

通信業界が直面する リスクトップ10

変化し続ける業界の2023年を考察

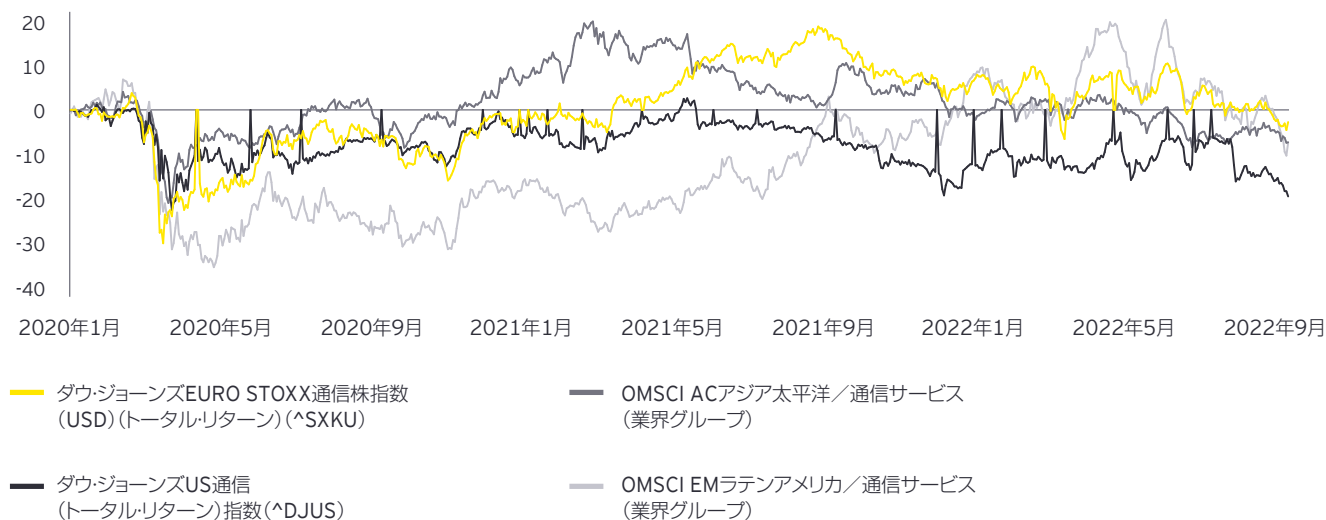
The EY logo consists of the letters 'EY' in a bold, white, sans-serif font. A yellow triangle is positioned above the 'Y', pointing downwards towards the letters.

Building a better
working world

ここ数年、いくつもの難題に直面しながらもレジリエンスを発揮した通信業界

2023年を迎えた今、世界各地の通信事業者は近年の地政学的・経済的な混乱の中でレジリエンスを発揮できたことが自信となっています。通信業界はこの2年間、物価上昇やインオーガニック成長、政府の介入に支えられてきました。新型コロナウイルス感染症(COVID-19)のパンデミック初期の頃に安値をつけた世界の通信セクターの株価も、回復はまだ緩やかで一定ではないものの、おむね戻りつつあります。

地域別の通信株価動向



出典：Capital IQ

移り変わりの激しい事業環境を乗り切るべく、企業戦略が見直されています。通信業界ではデジタルトランスフォーメーション構想の範囲や目標を拡大しつつ、サステナビリティについても取締役会レベルの重要事項として改めて注目し、ダイバーシティ、エクイティ&インクルーシブネス (DE&I) の向上や新たな人材獲得に向けた動きを通して、今まで以上に職場の人材に関する検討がなされています。

また業界では、固定およびモバイル両方のセグメントにて、広範囲に及ぶネットワークの近代化も進んでいます。現在まで設備投資の負担は増加の一途でしたが、今後5Gの全国展開がピークを過ぎれば、資本集約度が低くなる市場も出てくると思われます。



変化する外的圧力の筆頭は、 インフレによる脅威

2023年の業界アジェンダにはさまざまな外的要因が重くのしかかっています。いまだ続くサプライチェーンの混乱やエネルギーコストの上昇、生活費高騰の危機は依然として通信業界の財務安定化に影を落としています。加えて地政学的な問題の影響も大きく、ポピュリズムや経済ナショナリズムが高まり、保護貿易主義に拍車がかかっています。また、産業政策に微妙な違いが生じる中、5Gがテクノロジー「冷戦」の中心になっている現状です。

さらに、通信業界は現在の高インフレ環境の中で圧力にさらされ続けています。企業収益は消費者収益に比べ、マクロ経済の弱さの影響を受けやすく、過去の景気後退の経験を反映します。とはいえ、消費者向けサービス、とりわけコンテンツとストリーミングサービスを組み込んだサービスパッケージは、やはり支出削減の対象になる傾向があります。消費者向けモバイルサービス（特にプリペイド）も影響を受けやすいものの、このセグメントのサービスパッケージの拡大は、支出引き締めとの緩和につながるかもしれません。

他にも、インフレの大きな影響が出ているのは営業コストの上昇で、通信業ではエネルギーコストと人件費が焦点です。エネルギー価格の高騰を受けて、通信事業者はエネルギーコストとヘッジエクスポージャーを開示するようになりました。一般にエネルギー支出は、欧州の通信事業の場合、利払い前・税引き前・減価償却前・その他償却前利益（EBITDA）の最大3%相当で、このうち最大で半分が物価上昇の影響を受けるとされています。人件費は収益の約16%に相当することから、人件費高騰の影響もリスクの1つです。

