

TCFD提言 に基づく情報開示



フジ・メディア・ホールディングス

2023年5月16日



パーパス

多様なコンテンツで、新しい「景色」を

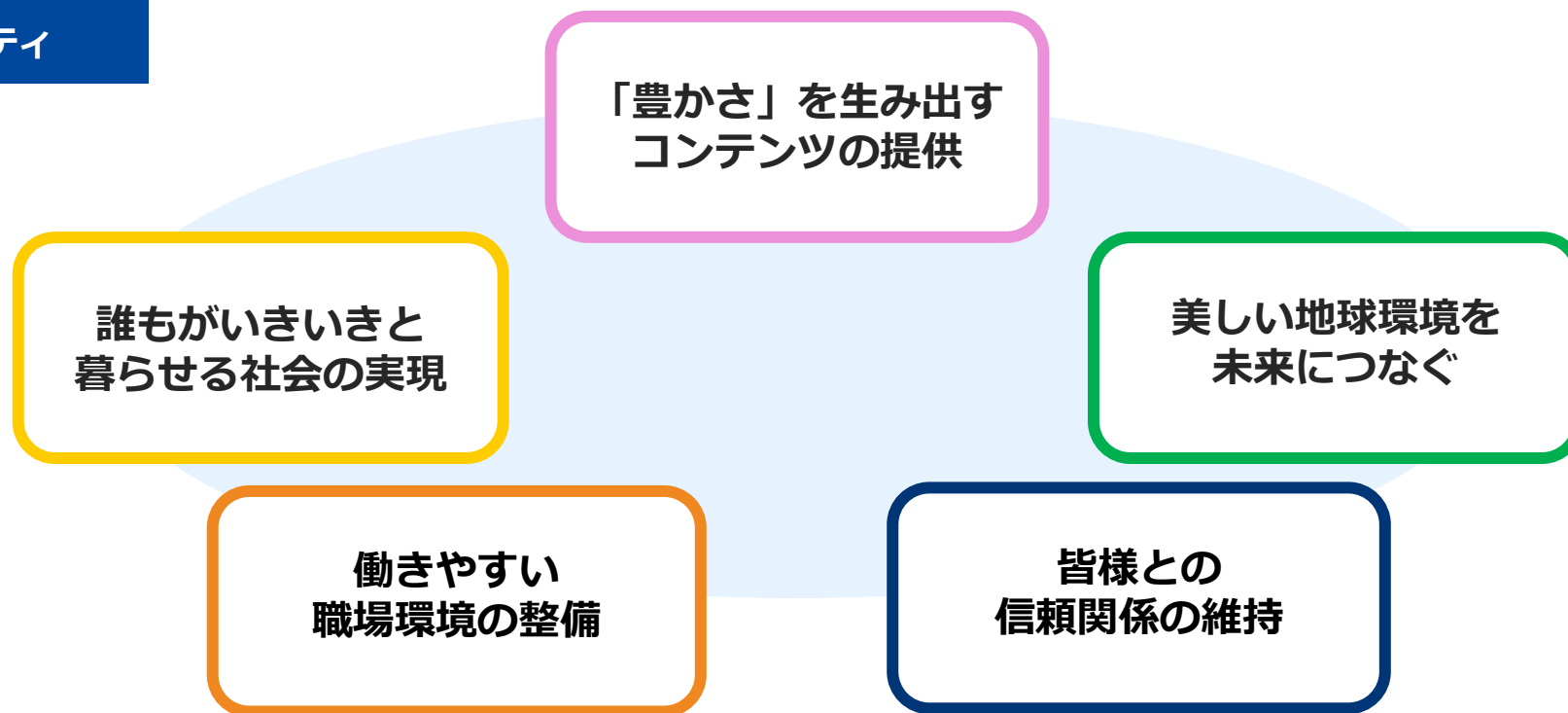
私たちは、放送、出版、通販、音楽、イベント、都市開発・観光など幅広い分野で事業活動を展開しています。

