



Sustainability / CSR Report Dentsu 2011

電通サステナビリティ / CSRレポート 2011

編集方針

本レポートでは、電通の取り組むCSR活動を誠実にお伝えすることを目的に、わかりやすい表現と視認性を重視して制作しました。

昨年版と同様にレポート全体の企画・編集作業を社内で行うとともに、原稿については社内各部署の担当者が活動を振り返り、個々の施策に込めた思いをお伝えすべく、自ら執筆しています。サステナブルな社会の実現に向けた、電通の取り組みへのご理解をいただければと思います。

本レポートは、単なる情報開示の資料としてだけでなく、電通のCSR活動の改善や向上を図るための重要なツールとして位置づけています。お気づきになられた点や、ご意見などがありましたら、ご遠慮なくお問い合わせください。

- 参考にしたガイドライン
GRI (Global Reporting Initiative)
「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン第3版 (G3)」
国連グローバル・コンパクト
国際標準化機構: ISO26000
- 対象期間
2010年度 (2010年4月1日～2011年3月31日) の活動を中心に、一部それ以前からの取り組みや直近の活動報告も含んでいます。
- 対象組織
株式会社 電通および一部のグループ会社を含みます。
- 発行時期
2012年2月 (次回予定: 2012年9月)
- お問い合わせ先
株式会社 電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報部
TEL: 03-6216-8079 FAX: 03-6217-5515
e-mail: dentsucsr@dentsu.co.jp

関連制作物のご紹介

- 電通CSR事例集
本レポートとは別途に、電通のCSR活動の一端を理解しやすい形でご紹介するために作成したガイドブック (PDF版) です。詳しくは電通ウェブサイトをご参照ください。
<http://www.dentsu.co.jp/csr/pdf/dentsuCSR.pdf>
- アニュアルレポート
海外の株主・投資家や取引先を主な対象とした情報開示書類です。
電通の経営方針、事業活動、連結財務諸表などを掲載しています。
<http://www.dentsu.co.jp/ir/data/annual.html>



Index

編集方針 / Index	1
トップコミットメント	2
東日本大震災への主な取り組み	3
Next Stage Project	4
電通のCSRについて	5
環境への取り組み	14
社会貢献活動	21
人権啓発の推進	24
社員との関わり	26
コーポレート・ガバナンス / コンプライアンス	30
業績ハイライト	32
会社概要 / 事業領域	33

トップコミットメント

#02



株式会社電通
代表取締役社長執行役員

石井 直

電通グループのスローガンは、
「Good innovation.」。
「Good」に、私たちのCSRへの
思いを込めています

3・11に直面して、3・11を経て、 未来を見据えたい

日本は、2011年に東日本大震災という未曾有の災害に襲われました。被災された皆さまには心よりお見舞いを申し上げます。電通は、グループを挙げてさまざまな形で貢献を実行に移しています。

震災では、これまで当然と思っていた常識の多くが覆されました。ただ、それとともにメディアやコミュニケーションの価値や役割の重要性が再認識されたのではないのでしょうか。コミュニケーションの力が人と人を結びつけて新たな価値を生み出し、人々が未来への希望を描くサポートができると、私は信じています。

そうした考えから、3・11を経て変化しつつある人々の意識を捉え、震災以後の社会を見据えて「NEXT STAGE PROJECT」を立ち上げました。われわれ独自の分析・洞察の発信から被災地応援活動のサポート、これからのビジネスの方向性の模索など、今後の電通グループの活動そのものを見直すプロジェクトとして全社を挙げて取り組んでまいります。

イノベーションにより、 サステナブルな社会の実現を目指します

電通グループは、企業理念として「Good Innovation.」というスローガンを掲げています。これは、単なる技術革新ということではなく、人へ、社会へ、新しい価値をもたらす幅広い変革を意味し、ひいてはサステナブルな社会の実現を意図したものです。「Good Innovation.」の

「Good」には、私たちのそんな思いが込められているのです。

その実践にあたっては、「電通グループ行動憲章」を定め、日々の活動の中で社員一人一人が社会的な責任を持ち行動するよう徹底を図っています。

トップダウンとボトムアップを両立させた 推進体制の構築

電通は、「人が財産」の会社です。それだけに、人材の力を生かす環境づくり、体制づくりが極めて重要です。多様な人材が活躍できる環境を整え、世の中に「Good Innovation.」をもたらす、サステナブルな社会の実現を図ることが私たちの使命であると考えています。

社内においては、「CSR委員会」を中心に社内各部署にCSR推進委員を配置しており、各種施策の周知徹底を図るとともに、社員の意識啓発に努めることによりボトムアップ型の推進体制の整備を進めています。

特に環境への取り組みは重要テーマと位置づけ、私が議長となり「環境戦略会議」を率いて重要な意思決定を行っています。これまでに「エコ・ファースト企業」の宣言をするとともに、地球温暖化の防止、環境ソーシャル・コミュニケーションの推進、循環型社会形成へ向けた取り組みなどを積極的に推進しています。

引き続きステークホルダーの皆さんとの対話を重視して、コミュニケーションのリーディングカンパニーにふさわしい活動に取り組んでいきますので、ご理解とご協力の程よろしくお願い申し上げます。

東日本大震災への主な取り組み

#03

東日本大震災で被災された方々に心よりお見舞い申し上げますとともに、被災地の1日も早い復興をお祈りいたします。

電通では、震災発生直後に社長を本部長とした地震対策本部を設置して、社員の安全確保に努めると同時に、支援活動として、義援金・支援金の拠出や「東日本大震災 被災地支援募金」の創設などグループを挙げての施策を講じてきました。

ここでは、2011年6月時点までの支援についての主な取り組みをご報告します。

メディアとの連携による支援

- ☐ 雑誌広告枠の手配(米国、英国)
広告枠などの提供を呼びかけ、赤い羽根中央共同募金会を通じての義援金募金広告の無償掲載を実現しました。
- ☐ 「だいじょうぶ ニッポン」プロジェクト(台湾)
風評被害地域支援のため、制作協力金を負担し、風評被害地域を紹介するTV番組の制作・放映、紙媒体での訪日促進特集などを実施しました。
- ☐ 屋外広告などの手配および制作(ロシア)
屋外広告スペースなどの無償提供をはたらきかけ、募金を呼びかける広告を制作しました。

クリエイティブ力による支援

- ☐ 日本赤十字社と「電通ソーシャル・アクト・バッグ」を制作
電通エコバッグをリデザインして販売。売り上げの一部を義援金としました。
- ☐ 災害支援物資の分類用ピクトグラム制作
物資分類用のピクトグラム(全32種)をデザインしてインターネット上に一般公開するとともに、支援ボランティア団体にステッカーを提供しました。
- ☐ NGOジョイセフと「東日本大震災支援リング」を制作
支援リング「希望・Hope」を制作・発売し、売り上げの一部を被災地の妊産婦や乳幼児の救援に充てました。

ネットワークを活用した支援

- ☐ 企業からの提供物資と支援団体との仲介
ジャパン・プラットフォームほかと連携し、企業から提供された物資と支援団体との仲介に協力しました。
- ☐ 内閣府との連携サイト「助けあいジャパン」開設・運営サポート
内閣府との連携による救援情報サイト「助けあいジャパン」の開設を支援。運営面でも情報発信をサポートしました。

社員参加

- ☐ 経団連1%クラブおよび支援[※]による「企業人による被災地支援のボランティアプログラム」
参加費の一部を支援し、グループ社員を現地に派遣しました。※災害ボランティア活動支援プロジェクト会議(通称:支援P)
- ☐ 社員からの絵本寄付「ユニセフ ちっちゃな図書館」
避難中の子どもに絵本などを届けるプロジェクトに参画。
電通社員から1,900冊が寄せられ、ロゴ、ポスターなどの制作にも協力しました。

節電への協力

- ☐ 環境省に「2011年夏の節電についてのエコ・ファーストの約束」を宣言
震災後の電力不足に対応するため、東京本社ビルでのピーク時最大電力および最大電力量を前年同期(7~9月)比15%削減するほか、広告サービス等のコミュニケーション活動による節電への取り組み支援等を環境省に対して宣言しました。

NEXT STAGE PROJECT

#04

■ 東日本大震災が世の中にもたらした、 さまざまな変化。それらを把握して、 情報発信や提案を行っていきます。

3.11の大震災は、多くのかけがえのない命を奪い、東日本に壊滅的な被害をもたらしました。原発事故による電力ひっ迫や物流の混乱など、日本全国への影響も甚大なものでした。目に見えるもののみならず、人々のライフスタイルや価値観をも大きく変化し、今なお、変化を続けています。

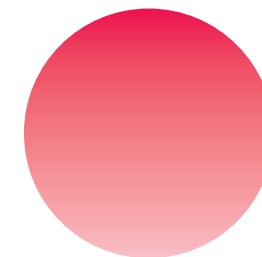
電通は、震災後すぐに各部署・グループ横断で連携して「NEXT STAGE PROJECT」を立ち上げました。緊急の救助・復旧から始まった再生への道のりは、復興計画とその実践、意識や行動の変化、社会システムの変化など段階を踏み、時とともに新たなフェーズを迎えます。それらを的確に把握して潮目を読み、次を予測して、情報発信やソリューション・企画の提案を行っていくのが、この「NEXT STAGE PROJECT」です。

これからの社会や生活者のあり方を真摯に考えること。震災の影響を踏まえたさまざまなインサイトを発見・発信すること。それらをクライアント企業のビジネスにソリューションとして還元すること。電通だからこそできることを模索し、活動を続けています。

また、震災に関する調査レポートの発表や社内外に向けたセミナー開催など、社会への情報発信も積極的に行っています。

日本の未来のために。電通のリソースを「NEXT STAGE PROJECT」に集約し、長期的視点で粘り強く、日本再生のエンジンのひとつとして機能していきたいと志しています。

NEXT STAGE PROJECT





CSR委員会委員長
取締役専務執行役員

中本祥一

■ サステナブルな社会の実現に向けて

電通では、CSR基本理念である「電通グループ企業行動憲章」のもと、環境への取り組み、社会貢献活動、人権啓発の推進、社員との関わり、コーポレート・ガバナンス／コンプライアンスを重要な5つの領域として、日々の活動に取り組んでいます。

環境への取り組みは、「エコ・ファースト企業」として、社員一人一人がさまざまなCSR活動に主体的に取り組んでいけるよう、日ごろから社内体制の強化を図っています。また「国連グローバル・コンパクト」にも参加しています。

