

目次

各地域のチーフ・エクイティ・オフィサー

CEOたちのコミットメント

グローバルな原則とコミットメント

不平等をめぐる世界的な問題への取り組み

前進に向けての協力

進捗状況についてのまとめ

008 進展するリプレゼンテーション

業界初となった様々な施策

受賞に輝いた取り組み

実際のアクションへの落とし込み

011 DEI戦略の4本柱

難局時に留まらず常に説明責任を遂行―リプレゼンテーションを深く掘り下げる

現在と未来の人財への投資

異文化の理解浸透の進展

クリエイティビティ、ディスラプション、コラボレーションによるインクルージョンの推進

2023年以降を見据えて

042 付録

本レポートについて

昨年、dentsu Americasは、業界初となるDEIに特化した報告書を公表しま した。dentsu AmericasのDEIの進捗状況および活動状況に関する包括的な 調査に基づいたこのレポートは、透明性と説明責任の基準を設定するもの となりました。今年、2022年のDEIレポートは対象をグローバルレベルに 拡大し、電通グループ全体での進捗状況を紹介します。

また、本レポートに記載されている組織名・役職名等はすべて2022年12月 末時点のものです。

表紙写真

上段 (左から) Garrett Kellogg

Dentsu Creative, Studio Production Manager/The Mosaic BRG co-lead

Charlene Grober

Merkle, Business Systems Analyst / U.S. Parents BRG co-lead

Jas Singh

Merkle, Adobe Architecture Practice Lead / Americas Wellness Affinity Group lead

下段(左から)

Kevin Milian

dentsu Media Americas, Audience & Insights Associate Director/U.S. Pride BRG co-lead

Mika Takahashi

Merkle, E-Retail Director/Americas asian@dentsu BRG co-lead

このページの写真

Ashley DeLeon

Office Hospitality Administrator/ドミニカ共和国出身/フィットネス愛好家

電通グローバル DEIレポート2022 をお届けいたします

グローバルなネットワークを構築する電通グ ループは、世界で最も統合されたネットワーク になることを目指し、DEI(ダイバーシティ・ エクイティ&インクルージョン)をグループの 事業の隅々まで浸透させるというコミットメン トを実践するための基盤作りを意図的に行なっ てまいりました。

各地域のチーフ・エクイティ・オフィサーを ご紹介します

地域ごとにエクイティ部門担当の責任者チー フ・エクイティ・オフィサーを配置する体制を とることで、ひとつのDEIの枠組みで運営しな がらも、地域固有の課題への対応や、ローカル リーダーへのエンパワーメントの実現が容易に なり、電通グループのSocial Impactに関連す るコミットメントの推進につながります。



Christena Pyle

dentsu international Americas Chief Equity Officer

AdWeekのAdvisory Council、世界経済フォーラムの新 たな取り組み「Partnering for Racial Justice in Business(ビジネスにおける人種的正義を推進するため のパートナー)」運営委員会委員、AAF(アメリカ広告 連盟)のMosaic Council委員、4A's(アメリカ広告業協 会)のダイバーシティ運営委員会委員、AAFが発表する Hall of Achievementにて殿堂入り、Ad Age誌の「40 under 40」に選出

「昨年のdentsu Americasによる初のDEIレポートは、 "透明性があり包括的、かつ見事なまでに創造性を駆使し た報告書とはどのようなものか"という業界基準を設定し ました。2回目となる今年のレポートでは対象をグロー バルに拡大し、電通グループの全マーケットをカバーし ました。それにより、再度『これまではなかったレベ ル』を設定すると共に、私たち自身と業界が達成すべき レベルの引き上げに継続的に取り組んでいます。当社の DEIチーム、従業員のネットワーク、リーダーたち、そ して顧客企業とパートナーの皆さまに心より感謝いたし ます。」

Pauline Miller

dentsu international **EMEA Chief Equity Officer**

「この一年、そして私が電通インターナショナル社に入社し て以来、最も有意義だったことの一つとしては、"私たちは約 束し、約束を守り、そして実際に行動で示した"と言えること が挙げられます。当社はDEIについて経営陣に話せる場を設け ており、意思決定権をもった適切なリーダーに相談できるよ うになっています。さらにそれを3名のチーフ・エクイ ティ・オフィサーと協力して行なうことで、私自身、一体感 を感じています。」



北風祐子

電通ジャパンネットワーク 執行役員チーフ・ダイバーシティ・ 株式会社電通そらり非常勤取締役

日本広告業協会(JAAA) DEI委員会委員長、Forbes JAPAN Webオフィシャルコラムニスト、ピンクリボンア ドバイザー、電通「ママラボ」創設者

「私たちは、多様な視点を希求し、違いを称え、そして 誰もが本当の自分を表現できる企業文化の創造に努めて います。ダイバーシティがもつパワーを活かすことによ りビジネスを前進させ、社会を変えるという私たちの野 心的な目標を達成する力となります。」

dentsu international APAC Chief Equity Officer

「この仕事の一番の喜びは、人々が自らの情熱を傾けている テーマに貢献し、成長していく姿を見ることです。私が情熱 を傾けているのは、似たような興味・関心を持つ人たちが集 まり、魔法を生み出せるよう、人と人を繋ぐことです。DEIの 領域における私たちの仕事は、そうしたことが実現可能だと 心から信じています。」



D.E.I dentsu

CEOたちのコミットメント









ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DEI)は、電通グループの「Social Impact」戦略の中核を成すものであり、誰もが活躍できる公正で平等な社会の構築というグループの強い意志を推進するものです。こうしたコミットメントを果たし前進をさらに促す責任を当社のリーダーたちは常に担っています。



このQRコードから、各事業部の リーダーたちから のメッセージ動画 をご覧になれま

五十嵐 博

株式会社電通グループ 代表取締役 社長執行役員CEO

一般社団法人日本広告業協会 理事長

「電通グループで働く私たちは、世の中にとって"善なる力"でなくてはならないと信じています。ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DEI)へのコミットメントを通じ、私たちは、多様な視点を追求し、違いを称え、誰もが本来の自分らしさを発揮できるような、インクルーシブな企業文化を築くことを固く誓います。」

Jacki Kelley

dentsu international Americas CEO

Ad Council Board Chair、「She Runs It Foundation」Board Co-Chair、Comic Relief USA board、AAF殿堂入り

「私は、前進を促すためのコミットメントを電通が継続していることを誇りに思います。議論するだけでは不十分で、説明責任を果たし、行動し、証拠を示す必要があります。DEIを中核に据えた企業があり、そこに働く場があって、結果がより、文化が生まれ、社会が形成され、未来が創り出される。そうなったとき、私たちは意義ある前進のチャンピオンとなったといえるときです。」

Giulio Malegori

dentsu international EMEA CEO

「当社は、あらゆるバックグラウンドを持つ人々が適切な割合で含まれ、一人ひとりの意見や考えが活かせるような環境づくりに。そうすることによって、顧客企業との間での、そして社内での、対話や行動につながるような、物事の本質を突いたとびきりの名案が育まれるのです。これこそがインクルージョンの力です。」

Robert Gilby

dentsu international APAC CEO

「誰もが目標に向かって前進できるなら、人間の可能性には限界がありません。私たちは、バリアフリーで、インクルージョンが組織の要として積極的に受け入れられ、そして、違いこそが称賛に値するという経験と視点をもたらす環境を絶え間なく追求しなければなりません。このことが、社会における最大の課題を解決するきっかけを創り出すのです。また、これにより、私たちのもたらすインパクトが通常レベルを超え、類い希なレベルになるのです。」

榑谷 典洋

電通ジャパンネットワーク 社長執行役員CEO

「当社は、だれもが挑戦し成長する機会を持てる環境づくりを目指しています。また、最高のダイバーシティをもつチームを作るために取り組んでいます。私たちは、一人ひとりを尊重し合うことを通じ、社会的変化をもたらず推進力となります。」

電通グループの 取り組み方

グローバル・コミットメント

電通グループは、社会において、そしてグループ内において、長期にわたり持続可能な変化を生み出すことに真剣に取り組んでいます。これは、平等、尊重、エンパワーメント、インクルージョンという価値観から始まります。こうした価値観は、誰もが自分の居場所を感じ、その創造性、共感力、勇気を最大限発揮して進歩を促し、公正で公平な職場づくりを目指す私たちの取り組みを支えるものです。

DEIは電通グループの戦略の中 核

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン (DEI) は、電通グループの「Social Impact」戦略の中核を成すものです。この「Social Impact」戦略とは完全に統合された持続可能戦略のことで、誰にでも成功のチャンスがある公正でより平等な社会を築くという私たちの大きな目標も含みます。

本レポートでDEIに係る電通グループの活動を深くご 理解いただければ、私たちが社員と将来の才能に投資 することにより、また、顧客企業やパートナーの皆さ まとのコラボレーションを通じて変化を後押しするこ とで、どのように進捗しているかがおわかりいただけ るでしょう。

電通グループの行動規範

電通グループの行動規範は、「善なる力は私たち一人ひとりから」と明確にうたっています。一人ひとりが、グループの価値観と、互いを尊重するインクルーシブな職場へのコミットメントを守る責任を負っています。電通グループは、民族、人種、ジェンダー、性的指向、宗教、年齢、脳の多様性(ニューロダイバーシティ)、そして様々な身体的能力の違いを超え、全ての従業員の幸福、所属意識、インクルージョンの向上に務めます。電通グループでは、どこのマーケットであれ、いかなる形の差別も容認しません。

グローバルな原則

電通グループの姿勢として、トップダウンの責任説明と、従業員主導の取り組みを促すことに重点を置いており、そのどちらも、グループのビジネスにおける行動と具体的な変化を促進するものです。電通グループは企業としてどのように事業運営すべきかを規定するグローバルな原則を明確に定めています。

01.

反人種差別と反偏見を掲げる組織たれ。そして、差別に対処し、エクイティとインクルージョンの企業文化の促進に体系的に取り組み、また、持続的変化を支援するための投資を行うこと。これは、当社の人材育成、リーダーシップへの期待、ビジネス慣行、サプライヤーの選択、パートナーとの関係全般にも広く適用される。

02

平等は公正/公平な意思決定と行動が必要であると認識する。

03.

データに基づくアプローチを使う。そのアプローチとは、進捗を測り、変化を後押しする当社の戦略を伝え 改善することによって、透明性と説明責任へのコミットメントを守ることである。

04.

従業員のリプレゼンテーションとエンゲージメントの 改善を図り、進捗を測ると共にリーダーシップの説明 責任を後押する。

05

単に新たな取り組みとアクションを実現するのではなく、現実および蓄積された結果・進展・変化にフォーカスする。

電通グループの**目標**

50%

2025年までに、電通インターナショナル社(注)の取締役および経営幹部に占める(性自認を含む)女性比率を50%以上に引き上げる。

本レポートでは、電通インターナショナル社のダイ バーシティの目標やコミットメントに対する進捗を詳 述するとともに、電通グループ全体の取り組みやス トーリーも紹介しています。

注:電通ジャパンネットワークの目標は、2030年までに管理職の女性比率を少なくとも25%にすることです。(各組織名称は2022年12月末時点)

電通グループの 取り組み方

教育と行動を通じた 不平等をめぐる 世界的な問題への 取り組み

当社グループの145のマーケットには、それぞれに固有の課題と共にチャンスがあります。私たちは、ビジネスプラクティス、グループ内外でのコラボレーション、従業員リソースグループ(ERGs)を通じて、ローカル市場で対話を重ね、積極的な活動を続けています。

共に取り組むことにより、いくつかの分野で 年々好ましい変化が継続的に起っています。そ して、年齢や社会経済的な要因などの世界共通 の課題は、今後はグローバルなレベルでの対応 に引き上げられます。

メンタル**ヘルス**(心の健康)

電通グループは従業員の幸福を大切に思っています。従業員が目標に向かって前進し、創造的に働き、有意義なつながりを作り、そして貢献することを願っています。

この目的を実現する一助として、電通グループはメンタルへルスを取り巻く偏見について認識し、従業員が支えられていると感じられるよう努めています。話を聞いたり、研修をおこなったり、(自らについて語る)ストーリーテリングを通じ、認知を高め行動につなげています。また、恐怖心や羞恥心をもつことなく、声に出して語って良いのだと思える企業文化を創ります。さらに、全社的な「ウェルネス・デー」を設定し、いくつかのマーケットでは「Mental Health First Aider(MHFA:メンタルヘルス・ファーストエイド)」プログラムを実施しています。

障がい者のインクルージョン

電通グループでは誰もが障がいの程度に関わらず活躍で きる職場づくり、そして違いがもたらす能力に気づく企 業文化の育成に真剣に取り組んでいます。

気づきと啓蒙を通して障がいのノーマライゼーションを 進め、障がいを持つ従業員が活躍でき、キャリアアップ を継続していくために必要なリソースを受け取れるよう 職場を適応させることに取り組んでいます。さらに、電 通グループで働く障がい者のリプレゼンテーションを高 めるため、障がい者雇用を推進する機関などとのパート ナーシップにも投資しています。

ジェンダー平等

ジェンダーバランスの達成は、平等に関する当社のコミットメントの中核を成すものです。電通インターナショナル社では取締役および経営幹部に占める女性(性自認を含む)の割合を50%に引き上げることを目指しており、電通ジャパンネットワークでは2030年までに管理職の女性比率を25%にすることを目標に設定しています。

電通グループは、人材を育成し、忌憚のない対話を行い、そして偏見を明らかにし緩和するための継続的な教育とチェックを当社のプロセス全体に組み込むことによって、これらの目標を達成すべく前進してまいります。さらに、女性のエンパワーメントに焦点を当てるだけでなく、女性の健康や女性に対する暴力などの重大な問題をテーマとするゲームチェンジャー的なキャンペーンを通じて、ジェンダー平等社会の実現を推進いたします。

反人種差別

インクルーシブであるための探究において、私たちは人種差別(すべての民族集団や人種的生い立ちに関する偏見や先入観、カラリズム、階級差別、カースト差別)についてきちんと認識し取り組まなくてはなりません。電通グループでは、より適正なリプレゼンテーションを実現するため、ポリシーやビジネス慣行などを継続的に評価しています。米国では、2025年までに多文化率最低30%、経営幹部レベルのリプレゼンテーション最低25%を達成するという、野心的な目標を立てました。

また、パートナーシップとプログラム通じて従業員の キャリアアップを支援し、異文化への理解浸透度を向上 させる研修に投資し、さらに従業員ネットワークを通じ て互いに称えたりエンパワーメントしたりすることに取 り組んでいます。また、サプライヤーの選択によって長 期的な変化を推し進められるよう、ビジネス慣習も見直 しています。

LGBTQ+のインクルージョン

この数十年から数年の間に大きな進展があったものの、LGBTQIA+のインクルージョンと受容は、特に世界のいくつかのマーケットでは依然として課題として残っています。電通では、すべての従業員が歓迎され、自分には居場所があると感じ、サポートや応援が受けられていると感じてもらえるよう、また、彼らにとって価値のある便宜を図れるように取り組んでいます。

当社では、従業員ネットワークを支援・強化し、忌憚のない対話を行ない、当社の取り組みについて比較評価することによりアクションを起こしています。さらに、人の認識を変えるためのキャンペーンやリサーチの実施、リソースの活用など、仕事を通じて平等を推進しています。

電通グループの 取り組み方

前進に向けてのチーミング

電通グループでは、自分たちだけではこの問題を解決できないことを知っています。 広く存在する課題に共同で対処し、広告マーケティング業界に影響を与えるよう、 日々の仕事のやり方の中に落とし込んでいかなくてはなりません。

グローバルパートナーシップの代表例: 世界経済フォーラムの新たなタスクフォース 「ビジネスにおける人種的正義を推進するため のパートナー」

発足メンバーの電通インターナショナル社と他 の55社は、13の産業を網羅し、合わせて650万 人以上の従業員を擁し、その本社は3つの大陸 にまたがって所在しています。その56社が2021 年1月、新たな取り組みとして世界経済フォー ラムとともに「ビジネスにおける人種的正義を 推進するためのパートナー」を創設しました。 dentsu Americas O Chief Equity Officer, Christena Pyleはグローバル運営委員会のメン バーとして、障壁を取り除き、グローバルな データ収集やグローバルな反人種差別ポリシー などのベストプラクティスの規定に取り組んで います。電通インターナショナル社は、広告業 界を代表する唯一の持ち株会社であり広告会社 であることを誇りに思います。こうした取り組 みは、持続的な変化と改革を生み出すために、 多様でインクルーシブ、そして無意識の寛大さ を備えた企業文化の育成を促進するという当社 の取り組みを強化するものです。

メタ社とのグローバルパートナーシップ

電通グループとメタ社は、業界全体での発展を 共に加速させるため、クラス最高のパートナー シップを締結しました。Dentsu Americasが 2021年に先鞭を切り、今や世界規模に拡大した この提携は次の3つの柱に焦点を当てていま す。

- ① 教育(深い共感・思いやり、変化を推進す るためリーダーたちとの忌憚ない対話)
- ② 才能・人材(将来の労働力を見据えた継続 的な人材発掘・育成面の提携)
- ③ 業務(クリエイティブおよびメディアでの リプレゼンテーションの強化、VR for Good、メタバースでのエクイティ)

回知理

メタ社との提携と 重点領域に関する 詳細はこのQR コードから。 (英語のみ)



