

# ADK Purpose Action Report

すべての人に「喜びの体験」を。  
パーパスを起点にしたADKグループのアクションをご報告します。



お問合せ先：株式会社ADKホールディングス 社長室広報グループ  
東京都港区虎ノ門1丁目23番1号 虎ノ門ヒルズ森タワー  
03-6830-3811(代表) [adkpr@adk.jp](mailto:adkpr@adk.jp)



## よりよい社会づくりに向けての道標。

データから時代を読み、これからを予見する力。

消費者のインサイトを知り、心を動かす体験を生むクリエイティビティ。

私たちが得意とするコミュニケーション領域での知見やスキルを活かしてよりよい社会づくりのお手伝いをしていくこと。

私たちの存在意義、そして働く意味はそこにあるのではないか。

このような想いのもとADKグループは、

『すべての人に「喜びの体験」を』というパーパスを掲げています。

クライアントの皆さまと協働させていただく時も、

世の中の人々に想いを馳せアイデアを練る時も、

そしてグループ社員の働き方を考える時も。

「喜びの体験」という視点は常に、私たちの大切な道標となります。

今後もひとつひとつアクションを積み重ねて、

「喜びの体験」に溢れる社会づくりに貢献していきたいと思えます。

株式会社ADKホールディングス  
代表取締役社長 グループCEO

植野 伸一

パーパスは、事業領域で実現すべきビジョン、  
そしてグループが理想とする姿にも通底する、  
ADKグループの活動の根幹をなす大切なキーワードです。

Purpose: ADKグループの社会的存在意義  
すべての人に「**喜びの体験**」を。

Vision: ADKグループの事業ビジョン

顧客を資本と考える  
顧客体験創造会社

Group Value: ADKグループのあるべき姿

多様な個性・才能を認め合い、ぶつけ合うことで、  
価値ある体験を生み出し続ける (ADK Dyna-MIX)

## クライアントの皆さまにおける取り組み事例

よりよい社会の実現に向けてSDGsを推進するクライアントの皆さまの施策において、ADKグループがお手伝いさせていただいた事例の一部をご紹介します。(50音順に掲載)

# イオン北海道株式会社 様

## えがおのバトンプロジェクト



AEON × HBC  
えがおのバトン  
プロジェクト

北海道のえがおを集めて、みらいのえがおにつなげよう!

① smile = ① dinner

1人分のえがお(スマイル)の投稿が、北海道のこども食堂で1人分の食事(ディナー)になる取り組み。

イオン北海道様では、自社の事業の強みである「食」分野で生産者や産地を活性化させる地産地消の取り組みなど、積極的に持続可能な世の中を形成していく役割を担ってきました。「食」に関わる社会課題の解決として、メディアと組んで「こども食堂」の活動をたくさんの人に関心を持ってもらい、前向きに参加してもらおうプロジェクトを実施。HBC北海道放送の70周年事業とタイアップし、1Smile 1Dinner(1つの笑顔が、1人分の食事に)をテーマに「笑顔の写真や、笑顔になるようなエピソード」を一般公募し、1投稿につき、500円を「えがおのバトン」として「こども食堂(こども食堂北海道ネットワーク事務局)」に寄付するという取り組み。ADKは施策の企画段階から全体設計、運営などサポートさせていただきました。





# 株式会社コーセー様

## Thank the Sea Project



Prédia  
Thank the Sea Project

プレディアは、美しさを生み出す「海の豊かな恵み」を守るプロジェクトをはじめます。  
プレディアの使用済みプラスチック容器の回収にご協力ください。  
回収したプラスチック製空き容器の本数に応じて、海洋保全団体への寄付や、  
回収した容器を再利用した、アップサイクルへの取り組みにつなげます。  
海への感謝と、美しさが持続する社会のために。

Photo by エイサーデザイン・キョーロー

プレディアのプラスチック製空き容器を回収しています。

対象アイテム (一例)

