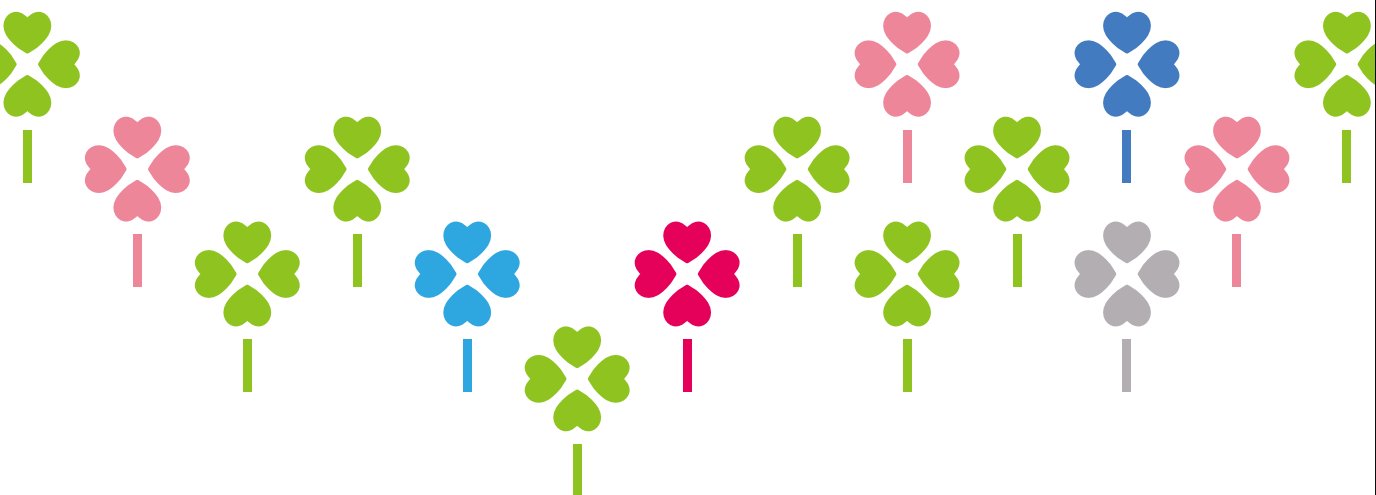


# 博報堂DYグループの サステナビリティ

生活者、社会の刻々と変化する課題を解決し、新たな価値を提供していくことによって、生活者、社会の中に新しい幸せを生み、幸せをつなげ、ともに広げていくこと。これが博報堂DYグループのサステナビリティについての基本的な考え方です。

P30	経営理念／「生活者発想」と「パートナー主義」
P31	博報堂DYグループのESG (マテリアリティ特定／SDGs／ガバナンス・環境／雇用・人材育成)
P36	ステークホルダーからの声
P37	グループ概要



## 経営理念

博報堂DYグループは、以下の7つの経営理念を掲げ、ビジネスを実践することにより、ステークホルダーの皆様、さらには社会の発展に貢献してまいりたいと考えています。

1. 顧客に対して、常に最善のサービスを提供し、ビジネス価値の向上に貢献する。
2. メディアの革新と向き合い、メディア価値の向上に貢献する。
3. 世界的にネットワークを展開し、サービス網の充実をはかる。
4. 生活者から発想することで、人々の次世代の豊かさを創造し、社会の発展に寄与する。
5. 自由と自律を尊重し、多様な個性とチーム力を価値創造の源泉とする。
6. 自立と連携の精神で、新しい挑戦を続け、世界一級のマーケティングサービス企業集団を目指す。
7. 企業価値の継続的な向上をはかり、株主からの信頼と期待に応える。

## 「生活者発想」と「パートナー主義」

2003年に設立以来、私たちは基本的なグループポリシーとして、「生活者発想」と「パートナー主義」の2つを掲げています。

「生活者発想」とは、当社グループの発想の原点です。

人々を単に「消費者」として捉えるのではなく、多様化した社会の中で主体性を持って生きる「生活者」として全方位的に捉え、深く洞察することから、新しい価値を創造していこうという考え方です。

