A photograph of a young child from behind, reaching up towards the sun in a field. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The child's arm is extended upwards, and their hand is near the top of the frame. The background shows a field of tall grass and some distant hills under a clear blue sky.

次世代、その先へと続く
未来をともに創るために
どこから始めますか？

EY Japan Integrated Report 2021



The better the question. The better the answer. The better the world works.

The EY logo, consisting of the letters 'EY' in a bold, white, sans-serif font. A yellow diagonal line is positioned to the right of the 'Y'.

Building a better
working world

Contents

Top message

P2～4

Our model

P5～6

Our strategy

P7～8

People

P9～13

多様な人材が持つスキルと
個性を生かし強い
チームづくりを実現



Society

P14～18

長期的価値の考え方を
羅針盤に、
持続可能な経済社会を支える
プラットフォームを創出



Clients

P19～26

クライアントの
課題解決のため、
長期的価値を創出する視点で
未来を提案



Leadership

P27～28

EY Japanの経営体制



LTV[※] metrics

P29～33

WEF-IBC^{※※}の「ステーク
ホルダー資本主義指標」に
基づいた自社のKPI



Facts and figures

P34～38

主要指標と実績



※ Long-term value、長期的価値
※※ 世界経済フォーラムの国際ビジネス評議会

編集方針

Building a better working world (より良い社会の構築を目指して)

EYは、2013年にEYのパーパス(存在意義)「Building a better working world～より良い社会の構築を目指して」を制定しました。8年たった今では、パーパスが私たちEYのメンバーにとって判断のよりどころになっています。パンデミックで各国が都市封鎖し、そして企業活動の自粛が求められた2020年の春、EYではいち早く、EYグローバル会長兼CEOのCarmine Di Sibio(カーマイン・ディ・シビオ)から「雇用を守る」旨のメッセージが全世界に発信されました。EYにおいては、パーパスのもとピープルファーストの企業文化が定着しています。私たちEYのメンバーは、先の見えない不確実な世の中にあっても、明確なパーパスのもとグローバルに団結し、社会にポジティブな影響をもたらすことのできる存在であり続けるよう、努力してまいります。

長期的価値(Long-term value、LTV)^{※1}を創り上げるために

EYは、2017年にCoalition for Inclusive Capitalism^{※2}と共同で企業の長期的価値を測り得る新たな指標(EPIC)を発表しました。そして、自らもLTVを創出し、その取り組みをステークホルダーの皆さまにお伝えすべきであると考え、EY Japanとして初の統合報告書を発行することに致しました。統合報告書を通じてEY Japanのメンバー自らがパーパスの実現に向けた進捗を客観的に振り返るとともに、クライアントをはじめとする多くのステークホルダーの皆さまからいただく、率直なフィードバックを、私たちのさらなる改善、そして信頼の礎につなげていければ幸いです。

※1 LTVフレームワーク(Long-term Value長期的価値フレームワーク)
※2 www.inc-cap.com

EY Japan チーフ・ブランディング・オフィサー
高橋 説子

対象範囲

EY Japan

※ EY Japanは、EYの日本におけるメンバーファームの総称です。EY新日本有限責任監査法人、EY税理士法人、EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社などから構成されています。なお、各メンバーファームは法的に独立した法人です。詳しくはey.com/ja_jpをご覧ください。

対象期間

2021年度(2020年7月～2021年6月)

ただし、過去の経緯やデータ、最近の事例を示すことが適当である場合は、この期間以外のものを報告しています。

将来見通しに関する注意事項

本報告書に記載されている業績見通しなどの将来に関する記載は、本報告書の発行日現在における将来の見通し、計画のもととなる前提、予測を含んで記載しており、EY Japanとしてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績は、今後のさまざまな要因によって、大きく異なる結果となる可能性があります。

年度が示す期間

年度は、前年7月から同年6月までの期間を指します。例)FY22とは2021年7月から2022年6月まで

Top message



「Building a better working world ～より良い社会の構築を目指して」。

EY Japan チェアパーソン兼 CEO
ジャパン・リージョナル・マネージング・パートナー (RMP)

貴田 守亮

世界をけん引する日本へ 次世代につながる長期的価値 (Long-term value、LTV) を 創ります

現在、世界では、グローバリゼーション、デジタルイゼーション、気候危機、人口動態の変動、感染症の流行といった課題に直面し、企業、市民、政治リーダー、投資家などそれぞれが長期にわたって、持続可能な成長や価値の創造を目指すというステークホルダー資本主義への大きな価値観の変化が起きています。これに先駆け、EYでは早くも2013年より、「Building a better working world ～より良い社会の構築を目指して」というグローバル全体のパーパス（存在意義）の下、長期的視点に立ち、政府、企業、有識者の枠組みを超え、社会全体の長期的価値を向上する変革の原動力となるよう、世界全体をより良いものとする目標を掲げています。

2013年以来、EYは独自性の高いパーパスに基づき、全世界約31万人のメンバーが、長期的な視点で何を目指すべきなのかを日々考え悩み、活動しています。このパーパスは2018年に全世界でEYが展開したNextWave戦略に継承され、さらに進化しています。近年、ESG（環境・社会・ガバナンス）の主要テーマの

一つである、気候変動をはじめとした課題への企業や各国の対応が加速する中、世界最速で進む超高齢社会、人口減少による医療や介護の問題を抱える日本社会は、世界にとって示唆に富む存在です。また、コロナ禍や経済戦争によって影響を受けているサプライチェーンのディスラプションや急激なデジタルトランスフォーメーション（以下、DX）により、人々の働き方はもちろん、産業構造のあり方にも変革が求められています。

既存のビジネスモデルが通用しなくなる中、課題先進国の日本において、社会をもステークホルダーと考え、事業を通して社会課題を解決し、長期的価値を創造し続け、輝きを放っている企業も存在します。

課題先進国である日本は、山積みする課題一つひとつを乗り越え始めています。したがって、日本は、課題「解決」先進国となる力を秘めています。しかし、いくつかのステップを見誤ると、せっかくの努力や解決策がガラパゴス化し、世界の潮流から遠ざかるリスクもはらんでいます。長期

的な視点とグローバルな知見を基に、日本、および日系企業が世界を変える原動力となり、次世代につなぐグローバルスタンダードを形成し、新しく豊かで先進的な社会を構築することこそがEYのパーパスだと改めて認識しております。

クライアントと社会の課題解決へ メンバーの夢を原動力に

クライアント

私たちEYの取り組みの中心にあるのは、常にクライアント企業の存在です。アシュアランス、税務、コンサルティング、ストラテジー・アンド・トランザクションという4つのサービスラインにおいて（P26参照）、日本を含む世界150以上の国・地域に存在するプロフェッショナルが、それぞれの知見を活かしながら連携し、目の前のクライアントの課題と向き合い、総合的に支援しています。クライアントが海外で展開する場合には、当該国のサービスチームと、国や文化の違いを乗り越え一つに結束したワンチームで対応します。新しい組織にパーパス経営を根付かせる支援や、人事規程やキャリアパスの設定など、その国の人だからこそ深く洞察した「企業経営に不可欠な視点」を提供しています。世界にまたがる全メンバーが「より良い社会の構築を目指して」というパーパスを共有していることで、自国の利益を超え、進出国の文化や商慣習も踏まえた最適なソリューションを提供すること、クライアント企業や社会の課題解決のために連携し合うことが当たり前のカルチャーが

EYの強みです。

また、株主を主眼とした価値提供から、社会も含めあらゆるステークホルダーへ価値を提供するステークホルダー資本主義への転換を支援するため、EYの「LTV推進室」を通して、アシュアランス、税務、コンサルティングおよびストラテジー・アンド・トランザクションのサービスを総合的に提供する体制を整えました。この取り組みをさらに強化するため、今年1月には「SDGsカーボンニュートラル支援オフィス」を設置しました。カーボンニュートラルに精通した専門人材を集め、アシュアランス、税務、コンサルティング、ストラテジー・アンド・トランザクションの4領域で横断的なチームを作り、非財務情報の開示などでも企業ニーズを把握し、ワンストップで課題解決に取り組むことを進めています。

社会

社会に対しては、持続可能な経済社会システムの基盤となる新たな産業創出の支援と、それを支えるプラットフォームの創出を進めています。新たな産業創出においては、より良

い社会の構築を目指し、新たな事業領域に挑戦する企業家の功績をたたえる、世界的な表彰制度「EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー」を毎年実施しています。日本でも2001年度より「EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー・ジャパン」を開始し、日本の未来を切り開く企業家の活動を奨励するとともに、後進の育成に寄与しています。女性起業家に対しても「EY Entrepreneurial Winning Women™」で功績をたたえています。

また、脱炭素による水素社会実現に向け、水素分野におけるグローバルな連携や水素サプライチェーンの形成を推進する団体「水素バリューチェーン推進協議会」に参画し、官民連携の推進を支援。企業や機関投資家と共にESG情報開示の在り方を多様な視点から検討する「ESG情報開示研究会」に参画。企業と共に、ウェルビーイング（実感としての豊かさ）を測定する指標づくりとウェルビーイングを中心に据えた新しい経営の在り方を検討する「日本版 Well-being Initiative」に参画するなど、持続可能な社会システムを支えるプラットフォーム創出への取り組みを進めています。私自

身も、内閣府「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」に参画し、提言する機会を頂いています。私たちは、EYのパーパスに共感するステークホルダーに伴走して共に変革を呼び起こし、次世代につながるより良い社会をしっかりとつなぐことこそが、日本における私たちEYの使命と考えています。

EYで働く人々

パーパスを実践するためには、EYに属するメンバーの意識が最も重要です。日本では、企業が進む方向を示

し、従業員はそれに合わせて与えられた業務を行うことが当たり前でしたが、EYでは、メンバーそれぞれが持つ、家族や友人にも語れる夢や目標 — My Purpose — を実現させようとする力こそが課題を解決するイノベーションの原動力になると確信しています。具体的には、私がCEOに就任して以来、メンバー一人のパーパスを掘り起こし、EYのパーパスとつなぐ取り組みを始めています。個人の夢や目標の実現のために必要なことの一つ目は、他人とは違った背景や意見であってもそれをチー

ムメンバーと共有できる心理的安全性があること、二つ目には自分の考えとは違う考えを他人は持っているという前提を理解すること、三つ目には職階、ジェンダー、障害の有無などでどちらかという優位に立った側が自分とは違った意見を聞き、取り入れるための勇気を尊重するカルチャーを育むことだと捉えています。EYは、多様な人や考え方が存在することを理解するダイバーシティ（多様性）とそれらの違いが混じり合い、頻繁にぶつかり合いつつも互いを尊重するカルチャー（インクルーシブネス、包摂性）と、優位性を理解