QRコードから。 (英語のみ)





































































































































カンヌでのEquity in the Metaverseのパ ネルについてはこの

dentsu

電通グループの 進捗状況

進展する リプレゼンテーション

電通グループでは、活動することを進歩している と見誤らないように努めています。

進捗状況を示す最も確かな証拠は、数字の伸びで す。主な3領域で証明されているように、数字は 好ましい動きを続けています。

注:リプレゼンテーションとは、集団においてマイノリティグ ループが正当に代表性を持って扱われているさまを示します。

▶ リプレゼンテーションの進展についてさらに詳 しく知るには<u>こちら</u>から(英語のみ)

リプレゼンテーション全体の向上

電通グループは、従業員と人財パートナーシップへの投資を継続し、エンパワー BIPOC(黒人、先住民、有色人種)従業員の メントされたコミュニティを構築し、ポリシーとビジネス慣習を評価し、異文化 リプレゼンテーションも向上を続けていま の理解を深める活動をしています。こうした取り組みはすべて、望ましい成果を す。米国では従業員の31.1%までに達してお 上げ、リプレゼンテーションを進展させるものです。

電通インターナショナル社はグローバルで(性自認を含む)女性構成比が53.2% ます。2021年5月発行のAmericas DEI Report となり、組織全体でのジェンダー同数を達成しています。現在は、2025年まで に経営幹部を含む全てのレベルで目標を達成することを目指しています。

経営幹部に目を向けると、電通インターナショナルの女性の数はグローバルで前 です(21.8%から増加し、2025年の大目標で 年比17.5%増加しています(2022年6月時点で36.2%、前年同期は32.5%)。 2025年までに電通インターナショナルの経営幹部の女性比率を50%以上にすると 順調に推移)。 いう目標に向けて順調に推移しています。

り、この数字は電通インターナショナルの成 長目標を上回り、2025年の目標に到達してい では、この数字は27.1%でした。

U.S.の経営幹部でも、BIPOCの比率は24.1% ある経営幹部のBIPOC構成比25%以上に向け

注:統計は2022年6月30日時点で取得可能な電通インターナショナルの従業員データより。

米国の従業員構成状況

7.5% LGBTQ+を自認 7.4%

ひとつまたは複数の 障がいを持っていると自認 1.5%

兵役経験者



Divya Karani South Asia & APAC

DEIコミュニティ & DEI チャンピオンの 成長

電通グループでリーダーシップを担うのは、 DEIチームだけではありません。BRGsや従業 員ネットワーク内にいるリーダーたち、そし て組織内のDEIチャンピオンたちが、当社グ ループに責任を持たせ、前進させ、取り組み の中心的存在となっています。

当社グループのDEIチャンピオンたちは、 2,000人近くの従業員からなるコミュニティに 育ち、前年同期比で50%増加となっています。 03

DEIチームの成長

DEI力を高めることは、電通グループの従 業員や顧客企業、そして業界を前進させ る活動を成熟させ、加速することにつな がります。

電通グループは、リージョナルCEqOたち が率いるグローバルなDEI構造を創設する という目標を達成しました。さらに、 マーケット全体でDEI専任スタッフの数も また倍増させ、働き方の中にDEIを浸透さ せるために兼任でDEIに取り組むスタッフ の数も増やしています。



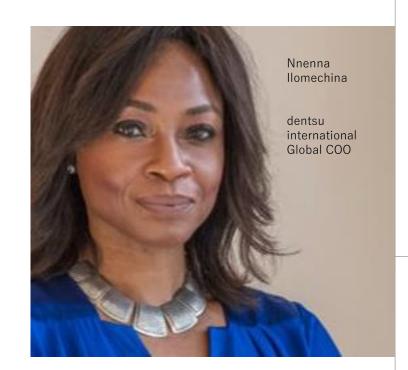
電通グループの進捗状況

業界初となった 様々な施策

電通グループでは、グループ内や業界内でチャンスを作り出すため、それまでとは違う方法で物事に臨み、先駆者であり続けています。

大手企業で唯一、地域ごとのチーフ・ エクイティ・オフィサー制度を導入 し、各地域の特性を生かした統一的な リーダーシップ・チームを編成。

CEO、COO、General Counsel、 Client Leadershipの役割を横断して各 地域で女性が強力なリーダーシップを 発揮できる体制を整え、自ら基準を設 定。



世界経済フォーラムの新たな取り組み「ビジネスにおける人種的正義を推進するためのパートナー」の発足メンバーに名を連ねた唯一かつ初の広告会社

従業員福祉のため Thrive Global社のメンタルヘルス誓 約書に署名した初の広告会社

The times are uncertain.

Our commitment to mental health is not.

Take the Pledge Learn More

メディア業界において電通グループ初かつ唯一 の経済的エンパワーメントを実践のために

マイノリティが経営するメディアベンダーに対してネット30日の支払い条件を提供

これは業界トップクラスともいえる商ルール

DEIを深く掘り下げ、業 界の基準となった2021 年のレポート

メタ社と業界初のパートナーシップを 提携、リプレゼンテーションを進め、 共感と異文化への深い理解を推進



AAF Mosaic Centerの Expansion Fundに企 業レベルで投資した最 初の持ち株会社



Dentsu AmericasのHead of Supplier DiversityであるAngela Guzmanは、サプライヤーダイバーシティの専門家として初めてAAF(アメリカ広告連盟)のHall of Achievementに選出され、選出される職業の幅を広げました。

公平で先入観のないデータにフォーカスしたBetter Business Bureau CouncilのAl in Hiring & Recruiting Incubatorに参加した最初かつ唯一の持ち株会社



「More Than That with Gia Peppers」はポッド キャストやラジオ向けの、今までに類をみない音 声シリーズ。ブランドが多様な視聴者と関わりを もつことができる公平/公正な方法を新たに開拓

電通グループの 進捗状況

受賞に輝いた取り組み

DEIと所属意識を強化する私たちの取り組み は、賞を獲得するために行っているわけではあ りません。しかし、私たちの活動を第三者によ る評価のために提出したり、指数の評価に参加 したりすることにより、自分たちの努力が広告 業界の内外でどのように評価されるのかを知る ことができます。



Working Familiesの 2022年Top 30 Employerに選出 (2019、2020、2021年も受賞)

Dentsu UKは、英国の慈善団体Working Familiesが家族に優しい企業に贈る名誉 ある賞を4年連続で受賞しました。雇用 主はWorking Familiesが定めた基準に 沿って4つの分野で評価され、得点が与 えられます。それにより、柔軟で家族に 優しいポリシーや、特に子育て中の親や 介護をする人々を支援する勤務システム など、企業の総合的な取り組みが明らか になるのです。

▶さらに詳しく知る



2021年度グッドデザイン賞受賞

電通ジャパンネットワークは、株式

会社電通が開発した視覚障がい者向

けスポーツ観戦デバイス「HAPTIC

FIELD」で「グッドデザイン賞」を

受賞しました。このシステムはブラ

インドサッカー観戦を意図した製品

でしたが、他のスポーツへの応用も

可能で、サッカーJ1リーグの試合で

も好評を博しています。

GOOD DESIGN

2022年Microsoft Advertising Partner賞のMarketing with Purpose部門賞受賞

(2018年、2020年にも受賞)

2020年に電通グループはDEI戦略とアク ティベーションが評価され、マイクロソフ ト社の「Inclusive Culture & Marketing Award」を受賞しましたが、2022年に再 びDEI部門で受賞しました。この Marketing with Purpose部門賞の対象と なったのは、電通グループが制作したラジ オ番組やポッドキャスト用の音声シリーズ [More Than That with Gia Peppers] で、黒人だけで経営するサプライチェーン を主役に起用したものです。

▶ ビデオを見る



Human Rights Campaign Ø 2022 年Corporate Equality Indexで最 高スコア獲得

電通グループは、そのインクルーシブな ウェルビーイング、ポリシー、研修、そ してBRGsによるLGBTQIA+社員への支 援が認められ、米国の人権団体Human Rights Campaign Foundation (ヒューマ ン・ライツ・キャンペーン財団)による 「Corporate Equality Index(企業平等指 数)」で最高スコアの100点を獲得しま した。

▶さらに詳しく知る

Stonewallの2022年Top 100 Employer受賞

(2019年、2020年にも受賞)

職場でのLGBTQ+の社員に対するインク ルーシブアクションへのコミットメントが 認められ、Dentsu UKはStonewallのTop 100 Employerの地位を維持したばかりか、 この厳しい基準が課せられ選ばれた企業の リストの中で、メディア業界で一番高い順 位を獲得した企業グループとなりました。 さらに、電通は、バイセクシュアルとトラ ンスジェンダーのインクルーシブに対する 取り組みへのコミットメントでも金賞を受 賞しました。

▶さらに詳しく知る

AdWeekの選ぶ 2022年Podcast of the YearでDiversity & Inclusion Podcast部門最優 秀賞を受賞

電通インターナショナル社の制作した音 声シリーズ「More Than That with Gia Peppers」は、MicrosoftのAdvertising Partner賞、The Telly Awardsの受賞に 加え、Adweek誌の2022年Podcast of the YearでDiversity & Inclusion Podcast部門の最優秀賞を受賞しまし た。

▶さらに詳しく知る



会財団)は、電通のMulticultural

Fellowship、MAIP同窓生コミュニ

ティ、そして電通グループのThe

た。あわせて、Dentsu USAによる、

DEIに関する対話を社内および業界全

体に広げるための活動の進展も受賞

の理由に挙げられています。

▶さらに詳しく知る

4-5



4A's Foundationの2022年 MAIP Holding Company の2021年Overdrive Agency of the Year賞受賞 Award受賞

4A's Foundation(アメリカ広告業協 Carat Mediaは、GM社の Diverse Owned Mediaへの取 Advertising Intern Program (MAIP) り組みを支援するU.S. Economic Empowermentの仕 事が認められ、Supplier of the Codeを介しての 4 A's ReAct高校生向 YearのOverdrive Awardsを受 けプログラムへのコミットメントを 賞しました。 評価し、「2022年Holding Company」 ▶さらに詳しく知る Agency of the Year」を授与しまし





gm

ゼネラルモーターズ社 Mindの2022年Workplace Wellbeing Index銀賞受賞

電通グループは、Mindの第6回 Workplace Wellbeing Index年次セレ モニーで銀賞を受賞しまた。この賞 は、スタッフのメンタルヘルス増進 において目に見える成果を挙げた雇 用主や、スタッフのメンタルヘルス に顕著な進展と影響を与えた雇用主 に授与されるものです。

▶さらに詳しく知る



透明性&説明責任 難局時に留まらず 常に説明責任を遂行 弱者の立場に身を置き透明性を高め、 自たちの行動に対し説明責任を負う。 進捗を測定し、推進するための定性 的・定量的なKPIを理解する。

教育と学習

顧客企業& コミュニティへの影響

電通グループの 取り組み方

変化の理論を支える

DEIレポート2021 (英語のみ) で概略が述べら

れたように、電通グループ全体における変化の

理論として、私たちは右に示す4本の柱に熱心に

取り組んでいます。この4本の柱はそれぞれの

マーケットとサービスライン内でのDEI戦略の

出発点であり、一貫性と地域事情に合わせた軟

電通グループがそれぞれの領域でどのように前

進しているのかを詳しくご覧ください。

4本柱

性を可能にするものです。

現在と未来の 人財への投資

リプレゼンテーション

&スポンサーシップ

多様性に富みインクルーシブで話しや すい就労環境をさらに整えることによ り、誰にとってもより平等な職場を創 り、電通グループが意義ある前進のた めのチャンピオンになれるようにす

異文化への理解 浸透度を深める

異文化への対応力をビジネスの新しい 武器とするために、多面的なアプロー チを採用する。リーダーだけでなく全 従業員が、ラーニング(学習)とアン ラーニング(「学びほぐし」や「学習 棄却」とも言い換えられる)を通じて スキルアップをはかり、誰かのために 行動を起こす文化を生み出す。

インクルーシブな コラボレーション を推進する

善なる力、成長を促進する力とな り、顧客企業や業界、コミュニ ティや社会と協力する。 クリエイティビティ、ディスラプ ション、イノベーションによって 変化を推し進める。



電通グループの約束

難局時に留まらず 常に説明責任を遂行

私たちが進歩に全力で取り組むために極めて重要なことは、説明責任を果たし測定可能なアプローチをとること、そしてリーダーシップの責任を明確にすることです。

電通グループは、ビジネスに責任感や当事者意識を組み込み、担当者が進捗状況を測定・推進するための定性的・定量的なKPIをよりよく理解できるようにすることに重点を置いています。

リプレゼンテーションの進展

次頁以降で詳しく説明しますが、電通インターナショナルは全リージョンにおいて 従業員のダイバーシティが成長を続けていることが分かると思います。 (前述の通 り、本レポートでは株式会社電通グループと統合前の、電通インターナショナル社 の統計データに焦点を当てています。)

53%

グローバルでの

女性比率

(電通インターナショ

ナル)

31%U.S.における

BIPOC比率

7.5%

7.4%

1.5%U.S.における
兵役経験がある

U.S.における LGBTQ+比率 U.S.における
障がいを持つと
自認している人
の比率U.S.における
兵役経験があ
人の比率

人材採用に関する提携、インクルーシブな雇用の仕方、人材採用担当者や採用マネージャーの配置を通じ、当社の採用する人材に多様性が向上してきています。例えば、電通インターナショナルがグローバルで採用した社員に占める女性の割合は49%、そしてU.S.の場合、昨年1年間の雇用者に占めるBIPOC(多文化とも言及される)の割合は37%にのぼります。

私たちは引き続き採用候補者の一層の多様化を図り、リプレゼンテーションが不十分なバックグラウンドをもつすべての人々――例えば、LGBTQIA+や障がいを持つ人、能力レベルに違いがある人、兵役経験者や退役軍人――を候補者リストに加えられるようにします。加えて、人材紹介機関との連係強化、採用担当者や採用マネージャーの増員などにも力を入れます。

さらに、LGBTQIA+、障がいと共に暮らしている人、兵役経験者や退役軍人などのバックグラウンドを当社としてより正確に把握できるようにする目標を設定しました。この取り組みはまずU.S.で始めますが、データ収集が可能な他のリージョンでも実施します。ほとんど全てのマーケットにおいて、このデータ集積は進展しており、それと共に、リプレゼンテーションへの反映が拡大しています。

従業員の声に耳を傾ける

真のリプレゼンテーションとは、当社の従業員構成の数値上のダイバーシティだけに焦点を当てるものではありません。それは、当社の従業員が、リプレゼンテーションが適正であると感じ、自分たちの声が届いており、チーム内で成長の機会や活躍の場が与えられていると感じるよう、確実な取り組みをすることを意味します。

当社は、進捗状態をより深く理解してもらい、また当社の戦略を伝達するために、誰もがアクセスできるフィードバック用のチャンネルを提供しています。例えば従業員を対象とした年1回のチェックイン調査や、社内の全体ミーティング、匿名のSpeak Up@dentsuポータル、従業員ネットワーク、その他のオープン・コミュニケーション・チャンネルなど、複数の方法が用意されています。

年1回のチェックイン調査では、従業員の感想・意見、経験などが集められ、年齢・ジェンダー・ 民族・性的指向・障がいの状態・(地域により)兵役経験など多くの視点に基づく知見を得られる など、より深い理解につながっています。

毎年、回答率が80%を超えるこの調査には、当社のビジネス、企業文化、働き方、会社はどのようにしたら従業員をもっとサポートできるかなどに関する35の質問が含まれています。インクルージョンに関連した次の6つの指標は、従業員がどのようにリスペクトされ、サポートを受け、エンパワーメントされているのかを知る助けとなり、また、電通グループが従業員の平等だけでなく、所属意識やウェルビーイングのために前進していることを示しています。

平等	所属意識	リスペクト	マネージャーのサポート	エンパワーメント	ウェルビーイング
74	72 A	80	78 新指標	76	66 新指標

リーダーシップの

説明責任

上級幹部は、自らが担当するビジネス領域で、インクルーシブな企業文化を構築しDEIアクティベーションをサポートすることによって、リプレゼンテーションを推進することに責任を持っています。あわせて、より広い意味での多くの方法によるSocal Impactに関する目標達成にも責任を負っています。

リーダーシップへの期待

当社グループのLeadership@dentsuの枠組みは、すべてのリーダーに求められる重要な能力と何が期待されているかを規定しています。これには、インクルーシブで公正/公平な企業文化の育成のためのアクションを含む"成長するチーム"の柱が入っているほか、人材との定期的な対話や後継者計画も対象となっています。

知見および報告

経営幹部へ定期的に提出される知見や報告により、リーダーたちはデータにリアルタイムにアクセスできるほか、リスクや進捗状況のチェックも可能です。これには各リージョン/マーケット/サービスライン、財務、顧客企業、ビジネス持続可能性、人事、およびコンプライアンスに関する主要な数値データが含まれています。

業績の一部

進捗状況と結果については、年次パフォーマンスレビュー(annual performance development)のプロセスに含まれているほか、マーケットやサービスラインをカバーした経営幹部チームとの定期的な話し合いでも取り上げられ、リーダーシップに伴う責任を浸透させることと説明責任へのコミットメントの再確認につながっています。

