

社会保障領域におけるCSV活動先進事例リスト

領域	No	社会的課題 (テーマ)	実施主体(企業)の概要				活動の概要(内容)	活動の背景	事業展開時期	CSV分類	社会にとっての価値		企業にとっての価値			
			企業名	業種	売上規模	海外売上比率					価値の分類	内容	価値の分類	内容		
国内 (フィールド)	社会保障領域	①社会的弱者支援	1	高齢者の生活支援及び見守り	ヤマト運輸(ヤマトHD)	運輸業	約1兆3,000億円	約1%	<事業を通じた安否確認> 地域に根付いたネットワークを生かし、過疎地や自治体/社協などと連携しながら、高齢者の見守りや買い物代行を運動させた「まごころ宅急便」を展開している 多くの自治体や社協と連携し推進することで、活動規模を拡大させている(自治体にとっては、高齢者の見守り活動の一環)	配達先の高齢者が孤独死してしまったことに対する一人の女性ドライバーの後悔から始められた運動	2010年	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	孤独死の防止 高齢者の生活支援	見守りサービスによる孤独死の防止や買い物代行のほか、インフルエンザの予防接種や健康診断に関する市の刊行物等の配達も行っている	本業の競争力強化 (同業他社との差別化)	新たな収益源の獲得と、顧客からの信頼性向上
			2	高齢者の見守り	ヤクルト本社	製造業(飲料)	約3,200億円	約27%	<事業を通じた安否確認> ヤクルトレディが商品をお届けする中で、独居高齢者の安否を確認したり、話し相手になるという「愛の訪問活動」を1972年より継続的に実施	福島県郡山市の一人のヤクルトレディが、誰にも看取られずに亡くなった独居高齢者の話に胸を痛め、当時担当していた地域の独居高齢者に自費で「ヤクルト」を届ける活動を開始したことが始まり	1972年	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	高齢者の見守り	独居高齢者の安否確認 独居高齢者の支援(話し相手になる等)	本業の競争力強化 (同業他社との差別化)	地域からの企業ブランド力向上 ヤクルトレディの誇りの醸成
			3	障がい者の社会進出促進	日本IBM	情報通信業	約8,500億円	-	<障がい者の登用> IBMでは障がい者を雇用し、東京基礎研究所にて障がい者や高齢者という情報弱者向けのアクセシビリティの研究開発を行っている(障がい者雇用と障がい者向け製品開発の融合) 入社約30年にわたり、アクセシビリティの研究に従事してきた視覚障害者の浅川智恵子博士を、IBM技術者の最高職位であるIBMフェローに任命している(2009年)	障がいの有無に関わらず利用することができるような、ITサービスのアクセシビリティについて研究を行っている ※アクセシビリティ: ネットワークサービスやソフトウェアの機能が、どのくらい使いやすいかを示す度合い。特に、障がい者や高齢者等の身体的な制約がある人にも利用可能かどうか重視される	2000年 (世界規模で活動するアクセシビリティセンターの開設)	バリューチェーンのCSV (既存のバリューチェーンの変革に力点を置いているCSV)	障がい者の雇用促進 障がい者の生活支援	障がい者の雇用促進 障がい者の方でも扱いやすい電子機器および情報サービスの開発	本業の競争力強化	アクセシビリティの高い製品・サービスの開発
			4	女性の社会進出促進	日産自動車	製造業(自動車)	約3兆5,300億円	約80%	<女性の登用> 2004年以来、多様な人材が能力を発揮できるようにダイバーシティプログラムに取り組んでいる -女性管理職の数値目標を部門別に役員のコミットメントとして課している-女性の管理職比率は8年間で4倍の6.7%に上昇 -17年までに10%に引き上げる計画 顧客の半数以上は女性であり、家族が車を選ぶときの選択権が女性にあるケースが多いため、女性能力の活用を「競争力の源泉」と位置付けている	家庭で「日常的な買い物」の意思決定権は約74%が妻にあり、自動車など耐久消費財では、決定に妻がかかわるケースが76.8%に上る(経済産業省委託調査2012年度) 女性能力活用が順調な背景には、カルロス・ゴーン最高経営責任者(CEO)の存在がある。ゴーン氏自身の言葉で社内外に対してメッセージを発して、「女性の登用」を経営哲学へ取り組んでいる。その結果、企業価値創造の一環として全社的な取り組みができています	2004年	バリューチェーンのCSV (既存のバリューチェーンの変革に力点を置いているCSV)	女性の雇用促進	新卒採用における女性比率の向上や女性管理職登用の数値目標を課し、全社的に取り組んでいる	本業の競争力強化	女性のニーズを汲んだ製品の開発