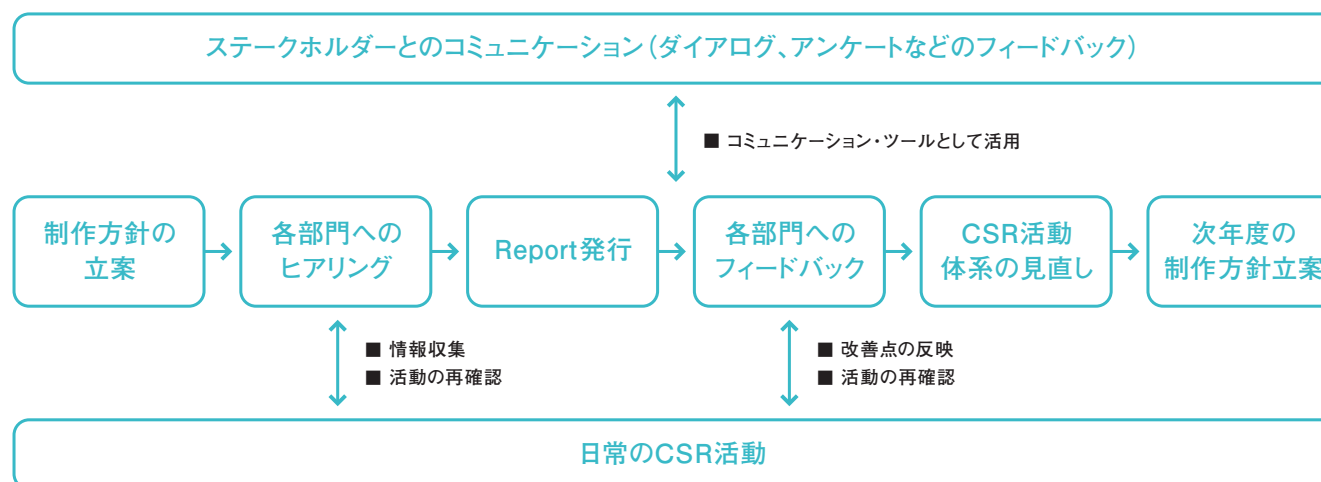
CSR活動の推進には、社としての施策立案はもちろんですが、社員が自ら取り組むこと、日常活動の中で実践するといったことが極めて重要です。社内外のステークホルダーとのコミュニケーションを通じて、互いに

触発され、「サステナブルな社会の実現」という意識が強まるものと思います。

電通では、本レポートを単なる情報開示の資料としてではなく、CSR活動を振り返り、さらなる向上を図るためのコミュニケーション・ツールと位置づけています。ステークホルダーの皆さんのご意見を伺いながら、反映させるよう努めています。

さらに、電通のCSR活動へのご理解を深めていただくことを目的として、別途「電通CSR事例集」を制作していますので、合わせてご覧いただければ幸いです。

今後もCSR委員会は、計画立案・実施を図るとともに、社員の意識啓発を進めていきたいと考えています。引き続きご支援のほどよろしくお願い申し上げます。



電通のCSRについて

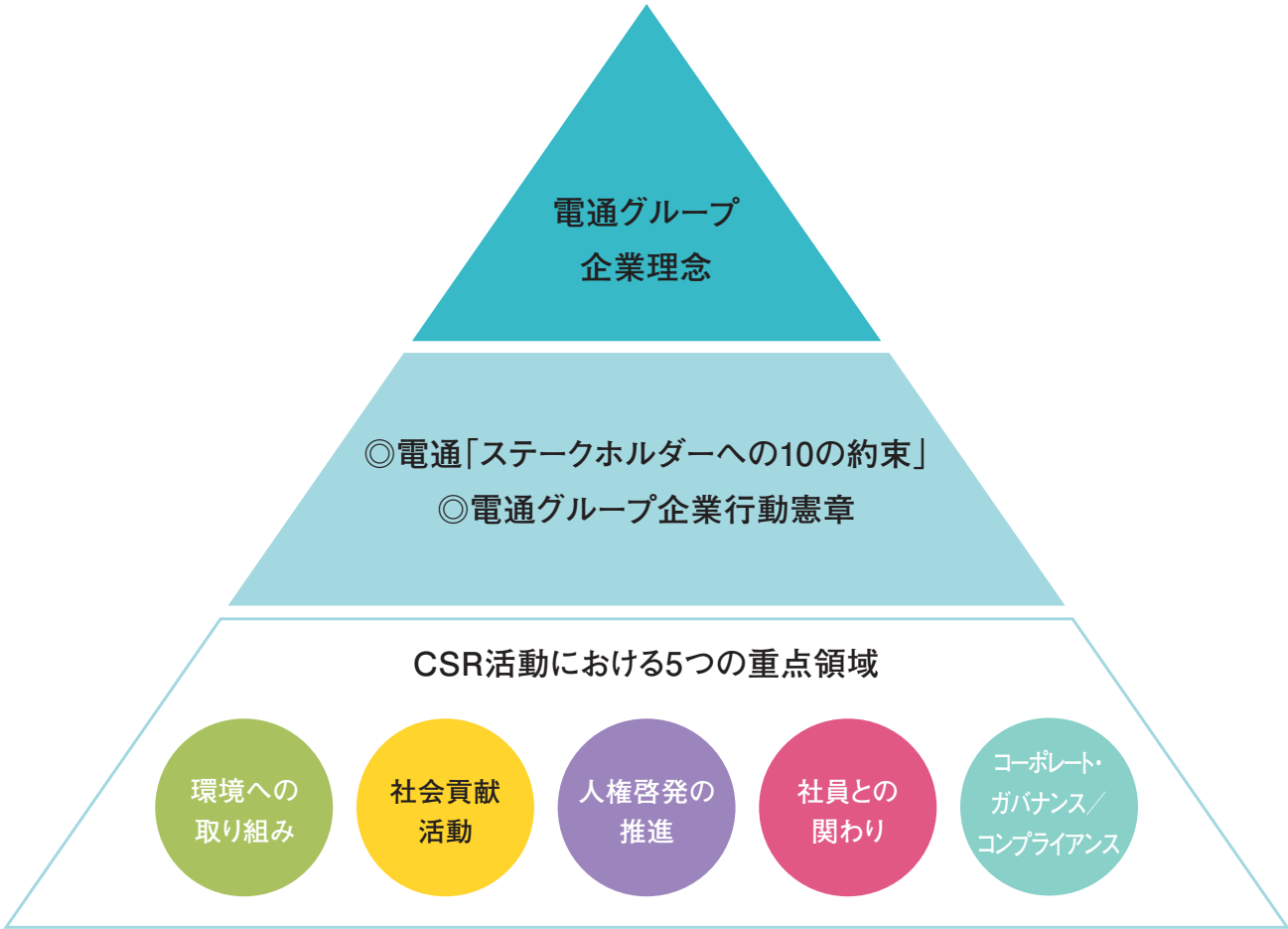
■ 電通におけるCSR基本体系と「電通グループ企業行動憲章」

電通におけるCSR基本体系では「電通グループ企業理念」の下、「電通グループ企業行動憲章」を制定するとともに、電通が考えるCSR活動における5つの重点領域を定めており、それに基づき具体的な活動に取り組んでいます。

その中でも「電通グループ企業行動憲章」は、経済のグローバル化の進展に伴う、法令順守や人権、環境問題などへの関心の高まりを受け、2004年に制定された電通のCSR基本理念です。本憲章では電通グループの経営者および社員一人一人が社会的な責任を果たすため、自主的に実践すべき行動規範が定められており、電通グループ各社はこれを順守すると宣言しています。なお2010年1月には時代とともに変化するCSRに対しての考え方を反映するため、内容の一部を改定しました。

[電通グループ企業行動憲章については、こちらをご参照ください]
<http://www.dentsu.co.jp/csr/charter.html>

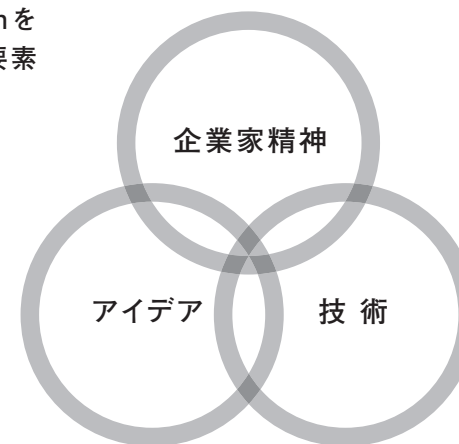
電通では、本憲章を法令順守、労働安全衛生、人権擁護、社会貢献、環境保全などのテーマに、どのように対応していくのかという指針としていますが、ステークホルダーに本憲章の意図を、より良く理解していただくため、別途「ステークホルダーへの10の約束」としてまとめています。



■ 電通グループ企業理念

ステートメント 「その手があったか」
 と言われるアイデアがある。
 「そこまでやるか」
 と言われる技術がある。
 「そんなことまで」
 と言われる企業家精神がある。
 私たちは3つの力でイノベーションをつくる。
 人へ、社会へ、
 新たな変化をもたらす
 イノベーションをつくってゆく。

Innovationを
 つくり出す3要素



スローガン

Good Innovation.

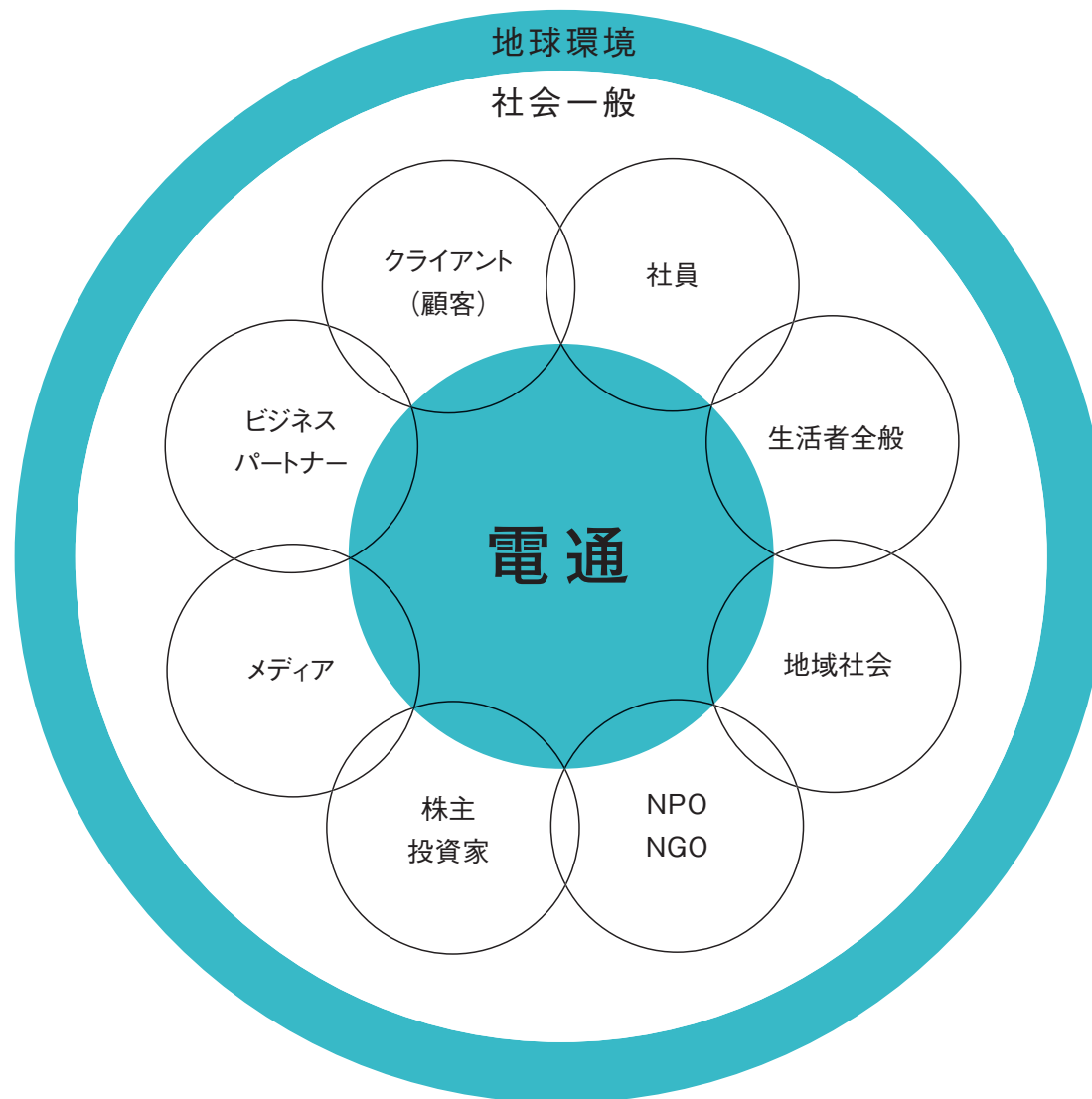
**Entrepreneurship
 +Ideas
 +Technology**