ジェンダーの リプレゼンテーション 電通インターナショナル

女性たちは、世界中でいまだに社会や職場で多くの課題に直面しており、コロナ禍による深刻な影響はいまも続いています。それでも当社では女性のリプレゼンテーションは伸び続けており、特にリーダーシップレベルでその傾向は顕著となっています。私たちは従業員が個人として、また職業人として幸福であるための支援に多大な注意を払い続けています。女性向けの育成プログラムや率直な対話を通じ、従業員の成長を促し偏見をなくすよう取り組んでいます。

(性自認を含む)女性比率はグローバルで53.2%であり、電通インターナショナルは組織全体でジェンダー同数を達成しました。現在、2025年までに経営幹部を含むすべてのレベルで同様の比率を達成することに力を注いでいます。

ジェンダーを公表していない人、あるいはノンバイナリーであると認めている人は、グローバルで0.2%となっています(Americasは0.5%と最も高くなっています)。

経営幹部の女性の数は前年比17.5%増加し、2022年6月時点ではグローバルで36.2%(昨年同期は32.5%)でした。リーダーシップに占める女性のリプレゼンテーションは、地域的にはAmericasが一番高い一方、対前年比ではEMEAが最も高い伸びを示しました。

中間管理職の女性比率はグローバルで前年比0.8ポイント増の51.4%です。これは、管理職の女性の実数でいえば8%の増加となり、特にAmericasとAPACでの伸びが目立ちます。エントリーレベル(専門職Professionalとして記載)での女性比率は53.3%です。比率は伸びているとはいえ、総数に占める女性の数は退職や死亡などの自然減により、わずかに減少しています。



注記:2022年のデータは監査を受けていません
2022年6月30日および2021年6月30日時点のデータは、取得可能な電通インターナショナルの従業員データに基づくものです。データは第三者による監査を受けたものではありません。ヒストリカルデータには、数字の丸め方、集計手法の修正、該当時期以降に発生した電通グループの組織再編による変更などにより、多少の違いがある可能性があります。合計すると100%を若干超えるかもしれませんが、これは、数字の丸め方と、ノンバイナリーを自認する人を含むことによります。データは地理的位置(電通グループが定めたリージョンの中の国内に住む人々)に基づいています。Americasは7カ国(アルゼンチン、ブラジル、カナダ、チリ、コロンビア、メキシコ、アメリカ)を含みます。APACには15カ国が含まれますが日本は入っていません。EMEAは41カ国を含んでいます。経営幹部(Executive Level)にはCレベル、President、Head of roles、General Managers、Executive Vice Presidentsおよび一部のSenior Vice Presidentsが含まれます。管理職(Management Level)には、部門担当のDirectors、Vice Presidents、一部のSenior Vice Presidentsが含まれます。専門職(Professional)には、Senior Managerクラスを補佐するエントリレベルの社員とアシスタント社員、および一部のAccount Directorsが含まれます。

U.S.における民族&人種の リプレゼンテーション

2021年5月に発行されたdentsu Americas DEIレポートの時点と比べ、U.S.のBIPOC(黒人・先住民・有色人種)のリプレゼンテーションは27.1%から31%に増加しました。これは2020年6月比で計6.8ポイントの伸びに相当し、いまや2025年までに30%以上にするというdentsu Americasの野心的な目標を既に達成しています。しかしながら、私たちの旅は今も続いており、これからも続きます。最も高い伸びを記録したのは、アジア系と黒人、さらには複数の民族的背景を持つ人たちです(代表的な分類基準で「複数の人種」と表されます)。

従業員が自身にとって最も意義があり納得できる方法で自己認識ができるようにする継続的な取り組みのひとつとして、2021年夏、私たちはMENA(Middle East & North Africa:中東&北アフリカ)を追加したほか、従業員プラットフォームの中の「人種&民族」項目に、複数選択ができる機能を追加しました。これにより、すでにある「複数の人種」の選択だけでなく、自分が認識する民族の数について、自由に数を選ぶことができるようになりました。

経営幹部(Executive Level)

多文化の比率が24.1%(2021 年6月の21.8%、2020年夏の 16.9%から増加)。最も高い 伸びを示したのは引き続き黒 人、ヒスパニック、そして 「複数の人種」を自認する 人々です。アジア系は退びする がによる自然減、および変更に よいアイデンティの変した。これは、できる選択肢を た。これは、できる選択肢を やした結果でもあります。

管理職(Management Level)

(Senior ManagerからVPレベルでは)多文化の比率が26.1%で、前年より2ポイント増加しています(BIPOCの管理職の数は20%増加)。BIPOCではすべての民族が伸びを示しています(ヒスパニックとラテン系は、他の民族の伸び率が大きかった影響を受け、比率が下がりました)。

Entryレベル

多文化の比率は38.6%で、 前年より2.4ポイント増加。 全分野で増加しましたが、 とスパニックとラテン系の 伸び率は他と比べての自然 一部では退職などのアイ、 ではよび自らのアイッ、これ ずかに減少しました。 は、人々が複数の民族性や した結果でもあります。





私たちは進捗状況を可能な限り正確に測定 したいと思っています。そうすることによ り、従業員にとって重要な政策やウェル ビーイングやプログラムを提供する上で、 よりよいパートナーになることを目指して いるからです。

過去2年間、私たちは従業員のセルフ・ア イデンティフィケーションに関するデータ 情報(マーケットごとに、法律に照らし合 わせ合法的な範囲での収集に限ります)の 質の向上に注力し、着実に前進してきまし た。2022年、U.S.とカナダは、人による 知見だけでなく、従業員とのコラボに根付 いたデータの完全性を目指す特別なキャン ペーンを開始しました。

コラボレーションとストーリーテリングで 共に働く仲間について知る

セルフ・アイデ ンティフィケー ション キャンペーン



プロジェクト・ネバーランド:Inklusive (カナダ)

Inklusiveは、dentsu Canadaの「プロジェク ト・ネバーランド」というアーティスト・イ ン・レジデンス・プログラムとのコラボから有 機的に始まったアイデアで、問題解決に新たな 視点を注入するものです。

Canada のDEIチームが、従業員のセルフ・アイ デンティフィケーション・データをどのように して増やすか検討していた際、アーティストを 招聘し、そのアーティストとのコラボレーショ ンを通じて、アーティスト的な考え方をコンセ プト考案作業に組み込むことに好機を見いだし ました。その結果、従業員とつながりを持った インクルージョンに支えらえた革新的な解決法 が生まれました。

Inklusiveは手作りのインクで、その目的はアイ デンティティの自己開示を、単に選択肢のボッ クスにチェックマークを入れること以上のもの として捉え直すことにあります。コラボによる ストーリーテリングともいえます。このキャン ペーンでは、カスタムメイドのインクを創りま す。そのインクは、Inklusive製ペンと

「progress(進歩・成長)」を書くよう招待状 を受け取った従業員からの意味ある寄付から作 られます。もし、安心した気持ちになれたな ら、従業員は自分のアイデンティティを人事の 従業員データシステムに書き込むよう促されま

▶ <u>もっと詳しく知る</u>(英語のみ)



「Inklusiveは、当社の従業員に対し、自分が誰なのか をもっと皆に教えてほしいという招待状です。ひとり ひとりが大切な存在で、私たちは新たな成長の物語を 一緒に書いていきたいのだ、ということを表明してい ます。DEIチャンピオンたち、社内のクリエイティブ チーム、プロジェクト・ネバーランドでコラボしてく れたアーティストの皆さんなど、私たちのコミュニ ティが一丸となってこのキャンペーンを企画・制作し たことを、私は決して忘れることができません。」



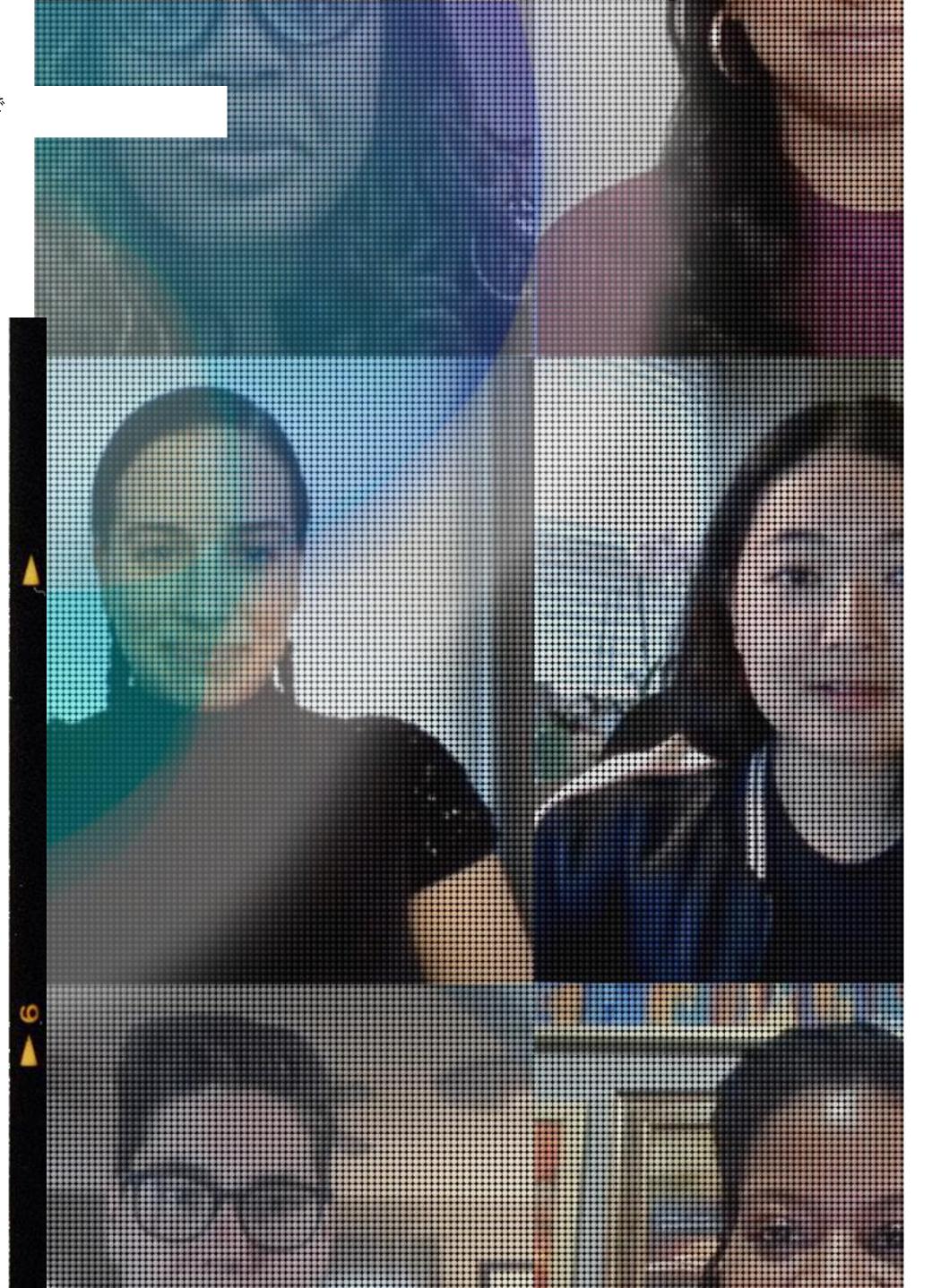
Matthew Progress マルチアーティスト 音楽プロデューサー

映像作家

インク製作者

コラボレーションとストーリーテリングで 共に働く仲間について知る

セルフ・アイデ ンティフィケー ション キャンペーン



「Our stories. **Our strengths.**」 キャンペーン (U.S.)

U.S.で展開された「Our stories. Our strength. (私たちの物語。私たちの強み)」キャン ペーンは、従業員一人ひとりのユニークなストーリーとアイデンティティを称え、私たちの 究極のビジョン、すなわち、「インクルージョンと所属意識が当たり前の企業文化」実現を 推進するものです。このキャンペーンは、従業員が毎日もっと自分のことを伝え、本来の自 分らしさを発揮して仕事に取り組むことを促すものです。

このキャンペーンの始まりは、U.S.の従業員のセルフ・アイデンティフィケーションについ てWorkdayへの記入事項(性自認、人種・民族、性的指向、障がいの程度、退役軍人&軍属 の有無) の充実を図るためという特定の目的でした。





キャンペーンを立ち上げるため、dentsu Americasの各部門から従業員が集まり、2人1組に なって自らのアイデンティティについて語り合ったり、ストーリーを共有することの重要性に ついて話し合ったりしました。参加者がその様子を撮影することに同意してくれたおかげで、 説得力のある映像を制作することができました。



dentsu キャリアデザイン促進プログ ラム

電通グループでは、グループだけでなくこの業界を将来率いてくれるリーダーを育成するため、グローバルやリージョン向けのプログラムを複数開発しました。これらのプログラムでは、グループ内外のリソースを活用し、参加者にリーダーシップに必須なスキルを教え、ビジネスの垣根を越えた"ラジカル・コラボレーション"に道を開きます。

2021年に実施した社員チェックイン調査から得た知見によると、キャリアデザイン促進プログラムに参加した従業員は、「フィードバック」「グロース」「キャリア」「マネージャーサポート」の分野で著しく高いスコアを獲得し、キャリアの流動性と進歩のレベルが向上していることが分かりました。

人財への投資

電通グループの究極の目標はリプレセンテーションの引き上げです。そのためには、従業員に投資する必要があります。そうすることで、私たちは多様な人材を惹きつけてつなぎ留め、組織の人員構成に影響を及ぼすことができるのです。成長し成功するためのサポートとリソースを従業員が確実に得られるようにするため、当グループはインクルージョンとエクイティの基盤を築くことに注力しています。

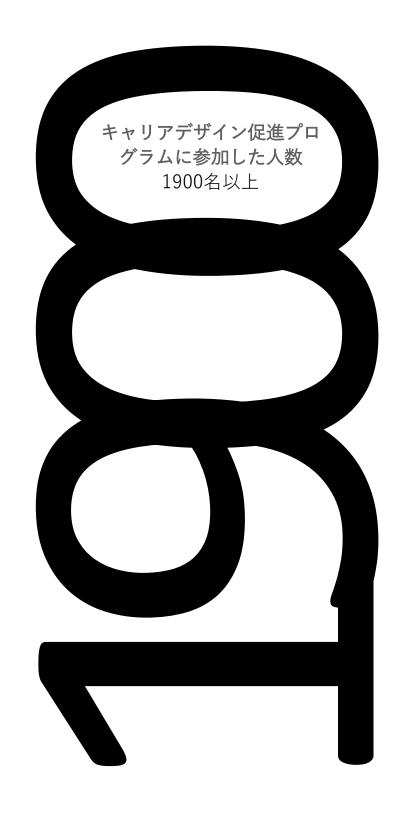
電通グループの総合的な「キャリア・フレームワーク」により、従業員は、dentsu Universityの充実したポータル、自分だけのキャリアデザイン促進プログラムやリーダーシッププログラムを通じ、先を見越した積極的なキャリアパス計画やキャリア開発計画をたてながら、しっかりした研修の機会を得ることができます。

20

電通グループではウェルビーイングと公平性をサポートするために勤務評価制度を実施しています。これまでの中間評価をウェルビーイング・チェックイン(wellbeing check-in)というウェルビーイングについてマネージャーと部下が面談を重ねてフィードバックし合う仕組みに変更し、さらに公平性に関しての追加チェック項目を年次評価プロセスに導入しました。

このプロセスは、潜在的偏見の様々な側面について上司と部下の双方を啓蒙する研修をはじめ、DEI推進を含む企業文化形成の重要性を強調しています。勤務評価の際にも、これらが大事な要素となっています。

さらに、全世界2,000人の従業員が参加するBRGsやネットワークを通じて、強力な従業員コミュニティを構築し、リーダーとしてステップアップを図る人たちに投資しています。



250+
メンターシップ&スポンサーシップ・**プログラム**に参加した人数

「Path of Tabei」プログラム

「Path of Tabei」は電通グループ独自の女性リーダー育成プログラムです。日本の登山家の先駆者で作家の田部井淳子氏にちなんで名付けられた「Path of Tabei」は、革新的な才能を持った女性シニアリーダーの育成を加速するものです。

The Fast Forward Groupとの提携を通じ、「Path of Tabei」では参加者に大胆なビジョンを宣言してもらい、それを共有・フォローするよう促します。このプログラムでは、フィードバックから得られる深い知見、キャリアパスの探求、"ラジカル・コラボレーション"とネットワークを通じて、リーダーシップ開発を行います。

これまでのところ、参加者の35%が昇進・昇格・横異動によってキャリアを積んでいます。

dentsu **Game Changing Talent** (GCT)

GCTは、個人とビジネスの変革を加速するために、成長とコラボレーションを可能にするよう設計された、 $12 \, r$ 月間の仮想体験型学習・開発体験です。職域レベル、バックグラウンド、勤務地の違いを超えた多様な仲間と共に、当社の将来のリーダーとしてのキャリアを加速させることを目指し、また、成長と抜本的なラジカル・コラボレーションを可能にすることで当社のビジネス変革の野望をサポートすることを目的としています。

2021年、38のマーケットから655人が参加しました。2022年には42のマーケットから790人が参加しました。**参加者の79%が、10人以上の新たな仲間とコラボし、45%が社内で異動しました**。