			5	不足する育児支援サービスの提供(働く女性の支援)	JPホールディングス	サービス業(子育て支援)	約140億円	-	<保育業界の改善> JPホールディングス社は日曜や夜間の預かりニーズにも対応できる、日本初となる年中無休・郊外型大型保育所「キッズプラザ・アスク」を埼玉県に開設 また、その後開設した保育園においても、日曜日の預かりや深夜までの預かりに対応できる保育サービスを提供している	正社員で働く母親が保育サービスに望むことは、 ・長時間の就労に対応した保育サービス ・残業など急な予定変更への対応 ・子どもの病気時の対応 など、臨機応変な長時間保育および病児保育が主となっている(厚生労働省「子育て支援策等に関する調査研究報告書」2003年より)。しかし、現状はそのようなサービスが不足している	2001年 (キッズプラザ・アスクの開設)	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	育児困難者の育児支援 待機児童の解消	働く母親が抱える不安の解消、及び、保育サービス提供量の増加	本業の競争力強化	保育事業からの収益増、及び、同業他社との差別化形成
			6	過疎地の交通弱者への対応	磐田信用金庫	金融業	約120億円	-	<過疎地域における金融サポート> 移動店舗車を導入し、2004年4月より浜松市の山間部で暮らす顧客に対して対面での各種金融サービスを提供している。また、2007年10月からは2号車も導入している	過疎化が進行した地域において、金融機関が撤退し、住民が対面での金融サービスを受けられなくなっていた	2004年	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	交通弱者の支援	車での移動が困難な高齢者を中心に、山間部の住民の生活を支援	本業の競争力強化 同業他社との差別化	定期預金の獲得
			7	買い物弱者への対応	セブン・ミールサービス(セブン-イレブン・ジャパン)	小売業(コンビニエンスストア)	非公開	-	<買い物支援> 「お食事お届けサービス(セブンミール)」事業を通じて、日常の買い物に困難な高齢者や仕事や家事で自宅を離れられない人々(買い物難民)を支援するための活動を実施している	・競争激化によるスーパーの巨大化と郊外化 ・歩いて行ける商店街の荒廃 ・高齢や障害のためスーパーまでの移動が難しいなどの理由から、生活必需品の入手が困難となっている「買い物弱者(買い物難民)」が増加している	2000年	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	買い物弱者の支援	送料無料(500円以上の買い物)で自宅まで必要な食事を宅配することで、買い物弱者の食生活を支援	当該事業からの収益 本業の顧客層の拡大	宅配事業からの収益、及び、主に高齢者層の顧客獲得
		②安心・安全	8	公衆衛生への対応(深刻な食中毒の発生抑制)	森永乳業	製造業(食料品)	約6,000億円	約3%	<画期的な製品の提供> 増加の一途を辿るウイルス性食中毒に効果のある電解水を製造できる電解水装置「ピュアスター」を製造・販売している (電解水は高い殺菌力を持ち、アルコール消毒では効果のないノロウイルスなどの殺菌洗浄に活用できる)	細菌性の食中毒に比べて感染力が強く、二次感染等によって集団発生するリスクも高い「ウイルス性食中毒」の発生件数が増加している 電解水は厚生労働省によって食品添加物に指定されており、直接食品の殺菌洗浄に使用できる ※電解水の食品添加物への指定は、森永乳業及び強電解水企業協議会の申請により為されている 元々は、自社の食品工場における殺菌洗浄のために電解水を利用していた	1997年 (外販開始) 2002年 (厚生労働省から殺菌目的で使う食品添加物として認可) 2010年 (専用の営業部設置)	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	食中毒の発生抑制	ウイルス性の食中毒対策となり得るソリューションの提供	当該事業からの収益	電解水事業からの収益

