

SDGs が
なんぼのもんじゃない

関西購買ネットワーク会 偽善者的マーケティングとCSR



桑原 崇

2021年6月5日

国連グローバル・コンパクトの誕生

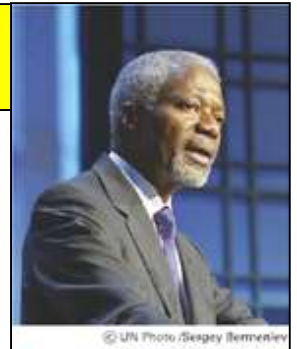
1980～
90年代

経済のグローバル化が加速。富の不平等が一層深刻化し、それに起因する紛争・貧困が発生することで、世界的に格差が拡大

1999年

コフィー・アナン元国連事務総長がダボス会議で提唱

『世界共通の理念と市場の力を結びつける道を探りましょう。
民間企業のもつ創造力を結集し、弱い立場にある人々の願いや未来世代の必要に応えていこうではありませんか。』



2000年

ニューヨーク国連本部でグローバル・コンパクトが正式に発足

特徴

グローバル化に伴い、企業の多国籍化や社会的存在感が増したことから、国家中心だった**グローバル課題の解決に企業が関与**し、「持続可能な社会」の実現に向けての国際的取り組みとしてスタート。

グローバルコンパクト10原則



人権

企業は、

1. 国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、
2. 自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである



労働

企業は、

3. 結社の自由と団体交渉の実効的な承認を支持し、
4. あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、
5. 児童労働の実効的な廃止を支持し、
6. 雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである



環境

企業は、

7. 環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、
8. 環境に関するより大きな責任を率先して引き受け、
9. 環境にやさしい技術の開発と普及を奨励すべきである



腐敗防止

企業は、

10. 強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである

* 2004年改定時追加

SDGs実践のツール発信



『SDG Compass』

各企業の事業にSDGsがもたらす影響を解説、持続可能性を企業の戦略の中心に据えるためのツールと知識を提供



『SDG Industry Matrix』

産業別のSDG手引。関連する多くのイニシアチブや企業事例を紹介している。
(食品・飲料・消費財・製造業・金融サービス)



『SDGs 調査レポート』

日本企業のSDGs取り組み実態調査レポート。
(* IGESとの協働)

CSR調達：提言書・入門書・実践ツール

【CSR調達：提言書】



日本語版・英語版

本書は、分科会活動でCSR調達の意義やあるべき姿を議論した内容を基に作成した「本論」と、各社のサプライチェーンにおける取組み状況を記した「参考資料」の二部構成となっています。

様々な業種から構成された分科会参加メンバーの知恵と経験が盛り込まれた、広く国内・世界のステークホルダーへ発信できる提言書であり、社会の発展に役立つ有益な成果物です。

【CSR調達：入門書】



日本語版・英語版・中国語版

本書では、社内のCSR調達担当者や経営層、取引先などに、昨今の潮流を踏まえた上で、CSR調達の重要性を理解いただくため、その必要性や概要をわかりやすく解説しています。

また、CSR調達に取り組むメリットを具体的に感じて頂けるよう、過去のCSR調達に関する好事例や社会的糾弾のあった事例も数多く紹介しています。

【CSR調達：実践ツール】



日本語版・英語版・中国語版

本書は、グローバル・コンパクト10原則・ISO26000等の国際ガイドライン、各種業界のCSRアンケートをベースに、業界を問わず活用できるように構成した「CSR調達に関する質問表」です。

多種多様なCSRアンケートごとにばらつきのある設問内容や用語を共通化し、幅広く企業に無償でご利用頂くことで、①バイヤー・サプライヤー双方のCSR調達実務における作業負荷軽減、②サプライチェーン上の様々な企業がCSR調達を始め易い環境の整備、等が図られることを期待しています。

【CSR調達：研修キット】



日本語版・(英語版制作中)

本書では、CSR調達の大切さと難しさを講義による座学で学ぶとともに、CSR調達の実務において直面する可能性のある状況を題材に「ゲーム形式」で体験できるように構成しています。

講義資料やゲームツールだけでなく、研修の企画立案から研修後のフォローアップまでを支援するため、企画・運営マニュアル、告知文書、参加者リスト、司会用原稿、挨拶文雛型、参加者アンケートの電子ファイルも合わせて掲載しています。

ダウンロード(無料)
はこちらから ⇒

<http://www.ungcjin.org/activities/help/index.html>



JET

こんなお助けツールがあったのか？

最近話

一般財

Copyright © JPB ELECTRIC, SDG & ENVIRONMENT 112

今が旬の「CSR調達」

【背景】

国連も投資家も顧客もCSRに注目が集まっていますが、自社さえ対応できておけば良いというのではなく、サプライチェーン全体で「CSR調達」の改善の動きが広がっています。

昨年の関西購買ネットワーク会で『CSRお役立ちツール（GCNI版SAQ）』をご紹介いただきました。このツールは、各社バラバラに対応するのではなく同じ書式を使って簡単に対応できる魔法の杖として、企業で実務担当している私にとって目からウロコ、暗闇の中に一筋の光を射たような思いでした。

ところが、色々調べるうちにこのツールを使いたくとも、使

今が旬の「CSR調達」について、バイヤー企業・サプライ私の学びを参加者のみなさんと共有し、一緒に考えてみ

Nidec
-All for dreams

NIDEC CORPORATION

CSR、ESGについて

即署名 日本電産株式会社

日付 2020年12月

2021.3.6
関西購買ネットワーク会

SDGs各論
一歩踏み込んで考える
SDGs/ESGのリスクとチャンス

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



持続可能な開発目標

SDGsは ブーム?本物?

想いが
大事!

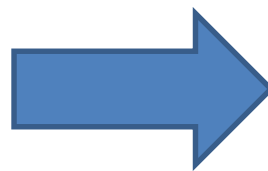
形から入る⇒



形だけ整える⇒



MDGs ミレニアム開発目標 2000-2015		SDGs 持続可能な開発目標 2016-2030
世界の貧困を半減する	基本理念	誰一人取り残さない
トップダウンアプローチ 主要な国際会議・サミットで採択された国際開発目標を統合	策定プロセス	ボトムアップアプローチ 途上国・先進国を含むあらゆるステークホルダーの議論を踏まえて策定
8ゴール・21ターゲット・60指標 フォアキャスティング(現状→未来)	目標	17ゴール・169ターゲット・232指標 バックキャスティング(未来→現状)
開発途上国の貧困削減	対象課題	途上国・ 先進国を含めた 課題設定
先進国等の資金援助(ODA)	資金源	先進国等の資金援助(ODA) 途上国自身の資金拠出 民間資金
政府・国際機関・一部企業	担い手	政府・国際機関・ 民間企業 ・ 個人



注)MDGsのロゴは「特定非営利活動法人 ほっとけない 世界のまずしさ」が作成したものの。



SDGsのもうひとつの捉え方 - 5つのP





私たちの世界を変革する： 持続可能な開発のための 2030アジェンダ



- 国連の全公用語で
入手可能
(英語、フランス語、スペイン語、中国語、ロシア語、アラビア語)
- 日本語(仮訳)は外務省
のHPで入手可能

<https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/000101402.pdf>



日本の達成度を評価したものの、赤は「最大の課題」、オレンジは「重要課題」、黄色は「課題が残っている」、緑は「SDGsが達成できている」ことを意味する。日本の最大の課題として挙げられたのは、ジェンダー平等や気候変動、海洋・陸上の持続可能性、パートナーシップ。また経済格差や高齢者の貧困など格差是正への取り組みが後退していると指摘されている。

2020年 SDGインデックス&ダッシュボードレポート 発表:SDSNと独ベルテルスマン財団

1位	スウェーデン	11位	ベルギー	21位	カナダ	157位	ニジェール
2位	デンマーク	12位	スロベニア	22位	スペイン	158位	コンゴ民主共和国
3位	フィンランド	13位	イギリス	.	.	159位	スーダン
4位	フランス	14位	アイルランド	.	.	160位	ナイジェリア
5位	ドイツ	15位	スイス	.	.	161位	マダガスカル
6位	ノルウェー	16位	ニュージーランド	31位	アメリカ	162位	リベリア
7位	オーストリア	17位	日本	.	.	163位	ソマリア
8位	チェコ共和国	18位	ベラルーシ	.	.	164位	チャド
9位	オランダ	19位	クロアチア	48位	中国	165位	南スーダン
10位	エストニア	20位	韓国	.	.	166位	中央アフリカ共和国

