

すべての人に
「**歓び**の**体験**」を。

ADK SDGs ACTION REPORT

ADK

すべての人に
「**喜びの体験**」を。



2020年ADKは、『すべての人に「喜びの体験」を。』というパーパス(社会的存在意義)を策定いたしました。これを機に、ADK社員を含むすべてのステークホルダーの生活シーンを価値ある体験の場としてリ・デザインし、人々の生活をより豊かにするマーケティング会社を目指していきます。物理的な距離が求められる今、人々は心の豊かさの創出や精神的・心理的な距離を縮めることができるような、魅力ある「喜びの体験」を待ち望んでいます。まさにADKの存在意義が試される時だと考えています。

『「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現』を目指し採択されたSDGsは、私たちのパーパスと深く共鳴するテーマであり、ADKが今後より一層力を入れて取り組んでいくべき課題でもあります。独創的なコミュニケーション・アイデアを通して創り出す「喜びの体験」は、社会をより良い方向に導く力になると信じています。

この冊子では、ADKがお手伝いさせていただいたクライアント様のSDGs取り組み事例、ADKグループの社会貢献やサステナビリティについての現況をご報告させていただきます。

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

SDGsとは

2015年9月に開催された「国連持続可能な開発サミット」にて「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。この目標が17のゴールと169のターゲットから構成される持続可能な開発目標(SDGs)です。「誰一人取り残さない」という考えのもと、世界が抱えるさまざまな問題を「経済、社会、環境」の側面から網羅的に捉え、2030年までに解決することを目指しています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

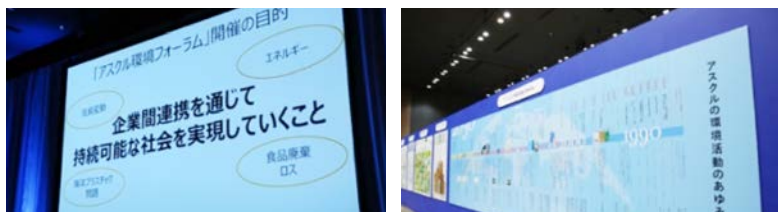


クライアント様における取り組み事例

ADKがお手伝いさせていただいたクライアント様における
SDGs取り組み事例の一部をご紹介します。(50音順に掲載)

アスクル株式会社 様 ACTION FILE ①

アスクル環境フォーラム 2019



*アスクル環境フォーラム2019にて登壇された、アスクル株式会社
代表取締役社長 CEO吉岡晃氏

企業間連携を通じて、持続可能な社会の実現を目指すために。 企業を取り巻く環境問題を共有できるフォーラムを開催。

気候変動の課題は個々の企業の取り組みだけでは解決できません。サプライチェーンに関わる企業が連携・協力しながら、CO₂削減や脱炭素社会の実現を目指す取り組みが必要となります。

アスクル様では、サプライヤーや企業とともにさまざまな環境課題を認識・共有できる場を形成し、2016年からフォーラムを実施。ADKは毎年、フォーラムの趣旨や目的を整理する段階から一緒に取り組まさせていただき、専門家による研究最前線の発表や、大手企業のトップを招いてのパネルディスカッション等、フォーラム全体を成功させるために全力で環境イベントの運営を行っています。

アスクル株式会社 様 ACTION FILE ②

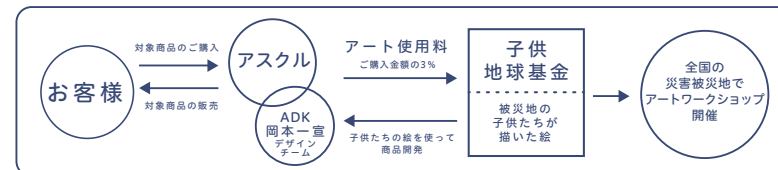
アスクルこども アートプロジェクト 「ASKUL Kodomo Art Project」



