

Dentsu Aegis NetworkのCSR活動

DANのCSR

DANは、自らの事業がビジネスにとどまらずESGに影響を及ぼしていることを認識しています。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5か年の中期CSR戦略「Future Proof」を立案しました。

CSRを全社的な課題として捉えて、明確な戦略的方向性と活動の枠組み、そして信頼性の高いレポート機能を整え、すべての従業員が参加することができる体制を整えています。

CSR Steering Group

DAN取締役会の下部組織として、経営幹部から任命された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を設置、年間6回実施される会議の中でDANのCSR目標や戦略を設定、経営方針に沿ったものとするに責任を負っています。一方でその代表であるDAN Americas & EMEAのCEO Nigel Morrisが、グローバルCSRチームが推進する「Future Proof」の進捗状況や成果についてDAN取締役会に報告し、DANの行動規範や主要な事業手順書を定める際にCSRについても考慮されるようにフィードバックを行っています。

グローバルCSRチーム

2015年現在で4人の専任担当者から構成されるグローバルCSRチームは、「Future Proof」の実施に加え、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、グローバルCSRおよびコミュニティ・環境方針への遵守に向けた活動も行っています。またグローバルCSRチームは、CSR Champion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や連携を管理し、CSRに関連するリスクと機会を定期的に評価ならびに改善を行います。こうした情報は定期的にDAN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 Champion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 Championには、事業部門・管理部門などの所属を問わず、さまざまな経歴を持つ社員が任命されています。キャンペーンおよびプログラムの内容はそれぞれのCSR Championの裁量に任せられますが、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解決やパートナーシップの追求も期待されています。

V o i c e



Louisa Wong

Chief Digital Officer Amplifi

グローバルな広告会社がCSRに取り組むことはなぜ重要なのでしょうか。

毎年規模が増えるほどの急成長を遂げるAmnetとAmplifiでの経験を通じて私は、イノベティブかつクリエイティブな人材を集めると同時に、エンゲージメントを重視する企業風土の醸成が事業を軌道に乗せるために重要だと考えています。CSRは新たなチーム作りや協働の促進に寄与し、デジタルやプログラマティックが社会にどのような貢献ができるかを示すことで、イノベーションの起爆剤ともなります。

“Future Proof”の取り組みについての思いを教えてください。

私は2015年にグローバルCSR Steering Groupに参加し、グローバル機能部門のリーダーとブランド代表者とともに、CSRチームとCSR戦略の全体を見てきました。この活動を通じてDANにおけるCSRの全体像を把握し、有志の努力を目の当たりにしてきたこと、新たな5カ年CSR戦略の策定に参加することができたのは素晴らしい経験でした。Future Proofの成功を基盤に、私達は広告業界のCSRを牽引していくことができると思います。

2015年に強く印象に残った出来事は何ですか？

2015年は、難民問題が私達の多くにとって身近なものとなった1年でした。私自身も微力ながら貢献をしたいと考え、難民に届ける衣類を集める取り組みを先導しました。ハンガリーでのリーダーシップ機関会議開催に際し、参加者全員に冬物衣類の提供を依頼したのです。私達のパートナーであるメディアにも取り上げていただいた結果、慈善団体を通じて1,000人以上の難民に衣類を届けることができたことを嬉しく思っています。

V o i c e



Dawn Rowlands

Chief Executive Officer,
Dentsu Aegis Network Sub
Saharan Africa

グローバルな広告会社がCSRに取り組むことはなぜ重要なのでしょうか。

私達のビジネスの成功は、いかに業界一流の才能を惹きつけ、彼らを人として成長させることができるかにかかっています。この点、CSRは社会へのエンゲージメントと責任・熱意・協働を尊ぶ企業風土を醸成し、私達のバリューを誌面や人々の心に生き生きと映し出します。CSRは、DANが社会へのエンゲージメントを大切にしつつ成功を遂げる上で、不可欠な役割を果たすものなのです。

“Future Proof”の取り組みについての思いを教えてください。

私達は今、「Less bad (悪影響を減らす)」から「More good (良い影響を増やす)」のフェーズへ移行しつつあります。後者の一環として、2015年のネルソン・マンデラ国際デーには「地方コーディング・デー」を実施しました。これはisobar nowlabとの協働で、南アフリカの地方に住む若者たちによりよい未来を目指してもらうためにコーディングを教えたもので、今後はこうしたプロジェクト——スキルをシェアし、多くの人をインスパイアするという私達ならではの強みを活かした取り組みが増えていくものと私は確信しています。

2015年に強く印象に残った出来事は何ですか？

南アフリカの新たなCSR戦略はすべてのステークホルダーのニーズと合致したものであり、私はその開始を誇らしく思っています。Bongiwe Mkhizeが率いる新たなプログラム——ケープタウンとヨハネスブルクの地元の学校とともに、彼らが直面している重要な問題の発見と解決に取り組む2年間のパートナーシップは、より長期的な視点で、より現地でのニーズに即したものとなりました。見栄えの良さではなく、地域社会が最も必要としていることを目指す。これこそがCSRのあるべき姿だと私は考えます。

