

第三者意見



古谷 由紀子 (ふるや ゆきこ) 様
サステナビリティ消費者会議代表
(公社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
常任顧問

中央大学法学部卒業。2004年から2012年まで(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会理事、2012年から現職。持続可能な社会に向けての取り組みを進めるために、消費者問題の専門家を中心に、2013年にサステナビリティ消費者会議(CCFC)を設立。消費者庁の消費者教育推進会議委員として、消費者教育に関わり、また、企業の消費者志向やCSRなどに関わる活動や研究を行っている。

博報堂DYグループのCSRの考え方は「社会に新しい幸せを生み、つなげ、広げていくこと」であり、その取り組みは実に多様であり圧巻です。私たちの生活や社会にさまざまなプラスの影響を与えていると思われま

す。2016年発行レポートでは、2015年9月に国連サミットで採択された持続可能な開発目標(SDGs)を中心に社外の方々との連携や協働をもとにした活動を紹介しており、Advanced CSRもBasic CSRのいずれもSDGsとの関連が分かりやすく鮮明に打ち出されています。

しかし、これらは社会課題と関連した取り組みではあっても、おむね成果(物)を知らせるというスタンスになっており、現在の日本あるいは国際的な社会課題に対して、広告会社の社会的責任としての関わりは必ずしも明らかではありません。Advanced CSRのプロセスにおいて、関係企業のCSRの取り組みもあわせて、どこにどのような課題があるのか、それらの解決にどう影響を及ぼしてきたのか、及ぼせなかったのか、現在できていない問題があるとしたら、今後どのように対処しようとしているのか、などを知りたいと思います。たとえば、P13に『『ビッグイシュー』販売者のユニフォームのデザイン』に関する記載がありますが、その背景にある格差等の社会課題は明確ではなく、博報堂DYグループがその課題の解決にどのように寄与しようとしているのか、その結果はどうか、今後これらの課題にどう取り組むのかなどが分かると、さまざまなステークホルダーに社会課題の現状と博報堂DYグループの取り組みが明確になり、ステークホルダーがともに課題解決に関わる契機ともなります。

本業を通して社会課題を発見し、その解決にしっかりリンクしていくことが重要であり、そのことによって、本来博報堂DYグループが力を入れていくべき課題が見えてくると思われま

す。広告等の本業が時には社会にマイナス影響を及ぼすこともありますが、それらについてはほとんど記載がありません。本業の負のインパクトの課題も明確にして取り組むことを期待します。これらについては、2015年発行レポートの第三者意見にもあるように、マテリアリティの特定やソーシャルインパクト評価、さらにはKPIによるPDCAの実践が重要になりますが、すでに検討されているとのことですので、体制の見直しや経営戦略等の中で深化していくことを望みます。



博報堂DYホールディングス
代表取締役副社長
沢田 邦彦

第三者意見を受けて

古谷様には博報堂DYグループのCSRへの貴重なご意見を頂戴し、感謝申し上げます。

2014年8月、当社グループとして初めてのCSRレポートを刊行し、社外のみならずグループ内の多数の社員にも配布いたしました。グループ社員から「是非自分たちの活動も取り上げてほしい」という声が多数寄せられ、2015年発行レポートでは、紹介する事例の数を増やしました。それにより、グループ内でのCSR活動への意識が高まり、取り組みもいっそう拡大してきたと思います。2016年発行レポートでは、グループ社員が取り組む一つひとつの活動にあらためて光をあて、SDGsの17目標のアイコンを付記して活動をご紹介します。

古谷様には、当社グループが社会課題に取り組んでいくにあたっての、示唆に富んだご意見、ご指摘をいただきました。ご意見を真摯に受け止め、検討を進め、今後の活動に着実に活かしていきたいと考えております。また、ご指摘いただきましたように、2015年発行レポートの第三者意見にもある「マテリアリティ」の特定や「ソーシャルインパクト評価」は重要な課題と捉えております。当社グループのCSRの特徴をふまえながら、ステークホルダーの皆様にもご理解いただきやすいような、指標設定や評価への試みを始めております。

最後になりましたが、本レポートをお手に取ってくださったステークホルダーの皆様からのご意見、ご感想をお待ちしております。