2011年の東日本大震災をきっかけに、 被災地の子どもたちを支援する復興支援企画。

災害被災地の子どもたちが描いた絵を商品デザインに展開し、その商品のご購入金額から3%を「アート使用料」として、アスクル様から特定非営利活動法人「子供地球基金」に支払います。「アート使用料」は、子供地球基金を通じて、災害被災地の子どもたちを対象としたアートワークショップの開催など、災害被災地の子どもたちに還元される社会貢献活動に役立てられています。ADKがサポートさせていただいているこのプロジェクトは長年続いており、これまでにオリジナル商品となった点数は十数種類にも及びます。2014年「第8回キッズデザイン賞」(主催:特定非営利活動法人キッズデザイン協議会)の「復興支援デザイン部門」賞を受賞。

支援の仕組み



大塚ホールディングス 株式会社 様

ACTION FILE ③

OTSUKA
まんがヘルシー文庫



1989年から活動。まんがでわかりやすく、 子どもたちに基本的な健康の知識を伝える。

子どもたちの健康を願い、身体のしくみや健康について関心と理解を深めるため、毎年新しいテーマの健康まんがを発刊。大塚グループ様が、全国の小、中学校をはじめ特別支援学校、国公立図書館、海外日本人学校等に寄贈する社会文化活動です。1989年(平成元年)の創刊から30年活動を継続されています。ADKは、発足当初からサポート。冊子の制作だけではなく、学習指導要領との対照表を作成し、学校現場における活用を提案する、都道府県の学校教員を対象とした健康学習活用研修会を年1回開催しています。



分身ロボットカフェ

オリイ研究所 様 ACTION FILE ④



寝たきりの障がい者がカフェで接客を行う、 障がい者の社会参加を促進・啓蒙するプロジェクト。

さまざまな理由で外出が難しい重度障がい者など30名が、遠隔操作型の分身ロボットを通じて接客を行うカフェを期間限定でオープン。メディアや大企業の注目を集め、実際にカフェに参加した障がい者30名中10名が企業への就職を果たしました。本プロジェクトの協賛セールスからクリエイティブ/イベント/PRまでをADKが担当。オリイ研究所様が提唱する分身ロボットによる遠隔就労の社会実装をサポートさせていただきました。ACC2020 デザイン部門グランプリ、クリエイティブ・イノベーション部門グランプリ他、受賞多数。

- 1 企画に賛同する協賛企業9社、クラウドファンディング参加者約500名から、実施資金を集める。
- 2 障がい者30名を採用して、分身ロボットのトレーニングを実施してカフェのサービスを構築。
- 3 分身ロボットカフェをオープン。3週間で来客した約1,200名に対して分身ロボットに搭乗したパイロットによる接客体験を提供。
*見学者を含めると、2,000名が来店。



株式会社コーセー 様
ACTION FILE ⑤

雪肌精 クリアウェルネス



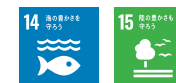
12年間、環境活動に取り組んできた雪肌精。
サステナブルであり、世界標準のフリー処方も対応。

自然から取り入れた成分で開発された雪肌精シリーズは、新たなブランドラインとしてサステナブルなブランドコンセプト・ストーリーを開発。環境に関わるその姿勢を、プロダクトデザイン/パッケージへと具現化するご提案をしました。ラベルレス、プリントレス、バイオマスPET、ダンボールPKGを採用し、CO₂排出低減を考慮した製品化が実現。企業サステナビリティ推進活動を牽引するブランドとして、活動の幅が広がっています。ブランドのシリーズラインナップはさらに拡大し、今後、グローバルSEKKISEIとして主軸ラインを担っていきます。