同時に、インフラコストについても、タワー（鉄塔）のセール・アンド・リースバック式アウトソーシングの普及でインフレの影響を受けやすくなっています。しかし機器コストへの影響は定量化が比較的難しく、この点を懸念する声は企業からはまだ上がっていません。とはいえ、FTTH（fiber-to-the-home）の展開は性質上大きな労働力を要するため、現在の状況においては脆弱性の一因になるかもしれません。



地域ごとのテーマは流動的

北米:

モバイルセグメントはインフレと競争激化という逆風にさらされている。米国では携帯電話契約数の3件に1件はケーブル会社によるものとなっている。固定通信事業者ではコアである接続への注目が高まる一方で、コンテンツやプラットフォーム資産への投資意欲は減退している。今後は、超党派によるインフラ投資・雇用法により、ブロードバンドネットワークの整備が活発化するとみられる。

ラテンアメリカ:

他の地域に比べ、ラテンアメリカは地政学的影響を比較的受けていない。FTTHの成長機会はインフラのカーブアウトによって下支えされており、企業向け5Gへの注目も高い。今後は、ブラジル、チリ、ドミニカ共和国各国での国内周波数オークションを機に、5G移行が加速すると予想される。

欧州:

通信は市場全体を上回るパフォーマンスだったが、南欧では依然として競争は激しい。M&A取引は現在も活発で、インフラのカーブアウトやタワー案件といった分野でM&Aが活況。EUリカバリーファンド（復興基金）などのネットワークインフラ支援策も相まって、大手ハイテク企業への規制に対する注目も比較的高い。

アジア太平洋:

アジア太平洋では、通信業界を巡る環境は地域によって異なる。中国は通信企業の上場に後押しされ、力強い成長が見込める。一方インドでは収益は回復しつつあるが、企業再編が続き、成長率は危機前の水準を依然下回っている。東南アジア諸国連合（ASEAN）の通信事業者は、モバイルの収益構成がデータに大きくシフトしていることから、資本集約度は上昇、投下資本利益率（ROIC）は低下している。オセアニアでは企業再編やタワー売却が価値向上に貢献しているが、固定無線アクセス（FWA）が光ファイバー網と競合する可能性が高まっている。

業界リスクをチャート化

世界および地域のこうした変化を背景に、EYでは2023年に通信事業者が直面するリスク状況の分析を行いました。例年どおり、業界、消費者、企業への調査から得た知見に、この分野の実務専門家の視点を重ね、通信事業者が現在直面する最大のリスクを特定しました。「リスクのレーダーチャート」が示すように、この業界のリスク要因を4領域（コンプライアンス、オペレーション、戦略、財務）に整理し、各リスクをその重要性和影響に基づいてランク付けしています。

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------|
| 1. 生活費高騰の危機にあえぐ顧客への対応が不十分 | 6. インフラのレジリエンスとリーチ（到達範囲）を確保できない |
| 2. セキュリティや信頼面における喫緊の課題の変化を軽視している | 7. 新たなビジネスモデルを活用する能力が欠如している |
| 3. 職場文化と働き方の改善に難航している | 8. インフラ資産の価値を最大化できない |
| 4. サステナビリティへの取り組みの管理がずさんである | 9. 外部エコシステムとの関わり方が効果的ではない |
| 5. デジタル化による効率化が進まない | 10. 規制環境の変化に適應する能力が欠如している |





通信業界が直面するリスクトップ10 (2023年版)

EYのリスク分析で分かったことを大きくまとめると「もし、消費者の生活費高騰の危機に適切に対応せず、セキュリティや信頼に関する消費者の優先度の変化も考慮せず、職場文化の改善に積極的に取り組まないならば、2023年になっても通信業界はレジリエンスや回復力の維持に苦勞することになる」ということです。他にも重視すべき重要なリスク分野として、サステナビリティやインフラのレジリエンスやリーチ（到達範囲）も挙げられます。

ここからは、EYが考える通信業界のリスクトップ10を深く掘り下げます。

1

生活費高騰の危機にあえぐ顧客への対応が不十分

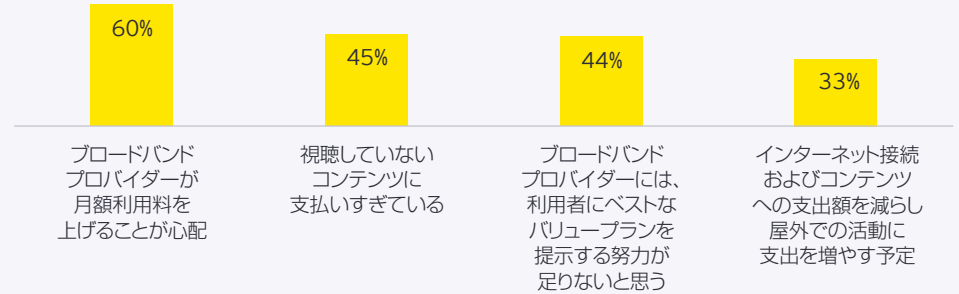
生活費高騰の危機をきっかけに消費者は自身のニーズを再評価し、通信プロバイダーから価値を得ているかどうか非常に注目するようになってきました。