心を潤し、生活を豊かにするものすべてを「コンテンツ」と捉え、

「ほかにはない」感動、「魅力のある」体験、「信頼される」情報などを通して、皆様に新しい「景色」をお届けします。

「人と人をつなぐメディア」として、皆様と一緒に持続可能で明るい未来を創造していきたいと考えています。

マテリアリティ



当社におけるサステナビリティの取り組み

基本的な考え方

当社グループは、放送の公共的使命と社会的責任を常に認識し、メディア・コンテンツ、都市開発・観光等の幅広い事業活動を通じて、皆様の豊かな生活に貢献することを経営の基本方針としています。2022年5月には、持続可能な社会の実現に向けた取り組みをグループ全体で推進していく上での指針となる「サステナビリティ宣言」を策定、また、2022年6月1日付で代表取締役社長を委員長とするグループ横断のサステナビリティ委員会を設置しました。

持続可能な未来のために

SDGsへの取り組み

メディア・コンテンツ事業においては、フジテレビ・BSフジ・ニッポン放送・仙台放送・扶桑社が、国連が設けたSDGsを推進するメディアの枠組み「SDGメディア・コンパクト」に署名しています。また、2021年にはフジテレビ・BSフジ・ニッポン放送で3波連合でSDGsを推進する「楽しくアクション! SDGs」プロジェクトを立ち上げ、環境・ジェンダー・生物多様性に関する番組を多数放送し、皆様の未来に向けた行動に資する情報を提供しております。

都市開発・観光事業においては、2021年8月竣工の「本町サンケイビル」が、省CO₂の実現性に優れているとして国土交通省「サステナブル建築物等先導事業（省CO₂先導型）」に採択されるなど、環境に配慮した物件の開発を進めています。

国連グローバル・コンパクトに署名

フジ・メディア・ホールディングスは、2018年4月より国連グローバル・コンパクトに署名しています。国連グローバル・コンパクトは、各企業・団体が責任ある創造的なリーダーシップを発揮することによって、社会の良き一員として行動し、持続可能な成長を実現するための自発的な取り組みです。



取締役会の監督体制

当社グループは気候変動への対応を経営上の重要課題の1つと認識し、グループの各事業会社に対し、気候変動を含むサステナビリティの課題に関する取り組みや、その目標の管理等に関して、監督と指示を行っていく考えです。

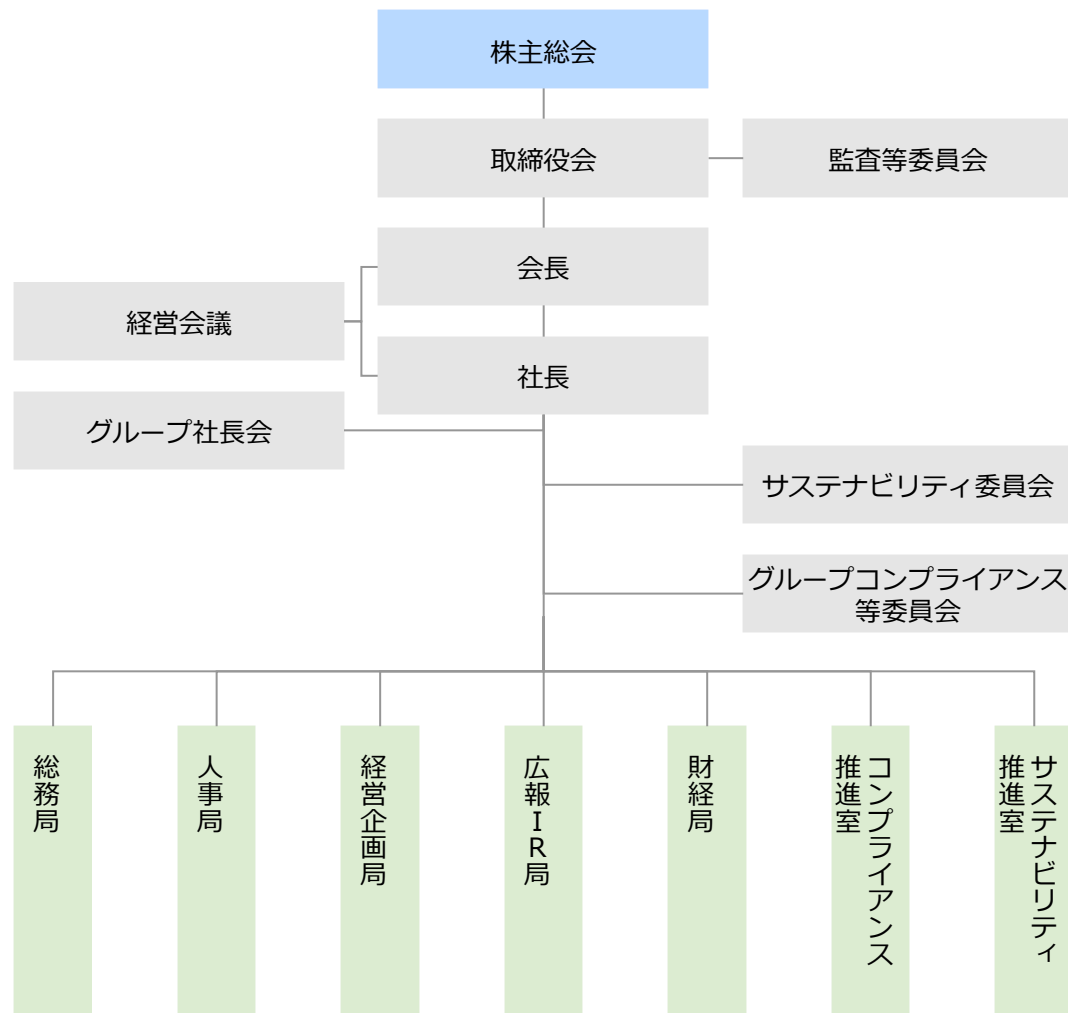
また、中長期的な経営方針の策定にあたっては、必要に応じて気候変動のリスクと機会を検討するとともに、温室効果ガス（GHG）排出量の削減目標の策定など気候変動に関する重要事項についても、取締役会において監督しています。