SDGsの取り組みが最も進んでいるのが東アジアと南アジア。両地域は新型コロナウイルス感染症による被害が欧米諸国よりも少なく、現状では感染症の拡大をおおむねコントロールできている。報告書は、地政学的・経済的な世界の重心が北大西洋地域からアジア太平洋地域へと移行するスピードが新型コロナ危機によって加速する可能性が高いとの見方を示している。

国別に見ると、SDGs指数のスコアが最も上昇したのはコートジボワール、ブルキナファソ、カンボジア。

SDGsは誰の目標？



「SDGsアクションプラン2021」（2021年の重点事項）

- 「SDGsアクションプラン2021」では、以下を重点事項として取り組む。

I. 感染症対策と次なる危機への備え

- ▶ 感染症対応能力を強化するため、治療・ワクチン・診断の開発・製造・普及を包括的に支援し、これらへの公平なアクセスを確保する。
- ▶ 次なる危機に備え、強靱かつ包摂的な保健システムを構築し、ユニバーサル・ヘルス・カバレッジ（UHC）の達成に向けた取組を推進する。国内では、PCR検査・抗原検査等の戦略的・計画的な体制構築や保健所の機能強化など、国民の命を守るための体制確保を進める。
- ▶ 栄養、水、衛生等、分野横断的取組を通じて感染症に強い環境整備を進める。東京栄養サミットの開催を通じて世界的な栄養改善に向けた取組を推進し、国内では食育や栄養政策を推進する。

II. よりよい復興に向けたビジネスとイノベーションを通じた成長戦略

- ▶ Society5.0の実現を目指してきた従来の取組を更に進めると共に、デジタルトランスフォーメーションを推進し、誰もがデジタル化の恩恵を受けられる体制を整備し、「新たな日常」の定着・加速に取り組む。
- ▶ ESG投資の推進も通じ、企業経営へのSDGs取り込みを促進すると共に、テレワークなどの働き方改革を通じてディーセントワークの実現を促進し、ワーク・ライフ・バランスの実現等を通じ、個人が輝き、誰もがどこでも豊かさを実感できる社会を目指す。
- ▶ バイオ戦略やスマート農林水産業の推進など、科学技術イノベーション（STI）を加速化し、社会課題の解決を通じてSDGsの達成を促進すると共に、生産性向上を通じた経済成長を実現し、持続可能な循環型社会を推進する。

III. SDGsを原動力とした地方創生、経済と環境の好循環の創出

- ▶ 2050年までに温室効果ガス排出を実質ゼロとする「カーボンニュートラル」への挑戦も通じ、世界のグリーン産業を牽引し、経済と環境の好循環を作り出していくとともに、防災・減災、国土強靱化、質の高いインフラの推進を継続する。
- ▶ 「大阪ブルー・オーシャン・ビジョン」実現に向けた海洋プラスチックごみ対策などを通じ、海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する。
- ▶ SDGs未来都市、地方創生SDGs官民連携プラットフォーム、地方創生SDGs金融等を通じ、SDGsを原動力とした地方創生を推進する。

IV. 一人ひとりの可能性の発揮と絆の強化を通じた行動の加速

- ▶ あらゆる分野における女性の参画、ダイバーシティ、バリアフリーを推進すると共に、人への投資を行い、十分なセーフティネットが提供される中で、全ての人が能力を伸ばし発揮でき、誰ひとり取り残されることなく生きがいを感じることでできる包摂的な社会を目指す。
- ▶ 子供の貧困対策や教育のデジタル・リモート化を進めると共に、持続可能な開発のための教育（ESD）を推進し、次世代へのSDGs浸透を図る。
- ▶ 京都コンGRESSや東京オリンピック・パラリンピック等の機会を活用して法の支配やスポーツSDGsを推進すると共に、地球規模の課題に関して、国際協調・連帯の構築・強化を主導し、国際社会から信用と尊敬を集め、不可欠とされる国を目指す。



8つの優先課題に関する具体的な取組例

- 「経済財政運営と改革の基本方針2020」(抜粋(令和2年7月17日閣議決定))：今回の感染症拡大を機に、我が国として、官民が連携して国内外でSDGs推進の機運を醸成し、国際ルールづくりを主導し、イノベーションや関連投資・事業を強化する。
- 「成長戦略フォローアップ」(抜粋(令和2年7月17日閣議決定))：国連SDGサミットで合意された「行動の10年」の実践のため、保健・栄養、海洋プラスチックごみ、気候変動、防災など日本の強みが活かせるSDGs主要課題において、TICAD7や日メコンSDGsイニシアティブをモデルに、日本企業による国際機関との連携等を促すことを含め、官民挙げた取組を推進する。

「SDGs実施指針」の8分野に関する取組を更に具体化・拡充

※記載案件の中で予算化された案件のうち、令和3年度当初予算政府案(12月21日閣議決定)及び令和2年度補正予算(12月15日閣議決定)政府案の総額は約6.5兆円(内数として予算額が特定できない施策については、合計額には含まない)。取組の詳細は次頁以降に掲載。

<p>①あらゆる人々が活躍する社会・ジェンダー平等の実現</p> <ul style="list-style-type: none"> ジェンダーの主流化・女性の活躍推進 ダイバーシティ・バリアフリーの推進 働き方改革 貧困・格差解消に資する社会保障制度の措置等 子供の貧困対策推進 次世代の教育振興 あらゆる人々の教育機会の確保 国内外におけるSDGsの達成を担う人材育成の強化 消費者等に関する対応 若者・子供、女性、障がい者に対する国際協力 <p>等</p>	<p>②健康・長寿の達成</p> <ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症危機に対する取組 データヘルス改革の推進 国内の健康経営の推進 感染症対策等医療の研究開発 ユニバーサル・ヘルス・カバレッジ(UHC)推進のための国際協力 アジア・アフリカにおける取組 医療産業の輸出を通じた新興国の医療への貢献 <p>等</p>	<p>③成長市場の創出、地域活性化、科学技術イノベーション</p> <ul style="list-style-type: none"> 未来志向の社会づくり 基盤となる技術・データ SDGs達成のための科学技術イノベーション(STI for SDGs)の推進 地方創生や未来志向の社会づくりを支える基盤・技術・制度 地方の技術・基盤強化 地方創生SDGsの推進 持続可能な観光の推進 農山漁村を含む地域の活性化 農林水産業・食品産業の成長産業化 農林水産業・食品産業におけるイノベーション スマート農林水産業の推進 <p>等</p>	<p>④持続可能で強靱な国土と質の高いインフラの整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 持続可能で強靱なまちづくり 文化資源の保護・活用 世界の強靱化に向けた国際貢献 質の高いインフラの海外展開 <p>等</p>	<p>⑤省・再生可能エネルギー、防災・気候変動対策、循環型社会</p> <ul style="list-style-type: none"> 再エネ・新エネ等の導入促進 循環型社会の貢献 徹底した省エネの推進 気候変動対策 持続可能な生産・消費の促進、食品廃棄物・食品ロスの削減や活用 研究開発の推進 <p>等</p>	<p>⑥生物多様性、森林、海洋等の環境の保全</p> <ul style="list-style-type: none"> 海洋保全・海洋プラスチックゴミ対策 北極・南極域 生物多様性・森林保全 大気保全、化学物質規制・対策 <p>等</p>	<p>⑦平和と安全・安心社会の実現</p> <ul style="list-style-type: none"> 子どもの安全等 女性に対するあらゆる暴力の根絶 再犯防止対策・法務の充実 公益通報者保護制度の整備・運用 法の支配の促進に関する国際協力 自由で開かれたインド太平洋の推進 平和のための能力構築に向けた国際協力を通じた積極的平和主義 人道・開発・平和の切れ目のない支援 中東地域・アフリカ地域の平和と安全 <p>等</p>	
<p>⑧SDGs実施推進の体制と手段</p> <ul style="list-style-type: none"> 広報・啓発の推進 (「ジャパンSDGsアワードの実施等」) 市民社会等との連携 (NGOを通じた開発協力事業の実施等) モニタリング (SDGグローバル指標の整備等) 環境・社会・ガバナンス(ESG)投資の推進等 SDGs達成のための革新的資金調達 (休眠預金の活用促進等) 途上国のSDGs達成に貢献する企業の支援 国際社会との連携 (TICAD、日メコン協力等) <p>等</p>							