社会保障領域におけるCSV活動先進事例リスト

領域	No	社会的課題 (テーマ)	実施主体(企業)の概要				活動の概要(内容)	活動の背景	事業展開時期	CSV分類	社会にとっての価値		企業にとっての価値		
			企業名	業種	売上規模	海外売上比率					価値の分類	内容	価値の分類	内容	
国内 (フィールド)	②安心・安全	9	地域の治安維持	コンビニ各社・サークルKサンクス・セブン-イレブン・ファミリーマート・ミニストップ・ローソン など	-	-	-	<地域の治安への貢献> 地域社会や地方自治体の協力のもと、「まちの安全・安心な生活拠点づくり」並びに「次世代の青少年健全育成」に自主的に取り組む「セーフステーション活動(SS活動)」を実施 強盗や万引きなどに対する自主防犯体制の構築に加え、危険に遭遇した女性・子どもの駆け込みへの対応も実施。また、高齢者・身体障害者の買い物等のサポートも行う	2000年、警察庁から一般社団法人である日本フランチャイズチェーン協会(JFA)に「まちの安全・安心の拠点」としての活動要請を受け、JFAに加盟するコンビニチェーンが活動を開始 約4年にわたる試験の実施を経て、2005年10月からは全国の店舗で一斉に本格始動された	2000年 (警察庁からの要請を契機に開始)	バリューチェーンのCSV (既存のバリューチェーンの変革に力点を置いているCSV)	地域の治安維持と育成 青少年の育成	地域の防犯・防災、安全対策、青少年の育成などを実施	本業の競争力強化	地域からの企業ブランド価値向上
		10	(認知症)高齢者の安全確保	セコム	サービス業(警備)	約7,700億円	約4%	<認知症高齢者への対応> 日本初の本格的なGPS衛星と携帯電話基地局の電波を利用した高度な位置情報提供システム「ココセコム」を発売。コンセプトは、誰でも買える身近な個人のセキュリティサービス 「ココセコム」は、最新の位置検索技術と当社が培ったオンライン・セキュリティシステムのサービスネットワークを融合させたサービスであり、屋外を移動する人・物の位置を特定し、要請があれば全国約2,750カ所の緊急発進拠点から緊急対応員が24時間365日現場急行を行う。そのため、認知症高齢者の徘徊に対応できる	建物の中の財産や生命を守ることを中心とした企業向けのセキュリティシステムやホームセキュリティシステムはあったが、路上や公園など、屋外の公共のエリアを対象とした本格的なセキュリティサービスは存在していなかった。そこで「ココセコム」を開発・販売し、屋外という広い対象エリアに初めてセキュリティサービスを提供できるようになった 「安全・安心は企業だけのものではなく、誰でも買えるもの」にしないと社会性がない(セコム創業者飯田氏)	2001年	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	認知症高齢者の徘徊対応	徘徊を行う認知症高齢者の安全確保(認知症高齢者が徘徊した時にその正確な位置を特定し、24時間365日体制で現場に急行し、現場対応を行う)	当該事業からの収益	「ココセコム」事業からの収益 新しい顧客層の開拓
		11	飲酒運転抑制(その結果、交通事故の軽減)	キリン(キリンHD)	製造業(飲料)	約6,300億円	約27%	<飲酒運転の予防> 飲酒運転による交通事故の深刻化という社会的課題にアプローチできるアルコール分0.00%のビールテイスト飲料『キリンフリー』を開発・販売(初年度年間販売の当初目標63万ケースを大幅に上回る400万ケースを販売)	飲酒運転による交通事故が深刻化し、大きな社会課題になっている 人口減少や若者のアルコール離れ等の要因により、国内ビール市場は縮小傾向にある。そこで新しい顧客層の開拓が必要であると考えていた	2009年	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	飲酒運転の抑制	アルコール分0.00%のビールテイスト飲料により、飲酒運転を抑制し、深刻な交通事故の軽減に貢献	当該事業からの収益 顧客層の拡大	「キリンフリー」事業からの収益、及び、ビール市場における新しい顧客層(運転者)の獲得