経営陣の役割

当社は、主に常勤の取締役及び常勤の監査等委員である取締役によって構成される「経営会議」を設置しており、経営の重要課題に関する協議や取締役会に付議される重要事項等について事前審議を行うとともに、各部門の業務執行の状況に関し情報の共有を図っています。気候変動を含むサステナビリティの課題に関しても経営会議において各部門より適宜報告を受けております。

当社はグループ横断的にサステナビリティの課題に対応するため、代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ委員会を設置しております。サステナビリティ委員会を中心に、「グループのコンプライアンス及びリスクの管理に関する委員会」（以下「グループコンプライアンス等委員会」という）とも連携しながら、気候変動対応を含むサステナビリティの課題解決に向けた取り組みを一層強化してまいります。

組織図



サステナビリティ委員会

当社は2022年5月の取締役会の決議を経て、2022年6月1日付で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認定放送持株会社であるフジ・メディア・ホールディングスと傘下のフジテレビジョンなど計19社からなり、フジ・メディア・ホールディングスの代表取締役社長を委員長とし、委員は各社の役員等で構成されています。また下部組織として、各社の実務者によるサステナビリティ推進連絡会議を設けています。

この委員会では、SDGsやCSRに関する活動内容を審議、承認するとともに、ESG情報の開示、TCFD提言への対応など、持続可能な社会の実現と、企業活動の永続的な成長を図るための重要課題について検討してまいります。

委員長及び委員

委員長： フジ・メディア・ホールディングス代表取締役社長

委員： フジ・メディア・ホールディングス及び関連会社18社※の役員等

※ フジ・メディア・ホールディングス、フジテレビジョン、ビーエスフジ、ニッポン放送、共同テレビジョン、フジクリエイティブコーポレーション、NEXTEP、フジアール、フジ・メディア・テクノロジー、ポニーキャニオン、フジパシフィックミュージック、DINOS CORPORATION、クオラス、サンケイビル、扶桑社、フジミック、エフシージー総合研究所、フジキャリアデザイン、仙台放送

