



❖ 動き出したSDGsとビジネス

～日本企業の取組み現場から～

SDGs and Business in Practice: Early Actions by Japanese Private Companies



Network Japan

IGES
Institute for Global
Environmental Strategies

協力企業・組織・省庁一覧(五十音順)

【企業】

- 味の素株式会社
- イオン株式会社
- 株式会社伊藤園
- 伊藤忠商事株式会社
- オムロン株式会社
- サラヤ株式会社
- シスメックス株式会社
- 住友化学株式会社
- SOMPOホールディングス株式会社
- 武田薬品工業株式会社
- 日本写真印刷株式会社
- 株式会社マダム
- 株式会社三井住友フィナンシャルグループ/三井住友銀行
- 株式会社LIXIL

【NGO】

- SDGs市民社会ネットワーク(動く→動かす)
- 公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン

【省庁・関係機関】

- 外務省
- 環境省
- 経済産業省
- 文部科学省
- 独立行政法人国際協力機構 (JICA)

執筆者：

上野明子 GCNJ事務局次長
堂脇智子 GCNJ事務局
石井哲也 IGES統括研究ディレクター/プリンシパルフェロー
宮澤郁穂 IGESプログラム・マネージメント・オフィス主任研究員/コミュニケーション・マネージャー
加藤瑞紀 IGESプログラム・マネージメント・オフィス アシスタントリサーチャー
吉田哲郎 IGES持続可能な社会のための政策統合領域主任研究員/タスク・マネージャー
森 秀行 IGES所長

謝辞：

執筆者は本レポートの草案にご協力いただいた企業活力研究会、(株)メンバーズ様関係会社である(株)エンゲージメント・ファースト様、およびレビューを行い貴重なコメントを提供していただいた有馬利男GCNJ代表理事、IGES浜中裕徳理事長、井村秀文IGESシニア・フェロー、毛利勝彦国際基督教大学教授を含む外部関係者および同僚に心からの謝意を表します。

目次

1. はじめに	1
2. 調査の概要	3
3. 企業によるSDGsの取組みをめぐる状況	4
3.1. 国内外のSDGs取組み動向	4
3.2. 企業によるSDGs取組み状況	6
4. 日本企業による取組みの現状と課題	9
4.1. 取組みの実態と先進事例	9
4.2. 日本企業が直面する取組みの課題	19
5. 今後の道筋 - 「棚卸し」から「本業」へ	22
5.1. 取組みの全体像と特徴からみる今後の道筋	22
5.2. ステークホルダーへのメッセージ	23
付録	26
参考資料	28

略称・略語

G7.....	主要国首脳会議	MDGs.....	ミレニアム開発目標
CO2.....	二酸化炭素	NGO.....	非政府組織
COP21.....	気候変動枠組条約第21回締約国会議	ODA.....	政府開発援助
CSR.....	企業の社会的責任	PDCA.....	Plan-Do-Check-Act
CSV.....	共通価値の創造	SDGs.....	持続可能な開発目標
ESG.....	環境・社会・ガバナンス	TCFD.....	気候関連の財務情報開示に関するタスクフォース
EU.....	欧州連合	UNDP.....	国連開発計画
GCNJ.....	一般社団法人グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン	UNEP.....	国連環境計画
GRI.....	Global Reporting Initiative	UNEP FI.....	国連環境計画・金融イニシアチブ
HLPF.....	ハイレベル政策フォーラム	UN/ESCAP...	国連アジア・太平洋経済社会委員会
JICA.....	独立行政法人国際協力機構	UNGC.....	国連グローバル・コンパクト
IGES.....	公益財団法人地球環境戦略研究機関	WBCSD.....	持続可能な開発のための世界経済人会議
KPI.....	Key Performance Indicator (重要業績評価指標)		

SDGsの登場以降、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン (GCNJ) も、国連グローバル・コンパクトの人権、労働、環境、腐敗防止に関する10原則の実践を基盤として、SDGsを企業のアクションに繋げていく活動に意欲的に取り組んでいます。昨年来、SDGsをキーワードに大きく世界が動いていることを実感しています。2016年は、G7への提言、G7環境大臣会合への参加、政府円卓会議でのSDGs実施指針への意見出し、環境省ステークホルダーズ・ミーティングへの参画など、さまざまなステークホルダーとSDGsについて議論し、取り組んできました。これらを通して感じたことは、SDGs実現のためには、民間企業が主体となって行動していくことが期待されており、日本においては、GCNJが、企業のプラットフォームとして機能していく必要があることです。

民間企業の取り組みをスケールアップしていくにはどうすればよいか。個社においては、経営トップ、ミドル、ボトムが、SDGsが自社と社会にとって本当に重要であることを腹落ちし、一体となって経営と事業活動に落とし込んでいく必要があると考えます。このレポートが、各社におけるSDGsの取り組みを加速するための一助となれば幸いです。

2017年は、社会情勢、経済の先行きが不透明なところがありますが、2030年に向けて、コフィー・アナン氏の提唱した「人間の顔をしたグローバル市場」に世界が動くよう、皆で力をあわせていきたいと考えます。

最後に、ご協力頂きました会員企業・団体と会員以外の皆様、協働頂いたIGES様への謝辞をもって、挨拶と代えさせていただきます。

2017年3月



一般社団法人 グローバル・コンパクト・
ネットワーク・ジャパン
代表理事 有馬利男

今般、IGESは、日本企業のSDGsに関する取組みの実態とその特徴に関して、GCNJとともにアンケートやヒアリングを通じ共同研究を実施しました。この共同事業は、SDG Compassの共同翻訳に続き、IGESにとってGCNJとの協力の第二弾となるものです。今回のような分野の研究はIGESにはこれまであまり経験のない新たなものとなりますが、GCNJの多分野にわたる有力な企業とのネットワークを通じて、タイムリーでしかも意義のあるテーマに取組むことができました。今回、共同研究という貴重な機会をご提供頂いたことについて、ここに改めて有馬代表理事を始めGCNJの関係者ならびにご協力頂いた企業・組織・政府関係府省庁の皆様には厚く感謝申し上げます。

IGESは、まもなく創設20周年を迎えますが、実践的かつ革新的な政策研究を実施し、その成果を実際の政策・行動に具現化することを目指し、一貫して内外での活動に取組んで参りました。関係者の皆様と連携・協力しつつ、チェンジ・エージェントとしての役割を積極的に担うことが組織の社会的使命であると考えています。その意味で、一昨年にはパリ協定の採択と並んで、SDGsを含む持続可能な開発のための2030アジェンダが国連の場で採択されましたが、国際社会がその円滑で効果的な実施に向けた取組みを推し進めていくためには、先進国・途上国を問わず、政府と、ビジネスや研究機関を始めとする政府以外の主体とが、お互いに連携・協力して取組むことが益々欠かせないものになっていると実感しています。

こうした状況の下で、ビジネスとしても、企業価値と社会価値を共有し、その経営戦略にSDGsに関わる取組みを本業として統合することで、将来にわたるビジネスチャンスを見出し、必要が高まっていると考えます。我々の生存の基盤である地球環境システムの能力には限りがあるとする認識に基づいて、脱炭素型で資源効率が高く循環型のビジネスモデルの構築を目指していくためには、各ステークホルダーとの共創 (co-design, co-produce) と連携が益々重要になってきています。企業の皆様が業務の現場でこうした取組みに積極的に関わっていただけることを願っておりますとともに、本報告書がそのための一助となれば幸いです。