KOSÉ TERRACYCLE



Prédia  
Thank the Sea Project

プレディアは、美しさを生み出す「海の豊かな恵み」を守るプロジェクトをはじめます。

プレディアのプラスチック製空き容器を回収しています。

プレディアのプラスチック製空き容器を回収しています。

対象アイテム

プラスチック製空き容器が対象となります。

一例

※ふた、ポンプ付き容器、詰め入れ用(レフィル)も対象です。  
※プレディア以外の商品の空き容器はご遠慮ください。  
※中身を空にしてお持ちください。

対象外アイテム

以下の素材が入ったものは対象外となります。

●鏡が付いた製品 ●ガラス容器 ●ブラシ・コーム付きの製品 ●スプレー缶 等

回収したプラスチック製空き容器の本数に応じて、  
海洋保全団体に寄付をおこない、その活動を支援します。

KOSÉ TERRACYCLE

## プレディア25周年、ブランドのオリジンである「海の豊かな恵み」を守るプロジェクト。

プレディア25周年を機に、ブランドのオリジンである「海」に恩返し、御愛用者への感謝を形にするSDGs活動をスタート。プレディアの使用済みプラスチック容器を回収し、回収した本数に応じて、海洋保全団体への寄付や回収した容器を再利用したアップサイクルへの取り組みを実施しました。ADKは企画段階より参画。プレディアのブランドオリジンである「海」に着目した親和性や共感性でブランドロイヤリティを醸成、あわせて戦略店舗及びターゲットとの共創性のある展開で来店促進を図りました。ユーザーの体験価値を高め、ファン育成につなげる共創型のSDGs施策となりました。

# JA 共済 様

## JA 共済 × フィッシャーズ

「交通安全は、みんなで作るものなんだ。」秋の交通安全啓発キャンペーン



### フィッシャーズの発信力によりコンクールを話題化、交通安全を啓発

#### YouTube コラボ動画



幅広い世代に人気のフィッシャーズが、YouTubeチャンネル内で交通安全を学び、交通安全ポスター制作

#### ポスターを活用しながらメディアを通じて情報拡散



OOH・新聞広告  
ポスターを日本全国のメディアに出稿



SNS/WEB  
ポスターを活用したキャンペーン

#### キャンペーン参加者や関係者を“賛同者”として交通安全を啓発



学校・教習所・警察署  
等でポスター掲出



メディアの協力で  
PR・バブ露出

## 動画クリエイターフィッシャーズを起用し、いつでも、どこでも、楽しく交通安全について学べる施策。多くの賛同者を巻き込んだ共創型のキャンペーン。

コロナ禍により子どもたちへの交通安全教育の機会が減少し相対的に交通事故が起きやすい社会環境下に。そのような中でいつでも、どこでも、そして楽しく交通安全について学べるデジタル上での施策を目指しました。交通安全啓発と「JA共済 全国小・中学生 交通安全ポスターコンクール」の50周年施策の一環として、ADKは企画段階から実行まで携わりました。動画クリエイターフィッシャーズを起用し、Youtubeタイアップ動画を核として、世間に広く情報拡散されるように中央5紙での新聞広告、全国7エリアでのOOH出稿、Twitterキャンペーン等を実施。受動的に学びがちな交通安全について、フィッシャーズという小・中学生にとって身近な存在が交通安全の大切さを楽しく伝えることで、能動的に交通安全について考える機会を創出できました。JA共済様が核となり、全国の自動車教習所や小中学校、県警、媒体社など多くの賛同者を巻き込むことができた共創型のキャンペーンとなりました。