CSR戦略

DANは、広告業界全体が直面する事業課題に対応するため、また我々のこの先の事業展開に明確なビジョンを与えるために2015年に向けての包括的なCSR戦略である「Future Proof」を2010年に策定しました。

Become a more responsible business(より責任ある企業として行動する)

DANにとって責任ある企業の行動とは、環境負荷を減らし、コンプライアンスを順守し、我々が正しいと考える企業運営を進めることだと考えています。その目標に向けてDANは適切なガバナンスと効果的なモニタリング、信頼性の高いレポートシステムを整備運用を通じて企業運営を行っています。

Inspire positive action(前向きな行動を引き出す)

DANには、広く社会にポジティブな影響を与えることができるだけの力があると考えています。DANは事業投資を通じて積極的にコミュニティへ“Give Back”(還元)する役割を担っています。

Innovate the way brands are built(革新的な方法でブランドを構築する)

「Future Proof」ではビジョン実現のため、社内での協働や連帯とともに物事をこれまでとは異なる方法、より優れた革新的な方法で進めることを目指してきました。これにより「Future Proof」は2010年以降着実に進展したと考えます。企業市民として社会的責任を果たし、コミュニティに貢献するとともに、あらゆる事業に革新をもたらすという成果を挙げ、DANというブランドの構築に寄与してきました。

Future Proof 4つの目標

「Future Proof」では2015年に向けてグローバルで達成すべき4つの目標を設定し、その策定以降に目標達成に向けての進捗と成果を毎年報告してきました。

- 業務において排出される二酸化炭素を20%削減します。
- 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。
- 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。
- 業界で最も働きやすいオフィスを作るために、従業員の90%を関与させます。

デリバリー・モデル

「Future Proof」での目標達成の一助として、DANは4つのパートから構成されるデリバリー・モデル(全社の活動からCSRの成果を上げるための方法)を開発しています。

1. 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(2015年における活動例: Energize、Ignite、Care)
2. 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、DAN全体で前向きな行動を引き出す(2015年における活動例: Route to Good、GlobalGivingTIME)
3. 「Future Proof」を人事、テクノロジー、財務、法務、調達、総務などの機能部門に組み込み、日常業務に浸透させる
4. 「Future Proof」の目標達成への計画に沿ったコミュニティや環境に対して意義のある活動を実践するため、CSR Championを任命する

Energize

2015年、我々は「Energize」を合言葉に各コミュニティで多くの環境キャンペーンを展開、オフィスおよびコミュニティでの環境意識の向上と、環境負荷の低減に向けた活動に注力しました。

活動紹介 Million Trees Moscow [Vizeumロシア]

会社設立10周年記念の一貫として、Vizeumロシアはモスクワの緑化を促進するため、グローバルプロジェクトである「Million Trees」に参加しました。社員全員が協力して3年にわたりプロジェクトを推進、同じ地域にある学校「Lyceum No.1550」のグラウンドに杉とセイヨウネズを20本ずつ植樹しました。Vizeumロゴにあしらわれている「樹」にちなんだこのプロジェクトはコミュニティの成長と発展の願いも表しています。この活動を通じて社員が一致団結できたこと、木の成長という永続的な環境への貢献ができたことに大きな意味がありました。



活動紹介 100% Green Germany [DANドイツ]

気候変動は個人だけでなく企業にも大きな影響を与えます。DANドイツは2010年以降で約20%の電力消費を削減しましたが、さらに年間130万kWhにのぼる電力消費によるCO₂排出量を削減すべく、2016年からドイツ国内の全事業所で消費されるすべての電力を再生可能エネルギーに変更することになりました。電力調達を一本化することで、安価な原子力発電よりもさらに10万ユーロほど割安に調達することに成功しました。今後、DANドイツは100%グリーンエネルギー企業として、DANを牽引していきます。



V o i c e



Daniel Ahrens

Commercial Director
Dentsu Aegis Network
Germany

グローバルな広告会社がCSRに取り組むことはなぜ重要なのでしょうか。

CSRは、我々が「限られた資源の中でいかに戦略を実行するか」「従業員とクライアントの要求のバランスをいかにとるか」といった課題を解決していく上で重要な役割を果たしています。環境パフォーマンスの向上に取り組むことは、DANの財務的負担を軽減し、将来的な資源不足や価格変動などの影響に対するレジリエンスを高めますし、DANが社会や環境の利益に貢献する企業であるということを知っていただくことにもなります。

“Future Proof”の取り組みについての思いを教えてください。

CSRはコミュニケーションや人事、ブランド部門の人材だけが携わるものではありません。例えばOA機器の購入や電力管理の改善、オフィス緑化への投資などは、管理部門の人材がCSRに参画し、貢献できる分野です。私は、彼らのこうした貢献にも光をあてるのが大切だと考え、先頭に立ってその取り組みを進めています。彼らの存在と情熱がなければ、DANのCSRは現在の半分も進んでいなかったと私は思っているのです。