2017年3月



公益財団法人地球環境戦略研究機関 (IGES)
理事長 浜中裕徳

1. はじめに

国際社会は、2015年に、持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals: SDGs) を含む「持続可能な開発のための2030アジェンダ」と2020年以降の気候変動対策の国際枠組みである「パリ協定」という2つの歴史的な国際枠組みを採択した。SDGsは、我々が望む、また将来世代に繋げていくための「持続可能な社会」の理想像とそれを実現するための17目標、それに付随する169のターゲットと230の指標という広範な施策を示している。SDGsの特徴は、「誰も取り残さない」という理念を掲げ、これまでの開発目標とは異なり、途上国だけでなく先進国の課題も取り入れ、国家政府のみならず、ビジネス、地方自治体、非政府組織 (NGO)、アカデミアなど多くの関係者が連携・参画して取り組みを実施・強化しなければ実現できない、という点にある。SDGsの実現に向けて、既に世界各地で様々な主体によりこれらの合意を実施に移すための行動が開始されている。特に、様々な製品・サービスの提供を通じ消費者や市民と密接に関わりがあり、社会経済活動に影響力を有するビジネスが果たすべき役割は大きく、国内外の企業によるSDGsの取り組みが注目されている。

SDGs採択とほぼ同時に、国連グローバル・コンパクト (UNGC)、GRI (Global Reporting Initiative) および持続可能な開発のための世界経済人会議 (WBCSD) による『SDG Compass : SDGsの企業行動指針 - SDGsを企業はどう活用するか -』¹が発表され (日本語版は2016年3月に公表)、企業によるSDGsの取り組みを後押しする大きな推進力となった。このような流れと並行し、特に国内外のUNGCもしくはGCNJ加盟企業を中心としてSDGsへの取り組みが開始されており、一部の企業では、企業経営の中核にSDGsを取り入れる動きも見られている。特に海外企業の中では、持続可能性や気候変動対策を従来の社会貢献活動 (CSR) として捉えるのではなく、利益を追求するためのビジネスチャンスとして認識し、自社の経営戦略や中期計画に取り入れ、中核的事業として実施していく、いわゆる「本業化」²を図る企業が増えつつある。

日本のビジネスにおいてもSDGsへの取り組みをめぐる動きが見られる。その一方で、SDGsの認知度は企業の中でどの程度広まっているのか、SDGsの本業化や事業レベルで

の取り組みがどの程度進んでいるのか、本業化を図るためにどういった工夫を行っているのか、また、そういった取り組みを推進する上での課題は何か等について全体像を把握することはなかなか容易でないのが現状である。さらに、日本においては、SDGsに対する社会的な認知度はまだ低く、SDGsを契機として、社会貢献活動から本業化を図るための突破口を見出せない、といった課題に直面している企業も少なくない。こうした中で、日本企業はどのように将来にわたりビジネスチャンスを見出し、行動していけば良いのだろうか。本調査は、SDGsに関心があり今後の取り組みを検討している企業、取り組みを開始したものの課題に直面している企業の担当者や経営陣、また、日本企業の取り組みを後押ししたいと考えている政府・団体関係者を対象に、日本企業のSDGs取り組みの全体像、先進事例から見えた本業化の取り組みの特徴や効果的な取り組み方法について明らかにすることを目的とする。

本レポートでは、まずSDGsを取り巻く国内外の最新の動向を概観する。次に、GCNJ会員およびアソシエイト全233企業/団体 (2016年9月2日時点:以降、「GCNJ会員」に表記を統一) を対象としたウェブアンケート結果に基づいて日本企業のSDGs関連取り組みの現状を整理し、また、GCNJ非会員企業を含む計10社と関係団体・省庁への個別のヒアリングを行った結果を紹介する。さらに、SDGsの本業化を図る動機やメリット、既に多くの企業が活用しているSDG Compassを参考に、本業化を図るための手段や方策について事例とともに紹介し、日本企業が直面する課題についても考察する。最後に、こうした実態の考察を通して日本企業によるSDGs取り組みの状況と特徴を明らかにするとともに、日本企業がさらにSDGsの本業化を図り、事業レベルで実施を促進していくために、各ステークホルダーに期待される役割や期待について提言を行った。

なお、本レポートはGCNJとIGESによる共同研究を基に執筆したものであり、具体的事例を提示しながら考察を加えた最新の調査レポートである。これにより、今後、国内外の企業や関係者がSDGsへの取り組みをさらに促進し、加速していくための身近な手引きとして役立つことを期待したい。

¹ SDG Compass : (英) <http://sdgcompass.org/> (日) http://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/04/SDG_Compass_Japanese.pdf
SDG Compassの詳細については、p.9を参照。

² 本稿では、ハーバード大学教授のマイケル・E・ポーターなどが提唱した社会的な価値と企業にとっての価値を両立させて、企業の事業活動を通じて社会的な課題を解決していくことを目指すCSV (Creating Shared Value: 共通価値の創造) という経営理念に加え、企業の経営戦略に「持続可能性/SDGs」を統合 (計画や戦略に取り入れ、中核的事業として実施) していくことを「本業化する」と定義する。

持続可能な開発目標 (SDGs)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



国連広報センターより引用

目標 1	あらゆる場所で、あらゆる形態の貧困に終止符を打つ
目標 2	飢餓に終止符を打ち、食料の安定確保と栄養状態の改善を達成するとともに、持続可能な農業を推進する
目標 3	あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を推進する
目標 4	すべての人々に包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する
目標 5	ジェンダーの平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメントを図る
目標 6	すべての人々に水と衛生へのアクセスと持続可能な管理を確保する
目標 7	すべての人々に手ごろで信頼でき、持続可能かつ近代的なエネルギーへのアクセスを確保する
目標 8	すべての人々のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワークを推進する
目標 9	レジリエントなインフラを整備し、包摂的で持続可能な産業化を推進するとともに、イノベーションの拡大を図る
目標10	国内および国家間の不平等を是正する
目標11	都市と人間の居住地を包摂的、安全、レジリエントかつ持続可能にする
目標12	持続可能な消費と生産のパターンを確保する
目標13	気候変動とその影響に立ち向かうため、緊急対策を取る
目標14	海洋と海洋資源を持続可能な開発に向けて保全し、持続可能な形で利用する
目標15	陸上生態系の保護、回復および持続可能な利用の推進、森林の持続可能な管理、砂漠化への対処、土地劣化の阻止および逆転、ならびに生物多様性損失の阻止を図る
目標16	持続可能な開発に向けて平和で包摂的な社会を推進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供するとともに、あらゆるレベルにおいて効果的で責任ある包摂的な制度を構築する
目標17	持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

2. 調査の概要

本調査では、SDGsに関する国際動向を把握し、日本国内における産業界のSDGsに関する取組みの現状を明らかにする。このため、まず、SDGsの実施に関する国内外の動向や企業の活動動向に関して、主要な国連会議、UNGCやWBCSDなどの企業ネットワークに関する情報収集、主要レポート等を通じた文献調査を行った。

また、GCNJ会員（計233企業／団体³）を対象に、SDGs目標別の取組み状況と、SDGsに関する取組み上の課題ならびに今後の方向性についてアンケート調査を行い、更に、先進的に取組んでいる国内企業および関係者にヒアリングを行った。調査は、2016年9月2日～21日にWEBアンケートにより実施され、147企業／団体の回答を得た。その結果をレビューし、SDGsに関する取組みを既に開始しており、取組み事例の内容を公開してもよいと回答した

企業37社のうち9社、および、取組みを公開しているがGCNJ非会員企業である1社を含む計10社と、非政府組織（NGOs）、関係省庁、独立行政法人国際協力機構（JICA）など計7団体・省を選定し、2016年12月～2017年2月にかけてヒアリングを実施した。なお、ヒアリング対象企業は、その規模や業種の違いも考慮して選定した。

今回のアンケートに回答したGCNJ会員（以下「会員」と記載）の約8割が大企業に分類され、回答企業の70%が売上高1千億円以上（図1）、71%がグローバル市場で事業展開している（図2）。従って、アンケート調査結果を見るにあたっては、調査対象企業のプロフィールが経済産業省の分類による規模別構成比とは大きく異なっており、中小企業はほとんど含まれていない点に留意して頂きたい。

