



株式  
会社

ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス

ヒト・コミュニケーションズグループ

# TCFD Report 2022





株式  
会社

# ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス

## 目次

<b>1</b>	はじめに	
1-1	CEO メッセージ	2
<b>2</b>	気候変動に対する考え方	3
<b>3</b>	TCFD フレームワークに沿った情報開示	
3-1	ガバナンス	4
3-2	戦略	5
3-3	リスク管理	9
3-4	指標と目標	10
<b>4</b>	おわりに	13

# 1 はじめに

## CEOメッセージ



### 誰ひとり取りこぼしのない「絆」社会の創造と貢献



ヒト・コミュニケーションズ・グループの使命は、人と人、あるいは、サービスや仕事と人を結び付けることで、時代の課題や悩みを解決する「絆」ビジネスを展開し、より良い社会を形成することです。

「絆」をつくることは、雇用やマーケットなどを創造することにつながります。私どもは、お客様の伴走者としてたくさんの「絆」をつくることで、「誰ひとり取りこぼしのない『絆』社会の創造と貢献」に取り組んでいきます。

例えば、デジタル分野においては、アバターを使ったオンライン接客システムを通じて、不動産会社の物件説明のバーチャル化や、空港インフォメーションの無人化などを実現しています。また、世界 210カ国・地域に点在する約13万人のフリーランスをネットワーク化したサービスにより、海外出張数の削減などを提案しています。

このように私どもは、お客様のコスト削減と省力化、事業機会の拡大とともに、CO<sub>2</sub>削減に貢献する活動を整備してきました。バリューチェーンを含めた当社グループのCO<sub>2</sub>排出状況の把握と将来に向けた削減ポテンシャルを抽出し、脱炭素社会の実現に向けたコミットメントとして、「TCFD Report 2022」を発行する運びとなりました。

本レポートによって、「絆」社会の創造と貢献を目指す当社グループの取り組みをご理解いただき、今後もステークホルダーの皆様とともに、持続可能な社会の実現に向けて責任を果たしていきたいと考えています。

株式会社ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス  
代表取締役社長 グループ CEO

安井 豊明

## 2 気候変動に対する考え方



ヒト・コミュニケーションズグループでは、持続的な社会の実現及び当社自身の持続的な企業価値創出に向けて、サステナビリティ経営に積極的に取り組んでいます。今回、その一環として、気候変動が事業に及ぼすリスクや機会等に関する分析・開示を求める気候関連財務情報開示タスクフォースの提言に基づく初めてのTCFD Reportを作成しました。

このTCFD Reportを通じて、当社グループのCO<sub>2</sub>削減をはじめ気候変動問題に向けた取組みについて、当社のステークホルダーの皆様にお伝えするとともに、この領域に関する対話・コミュニケーションに力をいれてまいります。

開示に先立ち、当社グループは、サステナビリティの観点から優先的に取り組むべき課題（マテリアリティ）を定め、戦略や中期経営計画に組み込み、日々の事業活動を通じ推進してまいりました。例えば、環境の領域においては、気候変動問題への対応として、カーボンニュートラルの実現に向けてバリューチェーン全体での脱炭素化に取り組むほか、当社グループの事業モデルの特性を活

かした新規事業の検討・開発を進めています。

また、2022年度には、当社グループすべての事業会社で電気、ガス、ガソリンなどのエネルギー使用量を調査する全社的なカーボンヘルスチェックを行い、現状のCO<sub>2</sub>排出状況の把握と将来に向けた削減ポテンシャルを抽出しました。開示にあたっては、当社グループが直接排出するCO<sub>2</sub>排出量（Scope1）や事業活動に関連したエネルギー使用に伴うCO<sub>2</sub>排出量（Scope2）のみならず、サプライチェーンを含めたCO<sub>2</sub>排出量（Scope3）に関して、現状と削減ポテンシャルを把握し、カーボンニュートラルに向けた具体的な指標と目標を設定しています。

