

strategy&

Part of the PwC network

ESGと テクノロジー・ メディア・ 情報通信業界

戦略再考の機会



著者紹介

Rolf Meakin

PwC Strategy&のパートナー。
PwCグローバルの情報通信業界アドバイザー・サービスリーダー。

Dan Dowling

PwCサステナビリティ&気候変動担当ディレクター。
PwC英国の都市と都市化に関するサービスをリード。

監訳者および「はじめに」の執筆者紹介

樋崎 充(といざき・みつる) mitsuru.toizaki@pwc.com

PwCコンサルティング、Strategy&のパートナー。約20年にわたり、IT関連企業、総合電機メーカー、電子部品メーカー、製薬会社に対し、事業戦略、組織戦略、M&A戦略、SCM戦略の立案および実行支援などのプロジェクトに数多く従事。

高松 泰司(たかまつ・やすし) yasushi.takamatsu@pwc.com

PwCコンサルティング、Strategy&のシニアマネージャー。ITサービス企業、総合電機メーカー、自動車メーカーに対し、成長戦略、新規事業戦略、組織戦略の立案および実行支援などのプロジェクトに数多く従事。

その他担当者紹介

坂野 俊哉(ばんの・としや)

PwC Japanグループ
サステナビリティ・センター・オブ・エクセレンス
エグゼクティブ・リード
PwCコンサルティング合同会社
Strategy& シニア・エグゼクティブ・アドバイザー

磯貝 友紀(いそがい・ゆき)

PwC Japanグループ
サステナビリティ・センター・オブ・エクセレンス
テクニカル・リード
PwCサステナビリティ合同会社
パートナー

サステナビリティ・センター・オブ・エクセレンス

サステナビリティ・センター・オブ・エクセレンスは、PwC Japanグループにおいて、企業のサステナビリティ経営へのトランスフォーメーションを総合的に支援するチームです。サステナビリティ経営やサステナビリティ投資に関する経営アジェンダへの関心が急速に高まるいま、環境価値、社会価値と経済価値をトレードオフではなく両立可能なトレードオンにしていくことを目指し、さまざまなサービスを提供していきます。

問い合わせ先

PwCコンサルティング合同会社 ストラテジーコンサルティング(Strategy&)

〒100-0004

東京都千代田区大手町1丁目2-1 Otemachi Oneタワー

代表Tel:03-6257-0700 Fax:03-6257-0701

email:jp_cons_strategy-info-mbx@pwc.com

http://www.strategyand.pwc.com/jp

はじめに — ESG戦略の策定

テクノロジー・メディア・情報通信の日本企業への示唆

近年、ESGおよびSDGs (Sustainable Development Goals)のゴール達成に向けた事業への期待は日に日に高まっており、海外の企業は率先してESG/SDGsを企業のビジョンや戦略に取り組む動きを見せている。他方、日本企業の多くは、中長期的なビジョンや戦略への落とし込みが充分でないまま、現場を中心にその場しのぎ、もしくは手当たり次第に取り組みに走り、結果として実りのない投資に陥るケースも発生している。ESGやSDGsへの関心の高まりは新たな潮流の中で成長を遂げるチャンスであり、先進的なグローバルプレーヤーも当該領域に重きを置きつつある。日本企業においても、これらの潮流を的確に捉えて成長のドライバーとしない限り、事業の本質を捉え切れなかった「失われた30年」が再び訪れる危惧を持っている。

環境 (Environment) においては、2021年4月に2030年度の温室効果ガス削減目標が対2013年度比46%削減という「総合的で野心的な目標」が掲げられ、従来の取り組みの延長では実現困難な状況になりつつある。抜本的な変革に向けては、脱炭素化に必要な投資額を抑えるためのイノベーションだけでなく、エコシステムを前提とした複合的な取り組みが求められる。テクノロジー業界においては、これらを支えるプラットフォーム構築に向けて新しいSustainability Transformation (SX)ソリューションの開発・提供がソフトウェア企業・Slerを中心に取り組まれている。また、サプライチェーン含む事業全体でのエネルギー可視化に向けて大容量通信を支える情報通信企業の役割も重要であるが、データ通信自体の低消費電力化も加速されている。この領域においては、従来の経済価値重視の”Cost per bit”の考え方から、環境価値と共存する”Power consumption per bit”に移行することで、情報通信企業自身のオペレーションの脱炭素化が進行しつつある。

社会・ガバナンス (Social/Governance) においては、非財務情報も含めた統合的な経営状況可視化の関心が高まっており、非財務KPIの可視化や中期経営計画への盛り込みなどを見据えたソフトウェアやソリューション提供が進行している。例えば、PwCでは、サステナビリティ経営の専門組織であるサステナビリティ・センター・オブ・エクセレンスにおいて、脱炭素化や人材育成に向けたサステナビリティ活動が6つの経営力 (資金調達力、人材力、オペレーション力、創発・技術開発力、評判形成力、原材料調達力) を通じて企業の将来財務に与える影響を可視化する方法論を開発している。機関投資家の中でより一層社会価値・環境価値が重視され得る中、ESG全体の説明責任と透明性を伴ったステークホルダーコミュニケーションがさらに活発化されるものと想定される。

