



Dentsu Aegis NetworkのCSR活動

Dentsu Aegis Network (DAN) は、ビジネスにとどまらずESG(環境、社会、経済)に影響を及ぼしていることを認識して、その影響やリスクと機会を考慮に入れて、あらゆるステークホルダーの関与を引き出すため、2010年に中期CSR戦略「Future Proof」を立案しました。「Future Proof」では、社員そしてこの業界が直面する課題に対応し、懸念する問題に取り組むことを企図しています。



「FutureProof」5つの重点領域と2015年に向けての目標



環境保全

業務において排出される二酸化炭素を20%削減します。



コミュニティ

従業員の総労働時間の1%をコミュニティ活動に充当します。



マーケット・プレイス

90%の従業員に、日々の業務で「Future Proof」が意味することを理解できるようにします。



職場環境

業界で最も働きやすい職場を作るために、従業員の90%を関与させます。



コーポレート・ガバナンス

年次CSR報告でGRI A+を取得します。

CSR Steering Group

DANのCSR戦略は、グローバル機能部門のリーダーとブランド代表者からなるCSR Steering Groupによって設定され、CSR目標を設定して企業戦略に沿ったものとするにも責任を負っています。Steering Groupの代表はDAN Americas&EMEAのCEOであるNigel Morrisで、グローバルCSRチームによる「Future Proof」の実施・進捗状況の監視も担当しています。

グローバルCSRチーム

ロンドンのグローバルCSRチームは、現在3人の専任担当者から構成されており、「Future Proof」の実施、CSRキャンペーンおよびプログラムの効果測定、報告、管理を実施して、CSR全般に関するグローバル方針への遵守も範疇にしています。グローバルCSRチームは、CSR Championsおよびステークホルダーとの社内外におけるコミュニケーションおよび連携を管理し、CSRに関連するリスクと機会を定期的に評価します。こうした情報は、全社的なリスク委員会に報告されています。

CSR Champions (CSR推進委員)

グローバルCSRチームは、300人を超える各地のCSR Championsのネットワークと定期的に連携を取り、世界中のすべてのオフィスで「Future Proof」キャンペーンおよびプログラムを実施しています。CSR Championsは、事業部門か管理部門かを問わず、兼務でさまざまな部門に配置されています。キャンペーンおよびプログラムはそれぞれのCSR Championsの裁量に任されますが、オフィス、ブランド、現地の文化などに関連性のある特定の課題やパートナーシップの追求が期待されています。



デリバリー・モデル

DANでは「Future Proof」の一環で、革新的なCSRデリバリー・モデルを開発しています、

- ソーシャルメディアを使ったグローバルな意識向上キャンペーンにより、若年層デジタルオーディエンスのCSR課題への意識を高める
- デジタル技術を活用したグローバルアクションプログラムにより、グローバルネットワークで持続可能な行動を可能にする
- CSRを、テクノロジー、人事、財務、法務、広報などのグローバル機能部門に組み込み、日常業務に浸透させる
- 「Future Proof」のアジェンダに沿った地域的に意義ある活動を実践するため、CSR Championsを任命する

Comments

グローバル・エージェンシーとして、CSR活動をなぜ重視しているのですか？

ある程度の影響力を持ち、健康を享受できる人は、恵まれています。恵まれない人々が大勢いるということをおぼろげに忘れるのは、おそらく簡単なことでしょう。もちろん、何らかの恩返しをしたいと思うかどうかは、個人が自分の意志で決定すべきことです。しかし、私たちの事業はいつでも、地域社会、国内市場、グローバル市場で展開されています。それらのコミュニティが私たちを支えてくれている、つまり、業務に必要な人員、顧客、資源を提供してくれているのだから、私たちもコミュニティを支えなければなりません。

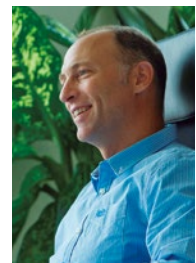
チームとして共に働き、選び抜かれたプログラムに重点を置いて力を合わせることで、私たちを取り巻く社会に良い影響をもたらすことができます。私たちには、多彩な才能と能力があります。その能力のほんの一部、わずかな割合の時間でも、社会的課題の解決を助けるために当てることができれば、良い影響が生まれます。DANでは責任を重んじています。それは、自分たちの価値観に従って生きるためのひとつの方法です。それにより、会社の評価を高め、私たちと同じ価値観を持つ新たな顧客と人員を引き付けることによって好循環を生み出すことができると考えています。