こうした消費者心理の変化をないがしろにするのは、自らの首を絞めるような行為です。パンデミックによってインターネット接続やコンテンツサービスへ需要が高まりました。ロックダウン中、それらは多くの人々のライフラインとなっていたからです。そして現在、生活費高騰の危機で、家庭は支出の優先順位の見直しを余儀なくされています。

複数の国で実施したEYの調査¹によると、6割の世帯は、ブロードバンド利用料の今後の値上がりを心配しています。また、半数近く(45%)はコンテンツサービスに支払いすぎだと感じ、同じく44%はブロードバンドプロバイダーに対して、利用者に最適なバリュープランを提示する努力が足りないと感じています。家庭は支出の削減に動き始め、「チャーン(他社への乗り換え)」や「スピンダウン」のリスクが高まっています。

インターネット接続およびコンテンツサービスへの支出に関する家庭の意識²

世帯の割合



こうした脅威に加え、消費者を代弁する規制当局からの圧力も強まり、中には「ソーシャルタリフ(社会的関税)」の導入を政治家から強く求められているケースもあります。一方、通信事業者が価格上昇をインフレ率に連動させている市場もすでに存在します。この手法はこれまででも価格引き上げの正当化に使われてきましたが、現在の状況下では、顧客はさらなる値上げを歓迎しそにありません。

また、割引や節約料金などの提供には複雑な側面があり、しかも顧客体験の向上に必ずしもつながりません。EYの分析によれば、消費者の54%は、ブロードバンドパッケージを新規契約する際に特別提供価格は決め手の1つだったと回答している一方で、49%は、そうした特別価格によって、どのパッケージがベストバリューなのか判断しにくくなっていると回答しています。



2

セキュリティや信頼面における喫緊の課題の変化を軽視している

拡大するサイバー脅威に後れをとらないよう通信事業者は苦心していますが、EYの調査³によれば、消費者の46%はインターネット上の個人データを守ることは不可能だと考えています。

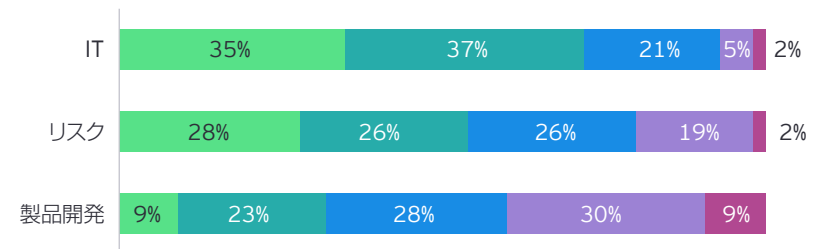
同様に、通信事業者の最高情報セキュリティ責任者（CISO）の半数近くは、サイバーセキュリティはこれまでよりも厳しく監視していると認識している一方で、61%の通信事業者は、サイバーセキュリティに関しては四半期あるいは年に一回程度、取締役会レベルで議論するだけ、という結果も懸念される点です。監視に関する認識度と実際に取締役会で取り上げられる頻度とのこうしたギャップは、新たな問題を生み出すかもしれません。例えば、通信事業者のCISOのうち、3分の1以上（39%）は、戦略的投資の中でセキュリティへの投資が十分に考慮されていないと考えています。

こうしたセキュリティ問題への対応を監視するプレッシャーに加え、セキュリティチームと他の部署との間にスムーズな信頼関係の構築がなく、社内連携が不十分という問題も存在します。EYの調査では、CISOの58%が、パンデミックをきっかけにサイバーセキュリティ専門家の存在感が高まったと答えており、組織にとってサイバーセキュリティの重要性が高まっていることがわかります。

しかし、セキュリティ部門の存在感が高まったとはいえ、他部署との間に適切な関係性が構築されていないため、その存在が軽視される結果になっています。半数を超えるCISOは、セキュリティチームとITまたはリスクチームとの関係は中程度から高いレベルの信頼に基づくかと回答していますが、製品開発チームとの関係では、そう回答したのはわずか31%です。

通信事業者のセキュリティチームと他部署との信頼関係は一様ではない⁴

セキュリティチームと他部署の関係性をどう評価しますか



■ よく相談される
 ■ まあまあ相談される
 ■ あまり相談されることはない
■ 関係を構築中
 ■ 信頼関係がない

3

職場文化と働き方の改善に難航している

職場文化については、雇用側と従業員側で意見が分かれており、ポジティブな文化を維持し必要不可欠なスキルを保持するための対策が必要です。

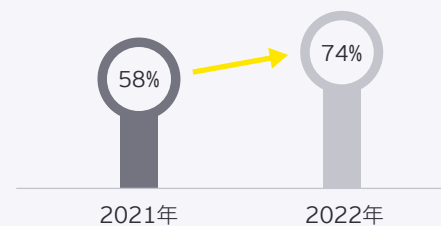
パンデミックが企業文化に与えた影響について、雇用側は多くの従業員の離職を受けて悲観的になっています。対照的に、従業員側は裁量権を与えられたと感じていて、そうした文化が育ってきたことをプラスに捉える傾向にあります。

こうした意見の相違は、リモートワークに対する捉え方の違いにあります。テクノロジー、メディア・エンターテインメント、テレコム (TMT) の従業員の91%という大多数が週に2日以上のリモート勤務を望んでいる一方で、TMTの雇用側の25%は、全員を週5日の出社勤務に戻すべきと考えています。また、リモートワークに対する雇用側の慎重な姿勢は、職場のテクノロジー戦略にも影響を及ぼしています。生産性向上のため職場のデジタルテクノロジー強化が必要、とTMT企業の85%が回答する一方で、リモートワークやバーチャルプランニングのためのテクノロジー強化が必要と考える企業は43%に過ぎません。