Innovationとは、
 技術革新だけを指す言葉ではない。
 人へ、社会へ、新しい価値をもたらす
 幅広い変革を意味している。

■ 電通を取り巻く主なステークホルダー

電通では、ステークホルダーとのコミュニケーションを取りながら、CSR活動を推進しています。

電通が目指す「Good Innovation.」および社会的課題への取り組みのため、社員、生活者、クライアント、株主・投資家などのステークホルダーをはじめとして、社会一般、地球環境に対しても、社会的責任を果たすべく、各種の活動に取り組んでいます。



※このほかにも、政府、行政機関、各種団体など、電通には多数のステークホルダーが存在します。

電通のCSRについて

#09

■ 電通「ステークホルダーへの10の約束」

電通では、「電通グループ企業行動憲章」において、法令遵守、労働安全衛生、人権擁護、社会貢献、環境保全などのテーマにおける行動規範を示していますが、この内容をステークホルダーにより良く理解していただくため、「ステークホルダーへの10の約束」としてまとめています。

1. コンプライアンスを徹底し、しっかりとした情報セキュリティ管理に努めます
2. 人権や知的財産権についての正しい知識を身につけ、良識ある企業活動を行います
3. わかりやすく、公平で、的確な情報開示を心がけ、適正な株主利益を確保します
4. リスクマネジメントを意識しながら、つねにフェアな事業活動を行い、品質の高いソリューションを提供します
5. 事業に関係するさまざまな国や地域の文化を尊重し、法令、国際的なルールを守ります
6. 地球環境の保全・改善のため、意志を持って積極的に活動を推し進めます
7. 企業市民として、社会貢献活動に積極的に取り組みます
8. 社員の人権、プライバシーを尊重し、適切な人事施策・制度を整備します
9. 社員が心身ともに健康に働ける職場環境づくりに努めます
10. 電通グループの経営者は、「電通グループ企業行動憲章」を社内に広く知らしめ、順守するための社内制度を整えます

電通のCSRについて

#10

■ 電通のCSR活動における5つの重点領域

電通では、「電通グループ企業行動憲章」の下、環境への取り組み、社会貢献活動、人権啓発の推進、社員との関わり、コーポレート・ガバナンス／コンプライアンスを5つの重点領域として、ステークホルダーの皆さまと共にサステナブルな社会の実現に向けて活動を進めています。

環境への取り組み

2008年に環境省から「エコ・ファースト企業」として認定され、電通は地球環境の保全・改善のための活動を進めています。地球温暖化の防止、環境ソーシャル・コミュニケーションの推進、循環型社会の形成、という3つを大きな柱として、積極的に環境への取り組みを推進しています。



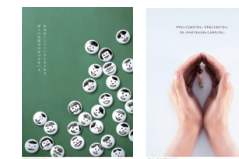
社会貢献活動

電通では、コミュニケーション活動を通じて得た経験や専門的なスキルを活かして、「コミュニケーションの力を社会のために」を基本方針に、電通ならではの社会貢献活動を進めています。



人権啓発の推進

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よう。そうした考えの下、電通では社員への人権教育だけでなく、「人権スローガン」の募集やポスター制作、そして美術大学との共同プロジェクトなどにも積極的に取り組んでいます。



社員との関わり

電通の基本思想は、「人が最大の財産」であることです。サステナブルな社会の実現のためには、社員の能力を最大限に引き出し、その活用を図ることが欠かせません。電通では多様な人材が働きやすい環境を整えるとともに、健康管理へのきめ細かい対応に取り組んでいます。



コーポレート・ガバナンス / コンプライアンス

ステークホルダーの皆さまから信頼を得るべく、経営環境の変化と業務領域の拡大に対応できる経営管理体制と、コンプライアンスを重視した経営システムの構築を図っていきます。内部統制の仕組みや情報セキュリティの管理体制など、電通グループとしてさまざまな観点から課題の発見およびその改善に努めています。



■ 電通のCSR推進体制

電通では、経営上の重要意思決定を行う「経営会議」の下に、3つの重要委員会を設置しています。

その1つに、執行役員が委員長となり7人の役員で構成される「CSR委員会」があります。

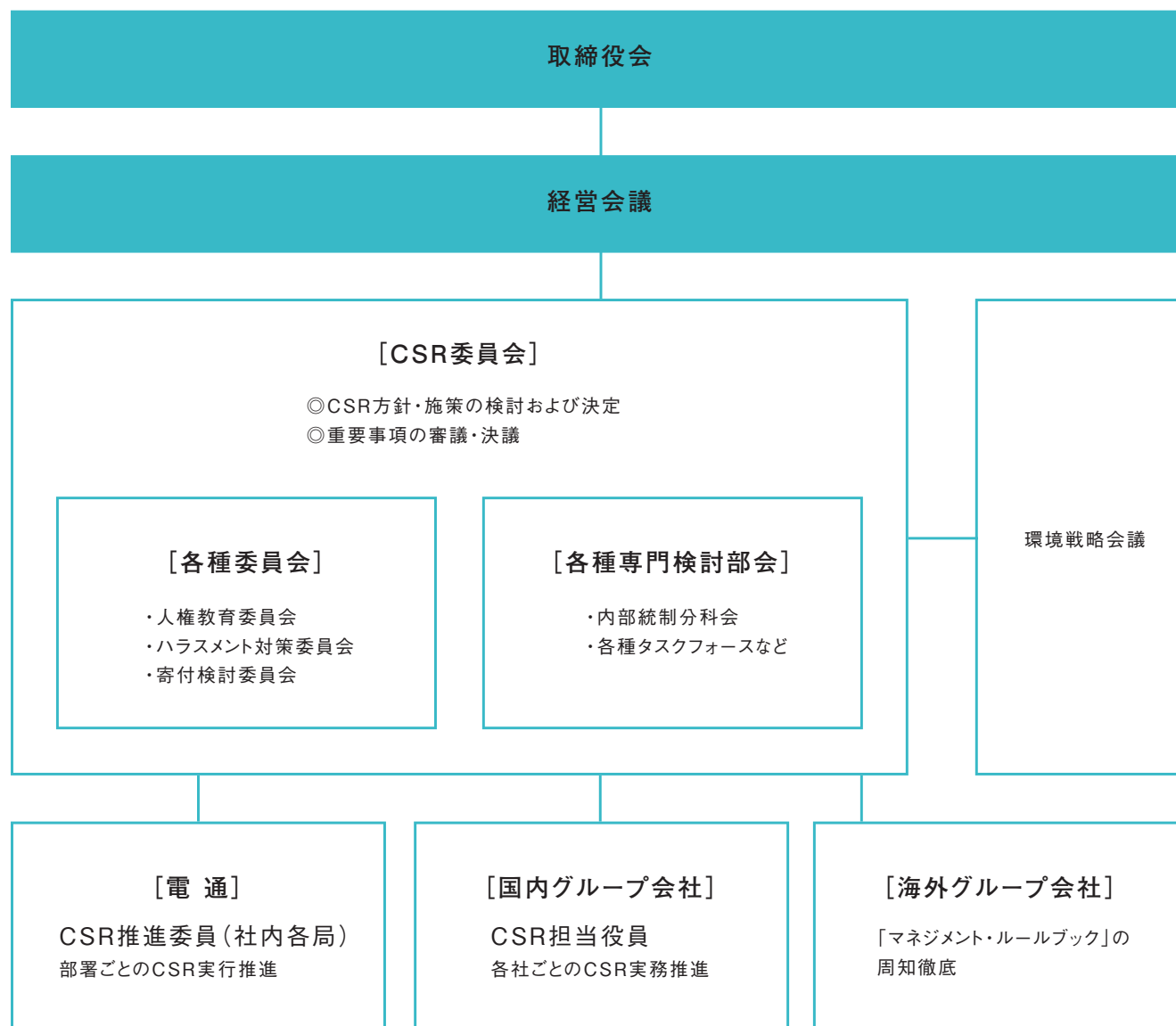
そこでは、電通グループのCSR基本理念である「電通グループ企業行動憲章」、およびCSR関連の重要施策について決定を行っています。

CSR委員会の下には、「人権教育」「ハラスメント対策」「寄付検討」の各委員会と各種専門検討部会を設置して、各分野での検討を行っています。また社内各部署に「CSR推進委員」を配置し、具体的なCSR施策の周知・伝達や、部署ごとのCSR計画の立案などを実施しています。

さらに、CSRの重要テーマである環境関連については、社内の推進機関である「環境戦略会議」と連携して、各種施策の立案・決定をしています。

また、国内グループ会社には「CSR担当役員」を配置しており、海外グループ会社へは「マネジメント・ルールブック」の配布と周知徹底により、電通グループでのCSR活動の推進を図っています。

今後は、グループ各社の特性を生かしながら、電通グループとして統一性のあるCSR施策の実現を目指していきます。



■ 電通のCSR調達活動

□ 「電通 調達基本方針」および「電通 調達ガイドライン」の制定

ビジネスパートナー（発注先）との公正な取引を行うこと、また調達する物品やサービスの生産/提供過程において人権への配慮、法令順守、環境保全、知的財産権の尊重等についてマネジメントすることは、電通が果たすべき社会的責任のひとつであると考えます。

そこで「電通グループ企業行動憲章」の下、2010年度に「電通調達基本方針」および「電通 調達ガイドライン」を制定いたしました。

こうしたCSR調達にご協力いただけるビジネスパートナーの皆さまとの協働により、電通のCSR活動をさらに進化させていきます。

電通 調達基本方針

電通は、「電通グループ企業行動憲章」の下、発注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) 発注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

発注先の皆様が当社と協働するに際しては、「電通グループ企業行動憲章」「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。

電通 調達ガイドライン

電通は、「電通 調達基本方針」の下、発注先の皆様ならびに貴社の再発注先の皆様へのお願いとして、ここに「電通 調達ガイドライン」を定めます。

1. 社員の雇用・処遇にあたっては、人権・労働および多様性を尊重し、法令等の順守に努めて下さい。
2. 当社やお取引先の皆様との取引にあたり、法令等の順守に努めて下さい。
特に、反社会的個人・団体との取引を禁止するよう、お願いいたします。
3. 労働災害をなくすよう、安全衛生に積極的に取り組んで下さい。
4. 環境問題に積極的に取り組んで下さい。
5. 企画・提案にあたっては、知的財産権を尊重し、第三者の権利、利益を侵害することがないように、お願いいたします。
6. 取引の過程で取得および知り得た秘密情報、個人情報等を不正に利用、開示または漏洩することがないように、情報セキュリティについて組織的・人的・技術的・物理的安全管理体制の構築をお願いいたします。
7. 業務プロセスの適切な管理により、高品質な製品・サービス等を、市場競争力のあるコストおよび定められた納期で納品をいただけますよう、お願いいたします。

電通のCSRについて

■ グローバルスタンダードに沿ったCSR活動を目指して

□ ISO26000を意識したCSR活動の推進

世界のあらゆる組織が担うべき社会的責任についての国際規格である「ISO26000」が、2010年11月に発行されました。電通はISO26000が取り扱う社会的責任である「7つの中核主題」を意識したCSR活動を通して、サステナブルな発展に寄与していきます。