したうえでより境遇に応じたサポートをするエクイティ(公正)が存在する組織を追求しています。約31万人を擁し、世界に広がる強固なネットワークを持つEYだからこそ、さまざまなチャンスがあり国や組織を超えサポートし合う仕組みがあります。これを生かし、EYを舞台にメンバーの夢を実現してほしいと願っています。さらに、EYのメンバーが自分のパーパスを全うするための行動を促すことにより、EYだけではなく、社会変革の原動力となることを推奨し続けていきます。

テクノロジーとデータ

業務を行う上で用いるテクノロジー

も、クライアントのDXのために提供するテクノロジーサービスも全世界150以上の国・地域で同じものであり、EYが誇るグローバル連携力の強さと一貫性が表れています。この基盤があるからこそ、国を超えて、全世界のEYのメンバーがシームレスに協力し合え、それがクライアントの海外進出支援の原動力になっています。これは、EYの強みの一つと認識しています。また、テクノロジーを企業や社会の豊かさの向上のために活用し、長期的価値へ結び付けるために、EYは「2022から2024年度にかけて100億米ドルの投資」を計画しています。その一環として、日本では今年10月に、EYデジタルハブ福岡を

設立しました。地域の企業との連携、Tech人材の採用を進め、福岡から、企業や社会に役に立つソリューションを発信していきます。データはテクノロジーの進化と共に重要性が高まっていますが、企業はデータの分析、データの信ぴょう性、データの秘匿性など、ボーダーレスな社会だからこそデータの信頼性と活用に関心を持っています。EYならではの「信頼」という価値観に基づいたデータの活用方法とグローバルな知見を生かしていくことで、企業と社会の豊かさにつなげることを目指しています。

持続可能な企業市民へ 私たち自身が範を示します

私たちEY Japan自身も社会の範となるべく、持続可能な企業市民として行動を起こしていきます。今年7月には、パーパスの下、EY Japan自身のLTVビジョンを策定しました。ガバナンス原則、地球環境保護、最良の人材、社会的価値創出の4テーマに対し、重要業績評価指標(KPI)を掲げ、自らも長期的価値を追求する組織へと進化していきます。クライアントに対してCO₂排出量を計算し削減につなげる支援を提供するだけでなく、EY自身が、年間の二

酸化炭素(CO₂)絶対排出量を削減し、排出量を上回るCO₂の相殺または除去を行うことで、**カーボンネガティブを達成**し、さらに2025年のネットゼロ達成に向け取り組みを強化しています。また、全世界約31数万人のメンバーが、EY Ripples (P16参照)という共通の目的を持った社会貢献活動を行っています。EY Ripplesを通して世界全体では2030年に10億人の人々に良い影響を創り出すことを目標に掲げ、グローバル連携力やプロフェッショナルな知識、スキル、経験

など、EYが持つアセットを通して「次世代支援」、「社会的に影響のある起業家との協働」および「持続可能な環境への取り組み」を実施し、世界の人々の生活をより良いものにしていくことを目指しています。日本でも、EYのプロフェッショナルがメンターとなり、社会的インパクトのある起業を目指す学生や若者向けにビジネススキル研修を行うなど、EYだからこそできる取り組みで社会に貢献していきます。

パーパスを羅針盤に

停滞しているように見える日本社会が持つ本来の力を掘り起こし、再び世界の発展に貢献する日本を、クライアントやパートナー企業の皆さまと共に作り上げたいと考えています。その際、羅針盤となるのは、パーパス

である「Building a better working world ~より良い社会の構築を目指して」です。日本が5年後、10年後において世界をリードする国になるような新しい潮流となり、現世代だけではなく、次世代も、日本だけではなく世界全体

をもより良い社会にするため、その中枢で新たな視点から切り込み、希望にあふれる未来に向けてまい進してまいります。

Our model

今、世界はESG（環境・社会・ガバナンス）のテーマに代表される気候変動などさまざまな課題に直面しており、各国や企業が解決のための見通しを立てている最中です。不確実性の高い世の中だからこそ、変革を真摯に受け止め対応すること。それ以上に、世界中から英知やケイパビリティを集め、不確実な時代を切り拓きより良い社会を築いていくことがEYの使命です。

現在、気候変動問題の加速や

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）を機とした人の健康意識の高まりを受け、世の中の価値観や社会の仕組みが大きく変化してきています。その中で、企業には今日をいかにかの両方の思考が求められています。EYはクライアントの持続可能な成功を支援することが役割であると自負しています。次の3つの領域における取り組みをさらに強化し、クライアントの持続可能な成功へ

の支援、ひいてはEYのメンバーのみならず、世界の人々にとってより良い社会を構築するためのサイクルを加速させていきます。

第一に、EYのサービスを支える人材への支援を、EY Badges（EYのグローバル共通の社内資格認定制度）やEY Tech MBA（ハルト・インターナショナル・ビジネススクールと提携で開設しているオンライン学習プログラム）などに代表される世界水準の人材開発のプロ

グラムを通し、継続的に実施していきます。

第二に、先の見えない状況下でクライアントが直面している企業レベルやビジネスユニットレベルの戦略策定において、EYは多様なグローバルネットワークや世界に広がる知見を活かし、戦略策定から実行までサポートしていきます。

第三に、EYのコアビジネスでもある、最新かつ包括的な一連のトランスフォーメーションおよびコンプライアンスの

サービスを行うため、デジタル化やデータ集約化の領域で、常に最先端であるように投資・進化を続けます。

EY Japanには、Connected & Integrated（人との結び付きの強さ）、Long-term value & Purpose Driven（パーパス（存在意義）を指標に長期的価値を追求）、Inclusive & Equity（多様性と公正さを体現）を尊重する企業文化が根付いています。それは私たちの判断基準や行動の礎となり、

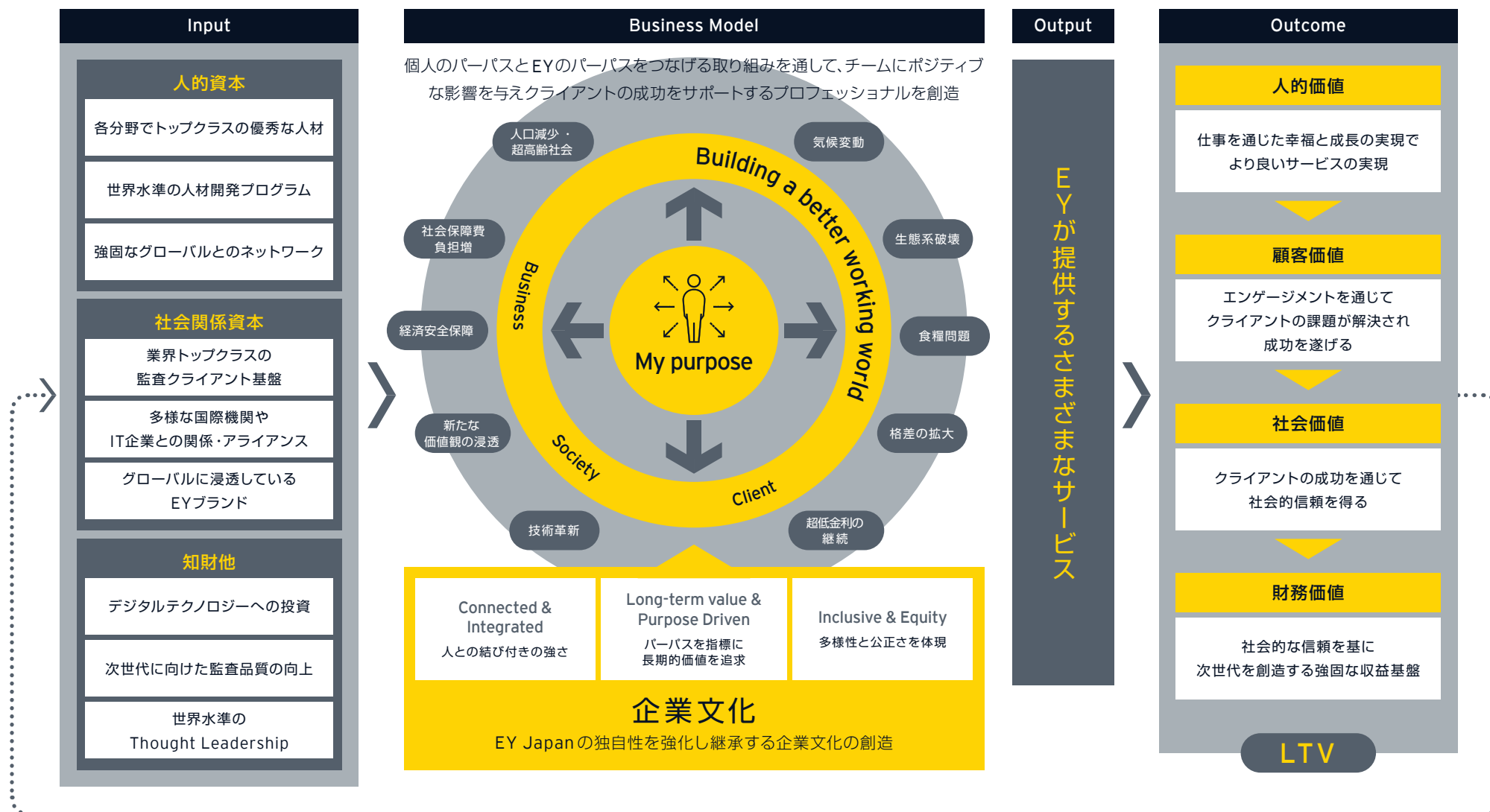
クライアントに提供するサービスやEY Japan独自の取り組みに繋がっています。

EYの提供するさまざまなサービスにより人材・顧客・社会・財務と4つの価値を高め、EY自身の資本を拡充させると共に、企業・産業の変革に貢献するプロフェッショナルサービスの向上を図るだけではなく、最終的には経済社会そのものの変革・整流化に挑戦し、社会全体の価値創造へと発展させていきます。

私たちのパーパスに共感するステークホルダーに伴走して変革を呼び起こし、
Building a better working world（より良い社会の構築を目指して）の
実現を目指していきます。

パーパス（存在意義）

Building a better working world（より良い社会の構築を目指して）



Our strategy

Building a better working world (より良い社会の構築を目指して)

クライアントの成長や、EYメンバー一人一人の行動（活動）を通じてより良い社会を構築していくこと。これがEYのパーパス（存在意義）です。

その実現のために、私たちは、Client value、People value、Social value、Financial valueの4つのバリューを創出していきます。

EYのビジネスモデルは、サービスを提供する「人」からスタートします。EY Japanで働く人のモチベーションを上げ、また、EYを魅力的に感じた良い人材を集めることで、クライアントにより良いサービスを提供します。そして、クライアントの成功を通して社会をより良くしていくことを目指しています。