今後、ESGを中長期的な視座に立って戦略・計画に盛り込んでいくことは全ての業界において所与のものと成り得る。テクノロジー・メディア・情報通信企業にとっては新しいソリューションを開発・提供する、もしくは啓発する事業機会として捉えた上で、業界全体のESG戦略実行を支援していく役割が期待される。そこでは、グローバルの先端的な潮流を押さえつつ、グローバルで通用するフレームワーク構築とデファクトスタンダードと成り得るプロダクト・ソリューション提供が今後の勝ち筋として見込まれる。その一方で、その他業界の企業にとっては、所与のものとなるESG戦略を、テクノロジー・メディア・情報通信企業と連携しながら、もしくはエコシステムを構築しながら、中長期的な成長の柱として確立していくことが求められる (さらには、ビジョン・戦略が有機的にビジネスの現場にまで落とし込まれることで、ESG/SDGsの実現性を高めることが見込まれる)。いずれのケースにおいても、ESG/SDGsを組み込んだ明確なビジョンおよび戦略が新しい世界において肝要となることは間違いなく、本レポートで纏められているフレームワーク・先進事例に鑑みながら新しい勝ち筋が描かれることを期待したい。

ESGとテクノロジー・メディア・情報通信業界

環境・社会・ガバナンス(ESG)に関するThought leadershipが多数世に出てきている一方、多くのテクノロジー・メディア・情報通信(TMT)の企業幹部は、今なおこの分野への取り組みを模索している。

テクノロジー・メディア・情報通信の企業は、自らを変革し、社会に影響を与えるために、ESGの観点から戦略を評価しなければならない。

本レポートは、ESGの上位概念と、より技術的な内容とのギャップを埋めることで、この課題を解決しようとするものである。ここでは、ESGに取り組むためのビジネス構想を実現し、成長機会を見つけるためのフレームワークを提供している。

TMTセクターはESGに影響を及ぼす大きな可能性がある。なぜなら、TMTセクターは他セクターのほぼすべてに浸透し、基盤となるテクノロジー、メディアコンテンツ、通信機能などを提供しているからである。例えば、5Gの普及によって、あらゆるセク

ターはより少ない電力でより多くのデータを送れるようになるだけでなく、すべての電化製品に接続し、情報を共有して、エネルギーの利用を最適化できるようになる。一方、テクノロジーやソーシャルメディア関連の大手企業は、ユーザーのデータのプライバシーを管理・保護しながら、あらゆる産業にコミュニケーションやコラボレーションのプラットフォームを提供するという責任を負うことへの期待が変わりつつある。TMT企業は、クラウド技術、ソーシャルプラットフォーム、コンテンツ・通信デバイス、ネットワークを提供する優位な立場を利用し、より広いESGの関係性の中に自らを位置づけ、他のセクターのロールモデルになることができる。それには多くの方法があるが、ここではその中のいくつかの方法を紹介しよう。



ESGの重要性

ESGの定義

ごく簡単に言うと、ESGとは、環境と社会に対する企業の影響や依存度、ならびにコーポレートガバナンスの質を考察する包括的なフレームワークを提供するものである。

しかし、欧州委員会が策定している以上の公式かつ包括的な定義はない。私たちが今日ESGと呼んでいるものの大部分が、国や地域の分類によって明日、ESGではなくなったらどうだろう。ここで、以下、幅広いESGの領域における企業戦略策定に向けた革新的なアプローチを示したい。

図表1
環境、社会、ガバナンス (ESG) の定義

ESGとは、 環境と社会に対する企業の影響や依存度、ならびにコーポレートガバナンスの質 を考察する包括的なフレームワークを提供するものである。	
 環境 企業が自然に与える影響を最小限に抑える	<ul style="list-style-type: none">炭素排出量、森林破壊や自然消失への影響、再生不可能な資源の過剰消費、廃棄物の排出などの管理が含まれるまた、環境改善のための融資 (グリーンファイナンスイニシアチブ) など、積極的な貢献も組み込まれている
 社会 社会の公平性に対する企業の貢献	<ul style="list-style-type: none">企業の労働力の中で、またそのサプライチェーンや流通の中で、社会の平等、信頼、福祉に対する貢献 (労働者の権利の改善、ダイバーシティ&インクルージョンなど) を考える製品の安全性、プライバシーおよびデータ保護もこれに含まれる
 ガバナンス 意思決定プロセス、報告、倫理的行動	<ul style="list-style-type: none">ESGおよびESG以外の問題に関する報告内容の質と範囲、説明責任の性質と種類、独立した監視のレベル、企業内における倫理的行動を注視する役員会の構成、取締役および監査人の独立性、役員の報酬などの要素を検討する