	③医療・介護・健康増進	12	増加する高齢者の健康増進	資生堂	製造業(化粧品)	約6,800億円	約44%	<高齢者の健康増進> 継続的な化粧品行為による高齢者の日常生活動作向上を目的とした「化粧品プログラム(お化粧品教室)」を独自に開発し、高齢者を対象に展開している。介護施設・住宅などを中心に教室を開催している。	高齢者が継続して「化粧品プログラム」に参加することにより、上肢筋肉に筋力維持に必要な負荷がかかり日常生活動作(ADL)の自立度が向上することが実証されている また、「化粧品プログラム」には、認知症の程度が軽減する効果や、心や行動を前向きにする効果があることも実証されている	2011年(事業化)	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	高齢者のQOLの向上	高齢者の自立機能維持に貢献 認知症の進行軽減と、それに伴う介護職員の負荷低減	当該事業からの収益 本業の競争力強化	「化粧品プログラム(お化粧品教室)」からの収益 高齢者層の顧客セグメントの拡大
		13	患者のニーズに合った医療・介護製品の開発	エーザイ	製造業(医薬品)	約6,500億円	約40%	<患者ニーズの製品開発> 業務時間の1%を患者の方とともに過ごすヒューマン・ヘルスケア(hhc)活動を実践。その活動の中で、ゼリー状のアルツハイマー型認知治療剤「アリセプト」という介護の現場に適した新製品などを開発	企業理念で「本会社の使命は、患者様満足の増大であり、その結果として売上、利益がもたらされ、この使命と結果の順序が重要と考える」と掲げている。その理念から派生する活動としている	1989年(1989年にhhc理念を「エーザイ・イノベーション宣言」にて発表し、1992年に企業理念として制定)	バリューチェーンのCSV (既存のバリューチェーンの変革に力点を置いているCSV)	患者の支援 必要とされる医療・介護の製品・サービスの開発・提供	患者とその家族のサポート 患者とその家族の真のニーズの拾い上げとそのニーズに即した製品・サービスの開発	本業の競争力強化 関係者からの信頼獲得	医療機関や患者との関係構築
		14	医療従事者の安定確保(地域医療サービスの安定化)	JTBコーポレートセールス(JTB)	サービス業(旅行業)	約575億円	-	<医療従事者の安定確保> 医療従事者の就業満足度向上や病院経営におけるコスト効率化等を目指したコンサルティングサービスを実施し、各病院において職員の離職防止や定着支援のサポートを実施している 具体的には、「やる気分析システム(Motivation of Status Quo)=MSQ」にて医療従事者のモチベーションを可視化し、モチベーション向上プランを提案している	病院最大の課題である医療従事者の離職率の高さやその採用難という社会問題にアプローチ また医療従事者の採用コストは現状大きく、病院経営を圧迫している。そのため、離職率を低下させることは病院のコスト削減に大きく貢献する	2011年	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	医療従事者の離職率低下 病院経営のコスト削減	医療従事者の満足度を向上させ、離職率の低下や従業員の定着につながっている	当該事業からの収益	「HOSPITAL VALUE PROGRAM」事業からの収益
		15	増加する在宅医療への対応	スギ薬局(スギHD)	小売業(ドラッグストア)	約2,500億円	-	<在宅医療の支援> 薬剤師が医師の処方せんに基づいて調剤・調製を行い、患者の自宅や介護関連施設に薬剤や点滴薬を届けるサービスを実施 患者と家族が医薬品を安全に正確に使用できるよう説明・支援している また、年中無休での終末期における看取り(ターミナルケア)も実施している(緩和医療への薬剤師の参加)	医療制度の改革に伴う療養病棟削減政策により、在宅で療養する患者が高齢者を中心に増加している。また、緩和医療を必要とする患者も在宅医療の中で増加し、地域で看取りを行う機会が増えてくる見込み スギ薬局は、地域の薬局・薬剤師が職域を広げ、在宅医療に対応する必要があると判断した	2007年(在宅医療営業部を設置し、本格的に参入)	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	在宅医療(地域医療)の支援	薬剤や点滴薬のお届けサービスや患者への細やかな説明・支援により、患者が在宅医療を利用しやすいサービス提供や環境整備に貢献	本業の競争力強化	処方箋などの薬剤や点滴薬の売上増加