たとえば、サービスがテクノロジー主導、データ主導であって

も、そのデータを活用する「人」が中心であることに変わりはありません。

EYのグローバル戦略であるNextWaveでは、Ambition（目指すべき姿）を定義し、長期的価値をもたらすためにグローバルで実行する戦略的重要施策（Priorities）、組織レベルで最大限の利益を得るための投資配分、さらには私たちのカルチャー、体制、システム、プロセスを有機的に組み合わせ、世界に広がるEYの総合力を高めていきます。その根幹にあるのは、People valueを最大化し、クライアントのニーズへの対応力を磨き、その結果、すべてのステークホルダーに長期的価値を創造する、という私たちのパーパスであり、パーパスを実現できる組織へと変革を遂げていきます。

Ambitionの要素

Embankment Project for Inclusive Capitalism (EPIC)の長期的価値フレームワークは、消費者／クライアントにとっての価値、人々にとっての価値、社会的価値、および財務的価値という4つの価値基準から成り立っています。Ambitionの要素をこれらのカテゴリと合致させたことが、私たちの「成果」を測定する上での主な変更点です。今後は自分たちのために生み出した価値（財務的価値）によってのみ成功を定義することはありません。私たちの財務パフォーマンスは、クライアント、EYメンバーそして社会のために創出した価値を考慮しながら測定されます。

Client value: クライアントが価値を育て、最適化し、維持できるよう支援する

NextWave戦略の最重要事項は「常にクライアントを中心に行動する」です。EYの組織全体の力を結集してクライアントのニーズに対応することで、最高に素晴らしい経験をクライアントに提供することを目指します。

People value: EYメンバーのために最高に素晴らしい経験を創出する

入社時期や在職期間にかかわらず、EYメンバーには生涯にわたって続く最高に素晴らしい経験を積んでほしいと考えています。この約束が果たされているかどうかをEYメンバー自身に尋ねることが、成功を測るための指標となります。また、私たちが世界中の大学生に就職先として選ばれることに、この価値基準が貢献しているのかも測定します。

Social value: 資本市場における信頼を構築し、コミュニティと地球にポジティブな影響を与える

私たちが提供するインサイトと高品質のサービスは、世界中の資本市場と各国の経済が信頼と自信を築く手助けをします。あらゆるステークホルダーに対する約束を果たすためのチーム作りができる卓越したリーダーを、組織の内外で育成していきます。新たなAmbitionでは、規制当局が私たちに寄せている信頼と信用を明確に測定するとともに、私たちがどのくらいの人たちの生活にインパクトを与えているかも測ります。EY Ripplesという新たなグローバルのCorporate Responsibility（企業の責任）プログラムは、より多くのEYメンバーが自らのスキルとナレッジを生かし、次世代の人材が有意義と感じる仕事に出会い、そして働き続けるために必要な考え方や将来応用が利くスキルを習得できるようサポートするためのものです。社会的に影響のある起業家がビジネスを拡大し、インクルーシブで持続可能な成長を推進できるよう支援することも可能にします。

Financial value: 財務面において、長年にわたって成長のリーダーになる

Ambitionを達成し、Purposeを実現できるかどうかは、財務面で長期的に成功すること、そしてそれを持続可能にすることにかかっています。財務面でのAmbitionは、この業界で長期的成長のリーダーとなること、そして進化を続ける環境に順応し、新たな成長の道を見つけることです。ただし、成長のための成長を目指しているのではないということを明言しておきます。利益を生むと同時に、責任ある成長をしなければならないという観点から、財務的成功の指標として売上高と最終利益の両方の成長を測定します。

Ambitionを包括する2つの要素: ブランド、およびD&Iへのコミットメント

私たちは、ブランディングとD&Iの両方にしっかりと取り組むことによって、4つの価値基準のもとで行われる活動にインパクトを与え、同時にそこからメリットも享受できると考えています。クライアントの価値、EYメンバーとしての価値、社会的価値、および財務的価値を実現することにより、ブランドとD&Iの目標を達成します。

私たちの評価

長期的価値を提供するため、私たちEYが創造する4つのバリューにおける進捗を測定し、加速させるため、11の指標を作成しました。このフレームワークを用いて、EY全体、および各エリア、リージョン、サービスライン、ファンクションで、それぞれの進捗状況を測定し、変革を遂げていきます。

世界で最も信頼される独自性を持ったプロフェッショナル・サービス・ファームとして、長期的価値を創出する				
4つの長期的価値基準	Ambition Metrics			
<div></div> <div>Client value クライアントの価値を最大限に高め、成長を支援する</div>	<div>Client experience ／顧客満足度</div> <div>EYの顧客の満足度を総合的に測定する指標 (CX Score)の値を改善する</div>	<div>Account teaming ／提供するサービスの種類</div> <div>EYが1つの顧客グループに提供するサービス (FoP)の種類の平均値を高める</div>		<div>Diversity & inclusive ／人材構成の多様性、インクルーシブネス</div> <div>EYの人材構成のバランスと多様性、および、インクルーシブネスを総合的に測定する指標 (D&I Index)の値を改善する</div>
<div></div> <div>People value EYメンバーのために最高に素晴らしい経験を創出する</div>	<div>Employee experience ／EYメンバーの経験</div> <div>EYでの経験は「最高に素晴らしい」と社内サーベイで回答するメンバーの割合を増やす</div>	<div>Favored employer ／働きたい会社</div> <div>ビジネス専攻、および、科学・技術・工学・数学 (STEM) 専攻の卒業生に対する採用サーベイにおいて、EYが上位にランクされる</div>		
<div></div> <div>Social value 資本市場における信頼を構築し、コミュニティと地球にポジティブな影響を与える</div>	<div>Trust ／信頼</div> <div>クライアントと非クライアントからのEYに対する「信頼度」に関するブランドサーベイにおいて、EYが上位にランクされる監査サービスにおいて訂正監査報告書の発行率を極小化する</div>	<div>Carbon ／CO₂排出量</div> <div>EYのCO₂排出量を2019年比で削減する</div>	<div>Lives impacted ／人々の生活に与えるインパクト</div> <div>Ripples活動への参加者を増やし、EYが多くの人々に対してポジティブな影響を与える</div>	<div>Brand ／好感度、独自性</div> <div>クライアントと非クライアントからのEYに対する「好感度」および「独自性」に関するブランドサーベイにおいて、EYが上位にランクされる</div>
<div></div> <div>Financial value 財務面において、長期にわたって成長のリーダーになる</div>	<div>Revenue growth ／売上高の成長率</div> <div>売上高の高い成長により、EYが市場の成長リーダーになる</div>	<div>Income growth ／利益の成長率</div> <div>利益の高い成長により、投資と適切なリターンを実現する</div>		

01 / People

クライアントの課題を的確に捉え、変化に素早く対応するプロフェッショナル・サービス・ファームとして、EY Japanは人材の重要性を認識しています。多様な人材が持つスキルと個性を生かし、D&I（ダイバーシティ&インクルーシブネス）の企業文化を深化させることで、私たちは価値を提供するための強いチームづくりを実現します。People Firstの組織として人材の価値を高め、それによりクライアントの企業価値を向上させ、社会への貢献を果たします。それが自らの企業価値につながるバリューサイクルを通じて、私たちは自らのパーパスである「Building a better working world 〜より良い社会の構築を目指して」を実現します。



Key driver D&I

EY Japan チーフ・タレント・アンド・
ウェルビーイング・オフィサー

大内田 敬

J. Ouchida



People-firstで
クライアントと社会の価値へ。

EY Japan D&Iリーダー

梅田 恵

Megumi Umeda



無形のサービス提供は人が土台

—— 人材の重要性について、
EY Japanの基本的な考え方
をお聞かせください。

大内田 EY Japanはプロ
フェッショナル・サービス・
ファームとして基本的に人を
主体として、無形のサービスを
クライアントに提供していま
す。お客さまが直面する課題
は、社会状況などによって目
まぐるしく変化しており、ここ
に素早く対応して、新しいソ
リューションを生み出すこと
が求められる創造の場で活躍
するためには、それぞれのプ
ロフェッショナルの高い能力
とともに、人間としてのパワー
が必要です。こうした背景も
あり、私たちEYにとって人の
重要性というのは言い尽くせ
ません。対内的にも各メン
バーが常に相手のためを考え、

互いを尊重・信頼し関係を築
き上げています。相手を支え
たいという助け合い精神が根
本にあり、安心して働ける企業
風土ができていることはEY
独自の強みだと思います。

梅田 人材の重要性を考える
際、D&Iの発想が欠かせませ
ん。一般的に「ダイバーシティ・
アンド・インクルージョン」の
略語とされますが、EYではあ
えて「ダイバーシティ・アンド・
インクルーシブネス」という
言葉を使っています。これは
性別、セクシュアリティ、国籍、
障害の有無などのあらゆる
違いを公平に受け入れる状態
を、私たちの文化としていく
決意が込められています。
多様性に富んだプロフェッ
ショナルが、それぞれ異なる
スキルと個性を最適な形で組

み合わせて、総合力でお客さ
まにサービスを提供するのが
EYのスタイルです。互いの能
力を認めて、活かすことで
EYの競争力が高まる。だか
らこそインクルーシブネスが
より重視されていると思いま
す。EYのビジネスは“パート
ナーシップ”が基本にあり、お
客さま、ビジネスパートナー、
協力会社それぞれと、お互い
を尊重しながら、切磋琢磨し
て共に成長していく。まさに
D&Iの考えの通りです。

責任ある役割での経験こそ財産

— EY Japanにおける人材マネジメントのあり方をお聞かせください。

大内田 基本的な考えとしてPeople-firstの「バリューサイクル」があります。人材バリューを上げることで、クライ

アントのバリューを上げ、最終的に社会のバリューを上げる。結果的にEYのバリューそのものが上がり、自然とよい人材が集まるという流れです。このサイクルを人材への取り組みを中心にしっかり回すというのが、EY Japanとしての

使命です。サイクルのエンジンとなるのは、メンバーが仕事で得る特別な経験です。グローバルな大企業を担当する、ニッチな分野やパブリックセクターを体験するなど、サービスは多様にあり、さまざまなお客さまと関わることができます。その中で一人一人がEYだからこそできる、責任ある役割を与えられますから、知識と経験が確実に財産となります。これが人材育成の柱です。経験を得る機会の創出においては、オン・ザ・ジョブ・トレーニング(OJT)の考えの下、どのような仕事・アサインメントを経験してもらうか。その組み合わせやフィードバックを重要視しています。

梅田 EYは個人を中心に据

えたマネジメントを推進しています。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」においても、成長途中を許容しつつ成長を促すBuildingやbetterという言葉が用いられている点に、人を大事にしようとする考えが現れていると思っています。多様な個が自身の存在意義を表すMy purposeと会社のパーパスを目指して成長し、その成長を通じてチームのしなやかさが増し、それらの過程や結果を社会に還元していく、という流れが経営方針に落とし込まれています。また、真のD&Iを実現するために今、エクイティ(公正)の実現にこれまで以上に注力しています。社内制度が整い、平



