# 人権への取り組み

当社グループでは、2022年にグループ人権方針を制定しました。2023年には重要分野として顕著な人権課題を特定して人権デュー・ディリジェンスガイドラインを策定し、グループの人権デュー・ディリジェンスを開始しました。グループ会社8社の従業員を対象に人権研修を実施し、うち6社については人権アセスメントを実施しました。

### 博報堂DYグループ人権方針

私たち、博報堂DYグループは、最大の資産であるクリエイティビティを発揮する
人財を通じて、生活者の想いがあふれ、いきいきと活躍できる
社会の実現を目指しています。
人権の尊重はグループの存立基盤であり、倫理的かつ持続可能なビジネスの根幹を
なすものとして推進しています。私たちは、人権を尊重する責任をよりいっそう
果たすべく、「国連ビジネスと人権に関する指導原則」が掲げる保護・尊重・救済の
フレームワークに依拠し、グループの人権方針を制定しました。

詳細 ▶ WEB 人権方針全文

## 推進体制

博報堂DYグループの取締役会は、本方針で規定する人権尊重の活動全般を持続的に監督する責務を持ちます。とりわけ顕著な人権課題への取り組みに関するモニタリング機能を果たしながら、人権侵害への直接的または間接的な関与を回避するため、合理的措置を講じます。サステナビリティ管轄部門である「サステナビリティ推進室」は、サステナビリティ担当取締役のもと、本方針の浸透および人権尊重全般に関する取り組みを推進します。

## 人権デュー・ディリジェンス

### 顕著な人権課題

| 人権課題 | | 人権への負の影響を受ける可能性のあるライツホルダー | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 従業員 | 調達先* | 生活者 |
| 表現・情報発信 | 制作プロセスにおける表現の制約 | 中 | 中 | — |
| | 表現および情報発信を起因とする差別など | — | — | 高 |
| | 個人情報の流出・プライバシーの侵害 | 低 | — | 高 |
| 労働 | 就業における差別やハラスメント | 高 | 高 | — |
| | 採用における差別 | 低 | 低 | — |
| | 過重労働・長時間労働／安全と健康 | 高 | 高 | — |
| | 強制労働 | 低 | 中 | — |
| | 児童労働 | 低 | 中 | — |
| 宗教 | 宗教の自由 | 中 | 中 | — |

* 主に協力機関

人権デュー・ディリジェンスの取り組み内容については次のページに記載

## 救済措置

人権侵害を受けた方が救済を受けられるよう全役職員から企業内通報・相談を受け付ける対応窓口を設置し、モニタリングや対応策の検討、およびグループコンプライアンス委員会への報告を行っています。

詳細 ▶ WEB 救済メカニズム（対応窓口）

## 人権デュー・ディリジェンスの取り組み

博報堂DYグループの従業員を対象に、人権および人権侵害リスクの理解促進を図り、日常業務の中で人権を尊重した行動を取ることを目的とした「人権研修」を実施しました。同研修は、独自に制作した動画コンテンツにより構成され、2024年3月期はグループ会社8社（博報堂、大広、読売広告社、Hakuhodo DY ONE（アイレップ、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム）、博報堂DYメディアパートナーズ、ソウルドアウト、博報堂プロダクツ）の正社員・契約社員を対象に実施しました。

**人権研修受講率**

対象：2024年3月期

| 博報堂 | 博報堂DYメディアパートナーズ | 大広 | 読売広告社 | DAC | アイレップ | ソウルドアウト | 博報堂プロダクツ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 84.2% | 87.4% | 89.1% | 86.9% | 85.3% | 95.1% | 91.3% | 99.7% |

Interview

My Aspirations

**動画制作に携わる自分たちが、“きちんと”自分ごと化することで「難しい」人権を「伝わる」動画で伝える**

人権研修動画制作チーム全員が、人権の大切さについて伝える側と理解が浅い受け手側の両方の視点を持ち、当たり前のようで難しい「“きちんと”伝わる動画をつくる」ということを、常に大事にして制作に臨みました。

博報堂プロダクツ
デジタルクリエイティブ事業本部
動画ビジネスプロデュース部 部長
**桐石 雄毅**

### 人権アセスメント

社内における人権教育の浸透度合いを測るとともに、対処すべき個別の人権課題を検出、評価するための従業員に向けたアンケート調査を博報堂、博報堂DYメディアパートナーズ、大広、読売広告社、アイレップ、博報堂プロダクツの6社で実施しました。

**アンケート回答率**

対象：2024年3月期

| 博報堂 | 博報堂DYメディアパートナーズ | 大広 | 読売広告社 | アイレップ | 博報堂プロダクツ |
|---|---|---|---|---|---|
| 65.3% | 73.8% | 88.7% | 67.2% | 77.7% | 69.8% |

### 人権アセスメント実施概要と結果

| | | |
|---|---|---|
| 実施プロセス | | • グループの顕著な人権課題として特定した9項目に基づき、調査内容を精査し、調査票を作成<br>• 国内主要6社*において、正社員･契約社員を対象に匿名アンケートを実施<br>• 博報堂DYホールディングスにおいてアンケート結果の集計･分析を行い、潜在的な人権リスクの有無を検証<br>• グループ各社にフィードバックを行い、各社においてリスク防止・低減施策等、具体的な対応の取り組みを検討 |
| 調査概要 | | • 調査方法：WEBアンケート<br>• 集計分析対象：2024年3月期人権アセスメントを実施した6社のうちアイレップを除く博報堂DYグループ内5社<br>• 回答率：アンケート画面送付者数7,998名、回答者数5,593名で回答率は69.9% |
| 人権アセスメント（アンケート）結果 | 全般 | 喫緊に対応しなければならない重大な人権リスクは発見されなかった。 |
| | 人権の基本的理解度について | 人権の基本的理解度については、各社9割を超えた。 |
| | 人権対応体制について | 通報窓口については、存在は理解しているものの利用方法や匿名性の担保への不安を感じている回答もあったため、継続的な人権研修に加えグループ内関係部門とも連携して社内での理解促進施策を行い理解浸透を図っていく。 |
| | 顕著な人権課題に関する顕在的なリスクについて | 「過重労働･長時間労働／安全と健康」や「就業における差別やハラスメント」で潜在的な人権リスクが一部で確認されたため、これまでの活動に加えてリスク防止・低減施策を計画し推進していく。 |
| 今後の計画 | | • グループ各社における人権研修、人権アセスメントの継続実施<br>• グループ各社のリスク防止・低減施策のモニタリング<br>• 人権アセスメント実施対象の拡大（国内子会社、海外子会社） |

* 博報堂、博報堂DYメディアパートナーズ、大広、読売広告社、アイレップ、博報堂プロダクツ