

屋外廣告 倫理憲章

2022年7月版



目次

- ❶ 経営陣による声明
- ❷ はじめに
- ❸ 本憲章の目的と適用範囲
 - 1.目的
 - 2.適用範囲
- ❹ 説明責任の原則
- ❺ 公表と適用
 - 1.経営陣による声明
 - 1.1.憲章の公表とコミットメント - 顧客
 - 1.2.憲章の公表とコミットメント - ジェーシードゥコーの従業員
 - 2. 公表方法
 - 2.1.地域での掲示またはそれに準ずる手続きに関する倫理委員会
 - 2.2.コンテンツの規制と倫理的管理



① | 経営陣による声明

ジェーシードゥコーは、全世界で約100万枚の広告パネルの設置とマーケティングを担当し、都市部において独自のポジションを築いています。公共空間での存在であることから、顧客、ライセンサー、広告主の期待に応えるため、広告掲示のデザイン、運用、保守から広告内容に至るまで、その品質について当社は特別な責任を負っています。

1964年にジャン＝クロード・ドゥコーによって設立されて以来、当社は品質とサービスを企業活動の中心に据えています。創業者の志を受け継ぎ、当社は倫理的で責任ある広告への強いコミットメントを行い、屋外広告のリーダー、責任あるコミュニケーションのパイオニアとなることを目指しています。当社は、事業を展開しているすべての地域において、現地の法律や規制を遵守しており、さらに、創業者の価値観を受け継いで「屋外広告倫理憲章」を制定し、屋外広告に関わるすべての法令を遵守しています。

本憲章は、グローバルに展開され、当社の企業価値に基づく明確な原則を定めています。

また、各地域での広告や適用のモニタリングの方法、各地域で必要とされる専門知識や説明責任など、実践的なガイダンスが盛り込まれています。



II | II.はじめに

ジェーシードゥコーは、世界有数の屋外広告会社として、地方自治体やその交通パートナーに、広告費を財源とした高品質の設備とサービスを提供しています。

ジェーシードゥコーは、ストリートファニチャーが有用かつ魅力的で、街の生活を向上させるよう、デザイン、設置、メンテナンスに気を配っています。地域社会に不可欠な存在である当社の広告サイトは、当社のパートナーやステークホルダーが移動中のオーディエンスとのコミュニケーションを可能にし、当社が事業を展開するあらゆる場所で経済的・社会的価値を創造しています。

広告で資金を調達してサービスを提供するというジャン＝クロード・ドゥコーの革新的なアイデアは、そのレベルの高さで世界的に評価されています。今日、ドゥコーが生み出した持続可能なビジネスモデルは、80カ国以上のすべての大陸で、地元の納税者に負担をかけることなく都市の生活を向上させ続けています。当社のメディアは、何千もの（人口1万人以上の）大都市、150以上の空港、地下鉄、バス、電車、路面電車など何百もの交通網を通じて、市民に届けられています。ストリートファニチャー、交通、屋外広告用看板の3つのビジネスエリアにおいて、品質、革新性、情熱というグループの価値観が、私たちの仕事の進め方を定義し続けています。

当社の広告ネットワークは、世界中の何億人もの人々に毎日見られており、比類のない規模と品質を誇るパブリック・プラットフォームを作り上げています。

私たちは、お客様やパートナーからの信頼を誇りにしています。私たちは、人と環境に貢献する好循環型開発モデルを共に構築していきます。

ジェーシードゥコーは、責任ある企業として、またこの分野における世界のリーダーとして、創業者の志を受け継ぎ、サービスと持続可能性を事業の中心に据え続けています。

ジェーシードゥコーは、その事業活動において、常に従業員、広告顧客、ステークホルダー、サプライヤーのコアバリューを尊重してきました。前記の人々は、優れた評判と、パートナーからの信頼を得るための鍵となります。当社は、世界中のさまざまな市場において、公的機関の規則・規制を遵守しています。また、社会におけるメディアの役割に関する当社のビジョンに沿って、さらに高い基準を適用しています。ジェーシードゥコーは、国連世界人権宣言（1948年12月10日採択）、国連子どもの権利条約（1989年11月20日採択）、欧州評議会人権および基本的自由の保護のための条約（1950年11月4日採択）、欧州連合（EU）基本権憲章（2000年12月7日採択）などの国際公約で示された普遍的な原則を尊重することに長年取り組んでいます。

