

## 社会性報告

人権の尊重

労働環境の整備

コミュニティ発展への寄与

公正な事業慣行(Web開示)

消費者課題の解決(Web開示)

## 人権の尊重

### 〈社会的課題〉

- コミュニケーション活動における人権侵害

### 〈電通グループのアプローチ〉

電通グループは、広告をはじめ事業活動に関わるすべてのコミュニケーション活動を、人権の観点からも豊かなものにしたいと考えています。そのため、社員一人ひとりが人権について正しい知識を身につけて理解を深め、その知見を業務活動に生かしていくことを目指しており、グループ全体で各種の社員研修を定期的実施しています。また社員の能力発揮のためにも、ハラスメントの防止を徹底し、社員の人権を守ることも、重要なテーマであると考えています。

### 人権方針・体制

電通グループでは、コミュニケーション活動が社会に与える影響の大きさを認識し、「電通の人権啓発の基本方針」のもと人権啓発推進活動をおこなっています。電通グループはグローバル企業の一員として、「世界人権宣言」、「労働における基本的原則及び権利に関するILO(国際労働機関)宣言」などの人権に関する国際規範を支持しています。また、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に沿って、人権デューデリジェンスのプロセスも意識した人権尊重の取り組みも進めています。

## 電通の人権啓発の基本方針

1. 広告コミュニケーション活動において、差別表現はあってはならない
2. 基本的人権の尊重は、社の存立基盤であり、コミュニケーションの原点

### 人権推進体制

電通の人権教育責任者とグループ会社の人権教育統括者を対象に半期に一度の「電通グループ人権教育会議」を行っています。主に部落問題をはじめとした基本的な人権課題に加え、時事的に関心の高い人権課題を適宜取り入れた内容を実施しています。

### 人権啓発

電通グループでは、様々な人権啓発研修を体系的に実施しています。新入社員、中堅社員、中間採用社員、契約社員、新任マネジメント職を対象とする「階層別研修」、営業局やクリエイティブ局などを対象とする「職域別研修」、および電通グループ各社での研修などを通じて、社員の人権意識の向上に努めています。

電通グループでは研修に加えて、社員の意識啓発を積極的に展開しています。人権の基本知識と広告表現の関わりについての解説をまとめたオリジナルのテキストブックを入社時に配布し、これまで継続してきた電通グループの人権啓発活動への理解促進を図っています。

また、広告の仕事で人権に適切に配慮するために、人権に関わる広告表現の過去事例を集めたサイト「人権college」を、社内イントラネットにアップしています。

さらに、日常的に社員の意識啓発を図るために、人権関連の時事的なトピックスを紹介する「人権ニュースメール」を、毎月2回グループ内に配信しています。

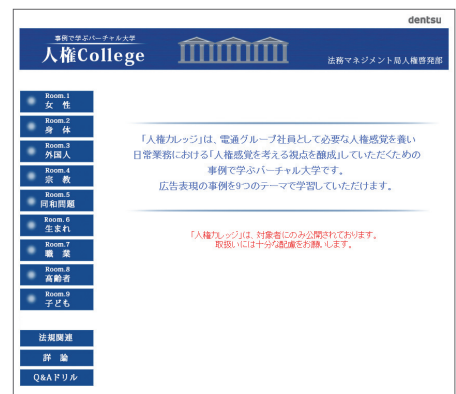
このほか、日本広告業協会で実施される人権関連セミナーなどに協力し、広告業界全体の啓発にも尽力しています。

### 人権における相談専門部署の設置

広告表現に関する人権リスクを把握に対応する部署として、法務マネジメント局人権啓発部がグループ内からの相談に対応しています。2015年度(2015年4月～12月)は63件の相談があり、個別に対応し再発防止に努めています。個別の対応を通じて人権意識の一層の向上を図っています。また、ハラスメント関連の相談については「ハラスメント相談課」が一元管理し、電通各支社および社外に窓口を設け相談を受けています。電通グループ各社のハラスメント相談窓口とも連携することで、グループ全体でハラスメント防止に努めています。

また、電通本支社内でパワハラ/セクハラを未然に防ぐ社員啓発活動として、教育用ガイドブック「STOP! HARASSMENT」の発行、新入社員や新任マネジメント職などの各対象者に合わせた研修や社内掲示板、各局CSR推進委員を通じての注意喚起を行っています。

なお2015年度(2015年4月～12月)はハラスメント相談課へ49件(2014年度:53件、2013年度:50件、2012年度:47件)の相談があり、個別対応を行い職場環境の改善に努めました。



