

デジタルマーケティング領域の進展



デジタルマーケティング領域における 「業界圧倒的No.1」を目指し、 「統合的なマーケティング支援力」と 「イノベーション創出力」を用いた 価値提供が着実に進展

Hakuhodo DY ONE
代表取締役社長

小坂 洋人

Hakuhodo DY ONE 設立1年目の成果と手応え

2024年4月のデジタル・アドバタイジング・コンソーシアム (DAC) とアイレップの統合以来、「業界圧倒的No.1」を目指すという方針のもと、全社一丸となって駆け抜けてきました。DACとアイレップ両社の強みを最大限に掛け合わせることで、期待以上の成果を上げられたと感じています。2025年3月期は業績面でも順調に推移しました。また、博報堂DYグループとの協業によりマス・マーケティング領域が大幅に成長し、継続案件も着実に前進しています。生成AIを活用した企画・クリエイティブ提案の推進や新メソッド「ATA*」の開発、令和シニア研究所などのテーマビジネスも私たちの大きな強みとなりました。オンサイト型（常駐）の支援モデルの実績も順調に拡大し、グローバル領域ではクロスボーダー事業やDXケイパビリティ強化も着実に進んでいます。

これらの成果は、当社の「統合的なデジタルマーケティング支援力」と「イノベーション創出力」をクライアント企業に認めていただいている証と考えています。

デジタルマーケティング市場における Hakuhodo DY ONEの競争優位性

統合を通じて得られた成果を礎とし、競争が激化する国内デジタルマーケティング市場において、揺るぎない競争優位性を築き上げたいと考えています。そのために、課題解決型のフロント体制や、生活者発想とAIを掛け合わせたクリエイティブ提案、広告領域にとどまらない支援をこれまで以上に磨き上げていきます。

また、中期的な競争力強化に向け、4つの重点戦略を推進しています。1つ目は、デジタルマーケティング領域における

グループ各社の戦略・機能・人材を一体化し、自社直販・グループ経由販売の両輪でアカウント拡大を目指します。2つ目は、広告運用とクリエイティブの強みを活かし、専門性と生産性を両立する新たな「型」や「武器」を再構築します。また、こうした取り組みの一環として、TikTok Shop活用のためのトータル支援サービスや、AIO (AI最適化) 支援サービスなど市場ニーズの高いサービスも積極的に展開し、製販一体の体制でプレゼンス向上を図ります。3つ目は、データ基盤からオウンドメディア・EC・CRMまで、デジタルマーケティング全方位でクライアント企業の支援を強化し、収益機会の拡張にも取り組みます。4つ目は、クライアント企業の事業成長により深く貢献するため、全社横断の提案活動やオンサイト型支援モデルの強化を進めます。

AI・テクノロジーを活用した事業の 高度化・効率化への貢献

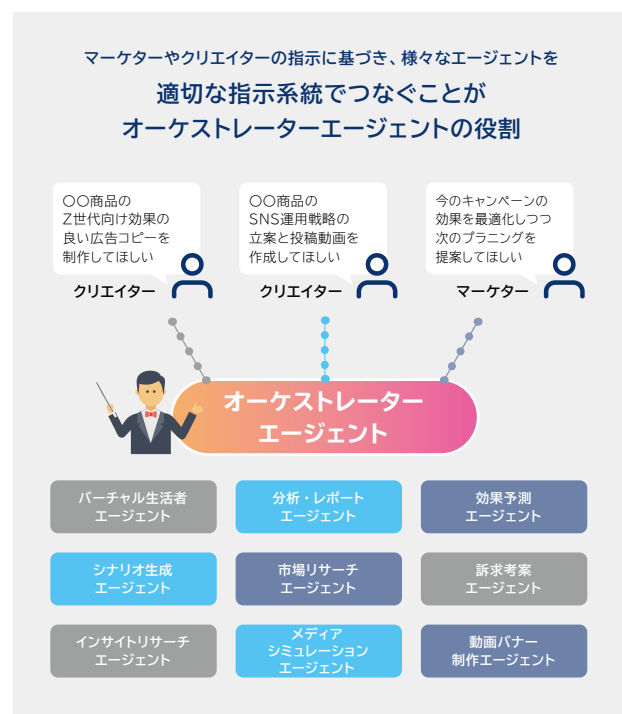
AI技術の進化が加速する中、マーケティング領域でも新たな価値創出が求められています。当社では、最先端のAI・テクノロジーを活用し、事業の高度化と効率化を両立させています。