2022年6月6日

第一回サステナビリティ委員会開催

主な議題：TCFD提言への対応等

2022年10月6日

第二回サステナビリティ委員会開催

主な議題：FMHサステナビリティリポート2022（年間活動報告書）の審議と承認

戦略 — シナリオ分析の前提

- 当社グループでは、TCFD提言に基づき、気候変動が当社グループにもたらすリスクと機会を特定しました。
- また、異なるシナリオに基づき、気候変動に関わるリスクと機会の財務への影響を分析しました。シナリオ分析に用いた前提は以下の通りです。

事業範囲：フジ・メディア・ホールディングス、フジテレビジョン、DINOS CORPORATION、サンケイビル

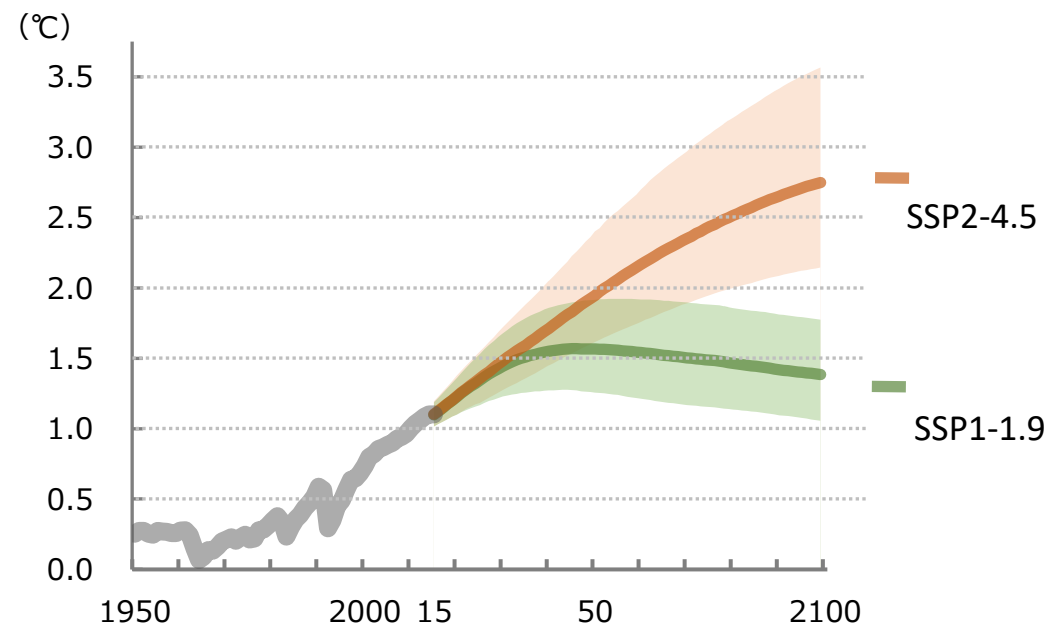
基準年：2030年

シナリオ：現行政策シナリオ／ネットゼロシナリオ

設定シナリオ

設定シナリオ	社会像
現行政策シナリオ	<ul style="list-style-type: none"> • 現在実施されている政策がそのまま継続され、追加的な措置は行われない • 21世紀末の温度は最大3.5℃上昇し、気候変動の影響を大きく受ける (参考シナリオ：IPCC SSP2-4.5、IEA WEO2022 STEPS)
ネットゼロシナリオ	<ul style="list-style-type: none"> • 持続可能な社会を実現する2050年ネットゼロに向けて、厳しい政策がとられ技術革新が進む • 21世紀末の温度上昇は1.5℃未満にとどまる (参考シナリオ：IPCC SSP1-1.9、IEA WEO2022 NZE)

1850～1900年を基準とした世界平均気温の変化



注：2015年以降は最良推定値、及び、可能性が非常に高い範囲を示しています
 出所：IPCC第6次評価報告書第1作業部会報告書 政策決定者向け要約（文部科学省及び気象庁）より図SPM.8を当社加工

戦略 — シナリオ分析の結果①

- 各シナリオにおいて特定されたリスク・機会は、サステナビリティ委員会やグループコンプライアンス等委員会に報告、適切な対応を行い、当社グループにおける気候変動リスクに対するレジリエンスを確保するとともに事業機会の拡大を目指してまいります。引き続き、シナリオ分析や財務への影響の精緻化、リスク・機会及び対応策の経営計画への具体的な反映を通じて、気候変動対応を積極的に進める考えです。