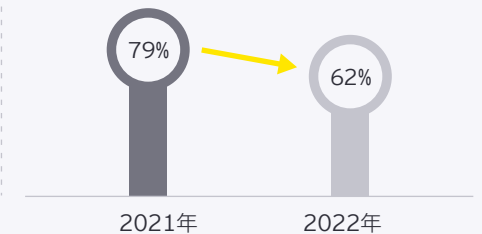


企業文化に対するTMT雇用者と従業員の考え⁵

パンデミックが始まってから企業文化は向上したと考える**TMTの従業員**



パンデミックが始まってから企業文化は向上したと考える**TMTの雇用者**



新しい働き方に対する通信業界の姿勢は、人材獲得にも影響します。産業界全体を見渡すと、パンデミックの中、従業員の雇用主に対する見方は肯定的でした。78%は、自分が働く企業の対応は良かったと考えています。ところがTMT従業員の場合、雇用主のポストコロナの人材戦略は将来の人材獲得能力に影響を及ぼすだろうと考える傾向が他の業界の従業員よりもかなり高くなっています。さらに、TMT従業員の53%が今後12カ月の間に退職予定だと回答しており(全業界の平均は43%)、従業員の転職は、やはりTMTではより大きな脅威となっています。

4

サステナビリティへの
取り組みの管理が
ずさんである

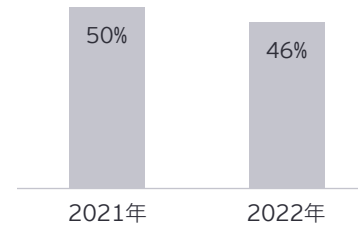


EYグローバル気候変動リスク・ディスクロージャー・バロメーターによると⁶、通信事業者による気候変動開示情報の質は年々悪化し、開示情報の質と範囲のギャップは大幅に拡大しています。

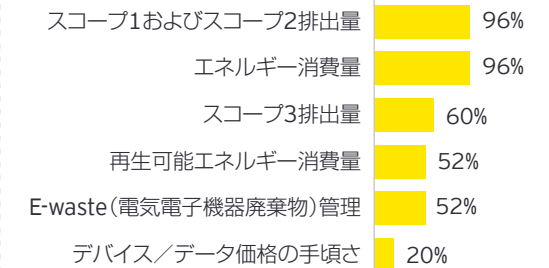
また、環境・社会・ガバナンス（ESG）指標に関する報告についても、重要な領域が欠落しています。さらにサステナビリティ戦略や目標設定についても全体的に欠陥があります。具体的なネットゼロ戦略、移行計画、脱炭素化戦略を開示していない通信事業者は39%に上ります。

通信事業者の気候変動およびESG関連報告⁷

通信事業者の気候関連財務情報 開示の品質¹



トピック別モバイル通信事業者の ESG報告²



¹ Global Climate Risk Disclosure Barometer (EYグローバル気候変動リスク・ディスクロージャー・バロメーター), EY, September 2022

² ESG Metrics for Mobile (モバイルに関するESG指標). GSMA and EY, June 2022

しかし、通信事業者のサステナビリティ報告が滞っている間にも、この分野に対する顧客の要望や期待は急速に変化しており、情報伝達の改善や製品ポートフォリオの見直しは待ったなしの状況になりつつあります。EYの調査によれば⁸、消費者の39%は、気候変動やサステナビリティに対する接続プロバイダーの対応は十分ではないと考えており、29%は自分のブロードバンドプロバイダーはサステナブルな選択肢を十分に提供していないと考えています。サステナビリティに関する要求は大企業では一段と強く⁹、大企業の68%は、サステナビリティの目標達成に貢献する5GやIoTユースケースに対して、以前よりも高い関心を示しています。調査に回答した大企業のほぼ半数は、ベンダーの商品サービスが自社のニーズに合っていないと答えています。

5

デジタル化による 効率化が進まない

インフレ圧力が続く現在は特に、通信事業者にとって効率とアジリティ（俊敏性）の向上は不可欠です。

しかしEYの調査によると¹⁰、新しいテクノロジーを活用して変革する能力は、さまざまな複雑な要素によって阻害されていることがわかります。データのセキュリティ要件への対応をはじめ、孤立したデータへのアクセス、サプライヤーとのパートナーシップの管理といった業務が、すべて進歩の妨げになっています。つまり、これらのいくつかの課題が、新しいテクノロジーのインフラコストそのものよりも大きな問題となっているのです。また、デジタル化の目標とそれを阻む問題点の間にはズレがあります。経営幹部が掲げるトランスフォーメーション目標の上位は、製品サービスの品質の向上（44%）や、変化する顧客の要望への対応（41%）などです。ところが、複雑さの軽減に関わる目標となると数字はぐっと下がり、アジリティの加速を挙げたのはわずか16%です。

