

EY Japan、長期的価値(LTV)ビジョンに基づく 自社取り組みの22年度実績を発表

- 2021年7月策定のLTVビジョンに基づく自社取り組みの進行状況を開示
- EY Japan全体での再生可能エネルギー利用率は54%に到達(データセンター含む)
- サプライチェーン全体でのCO2排出量削減に向けたサプライヤーのSBT*¹設定率(発注金額ベース)は38%に到達

EY Japan(東京都千代田区、チェアパーソン 兼 CEO 貴田 守亮)は、経済社会・クライアント・自社における長期的視点での価値創造を行うLTV(Long-term value、長期的価値)ビジョンに基づく自社の取り組みに対する2022年度(2021年7月~2022年6月)実績を発表しました。

LTVビジョンは、EYのパーパス(存在意義)である「Building a Better Working World ~より良い社会の構築を目指して」を日本の社会と市場で実現するため、EY Japanが21年7月に策定しました。

とりわけ、自社の取り組みに対しては、プロジェクトチームを立ち上げた上、「ステークホルダー資本主義指標」に基づいてKPIを設定して下記のような活動を推進しています。

地球環境保護:EYではグローバルでの環境および持続可能な長期的成長の促進に向け、2025年までのネットゼロ達成を目標に掲げています。この目標達成に向け、EY Japanにおいても各事務所・データセンターの電気・水・ガス・熱使用量や出張によるCO2排出量などの実態把握・分析を行った上で、年間使用量・排出量プランニングを進めています。また、東京事務所における社内カフェでの使い捨てプラスチックカップ使用の廃止や、ごみリサイクル率向上に向けた取り組みなど、資源循環体制の構築を推進しています。

社会的価値創出:EYは、長期的価値をあらゆるステークホルダーにもたらす必要があることをビジネスリーダーとして認識しています。EY Japanでは次世代教育・就労支援プログラムを各種実施していますが、新たに起業家精神を養うための体験型ワークショップを中学生から大学生向けに企画しました。また、地方起業家の育成を目的としたアクセラレータープログラムを政財界と共同開催し、地域・社会的課題の解決に取り組めます。

最良の人材:EY Japanでは、多様な人材が最大限能力を発揮できる魅力ある職場づくりに向け、ダイバーシティ、エクイティ&インクルーシブネス(DE&I)を深化させています。取り組みの一環として、ニューロ・ダイバージェント(発達性障害、アスペルガー症候群、自閉症など)な方々がEYメンバーとしてキャリアを歩める新たな組織、Diverse Abilities Center(DAC、ダイバース・アビリティズ・センター)を立ち上げ、2022年6月1日に22名が入社しました。また、大学と共同で主観的Well-being指標の策定に向けた取り組みも開始しました。

EY Japanの主なLTVビジョン自社の取り組み22年度実績

地球環境保護

- オフィス電力の再エネ化はEY Japan全体で54%達成
- サプライヤーのSBT設定率38%達成

社会的価値創出

- 企業としての企業責任(CR)である EY Ripples の活動参加者数 1600 人、ポジティブな影響を及ぼしたインパクト数 50 万人の目標達成

最良の人材

- ダイバーシティ向上に向けた DE&I プリファードサプライヤーとして 8 社の登録を達成
- LGBT+に関する企業の取り組み指標「PRIDE 指標」にて「レインボー」「ゴールド」の取得
- Diverse Abilities Center(DAC)の立ち上げ
- 健康経営優良法人 2022(大規模法人部門)に認定(EY 新日本有限責任監査法人)
- パーパス研修延べ受講人数 270 名を達成
- EY Badge 取得数 968 個を達成
- Engagement に関する指標のスコアで 74 を記録

EY Japan は、多くの KPI の達成年度である 2025 年に向けて、引き続き取り組みを進めて参ります。

*1 Science Based Targets(科学的根拠に基づいた排出削減目標): 温室効果ガス削減目標。組織による CO₂排出量を気候科学とパリ協定の目標に沿って削減し、地球温暖化を産業革命前の水準プラス 1.5°Cに抑制することを目指す

さらに詳しい内容・具体的説明については、以下の EY Japan ウェブサイトをご覧ください。

EY Japan における Long-term Value ビジョン

EY Japan チェアパーソン兼 CEO の貴田 守亮のコメント

EY Japan は不確実かつ新たな時代における長期的視点での価値創造実現に向け、業界に先駆けて LTV ビジョンを発表し、クライアント、経済社会、自分自身(自社)それぞれにおける活動方針を定めました。特に自社の取り組みについては KPI と目標を設定した上で取り組みを進めて参りましたが、オフィス電力の再エネ化、出張による CO₂ 排出削減、グリーン調達、次世代教育支援などの社会的価値創出活動、DE&I 推進、Well-being 推進、教育訓練などの項目で大きな成果を収めることができましたと感じております。EY 自身が全てのステークホルダーに長期的価値を創出する模範でいられるよう、現状に満足せず、引き続き取り組みを進めて参ります。

EY Japan の LTV 推進室リーダーである瀧澤 徳也のコメント

気候変動対応を始め、環境や人材、社会やガバナンスを含めたサステナビリティへの要請が年々高まっていますが、持続可能な社会作りとは、あらゆるステークホルダーが取り組むべき課題であると考えます。EY は 20 年以上にわたり、サステナビリティおよび ESG 関連サービスを提供しており、またいち早く自社におけるサステナビリティ課題解決にも取り組んでいます。その実績と専門的スキルを駆使し、サステナビリティを通してビジネスを創出する価値の循環を支え、クライアントの持続的成長を支援していきます。

〈EY について〉

EY | Building a better working world

EY は、「Building a better working world～より良い社会の構築を目指して」をパーパス(存在意義)としています。クライアント、人々、そして社会のために長期的価値を創出し、資本市場における信頼の構築に貢献します。

150 カ国以上に展開する EY のチームは、データとテクノロジーの実現により信頼を提供し、クライアントの成長、変革および事業を支援します。

アシュアランス、コンサルティング、法務、ストラテジー、税務およびトランザクションの全サービスを通して、世界が直面する複雑な問題に対し優れた課題提起(better question)をすることで、新たな解決策を導きます。

EY とは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EY による個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、[EY.com/privacy](https://www.ey.com/privacy) をご確認ください。EY のメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EY について詳しくは、[EY.com](https://www.ey.com) をご覧ください。

《 本件に関するお問い合わせ 》
EY Japan BMC
(Brand, Marketing and Communications)
Japan.corporatecomm@jp.EY.com