SDGsは ゲームチェンジ

**SDGsは世界共通目標（グローバル・ゴールズ）に！
既存の考え方が通用しない！ビジネスの流れが変わる！**

Society 5.0 for SDGs

Society 5.0は「課題解決」と「未来創造」の視点を兼ね備えた新たな成長モデル
さらには、国連で掲げられたSDGsの達成にも大いに貢献するもの



東京 2020 大会の持続可能性コンセプト

Be better, together



より良い未来へ、ともに進もう。

気候変動

脱炭素社会の実現に向けて

資源管理

資源を一切ムダにしない

大気・水・緑・生物多様性等

自然共生都市の実現

人権・労働、公正な事業慣行等

多様性の祝祭

参加・協働、情報発信

パートナーシップによる大会づくり



調達物品の99%のリユース・リサイクルを実施

公共交通機関の活用

日本の木材活用リレー みんなで作る 選手村ビレッジプラザ

既存会場の活用

持続可能性に配慮した調達コード

燃料電池自動車等の活用

再生可能エネルギーの電力を100%活用

国連「ビジネスと人権に関する指導原則」への準拠

都市鉱山からつくる！ みんなのメダルプロジェクト

Tokyo 2020 アクセシビリティ・ガイドラインの策定

雨水の循環利用・都市と自然の共生

東京2020 参画プログラムを全国で展開

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

東京 2020 大会を通じて、世界共通の課題である国連「持続可能な開発目標 (SDGs)」に貢献します。

イラストはあくまでイメージです。公益財団法人 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会

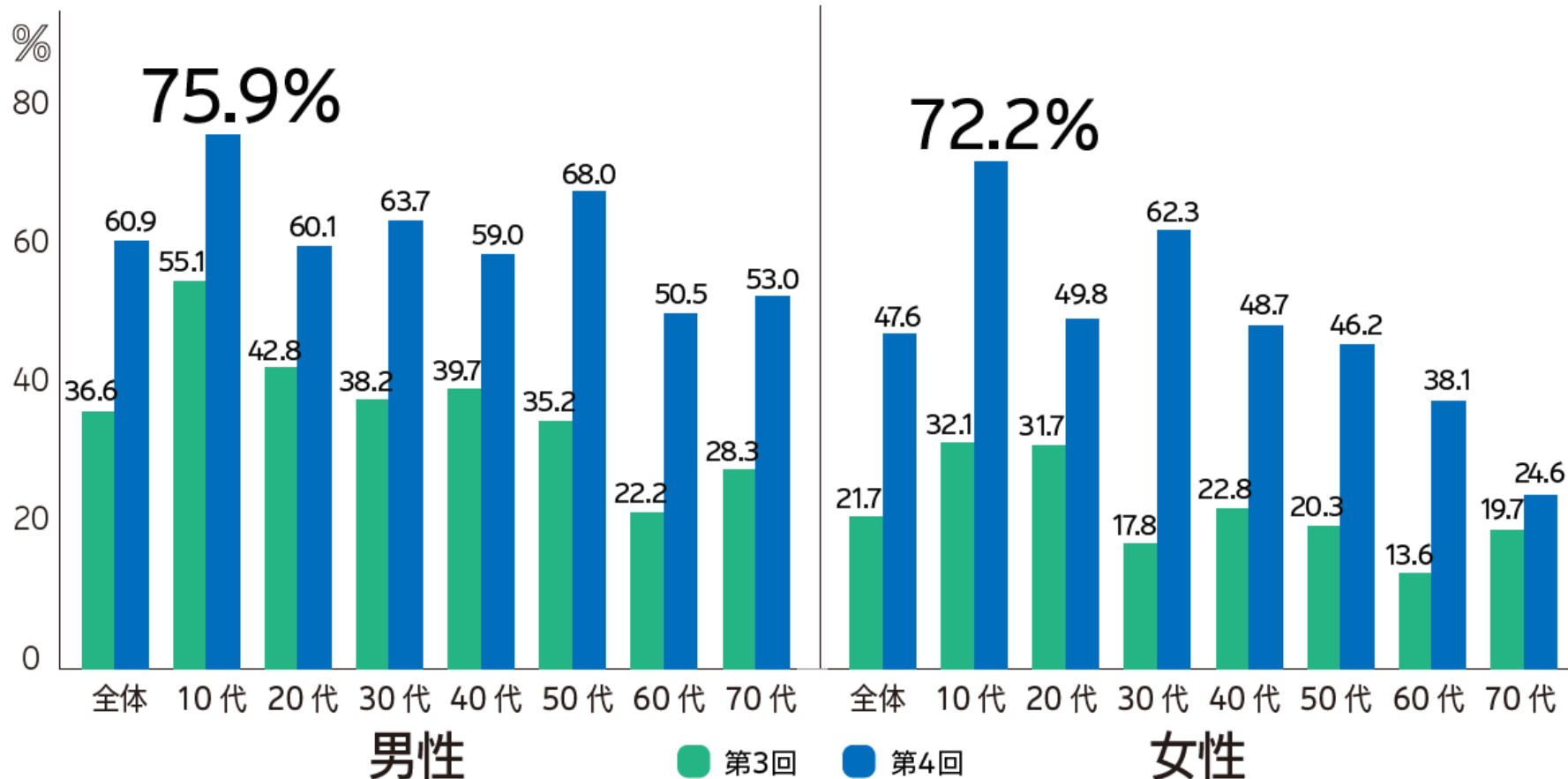
2025年大阪・関西万博がめざすもの

▶ 国連が掲げる持続可能な開発目標(SDGs^{※1})が達成される社会 ▶ 日本の国家戦略Society5.0^{※2}の実現

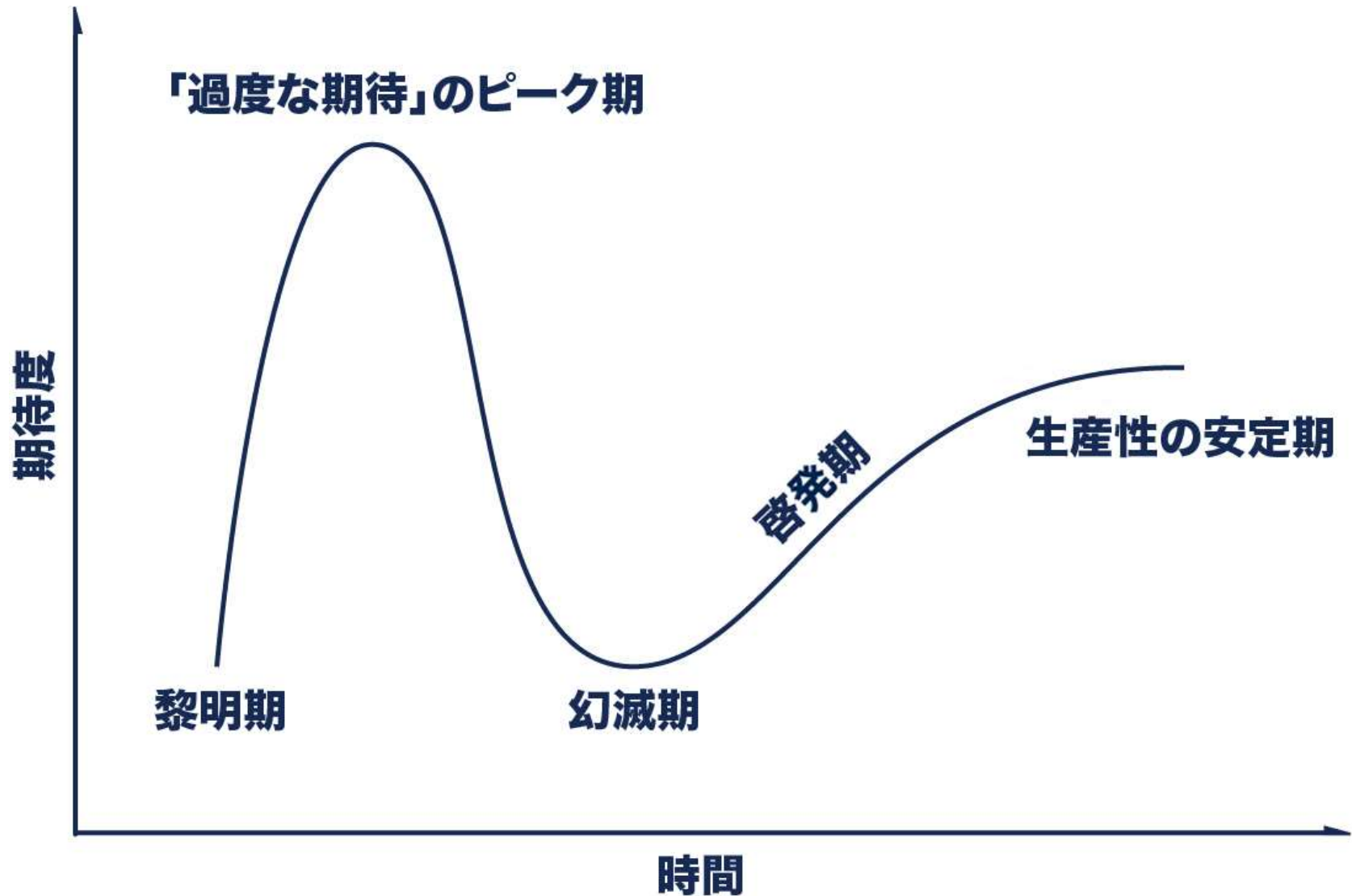


生活者のSDGs認知率は54.2%で、昨年1月の第3回調査※³からほぼ倍増。
10代のSDGs認知率は7割超え。

図表2 SDGs認知率(性年代別・前回調査比較)



ガートナーのハイプ・サイクル



ビジネスにおいて SDGsをどう捉えるか？

(責任・義務⇒戦略)



SDGsとの関係は？（私見ですが）

◆国・政府（自治体）→推進



「SDG Compass」
(GRI、国連グローバル・コンパクト、WBCSD 作成)



◆大企業→貢献



◆中小企業→活用

SDGsへの対応は何のため？

ESG評価を
上げるため

取引先企業
からの要請

ESG指数から
外されないように
するため

やらされ感
受け身
イヤイヤ対応

部署の目標に
設定されたから

同業他社に
後れをとらない
ように

各種アワードに
入賞するため

そもそもの
期待値が高い
(責任・義務)

就職活動で
有利になるため

私見ですが・・・用語整理の相関図



イソップ童話:レンガ職人の話

ある旅人が、小さな村で出会ったレンガ職人に「何をしているのか」と尋ねた。

命令 一人目は、不機嫌そうに「見ればわかるだろう、レンガを積んでいるんだ」と答えた。

お金 二人目は、淡々と「壁を作っているんだ」と答えた。

地域 三人目は、誇りを持って「教会を作っているんだ」と答えた。



数年後

一人目の職人は**以前と同じ**ように、愚痴をこぼしながらレンガを積んでいました。