これらの原則は以下の通りです。

- 表現の自由
- 貿易・産業の自由
- 人間の尊厳と人権の尊重
- 男女共同参画の尊重
- 人種差別、反ユダヤ主義および民族・文化・ジェンダー・性的指向・性自認・哲学的・宗教的信条に基づくあらゆる差別の否定。
- 児童と青少年の尊重
- 違法行為および人々の健康や安全を脅かすような暴力や扇動の拒絶
- 品位、誠実さ、真摯さの尊重

ジェーシードゥコー屋外広告倫理憲章は、グループの価値観とこれらの原則に従って、ネットワークで掲出される広告キャンペーンに対するグループの屋外広告に対する方針を正式に規定したものです。

大きな変化の時代にあって、倫理観と責任感の必要性はかつてないほど切実になっています。

各企業は、気候変動に対応するために、低炭素経済と持続可能な成長に向けて生産プロセスを変化させています。同時に、消費者はサービスや持続可能性を重視した体験に価値を見出すようになってきました。このような環境の変化が続く中、当社のメディアで商品やサービスの広告を責任を持って倫理的に提供することを保証するためには、屋外広告の責任がこれまで以上に不可欠となっています。

また、広告主やステークホルダーがメディアパートナーを選択する際、環境および持続可能性の基準はますます重要になってきています。ジェーシードゥコーの財務以外のパフォーマンスは、すでに世界レベルで認められており(CDP、MSCI、FTSE4Good)、当グループは、社会的責任を果たす企業、気候変動に対応する企業として十分に位置づけられています。

地域的にも世界的にも、当社のパートナーやお客様は、当社のストリートファニチャーに倫理的で責任ある広告を掲載することに大きな期待を寄せています。この視点は、当社の長年のビジョンと国連の持続可能な開発目標(SDGs)に完全に一致するものです。当社には、主要な広告パートナーとともに、環境負荷の観点からブランドが果たすべき役割について認識を高めてきた長い歴史があります。一例として、社内外の専門知識やブランドと地域社会の仲介役としての役割を活かし、地域やコミュニティにポジティブで持続可能な影響を与えることを目的とした共同イニシアチブ「ブランド・アーバニズム」の推進に取り組んでいます。

世界中のジェーシードゥコーのチームは、今後もますます持続可能な未来を目指して、より責任ある倫理的な広告の開発において主導的な役割を果たし、世界のメディアの力を強化することに尽力していきます。



III | 本憲章の目的と適用範囲

1. 目的

ジェーシードゥコー屋外広告倫理憲章は、私たちが広告媒体にコンテンツを表示することに同意する枠組みを定めたもので、ジェーシードゥコーとすべてのグループ会社に適用されます。

本憲章はジェーシードゥコーが作成し、国際商業会議所 (ICC) の「広告・マーケティングコミュニケーション規範」など数多くの既存の規範に基づき、国際広告自主規制協議会 (ICAS) の勧告、欧州広告基準連合 (EASA)、フランスの職業広告自主規制機構 (ARPP) などの地域規制当局の勧告に従っています。

2. 適用範囲

本憲章は、ジェーシードゥコー が事業を展開する全ての国において、全ての広告・コミュニケーション媒体 (ポスター、デジタル、バナー、アンビエントメディア等) に適用され、商業目的、プロモーション目的、無償目的に関わらず、ソーシャルネットワークを含む全てのビジュアル形式 (PDF、JPG) 及びデジタルコンテンツ (mp4形式) を対象としています。