通信事業者のトランスフォーメーションにおけるデータ・テクノロジーの障壁トップ5¹¹

トランスフォーメーションを進める上で、
データ・テクノロジー関連で最大の障壁は何ですか。



人的な要因も進歩の足かせとなっています。EYの調査によると¹²、トランスフォーメーション計画で直面している最大の文化的課題として、リモートワークが共同作業にマイナスの影響を及ぼしている点が挙げられています。パンデミック初期の頃に実施した戦術的変革は、多くの通信業者の励みになりましたが、今では、リモートワークへの急激なシフトは、部門間の縦割り構造を悪化させる危険性があるように思われます。2番目に大きな障壁は地域間の文化的相違で、複数市場に展開する事業者が直面する比較的大きな問題であることがわかります。

6

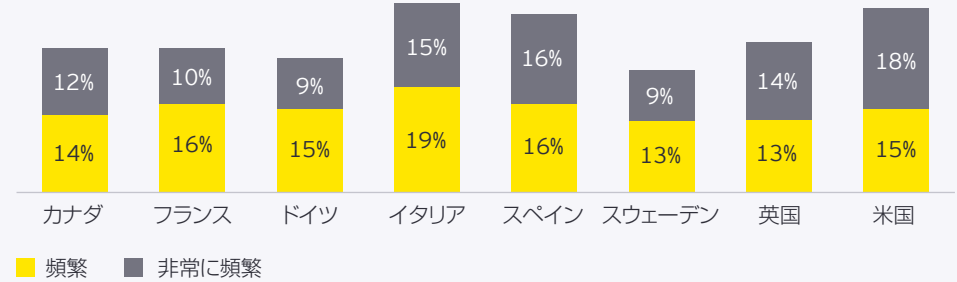
インフラのレジリエンスとリーチ (到達範囲) を確保できない

ネットワークの信頼性は、依然として顧客が問題視している点です。EYの調査では¹³、28%の世帯が、ネットワークのダウンや信号の低下、ストリーミング中のバッファリングなど、ネットワークブロードバンド接続が不安定になることが「頻繁」または「非常に頻繁」と回答しています。

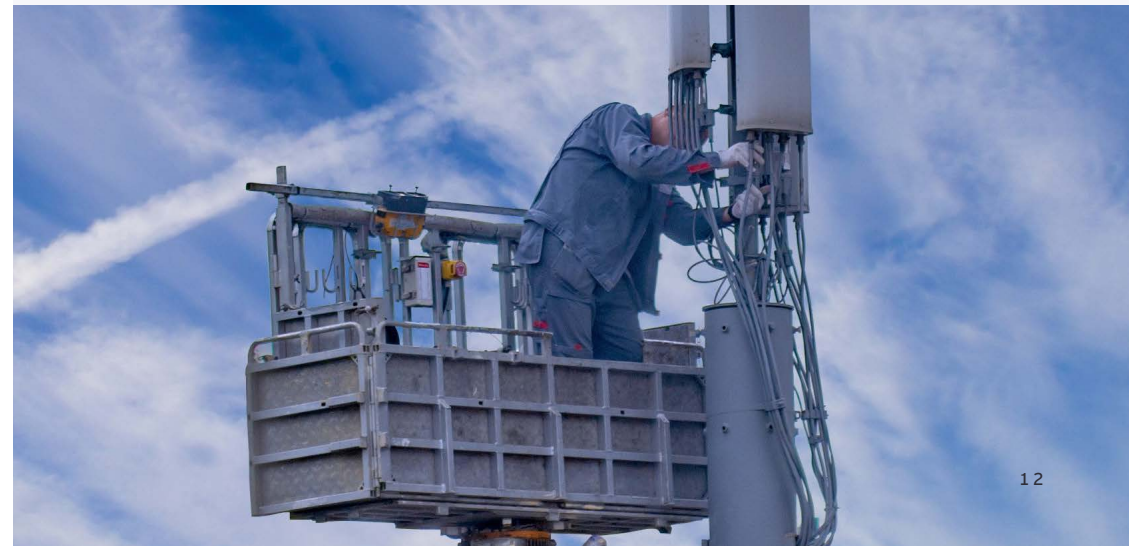
加えて、需要の急増により事態はさらに深刻です。一部の国では、インターネットの利用量が過去最高を記録した事業者もあります(例: 2021年12月英国)。また世界全体のデータ利用量も飛躍的に増加し続けており、メタバースなどの新たなデジタルコンセプトの登場で、ネットワークへの負担が中期的にさらに増えるという懸念が生じています。それに加えて、エネルギーの配給制も視野にある中、インフラへの電力供給は「あって当然」ではなくなるかもしれません。

家庭におけるブロードバンドの不安定さ¹⁴

自宅のブロードバンドまたはWi-Fiでインターネットを利用しているとき、接続が不安定になる頻度はどのくらいですか。



インフラへの負担増大に加えて、情報格差(デジタルデバイド)に関する懸念もあります。パンデミックによって、ネットにつながっている人はオンラインでより多くのことができるようになり、デジタルアクセスを持つ者と持たざる者の二極化がさらに進みました。また、インフラ普及率の伸びは鈍化傾向で、世界の人口の5%は僻地に住み、その場所へのインターネット提供は極めて困難な状況です。デジタルデバイドの解消にはさまざまなアプローチが考えられ、インフラプロバイダー同士の横の連携がこれまで以上に重要になっています。しかし、インフラが利用できる場所であっても、普及が遅れをとるケースは珍しくありません。モバイルインターネットへのアクセスが可能でも利用しない人は世界の人口の41%を占めます¹⁵。そのため、手頃なサービス価格やデジタルリテラシーへの対応も急務です。