出所：Strategy&分析

TMT企業はサステナビリティに関する消費者の意見に対応しようとしている

ESGに対する関心が、気候変動、社会の不平等、新型コロナウイルス感染症の影響などの要因が引き金となり、ソーシャルメディアのプラットフォームを通じて拡大したことから、今ではすべての企業の最優先課題となっている。PwCの英国チームが実施した第24回年次CEO調査によると、企業はパーパス（存在意義）とサステナビリティをますます重視する傾向にある。英国のCEOのうち、気候変動について懸念していると回答した人は、2019年には44%にすぎなかったが、今年は70%に上った。そして好ましい変化の兆しとして英国のCEOの60%が、今後3年間でサステナビリティやその他のESG関連施策

への投資を増やすことを計画していると回答した。また、その約3分の1が、自社のパーパスや価値観、あるいは自社がより広いコミュニティに与える影響について報告できるよう、さらに努力しなければならないと述べている。

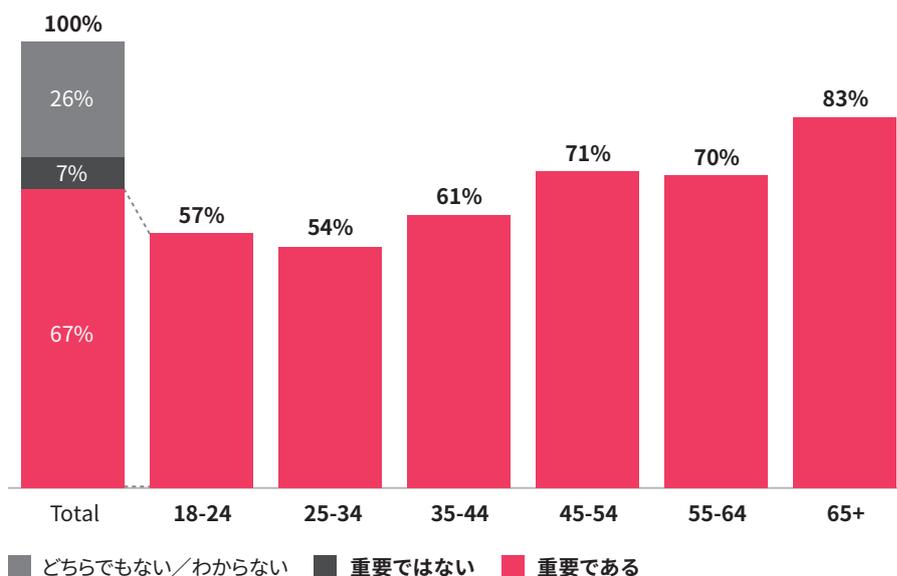
こうした関心はPwCが英国で行った消費者調査にもさらに反映されている。本調査では、企業が環境や社会への影響を最小限に抑え、持続可能な方法で運営しているかどうかを消費者が重要視していることが分かった。回答者の67%は、自分にとってESGへの配慮は重要であると回答している。一般的な見解とは異なり、高年齢層はミレニアル世代よりはるかにESGへの関心が高く、懸念を抱いているのは若い世代に限らないことを示している。

67%

回答者の67%が、企業が持続可能な方法で運営することを望むと回答

出所：PwC UK, 2021. Nationally representative survey of UK consumers

図表2 「企業が持続可能な方法で運営しているかを重要だと思うか」という質問に対する回答（年齢別）



出所：PwC UK, 2021. Nationally representative survey of UK consumers

ステークホルダーはESGをもっと重視するよう求めている

TMT企業はもはや株主だけでなく、顧客、従業員、サプライヤー、コミュニティ、報道機関、規制当局などの新たなステークホルダーに対しても説明義務がある。特に情報通信企業とテクノロジー企業は、これまでより多くのステークホルダーと関わっていかねばならない。一方で、企業のアジェンダは、複雑で重要ではあるものの、もう少し限定的なステークホルダーに重点を置いている。

ステークホルダーの中心となる顧客の中でも、TMT企業がビジネスの契約段階に入る前に、ESGへのコミットメントや保証を示すよう求める声が高まっている。そのためTMT企業には、自社のESG方針について明確にするだけでなく、いかにデータを記録・報告し、保証するかについても明確にするよう圧力がかかっている。