人権collegeのサイト画面

## 労働環境の整備

### 〈社会的課題〉

- 社員の能力開発
- ダイバーシティ推進
- ワーク・ライフ・バランスの推進

### 〈電通グループのアプローチ〉

サステナブルな社会を実現するには、多様な社員の能力を最大限に引き出して活用することが欠かせません。「人が財産」の電通では、社員が高いモラルとモチベーションを持ち、能動的に仕事に取り組める環境を整えることが、極めて重要な課題であると考えています。そのため、能力開発、ワーク・ライフ・バランス、そして健康・安全管理体制の整備の観点などから、きめ細かい対応を施しています。

### 人材育成

電通グループでは、人材を重要な経営資源として捉えています。「人が財産」の電通では、多様な社員の能力を最大限に引き出して、組織の発展に繋げていくために、キャリアの段階や組織の目標などに応じて能力開発の機会を提供し、社員の成長を支援しています。

#### 能力開発方針

1. 入社当初は、電通で働く上で必須となる「思考・行動」「知識・スキル」を早期に取得
2. 中堅社員となつてからは、各部署で中心的な役割を担う人材としての専門能力、ソリューション力を養成
3. さらに上の年次になると、マネジメント力やリーダーシップ、経営に関する知識を習得

各種研修プログラムに加え、広告・コミュニケーション領域の環境の変化を受けて、「デジタル」「グローバル(語学、異文化コミュニケーション)」などの分野でも、多様な育成プログラムを用意しています。2011年にスタートした「New School」は、ハイレベルなディレクター人材の育成を目的としたプログラムで、社内トップレベルの講師陣による「課題とフィードバックの反復」を通じて、ディレクションの「型」を継承していきます。また広告以外の新領域においても、的確かつ高度なディレクション能力が必要となるため、事業戦略、テクノロジー、アート、キュレーションなど様々な分野で活躍している社外講師のセッションも組み込んでいます。

また、電通グループの経営力を強化するとともに、クライアントやメディアなど各種ステークホルダーの経営課題や事業課題に対応した高度なソリューションを提供できる人材を育成すべく、「電通マネジメント・インスティテュート(DMI)」なども設置しています。

## ダイバーシティ推進

### 女性活躍推進

電通は女性社員のキャリア形成のための育成・成長支援を積極的に行い、社の戦力を最大化するために、次のように行動計画(計画期間：2015年1月1日～2019年12月31日)を策定しています。電通では行動計画の着実な遂行とともに、女性が働きやすい環境整備を進め、活躍の場をさらに広げていくよう、一層努めていきます。

#### 行動計画の概要

##### 目標

1. 新卒採用者(正社員)に占める女性割合を、35%以上とする。
2. 管理職に占める女性割合を2020年までに、10%以上とする。

##### 具体的な取組

1. 女性の積極採用に向けた採用広報施策および選考の実施
2. 管理職のマネジメント力強化
3. 女性社員のキャリア意識醸成を目的とした施策の実施
4. 制度・支援施策の見直しと社員への周知により、仕事と育児・介護の両立に対する不安を払拭
5. 長時間労働を是正するため、生産性の高い働き方を促す「働き方リデザイン」活動を推進

行動計画の概要 → <http://www.dentsu.co.jp/csr/workingenvironment/workplaceenvironment.html>

2013年には「女性活躍推進プロジェクト」を立ち上げ、女性がキャリアを中断せずに活躍し続けられる環境を整えています。諸制度の拡充だけでなく、先輩女性社員を囲んで様々な話を聞く「ランチ座談会」の開催や、社外講師を招いての「キャリアセミナー」など、自らのキャリアを早い段階から考えられる場を提供しています。加えて、電通は2016年3月、内閣府男女共同参画局が支援する「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」行動宣言に賛同しました。業界の垣根を超えて輝く女性の活躍を推進していきます。

内閣府男女共同参画局「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」行動宣言への賛同について → <http://www.dentsu.co.jp/news/release/2016/0302-008688.html>



## 障がい者雇用の推進

2013年4月に障がい者雇用推進の一環として、100%出資のグループ会社「電通そらり」を設立し、11月には特例子会社として認定されました。障がい者雇用率は、グループ認定された3社(電通、電通ワークス、電通そらり)で2.04%(2016年6月)となっています。営業やクリエイティブ部門などで活躍する社員も多く、障がい者の雇用機会拡大に向けて取り組んでいきます。

## 働きやすい職場づくり

### ワーク・ライフ・バランスの推進

「充実した生活」が「質の高い仕事」を生み、「やりがいのある仕事」が「人生の満足度」を高める。電通のワーク・ライフ・バランス(WLB)の目指すところは、まさにその相乗効果です。