# JA 共済 様

## 「JA 共済 全国小・中学生 交通安全ポスターコンクール」 ラッピングバス施策



子どもたちがコンクールに挑戦する姿を通してコンクールへの参加・交通安全を促進

### Instagram キャンペーン



コンクールに応募する交通安全ポスターを制作している子どもたちの姿の写真を募集  
入賞作品とともに、投稿写真が全国の路線バスの車体に掲載

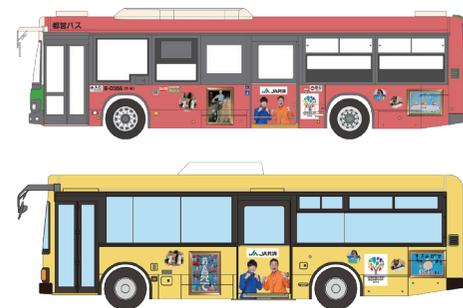
### インスタグラマー起用による情報拡散



### インスタグラマー施策

子どもを持つインスタグラマーを起用し、  
コンクール作品制作の様子を投稿

ラッピングバスが全国を走り  
交通安全を啓発



コンクール入賞作品や、作品づくりに励む子どもたち写真を  
掲出することで、子どもたちとの交通安全への願いを込めた  
ラッピングバスが、全国7エリアを運行

「子どもたちの願いと走る交通安全バス」として、安心して暮らせる地域社会を目指した取り組み。

コンクールに応募する交通安全ポスターを制作している子どもたちの姿の写真を募集するInstagramキャンペーンを実施。キャンペーン応募写真と子どもたちが交通安全を願って描いた「全国小・中学生 交通安全ポスターコンクール」入賞作品を活用し、作品を車体にラッピングした路線バスが、全国7ヶ所で1か月間運行しました。ADKは企画段階から実行まで携わり、ポスターコンクールに応募するモチベーションを形成し、参加を通じて交通安全について考えるきっかけの創出を目指しました。キャンペーン参加者や受賞者から自身の作品や写真がラッピングバスになったことを喜ぶ投稿が見られました。

# ユニリーバ・ジャパン 様

## Dove ママをOFFろ



一人でゆっくりお風呂に入って「ママをOFF」にしてもらう体験を提供するTwitterプレゼントキャンペーン。

“Real beauty”というコンセプトのもと世界中で活動するDove。日本ではママたちが忙し過ぎて、自分をいたわる時間すら持てていない現状がありました。そんなママたちに自分のための時間を提供したいというDoveの想いから、ADKは、頑張るママたちにお風呂時間を届ける「ママをOFFろ」を企画提案。お風呂でもゆっくり一人で休めないママたちへ4時間分のベビーシッターサービスをプレゼントすることで、一人でゆっくりお風呂に入って「ママをOFF」してもらう体験を提供するTwitterプレゼントキャンペーンを実施しました。ママさんタレントの藤本美貴さんを起用した体験ムービーも公開、ママたちの現実に寄り添ったキャンペーンと多くの共感と反響がありました。

## RePLAMO (リプラモ)

特定非営利活動法人「グリーンボード」と協業

プラスチックごみから生まれたプラモデル  
「RePLAMO (リプラモ)」



クリエイティブブティック「CHERRY」が特定非営利活動法人「グリーンボード」と協業し、環境保全に関するブランドコミュニケーションをサポートするプロジェクト。

プラスチックストロー廃止やレジ袋の有料化など、使い捨てプラスチック削減に向けた取り組みが進んでいますが、依然、地球環境や生物生態系に甚大な影響を与えています。だからこそ、これからの未来を背負う子どもたちが前向きに楽しみながら、プラゴミを考えるきっかけが作りたい。そんな想いでつくられたのが、プラスチックゴミから生まれたプラモデル RePLAMO (リプラモ) です。ADKのクリエイティブブティック「CHERRY」が特定非営利活動法人「グリーンボード」と協業し、第一弾として、ウミガメのRePLAMOを発売。第二弾、第三弾に向けて、賛同いただける企業・団体を募集中です。RePLAMOの購入金額の一部はNPO法人グリーンボードの活動の支援に充てられます。

社会をより良い方向へ導く、「喜びの体験」を。

---

私たちは、コミュニケーションを通じて生まれる「喜びの体験」こそ、  
社会をより良い方向に導く大きな力になると考えています。  
広告会社ならではの知見とクリエイティビティを活かして取り組む  
ADKグループの社会貢献活動をご紹介します。

---

世界の人口問題や性と生殖に関する健康/権利の問題に取り組む『国連人口基金 (UNFPA)』とパートナーシップ契約を締結。広告会社として培ってきたコミュニケーションスキルを活かしたサポートを続けています。



UNFPAは、世界の人口問題、SRHR (性と生殖に関する健康/権利) の推進、開発途上国の女性の健康問題やジェンダー (男女の社会的性差) の平等の実現などに、世界約150カ国以上で取り組んでいる国連機関です。ADKはパートナーとして、日本国内におけるUNFPAの認知拡大と活動に対する理解浸透を戦略的コミュニケーションの領域でお手伝いしています。