一般的にテクノロジー企業がESGに取り組む場合に、配慮する必要のあるステークホルダーの分類を以下にまとめた。

図表3 企業を取り巻くESGに関わるステークホルダー — テクノロジー企業の例



■ 内部のステークホルダー ■ 外部のステークホルダー

出所：Strategy&

TMT企業はESGについてどう考えればよいか？

図表4は、TMT企業がESGをより体系的で管理しやすい部分要素に分解するためのフレームワークを示している。

図表4
TMT企業のためのESGのフレームワーク

特徴	例
環境 企業が自然に与える影響を最小限に抑える	製品とサービス <ul style="list-style-type: none"> 製品の使用 (電子製品のエネルギー消費、部品の輸送から直接排出される排出物など) 製品の処分 (リサイクル不可能な電子製品、ハードウェアの製造から生じる局地的な環境汚染など)
	サプライチェーンと流通 <ul style="list-style-type: none"> 森林破壊と自然の消失 / 環境汚染 (敷地開発、紙ベースのメディアや広告の需要など) 炭素排出 (原材料の生産、大量データ処理やモデリングなど) 再生不可能な資源の使用 (通信ネットワークのエネルギー使用など)
	オペレーション <ul style="list-style-type: none"> 炭素排出 (オフィス、生産施設、データセンターなど) 廃棄物の埋立や焼却 (通信事業者の用地の閉鎖など) 出張 (メディアの撮影に伴う航空会社や車両からの排出)
社会 社会の公平性に対する企業の貢献	製品とサービス <ul style="list-style-type: none"> 製品の安全性 (ソーシャルメディアやメンタルヘルス) 顧客のプライバシーとデータ保護 (テクノロジープラットフォームやプロバイダーによるデータの収集と使用)
	サプライチェーンと流通 <ul style="list-style-type: none"> 労働者の権利 (結社の自由、安全衛生、公正な給与、人権、現代の奴隷制など) サプライヤーにおけるダイバーシティ&インクルージョンの実践
	労働力 <ul style="list-style-type: none"> 従業員のあらゆるカテゴリー (ジェンダー、BAME¹⁾ など) におけるダイバーシティ&インクルージョン、社会流動性、賃金の平等性 安全衛生と福祉 (健康と福祉を支えるプログラム、死者・負傷者への本人および家族への支援など) 人材開発 (トレーニング、スキル開発など)
ガバナンス 意思決定プロセスの質、報告、倫理的行動	透明性 <ul style="list-style-type: none"> 規定の基準に即したステークホルダーへの正確かつ適時の報告 - 企業のパーパス、戦略、財務実績、ESG税優遇措置 (ESG施策への投資によるものなど) サプライチェーンにおけるリアルタイムデータ連携と、共同報告機能の開発
	説明責任 <ul style="list-style-type: none"> ESGおよびその他の決定におけるパフォーマンスとリスク管理についてのリーダーの説明責任 ESGの成果に対する費用の整合性
	独立性 <ul style="list-style-type: none"> 役員会の構成、ダイバーシティ、報酬、支配株主や議決権の集中の制限などに関する適切で独立した監督
	倫理的行動 <ul style="list-style-type: none"> コーポレートガバナンス：倫理的な事業遂行 (賄賂や汚職の回避など)

1) 黒人・アジア人・少数民族 (Black, Asian and Minority Ethnic)
出所：Strategy&



次に、TMT企業のリーダーは、事業の長期的な存続において最も重要なステークホルダーの期待に照らして、全体および選択した各要素について、ESGへの意欲度を検討すべきである。

企業のESGへの意欲度によって、既存の企業戦略と同様の戦略を立てるか、あるいはESGを考慮した新しい企業目標や戦略を策定するかどうかが決まる。

“

TMT企業は、サプライチェーンにおけるリアルタイムデータ連携を採用し、共同報告機能を開発して、報告の透明性と説明責任を高める必要がある”