生活者を誰よりも深く知っているからこそ、クライアント、メディアと生活者、さらには社会との架け橋をつくれるのだと考えます。



Sei-katsu-sha Insight

「パートナー主義」とは、当社グループのビジネスの原点です。

常に生活者視点に立ち、クライアント・メディアのビジネスをともに見つめ、語り合い、行動することからソリューションを提供していこうという考え方です。パートナーとしてクライアント・メディアと長期的な関係を築き、継続性のある一貫したソリューションを提供していくことを常に目指しています。



Partnership

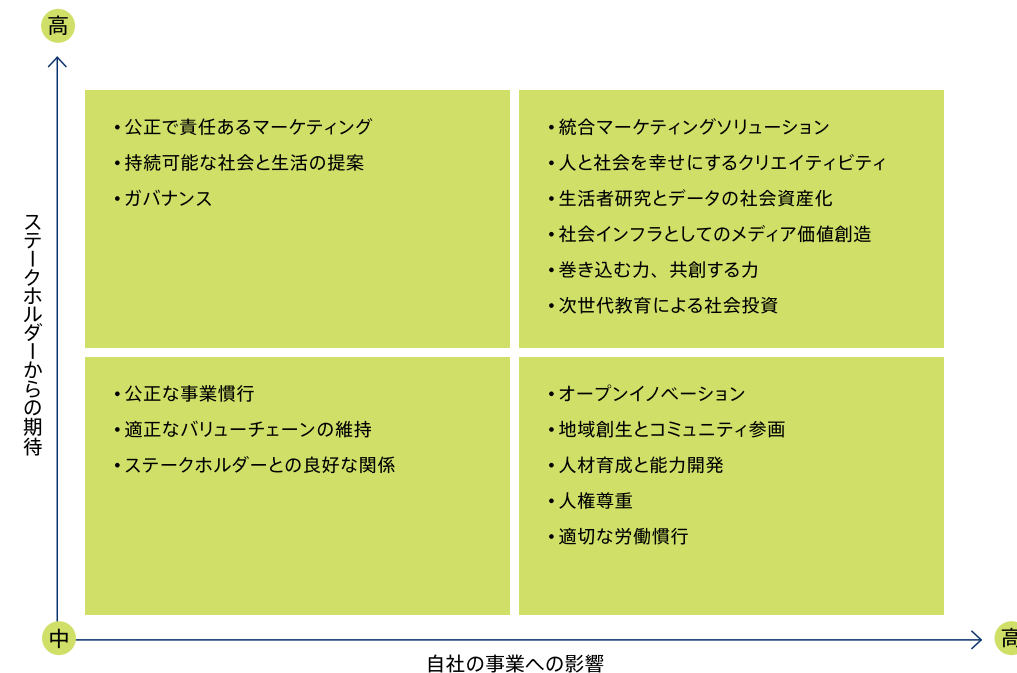
これからの時代、私たちはこのポリシーに新たなイノベーションを起こす時を迎えていると考えます。クライアントの間では、マーケティングソリューション全領域においてビジネス価値の向上を共に目指すパートナーとして。メディアやコンテンツホルダーの間では、多様化するメディアやコンテンツの価値向上を共に目指すパートナーとして。私たちは生活者発想とパートナー主義のイノベーションを通して、質の高いワンランク上のサービスを提供してまいります。

## マテリアリティ特定への取り組み

現在、当社グループでは、自社の企業価値と社会の両面に影響を及ぼしうる重要な課題(マテリアリティ)の特定に取り組んでいます。その第一ステップとして、中核事業会社ごとに、まずCSRの観点で検討を重ね、以下のプロセスでマテリアリティ特定を進めています。

