

P36 経営理念／「生活者発想」と「パートナー主義」

P37 サステナビリティの考え方

P38 サステナビリティ推進体制とマテリアリティへの取り組み

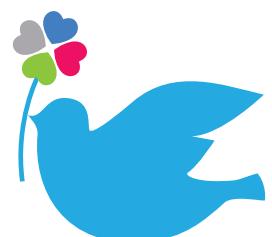
P39 SDGsと博報堂DYグループ

P40 ~41 環境／雇用・コンプライアンス

P42 人材育成

P43 ステークホルダーからの声

P44 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くという考え方です。

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。

「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共に見つめ、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くという考え方です。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。

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たと考えます。

クライアントとの間では、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との間では、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。



サステナビリティの考え方

博報堂DYグループのCSRの基本理念は、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、生活者と社会の新しい幸せを生み、つなげ、ともに広げていくことです。「Advanced CSR」と「Basic CSR」の2つの活動によって博報堂DYグループのCSRは構成されています。

Advanced CSR

博報堂DYグループならではの積極的なアクションです。

「自分の仕事は社会的責任を果たせているか?」「もっと社会のためにできることはないか?」社員一人ひとりが、普段取り組んでいる仕事や、自分が持っているナレッジやスキルを見つめ直すことから生まれます。

Basic CSR

ISO14001、ISO/IEC27001、JIS Q27001^{*1}などの国際規格や法令、CDP^{*2}などへの情報開示、「博報堂DYグループ行動規範および遵守事項」など、企業として果たすべきすべての義務を誠実に果たしてまいります。

*1 環境マネジメントシステムおよび情報セキュリティマネジメントシステム

*2 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

なお、当社グループは、国連グローバル・コンパクトの署名企業として10原則を支持し、年次活動報告を行っています。また、国際規格であるISO26000の7つの中核主題およびSDGsの17目標へ対応するとともに、社会課題解決に向けて取り組んでいます。

博報堂DYグループのソーシャルアクション

生活者と社会の幸せの実現に向けて、日々の仕事を通し、社員一人ひとりが「クリエイティビティ」「伝える力」「一人ひとりの個性」を主体的に発揮しながら、多様なソーシャルアクションに取り組んでいます。当社グループでは、社会課題に対して、本業である日々の仕事でお取引先の皆さまと取り組むとともに、一人の生活者として社員が自発的に取り組むことを、グループとして積極的に推奨しています。テーマや領域は年々広がり、毎年新しい活動が生まれています。本レポートでは、SDGsの17目標に対する活動をダイジェストで掲載していますが、紹介できなかった当社グループのソーシャルアクションおよびCSR情報の詳細については博報堂DYホールディングスのホームページ「CSR」にてご覧いただけます。

サステナビリティ推進体制とマテリアリティへの取り組み

サステナビリティ推進体制

CSR委員会

博報堂DYホールディングス代表取締役を委員長とし、取締役から構成する「博報堂DYグループCSR委員会」を設置しています。本委員会では、当社グループにふさわしいCSRに関する基本方針、テーマおよび施策案の検討・策定を行います。

CSR事務局

博報堂DYホールディングス グループ広報・IR室CSRグループが事務局となり、CSRテーマおよび施策案に関するマネジメント、モニタリングKPIの計測・管理、広報、プロデュースの各機能を担い、活動を推進しています。



マテリアリティ(重要課題)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。CSRの観点で2017年3月期に中核事業会社ごとに特定したマテリアリティをもとに、2018年3月期は、博報堂において各事業領域の責任者によるワークショップ、ボードメンバーによるディスカッションを行い、経営・事業活動の視点も加えてマテリアリティを見直しました。



SDGsと博報堂DYグループ

SDGsセミナーの開催(博報堂DYグループ)

延べ540名の社員が参加

2017年5月に「SDGsビジネスにおける基礎知識セミナー」、2018年2月に「SDGs達成のために当社グループだからできること」をテーマとした社内セミナーを開催しました。国際連合広報センター所長の根本かおるさん、キャスターの国谷裕子さんにご講演いただき、社員一人ひとりが自らの業務とSDGsを結びつけ、SDGsに当社グループとしてどう向き合うのかを考える機会となりました。



企業のSDGsを組み入れた経営・事業推進をサポート(博報堂)

「SDGsコーポレートプログラム」

企業のSDGsを組み入れた経営・事業推進をサポートする「SDGsコーポレートプログラム」を2017年10月より提供し、統合報告書の作成、IR・CSR支援、インナー・組織開発やコミュニケーション開発などを行っています。グループ全体のナレッジを活用し、博報堂がメンバーに参画する「OPEN 2030 PROJECT*」や、SDGsを推進する教育機関・NGO・行政とも連携し、企業のSDGsへの取り組みを推進しています。