「Future Proof」への取り組みについての思いを教えてください。

私の取り組みが、会社にとってのCSR活動の重要性を世界中の同僚たちに認識してもらおう手助けとなり、それぞれがより深く関わり、もう少し時間と労力を投じることに繋がるなら、とてもいいことだと思います。

2015年の抱負は？

2014年は、アジア太平洋事業に関わっている全員が、実に多大な努力を傾け、CSR活動を支えるために大きな熱意と献身を示してくれたので、2015年は活動を広げるしっかりとした基盤があります。私たちの願いは、この努力を単発ではなく継続的かつサステナブルな活動に発展させることです。



Nick Walters
DAN アジア太平洋CEO
2014年「Future Proof Awards」
マネジメント部門受賞者



環境保全

DANでは、環境負荷低減を企図して2014年もグローバルCSRキャンペーン「30 Days of Green」を実施しました。これは、従業員の環境保全への意識を高めてポジティブな行動を促すことに重点を置いた施策です。このキャンペーンの一環として、数多くのローカル活動が展開され、環境サステナビリティに貢献しました。

グローバル・キャンペーン：30 Days of Green

2014年はグループ全体での環境意識啓発のため、「Earth Hour」および「Earth Day」のグローバルイベントと同時期にキャンペーン展開をしました。17の国・地域で62に及ぶ活動が実施され、グループ内のイントラネットやソーシャルメディアを通じて3,182件の「グリーン宣言」が社内外のステークホルダーから寄せられました。



活動紹介 20周年記念植樹 (Anniversary Tree Planting) -北京電通

北京電通では2012年から環境配慮のため毎年植樹を実施しています。2014年に実施された「設立20周年記念植樹」は、過去20年間にわたり中国の広告業界に貢献してきたことを祝う特別なイベントで、特に意義深いものでした。120人の従業員が淮北の植樹場に集まり、中国広告業界の肥沃な土壌において北京電通が豊かな森へと成長していくことの象徴として、合計200本が植樹されました。





活動紹介 鳥の巣箱 (Bird Houses) -DANロシア

DANロシアでは、クライアントも巻き込んだ環境活動を企図して、野生のムクドリ生態とその個体数増加に着目しました。

ムクドリはモスクワとその周辺の森や庭に好んで生息しており、春の訪れを告げる鳥として知られています。この課題に取り組んでもらうため、ムクドリの巣箱600個をクライアントにプレゼントして、クライアントがムクドリの個体数維持に貢献できるようにする手助けをしました。



グローバル・エージェンシーとして、CSR活動をなぜ重視しているのですか？

DANのようなグローバル企業は、社会や環境および従業員に良い影響を及ぼす能力があります。「恩返し」をすることにより、個人としても会社としても社会への貢献の気概を示すことができます。またCSR活動でリーダーシップを示し、クライアントやスタッフを鼓舞する革新的なソリューションを生み出す機会にもなります。

「Future Proof」への取り組みについての思いを教えてください。

私は「Future Proof」が、社内外の人々や当社の組織に大きな影響を及ぼしてきたのを直接目にしてきました。それはまさにチームの努力の賜物です。私はチームの一員に過ぎません。経営陣、事業部門、外部協力会社それぞれが、「Future Proof」の主体として、素晴らしいCSR活動を実現するために尽力してきたのです。

2015年の抱負は？

DAN各社の垣根を越えて、CSRについて真剣に考える仲間と知り合えたことを誇りに思います。私はCSR戦略の策定に関わることになりました。企業文化にサステナビリティを組み込み、真に革新的な方法でブランド構築できるような機会に胸を躍らせています。

Comments



Patrick O'Reilly
2014年「Future Proof Awards」
CSR Champion部門
受賞者



コミュニティ

DANでは、地域社会でボランティア活動を行うことへの意識を高めるため、グローバル規模のコミュニティ・キャンペーンとプログラムを実施しています。グローバル・キャンペーン「Volunteer Challenge」は、地域社会に「恩返し」をすることを念頭に、ボランティアする側と受け入れ側の双方に大きな効果をもたらすことが重要と考えています。