7

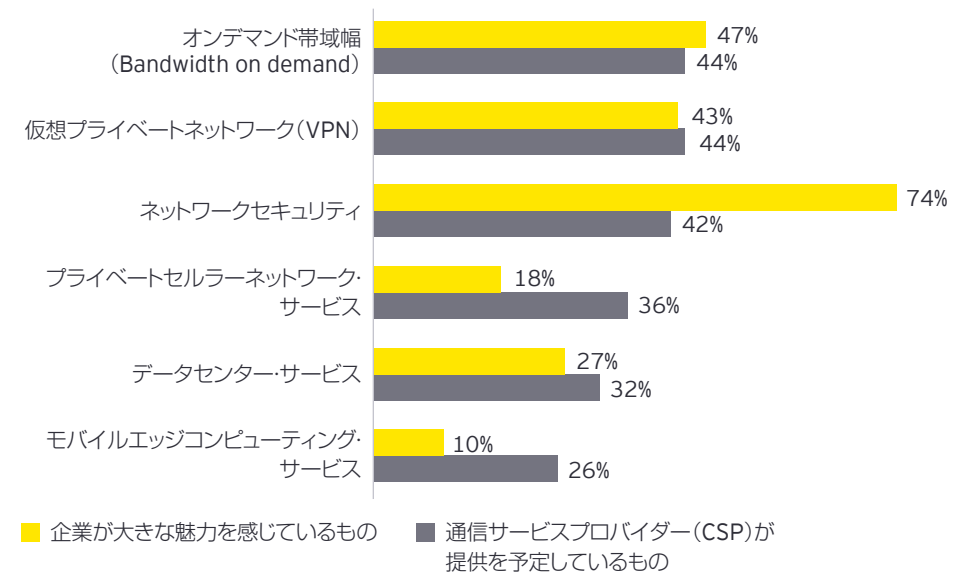
新たなビジネスモデルを 活用する能力が 欠如している

消費者市場の飽和に加え、1ユーザー当たりの平均収益（ARPU）の伸びにも限度があることから、多くの事業者は企業セグメントの成長機会を優先させています。

しかしこうしたB2Bへの注力は、まだ目立った成果を上げていません。その理由の1つに、IoTやクラウド、セキュリティといった成長性の高い商品サービスは、B2B全体の収益に占める割合がまだ相対的に小さいことが挙げられます。また、これらの一部の分野では、パートナーシップに依存することもありマージンも限定的です。加えて、マクロ経済の見通しが悪化していることも、とりわけ中小企業にとっては大きな問題です。

通信事業者はこうした問題の対処に取り組んでいるものの、新たな商品サービスと顧客ニーズとがシンクロしていないため、うまく進んでいません。NaaS（network-as-a-service）はサービスのプロビジョニングの新形態への道を切り開きましたが、通信事業者が提供しようとするものと企業が魅力を感じる具体的な商品との間にはギャップがあることが多いのが現状です。業界調査によれば、ネットワークセキュリティは「as-a-service」として提供されれば顧客は魅力を感じる機能であることが示されていますが、提供を予定している通信事業者は半数以下です。プライベートネットワークやモバイルエッジなど、「as-a-service」で提供される他の機能については、今のところ顧客はさほど注目していません。新しいビジネスモデルのメリットをもっと顧客に伝えることが重要です。

NaaSに対する通信事業者および企業の考え¹⁶



8

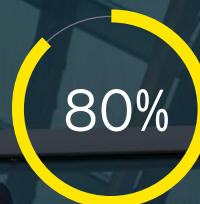
インフラ資産の価値を最大化できない

インフラの価値を引き出そうとする通信事業者の動きが加速しています。ファイバーネットワークをはじめ、データセンターやモバイル通信用鉄塔などのさまざまなバリューチェーンの構成要素に関して、通信事業者が最適なインフラ所有のあり方を判断する中、Netco（ネットワーク事業者）やServco（サービス事業者）といったビジネスモデルへの注目が高まっています。

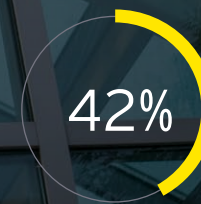
こうした動きは世界各地で見られ、ダイベストメントやカーブアウト、合併事業など、さまざまな形で市場構造に急激な変化を生んでいます。アクティビスト（物言う株主）もさらにそれを促進する存在であり、EYの調査によれば¹⁷、通信事業者の63%は、彼らの圧力を受けて戦略の選択肢を見直したと答えています。

しかし、インフラの売却や分離による財務的・戦略的メリットははっきりしている一方で課題もあり、その利を生かし切れていません。通信事業者CEOの大半は、コア事業とそれ以外をもっと明確に線引きできれば、事業売却計画をさらによいものにできたと考えており、10人のうち4人は、切り出される側の価値を伝えるのに苦労しています。残る側の事業へのプラスの影響は伝えやすい一方で、半数以上のCEOは、RemainCo（切り出す側）のポジショニング向上のため、もっとできることがあったのではと考えています。また、製品レベルでのポートフォリオの見直しでは、カーブアウトの潜在的機会を逃す可能性があります。