二人目の職人は「もっと条件のいい仕事があった」と言って、**賃金は良いが危険な**、修道院の高い屋根の上で働いていました。

三人目の職人は、色々な知識や技術を覚えたため、現場監督として施工を任されるようになりました。そして**多くの職人を育てました**。

企業理念に立ち返り、
自社の存在意義・提供価値を
再確認・再定義する



企業理念をSDGsの切り口で捉え直す！



SDGsって 偽善じゃないの？

1. 裏で悪を行い、人前で善をする人
2. 自分の欲のために善をする人



偽善者→善人への5段活用(造語)

【偽善者】

×1. 裏で悪を行い、人前で善をする人

◎2. 自分の欲のために善をする人

0. 悪者・悪人

1. 偽善+者・・・本当は良くないことなんだけど

2. 偽+善者・・・良いことやってるつもりはないけど

3. 疑+善者・・・もしかして良いことやってる？

4. 擬+善者・・・良いことやってるはず！

5. 善者(善人)・・・俺って良い人！

→仙人になれといっている訳じゃない！



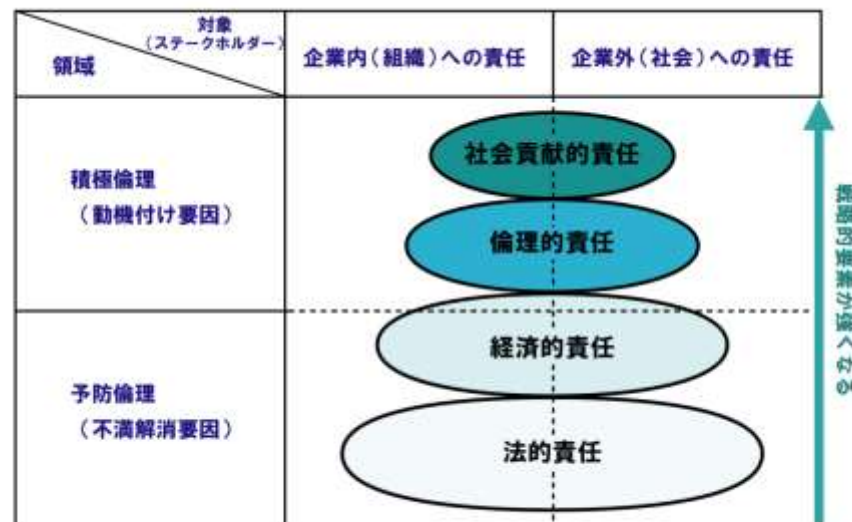
CSRへの取り組みは「慈善活動」ではあっても「慈善事業」ではない。！

駿河台大学教授 水尾 順一さん

法的責任がベース、これは戦略というより義務。
責任レベルが上位になるに従い、**戦略的要素**が強くなる。

戦略的CSRマネジメントの考え方は、**企業の経営理念やトップの意思、それを踏まえた企業行動基準・企業倫理規定に適合しなければならない。**

図表 CSRの基本コンセプト



※水尾(1999)にて積極倫理、予防倫理の概念、また水尾(2000)にて上記マトリックスのフレーム(予防倫理—積極倫理、企業内—企業外)を提起。4つの責任は森本(1994)、Carroll(1996)を参考にした。

CSRをどう捉えるか？

大和総研 研究主幹 河口真理子さん

Corporate Social Responsibility: 企業の社会的責任

responsible

1. [人が行為などの] 責任がある [を負うべき]
2. [人が] 信用のおける、信頼できる

ポジティブ

→ 企業として社会から信頼を得るためにやるべきこと！

社是に戻る！ 目先のミッションに追われて本来の事業目的を見失うな！

企業理念に基づいたSDGs(未来社会)への対応は マーケティング&ブランディングそのものである。

フィリップ・コトラー(ノースウェスタン大学ケロッグ経営大学院教授)

「企業の**社会的コース**への**取り組み**は従業員、潜在顧客既存顧客、株主、投資家、さらには報道、議会や法廷においてさえ、好意的に捉えられる。これは**ブランド**や**最終利益にプラスの効果**があることを示す証拠が数多くある」(社会的責任のマーケティング)

マイケル・ポーター(ハーバード大学ビジネススクール教授)

戦略的CSRならば、自社の競争力につながるように競争環境に投資することで、社会と共有できる価値を生み出せる。**企業の成功と社会の成功とが相互に補強**しあう、一種の共生関係が築かれる。『競争優位のCSR戦略』

ピーター・F・ドラッカー

「**企業の社会的な目的と経済的**目的は**統合**されなければならない」

松下幸之助(松下電器産業創業者)

企業は社会の公器である。したがって、企業は社会とともに発展していくのでなければならない。

サステナビリティ:ルール形成は戦略！

現在は、「VUCA」の時代。

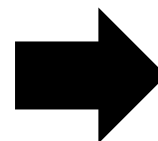
「Volatility(激動)」「Uncertainty(不確実性)」「Complexity(複雑性)」「Ambiguity(不透明性)」

