

環境報告

環境保全

〈社会的課題〉

- 環境コミュニケーションの推進
- 従業員一人ひとりの環境負荷軽減の取り組み

〈電通グループのアプローチ〉

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。

環境方針

電通グループは、企業理念である「Good Innovation.」を社員一人ひとりが強く認識し、電通グループ行動憲章に基づき、業務過程で発生する環境負荷の低減を目指し、持続可能な社会の実現に寄与します。

- 持続可能な社会の実現のため、事業活動による環境への影響を正しく評価し、環境負荷の低減に努めます。
- 環境に配慮した事業活動の開発・提案に努め、環境問題の改善に寄与します。
- 環境コンプライアンスの徹底とともに、環境目標および成果をより明確に図る環境パフォーマンスの向上に向けて、継続的な改善に努めます。

〈環境保護〉

- 汚染の予防、気候変動の緩和、生物多様性および生態系の保全に積極的に努めます。

〈環境コミュニケーション〉

- 次世代の環境教育や、取引先および社員の環境意識の啓発へ向けた環境コミュニケーションに積極的に取り組みます。

環境目的

1. 取引先、消費者、社員へ向けた環境意識の啓発推進
2. 地球温暖化防止・生態系保全の推進
3. 廃棄物削減およびリサイクル率の高レベル維持

環境活動推進体制

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」を設置して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、電通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。2006年6月にグループで統合認証を取得し、2015年12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。2015年度はCO₂排出量を28.5%削減し目標を達成しました。リサイクル率は89.4%でした。今後も率先して環境への取り組みを実践していきます。

環境意識啓発活動

環境教育

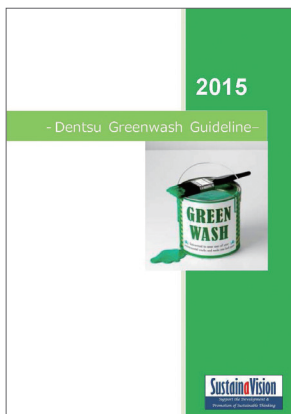
電通では、環境に対する幅広い知識を持ち、社会で率先して環境問題に取り組む人材を育てることを目的に、環境教育及び研修を行っています。その一つとして、東京商工会議所が主催する「eco検定(環境社会検定試験)」の受験・資格取得を積極的に支援しています。合格者は、電通の環境活動の推進役であるエコ委員、内部環境監査の監査員、環境スローガンの審査員に就任するなど、電通のエコ・プログラムの推進に寄与しています。2015年度には、89人が合格しました。

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。2015年は、欧州のグリーンウォッシュに関するガイドラインや海外先進企業の取り組みを踏まえ、内容を改訂し、グローバルな視点で国内及び海外グループ各社への意識啓発を図っています。

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



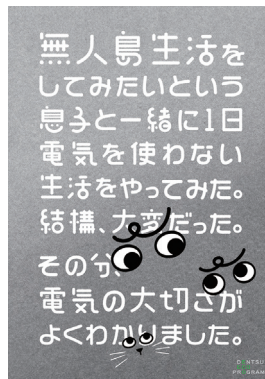
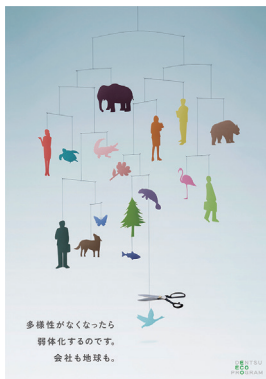
グリーンイベントガイド

サステナビリティ

◆ CSR委員長メッセージ ◆ 電通グループのCSRについて ◆ 社会性報告 ◆ 環境報告 ◆ Dentsu Aegis NetworkのCSR活動 ◆ データサマリー

環境スローガン制作、ポスター募集

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。2015年は社員・家族の部を合わせて8,133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。



2016年度に制作した環境ポスター

気候変動への対策

ガバナンス

グローバルな気候変動課題については、CSR委員会を中心に方針や重点項目に関して決定しています。重要課題については、環境戦略会議およびCSR委員会で検討の上、経営会議にも報告する体制を整えています。

戦略と対応

電通グループ環境方針に基づき、CSR委員会ではサステナビリティに対するパフォーマンス評価をして、CSR推進委員を通じて事業部門にもフィードバックしています。その過程においては、リスクと機会について中長期的視点で議論しています。「電通グループ中期CSR計画2020」では、環境保全を重要カテゴリーに掲げて2020年をターゲットとした環境負荷の低減に取り組んでいます。

リスクと機会

近年M&Aなどを通じて海外事業が拡大する中、環境負荷がグローバルに高まる可能性があります。そのため長期新興リスクとして認識し、DANとともに環境負荷低減に向けた施策を展開しています。