

Message

CSR担当役員からのメッセージ

グループ一丸となって 新たな挑戦を

CSR委員会委員長
代表取締役執行役員

遠谷 信幸



デジタル化をはじめとして、働き方改革やダイバーシティ社会の実現など、日本社会はこれまでになく変革を求められる時代を迎えています。事業環境が大きく変化する中、私たち企業も新たな社会との向き合いを求められているものと思います。

こうした環境変化を意識して、CSR委員会においては機関投資家も注目するESG (Environment, Social, Governance) やSDGs (持続可能な開発目標)などをテーマに、社内はもちろん、社外のステークホルダーとも幅広く社会課題について議論を深める場としています。

企業評価の尺度において、ESGは今後ますます重視される傾向にあると感じています。当社グループにおいてもCSR委員会を中心にESG推進体制の整備を進めるとともに、積極的な社外への情報発信を心掛けています。従来重視してきたDJSI (Dow Jones Sustainability Indices)、CDPといったESG評価への対応にも、より一層注力していく方針です。

またSDGsに関しては、従業員が率先してグループ横断でプロジェクトチームを発足させ、各人の意識啓発のためのセミナーを開催し、生活者のSDGs浸透度調査を実施するなどの活動が進んでいます。SDGsは、ひとりひとりの従業員が自分たちの社会的な価値とは何か、社会にどのような働きかけができるかを再考するチャンスであると捉えています。そして従業員自身の成長を図れる良い機会になるものと期待しています。

社会から求められているCSR活動は単なる社会貢献に留まるものではなく、事業活動を通じて実現するもので、それは何より従業員と社会との関係性構築の場であると思います。今後もグループ内の各部署でCSR活動を推進しているCSR推進委員会を中心にして、ステークホルダーへの働きかけを強化する所存です。

当社グループが事業として手掛けるマーケティング・コミュニケーション領域は、従業員によるアイデア、発想そのものがコアコンピタンスであり、それはいつの時代においても変わるものではありません。変革を求められるいまだからこそ、これまで以上に自由でかつ柔軟な発想のできる環境を整えて、グループ一丸となって新たな挑戦をしていきたいと考えています。

電通グループのCSR

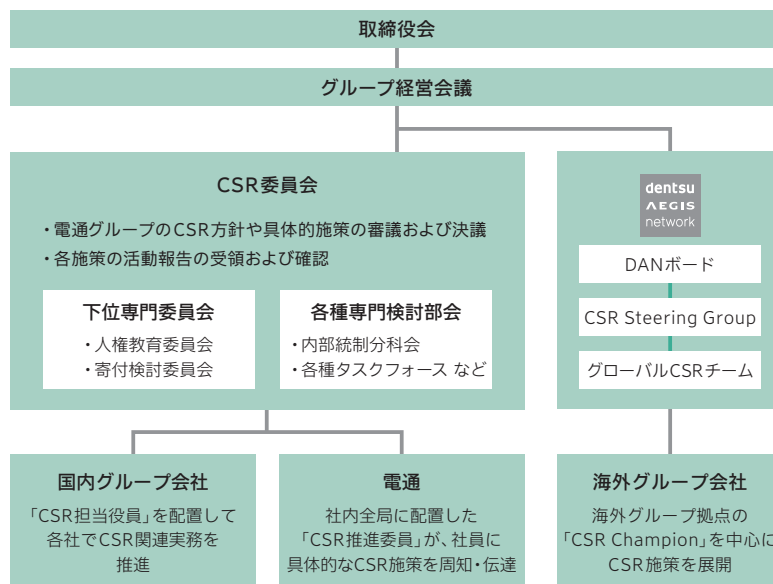
電通グループ行動憲章

電通グループのCSR理念である「電通グループ行動憲章」は、『コーポレートガバナンス』『人権の尊重』『労働環境の整備』『環境保全』『公正な事業慣行』『消費者課題の解決』『コミュニティ発展への寄与』という、電通グループの企業理念に掲げる「7つの重点領域」を中心に構成されています。各国の法規制や社会規範を遵守しつつ、電通グループに属する全ての経営者と従業員が社会的責任を果たすために順守すべき概要を明示しています。