メンターシップ・プログラム

マーケットの枠組みを超え、私たちはカスタマイズされたメンターシップ・プログラムを始動させました。これは、メンターシップをさらに進めキャリア・スポンサーシップにつなげるという電通グループの目標を達成する助けとなる関係を築くものです。

「dentsu Media Reverse Mentoring Program」は、UKの従業員ネットワークであるREPRESENT(民族的多様性)、&Proud (LGBTQ+)、ONE(ジェンダー平等)が2021年4月に立ち上げ、その後、Global Mediaに拡大されました。このプログラムでは、多様なバックグラウンドを持つ38名の従業員がシニアリーダーとペアになり、DEIの重要課題についてメンター役のシニアリーダーから助言を受けるものです。この活性化させる力により、シニアリーダーたちは、他の従業員たちの生きた体験という「レンズ」通してDEIの課題を可視化でき、理解を深めることができるのです。

また、カナダのAnti-racism Action Teamが立ち上げた

「YourTurn」は、人種差別を受けた同僚が電通での長期的なキャリア目標を達成できるよう力づけることを目的としたプログラムで、実社会での経験や知見、ノウハウを共有できるリーダーとのマッチングが行われ、メンターとなるリーダーと助言を受ける従業員に指導用モジュールとディスカッション項目が提供されます。これまでの6ヵ月間に40名のカナダ人従業員(メンターと助言を受ける側のペア20組)が参加しました。

Merkleでは多文化の背景を持つ従業員のネットワークが「**Seat at the Table**」を編み出し、BIPOC従業員に対し、幹部との関係を育みながらキャリア開発と昇進の機会を提供することで、BIPOC従業員の声をもっと広めようとしています。2020年以降、U.S.で50名が参加したこのプログラムは、2021年にはUKにも拡大され20名の参加者が加わりました。

McKinsey & Company Connected Leaders Academy

電通グループはキャリア開発プログラムにマッキンゼー・アンド・カンパニーのConnected Leaders Academyを追加し、リプレゼンテーションが適切に反映されていないグループの人財に投資するという取り組みを継続しています。これにより、U.S.、カナダ、南アメリカ、UKにおいて、有色人種に属する上級管理職から経営幹部の350人以上が、キャリアアップ・プログラムに参加することが可能になりました。

► McKinsey Black Leadership Academyに参加したUK の仲間たちの声を**聞く**

「Connected Leaders Academyは、組織が人材のパイプラインを再構築し、あらゆるレベルでもっとインクルーシブになることをサポートし、人種的平等を推進します。充実したカリキュラムに加え、参加者は同僚や支援者のコミュニティに参加し、もう『自分一人だけ』ではないと感じることができます。ある参加者の言葉を借りるならば、『自分のアイデンティティを家の玄関に置いてくる』必要がないのです。|

- Sara Prince

マッキンゼー・パートナー/Connected Leaders Academyリーダー

将来の

22

従業員構成を 形成する

マーケット主導のキャリアプログラムとパート ナーシップを通じ、電通グループは将来の人財へ 投資しています。

電通グループでは、公平な採用・面接プロセスと して、採用手法とプラットフォームの標準化、 データ収集の強化、インクルージョンに基づくグ ローバルな面接手引書の導入などを実施していま す。

米国では、昨年雇用した従業員の37%がBIPOCを自認し ている人々で、これは昨年のレポートの33%から上昇し ました。

グローバルでは、電通インターナショナルが雇用した人 材に占める(自認を含む)女性の割合は今年も49%程度 でした。

2021年、dentsu USでは、最も多様なインターンおよび **アーリーキャリアのクラス**が誕生しました。リプレゼン テーションが十分に反映されていないバックグラウンド を持つ人々が60%を超えたためです。

2021年、16歳から25歳までの学生約7,000人が、電通グ ループの**The Code**(マーケティングとデジタルについて 教えるプログラム)に参加し、2017年以降の参加者数は 30,000人に達しました。

日本では、電通グループが、障がいを持った人たちに有 意義な仕事の機会を提供するための専門組織「電通そら り」を設立しました。

この1年で、**人財活用のためのパートナーシップを拡大** L、55 Refined、AfroTech、Chronicically Capable、Do the WeRQ, Hiring our Heroes, Jopwell, National Black MBA Association, National Hispanic Corporate Council、Prospanica、Recruit Military、TupuToa、 What You Know Digitalなどの協力を得ることができまし

電通インターナショナル社は、今年度の4A's Foundation のHolding Company Agency of the Yearに選出されまし たが、その背景にあるのは、USのMAIP(Multicultural Advertising Intern Program) や、電通のThe Codeの一 環として実施した顧客企業オリエン資料コンテスト開催 を通じた4A'sの高校生向けプログラムの一つ「ReACT」 のアクティベーションなど、4A's(アメリカ広告業協 会)との複数年に渡る提携と支援が評価されたことが挙

電通インターナショナル社はAAF(アメリカ広告連盟) のMosaic Center Expansion Fundに最大の支援を行う持 株会社であり、この投資は広告業界を担う将来の人財に 対する真の投資と言えます。



dentsu U.S. Media Experience

dentsu U.S. のMedia Experienceは、大学の学位所持という、エントリーに際しての大きな障壁となる条件 を応募要件から外しました。このプログラムは多様なバックグラウンドをもつ信心を歓迎し、メディア業界 への道を歩み始めたばかりの人、他の業界からの転職を考えている人、あるいは、メディア業界への復帰を 考えている人などに、メディア業界でのキャリアに通じる道を提供するものです。退役軍人や軍関係者も対 象に含まれます。8週間にわたるプログラムではまず4週間のパワースキルのトレーニングが行なわれ、残 りの4週間で能力開発研修を受けます。研修性は全員、プログラム終了後ではなく、初日から募集職種にフ ルタイムで採用され、給与が支払われます。

普段から人見知りする性格なのですが、コ ミュニケーションはオープンな安心できる雰 囲気で行われ、私も馴染みやすかったで

「みんなから温かく歓迎してもらえました。

— dentsu U.S. Media Experience 2022参加者

ニュージーランドのTupuToaインターンプログラム

TupuToaはニュージーランド の非営利団体で、マオリ族や 太平洋諸島出身者のコミュニ ティに対する偏見がもたら す、入社や昇進の際の不利な 扱いを減らすために活動して 提携し、該当するコミュニ ティーのリーダーたちの異文 化に対する理解を深め、12週 間の有給インターンシップを 通じて、これらのコミュニテ イに向けた就業機会の増加を 図っています。

2020年11月にTupu Toaと提携 して以来、dentsu NZは、新卒 います。電通NZはTupuToaと 者の採用を通じ、マオリ族や 太平洋諸島出身者のリプレゼ ンテーションを2020年の5%か ら2021年に11%と倍増させま した。

UKの技能研修プログラム

dentsu UKは、Prince's Trust、 We are Digital, What You Know Digitalなどとの提携を通 じて、過去1年間に新入社員と 現役社員の双方に実務研修の機 会を提供しました。dentsu UK では、従業員へ投資しスキル アップを図る取り組みのひとつ として、全従業員に対し、日々 の業務をこなしながら、通常と は別のビジネス領域で実習を完

了する選択肢を提供していま す。

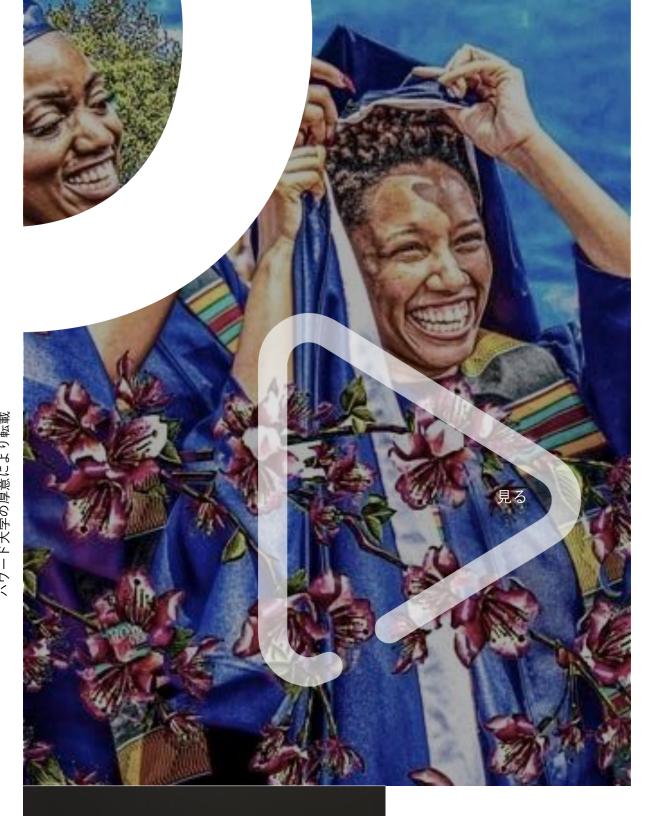
このような体験を通じて、就労 しながら資格を取得し、キャリ アアップを図る機会やスキルを 提供しています。

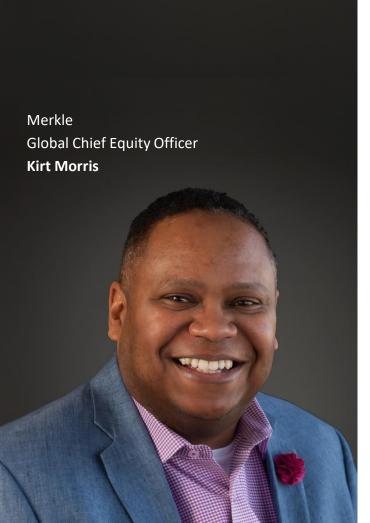
D.E.I dentsu

次世代への投資

Merkleとハワード大学**ビ ジネススクールとの提携**

Merkleにとって初の試みとなる、全米屈指の名門歴史的黒人大学、ハワード大学との提携は今年2年目を迎え、ハワード大学の学生と教員だけでなく、Merkleも有意義な機会を得ています。複数年の提携は、ハワード大学ビジネススクールのマーケティング学部のニーズに基づくもので、教員がMerkleの専門家と協力し、マーケティング&情報システム部門およびサプライチェーン・マネジメント部門の4つのコースに向けた、最新鋭のデータベース技術とコンシューマー・マーケティングのカリキュラムを開発するものです。





「私たちの提携は、大学の既 存のマーケティングのカリ キュラムをグレードアップし て拡充し、新しいコースを設 置する一方、最高レベルの将 来の人材との有意義な関係を 築くことができるため、 Merkleとビジネススクールの 教員の双方にとって、よい チャンスとなります。ハワー ド大学が提供する世界クラス の教育は戦略的提携を通して 提供されるものも含め、当社 のグローバルな従業員全体に 持続的なインパクトを与える でしょう。」

Design for Canadian Youthによるリーダーシップ

dentsu Canadaは、リーダーシップ育成と充実した学びの機会を提供するLifelong Leadership Instituteと提携し、オンタリオ州内に住む黒人や黒人アフリカ系カナダ人の若者 (15~24歳)を対象とした教育プログラムを共同開発しています。今後、サービスラインを 横断して、eコマース、クリエーティブ&アドバタイジング、ペイド/サーチ/ソーシャル・マーケティング、データ&アナリティクス、現代デジタルマーケティングをテーマとす る長さ60分の入門セッション6つのためのキュレーションと実施をサポートします。

The Code Access All Areas (英国)

広告業界が直面する社会経済的多様性の危機への対応策の一環として、dentsu UKの「Access All Areas」は、The Code、ローカルな実習プログラム、その他の人材関係のパートナーを、dentsu UKのインクルーシブ採用戦略の中に組み入れるものです。この新たな取り組みの結果、2021年のエントリーレベルの採用者の28%がAccess All Areasのパイプライン経由でした(2020年に30%到達が目標)。この取り組みは、2022年UK Social Mobility Awardsの最終候補のひとつにもなりました。UKでの成功を受け、電通グループはこの施策を2023年からはさらに多くのマーケットに展開することを目指しています。

Genesys **Worksとの提携**

電通インターナショナル社とMerkle U.S.は、全米で十分なサービスを受けていないコミュニティに住む高校生を対象に、持続可能な明るい将来の可能性を提供する非営利社会事業、Genesys Worksとのパートナーシップを締結しました。電通は、8名の高校生を受け入れ、人事、DEI、テクノロジー等の部署で1年間の有給インターンシップを実施し、キャリア形成の体験機会を提供しました。

さらに、2021年にはSalesforceと提携し、電通グループのThe Codeのカリキュラムを活用して、Genesys Worksの全若手プロフェッショナルを対象としたバーチャルな専門能力開発ワークショップを主催します。

▶ もっと詳しく知る

Crecé con Google: Google、Junior Achievementとの提携

dentsu Argentinaは2017年からGoogleと提携し、若い世代が輝かしいキャリアのスタートが切れるよう、職業訓練や専門能力開発プログラムを提供してきました。2022年、電通は、GoogleとJunior Achievementとの提携による「Crecé con Google」プログラムの一環として、64名の参加者にメディアとデジタル広告、一般的なビジネスポリシーと手順、さらに人事担当者との模擬面接などに焦点を当てた複数のトレーニングを提供しました。



異文化の 理解浸透 の進展

日々の仕事のやり方に深く組み込み、人の ために行動を起こす企業文化を創りたいと 考えています。文化的に先を読んだ、前向 きなイベントや対話から、人材への継続的 な投資まで、私たちは従業員の異文化への 理解浸透を推進しています。

このことは当社のインクルーシブで公正/ 公平な文化へのコミットメントにとって、 そして私たちが顧客企業に最高の仕事を提 供するうえでも、極めて重要なことです。

リーダーの心構え

Inspiring Inclusion

「Inspiring Inclusion」は偏見に対処し、インクルー ジョンの文化を奨励するための現在進行中のプログラ ムです。

2021年に開始し、2022年にフォローアップ体験が実 施されたこのプログラムは、900人以上のシニアリー ダーが修了したインタラクティブな学習体験で、e ラーニングのコースは17の言語で配信され30,000人以 上の従業員が受講しました。このプログラムには、 ミーティングガイドやDEI用語集など、対話を継続し たり行動を促したりするための資料も含まれていま す。

過去に実施された研修後のアンケートでは、95%の リーダーが「インクルージョンを推進するためのアク ションをただちに取るうえで役に立つ」と回答してい ます。

異文化理解能力の拡充

電通ジャパンネットワークでは、さまざまなテーマ での教育や対話を通じてDEIリテラシーを向上させ る研修を毎月開催しており、2021年10月以降、500 人が参加しました。2022年1月には、電通ジャパン ネットワークのウェブメディア「cococolor」の10周 年を記念して、1週間の特別イベントを開催し、さら に1,400人が研修を受講しました。「cococolor」 は、DEIに関する社会的課題やマーケティング、職 場内での応用などのコンテンツが充実したメディア です。

半澤 絵里奈

電通ジャパンネットワーク サステナビリティ推進オ

フィス プロデューサー/cococolor編集長

また、Dentsu Creative U.S. の戦略チームでは、

[Cultural Fluency Series] と呼ばれるワークショップ を毎月開催し、異文化に対 する理解を深め、日々の業 務に応用することを学ぶ機 会となっています。

Borderless Leadership

の視点から直接学びました。

dentsu UKの多文化ネットワーク「REPRESENT」 は、よりインクルーシブで目的志向のリーダーシップ スタイルに焦点を当てたリーダー向け研修 「Borderless Leadership」を実施し、リプレゼン テーションが不十分なグループの当事者である従業員

dentsu Media U.S.の「Micro-Inclusions Guide」 と「Senior Leadership Panel」

dentsu Media U.S.は、ラーニングとアンラーニング の旅にある人たちに知識と技術を授け、支援し、また インクルージョンのために日々行動するというコミッ トメントの一環として、従業員、顧客企業、パート ナーのために「micro-inclusions guide(小さなイン クルージョンガイド)」を作成しました。

2022年3月に開催された「Senior Leadership Offsite」では、電通と当社のパートナーである Googleのリーダー達が、インクルーシブ・リーダー になるには日々どのようなことをすればよいのかにつ いて話し合いました。その後、200名のリーダーたち は、5つのシナリオに台詞付けをするワークショップ で、日々の小さな行動についてブレーンストーミング を行ないました。



「Creative Review Councilは、異 文化の理解浸透がよりよい結果を もたらすために有効であることを 確認しました。異文化の理解は分 断の回避に役立つだけでなく、会 話を生み出す効果をもたらし、実 際のところ、文化を生み出すこと もできるのです。」

— Kai Deveraux Lawson Dentsu Creative U.S., Head of DEI, SVP

実際の仕事に落とし込む

Dentsu Creative Review Council

Dentsu Creative U.Sチームは、クリエーティブプロセスの追加レビューとし て、事業の全領域の従業員で構成されるCreative Review Councilを設置しま した。このCouncilはストーリーテリングの信憑性やリプレゼンテーションを 確認し、文化的ニュアンスで問題になる点を洗い出します。

事例:顧客企業であるFTXのために2022年の米国のスーパーボールのスポッ ト広告を制作していたとき、担当チームはCreative Councilを制作工程に関 与させました。その結果、Councilはフィードバックとして、FTX、クリエー ティブチーム、プロダクションチームに対し、NASAの数学者Kathrine Johnsonが登場するシーンを追加するなど、多様性をもっと打ち出すように 助言しました。