屋外広告倫理憲章は、当社の価値観に基づき、尊重すべき最低限のルールを定めたものです。本憲章に加えて、当社が各市場で適用している現地の法律や規制があります。

本憲章に定める原則が現地の法律または規制によって認められない場合、現地のジェーシードゥコー事業体は、可能な限り、現地で許容され、関連法域の法律と整合する方法で当該原則を実施するものとします。



IV | 説明責任の原則

社会的責任

広告は人間の尊厳を尊重し、特に民族や国籍、宗教、性別、年齢、障害、性自認、性的指向を理由とするいかなる差別も奨励・容認してはなりません。

広告は人間をモノとして扱うべきではありません。特に、性別、出身地、社会的集団の一員であること、性的指向やアイデンティティ、その他の差別の基準により、社会における役割や責任を軽減することにより、任意の人物が劣っているという考えを支持するものであってはなりません。

広告は、排他的、不寛容、性差別的な感情や行動を助長してはなりません。

広告は、正当な理由がない限り、恐怖心を利用するものであってはなりません。

広告には、違法または非難されるべき行為を扇動または推奨する内容が含まれてはなりません。

広告は、教育的または社会的な理由で正当化される場合を除き、安全や健康に危険な行為や状況を視覚的に表現したり、説明したりするものであってはなりません。

広告は真実かつ正直であるべきで、不合理な恐怖を誘発するような記述や表現を許容してはなりません。いかなる種類の操作や誤った信念の促進も厳禁とします。

広告には、宣伝する製品やサービスによって正当化される場合を除き、明示的または暗示的にかかわらず、いかなる暴力的な表現または行為も含まれてはなりません。道徳的または物理的な暴力を扇動することは厳禁とします。

良識

広告には、当該国や文化において確立された、または一般的に受け入れられている規範に反する視覚的表現が含まれてはなりません。

ロイヤリティ

広告は、消費者の信頼を乱用したり、消費者の経験や知識の不足を利用したりするものであってはなりません。

正確性

広告には、直接的または間接的に、曖昧さまたは誇張によって消費者を誤解させる可能性のある文言または視覚的表現が含まれてはなりません。

誹謗中傷

広告は、組織、職業、個人または個人グループ、あるいは製品を不当に誹謗中傷してはなりません。

画像使用权

広告は、本人の許可なくして個人を特定するものであってはなりません。

知的財産権

広告は、他の企業や機関の名称、ロゴ、ブランドを無断で使用したり、それに関連する評判や他の広告キャンペーンから生じる評判を不当に利用したりしてはなりません。

他の広告メッセージに含まれるレイアウト、テキスト、スローガン、ビジュアルプレゼンテーション、音楽などを模倣する際、公衆が誤解を招くおそれがある場合は、模倣を禁止します。

児童と青少年

広告は、児童や青少年のもろさ、忠誠心、脆弱性、未熟さを利用するものであってはなりません。

広告は、製品の使用能力や使用年齢を最小化してはなりません。

広告には、児童や青少年に心理的、道徳的、身体的な危害を与える可能性のある文言や映像表現、あるいは健康や心理的な幸福、安全を著しく脅かす状況や活動に彼らを巻き込むような表現を含んではなりません。

広告は、製品やサービスを所有するかしないかによって、他の児童よりも身体的、社会的、心理的に有利になることを示唆するものであってはなりません。

広告は、保護者の権威、責任、判断、嗜好を損なうものであってはなりません。

広告は、掲出される国で一般的に受け入れられている社会的、文化的価値を考慮しなければなりません。

環境行動

広告は、法律に違反する、あるいは環境に脅威を与えるような行為や習慣を推奨、奨励するように見えてはなりません。

持続可能な開発

持続可能な開発という一般的なテーマを用いたり、その目的にそぐわない要素を提示する広告は、真実性・誠実性、客観性、公正性の原則を尊重しなければなりません。

1. 真実性と誠実性：広告は、広告主の活動の実態および/またはその製品やサービスの特性について、公衆を誤解させてはなりません。
2. 客観性：広告は、持続可能な開発を支持する広告主のメッセージと、この分野における広告主の現実に沿った取り組みを反映しなければなりません。
3. 公平性：広告は、それが他の広告主の広告と同等である場合、広告主の行為に対する排他的な権利を与えてはなりません。