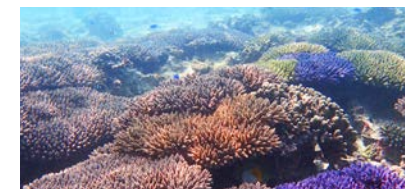
雪肌精 SAVE the BLUE

株式会社コーセー 様
ACTION FILE ⑥



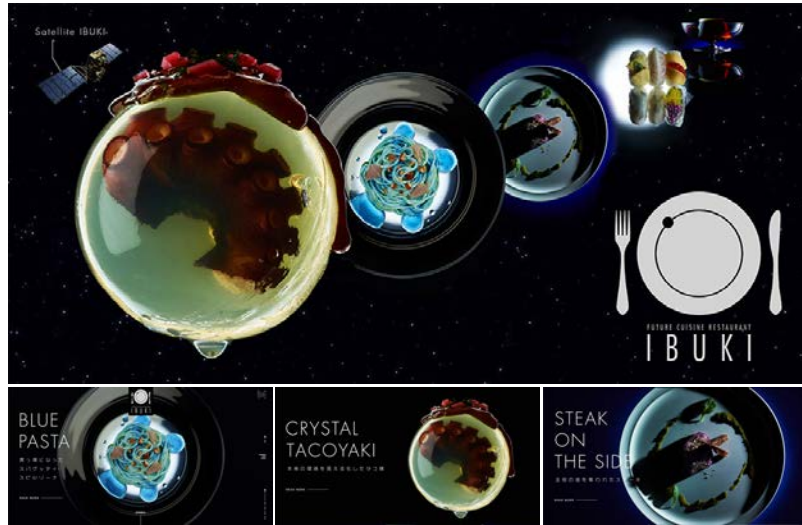
あなたが美しくなると地球も美しくなる。
2009年夏から継続している、売上の一部を寄付するプロジェクト。

沖縄のサンゴ礁が地球温暖化の影響で絶滅の危機に。そこで、和漢植物という自然の恵みを受ける雪肌精ブランドに、サンゴの育成保全活動を中心に取り組むプロジェクトとして環境保護に貢献する「SAVE the BLUE」をご提案しました。2009年の夏より「雪肌精SAVE the BLUEプロジェクト」がスタート。10年目からは、森の植樹が海の生体系を回復・活性させるということで東北での活動に拡大しています。現地でサンゴの育成活動の理解を深めることで、流通店頭づくりへの波及や対象期間の催事協力など、販促活動の支援にもつながりました。さらに、SAVE the BLUEデザインボトルに展開するなど、この活動は拡大中です。



JAXA 様
(地球をみまもるプロジェクト)
ACTION FILE ⑦

未来レストランいぶき



科学的報告を元に「このまま温暖化が進行したら食べることになるかもしれない、未来の料理」を開発し、人工衛星の名を冠したレストランを展開。

ADKの創立60周年を記念して、ADK社員がそのスキルやノウハウを活かし、社会の課題や日常生活の中の悩みに対するアイデアやソリューションをご提供させていただきました。その期間限定のプロボノ/CSRプロジェクト「プレーンタル」の一環として、JAXA様の温室効果ガス観測技術衛星“いぶき”をPR。背景となる温暖化問題への関心低下を受けて「地球温暖化がこのまま進んでしまった未来で、私たちが食べるかもしれない料理」を考案して創作・提供へ。1日限定のレストランが、TVやソーシャルメディアで大きな話題を呼びました。2018カンヌライオンズPR部門ブロンズ受賞。



WITH STAMP

WWF JAPAN 様
ACTION FILE ⑧



日本文化Xドネーション。絶滅危惧種保全へのコミットを高めるため、新しいデザインソリューションを提案。

絶滅の恐れがある動物のシルエットがデザインされたネームスタンプを作れる「WITH STAMP」キャンペーンを企画・運営しました。自分の名字(漢字)を特設サイトに入力するだけで、絶滅危惧種の動物のシルエットと文字が一緒になったデザインが自動生成され、オーダーも簡単にできて、購入金額の一部がWWF様の環境保全活動への寄付となる仕組みです。日本独自の「ハンコ文化」を活用した、全く新しい野生生物の保護活動支援として、注目を集めました。誰でも気軽に参加できるドネーションキャンペーンとしてTwitterを中心に拡散。NHKなど多くのメディアにも取り上げられました。ACC 2018 マーケティング・エフェクティブネス部門ブロンズ、PRアワード 2017マーケティング・コミュニケーション部門シルバー、ADFEST 2018 デザインロータス ポスター部門ブロンズなどを受賞。