等を実現する環境は整備されましたが、実態として無意識の偏見などによってさまざまな格差が生じています。その状態から目を背けることは、差別をするつもりがなくても、差別を助長することになります。エクイティ(E)がなければD&Iは実現できないため、D&IにEを加えて、DEIと表する企業も増えてきました。DEIについては、EYは経営チーム

のメンバー全員が署名したステートメントを発表しています。DEIの推進においてリーダーのコミットメントは非常に重要であり、CEOだけではなく、経営チーム全員が署名をして発表していることに、EYらしさ、EYの決意を感じます。



働き方を見直し、幸福感を高める

—— 人材マネジメントにおいて、重点的に取り組みたい課題とは？

大内田 現在、トランスフォーマティブ・リーダーシップ・モデルを推進しています。大きく変わる社会環境にきちんと応えつつ、自分で自分をリードする。従前のようにトップダウンで全体を引っ張っていく

というより、My Purposeを実現するために、まずは自分がリーダーシップを発揮しよう、という考え方です。

特にZ世代と言われている30代前半以下の層は、My Purposeこそ重要だと考え、社会貢献や人生の意味について深く考えている人が多い印象を受けます。まず自分のパーパスを明確にし、それを

EYのパーパスと共感させていく。心底からやりたいことが仕事になれば、クライアントの課題を先取りした積極的なサービスにつながりますし、自分自身の人生の意義も明らかになるでしょう。

また、アフターコロナ時代を見据えた独自の働き方「EY Flex & Remote (EYフレリモ)」の浸透も目指しています。最近、エンゲージメント指数が大きく上昇しました。働きやすい形で仕事をしたいというメンバー一人一人の希望が実現され、予想以上にポジティブな効果が数値に表れていると考えます。リモート勤務には人材教育やメンタルケアといった課題もありますが、EYフレリモの施策の下に柔軟に対応していく準備は整っています。

最後に、欠かせないのはウェルビーイングです。最低限の健康・安全維持にとどまらず、いかにして働くことそのもの

から幸福感を得られるか。これが焦点となっています。例えば既に、外部との意見交換で知見を取り入れる、若い世代を巻き込んでボトムアップで提案し進めるなどの活動を行っています。これらを通してウェルビーイングの向上をてこにした人材バリューの増大に向けまい進していきます。

梅田 ダイバーシティというのは、さまざまな人をパーティーへ招待すること。とはいえ会場の中心で人々がダンスをする様を見ているだけではなく、自分もダンスに参加できなければ楽しめません。障害があっても、国籍が違って、女性同士、男性同士でもそれぞれに手を差し伸べて、それぞれの方法で一緒にダンスを楽しむことができる状態がインクルーシブネスです。ウィンズ (WindS : EY Japanで働く全ての女性メンバーによるネットワーク) やUnity (EY

のLGBT+とその支援者 (アライ) のためのネットワーク) のような従業員コミュニティに代表されるように、EYのスタッフは自ら積極的に誘い、誘われてダンスを楽しめるのが強みです。またWABN (Women Athletes Business Network : 女性アスリートのセカンドキャリア支援プログラム) やEWW (EY Entrepreneurial Winning Women : 女性起業家支援プログラム) といったD&Iの社会貢献プログラムも長年行われています。私の役割は、既にある多様性を尊重する制度やプログラムの意味や目的を明確にして効果を最大化し、より多くの人に活用しやすいものにすることです。また、社会の変化とともにD&Iのテーマも変化しています。エクイ

ティもその1つですが、新たな分野での取り組みを開始し、それを社内だけでなく社外コミュニティとも連携

しながら、EYがD&Iの領域でリーダーシップを発揮していく機会や場をより多く作って、自分ごととして捉え動ける組織であるからこそ、メンバーの力量を適切に判断して最高のパフォーマンスが発揮できる環境を整える。それだけでなく、周囲を支える管理職の支援も強化したいと考えます。今後も私自身もプロフェッショナルとして成長を続けるため、Better Me・Better Us[※]の実現、「Building a better working world ~より良い社会の構築を目指して」という理念を体現していきたいと思っています。

[※] Better Me・Better Us EYが実践している、メンバー一人一人が自分自身の姿 (Better Me) に基づく成長目標を定め、その上で組織をより良くする (Better Us) ための行動目標を立てる取り組み。

プロフェッショナル・ファームであるEY Japanでは、メンバー一人一人が財産です。より良い社会の構築を目指すため、魅力ある職場づくりを通じてメンバーの能力を最大限に引き出し、高い成果を上げるチームをつくる必要があります。

多様な人材が価値創出に貢献するシステムの構築を目指し、D&I（ダイバーシティ＆インクルーシブネス）の深化に取り組めます。女性や多国籍メンバーのさらなる活躍の支援やLGBT+ インクルージョンの浸透に注力するだけでなく、多様な人材が働きやすい環境をつくるためにフレックスやリモートワーク制度、育児休暇取得や育児休暇後の復帰支援、介護休暇制度を推進します。

年齢や属性、働く時間の長さではなく、発揮された能力と成果を正しく評価する新たな評価制度を構築します。

人材育成においては、EY Japanのメンバーが持続的な成長を実現し、自らキャリアデザインを構築できるよう企業文化と風土の醸成と制度設計を行います。

デジタル時代にふさわしいスキルの習得やクライアントへのサービス提供を支援するため、EY Badgesを設けています。EY BadgesはEYのグローバル共通の社内資格認定制度であり、所定の学習や経験の要件を満たしたEYのメンバーであれば誰でも取得可能です。

FY20は、世界各地のEY全体でハルト・インターナショナル・ビジネススクールとの提携によるEY Tech MBAもスタートしました。職種や職階にかかわらず、世界150カ国以上、30万人を超えるEYの全メンバーが無料で受講できるオンラインでの学習プログラムであり、革新的なオンライン学習を通じて、

世界中どこからでも自分に合った方法でテクノロジー、リーダーシップ、ビジネスに必要なスキルの向上を図ることを目的としています。

新型コロナウイルス感染症によってもたらされた状況で特に重要なテーマとなっている労働安全衛生面においては、ウェルビーイング向上を目指して推進室を立ち上げるとともに、メンタルヘルス対策を推進し、エンゲージメントや欠勤率、定期健康診断受診率などの目標値を定め取り組んでいます。

クライアントやサプライヤーにも展開できる新しい働き方の事例として、

EY Flex & Remote（EYフレリモ）に取り組んでいます。現在「EYフレリモ移住プログラム」では、EYのメンバー約30人が全国各地でリモート業務を遂行しています。本格運用に向けて必要な労務管理、人事制度などを急ピッチで構築し、FY22での制度化を推進していきます。

EY Japan社内だけでなく、サプライヤーダイバーシティを向上するための取り組みも強化していきます。2025年までに女性起業家サプライヤーなど20社をD&Iプリファード（優先的）サプライヤーとして登録することを目指しています。

10.2%

PPAPD*に占める
女性比率

100%

フレックス &
リモート導入率

20社

2025年までの
D&Iプリファード
サプライヤー
登録社数



※ PPAPD：パートナー、プリンシパル、アソシエイトパートナー、ディレクターの略。

02 / Society

EY Japanは、長期的価値（Long-term value、LTV）の考え方を企業の経営戦略構築における指針として捉えるだけでなく、社会全体が進むべき航路を示す羅針盤として掲げています。気候変動や資源循環への対応による環境保全、次世代支援のコミュニティー活動、資本市場の健全性を担保する監査品質の向上、人権尊重や不正防止などのガバナンス原則構築の取り組みを通じて、私たちは持続可能な経済社会のシステムを支えるプラットフォームを創出します。また、新たな評価指標を確立し、ルール形成などの変革や整流化に挑戦します。



気候変動は、現代における重要な課題の1つです。私たちは、人間が引き起こした著しい気候の変化に直面しており、次世代に向けて地球を守るためにも直ちにアクションを起こす必要があります。EYでは右記の目標を定め、この課題に取り組んでいます。

さらに、EYのオフィスはLEED^{※1}へ移行しています。2021年にオープンしたEYのストックホルムおよびニューヨークのオフィスはそれぞれLEEDプラチナ、ゴールドの評価を得ています。2025年までには、全てのEYのオフィスにおいて100%再生可能エネルギーで稼働するよう取り組みを進めています。

Zero

2025年までに
ネットゼロを実現

↓ 40%

FY25までに
CO₂排出量
(FY19比較)



- ▶ Science Based Targets (SBT)^{※2}に沿ってCO₂排出量を削減し、2025年までにネットゼロ^{※3}を実現します。
- ▶ EYのチームに対して、クライアント業務実施時のCO₂排出量を計算し、その削減に取り組めるよう支援ツールを提供します。

循環型オフィス

- ▶ 東京オフィスの紙および一般ごみのリサイクル率 **80%** (FY24 以内)
- ▶ 東京オフィス 社内カフェの使い捨てプラスチックの使用量 **ゼロ** (FY22 達成済み)
- ▶ 東京オフィスの家具リサイクル率 **100%** (FY22 達成済み)

グリーン調達

- ▶ サプライヤーのSBT設定率(発注金額ベース) **75%** (FY25 以内)
- ▶ サプライヤーへのSBT設定を求めるアプローチ社数 **54社** (FY23 以内)

※1 LEED: 非営利団体USGBC*が開発、運用し、GBCI**が認証の審査を行っている、ビルト・エンバイロメント(建築や都市の環境)の環境性能評価システム。

USGBC*: U.S. Green Building Council, GBCI**: Green Business Certification Inc.

