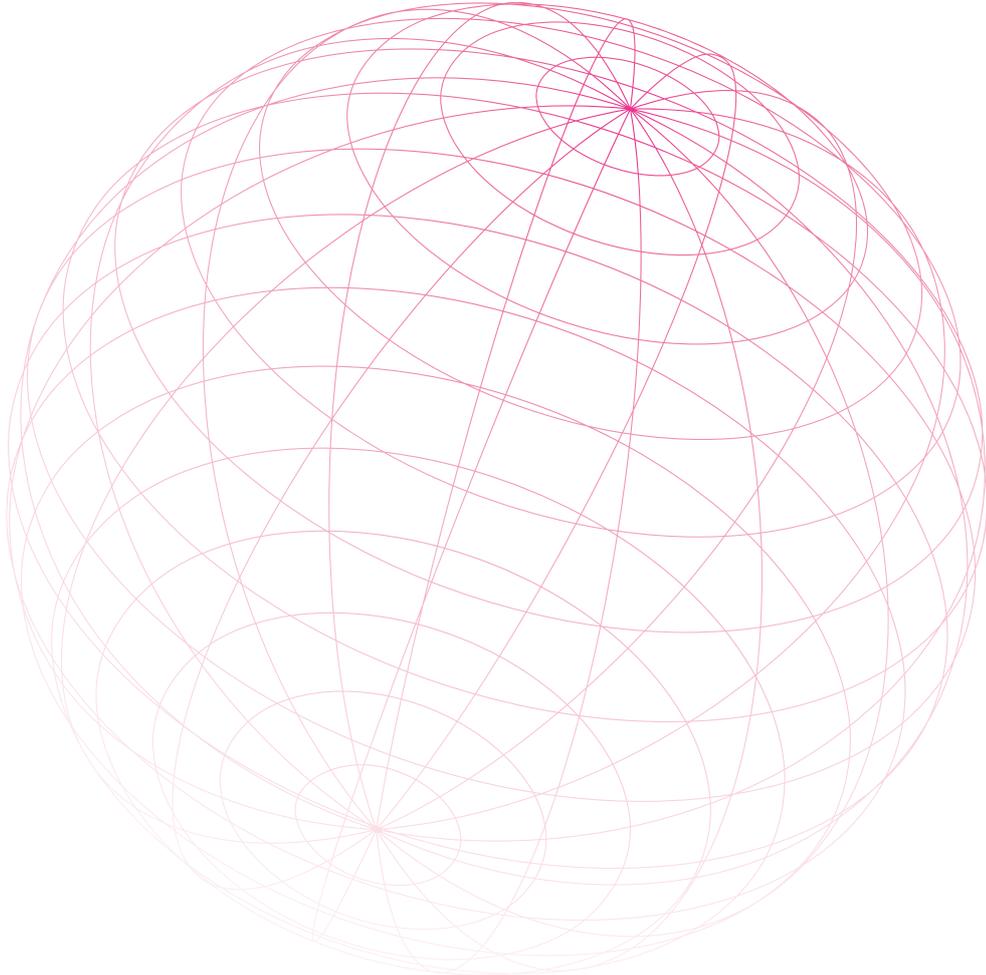




II.人権の尊重

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、社員一人一人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に行っています。
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。





研修などを活用した 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、さらに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。

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。常時オンライン上で学び、知見を増やすことが可能になる、より良い広告コミュニケーションを追求し実現していくための取り組みです。

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。

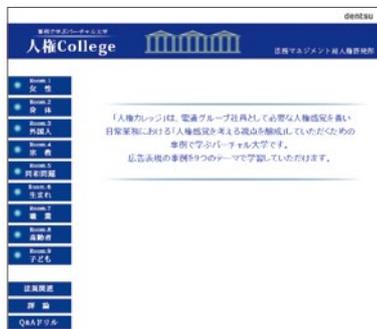
ほかにも、世の中に発信する表現を常に適切なものにするために、広告表現と人権に関する相談窓口を開設し、グループ内からの相談に対応しています。

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。

研修プログラムの内容（一例）

広告業務と人権 より良いコミュニケーションのために

- I. 電通グループの人権啓発活動
 - ・人権とは
 - ・なぜ広告に人権の視点が必要か
 - ・電通グループの人権啓発の基本方針
 - ・ISO26000に則った「電通グループ行動憲章」について
 - ・ソーシャルメディアと人権
- II. 広告の仕事で人権侵害をしないこと
 - ・同和問題について
 - ・男女共同参画という文脈
 - ・障がい者に配慮しているか
 - ・在日外国人に配慮しているか
 - ・人種・民族を適切に表現しているか
 - ・宗教モチーフや宗教由来のワードを表現にもちこむ場合の留意点
 - ・メディアコミュニケーションに期待される役割