ESGに関する行動を起こす

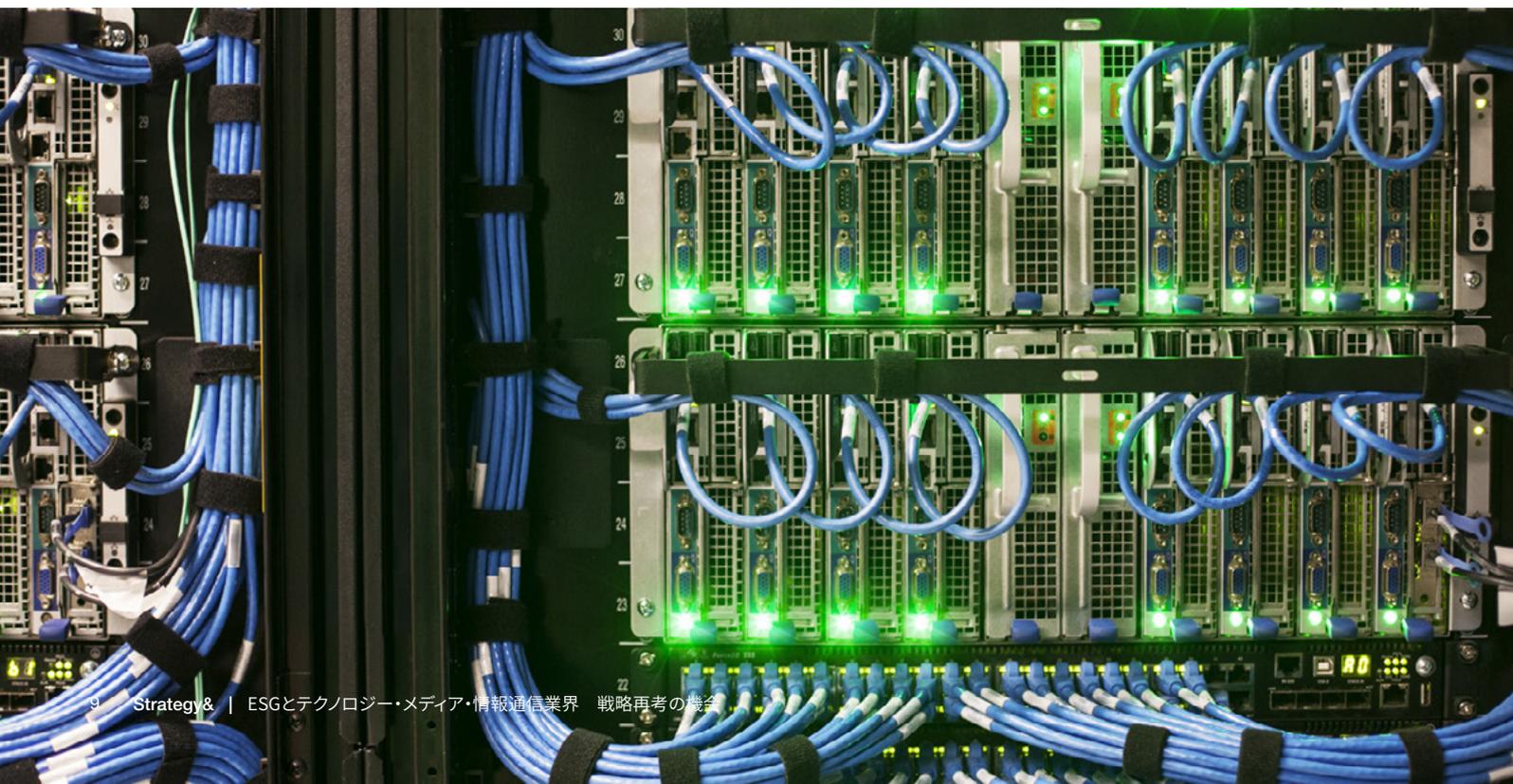
TMT企業の幹部は、ばらばらの施策をいくつも並べただけで終わらないようにするため、ESG活動がどれほど影響力のあるものか、またどれほど実行しやすいかを評価する必要がある。企業はどんな施策についても投資対効果の見込みを欲しがらるものだが、従来の業績測定手法（自己資本利益率や収益成長率などによる方法）と、新しい長期的なコンセプトとの間には現実、あるいは意識の上でのギャップがあり、これを解消するためにさまざまな

取り組みに着手する必要がある。

図表5は、テクノロジーソフトウェア企業の優先順位付けの例である。ここで、企業は、ESGに配慮した製品やサービスに向けて改善するように求める顧客と流通業者からのプレッシャーに直面している。ESGに関する施策を製品戦略に盛り込むことで（グリーンテクノロジーやソリューションの開発に投資するなど）、新しい顧客層を増やすとともに、既存顧客の評判を高めようと計画している。