将来予測が難しい中、誰かがこうあるべきというルールを作っている。

サステナビリティの世界では、欧州が主導。

欧州の考え方が正しいという前提で、ルール形成が進んでいる。

米国:世界の警察、日本:世界の良心、欧州は世界のモラル？



造語ですが・・・

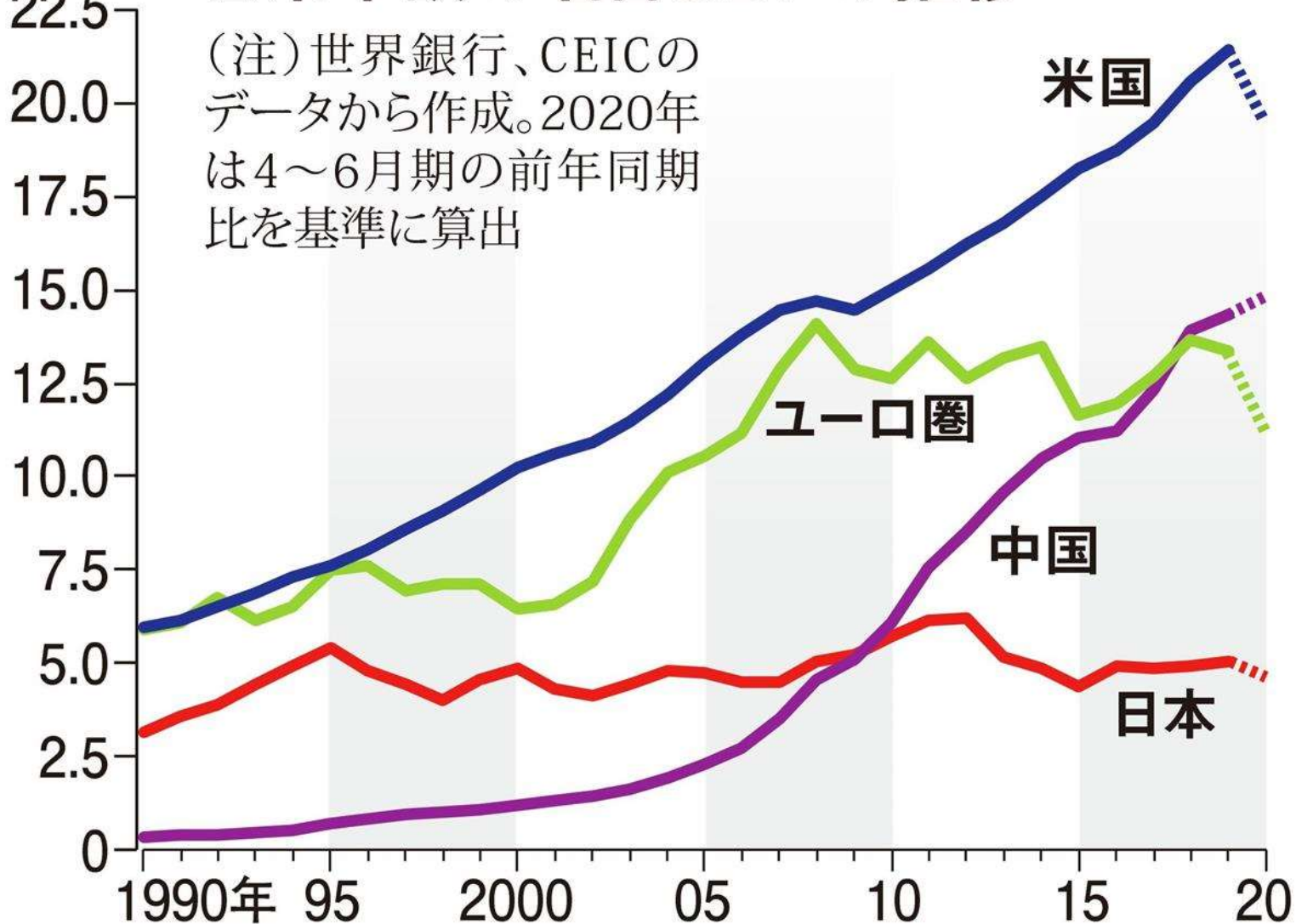
グレーオーシャン
戦略

どこまでがホワイト？
どこからがブラック？

(兆ドル)
22.5

日米中欧の名目GDPの推移

(注)世界銀行、CEICのデータから作成。2020年は4～6月期の前年同期比を基準に算出



JETRO:SDGsの17ゴールで整理した サステナビリティ型ルールのマッピング調査

企業のサステナビリティ戦略に 影響を与えるビジネス・ルール形成

SDGsの17ゴールで整理した
サステナビリティ型ルールのマッピング調査

JETRO

2018年6月
日本貿易振興機構（JETRO）
貿易制度課

目次

調査の背景	3
調査の内容	4
本調査の方法	5
ルールの定義	6
各ルールの影響評価について	7
調査からの示唆	8
SDGs（持続可能な開発目標）について	9
各ルールに関連するSDGs目標一覧（1）～（4）	10
サステナビリティ関連のビジネス・ルール形成	14
ルール形成をめぐる企業とNGOsとの協議事例	104
出典	112

本調査の目的と調査の概要

本調査の目的は、日本貿易振興機構（JETRO）貿易制度課がPwCから依頼された調査員が調査を実施し、17ゴールを整理した上で、本調査の結果、業界、企業、自治体等から得られたSDGsの理解を反映したものである。本調査の目的は、調査の結果、業界、企業、自治体等から得られたSDGsの理解を反映したものである。本調査の結果、業界、企業、自治体等から得られたSDGsの理解を反映したものである。

Copyright © 2018 JETRO. All rights reserved.

3

調査の背景

- 近年、自由貿易やグローバル化が進んでおり、ビジネスのあり方が議論されるWTOやWEF（世界経済フォーラム）の場でも **Sustainability（持続可能性）** や **Inclusiveness（包摂性）** が主たるテーマとなっている。
- こうした趨勢は、ビジネス主体である企業や投資家にもグローバルな課題と対峙させ、それらの解決に向けた行動を促そうと、**国際社会の規範意識に変化を引き起こしている**。多角的価値の調整が進展する中で、国連機関、有志国・グループ（企業、NPO/NGOs）等が主導するかたちで、新たなガバナンスづくりが進められている。
- これらの多くは公益性や規範をビジネスのルール（または事業評価のモノサシ）に組み入れる動きであり、**企業競争のあり方を変化**させるという側面から、国際ビジネスにも大きなインパクトをもたらし始めている。
- 我が国企業が貿易投資を通じて利益を拡大させていくためには、このようなルール形成のトレンドを俯瞰的に認識しながら、互いに相関する各々の**ルールに対しての立ち位置（経営のポジショニング）**を定めていく必要がある。

Copyright © 2018 JETRO. All rights reserved.

3

調査の内容

サステナビリティ型の主要なルール
72件をリスト化。

関連する複数のSDGsゴールを付した
一覧表（マトリクス）で整理。

「持続可能な開発のための2030アジェンダ（SDGs）」が定める17ゴールによって分類（ルールのマッピング）。

ルール形成をめぐる企業とNGOsとの
協議事例を6件紹介。



Copyright © 2018 JETRO. All rights reserved.

4

「ビジネスと人権」に関する行動計画



目次

第1章 行動計画ができるまで(背景及び作製プロセス)	P.2
1. はじめにー「ビジネスと人権」に関する国際的な懸念の高まりと行動計画策定の必要性ー	P.2
2. 行動計画の位置付けー「指導原則」等の国際文書及びSOGsとの関係ー	P.5
3. 行動計画の策定及び実施を通じ目指すもの	P.6
4. 行動計画の策定プロセス	P.7
第2章 行動計画	P.7
1. 行動計画の基本的な考え方	P.8
2. 分野別行動計画	P.9
(1) 横断的事項	P.10
ア. 労働(ディーセント・ワークの促進等)	P.10
イ. 子どもの権利の保護・促進	P.11
ウ. 新しい技術の発展に伴う人権	P.13
エ. 消費者の権利・役割	P.14
オ. 法の下での平等(障害者・女性・性的指向・性自認等)	P.15
カ. 外国人材の受け入れ・共生	P.17
(2) 人権を保護する国家の義務に関する取組	P.18
ア. 公共調達	P.18
イ. 開発協力・開発金融	P.19
ウ. 国際場裡における「ビジネスと人権」の推進・拡大	P.20
エ. 人権教育・啓発	P.21
(3) 人権を尊重する企業の責任を促すための政府による取組	P.23
ア. 国内外のサプライチェーンにおける取組及び「指導原則」に基づく人権デュー・ディリジェンスの促進	P.23
イ. 中小企業における「ビジネスと人権」への取組に対する支援	P.25
(4) 消費者へのアクセスに関する取組	P.26
司法的救済及び非司法的救済	P.26
(5) その他の取組	P.29
第3章 政府から企業への期待表明	P.30
第4章 行動計画の実施・見直しに関する枠組み	P.31
別添1 「ビジネスと人権に関する行動計画に係る諮問委員会」構成員 「ビジネスと人権に関する行動計画に係る作業部会」構成員	P.32
別添2 参考資料	P.34

どういふ世界を目指そうか？

EYJAPAN CCaSSグループ. プリンシパル 牛島 慶一さん

『企業の理念』と『社会的価値観』を統合する

SDGs時代は、何で儲けようか？ × → どういふ世界を目指そうか？

『BtoB』、『BtoC』ではなく、『BtoS』のマインドを
社内に取り入れているか？ (ビジネス→社会へ)

『お客様』→『パートナー』へ

協働してどういふレガシーを社会に遺すか！

2020年代:ルール形成のヒント

◆WBCSD:世界の経団連

2020年代はどんな時代? ⇒SDGs169ターゲットの改訂議論が起こるのは確実

【盛り上がっているテーマ】

○フードロス

⇒アフリカ、農場→市場→家庭:流通過程でのロス、全く見えていない部分。
食品版CDP:指標を作ろう!