電通グループのCSR推進体制

電通グループでは、経営上の重要意思決定機関である「グループ経営会議」の諮問機関として、執行役員を委員長とし、5人の役員で構成される「CSR委員会」を設置しています。2017年度にはCSR委員会は11回開催されました。またCSR委員会の下には、下位専門委員会等が設置され、専門分野での検討を行っています。海外グループにおいては、電通イーゼス・ネットワーク(DAN)の取締役会においてCSR活動計画を策定し、その状況は経営会議およびCSR委員会に報告・共有されます。また電通社内全局には「CSR推進委員」が配置され、全社員に向けた具体的なCSR施策の周知の徹底に努める一方で、国内グループ会社においては「CSR担当役員」を、海外グループ会社においては「CSR Champion」を任命し、電通グループ全体で、統一性のあるCSRの推進を図っています。

電通グループのCSR推進体制図



国際的なイニシアチブへの参画

電通グループではグローバルな社会課題の解決に寄与するため、国際的なイニシアチブへ積極的に参画しています。2009年12月には国連グローバル・コンパクトに参加し、人権、労働、環境、腐敗防止からなる10原則の支持・実現に向けた年次活動報告(COP: Communication on Progress)を行っています。また、アジア・太平洋地域最大のCSRに特化したシンクタンクであるCSRアジアの会員となり、ESG分野の課題検討、アジア各国の企業とのアライアンスの強化にも注力しています。



電通グループ中期CSR計画2020

電通グループは、CSR理念である「電通グループ行動憲章」のもと、4つの重点領域と国内・海外の共通目標を定めた中期CSR計画に基づき、全世界で着実に活動を推進することで、サステナブルな社会の実現に貢献していきます。





計画策定の背景 ~サステナブルな社会の実現にむけて~

地球温暖化など地球規模の環境問題や、国や地域での人権侵害など、私たちは数多くの社会課題に直面しています。こうした課題の多くは企業活動によってもたらされています。社会からの期待や要請が増すのに伴い、企業は自らその責任を果たすため各種の活動に注力しています。もちろん広告業界も例外ではなく、これまでも環境や社会に及ぼす影響の管理に努力を重ねてきました。


しかしながら、広告業界が果たすべき役割は想像以上に大きいと考えています。日常的な消費から、生涯に一度となるような購入機会に至るまで、私たちは消費者の行動に大きな影響を与えていることを認識しなければなりません。広告が消費に及ぼす影響の大きさを自覚するとともに、そのコンテンツの公正さや、消費者の財、サービス購入への責任を認識すべきであると捉えています。環境、社会へのインパクトについては、広告会社は直接的なものだけでなく、間接的な影響に関しても十分に配慮すべきであると考えています。

以上を踏まえ、電通グループとして共通の目標を定めた計画を策定し、電通国内外のグループのリソース、ナレッジを集結させ、サステナブルな社会の実現にむけて計画を着実に実行し、持続可能な事業活動を推進していきます。

4つの重点領域

 <p>環境保全 事業活動における環境負荷の低減</p>	 <p>コミュニティ コミュニティ活動の促進による市民社会への貢献</p>
 <p>サプライチェーン サステナブルなサプライチェーンの構築</p>	 <p>責任あるマーケティング・コミュニケーション 責任あるマーケティング・コミュニケーションの実践 およびサステナブルな行動喚起による持続可能な社会の実現</p>

国内、海外グループの定量目標

	 国内グループ	 海外グループ
 環境保全	従業員一人あたりの二酸化炭素排出量を2014年度比30%削減します	従業員一人あたりの二酸化炭素排出量を2014年度比40%削減します
 コミュニティ	90%の従業員をCSRプログラムに関与させてコミュニティの発展に貢献します	500団体のコミュニケーション能力養成をサポートします
 サプライチェーン	重要サプライヤーの90%と協力して、サステナブルな事業活動を推進します	調達基本方針の100%順守を推進します
 責任あるマーケティング・コミュニケーション	90%の従業員に責任ある事業遂行のトレーニングを施し、そのスキルや専門性を社会に還元します	持続可能な消費キャンペーンへの100万人の参加を促します

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きます。

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。

電通イーグリス・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いきます。

英国現代奴隷法ステートメント ⇒ <http://www.dentsuaegisnetwork.co.uk/modern-slavery-statement>

人権推進体制

電通の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。

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・実現していくために取り組んでいます。

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collegeのサイト画面

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。2017年度(2017年1月～12月)は296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「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。