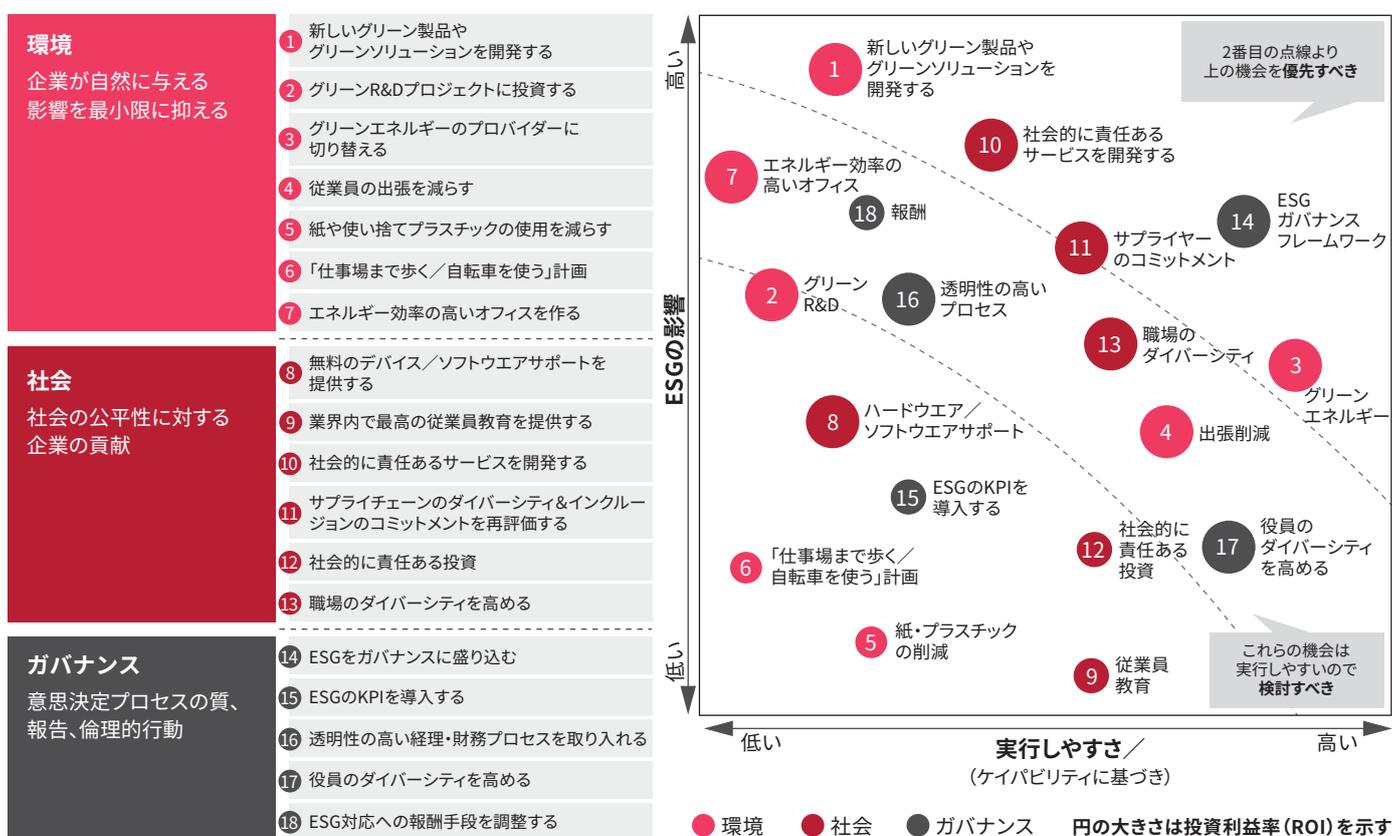
“

TMT企業は、
ESGに関する施策を製品戦略に盛り込むことで、
新しい顧客層を増やし、評判を高めることができる”



図表5

戦略的ESG機会評価のフレームワーク



出所：Strategy&分析

TMT企業にとってのESGの機会

TMTセクターでは、ESGは主にコンプライアンス報告だけすればよいものと見なされることもあった。しかし最近、投資家、政府、規制当局、顧客、その他のステークホルダーからの注目度がますます高まり、重要性が増している。つまり、従来の取り組みではもはや十分ではないのである。エネルギーの大量消費者、大手企業、高い注目度を持つ国際投資家、コンテンツの作成者、発行者、配信者、あるいは毎日何百万もの消費者や企業が使用するプラットフォーム

として、TMT企業にはよりいっそう厳しい監視の目が向けられている。

TMT企業にとっての機会はセクターによって異なり、ビジネスモデルに応じて、特定の、あるいは一般的な取り組みが必要となる(図表6参照)。ESGを取り入れることで、課題が生じる企業も中にはあるかもしれないが、どの業種の企業にも大きなメリットがある。





テクノロジーやソフトウェアの企業には、他の企業がCO2排出量やサプライチェーン、データなどを管理するためのデジタルソリューションを創出する機会がある”