□ 国連グローバル・コンパクトへの参加

電通は2009年12月より、国連グローバル・コンパクトに参加しています。

国連グローバル・コンパクトは、1999年1月、スイスのダボスで開かれた世界経済フォーラムの席上、国連のコフィー・アナン事務総長(当時)が提唱した、企業の自主行動原則です。参加企業には、人権、労働、環境、腐敗防止の分野で、世界的に確立された10原則を支持し、実践することが求められます。

電通では、「電通グループ企業行動憲章」「ステークホルダーへの10の約束」と合わせて、CSR活動の指針として、順守・実践しています。



□ ISO26000・国連グローバル・コンパクトに対応した2010年度の主な取り組み

2010年度実施のCSR委員会で、ISO26000の7つの中核主題および国連グローバル・コンパクトの10原則に対応した主な取り組みは以下の通りです。

国連GC 10原則	ISO26000 7つの中核主題	主な取り組み
—	組織統治	「内部統制報告制度」自己点検の実施 財務報告に関わる内部統制内部監査の実施 知的財産権の侵害など、重要リスクの選定および管理方法の策定 「強毒性新型インフルエンザ」対応のための業務継続計画(BCP)の立案 CSR調達基本方針・ガイドラインの制定
人権 (原則 1,2)	人権	人権教育活動のレビューおよび年度計画の立案 社内外でのセミナー、研修活動、各種コミュニケーション活動 (人権スローガン募集、ポスター制作、人権啓発イベント)
労働基準 (原則 3~6)	労働慣行	「2010 FIFAワールドカップ 南アフリカ大会」への社員派遣に際してのリスク対応 派遣社員業務適正化に伴う、新たな有期直接雇用施策の実施 「女性のエンパワーメントのための指針」の支持 「職場環境改善アンケート」の実施
環境 (原則 7~9)	環境	環境関連活動のレビューおよび年度計画の立案/施策実施 社内外での審査・監査、「電通グループエコプログラム」の実施、 各種コミュニケーション活動(グループエコ大賞、環境スローガンの募集、ポスター制作)
腐敗防止 (原則 10)	コンプライアンス (公正な事業慣行)	コンプライアンス意識強化のための計画立案/施策実施 ハラスメントに関する全社員意識調査の実施 「不正経理再発防止」のための全社キャラバン実施 「個人情報取扱業務支援施策」の策定
—	社会貢献 (コミュニティ参画および 開発)	他社のCSR活動動向の把握(社外講師による講演など) 社会貢献活動のレビューおよび年度計画の立案 東日本大震災への支援活動推進

※ISO26000の7つの中核主題のひとつである「消費者課題」については、各種生活者調査の実施により、実態把握、課題の抽出などに取り組んでいます。

環境への取り組み

1. 電通の環境活動について

■ 活動推進体制

電通では、電通グループ全体としての環境戦略を推進するために、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、各種の取り組みの推進体制強化を図りました。同年11月には、その取り組みを「エコ・ファーストの約束」として環境大臣に提出し「エコ・ファースト企業」に認定されました。

その進捗状況については、2010年2月に環境省で開かれた「第3回エコ・ファーストフォローアップ」にて環境大臣に報告し、現在も鋭意取り組み中です。

また2005年5月には、ISO14001の認証を取得しました。その後、電通グループとしてのCSR活動推進のため、国内グループ会社も加えて2006年6月にグループで統合認証を取得し、2011年3月31日時点では、電通と国内グループ会社59社が維持しています。

さらに2010年3月には、急速な経済成長により深刻化している中国の環境問題を課題と捉え、北京電通で海外グループ初めてのISO14001の認証を取得しています。

■ 電通エコ・ファーストの約束

1. 地球温暖化の防止に向けた取組を積極的に推進します。

- 省エネ設備投資や運用上の対策の継続的実施、クリーンエネルギーの導入などにより、オフィスからのCO₂排出量を2004年度に対して2009年度までに13%削減を達成します。

- 「広告電通賞」「電通年賀会」など当社主催行事の環境負荷軽減を徹底し、排出されたCO₂をオフセットします。
- 社員の「環境社会検定試験(eco検定)」の受験、資格取得を積極的に支援します。
- 本社ビルに付帯する商業施設「カレッタ汐留」と協力して、省エネ設備改修や廃棄物リサイクル促進およびCO₂排出ゼロのイベント実施を通じて、エコ商店街化を推進します。

2. 環境ソーシャル・コミュニケーションを積極的に推進します。

- イベントの提案・実施に際して「DENTSU グリーンイベントガイド」を積極的に活用し、グリーンイベント(=環境に配慮したイベント)を社会に広めるとともに、関係者の環境意識啓発に努め、イベントにおける環境負荷軽減を推進します。
- 国際排出量取引の排出権を取得し、メディア、イベントなど多様なコミュニケーション領域においてカーボンオフセット企画を推進します。
- 広告電通賞において「環境広告賞」を新設し、企業の環境に関するコミュニケーション活動を支援します。
- 国連が協力し国際広告協会(IAA)が主催する「IAA電通世界学生ポスターコンペティション」に協賛します。全世界の学生を対象に、「気候変動」をテーマとしたポスター制作を広く呼びかけることで、若い世代の環境問題への意識を高めます。

3. 循環型社会形成へ向けた取組を積極的に推進します。

- 廃棄物リサイクル率を2007年度の80.5%から2012年度までに90%以上に向上させます。具体的には、VHS、D2、HDなどビデオテープの廃棄物(年間44トン)を、分解作業工程の導入により再生品にリサイクルします。また、事務所内の分別ルールの厳格化や、生ゴミリサイクルなど再資源化の領域拡大に積極的に取り組みます。
- 布製エコバッグを採用することで、2007年度の社名入り紙袋使用数142,138枚を2012年度までに80%(9.5トン)削減します。また、屋外広告で使用した廃材をエコバッグ化する企画も推進します。

※社名入り紙袋の基準年度(2007年度)使用数は、78,000枚ではなく、142,138枚であったことが判明しましたが、「80%削減」の目標は変更しておりません。



環境への取り組み

#15

■ エコ・ファーストの約束 2010年度までの進捗状況一覧

1. 地球温暖化の防止に向けた取組を積極的に推進します。
2. 環境ソーシャル・コミュニケーションを積極的に推進します。
3. 循環型社会形成へ向けた取組を積極的に推進します。

大項目	小項目	報告年度における目標	実績(概要)	進捗状況
1. 地球温暖化の防止 に向けた取組を 積極的に推進します	オフィスからのCO ₂ 排出量を 2009年度までに2004年度比 13%削減(東京本社のみ)	約束項目と同一	2009年度18,591t。執務室照明の LED導入やVAV制御システムプログラム 改良などにより、17.9%削減達成	目標達成
	当社主催行事の 環境負荷軽減を徹底 (東京本社のみ)	2009年1月の電通年賀 会のCO ₂ 排出量を測定 し、負荷軽減策につなげる	測定結果229.7t 2009年度の実施に反映	目標達成
	社員のeco検定の受験、 資格取得を支援	社員の受験料を助成 勉強会を実施	受験料の助成率は100% 2010年12月までの累計合格者は440名	目標達成
	付帯商業施設「カレッタ汐留」 のエコ商店街化を促進 (東京本社のみ)	省エネ設備改修 環境負荷軽減イベント実施	館内通路照明を2010年1月にLED化。 2009年度イベントをカーボンオフセット。 2010年度イベントではグリーン電力を使用	目標達成
2. 環境ソーシャル・ コミュニケーションを 積極的に推進します	「DENTSUグリーンイベントガイド」 を活用し、グリーンイベント(環境 配慮イベント)を普及	約束項目と同一	スポーツイベント、国際会議、コンサートな ど各種イベントにおいて活用	目標達成
	国際排出量取引の排出権を取 得し、カーボンオフセット企画を 推進	約束項目と同一	ゴルフトーナメント、コンサートなどのイベント や、テレビ・新聞のメディア企画で実施	目標達成
	広告電通賞に「環境広告賞」を 新設し、企業の環境コミュニ ケーション活動を支援	約束項目と同一	2009年7月「第62回広告電通賞」より 「環境広告賞」を新設し、継続実施中	目標達成
	「IAA電通世界学生ポスターコン ペティション」に協賛し、若い 世代の環境問題意識を高める	約束項目と同一	2009年第1回はテーマ「気候変動」、 2010年第2回はテーマ「生物多様性」と して実施	目標達成
3. 循環型社会形成 へ向けた取組を 積極的に推進します	リサイクル率を2012年度までに 90%以上に向上(東京本社のみ)	85%以上	2010年度87.6%達成	順調に推移 (最終目標: 2012年度)
	エコバッグを採用し、社名入り紙 袋の使用数を2012年度までに 2007年度比80%削減	40%削減	2008年6月使用開始。社員からデザイン を公募し2010年2月リニューアル。 2010年度49%削減達成	順調に推移 (最終目標: 2012年度)

環境への取り組み

2. 地球温暖化防止の取り組み

■ 環境意識の啓発活動

□ 電通グループ エコ大賞

電通では、「環境コミュニケーション活動」を強化するための施策の一つとして、2010年に「電通グループエコ大賞」を創設しました。

これは、電通グループ全体で環境への取り組みを推奨し、すぐれた活動を表彰することで、環境コミュニケーション活動の強化およびノウハウ・知見の共有・蓄積を行うことを目的としたものです。

社内向けの啓発活動を対象としたAカテゴリーと、外部向け活動を対象としたBカテゴリーを設けており、2010年はAカテゴリーに46点、Bカテゴリーに54点の応募が寄せられました。厳正な審査の末、両カテゴリーからエコ大賞が選ばれました。

□ 電通館内エコツアー

電通では、本社ビル内の「館内エコツアー」を実施しています。

グループ会社の協力を得て、本社ビル地下の機械室、塵芥室や1階に設置した太陽光・風力発電装置、防災センターなど環境に配慮した施設を見て回ります。

塵芥室で行われているゴミの細かい仕分け作業や、機械室に設置された装置の省エネルギー対策や中水再利用設備を見学し、館内の温度調整の工夫などもレクチャーします。

このツアーは年に数回実施していますが、毎回定員をオーバーするほどの人気があり、社員の環境意識の高まりを実感します。

□ 環境スローガンの募集とポスター制作

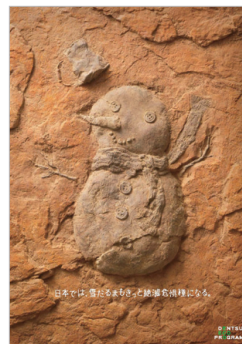
電通は「電通グループエコ・プログラム」を導入し、社員への意識啓発を進めています。「コミュニケーションの力」を活用するべく、2005年からは電通社員およびその家族を対象に「環境スローガン」の募集を始めました。入賞作品は社員のアートディレクターによりポスター化され、社員の意識向上に活用しています。



必要なものを必要なだけ、それが一番大切で 私が一番できてない。



好き嫌いせず食べる子は、地球からも好かれます。



日本では、雪だるまもきつと絶滅危惧種になる。

□ 社員の「eco検定」資格取得を支援

電通では、東京商工会議所が主催する「eco検定（環境社会環境検定）」の第1回（2006年）から社員の受験を積極的に支援しています。

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しています。

合格者は、社の環境活動の推進役であるエコ委員、内部環境監査の審査員、環境スローガンの審査員に就任するなど、社のエコ・プログラムの推進に寄与しています。2010年までに、440人が合格しています。