さらに、本年度よりサステナビリティ委員会を設置し、サステナビリティに関する方針策定や監督・モニタリングを行うなどのガバナンスを強化するほか、気候変動に関するリスクマネジメント体制の強化を推進しています。

これらの取組みを軸に、当社グループとして、気候変動問題に引き続き積極的に取り組んでまいります。



### 3 TCFD フレームワークに沿った情報開示



#### 1 ガバナンス

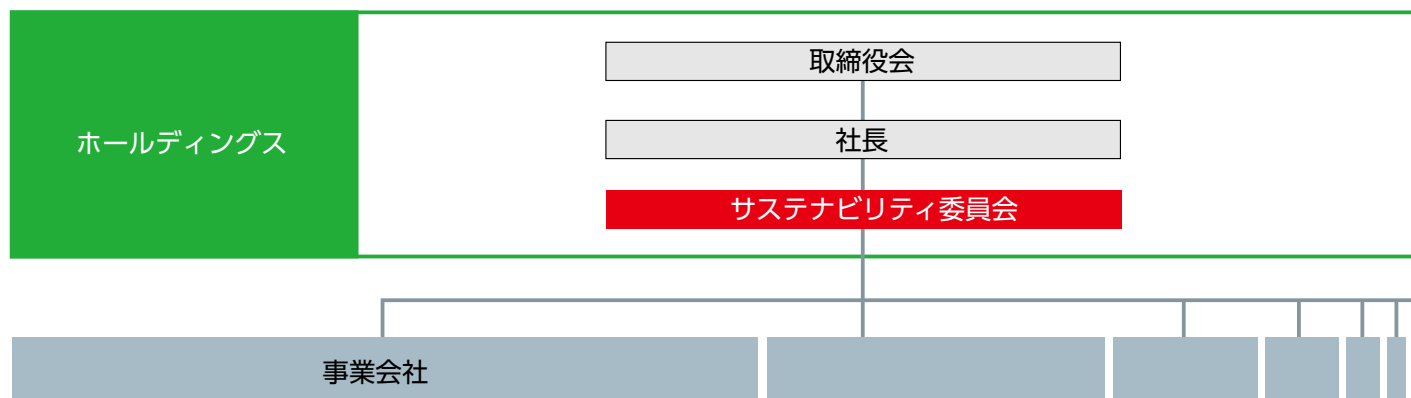
##### 取締役会による監督

- ヒト・コミュニケーションズグループでは、TCFD を含むサステナビリティに関する取組みについて、定期的に取り締役会に対して報告し、討議を行っています。
- 社外取締役を含む取締役会における討議を通じて、社会の視点や第三者の視点から、当社グループのサステナビリティに対して実効的な監督が行われる構造としています。
- また、取締役会における討議内容については、業務執行に対して共有・フィードバックされ、取組みの改善に活用しています。

##### サステナビリティ委員会の設置

- 全社的なサステナビリティ経営を推進するにあたり、社長直属の機関としてサステナビリティ委員会を設置しました。
- サステナビリティ委員会は、ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス社長を委員長とし、主要な事業子会社のサステナビリティ担当者などがメンバーとして参画し、気候変動や SDGs 課題への対応を含む様々なサステナビリティに関するアジェンダについて定期的に討議や意見交換を行います。
- このサステナビリティ委員会において、グループ全体のサステナビリティに関する方向性の検討と提示、事業子会社の関連する取組みの取りまとめ、新規事業開発を含め、事業子会社の取組みに対する支援を行っています。