図表6
ESGの機会：TMTの例

	環境		社会		ガバナンス	
	消費と汚染／排出	グリーンエネルギーへの投資とその使用	平等とダイバーシティ	プロジェクトへの投資とコミュニティへの影響	独立した監視と説明責任	報告基準と倫理的行動
通信事業者	<ul style="list-style-type: none"> ソフトウェア定義のネットワークを整備して5Gを展開し、2030年までに世界の炭素排出量を5億トン削減する 	<ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンのインセンティブを再調整する（上流のサプライヤーや共同事業など） CPPA¹⁾を通じて新しい再生可能な生産施設を奨励する 	<ul style="list-style-type: none"> 測定可能な施策を通じて従業員のダイバーシティ&インクルージョンを高める 学校のデジタル化を支援し、教育の向上を図る 	<ul style="list-style-type: none"> インフラで他のセクターを支援する（例：新型コロナウイルス感染症のパンデミック期間中の医療向け支援） 光ファイバーや5Gのインフラを展開し、情報格差を縮める 	<ul style="list-style-type: none"> 企業のESGアジェンダのガバナンス構造を視覚的に示す 特定のESG関連項目に対する企業幹部のオーナーシップを開示する 取締役会および委員会がどのように問題を検討するかを指標と目標の見直しをする際に伝え、目標に対するパフォーマンスを監視する（例：日立サステナビリティ戦略推進体制） 	<ul style="list-style-type: none"> 既存の報告の仕方だけではなく、どうすれば投資家以外の幅広いステークホルダーにESG関連情報を提供できるかを理解する 男女／人種の比率と賃金格差を報告することで、職場のダイバーシティ&インクルージョンに関する行動の緊急性を高める ESG目標の達成を、他のKPIと共に経営陣の報酬評価に含める
テクノロジー／ソフトウェア企業	<ul style="list-style-type: none"> リモートワークのできる通信テクノロジーやツールを提供する サーバーの仮想化、統合、より良いソフトウェア制御を採用し、サーバーの非効率性を緩和し、炭素排出量を80%削減する 	<ul style="list-style-type: none"> スマートシティやスマートオフィスのソリューションを開発する 他社がCO2排出量、サプライチェーン、データなどを管理できるデジタルソリューションを生み出す 	<ul style="list-style-type: none"> ESGの目標に関するサプライチェーンの要件を設定する（ダイバーシティ&インクルージョンなど） 	<ul style="list-style-type: none"> 社会の安定を確保する上で役割を果たす（例：フェイスブック・ツイッターと米国大統領の就任式） 		
ハードウェア企業／データセンター		<ul style="list-style-type: none"> DCインフラ管理ツール(DCIM)によってエネルギー効率を高め、炭素を削減する 生物多様性純増の将来性へ投資し、水の消費を減らす 	<ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンのダイバーシティを取り入れる スマートマニュファクチャリングで従業員のスキルを高める 	<ul style="list-style-type: none"> 社会支援が必要なコミュニティが割安または無料のデバイスを使えるようにする 		
メディア&広告企業	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー効率の高い建物やツールを使用し、スタジオや制作施設を脱炭素化する 	<ul style="list-style-type: none"> 再生可能エネルギーの自家発電とエネルギー貯蔵技術に投資する 	<ul style="list-style-type: none"> ニュースやコンテンツ制作を分散化する（例：BBCは現場でニュースを報道するのに個人用のビデオやアカウントを使用している） 	<ul style="list-style-type: none"> 社会経済的な影響や多様なコミュニティを対象としたコンテンツに投資を振り向ける 新しい流行の作り手として、ESGに焦点をあてる 	<ul style="list-style-type: none"> 宣伝制作活動における、タレント以外の、ディレクター／プロデューサーや制作全体で仕事をしている人員のBAMEと女性の割合を報告する 	

1) コーポレートPPA(Corporate Power Purchase Agreement)
出所：Strategy&



“

5Gの展開が 2030年までに世界の炭素排出量を 5億トン削減するのに役立つ”

ファーウェイの試算(2019年)

通信ネットワーク事業者は、ソフトウェア定義のネットワーク、5G、人工知能(AI)を使って、ネットワークをより効率的に運用し、効率性が高く環境にやさしいエネルギー消費を管理する先駆者になることができる。例えばファーウェイは、5Gの展開が2030年までに世界の炭素排出量を5億トン削減するのに役立つとしている。また、一部の通信事業者は、ネットゼロの達成を公約として掲げている。英テレフォニカO2は2025年までに、事業全体(スコープ1および2)でネットゼロを達成し、サプライチェーンの排出量(スコープ3)を30%削減すると約束している。

通信事業者とデータセンター事業者はエネルギー会社や投資家によるグリーンエネルギーへの投資に刺激を与えることもできる。フランスのOrangeはこのたび、トタルとの間で、年間100ギガワットの再生可能エネルギーの供給を受けるという20年間のCPPAを締結したと発表した。その結果、トタル社は2024年までに、合計で80メガワットの発電能力を持つ太陽光発電所を新たに12カ所

建設することを約束した。Orangeは、2025年までにCO2の直接排出量を2015年比で30%削減し、再生可能エネルギーの電力割合を50%にすることを約束した。

テクノロジー企業や通信会社は、リモートワークを可能にするソフトウェアツールやネットワークのインフラを提供し、世界のCO2排出量を削減する上で重要な役割を果たすことが求められる。英国では、パンデミック終息後の働き方にハイブリッドモデルを採用する可能性が高くなっているが、それはこの役割の重要性を強調するものである。しかし、コンピューティングの作業負荷がますますクラウドに移行し、サーバーの仮想化、ソフトウェアの制御の向上、コンピューティングの効率改善が可能になりつつある中、データセンターは、真の意味でカーボンニュートラルになる必要がある。つまり、既存の再生可能エネルギー施設を使うだけでなく、CPPAによって警鐘を鳴らし、新たな再生可能エネルギー生成施設を建設することが求められる。

257 257のTMT企業が 「ダイバーシティとインクルージョンのための CEOアクション」に署名

出所：ダイバーシティとインクルージョンのためのCEOアクション(2020年)

ベライゾン、マイクロソフト、ITVなどの企業は、2040年までに自社のネットゼロカーボンの達成をコミットする「気候変動対策に関する誓約」に調印した53企業に含まれている。マイクロソフトはそれより一歩進んで、2030年までにカーボンネガティブを目指すとして約束している。

