

# 日米欧の大企業によるCSV ～環境・生産者・消費者視点の3社比較～

大東文化大学Aチーム 班員：宮野颯太 齊藤主門  
大村亮輔 高尾駿太

# 目次

- 対象企業の選択基準
- CSVとは
- Walmart
- Nestle
- TOYOTA
- 比較・結論

# 世界3社選択基準

	地域	内容
Walmart	アメリカ企業	小売業
Nestle	ヨーロッパ企業	食料品
TOYOTA	日本企業	自動車メーカー

# 比較基準

- 1 社会貢献（環境問題）の視点
- 2 生産者の視点
- 3 消費者の視点

この3視点での比較

# CSVとは①

- CSVの定義

共通価値の創造

社会課題を解決することが経済的な利益になるということ

- CSRとの違い

社会の課題に対する向き合い方

受動的なCSR 利益を生む事業とは別

積極的なCSV 社会と企業双方の利益

## CSVとは②

### • CSVのメリット・デメリット

**メリット**：ステークホルダーからの信頼→自社ブランドの向上→新たなファン→企業との接点増加→課題にの共有による新たな技術やノウハウの取り入れ

**デメリット**：社会課題は規模が大きいため課題解決が困難

長期的な取り組みになり、ブランド力の向上がすぐには感じられない

# Walmartの概要

- 1 企業名：ウォルマート
- 2 設立：1962年
- 3 総従業員数：130万人
- 4 売上高：5003億4000万ドル（2018年）
- 6 総資産：2045億2000万ドル（2018年）
- 7 事業内容：食品衣服などの小売チェーンの運営

# 環境への対策①

## ・プラスチック廃棄物

プラスチックを削減、再利用、リサイクルすることで、プラスチック廃棄物を排除することを目指す

プラスチック廃棄物の削減を支援するため、材料の革新、回収と仕分けインフラのリサイクル







## 環境への対策②

### • 森林破壊への対応

生物多様性を維持し、生活を  
支え、気候変動を緩和  
供給者と協力して認証、監視、  
持続可能な調達地域の支援、  
協調行動の促進

# 生産者への取り組み①

## ・小規模農家の回復力の向上

農家の生活を改善、メキシコとインドの小さな農場の回復力を高めるために慈善活動に投資。

2018年に農家の生産者組織と農業収量を強化するために5年間で2,500万ドルを投資



## 生産者への取り組み②



### • ジェンダー・エクイティ（男女平等制）の推進

- 5年間の女性の経済的・社会的進出を実施
- 農場や工場、小売店で働く100万人の女性のトレーニングを支援



## 3. 消費者の視点

### 商品の安全性

優先度が非常に高い物質の使用禁止

商品の化学物質を2022年までに10%削減

# ネスレの概要

- 1 企業名：Nestle(ネスレ)
- 2 設立：1866年
- 3 総従業員数：約27万人
- 4 売上高：約1.1兆円
- 5 事業内容：食品・飲料の製造販売

# ネスレの環境への取り組み①

## ・植物由来のシーフード代替品の開発

植物由来のツナ代替食品は海洋生物の保護

人工着色料や保存料は未使用



## ネスレの環境への取り組み②

### ・リサイクル可能な製品パッケージの刷新

製品パッケージを100%リサイクル

未使用プラスチックの使用  
3分の1削減



# ネスレの環境への取り組み③

## ・アフリカの森林の保全と再生への取り組み

生物多様性が高い森林の保全と再生

農業従事者に森林樹木の配布





# ネスレ生産者への支援①

## ・世界規模での若者層向けバーチャル教育の支援

雇用適性の向上



# ネスレ生産者への支援②

## ・カカオ農家の変革の推進

世帯収入向上プロジェクト

適切な農業慣行の導入



# ネスレ生産者への支援③

## ・SNSなどを通じてコーヒー栽培者の紹介

ネスカフェを支える農家を  
身近に感じてもらう活動

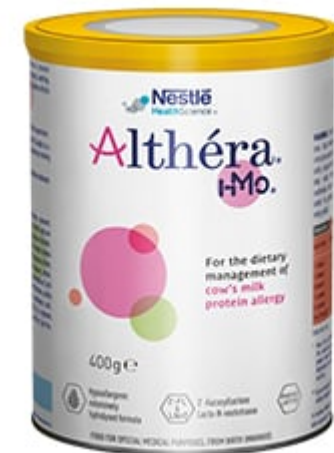


# ネスレ消費者への支援①

## ・牛乳たんぱく質アレルギー（CMPA）の乳児の支援

乳幼児栄養ソリューションの推奨

健康な成長と発達の支援



## ネスレ消費者への支援②

- **家庭に向けたデジタル栄養評価ツールの提供**

不足している栄養を判定する  
アルゴリズムの開発



# ネスレ消費者への支援③

## ・家族の健康のための適切な商品選びの支援

ネスレ ヘルシーキッズによる健康な生活の支援

家庭のキッチンで栄養のある  
食事を作る支援



# トヨタの企業概要

- 1 企業名：トヨタ自動車株式会社
- 2 設立：1937年
- 3 総従業員数：71,373人
- 4 売上高：約27兆円
- 5 事業内容：自動車の生産・販売

# トヨタの環境への取り組み①

## ・新車、工場、ライフサイクル全体でCO2ゼロへ

新車… 電気自動車・ハイブリッド車の技術進化や普及促進

製造工場… シンプル化・スリム化や再生可能エネルギーなどの活用、

ライフサイクル… 材料の置き換え・小型化、再生可能エネルギーの導入





# トヨタの環境への取り組み②

## • 水使用量の最小化と排水管理

車の製造時には雨水の利用や排水リサイクル、革新技术による塗装工程のドライ化などをおこなっている



# トヨタの環境への取り組み③

## ・ 生物多様性保全への貢献

『IUCN絶滅の恐れのある生物種のレッドリスト』の拡充を支援



# トヨタの生産者への支援

## ・ダイバーシティ推進による障がい者雇用

障がいのある方により多くの働く機会を提供するための会社  
「トヨタグループス」を設立



# トヨタの消費者への支援①

## ・子供やドライバーに対しての交通安全啓蒙活動

ドライバーと歩行者双方の安全意識向上につなげ、交通事故のリスクの減少を目指す



# トヨタの消費者への支援②

## ・災害時のマニュアルや防災マップの充実

車中泊避難に対する動画や被災地エリアの道路状況に関する情報の提供



ドライバーが身に付けておくべき **防災豆知識**

運転時の正しい行動の手順とは

**クルマのなかで**

**地震の揺れを感じたら**

# トヨタの消費者への支援③

## ・ 移動型バリアフリーストイレの開発

トヨタとLIXILの共同開発

イベント参加やスポーツ観戦など、車いす使用者の外出の可能性を広げる役割



# 比較・結論

	共通点	特色
環境問題	森林関連	Walmart：プラスチック削減 Nestle：パッケージ改良 TOYOTA：水の排出管理
生産者	労働者雇用の改善 働き方改革	Walmart：男女平等 Nestle：SNSの活用 TOYOTA：障がい者雇用
消費者	消費者の健康・安全	Walmart：商品基準 Nestle：乳幼児重視 TOYOTA：生活改善

ご清聴ありがとうございました