また、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、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HRM担当局長補、CSR推進委員を通じて注意喚起を行っています。

労働環境の整備

労働環境改革基本計画

詳しくは、P33～34をご覧ください。

人材育成

電通グループでは、人材を重要な経営資源として捉えています。「人が財産」の電通では、多様な社員の能力を最大限に引き出して、組織の発展に繋げていくために、キャリアの段階や組織の目標などに応じて能力開発の機会を提供し、社員の成長を支援しています。

ダイバーシティ推進

女性活躍推進

電通は女性社員のキャリア形成のための育成・成長支援を積極的に行い、社の戦力を最大化するために、次のようにダイバーシティ推進のための行動計画(計画期間：2015年1月1日～2019年12月31日)を策定しています。行動計画の着実な遂行とともに、女性が働きやすい環境整備を進め、活躍の場をさらに広げていくよう、一層努めていきます。

行動計画の概要

目標

1. 新卒採用者(正社員)に占める女性割合を、35%以上とする。
2. 管理職に占める女性割合を2020年までに、10%以上とする。

具体的な取組

1. 女性の積極採用に向けた採用広報施策および選考の実施
2. 管理職のマネジメント力強化
3. 女性社員のキャリア意識醸成を目的とした施策の実施
4. 制度・支援施策の見直しと社員への周知により、仕事と育児・介護の両立に対する不安を払拭
5. 長時間労働を是正するため、生産性の高い働き方を促す「働き方リデザイン」活動を推進

行動計画の概要 → <http://www.dentsu.co.jp/csr/workingenvironment/workplaceenvironment.html>

2013年には「女性活躍推進プロジェクト」を立ち上げ、女性がキャリアを中断せずに活躍し続けられる環境を整えています。諸制度の拡充だけでなく、先輩女性社員を囲んでさまざまな話を聞く「ランチ座談会」の開催や、社外講師を招いての「キャリアセミナー」など、自らのキャリアを早い段階から考えられる場を提供しています。

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、100%出資のグループ会社「電通そらり」を設立し、11月には特例子会社として認定されました。2018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2.14%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。

コミュニティ

電通グループの取組み

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。こうした活動により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

電通では、社員とコミュニティとのダイレクトな連携を実現する機会を提供し、社員が直接参加するボランティア活動をバックアップしています。

2017年は、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を電通社内で2回実施し、計57名の社員が参加しました。

仕分けされた外貨コインはドルに換金され、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に役立てられます。



社員参加型コミュニティ活動風景



コミュニケーションの力で 社会との共存・共生を目指す

社会貢献部長

池田 京子

持続可能な事業活動のために、社会との共存・共生は欠かせない要素です。電通では「コミュニケーションの力を社会に」をスローガンに、社会課題に向き合う人材の育成と活動のサポートをテーマとして、本業で培ってきたノウハウやスキルを活かした社会貢献活動を継続しています。

日本国内の中心的な活動として、広告小学校というプロジェクトに取り組んでいます。小学校の総合学習の一環としてCM制作を行い、子どもたちの自己発見を促してコミュニケーションスキルの向上を図るものです。教材開発や授業のサポートを行う中で、教育現場の課題の発見や、より良いカリキュラム作りに貢献しています。

また、当社の社会貢献活動を通じて、SDGsへの貢献にも取り組んでいます。NPO支援プログラムや公益社団法人日本ユネスコ協会連盟とのプロジェクトなど幅広い活動を展開しており、SDGsの17の目標のうち、教育、飢餓、使う責任、環境など多岐にわたる活動を長年続けています。

こうした活動を長期にわたって実施してきた結果、それぞれのコミュニティに対してよい影響を与えられているという手ごたえがあり、プロジェクトに関わった社員も学びを得ていて、互いに学び合える社会貢献の面白さを感じています。今後、私たちのパートナーやステークホルダーが持っている知見や社員のノウハウを融合し合えるプラットフォームの構築を目指しながら、電通グループならではの活動をさらに広げていきたいと思えます。

責任あるマーケティング・コミュニケーション

電通グループの取組み

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ブ性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への貢献