<ネットゼロシナリオ>

(脱炭素政策のもと気温の上昇は1.5℃程度)

- カーボンプライシングの導入、GHG排出規制の強化に伴う対応コストの増加
- 脱炭素への取り組みが遅れた場合のブランド力の低下や企業価値の棄損

リスク

- 環境課題への積極的な対応による広告収入の増加
- 環境配慮型物件や環境配慮型商品の売上拡大
- 気候変動への積極的な対応によるブランド力や企業価値の向上

機会

省エネルギー設備の積極的な導入や再エネ電力の活用によるGHG排出量の削減、番組制作工程の見直しや効率化、環境配慮型商品設計などを通じた脱炭素への取り組みなどを積極的に行います。

気候変動、環境課題への社会の関心を捉えたコンテンツの制作強化や環境配慮型物件・商品の開発などを促進すること等により、リスクを最小化し、脱炭素社会における事業機会の拡大を目指してまいります。

対応策

<現行政策シナリオ>

(最大3.5℃気温上昇。気象災害が激甚化し猛暑日が増加)

- 気象災害の激甚化による放送トラブルの発生
- 気象災害に伴うサプライチェーンの寸断
- 広告主の罹災に伴う広告収入の減少

- 気象災害や猛暑日の増加による高安全性・高気密性物件への需要拡大
- ネットゼロシナリオほどではないが、環境配慮型物件・商品の売上拡大、気候変動への積極的な対応によるブランド価値向上が期待される

放送トラブル防止のためのBCPの徹底や定期的な訓練の実施によりレジリエンスを確保していくとともに、災害発生時には迅速かつ正確な災害報道を通じ早期の災害復旧に貢献してまいります。

気象災害に伴うサプライチェーンの寸断時には、被災時の拠点確保や複線化による早期復旧を目指します。

戦略 — シナリオ分析の結果②

当社およびフジテレビ本社周辺における 高潮浸水ハザードマップ



現行政策シナリオにおける 2030年の猛暑日日数予測



物理リスクの検討にあたっては、当社の主要拠点における最新のハザードマップを確認し、あわせて、国立環境研究所の気候変動適応情報プラットフォームの将来予測データからシナリオ別の気温予測等の情報を収集し、議論を行いました。

当社およびフジテレビ本社ビルは、高潮浸水が想定されていない区域であることが確認されています。また、内陸部と比較して、気温上昇や猛暑日日数の増加が緩やかであることが予測されていますが、引き続き最新情報の収集に努めてまいります。