### 〈中核事業会社におけるマテリアリティ特定のプロセス〉

- 1 GRI<sup>\*</sup>、SASB<sup>\*</sup>などの報告ガイドライン、国連グローバル・コンパクトの10原則、ISO26000などのグローバル指標をベースに課題を洗い出すと同時に、SDGs達成に向けて、現在向き合っている課題や貢献可能性のある社会課題をテーマに社内でグループディスカッションを行い、重要度が高い要素を抽出。
- 2 多様なステークホルダーの視点と、あらゆる領域のビジネスに携わる社員の視点を考慮に入れて、事業会社が取り組むべきサステナビリティ課題「26項目」を設定。自社およびステークホルダーにとって、より重要度の高い項目を選定し、マテリアリティ・マトリックスを暫定的に作成(下図は中以上を表示)。
- 3 中核事業会社の経営層を加え、経営戦略や事業戦略への反映および決定した方向性に基づく具体的な施策の実施を含め、取り組むべき課題の優先順位付けを行い、マテリアリティの特定を進めています。



<sup>\*</sup>GRI: Global Reporting Initiative  
<sup>\*</sup>SASB: Sustainability Accounting Standards Board

## SDGsと博報堂DYグループ

### SDGsの普及・啓発のためのクリエイティブボランティア

博報堂では、SDGsの普及・啓発を担う国際連合広報センターと協力し、2016年にSDGsの公式日本語版アイコンと公共広告映像を制作しています。すべてのセクターが使いやすいように、国連関係機関、国際協力NGO、JICA、外務省と協議を重ね、「みんなで使える、みんなのためのキャッチコピー」の開発を行いました。



### SDGs ビジネスセミナーの開催

2017年5月、当社グループ社員向けに、「SDGs ビジネスにおける基礎知識セミナー」を開催。SDGsが掲げる目標に対していかに貢献できるかという主旨のもと、約150人の社員が参加しました。本セミナーでは、国際連合広報センターの根本かおる所長にご講演いただき、社員がSDGsへの理解を深め、自らの業務とSDGsを結びつける貴重な機会となりました。



国際連合広報センター  
所長 根本 かおるさん

※P06-07も併せてご覧ください。

## ガバナンス・環境

### ガバナンス

当社グループは、持続的な成長と企業価値の継続的な向上の実現のため、生活者の豊かな未来の創造、経済の伸長、社会の発展に貢献することを目指しており、そのための重要な経営課題のひとつとして、コーポレートガバナンスを位置付けています。上場会社である博報堂DYホールディングスは2015年12月より「コーポレートガバナンス・ガイドライン」をホームページに公開しています。ガイドラインでは、当社のコーポレートガバナンスの考え方や概要とともに、「コーポレートガバナンス・コード」の各原則への対応状況を説明し、株主をはじめとする様々なステークホルダーへ説明責任を果たすことにも努めています。

### CDP\*による環境調査「CDP2017 気候変動質問書」への回答 (博報堂DYグループ)

気候変動に対する当社グループの活動について、2017年6月に初めて回答し、適切な情報開示を進めています。



※CDP: 企業に対して気候変動への戦略や温室効果ガスの排出量に関する情報公開を求める、機関投資家と連携した国際的NPO

### 環境マネジメントの推進 (博報堂)

博報堂では、2013年より全社で環境マネジメントを実施しています。主に「省エネを通じたCO<sub>2</sub>削減」「廃棄物の削減」「リサイクルの推進」をテーマに活動を進めています。また、環境認証ISO14001の取得は、博報堂およびグループ会社であるオズマピーアール、博報堂アイ・スタジオまで広がっています。

### 〈2016年度の主な目標と達成状況〉

項目	目標	実績
省エネを通じたCO <sub>2</sub> 削減	2009・2010年度 平均比5%の削減	2,381kl(原油換算エネルギー消費量) 基準比6.8%の削減
廃棄物の削減	2010年度比5%の削減	570トン 基準比4.4%の削減
リサイクルの推進	83%以上のリサイクル率	83.9%のリサイクル率

※対象: 博報堂東京本社

## 雇用・人材育成

当社グループでは、「自由と自律を尊重し、多様な個性とチーム力を価値創造の源泉とする」という経営理念を掲げています。当社グループが考える価値創造とは、生活者が自分らしく、いきいきと活躍できる社会の実現に向けて事業活動を通じて貢献することです。そうした価値創造のための源泉すなわち、最大の資産は当社グループの人材です。社員の新しい発案やイノベーションを具現化するための様々な取り組みが、会社としての業績および雇用の拡大につながっています。