2021年には、UNFPAによるアドボカシー (政策提言) のためのインフォグラフィックを制作し、ご活用いただきました。



インフォグラフィック制作

新しい才能を紹介し、応援する『アートギャラリー』を運営しています。



本社オフィスの虎ノ門ヒルズへの移転を機に、2014年から本社エントランス横に気鋭のアーティストの作品を紹介するアートギャラリーを設けています。小山登美夫ギャラリーの協力を得て、当社アートディレクターによって選定されたアーティストが、「The Power of Action」をテーマにオリジナル作品を制作。ほぼ一年ごとに作品を入れ替え、社員や来訪者にアートを身近に感じてもらい、アイデア創出のヒントとなると共に、次世代を担うアーティスト活動を支援しています。

### 現在展示中の作品について

2021年11月からは、アーティスト岩森咲季 (いわもりさき) 氏による新作「ヨロコバセタイ門」を展示しております。本作品は、『すべての人に「喜びの体験」を。』というADKグループのパーパス (社会的存在意義) と13Fのエントランスの大きな窓から差し込む明るい光がアーティストの中で重なり、すべての人を明るい光へ導く願いを込めた「門」として制作されております。



©Saki Iwamori photo by Kenji Takahashi



子どもたちが楽しみながら「考える力・伝える力」を伸ばし、広告会社ならではの知見を活かしたプログラムを実施しています。



現代の教育現場では、自分で「考える力」「伝える力」が重視されるようになってきています。ADKでは、中学・高校生を対象にした教育活動を継続的に行っており、広告の仕事を理解してもらうことに加え、広告会社が得意とする「発想すること」「発信すること」を体験してもらえるプログラムを提供しています。また、テレビアニメなどコンテンツビジネスを通じて培ってきた子どもマーケットに関する知見と経験を生かし、楽しみながら子どもたちの創造性を育むワークショップも行っています。

### 中学生の職場体験ワークショップ

3日間のプログラムの中で、まず広告会社がどのような仕事をしているか知ってもらい、広告会社の社員に必要な「質問力」「発想力」について演習を通して体験学習します。その後、実際にクリエイターの指導のもとで「広告制作」作業を行います。ゼロから発想して人に伝わるカタチにし、世の中に発信していくという広告の面白さと役割を実感できるように構成されています。 ※新型コロナウイルス感染拡大防止の為2021年は中止



### キッズワークショップ「スポーツSDGsアカデミー」

2021年8月に「スポーツの力で社会課題を解決する」をテーマとしたワークショップを実施しました。子どもたちにとって身近な「ラジオ体操」や「プール(水泳教室)」などの題材を通して、健康促進以外にスポーツが持つ力を紹介し、社会課題を解決するために自分たちに何ができるか、スポーツと社会の繋がりについて理解を深めました。



当社のデータ分析、マーケティング分野の知見・ノウハウを教育現場や研究に役立てていただくための「産学連携」を進めています。



### 早稲田大学、武蔵大学との学術交流協定

日本におけるデータサイエンス活用の裾野を広げ、科学技術および学術研究・教育の発展に寄与することを目的として、早稲田大学、武蔵大学と学術交流協定を締結。ADKが保有する「生活者総合調査データ」を提供し、大学での研究・教育用として活用されています。また、大学で開催されるデータサイエンスコンペティションに「ADK生活者総合調査」のデータを解析課題として活用いただいたり、大学からのインターシップ受け入れなども実施しています。このような取り組みを通じて、大学教育におけるデータサイエンス教育強化とデータサイエンス人材開発に貢献してまいります。



2022年2月に早稲田大学でデータサイエンスを学ぶ学生さんをインターンとして受け入れた際のオンラインで実施したインターンシップの様子

### 東京大学『UTokyo MDSコンソーシアム』参画

東京大学数理・情報教育センター(MIセンター)が母体となった産学連携組織『UTokyo MDSコンソーシアム』(MDSコンソーシアム)に参画。MIセンターは近年社会的需要が高まっているデータサイエンス教育のための東大内横断組織です。MDSコンソーシアムは、産業界から当センターを支えると共に、各企業で課題になっている「データサイエンス人材育成」をバックアップすることを目的としています。東大内での教育活動への協力としてADKが保有する「生活者総合調査データ」を提供。学内のデータサイエンスコンテンツで活用いただいております。また、参画企業向けに開設されている社会人教育講座トライアルに参加するなど交流を深めています。