##### サステナビリティ委員会の体制図



### 3 TCFD フレームワークに沿った情報開示

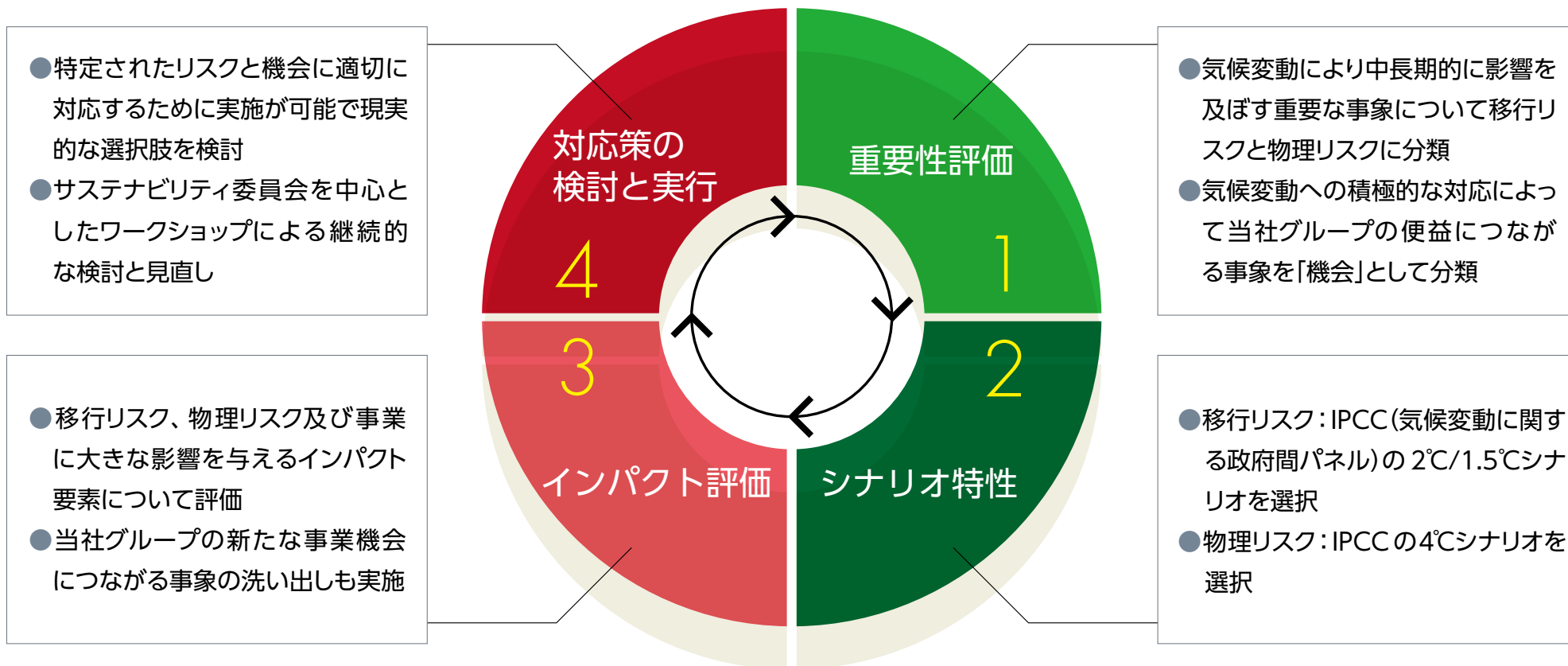
#### 2 戦略



#### 気候変動シナリオ分析

ヒト・コミュニケーションズグループでは、TCFD の気候変動についてのシナリオ分析の検討プロセスに基づき、下記の4つのステップに分けて年次で分析・評価を実施していきます。

ヒト・コミュニケーションズグループの  
シナリオ分析の4つのステップとマネジメントサイクル



### 3 TCFD フレームワークに沿った情報開示

#### 2 戦略



#### リスクと財務影響

シナリオ分析の手法によりリスク事象を抽出し、財務影響と緊急度の2つの軸で評価を実施しました。財務影響は大・中・小、緊急度はリスク顕在化の可能性のある時期として高・中・低の3段階で評価を行いました。

移行リスク（2℃ /1.5℃シナリオ）では、非製造業であるヒト・コミュニケーションズグループは炭素税などの政策・規制強化による費用増加の影響は限定的ですが、エネルギーコスト上昇によるオペレーションコストの増加が見込まれるとともに、CO<sub>2</sub> 排出量削減のための省エネや再エネ投資が財務面に影響を与えるものと評価されます。