### 働き方 (博報堂DYグループ)

2016年12月に博報堂および博報堂DYメディアパートナーズにおいて、「成長」「健康」「時間デザイン」を柱とする「新しい働き方」マニフェストを社員に向けて発表しました。これを受けて、2017年4月に「ワークスタイルデザイン局」を新設し、業務デザイン向上、および社員の健康増進に寄与する施策の立案・導入に取り組んでいます。大広および読売広告社では、社長を委員長とする委員会を設置し、2016年秋より次世代の働き方に向けての検討を始めています。

### 女性活躍推進 (博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ)

妊娠～出産～復職までの各ステップにおける、法定を上回る両立支援に関する諸制度を導入し、仕事と子育ての両立を支援しています。



### グループ横断のビジネスアイデア公募・育成プログラム「AD+VENTURE」 (博報堂DYグループ)

各グループ会社から広く新規ビジネスアイデアを募集、審査、育成し、事業化を図るプログラム。既存ビジネス領域にとどまらない新しい創造を通じて、グループ全体の活性化、および風土醸成を目的としています。2010年の開始以来、応募されたビジネス企画は651件、事業化された案件は延べ15件に上ります。

### 人材育成 (博報堂DYグループ)

社員が最大の資産であるという考え方にに基づき、博報堂および博報堂DYメディアパートナーズにおいては「企業内大学 HAKUHODO UNIV.」での研修プログラム、「多段階キャリア育成制度」、「FA制度」、「社内公募制度」、大広の「大広塾」、読売広告社の「読売動場」などを通じて、社員一人ひとりの個性、志向に沿ったキャリア構築・能力開発の機会を提供しています。

### 健康管理、福利厚生 (博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ)

4年連続で全社員が年1回の定期健康診断を受診。29歳以上の社員は提携医療機関にて年1回の人間ドックを受診することができます。「フリーバカンス制度」「ステップ休暇」「介護休暇」「介護サポート制度」をはじめ、社員が健康に働き続けることのできる制度整備を進めています。

## 博報堂DYグループの特例子会社【博報堂DYアイ・オー】

多様な人材の一人ひとりが能力を存分に発揮して「日本一働きがいのある特例子会社」を目指す

1989年の設立当時14人(障がい者7人)だった社員数は、2017年6月現在で156人(障がい者83人)を数えるまでに成長しました。

INPUT・OUTPUTの頭文字を示す社名にあるように、入力・出力・確認の作業を業務のベースとするアイ・オーは、シェアド・サービス会社<sup>※</sup>として、当社グループ各社の帳票類のチェックやデータ入力業務を行い、間接業務を一手に受託することで成長を続けてきました。グループ内の効率化やコスト削減にも大きく貢献しています。

障がい者も健常者も、人事規定・報酬体系・評価制度は同じ基準が採用され、障がい者を雇用するために仕事を特別につくるようなことはせず、もともと当社グループにある仕事に従事しています。そのため、社員が意見を言いやすい環境づくりを心がけ、手話通訳や音声ソフトを用意したり、通路を拡張したり、自動ドアにするなど、合理的配慮の徹底を図っています。

さらに、配慮し合うことが働きやすさにつながるという考えのもと、ダイバシティ推進課を設置し、加えて、当社グループ各社に向けても合理的配慮提供相談窓口を開設。また、障がいのある学生を対象に、当社実際の業務を体験してもらいインターンシップ・プログラムも行っています。当社グループ(主要9社)の障がい者雇用率は、法定を上回る2.29%(2017年5月現在)に達しています。今後も、障がい者雇用のさらなる拡大に取り組んでいきます。

<sup>※</sup>シェアド・サービス会社として、博報堂DYアイ・オーのほか博報堂DYトータルサポートがあります。



2016年度の社員懇親会



右:博報堂DYアイ・オー 社長 園部 真志

## ステークホルダーからの声



国際連合広報センター  
所長 根本 かおるさん

### コミュニケーションの力で、SDGsを大きなうねりへ。

国際連合広報センターが普及・啓発を担うSDGs(エス・ディー・ジーズ/持続可能な開発目標)は、世界を持続可能なものとして次世代に引き継いでいくためのマスタープランであり、世界の共通言語です。今年で実施2年目を迎え、播いた種が少しずつ芽を出しています。その礎になるものとして、メッセージ性の強いキャッチコピーを付した公式日本語版アイコンを博報堂の皆さんと一緒に作りましたが、見るたびにとてもうれしく思います。