※2 Science Based Targets (SBT、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℃に抑制することを目指す。

※3 ネットゼロ: SBTのプラス1.5℃目標の達成および大気からの残留排出量の除去という2つを両立した時点を目指す。

Community



次世代を担う人材の支援、社会に影響力を持つ起業家との協働、そして持続可能な環境の早期実現に重点的に取り組みます。

2014年に日本政府は地方創生を発表し、2020年に世界経済フォーラム（WEF）は「ステークホルダー資本主義指標」を公表しました。

EYは2018年に立ち上げたEY Ripplesを通じて、地域活性化に対し、メンバーの専門的スキルと経験を活用し、社会課題解決に貢献する仕組みを構築しています。また、STEM（科学・技術・工学・数学）分野の人材や会計士の教育支援活動、D&I推進のほか、EY Tech MBAやEY Badgeなどの活動にも力を入れており、次代の日本を担うビジネスリーダー育成を支援するものとして、EY Entrepreneur Of The Year™※1、EY Entrepreneurial Winning Women™※2、Women Athletes Business Network※3を継続して行っています。

EY Ripples

EY Ripples は、EYがコミュニティ向けの取り組みを拡大し、さらに注力するためのCorporate Responsibility（企業の責任）プログラムです。EY Ripples を通じ、EYは「次世代教育・就労支援」「社会的に影響力のある起業家との協働」「持続可能な環境への取り組み」の3つの分野にフォーカスした活動を行っています。2015年に国連で採択されたSDGs（Sustainable Development Goals）の達成へ貢献することを目指し、世界の人々の生活をより良いものにしていくために、私たちプロフェッショナルが持つ知識、スキル、経験を最大限に活用しながら、新たな価値を生み出しています。EY Ripplesはグローバル全体での目標として、2030年までに10億人の人々の生活を向上させることを掲げています。



SDGs 持続可能な開発目標

具体的な取り組みの例

次世代教育・就労支援 - EY Junior Board（中高生教育支援プロジェクト）

主に中高生を対象に会計やコンサルティングなどについての授業を実施し、将来のキャリアを考えるためのサポートを行う教育支援プロジェクト

実施授業の例

- ▶ 会計講座
- ▶ プロジェクトマネジメント講座（コンサルティング）
- ▶ 職業紹介（会計士・税理士・弁護士・コンサルタントなど）
- ▶ 中学、高校からの企業訪問の受け入れ

※その他、通年の起業体験プログラムなどを実施



中高生教育支援プロジェクト（日本）

- ※1 EY Entrepreneur Of The Year™
1986年にEYにより創設された、新たな事業領域に挑戦するアントレプレナーの国際的な表彰制度。世界に進出する起業家の支援、コミュニティの形成など、次代を担う起業家のサポートを推進しています。現在、約60カ国で開催されており、世界で最も名誉あるビジネスアワードの1つとして認知されています。
- ※2 EY Entrepreneurial Winning Women™
組織をリードする女性起業家が、障壁を乗り越え、事業を拡大し、グローバルのマーケットリーダーへと成長することをサポートするために、2008年に米国で始まったプログラム。当プログラムを通じた女性起業家ネットワークは、現在では65カ国以上、500名以上に及びます。
- ※3 Women Athletes Business Network
2016年にEYが女性アスリートを対象として創設したビジネスネットワーク。女性アスリートの中から優れた人材を発掘し、当人のビジネス界での活躍やリーダーシップの発揮を後押しするために、女性アスリートが競技引退後に起業を含むビジネス分野への挑戦やキャリア転換を図る際のサポートを行うプログラムを提供しています。

Audit Quality

EYは、インサイトや高品質のサービスをクライアントに提供することで、世界中の資本市場と各国の経済が信頼と自信を築いていくための支援をします。また、あらゆるステークホルダーとの約束を果たすために必要なチーム作りができる、卓越したリーダーを、組織の内外で育成していきます。新たなAmbition（目指すべき姿）では、私たちがどのくらいの人たちの生活にインパクトを与えているかを測ります。EY Ripplesというグローバルで展開している企業の責任（Corporate Responsibility）プログラムは、より多くのEYのメンバーが自らのスキルとナレッジを生かし、次世代の人材が有意義と感じる仕事に出会い、そして働き続けるために必要な考え方や将来応用が利くスキルを習得できるようサポートします。他にも、社会的に影響のある起業家との協働などを通じて、企業や組織がインクルーシブで

持続可能な成長を推進できるよう支援していきます。

過去数年にわたり私たちは、強固なチームングのカルチャーを備え、グローバルでより連携した組織になりました。それは、競合他社との差別化を図りながら、すべてのステークホルダーに対して高い価値を提供することを可能にしていく重要なアドバンテージとなっています。世界規模での連携によりEYの各メンバーファームがつながり、また、EYの力として自国でも世界各国でもクライアントに高い価値を提供すべく、EYが展開しているシステム全般と連携しています。EYのガバナンスと投資はグローバルレベルで運用されているため、規模を生かして、意思決定の向上を図り、マーケットへより迅速に対応することを可能にしています。EYの全メンバーファームから結集した経験を活用しながら、一貫性のある品質基準を提供します。

EYのメンバーファームであるEY新日本有限責任監査法人（東京都千代田区、理事長：片倉正美、以下EY新日本）は、経営およびガバナンス体制、品質管理、人材育成など、監査品質を追求する当法人の取り組みを「監査品質に関する報告書 2021」としてまとめ、発行しています。私たちは、ステークホルダーからの高まる期待に応え、監査品質をさらに向上させることで資本市場の信頼性を支え、社会のそして企業の長期的価値（Long-term value、LTV）の創造に貢献することを目指しています。これからも、一歩先の未来を実現するために「EY新日本から変わる、変える」をスローガンに、イノベティブな監査法人であり続けていきます。

監査品質に関する報告書 2021



https://www.ey.com/ja_jp/news/2021/11/ey-japan-news-release-2021-11-01



Operating responsibly

全世界で一貫して高い水準の品質向上活動を実施することが、社会の長期的価値 (Long-term value LTV) の創出につながるとEYは確信しています。ガバナンスに対しては汚職防止や不正防止に向けて、EYのメンバーにおける受講必須の研修の実施やEY倫理ホットラインなどの体制を構築しています。

監査サービスはEYの主要なビジネスの1つであり、監査品質の向上を常に目指しています。その達成度合いは、監査監督機関国際フォーラム (以下「IFIAR」) による外部検査指摘率に基づき測定します。当局メンバーには、グローバル監査品質 (GAQ) のワーキンググループ*が含まれます。外部検査指摘率は、各規制当局が定義する不備率に基づくもので、社会的影響度の高い事業体 (以下「PIE」) に対する直近に完了した検査を基準としています。

100%

EYグローバル
行動規範への
宣誓

100%

汚職防止研修
受講割合



外部検査

2015年、IFIARはグローバルな監査法人ネットワークに対して、上場PIEに対する監査における「不備のある監査 (1つ以上の重大な指摘事項のある監査)」を2019年までに25%削減するよう求めました。EYは2019年にこの目標を達成しました。IFIARは、グローバルな監査法人ネットワークに対して新たな目標を設定し、25カ国の上場PIEに対する監査における「不備のある検査」を、2023年までにさらに25%削減するよう求めています。EYは現在この目標に取り組み、順調に進んでいます。ただしこの指標はある時点での測定値であり、結果が変わる可能性もあります。

内部検査

監査エンゲージメントに対する内部検査も毎年行っています。EYのリーダーシップは、メンバーファーム、地域、グローバルの各レベルでの品質管理システムを評価するための重要な要素として、年次品質管理レビュー (以下「AQR」) プログラムを実施しています。AQRプロセスの結果は地域を含めたグローバルに集約され、継続的な改善の必要性がある主な領域も示されています。

最高の倫理基準の厳守

EYは、人権保護、国際労働基準の順守、環境保護、あらゆる形態の贈収賄や腐敗への反対など、最高の倫理基準を順守するよう努めています。私たちは、国連グローバル・コンパクト (UNGC) の10原則と国連の持続可能な開発目標 (SDGs) をEYの戦略、文化、事業に取り入れるべく尽力しています。

* 現在は、オーストラリア、カナダ、フランス、ドイツ、日本、オランダ、シンガポール、スイス、米国、英国の10カ国の規制当局で構成

03 / Clients

労働人口の減少や気候変動への対応など、さまざまな社会問題が深刻化し、企業は変革を求められています。EY Japanは、クライアントの課題「企業としての存在理由」という根本から見直し、解決に向けて、長期的価値を創出する視点で未来を提案します。長期的成長に向けた経営戦略において重要な非財務的評価および保証を、独立性を担保しながら一貫した倫理観で支えます。そして、パーパスを共有した各サービスラインが連携し、より良い社会の構築を目指してクライアントの企業価値を最大化します。

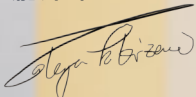


Key driver

Client centricity

EY Japan マネージング・パートナー - マーケッツ 兼
EY Japan チーフ・サステナビリティ・オフィサー

瀧澤 徳也



より良い社会のため、
全方位からクライアントを支援する。

EY Japan マネージング・パートナー - アシュアランス
EY 新日本有限責任監査法人 理事長

片倉 正美



長期的価値を第一に考える

—— クライアント企業をサポートする上で、EY Japanの強みとは何でしょうか？

瀧澤 クライアントの課題解決のためには、Japanリージョンを超えてサービスやナレッジなど、グローバルのリソースにアクセスすることが必要になります。EY以外にもグローバルで展開するプロフェッショナル・ファームが存在する中、EYは長年培ってきたカルチャーを基にして世界各地で働く30万人が1つのファミリーに近い関係を築いている点が特徴です。

クライアントが、これまでに経験のない海外の国・地域へ進出する際、私たちは、現地をカバーするメンバーファームにつなぎます。一度も話したことのない相手に唐突にメール

を送っても、相手は喜んで相談に乗ってくれますし、またその逆もEYの中では当たり前となっています。自分たちの実績になるかどうかを問わず、協力しあうカルチャーがそれを実現させています。

一方、私たちは民間企業ですから、経済合理性の中で生きているのも事実です。その際、大切にしているのが目先の売り上げではなく、長期的価値（Long-term value、LTV）です。今すぐに結果が出なくても、長期的な視野でクライアントを全力でサポートし続ければ、大きな成功につながり、結果としてクライアントにも私たちにも長期的価値がもたらされることを長年の経験を通じて理解しています。

片倉 私たちには「Building a better working world 〜より良い社会の構築を目指して〜」というパーパス（存在意義）があります。国によって文化や仕事の進め方は違うかもしれませんが、世界各国のEYメンバーは「より良い社会の構築」を目指す同志であり、その実現に向けて当たり前のように連携しあっています。

あらゆる方向からのサポートを

— 昨年、「LTV(Long-term value)推進室」を立ち上げました。EY Japanの4つのサービスラインにおける連携についてお聞かせください。

瀧澤 EY Japanには、アシュアランス、税務、コンサルティング、ストラテジー・アンド・トランザクションという

4つのサービスラインがあり、それぞれの切り口でクライアント企業をサポートしています。サービスラインが違って、ESG(環境・社会・ガバナンス)やサステナビリティを経営戦略に組み込み企業価値を向上させることは、クライアントの重要な経営課題であることに変わりはありません。

そのため、昨年サービスラインを横断し、統合的にサービスを提供できる「LTV推進室」を立ち上げました。私はリーダーを務めています。各サービスラインから集まったプロフェッショナルと頻りに議論をして、どのようなニーズがクライアント側にあるのかを理解し、よりふさわしいサービスの提供や、適切な情報を発信する工夫を行っています。税務の専門家もいれば、会計、M&Aの専門家もいる。クライアントを中心に据えて、要望にチームで全方位から支えるというイメージです。

片倉 企業価値をどう高めていくか、という点でいえば、ESG投資の後押しもあって、今やサステナビリティへの取

り組みは企業の経営戦略に必要な要素となりました。EYではどのように経営戦略に組み込んでいくかという川上から、KPI(重要業績評価指標)の設定・測定、統合報告書や有価証券報告書などを通じた取り組み状況の開示に至るまでのサポート、さらにはその開示に対する保証といった川下に至るまで、それぞれの専門家の立場から支援します。これはBuilding a better working world(より良い社会の構築を目指して)の実践に他ならないと思っています。中でもアシュアランスでは、企業の財務諸表監査で培った独立性の基準や品質管理の体制といった第三者保証の仕組みをすでに保持しています。サステナビリティへの企業の取り組みや