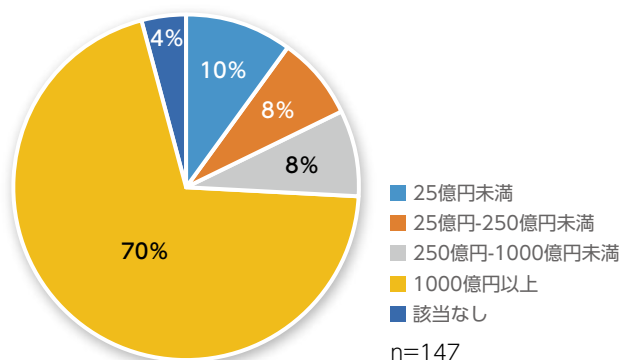


図1：回答企業／団体の売上高

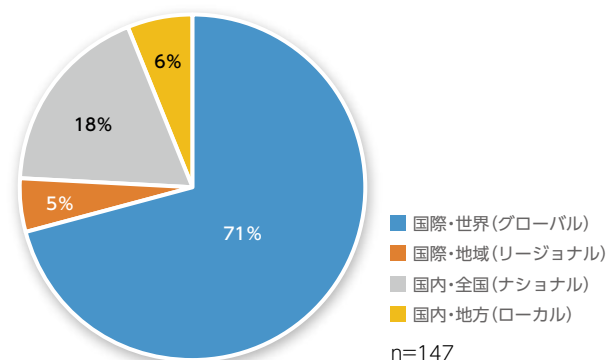


図2：回答企業／団体の市場

³ 2016年9月2日時点のGCNJ会員数。

3. 企業によるSDGsの取組みをめぐる状況

3.1. 国内外のSDGs取組み動向

2015年にはSDGsが合意され、また、2016年にはパリ協定が発効し、既に多くの国で気候変動対策を含めSDGsを国内施策に取り入れる取組みが始まっている。例えば、2016年5月のG7サミットでは、G7諸国がSDGs実施のための協調行動を推進していくことに合意した。また、同年9月のG20杭州サミットでは持続可能な開発のための2030アジェンダやパリ協定を考慮した、革新的で、活力に富み、相互に連結され、包摂的な世界経済の形成を促進していく決意が表明された。多くの国で、SDGsを国家計画に取り入れるための取組みやその責任を担う体制作りが始まり、自治体や企業などのアクターも、SDGsの実現のために動き出している。特に、ビジネスとの関連では、SDGsを踏まえた「国連ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいた企業行動についての議論、グリーン投資やESG（環境・社会・ガバナンス）投資の動き、G20財務相・中央銀行総裁会議で立ち上げられた気候変動関連財務情報開示に関するタスクフォース（TCFD）による勧告、炭素価格付け（カーボンプライシング）の社内導入の動き、再生可能エネルギー（Renewable Energy：RE）の100%導入を推進するRE100イニシアチブ加盟企業⁴の増加など、SDGsに関連する様々な動きが活発化している。

その一方で、2016年には、こうした国際協調に基づく取組みに影響を与え得る出来事があった。2016年6月にはイギリスが欧州連合（EU）を離脱するという国民投票の結果（Brexit）があり、同年11月にはアメリカで大統領選挙が行われトランプ候補が勝利した。これらの背景には、格差が広がる中、移民問題等で排外的な主張を支持する中間層以下の白人労働者の後押しが大きかったとされている。また、アメリカ第一主義をとるトランプ大統領は、国連などを通じた多国間主義に懐疑的であり、人事面では環境保護庁（EPA）長官に地球温暖化懐疑派と目されるスコット・プルイット元オクラホマ州司法長官を任命している。他方で、SDGsは、地球規模の課題の解決において「誰も取り残さない」という理念を掲げており、また、目標8（働きがいがある仕事と経済成長）など国内の課題を重視する部分も多くある。そのため、こうした世界的な政治動向の中で、上述のSDGs推進の動きが、どこまでその取組み強化

に良好な国際環境を作り出すことが出来るかどうか、今後注目される。

国際的な取組み状況

では、国際的にどの程度SDGsの取組みやその進捗を測るプロセスが進んでいるのだろうか。国連は、2030アジェンダの実施の進捗をモニタリングしていく枠組みとして、国連ハイレベル政策フォーラム（HLPF）を設置し、今後もその中心的な役割を果たしていくとしている⁵。

HLPFでは自主的国別レビュー（VNR）が実施され、2017年には、目標1（貧困）、2（飢餓）、3（保健）、5（ジェンダー）、9（インフラ）、14（海洋）についてレビューが行われる予定であり、日本もその対象国となっている。SDGsの指標に関しては、これを議論するための国連SDG指標専門家会合（IAEG-SDGs）が継続的に開催されており、SDGsのグローバル指標と各国がSDGsの進捗を報告するための国別データの扱いなどについて検討が進んでいるが、まだ合意に至っていない。HLPF以外にも、世界の各地でSDGs関連の会合が開催されており、例えば、アジア地域では、2016年11月に国連アジア太平洋経済社会委員会（UNESCAP）主催でSDGs Weekが開催され、SDGsの実現に向けた様々な取組み事例や課題の共有などが行われている。



国レベルでの取組みも、先進国と途上国ともに進んでいる。G7諸国をはじめとする先進国では、2016年5月のG7環境大臣会合や同年7月のHLPFで、それぞれの国がどのように国家計画に組み込んでいるかなどについて報告している。多くのヨーロッパ諸国は、社会・経済・環境の持続可能性を高めることを目指した取組みを1990年代から本

⁴ 自社エネルギー資源を100%再生可能エネルギーに転換することを宣言した企業イニシアチブ。2017年2月時点で、署名企業は87社。http://there100.org/companies

⁵ HLPFは、2012年に開催された国連持続可能な開発会議（リオ+20）の成果文書「我々が求める未来」で持続可能な開発委員会（CSD）に代わる組織として創設された。

格化させており、いち早く既存の国家計画や戦略にSDGsを取り入れている。例えばドイツでは、SDGsが採択されると同時に、既存の持続可能な国家開発戦略 (National Sustainable Development Strategy) をSDGs目標の達成のための柱組みとすることを決め、2017年1月には17のSDGs目標を達成するための具体的な国内施策が示された⁶。同国政府は、地方自治体、産業界、NGOなどのステークホルダーとの対話の場を設けている。また、スイス政府は、いち早く省庁横断のワーキング・グループを設置し、SDGs目標と既存の国内施策とのギャップ分析を実施し、既存の施策以外でさらに行動が必要とされる優先課題を明確化した⁷。

一方、途上国では、ミレニアム開発目標 (MDGs) の経験を基に、SDGsを国内施策に取り入れる取組みが進んでいる。特に、アジアでは、多様なステークホルダーが国内施策への取り入れの検討プロセスに参画する参加型アプローチを採用している国が多い。例えば、昨年のHLPFで取組み状況の報告をしたフィリピンでは、既存の国内施策や目標とSDGs目標・指標とのギャップ分析や優先課題の同定を参加型で行い、また、目標ごとの国内施策の実施状況をモニタリングしていくためのSDGsウェブページを近く立ち上げる予定である⁸。さらに、インドネシアは、大統領のリーダーシップの下、MDGsの取組みを積極的に推進してきたことで知られており、SDGs策定後いち早くMDGs事務局をSDGs事務局へ移行させ、国家中期開発計画2015-2019にSDGsを取り入れ、SDGs国家行動計画およびSDGsロードマップ2016-2030を作成した⁹。国連開発計画 (UNDP) やNGOなどとの協力を得て、地方レベルでのSDGs行動計画の策定も進められている¹⁰。