		16	介護者の負担減(要介護者の生活支援)	ユニチャーム	製造業(衛生用品)	約5,000億円	約53%	<介護社の介護支援> 介護福祉士、看護師、ホームヘルパー等の資格を持つ専任スタッフが「ケアアドバイザー」として、ユニチャームの商品を利用している介護施設や病院を訪問し、商品の使い方の説明や排泄ケアの改善の提案を行う「ライフリーケア活動」を実践 ※「ライフリー」:ユニチャームが発売している大人用紙おむつブランド	介護で最も負担が重いとされる排泄ケア環境の改善が目的。介護人材の不足や介護の在宅化に伴う介護力の向上などに対応するためには、介護する側・される側双方の生活の質向上と介護の質を維持しつつ介護者の負担を減らす必要があるとしている 排泄ケアの知識に加え、リハビリパンツの使用は恥ずかしいものではないという認識なども同時に普及している	1987年(ライフリー発売開始)	地域/社会のCSV (地域/社会への貢献や変革に力点を置いているCSV)	排泄ケアの改善	利用者の快適性向上及び介護者の負担減 正しく無駄のない利用方法普及(大人用おむつ)による資源コスト削減	同業他社との差別化 関係者からの信頼獲得	介護施設・病院における、啓蒙活動を通じた自社製品の普及 介護施設・病院のスタッフとの関係構築

社会保障領域におけるCSV活動先進事例リスト

領域	No	社会的課題 (テーマ)	実施主体(企業)の概要				活動の概要(内容)	活動の背景	事業展開時期	CSV分類	社会にとっての価値		企業にとっての価値			
			企業名	業種	売上規模	海外売上 比率					価値の分類	内容	価値の分類	内容		
国内 (フィールド)	社会保障領域	③医療・介護・健康増進	17	介護者の負担減(要介護者の生活支援)	ユニチャーム ヒューマンケア (ユニチャーム)	製造業 (衛生用品)	約5,000億円	約53%	<要介護者の生活支援> 日立製作所と共同して、自動排泄処理装置「ヒューマニー」を開発。尿を検知してタンクに自動で尿を送るため、排泄のたびにおむつを交換する必要がなくなる	排泄ケアは介護者にとって最も辛い介護の1つであり、時間の拘束も大きい重労働となっている。また要介護者にとっても従来の尿取りパッドでは、排泄後の不快感をめぐり切れず、夜も熟睡できるような状態ではない 上記の社会課題に対応できる介護保険対象商品を共同開発	2009年	製品・サービスのCSV (新しい製品・サービスの創出に力を置いているCSV)	要介護者の生活支援	おむつ交換の頻度が減少することにより、介護者の介護負担が軽減される また使用者も頻尿に悩む必要がなくなり、熟睡することが可能となる	当該事業からの収益	「ヒューマニー」事業からの収益
			18	少子高齢化による衰退地域・産業への対応(衰退地域の振興・衰退産業の担い手育成)	伊藤園	製造業 (飲料)	約4,000億円	約2%	<衰退地域の活性化、雇用創出> 高齢化や後継者不足が深刻化している茶生産農家(サプライヤー)の経営安定化につながる以下のような支援活動/育成活動を実施している ・茶葉の全量買取 ・栽培技術、ノウハウの提供 など	緑茶飲料市場の拡大で茶葉の需要が増える一方で、「就農者の高齢化や後継者問題、相場の乱高下による経営不安」などの要因により、生産現場では就農人口、茶園面積ともに減少傾向にある。また、地域によって遊休農地の増加が大きな問題となっている	1970年代 (契約栽培開始)	バリューチェーンのCSV (既存のバリューチェーンの変革に力を置いているCSV)	農村部の地域振興 (農業発展) 後継者の育成、担い手不足の解消	高齢化や後継者不足が深刻化している地域の(農業)発展を促進 農業による安定収益の柱ができることは、後継者の育成・担い手不足解消につながる	本業の競争力強化	国産茶葉(原料)の安定調達、及び、品質向上