□ 環境月間に対応した新たな取り組み

電通では2009年から6月の環境月間に合わせて、各種の啓発活動を進めています。

2010年度は社員の家庭で不要になったエコキャップ（ペットボトルのキャップ）を利用して、「うちわ」を製作するという企画を実施しました。

東京、関西、中部の各社屋に回収ボックスを設置し、およそ250kgのエコキャップを集めて、1万本のうちわに再生させました。



環境への取り組み

#17

CO₂排出削減排出削減

□ オフィスビルのCO₂排出量削減

電通汐留本社ビルは、設計時から「100年建築」「地球環境共生」「省エネルギー」のコンセプトのもとに最新設備が完備されており、導入済みの省エネシステムは30項目以上にもなります。

代表的なものは次の通りです。

エアフローウインドウ

二重構造のガラスの間に室内の空気を流し、ガラス面に吸収された熱を外に排出する窓構造です。

コージェネレーションシステム

発電で発生した熱を再利用するシステム。

水資源再利用

雨水や排水を再生して、中水として再利用するシステム。

緑化対策

本社ビル周辺に1万3千本・株の木々を植栽し、周辺気温の上昇を抑制。2002年の竣工後も制御系の追加工事や新規工事を行い、さらなる省エネルギー対策が実施されています。

風力・太陽光発電パネル

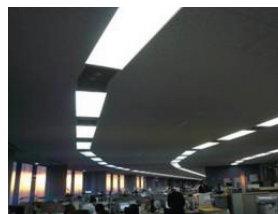
本社ビル正面玄関に風力・太陽光発電パネルを設置し、ビル案内板などの夜間照明に利用しています。



本社ビルの風力発電装置

LED照明

本社ビルの全執務ゾーンにLED照明を導入しています。



社内のLED照明

□ 東京都「トップレベル事業所」への認定

電通は、地球温暖化を防止するための「東京都環境確保条例」に基づく「温室効果ガス排出総量削減義務と排出量取引制度」において「特定地球温暖化対策事業所」に指定されています。

2010年度は電通本社ビルの省エネ設備の導入などが評価され「優良特定地球温暖化対策事業所」における「トップレベル事業所」に認定されました。

電通では東京都環境確保条例に基づき「2010年度地球温暖化対策計画書」を公表しています。

詳細については、電通ウェブサイトの該当ページをご参照ください。

(http://www.dentsu.co.jp/csr/pdf/gw_report2010.pdf)

電通の環境パフォーマンスデータの推移

CO₂排出量

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度 (見込み)
CO ₂ 排出量(トン)	26,157	21,242	21,174	20,962
原単位(トン/㎡)	0.10	0.08	0.08	0.08

廃棄物発生量

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度 (見込み)
廃棄物発生量(トン)	2,229	1,874	1,871	1,815
原単位(kg/㎡)	8.61	7.24	7.23	7.01

水資源使用量

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度 (見込み)
水量(m ³)	223,061	166,528	165,129	160,165
原単位(m ³ /㎡)	0.86	0.64	0.64	0.62

※環境パフォーマンスデータ算出範囲について

【共通】●2011年度見込は、4～12月＝実績に基づく。1～3月前年同月量で算出 ●面積原単位は、全社(東京本社、関西支社、中部支社)合計258,838㎡

【個別】●〈CO₂排出量について〉東京本社については東京都条例、関西支社および中部支社については「エネルギーの使用の合理化に関する法律」(省エネ法)の係数を採用 ●〈廃棄物について〉廃棄物発生量(トン)は一般廃棄物および産業廃棄物の合算。なお2010年度の産業廃棄物発生量(東京本社)は約61トンでした。●〈水資源使用量について〉水資源使用量は東京本社では上水+中水、関西支社および中部支社では建物総量

環境への取り組み

3. 環境ソーシャルコミュニケーションの推進

■ 業界としての啓発活動

□ 広告電通賞に「環境広告賞」を設置

「広告電通賞」は広告界の社会的・文化的水準の向上を目的として、戦後間もない1947年に電通が創設したもので、広告主が応募し、全国560人におよぶ広告主・媒体社・クリエイター・文化人の選考委員によって構成される「広告電通賞審議会」が審査を行います。

2009年からは、広告電通賞に「環境広告賞」を新設しました。

新聞、雑誌、ポスター、ラジオ、テレビの5種目の最優秀賞、優秀賞、地区賞から、環境をテーマにした作品を対象に1点が選出されます。2010年は東芝「LED電球（新聞・雑誌）」が選ばれました。

今後も環境をはじめ、さまざまなテーマでのコミュニケーション活動の表彰・紹介を通じて、啓発活動を進めていきます。

「環境広告賞」第2回受賞作品



■ 各種の社内啓発

□ オリジナルガイドブックの活用

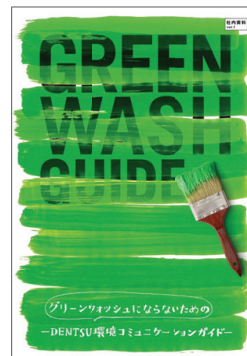
電通では、独自に「環境コミュニケーションに関する生活者意識調査」、「グリーンコンシューマー調査」などを実施し、また国際的な環境NPOや有識者とのアライアンスによる研究活動を進めています。そうした活動の成果も踏まえて、「グリーンウォッシュガイド」や「グリーンイベントガイド」などのツールを制作して、社内での啓発活動を進めています。

□ グリーンウォッシュガイド

実態がないのに環境に配慮しているように見せかけたり、実態以上に環境配慮をうたったりするなど、生活者に誤解を与えてしまう表現は「グリーンウォッシュ」と呼ばれています。環境問題が社会の関心を集めるようになるにつれ、「環境広告」も顕著に増加しており、なかには行き過ぎた表現もみられるようになっていきます。

こうした状況を踏まえて、社内資料として「グリーンウォッシュガイド」を活用しています。基本的な知識の習得から、刻々と変わる社会情勢に対応できるレベルまで、社員の知見を高めることを目指しています。

「グリーンウォッシュガイド」表紙



□ グリーンイベントガイド

環境に配慮したイベントを「グリーンイベント」と定義して、その実現に向けて企画段階から実施、事後の評価に至るまで、「CO₂排出量削減」を中心に構成した業務の手引き書です。イベントの企画提案・実施作業に活用すべく、業務に即した形にしています。まず「できることから始められる」ように、具体的な施策も豊富に盛り込んであります。

「グリーンイベントガイド」表紙



■ 協賛活動

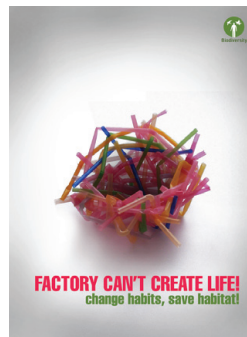
□ IAA・電通世界学生ポスターコンペティション

電通は、国連が協力する国際広告協会(IAA)主催「IAA・電通世界学生ポスターコンペティション」に協賛しています。

2010年の第2回コンペには、世界27カ国・地域から527点の応募作品があり、世界グランプリ、2位、3位、地域優勝を決定しました。

これまでの入賞作品は電通社内だけでなく、ADアジア、COP15などの国際会議の会場でも展示されました。

＜第2回グランプリ作品＞



環境への取り組み

#19

■ パブリックテーマへの取り組み

□ 生物多様性プロジェクトの推進

電通は、広告コミュニケーションを通じて、生物多様性に配慮した消費行動を促し、生物多様性の保全と持続可能な利用につなげていくことを目指しています。

2010年は国際生物多様性の年。10月には愛知県名古屋市でCOP10(生物多様性条約第10回締約国会議)が開かれました。これを情報発信の最大のチャンスと捉えた電通は、環境コミュニケーション活動を活発に行い、生物多様性の主流化促進に努めました。

政府との取り組み

環境省が2008年度に設置した「生物多様性広報・参画推進委員会」の運営事務局として、広報ツール制作や施策を通して生物多様性の普及・啓発を推進。各界の著名人による広報組織「地球いきもの応援団」や、各種イベントの実施運営を行いました。

またCOP10にあわせて開催された国際展示会「生物多様性交流フェア」の事務局として企業出展やステージイベントの参加促進、盛り上げに寄与しました。

メディアでの取り組み

環境省、日本経済新聞社と連携して広告特集「Nikkei Biodiversity Project(日経・生物多様性特集)」を実施。「COP10特集」など企業の協賛を得ながら機運の盛り上げを図りました。

また書籍『生き物たちへのラブレター〜生物多様性

の星に生まれて』(滝川クリステル著・小学館発行)の出版への協力を行いました。

電通が制作したCOP10ロゴ



生物多様性交流フェアの様子



□ エコポイント制度事業推進業務

電通は、2009年に開始されたグリーン家電エコポイント制度の事業推進業務の幹事社を務め、ほか4社とのコンソーシアムで取り組みました。グリーン家電購入者

の申請受付業務から、ポイント交換を実施する商品提供事業者への公金分配に至るプロセスを事業推進して、2011年までの申請受付数は約4,600万件となりました。

2010年からは住宅エコポイント制度も始まり、電通は幹事社としてコンソーシアム企業各社との協業による事業推進に取り組んでいます。



□ チャレンジ25キャンペーン

2009年9月の国連気候変動サミットで、我が国が温室効果ガス排出量を2020年までに1990年比で25%削減を表明したことを受け、その目標達成のための国民運動「チャレンジ25キャンペーン」が2010年1月にスタートしました。

電通では、この「チャレンジ25キャンペーン」の啓発活動にも積極的に取り組んでいます。「CO₂の25%削減」という目標達成のためには、企業のみならず、地域社会、個人生活と、さまざまなレベルでの取り組みを一体となって進める必要があります。特に「企業活動」でのCO₂削減について、環境省から作業を受託し、さまざまな施策を推進しています。



社会貢献活動

#21

■ 主なプログラム構成

電通独自の取り組み

本業を通じて得た、コミュニケーションという領域の経験や専門的なスキルを生かし、社会に新しい価値をもたらす人材や団体を応援できるような、電通らしい活動を目指します。

- ・広告小学校
- ・NPO広報力向上支援「伝えるコツ」
- ・「中国広告人材育成基金」プロジェクト

社員参加による活動

NPOや団体の活動と協働し、広く社員参加による社会貢献を目指すプログラムです。

- ・ユネスコ世界寺子屋運動支援
- ・テーブル・フォー・トゥー (TFT) 活動支援

社員の活動支援

「電通古本市」など、社員が進める自発的な社会貢献活動の側面支援をしています。

■ 広告小学校

小学校の教育現場では、「コミュニケーション力の育成」が重要課題のひとつになっています。

「広告小学校」は、子どもたちにとって身近なCMを活用して、「コミュニケーション力」「伝え合う力」の育成を目指す授業プログラムです。

コミュニケーション領域を専門とする電通が、教員養成の基幹大学である東京学芸大学と協働で、2006年からプログラムを開発し、ビデオ教材や学習指導案、副教材のノートなどオリジナル教材を制作しました。

2011年3月末までに延べ約4,600人の子どもたちが体験、大きな反響をいただいています。

このプログラムでは、子どもたちの「伝えたいこと」を15秒のCM劇に表現してもらいます。自分たちで考え、話し合い、表現し、伝え合う過程を通じて、コミュニケーションに必要な「発想力」「判断力」「表現力」「グループによる課題解決力」などが育まれるように工夫しています。

電通は、学校の先生がこの授業を行えるように教材を無償で提供しています。

2008年には、「通常の学習だけでは体得しにくい、子どもの能力向上に資する企業CSRの模範的な取り組み」との理由で、第2回キッズデザイン賞[審査委員長特別賞]社会貢献企業賞を受賞しています。