ダイベストメント戦略に対する通信事業者CEOの意見¹⁸



何がコアで何がノンコアなのかをもっと明確に示すことで、事業売却候補の洗い出しを強化できると考える通信事業者CEO



ダイベストメントの判断をする際、切り出される側の価値をスタンダードローンベースで明確に示せるかが課題だと考える通信事業者CEO



事業売却をRemainCo（残る側）再編の機会として活用すればよかったと考える通信事業者CEO

9

外部エコシステムとの 関わり方が 効果的ではない

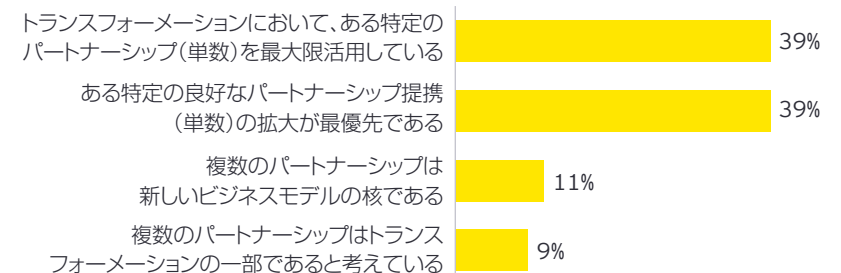
ネットワークインフラを取り巻く状況は、モバイルネットワークのサプライチェーンに対する制約が増す中、ますます流動的になっています。ハイリスクなベンダーに対して部分的あるいは全面的に制限を課す国もあります。

同時に、オープンRAN (Open Radio Access Networks, O-RAN) など技術の発展によって、ソフトウェア主体のネットワークサプライヤーの参入に拍車がかかっています。また、従来のネットワークベンダーと共同で、プライベート5Gなど企業向けソリューションに取り組んでいる事業者も少なくありません。このように、通信事業者は幅広いサプライヤーとさまざまな形で協業することに慣れてはなりません。

しかしこうした協業の必要性があるにもかかわらず、多くの通信事業者では、エコシステム連携はまだ戦略の中心ではありません。EYの調査によると¹⁹、すべての通信事業者がパートナーシップやビジネスエコシステムを活用しているものの、意欲に欠けているようです。トランスフォーメーションにおけるエコシステムの役割について尋ねたところ、通信事業者の経営幹部の78%は、複数のパートナーシップではなく、特定のパートナーシップの役割に言及して、複数のパートナーシップを新たなビジネスモデルの核として考えている企業は11%に過ぎません。こうした見解は、今後5年間でエコシステム戦略は重要な成長ドライバーになると思うと答えた顧客が75%だったのとは非常に対照的です。また、73%の顧客は、今後は必要なエコシステム関係を築けるサプライヤーを重視すると答えています²⁰。これは何を意味するのでしょうか。通信事業者にはエコシステム連携強化が必要です。

通信業界のトランスフォーメーションにおけるパートナーシップとビジネスエコシステムの役割²¹

あなたの会社のトランスフォーメーションにおける企業パートナーシップ
またはビジネスエコシステムの役割について、最も当てはまるのはどれですか。



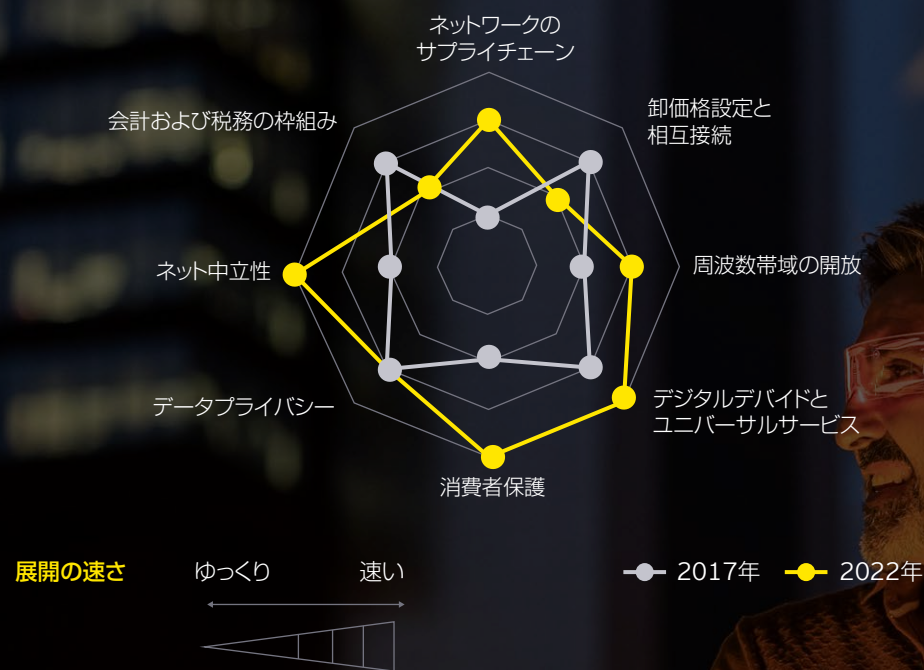
10

規制環境の変化に
適応する能力が
欠如している

パンデミックや地政学的要因によってネットワークのサプライチェーンやデジタルデバイドに対するステークホルダーの関心が強まり、規制の優先順位が変わろうとしています。また、生活費高騰の危機やオンラインの安全性に関する懸念から、社会的に弱い立場にある顧客に対する支援意識が強まっていると同時に、欧州や米国ではネットの中立性に関する議論の声も高まっています。