		19	教育促進・将来人材の育成	日本マイクロソフト	情報通信業	約7兆円	—	<地域の雇用創出、将来人材の育成> 2009年に独立行政法人国立高等専門学校機構(高専機構)と「Microsoft Education Alliance Agreement」を締結し、全教職員と高専生の約6万人が最新のマイクロソフトテクノロジーを活用できるIT環境を学内に実現している。また、高専機構の教育プログラム「ITリーダー育成キャンプ」にも継続的に協力している (高専機構だけではなく、大学とも連携して、人材育成プログラムを展開)	マイクロソフトは「世界中のすべての人々とビジネスの持つ可能性を最大限に引き出すための支援をすること」というミッションを掲げており、2003年のインドの国家プロジェクトに参画し、IT人材の育成を通じて貧困問題や格差の解消に貢献した経験から、世界中でIT人材の育成に携わっている	2009年	地域/社会のCSV (地域/社会への貢献や変革に力を置いているCSV)	付加価値人材の育成	世界に通用する高度IT人材の育成 将来のIT産業の発展への寄与	本業の競争力強化	将来有望となるIT人材の囲い込み 自社ブランド力の向上	
		20	被災地域の振興 (被災地の農業復興支援)	キリン (キリンHD)	製造業 (飲料)	約6,300億円	約27%	<被災地域の復興支援> 風評被害を受けている・福島県産の農産物を利用した「『キリン 氷結® 和梨』を全国で発売 また、「復興応援 キリン絆プロジェクト」の一環として、売上1本につき1円が東北の農業の復興支援に活用される仕組みも導入している	原発事故から2年以上経っても依然として、福島県産の農作物に対する風評被害を払拭できていなかった キリンビールをはじめとした協賛企業16社とセブン&アイグループで、被災企業の商品を全国で展示販売する「東北かけはしプロジェクト(2011年より3年計画)」を行っていたことがきっかけ	2013年	製品・サービスのCSV、バリューチェーンのCSV	福島の農業復興支援	福島県産農作物への風評被害の軽減 福島県産農作物の商品力向上	本業の競争力強化	「キリン氷結 和梨」事業からの収益 企業ブランド向上	
		21	被災地域の振興	サイゼリア	飲食店	約1,040億円	—	<被災地域の復興支援> 仙台市若林地区に、品種改良を進めてきたトマトや、開発中の栽培方法などの技術を持ち込み、実験と研修の機能を兼ね備えたトマト工場を設立している	東日本大震災による津波のため、仙台市若林地区は海水に浸水してしまった。大きな瓦礫は撤去されたものの、かつて田んぼだった土地は塩害に苦しんでいた	2012年	地域/社会のCSV (地域/社会への貢献や変革に力を置いているCSV)	地域の農業振興 将来の人材育成	被災した地元農家の若者11人を研修生として受け入れ、将来は独立を目指してもらう計画	本業の競争力強化	塩気に強い野菜を育てるノウハウの蓄積	
その他領域 (食料・環境など)	22	食品廃棄物の活用	キューピー	製造業 (食料品)	約5,050億円	—	<原材料の有効活用> キューピーは、マヨネーズ等の製造に発生する卵殻や卵殻膜を、壁紙原料や化粧品等に活用している (マヨネーズなどの商品製造時に派生する約42億個分の殻などの食品廃棄物を有効活用) (例) 作物に必要な微量要素を含む卵殻の肥料としての活用 卵殻のカルシウムを活用したカルシウム強化剤の製造 通気性の良さを生かした壁紙原料としての活用 皮膚との親和性の良い卵殻膜(卵殻の内側)を化粧品などに活用	キューピーでは年間約40億個の卵を使用し、その副産物である卵殻は約2万3000トンにもなる。この卵殻を以前は埋め立てて処理をしていたが、1食の洋風化に伴って卵の消費が増えるにつれ、卵の処理が問題とされたことから、有効利用のための技術開発が進められた	1981年 (製品化の年。開発から製品化まで16年かかっている)	バリューチェーンのCSV (既存のバリューチェーンの変革に力を置いているCSV)	食品廃棄物の排出抑制 有限資源の保全	原材料の有効活用を通じた廃棄物の削減 有限な資源の保全や開発からの生態系の保護	当該事業からの収益	本業の副産物を利用した製品開発		
	23	食品廃棄物の活用	伊藤園	製造業 (飲料)	約4,000億円	約2%	<原材料の有効活用> お茶の製造工程の際に発生する茶殻を利用し、木質ボードなどの建材や、茶殻の抗菌性や消臭性といった性質を活かした紙製品等の身の回り品の実用化を進める「茶殻リサイクルシステム」を実践している	工場から排出される茶殻は、水分含有率が85%~95%と高く、また温度も高いため、非常に腐敗しやすく、リサイクルには適していなかった。そのような中で伊藤園は、腐敗を抑えて保存できる技術を開発し、水分を含んだ状態の茶殻から製品化できる基礎を築いた	2000年	バリューチェーンのCSV (既存のバリューチェーンの変革に力を置いているCSV)	食品廃棄物の排出抑制 有限資源の保全	廃棄物の削減や、茶殻の代替による有限資源の消費抑制	当該事業からの収益	本業の副産物を利用した製品開発		