グローバル・アクションプログラム「GlobalGivingTIME」は、デジタルを活用したボランティア・コミュニティで、DANのボランティアが中小規模のチャリティ活動を直接支援する形になっています。このほか、特定の社会課題に取り組むローカルのチャリティ活動との提携プロジェクトが2014年も多数実施されました。

グローバル・キャンペーン： Volunteer Challenge

Volunteer Challengeは、ボランティア活動によるコミュニティへの貴重な貢献を図った活動です。2014年6月から8月までの間に、世界92カ所のオフィスから10,000人以上がキャンペーンに参加しました。2カ月間で合計36,792時間が、アジア太平洋地域の「One Day for Change」をはじめとして、ローカルで実施した106のイニシアティブに充てられました。





グローバル・アクションプログラム : GlobalGivingTIME

GlobalGivingTIMEは、DAN専用のオンラインでのボランティア・コミュニティです。世界中の草の根チャリティ活動から寄せられるメディアやマーケティングの課題にボランティアで応えるシステムで、毎月700人以上の参加があり、ポジティブな行動のきっかけとなっています。

2014年末までに合計26,000ドルに相当する提供がなされ、1,623件の回答が投稿されました。これまでに396件以上のチャリティ活動に支援をしており、そのうちの43%がコミュニケーション能力を強化することができたと回答してくれています。



活動紹介 One Day for Change

2014年7月に、DAN・アジア太平洋地域では、「One Day for Change」イニシアティブを発足させました。これは、すべての従業員が同じ日に丸1日を社会やチャリティ活動への貢献に費やすよう促すもので、各地域で集結して助け合い、ローカルコミュニティへの支援を行いました。

参加者がそれぞれ力を合わせ、クライアントやサプライヤーの支援を最大限に生かして、コミュニティ貢献を実現することができ、結果としてアジア太平洋地域のスタッフ約9,000人のうち7,221人が、各コミュニティで合計29,583時間をボランティア活動に充てました。



活動紹介 Carathon - Carat アイルランド

「Carathon」は、Caratアイルランドが毎年開催するチャリティ・ソフトボールトーナメントで、メディア業界に試合への参加を呼びかけ、イベントで寄付を募っています。2011年からの実施で総額55,000ユーロを寄与しました。そのうち15,000ユーロはアイルランドの「クラムリン子ども病院」へのパートナーシップに充てられています。

2014年の「Carathon」には、メディア業界から16チーム、Caratからは4チームの計200人以上が参加して、激闘の末、Caratが初優勝を果たしました。この取り組みはチャリティ活動に貢献する機会であるだけでなく、業界関係者が集いメディア・プロフェッショナル同士の連帯感を築くチャンスとなっています。





グローバル・キャンペーン： Care & Share

2014年12月に実施したグローバル・キャンペーン「Care & Share」では、年末の社会的弱者支援を通じた社会貢献活動を促進しました。数多くのローカルコミュニティ団体とも連携して、17の国・地域で4,600人を超える社員が地域のボランティアとして参加し、食料・衣類支援や配送などで貢献しました。

CARE &
SHARE



グローバル・アクションプログラム： #1000Cranes

2014年12月に、電通とDANが連携して「#1000 Cranes」イニシアティブが発足しました。このイニシアティブは、グローバル・ネットワークで働く社員の意識向上とともに、世界の被災地支援への意識を高めることを目的としたもので、16の国・地域で2,500人以上の社員が参加しました。

電通が制作した、折り鶴レクチャーVTRを用いて、各地の社員が3,000羽を超える折り鶴を制作。ハッシュタグを使って「#1000Cranes」ウェブサイトアップロードしました。参加者には寄付を募り、およそ3,500ポンドがGlobal Giving UKを通じてチャリティ活動に寄付されました。。

1000
cranes





グローバル・エージェンシーとして、CSR活動をなぜ重視しているのですか？

企業による社会・環境への影響に関心が高まる中、重要かつ影響力のある構成員として、社会全体の福祉維持と向上を手助けする責任が企業にはあると思います。企業はもはや最大限の利益をあげるためだけでなく、社会を支えるために事業を行う必要があります。利益はそれをうまく行っていることに対する報酬と考えています。