また、顧客・ステークホルダー対応では、現在、日本でも若い世代ほど温暖化をはじめとしたSDGs やサステナビリティ課題に対する感覚が非常に敏感になっています。気候変動問題への対応に積極的でない企業とのイメージを持たれることは、当該企業のサービスが消費者から選択されず、売上に直接的に影響を与える大きなレピュテーションリスクであり、市場のサステナビリティ意識が今後、急速に変化することを予想して財務影響、緊急度とも重く評価しました。

さらに、物理リスク（4℃シナリオ）では、長期的な影響ではありますが、自然災害リスクが当社グループにとって大きな事業インパクトをもたらす喫緊の課題となると評価されました。

最後に、シナリオ分析は確立された方法はなく、試行錯誤段階にあると認識しています。そのため、社外有識者との議論等を通じてグローバルな潮流・動向を捕捉し、分析手法の高度化を今後の検討課題として取り組んでまいります。

#### 気候変動が当社グループに及ぼすリスクと財務影響

シナリオ分析に基づき抽出されたリスク		財務影響	緊急度
移行リスク 2℃ /1.5℃シナリオ	炭素税等、CO <sub>2</sub> 排出を抑制する政策・規制強化による費用増加	小	中
	燃料高騰（電気、ガソリン等）によるオペレーションコスト増加	中	中～高
	顧客・ステークホルダーの気候変動対応ニーズや市場変化への対応の遅れによる企業評価低下及び事業機会・取引減少のリスク	大	高
	省エネ・再エネ投資、再エネ電力切替えなどの実施に伴う追加費用の増加	中	中～高
物理リスク 4℃シナリオ	異常気象による外勤者の健康被害、自然災害による事業所の損害、緊急復旧要員コストの増加	中	中
	自然災害によるユーティリティ施設の損害による営業停止（エネルギー供給、通信の遮断など）	中	高