人権collegeのサイト画面

人権ニュースメールのタイトル（一例）

- ・東京マラソン、多言語対応ボランティア250人導入
- ・性的少数者を意識する企業が増加、職場での配慮も
- ・ノーベル平和賞で、児童労働と子どもの教育改善に高まる関心
- ・イスラム教への正しい理解を求める活動さまざま



人権スローガンと ポスター制作

1988年より毎年、グループの社員と家族を対象に、「人権スローガン」の募集を行っています。「スローガン」と呼んでいますが、標語というよりは、広告コピーのように自由なスタイルで書かれたショートメッセージが集まる、当社ならではのユニークな活動になっています。2014年度は合計8,584点（社員の部7,765点、家族の部819点）の応募がありました。

人権スローガンの優秀作品をもとに社員のアートディレクターが「人権ポスター」を制作し、2014年度までに合計117枚のポスターが蓄積されています。社内啓発として始めた取り組みですが、今では自治体や企業などからポスター貸出しのご要望があり、全国の人権啓発の催しで活用されています。

電通・人権ポスター2014年度（第27回）制作



【テーマ】
部落差別をなくす
ために
【制作意図】
自分の身の回りにも、苦しんでいる人がいるのではないかと思います、他人ごとではない差別問題だと考えました。

あなたのまわりに、いないじゃない。
あなたには、言えないだけ。



【テーマ】
男女共同参画社会の
確立に向けて
【制作意図】
女性活用という言葉が新聞を賑わすようになったが女性を活用するという上から目線な意識に異議を唱えたかった。

「女性活用」その支配的な思考を正そう。



【テーマ】
子どもの人権のために
【制作意図】
子どもの人生が単なる「将来のための準備期間」になってしまっていると感じました。子どもにとっては子ども時代こそが本番なのである、という事実をスローガンを通して提示しました。

子ども時代は、準備じゃなく、本番だ。

Comments



武蔵野美術大学
造形学部
三神小琴 様

人権アートプロジェクトに参加した感想はいかがでしたか？

子どもも大人もメッセージが理解できて、なおかつハッピーになるビジュアルを目指しました。電通の方にアドバイスをいただきながら制作に関わった2カ月間は充実してとても楽しかったです。

自分ではコピーに合ったビジュアルをつかったつもりでも、見る人によっては違う意味に受け取られてしまうというアドバイスをいただくこともあり、見た人に正しく伝わるデザインをする難しさを実感しました。電通社員の視野の広さとアドバイスのわかりやすさはとても新鮮でした。

これまで「子ども」と「人権」という言葉を一緒に考えたことはなかったのですが、このプロジェクトに参加したことで問題意識をもつことができたと思います。



三神さん制作の
ポスター



人権アートプロジェクト

「人権アートプロジェクト」は、電通グループが継続してきた人権ポスター制作を、社会に開かれた活動へと発展させたものです。人権スローガンに合わせて、美術大学の学生がビジュアルデザインを考えるという、人権ポスターの共同制作プロジェクトです。

2007年度にスタートし、現在は、女子美術大学、武蔵野美術大学、東京藝術大学、京都造形芸術大学と協働しています。学生と電通のクリエイターと一緒にアイデア段階から検討を重ねて制作しています。2014年度は79人の学生が参加。これまでの参加者数は延べ約750人となっています。広告の仕事で培ったコミュニケーションスキルを、社会の課題である人権啓発のために役立てる活動として取り組んでいます。

2014年度の人権アートポスター



「ハラスメント対策活動」について

電通では、2012年度に法令違反等に対応する社内通報制度「コンプライアンスライン」とは別に、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」に機能一元化しました。ハラスメント相談課は、電通各支社および社外に窓口を設け、社員の人権尊重はもとより働きやすい職場環境の実現と維持のため、各種ハラスメントから社内の人間関係、マナー違反や迷惑行為などの相談を受けています。また電通グループ各社のハラスメント相談窓口とも連携し、グループ全体でハラスメント防止に努めています。

加えて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2014年度はハラスメント相談課へ53件（2013年度：50件、2012年度：47件、2011年度：43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。