○ピープル:AI、ロボティクス

⇒雇用契約はどうする?位置づけは?ロボットの人権?ルール化が大事!

○プラスチック問題

⇒感情論やヒステリックな騒動ではなく、客観的指標を示した説明が必要。

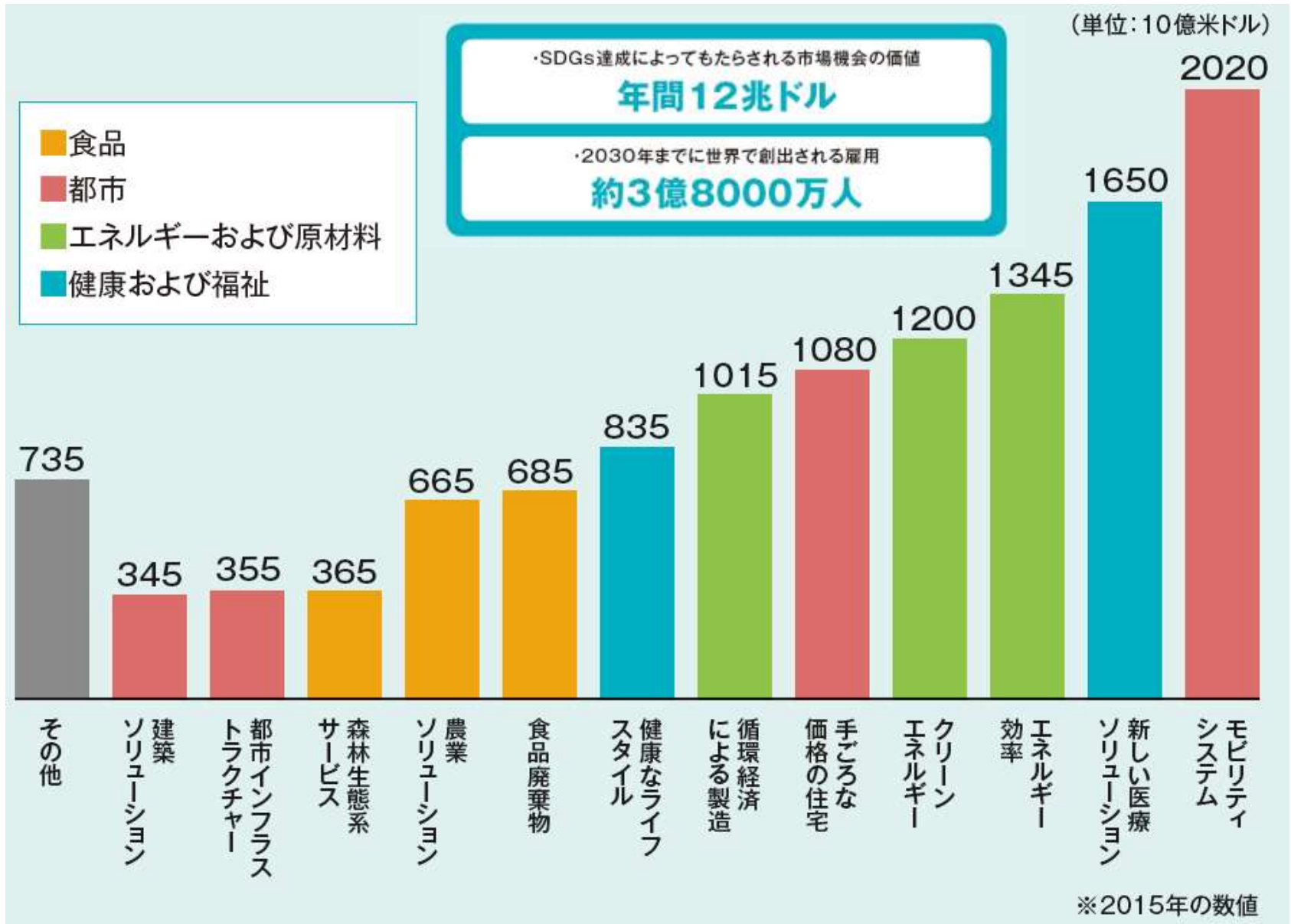
◆OECD・EU

○サステナブル調達(特に人権)

⇒受身対応(法制度・訴訟・ESG・消費者・政府)から能動的対応へ。
サプライヤーがメリットを感じて、自発的に動く仕組みづくり。
(グローバルサプライチェーンへの参加、社会的認知・生産性向上)

- H&M(スウェーデン): 2030年までに**100%リサイクル製品またはその他の持続可能な原料**を使用する。2040年までにバリューチェーン全体を通じてクライメット・ポジティブにする。
- イケア(スウェーデン): 2020年には、事業で消費するエネルギーの100%に相当する再生エネルギーを生産し、イケアで**使用する木材のすべてをよりサステナブルな調達先**から仕入れる。
- レゴ(デンマーク): 2030年までに**レゴブロックの素材**にABS(石油由来のプラスチック)を使うのを中止し、「**持続可能な新素材**」に変える。そのために、今後15年間で10億デンマーク・クローネ(約186億円)を新素材開発のためのプログラムに投資。
- ボルボ(スウェーデン): 2019年以降の**新規販売車種すべてにモーターを搭載**する(ハイブリッドカーやプラグインハイブリッドカーも含む)。
- スターバックス・コーヒー・ジャパン: 2020年までにペーパーカップをはじめ**使用する主な紙をFSC認証紙や再生紙**を使用したものにする。
- ナイキ(米国): 2025年までの再生可能エネルギー100%事業運営に向け、主要事業分野で25%のCO2削減。100%の契約工場が同社独自の**労働慣行調達基準**において**ブロンズ以上**を獲得する。税引き前利益の1.5%をコミュニティ投資に回す。
- マークス&スペンサー(英国): 2025年までに**食料廃棄を半減**。2025年までに**衣料の原料の25%をリサイクル可能なもの**にし、リサイクル衣料が売上高全体に占める割合を25%にする。

SDGs 2030年、市場機会は世界で年12兆ドル！



出典: 月刊「事業構想」ホームページより: プライスウォーターハウスクーパース(PwC)2015年調査、Better Business, Better World

【エグゼクティブサマリ】

SDGsは大きなビジネスチャンスをもたらす市場(各目標の市場規模は70兆~800兆円程度)となっており、企業にとってSDGsビジネスに取り組むことのメリットは大きい

<SDGsの各目標の市場規模試算結果(2017年)>



SDGsビジネスに意識的に取り組んでいない企業も、実際は既にSDGsに繋がる製品・サービスを保有していることもある。
関連企業がSDGs達成に向けて連携を強めることにより、新たな市場の獲得が可能となる