その結果、実施されたキャンペーンとCreative Councilの活動は、広告だけ でなく、制作プロセスにおいても正しいリプレゼンテーションを確保した例 として、AdAge誌で高く評価されました。Councilのメンバーは、スーパー ボールの広告のクレジットに公式に記載されています。

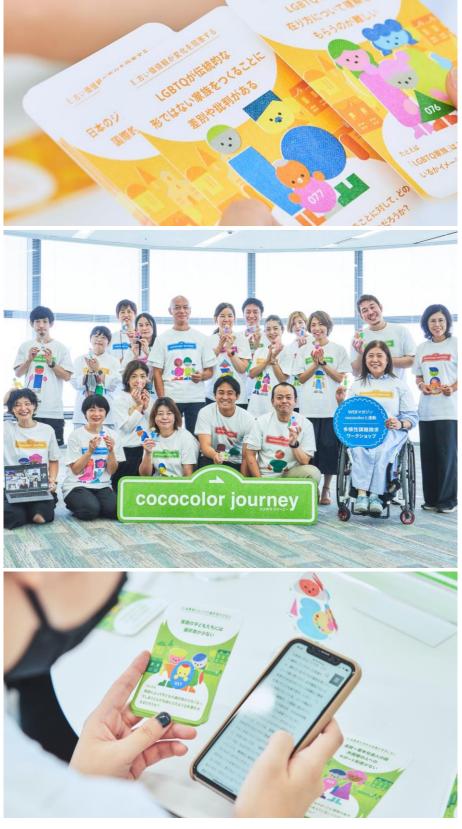


D.E.I

電通 ダイバーシティ ラボ

電通ダイバーシティ・ラボは、電通ジャパンネットワーク内に2011年に設立されたタスクフォースチームで、DEIの前進に焦点を当てた社内組織でした。グループのメンバー企業がどうしたらDEIをビジネス戦略とマーケティング活動に組み入れることができるのかという課題に対し、ソルーションを提供しています。これをで10年間にわたり、電通ダイバーシティ・ラボは調査、商品開発、没入体験、そしてパートナーシップを通じ、様々な場面でインクルージョンを前進させてきました。

▶ 電通ダイバーシティ・ラボについて もっと詳しく知る



cococolor

設立から10年目を迎えた電通ジャパンネットワークのウェブマガジン「cococolor」は、マーケティングとダイバーシティが交差する領域のコンテンツを発信しています。当初はLGBTQ+と障がいに関するトピックにフォーカスしていましたが、その後、対象領域を拡大し、DEIに関連した事柄を深く掘り下げた記事のほか、テクノロジー、アート、新型コロナウイルスを話題にした記事も掲載するようになりました。

2022年夏、電通ダイバーシティ・ラボは

「cococolor」に掲載されたさまざまな社会問題を取り上げた600強の記事をベースとした"cococolorジャーニー"というワークショップを立ち上げました。このプログラムも当社のパートナーから好意的に受け入れられています。

LGBTQ+ 研究調査

電通ダイバーシティ・ラボのプロジェクトの中で、最も歴史が長いのが、LGBTQ+に関する調査研究です。日本初の大規模なオンライン調査で、直近の調査では6万人以上が参加しました。この調査では、LGBTQ+と非LGBTQ+の両方の人々の心理やりプレゼンテーションを測定し、その知見をもとに、インクルージョンを推進するために必要な教育や行動に対する認識と理解を深めることができます。

調査を見る





障がいのインクルージョン

障がいの認知、インクルージョン、そして啓蒙啓発は、ダイバーシティ・ラボのもうひとつの 基本的コンセプトです。

調査とプロジェクトに加え、ラボのスタッフは没入体験を通じ共感と理解を深めます。この体験を通じ、株式会社電通の東京のオフィス内では、共有フロアのユニバーサルデザインの展開と情報掲示を手始めに、もっとインクルージョンに配慮したデザインが考えられるようになりました。スタッフは「みんなの会議室」と呼ばれる、障がいをもった人を含む誰にとっても使いやすいデザインを追求した会議室を開発し、ワークショップもその部屋で提供しています。

電通グループはThe Valuable 500のメンバー企業でもあります。ダイバーシティ・ラボの活動は、認知度の向上を助け、電通社外にもソルーションを提供し、会社としてのコミットメントを推進しているだけでなく、日本そして世界の障がいに関連した他の組織やリーダーたちに与える影響を通じ、より広い社会での前進を後押ししています。



エンパワーされた コミュニティ ラーニングと アンラーニングの 進展

世界中に2,000名を超える電通グループのDEIチャンピオン は、インクルージョンを育成し、異文化理解を促進し、ラー ニングとアンラーニングのための思い切った場を創り出し、 自らのコミュニティを代表して啓発活動に取り組んでいま す。

電通グループのBRGs(Business Resource Groups)と従業 員ネットワークは、互いに、そして全社的に"ラジカル・コ ラボレーション"を実現しています。昨年1年間で、100を超 える独自の対話、イベント、ガイダンスを開催し、説得力の あるストーリーテリングや、インターセクショナリティ(交 差性)についての話などを提供しました、繰り返し開催され る集まりを通じて、コミュニティも形成されています。

これらのコミュニティの影響と提唱は、ここで紹介している 以外にも、本レポート全体を通して織り込まれています。

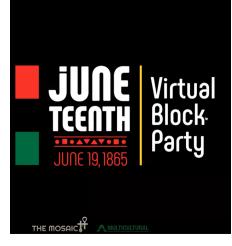
▶ 電通グループの従業員がどのようにして前進しているのか **もっと詳しく知る**(英語のみ)

交差性へのフォーカス

現実の体験は重要です。異なる経験が重なり合うことがもたらす 影響の複雑さについて理解をしない限り、私たちは当事者個人ま たは当事者が属するコミュニティを完全に理解し深く共感するこ とはできません。電通グループの従業員ネットワークは、イベン トやガイダンス、リソースを通じて意図的に協力し、人々の経験 について、より総合的な視点で捉えられるようにしています。

称える & **気持ちを盛り上げる**

電通グループのコミュニティは、インク ルージョンと平等のための取り組みには 決して終わりがないことを気づかせてく れます。しかし同時に、立ち止まって喜 びや達成したこと、貢献したことを祝福 し、互いの気持ちを盛り上げることの大 切さを思い起こさせてくれます。





Merkle Awards授賞式で

(左) Merkle, Global Chief Equity Officer, Kirt Morris

(中央) Merkle, Americas Architecture Practice Lead / Americas Wellness Affinity Group lead, Jas Singh (右) Dentsu Americas, Chief Equity Officer, Christena Pyle,

ストーリーテリング& イノベーション

「傷つく心がもつ力(The power of vulnerability)」 やストーリーテリングのもつ力によって、電通グルー プのBRGsはあらゆる立場の従業員に自らの生の体験を 共有する場を提供しており、居心地の悪い話題につい て自分の見方を振り返り、互いに学び合う機会を提供 しています。

障がいの認知促進のため

劇を通して学ぶワークショップ

障がいをもった人たちを支援するため全てのマーケッ トで行われている取り組みのひとつに、APACリージョ ンが実施した、劇を通して学ぶ500人規模のワーク ショップがあります。障がいに対する認知度が高ま り、参加者に強い印象を残すイベントとなりました。

異なる信仰を持つ人々の懸け 橋となる

カナダとU.S.では、異教徒 BRGが、宗教の違いを超えた 印象深い対話集会を開催し、 異なるバックグラウンドにつ いて学び合い尊重し合いまし た。



「fearLESS」の心の健康キャンペーン

U.S.のEnablement BRGが指揮を執る「fearLESS」 は、メンタルヘルスに問題を抱えることを恥と思う気 持ちをなくすために、不安な気持ちを吐露したり自分 の弱さを人に見せることができる機会を設けました。 このキャンペーンの開始にあたり、著名なリーダーた ちが自らの苦悩や葛藤を共有し、他の人たちに心の健 康を大切にするようによびかけました。



アライシップ&**啓発**

共に力を合わせれば、もっと大きなことを成し遂げられ る。「アライシップ(Allyship)」とは、自分が属してい ない、社会的に虐げられている集団を理解・支援すること です。私たちが電通グループの内外でDEIを押し進め、前 進するうえで必要となる重要な要素がアライシップです。 電通グループのBGRsは、ディスカッション、リソース、 トレーニングを提供するために協力し、学びの旅路にある すべての人をサポートします。

有給休暇や福利厚生の拡充

電通グループではコミュニティが相互に支援するシステム を構築し、人事部門と協力して福利厚生やポリシーの改善 を続けています。昨年、全てのマーケットを対象に子育て 中の親や介護者向けの、よりインクルーシブな有給休暇制 度を導入しました。U.S.では軍務に就く人のための有給休 暇の期間延長を実現しました。UKでは、バンクホリデー について、様々な宗教に配慮した柔軟な運用としました。 オーストラリアでは、有給休暇が意味する文化的意義と柔 軟性の必要性について四半期ごとに議論する場を設けてい ます。

アライシップによる対話&リソース

アイデンティティやリバースメンタリング、そしてDEI用 語について掘り下げるセッションを通じて、私たちのコ ミュニティは日々のアライシップを前進させています。 2022年の国際女性デーでは、dentsu APACのGeneral CounselでありAPAC Women Empowermentのco-leadで あるSharan Jaswalは、「アライ」として指名された電通 シンガポールのリーダー達との意見交換の場を主催し、バ イアスに気づきバイアスをなくしていくために前進をし続 けると語り合いました。

dentsu APACの「WeMen for Women」

2021年、大きな影響力のある「Women from Home」で は、電通グループの女性従業員たちの暮らしが、新型コロ ナウイルス禍と、固定観念に基づく家庭内役割の負担増に より、どのように変わったかに焦点を当てました。2022年 の「国際女性デー」では、フォローアップの「WeMen for Women」で、dentsu APACの男性従業員が暮らしの中で 女性たちをどのようにサポートできるかについて話し合い ました。

▶ <u>キャンペーンを見る</u> (英語のみ)

dentsu

不等をめぐる 世界的問題に 取組むこと **有意義な時間**

電通グループのBRGと従業員ネットワークコミュニティの活動は、アイデンティティの全ての側面(ジェンダーアイデンティティ、性的指向、民族、人種、国籍、身体的・精神的・知的障がい、宗教、子育で中の親や介護者、兵役経験者・退役軍人、など)におよび、事業全般において不平等をめぐる世界的な問題として認識されている重要分野に共同で対応しています。

年齢・世代、社会経済的な状況、宗教、子育で中の親や介護者についての取り組みは、すべてのマーケットにおいて積極的に行われており、変化を促しています。これらの取り組みは基本的な分野と共に、今後もグローバルレベルで引き続き取り上げられます。

ジェンダー平等

「国際女性デー」のテーマは「バイアスを打ち破る」

毎年、国際女性デーには、グローバルレベル、マーケットレベルでの対話イベントが開催され、様々なカタチでのジェンダーバイアスを明らかにし、変化を支持するための話し合いが続けられています。APACでは、アシッドアタックのサバイバーであるPragya Prasunと、トンガ系の血を引くdentsu New ZealandのLucciane Surteesをパネリストに迎え、ジェンダーに偏った制度の問題点を指摘しました。ブラジルとU.S.では、インクルーシブなビジネスに焦点を当てたパネルディスカッションが開催され、女性起業家の話に耳を傾けました。



ポッドキャスト「Womxn Who」

dentsu Canadaのwomxn's BRGが制作したポッドキャスト「Womxn Who」は、電通内外の人々との会話を通じて現状に異議を唱えました。シーズン2では、(差別されて来た人々に対する支援や支援者の)アライシップについてAmericas BRGのリーダーたちが語るコーナーも設けられました。

▶もっと詳しく知る

日本の茶道にみる「Responsible Masculinity(責任ある男らしさ)」

メキシコでは、DEIチャンピオンが、リーダーの職責にある男性に対しインクルージョンと平等について啓発するため、「責任ある男らしさ(Responsible Masculinity)」についてのセッションを開催しました。日本の茶道の稽古を通し、性別による役割や無意識の偏見、固定観念について明らかにし、効果的なコミュニケーションの力を実例によって示しました。

リプロダクティブ・ライツ を支援する

2022年6月、米最高裁判所が(連邦法下での人工妊娠中絶の権利を認めた)「ロー対ウェイド判決」を覆したことにより、憲法上保障されていた人工妊娠中絶の権利が(多くの州で州法の規定によって)奪われました。これを受け、電通グループは、U.S.の従業員を支援するため、この判決の内容とそれが持つ意味について理解を深めるためのフォーラムを開くと共に、法律で認められている範囲で、居住地から50マイル以内で医療的処置を受けられない従業員に対し旅費を負担する福利厚生について注意喚起しました。

反**人種差別**

インクルーシブなリーダーシップを推進するプログラム

電通グループでは、民族ベースの多文化BRGsが忌憚のない対話を継続したり、従業員のバックグラウンドや伝統を称え啓蒙するイベントを促進することに加えて、UKの「Borderless Leadership」や各マーケットで実施されている(従業員がメンターの役割を担う)リバースメンタリング・プログラムなどのマネジメント研修を開発し、インクルーシブなリーダーシップの実践に効果的な影響をもたらしています。

反人種主義アクションチーム

dentsu Canadaの「反人種主義アクションチーム」(2020年、他の多文化BRGsやアイデンティティグループと共に発足)は、dentsu Canadaの全代理店・全機能の代表で構成されるタスクフォースとして活動しており、反人種主義を支援するために名誉毀損になり得る項目について共に取り組んでいます。このチームには、電通が掲げるDEIの4本柱に沿ったサブグループが設置されています。



LGBTQIA+のインクルージョンと権利

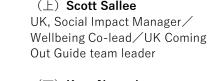
カミングアウト・ガイドとツールキット

LGBTQIA+の同僚にとって、カミングアウトすることは現在進行中の重要なプロセスです。2021年、dentsu UKは初の「Coming Out Guide」という27ページの冊子を発行しました。この冊子は、カミングアウトの意味すること、リスク、権利や利益、サポートが網羅されています。同時にマネージャーと同僚向けに、カミングアウトする(した)人の道のりの支援方法に関する情報をカバーした実践的な内容となっています。このガイドブックがきっかけとなり、dentsu CanadaとU.S.ではワークストリームが作られました。また、dentsu BrazilでもLGBTQ+マニュアルが策定され、理解促進を通じアライシップを支援し、そしてインクルーシブな言葉を使うことを奨励しています。

LGBTQIA+とトランスジェンダーのインクルージョンに関する ワークショップ

アルゼンチン、オーストラリア、カナダ、UK、U.S.などで開催されたLGBTQIA+やトランスジェンダーのインクルージョンに関するワークショップなど、アイデンティティを掘り下げるワークショップを通じ、当社の従業員グループは「だれ一人取り残さない」という目標に向かい、理解の促進とアライの育成に取り組んでいます。





(下) **Kate Noppakate** dentsu Thailand, Creative, General Manager/APAC, LGBTQ+ champion







メンタル**ヘルス**(心の健康)

MHFA (Mental Health First Aiders)

2020年にUKのチャンピオンたちが草の根運動的に始めた MHFA(Mental Health First Aider:メンタルヘルス・ ファーストエイド)プログラムは、2021年には5つのマー ケット(UK、オーストラリア、オランダ、およびMENA の国々)で150名の研修を受けたMHFA実施者がいるまで に広がりました。2022年にはさらに多くのマーケットで プログラムが開始される予定です。

日々のメンタルヘルスを支える

Sound Mindは、APACの10カ国のリーダーたちによる心を 打つようなフレーズを録音したウェブサイトで、バイノー ラル録音技術によるビートが効果的に使われています。ま た、今も続いているU.S. Enablement BRGによる

「Motivational Mondays」「Wellness Wednesdays」と いった取り組みを通じて、当社の従業員の日々のウエルネ スを支えています。電通インターナショナル社は管理職が 部下のメンタルヘルスをサポートするための研修プログラ ム「Every mind matters」をグローバルに展開していま す。

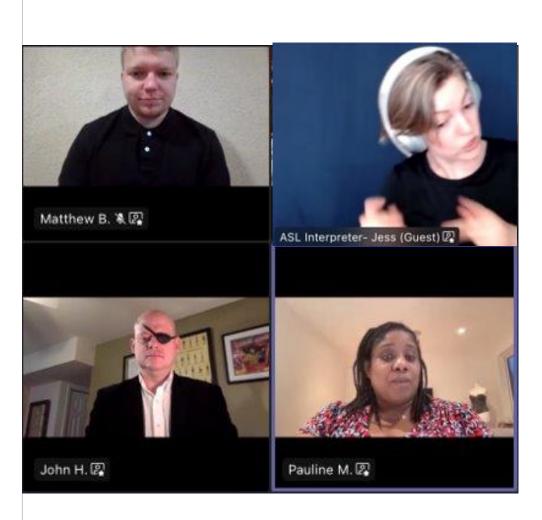
障がいの**インクルージョン**

自閉症啓発月間「Life with Autism」

dentsu APACとUKは自閉症に対する認識を変えるパネ ルディスカッションで協力し、自閉症については「脳神 経の機能の違いで、その結果、さまざまなチャレンジと ベネフィットが生まれる」と論じています。自閉症の子 どもをもつ親や自閉症スペクトラムの人の目を通して自 閉症について語られ、自閉症をもった人の成長を支える ために職場がどのように変わればよいのか、実践的なア ドバイスも提供されています。