2015年9月の「国連持続可能な開発サミット」において、人間、地球および繁栄のための行動計画として17の目標と169のターゲットからなる「SDGs(持続可能な開発目標)」が掲げられました。コミュニケーション領域で多様な価値を提供してきた電通グループは、先見性を持って常にその先の未来を見据え、グローバルな社会課題の解決に貢献しています。各種セミナーやワークショップの実施を通じて、ステークホルダーのSDGsへの取り組みをサポートすべく、取り組んでいます。活動の一環として、2017年11月に写真家のレスリー・キー氏を招いて、社内でのSDGsの浸透を図るために、電通の社員一人ひとりが仕事を通じて達成したい目標「My SDGs」を掲げてポートレート撮影を実施しました。また、企業の経営層や広告宣伝に携わる方々向けに、SDGsを念頭に置いて行う広告宣伝やプロモーション活動の手引きとなる「SDGsコミュニケーションガイド」を作成しました。

さらに、電通グループは、世界の大手広告5グループ(Havas、IPG、Omnicom、Publicis、WPP)とともに、SDGsの特定テーマに取り組む画期的なイニシアチブ「Common Ground」(共通の立場)に参加しています。電通グループは「Goal3: Health」にフィーチャーして、マラリアや結核などのグローバルな感染症対策にNGOとともに取り組んでいます。

Common Ground ⇒ <http://www.dentsu.co.jp/csr/commonground.html>

SDGsコミュニケーションガイド ⇒ http://www.dentsu.co.jp/csr/team_sdgs/pdf/sdgs_communication_guide.pdf



Photographed by LESLIE KEE



SDGsコミュニケーションガイド



サプライチェーン

電通グループの取組み

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。

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246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182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。

事業活動における法令および各種権利の尊重

コミュニケーション活動において、公正な事業慣行を維持するために各種法令を遵守することは当然のことであり、率先して法規範の要たる企業姿勢を電通は目指しています。そのため一般法令をはじめ、「適正な景品提供や広告表示」のための景品表示法、キャンペーンやアンケートに参加する消費者の「個人情報に適正に守る」ための個人情報保護法、協力会社との「公正かつ適正な取引」を行うための下請法、「適正な株取引を行う」ための金融商品取引法など、さまざまな法の順守を徹底するための取り組みを行っています。

その一環として、例えば広告作品などのクリエイティブ表現に大きく関与する「知的財産権」すなわち商標権、意匠権、著作権、パブリシティ権などについては、①継続的な教育・研修による社員の知識と意識の向上 ②法務関連小冊子やハンドブック類やイントラによる情報発信 ③法令関連や広告表現についての専門部署による相談対応に取り組んでいます。今後も知的財産権を守り、法令を順守する環境を整備して「法規範の要」の実践を進めていきます。

税務行動原則

電通グループでは「グループ税務行動原則と行動規範」を定めており、電通グループの事業戦略、事業活動、企業価値および社会的責任との整合性を保ち、かつ、適切な税務ポジションをとることにより当社グループの価値を維持・向上しつつ、適切な時期に、適切な場所で、適切な金額で納税を行っています。

グループ税務行動原則と行動規範 ⇒ <http://www.dentsu.co.jp/csr/compliance/respectforlaws.html>

環境保全

電通グループの取組み

電通は環境問題をCSRの重要課題のひとつと捉え、環境マネジメントシステム「電通エコ・プログラム」を立ち上げ、全社で環境保全の取組みを進めています。その取組みが評価され、環境省から「エコ・ファースト企業」に認定されています。今後も、環境省をはじめ、各ステークホルダーとの協働や環境コミュニケーションの実施などを通じて環境保全活動を推進し、サステナブルな社会の実現に寄与します。

環境方針

電通グループは、企業理念である「Good Innovation.」を社員一人ひとりが強く認識し、電通グループ行動憲章に基づき、業務過程で発生する環境負荷の低減を目指し、持続可能な社会の実現に寄与します。

- 持続可能な社会の実現のため、事業活動による環境への影響を正しく評価し、環境負荷の低減に努めます。
- 環境に配慮した事業活動の開発・提案に努め、環境問題の改善に寄与します。
- 環境コンプライアンスの徹底とともに、環境目標および成果をより明確に図る環境パフォーマンスの向上に向けて、継続的な改善に努めます。