*慶應義塾大学の蟹江憲史教授を実行委員長に組織された、SDGsをテーマに未来の社会を洞察し、企業の変革とイノベーションを促す事業開発プロジェクト。

「国際協力NGOセンター(JANIC)」のコミュニケーション支援(博報堂)

「国際協力NGOセンター(JANIC)」は、世界の社会課題解決の促進をめざし1987年に設立されたネットワーク型NGOです。博報堂は2013年はじめた「ニュースリリースの書き方」セミナーをきっかけに、NGO活動が生活者に広く理解されることをめざす「認知向上プロジェクト」にJANICと共同で取り組んできました。2017年度は、NGOセクターがSDGs実現に貢献していくためのコミュニケーション戦略のサポート、ロゴ・スローガン・ステートメントのリニューアルに加え、職場や店舗などで使えるSDGs啓発ポスター「ひとこと多い張り紙」を制作しました。この張り紙は、生活の中でよく見かける「張り紙」に使われている言葉を用いることにより、SDGsの17目標とその課題を身近に感じていただくことを目的としています。



環境

外部評価(博報堂DYグループ)

CDP*による環境調査「CDP2017 気候変動質問書」へ2017年6月に初めて回答し、スコア「B」の評価を受けました。今後とも適切な情報開示を進めてまいります。

*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CO₂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を取得し、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・スタジオまで広げています。

2018年3月期の主な目標と達成状況

項目	目標	実績
省エネを通じたCO ₂ 削減	2010・2011年3月期平均比5%の削減	2,399kWh(原油換算エネルギー消費量) 基準比6.1%の削減
廃棄物の削減	2011年3月期比5%の削減	576トン 基準比3.5%の削減
リサイクルの推進	83%以上のリサイクル率	83.7%のリサイクル率

※対象:博報堂東京本社

雇用・コンプライアンス

コンプライアンス(博報堂DYグループ)

「博報堂DYグループ行動規範および遵守事項」の規定に基づき、企業および社員一人ひとりに求められる基本的な責任を確実に果たしていきます。

博報堂DYグループ行動規範の研修受講率／コンプライアンス研修受講率／法務研修受講率
すべて100%

ワークライフバランス

妊娠・育児・介護など、社員一人ひとりがライフステージに応じたより柔軟な働き方を選択できるよう、ワークライフバランス実現のための環境整備を進めています。

- 博報堂および博報堂DYメディアパートナーズでは、妊娠期～出産～復職までの各ステップにおける、両立支援に関する法定を上回る諸制度を導入し、仕事と子育ての両立を支援しています。

2018年3月期の育児休暇取得者数および復職率
(博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ)
育休を取得した社員 74人(そのうち、2018年3月内に復職した社員の割合 39%)



健康経営に向けて(博報堂DYグループ)

当社グループでは、「生活者と社会に新たな価値を創造し続けること」に社員一人ひとりが挑戦しています。それは社員の成長と健康があつてはじめて実現するという考え方のもと、社員がいきいきと活躍できる環境づくりを推進しています。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、2017年4月に「ワークスタイルデザイン局」を発足し、時代と仕事の変化に対応した「新しい働き方」の実現に向けて活動しています。大広では、2016年秋に社長を委員長とする「長時間労働対策委員会」を設置し、時間外労働の削減に取り組むとともに、月2回の「ノー残業デー」を実施しています。読売広告社では、多様な個性の尊重と成長に向けて2017年6月に設置した、社長を委員長とする「働き方改革委員会」のもとに、時間外労働の削減と健康を第一に置いた働き方を推進する「働き方改革推進部」を2018年4月に新設しました。

TOPICS

「新しい働き方」への取り組み(博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ)

「ワークスタイルデザイン局」は、「時間デザイン」のための「働きやすさ」改革と、「健康第一」施策の2つを推進する機能を持っています。単なる労働時間の削減にとどまらず、社員の「成長」と「健康」を支え、社会から求められる価値を創り出す「新しい働き方」を実現するための施策を、各部門と連携しながら計画・実行しています。

①「働きやすさ」改革

いきいきと、楽しく働くためには、「作業時間」「待ち時間」をできるだけ減らし、提案・チャレンジのための「創造的な時間」を十分に取ることが必要です。パソコン上の単純作業をロボットプログラムで代替するRPA(Robotic Process Automation)の整備や新しいビジネスインテリジェントツールの導入による作業の効率化、サテライトオフィスやシェアオフィスの拡充、モバイルPCやスマートフォンの配布など、テレワークの充実による柔軟な働き方を実現しています。また、勤務時間を日々管理し、タイムマネジメント意識を持つことを目的とした「勤怠システム」の導入や、企画書作成に便利なツールを集めた「企画書作成支援ツール」なども提供しています。

