

人権の尊重とヒューマニティの追求

● 人権の尊重

人権尊重の基本的な考え方

電通グループは、持続可能な豊かなコミュニケーション社会の実現を目指して、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にグローバルな人権尊重の考え方を取り入れ、高い倫理観と人権意識を持って、事業活動に取り組んでいます。人権尊重を社の存立基盤と認識し、倫理的かつ持続可能なビジネスの根幹をなすものとして推進するべく、「電通グループ人権方針」を定めています。

また、社員の人権を守ることも重要な責務ととらえ、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、社員一人ひとりの人権と個性を大切にしていきます。

電通イージス・ネットワーク(DAN)では、英国で施行された英国現代奴隷法(Modern Slavery Act 2015)54条に基づき、「奴隷労働および人身取引」に対するグループの声明を開示しています。

今後は、事業活動およびサプライチェーンにおける人権に対する潜在的な影響やリスクの特定・評価を通じて、人身取引や奴隷・強制労働を防止する取り組みを行ってまいります。

WEB 電通グループ人権方針 http://www.dentsu.co.jp/csr/humanrights/pdf/human_rights_policy.pdf

WEB 英国現代奴隷法ステートメント <https://www.dentsuaegisnetwork.com/policies/modern-slavery-act>

人権推進体制

CSR委員会の下位の専門委員会として人権教育を推進する「人権教育委員会」を半期に1回開催しています。加えて、人権教育責任者と国内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。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取り入れた内容を実施しています。2018年度は、人権デューデリジェンスの一環として人権意識調査を実施しました。結果を踏まえグループ全体の人権施策の充実を図ってまいります。

人権啓発

電通グループでは、職位の階層別、職域別にさまざまな人権啓発研修を体系的に実施しています。研修では人権の基本知識と広告表現の関わりについてまとめたテキストブックを使用し、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、人権に関わる広告表現の過去事例を集めた「人権college」を社内イントラネットにアップし、広告における人権配慮について学び、より良い広告コミュニケーションを追求しています。

さらに、日常的に社員の意識啓発を図るため、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の把握に対応するため、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。2018年度(2018年1月～12月)は275件の相談があり、個別に対応することで再発防止に努め、人権意識の一層の向上を図っています。ハラスメント関連の相談については、人事局 労政部 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。

ダイバーシティ&インクルージョン

電通グループの取り組み

電通グループは多様な人財が多様に活躍し、最大限の価値を創造できるようにするための組織づくり、意思決定を含む仕組みづくりに関する取り組みを進めています。

女性活躍推進

2020年までに電通単体の女性管理職比率10%達成に向けて、女性リーダー育成研修や、ダイバーシティカフェなどの意識啓発を目的としたコミュニケーション施策を行っています。2018年度からは、アンコンシャス・バイアストレーニングを開始、自分自身が気づいていないものの見方や捉え方のゆがみ・偏りを正し、より多様性を受け入れる組織を目指しています。

障がい者雇用の促進

2013年4月に障がい者雇用推進の一環として、特例子会社「電通そらり」を設立。2019年6月1日時点で障がい者雇用率は、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2.35%となっています。営業やクリエイティブ部門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ます。

また2018年度は、心のバリアフリーセミナーを全3回開催し、のべ220名が参加しました。障がいのある方々が感じている「心のバリア」への理解を深め、自然にお互いを尊重しあえるユニバーサルマインドを向上し、全従業員の理解浸透を促進しています。

●ダイバーシティ推進

LGBTへの取り組み

社会に対する責任とステークホルダーからの要請も踏まえ、2018年に社員の福利厚生施策の1つである「電通ファミリーデー」の対象を、事実婚・同性のパートナーに拡大しました。加えて2019年4月からは、休暇施策、育児・介護休業、勤務時間等の制度の改定とともに、福利厚生サービスの利用対象や社員互助会主催行事の参加対象者の拡大などを実施しています。