	24	(森林)環境保全 資源の有効活用	中越パルプ工業	製造業 (パルプ・紙)	約905億円	—	<地域資源の有効活用> 中越パルプ工業は、行き場のない竹の有効活用を通じて、2009年に竹のみを原材料とする竹紙の販売を開始 現在、日本の竹100%を原料とした紙をマスプロ製品として生産・販売している唯一の総合製紙メーカー	中越パルプ工業は、全国最大の竹林面積を誇る鹿児島県の薩摩川内市に工場を持っている。その地域では、タケノコの生産性を上げるために竹を伐採していたが、竹はチップへの加工効率が悪い。製紙会社で扱われることはなく、切られた竹には竹林内で放置されている状態であった。※竹で地表が覆われることにより、他の植物が生育できなくなってしまうため、森林環境に悪影響	2009年	バリューチェーンのCSV (既存のバリューチェーンの変革に力を置いているCSV)	地域資源の有効活用による環境の保全	放置竹林の解消による環境の保全	当該事業からの収益	新商品「竹紙」を開発し、販売している		

社会保障領域におけるCSV活動先進事例リスト

領域	No	社会的課題 (テーマ)	実施主体(企業)の概要				活動の概要(内容)	活動の背景	事業展開時期	CSV分類	社会にとっての価値		企業にとっての価値	
			企業名	業種	売上規模	海外売上 比率					価値の分類	内容	価値の分類	内容
＜参考＞ 海外(フィールド)	25	貧困国における乳幼児の栄養改善	味の素	製造業 (食料品)	約1兆2,000 億円	約40%	<p>＜乳幼児の栄養改善＞ 生後6か月から24か月の離乳期における栄養不足の解消のため、2009年にガーナ大学と米国のNPOであるINF(Nevin Shorimshaw International Nutrition Foundation)と協働して、「ガーナ栄養改善プロジェクト」を展開している。離乳食の栄養バランスを改善・強化するサプリメントの開発・製造・販売を実施</p> <p>製品のR&Dはガーナ大学やINF等のNGOやNPOと、製造は現地の食品会社Yendent Agro Processing Ventureと、流通はNGOのケア・インターナショナルと協業することで、低コストでの製品の提供とブランドの浸透を実現している</p>	<p>アフリカのガーナでは、離乳期に、発酵コーンを用いた伝統的なお粥(現地名称:KoKo)が与えられているが、この食事ではエネルギーやたんぱく質等の栄養素が不足しており、成長遅延を引き起こす1つの原因となっていた(ガーナでは標準よりも身長が低い2歳未満の子どもの約3割近くに達している地域も存在する)</p> <p>2011年からは、ガーナ保健省(Ghana Health Service, GHS)と覚書を締結し、NGOとの連携も加速させている</p>	2009年	製品・サービスのCSV(新しい製品・サービスの創出に力点を置いているCSV)	乳幼児の栄養改善	ガーナの子どもの栄養不足の解決 MDGs(国連ミレニアム開発目標)への寄与	本業の海外展開時における競争力の向上(ブランドの浸透)	将来有望となる海外市場への先行参入
	26	女性の社会進出促進	ユニチャーム	製造業 (衛生用品)	約5,000億 円	約53%	<p>＜女性従業員の登用＞ 海外展開戦略に「女性の社会進出機会の創出」を掲げ、販売や製造工程において女性従業員の登用を積極的に実施している(アジア各国の生産ラインにおける女性比率は8割、女性販売員は4000人超)</p> <p>さらに、2012年5月には、サウジアラビアにおいて女性従業員のみで運営する工場にて、生産活動を開始</p>	<p>一部の先進国を除き、女性の社会進出がグローバルな社会的課題になっている。2015年までに国際社会が達成すべき目標であるミレニアム開発目標の1つにも、「ジェンダー平等の推進と女性の地位向上」が掲げられている</p> <p>生理用品の普及と女性の社会進出には密接な関係があり、女性の社会進出が進めば生理用品などの衛生用品も普及するという事実がある</p> <p>サウジアラビアは男女が分離されている社会であるため、女性のための労働環境が確保されていないと就労することは事実上不可能になっている</p>	2012年	バリューチェーンのCSV(既存のバリューチェーンの改革に力点を置いているCSV)	女性の社会進出促進	女性の就労が困難である地域における積極的な女性従業員の登用	本業の海外展開強化(海外展開時におけるブランド価値創造、同業他社との差別化)	企業・商品のブランド価値向上 また、女性の社会進出に率先して取り組むことで、政府や地域社会からの理解が得られ、新地域への進出を容易にする効果も期待できる