WWF JAPAN 様 ACTION FILE ⑨

#ANIMAL_SELFIE



世界の絶滅危惧種を通し、
セルフイーというカタチで地球環境問題に声を挙げる。

世界の絶滅危惧種を通し、「地球環境問題」を訴えるキャンペーン「#ANIMAL_SELFIE」(アニマル・セルフイー)を企画・実施しました。絶滅危惧種たちが現状置かれている環境問題を背景に、あたかも自撮り(セルフイー)しているかのような画像をInstagramに次々とアップ。地球環境問題への関心を高め、支援活動へとつなげることを目指しています。セルフイー画像からは、直接支援ステッカーを購入することができる仕組みで、WWF様への寄付金額のアップに寄与。SNSで幅広く拡散され、教育機関や税関でも使用されるなど話題となりました。

D&AD Awards 2019 プレス&アウトドア部門グラフィックペンシル、ACC 2019 メディアクリエイティブ部門ゴールド、ADFEST 2019 メディア部門ブロンズ、ADSTARS 2019 プロモーション部門ブロンズを受賞。



メコンブルー 様 ACTION FILE ⑩

初任給ギフト向け特別パッケージ
「子育て卒業証書」



自立を迎えるまで育ててくれた
両親への感謝の気持ちをこめて贈るギフト。

「メコンブルー」は、カンボジアの最貧困地域に住む女性職人たちによって織り成されるシルクストールブランドです。読み書きができず仕事に就くことができなかった女性たちに、仕事ができる喜びと実収入をもたらしました。彼女たちが作り上げるストールは、「自立」を体現したものです。そこで、「自立」をテーマとしたキャンペーンをADKが企画・実施。自立への第一歩を踏み出す新社会人になった子どもから親へ手渡すギフトとして、「メコンブルーのシルクストール」と「子育て卒業証書」をパッケージにしました。「子育て卒業証書」はベーシックなものから、「スマホ代肩代わり卒業」や「いつもおごり卒業」「洗濯たたみ卒業」などユニークなものまで15種16デザインを制作。好評のため、結婚式に両親に贈呈するバージョンの子育て卒業証書も作成しました。



ADKグループの社会貢献

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たアイデアで、
社会をより良い方向に導く活動を行っています。

ADK 創立 60 周年記念 CSR / CSV プロジェクト 「ブレენტラル」



広告会社ならではのアイデアとソリューション力で、社会に存在するさまざまな課題を解決するお手伝いがないだろうか。2016年にADK創立60周年記念企画として誕生した「ブレენტラル」はその名のとおりに、ブレンを貸し出す社会貢献です。サイトを通じて一般の方や団体から公募した「悩み」や「課題」の解決に、有志社員がチームを組んで取り組みました。クライアント様の取り組みにてご紹介させていただいた、JAXA様(地球をみまもるプロジェクト)の「未来レストランいぶぎ」、メコンブルー様の「初任給ギフト向け特別パッケージ『子育て卒業証書』」は、ブレენტラルのプロジェクトとして取り組ませていただきました。



アートギャラリー



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、新しい才能を紹介し、活動を応援しています。

現在展示中の作品について

2020年7月からは、アーティスト風能奈々(ふうのなな)氏による新作「鍵・窓とひろがるカーテン、私の舟にのせるものシリーズ」を展示。角度によって絵が変わって見える本作品。エントランスの大きな窓から差し込む光が当たり、描かれているモチーフや筆触が浮き上がったりしずんで見えたりを繰り返し、独特で重層的な世界観が生み出されています。



教育・啓蒙プログラム 「考える力」「伝える力」を育む



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。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、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」作業へ。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。