2010年度は、初めての海外での授業(香港日本人学校)を含め、44校の学校で授業が行われました。

また、2011年3月、「広告小学校」の本が出版されました。授業の特徴やプロセス、子どもたちの絵コンテや発表の様子がわかりやすく紹介されています。

詳細についてはこちらをご参照ください。

「広告小学校サイト」

<http://www.dentsu.co.jp/komainu/index.html>

『広告小学校 CMづくりで、「伝える」を学ぼう。』(宣伝会議刊)



社会貢献活動

■ NPOのための広報力アッププロジェクト 「伝えるコツ」

NPOへの注目・期待が年々高まる中、NPOの「広報力向上」が課題のひとつになっています。電通はNPOと共に、2004年に「NPO広報力向上委員会」を設立し、こうした課題の解決に取り組む、「伝えるコツ」プロジェクトを推進しています。

本プロジェクトでは、広報ツールの作り方や表現以前に、「伝える」にあたっての、「誰に、何を伝えたいのかを、きちんと整理する」という、基本となる考え方を重視。オリジナルテキスト「伝えるコツ」を作成しました。そして、毎年、このテキストをもとに、電通のクリエイターやNPO委員メンバーが講師を務め、講義と演習の組み合わせによるセミナーを全国各地で行っています。

2010年度は、広報物作成にすぐに役立つ実践的な内容を強化した改訂テキストを発行しました。

また、地域のNPO中間支援組織に主催していただく形で実施する、「助成セミナー」という新たな枠組みもスタート。より多くのセミナーを実施し、また「より実践的な内容になった」と、受講者からも好評をいただいています。

2011年3月末までのセミナー実施回数は53回にのぼり、参加者は延べ約2,300人となりました。

セミナー実施風景



「伝えるコツ」テキスト



■ 「中国広告人材育成基金」プロジェクト

電通・中国広告人材育成基金プロジェクトは1996年より、広告教育を担う大学を支援対象に、電通本社への研修員招聘のほか、中国国内でのセミナーなど、大学における広告教育の実態とニーズに合わせてさまざまな支援活動を展開しています。

2011年4月に発足した第3次「電通・中国広告人材育成基金プロジェクト」(2014年3月まで)では、「共学」による日中のコラボレーションの実現、結果的に電通のグローバルビジネスにも寄与できることをミッションとしています。

そのキックオフとして、電通社員と、プロジェクトと共に成長した中国の気鋭の学者とのトークセッションを実施する予定でしたが、地震の影響で延期となりました。

また、「電通留学研修員招聘」では、2011年1月から

3月まで6名の研修員が電通本社で研修を行いました。地震の影響により、安全確保のために日程を繰り上げ、3月15日に帰国していただきました。

帰国に当たり、森副社長から激励の言葉とともに修了書が渡されました。

また、震災発生後、中国教育部をはじめ、電通の支援先である大学、そして過去に電通で研修した大学の先生から、電通人に対する激励やお見舞いのお手紙が数多く届きました。

学生による模擬プレゼンを審査する電通社員



中国教育部からの感謝状贈呈式の様子



社会貢献活動

#23

■ ユネスコ世界寺子屋運動

「ユネスコ世界寺子屋運動」は、日本ユネスコ協会連盟が推進する識字率向上を目的とした活動です。

電通およびグループ会社3社（電通テック、ISID、cci）は、2003年から、本活動の支援をしています。

寺子屋建設の協力や協会ロゴマークの開発提供などを行ってきました。

2009年、この運動が20周年を迎えたのを機に、周年ロゴ制作提供や周年イベントのサポートを行いました。

また電通グループ会社と協働で毎年、社員への「書きそんじハガキ」募集キャンペーンを行っています。

詳細についてはこちらをご参照ください。
「日本ユネスコ協会連盟サイト」

<http://www.unesco.or.jp/terakoya/>

書きそんじハガキ募集ポスター



■ 「TABLE FOR TWO」活動支援

「TABLE FOR TWO (TFT)」は、開発途上国の飢餓と、先進国の肥満や生活習慣病の解消に同時に取り組む、日本発の運動です。

対象となるTFTメニューを購入すると、1食につき20円の寄付金が、開発途上国の学校給食になります。電通では、2009年より東京本社の社員食堂にTFTメニューを導入しています。

また、電通が制作した広報ツールを、TFTプログラムを導入している企業や大学の食堂でもご活用いただいています。

2010年には、国連の定める「世界食料デー」(10/16)を記念した「100万人のいただきます!」キャンペーン(10/16~11/30)の展開を支援。

キービジュアルの制作や、電通本社ビルに隣接するカレッタ広場でのキックオフイベントへの協力を行いました。

また、電通社内食堂での特別メニューの展開に合わせて、カレッタ汐留17店舗の飲食店にもキャンペーンにご参画いただきました。

カレッタ広場でのイベント風景



2010キャンペーンポスター



人権啓発の推進

■ 社内外での啓発活動

電通は、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、理解を深め、その知見を仕事に生かしていくことを目指しており、電通グループ全体で各種の社員研修を定期的に実施しています。

具体的には、新入社員、入社7年目社員、中間採用社員、新任マネジメント職を対象とする「階層別研修」と、営業局やクリエイティブ局などを対象にした「職域別研修」です。

また、各所属部署の人権教育責任者の集合研修や電通グループ各社への研修があります。

このほかに、日常的に社員の意識を啓発するために、人権関連の時事的なトピックスをまとめたニュースメールを隔週で、電通グループ内の電子掲示板に配信しています。

また、社外での活動にも積極的に取り組んでいます。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て、広告業界全体の啓発に努めています。

さらに、国、自治体、企業などの依頼で、電通社員がセミナーの講師を引き受けるなど、社外での人権教育のサポートにも尽力しています。

■ 人権スローガン募集とポスター制作

電通では、人権啓発活動の一環として、1988年から、「人権スローガン募集」を行っています。

電通グループの社員だけでなく、その家族も募集対象にしています。「スローガン」と呼んでいますが、ユーモアや洞察を含んだものから、難しい人権テーマを平易な1行で表現したものなど、生き生きとしたフレーズが集まる、ユニークな社内活動になっています。

この人権スローガンの優秀作品を基に、社内のクリエイターが「人権ポスター」を制作しています。20年以上継続しており、これまでに約100枚のポスターが出来上がりました。

電通の人権ポスターは、凝縮された短い言葉とビジュアルデザインの組み合わせによる「広告の技法」で、人権を伝えようとするものです。

さまざまな人権の課題を、身近な視点から語りかけるのが特徴で、自治体から貸し出しの要請もあり、全国の人権イベントで活用されています。

人権ポスターの印象については、「わかりやすく心に響く」「メッセージ性が強烈でありながら洗練されていて驚いた」「広告の表現力はすごい」などの感想が寄せられています。

毎年ポスターの貸し出しを希望される自治体もあり、電通の自主的な取り組みに高い評価をいただいています。

過去の人権ポスターについてはこちらをご覧ください。

<http://www.dentsu.co.jp/csr/human/poster.html>

電通・人権ポスター 2010 2010年(第23回)制作



おはなししていい子とダメな子、
ぼくには見分けがつかないよ。

部落差別をなくそう

【制作意図】

何をもって差別をすることになっているのか、
またはいないのかが非常にあいまいである点を表現しました。



やりたいことはたくさん。
できることもたくさん。
でも、やらせてもらえないことがたくさん。

障がい者の人権のために

【制作意図】

障害が理由で、可能性が過剰に
排除されていないか。



本名を、かくした。
本性が、でた。

ネット上の人権侵害をなくそう

【制作意図】

匿名を利用した悪質な「書きこみ」等への
警鐘となれば、と考えました

人権啓発の推進

■ 美術大学との人権ポスター共同制作 「人権アートプロジェクト」

「人権アートプロジェクト」は、電通が社内で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るための活動です。

電通で募集・制作された人権スローガンに、美術大学の学生がビジュアルデザインを考えて人権ポスターを制作しています。

これは2007年に女子美術大学とスタートしたプロジェクトで、08年には武蔵野美術大学、09年には東京藝術大学、10年には多摩美術大学が加わりました。

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を進めています。

これまで制作に関わった学生数は、延べ約370人になっています。

この活動は、美術大学にとって制作過程で人権意識を養う場であり、またアートが社会の中でできることを探求する場ともなっています。

学生は人権に向き合い、考え感じたことを自分の目線で伝えようと、表現を追求しています。

一方電通にとっては、広告の仕事で培ったコミュニケーションスキルを、社会的課題である人権のために役立てるCSR活動として取り組んでいます。

電通の「ソーシャル・コミュニケーション」の一分野として育てていきたいと考えています。

電通社員のレクチャーを受ける学生たち



【協働先】
女子美術大学(2007年～)
武蔵野美術大学(2008年～)
東京藝術大学(2009年～)
多摩美術大学(2010年～)

人権アートプロジェクトポスター 2010



社員との関わり

■ ワーク・ライフ・バランスの推進

「充実した生活」が「質の高い仕事」を生み、「やりがいのある仕事」が「人生の満足度」を高める。電通のワーク・ライフ・バランス(WLB)の目指すところは、まさにその相乗効果です。

社員一人一人が心身の健康を保ち、仕事と生活のバランスをとって、能力を十分に発揮できる「働きやすい環境」を実現するための活動を行っています。

社内推進体制

「働きやすい環境」の実現には、第一に健康管理。特に長時間にわたる働き方の改善を考えることが出発点です。

社内の専門委員会である「労政委員会」では、時間外労働の削減や休暇取得促進のための各種施策を立案・決定しています。さらに、社員の悩みなどに対応する専門部署として「キャリア・両立相談課」を設置し、社員の声を制度に反映させています。

また、労働組合とは「WLB協議会」を随時開催し、都度社員を取り巻く課題について協議を進めています。

次世代育成対策推進法による「行動計画」の推進

電通では、2007年10月に「くるみん(次世代育成認定マーク)」を取得し、仕事と育児の両立支援を推進しています。

現在も「第2回電通行動計画」に基づいて、休暇取得の促進活動や両立支援制度の拡充を行っています。これまで2回のWLBキャンペーンを実施し、「働きやすい社内風土の醸成」に取り組んでいます。

くるみん
(次世代育成認定マーク)



厚生労働省

「仕事と生活の調和推進プロジェクト」への参画

電通では、2008年度、09年度に、WLBの「社会的気運の醸成」を目的とした、厚生労働省のプロジェクトに参画し、社内の取り組みを公表しました。企業トップの宣言によるプロジェクトの活動は、電通のWLB推進の大きな契機になっています。

「WLB」促進ポスター



社内に設置した「WLB」オブジェ



社員との関わり

積極的な休暇取得の推進

社員が持つ力を存分に発揮して、仕事で成果を上げるためには、しっかりと休養し、次の仕事への英気を養うことが欠かせません。新しいアイデアを生み出すためにも、休暇の取得は大きな意味を持っています。

電通では、さまざまな休暇制度を設けて、社員の取得促進を図っています。通常の年次有給休暇のほかに、ある程度長い期間休んでリフレッシュしてもらうための「連続休暇」が毎年2日付与されています。これは、土日や祝日のほか、年次有給休暇や代休などを使って、5日間以上連続して休む際に使えるものです。

また、四半期ごとに「休暇取得計画表」を各職場で掲示して、部署ごとに誰がいつごろ休む予定なのか、皆で情報を共有し、休みやすい環境づくりを行っています。また2010年4月からは、時間単位の年次有給休暇を導入し、柔軟な働き方にも対応しています。

