

ロジックモデルー社会的インパクトへの道筋

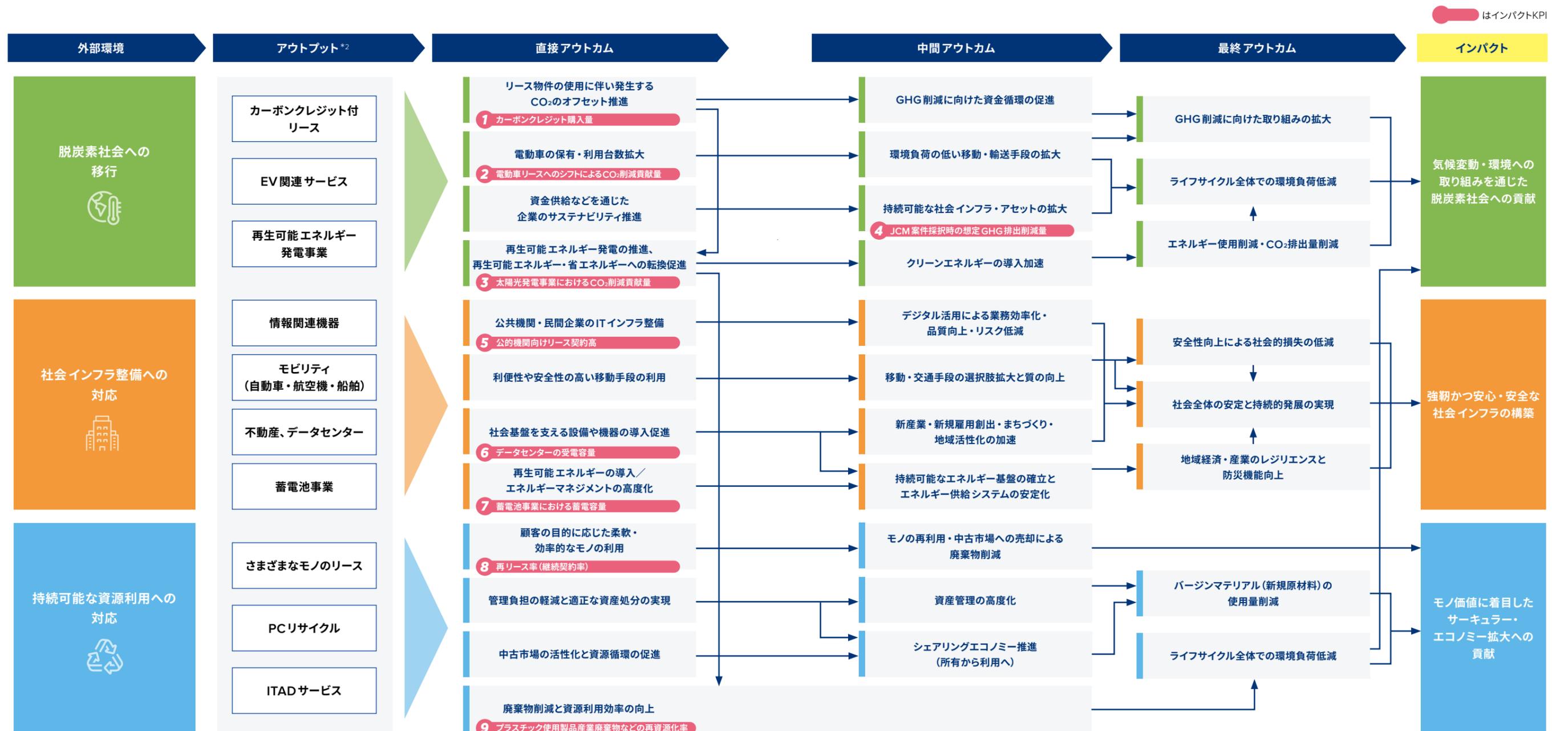
ロジックモデルは、事業活動が社会に与える影響(社会的インパクト)とそのストーリーを体系的に図示したものであり、企業がどのようにして持続的に価値を生み出し、成長していくかを説明するフレームワーク「価値創造モデル」を補完する位置付けとなります。その構成要素は、「インプット」(投入される資源)、「事業活動」、「アウトプット」(事業活動によって生み出される商品・サービス)、直接・中間・最終の「アウトカム」(アウトプットによってもたらされる変化・成果)、そして「インパクト」(アウトカムの積み重ねによって実現される社会全体の変化や影響)へとつながります*1。

ロジックモデルとマテリアリティ(重要課題)は密接に関連しています。ロジックモデルは、企業が特定したマテリアリティの解決に、自社の事業活動がどのように貢献し、それが最終的に企業価値向上につながるのかを論理的に説明するためのツールとなります。

当社は、情報関連機器などのリース事業、法人・個人向けオートリース・レンタカー事業、船舶・航空機・不動産のリース・ファイナンス事業、プリンシパル・インベストメント(事業投資)、および太陽光発電・蓄電池などの再生可能エネルギー事業など、多岐にわたる事業を展開しています。ロジックモデルでは、当社の多様な事業活動がどのように社会課題の解決に貢献するかを明示しています。

具体的な事例 気候変動・環境への取り組みを通じた脱炭素社会への貢献

当社が提供するカーボンクレジット付リースや電動車のリース、太陽光発電による電力供給などをお客さまにご利用いただくことにより、化石燃料の使用量が減少します。ロジックモデルは、このような活動の普及・拡大を通じて、脱炭素社会への貢献という社会的インパクトを生み出すことを示しています。なお、社会への影響度合いを測る指標として、カーボンクレジットの購入量や電動車リースへのシフトによるCO₂削減への貢献量をインパクトKPIとして設定しています。



*1 「インプット」および「事業活動」については、P.22-23の「価値創造モデル」をご参照ください。
*2 当社の事業活動において提供している「モノ・サービス」