このように国際的にSDGsを推進していく機運は高まりつつあり、持続可能性に関する業務に従事する開発・環境関係者の間での認知度は高まりつつあると言えるだろう。しかし、民間企業や一般市民の間での認知度はまだ十分とは言えない。また、こういった国際的な議論や取組みが、企業の活動にどのような影響を与えるのかについては、更なる議論が必要である。今後、SDGs目標達成の取組みの実施主体者である様々なステークホルダーの間で、どのようにしてSDGsの認知度をさらに高め、取組みを推進していくかは依然として残された大きな課題である。

日本の取組み状況

日本政府も、2016年5月にSDGsに関わる国内施策の検討を行い、関係行政機関相互の緊密な連携を図り、その実施を総合的に推進するため、安倍総理大臣を長とする「持続可能な開発目標 (SDGs) 推進本部」を内閣に設置した。すべての国務大臣が推進本部のメンバーとなっている。

表1：日本政府のSDGs実施指針における8つの優先課題

①あらゆる人々の活躍の推進
②健康・長寿の達成
③成長市場の創出、地域活性化、科学技術イノベーション
④持続可能で強靱な国土と質の高いインフラの整備
⑤省・再生可能エネルギー、気候変動対策、循環型社会
⑥生物多様性、森林、海洋等の環境の保全
⑦平和と安全・安心社会の実現
⑧SDGs実施推進の体制と手段

SDGs推進本部による「SDGs円卓会議」も2016年9月と11月に開催され、SDGsの実施指針の策定に向けて、政府関係者および市民団体、有識者、企業、国際機関、各種団体などの関係者が出席して意見交換を行い、また、関連のパブリックコメントも実施した。これらのプロセスを経て、12月に「持続可能な開発目標 (SDGs) 実施指針」等が決定された。そこでは、ビジョンとして、「持続可能で強靱、そして誰一人取り残さない、経済、社会、環境の統合的向上が実現された未来への先駆者を目指す」こと、また、実施原則として、①普遍性、②包摂性、③参画型、④統合性、⑤透明性と説明責任、という5つが掲げられている。さらに、日本のSDGs目標の達成に向けた取組み状況の確認および見直しを2019年までを目処に行うことが検討されている。また、8つの優先課題が提案され、それらに関わる具体的施策、関連のSDGsとターゲット等が記載されている。その優先課題では、ビジネスに関わりが深いイノベーション、インフラ、エネルギー等も含まれている。しかし、定量的な指標がすべての項目で提示されているわけではなく、進捗の定量評価をどう行うかは今後の検討課題である¹¹。

府省庁による国内施策の主な例としては、環境省では、SDGsを踏まえた次期の第五次環境基本計画の検討が進められている。また、様々な実施主体による取組みの情報共有を通して、SDGsの推進を図る目的で設置された同省主

⁶ ドイツ連邦環境・自然保護・原子炉安全省 (2017)、<http://www.bmub.bund.de/en/topics/strategy-legislation/sustainability/2030-agenda/>
⁷ スイス外務省、<https://www.eda.admin.ch/agenda2030/en/home/actualite/news.html/content/agenda2030/en/meta/news/2017/2/erste-umsetzungsschritte-schweiz>
⁸ Sustainable Development Knowledge Platform、<https://sustainabledevelopment.un.org/hlpf/2016/philippines>
⁹ インドネシア国家開発計画庁 (BAPPENAS)、[http://www.asia-pacific.undp.org/content/dam/rbap/docs/meetTheSDGs/Opening%20-%20Country%20Reflections%20-%20Indonesia%20\(by%20Mr.%20Jusuf\).pdf](http://www.asia-pacific.undp.org/content/dam/rbap/docs/meetTheSDGs/Opening%20-%20Country%20Reflections%20-%20Indonesia%20(by%20Mr.%20Jusuf).pdf)
¹⁰ United Nations Development Group (2017)、<https://undg.org/indonesia-promoting-inclusive-approaches-to-localize-the-sdgs/>
¹¹ 例えば、SDG8 (経済成長と雇用) に関連する国内施策として、「一億総活躍社会の実現：働き方改革」があり、SDGターゲット8.5 (2030年までに、若者や障害者を含むすべての男性および女性の、完全かつ生産的な雇用および働きがいのある人間らしい仕事、ならびに同一労働同一賃金を達成する)、指標として「日本一億総活躍プラン」に掲げられた指標を挙げている。SDGs実施指針「持続可能な開発目標 (SDGs) を達成するための具体的施策 (付表)」、<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sdgs/dai2/siryou2.pdf>

催のステークホルダーズ会議は、企業等の先進事例を共有する場となっており、2017年も引き続き開催が予定されている。文部科学省は、SDGsの実施指針(付表)の中で、教育の機会均等を図るため、新たな時代に求められる資質・能力を育成する観点から学習指導要領を改訂、実施し、そのために必要となる教員の資質能力の総合的な向上などに取組むこととしている¹²。経済産業省では、国際的な投資家の動きを踏まえ、「持続的成長に向けた長期投資(ESG・無形資産投資)研究会¹³」の中で、ESG投資を推進する上で、投資家側と企業側が有効なダイアログを行うためのガイドンスを検討中である。

地球規模課題への貢献としては、JICAが途上国支援の実施機関として、MDGsの達成に積極的に貢献してきた実績を有するが、2016年9月にはSDGsに取組むためのポジション・ペーパーを発表し、飢餓撲滅や初等教育などのMDGsの取組み支援の文脈のみでなく、エネルギーや気候変動などの新たな課題を含めた10目標を優先課題として選定している¹⁴。また、SDG目標17で、パートナーシップの活性化を通じた開発課題の解決が提唱されている中、JICAは、SDGs目標の達成に貢献するビジネスに取組む民間企業との連携を進めるため、2017年2月に「途上国の課題解決型ビジネス(SDGsビジネス)調査」制度を新設した¹⁵。これは、自社の製品・技術・ノウハウを活用して、SDGsビジネスの形成・展開を検討している日本の民間企業等から提案を募集し、そのための調査を委託するものである。JICAは、途上国の現地の状況・ニーズ・ネットワーク等の情報や、プロジェクトの推進を支援するための技術・ノウハウを蓄積しており、同制度によるビジネス・投資環境の整備を通じて、途上国政府・民間企業とも効果的に協力しながらSDGsの達成に寄与していくことが期待される。

表2：JICAのSDGs優先目標

- | |
|------------|
| ① 飢餓・栄養 |
| ② 健康 |
| ③ 教育 |
| ④ 水・衛生 |
| ⑤ エネルギー |
| ⑥ 経済成長・雇用 |
| ⑦ インフラ・産業 |
| ⑧ 都市 |
| ⑨ 気候変動 |
| ⑩ 森林・生物多様性 |

こうして、日本政府がSDGs推進本部を設置し、実施指針を策定し、関連府省庁が取組みを進めていることは一定の評価に値するが、その実施をどのように推進、加速させ、

進捗をモニタリングしていくか、が今後の課題である。また、2017年1月の国会における総理施政方針演説¹⁶の内容を、SDGsの8つの優先事項との関連性に着目して見ると、「一億総活躍の国づくり(働き方改革、女性の活躍)」など前記の優先課題と合致した項目が数多く見られたものの、優先課題「⑤省・再生可能エネルギー、気候変動対策、循環型社会」、「⑥生物多様性、森林、海洋等の環境の保全」など、環境関連の事項への言及は少なかった。今後は、SDGsの実実施指針にある包括的な国内施策および地球規模課題への貢献について、どの程度政府全体の優先課題として取り入れることができるのか、注視していく必要がある。

SDGsについて、日本の達成目標を具体的に策定することは、企業にとっても今後の方針を決定する上で極めて有益である。企業の取組みを支援するという点では、例えば、SDGsの取組みに関する企業向けセミナーの開催やガイドラインの作成、また、SDGs目標の達成に繋がる活動を本格的に推進している企業を表彰することなどによって、日本企業が活動しやすくなるような環境の整備を支援することも政府・実施機関の重要な役割として期待される。