広告は、社会的権利や人権を侵害する労働条件を是認しているように見えてはなりません。



V | 公表と適用

1. 公表方法

1.1. 憲章の公表とコミットメント-顧客

ジェーシードゥコーは、ジェーシードゥコーが過半数または共同支配権を持つ企業、広告顧客およびパートナー、メディアエージェンシーを含むすべてのステークホルダーに対して、これらの価値の適用を推進することを約束します。

このため、本憲章は、ジェーシードゥコーグループ各社の一般販売条件および/または商業条件において参照され、広告主がその条項を尊重することを約束するものとします。

本憲章は、ジェーシードゥコーグループの参照枠組みを構成するすべての文書（倫理憲章、社会的基本的価値に関する国際憲章、サプライヤー行動規範）と同様に、さまざまな公開ウェブサイトで閲覧することが可能です。

1.2. 憲章の公表とコミットメント-ジェーシードゥコーの従業員

ジェーシードゥコーの全従業員には、（各子会社のイントラネットに掲載している）本憲章の内容を遵守することが求められています。マーケティング、広告、広報の各チーム、および広告倫理を担当する地方自治体のメンバーは、その内容を知らされ、それを尊重する義務を負う必要があります。

2. キャンペーン検証手順

広告キャンペーンの検証は、ジェーシードゥコーがメディアエージェンシーや広告主から受け取った広告制作を検証する際に、均一で一貫した取り扱いを保証することを目的とした以下の推奨事項に従って実施されなければなりません。

現地法人は、グループ内の倫理的で責任ある広告の保証人として、事実に基づいた評価に基づいてアプローチする必要があります。意思決定は、現地で行われるだけでなく、本憲章に記載されたグループの価値観に基づき、明確に特定され、正式に定義された手順によって行われることが不可欠です。

2.1.地域での掲出またはそれに準ずる手続きに関する倫理委員会

本憲章の遵守を保証するため、各国では、広報、法務、営業、マーケティング、持続可能な開発、コミュニケーションなどを担当する会社の主要部門の代表者で構成される広報倫理委員会を設立しています。

各委員会は、最も効果的かつ効率的な運営方法を採用しています。

各委員会は、拒否、受諾、修正された広告キャンペーンとその理由のローカル・アーカイブが整備されていることを確認する必要があります。委員会は、別に定める手続きにより、定期的に活動状況を報告するものとします。

2.2.コンテンツの規制と倫理的管理

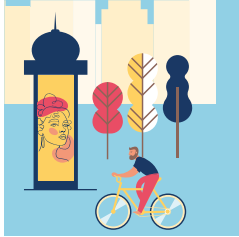
地域広告倫理規定委員会は、アルコール、タバコ、ギャンブル、食品、児童に制限される製品、政治的広告、人物の画像など、その市場におけるすべての慎重な扱いを要する、または制限されたカテゴリーを特定し、認識する必要があります。

広告主/パートナーとの広告/コミュニケーション契約を成立させる前に、その制作物が現地の規制と本憲章の原則に適合しているかどうかを調査し、その内容を評価する必要があります。

特定の慎重な扱いを要するカテゴリーの適用を扱う場合、地域の広告倫理委員会は、コンプライアンスチェックや事前意見を得るための十分な時間を確保した上で、最終的なクリエイティブやキャンペーンの提案の受領期限を設定する必要があります。関連するコンテンツ（ビジュアル、提案、文脈の説明など）が、現地営業部門から広告倫理委員会の全委員に送られ、合理的な評価を受けることを保証しなければなりません。この評価は、以下のいずれかの結果につながります。

- 承認。
- 条件付き承認:審査中のキャンペーンを掲示/公開するかどうかは、現地の商業部門が決定する必要があります。
- 拒否:このような状況では、現地経営陣チームだけが、キャンペーンを掲示/公開しないという決定を覆すための合理的な決定を下すことができます。





社外広報倫理憲章

2022年7月版