利益獲得のための きょうそう階段

きょうそう階段：見えてくる世界が変わる



WIN—WIN—WIN

協奏 ⇒ 協創

これまでにない
新たなハーモニー

WIN—WIN

共走 ⇒ 共奏 ⇒ 共創

コンサート

作詞・作曲

WIN—LOSE

競争 ⇒ 競走 ⇒ 競奏

⇒ 狂騒

楽器の奪い合い

音の出し合い

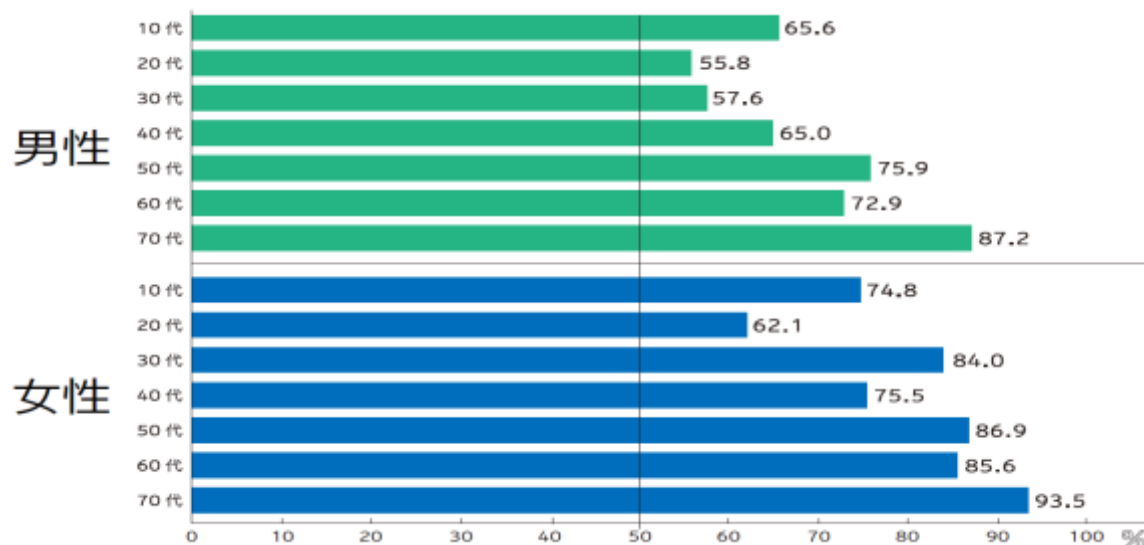
図表11 就業者におけるSDGsに積極的に取り組む企業のイメージ

企業の積極的なSDGsへの取り組みで、**社会からの信頼、社員の愛着、人材確保も高まる可能性が示唆された。**



図表 12「SDGs 活動を知るとその企業のイメージが良くなる」性年代別

すべての性年代で過半数を超えたことから、一般にあまり浸透していないと思われる「バリューチェーンにおける企業のSDGs活動」についても発信の意義があることが示唆された。

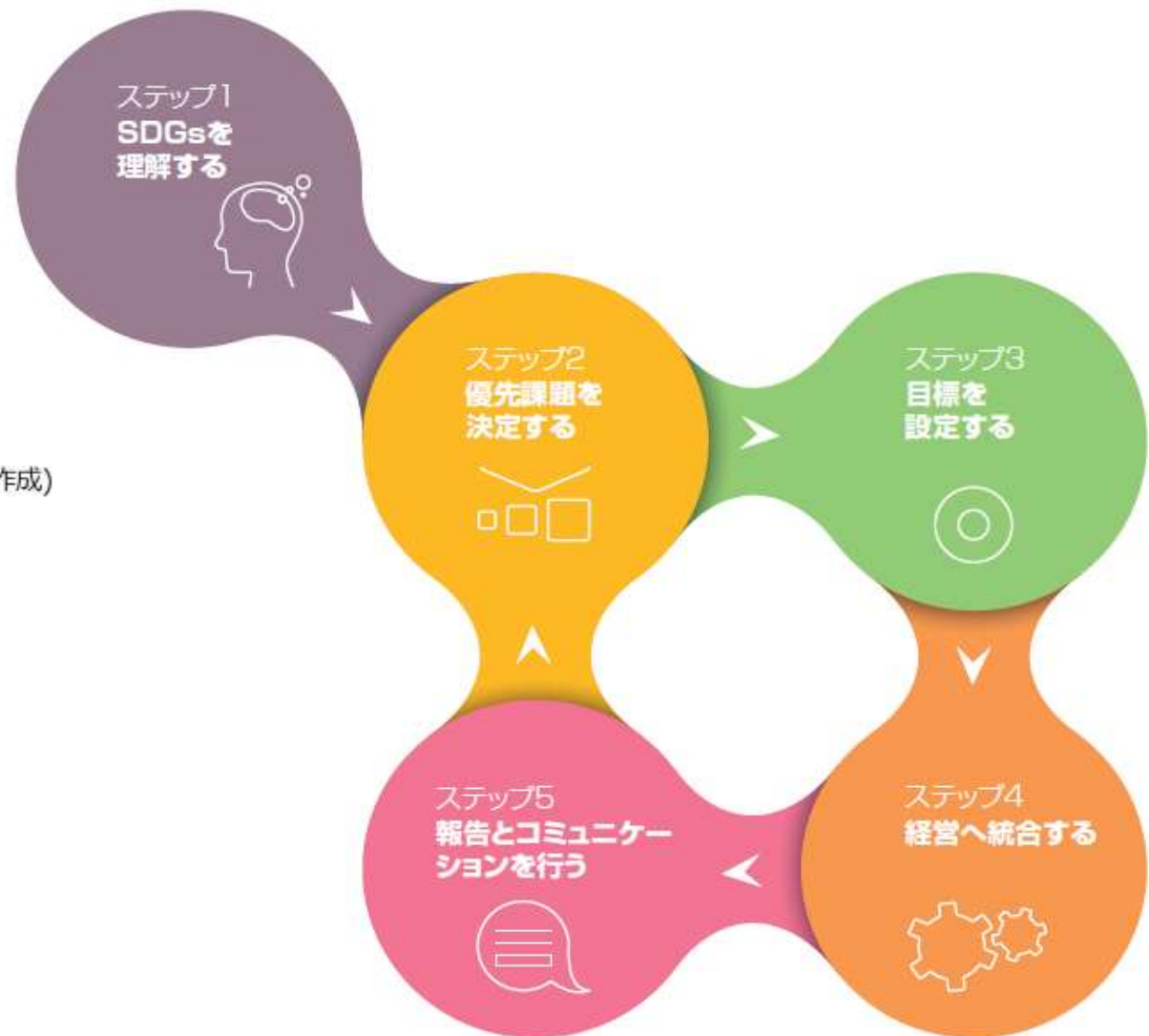


利益はどこから得られる？

安く購入する	高く購入する
粗利益率増加	粗利益率減少
安い労働力 劣悪な労働環境 風評被害・イメージ低下	労働環境改善 優秀な人材確保 ブランドイメージの向上
生産性低下 採用コスト増 売上減少 訴訟コスト	生産性向上 採用コスト抑制 売上増加 金利優遇・助成金獲得