### 3 TCFD フレームワークに沿った情報開示

#### 2 戦略



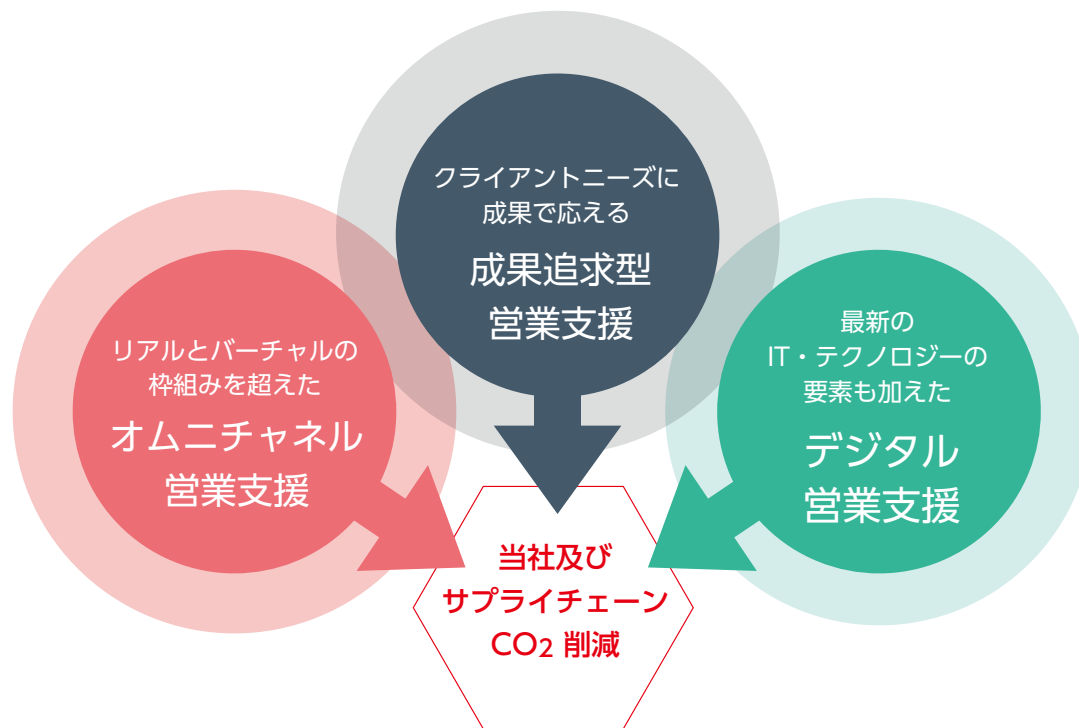
#### 気候変動に対する「機会」の認識

ヒト・コミュニケーションズグループにとって気候変動は、事業リスクのみならず、当社商品・サービスの提供価値及び企業価値を高める機会になると認識しています。マーケティング未来創造企業グループとして事業領域の拡大と専門性を高め、気候変動というグローバルな重要課題に対応して新たなステージに挑戦します。

戦略としては、クライアントニーズに成果で応える「成果追求型営業支援」を基本コンセプトとして、リアル(実店舗等)とバーチャル(Eコマース等無店舗)の枠組みを超えた「オムニチャネル営業支援企業グループ」を目指す基本戦略の推進を通じて CO<sub>2</sub> 排出量削減の取組みを強化していきます。

また、強みとしている IT・テクノロジー活用の「デジタル営業支援」を強化し、当社グループの CO<sub>2</sub> 排出量削減のみならず、クライアントの CO<sub>2</sub> 排出量削減に貢献する商品・サービスの提供を拡充していきます。

#### 気候変動を「機会」と認識したヒト・コミュニケーションズグループの戦略イメージ





### 3 TCFD フレームワークに沿った情報開示

#### 2 戦略

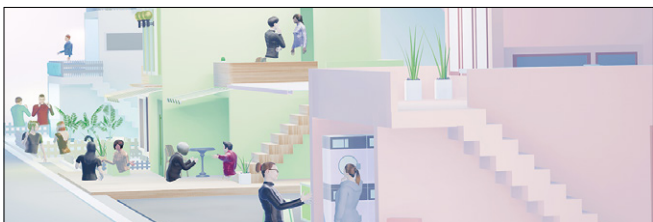


#### ヒト・コミュニケーションズグループにおける戦略的なビジネス機会への挑戦

中長期目標のカーボンニュートラルの達成に向けて、リスク対応だけでなく、「機会」についても脱炭素をベースとした事業強化、新領域の開発・開拓などに積極的に取り組みます。

お客様のサステナビリティ意識の高まりに応じて、当社グループの企業価値の向上を実現するため、特に「デジタル営業支援」の領域において、脱炭素に貢献するソリューションを掛け合わせたサービス開発、市場への実装にチャレンジします。

#### ヒト・コミュニケーションズグループによる新事業の展開イメージ



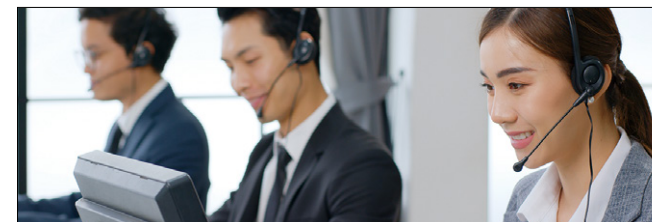
##### メタバースにおける営業支援(アバターによる販売)

web3.0はブロックチェーン技術を活用した分散型のインターネット環境であり、様々なデータや情報の受け皿となり得るプラットフォームがメタバースです。メタバースでは様々な商品やサービスの取引を行えるほか、アバターによるコミュニケーションを通じて様々な体験が可能です。当社グループではEC運営支援とアバターオンライン接客の機能を活用・応用し、メタバースでの営業支援事業拡大に努めます。また、すべての取引がオンライン上で完結することで、人の移動や物流などを効率化できるため、本事業の拡大によってCO<sub>2</sub>排出量の削減を図ります。



