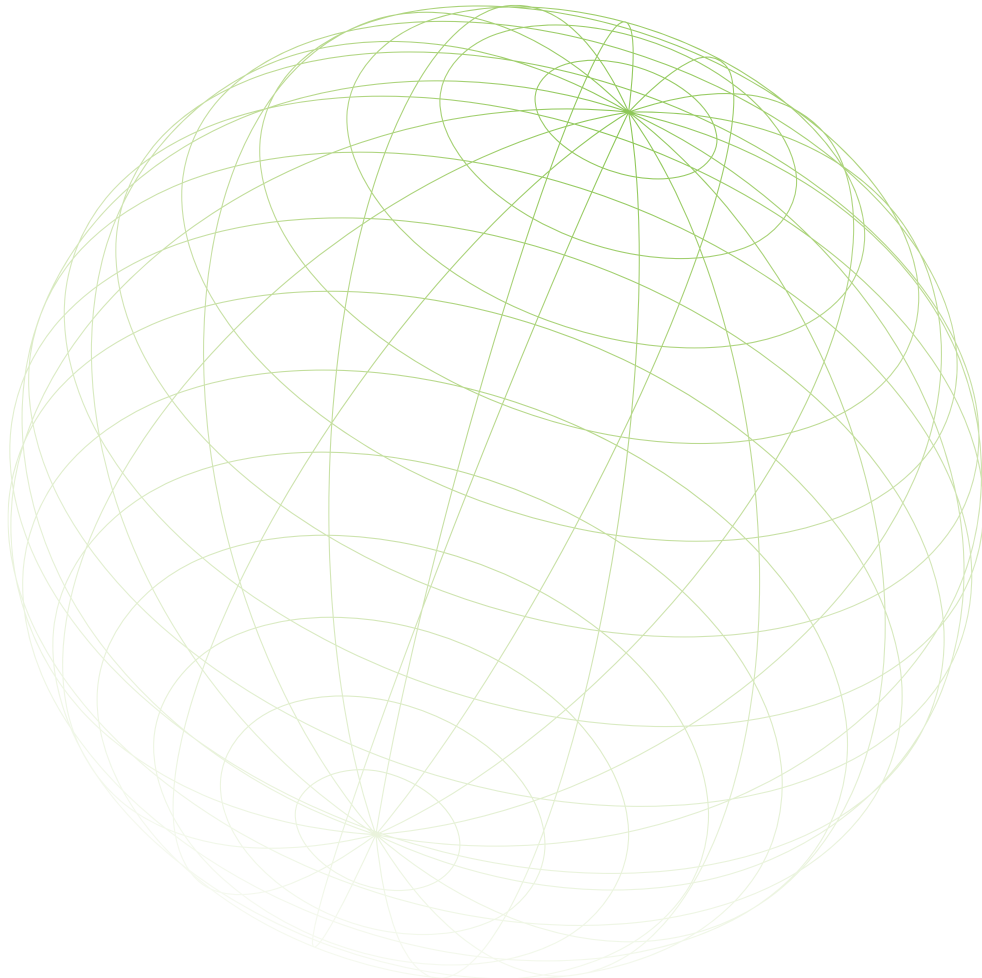




IV. 環境保全

電通は環境問題を CSR の重要課題のひとつと捉え、代表取締役社長を議長とする「環境戦略会議」を設置しています。環境マネジメントシステム「電通エコ・プログラム」では、環境方針・環境目的を掲げ、全社で環境保全の取り組みを進めています。その取り組みが評価され環境省から「エコ・ファースト企業」に認定されています。今後も、自社の取り組みにとどまらず、各ステークホルダーとの協働による取り組みや環境コミュニケーションの実施などを通じて環境保全活動を推進し、サステナブルな社会の実現に寄与します。





活動推進 活体制

全社の取り組み

電通は、2008年7月に代表取締役社長を議長とする「環境戦略会議」を設置し以降グループ全体としての推進体制強化を図っています。

また、社の重要委員会であるCSR委員会において環境管理責任者が指名され、グループ全体の環境への取り組みを進めています。電通の各局(室)では、CSR推進委員とエコ委員が環境への取り組み活動の推進役となっています。また、グループ各社では、エコ・プログラムの担当役員、管理責任者、統括担当者、推進委員を任命して、活動を推進しています。

「電通グループエコ・プログラム」の導入

2005年1月に、環境マネジメントシステム「電通グループエコ・プログラム」（現行）を導入し、2005年5月にはISO14001の認証を取得しています。その後、国内グループ会社も加えて2006年6月にグループで統合認証を取得し、2015年3月31日時点では、電通と電通グループ会社16社が維持しています。

エコ・ファーストの約束（更新書）

電通は、2012年3月に「エコ・ファーストの約束（更新書）」を環境大臣に宣言して、次の3点を重点領域として定めています。

1. 環境コミュニケーションを積極的に推進し、社会に広めていきます。
2. 次世代の環境コミュニケーションや、社員の環境への取り組みを支援します。
3. グリーンなオフィスを、より進化させていきます。