また、ダイバーシティ&インクルージョン課題のソリューション開発専門タスクフォースである「電通ダイバーシティ・ラボ」を2011年に立ち上げ、「アライ(LGBT理解者)ネットワーク」の設立など、さまざまな課題に取り組んでいます。

「電通ダイバーシティ・ラボ」は、2018年10月にLGBTをはじめとするセクシュアル・マイノリティ(性的少数者)に関する広範な調査「LGBT調査2018」を行いました。

今後も、差別なく個性が尊重される職場環境の整備、LGBTに関する社員の意識改革への取り組み、社会への働きかけなどを継続的に進めていきます。

WEB 電通ダイバーシティ・ラボ <https://dentsu-diversity.jp>



電通が発表した、多様性を表した6色のレインボーロゴ。

教育プログラム開設支援

電通グループは、筑波大学と連携し、ダイバーシティ&インクルージョン社会に向けた人材の育成とソリューション開発を目指す連携協定を締結しました。

社会の多様化に伴い注目の高まるダイバーシティ&インクルージョンの学問としての確立と一層の浸透を目的に、これまで先進的な研究・取り組みを行ってきた筑波大学を中心とするアカデミックと、当社が培ってきた知見とノウハウを掛け合わせた双方の視点から、主に人材育成や多様な個人に向けた商品・サービス開発を通じてダイバーシティ&インクルージョン社会の実現を促進していきます。

ディーセント&クリエイティブワーク

電通グループの取り組み

電通グループは多様な人材の一人ひとりが、最大限のパフォーマンスを発揮できるような働き方を実現するための仕組みや取り組みを推進しています。

新しい電通を創る労働環境改革

電通は、社員の心身の健康を経営の根幹に置き、「労働時間の短縮」と「業務品質の向上」を目指して2016年11月「電通労働環境改革本部」を設置しました。2017年7月には経営と社員で取りまとめた「労働環境改革基本計画」を発表、「労務管理の徹底と見守りの強化」「業務棚卸しによるワークダイエットと業務プロセスの改善」「健康管理体制の強化」などを柱に、2年間で3桁に及ぶ施策を実施するとともに、その実効性を検証するために外部識者で構成される「労働環境改革に関する独立監督委員会」によるモニタリングを継続的に行ってきました。

労務管理においては、担当管理職(HRM)を配置し、タイムマネジメントダッシュボードによる勤務実態の可視化を行い、業務の平準化・効率化においては、ワークダイエットやアウトソーシングの推進、RPA(Robotic Process Automation)化などを実施しました。その結果、電通単体社員一人当たりの総労働時間(年間)は、2016年度に「2,166時間」であったものが、2018年度は「1,952時間」となりました。加えて、一人あたりの有給休暇取得率(年次)が、2016年度に「56.0%」であったものが、2018年度は「66.0%」に、一人当たり休暇取得日数は、2016年度に「12.4日」であったものが、2018年度には「21.4日*」になっています。2018年度も新たな施策として、社員の毎日のコンディションをPCで可視化する「バイタリティノート」や、毎月1回、全社一斉に休暇を取得する法定外休暇「インプットホリデー」などを導入しています。

今後も当社は働き方改革関連法など社会の動きも見据えながら、多面的かつ総合的な見地から改革を推進し「労働時間の短縮」と「業務品質の向上」の両立を実現させてまいります。

* インプットホリデーを含める。

クリエイティブワーク(働き方の多様化、バイタリティデザイン)

電通グループは働き方の多様化を推進しており、2018年度も「フレックス勤務適用」「在宅勤務制度の適用」「サテライトオフィスの活用」等の施策を継続して実施しました。

電通単体社員のフレックス勤務の適用件数は、2017年10月に22%であったものが、2018年度は92%になりました。在宅勤務制度は2017年10月の適用開始後、月平均で720名の社員が活用し、サテライトオフィスは2017年7月の適用開始後、月平均405名/740時間の社員が活用しています。