キッズワークショップ

虎ノ門ヒルズの夏休みイベント「キッズワークショップ」の中で、ADKのワークショップを実施。広告会社ならではのクリエイティビティを活かし、子どもたちのオリジナル作品づくりや伝えたいことが伝わるキャラクターの作り方など、多彩なプログラムのワークショップを企画・運営しています。



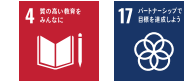
被災地復興支援 写真集「南三陸から」刊行



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を伝え、観光誘致につながるガイドブックとしても役立っています。



産学連携



ADKは、当社のデータ分析やマーケティング分野の知見やノウハウを教育現場や研究に役立てていただくべく、大学や研究機関との連携を進めています。

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ストで活用いただいている他、PBL(課題解決型学習)に協力し、学生の受け入れなどを行っています。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2月時点)

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」のデータを解析用課題として活用いただいたり、大学からのインターン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。

ADKグループのサステナビリティ

社員の日々の業務、そして会社生活にも「喜びの体験」を。
ADKが進めている環境や働き方に関する
取り組みについてご紹介します。

社会的存在意義

すべての人に「喜びの体験」を。

消費者を動かす原動力は、単なる機能としての「モノ・サービス」ではなく、それを取り巻く魅力的な「体験」へ。すでに私たちのビジネスも、一方的な情報発信から総合的な体験デザインへとシフトしています。こうした時代の流れをふまえてADKは、パーパス（社会的存在意義）を『すべての人に「喜びの体験」を』としました。体験のデザインを通じて、すべての人々の生活を明るく豊かにしていきたい。その考えは、事業ビジョンやSDGsはもちろん、社員の働き方改革など、これからのADKのあらゆるアクションを方向づける大切なモノサシとなります。

— 社会的存在意義 — すべての人に「喜びの体験」を。

事業領域

— 事業ビジョン —
顧客を資本と考える
「顧客体験創造会社」

コーポレート領域

人事：すべての社員に仕事を通じて喜びの体験を。
総務・IT：すべての社員に喜びの体験をもたらす環境づくり。
CSR/SDGs：社員を含めすべての人に喜びの体験をもたらす社会活動。

事業ビジョン

顧客を資本と考える「顧客体験創造会社」へ。

消費者にとって魅力的な「うれしい体験」をあらゆる接点で、継続的に一貫して提供していくことで、消費者を動かし、顧客へ、さらには熱烈なファンへと進化させる。モノやサービスを末永く愛用してくれるばかりか新しいファンをも生み出してくれる熱烈なファンは、持続的な企業成長のための大切な資本(Equity)と言えます。

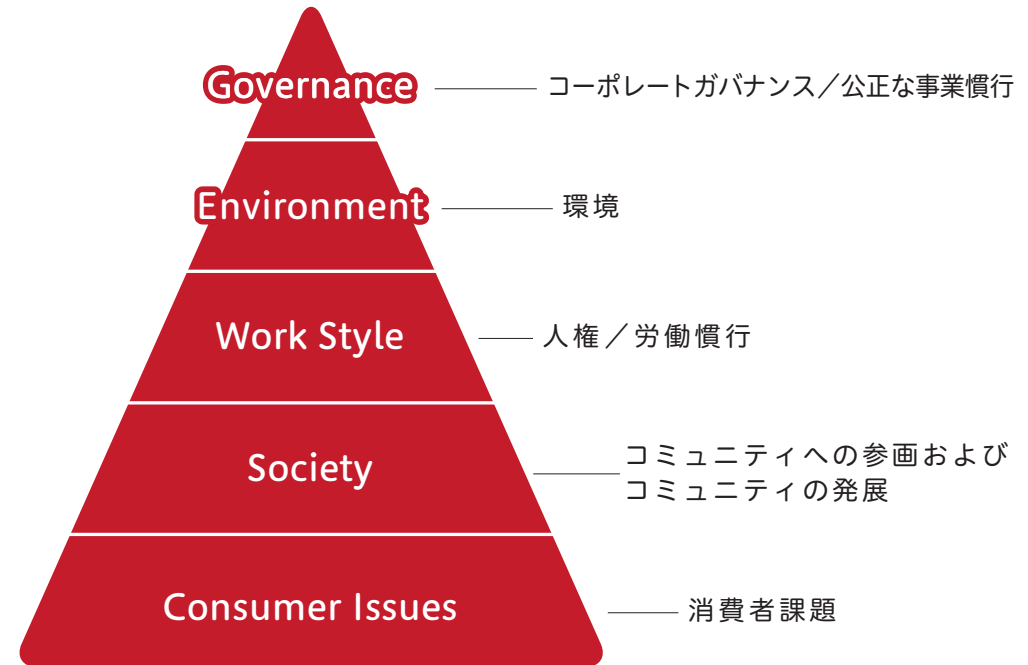
ADKは、データとテクノロジーをフルに活用した精緻な体験デザインで、顧客の獲得・維持拡大、究極的には熱烈なファン創造を目的とする統合型マーケティングで、クライアントのビジネス成果に貢献していきます。