しかし、外部リスクと見なされることの多い規制や政策ですが、新たな機会を生むこともあります。EUリカバリーファンド（復興基金）や米国の超党派によるインフラ投資・雇用法によるインフラのアップグレード支援がその良い例です。もっと一般的な話では、デジタルエコシステムに対する政府の財政支援や育成事業によって、通信事業者が顧客の要望を収益化する能力を伸ばしていく場合もあります。こうしたさまざまな後押しを得て、政策決定者と有意義な関係を構築できる通信事業者は成長できるでしょう。

事業者に影響を及ぼしている規制分野²²



規制に対するアプローチの細分化はいくつかの問題を引き起こしています。データ保護とプライバシーに関する規則はその典型で、多くの国で規則の制定や改正が進んでいます。近年、世界各国で採用された法律や指令の多くは、欧州の一般データ保護規則（GDPR）を模範にしたものですが、細部には違いがあります。こうした状況は、いずれは規則の複雑化というリスクの増大を招く恐れがあります。今後、AIとデータプライバシー規制の相互依存関係が強まるのは、予測不可能性がさらに高まるサインなのかもしれません。



EYのチームができること

通信業界はデジタルディスラプションとコンバージェンスアジェンダの中心に位置しています。この立ち位置にあって、あなたの企業は適切な機会をつかみ、適切なリスクを軽減しようとしているでしょうか。

信頼されるプロフェッショナルなサービスで世界をリードするEYは、世界各地の主要な通信事業者にサービスを提供しています。お客様が正しい答えを導き出し、トランスフォーメーションのさまざまなニーズの優先順位を決められるよう、EYのプロフェッショナルがサポートします。

デジタル化計画によるリターンを拡大・加速する、あるいはインフラのレジリエンスやリーチを効率的に適正化する、顧客やステークホルダーから最大限の信頼を獲得するなど、お客様の目指すものがどんなことであっても、EYは、成果を生み出せるさまざまなソリューションを提供します。

EYのソリューション

デジタル化ソリューションの例

- ▶ デジタル統合型カスタマーエクスペリエンス
- ▶ インテリジェントオートメーション
- ▶ IoTプラットフォーム
- ▶ データとアナリティクス

ネットワークおよびITの効果を高めるソリューションの例

- ▶ アジャイル・ビジネス・トランスフォーメーション
- ▶ Capex (資本的支出) の配分と運用
- ▶ ネットワークのエンジニアリング、展開、運用
- ▶ ビジネスサポートシステム (BSS)、運用サポートシステム (OSS)、ITトランスフォーメーション
- ▶ コンバージェンス、ポスト・マージャー・インテグレーション

信頼性に関する企業向けソリューションの例

- ▶ サイバーセキュリティ
- ▶ リーガル・マネージドサービス
- ▶ 財務・税務業務
- ▶ 気候変動およびサステナビリティ

前項で挙げた分野、あるいはそれ以外の分野においても、EYは的確な長期戦略の策定をサポートします。地政学的緊張やインフレ圧力の上昇といった重大な出来事が続く中、熱意と目的意識を持って適応し対応する能力が非常に重要になっています。

リスクを取り巻く環境はかつてないほど厳しい状況ですが、機会を適切に活用できれば、現在、近い将来、そしてさらにその先も成長していけるはずです。



参考文献一覧

- ¹ EY survey of more than 20,000 households in Canada, France, Germany, Italy, Spain, Sweden, UK, and US, January 2022-February 2022
- ² EY survey of more than 20,000 households in Canada, France, Germany, Italy, Spain, Sweden, UK, and US, January 2022-February 2022
- ³ EY survey of more than 20,000 households in Canada, France, Germany, Italy, Spain, Sweden, UK, and US, January 2022-February 2022
- ⁴ EY Global Information Security Survey, 2021 (based on responses of 43 telecoms CISOs)
- ⁵ 2022 EY Work Reimagined Survey (includes responses of 3,049 TMT employees and 403 TMT employers)
- ⁶ EY Global Climate Risk Disclosure Barometer, September 2022
- ⁷ EY Global Climate Risk Disclosure Barometer, September 2022; ESG Metrics for Mobile, GSMA and EY, June 2022
- ⁸ Decoding the digital home, EY, June 2022
- ⁹ Reimagining Industry Futures, EY, February 2022
- ¹⁰ EY Tech Horizon Study 2022, April 2022
- ¹¹ EY Tech Horizon Study 2022, April 2022
- ¹² EY Tech Horizon Study 2022, April 2022
- ¹³ Decoding The Digital Home, EY, June 2022
- ¹⁴ Decoding The Digital Home, EY, June 2022
- ¹⁵ The State of Mobile Internet Connectivity 2021, GSMA; Mobile Economy 2022, GSMA
- ¹⁶ Do CSPs know what enterprises want from NaaS? Nokia
- ¹⁷ EY Global Corporate Divestment Study, 2021
- ¹⁸ EY Global Corporate Divestment Study, 2021
- ¹⁹ EY Tech Horizon Study 2022, April 2022
- ²⁰ Reimagining Industry Futures, EY, February 2022
- ²¹ Tech Horizon Study 2022, EY, April 2022
- ²² EY analysis

お問い合わせ



尾山 哲夫

EY Japan

テクノロジー・メディア &
エンターテインメント・テレコムリーダー
ey.com/ja_jp/people/tetsuo-oyama



齋藤 武彦

EY Japan テレコムセクターリーダー

ey.com/ja_jp/people/takehiko-saito

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。

© 2023 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