出所：港区「高潮浸水ハザードマップ」に当社加筆

国立環境研究所「気候変動適応情報プラットフォームポータルサイト」（2023年4月20日に利用）に当社加筆

戦略 — リスクと機会の特定（リスク1）

分類	メディア・コンテンツ		都市開発・観光	財務への潜在的な影響	期間※1	財務への影響度※2		対応策
	放送	通販				ネットゼロ	現行政策	
カーボンプライシングの導入等によるコスト増	●	●	●	カーボンプライシングの導入によりエネルギーコストが増加する	中期	↗	〃	省エネルギー設備の積極的な導入や再エネ電力の活用などによりCO ₂ 排出量を削減する
	●			カーボンプライシング導入等により、旅費等の経費や協力企業への外注費が増加する	中期	↗↗	〃	カメラや映像の共有など、協力企業とともに番組制作工程の見直しや効率化を図る
		●		商品製造工場における気候変動対応コストが増加し、仕入価格が上昇する	中期	↗↗	〃	環境配慮型商品設計、物流効率化、廃棄物削減など、サプライチェーンを通じたCO ₂ 削減に取り組む
GHG排出規制の強化と脱炭素への取り組み	●			CO ₂ 排出の少ない放送設備、ユーティリティ、機材の導入に伴い、投資コストが増加する	中期	↗	↗	ビル設備エネルギー管理台帳を基準に、CO ₂ 削減効果の高い設備を優先的に更新し、投資回収年数を把握してコストを平準化する
		●		プラスチック梱包材への規制導入により対応コストが増加する	中期	↗	↗	梱包資材やプラスチックハンガーを環境配慮型の資材に変更する
			●	GHG排出規制、省エネ規制の強化、さらにはZEBの義務化が進んだ場合、不動産開発コストや改修コストが増加する	短期	↗↗	↗	LED化等の省エネをテナントの原状回復にあわせて実施。また、物流施設への太陽光パネル等も年間2~3棟のペースで拡張し、自家消費だけでなく自己託送を含めた効率的な活用を検討する
環境に対する市場ニーズの高まり	●			脱炭素社会に向けた報道機関としての役割を果たせていないと評価された場合、視聴者やスポンサーを失う	中期	↗	↗	国民の命を守る災害報道の強化や、SDGs番組・イベントなどを通じた積極的な情報発信を図る
	●			カーボンプライシングや低炭素投資による負担が増加する企業からの広告が減少する	中期	↗	↗	気候変動、環境問題への関心の高まりによって生まれる新たな需要を捉えた広告商品、ビジネスを創出する
		●		環境配慮型商品へのニーズ増加など消費者の環境意識の高まりに対応できない場合売上が減少する	短期	↗	↗	環境配慮型商品の開発や品揃えのさらなる強化を図る
			●	社会の脱炭素化への意識が高まり、省エネ性能の劣る不動産物件への需要低下、空室率上昇の恐れがある	中期	↗	↗	新築ビルのみならず、所有ビルにおいてもBELS/ZEB等の認証取得を都度検討する

※1 短期: 3年以内、中期: 2030年まで、長期: 2050年までを想定、 ※2 ↗↗: 影響大、 ↗: 影響中または小、 〃: 想定されない

戦略 — リスクと機会の特定（リスク2）

分類	メディア・コンテンツ		都市開発・観光	財務への潜在的な影響	期間※1	財務への影響度※2		対応策
	放送	通販				ネットゼロ	現行政策	
サステナブルな経営に対する評価	●	●	●	環境への取り組みが不十分と評価された場合、ブランド力が低下し売上が減少する	中期	↗↗	↗↗	グループ全体の環境への取り組みをとりまとめ、積極的でわかりやすい情報発信を行う
	●	●	●	気候変動への対応が遅れた場合、投資家からの評価が低下する	中期	↗↗	↗↗	グループ全体で事業活動の中で適切に気候変動への対応を行い、その取り組みについてHPやリリースなどで開示し、外部評価機関からの評価の獲得を目指す
猛暑日の増加や気象災害の発生	●			気象災害により顧客企業が罹災し、影響が長期化した場合に広告費が減少する	長期	↗	↗↗	迅速かつ正確な災害報道に努め、関心を高めることで早期の復旧・再建に貢献する
	●			気象災害の甚大化により、放送停止などのトラブルが発生した場合、報道機関としての信頼を失う（BCPが不十分と評価される）	長期	〃	↗↗	BCPの社内周知を図り、台場本社でトラブルが発生した場合の発局移管など実践的な訓練を定期的実施している。マスター設備や予備回線の定期的な保守整備など、継続的な対策強化を行う
		●		気象災害に伴いサプライチェーン（工場、倉庫、物流網など）が寸断した場合、販売機会の喪失や復旧費用の負担が生じる	中期	↗	↗↗	BCPの策定と適切な運用を行う。物流面では、被災時の拠点確保や複線化による早期復旧を目指し、商品面では、生産プロセスに応じて取引先との協力体制を強化する
			●	猛暑日増加により工期遅延の発生や保有物件の光熱費が増加した場合、販売機会の損失やビル管理コスト等が増加する	中期	↗	↗	設備更新に併せて高効率機器を導入するなどの対策を図る。将来的に影響が顕著になれば、ビル管理コストの適正化についてテナントの理解を得られるよう努める

