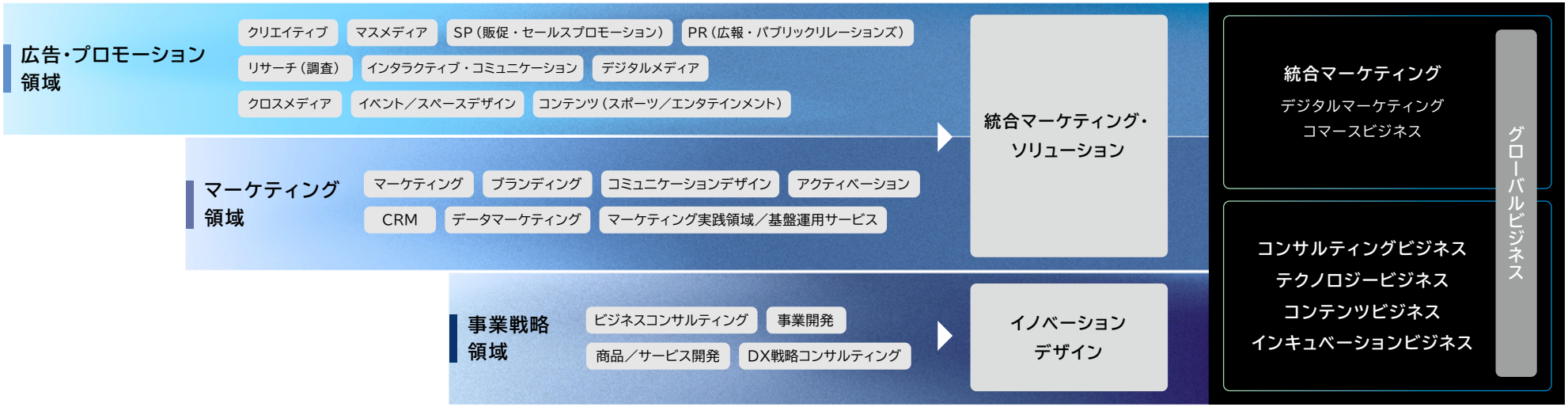
Our History

博報堂DYグループはこれまで、生活者データとクリエイティビティを原動力に、事業領域の拡大と収益モデルの多層化を進めてきました。生活者、企業、社会に新たな価値とインパクトを与え続ける存在として進化を続けていきます。



創業期

創業～広告会社グループとして成長

創業当時（1895年）の博報堂は、新聞や雑誌の広告を集める仕事が中心でした。戦後、ラジオ・テレビなどのメディアの拡張を背景に急速な発展を遂げ、クライアント（広告主）のパートナーへと進化しました。中核会社の博報堂では「カンヌライオンズ」でグランプリを獲得するなど、クリエイティブへの高い評価を得ています。

1990s～2000s

統合マーケティング領域の成長

2003年、博報堂と大広、読売広告社の3社は共同持株会社「博報堂DYホールディングス」を設立し、経営統合を果たしました。インターネットの急速な普及を背景に、広告・プロモーション領域と一体となってマーケティング活動を支援し、最高の課題解決力を提供する統合マーケティング・ソリューションビジネスが大きく発展しました。

2010s～2020s

事業戦略領域の成長

企業のマーケティング活動が世界的規模で高度化・複雑化する中で、専門的かつ先進的なマーケティング手法やソリューションを提供する「専門マーケティングサービス企業」をグループ内に取り込む戦略事業組織「kyu」を組成。また、デジタルマーケティング領域での優位性を獲得するために、D.A.コンソーシアムホールディングスの完全子会社化を実施。同社は、2024年4月アイレップと企業統合し、Hakuhodo DY ONEとなりました。

2026（現在）

「広告会社グループ」から「クリエイティビティ・プラットフォーム」へ

2027年3月期を最終年度とする中期経営計画に基づき、将来の収益の柱として「コンサルティング、テクノロジー、コンテンツ、インキュベーション」の各領域を選定し育成。同時に統合マーケティングの高度化・効率化を推進し、2025年にオプトがグループイン。従来の広告会社グループの枠組みを超えた「クリエイティビティ・プラットフォーム」を目指しています。