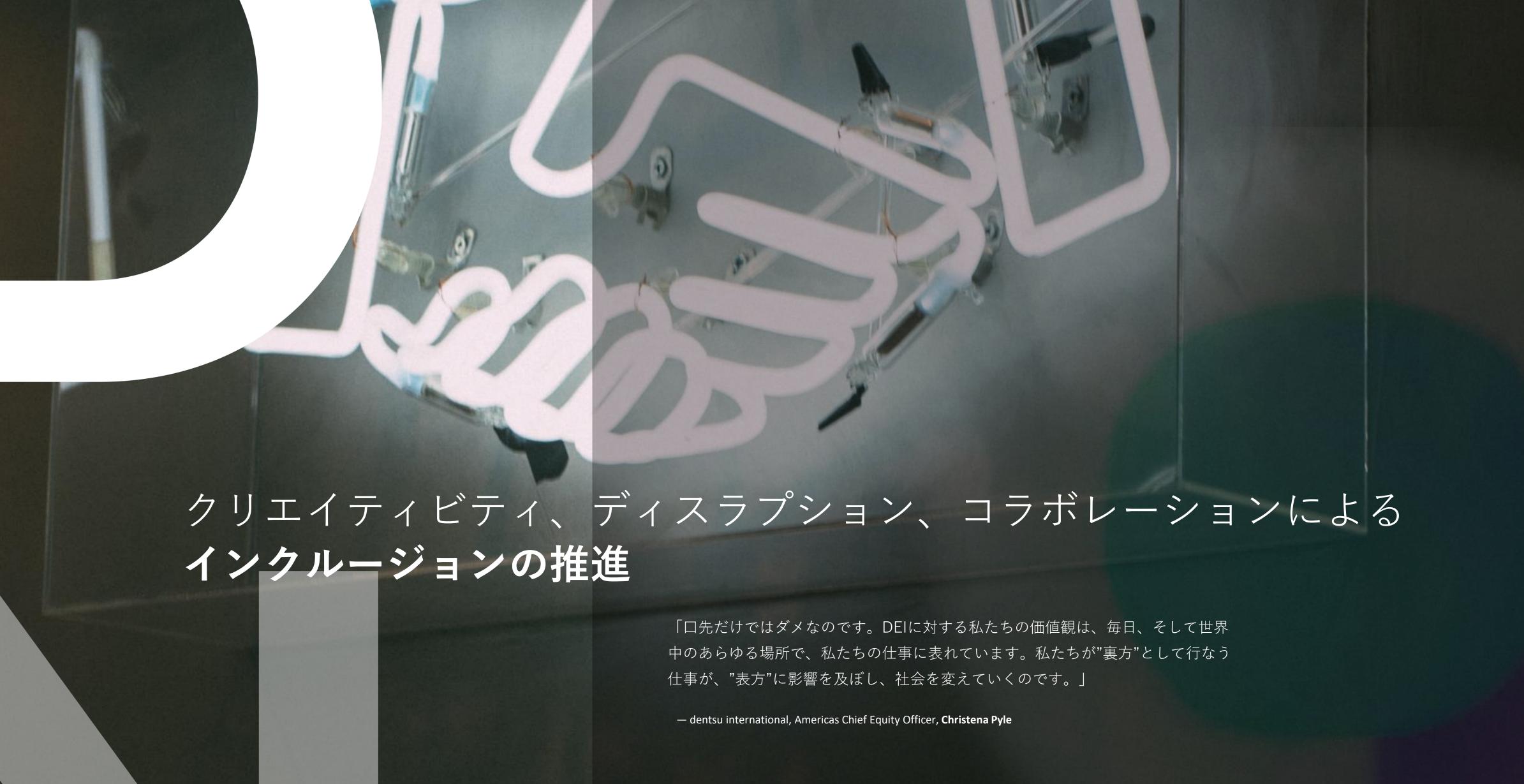
年次国際障害者デー

Global Live Learningのセッションで、EMEAのChief Equity OfficerであるPauline Millerは、Disability: INの CEOやUS Disability Groupのリーダーたちとパネル ディスカッションの共同ホストを務め、障がいの理解や 職場における障がいについて議論し、障壁を取り除くた めにもっとできることはないかということを話し合いま した。



「それは単に平等ということだけ ではなく、誰もが必要なものにア クセスできるようにすることが大 事です。取り残される人がいない ように皆が気を配る必要がありま す。他の人を引き上げることは、 義務であり責任なのです。」

— dentsu international, EMEA Chief Equity Officer, Pauline Miller



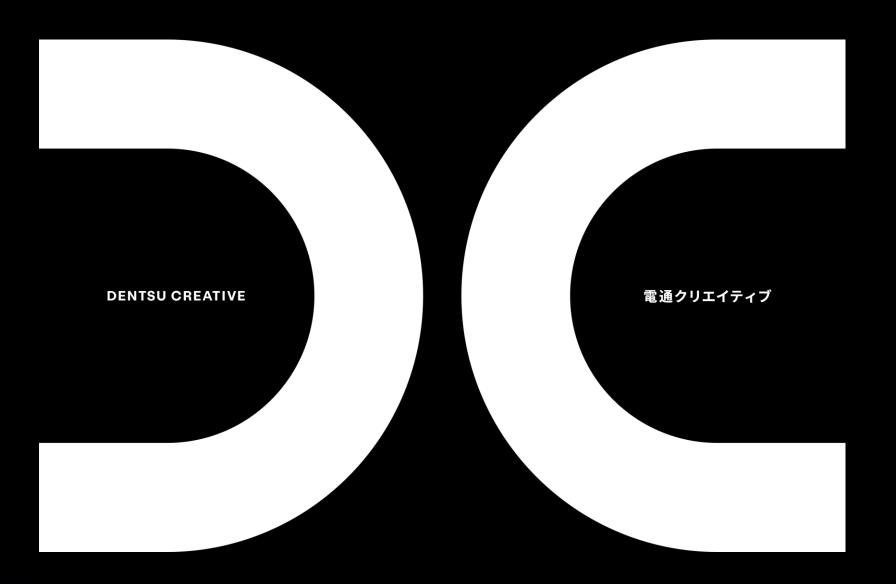
クリエイティビティで インクルージョンを 推進する

マーケティングや広告における私たちの仕事は、人々の心と考えを変え、社会の常識を覆し、新たな規範を生み出す力を持っています。創造性と革新性を通じて、現代的なクリエイティビティの力でブランドとビジネスを変革することを目指します。

文化を創造し、社会を変革し、未来を創出する。私たちはそんな仕事を世の中に送り出しています。私たちはこの現代的なクリエイティビティという理念を基準に自らを評価し、創造力をビジネスの隅々まで縦横無尽に行き渡らせます。

31





「文化を生み出す仕事は、文化を借りたりはしません。大きな文化的対話を生み 出し、人々をその対話に参加させます。それが文化的風景の一部になるのです。

社会を変える仕事は、人々に、コミュニティに、地球に本当に永続的な変化をもたらします。

それは単に意識を高めるだけではありません。

未来を創り出す仕事は、未知の領域を開拓するくらい大胆なものです。それは、 データ、テクノロジー、創造力の間に完璧なスイートスポットを創りだすこと で、進むべき道を示します。テクノロジーはアイデアを強化するもので、アイデ アに取って代わるものではありません。テクノロジーはビジネスを変えるものな のです。」

— dentsu international, Global Chief Creative Officer, Fred Levron

インクルージョン の考え方が プロセスを変える

アウトプットが注目されがちですが、それ以上に重要なのはプロセスの評価です。

電通グループ全体で、制作チームのリプレゼンテーションが進んでいるだけでなく、クリエイティブからメディア、アナリティクス、テクノロジーに至るまでの全プロセスにエクイティ&インクルージョンに関するチェックを組み込み、常に異文化に対する理解がベースにあることを確認するようにも努めています。

このようにして、文化を創造し、社会を変え、未来をよりインクルーシブにする最高の仕事を顧客企業に提供しています。

異文化の理解浸透

それはDentsu Creativeの戦略への考え方

Dentsu Creative U.Sは、顧客企業が将来の舵取りをする上で必要な視点や知見、そしてアクションを提供することを重視し、異文化理解の考え方をクライアント戦略チームに注入してきました。チームの仕事は異文化理解の3つの基本原則(反既成概念、交差性、ニュアンス)に焦点を当て、文化的側面への配慮からキャンペーンのキャスティングに至るまで、ブランドが成功するうえで避けて通れない方法で水先案内を務めるものです。

クライアントとの仕事、また、全ての従業員に門 戸が開かれている月例ワークショップを通じて、 戦略チームは他の従業員がこの手法を日々の仕事 の中に組み込むことができるよう支援していま す。

さらに電通BRGsとも協力し、例えば「Black History Month(黒人歴史月間)」「Pride Month(プライド月間)」「Hispanic Heritage Month(ヒスパニック・ヘリテージ月間)」など、文化的に重要な日程に関するガイドブックも作成しました。

「1年前、私たちはDentsu Creativeチームと共に、異文化理解の旅に出発しました。それは充実したやりがいのある経験だったと心から言うことができます。私たちは厳しい会話もし、偏見に気づき、そして上辺をなぞるだけではなく、私たちがサービスを提供する人々の複雑なアイデンティティに敬意を払い表現するという揺るぎない決意を持つようになりました。」

— Clorox Company, Specialty Division, Multicultural Marketing Lead, **Virginia Reyes**



「異文化の理解浸透と方法論を通じて、仕事への取り組み方や成果、そして最終的にはブランドの成長を後押しするために、意味ある改善を促し、それを仕事に組み込むよう努めています。」

— Dentsu Creative U.S., Integrated Strategy, SVP, **Tameka Linnell**

クリエイティブ作品における リプレゼンテーションの確保

Dentsu Creative UKはCreative Equalsと提携し、ジェンダー・アイデンティティ、Z世代、黒人消費者の購買力、LGBTQ+のリプレゼンテーション、そしてエイジズム(年齢による差別)などをテーマに、リプレゼンテーションに関するインクルーシブ・マーケティングを深掘りするワークショップを実施しました。

Dentsu Creative UKのManaging Director/DEI LeadであるBalpreet Magnatが陣頭指揮を執るチームは、クリエーティブ・ブリーフ用のテンプレートを手始めに、制作過程にもインクルージョンの考え方を組み入れました。その他にも、脚本に多様な人物を登場させること、台詞に固定観念に基づいた家族の役割が反映されていないかチェックすること、映像表現に多様なイメージを使うこと、描写に多様なリプレゼンテーションを反映させること、多様なリサーチパートナーを採用することなどが含まれます。



クリエイティビティで**インクルージョンを推進する**

「The Unfiltered History Tour」 (インド)



カンヌライオンズ:チタニウム・ライオン受賞、3部門でグランプリ受賞

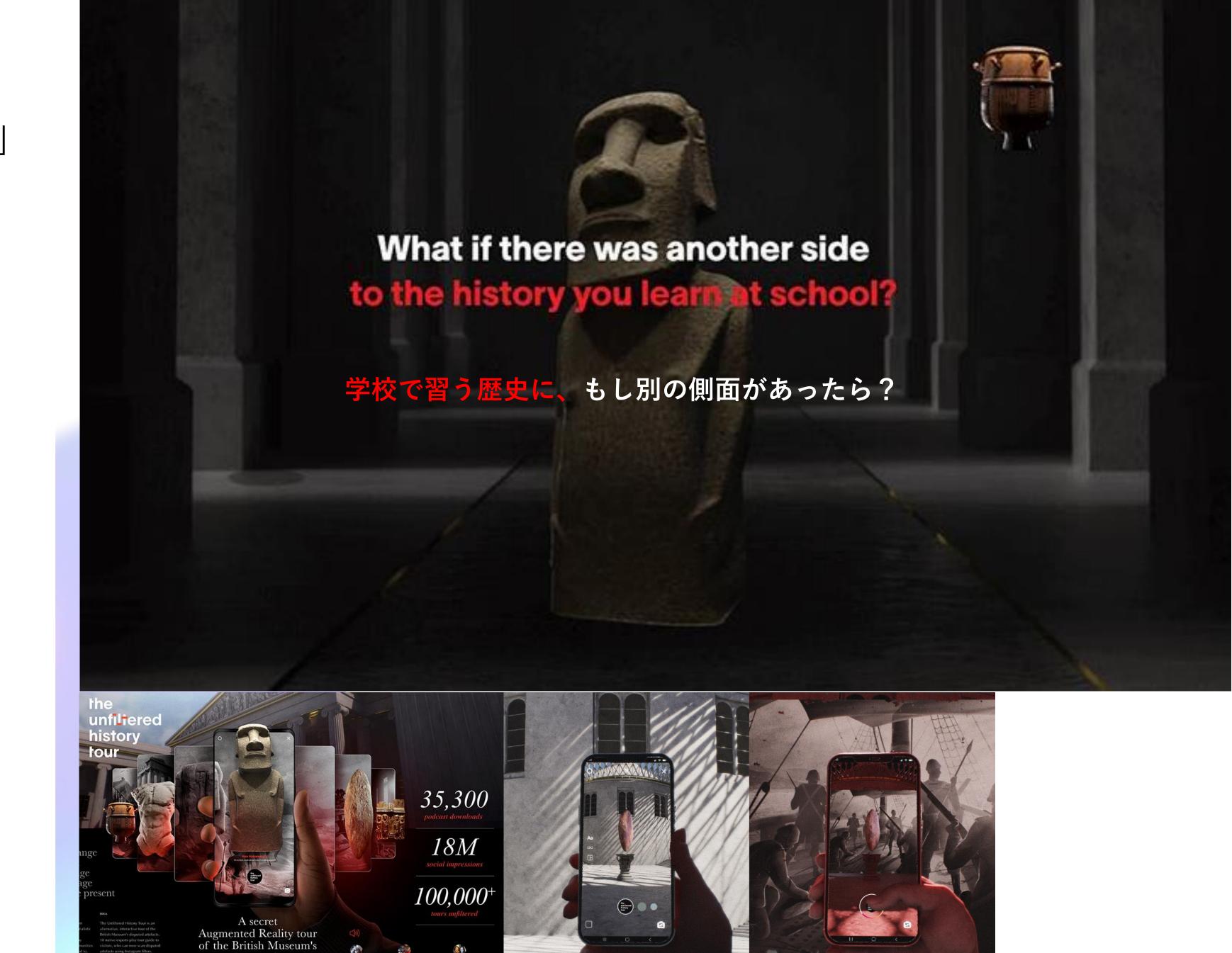
スパイクスアジア: 4部門でグランプリ受賞、5部門でゴールド受賞、4部門でシルバー受賞、5部門でブロンズ受賞

Dentsu CreativeのBengaluruチームの草の根レベルの発想から生まれた「The Unfiltered History Tour」は、大英博物館の収蔵品の中で最も論争の的となっている展示品をAR(拡張現実)で紹介するものです。自撮り用フィルターと同じ技術を再設計し、一日中、異なる光の条件下で実物大の3D展示物をスキャンし識別できるようにしました。来館者が自分のスマートフォンを使って博物館に展示されている"盗掘品"をスキャンすると、位置情報を介して該当するフィルターが作動し、その文化遺産の生まれ故郷出身の専門家から本当の歴史について話を聞くことができるのです。

この「Tour」が始まってから数週間後にYouGovが行った世論調査によると、「パルテノン神殿の大理石はギリシャのものだと思う」と回答した英国人は以前の調査から急増し56%に達する結果となりました。

このキャンペーンは、カンヌライオンズの歴史において、最も成功したインドのキャンペーンとなりました。この作品は2022年のフェスティバルで、最も多くの賞を獲得した作品となりました。

▶ 作品を見る (英語のみ)



stolen artefacts

クリエイティビティで**インクルージョンを推進する**

Dentsu & FRIENDS (イタリア、ブルガリア、ノルウェー)



dentsu Italyが制作し、後にブルガリアとノルウェーに広がった「dentsu & FRIENDS」は、メディアキャンペーンでプライド月間を称え、電通の顧客企業10 社と「共に前進するために協力する」という価値を行動で示しました。電通は Sky、Nestlé、Very Mobile、Fastweb、Plasmon、KFC、ENGIE、Pringles、WindTre、HEINZの10社をまとめ、イタリアのLGBTQ+コミュニティを支援するため、人目を引くOOHを2週間設置するキャンペーンに参加してもらいました。

「このキャンペーンはプライド月間が私たちに教えようとしている、より深くより確かな意味を表現しています。つまり、多様性を称賛し、全面的に受け入れることの大切さです。日頃マーケットの注目を得るために互いにしのぎを削っている大企業同士が同じスペースを共有しているという事実は強いメッセージを発します。個人主義をいったん脇に置き、小さな違いを無視したとき、思いもよらないような目標を本当に達成することができるのです。」

— dentsu Italy, Chief Creative Officer, **Stefano Morelli**

34

Better Half Recipes (インド)

カンヌライオンズ:ブロンズ受賞

新型コロナウイルスによる都市封鎖の期間中、男性はそれ以前より長い時間を家と台所で過ごしました。このことが行動変容につながったのです。Dentsu Webchutneyは、これをインドの社会変革に活用しました。「家庭の女性」を対象とする典型的な広告とは一線を画し、チームは顧客企業のSwiggy Instamartが認知度を上げ、最終的にはマーケットシェアを獲得するために、新たなストーリーの語り口に挑戦するのを支援しました。
▶ この作品についてもっと詳しく知る