電通には、いろいろな特技や才能を持った社員がいます。国体のスキー選手やアメリカンフットボールの国際大会に招聘されたりする社員には、「教養休暇」という特別の休暇が別途付与されています。

年次有給休暇の平均取得日数および取得率

	2008年度	2009年度	2010年度
男性	8.4	8.7	9.2
女性	12.1	12.3	12.9
全体	9.2	9.6	10.1
取得率	46.0%	48.0%	50.5%

休暇制度一覧

	休暇の種別	休暇日数
有 給	年次有給休暇	勤続3年以上 20日 勤続満1年以上3年未満 15日 勤続1年未満 11日
	連続休暇	各年度2日
	特定積立休暇	繰り越せなくなる年次有給休暇を120日まで積立てる (1) 私傷病休暇 連続7日以上休む時 (2) 看護継続休暇 家族看護休暇取得後に取得可(年間15日まで) (3) ボランティア休暇 年間5日以内
	結婚休暇	休日を含め連続7日
	出産休暇	産前6週間以内、産後8週間以内
	妻の出産休暇	出産の当日および翌日
	服喪休暇	(1) 配偶者、父母および子 7日 (2) 兄弟姉妹および配偶者の父母 5日 (3) 祖父母および孫 3日
	教養休暇	会社が認めた日数
	災害休暇	会社が認めた日数
	赴任休暇	(1) 転勤のため赴任する時 7日以内 (2) 赴任後家族引きまとめの時 往復日数+2日
	永年勤続休暇	満20年勤続者表彰日から2年以内に10日
	生理休暇	必要期間(ただし、有給は2日まで)
	家族看護休暇	5日
	裁判員休暇	必要日数
	組合休暇	労使協定による日数
	未就学児看護休暇	10日
	家族介護休暇	10日
無 給	母性保護休暇	必要日数

社員との関わり

■ 人材を生かす職場環境

コミュニケーション領域でアイデアを売りにする電通にとって、最大の財産は「人材」です。そのため、さまざまな可能性を秘めた人材の採用から、社員が活躍できる職場環境を整備するための人事制度を導入しています。

ダイバーシティの尊重

電通の手がけるコミュニケーション領域の広がりとともに、国籍、学歴、性別、年齢を問わず、あらゆる人材を幅広く採用し、その能力を発揮できる環境整備に努めています。

障がい者雇用については、2011年6月時点での雇用率は1.66%ですが、営業やクリエイティブなどの現場部門で活躍している社員も多く、法定雇用率以上となるよう今後も取り組んでいきます。

■ 世代別従業員数 (2011年3月末)

	男性	女性	合計
30歳未満	882	413	1,295
30～39歳	1,857	679	2,536
40～49歳	1,460	389	1,849
50～59歳	867	198	1,065
60歳以上	142	16	158
合計	5,208	1,695	6,903
平均年齢	39.7歳	37.0歳	39.1歳

■ 新卒社員採用人数

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
男性	150	118	146	134	160
女性	49	64	67	54	65
合計	199	182	213	188	225
女性比率	24.6%	35.2%	31.5%	28.7%	28.9%

■ 従業員構成 (2011年3月末)

	男性	女性	合計
執行役員ほか	42	0	42
マネジメント職	1,359	98	1,457
非マネジメント職	3,110	1,026	4,136
契約社員	325	483	808
パートナー	93	14	107
嘱託ほか	27	12	39
出向受入	252	62	314
合計	5,208	1,695	6,903

※執行役員ほかは、相談役、顧問、執行役員
嘱託ほかは、常勤嘱託、非常勤嘱託、海外就業者

両立支援制度

子育てをする社員のための育児休業、育児勤務といった改正育児・介護休業法に対応した制度や、両立支援のための相談窓口を設けています。

■ 育児休業取得者数および復職率

	2008年度	2009年度	2010年度
女性	27	25	48
男性	1	1	6
合計	28	26	54
復職率	100%	96.1%	98.1%

定年後の再雇用

定年を迎えた社員も、採用基準を満たしていれば「パートナー」として65歳まで再雇用して、それまでの経験を生かした業務や後進育成の一役を担っています。

■ 定年後の再雇用者数

	2008年度	2009年度	2010年度
男性	65	93	106
女性	4	8	14
合計	69	101	120

社員との関わり

■ 健康管理体制

電通では、社員が心身共に健康で過ごすことができるよう、予防対策から復帰支援まで、きめ細かい健康管理対応を心掛けています。

また全社員を対象に定期健康診断を実施しており、未受診者に対しては積極的な働きかけを行っています。特に30歳以上の社員には通常の診断に加えて、生活習慣病健診(がん検診含む)を行い、45歳以上の社員にはヘリカルCT検査も実施しています。

近年は、健康管理の重点課題であるメンタルヘルス対策を強化しており、2009年度からはマネジメント職に必須研修をしています。

また長期療養者の職場復帰支援については、療養者職場復帰支援制度に基づいて産業医、保健師等医療職スタッフと協力しながら、無理のない職場復帰支援と再発防止に努めています。

さらに東京本社ビル内には、社員がいつでも利用可能な電通健康管理センターを設置しています。内科のほか、曜日によって整形外科、眼科、耳鼻科、精神科などの診療も行っています。

■ 健康診断受診率

	2008年度	2009年度	2010年度
男女計	98.4%	98.4%	98.7%

健康管理センターに設置されたCTスキャン



■ 緊急時の安否確認

電通では緊急事態が発生した際に、安全配慮義務と業務継続計画(BCP)の観点から、海外・国内の従業員の生存、負傷程度、連絡の可否などの安否確認を速やかに実施する仕組みを整えています。

緊急事態とは、電通グループの拠点がある海外、国内地域エリアで起きる地震、風水害、火災などの災害のほか、航空機や列車事故、感染症、テロなどさまざまな事態を想定しています。

安否確認は、部署ごとの社内緊急連絡網と全社一斉に確認事項を配信する専用システムを併用しています。専用システムには、あらかじめ連絡先(メールアドレス、電話番号)を登録します。このシステムは、安否確認事項を一斉発信するとともに、返信された安否情報を集約する機能を備えています。

安否確認結果はただちに主管部署を通じて経営陣に報告され、業務継続のための事務局を設置し、緊急事態の状況に応じた活動を実施します。

■ 能力開発の推進

電通では、社員が高いモラルとモチベーションを維持するとともに、仕事に能動的に取り組めるような環境を整えることを重視しています。そのため、社員の能力開発に重点を置いた研修制度や各種セミナーの充実を図っています。

□ 電通の研修制度

電通の人材育成・研修プログラムは、大きく3つのステージに分けて実施しています。

1. 入社当初では、電通で働くための基本知識を獲得しつつ、ソリューション力(課題解決力)を備える基礎を養成します。
2. 中堅となってからは、各部署で中心的な役割を担う人材として、ソリューション力をはじめとした各種の専門能力を育成します。
3. マネジメント力の強化、リーダーシップの育成および経営に関する知識の習得を行います。
上記を横軸に、
① 経営知識・戦略のスキル ② デジタル
③ 統合ソリューション
④ 現場での基本知識・スキル(ITリテラシーなど)
⑤ グローバル(語学、異文化)
といった分野で、さまざまな育成プログラムを実施しています。

□ 各種セミナー

すぐれたアイデア発想のヒントにするべく、社内外の一流プロフェッショナルを招いて、その仕事内容や考え方を学ぶセミナーを開催しています。2010年度は延べ数で、電通社員、4,104人に加えて電通グループ社員も参加しました。

コーポレート・ガバナンス／コンプライアンス

#30

■ 電通のコーポレート・ガバナンス体制

電通は株主総会を意思決定の頂点として、取締役会および監査役会を設置しています。なお社外より2人の取締役(全11人中)および3人の監査役(全5人中)を選任しています。

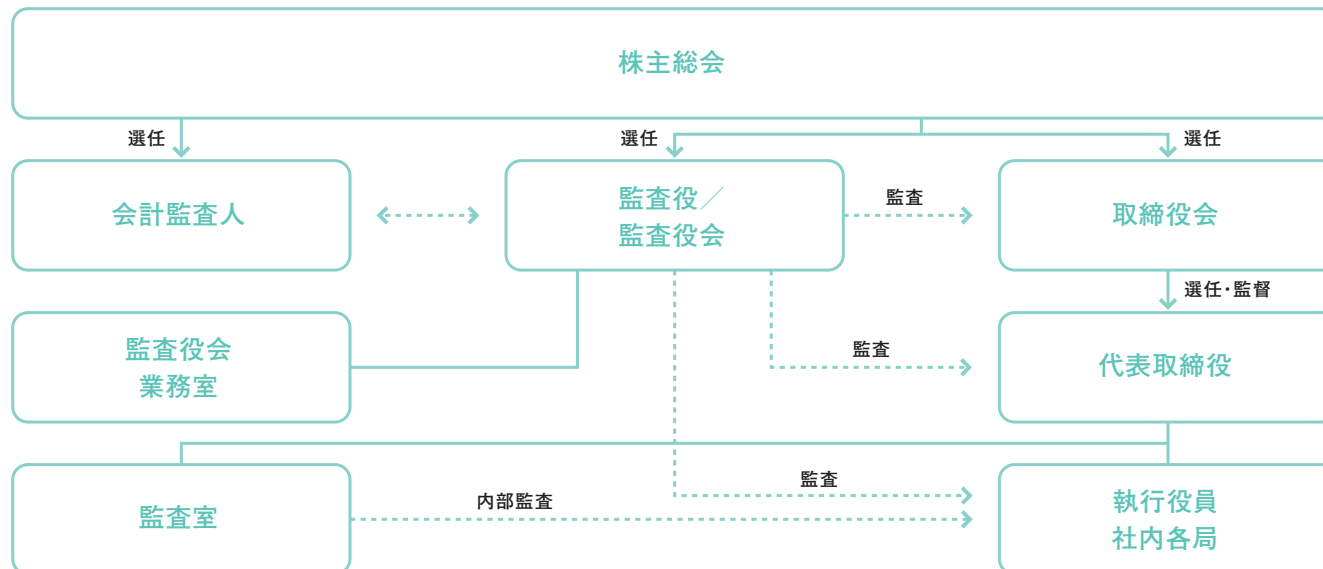
[社外取締役、社外監査役の当社との関係・活動状況については、事業報告もご参照ください]

<http://www.dentsu.co.jp/ir/shares/pdf/ams162report.pdf>

取締役会の下に「経営会議」を設けて、経営に関わる重要事項を審議・決定するとともに、取締役・執行役員を中心に構成される重要委員会(投資委員会、組織人事委員会、CSR委員会)で、専門的な事項の審議を行っています。

また取締役および執行役員は、監査役会を構成する監査役に対して、業務または業績に影響を与える重要事項などを速やかに報告する義務を負っています。さらに監査業務における実効性を向上させるため、監査室ならびに外部監査人との連携を確保しつつ、監査役の業務補助組織として「監査役会業務室」を設置し、取締役および執行役員からの独立性を確保しています。

2009年4月からは、取締役と執行役員の役割と責任を明確にするため、「取締役兼執行役員制度」を導入して、より実効性の高い経営および業務執行体制の整備・強化を図っています。