※1 短期: 3年以内、中期: 2030年まで、長期: 2050年までを想定、 ※2 ↗↗: 影響大、 ↗: 影響中または小、 〃: 想定されない

戦略 — リスクと機会の特定（機会1）

分類	メディア・コンテンツ		都市開発・観光	財務への潜在的な影響	期間※1	財務への影響度※2		対応策
	放送	通販				ネットゼロ	現行政策	
エネルギー利用の効率化と低炭素エネルギーの活用	●			省エネ設備や機材への転換が進み、エネルギーコストが減少する	中期	↗	↗	ビル設備エネルギー管理台帳を基に、照明やモーターなど使用エネルギーの高い設備を優先的かつ計画的に更新する
		●		効率的な通販物流の構築などによりエネルギーコストを削減する	中期	↗	↗	配送形態の多様化や配送サービスの簡素化に取り組む
			●	電力の低炭素化を進め、炭素価格等のコストを削減する	長期	↗	↗	太陽光発電の取り組みを一層推進する
環境課題への積極的な対応	●			環境課題に関連したコンテンツを強化することで、同課題の発信に積極的な企業や官公庁によるニーズを獲得する	中期	↗	↗	気候変動を始めとした環境課題の現状を的確に捉えて、幅広い議論の場を提供するコンテンツの制作を強化する
	●			脱炭素社会への移行により生活環境や産業構造が変化することで広告需要が喚起され、売上が増加する	中期	↗	〃	脱炭素社会に対応した新たなビジネス拡大を図る広告主に対し、アプローチを強化する
		●		消費者のエシカル消費に対する意識向上により、環境課題に対応した商品の需要が拡大する	短期	↗	↗	環境配慮型商品の開発や品揃えのさらなる強化を図る
		●		低炭素な梱包材や物流プロセスへの転換により、環境対応を重視するメーカーとの取引が増加する	中期	↗	↗	取引先との協力体制構築や環境配慮に関する取り組みを一層強化し、情報発信によるブランド力向上を図る
			●	ZEB等への規制強化など環境意識の高まりに伴い、環境配慮型物件への需要が拡大する	長期	↗	↗	新築ビルに加え所有ビルでも、BELS/ZEB認証取得を都度検討する。EV急速充電スタンドの設置やサステナブル建築物先導事業への採択を目指すなど先進的な取り組みも推進する

※1 短期: 3年以内、中期: 2030年まで、長期: 2050年までを想定、※2 ↗↗: 影響大、↗: 影響中または小、〃: 想定されない

戦略 — リスクと機会の特定（機会2）

分類	メディア・コンテンツ		都市開発・観光	財務への潜在的な影響	期間※1	財務への影響度※2		対応策
	放送	通販				ネットゼロ	現行政策	
気候変動による市場の変化			●	気象災害や猛暑日の増加により、高安全性や高気密性に対する物件の評価が向上し、需要が拡大する	長期	↗	↗↗	新築時には、エネルギー源のバックアップ化や蓄電池を検討するとともに、最新のハザードマップに対応した防潮板の設置やかさ上げなど、物件の高安全性や高気密性の向上に努める
サステナブルな経営に対する評価	●	●	●	視聴者や企業のサステナビリティに対する意識が高まる中、サステナブルな経営に対する評価が向上し、ブランドが強化される	中期	↗↗	↗↗	サステナビリティに対する対策を常に精査、アップデートするとともに、自社コンテンツやホームページを通じて社会に発信する。また、取引先に対しても自社の姿勢を明確に打ち出す
	●	●	●	グループとして、サステナブル経営に積極的に取り組むことで、投資家の評価が向上し、企業価値が上昇する	中期	↗↗	↗↗	グループ全体で気候変動などへの対応を積極的に行い、投資家との対話や開示資料を通じて自社のサステナビリティへの貢献と取り組みを明確に伝える
レジリエンスの向上		●	●	気候変動への積極対応が、拠点や調達先、エネルギー源の分散化につながり、レジリエンスが向上する	長期	↗	↗	通販事業においては、調達ルートの複線化などを通じてさらなるレジリエンス向上を図る。都市開発・観光事業では、大規模ビルにおけるエネルギー源の多様化・多重化をさらに推進する

※1 短期: 3年以内、中期: 2030年まで、長期: 2050年までを想定、 ※2 ↗↗: 影響大、↗: 影響中または小、"": 想定されない

気候関連リスクを特定し、評価するための組織のプロセス

当社グループでは、サステナビリティ委員会において気候関連リスクの特定・評価を実施しております。気候変動に関連する移行リスク及び物理リスクについて、シナリオ分析を踏まえたうえで、リスクと機会を特定し、そのうちリスクに関しては、財務的な影響を踏まえて重要性を評価し、対応策を検討してまいります。