##### グローバルの営業支援(海外フリーランス人材の活用)

国内の労働人口減少の更なる進行を受け、国内企業では海外事業拡大のニーズが高まっています。一方でコロナ禍や生産性向上の観点から海外出張を含む各国への活動が重荷ともなっています。当社グループではグローバルマッチングプラットフォーム機能を保有しており、210カ国・地域、13万人の各専門分野のフリーランスとのマッチングサービスの提供によって、国内企業の様々なニーズに応え海外業務の受託拡大に努めます。また、本事業の拡大により、将来生ずる可能性があった海外出張や現地活動が減少・消失することで、脱炭素への貢献を図ります。



##### 非訪問型の営業支援(インサイドセールスの強化)

インサイドセールスとは見込み客(リード)に対して、主に遠隔で営業活動を行う手法です。お客様と対面する訪問型の営業とは異なり、電話・メール・web会議システムを活用した非訪問型の営業となります。当社グループでは、インサイドセールス機能を保有しており、昨今の非対面・非接触のニーズの高まり、労働人口減少に起因した生産性向上などを背景として、本事業の更なる普及・拡大に尽力いたします。また、訪問という移動を伴う活動が減少・消失するため、本事業の拡大によってCO<sub>2</sub>排出量の削減を図ります。

## 3 TCFD フレームワークに沿った情報開示

### 3 リスク管理



#### リスクマネジメント体制

ヒト・コミュニケーションズグループはホールディングスを中心とするリスクマネジメント体制を構築しています。この体制において、気候変動関連リスクを含む、各種リスクの発生確率や財務・非財務面のインパクトに基づいて把握・評価・対応を行っています。

具体的には、グループ各社・各組織の責任者が個別的な気候変動関連リスクへの対応を実行し、そのうえで、当社グループ内で適用される関係会社管理規程に基づき、ホールディングスの経営企画部がこれらグループ各社の業績や事業環境の動向等に関する月次のモニタリング

を通じて、気候変動関連リスクへの対応状況についてもモニタリングを実施しています。

また、原則月1回開催されるグループ社長会議において、グループ各社が置かれている事業環境や業績動向の分析・検討、今後の事業戦略等の重要事項の協議・情報共有等を行っています。このグループ社長会議を通じて、気候変動関連リスクへの把握・評価、対応の検討、共通認識の醸成を実施しています。その結果は、必要に応じて、取締役会、監査役会に報告しています。