②「健康第一」施策

社員一人ひとりが充実した会社生活を送る上で土台となる、健康に関する取り組みを充実させています。

健康診断受診率 5年連続100%
(博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ)

人間ドック対象者(29才以上)の受診率 (博報堂健康保険組合が実施)
81.9% (博報堂)
85.1% (博報堂DYメディアパートナーズ)

- 本社には、診療所(一般内科、歯科)と、健康に関する相談を受け付ける「健康サポートセンター」を設け、健診、健康相談などに対応しています。健康診断による高リスク者に対しては、産業医面談の実施など事後のフォローオン体制を整えています。
- 博報堂健康保険組合では、生活習慣病予防のためのオンラインサービスや健康指導などを実施しています。

③新しい働き方による広告ビジネスガイドライン*

博報堂は、2018年3月に広告関係4団体より発表された「広告制作取引『受発注』ガイドライン」にて約束された「新しい働き方に向けた、広告業務受発注時の新ルール(平成30年ルール)」の精神を尊重し遵守しています。これに準じ、広告制作のみならずすべての広告業務についてのガイドラインを策定し、2018年5月より、運用を開始しました。

*対象:博報堂

これら施策を実行した結果、2018年3月期は勤務時間の削減を実現しました。

勤務時間の削減(前年比)

	裁量労働	時間管理		裁量労働	時間管理
博報堂	97.2%	98.7%		博報堂DYメディアパートナーズ	99.9%

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。いつの時代においても社会の変化をいち早く捉え、大きな構想力を持って自ら変化をつくり、仕掛けていく存在になることをめざし、社員一人ひとりが「自ら成長する」という強い意志を持って新しい領域に挑戦してきました。成長を一時的なものではなく、持続的、未来永劫的なものにするためには、社員一人ひとりの成長設計を会社と社員が共有し、中長期のキャリア計画を実現するための仕組みをつくることが重要です。社員の成長を最大限引き出すための多様な機会を提供し、継続的でより高度な成長を促進することによって、会社全体の価値向上を実現していきます。

人材に関する主な指標例

人材育成のための教育投資額	社員1人当たりの年間平均研修時間	社員の目標管理、能力開発のための延べ面談時間	「1年前と比較して成長した」と回答した社員の割合 〈博報堂〉 〈博報堂DYメディアパートナーズ〉
約8.0億円 (社員1人当たり約19.2万円)	約22.9時間	約6,300時間	71.5% 71.1% (働く意識等に関する従業員調査Voicesにおいて)

※対象:博報堂および博報堂DYメディアパートナーズ

人材育成(スキル、キャリア、リーダーシップ)

博報堂および博報堂DYメディアパートナーズにおける「企業内大学HAKUHODO UNIV.」での研修プログラム、「成果」と「成長」を評価指標とする人事制度、中長期のキャリアを計画するプログラム、大広の社員一人ひとりのキャリアビジョン実現を支援する「大広創塾」、主体的な社員の成長をサポートする「成長活動ファンド」、読売広告社の社員のさまざまな分野・領域の知識や能力の向上を継続的に促進する「読広動場」などを通じて、社員一人ひとりの個性と自律性を尊重し、中長期的なキャリア構築・能力開発の機会を提供しています。

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)

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、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です。2010年開始以来、応募されたビジネス企画は737件、事業化された案件は延べ16件になります。

TOPICS

子どもたちと社員が楽しみながら学び合う、
対話・体験型のプログラム「H-CAMP」
(博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ／読売広告社)

延べ5,051人の子どもたちが参加



当社グループが最も大切にしているクリエイティビティを、体験を通じて楽しみながら実感していただくことをめざし、2013年に博報堂でスタートした教育プログラムです。中高生が個人で参加できる「OPEN-CAMP」、学校単位で参加する「企業訪問-CAMP」、NPOや自治体などさまざまなステークホルダーと連携した「外部とのリレーションプログラム」の3つの取り組みを推進しています。これまでに延べ5,051人の子どもたちが参加、延べ224人の社員が関わり、次世代を担う子どもたちと刺激や発見に満ちた学び合いの場づくりを進めています。外部への社員の講師協力*では、143の教育機関で96人の社員が延べ648回の講義を実施し、延べ11,982人の学生が講義に参加しました。

*博報堂および博報堂DYメディアパートナーズの社員による2018年3月期の実績

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

やめよう、
プラスチック汚染

#やめようプラスチック汚染 #BeatPlasticPollution



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

SDGsと企業、生活者を結びつける役割を
これからも果たしていただきたい。

SDGsが示すゴールに向けて、どのように取り組むのか。その方法は一人ひとりに委ねられています。アイデアと行動力で、正解のない課題に取り組むことが大切です。博報堂DYグループでは、社員一人ひとりがリーダーシップを持って、パートナーを巻き込みながら、実際に行動を起こしているところが素晴らしいと思います。その活動は、既存の活動のSDGsマッピングを超え、高みをめざす発想にあふれ、気概が感じられます。