### 東京大学大学院数理科学研究科奨学金

データサイエンス教育の一環として、東京大学大学院数理科学研究科の修士学生に対し奨学金を提供しています。(2021年3月終了)

日本全国にフードセーフティネットを構築する「セカンドハーベスト・ジャパン」の活動をサポートしています。



セカンドハーベスト・ジャパン(2hj)は、日本初のフードバンクで、まだ充分食べられるにも関わらずさまざまな理由で活用されない食品を受け取り、それらを必要とする方々へ提供する活動を行っています。ADKクリエイティブ・ワンは2hjとプロジェクトチームを結成し、2hjが行う支援活動に対する理解促進のためのコミュニケーション・ツールを開発。第一弾として、食品支援が必要な時に誰でも食品が受け取れる場所を提供するフードパントリー運営についての説明会用資料を制作。それまで2hjの各部門に散在していたコンテンツの集約・精査を行い、参加希望者をはじめとした皆様へのより分かりやすい情報提供を強く意識した形での構成と、伝わり易さを重視したデザインなど、工夫を凝らした資料を作成しました。強みであるクリエイティブ力やアイデアを通じた社会課題の解決に向け、今後も2hjと様々な取り組みを進めていきます。



被災地復興支援を目的とした写真集『南三陸から』を刊行しました。



2011年に起きた東日本大震災で大きな被害を受けた宮城県南三陸町の復興支援のため、震災直後から現地の様子を撮影し続けている地元のカメラマン 佐藤信一さんの写真集『南三陸から』を継続的に刊行。これまでに、Vol.1～Vol.5の5号を刊行しました。毎号、被災地の復興の歩みを記録するだけでなく、著者が「ひとりでも多くの人に訪れてほしい」と願いながら綴った手紙と写真で南三陸の魅力伝え、観光誘致につながるガイドブックとしても役立てていただいています。



社員ひとり一人にも、「歓びの体験」を。

---

働き方、そして働く環境への取り組みは、  
企業のサステナビリティを考える上で重要な視点となります。  
ADKグループは、社員ひとり一人の会社生活、そして人生が「歓びの体験」に  
満ちたものになることを目指し、様々な取り組みを進めています。

---

「働きがいを感じ、安心して働き続けられること」を最優先課題として、さまざまな制度・システムの導入を積極的に進めています。

## 健康・健全な働き方の実現に向けて

社員ひとり一人が自律的に協働するネットワーク型組織を目指すADKは、個々人の裁量を尊重し、健康的かつ生産性の高い働き方を推奨しています。また、一斉休暇取得日、有休取得奨励日、どこでも休暇などを設けて有給休暇の取得の促進をはかり、健康で健全な働き方の実現に努めています。

### 多様な価値観・ワークスタイルを尊重する「ハイブリッド勤務制度」導入に向けて

- 2020年以降コロナ感染拡大に伴い、全社にて速やかに対象者を限定せず、リモートワークを実施してきました。今後はこれまで培ったノウハウをもとに、組織状況や個人の業務状況及び事情に応じて働く場所と時間を主体的・自律的に選択できる、進化した「ハイブリッド勤務制度」導入に向けて準備中です。

### 心と身体のケアを多面的にサポート

- 「産業医面談」や「カウンセリング」「セルフケア、ラインケアの動画ラーニングの実施」など、メンタルヘルスを保つためのサポート体制の充実化に努めています。
- 社員の健康維持・向上を目的とした「オンライン健康セミナー」を年8回実施（2021年実績）。また、リモートワークの常態化に伴う社員間のコミュニケーション不足と運動不足の解消を目的とした全国規模の社内イベント「ADKラン＆ウォーク社内対抗戦」を開催しました。※2022年は春夏の2回開催予定
- 2021年の「定期健康診断の受診率は、99.9%」

2018年	2019年	2020年	2021年
93.2%	89.4%	98.9%	99.9%

定期健康診断の受診率

### 社員にも家族にも交流の場を

- ランチを楽しみながら社長と直接語り合う「シャシヨク」など、社員間の交流の場を提供しています。
- 社員の子どもたちを本社オフィスに招いて、職場見学・体験活動ができる「こども参観日」を開催。親子の交流を深める、夏休みのイベントです。※新型コロナウイルス感染拡大防止の為2021年は中止