このようなテレワークの推進における当社の取り組みが評価され、日本テレワーク協会「第19回テレワーク推進賞」において、テレワーク実践部門で奨励賞を受賞しました。



テレワーク推進賞表彰式の様子

責任あるコミュニケーション・コンテンツ

電通グループの取り組み

電通は広告が社会に与える影響の大きさを認識しており、クリエイティブ業務に関する行動指針やガイドラインを定めるとともに、広告制作に常に最善の注意を払っています。

電通クリエイティブ業務綱領

広告を中心としたクリエイティブ・アウトプットとそのプロセスが社会に与える影響の大きさ、社会的責任の重さを自覚して、その役割を果たし、顧客の発展とよりよい社会づくりに貢献することを使命と位置付け、電通グループのあらゆる会社、ユニット、部署においてクリエイティブ・ビジネスに関わる社員すべての行動指針となる「電通グループ社員のクリエイティブ業務綱領」を定め、不断の学習と改善によってクリエイティブ・ビジネスの倫理向上とクリエイティビティの向上に努めています。

● 子どもに影響のある広告およびマーケティングに関するガイドライン

2016年に公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンが事務局を務める「子どもの権利とマーケティング・広告検討委員会」が策定した「子どもに影響のある広告およびマーケティングに関するガイドライン」が発行されました。電通はグローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンを通じて本ガイドラインの策定に協力しました。

● パブリシティ業務ガイドライン

電通では「パブリシティ業務ガイドライン」を策定し、当社におけるパブリシティ業務は同ガイドラインに則り運用しています。

● SDGsコミュニケーションガイド

電通は2018年6月、企業の経営層や広告宣伝に携わる方々、広告会社の方々向けに、SDGsに係るコミュニケーションを考える際の手引きとなる「SDGsコミュニケーションガイド」を作成しました。広告コミュニケーションにおいて「企業の取り組みの実情とかけ離れた過度な表現」や「消費者に誤解を与えかねない不適切な表現」を使用することは、SDGsの理念から逸脱した行為として批判の対象となり、企業価値を毀損させてしまう可能性があるとの専門家からの指摘を踏まえ、有識者や専門家8名による電通「SDGsコミュニケーションガイド」作成委員会を立ち上げて、SDGsを念頭に置いて行う広告宣伝やプロモーション活動に役立つ「理解しておくべきこと」「気をつけねばならないこと」などを取りまとめた同ガイドを作成しました。



SDGsコミュニケーションガイド

● 持続可能なサプライチェーン

電通グループの取り組み

電通グループでは、サプライチェーンにおけるCSR調達の浸透を目的として、調達基本方針に則り、ビジネスパートナーへの調達ガイドラインの配布やCSRアンケートの実施、サプライチェーン上のESGリスクのモニタリングなどを通じて、CSR調達活動を徹底しています。

調達基本方針

電通は、「電通グループ行動憲章」の下、協力会社や提携先の皆様との公正な取引を目指し、ここに「電通調達基本方針」を定めます。

1. 公正な取引の実施

私たちは、公正な取引を行います。

(1) 取引を行う上での法令等を順守します。

(2) 協力会社や提携先の選定に際しては、経済的条件のみならず、コンプライアンスや環境問題への取り組みを充分考慮します。

2. 当社のマネジメント体系へのご協力

協力会社や提携先の皆様が当社と協働するに際しては、「電通グループ行動憲章」「電通調達ガイドライン」や各種規程をはじめとした、当社のマネジメント体系へのご理解とご協力をお願いいたします。

WEB 電通調達基本方針、電通調達ガイドライン <http://www.dentsu.co.jp/csr/compliance/procurementactivities.html>