次の課題は、SDGsを、社会全体を巻き込んだ大きなうねりへと成長させていくこと。広報発信、ブランディング、マーケティングの分野でいろいろな業界を支えている博報堂DYグループにはぜひ、既存の活動のSDGsマッピングを超えた高みを目指した大胆な発想をもって、世界の未来のために力を貸してほしいのです。

SDGsは、この世界の一人ひとりのアクションから、みんなの幸せを生み出すための、具体的な行動目標です。幸せと一言で言っても、その実態には様々な形があります。「新しい幸せをつくろう!」というテーマに共感するとともに、博報堂DYグループの多様なソーシャルアクションが、世界に色とりどりの幸せを生み出していくことを期待します。



国連グローバル・コンパクト  
ボードメンバー  
グローバル・コンパクト・  
ネットワーク・ジャパン  
代表理事 有馬 利男さん

### 博報堂DYグループのアクションが、社会のイノベーションを誘発する。

博報堂DYグループのCSRにおいて、キーワードとなるのは「コミュニケーション」と、人材についての考え方「粒ぞろいより、粒違い」だと思います。これらがベースにあるからこそ、様々な性格の「ソーシャルアクション」が社員から自発的に生まれ、会社もそれを認めている。それは素晴らしいことで、これからも大事にしていくべきです。

そしてぜひ、博報堂DYグループが行っているソーシャルアクションを社会に向けて積極的に発信して欲しい。博報堂DYグループ自身のレピュテーション・アップやブランディングにつながることで間接的に本業を強くするだけにとどまらず、社会のイノベーションを誘発する効果も期待できるからです。

社会の課題に気づき、自分も何か行動を起こしたいというモチベーションを持っている人は多いでしょう。「ソーシャルアクション・ブック」は、プラットフォームとしてそういった人々に示唆を与え、最初の一步を踏み出させる力を持つと思います。「新しい幸せをつくろう!」という博報堂DYグループの姿勢に、私たちも大いに刺激を受けています。

## グループ概要

### Hakuhodo DY holdings

純粋持株会社 ・ 持株会社体制の優位性 ・ グループ経営基盤強化 ・ シナジー効果の醸成

#### 広告事業会社

3つの異なる広告事業会社がそれぞれの「個性」と「強み」を活かし、  
広告主に対応



博報堂は1895年に創業し、「生活者発想」と「パートナー主義」という変わることのないフィロソフィーのもとで、日々革新を続けています。高いクリエイティビティを持つプロフェッショナルがチームを編成し、広告領域のみならず、経営・事業から社会 이슈まで、あらゆる領域においてクライアントのみならずの課題解決をお手伝いしています。マーケティング環境の変化を先取りし、統合マーケティング・マネジメント力でクライアントの事業価値を向上させる世界一級のマーケティング・カンパニーを目指してまいります。



「優れたアイデアだけが、最強のコミュニケーションを可能にする…」大広のフィロソフィー「Ideas win」は、ここから生まれました。クライアントのマーケティング課題の解決をはじめ、戦略的なソリューション力と卓越したアイデアで、より効果的・効率的なコミュニケーションを創出することを目指し、提供していきます。大広は、ブランドの開発・育成から、販売促進、顧客管理に至るまで、クライアントの「マーケティング・ソリューション・パートナー」としての役割を果たしてまいります。



1929年創業の読売広告社は、住生活領域における長年の経験からくるノウハウやスキルを強みとし、さらにはアニメーション番組やイベント事業等のエンタテインメント領域においても、ビジネス開発を得意としています。これらの強みをベースに「プロモーション・コンサルティング」発想(生活者発想に基づいたプロモーションアイデアを核にクライアントのビジネスを成功に導くことを第一義にソリューションを構築する考え方)でクライアントの成功へのパートナーとなるべく、強みの深化・拡張、さらなる独自性の追求を推し進めていきます。

