

CSV経営による社会的価値と 経済的価値の創造

—トヨタ自動車の事例分析を用いて—

大東文化大学 Cチーム

林祥映 並木愛結
栗田雄斗 中島美大 櫻井純

目次

- ・ CSVの定義
- ・ 現代の環境問題
- ・ トヨタ自動車の選定理由
- ・ 会社概要
- ・ トヨタ環境チャレンジ2050
- ・ ケースA 新車CO₂ゼロチャレンジ
- ・ ケースB 循環型社会・システム構築チャレンジ
- ・ ケースC 人と自然が共生する未来づくりへのチャレンジ
- ・ 社会的価値と経済的価値を両立させるために

CSVの定義

2006年：ハーバード大学ビジネススクールのマイケル・ポーター教授が企業の慈善事業やコスト削減活動としてのCSRに異を唱える。

⇒2011年：CSV（Creating Shared Value = 共通価値の創造）をグローバル企業における新しい競争戦略として提唱

CSVの定義

企業が事業を営む地域社会の経済条件や社会状況を改善しながら
自らの競争力を高める方針とその実行

現代の地球環境問題

- ・ 大気汚染問題

 - 排出ガス（窒素酸化物・粒子状物質等）

- ・ 温暖化問題

 - 排出ガス（二酸化炭素・燃費性能・省エネルギー等）

= これらの2つの環境問題に自動車産業が深く関わっていると推測

トヨタ自動車の選定理由

- ・ 国内トップの自動車メーカー
- ・ CSVの定義に基づくトヨタ環境チャレンジ2050
- ・ 世界自動車販売台数1位の実績

⇒以上、トヨタがCSVを行うことは、環境および自動車産業に多大な影響を与えると推測

⇒トヨタの社会的価値と経済的価値の両立の試みを分析

会社概要

- ・ 会社名 トヨタ自動車株式会社
- ・ 本社 愛知県豊田市トヨタ町1番地
- ・ 経営者 豊田章男
- ・ 創業者 豊田喜一郎
- ・ 創立 1937年（昭和12年）

トヨタ環境チャレンジ2050

もっといいクルマ

- ・ 新車CO₂ゼロチャレンジ ⇒ ケースA
- ・ ライフサイクルCO₂ゼロチャレンジ

もっといいモノづくり

- ・ 2050年グローバル工場CO₂排出ゼロ
- ・ 水環境インパクト最小化チャレンジ

いい町・いい社会

- ・ 循環型社会・システム構築チャレンジ ⇒ ケースB
- ・ 人と自然が共生する未来づくりへのチャレンジ ⇒ ケースC

ケースA 新車CO₂ゼロチャレンジ

目標：新車から排出される、走行時のCO₂排出量を2050年に90%低減(2010年比)

・「省エネルギー」と「化石燃料以外の多様な燃料の活用」を軸に、ハイブリッド技術を駆使した、電気自動車や燃料電池自動車などの電動車を開発。

(2020年時点で電動車の販売台数1,501万台、CO₂抑制量12,126万トン達成)

・小型宅配車両、乗用車、路線バス、大型トラックなど、電動車の商品ラインナップを拡充することで、幅広い市場、顧客のニーズへ対応。

ケースAの分析

経済的価値

小型車両から大型トラックまで、
電動車の商品ラインナップを拡充。

= 様々なニーズ、シーンに合わせた商品展開
⇒ 幅広い顧客の獲得による売上増加

社会的価値

電気自動車や燃料電池自動車などの
電動車の開発・普及への注力。

= 環境負荷の少ない自動車の流通促進
⇒ CO₂排出量大幅削減

⇒ 「製品の売上による利益獲得」と「環境負荷の少ない自動車によるCO₂排出量の削減」を実現

ケースB 循環型社会・システム構築チャレンジ

- ・ トヨタ認定の自動車解体施設を世界各地に設置

→使用済みの車の解体を自社認定の施設で行う 再利用が可能な部品を新たな自動車づくりに活用

⇒環境に負荷をかけずに、安定的な資源の回収が可能

- ・ 易解体設計

『廃車の資源循環の推進のため、解体・分別がしやすい設計を採用』

例①ワイヤーハーネスプルタブ式アース端子部採用
缶詰のフタのように引っ張るだけで容易に解体が可能

②ワイヤーハーネス視認性工場テープの採用
重機からも引きはがしポイントが見やすいよう、黄緑色のテープを巻き付けている

⇒車のリサイクル効率の上昇により経済的価値を増加

ケースBの分析

経済的価値

- ・ 資源リスクへの対応
(枯渇・高騰・供給)
- ・ 原材料の調達安定化
- ・ 原材料の調達コストの抑制

社会的価値

- ・ 廃車郊外リスクの未然防止
- ・ 地球温暖化対策

ケースC 人と自然が共生する未来づくりへのチャレンジ

・ トヨタの森づくり

→樹木は地球温暖化の原因となる二酸化炭素を吸収、また土砂災害の危険を予防する効果。

→外国産の木材の利用が増加、国産の木材の使用数減により、日本のスギやヒノキの人工林の手入れが行き通らず、荒廃が問題視。

・ 人と自然が共生していくための各地域の豊かな森や自然を守る使命

→世界では森林が減少、多様な生物の生息域が分断、生物多様性の損失が進行。

→社会に不可欠な生物資源の枯渇、自然災害の惹起、温暖化の促進など、社会全体の持続可能性へのリスクであると考えている。

- ▶ トヨタの社有林の1つ「トヨタ三重宮川山林」では、スギやヒノキの人工林の間伐を進め、健全な森づくりに取り組んでいる。人工林の中で木材生産に適さない森林は、間伐を繰り返して広葉樹の定着を促し、自然林に戻す、森林再生の取り組みを行っている。この取り組みによって伐採された木材、枝葉はトヨタが運営する施設（展示台や床材）やアロマ商品の原材料として再利用。

2025年目標

- Toyota GreenWave Project

「自然と共生する工場」を日本6工場・海外4工場で実現
関係会社と連携し、地域とつなぐ活動を推進
生物多様性保全に向け地域・企業と連携した自然共生活動に着手

- Toyota Today for Tomorrow Project

NGOなどと連携し、生物多様性の象徴である絶滅危惧種の保全をグローバルに強化

- Toyota ESD Project

未来を担うEco人材育成に向けたグローバルな統一施策を実施
「自然と共生する工場」と連携し、ビオトープなどを活用した環境学習の機会提供
次世代向け自然共生教育ツールを効果的に活用し、工場・トヨタの森など社内外施設
において、Eco人材の育成

ケースCの分析

経済的価値

- ・ **材料費の削減**
(トヨタ運営の展示台や床材への再利用による製作に要する材料費)
- ・ **新商品開発による収益増加**
(ヒノキのアロマの開発によるグループ全体の収益となる)

社会的価値

- ・ **地球温暖化対策**
(森林再生)
- ・ **生態系の維持**
- ・ **絶滅危惧種の保全**

森林保全活動によって生まれた資源を再利用することで、コストの削減
⇒環境保全活動を通じて得た資源の再利用による新たなビジネスの開拓

社会的価値と経済的価値を両立させるために 社会課題の解決・**プラス・アルファ**

ケースA. 社会課題×**消費者**を意識した製品・サービスの開発とマーケティング
社会課題解決に向けた新製品の普及活動の必要性

ケースB. 社会課題×**持続可能な経営**を意識した事業の確立
廃車資源の循環の必要性

ケースC. 社会課題×**資源再利用・コスト削減**を意識した新たなビジネスの創造
社会全体の持続可能性へのリスク対策の必要性

ご清聴ありがとうございました