「エコ・ファーストの約束（更新書）」では、本社ビルのCO₂排出量を2003-04年度平均に対して、2015年度までに21%削減、廃棄物リサイクル率を90%に向上させることを約束しました。

2014年度はCO₂排出量は27.2%の削減を達成。リサイクル率は74.8%でした。

環境方針

電通グループは、自らの事業活動が環境に与えている影響を正しく評価、認識し、環境負荷の低減に向けた活動を推進します。

また、環境に配慮したコミュニケーションサービスの開発、提案に務め、様々な活動を通じ環境改善に寄与します。

〈環境マネジメント活動〉

1. 環境マネジメントシステムを構築し、汚染の予防に務め、継続的改善を図ります。
2. 環境法規制その他の関連事項を順守します。
3. 環境目的、推進目標の設定、及び適宜見直しを行います。

〈環境コミュニケーション活動〉

4. 社員、取引先、消費者へ向けた環境意識啓発活動を推進します。

〈環境改善活動〉

5. 地球温暖化防止のため、省エネルギー活動を推進します。
6. 省資源化を推進するとともに、リサイクル促進等により廃棄物を削減します。

環境目的

1. 社員、取引先、消費者へ向けた環境意識啓発活動の推進
2. 地球温暖化防止のための省エネルギー活動推進
3. 省資源化の推進、及びリサイクル促進等による廃棄物削減



環境意識の啓発活動

電通グループ エコ大賞

電通では、「環境コミュニケーション活動」を強化するための施策の一つとして、2009年に「電通グループエコ大賞」を創設し、毎年実施しています。電通グループ全体で環境への取り組みを推奨し、すぐれた活動を表彰することで、環境コミュニケーション活動の強化および知見の共有・蓄積を行うことを目的としています。

社員向けの啓発活動を対象とした「Aカテゴリー」と事業活動を対象とした「Bカテゴリー」を設けており、2014年はAカテゴリー、Bカテゴリーとも16点の応募があり、両カテゴリーからそれぞれエコ大賞が選ばれました。



表彰式の様子

ガイドブックを活用した意識啓発

電通では、社員の環境意識を高める活動の一環として、ガイドブックを製作するとともに、新入社員研修などへの活用を図っています。

不確かな情報や部分的なデータを用いて、その商品や企業活動を環境に配慮したものと誤認させる表示や広告は「グリーンウォッシュ」と呼ばれ、企業やNPOが注視しています。広告コミュニケーションにおけるグリーンウォッシュのリスク排除のため、「グリーンウォッシュガイド」を活用して、社員の知見を高めています。

また、環境に配慮したイベントを「グリーンイベント」と定義し、その実現に向けた手引き書「グリーンイベントガイド」も活用しています。イベント業務のフローに即して、企画段階から実施、事後の評価に至るまで、PDCAの観点から構成し、実務に役立つ事例を盛り込んでいます。



グリーンウォッシュガイド



グリーンイベントガイド

社員の「eco検定」資格取得を支援

電通では、東京商工会議所が主催する「eco検定（環境社会検定試験）」の第1回から社員の受験を積極的に支援しています。環境に対する幅広い知識を持ち、社会で率先して環境問題に取り組む人材を育てることを目的にしています。合格者は、社の環境活動の推進役であるエコ委員、内部環境監査の監査員、環境スローガンの審査員に就任するなど、社のエコ・プログラムの推進に寄与しています。2015年3月末までに、770人が合格しています。



環境スローガンの募集とポスター制作

電通では、「コミュニケーションの力」を活用するべく、2005年から電通と電通国内グループ会社社員およびその家族を対象に「環境スローガン」の募集を始めました。2014年は社員・家族の部を合わせて8,082点の応募がありました。最優秀作品は電通グループ社員のアートディレクターによりポスター化され、社員の意識向上に寄与しています。

2014年度に制作した環境ポスター



最後の一滴だけを、そんなに惜しまないでください。



水色は何色ですか。



むやみにプリントアウトせず、スマホでカシャリ。

C O₂排出削減の取り組み

オフィスビルの省エネルギー化

電通汐留本社ビルは、設計時から「100年建築」「地球環境共生」「省エネルギー」のコンセプトのもとに最新設備が完備されており、導入済みの省エネシステムは30項目以上にもなります。

【代表的な設備】風力・太陽光発電パネル/LED照明/エアフローウインドウ/コージェネレーションシステム/水資源再利用/緑化対策/空調制御システムプログラムの改良/冷水スレート熱交換器保温ジャケット/中水造水設備

ゴミ分別によるリサイクル率向上

電通では、ゴミ分別によるリサイクル率向上を図るため、社内各フロアのゴミ収集場所を「エコ・カウンター」と称して、分別ルールおよびリサイクル分別チャートの掲示による意識啓発を進めています。

社内に出るゴミを、再生できるものと再生できないもの、危険物（電池、カッターナイフの刃など）に色分けして、廃棄方法について細かくルールを定めています。2014年度の本社ビルのリサイクル率は74.8%でした。