購買戦略？企業戦略？

SDGsの企業行動指針 『SDGs Compass』



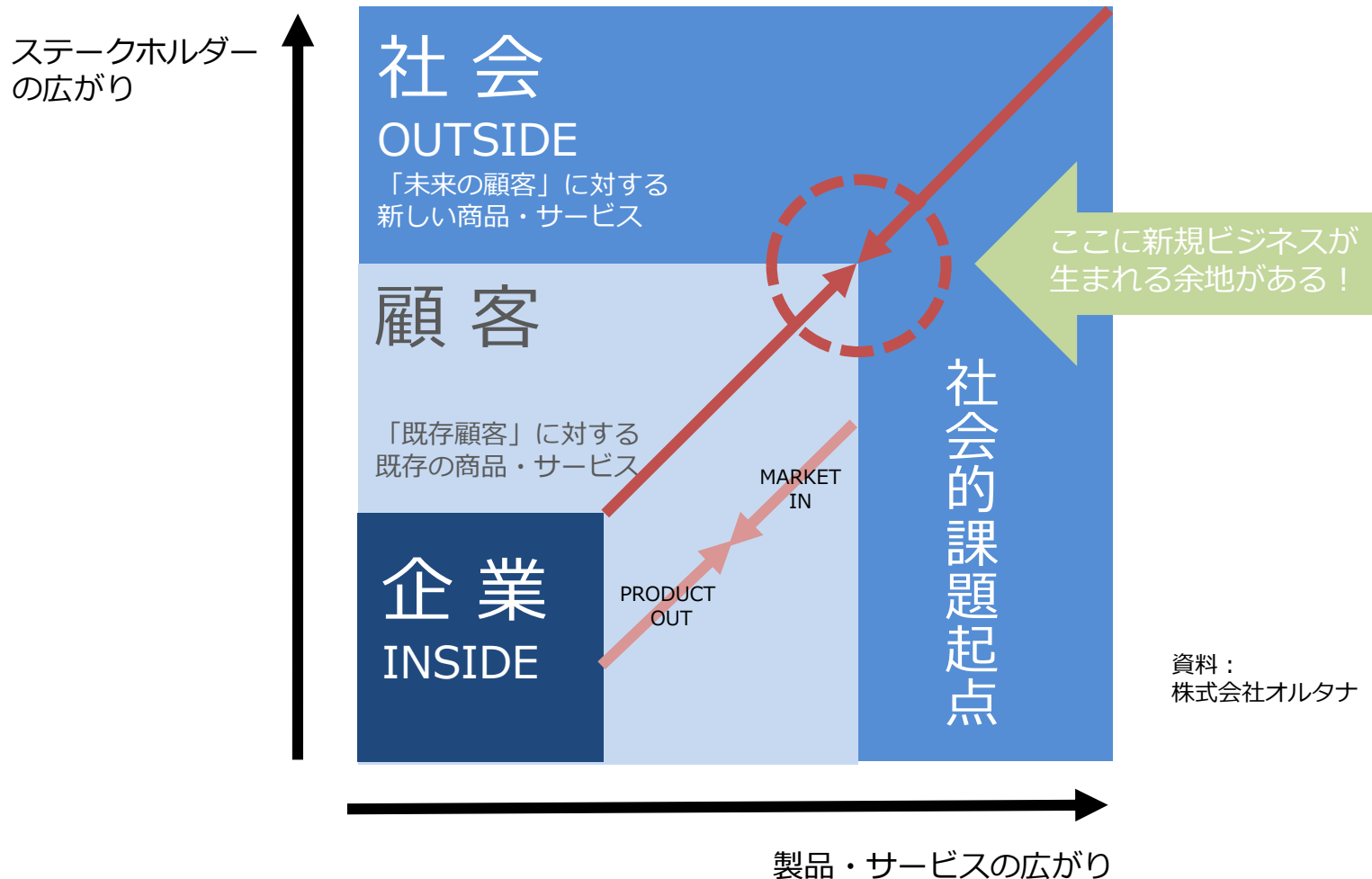
「SDG Compass」

(GRI、国連グローバル・コンパクト、WBCSD 作成)



www.sdgcompass.org

Outside-inは企業に生まれた機会



地球環境とひとびとの意識にパラダイムシフトが生じている
その背景のもと、企業に生まれた機会が**Outside-in**の考え方

リーディング企業はこのことを踏まえ、目標設定において「アウトサイド・イン」のアプローチを取り始めている。

このアプローチは、気候変動との関連で、企業が「科学に基づく」目標設定を表明する中で支持を集めているが、他の分野でも台頭しつつある。

SDGs は、世界レベルにおいて望まれる到達点に関する前例を見ない政治的合意であり、企業にとっても広範な持続可能な開発の課題の違いを超えて同様のアプローチを採用する機会を提供するものである。

それは、SDGs というあるべき姿に基づいて各企業が意欲度を設定し、その業界、立地、規模に基づいて各企業の「応分の負担」を決定することを意味する。

このプロセスにおいては、様々な課題が存在するものの、SDGs に連動した目標設置に対する様々な「アウトサイド・イン」のアプローチは、今後、持続可能性における企業のリーダーシップを規定していく一つの要因となるだろう。



これからは、発信型三方良し！

株式会社伊藤園 顧問 笹谷秀光さん

売り手良し、買い手良し、世間良し

日本は昔から、近江商人の教え、「三方良し」を実践してきた。

そして、「陰徳善事」 黙って良い事をするのが尊ばれてきた。

しかし！！！！ それでは、グローバル社会では通用しない！！！！

◆見える化、「発信」しなければ気づいてもらえない！（社内外とも）
ちゃんと気づいてもらえれば、様々なことが動き出す！

思うだけではダメ、行動に移せ！

シンクタンクソフィアバンク代表 藤沢久美さん

SDGs: 今までやってきたことの確認だけでなく、
SDGsという新しいメガネで社会を見てみよう！

なんかできるかも……

→ 起業家と評論家の違いは、

思ったことを『やるか！ やらないか！』

◆ いざ動けば……変わる！ 変えられる！

まとめ

1. SDGsの概要と企業活動への影響

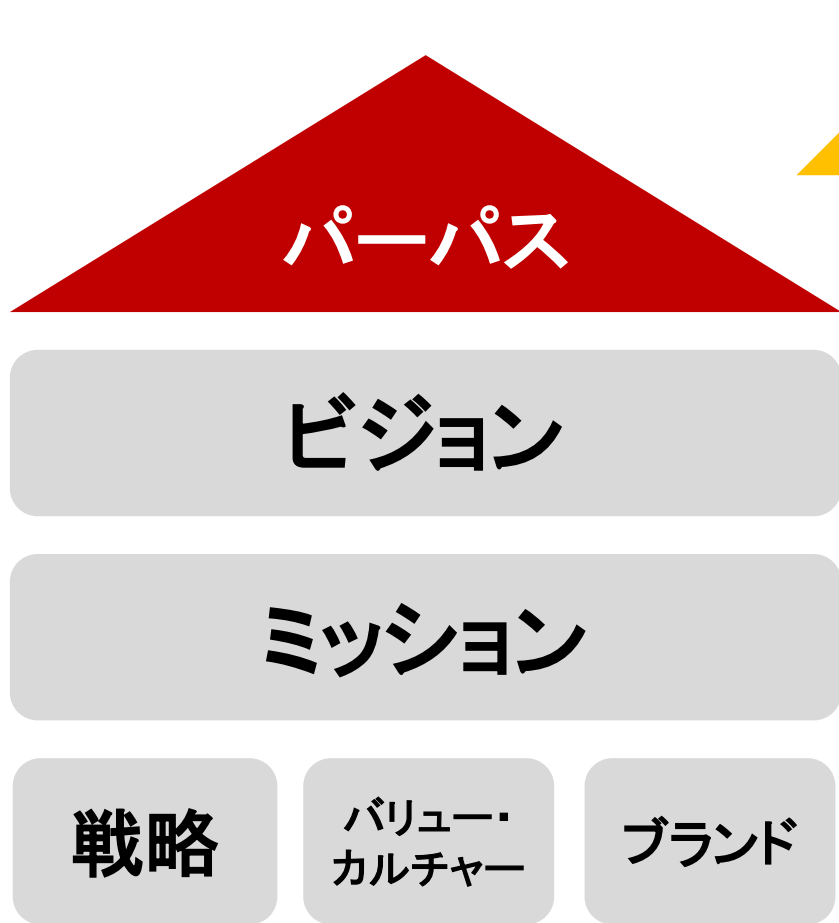
- ・17ゴール・169ターゲット・232指標
- ・SDGsをきっかけとしたCSR注目度向上によるサプライチェーンへの影響
→CSR調達、リスクマネジメント
- ・SDGsの普及・進展に伴って想定されるビジネスへの影響
→ゲームチェンジ、ルール形成戦略

2. ビジネスにおけるSDGsの捉え方 ⇒責任・義務から戦略へ

- ・SDGsは国連が採択した目標。企業のゴール(理念)はもっと先の未来。
- ・自社の**存在意義・提供価値**を再確認・再定義。
- ・**目的意識**をどこに置くか(社員・企業)で得られる結果が変わる。
- ・責任・義務から戦略へ、**能動的な取り組み**が大事。

3. アウトサイド・イン発想 ⇒自己満足から利他満足へ

- ・どうい世界を目指すのか、サステナブルへの**価値観の変化**を捉えていく。
- ・**ポジティブな想いを発信し、共感を集める**ことで、事業の可能性が広がる。



WHY:なぜ社会に存在するか？
(存在意義)

WHERE:どこを目指すか？

WHAT:何を行うべきか？

HOW:どのように実現するか？

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

ENJOY

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

ご清聴ありがとうございました。



一般財団法人電気安全環境研究所
サステナビリティオフィサー
桑原 崇 E-MAIL: kuwahara_t@jet.or.jp