「Future Proof」への取り組みについての思いを教えてください。

社会的責任を担う企業文化は、従業員に、イノベーション、チームワーク、協働、信頼、などの恩恵をもたらします。「世界を救うこと」への関与を通して、自分たちが働いている場所への誇りが生まれるのです。自分が「変化を起こす」役に立てて嬉しいです。

2015年の抱負は？

私自身のCSR活動の実績と困っている人への支援で、「CSR Champion部門」で受賞できたことを誇りに思います。小さなスーパーヒーローになれました！

Comments



Muriel Zografou
2014年「Future Proof Awards」
CSR Champion部門
受賞者

グローバル・エージェンシーとして、CSR活動をなぜ重視しているのですか？

重要な言葉は「責任」です。会社が大きければ大きいほど、従業員、クライアント、サプライヤーなどのステークホルダーに対する責任も大きくなります。特に私たちのようなメディアを中心として多くのネットワークを持つ企業では、ビジネスと社会の結び付きのためにリーダーシップを発揮して、クライアントの新たなニーズに対応し、効率化、差別化を促して市場拡大の機会をもたらす必要があります。

クライアントが、コアビジネスと顧客の双方に同時に利益をもたらすことができるような戦略にCSRを活用することで、これまでのCSRを超えることができると考えています。サステナブルな事業に発言力を与え、そのブランドプロミスを実現するためにはメディアを活用するのが最も効率的だと思います。

「Future Proof」への取り組みについての思いを教えてください。

CSRはそれ自体を目的とするのではなく、会社の収益性と競争力にとって不可欠な考え抜かれた戦略が必要だと思います。成功を収めるためには、事業の周縁に位置させるのではなく、コアビジネスに関係させなければなりません。成果と明確に結び付けて、すべてのステークホルダーの目標にも合致させた明確な基準が求められます。会社のリソースと専門知識を活用し、社会的価値を創出することで、経済的価値も生み出されます。私たちのスキル、リソース、能力を最大限に活用することで、これまでなし得ていないような社会的進歩を導くことができるのではないのでしょうか。

2015年の抱負は？

100%の熱意と献身をもって働いてくれているチームのみんなに感謝して、頑張ります！

Comments



Maria Grachnova
2014年「Future Proof Awards」
Management部門
受賞者



マーケット・プレイス

DANは、日々のクライアント業務でのCSR意識を高めるため、2014年にグローバル・キャンペーンとプログラムを実施しました。グローバル・キャンペーン「Media for Good」は、広告とメディアをチャリティ活動の支援に活用することで、社会に役立つ可能性があるという認識を高めることに重点を置いたものです。

グローバル・アクションプログラム「Comms Lab」は、それぞれのブランドがコミュニケーション、消費者エンゲージメント、成長戦略の一環として、CSRをどのように活用しているかをコミュニケーションするものです。このほかにも、ローカルでの各種チャリティ団体と連携した取り組みが多数実施されました。

グローバル・キャンペーン： Media for Good

2014年9月から11月にかけて、世界中のチャリティ活動がメッセージを広く伝えるための支援を行いました。このキャンペーンは、中小規模のチャリティ団体の幅広い層へのメッセージ伝達支援を行うことで、広告には社会に役立つ力があることを示すものです。従業員がメディアに関する知識と能力を提供し、13種のキャンペーンのために6,887時間を費やしました。これにより1,000万ドル以上の価値提供を実現することができました。

MEDIA FOR GOOD





グローバル・アクションプログラム: Comms Lab

2014年10月に発足した「Comms Lab」は、社内イントラネット上のハブで、ブランドが、コミュニケーション、消費者エンゲージメント、成長戦略の一環としてCSRをどのように活用すべきか啓発することを目的としています。広告とマーケティングが社会と環境に良い結果をもたらし、事業、クライアント、市場に影響を与えて、いかに世界を変えることができるかに挑戦しています。



