

事業の持続可能性を求めて

SDGs のゴールは 2030 年、自社のあるべき姿とは。
地球の優先課題に照らし合わせて見えてくるものとは。

一般財団法人 日本総合研究所
特任研究員 **黒田秀雄**

経営戦略を SDGs と整合

— SDGs では 17 のゴールが設定されています。

SDGs の特色は次の 5 つとっていいでしょう。

第 1 に普遍性。先進国・途上国が共通して目指すゴールです。

第 2 に包摂性。「だれ一人取り残さない」(“No One Left Behind”) が SDGs のキーワード。あらゆる人々への配慮が求められています。

第 3 に参画。ステークホルダーが全員参加で取り組まなくてはなりません。

第 4 に統合。経済・社会・環境の 3 分野での統合的解決です。

第 5 が透明性と説明責任。全員参加型の取り組みを確保する上で欠かせないからです。

PwC が 15 年に行った調査によると、全分野を合計したマーケットサイズは年間 12 兆ドルと巨大です(図表 1)。企業が SDGs のメリットを確認できるツールとして「SDGs コンパス」が

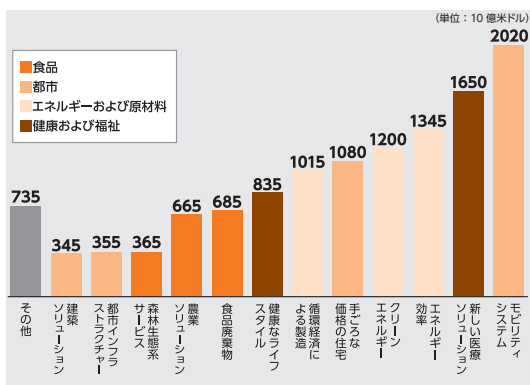
あります。自社の経営戦略を SDGs と整合させ、SDGs に最大限貢献できるように、① SDGs を理解する、② 優先課題の決定、③ 目標の設定、④ 経営への統合、⑤ 報告とコミュニケーションの 5 つのステップを提示しています。企業は自社の中核的事業戦略を地球の優先課題につなげることによって、例えば、将来のビジネスチャンスの拡大、ステークホルダーとの関係強化、企業価値の向上、そして何より“SDGs”という共通言語による目的の共有などが可能になるのです。

認識度合いにギャップ

— SDGs という言葉はあまり知られていません。

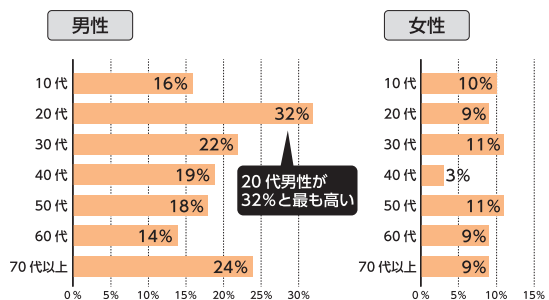
世代間でも認識度合いのギャップが見られます。全体では 14.8% という低さです。男性と女性では女性の方が認知度が低く、男性の半分程度です。男性では 20 代が一番高く 32%、ミドルマネジメント層の多い 40 代、50 代ではそれぞれ 19%、18% と 2 割を切っています(図表 2)。

図表 1：分野別マーケットサイズ



出所：PwC (2015 年)

図表 2：各世代の認知率



【調査概要】電通「SDGsに関する意識調査」
調査方法：インターネット／調査対象：10～70代の男女／調査期間：2018年2月6日～7日／有効回答数：1400／調査機関：電通マクロミルインサイト／取材協力：電通「team SDGs」
出所：月刊「広報会議」2018年11月号P.15より