CSRフィロソフィー

ADKホールディングスおよびADKグループ会社は、持続的な成長のためには、環境的・社会的な責任を果たすのは勿論のこと、事業を通じた社会貢献を行っていくことも重要な役割であると認識しています。社内にCSR委員会を設置し、CSRの国際ガイドラインであるISO26000の7つの中核課題を参考に5つの領域を設定して、さまざまな活動を行っています。

ADKグループ行動指針。ADK Group Code of Conduct

ISO26000の7つの中核課題



環境

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。



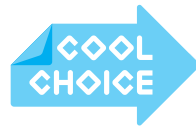
法令対応用データを集計し、関係省庁へ届け出ています。

◎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。



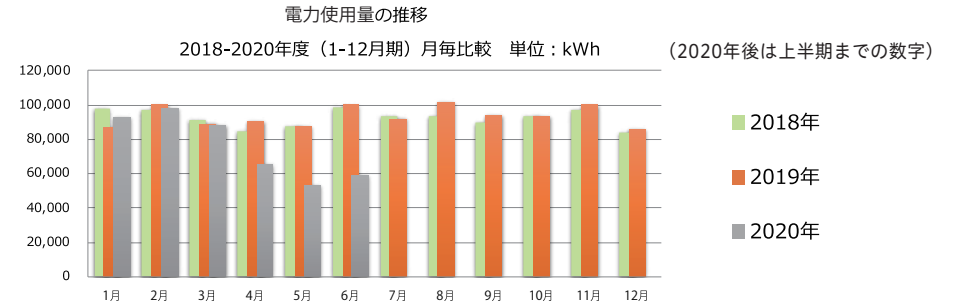
「COOL CHOICE」とは

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。

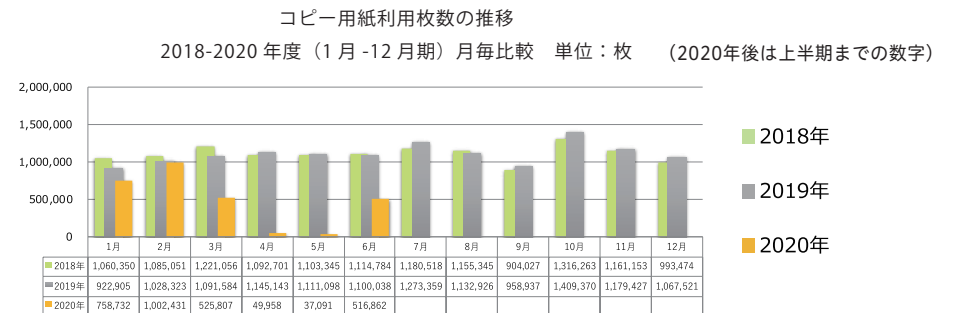
状況を把握し、エネルギー・資源の消費を抑制しています。

- ◎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。



◎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。



◎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。

働き方

ADKは、「歓びの体験を創造することを通じて世の中に貢献する」という私たちの社会的存在意義を日々の仕事の中で実現すること、そして、従来の広告代理店の枠を超え、「顧客を資本と考える・顧客体験創造会社」という事業ビジョンを実現するために、「働き方」も変えていきます。多様な専門性、価値観を持つ「プロフェッショナルの集団」として、多様な価値観やワークスタイルを尊重しながら、一人ひとりが自らの専門性に磨きをかけ、仲間と協働しながら能力を最大限に発揮できる環境づくりを進めています。

人材育成

「顧客を資本と考える・顧客体験創造会社」においては、あらゆる分野に活動領域が広がり、社員それぞれが「各分野のプロフェッショナル」であることの重要性が増します。クライアントビジネスの成果に貢献し、新しい価値を創造するべく社員それぞれが各分野の専門性を持った多様性のあるプロフェッショナル集団が育つ組織に向けて、さまざまな教育訓練プログラムを用意しています。

ADK University開講

プロフェッショナルとしての基本能力を鍛え、しっかりとした土台をつくる階層別研修体。社内および外部の講師や教育機関と連携しながら数々の効果的なプログラムを用意しています。2020年のADK教育訓練費実績は9,250万円となります。