〈環境保護〉

- 汚染の予防、気候変動の緩和、生物多様性および生態系の保全に積極的に努めます。

〈環境コミュニケーション〉

- 次世代の環境教育や、取引先および社員の環境意識の啓発へ向けた環境コミュニケーションに積極的に取り組みます。

環境活動推進体制およびマネジメントシステム

電通は、環境管理責任者を設置して、グループ全体の環境への取組みを進めています。また、2005年1月に環境マネジメントシステム「電通グループエコ・プログラム」を導入し、同年5月にISO14001の認証を取得しました。2006年6月には電通グループで統合認証を取得し、2018年1月時点では、電通と電通グループ会社17社が継続しています。

環境意識啓発活動

電通では、社員の環境意識を高める施策として、環境スローガンやエコ大賞などの啓発活動を実施すると共に、東京商工会議所が主催する「eco検定(環境社会検定試験)」の受験・資格取得も積極的に支援しています。

エコ・ファーストの約束を宣言

当社は2017年11月、環境省が創設したエコ・ファースト制度^{*1}において認定^{*2}されたエコ・ファースト企業として、ステークホルダーと協働してサステナブルな社会の実現を目指すことを「エコ・ファーストの約束(更新書)」に反映し、環境大臣に宣言しました。今後も、社会課題の認知拡大や理解促進、環境負荷低減に貢献していきます。

エコ・ファースト制度について(環境省ホームページ) ⇒ <http://www.env.go.jp/guide/info/eco-first/index.html>

*1 地球温暖化対策などの環境保全に関する取組みについて、その企業が業界における環境先進企業であることを環境大臣が認定する制度。

*2 当社は2008年に認定



気候変動への対策

ガバナンス

グローバルな気候変動課題については、CSR委員会を中心に方針や重点項目に関して決定しています。重要課題については、CSR委員会で検討の上、グループ経営会議にも報告する体制を整えています。

戦略と対応

電通グループ環境方針に基づき、CSR委員会ではサステナビリティに対するパフォーマンス評価をして、CSR推進委員を通じて事業部門にもフィードバックしています。その過程においては、リスクと機会について中長期的視点で議論しています。「電通グループ中期CSR計画2020」では、環境保全を重要カテゴリーに掲げて2020年をターゲットとした環境負荷の低減に取り組んでいます。

リスクと機会

近年M&Aなどを通じて海外事業が拡大する中、環境負荷がグローバルに高まる可能性があります。そのためこれを新たなリスクとして認識し、電通イージス・ネットワーク(DAN)とともに環境負荷低減に向けた施策を展開しています。

SBTを通じたCO₂削減への取り組み

電通グループでは脱炭素社会の実現に向けて、「パリ協定」で合意された「2℃目標*」を達成するために、科学的根拠に基づいた温室効果ガスの排出削減目標「Science Based Targets (SBT)」を設定しました。電通グループはこの目標の中で、スコープ1、2のCO₂排出量を2030年までに2014年比24%削減、スコープ3(出張)の従業員一人あたりのCO₂排出量を2050年までに2015年比25%削減することを掲げました。2017年8月、この数値目標が科学的な根拠のもとに設定された意義のある水準であると認められ、地球温暖化防止への国際的イニシアチブ「Science Based Target Initiative」の認証を取得しました。

今後、CO₂削減へのさらなる取り組みを通じて、気候変動問題の解決に寄与していきます。

* COP21で採択された地球温暖化対策の枠組として、世界の平均気温上昇を産業革命前と比較して2℃未満に抑え、今世紀中に全世界で温室効果ガスの排出量を実質的にゼロにする必要があることが合意された。



データサマリー

人事データ(記載がない場合は電通単体データ)

従業員数

	2014年3月	2015年3月	2015年12月	2016年12月	2017年12月
連結	39,427	43,583	47,324	55,843	60,064
単体	7,425	7,348	7,261	6,799	6,927

管理職に占める女性割合

(単位：%)

	2015	2016	2017
合計	7.5	7.8	8.0

(注) 出向者含み出向受入含まず

新卒社員採用人数

	2014年4月	2015年4月	2016年4月	2017年4月	2018年4月
合計	135	132	144	145	145
男性	91	92	88	82	84
女性	44	40	56	63	61
女性比率	32.6%	30.3%	38.9%	43.4%	42.0%

ワークライフバランス

年次有給休暇の平均取得日数および取得率

	2013年度	2014年度	2015年度*	2016年度	2017年度
合計	10.3	10.8	8.4	11.2	12.8
男性	9.2	9.6	7.5	10.2	12.1
女性	13.1	13.8	10.6	13.9	14.5
取得率	51.5%	54.0%	42.0%	56.0%	64.0%