### 3 TCFD フレームワークに沿った情報開示



#### 4 指標と目標

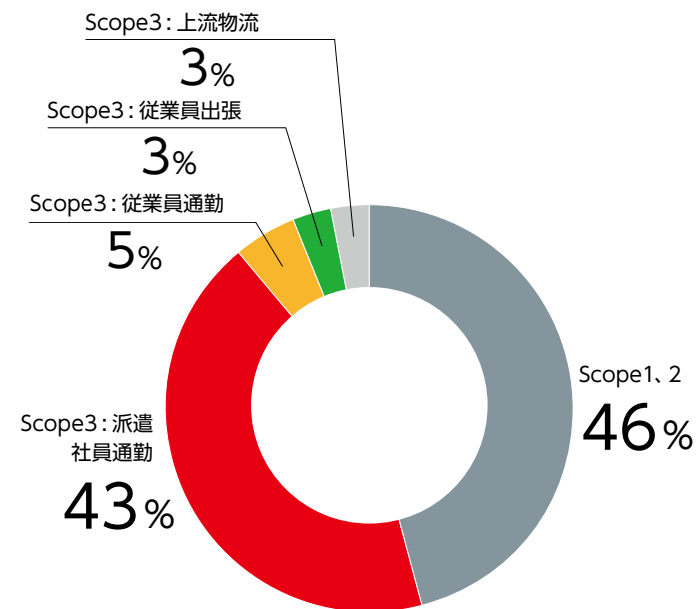
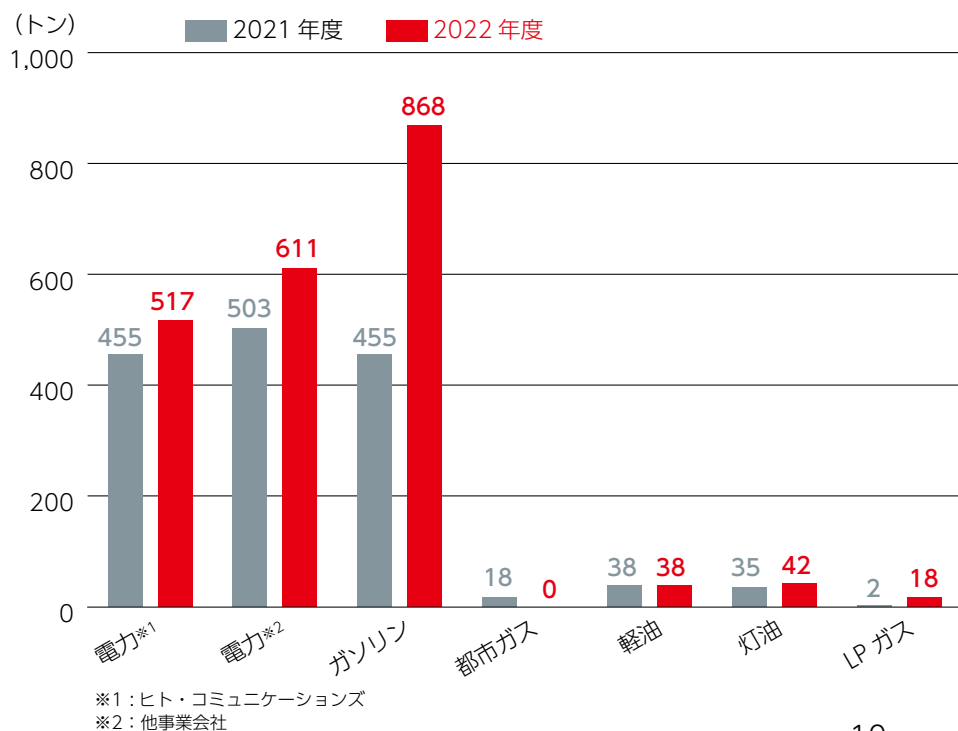
#### グループ及びサプライチェーンを含む CO<sub>2</sub> 排出の実態把握

ヒト・コミュニケーションズグループ全体の CO<sub>2</sub> 排出量の実態は、温室効果ガスのうち大半が CO<sub>2</sub> であるため、その排出実態のモニタリングと脱炭素化に取り組みます。CO<sub>2</sub> 排出状況については、2021年度と2022年度と2カ年分の、Scope1から3について実態を把握しました。

2022年度は2021年度と比べて Scope1,2 で +39.0%、Scope3 が +2.5%、全体で 16.6%の増加となりました。COVID-19 の影響からの業績回復に伴い、グループ全体では電力使用による CO<sub>2</sub> 排出量は 17.7%の増加となりました。また、グループ全体の自動車での業務使用やジャパンリムジンサービスの営業回復におけるガソリン消費の増加によって、CO<sub>2</sub> 排出量が 90.8%増加しました。

当社グループのビジネスモデルの特徴として、Scope2の業務・営業車両、Scope3の従業員・派遣社員の通勤などモビリティの CO<sub>2</sub> 排出負荷のウェイトが大きく、今後これらの対策も講じていきます。

#### Scope1、2 のエネルギー種類ごとの増減状況 (2021年度 - 2022年度)      CO<sub>2</sub> 排出 Scope1、2 及び 3 の内訳 (2022年度)



### 3 TCFD フレームワークに沿った情報開示



#### 4 指標と目標

#### 当社グループの中長期目標

2030年にバリューチェーン全体のCO<sub>2</sub>排出量を実質ゼロとすることを目指し、省エネや積極的な再エネ導入を進めてまいります。さらに再エネ供給やCO<sub>2</sub>吸収に貢献する新分野の事業への進出などを通じて2050年にカーボンネガティブ※<sup>1</sup>を目指します。