2025年8月にリリースした「ONE-AIGENT」は、AI時代における当社のビジョンを示すものです。複数の専門AIエージェントが連携し、マーケティングプロセス全体を包括的に支援します。「ONE-AIGENT」は、「AIエージェント型運用型広告サービス」「AI運用型広告クリエイティブ企画制作サービス」「AIエージェント構築支援サービス」の3つで構成されて

*「ATA (Attention to Action) : 感情トリガークリエイティブ」とは、運用型広告における新しいクリエイティブ表現の型として、Hakuhodo DY ONEが独自に開発した、インサイトや強いアテンションをフックにアクションを促すクリエイティブ・プランニングメソッド

デジタルマーケティング領域の進展

います。これらは博報堂DYグループの「HCAI Initiative」の一環として開発されました。「ONE-AIGENT」では、複数のAIエージェントが連携するマルチエージェント型の仕組みを採用し、マーケティング活動の高度化と効率化を加速させ、クライアント企業の事業成長を支援しています。



社内においても、AIエージェントの活用を促進しています。業務全体にAIを組み込むことで、QCD（品質・コスト・納期）を大幅に改善しています。また、AIがルーティン業務を担うことで、社員は付加価値の高い業務に集中でき、事業の高度化に直結しています。

AI・テクノロジーへの投資は、当社の競争優位性の源泉であり、クライアント企業の事業成長の原動力です。私たちはAIの進化を「変革と成長の機会」と捉え、今後もAIと人の強みを融合し、さらなる価値創造に挑戦していきます。

フォーメーション再編とグループシナジーの創出

当社の設立は、博報堂DYグループにとって大きな転機になったと考えています。博報堂DYグループのデジタルマーケティング戦略の中核として、組織戦略と組織編成の両面で大胆な改革を進めています。2026年3月期からは事業領域を統合し、田中会長と私が全社統括を担う新体制へと移行しました。ビジネスデザイン管掌、広告サービス管掌、マーケティングソリューション管掌、グローバル管掌、イノベーション管掌の5領域に組織を再編し、旧DAC・旧アイレップの壁を越えた合理化とシナジー創出を加速させています。

また、博報堂DYグループ各社との連携も強化しています。博報堂DYグループのブランド力と、私たちの運用に関する知見やテクノロジーを融合し、共通KPIによる統合支援や共通アカウント管理機能を設置するなど、協業体制を着実に深化させています。

人材戦略と組織文化

当社の最大の強みは「人」です。多様なバックグラウンドや価値観を持つ人材が1つのチームとなり、新たな可能性が生まれています。互いの専門性を尊重し、意見を交わし共創することで、広告会社の枠を超えた新しいスタンダードを創出

し、創造的な事業価値を提供できると考えています。また、社員一人ひとりがビジネスデザインの視点を持ち、培った知見とテクノロジーを融合し、クライアント企業の課題に真摯に向き合う姿勢を大切にしています。

さらに、「業界圧倒的No.1」を目指すため、人材の育成と活用を強化しています。AI活用が進む中、社員のリスクリテラシーやスキルアップを目的とした「データ塾」や「Dify活用」など、最先端テクノロジーを実践的に学ぶ機会を提供しています。さらに社内の生成AI活用システム「HAKUNEO ONE」の推進により、学びを現場で活かすことができる環境を整えています。

今後の成長戦略と展望

当社は、国内デジタルマーケティング領域で市場以上の成長率を実現するため、常に「変革」と「挑戦」を続けていきます。博報堂DYグループの総合力を最大限に活かし、テクノロジーとクリエイティビティを融合させることで、クライアント企業の事業成長を力強く後押しし、新たな価値を創造していきます。

今後は、AIやデータ活用を軸としたマーケティング支援、生活者視点に立った新たなサービス開発、グローバル市場への積極的な展開など、成長機会を捉え、事業領域の拡大を加速させていきます。また、デジタルの力でクライアント企業の多様な課題解決に取り組むことで、持続可能な社会の実現にも貢献していきます。