	27	農村部での貧困解消	＜海外企業＞ ネスレ	製造業 (食料品)	約7兆9,000 億円	—	<p>＜貧困地域における農家支援/サプライヤーの育成＞ プレミアム・コーヒー用の豆を提供するコーヒー農家(サプライヤー)の支援及び育成に精力的に取り組んでいる。具体的には以下のような活動を実施している</p> <ul style="list-style-type: none"> 栽培技術、ノウハウの提供 銀行融資の保証 苗木、農薬、肥料などの確保支援 など 	<p>ほとんどのコーヒー豆は、アフリカや中南米の貧困地域の零細農家が栽培しているが、低い生産性・劣悪な作業環境の中での栽培活動になっている。そのため、ネスレが求める高品質のコーヒー豆の調達も困難であった</p>	—	バリューチェーンのCSV(既存のバリューチェーンの改革に力点を置いているCSV)	貧困地域の零細農家支援	貧困に苦しむコーヒー農家や地域の(農業)発展を促進	本業の競争力強化	コーヒー豆(原料)の安定調達、及び、品質向上
	28	医療環境の改善	＜海外企業＞ ノボ・ノルディスク	製造業 (医薬品)	約1兆2,000 億円	—	<p>＜医療環境の土台作り/需要条件の創造＞ 中国参入時に医療従事者に対して、糖尿病専門会議の開催や糖尿病教育プログラムなどを実施。また、政府とも連携し、医師や看護婦の教育実習トレーニングも行うなど、各地区で糖尿病ケアモデルづくりを展開</p> <p>患者に対しても、47都市の病院に合計70の教育センターを設置し、糖尿病の教育セミナーを実施し、さらにはメディアとも協力して糖尿病に関する情報発信を行っている</p>	<p>ノボ・ノルディスク参入時の中国ではライフスタイルが変化し、糖尿病患者が増える一方、糖尿病は不治の病と考えられており、適切な治療が行われていなかった</p>	—	地域/社会のCSV(地域/社会への貢献や変革に力点を置いているCSV)	医療関係者への啓蒙活動による意識改革 患者や家族のサポート	糖尿病患者が治療を受けられるような医療環境の整備 また、患者及びその家族の支援	本業の海外展開時における競争力の向上(新規市場の開拓)	糖尿病薬の新市場開拓
	29	農村部での貧困解消	＜海外企業＞ ユニリーバ	製造業 (家庭用品)	約6兆9,000 億円	—	<p>＜女性の社会進出促進/女性の活用＞ ユニリーバは「新しいビジネスモデルを通じて人々の暮らしを改善する」という目標を掲げており、インドの農村部への進出に当たっては、女性を営業職員として組織化し、その女性のネットワークを生かして自社製品の販売を行っている。</p> <p>農村の貧困層の女性に対して徹底した研修を行い、お金を儲けることの意義と商品の販売方法方法を教え、女性の社会進出を促している。</p>	<p>インドの貧困層は約7億人にもなっており、その大多数は農村部で生活している。これらの貧困層が住む農村部では、流通網が発達しておらず、それゆえ満足に商店がない地域も多い</p> <p>村の中では、女性同士の互いの収入まで把握するほどの密なネットワークが形成されており、互助意識が強い(そのため、マイクロファイナンスにおける信用度も男性より高い)</p> <p>インド農村部では、一般的に男性よりも女性の方が家族(特に子供)のためにお金を使うため、生活全体の質向上に貢献しやすい</p>	—	バリューチェーンのCSV(既存のバリューチェーンの改革に力点を置いているCSV)	(女性の社会進出促進による)農村部での貧困解消	農村部の女性を販売員として活用することで、インド農村部の発展を促進	本業の海外展開時における競争力の向上(独自の強み確立、ブランドの浸透)	インドにおける売上拡大、及び、インド内でのブランド浸透への寄与