・高潔性）追求 気候変動等を含む環境・社会課題解決への対応 	人権DD（デュー・ディリジェンス）の活動報告を踏まえて、人権の尊重に関するモニタリング指標と目標数値の開示につき検討			
			CO ₂ 排出量スコープ1+2	37.7%減	2030年度 50%削減 2050年度 ニュートラル	H、D、Y、MP、 博報堂プロダクツ
			CO ₂ 排出量スコープ3	41.0%減	2030年度 30%削減	H、D、Y、MP、 博報堂プロダクツ
			再生エネルギー目標	1.8%	2030年度 60%、 2050年度 100%	H、D、Y、MP、 博報堂プロダクツ
			省エネルギー目標	46.8%減	30%削減	H、D、Y、MP、 博報堂プロダクツ
			廃棄物削減目標	53.1%減	平均50%以上 削減維持	H東京本社
			リサイクル率	79.0%	85%以上	H東京本社

H：博報堂、D：大広、Y：読売広告社、I：アイレップ、MP：博報堂DYメディアパートナーズ、DAC：デジタル・アドバイジング・コンソーシアム

※ 気候変動対応項目の目標数値はいずれも2019年度比