活動紹介 Movember - DAN・グローバル

DANでは、2012年から男性の健康意識向上と資金支援を意図したキャンペーン「Movember」をグローバルに支援しています。「Movember」は、前立腺がん、精巣がん、メンタルヘルスの問題に悩む男性の生活向上に協力するキャンペーンです。2014年は世界17カ国、300のメディア・ネットワークで300の広告枠を確保して、ベルギーおよびシンガポール市場でも初めて広告枠が提供されました。結果として、490万ドル以上に相当する貢献が可能となりました。

またグローバルでは、タクシーのラッピング広告やオークランドのフェリーに口ひげを付けるなど、目新しく人目を引く空間ブランディングで、キャンペーンの盛り上げを図りました。期間中のチャリティ活動のデジタル広告効果の支援を実施するとともに、全オフィスから327人の従業員が参加して66,000ドルの資金支援に貢献しました。



活動紹介 Le Chaînon - Carat カナダ

Caratカナダは、過去3年間にわたりチャリティ活動「Le Chaînon」と緊密な連携を図ってきました。この活動は、毎年1万人以上の困難な状況にある女性たちを支援するものです。2013年以降、メディア広告枠の確保支援をして210万ドル以上に相当する貢献をしたほか、各種マーケティング活動についての戦略イニシアティブを指揮して、同組織の活動への呼びかけを強化しました。またメディアへの寄稿などにより女性支援の重要性を訴え、「Le Chaînon」の認知度を高めることにも貢献しました。





職場環境

DANでは、業界で最も働きやすい会社となることを目指しています。グローバル・キャンペーン「Wellbeing」は、健康的なワーク・ライフ・バランスの維持に対する意識向上に重点を置いたもので、グローバル・アクションプログラム「Please Cycle」は、モバイルアプリを活用して、社員に自転車、ランニング、ウォーキングによる通勤を奨励するものです。グローバルでの活動に加えて、キャンペーンの一環として多くのローカルプログラムを実施しました。

また社員のリーダーシップスキル醸成と、長期にわたるチャリティ活動への支援を目的として、CSR担当と人事部門が協力して、ハイポテンシャルの人材開発プログラム「Route 500」に連携したCSRプログラムを導入しています。

グローバル・キャンペーン： Wellbeing

2014年5月に「ワーク・ライフ・バランス」意識を高めるキャンペーン「Wellbeing」を立ち上げました。1ヵ月で65ものフィットネス活動に600人以上の社員が参加しました。ランニングやヨガ、瞑想、フィットネスなどへの参加で、健康増進に対する意識が向上しました。



グローバル・アクションプログラム： Please Cycle

「Please Cycle」は、DANが開発したオリジナルのモバイルアプリで、社員に自転車、ランニング、ウォーキングによる通勤を奨励して、エコで健康的な移動を促進するものです。エコ通勤の回数を記録すれば、コーヒーが無料になったり割引されるなどのサービスが受けられる仕組みにしています。2014年は9ヵ国で導入され、10%の社員が自転車通勤を始めました。

グローバルで602人の社員が7,700回以上のエコ通勤で、合計3万マイルとなりました。エコ通勤の成果をCO₂排出量に換算すると、10トン程度が削減されたこととなります。また100万カロリー以上が燃焼された計算となります。通勤が環境にもたらす長期的な影響に対する意識を高め、DANではサイクリストとランナーが増える結果となりました。アプリ使用者の30%が、以前よりも自転車に乗るようになったと報告しています。





活動紹介 Work Hard, Play Heart iProspectモントリオール

iProspectモントリオールでは、カナダの若者に体を動かすよう促すため、カナダ心臓・脳卒中財団 (Heart and Stroke Foundation) と連携して「Work Hard, Play Heart」を実施しました。計77人のスタッフが130回を超えるトレーニング、エクササイズに参加して、積極的な運動支援や特設セーリング競技会準備のための資金集めをしたほか、ウェブサイトを無償開発して進捗状況を報告しました。

6か月にわたるチャレンジの最後に航海を行い、ケベックからサンピエール・エ・ミクロンまでの1,630kmを世界最速クラスのヨットで走破し17,000ドル以上の資金が集められました。



活動紹介 Energize! DANドイツ

DANドイツでは、2014年に健康管理と快適な暮らしを促進する「Energize!」というプログラムを実施しました。「Energize!」は、効果が期待されるスポーツメニューで構成されフレキシブルな運用が可能で、週1回開催される4種類のクラスから選ぶことができるようになっています。