その成果が適切に開示され、私たちが専門家として保証を付けることで、情報の信頼性は飛躍的に高まります。このことによって、投資家をはじめとするステークホルダーは安心して意思決定できます。財務諸表監査においては、国際税務はどうか、企業買収の価格は適切だったのかなど、各国、あるいは各サービスラ

インの専門家が連携することで複雑多岐にわたる企業の監査を高い品質で実施することを可能としています。サステナビリティも同様です。共通のパーパスを持つプロフェッショナルだからこそより深く、より高次に連携できることがEYの大きな強みになっています。





企業の存在意義に立ち戻る

—— 気候変動の問題をはじめ社会の変化は非常に速く、企業は変革を求められています。クライアントに対して、EY Japanはどのような未来を提案するのでしょうか？

瀧澤 例えば二酸化炭素排出量を減らしたいというご相談があった場合、単純に数値目標を設定するという形はとりません。何のために減らすのか。それは企業の理念とどう関係するのか。一步下がり、根本のところから見直しを図るご提案をします。つまりパーパスの設定から始めるということです。最初はIR部門の取り組みだったはずのものが、経営計画の策定支援となり、クライアントの企業理念にまで昇華する。「なぜ私たちは存在するのか」という企業の存在意義にまで踏み込み、その存在意義から企業活動を検討するという段階に入っていくので、非常にやりがいのある

仕事だと思っています。

片倉 気候変動など非財務情報を開示する企業も増えていますが、まだまだスタート地点に立ったところではないでしょうか。評価の共通の物差しが欲しいという企業もあれば、枠にとらわれず、自分たちのユニークさを自由な形で表現したいという企業もあります。ただ、いずれの場合も最終的には投資家をはじめ、幅広いステークホルダーが情報をどう受け取るかが重要です。企業側の伝えたい思いだけではなく、比較可能性や理解のしやすさを意識した開示が求められると思います。さらに情報の信頼性という観点から証明が欲しいというニーズが高まれば、自然と非財務情報の保証ということが重要視されるでしょう。

今、まさにサステナビリティに対する企業の取り組みの重要性が加速度的に高まっている

わけですが、私たちEYが本業を通じてその支援を行うことで、クライアントの背中を後押しし、クライアントを通じて地球環境や社会課題の解決に貢献していく。そうすることで

社会が変わり、人々の暮らしもより豊かに、幸せになっていく。そのような好循環のサイクルを回していくことがEY Japanの重要な使命だと思っています。





Technologyを用いて 顧客への価値提供のみならず 自己変革を実現する。

EY Japan チーフ・イノベーション・オフィサー
松永 達也

テクノロジーを通して クライアントに提供したい 価値やEYの使命

EYの4つのサービスラインの仕事で共通して実施しているのは、お客さまのデータを含む社内外のさまざまなデータを分析して、そこからインサイトを導き出し、新たな経営や業務の課題、コンサルティングやM&Aに関する提言について、お客さまにフィードバックすることです。この分析の品質の高さや洞察の深さといった未来を予測する能力が、EYにとって長期的に競争優位性を構築するものと考えます。

そのための分析能力については、人工知能(AI)など先進の情報技術を活用します。大量のデータをリアルタイムに収集し、ガバナンスやセキュリティが行き届いた環境で管理

し、AIやさまざまなアルゴリズムを活用することで分析する能力が飛躍的に高まります。こうして、私たち人間が行う分析能力を拡張することが可能になります。

ある調査では将来、監査や税務の仕事の大部分はAIや自動化のソフトウェアによって置き換えられると言われています。現在でも、情報収集や定型的な調査、分析に関しては、既にテクノロジーを活用したソリューションにより、自動化やスピードアップが可能になっています。このように、テクノロジーの活用によりさまざまな業界の仕事の進め方が変わりますので、EY自身の仕事の仕方にも変革が必要です。また、コンサルティングやストラテジー・アンド・トランザクションの仕事においても、戦略策定、業務改革などのエンゲージメントにおいて、テクノロジーの動向を踏まえてプロフェッショナルサービ

スを提供することが必須です。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す)の観点から、テクノロジーの活用を自ら率先垂範し、その経験によりプロフェッショナルサービスの在り方を示すことができるよう、自己変革していくことがEYの使命だと思います。

EY Japanにおける テクノロジーの位置づけ

EY Japanでは、2021年7月に新しいリージョナル・マネージング・パートナー(RMP)を迎え、向こう3年間の注力分野を策定しました。その1つが、テクノロジーの活用において秀でた存在になるためのデータ・テクノロジー分野の強化です。EYのプロフェッショナルサービスを通して

これまで培ってきたメンバーの経験やノウハウをテクノロジーアセットに組み込んで開発することで、情報技術を活用してメンバーの能力を拡張することができます。その結果、これまで以上の価値や品質の高いサービスを提供することができるようになります。この変革をEYではイノベーションの実現と呼んでいます。このイノベーションを推進するために、EYではグローバルでテクノロジーアセットを開発運用する組織を強化しています。世界各地にリージョナル・テクノロジー・ハブ(Regional Technology Hub、RTH)を設置しています。アジアパシフィックでは2020年7月、東京にRTHを開設し、フルスタックエンジニアやユーザーインターフェースの開発などの専門家によりスタートしました。また、EYのグローバルな組織全体ではここ3年で1,500億円以上をテクノロジーアセットの開発に投資しています。グローバルで開発されたアセットを日本に導入することで、EYがグローバルで培ってきた経験やノウハウを、テクノロジーを通して提供することができます。しかしながら、そこには日本のルールに準拠しつつ特有のビジネスの慣習にも配慮することが必要であるため、RTHはその橋渡しをします。反対に、日本のお客さまのニーズに合わせて開発したアセットをグローバルに展開することも考えており、日本発のグローバル化を推進します。

テクノロジーを強化する上での 足元の取り組み

EY Japanでは、以下の5つの分野に集中して取り組んでいます。

1. イノベーション・ファンドの設置

グローバルアセットの日本への導入を推進し、日本のお客さまのニーズを満たすアセットの開発と推進に向けイノベーション・ファンドを設置。

2. 開発・運用体制の整備

RTHに設置した、アセット開発・運用するミッションをもつチームを増強、およびEYのグローバル共通組織であるGlobal Delivery Services (GDS)と連携し、アセットの開発、保守、運用を担当するニアショアセンターを2021年10月、福岡に開設。

3. データ・テクノロジー人材の育成

▶ アセットを開発する人材
RTHへ社内外からの専門家の採用、統合、育成。
▶ アセットを活用する人材
AI、Big Data Analytics、Customer Experience Designを今後のビジネスパーソンに必須のABC能力と位置づけ、トレーニングプログラムを開発、導入予定。

4. アライアンスの推進、エコシステムの構築

マイクロソフト社やIBM社などのテクノロジーカンパニーとのグローバルアライアンスの日本での展開を促進し、日本発のスタートアップやベンチャーとの連携によるエコシステムを構築。

5. イノベーション・ハブとしてのEY wavespace™ Tokyoの拡張

お客さまと社会やビジネスの未来について討議し、未来像を実現するための変革のロードマップとテクノロジーによる実現ソリューションを体験するイノベーション・ハブとして2021年7月にEY wavespace Tokyoを拡張。EY wavespaceを活用したお客さまとのコラボレーションを推進中。

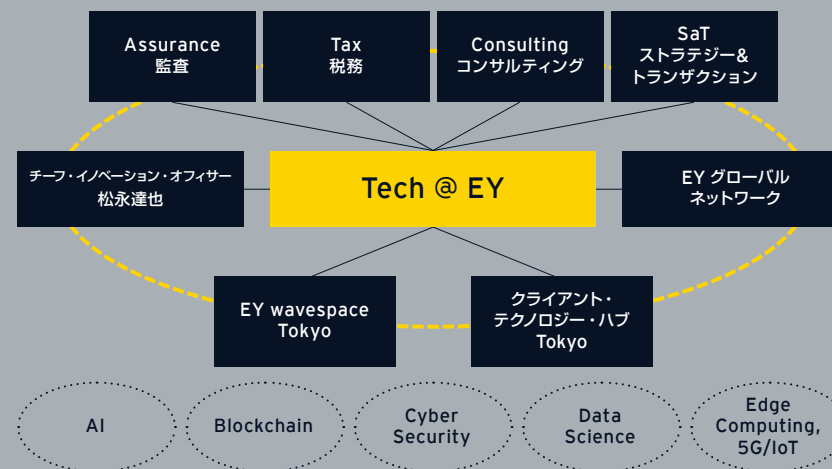
テクノロジーとデータは、価値を生み出し提供していく方法から、EYのメンバー同士やクライアントとの関わり方に至るまで、あらゆることを変えています。これまでは、既存のものの改善やプロセスの迅速化・効率化を図るためにテクノロジーが使われてきました。私たちは今後、テクノロジーを活用することで初めて実現可能となるサービスや新たなケイバビリティを通して、持続的で長期的な価値を提供するサービスを展開していきます。このテクノロジーの原動力となるのはデータです。私たちはデータを活用して、ソリューションとサービスの差別化を図ります。また現在、アルゴリズムがどのようにデータを処理しているかについて透明性が欠如しているため、「信頼の格差 (trust gap)」が拡大しています。こうした状況により生まれているのが、「信頼できるインテリジェンス (Trusted Intelligence)」と呼ばれる、新しい大規模な市場機会です。私たちは、この新たな分野においてリーダーとなることを目指しています。

これから強化・向上を図っていくこと

- ▶ クライアント向けのテクノロジーの開発に対する2年間で10億米ドルの投資
- ▶ Trusted Data Fabric (TDF)を使った共有データ資産の構築 — 新たなソリューションを活用し、既存のサービスを改良して提供する、データ主導の新たなEY体験の実現
- ▶ 自身のケイバビリティと目標の推進、および、既存のエコシステムとアライアンスを育てるだけにとどまらない、新しいエコシステムとアライアンスの創出
- ▶ ケイバビリティを強化し、活動範囲を拡大していくための的を絞った買収

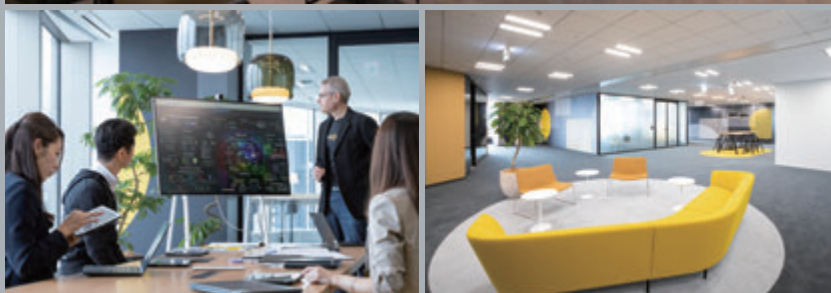
リージョナル・テクノロジー・ハブ (2020年7月設立)