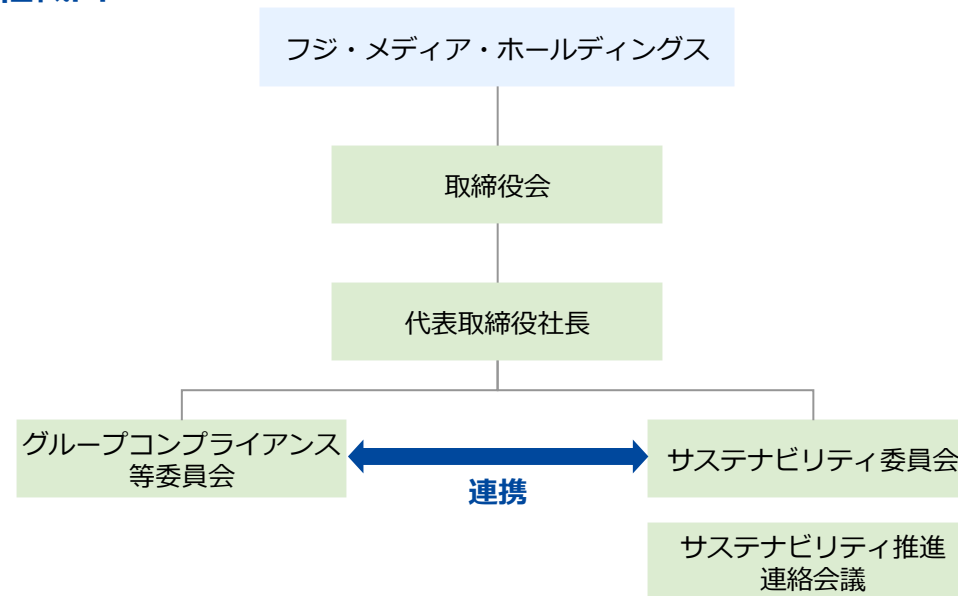
気候関連のリスクをマネジメントするための組織のプロセス

気候関連を含むリスクは、グループコンプライアンス等委員会とも連携しながら特定・評価したうえで、適宜、取締役会等に報告し、対応策等を検討します。特に気候変動に関するリスクのうちグループ経営に重大な影響のあるリスクについては、取締役会等で審議を行い、各部門への指示を通じてリスク事象の発生回避を図るとともに、発生した場合は適切に対応してまいります。

組織の全体的なリスクマネジメントへの統合

当社グループでは、グループ経営に重要な影響を与えるコンプライアンス上の問題及びリスクへの対応を図るため、グループ各社の代表取締役社長を構成メンバーとするグループコンプライアンス等委員会を組織し、「グループのコンプライアンス及びリスクの管理等に関する規程」（以下「グループコンプライアンス等規程」という）に基づき、各事業を統括しております。当社グループに重大な影響を与える気候変動リスクを含むサステナビリティリスクに関しても、サステナビリティ委員会等において特定・評価したうえで、グループコンプライアンス等委員会と連携しながら対応策の検討を行います。

組織図



指標と目標

- 当社グループは、気候変動が経営に及ぼす影響を評価・管理するため、下記の通り指標と目標を設定します

指標

温室効果ガス (=CO₂) 排出量 (Scope1,2※1※2)

対象範囲

フジテレビジョン、サンケイビル、DINOS CORPORATION

目標

- 2030年度までに**2013年度比50%減を実現**
- 2050年度までに**カーボンニュートラル※3を実現**

上記達成に向けて、2023年度にフジテレビ本社ビル、
湾岸スタジオで、非化石証書の調達などにより
実質再エネ電力100%を目指します

※1 Scope1：燃料消費に伴う排出量（直接排出）

※2 Scope2：購入した電力・熱の使用に伴う排出量（間接排出）

※3 出来る限り排出削減した結果、排出せざるを得なかった分を吸収または除去し、全体としてCO₂排出をゼロにする

CO₂排出量の推移と目標 (Scope1+2)