時間単位年休の取得状況 ※年次有給休暇の一部として取得可能

	2013年度	2014年度	2015年度*	2016年度	2017年度
延べ取得時間数	45,005	49,712	38,275	47,138	49,459
延べ取得者数(人)	17,111	14,568	14,308	18,217	19,401
取得者1回 当たり時間数	2.6	3.4	2.7	2.6	2.5

従業員構成(2017年12月末)

	男性	女性	合計
執行役員ほか	43	2	45
マネジメント職	1,531	136	1,667
非マネジメント職	2,575	1,028	3,603
契約社員	269	288	557
事務スタッフ	1	532	533
パートナー・シニア社員	117	43	160
嘱託ほか	32	24	56
出向受入	211	95	306
合計	4,779	2,148	6,927

(注) 1. 「執行役員ほか」は相談役、顧問、執行役員(取締役・監査役を除く)、
「嘱託ほか」は常勤嘱託、非常勤嘱託、海外支社従業員を指す。
2. 出向者を除く。

新卒社員+中間採用人数

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
合計	169	167	152	176	244
男性	114	120	108	115	158
女性	55	47	44	61	86
女性比率	32.5%	28.1%	28.9%	34.7%	35.2%

育児休業取得者数および復職率

	2013年度	2014年度	2015年度*	2016年度	2017年度
合計	51	60	81	81	106
男性	11	10	15	31	47
女性	40	50	66	50	59
復職率	96.1%	100%	100%	100%	100%

(注) 2014年度に過去の取得者数を把握し直し、復職率と合わせて数値の見直しを実施しました。

総労働時間経年推移(非マネジメント職1人あたり)

	2013年度	2014年度	2015年度*	2016年度	2017年度
男女計	2,265	2,252	2,187	2,166	2,031

(注) 1. 出向者を除く。
2. 労働時間管理の変更に伴い、2017年度より実労働時間の数値に見直しを実施
3. 2017年度よりマネジメント職含む。

*集計範囲：2015年4月～2015年12月の9カ月分

多様な人材の活用

障がい者雇用率

(単位：%)

	2014年6月	2015年6月	2016年6月	2017年6月	2018年6月
男女計	1.79	2.01	2.04	2.07	2.14

社会貢献活動

コミュニティ投資額

(単位：ポンド)

	現金寄付	従業員労働	現物供与	マネジメントコスト	合計
DAN (海外グループ)	689,463	2,188,574	8,632,475	432,090	11,942,602

社員意識調査

会社や仕事に関する調査

(単位：%)

	2014年1月	2015年1月	2016年1月	2017年1月	2018年1月
Q. 電通でしか得られない経験や知識がある	94.0	95.1	94.4	93.2	92.3
Q. 電通で働いていることを誇りに思う	87.3	88.1	86.8	80.2	78.4
Q. 今後も電通で働き続けたいと思う	78.9	78.5	75.6	73.5	72.1

環境パフォーマンスデータ

	2015年度	2016年度	2017年度
CO ₂ 排出量(トン)	109,840	124,698	113,134
電通(単体)	29,188	30,886	28,991
国内グループ	19,360	18,584	16,443
DAN(海外グループ)	61,292	75,229	67,700
原単位(トン/FTE)	2.49	2.42	2.11
スコープ1(トン)	4,482	5,170	5,611
電通(単体)	577	594	452
国内グループ	310	409	417
DAN(海外グループ)	3,595	4,166	4,742
スコープ2(マーケットベース)(トン)	53,836	55,126	48,573
電通(単体)	20,938	21,867	20,287
国内グループ	11,432	10,496	8,258
DAN(海外グループ)	21,466	22,762	20,028
スコープ3(トン)	51,523	64,403	58,949
1.紙・事務用品の購入	4,844	3,066	2,396
5.廃棄物	884	933	1,110
6.従業員の出張	42,460	57,372	52,603
7.従業員の通勤	3,334	3,030	2,841

算出範囲・方法

- 電通グループの海外および国内の一部会社等を対象範囲から除く
- CO₂排出量はWRI(World Resources Institute)「GHGプロトコル」の算出基準に基づく
- CO₂排出量のうちスコープ3はカテゴリー 1、5、6、7について算出