3.2. 企業によるSDGs取組み状況

海外のビジネスの動きも活発である。UNGC、国連環境計画・金融イニシアチブ(UNEP FI)などの国連機関や国際イニシアチブ、WBCSDなどの企業ネットワーク、また、ユニリーバやイケアなどの先進グローバル企業が特にSDGs実施を積極的に推進している。

国際的な取組みの状況

UNGCやWBCSDを中心に、企業によるSDGsの取組み推進を奨励する様々なイニシアチブを開始しており、SDGs推進のためのガイドラインや事例共有の場が構築されつつある。

現在、国際的に多くの関係者に普及し活用されているのが『SDG Compass』である。SDG Compassには「企業がSDGsを企業経営に組み込むことのメリット」がステップごとに記載され(各ステップについては後述図3参照)、ビジネスチャンスに繋がることが示されている。また、企業のSDGs取組みに関する先進事例の共有やそれらを表彰する場として、UNGC主導による「ローカルSDGsパイオニア・キャンペーン」¹⁷も開始されている。世界で先進的な企業活動の促進に貢献している個人を対象に「パイオニア」賞と称する制度があり、2016年6月のUNGC主催

¹² SDGs実施指針「持続可能な開発目標(SDGs)を達成するための具体的施策(付表)」、p.2.

¹³ 経済産業省「持続的成長に向けた長期投資(ESG・無形資産投資)研究会の設置について」、<http://www.meti.go.jp/press/2016/08/20160822004/20160822004.html>

¹⁴ JICA SDGsポジション・ペーパー「SDGs達成への貢献に向けて：JICAの取組み」(2016年9月12日)、https://www.jica.go.jp/aboutoda/sdgs/ku57pq00001qfok2-att/JICA_torikumi.pdf

¹⁵ JICA プレスリリース「途上国の課題解決型ビジネス(SDGsビジネス)調査」制度を新設(2017年2月)、https://www.jica.go.jp/press/2016/20170217_01.html

¹⁶ 首相官邸、第百九十三回国会における安倍内閣総理大臣施政方針演説(2017年1月20日)、http://www.kantei.go.jp/jp/97_abe/statement2/20170120siseihousin.html

¹⁷ UN Global Compact, "Meet the 2016 Local SDG Pioneers.": <https://www.unglobalcompact.org/sdgs/sdgpioneers/2016>

「リーダーズ・サミット」で、ノボザイズ社代表者など最初の受賞者10名を発表した¹⁸。また、UNGCはKPMGと協働で産業別にSDGsの取組み事例を整理した『SDG Industry Matrix』¹⁹を2016年に発表し、多くの企業が参考になっている。他にも米国国際ビジネス協議会 (USCIB)²⁰や主要ドナー機関の多国間連携グループによるBusiness Call to Action²¹などの事例共有の取組みが始まっている。

さらに、多数の企業グループ、コンサルティング企業やシンクタンクにより、SDGsに関連する調査・データの発表が進んでいる。その中でも国際的に注目を浴びているのが、2017年1月にスイス・ダボスにおいて開催された世界経済フォーラム年次総会(ダボス会議)において、Business and Sustainable Development Commission²²が発表した調査レポート『Better Business Better World』である。同レポートでは、「SDGsが達成されることで、食料と農業、都市、エネルギーと資材、健康と福祉の4分野において、

2030年までに少なくとも12兆ドルの経済価値をもたらされ、最大3億8000万人の雇用が創出される可能性がある」と指摘しており、さらに、SDGsを達成するための新しいビジネスモデルとして、「共有型経済」「リーン生産型サービス²³」「循環型経済」「ビッグデータと機械学習」「新たな社会事業モデル²⁴」の5つの領域があると提言している²⁵。



『SDG Industry Matrix』

SDGs目標の達成に向けた企業活動を支援するツール。食品・飲料・消費財、製造業、金融サービス、および業種横断的な気候変動対策など9つの産業・テーマ別に、SDGsへの取組みに関する事例やガイドラインを提示。企業がUNGCの10原則へ示した既存のコミットメントに基づき作成された。2017年3月には、GCNJとKMPGあざさサステナビリティの共同翻訳で、日本語版(上記3業種と業種横断的な気候変動に関する抜粋版の4編)も発表された。(例)

食品・飲料・消費財：

- 認証スキーム：森林管理協議会 (FSC)、森林認証プログラム (PEFC)、
- 持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO) など。
- グッドプラクティス原則：フェアトレード、持続可能なバイオ燃料に関する円卓会議 (RSB)、レインフォレスト・アライアンスなど。

製造業：

- グッドプラクティス原則・基準など：全米自動車産業境界 (AIAG)、
- 電子業界CSRアライアンス (EICC) など
- パートナシップ・協業：グリーン・インダストリー・プラットフォーム、持続可能な発展のためのセメント産業イニシアチブ (CSI) など。

金融サービス：

- グッドプラクティス原則・イニシアチブ：赤道原則、UNEP FI&持続可能な保険原則 (PSI)、国連提唱の責任投資原則 (PRI)、グリーンボンド原則など。
- パートナシップ・協働：金融環境イニシアチブ、投資リーダーグループ (ILG)、ポートフォリオ脱炭素化連合、金融包摂のためのグローバルパートナーシップなど。



¹⁸ UN Global Compact, "Meet the 2016 Local SDG Pioneers."

¹⁹ SDG Industry Matrix: (英) <https://www.unglobalcompact.org/library/3111> (日) <http://www.ungcnj.org/activities/topics/detail.php?id=204>

²⁰ USCIB Business for 2030: Forging a path for Business in the UN 2030 Development Agenda, <http://www.businessfor2030.org/business-sdgs/>

²¹ Business Call to Action, <http://www.businesscalltoaction.org/>

²² ユニリーバ社CEOポール・ポールマン氏と元国連事務次長マーク・マロー・ブラウン氏によって2016年1月の世界経済フォーラムにおいて発表された委員会。

²³ サービス部門において、リーン生産方式はプロセス管理を徹底して効率化する管理方法であり、作業時間や在庫量の大幅な削減を可能とするが、ヘルスケアなどの重要なサービスにおいても作業効率の改善に活用できる、としている。リーン生産方式は、ポール・ホーケン、L・ハンター・ロビンズ、エイモリ・B・ロビンズ『自然資本の経済 - 「成長の限界」を突破する新産業革命』(2001年)の中で、トヨタ自動車の中核的な生産方式として紹介されている。

²⁴ 社会的・環境的影響を視野に入れたビジネスモデルのことを指す。例えば、ケニアのウェブ・コーディング学校 (Moringa School) とアメリカのコーディング指導者 (Hack Reactor) が協力し、一流のウェブ開発トレーニングを行うことで、高いウェブ開発能力を持つ生徒を育成・特定し、将来有望な人材のプールを行っている

²⁵ Business and Sustainable Development Commission "Better Business, Better World: The report of the Business & Sustainable Development Commission" (2017), <http://report.businesscommission.org/uploads/BetterBiz-BetterWorld.pdf>

また、ESG投資への関心の高まりに伴い、投資家からの関心も高まっている。例えば、運用対象の資産合計が60兆ドルに達し、1500以上の組織が署名している「責任ある投資原則 (PRI)」は、UNEP FIおよびUNGCと協力して、重要なインフラやSDGsの達成のために公共および民間資金投入の可能性を有する画期的な金融商品の開発に取組んでいる。世界銀行とBNPパリバ証券(本部パリ)は、2016年10月に協働で「SDGs Everyone」イニシアチブを立ち上げ、SDGs目標の達成に向けた企業の取組みを支援するための債券を発行している²⁶。これは、投資先企業が短期的な収益のみならず中長期的企業価値を有しているか(本業としてESGを捉えつつ実現している、あるいは実現しようとしている)という観点から、SDGsの達成に貢献している企業への投資がESG投資にも繋がっていくという投資家の考え方が浸透しつつあるということであろう。