### 社員ひとり一人が健やかに働くための組織診断ツールを導入

- 月一回のアンケートにより社員ひとり一人が抱えている課題と組織が抱えている課題を明確にすることで、より健やかに働くための環境へと導く組織診断ツール「GEPP0」を導入しました。

### 社員の健康と安全を第一に「新型コロナウイルス感染症対策」を実施

- 『ADK新型コロナ対策特設情報サイト』を開設し、感染対策の周知や注意喚起を実施しました。
- 感染状況に応じて「在宅勤務」を推奨するとともに、在オフィス勤務において必要とされるパーティション、非接触体温計、アルコール消毒液、消毒キットを社内各所に配置しました。
- 執務室、会議室等でディスタンス確保の着席を励行しました。
- コロナ対応の会議室利用ルール（対面会議禁止を筆頭に定員、時間の制限、換気の励行）を策定・運用しました。
- 海外出張原則禁止、国内出張条件付き承認の措置を行いました。

## 私生活と仕事の無理のない両立を目指して

ADKでは、育児・介護に関わる社員を含むすべての社員がその能力を十分に発揮し活躍できる職場を目指しています。育児や介護の現実を踏まえ、法律を上回る独自の制度の導入など、育児・介護と仕事を無理なく両立していけるようサポートを続けています。

女性活躍推進法に基づき優良な企業として「えるぼし」認定（ADKホールディングス・ADKマーケティング・ソリューションズ・ADKクリエイティブ・ワン・ADKエモーションズ）

女性の職業生活における活躍の推進に関する法律に基づいた一定の基準を満たし、女性の活躍推進に関する状況などが優良な企業として認定されました。



### 育児に取り組みやすい環境づくり

心のゆとりを保ちながら育児に取り組んでいただくために、ADKでは法律を上回る独自の休暇日数、制度を導入しています。

- 「妊娠中の通院時間確保のための特別休暇」★法対応
- 「妻の出産休暇（特別休暇）は7日間付与」★ADK独自の制度です。  
この休暇は、妻の産前産後期間に、妻の出産に関わる入院や出産時付き添い、生まれた子や上の子の育児のために取得できる休暇で、2021年の取得率は62.2%でした。
- 「短時間勤務は子が小学校3年生修了時まで適用」★法律では6時間勤務を3歳まで適用。
- 「所定外労働の免除は子が小学校6年生修了時まで適用」★法律では子が3歳まで適用。
- 「1年に5日※<sup>1</sup>まで子※<sup>2</sup>の看護休暇が取得可能」★法対応 ※<sup>1</sup>当該子が2人以上の場合は10日まで ※<sup>2</sup>小学校就学の始期までの子
- 福利厚生サービス『ベネフィットステーション』を導入。育児関連の補助金など様々なサービスを受けることができます。
- ADKポータルサイト内に社内相談窓口『子育てママパパ支援サイト』を開設。また「交流会」や「復職後社員へのワークショップ」の実施などを通じて情報共有の促進を行うことで、子育てママパパの不安解消に努めています。
- 2021年の「男性の育児休業取得率は28.9%」  
2022年の「男性育児取得率目標は30%」、「妻の出産のための特別休暇取得率目標は100%」
- 2021年の「産休・育休後の復職率は100%」でした。

2019年	2020年	2021年
7.1%	20.6%	28.9%

男性の育児休業取得率

### 介護に取り組みやすい環境づくり

仕事との両立が難しい介護の現場の実情を踏まえて、ADKでは法律を上回るADK独自の休暇日数、制度を導入しています。

- 「法律で定められた93日に加え、3か月の介護休業が取得可能」
- 「1年に5日※まで要介護状態にある家族の介護その他の世話をを行うために休暇取得可能」★法対応 ※対象家族が2人以上の場合は10日まで
- 福利厚生サービス『ベネフィットステーション』を導入。介護関連の補助金など様々なサービスを受けることができます。

## プロとしてのキャリア形成と着実な成長を目指して

社員ひとり一人の才能と熱量こそが、ADK成長の原動力。そうした考えのもと、プロフェッショナルとしてのキャリア形成に欠かせない「学びとチャレンジの機会」を用意しています。