国際連合広報センターは、国際連合の日本における広報を主幹事業にしていますが、博報堂DYグループも広告を中心事業とし、色々な人たちを結びつけることを生業としています。その強みを活かして、SDGsに対して生活者に振り向いてもらえる仕掛けをつくり、SDGsと企業、生活者を結びつける役割を果たされることをこれからも期待しています。

2018年6月の世界環境デーおよび世界海洋デーでは、「Beat Plastic Pollution」をテーマに世界各国でイベントが開催されました。日本においては「やめよう、プラスチック汚染」の日本語ロゴとステートメントの開発を博報堂にご支援いただきました。さまざまなステークホルダーとのつながりの中で社会課題に取り組んでいる博報堂DYグループだからこそ、専門性を活かして非常にタイムリーに取り組んでいただけたと感じております。

SDGs Action Bookを読んだ方々の間に、SDGsに取り組む輪が大きく広がることを期待します。

SDGsの17目標それぞれに対して博報堂DYグループが実際に取り組んできたことをテーマとした本レポートは、とてもパワフルだと思います。それぞれのソーシャルアクションには、社員の温かい気持ちが注ぎ込まれています。

博報堂DYグループは、「SDGsに対して生活者に親しみを持っていただきたい」という志のもと、コミュニケーション発信力や社員一人ひとりのクリエイティビティを活かしてSDGsに取り組んでいると思います。今、日本各地では地方創生とSDGsが結びついて、取り組みは一層進んでいますが、このような国内の大きな潮流も見据えながら、博報堂DYグループは使命感を持って取り組んでいることを改めて感じました。レポートでは、活動紹介にとどまらず、SDGsの本質および各目標の狙いをわかりやすく説明しています。このレポートを読み、活動事例からアイデアのヒントを得て、新たな行動を起こす。このように、SDGsに取り組む人々の輪がさらに大きく広がっていく可能性を持っています。

今後、博報堂DYグループにとって、持続的なビジネスモデルを形成することや、企業の本流の仕事に持ち込んでいくことがあります大事になってくると思います。今の取り組みの次なる展望が重要です。SDGsをビジネスチャンスと捉え、博報堂DYグループのこれからアクションにより一層期待をしています。

グループ概要

Hakuhodo DY holdings

純粹持株会社・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・事業から社会イシューまで、あらゆる領域においてクライアントの皆様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し、提供してまいります。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、クライアントと生活者をつなぐ「ロイヤル顧客づくりのプロフェッショナル」としてアクティベーションデザイン®の知見を活かし、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



Hakuhodo DY media partners

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、同領域におけるブランディング、プロデュース、バイニング、トraith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」を読者・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コレクティブ。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、プ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。

みんなの新しい幸せをつくろう！

SDGs Action Book 2018

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。同時に博報堂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5回目となります。

当社グループは、SDGsの公式日本語版アイコンの開発へのご協力を契機に、国際連合広報センターをはじめ、関係省庁、自治体、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン、日本ユニセフ協会、国連開発計画(UNDP)、NPO、NGO等と連携し、SDGsに積極的に取り組んでいます。本レポートでは、世界の共通言語であるSDGsのそれぞれの目標に沿って、17件のソーシャルアクションをダイジェストでご紹介します。本レポートの編集にあたり、SDGsの17目標と169ターゲットを読み込み、本質の理解に努めるとともに、それぞれの目標とソーシャルアクションのつながりについては、各ページでご説明しています。

なお、SDGsの17目標は相互に関連しており、当社グループのソーシャルアクションも複数の目標・ターゲットへの貢献をめざしております。その複数の目標や本レポートでご紹介できなかった当社グループの多様なソーシャルアクションについては、博報堂DYホールディングスホームページの「ソーシャルアクション事例集」にてご覧いただけます。

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

P35 博報堂DYグループのサステナビリティ

報告対象期間

2017年度 (2017年4月1日～2018年3月31日)

※一部内容に2017年度以前、または以降の活動と見通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

- SDGs(Sustainable Development Goals)「持続可能な開発目標」
- GRI (Global Reporting Initiative) 「サステナビリティ・レポートинг・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」

発行時期

2018年7月

次回発行予定

2019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通しを含んでいます。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ください。

Hakuhodo DY Group

発行：博報堂DYグループCSR委員会

企画・制作（表紙～P34）：滝川 修志・清水 千春・豊田 丈典

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



Printed in Japan