● 電通グループCSR調達活動

電通グループでは、調達活動におけるCSRへの取り組みを推進しています。ビジネスパートナーに対して「電通調達ガイドライン」を配布することで、各種サービスの制作・提供プロセスにおける人権の配慮、法令順守、環境保全、知的財産権の尊重などのCSR調達活動への協力をお願いしています。「電通調達ガイドライン」は2014年3月に改定しました。これは、業務上の倫理、人権に配慮したCSR調達活動の実現を目指すことを目的とし、国際的な腐敗防止に関する規制(米国海外腐敗行為防止法および英国贈収賄防止法)ならびに紛争鉱物に関する規制(米国金融規制改革法第1502条)を順守する内容を新たに加えたものです。

また、サプライチェーン上のESGリスクをモニタリングすることを目的として「サプライチェーンアセスメント」を実施しています。これは、ESGに関する30ほどの設問に回答いただくオンラインのアンケートであり、2020年までに900社からの回答を得ることを目標としています。すでに437社様からのご回答を頂き、特に「電通グループ行動憲章」の存在を323社様(73.9%)にご認識いただいていること等が明らかになっています。

加えて、新規取引先に対しては、業務開始に際して締結する「外注取引基本契約」において、その条項にCSR調達に関する内容を盛り込むことでCSR調達活動への対応を依頼しています。

コミュニティ

電通グループの取り組み

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、地域社会の課題解決や発展に寄与するさまざまな社会貢献やコミュニティ活動を展開しています。社員が直接参加するボランティア活動をバックアップするなど、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。

社員参加型コミュニティ活動

認定NPO法人日本ハビタット協会が行う外貨コイン仕分けボランティア活動に参加しています。日本国内の国際空港に設置されている募金箱には、世界各国の紙幣やコインが寄せられます。寄付は、外貨を国別に仕分けたくえてドルに換金され、東南アジアの植林事業や現地の子どもたちの生活環境改善事業の資金に充てられます。電通では、2017年から外貨コインの仕分け活動に参画しており、2018年は東京本社で2回実施し、計39名の社員が参加しました。

また、社団法人シャンティ国際ボランティア会が行う国際教育支援活動の「絵本を届ける運動」にも2018年から協力しています。絵本は、日本で出版され各言語の翻訳シールが貼付されたものが、紛争や貧困地域で暮らすアジアの子どもたちに届けられています。電通では、東京本社内で翻訳シールの貼付を2回にわたり実施し、計74名の社員が参加しました。(2019年は関西支社、中部支社も開催)

2017年11月に大阪・中之島に移転した関西支社は、地域交流を深めるため、グループ会社とともに2018年4月、中之島エリアのエコ・美化活動「中之島ウエストクリーンアップ大作戦」に参加しました。グループ全体で31名が集まり、参加した他企業の方々とともに地域のごみ拾いを実施しました。



外貨コイン分けボランティア活動



絵本を届ける運動



中之島ウエスト クリーンアップ大作戦

CASE

デジタルテクノロジーで子どもたちに自信と希望を

DAN 台湾他では、最北端の観光地「老梅緑石槽(ラオメイ・グリーン・リーフ)」で有名な村である老梅で、3年間にわたるCSR活動「Fly! Showmei*」を展開しています。教育環境が豊かとはいえない村で、デジタルテクノロジーを活用し子どもたちの個々の能力や創造力を発揮する機会を提供しています。村内の建物の壁に子どもたちが描いた絵をペイントしたほか、子どもたちのナレーションと絵で村を紹介した映像コンテンツを作成し、村内8カ所にスマートフォン経由で視聴できるスポットを設置しました。また、子どもたちには、自身が描いた絵本からつくられたVRコンテンツの視聴も体験してもらいました。この取り組みへの注目度は高く、SNSでの再生回数では520万回に達しました。「Fly! Showmei」は、子どもたちに自信と希望を与えるきっかけになると考えており、将来、地域に大きな変革をもたらすことを期待しています。



* Showmei: 老梅に住んでいる子どもたちを表すニックネーム