*2021年教育訓練費予算は約15,100万円を見込んでいます。

健康・健全な働き方

ADKでは、生産性が高く健康的な働き方を推奨しています。専門性の高いプロフェッショナルが自律的に協働するネットワーク型組織として、裁量労働制を導入し、一斉有休取得日、有休取得奨励日、どこでも休暇を設けて、有給休暇の取得を推進しています。個人や組織の業務状況にとって最適な働き方を自主的・自律的に選択する「ハイブリッド型勤務制[※]」へ移行し、多様な価値観やワークスタイルを尊重する自立した働き方を推進します。

※出社・在宅・リモートなど個人の裁量によって勤務の形態が決められる

ワークライフバランス

ADKグループでは、育児・介護を行う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。2014年から女性社員の育休取得率は90%を超えるようになり、2019年以降は100%を実現。男性社員の育休取得率も増加傾向にあります。女性・男性社員ともに職場への復職率は100%を実現しています。

○女性

■育休取得率：100%

■復職率：100%

○男性

■育休取得者数

2014年	90.5%	19/21名
2015年	93.8%	15/16名
2016年	95.0%	19/20名
2017年	100.0%	17/17名
2018年	91.7%	22/24名
2019年	100.0%	20/20名
2020年	100.0%	8/8名

	育休取得者数
2015年	1
2016年	2
2017年	7
2018年	5
2019年	2
計	17

(2020年8月26日時点)

職場見学、体験活動ができる「こども参観日」の実施

ご家族のみなさんに、ADKで働いているお父さん・お母さんの仕事を理解していただくため、年に一度、夏休み中に社員の子どもたちを本社オフィスに招いて「ADKこども参観日」を実施。職場見学にとどまらず、当社クリエイターと一緒に広告を考えたり、数字をデザインして時計にしたり、クリエイティブな体験を提供しています。



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.

クライアントのあらゆる課題に向き合い、
マーケティング領域における総合的な
ソリューションを提供します。

グループ会社概要

専門性にさらなる磨きをかけ、これまでの広告会社の枠を超えた
プロフェッショナル集団となることを目指して。

ADKは、純粋持株会社「ADKホールディングス」、
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」の4社に
分社化いたしました。



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

コミュニケーション戦略の企画・制作・実施までを
ワンストップで実現する高品質 & 最適なソリューションを
提供します。

株式会社ADKエモーションズ ADK Emotions Inc.

先駆者としてのDNAを継承し、
デジタルテクノロジーを活用して
日本アニメの新たな潮流を創出します。