#### 総合メディア事業会社

総合メディア事業会社として、媒体社、コンテンツホルダーとの  
パートナーシップを強化



博報堂DYメディアパートナーズは、博報堂、大広、読売広告社の3広告会社のメディア機能を統合して設立された「総合メディア事業会社」です。博報堂DYグループのメディアビジネス、コンテンツビジネスを担い、同領域におけるプランニング、プロデュース、バイイング、トラフィック、ナレッジを主要な機能として駆使し、3つの広告事業会社と連携して、広告主、媒体社、コンテンツホルダーに対し、最適な課題解決力を提供します。「生活者」を读者・視聴者・観客として捉え、消費者・顧客へとつなげていく新しいメディア価値の創造。このようにメディアを広義に捉え、「メディア効果をデザインする」ことが私たちの目指すメディア・コンテンツビジネスです。

#### 戦略事業組織



広告手法にとらわれない各専門領域において唯一無二の  
クリエイティブ企業の集合体。各社の持つクリエイティビティを  
融合させ、経済と社会を推進

2014年5月に組成された博報堂DYホールディングスの戦略事業組織であり、博報堂DYグループ内での専門性と先進性を継続的に高めていくための組織です。kyuは戦略的に選別され、意図的に数を制限したパートナー企業で構成されたコレクティブです。コレクティブとしても、また個々の会社としても自らのクリエイティビティを駆使して経済や社会を変容させ、画期的な商品やサービスをつくり、ブランディングに再度意味を持たせ、より大きな社会ムーブメントの火付け役となることを目指します。

# Hakuhodo DY Group

## ソーシャルアクション・ブック 2017

2003年10月、「博報堂」「大広」「読売広告社」の経営統合により「博報堂DYホールディングス」が発足しました。同年12月、総合メディア事業会社である「博報堂DYメディアパートナーズ」を設立し、「博報堂DYグループ」が誕生しました。2014年5月には、当社グループ内での専門性と先進性を継続的に高めていくための戦略事業組織「kyu」を組成しました。同年に博報堂DYホールディングスに「博報堂DYグループCSR委員会」を設置し、当社グループとして初めてCSRレポートを発行。今年で4回目となります。

---

P01 トップメッセージ

---

P02 博報堂DYグループのソーシャルアクション

---

P29 博報堂DYグループのサステナビリティ

---

### 報告対象期間

2016年度(2016年4月1日～2017年3月31日)

※一部内容に2016年度以前、または以降の活動と見直しについても掲載しています。

### 報告対象範囲

博報堂DYホールディングス

博報堂および博報堂グループ

大広

読売広告社

博報堂DYメディアパートナーズおよび

博報堂DYメディアパートナーズグループ

### 参考にしたガイドライン

- GRI(Global Reporting Initiative)「サステナビリティ・レポートング・ガイドライン第4版」
- SASB(Sustainability Accounting Standards Board)
- 国連グローバル・コンパクトの10原則
- ISO26000「社会的責任に関する手引き」
- SDGs(Sustainable Development Goals)「持続可能な開発目標」

### 発行時期

2017年7月

### 次回発行予定

2018年7月

### 報告書内の記述について

- 本レポートにおいて、「博報堂DYホールディングス」は株式会社博報堂DYホールディングスを、「博報堂DYグループ」は株式会社博報堂DYホールディングスおよび中核事業会社および関係会社を示しています。
- 本レポートに掲載している人名や会社名などは、原則として敬称を略しています。
- 本レポートに掲載した内容は、過去と現在の事実だけではなく、発行時点における計画や将来の見直しを含んでいます。これらは記述した時点で把握している情報に基づく仮定や判断を含むものであり、将来の活動内容や結果が掲載内容と異なる可能性があることをご承知おきください。

---

発行：博報堂DYグループCSR委員会

企画・制作(表紙～P21、P29)：滝川 修志・清水 千春・豊田 丈典

編集：エッジ・インターナショナル

お問い合わせ先：博報堂DYホールディングス グループ広報・IR室 CSRグループ

Tel:03-6441-9062