社会的公正においては、TMT企業257社が「ダイバーシティ&インクルージョンのためのCEOアクション」に署名し、職場におけるインクルージョンを高めるための明確な戦略と測定可能な施策を策定することを約束した。こうした具体的な行動や施策は、「CEOアクション」のウェブサイトに記録されており、シスコやセールスフォースなどのテクノロジー部門の企業や、AT&T、Yondr、アメリカンタワーなどの通信会社やデータセンター企業からも非常に多く参加している。WPP、パブリシス、IPGなどの広告代理店、ネットフリックスなどのメディアプラットフォームも参加している。また、BBCなどの放送局は、ニュース報道やコンテンツの制作に分散型

の手法を取り入れ、現場のニュースを伝えるのに、個人用のビデオアカウントを使用している。より幅広いメディアとの関係を開拓し、具体的で測定可能な措置を講じることで、これらの企業には、自社の職場だけでなく、社会環境問題に関する一般市民の態度に影響を及ぼす機会が与えられている。

新型コロナウイルス感染症のパンデミックにおいて、通信事業者は社会や最前線で働く人々をサポートする機会を得た。ブリティッシュテレコム(BT)はナイチンゲール病院に通信インフラを提供し、EE社はエッセンシャルワーカーが追加費用なしで、使い放題のデータプランを利用できるようにした。

社会にプラスの影響を与える施策に取り組むことで、新しい収益の流れを生み出すことができる。例えば、携帯事業者のテレノールは、Easypaisa(パキスタン)やValyou(マレーシア)などのモバイルマネージャーを開始し、女性、農村や季節労働者のコミュニティに、安全で費用効果の高い銀行サービスを提供している。



“

ESGにおけるTMT企業の役割は 今後、それぞれのセクターを越えて 拡大していかねばならない”

ソーシャルメディアが私たちの日常生活とますます関係を深める中、テクノロジー大手企業は、まだ定義されていない新たな社会的責任を果たさなければならないと認識するようになった。2021年の米国大統領就任式の準備期間中、社会の安定を保つためにフェイスブックが果たした役割は、テクノロジー企業が大きな影響力を持つ立場にある結果として、より大きな責任を負い、説明責任を果たすことへの期待が絶えず変化していることを浮き彫りにするものである。その上、データの使用とデータのプライバシーの問題は、テクノロジー企業に今後期待される責任を一層複雑なものにしている。

ESGに関して他のセクターに 影響を及ぼす機会

TMT企業の中には、ネットゼロの取り組みで先行しているところや、社会的にプラスの影響を与えているところもあるが、こうした役割は今後、それぞれのセクターを越えて拡大していかねばならない。

TMT企業は先駆者として、他の業界、特にさまざまなステークホルダーからの世論や感情面に大きな影響を与えるメディアや広告セクターに属する企業に、ESGへのより強いコミットメントを取り入れるよう奨励することができる。

多くの業界において、自らの変革のためにテクノロジーやテレコムの事業者への依存度が増す中で、TMT企業はそのケイパビリティや市場におけるポジショニングに伴うリーダーとしての責任を負わなくてはならない。そうしてすべての人にESGに配慮した製品やサービスを提供することで、初めて可能性を現実に変えることができるのである。

Strategy&

Strategy&は、他にはないポジションから、クライアントにとって最適な将来を実現するための支援を行う、グローバルな戦略コンサルティングチームです。そのポジションは他社にはない差別化の上に成り立っており、支援内容はクライアントのニーズに応じたテイラーメイドなものです。PwCの一員として、私たちは日々、成長の中核である、勝つための仕組みを提供しています。圧倒的な先見力と、具体性の高いノウハウ、テクノロジー、そしてグローバルな規模を融合させ、クライアントが、これまで以上に変革力に富み、即座に実行に移せる戦略を策定できるよう支援しています。

グローバルなプロフェッショナル・サービスにおいて唯一の大規模な戦略コンサルティング部門である Strategy&は、クライアントが目指すべき方向を示し、最適な方法を選択し、実現させる方法を提示すべく、戦略策定のケイパビリティをPwCの最前線のチームに提供しています。

その結果は、可能性を最大化するために強力だけでなく、効果的に実現できるような実践的アプローチであり、信頼性の高い戦略プロセスです。今日の変革が明日の成果を再定義するような戦略です。ビジョンを現実のものへと作り上げる戦略です。“It’s strategy, made real.”戦略が現実のものになるのです。

www.strategyand.pwc.com/jp

本報告書は、PwCメンバーファームが2021年7月に発行した『ESG and technology, media and telecoms』を翻訳したものです。翻訳には正確を期しておりますが、英語版と解釈の相違がある場合は、英語版に依拠してください。

電子版はこちらからダウンロードできます。

<https://www.strategyand.pwc.com/jp/ja/publications/report.html>

オリジナル(英語版)はこちらからダウンロードできます。

<https://www.strategyand.pwc.com/uk/en/insights/esg/esg-and-technology-media-telecoms-tmt.html>

日本語版発刊年月：2021年11月