「働きやすい環境」の実現には、第一に健康管理。特に生産性を上げ、効率よく成果をあげる働き方への改革を実現することが出発点です。社内の専門委員会である「労政委員会」では、時間外労働の削減や休暇取得促進のための各種施策を立案・決定しています。

さらに、社員の悩みなどに対応する専門部署として「キャリア・両立相談課」を設置し、社員の声を制度に反映させています。

## 労使関係

電通グループでは、良好な労使関係づくりを重視し、定期的に経営者と組合で対話の機会を設け、労使間の信頼関係の維持・向上に努めています。電通の組合員数は2016年1月1日時点で3,435人です。

## コミュニティ発展への寄与

### 〈社会的課題〉

- 事業活動を通じた地域社会の課題解決
- コミュニケーション力向上を通じた人材育成
- 世界的社会課題に向き合う活動

### 〈電通グループのアプローチ〉

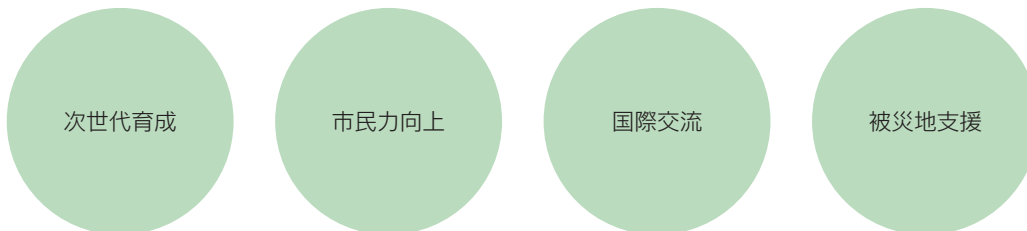
電通は、地域社会を重要なステークホルダーと捉えており、事業活動を通じた地域社会の課題解決や発展に寄与するとともに、各種の社会貢献活動を継続的に展開しています。こうした活動により地域との信頼関係を構築することが、コミュニケーションのリーディングカンパニーの役割であると考えています。

### 電通グループのコミュニティ活動

電通の社会貢献活動は、「コミュニケーションの力を社会のために」という方針のもと、本業で培われた社員の経験や専門的なスキルを生かし、社会課題に向き合う「人」や「活動」の一助となる取り組みを推進しています。

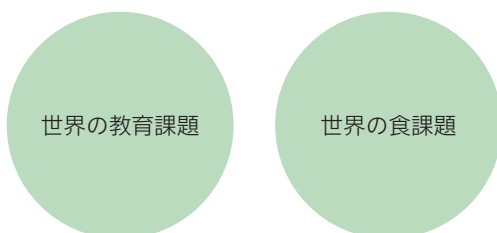
重点的テーマは「コミュニケーション力向上を通じ人材育成を支援する」「世界的社会課題に向き合う活動を支援する」の2つ。NPOやパートナー団体との協働を通じて、社会課題の解決に取り組み、地域社会や地球規模のコミュニティの発展に寄与する活動を目指しています。

### コミュニケーション力向上を通じ人材育成を支援する



- 広告小学校
- NPO支援プログラム「伝えるコツ」
- 電通・中国広告人材育成プロジェクト
- 「みちのく復興事業パートナーズ」への参画

### 世界的社会課題に向き合う活動を支援する



- 「ユネスコ世界寺子屋運動」支援
- 「世界食料デー」に関わる多数のNGO支援

## 広告小学校

「広告小学校」は、子どもたちのコミュニケーション力育成を目指すプロジェクトとして2006年にスタート。東京学芸大学と協働で3年かけて開発した教材は、子どもたちが“伝えたいこと”を15秒のCM劇にするプロセスを通して、「発想力」「判断力」「表現力」「グループによる課題解決力」が楽しく育まれるよう工夫しています。教育の場でもコミュニケーション力の重要性への認識が広がったことを背景に、学校の先生が行う授業での活用が進み、2016年3月末時点で243校3万人を超える児童・生徒が体験しました。2015年9月には、いわき市教育委員会からの依頼で「未来に残したいいわきのよさ」をCM劇にする特別授業の支援を行うなど、地域活性化に寄与する活動を行っています。

広告小学校サイト → <http://www.dentsu.co.jp/komainu/>



いわき市の中学生向け授業の様子

## NPO支援プログラム「伝えるコツ」

NPOにとって「コミュニケーション力」は、組織をまとめ、理解者・協力を者を助け、活動を進めていく上で不可欠なもの。電通は2004年より日本NPOセンターと協働し、NPOのコミュニケーション力強化を支援するプログラム「伝えるコツ」を推進しています。電通社員およびNPOのメンバーが講師となって、全国各地でセミナーを開催。2015年12月末までのセミナー実施回数は118回となり、参加者は延べ約4,700人となりました。2015年11月にはテキストをリニューアル。ニーズに合わせて実践的なコツを強化するなど、より充実した内容となっています。