### ひとり一人の成長環境を一緒に考える『キャリアステッププログラム』

20代の社員を中心にキャリアプランに関するヒアリングを行い、本人のキャリア希望と会社の事業戦略のマッチングを図る制度です。会社の都合で一方的に異動させる「ジョブローテーション」ではなく、あくまで社員ひとり一人にとって今必要な成長環境を一緒に考え、希望者には本人のキャリアプランを考慮し、必要に応じて適切なタイミングで異動を行っています。

### 自律的なキャリア開発を支援する『キャリア開発自己申告』

- 年1回、全社員がキャリアの棚卸しを行い、今後のキャリアプランを申告。キャリア希望と会社のニーズをマッチさせ、必要に応じてグループ内での異動・転籍を実現しています。

### キャリアビジョンと知識・スキルの幅を広げ、実戦力を高めるための学びの場『ADK UNIVERSITY』

プロフェッショナルに必要とされる基本能力を身につけ、活躍のフィールドを広げるために必要なスキルとナレッジに磨きをかけることができる研修体系。ADK UNIVERSITYでは、社内外の講師や教育機関と連携し豊富な学びの場を提供していくことで、専門領域でのスキルアップも支援していきます。

- デジタルマーケティング、SDGs、最新のテクノロジーなど、今ビジネスに必要なテーマで構成するセミナーを毎月複数回開催しています。
- 様々なeラーニングや社外参加型研修など、社員の自学自走を支援する豊富なラーニングコンテンツを提供しています。
- より実践的な知の共有、実戦力の伝承のために、社内プロがプロを教える「社内プロ講座」を開催しています。
- マーケティングをはじめ各種専門領域の「検定合格や資格取得に必要な受験料・学習費用」の補助を行っています。

※2021年のADKの教育訓練費は、約11,493万円です

### 新入社員と先輩OJT社員と一緒に成長する「成長株育成プロジェクト」

新入社員ひとり一人を将来有望な「成長株」に見立て、1年間の綿密な計画のもと育成。先輩OJT社員も、複数回のOJT研修でノウハウやテクニックを学びながら、試行錯誤して人を育てる力を習得することができ、自身の成長へとつなげられる仕組みになっています。

- 1年間の終わりには、役員に対し1年間の成長についてプレゼンテーションする「成長株主総会」というイベントを開催。理想的なOJT育成像が共通認識になっていくようにしています。
- OJTは先輩社員ですが、OJTリーダーは組織のマネジメント層が担い、組織全体で新入社員を育てるという考え方をとっています。OJTリーダーが集まり、育成の現状や課題について共有し対話する「OJTリーダーミーティング」も行っています。
- OJTとは別に、新入社員には、内定時期から社員を「メンター」としてつけています。業務上の利害関係とは別のつながりを早期につくっておくことで、安心して入社し働き続けられるように、毎年工夫を重ね、仕組みの改善をはかっています。



# 環境

私たちの事業活動が環境に与える影響の重要性を認識し、社会への貢献・環境保全への取り組みを進めています。

ADKは、従業員一人ひとりがコミュニケーション事業の環境に与える影響の重要性を認識し、当社事業活動における社会への貢献・環境保全への取り組みを推進します。また、広告主への提言、メディア、協力会社との連携強化により、効果的な環境コミュニケーションの実現に努め、持続可能な社会の構築に貢献します。

法令対應用データを集計し、関係省庁へ届け出ています。

- 本社オフィスにおきましては、「特定テナント等地球温暖化対策計画書提出書」を虎ノ門ヒルズ(森ビル)経由で関東経済産業局長宛てに提出しています。
- 廃棄物処理法に基づき、マニユフェストの保管、産業廃棄物管理交付等状況報告書の提出を行っています。

「COOL CHOICE」に賛同しています。

温室効果ガス排出量削減のためにあらゆる「賢い選択」を促す国民運動である「COOL CHOICE」に、ADKも賛同しています。



「COOL CHOICE」とは

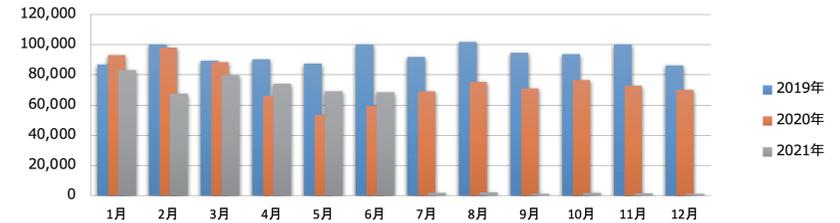
2015年、すべての国が参加する形で、2020年以降の温暖化対策の国際的枠組み「パリ協定」を採択。このパリ協定を踏まえ、日本では2030年度に温室効果ガスの排出量を2013年度比で26%削減するという目標を掲げました。その目標達成に向けた取り組みがCOOL CHOICEです。