プロの指導により、毎月16回ほど開催されるクラスに参加でき、デスクから離れて健康と心理的満足を高められるとともに、社員がお互いをより良く知るチャンスにもなり、効果が高まりました。



Route to Good

2014年3月にスタートした「Route to Good」は、「Route 500」のメンバーのリーダーシップスキルと行動を成長させることを目的にしています。18か月間にわたり、中小規模のチャリティ活動にチームでアドバイスを行い、マーケティングおよびコミュニケーション能力の向上を図るものです。

2014年の「Route to Good」には、19カ国からDANの16ブランドで働く65人が参加し、コミュニケーション戦略およびマーケティングプラン、デジタルおよびソーシャルメディア、メディア・プランニング、資金調達などでチャリティ活動への支援を実施しました。





コーポレート・ ガバナンス

DANではコーポレート・ガバナンスを重視しており、効果的なリスク管理と事業継続マネジメントを、内部統制プロセスの中核要素と位置付けています。

国際標準化機構の要求事項（ISO22301規格）に準拠し、DAN経営幹部の承認を受けた包括的な事業継続マネジメントシステム（BCMS）を整備します。

プログラムは、以下の中核要素で構成されています。

事業継続計画

ディザスター・
リカバリー

危機管理

事業継続計画は、主に以下の4つのリスクに対応できるよう策定しています。

人的資源

施設・設備

テクノロジー

主要サプライヤー

リスク対応のほか、スタッフの安全、役割や責任、復旧活動および優先順位、主要なステークホルダーとのコミュニケーションについても定められています。個別計画は、DAN各拠点の業務内容を反映して策定され、ローカル拠点での業務レベル対応からグローバルに影響を及ぼす事象まで、事象の重大性に従って段階的な構造となっており、戦術的および戦略的な対応を明記して復旧に責任を持つ担当者が指定されています。

こうした計画は危機管理の一環として扱っており、危機に備え、それを管理し、対応するためのコミュニケーション、指令、統制手順の枠組みとしています。計画の実行はBCMSの重要な構成要素で、事象が起きた際に常に有効な対応ができるようにしています。ディザスター・リカバリーは、DANのIT環境設計に不可欠の要素であり、すべてのITインフラは、適切なレベルの回復力を備えています。プログラムは、マネジメントシステムの一環として継続的に見直しており、計画の策定、再検討、試行、発展が、現在および新たな脅威の構造的な変化に沿って実行されています。



「Speak Up!」運用方針

詐欺などの不正行為のリスクは、グループの収益性およびレピュテーションに対するリスクであり、DANの事業全体において、あらゆる職位のスタッフが関心と責任を持つべきことです。上級経営陣は、透明性と倫理的行動に関する基準を定める特別な責任を負っています。詐欺などの不正行為を行った従業員に対しては、適切な法的措置、懲戒処分を行います。ディレクター、マネージャーに対しても同様です。

DANでは、職場における不正行為の疑いへの懸念を内密に報告できると、従業員が感じられる文化と労働環境を整えることが重要だと考えています。従業員は、ラインマネージャー、人事部門の相談窓口、シニアマネージャーに報告するか、社内苦情処理手順を踏むことができます。

社内通報プログラム「Speak Up!」は、懸念される出来事や不正行為の疑いを報告する制度で、以下のような職場のいかなる懸念も報告することができます。

- イジメまたはハラスメント
- 窃盗または詐欺
- 贈収賄および汚職
- 情報セキュリティの侵害（個人情報／秘密情報の紛失または窃盗など）
- 経費の乱用または水増し
- 契約上の義務の不履行
- 会計および税務における不正



また独立専門業者のSafecall Limitedとも契約しており、1年365日、24時間、多種言語での電話、Eメール、ウェブサイトを通して、匿名で連絡を取ることをシステムを整えています。

善意でかつ合理的に真実と信じる事柄に対する懸念を報告した従業員については、処分が行われることはありません。マネージャーは深刻な報告を受けた場合、DANのリスクおよび監査担当ディレクターもしくは法務顧問に報告する責任があります。