伝えるコツサイト → <http://www.jnpoc.ne.jp/tsutaeru>



リニューアルされたテキスト

## 中国広告人材育成への支援と日中民間交流への貢献

電通は1996年から中国の広告教育への支援活動を行っており、電通本社で研修を行う「研究員招聘」、広告を学ぶ学生向けの「電通・学生広告講座」、「電通・イノベーションラボ」、出版など、多様なプログラムを展開しています。

2016年1月、電通は中国の広告人材育成と日中民間交流に特別な貢献をしたグローバル企業として、中国教育部から「最優秀パートナー賞 (Most Valued Partner)」を贈呈されました。昨年に続き、2度目の受賞となっています。



研究員の先生方と電通講師

### 「みちのく復興事業パートナーズ」への参画

電通は2012年6月から、東日本大震災からの復興に取り組む次世代リーダーを支えるプラットフォーム「みちのく復興事業パートナーズ」に参画し、NPO法人ETIC.\*、企業6社(いすゞ自動車、花王、JCB、損害保険ジャパン日本興亜、東芝、ベネッセホールディングス)と共に活動。東北の団体がより地域活性化に寄与できることを目指す「事業ブラッシュアッププログラム」を6カ月継続して行なうなど、東北復興支援に取り組んでいます。

みちのく復興事業パートナーズ ⇒ <http://www.michinokupartners.jp/>

\* NPO法人ETIC：若い世代の起業家を育成し、次世代を担う事業型NPO法人を数多く輩出。  
<http://www.etic.or.jp>



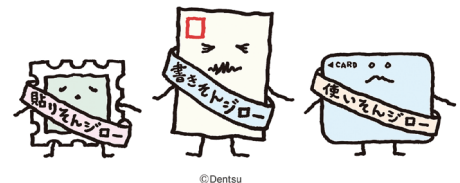
事業ブラッシュアッププログラムでの打ち合わせ

### 世界の教育課題に向き合う活動を支援

電通は、12年間に亘り、ユネスコ世界寺子屋運動「書きそんじハガキプロジェクト」のコミュニケーション支援を行っています。これは日本ユネスコ協会連盟が、読み書きを学ぶ場(寺子屋)を世界に広げていく活動です。書きそんじたハガキに加え、未使用の切手やプリペイドカードを募金にかえて、寺子屋運動支援を行っています。ユネスコの「世界遺産」にかけた「タンス遺産」3兄弟を核に、コミュニケーションを強化し、特設サイトへの誘引を積極的に行った結果、ハガキ回収枚数\*は前年比229%と飛躍的な伸長となり、期間中で80,000名の学びの機会となりました。

書きそんじハガキプロジェクト ⇒ <http://www.unesco.or.jp/terakoya/kakisonji2016/>

\* 回収期間：2015年11月1日～2016年5月30日



©Dentsu

「タンス遺産3兄弟」

左から

未使用の切手「貼りそんじロー」

書きそんじたハガキ「書きそんじロー」

未使用のプリペイドカード「使いそんじロー」

### 世界の食課題に向き合うNPO/NGO支援

「世界食料デー」月間は、10月の1カ月間、11のNGO/NPOや国連機関が中心となって行っている「食」問題解決のための活動で、電通は、そのコミュニケーション支援を行っています。

11の団体に加え、関東学院大学栄養学部、アーティストの参加で、産学連携のプログラム「食べる、を考える歌『ごはんハンハン』」を協働制作、特設サイトで公開。さらにプログラムを活用した子ども向け実証実験を実施、「歌うことで、好き嫌いが減った」(-13Pt)等の変化が見られ、未来を担う子どもたちに「食べるってなんだろう、食べ残すってどうしていけないんだろう」と「食べる、を考える」きっかけ作りを行い、「食べる、を考える」人の増加に貢献しています。

食べる、を考える歌「ごはんハンハン」

⇒ <http://www.worldfoodday-japan.net/nokomono.php>



歌唱は女子栄養大学出身の「DJみそ」とMCごはん、子供たちに大ヒットした「エビカニクス」の「ケロボンズ」。

(注)「世界食料デー」月間 呼び掛け団体：アフリカ日本協議会、WE21ジャパン、オックスファム・ジャパン、国際農業協働協会(JAICA)、セカンドハーベスト・ジャパン、日本国際飢餓対策機構、ハンガー・フリー・ワールド、緑のサヘル、国際連合食糧農業機関(FAO)