環境関連の実績データ資料を作成。  
状況を把握し、エネルギー・資源の消費を抑制しています。

- ◎ ノー残業デーを設けるなど「働き方改革」の推進と同時に、時間外空調の抑制など電力使用量の削減に努めています。
- ◎ 一斉消灯を行い、電力使用量の抑制に努めています。

電気使用量の推移

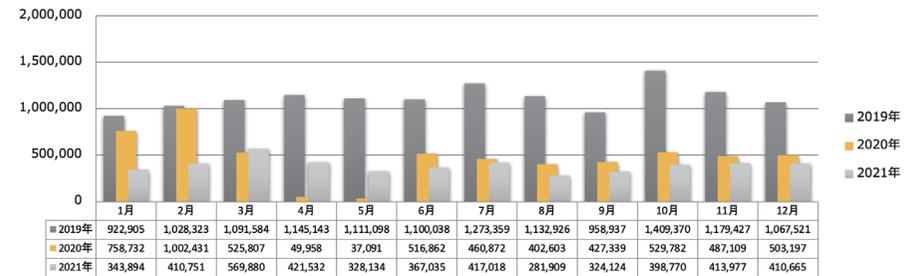
2019-2021年度 (1-12月期) 月毎比較 単位: kWh



- ◎ 夏季はクールビズを実施しています。
- ◎ コピー用紙の利用枚数を測定し、抑制に努めています。各会議室に設置されたモニターや会議用タブレットを活用し、ペーパーレスを目指しています。

コピー用紙利用枚数の推移

2019-2021年度 (1-12月期) 月毎比較 単位: 枚



- ◎ 文具はエコ商品購入率を高めるグリーン購入を推進すると同時に、使用済み文具もリサイクルして活用するよう努めています。
- ◎ 本社オフィスでは、廃棄物は産業廃棄物・一般廃棄物ともに継続的に測定を行い、抑制に努めています。
- ◎ 不要になった参考図書などの書籍を集めて寄付・リサイクルを行っています。

## 株式会社ADKホールディングス ADK Holdings Inc.

グループ全体戦略・運営方針の立案ならびに事業会社の管理・監督、およびグループのバックオフィス機能や、働きやすい環境作りや健全な働き方の推進、インターナルコミュニケーションの活性化などのコーポレート・コミュニケーション機能などを提供する純粋持株会社です。

## 株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ ADK Marketing Solutions Inc.

マーケティング領域全般における統合的なソリューションをフルファネルで提供。2021年に始動した事業ブランド「ADK CONNECT」がフラッグシップとなり牽引するデジタル&データドリブン・マーケティング領域では、専門性の高いスペシャリストが組織横断で集結し、クライアントのビジネス成果に貢献する『価値ある顧客体験』をご提案します。

### グループ会社概要

ADKグループは、純粋持株会社「ADKホールディングス」の傘下に、専門性の向上を目的とした3つの事業会社「ADKマーケティング・ソリューションズ」「ADKクリエイティブ・ワン」「ADKエモーションズ」を擁しています。マーケティング事業とコンテンツ事業の2つの事業領域を柱とし、パーパス『すべての人に「歓びの体験」を』のもと、「心を動かす魅力的な体験」を創造し続けています。



## 株式会社ADKクリエイティブ・ワン ADK Creative One Inc.

クリエイティブおよびプロモーション領域における、プランニングから制作までの提案・実施をワンストップで提供。オンライン、オフラインを統合した独創的なアイデアを武器に、消費者を顧客へ、そして熱烈なファンへと変えていく魅力的な体験を生み出しています。

## 株式会社ADKエモーションズ ADK Emotions Inc.

コンテンツビジネスのパイオニアとしてのDNAを継承。アニメのコンテンツ&ライツマネジメントサービスに加えMD・EC事業など、ファン創造へとつながる魅力的な体験を様々な顧客接点でお届けしています。