Project Body Love (ик)

Hearst UKとPhilipsの協力のもと、The Story Labと Caratは「Project Body Love」キャンペーンを実施。自分の体型を肯定する特集記事や取組みを多数発信し、女性が自分の体型に自信をもてるよう啓発しました。2021年のこのキャンペーンは、2020年にPhilipsと提携して展開したエンパワーメント活動を継続したものですが、EQ(心の知能指数)を徹底分析したことにより、女性の自分の体型の見方に新型コロナが悪影響を与えたという新たな知見が得られたため、それを反映した内容としました。その後の調査では、このキャンペーンが女性の体型に対する自信を42%向上させることにつながったことが明らかになりました。この作品は2021年にAssociation of Online Publishersから「Best Publisher-led Social Good Initiative」を受賞し



Taping out Hate (カナダ)



ジョージ・フロイド殺人事件や「Black Lives Matter」運動の再燃を受け、NHLの現役・元選手 7名が、アイスホッケーにおける人種差別を根絶することを目的に「Hockey Diversity Alliance(HAD)」を設立しました。プロホッケー選手のうちBIPOCはわずか7%と、他のプロスポーツリーグと比較した場合、著しく低い数字となっています。

バドワイザー・カナダはHDAと連携して、アイスホッケーの試合をよりインクルーシブなものにするために自社のプラットフォームを活用することを約束、HADの唱える「活動を通して氷上でもリンク外でも人種差別をなくす」というミッションに賛同し、ムーブメントを起こしました。

戦略的なメディアプランの結果、#TapeOutHateは発表後数時間でTwitterのトレンドワードの1位になりました。立上げから5時間で、20,000本以上のホッケー・テープがオンラインで売り切れとなりました。メディア・キャンペーンは7500万回のペイドインプレッションと270万回を超える有料動画視聴回数を記録しました。#TakeOutHateはインパクトを与え、社会システムの変更を推進することを目的としており、このキャンペーンのインパクトはカナダのブランド・キャンペーン史上のあらゆるKPIのベンチマークを上回りました。

「『Taping our Hate』キャンペーンで、私たちのチームがバドワイザーとHADとコラボして行った仕事は本当に感動的で、社会を変えるムーブメントを創り出しました。」

— dentsu Canada, CEO, **Stephen Kiely**

社会変化の**啓発&きっかけ作り**

Trouble with Words (カナダ)



dentsu Canadaは昨年、「World's Hardest-to-Read Website(世界で最も読みにくいウェブサイト)」として国際的な注目を集めた「It's Hard to Read」ウェブサイトおよびキャンペーンに続き、再び非営利団体Dyslexia Canadaと提携し、クロスワードパズルのブームにあやかり失語症の方たちにとっての社会的不平等を指摘し、アクセシビリティについて全国規模で話題にするきっかけを作りました。失語症の方は貧困に陥るリスクが50%高く、精神衛生上の問題を抱える可能性が40%高いのです。

このキャンペーンは、240万回のユニークインプレッションを記録し、 全国的な話題となりました。さらに、2022年初めにまとめられたオン タリオ州人権委員会の報告書「Rights to Read」作成につながり、結果 的に、オンタリオ州政府が失語症を正式に障がいと認める州法改正へ道 筋をつけることができました。

▶ オンタリオ州人権委員会の「Right to Read」レポートについて<u>詳し</u> **〈知る**(英語のみ)

35

First for Women (南アフリカ)

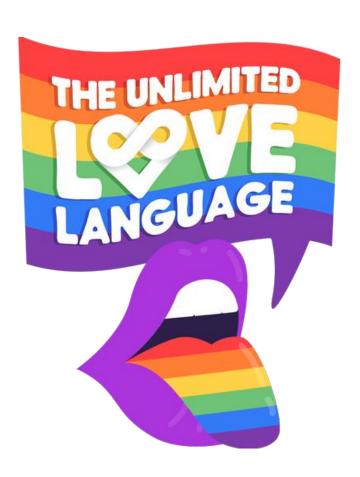


電通インターナショナル社は、南アフリカで唯一の女性専用保険「First for Women」を、2019年に#16DaysofLightで、そして今回は「Fearless」キャンペーンで支援しました。この2つのキャンペーンはどちらも南アフリカに蔓延るジェンダーに基づく暴力について、説得力があるものの暗鬱たる洞察を明らかにするものでした。このキャンペーンは、最終的に、女性たちのひとりひとりが、自らが直面する恐怖にいかに向き合い、乗り越えようとする強さを内部に秘めているかを示し、そして、ひとりひとりが他者の暴力による支配から自立し自信を取り戻す力を生み出

すことを目指しています。

このキャンペーンでは、4,100万人にリーチし、4,400時間の動画が視聴され、その結果、147人の女性が支援を求め、支援を申し出た人が450%増加しました。

Unlimited Love Language (フィリピン)



「Unlimited Love Language」は、LGBTQIA + コミュニティの人たちが 傷つく言い回しや言葉に対する認知向上を目指したウェブサイトです。 このウェブサイトは、インタラクティブなラーニングとアンラーニング (学び直し)の機会を提供しているのが特徴で、ユーザーは、 LGBTQIA+の個人に向けて発せられたコメントを閲覧したり、 LGBTQIA+の個人がそうしたコメントをどう受け取るのか「翻訳」され た文章を見ることができるほか、自分で考えた言い回しやコメントを入 カしフィードバックを得ることもできます。さらに、インクルージョン と「unlimited love(限りない愛)」を反映させて書き直した場合のコメ ントが提示されます。

▶ 資料を読み「unlimited love」の<u>具体例について知る</u>(英語のみ)

北風 祐子

36

チャンスの扉を開く クリエイティビティ

私たちの仕事は、社会変化のきっかけとなるだけでなく、コミュニ ティのためにチャンスの扉を開くことにもつながります。

「雇用主として、電通の従業員一人一人が能力を発揮できるようにすることが責務です。また、企業として、世のために善なる力となり、地域や社会の発展のために力を尽くすことも私たちの責任です。視覚障がい者向けスポーツ観戦デバイス「Haptic Field」のように革新的でインクルーシブな仕事や、障がいのある方々に有意義な仕事の機会を提供する電通そらりのようなベンチャー企業は、このコミットメントに対する私たちのアクションを示す実践例といえます。」

電通ジャパンネットワーク 執行役員チーフ・ダイバーシティ・オフィサー 株式会社電通そらり 非常勤取締役

All Players Welcome Project (日本)



株式会社電通は、スポーツ観戦デバイス「Haptic Field(ハプティックフィールド)」を開発、サッカーをベースとした視覚障がい者向けスポーツ「ブラインドサッカー®」を視覚障がい者が触覚を通じてリアルタイムに「観戦」できるようにしました。このシステムはサッカーのみならず、他のスポーツにも応用できるよう柔軟に設計されています。すでに日本プロサッカーリーグ(J1リーグ)の試合でも使用されているこの製品は、2021年度「グッドデザイン賞」を受賞しました。

Canon Fotografia for Pele Preta (ブラジル)



Alcides D'Lima
 Ideas Architecture /
 Dentsu Creative Brazil,
 Content and Social Media
 Manager

Dentsu Creativeは、Canon Brasilの「黒い肌の美しさを際立たせたい」という思いを実現するために、「Pele Preta(黒い肌)」を制作しました。

Dentsu Creativeは、独学で黒い肌撮影のスペシャリストとなった写真家Rafael Freireに、ブラジル国内最大級のコミュニティであるMinas Gerais 州のAglomerado da Serra地区で写真講座を提供するプロジェクトへ参加してもらい、地域の街路や路地をアート(の舞台)へと変身させました。

このプロジェクトの様子は撮影され2話構成の動画作品としてCanonの YouTubeチャンネルで公開されました。コミュニティの住人、そして 世界中の人たちに、自分たちのコミュニティを芸術的で詩的な写真で表 現し大切に守るスキルと力を与えました。

▶ プロジェクトを見る (英語のみ)

ディスラプション &イノベーション

先入観にとらわれ ないマーケティン

ディスラプション(破壊)は変化を引き起こす強力なエ ネルギーとなり、イノベーションと相まって持続的な変 化を後押しします。私たちは、ブランドが消費者と有意 義で信頼できる方法で関係を築けるよう、公平/公正で 新しい方法を創り続けています。

パートナーのエコシステム を改革する

Merkle B2Bが手がけた、英国の法律事務所Irwin Mitchellのためのキャンペーンは、障壁を破壊し、業界 に新たな基準を打ち立てた物語です。

このキャンペーン構築に関わった人材は全員が障がいを 持っていました。広告業界で働く人材に占める障がいを 持つ社員の割合はわずか9%に留まっているというUK Advertising Associationの調査結果に相反し、このキャ ンペーンの最終的なチーム構成は30%が障がいを持って おり、うち60%が上級管理職のポジションの人たちで



「このようにインクルーシブな撮影現場はめったにあり ません。身体的障がいや、脳の多様性に関わる(発達障 害などの)障がいを持った人たちもおり、制作全体がイ ンクルーシブでした。」

— Expert Hand. Human Touch. Project, Director, Owen Tooth

▶ このキャンペーンを見る

2022年カンヌライオンズ中に開催された、Merkleの Niyi Duro-Emmanuelが司会を務めたパネルディスカッ ションでは、制作メンバーのJason Fletcherと「盲目の 写真家 | として知られるlan Treherneが、障がいを持っ たクリエーターに業界がどう門戸を開くべきかについて 意見を交わしました。

More Than That with Gia Peppers | 100%黒人が経営するサプライ チェーン

GM、P&G、Krogerと連携し(セカンドシーズンからは Mastercardも参加)、電通は、制作・配信を全て黒人 経営の企業が担当する初の番組を立ち上げ、広告のサプ ライチェーンに存在する不公平/不公正の課題に挑みま した。このコンテンツは、社会的危機に効果的に応え、 人種平等を支援し、社会変革に影響を与えました。

現在、セカンドシーズンを配信中のこのゲームチェン ジャー的なオーディオシリーズは、Microsoft Advertisingの「Marketing with Purpose」賞で世界最 高の賞や、Adweekの「Best in Diversity and Inclusion Podcast」部門で2022年度の「Podcast of the Year」 に選出されるなど、数々の国際的な賞を受賞して続けて います。

▶ 番組を聞く



先入観を取り除いた**データ**

「エシカル・デザイン」アプローチ

Merkleのアナリティクスチームは長年にわたり、業界独自の規 制要件を満たすための倫理的なAIフレームワークの開発に従事 してきました。U.S.とカナダでは、MerkleのAnalytics & Data 部門のGlobal Head であるShirli Zelcerのリーダーシップのも と、インサイト専門家たちが顧客のセグメンテーションと企画 立案方法に存在する潜在的なバイアスについて深く掘り下げて います。

これには、広告業界が使う標準的なデモグラフィック・データ から離れ、可能な限り心理面を研究したサイコグラフィック・ データ(習慣、好み、行動、態度)を使うといった「エシカ ル・デザイン」のアプローチも含まれています。その結果、こ れまでより広範で多様性に富んだ視聴者層をターゲットにする ことにつながり、成果の向上が確認されました。

チームは、AIの利用に際しチェック&バランスのプロセスを導 入し、AIをより説明しやすくし、また意図しないバイアスを軽 減するようにしています。さらに、機械学習の手法と意図せぬ バイアスが潜在する可能性について、顧客企業や幅広い業界関 係者を対象に啓蒙活動も行っています。

「マーケティングの対象であろうとなかろうと、本人が望む場 合を除き、誰一人として『ラベリング』されるべきではありま せん。|

— dentsu Canada, Chief Data Officer, Walter Flaat

Better Business Bureau OAI in Hiring & Recruiting Incubator

Christena Pyle (Americas Chief Equity Officer) 、Marisa Sternstein (Americas Associate General Counsel)、そしてBrian Klockhoff (Global Head of Automation) は、Better Business Bureauが新たに設置 した評議会のメンバーです。この評議会は、EEOC(Equal Employment Opportunity Commission:米国・雇用機会均等委員会) に対して、企業 の雇用・募集プロセスにおけるAI活用ガイドラインについて様々な視点 と推奨事項を提示しています。

IAB AI Councilが発表したAI におけるバイアス理解ガイド

2021年、IAB(Interactive Advertising Bureau:米インタラクティブ広告 協会)のCouncilは、広告とメディアにおけるバイアスを減らすためのガ イドラインと方法論を公表しました。

Brian Klockhoff (Head of Automation) は中心メンバーとして、AIの活 用事例に関し、科学的手法を客観的に適用し、先入観を排した持続可能 なAlソルーションを構築することの重要性を説きました。

D.E.I

インクルーシブ なビジネスが 永続的変化を推 進する

インクルーシブなビジネスの実践を通じて、電通 グループは業界内およびコミュニティ全体で永続 的な変化をもたらすための基盤を整備していま す。

私たちの使命は、多様なパートナーと公平な関係 を築き、多様なパートナーが私たちのネットワー クを通じてビジネスチャンスにアクセスできるよ うにすることです。

サプライヤーの**ダイバーシティ**

電通グループでは、社会的・経済的にポジティブな影響 を及ぼすことができるよう、当社の価値観に沿った投資 を行うよう努めています。Americasでは、2025年まで に多様なサプライヤーとの取引額を全体の15%に引き上 げることを目標に掲げています。

電通グループの総体的な戦略が推進する価値創造に関し ても、広義のDEI戦略と同じ次の4本柱を中心に据えて います―「透明性&説明責任」「リプレゼンテーション &スポンサーシップ」「教育と学習」「顧客企業&コ ミュニティへの影響」

電通グループは、BIPOCやマーケット固有のマイノリ ティ、女性、LGBTQ+、障がいを持っている人たち、 または兵役経験者/退役軍人など、多様な背景を持った 人たちが経営するビジネスとパートナーシップを結ぶこ とを約束します。







Inclusive Business **Advisory Council (IBAC)**

電通グループは、職場や市場におけるインクルーシブな ビジネス実践のための総合的アプローチを構築するため に、業界唯一のIBAC(Inclusive Business Advisory Council:インクルーシブ・ビジネス諮問評議会)を発 足させしました。IBACは、リーチ拡大を通じ、当社が コミットメントを日々のビジネス上の意思決定に反映さ せるための支援を行います。

IBACは電通各社を代表する15名のリーダーから成る部 門横断型のチームであり、持続的な変化を後押しする "ラジカル・コラボレーション"の実例です。

PRISMのフレームワーク

2021年、電通グリープはPRISMという名称のDEIデジ タルパートナーのフレームワークを構築しました。 PRISMは、米国の人口構成を反映させたオーディエン スへのリーチを確実にするため、メディアへの投資を従 来より深いレベルで評価する仕組みです。その一環とし て、顧客企業を対象に、DEI RFI(Request For Information:情報提供依頼書)の総合的評価プロセス を導入しました。英国では、Dentsu Creativeが同様の アプローチを採用しています。

これはクラス最高のビジネスモデルであり、当社は PRISMをバリューチェーンの全側面に拡大適用中で

dentsu Media 経済的エンパワーメント

業界初となるこのサービスは、メディアバイイングとい う投資における不公正性/不公平性に立ち向かうことを 目的としています。経済的エンパワーメントは、顧客企 業が多様なバックグラウンドを持つ人たちが経営するメ ディアへの投資全体に体系的な変化を導入するためフル ファネルアプローチです。

この活動の結果、Caratは、GMのDiverse Owned Mediaに関する取り組みへの支援が認められ、GM社の Supplier of the YearのOverdrive賞に輝きました。



「黒人や多様なバックグラウンド を持つ人たちが経営するサプライ ヤー企業の経済的地位の向上は、 単なる支出以上のものであり、公 平性、リプレゼンテーションの向 上、コミュニティの支援、そして 最終的には富の構築につながる施 策なのです。」

- Mark Prince dentsu Media America, Head of Economic Empowerment, SVP

▶この取り組みとエコシステムへの影響にについて Mark Princeの話をもっと聞く(英語のみ)



マイノリティが経営するメディア会社 への30日支払い条件

2021年8月、dentsu Media U.S.は、マイノリティのメディア事 業者に対する支払い期間を30日に設定し(一般的な基準では60 日または120日)、業界の他の企業が目指すべき基準を打ち出 しました。この新たなポリシーは、米国内のマイノリティが経 営するビジネスのキャッシュフローを強化することでその成長 を促進し、多様なバックグラウンドを持つ小規模事業者の多く が陥りやすい問題に対応し、経済的なインクルージョンを推進 するものです。

今後、このポリシーは、多様なバックグラウンドを持つ人たち のビジネスコミュニティも対象を拡大していく予定です。

Multicultural Partner **Meetingシリーズ**

Multicultural Partner Meetingは、多様なバックグラウンドを 持つパートナーの知名度向上とエンゲージメント拡大を目的と しており、電通グループのパートナーリストの拡充を助け、同 時に顧客企業のための新たな投資機会の発掘にも役立っていま す。このミーティングには、毎回新しいパートナー(候補)が 参加し、平均150名の電通関係者が出席しています。