国際的に企業グループや投資家がSDGsの推進に動き始めている中、多くの個別企業もSDGsへの取組みを開始している。なかでも、ユニリーバ、エリクソン、タタ・グループなどのグローバル企業は、企業によるSDGsの本業化を牽引する存在となっており、中核的事業とSDGsの具体的な目標を結びつけ、測定可能な目標の開発などにも積極的に取組んでいる。2016年に世界中の986社を対象に実施された、プライス・ウォーター・ハウズ・クーパーズ(PwC)による調査結果²⁷によると、「**71%がSDGsに取組む用意があると回答し、13%が自社ビジネスがSDGsに与える影響を測定するツールを有しており、また、41%が5年以内にSDGsを事業戦略に組み込む予定があると回答した**」とあり、多くの企業が取組みを進めていることが分かる。また、UNGCが世界の5,567人の企業経営陣を対象に実施した調査に関する報告書『Global Opportunity Report 2016』²⁸によると、調査対象企業のCEOのうち、32%がSDGsに精通し、23%が対応を検討していることが紹介された。経営層の認識もまだ32%に留まるが、それ以外

の職員のSDGs認識は更に低く、中間管理職のうち自社のSDGs目標達成計画を認識していたのはわずか5%に過ぎなかった、としている。更に、SDGsに関する各社の情報開示・レポートの状況については、WBCSDの最新報告書(2016年10月)²⁹によると、加盟企業163社のCSR報告書(統合報告書を含む)の中で、54社がSDGsに言及しているとしている。

日本企業の取組み状況

PwCの前記報告書によると、日本企業のSDGsに対する認識は総じて高く、SDGsを知らないと回答した企業は37社中わずか1社(2.7%)であった³⁰。しかし、SDGsに対して特に何も対応していないと回答した企業は(SDGsを認知していない企業も含めて)回答企業の4割近くを占めており、上記のグローバルな取組み状況よりも大きく遅れを取っているとされている³¹。また、日本企業の時価総額上位100社についてCSR報告書(統合報告書を含む)におけるSDGsへの言及の状況を調べた最新報告³²では、100社中38社がSDGsに言及していることが明らかになった。この調査結果から、日本企業のSDGsに対する関心度はWBCSD加盟企業と同程度の水準に達しているものの、全体として見れば、未だ十分と言える状況ではないことがうかがえる。IGESが2016年11月に実施した調査³³では、SDGsに先進的に取組んでいる国内企業数社の年次報告書およびCSRレポートでSDGsのキーワード検索を試みたところ、2015年版と比較して2016年版では圧倒的に言及が増加していたが、一方で年次報告書での言及は冒頭挨拶やCSR活動紹介の一部で触れているケースが多く、未だ全社的に浸透しているとは言い難い状況であった。

このように、日本企業によるSDGsの取組み状況に関しては、様々な調査結果があるが、多くの日本企業を対象とした実態調査はまだ実施されておらず、取組み状況の全体像はまだ明らかにされていない現状にある。

²⁶ World Bank "World Bank Launches Financial Instrument to Expand Funding for Sustainable Development Goals" (2017), <http://treasury.worldbank.org/cmd/htm/World-Bank-Launches-Financial-Instrument-to-Expand-Funding-for-Sustainable-Development.html>

²⁷ PwC (2016) 「ビジネスと持続可能な開発目標 (SDGs) : SDGs実現に向けて企業に何が求められているのか」、<https://www.pwc.com/jp/ja/japan-knowledge/archive/assets/pdf/corporate-sustainability-sdgs1604-2.pdf>

²⁸ DNV GL AS, UNGC and SUSTAINIA "Global Opportunity Report 2016" (2016), <https://www.globalopportunitynetwork.org/the-2016-global-opportunity-report.pdf>

²⁹ WBCSD, "Reporting Matters Communicating on the Sustainable Development Goals WBCSD 2016 REPORT" (2016), <http://www.wbcd.org/Projects/Reporting/Resources/Reporting-Matters-2016>

³⁰ PwC (2016)

³¹ 同上

³² (株)クレアン統合報告支援グループ (2016) 「SDGsの開示状況調査結果」、<http://www.cre-en.jp/library/column/161027/>

³³ 宮澤郁穂、加藤瑞紀、石井哲也 (2016) 「企業報告書から見るSDGs活用の現状と課題～SDGコンパスを軸に」、http://www.iges.or.jp/jp/sdgs/sdgs_update/20161121.html

4. 日本企業による取組みの現状と課題

4.1. 取組みの実態と先進事例

では、SDGsに関する取組みを既に始めている日本企業は、本業化に向けてどのような取組みを行い、どの程度事業レベルでの実施が進んでいるのだろうか。既に多くの企業が活用している『SDG Compass』に示された、5つのステップ(図3)を参考に、先進企業によるSDGsへの取組み状況を見ていく。

図4は、SDG Compassを読んで取組みの参考にしていると回答した99企業・団体について、現在の進捗度を示したものである。半数以上(54%)がまだステップ1「SDGsを理解する」の段階であり、ステップ2「優先課題を決定する」は22%、ステップ3「目標を設定する」やステップ4「経営へ統合する」は10%前後に留まっていることが分かった。では、それぞれのステップにおいて、日本企業のSDGsの認識や取組みにどのような特徴があるのか、ステップ毎に見ていきたい。なお、ここで紹介する各社の事例は、各ステップにおける実施方法のなかでも、特に例示するにふさわしい特徴的な取組みを抜粋したものである。

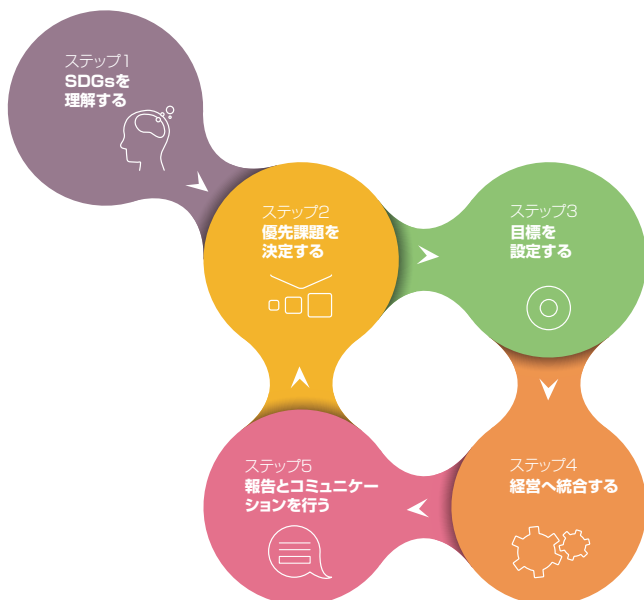


図3：SDG Compassに示された5つのステップ³⁴

出典：『SDG Compass』日本語版(2016), p.5

Q：(SDG Compassを読んで取組みの参考にしている方へ)
現在の進捗はどのステップですか？

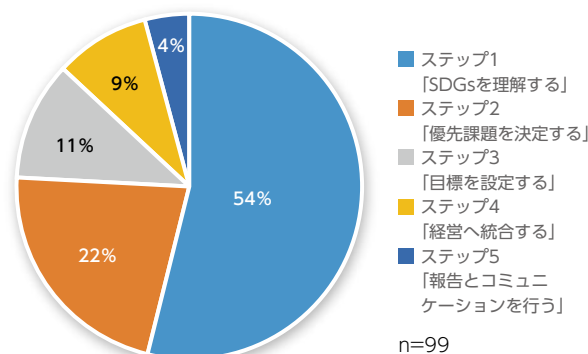


図4：SDG Compassにおける進捗状況
(SDG Compassを参考にしている企業/団体のみ回答)

