

〈要約〉

## CSV 戦略における環境管理会計の活用法に関する一考察 ～マテリアルフローコスト会計を中心として～

### A study on utilization eco-management Accounting in the CSV

大 田 博 樹  
Hiroki Ohta

IBM やネスレ、ウォルマートなど米国のグローバル企業は、製品の機能・品質・価格の訴求に加えて、製品の普及を通じて社会的課題を解決することを目標に新たにルールメイクにまでアプローチする CSV (Creative Shared Value) という戦略により新規事業から売上高を稼いでいる。日本でも社会的課題に貢献するという概念は存在しているが、それは必ずしも売上高に直結するものではなく、CSR 活動と新規事業を融合させるようなケースはまだ少ないのが現状である。

本稿では、社会的課題を新規事業に結びつけることの重要性を指摘し、日本企業がどのように社会的課題を新規事業に発展させればいいのか、その手法について考察した。まず、これまでの CSR 概念の特徴から CSV との違いについて明らかにし、CSV に着目することで社会的な課題を解決しつつ収益に貢献する可能性の高い新規事業の模索に MFCA の重要性を指摘した。さらに、LCC により外部不経済と社会的な課題の大きさから容易に新規事業を見つけ出す手法を事例とともに紹介している。MFCA や LCC は以前から使用されている手法であるが、本稿では、経営に資する社会的課題の解決に援用するという視点を新たに追加し、論点を整理した。