EY Japanは、アシュアランス、税務、ストラテジー・アンド・トランザクション、コンサルティングの4つのサービスラインに所属する、アセット開発エンジニア、UI/UXのデザイナー、データサイエンティストなどにより構成されるバーチャルな組織を構築しました。リージョナル・テクノロジー・ハブでは、EYの経験や知見を、テクノロジーアセットとして開発します。日本のみならず、EY全体でアセット展開が可能になります。



EY wavespace™ Tokyo (2021年7月拡張オープン)

ニューノーマルスタンダードのイノベーション・ハブ。従来の施設を最新のテクノロジーを体験し、ビジネスの未来を語る“共創の場”として拡張しました。EY wavespace Tokyoは、リモートと会場の双方からセミナーを開催できる新しいタイプの情報発信スタジオや、ソーシャルディスタンスの保たれたくつろいだ雰囲気の中でワークショップの開催やテクノロジーの体験ができるスペースを設置しています。



Innovation Fund創設

クロスサービスラインのアセット開発、導入を促進するイノベーションファンドを創設しました。

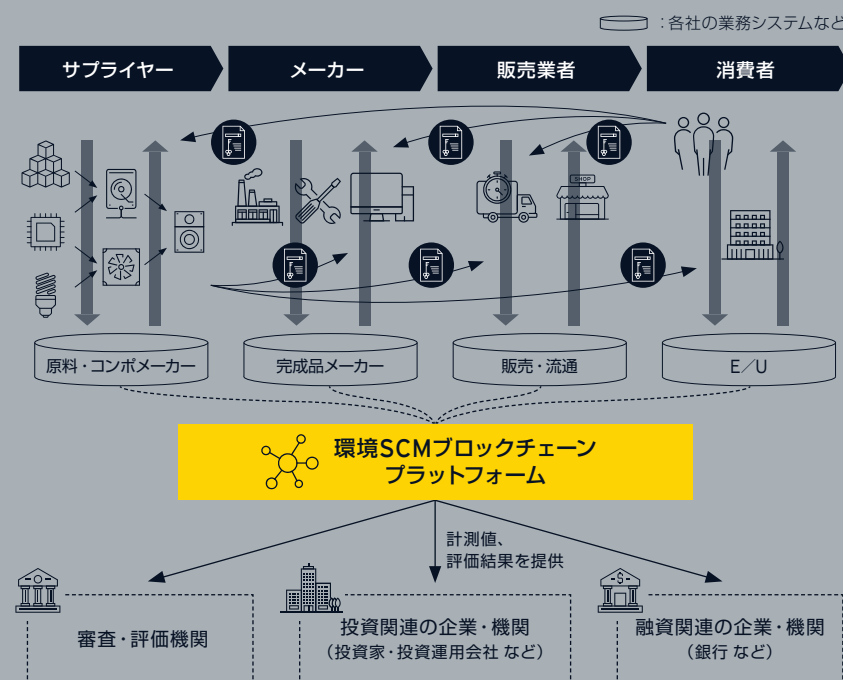
ブロックチェーンを使ったサステナビリティ

サプライチェーン全体で産出されるCO₂やエネルギーの量を高精度に可視化するためのプラットフォームを『環境SCMブロックチェーン』と名付け、構想を練っています。



保持する情報例

- ▶ 温室効果ガス排出量
- ▶ 廃棄物排出量
- ▶ エネルギー使用量
- ▶ 水資源使用/排出量
- ▶ 化学物質利用/排出量など



EYの主なサービス

Assurance

全国に拠点をもち、日本最大規模の人員を擁する監査法人が、監査および保証業務をはじめ、各種財務関連アドバイザリーサービスなどを提供しています。

- ▶ 監査・保証業務
- ▶ 企業成長サポート
- ▶ FAAS(財務・会計アドバイザリー)
- ▶ Forensics (Forensic & Integrity Services)
- ▶ 気候変動／サステナビリティ (CCaSS)



EY Japan
マネージング・パートナー
- アシュアランス
片倉 正美

Tax

日本国内外の企業・個人に対する税務アドバイザリーおよび税務コンプライアンスにおいて、EYの豊富な実績とテクノロジーを最大限に活用し、クライアントの皆さまの期待に応えるサービス提供に努めています。

- ▶ 企業税務アドバイザリー・税務コンプライアンス
- ▶ 国際税務戦略およびM&A・組織再編
- ▶ 間接税戦略
- ▶ グローバル規模の人材マネジメント



EY Japan
マネージング・パートナー
- タックス
蝦名 和博

Consulting

高い業界専門性を有するセクターチーム、社会課題解決、経営戦略とM&Aの連携、海外展開を担うクロスセクターチーム、ビジネス変革、オペレーション改革、リスク管理、テクノロジー、組織人事の各専門性を有するコンピテンシーチームが有機的に連動し、大規模・複雑・グローバルな社会課題と経営課題の解決を支援します。

- ▶ ビジネスコンサルティング
- ▶ テクノロジーコンサルティング
- ▶ ピープル・アドバイザリー・サービス
- ▶ クロスセクター



EY Japan
マネージング・パートナー
- コンサルティング
小池 雅美

Strategy and Transactions

戦略、買収・合併(統合)・セパレーション、パフォーマンスの再構築、コーポレート・ファイナンスに関連した経営課題を独自のソリューションを活用し、企業成長を支援します。

- ▶ EY パルテノン
- ▶ トランザクション アンド
コーポレートファイナンス
- ▶ 国際税務トランザクション
サービス



EY Japan
マネージング・パートナー
- ストラテジー・アンド・
トランザクション
梅村 秀和

04 / Leadership



Leadership team

大内田 敬

EY Japan チーフ・タレント・アンド・
ウェルビーイング・オフィサー

小池 雅美

EY Japan マネージング・パートナー
- コンサルティング

蝦名 和博

EY Japan マネージング・パートナー
- タックス

紙谷 孝雄

EY Japan チーフ・リスク・オフィサー

松村 洋季

EY Japan 金融サービス・リーダー (金融統括)

松永 達也

EY Japan チーフ・イノベーション・オフィサー

平元 達也

EY Japan 消費財・小売リーダー

佐藤 百合子

EY Japan ジェネラル・カウンセラー

ペーター・ウェスプ

EY Japan チーフ・ファイナンス・オフィサー



塚原 正彦

EY Japan リージョナル・ディレクター・オブ・
オペレーションズ

田邊 朋子

EY Japan パートナー代表

貴田 守亮

EY Japan チェアパーソン兼 CEO
ジャパン・リージョナル・マネージング・
パートナー

梅田 恵

EY Japan D&Iリーダー

高橋 説子

EY Japan チーフ・ブランディング・
オフィサー

瀧澤 徳也

EY Japan マネージング・パートナー
- マーケッツ
兼 EY Japan チーフ・サステナビリティ・オフィサー

片倉 正美

EY Japan マネージング・パートナー
- アシュアランス

近藤 聡

EY Japan マネージング・パートナー
- ストラテジー

梅村 秀和

EY Japan マネージング・パートナー
- ストラテジー・アンド・トランザクション

05 / LTV metrics



「ステークホルダー資本主義指標」に基づいた自社のKPI

私たち EY Japan は、長期的視点での価値（LTV）創造の実現に真摯に取り組み、ステークホルダーへの説明責任を果たすために、業界に先駆けて、世界経済フォーラムの国際ビジネス評議会が策定した「ステークホルダー資本主義指標」に基づき、自社の KPI（LTV metrics）を開示します。

ガバナンス原則

世界で最も信頼されるような、特別なプロフェッショナルサービスを提供する組織として長期的価値を創出すること。

これは EY が LTV ビジョンで掲げる目標に不可欠な要素です。全世界のどこにおいても一貫して高い水準を目指した品質向上活動を実施することにより、社会への長期的価値の創出につながると EY は確信しています。

会社の存在意義を問う パーパス経営

- ▶ 「Building a better working world～より良い社会の構築を目指して」の実践

腐敗防止と不正や非倫理行動を 防ぐ取り組み

- ▶ 汚職防止研修の受講割合 **100%**（維持）
- ▶ EY のグローバル行動規範への宣誓 **100%**（維持）



地球環境保護

気候変動は、現代における重要な課題の1つです。この科学的事実疑問の余地はありません。私たちは、人間が引き起こした不可逆的で著しい気候の変化に直面しており、次世代に向けて地球を守るためにも直ちにアクションを起こす必要があります。

ネットゼロの達成 (FY25以内)

- ▶ Science Based Targets (SBT)¹ のプラス **1.5℃** 目標を達成し、かつ残留 CO₂ 排出量をクレジットや大気からの除去などで相殺した状態

オフィス電力の再エネ利用率 **100%**² (FY25以内)

出張による CO₂ 排出量 **35%**² 減 (FY25以内)(FY19比)

- ▶ クライアント業務時の出張による CO₂ 排出量を算出するツールの全社導入および活用

循環型オフィス

- ▶ 東京オフィスの紙および一般ごみのリサイクル率 **80%** (FY24以内)
- ▶ 東京オフィスの社内カフェの使い捨てプラスチックの使用量 **ゼロ** (FY22達成済み)
- ▶ 東京オフィスの家具リサイクル率 **100%** (FY22達成済み)

グリーン調達

- ▶ サプライヤーの SBT 設定率 (発注金額ベース) **75%** (FY25以内)
- ▶ サプライヤーへの SBT 設定を求めるアプローチ社数 **54社** (FY23以内)

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℃に抑制することを目指す。

2 EYは、Scope 1, 2, 3合計でFY25までにFY19比40%のCO₂排出量削減にコミットする。これを達成するのに不可欠な、1)再生可能エネルギーの導入でオフィス電力のCO₂排出量を100%削減、2)出張でCO₂排出量を35%削減、をKPIとして定めている。

EYのSBT: Scope 1, 2, 3の温室効果ガスの排出量をFY25までに40%削減します(対FY19)。出張、通勤、輸送や物流、その他の活動による排出量、および廃棄物などからの排出量の削減、また、再生可能エネルギーの調達を通してScope 1, 2で93%、Scope 3で31%達成することを約束しています。Scope 1,2の目標は、1.5℃の温暖化を維持するために必要な削減と一致しています。

最良の人材

プロフェッショナル・ファームであるEY Japanでは、メンバー一人一人が財産です。より良い社会の構築を目指していくために、一人一人の能力を最大限に引き出し、魅力ある職場づくりを通じて高い成果を上げるチームを作ることが必要だと考えます。