4.1.1. ステップ1：SDGsを理解する ～SDGsの意義とは何か～

SDGsの認知度を経年で比較すると2015年から2016年にかけて、「主にCSR担当に定着している」が61%から84%に顕著な増加を示している(図5)。これは、2015年9月の国連総会でのSDGs採択後、CSR部門での取組みが進化した結果と考えられる。また経営陣の認知度も8%増加している。さらに、2016年は「関連会社などステークホルダーにも定着している」という回答が少ないながらも、初めて見られたことから認知度向上の働きかけ先がより広範囲になっていることがわかる。一方、企業のCSR担当部門が最初に直面する壁が中間管理層であるが、その中間管理職の認知度が4%～5%に低迷していることはSDGsを推進していく上で大きな課題であると言える。

CSR担当者の認知度は84%に達する一方、経営層の認知度は未だに28%に留まる。

³⁴ SDG Compass, p. 5, http://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/04/SDG_Compass_Japanese.pdf

SDGs目標の達成に向けて企業の果たす役割への期待が高いが、それでは実際に企業はSDGsをどのように認識しているのだろうか。図6はGCNJ会員と非会員³⁵の回答結果である。GCNJ会員はSDGsへの取組みの推進を「持続可能性に関わる企業価値の向上」ととらえている回答が最も多く(79%)、これに「ステークホルダーとの関係強化」(57%)、「新たなビジネスチャンス」(57%)が続き、非会員の回答と比べ顕著に多い。これは、GCNJ会員は国連GCの10原則にコミットした企業・団体であり、GCNJによる普及活動等の努力もあり、SDGsが企業価値の向上に繋がると考えている企業が多いことを如実に示している。これまでCSRはリスク対応の側面から語られることが多かっただけに、SDGsが企業にとって取組みのインセンティブとなっていることがうかがえる。

Q：貴社・貴団体でのSDGs認知度について、あてはまる状況を選択して下さい(複数選択)

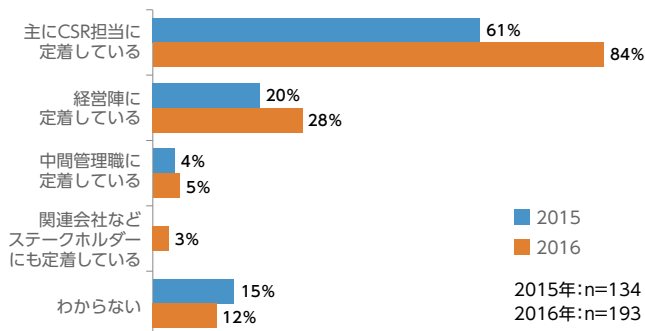


図5：組織における認知度(2015年vs2016年)

Q：貴社・団体内では、SDGsをどのように認識していますか？

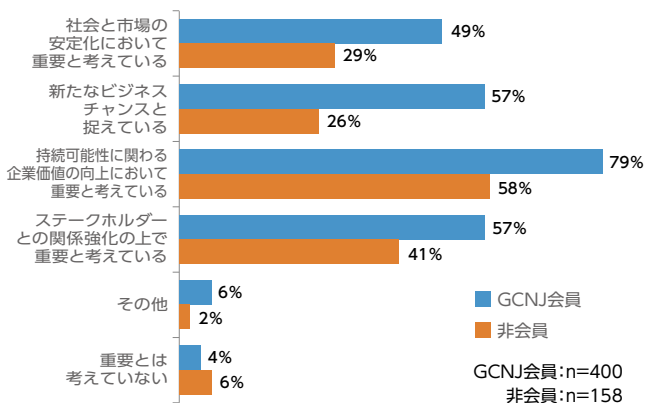


図6：SDGsの認識

4.1.2. ステップ2：優先課題を決定する～既存の経営理念・事業とマッピング～

SDGsを理解し、取組むことを決意した経営者やCSR担当者は、次のステップとして既存の経営理念や事業と17目標の整合性やギャップを見るためのマッピングを行っている。多くの企業に見られるのが、SDGsを全く新しい概念として捉えるのではなく、既にある企業理念を後押しするいわば国際規範として捉え、既存事業にもその理念を当てはめていく、というアプローチである。

SDGsは17の目標と169のターゲットから構成され、きわめて広範な社会課題解決を目指すイニシアチブであり、様々な課題に総合的に対応することが求められている。2016年9月の時点で、日本企業の多くが、主要な優先課題として気候変動(目標13)、エネルギー(目標7)、持続可能な消費と生産(目標12)など、日本国内の課題に関連が深い目標を挙げている。バリューチェーンも含め最も影響を与える課題として、2015年5位だった目標13(気候変動へのアクション)が2016年は1位に選ばれた(p11表3)。これは2015年アンケート実施後の12月にCOP21で「パリ協定」が正式に採択された影響が大きいと考えられる。また、目標8(働きがいのある仕事と経済成長)が5位に浮上したことにも、昨今の官民挙げての「働き方改革」に通じる企業側の意識の変化が感じられる。

日本企業の優先課題トップ3は、気候変動、エネルギー、持続可能な消費と生産(SCP)目標。

回答数の多かった上位11業種でインパクトが最も大きいとされた目標上位3つを示したのが次頁の表4である。興味深いことに、全体では1位となった目標13が必ずしも業種別の上位3目標に入っているわけではなく、例えば、電気機器の1位が目標3(健康と福祉)、建設業の1位が目標11(都市・街づくり)であるなど、業種別の事業領域の違いによって特徴が出て見られる。SDG Compassのステップ2「優先課題を決定する」にあるように、バリューチェーンを通してSDGsのリスクと機会の影響領域を特定し、SDGsに取組むための優先課題とそれに紐づく既存事業を決定している企業が多いようだ。

³⁵ GCNJ非会員のデータについては、協力団体である企業活力研究会が実施したアンケート調査結果をとりまとめた「社会課題(SDGs等)解決に向けた取組みと国際機関・政府・産業界の連携のあり方に関する調査研究報告書」を基に、執筆者が比較を行った。

なお、目標14(海洋資源の保全)、目標15(生物多様性の保全)、目標16(平和と公正)、また、目標17(パートナーシップ)などの重要課題が多くアンケート対象企業の優

先課題として挙げられていない、ということは留意すべき点である。

表3：経済・環境・社会的インパクトが最も大きい目標(複数回答可)

Q：SDGs各目標について、貴社・貴団体(バリューチェーンも含む)の事業が及ぼす経済・環境・社会面への影響を教えてください

順位	2015年		2016年	
	SDG目標	回答数	SDG目標	回答数
1位	目標9	61	目標13	66
2位	目標3	54	目標7	62
3位	目標12	53	目標12	60
4位	目標7	51	目標9	52
5位	目標13	44	目標8	49

表4：上位11業種における経済・環境・社会的インパクトが最も大きい目標(複数回答可)

	TOP 11	電気機器 (23)	サービス業 (17)	化学(13)	卸売業・小売業 (11)	その他製品 (8)	金融・保険 (8)	機械 (7)	食料品 (6)	建設業 (5)	情報・通信業 (5)	ガラス・土石製品 (5)
1位	目標	3 (10)	9 (6)	13 (9)	7 (5)	8 (4)	4 (4)	9 (5)	6 (3)	11 (5)	3 (3)	13 (3)
2位	目標	7 (9)	12 (6)	12 (8)	8 (5)	7 (3)	5 (4)	7 (4)	3 (2)	13 (5)	4 (3)	6 (2)
3位	目標	9 (9)	3 (5)	3 (7)	9 (5)	12 (3)	7 (4)	3 (3)	12 (2)	7 (4)	7 (3)	7 (2)

