

# 「水」が決める企業価値

## ―水イノベーターの挑戦

奥田早希子  
編集オフィス chomo 代表

⑧

トヨタは今、「長期・グローバル・地域」という3つの視点で水リスクへの対応を深化させようとしている。会社としての方針となる長期ビジョン「トヨタ環境チャレンジ2050」を策定し、その理念浸透を図るため、このたびは、しっかりと幾度も社員にも働きかける。一人ひとりの意識に浸透しきった時、トヨタの環境ブランドはさらに強固なものになる。

### グローバルな認識差を埋める

トヨタは以前から、水社会の一員という意識で地域の水に対するさまざまな方を律してきた。確固たる環境ブランドを築いた背景に、間違いなくそれがあつた。そう思っ取材に赴いたが、対応してくれた環境部の山戸昌子

企画室室長は「水については取り組み途上」「10」の策定をきっかけに本で取り組んでいる水対策については自負していませんが、グローバルで見ると取り組みの途上にある」という。その驕りのなさに驚いた。

「よく話を聞いてみると、世界各地の拠点ごとに水環境が異なるため、水リスクの捉え方に違いがあるという。もちろんCO<sub>2</sub>対策などでも

あるのだろうが、対策が世界共通のため、その対策をグローバルヘッドクォーターである環境部から海外に水平展開することです。リスク認識の違いを解消できる。それに対し水リスクは地域性が強いがゆえに世界共通の対策がなく、認識の違いを埋めたい。」

「地域ごとに最適な水対策を組み合わすフランス工場は、徹底して水使用量を削減していた。雨水貯留や膜ろ過による水の再利用、排水リサイクルなどだ。この

## トヨタ自動車（下） 「シンクローカル」も重視

山戸室長はこれからの環境部の役割をこう話している。トヨタは、水質、上流水源との関係、対策技術などについて、長期・グローバル・地域の視点で水リスクマップを作り直していきま。マップを基に、各地の水事情に合わせて最適な対策を組み合わせることができれば、長期ビジョンに掲げた『水環境インパクト最小化チャレンジ』の成功が近づきます。今は操業に無関係と思えても、将来リスクになる可能性が少しでもあると思われる事項、例えば土地利用や気候変動などの地域特性についても調査しています。」

「シンクローカル（地球規模で考え、地域で行動）という言葉がある。水の場合同様に加えて、シンクローカル（地域目線で考える）も重要なこととを、トヨタの取り組みは教えてくれる。」

「水リスクマップを行動に落とし込む」事業を通じ社会に貢献し、お客様に笑顔になっていただける企業になりたいです。環境を経営の最重要課題として位置づけたいです。」

「トヨタの新たな水チャレンジは始まったばかり。再構築している水リスクマップとその活用方法が「カイゼン」のように各社のデファクトになるのか否か注目される。山戸室長が言うように「社会に評価していただくのはこれからである。」

「会社の方針が決まったからといって、すぐに全社員の意識を変えられるわけではない。水リスクマップの意味を各部署の事業活動、社員の行動に落とし込むことも必要です。その成果を見える形で評価することも求められます。」

「トヨタの新たな水チャレンジは始まったばかり。再構築している水リスクマップとその活用方法が「カイゼン」のように各社のデファクトになるのか否か注目される。山戸室長が言うように「社会に評価していただくのはこれからである。」

「海外の拠点それぞれが、他の地域でも役立つような取り組みを行っていることに気づきました。時間はかかるかもしれませんが、その情報を集めて共有することで、グローバルに取り組みを一層充実、加速していきたいです。」

「継続6つのチャレンジの説明には、各分野を担当する役員が立った。水チャレンジでは牟田弘文専務が登壇し「工場でする水は徹底的に削減し、工場からお返しする水は徹底的にきれいにして、」

「筆者・奥田早希子（編集オフィス chomo 代表） 東洋大学PPP研究センターリサーチパートナー。環境新聞記者を経て独立。編集企画、広報アドバイザー、執筆（等）」



工業用水利用量の約45%削減に成功したフランス工場の雨水貯留施設

うち、雨水利用によって工業用水利用量を約45%削減していたという。日本よりの水リスクが高いながらも、年間降雨量が一定程度見込める地域では雨水利用は十分に投資メリットがある。

「海外の拠点それぞれが、他の地域でも役立つような取り組みを行っていることに気づきました。時間はかかるかもしれませんが、その情報を集めて共有することで、グローバルに取り組みを一層充実、加速していきたいです。」