■ 電通グループの内部統制システム

電通では「電通グループ企業行動憲章」を業務遂行上の規範としており、かつ内部統制システム実行の基盤としています。

この憲章をベースとして、各種規則の制定、マニュアル作成を行い、研修などを通じて全社員に正しい業務の進め方を周知徹底しています。業務の実施に際しては、チェック項目を設け、ルールは適正か、ルールに基づいて正しく業務が実施されているか、問題が発生した場合に速やかに報告され、対応が取られているかなど、さまざまな観点から点検を行い、課題の発見および改善を実行しています。

また、電通グループ全体として企業価値の保持・向上を図るため、こうした内部統制の仕組みをグループ会社にも展開しています。

コーポレート・ガバナンス／コンプライアンス

#31

■ コンプライアンス推進体制

□ 基本となる推進体制

電通では、社内にコンプライアンスを専門に担当する部署を複数設置しています。また、規則・マニュアル類の整備や各種研修の実施などにより、コンプライアンス意識の浸透・徹底を図っています。

具体的な取り組みとして、電通本支社においては社内イントラネットで「コンプライアンスホームページ」を設置、またグループ会社には小冊子「コンプライアンス・ダイジェスト」を配布するなど、電通および電通グループ社員への理解促進を図っています。

さらにコンプライアンスについての最新事例を紹介する「コンプライアンス・キャラバン」を行っています。2010年度は、電通本支社の全部署にて実施しました。そのほかにも、新入社員や入社3年目社員等への研修を施し、コンプライアンス意識の浸透を図っています。

加えて、社内で法令違反などがあった場合の内部通報システムとして「社内報告提案制度D-EAR（ディーイヤー）」を設置し、法令順守を徹底する体制を整備しています。

「コンプライアンスホームページ」



「コンプライアンス・キャラバン」の様子



□ コンプライアンス・チューター制度

本年度は新たに全部署からマネジメント職1名を「コンプライアンス・チューター」（任期1年）に任命しました。チューターは研修受講後、所属部署以外で実施されるコンプライアンス・キャラバンの講師を務めました。この制度を通じて一般社員へのコンプライアンス意識の浸透を図ると同時に、指導を担う立場であるマネジメント職社員のさらなる意識向上を促進しました。

TOPICS

広告関連業務における法令順守について

電通は一般的な法令順守に止まらず、広告をはじめとするコミュニケーションに携わる企業として、不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）や著作権法といった関連法令順守も徹底しています。

クリエイティブ表現に関わる「知的財産権の侵害防止」や「人権・環境への配慮」、各種キャンペーン実施に求められる「個人情報の取り扱い」や「適正な景品・広告表示」、急速に広がるインターネット関連業務での対応、プレミアム（景品）の安全性などの課題にも対応しています。

こうした相談を受け付ける部署を設置するほか、ハンドブック・マニュアル類の整備や、教育・研修などを実施しています。

■ 情報セキュリティ管理体制

電通では、電通グループ内で保有している、もしくは取引先からお預かりした個人情報などを含む重要情報を守るため、厳格な情報セキュリティ管理体制を整備しています。

「ISO/IEC27001:2005」の前身となる「BS7799-PART2:2002」の認証を2003年3月に東京本社で取得しました。

その後、2005年4月に関西支社、中部支社に対象を拡大し、電通全体として認証を取得しました。さらに2006年12月には情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の国際規格「ISO/IEC27001:2005」および「JISQ27001:2006」への切り替えを実施しました。

2011年3月現在で、電通ならびに電通グループ会社57社が認証を取得しています。



「ISO/IEC27001:2005」認証マーク

業績ハイライト

連結

(百万円)

3月31日に終了した会計年度	2007	2008	2009	2010	2011
売上高	2,093,976	2,057,554	1,887,170	1,678,618	1,833,449
売上総利益	348,391	345,222	314,474	296,490	317,696
販売費及び一般管理費	285,556	289,095	271,290	259,166	266,758
営業利益	62,834	56,126	43,184	37,323	50,937
経常利益	70,044	67,993	53,363	44,790	54,166
税金等調整前当期純利益 (または税金等調整前当期純損失)	60,712	63,610	(4,972)	40,048	35,379
当期純利益(または当期純損失)	30,688	36,246	(20,453)	31,130	21,635
総資産	1,268,049	1,251,912	1,092,543	1,118,236	1,133,300
自己資本	554,760	567,293	452,568	484,250	492,933
営業活動によるキャッシュ・フロー	41,962	56,007	42,359	74,989	72,914
投資活動によるキャッシュ・フロー	(52,003)	(18,069)	(22,263)	(9,251)	(1,825)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(9,779)	(30,701)	(27,748)	(31,282)	(29,339)
現金および現金同等物の期末残高	62,015	70,252	57,271	92,854	131,662
減価償却費	15,218	16,000	18,001	16,165	15,485
1株当たり配当金(円) ⁽¹⁾	30	35	35	27	29.5
配当性向(%) ⁽²⁾	26.8	26.5	—	21.6	34.0
従業員数(人)	16,224	17,031	17,921	18,255	19,535
連結子会社数	120	129	126	122	130

単体

(百万円)

3月31日に終了した会計年度	2007	2008	2009	2010	2011
売上高	1,602,062	1,585,982	1,447,410	1,315,072	1,396,798
売上総利益	216,739	216,692	192,716	185,479	193,129
営業利益	38,496	36,281	23,870	26,313	33,799
経常利益	47,746	47,341	34,585	33,702	40,312
当期純利益(または当期純損失)	22,243	24,533	(32,771)	27,055	17,471
総資産	1,135,805	1,112,758	986,741	1,010,812	1,011,538
自己資本	487,345	491,819	383,028	406,410	415,206
発行済株式総数(株) ⁽³⁾	2,781,840	2,781,840	278,184,000	278,184,000	278,184,000
従業員数(人)	6,209	6,331	6,532	6,724	6,903

注:

(1) 2009年1月実施の株式分割後ベース

(2) 配当性向=1株当たり配当金÷1株当たり当期純利益×100

(3) 2009年1月に、普通株式1株につき100株の割合で株式分割を実施しました。

会社概要

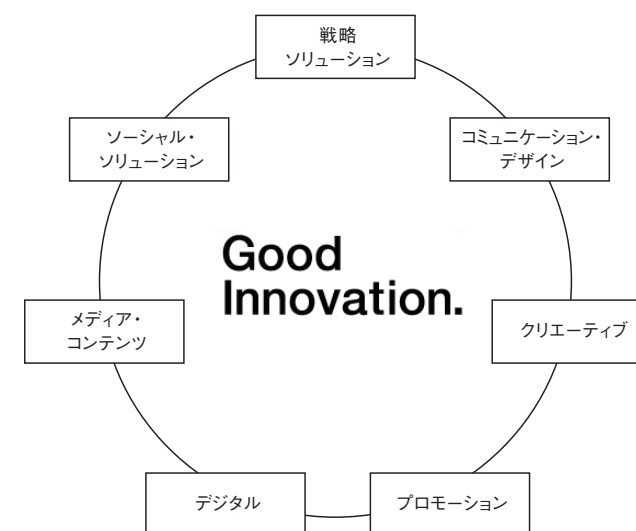
- 社名
株式会社 電通（英文社名：DENTSU INC.）
- 創業
1901年（明治34年）7月1日
- 代表者
代表取締役社長執行役員
石井 直（いしい ただし）
- 本社所在地
〒105-7001 東京都港区東新橋1-8-1
（代表電話番号）03-6216-5111
- URL
日本語 <http://www.dentsu.co.jp/>
英語 <http://www.dentsu.com/>
- 資本金
589億6,710万円
（発行株数：2億7,818万4千株）
- 従業員数（2011年3月末時点）
6,903人（単体）
19,535人（連結）



事業領域

電通グループ企業理念「Good Innovation.」（グッド・イノベーション）には、新たな価値の創造と変革を導くことを希求し、企業や組織のイノベーションを支えようとする意志を込めています。

電通グループでは、経営・事業・マーケティングなどクライアントが抱えるさまざまな課題に応えるソリューション・パートナーのポジションにふさわしい、多様なサービスを提供しています。その領域は、社会、環境、生活者の変化に伴ない、ソーシャル課題へのソリューションにも広がっています。



第三者審査報告

□第三者審査にあたり

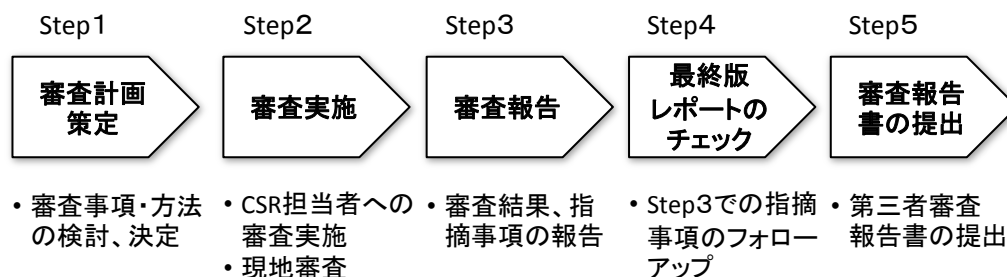
電通では、「サステナビリティ／CSRレポート」の正確性および客観性向上のため、第三者審査プロセスを重視しています。

そのため、本レポートに記載されている情報について、下記の通り、デロイト トウシュ トーマツ リミテッドのメンバーファームである有限監査法人トーマツの関係会社「トーマツ審査評価機構」による第三者審査を受けています。

※トーマツ審査評価機構については、こちらをご参照ください。

<http://www.tohmatsu.com/jp/teco/>

□第三者審査手続きの概要



CSR担当者への審査



現地審査

第三者審査報告書

平成24年2月13日

株式会社 電通

代表取締役社長執行役員 石井 直 殿

株式会社トーマツ審査評価機構

代表取締役社長 稲永 弘

1. 審査の対象及び目的

当審査評価機構は、株式会社 電通(以下「会社」という)が作成した「電通サステナビリティ/CSR レポート 2011」について審査を実施した。審査の目的は、「電通サステナビリティ/CSR レポート 2011」に記載されている2010年度の重要なサステナビリティ情報のパフォーマンスデータおよび環境定量情報(以下「環境定量情報等」という)が、「GRI サステナビリティ・レポート・ガイディング・ガイドライン 2006」を参考にして会社が採用した算出方法等に従って、正確に測定、算出されているかについて、独立の立場から結論を表明することを目的として審査を実施した。

2. 経営者及び「電通サステナビリティ/CSR レポート 2011」の審査を行う者の責任

「電通サステナビリティ/CSR レポート 2011」の作成責任は、会社の経営者にあり、当審査評価機構の責任は、独立の立場から「電通サステナビリティ/CSR レポート 2011」に対する結論を表明することにある。

3. 実施した審査の概要

当審査評価機構は、当該審査の結論表明にあたって限定的な保証を与えるために十分に有意な水準の基礎を得るため、「国際保証業務基準(International Standard on Assurance Engagements) 3000」(2003年12月 国際会計士連盟)及び「環境報告書審査基準案」(平成16年3月 環境省)に準拠して審査を行った。

審査の手続きの概要は、環境定量情報等について、サンプリングにより集計表とその基礎資料との照合、作成責任者及び担当者に対する質問、関連する議事録・規程・ISO 関連資料等の閲覧及び照合、事業所視察、その他根拠資料となる内部資料及び外部資料で利用可能なデータと比較し検討した。

4. 結論

「3. 実施した審査の概要」に記載した審査手続を実施した限りにおいて、環境定量情報等が、「GRI サステナビリティ・レポート・ガイディング・ガイドライン 2006」を参考にして会社が採用した算出方法等に従って、すべての重要な点において正確に測定、算出されていないと認められるような事項は発見されなかった。

以 上