D&I (ダイバーシティ& インクルーシブネス)	<ul style="list-style-type: none">▶ 役職女性比率: PPAPD³、Manager up 共に 15% (FY25 以内)▶ D&I プリファードサプライヤー⁴ 登録社数 20 社 (FY25 以内)▶ 任意団体 work with Pride (wwP) が策定した、企業・団体等などにおける LGBTQ などの性的マイノリティーに関する取り組みの評価指標「PRIDE 指標⁵」において、「レインボー⁶」を取得 (FY22 達成済み)	<ul style="list-style-type: none">▶ Inclusive Culture Items Score⁷ 77 (FY25 以内)▶ Neuro Diversity Center⁸ の立ち上げ (FY23 以内) この度、2016 年から導入を推進している Neuro Diversity Center の日本での立ち上げに取り掛かることとなりました。
労働安全衛生	<ul style="list-style-type: none">▶ ウェルビーイング活動参加者数 2,000 名以上 (FY22)▶ 有識者や外部イニシアチブに加え、D&I などその他 EY 内イニシアチブとのコラボレーション回数 年 6 回以上 (FY22)▶ 主観的ウェルビーイング指標の導入 (FY23)	<ul style="list-style-type: none">▶ 総合健康管理指数⁹ の導入と実践: 全サービスラインで各項目のリスク レベル 3 以下、総合リスク 21 点 以下 (FY23)▶ 健康経営優良法人 (大規模法人部門)「ホワイト 500」¹⁰ を取得 (FY25 以内)
教育訓練	<ul style="list-style-type: none">▶ パーパス研修延べ受講人数 年間 250 名以上 (FY22)▶ EY Badge¹¹ 取得数 500 個 (FY22)、累積 3,000 個 (FY25 以内)	<ul style="list-style-type: none">▶ 研修受講時間数 60 単位 (時間) (FY22)
働きやすい環境づくり	<ul style="list-style-type: none">▶ 男性育児休業取得率と配偶者出産休職取得率¹² 70% (FY22)、90% (FY25 以内)	<ul style="list-style-type: none">▶ 育児・介護からの復職率 100% 維持 (FY22)▶ Engagement Index Score¹³ 70 (FY25 以内)

3 PPAPD: パートナー、プリンシパル、アソシエートパートナー、ディレクターの略。

4 D&I プリファードサプライヤー: サプライヤーダイバーシティの向上に向け、女性起業家などを登録。

5 PRIDE 指標: 企業の LGBTQ などの性的マイノリティーの方々が働きやすい職場づくりの指標として wwP が策定したもので、以下の 5 つの指標で構成される。

1. Policy (行動宣言)

2. Representation (当事者コミュニティ)

3. Inspiration (啓発活動)

4. Development (人事制度・プログラム)

5. Engagement/Empowerment (社会貢献・渉外活動)

6 レインボー認定: 「レインボー」認定は、自社単独の取り組みでできる範囲を超えて、他のプレイヤーと力を合わせながら、LGBTQ の人々が自分らしく働ける職場・社会づくりの実現に中長期的にコミットメントする企業を後押しするもの。

7 Inclusive Culture Items Score: EY は企業文化と従業員の働きがいに関する調査を定期的に実施しており、その調査結果を基に Inclusiveness に関する指標のスコアを総合して算出したもの。

8 Neuro Diversity Center: 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) な方々を採用し活用するシェアードサービスのこと。

9 総合健康管理指数: EY Japan 独自の健康管理指数で、算定式は以下としている。
メンタル休業発生率×4 + 脳・心疾患リスク《長時間×健診高リスク×2+ストレスチェック点数×1》

10 健康経営優良法人: 経済産業省が創設し、日本健康会議 (少子高齢化が急速に進展する日本において、国民一人一人の健康寿命延伸と適正な医療について、民間組織が連携し行政の全面的な支援の下で実効的な活動を行うために組織された活動体) が運営する「健康経営優良法人認定制度」において、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業などの法人が認定されるもの。

11 EY Badge: データサイエンスや AI、リーダーシップなどの将来に焦点を当てた貴重なスキルを獲得し、EY のメンバーやより広いマーケットと共有するために立ち上げられた資格制度。世界水準とも連動しており、単なる社内資格でなく、キャリアを通じて保持される資格情報とみなすことができる。

12 男性育児休業取得率と配偶者出産休職取得率 (来年度の法改正に従って再調整の予定)

13 Engagement Index Score: EY は企業文化と従業員の働きがいに関する調査を定期的に実施しており、その調査結果を基に Engagement に関する指標のスコアを総合して算出したもの。

社会的価値創出

次世代を担う人材の支援、社会に影響力を持つ起業家との協働、そして持続可能な環境の早期実現に重点的に取り組みます。私たちが最も貢献できる分野でスキルを活用し、EYのナレッジから生み出される価値を、EY独自の方法で世界中の人々や地域に届けます。

EY JapanメンバーのEY Ripples¹⁴ 活動参加者数 **1,600人** (FY22)

EY JapanのEY Ripples活動が人々の生活に
前向きな影響（インパクト）をもたらす数 **50万人** (FY22)

14 EY Ripples : EYのメンバーの専門的スキルと経験を活用し、社会課題解決に貢献する仕組み。次世代を担う人材への支援、社会に影響力を持つ起業家との協働、持続可能な環境の早期実現に重点的に取り組む。



06 /

Facts and figures



Facts and figures

People Value

全てのEYメンバーに、EYにおいて「かけがえのない経験」を得られるよう取り組むことを約束します。EY在籍時、またその後のキャリア形成において有益となるよう、必要なサポート、経験、機会を提供します。

研修受講時間数 (FY19～FY21)			FY19	FY20	FY21
	総研修受講時間数 (万h)	グローバル	1,400	1,600	1,800
		日本	20	37	51
	1人あたりの研修受講時間数 (h)	グローバル	54	54	59
		日本	24	42	49

男女比 (FY19～FY21) 女性%／男性% (合計人数)			FY19	FY20	FY21
	経営陣	グローバル・エグゼクティブ	31/69 (16)	33/67 (18)	33/67 (18)
		ジャパン・リージョナル・リーダーシップ・チーム	7/93 (14)	14/86 (15)	14/86 (15)
	ガバナンス評議会	グローバル・ガバナンス・カOUNシル	25/75 (41)	28/72 (40)	33/67 (48)
		ジャパン・リージョナル・パートナー・フォーラム	33/67 (12)	33/67 (12)	25/75 (12)
	PPEDD <small>*Partners/Principals/Executive Directors/Directors パートナー／プリンシパル／エグゼクティブ・ダイレクター／ ダイレクター</small>	グローバル	25/75 (18,868)	26/74 (19,663)	27/73 (20,666)
		日本	10/90 (850)	10/90 (918)	10/90 (935)
	総人員	グローバル	48/52 (284,018)	48/52 (298,965)	48/52 (312,250)
		日本	33/67 (8,145)	34/66 (8,780)	35/65 (9,477)

Societal Value

EYの企業責任（CSR）プログラムであるEY Ripplesは、国連が定めた持続可能な開発目標（SDGs）の実現に向け、2030年までに世界の10億人の人々にプラスの影響を与えることを目標に取り組んでいます。EYの調査結果によりますと、2018年の開始以来、すでに5,500万人の方にプラスの影響を与えています。

Lives impacted (千人) (FY20・FY21)			FY19	FY20	FY21
	合計	グローバル	---	15,520	20,343
		日本	---	---	415

“Lives impacted” とは、EY Ripplesの取り組みにより、直接的または間接的に影響を受けた人数を表す数字です。例えば、EY Ripplesで支援した起業家が提供するビジネスで影響を受ける人数を、提供されるサービスの幅や深さの加重によって算出します。

温室効果ガスの排出 (FY19～FY21)			FY19	FY20	FY21
	総排出量 (tCO ₂ e)	グローバル	1,354,000	976,000	394,000
		日本	15,461	13,864	4,596
	従業員1人当たりの排出量 (tCO ₂ e/FTE)	グローバル	4.8	3.3	1.3
		日本	1.9	1.6	0.5

EYのメンバーファームは雇用を創出し、312,000人を超える人々に安定した質の高い仕事を提供しています。(2021年6月末時点)

メンバー数 (人) (FY19～FY21)			FY19	FY20	FY21
	グローバル		284,018	298,965	312,250
	アジア・パシフィック		56,253	58,960	58,953
	日本	合計	8,145	8,780	9,477
		EY新日本有限責任監査法人	5,492	5,554	5,686
		EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社	---	---	2,739
		その他	---	---	1,052

Client Value

クライアントの長期的価値の創造と、長期的な成長を支援します。

フォーチュン・グローバル500- 該当企業の割合 (%) (FY19～FY21)			FY19	FY20	FY21
	監査クライアント	グローバル	23	23	24
	非監査クライアント		61	61	60
	その他		16	16	16
	合計		100	100	100

フォーブス・グローバル2000- 該当企業の割合 (%) (FY19～FY21)			FY19	FY20	FY21
	監査クライアント	グローバル	27	27	27
	非監査クライアント		45	46	46
	その他		28	27	27
	合計		100	100	100

IPO 監査シェア (2018～2020)			2018	2019	2020
	EYの取引数ランキング	グローバル	1位	1位	1位
		日本	1位	1位	1位

EYがクライアントに「卓越した経験」を提供できているかどうか、2年に1度、グローバル・ブランド・サーベイを実施し調査しています。最新の調査では、世界中4,400社以上のクライアントと非クライアント企業に調査を行い、最も好意度の高いグローバル・プロフェッショナル・サービス・ブランドとして選ばれました。

ブランド好意度 (FY17,FY19,FY21)			FY17	FY19	FY21
	ランキング*	グローバル	同率 1位	同率 1位	1位
		日本	同率 3位	3位	3位
	EYの全リージョンにおいて 1位に選ばれた割合とリージョン数	グローバル	54% 15/28リージョン	63% 15/24リージョン	67% 16/24リージョン

※ グローバルプロフェッショナルファーム 6社中

Financial Value

私たちのパーパス（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」を実現するため、より多くの人々に影響力を与えることのできる規模であり、かつ経済的な基盤を追求します。

収益 (FY19～FY21)		FY19	FY20	FY21
	グローバル（10億米ドル）	36.4	37.2	40.0
	アジア・パシフィック（10億米ドル）	5.5	5.8	6.6
	日本（百万円）	128,947	140,251	154,215

7年間の年平均成長率（CAGR）（%） (FY14～FY21)	グローバル	7.30
	日本	5.30

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をご覧ください。

EY Japanについて

EY Japanは、EYの日本におけるメンバーファームの総称です。EY新日本有限責任監査法人、EY税理士法人、EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社などから構成されています。なお、各メンバーファームは法的に独立した法人です。詳しくはey.com/ja_jpをご覧ください。

© 2022 EY Japan Co., Ltd.
All Rights Reserved.

ED None

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務およびその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。EY Japan株式会社および他のEYメンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。

ey.com/ja_jp