D.E.I dentsu 38

インクルーシブ なビジネスィ コミュニティへ の影響

アクセラレータ、インキュベータ、パートナーシップを通じて、多様なバックグラウンドを持つ 小規模事業者のためのキャパシティーを拡大しています。

Female Foundry アクセルレータープログラム

電通iインターナショナル社(当時)は、2016年に Female Foundryを設立し、女性創業者の声を増幅させ、こうした女性リーダー達が今日の課題や機会が多い環境において事業を運営できるように支援しています。もともとAPACで始まり、合計8つのマーケット(南アフリカ、インド、メキシコ、チリ、米国、カナダ)に拡大・導入されたこのグローバルなメンターシッププログラムは、120名の女性創業者の事業立ち上げを支援し、グローバルなビジネスリーダーシップ・コミュニティにおけるタイバーシティ&インクルージョンの推進に貢献しています。少なくとも100名の女性創業者を育てるという2020年の目標に到達したため、2030年までに500名の女性創業者に影響を与えるという目標に向かって前進しています。

当社の顧客企業であるGoogle、マイクロソフト、ディズニー、ゼネラルモーターズ(GM)、マスターカード、ユニリーバとの提携、さらには地元企業や起業家とのパートナーシップは、参加者の体験とネットワークの強化につながっています。

▶ プログラムについてもっと知る

dentsu Canadaは、2021年春、Forging Frontiersという1週間にわたるカンファレンスを通じて、Female Foundryのユニークなアクティベーションを開催しました。また、2021年秋には、dentsu South Africaが14人の女性創業者を集めて第2回目のFemale Foundryを開催しました。8週間のプログラムの締めくくりとして、参加者は最終プレゼンに参加し、Akachi MediaのオーナーであるNkateko Mtshinaと、Simply Granolaの Nicola Kokが共同で優勝しました。

U.S. Federal **Minority Business Incubator**

2021年9月、Isobarは、現在米国の連邦政府・州政府・地方政府と取引を行っている黒人事業者向けの能力を高めるため、マイノリティ事業者のインキュベーターを立ち上げました。

▶ プログラムについてもっと知る



「このプログラムを通じて私たちが目指しているのは、対象となる企業に影響を与え、収益の改善だけではなく、従業員のキャリアアップや機会拡大など総合的な向上につなげることです。これは、よくあるメンターとプロテジェという師弟関係ではなく、真のコラボレーションなのです。」

— Isobar Public Sector,President, Larry Gillespie

Hero Collectiveとの パートナーシップ

Carat U.S.は、黒人経営のクリエーティブ/SNSエージェンシーである Hero Collective とパートナーシップ契約を締結しました。このパートナーシップは現在のところ業界内で他に類をみないもので、電通のグローバルなマスマーケティングの専門知識と、Hero Collectiveが強みとする文化的およびDEIをベースとしたマーケティングに対する独自の戦略的かつ創造的なアプローチを融合させるものです。

「大手代理店が小規模な代理店と協力できるだけでなく、 多文化主義が新しいメインストリームであることを証明 し、歴史的に縦割りで仕事をしてきたこの業界を電通と共 に破壊していきたいと考えています。私たちのパートナー シップにより、より多くの黒人が経営する独立系エージェ ンシーが、これまで常に触れることができなかったチャン スに参加できるような扉を開くことができればと願ってい ます。」

— Hero Collective, CEO, **Joe Anthony**

Dentsu Creative x **Chronically Capable**

Chronically Capable は、慢性疾患に苦しむ1億3300万人以上のアメリカ人と、リモートワークや魅力的な福利厚生、そして柔軟な勤務態勢を提供する雇用主とを結びつけるプラットフォームです。

2021年、Dentsu Creative U.S.とChronically Capable はパートナーシップを結び、慢性疾患や障がいを持った 就業希望者と就業者を対象に、クリエーティブ業界で働く機会に扉を開いています。

この提携は、当社が文化、エクイティ、インクルージョンを体現する真の代理店になるにはどのようにあるべきなのかについてヒントとなっています。













2022年夏、NJ&NY MSDCのマッチングイベントで **Angela Guzman**, dentsu Americas, Head of Supplier Diversity, Americas SVP/NJ&NY Minority Supplier Development Council, Board Chair

変化を呼ぶコラ ボレーション Metaとのパート ナーシップ事例

電通グループはDEIが私たちだけでは達成できない と知っています。多くのパートナーがあってこ そ、私たちはコミットメントを実現し、そして共 に進歩を加速させることができるのです。

電通グループとMetaとのグローバル・パートナー シップは、進歩を相互に加速させるために、また 業界全体の進歩を加速させるために協力する、分 野横断的な事例と言えます。私たちは、クラス最 高のこのパートナーシップを2021年にAmericasで 提携して以来、グローバルな取り組みへと拡大し てきました。このプログラムに直接的に関与して いる従業員は計500名を数え、さらに顧客企業にも 影響を及ぼしています。

このコラボレーションは次の3つの分野にフォーカ スしています。

▶ <u>WATCH</u>: 電通グループ×Metaが変革のために どのようにパートナーシップを結んでいるか見る

40

教育 深い共感でアクションを推進する

電通グループは経営幹部とBRGリーダーを対象に、ユ ニークな**20**のアクティベーションを通じ、共感と思い やりを深め、業界を変えるための教育プログラムを実施 しています。

反人種差別、特権、エクイティとイクオリティ(公正性 /公平性と平等)の違いに関する深掘り研修に、**330名** のリーダーが参加しました。この研修はFearless Futures & Glenn Singleton O Courageous Conversationsと共に実施したものです。





VR for Goodを通じて、電通内外の**50名以上**の経営幹部 や関係者がVR(バーチャルリアリティ)の力を体験 し、バーチャルな環境で他人の立場に立って、より深い 共感を得ることができました。



電通グループのDEIおよびBRGのリーダー**15名**が、勇気 を出す会話と安心できる空間を提供する方法「Letting Others In | の研修を受け、最新情報に関する電通全体 のフォーラムをさらに充実させることが可能になりまし た。

人財 リプレゼンテーションを進展 させるための投資

私たちは、電通グループにおいてリプレゼンテーション が十分でない人財への投資とともに、米国のCOOP CareersやLATAMのRISEといったパートナーシップを 通じて、黒人や褐色人種のコミュニティにおける不完全 雇用や失業のギャップを埋めるために取り組んでいま



MetaのCoursera Marketing Analystコースでは、代替 教育プログラムを修了すると、電通の求人ポータルを通 じて、該当する電通グループの求人に直接アクセスする ことができるようになります。

リプレゼンテーションが不十分な電通の人材の中で、ハ イパフォーマンスかつハイポテンシャルな**120名**が、 Fast Forward Groupのエグゼクティブ・コーチングに 参加し、自分のキャリアと人生に対するBold Visionを 宣言し、それぞれ自分の目標に向かって走り出す力をつ けています。

FAST





▶ カンヌライオンズでのパネルディスカッションを見る

クリエーティブ 仕事を通じて変化をもたらす

Dentsu Creative U.S.のリーダーを対象とした研修「Beyond Bias」や、Glenn Singletonによる「Business Equality in Advertising などのセッションを通じて、私たちは新しいア イデアを閃いたり、刺激を受けたりしています。当社が目指 すのは、ブランドと私たちがサービスを提供する人やコミュ ニティを的確に結びつけるような、もっと正確なリプレゼン テーションを推進することです。

メタバースにおける公平性

メタバースは、私たちのつながり方、創造方法、買い物の仕 方、コミュニティの築き方を変えます。私たちは、作りたい 未来を思い描き、DEIを反映させた社会を最初から創り出す チャンスを与えられています。インクルーシブなメタバース は誰にとってもプラスになります。しかし、メタバースにお けるインクルージョンがどのようなものになるのかは、簡単 に答えが得られない難しい質問です。Metaと電通グループ は、カンヌライオンズやMerkleのRetail Exchange Summitで のパネルディスカッションでこのテーマを紐解いてきまし た。

Black Creator Co-LAB

Black Creator Co-LABは、バーチャルな取り組みで、ブラン ドや代理店を、「We The Culture Creator」プログラムに参 加した黒人クリエーターとをつなぎ、有意義なメディア・ パートナーシップを加速させることを目的としています。電 通グループは、参加17社の代理店のひとつに選ばれ、すぐれ た黒人クリエーターとブランド・パートナーシップに関する 話し合いを始めています。

2023年以降を見据えての大胆なビジョン

電通グループは、意義ある進歩を提唱し続け、活動することを進歩しているとはき違えることなく、永続的で測定可能な変化を促進するために自分たちに説明責任を課しています。

電通グループは、2030年のSocial Impactの目標に向かって前進するにあたり、チャンスを創り出し、もっと多様性に富んだインクルーシブな人員構成を構築し、そして、顧客企業やパートナーとの仕事を通じて認識に疑問を投げかけ、より広い社会で平等を推進することで、ここに示す大胆なビションに向かって意思を持って進んでいきます。

1

マーケティングと広告の力で

人々の心と考えを変える。 私たちの働き方と私たちが作る ものを通して、文化を創り出 し、社会を変え、未来を生み出 すという私たちの野心的な目標 を実現する。

業界で最高の人材を**集め育成す**

人が人生最高の仕事をしに集まる場所、人が将来のために投資 を受けて成長する場所になる。

3

DEIチャンピオンとリーダーの 強化を続ける。

BRGリーダーとDEIチャンピオ ンのキャリアアップを加速する 追加的支援と教育に投資し、 マーケットを超えたコラボレー ションを拡大する。

4

仕事の隅々までインクルージョンとエクイティを浸透させるために従業員を励まし、必要な知識や能力を身につけさせる。

継続的な教育、ポリシー、そして日々の働き方を通じ、リプレゼンテーション、帰属意識、エンゲージメントを高め続ける。

5

マーケット全般で**プログラムの 充実を図る**。

LATAMAとAPACでDEIコミュニティとプログラムを強化し、マーケット全域でダイバーシティのより多くの領域へ焦点を当てる。ニューロダイバーシティ(脳の多様性)、年齢、社会経済学、階級の問題についての意識を高め、アクションを増やす。

6

インクルーシブなビジネス実践 を通して**経済的エンパワーメン** トを後押しする。

より多くのサービスラインや リージョンで、業界他社の手本 となるような基準を設定する。

7

顧客企業との関係とソルーショ ンを強化する。

業界トップレベルのDEIインテ リジェンス活動を含む。

協力者リスト

Aaron Tellier Caroline Cook Caroline Pinilo Adriano Godoi Afsar Ali Chad Cochran AJ Kadam Charlene Grober Alcides D'Lima Charles Reid Cheuk Chiang Alejandro Escalante Alex Avallone Chieko Ohuchi Alex Sanders Chloe Nankivell Alexa Del Riesgo Christa Brouwer Alexander Perris Christena Pyle Alexis Sanders **Christian Coquart** Alicia Protheroe Christian Gregory Guyot Alison Zoellner Christian Vollerslev Amanda Soo Christine Mangosing Amy Thorne Craig van Breda Smith Angela Guzman Danealle Khaimskiy Anita Patil-Sayed Danielle Block Danielle Gonzales Aniya Vazquez Anna Lake Danika Gregg Deepali Kaul Anna Lungley Anna Newsum Dennis Romijn Anne Sewell Devyn Smith Anne-Marie Schaffer Dheeraj Raina Annicken Staib Dineli Jayasekera Annika Kühnert Divya Karani Donna McKitterick Aoushka Bertram Arindam Bhattacharyya Donna Wiederkeher Asha Ramirez Dorian Carlmikael Avery Saitta El Kanagavel Elaine Noonan Aziza Ounnous **Eleanor Schmidt** Balpreet Magnat Baris Akardere Elizabeth Darley Barış Akardere Ellen Becker Bela Mistry Emma Land Emma Saddleton Belinda Sorensen Ben Stockman Emma Sweeting Beth Freedman Enita Budiyanti Brett Rawitz Eric van Tok Brian Fraser Erin Hutchinson

Erina Hanzawa

Eva Dvorakova

Briana Comerford

Bruno Honório

Fabiana Armengou Fabíola Weber Felipe Teixeira Felipe Teixeira Silveira Filecellia Sampson Fiona McArthur Fiona Shaw Flavio Gambardella Flora Kong Fouad el Maouchi Freya D'Souza Gabriella Ekström Garrett Kellogg Gary Kagawa Giulio Malegori Gouthem Manakkadan Hamish Nicklin Hanna Hakansdotter Harriet Sharma Helena Clark Hiba Andari Hideaki Aritoshi Hidekatsu Sugamoto Hideyuki Hirai Himel Khandker Hiroshi Igarashi Holly Jinks Ilaria Affer Ingrid Pino Isiah Thompson Jacinta Ong Jacki Kelley Jackie Mockridge Mattina Jadwiga Jadziewicz James Morris Jane Borgström Jane Su Jared Wagner Jas Singh

Jasmine Sampson

Jeanne Clements

Jeff Greenspoon Jennifer Grant Jennifer Mitchell Jennifer Weeks Jeremy Miller Jessica Evans Jia Cau Jian Yang John Gerontzos John Harvey John Santiago Jon Dupuis Jordan Kentris Jorge Saldarriaga Juliette Truffy Justin Hasan Kadeen Samuels-Lindsay Kai Deveraux Lawson Kai Jones Weidie Kamla Alexander Karen Hrstic Karina Okabatake Karla Dye Karolina Adamowicz Katarzyna Tomczyk Kate Dobrucki Kate O'Connell Kathelijn Muller Kaytlan Sipprell-Shatzky Kayvon Mesbah Keiko Kawabata Keisha Edwards Keita Kado Kelsey Harrington Ken Saint Eloy Keri Myslinkski Kevin Milian Khoi Vu Kim Cordero

Kirt Morris

Kristie Filipp

Krupa Howlett Lacey Tompkins Laura Jennings Lauren Fryer Lee Mabey Les Marshall Liam McDonnell Lilach Ganz Lisa Clark Liyah Sudra Lizzie Scott Lorraine Wright Luz Alvarado Carrasco Lydia Ng Maddie Armitage Madiha Aziz Maerlé Frijde Mania Kostrzewska Mareme Toure Maria DeFrancisco Mariah Blankendal Marian Hurle Mariana Padilha Marilet Boonzaaier Marina Sanchez Gea Mark Prince Masako Kamio Masashi Koyama Masaya Shimizu Matthew Bohlman Matthew Cross Maud Replumaz Mayni Alves Megan McVay Melissa McInnes Michael Aronson Michael Komasinski Michelle Fung Mika Takahashi Monique Benda Bianca van den Berg

Kristine Elliott

Moreen Valentine Natalija Abrams Neil Westlake-Guy Nick Sperrin Nicola McInnes Nicole Basra Nicole Brown **Nicole Morales** Nobumi Hamazaki Noppakate Tawun-unnop Norihiro Kuretani Orlando Welles Paulette Barrish Pauline Miller Rachel Gibbs-McNeil Rachel Ooi Rachel Schnorr Rashmi Vikram Rebecca McEwan Rebecca Unrue Rebekah Schelfhout Renata Regino Robert Gilby Robert Leeds Rosa Mendy Rosie Birchenough Rosy Viñals Rowan Manning Rowan Manning Ruben Neuhaus Ryan Johnson Ryan Skeet Sakura Martin Sanie Mikaelian Sanyan Rahman Sara Paye Sarah Clark Sarah Jamaleddin Sarah Painter Sarah Wherritt Sarah Willis

Sarra Adams Saskia Daniels Scott Sallee Seetha Stennett Sharan Jaswal Sharula Jonker Sheba Wheeler Shimpei Ikeda Shinichi Maeda Shuntaro Shimizu Silvia Barreira Simren Deogun Soichi Iwase Sophie Walton Stephen Kiely Steven 'Bally' Ballinger Sung Wongpitaksiri Thomas Wendt Trevor Hadick Tsutomu Ando Tyler Hower Vivian Le Walter Flaat Wendy Clark Wendy Zhao Will Ferguson Will Pitman Wisnu Putra Yasmine Choy Yasuhiro Okunaga Yatu Widders-Hunt Yayoi Maeda Yoko Iinuma Yoko Yoshizawa Yoshikazu Shiraki Yu Sugiyama Yukari Takada Yuko Kitakaze Yuriko Sekine Yvonne Tan

電通インターナショナル社について

電通グループの海外事業を担う電通インターナショナル社は「次」を見据えたネットワークとしてデザインされてお り、顧客企業が、ディスラプションがもたらす将来のビジネスチャンスを予測し計画を立てる支援や、持続可能な経済 における成長へと続く新たな道を切り開く手伝いをしています。電通は、よりよいビジネスと社会の実現に向けて、 「人」に焦点を当てたソリューションとサービスを提供しています。これは、Carat、Dentsu Creative、dentsu X、 iProspect、Merkleという、それぞれ深い専門性を持つ5つのグローバル・リーダーシップ・ブランドによって実現され ています。

電通インターナショナル社の多様なクリエーターからなる、ラジカルなコラボレーション・チームは、人・顧客企業・ 可能性を水平方向のクリエイティビティによってひとつにまとめ、顧客企業が文化を生み出し、社会を変え、そして未 来を創り出す支援をします。

電通インターナショナル社は100%再生可能エネルギーを使用して運営されており、世界145のマーケットで46,000名を 超えるスペシャリストを擁し、また、世界の広告主トップ100社のうち95社とパートナーシップを結んでいます。

www.dentsu.com

本レポートに関する問合わせ先 Chief Communications Officer Jeremy Miller Jeremy.Miller@dentsu.com

dentsu ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン (DEI) レポート2022