※<sup>1</sup> 企業が排出するCO<sub>2</sub>よりも吸収するCO<sub>2</sub>の量の方が大きい状態を指します。

#### 中期目標 (2030年) 及び長期目標 (2050年)

項目	2021年度	2022年度	2030年目標	2050年目標
自社排出 (Scope1) 及び 間接排出 (Scope2)	1,507 トン	2,095 トン (+39.0%)	Scope1、2 及び Scope3 を含めた バリューチェーン 全体の CO <sub>2</sub> 排出ゼロ	カーボンネガティブに よる貢献
サプライチェーン排出 (Scope3) ※ <sup>2</sup>	2,406 トン	2,467 トン (+2.5%)		
再生可能エネルギー比率	0%	0%	100%	100%

※<sup>2</sup> Scope3は従業員の通勤 (カテゴリー7)、出張 (カテゴリー6)、物流 (カテゴリー4) を含みます。

### 3 TCFD フレームワークに沿った情報開示



#### 4 指標と目標

##### 目標達成に向けた取組み

脱炭素と両輪で事業の成長・拡大を推進しながら、2030年にバリューチェーン全体の CO<sub>2</sub> 排出量を実質ゼロとするために、Scope1、2 及び 3 のそれぞれの削減対策を講じます。

さらに、ヒト・コミュニケーションズグループでは、“ヒトコムらしさ”を最大限に発揮して、「ビジネス×技術×アイデア」の3軸で CO<sub>2</sub> 排出量の削減に取り組み、企業グループの成長と価値向上を目指してまいります。

具体的には以下の取組みを積極的に進めていく方針です。

##### 当社グループにおける目標達成に向けた取組み

Scope1、2の削減対策	<ul style="list-style-type: none"><li>● 2030年までにヒト・コミュニケーションズ本社の屋根置きソーラー設置、全拠点のグリーン電力契約化を順次進め、再エネ100%を目指す</li><li>● 2030年までに業務車両を100%エコカーに順次入れ替え</li><li>● ヒト・コミュニケーションズ本社の照明LED化、徹底した省エネ活動の推進</li><li>● 炭素クレジットによるサプライチェーン CO<sub>2</sub> のオフセットの取組み</li></ul>
Scope3の削減対策	<ul style="list-style-type: none"><li>● 働き方、物流、オンラインサービスの脱炭素化に向けた取組み</li></ul>
2050年カーボンネガティブの実現に向けた取組み	<ul style="list-style-type: none"><li>● 2050年にグループ全体でのカーボンネガティブの実現にチャレンジ</li><li>● 再エネ発電事業、森林や海洋保全など CO<sub>2</sub> 吸収・固定に関連する事業などの新領域への投資や進出を視野に検討</li></ul>

### 2022年度取組みの振り返り

私たちは、気候変動を含むサステナビリティへの取組みを重要な経営課題と位置づけ、トップ自らのコミットメントとリーダーシップのもと、経営レベルで議論を進めてまいりました。そして、私たちとしては初となる2021年度と2022年度のエネルギー使用量及びCO<sub>2</sub>排出量の実態調査(カーボンヘルスチェック)を行い、情報開示にまで至ったことは今後に向けての正に第一歩と捉えています。

また、上記調査に関連して従業員サーベイも実施したところ、従業員一人ひとりの様々な意見や考えが示され、気候変動に関する理解や関心が概ね高いことが分かりました。その結果、当期に新設したサステナビリティ委員会において、若手や女性の登用など多様性に富んだ委員会構成へとつながったことは非常に大きな収穫であったと捉えています。

### 今後に向けて

私たちはこのたび設定した2030年と2050年の目標に向けて走り始めたところです。そして、目標と現実のギャップはこれまでの事業活動の延長だけでは埋められないほど大きなものであると認識したことも事実です。この事実を直視し対応するために、例えば、従業員の更なる理解・関心促進と自発性醸成、グループ各社の潜在的可能性の具現化などを行います。これら課題にまずはできるところから一步一步、私たちは積極的にチャレンジいたします。

そして今後も、TCFD提言に沿った情報開示の拡充により、ステークホルダーの皆様にご理解をより一層深めていただくことに尽力するとともに、私たちが「誰ひとり取りこぼしのない『絆』社会の創造と貢献」を実現できるよう取組みを強化いたします。