2015年に強く印象に残った出来事は何ですか？

我々は、DANの中で最も環境パフォーマンスが高い存在となるためには何をすべきかを考え抜きました。そして、ゼロ・エネルギーで事業を運営することができれば、DANドイツが最も環境に優しい企業になることができるとの結論に至り、資源監査やエネルギー消費を抑える取り組みを開始したのです。我々は最終的にすべての電力供給元を一社に絞り、認定グリーン電力への100%切り替えと10万ユーロの支出削減に成功しました。私達はDAN初の、100%グリーン電力を用いる国となったのです。

Ignite

DANは「Ignite」(奮起)という表題の下、誰もが参加できる「チーム」をベースとしたボランティア活動を推進、社会課題に対して実効性のある支援を展開しました。

活動紹介 Refugees Welcome [DANドイツ]

2015年、数千人もの難民が中東、特にシリアからヨーロッパに流入し、ドイツ国内だけでおよそ1,100万人が今も留まっています。その課題解決に寄与するためDANドイツではハンブルグオフィス主導のもと、ドイツ国内の全ブランドが団結し「Refugees Welcome」プロジェクトを立ち上げました。40人のボランティアチームが寄付された段ボール約50箱分に相当する衣類を届けるとともに、DAN社員が難民の子どもたちとともにより強い絆と体験を得られるイベントとしてサッカーや遠足などを計画。これにより「Deutschland schafft das(ドイツはできる)」ということを示しました。



活動紹介 Dryden小学校 校舎修繕プロジェクト [DAN南アフリカ]

DAN南アフリカは、ケープタウン事務所のそばにあるDryden小学校の約2年間にわたる校舎修繕プロジェクトを2015年にスタートしました。DANの各ブランドが教室を一つずつ担当して、資材費用の調達から工事内容の指示まで行います。さらにCaratのクライアントであるWoolworths Financial Services社と提携、本プロジェクトへの参画と50%の修繕費用援助を取り付けました。



V o i c e



Bongiwé Mkhize

CSR Coordinator

グローバルな広告会社がCSRに取り組むことはなぜ重要なのでしょうか。

グローバル企業として、私たちは関心をもつ社会課題について関与する責任があります。社会への影響力も考慮して、CSRをリードしていかなければなりません。私たちが社会にGive Back(還元)をして、世界を変えていくことが求められているのです。南アフリカにおいて環境や社会の問題に関わり、取り組んでいくプログラムを始めた理由はここにあります。私たちは、広告業界でCSR活動をリードすることを目指しているのです。

“Future Proof”の取り組みについての思いを教えてください。

金融のキャリアを持つものとして、私は、南アフリカでのCSRを主導して、大きな影響を及ぼす長期プログラムを作り上げました。最も重点をおいたのは、オフィスがあったケープタウンやヨハネスブルグの近隣住民たちが直面している重要な問題です。2つの地元の学校を選び、彼らをできる限りサポートするため、彼らと共に2年間のプログラムを実施しました。また南アフリカでは、Sani Sistersのサポートも行い、女性に対する衛生教育や恵まれない子供たちに物資の提供もしています。2015年に強く印象に残った出来事は何ですか？

私たちが関わっているプロジェクトで、参加者の数が増えたことです。地元の学校を支援するため、より良いパートナーシップ基準を適用して、クライアントであるWoolworths Financial Services社とパートナーシップを締結したことも誇りに思っています。

Care

2015年の「Care」プロジェクトは2015年10月1日から12月31日に実施されました。特に12月4日の電通・DAN世界共通プログラム「1000Cranes」を中心に、専門性と情熱をもつボランティアたちがDAN社員のプロジェクトへの関心をひきつけ、活動への参加促進に焦点を当てました。

活動紹介 Dentsu Makers Lab [DANポーランド]

広告業界を担う子供たちの育成促進を目指すため、想像力に富む革新的な研修イベントを実施しました。コミュニティの子供たちを全18回の研修イベントに招待。ロボット工学や3Dプリンティング、ゲームプログラミング、音楽制作やWEB制作など学びます。本研修イベントはポーランドの次世代育成を目的に、財団法人“ロスジラ マスジラ”と専門性を持つDAN社員ボランティアによって支えられています。



活動紹介 #ライクフォーライフ [Isobarハンガリー]

ハンガリーでは1日平均約70人が急性心臓麻痺で亡くなっています。しかしCPR(心肺蘇生法)を知る人が増えれば、この多くの命を救うことができます。Isobarハンガリーは赤十字と協力、またInstagramとパートナーシップを組むことでCPRの認知拡大キャンペーンを展開しました。この結果、赤十字のInstagramフォロワーは66%増加、キャンペーン参加者も2千人増加し、これにより3万7千人のハンガリー人がCPRの訓練を受けました。