注：()内は回答社数。回答数が同数の場合は、SDG目標の順に記載。業種の区別はGCNJの定義による。

ケーススタディ1

「水と衛生」事業を主要課題に ～LIXILの事例から～

LIXILは、2011年の統合を契機に新しい経営層の意向および海外統合企業の影響などを考慮して、人権やサプライチェーン管理も含めたグローバルな視点を取り入れた事業展開を進めている。SDGsへの取組みについては、LIXILの主要事業である「水と衛生」を優先課題に絞り、既存の社会事業であった、少量の水を注ぐと排水口の弁が開閉する節水型簡易式トイレ「SATO(サトー：Safe Toilet/安全なトイレ)」の事業化を目指して、専門部署「Social Toilet部」を新設した。SATOの事業化を通して、寄付ではなくSDGsビジネスとしての展開を進めている、という。

SATOの事業化に取組む様子



4.1.3. ステップ3：目標を設定する ～目標範囲を設定し、KPIを選択～

既存事業との関連性についてマッピングを行い、自社のマテリアリティが定まり次第、目標を設定することがPDCA (Plan-Do-Check-Act) サイクルを回していくための土台となる。図7では、SDGsの事業計画への組み入れ状況を示している。短期(年次、1-2年)・中期(3-5年)計画に組み入れている企業はそれぞれ、26%、33%とある一定程度あるものの、2030年までや長期(5-10年)の取組みを計画は10%以下に留まる。また、「わからない」と回答した企業も26%あり、事業計画への組み入れやその中での具体的な事業目標の設定の進捗状況にはまだばらつきがあることが分かる。しかし、一部の先進的な日本企業は、既に自社の優先事業とSDG個別目標を紐付け、KPI(重要業績評価指標)の設定を検討しており、その結果を近々公表する予定、もしくは、既にCSR報告書の中で公表している企業もある。

Q：今後のSDGsの取組みについて、どういった計画がありますか？

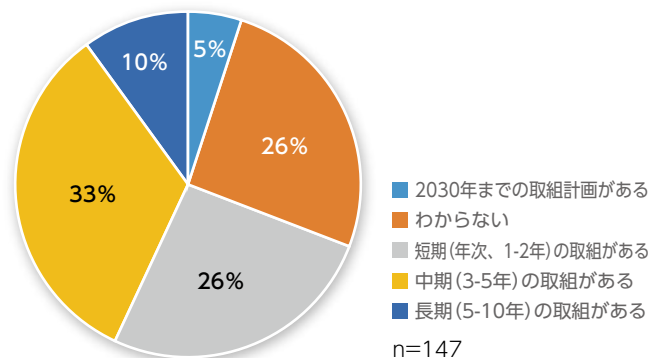


図7：中長期計画での取組み状況（複数回答）

ケーススタディ2

KPIにSDGsをどう紐付ける？ ～SOMPOホールディングスの事例から³⁶～

2016年4月、SDGsやパリ協定策定などの国際動向をふまえて、自社の「グループCSR重点課題」の選定を、以下の4つのステップに基づいて実施した、としている。

- ステップ1：各種ガイドラインなどによる分析
- ステップ2：マルチステークホルダーとのダイアログ
- ステップ3：グループ内エンゲージメント
- ステップ4：項目の決定・取組み推進

防災・減災、健康・福祉、地球環境問題、より良いコミュニティ・社会づくり、ダイバーシティの推進・啓発など、新たな重点課題に即したグループCSR-KPI(例えば、女性管理職比率の2016年度目標として「2020年度末30%に向けた取組みの実施」)を策定し、PDCAを通じた取組みを推進し、パフォーマンスの向上を目指している。また、2016年度から「安心・安全・健康」をテーマとするサービス産業への構造転換を目指す新中期経営計画を開始している。



「グループCSR推進本部」でのSDGs講演の様子



SDGs研修会の様子

³⁶ SOMPOホールディングス、CSRコミュニケーションレポート2016、<http://www.sompo-hd.com/~media/hd/files/csr/communications/pdf/2016/report2016.pdf>

4.1.4. ステップ4：経営へ統合する ～SDGsを企業に定着させる～

SDGsを企業に定着させるために、各社の取組み状況を示したのが図8である。まずはSDGs推進担当者が、研修や社報等で社内への浸透を図る取組みを行っていることがわかる。同時に、トップメッセージの発信も重要視している。一方で、SDGsに取組むための専任組織を立ち上げている企業はわずか1%、何も取組んでいないという企業も20%と多いことは留意すべきである。図8から読み取れることは、日本企業の特徴として、SDGsをまずは企業内の担当者が理解し、ボトムアップ型で社内浸透を図る取組みを行っているということである。経営陣の認知度が高まり、PDCAサイクルを回していく実施プロセス・体制がトップダウンで構築されて初めて、CSR担当者や経営陣以外の中間管理職、また、関連会社などのステークホルダーに普及していく、ということだろう。

Q：貴社・団体内でのSDGsの認知度向上のために、どのような活動をしていますか？

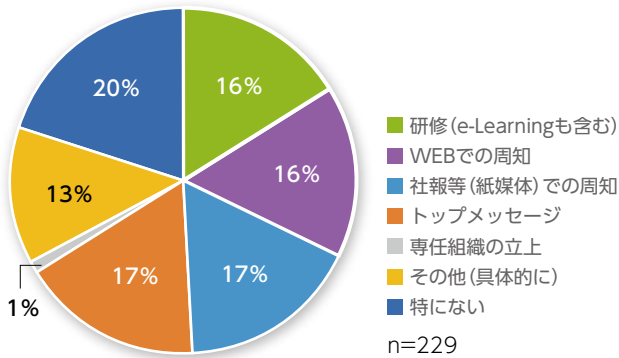


図8：SDGsを企業に定着させるための取組み状況
(複数回答可)

では、ヒアリングを実施した先進企業は、SDGsを企業に定着させ、経営に統合するにあたり、こういった取組みを行っているのだろうか。その特徴として、トップダウン型とボトムアップ型の2つに分類できる。また、実施面ではパートナーシップの存在も不可欠である。

表5：SDGsの社内展開に関する取組みの特徴

タイプ	特徴
トップ ダウン型	<ul style="list-style-type: none"> 国際動向に敏感なリーダー(主にCSR担当役員)の存在 トップ・経営層自らSDGsへのコミットメントを発信
ボトム アップ型	<ul style="list-style-type: none"> CSR・環境部門担当部が主導してSDGsに関する社内啓発を実施 途上国の現場の事業担当による強力な声が波及

①トップダウン型：

多くの先進企業が取組みを先駆的に始めることができた背景として、トップダウン型アプローチも有効な方法である。ヒアリングを実施した企業の中には、トップおよび経営層の深い理解と強いコミットメントが存在しており、また、SDGsを既存事業の単なる棚卸しツールとして利用するのではなく、SDGsを活用して企業理念を再確認することで、経営層からの理解獲得に繋ぐことができたという事例が多数みられた。

また、国際動向に敏感なリーダーの存在も重要である。MDGsの目標達成に向けた取組みの実施など既にトップの強いコミットメントがあったサラヤ株式会社や味の素株式会社などに見られる傾向として、トップもしくはCSR担当役員の海外での事業・経営経験の有無が一つの重要な要素となっていた。持続可能性をビジネスとして捉える海外の動きに触れたことで、より積極的に自社においても取組みを進めているケースが多数あった。マネジメントの体制としては、オーナー企業の場合は、トップの積極的な意欲があれば比較的体制が作りやすい傾向もあったが、非オーナー企業でさらに大企業であればある程、主管する役員の国際動向に関する感度によってSDGs実施活動が左右され易いという傾向もあった。サラヤ株式会社や後述の住友化学株式会社の事例からも明らかのように、トップ自らがコミットメントを自分の言葉で広く発信していくことは、対投資家および対社員にとって、極めて重要となっている。また、経営層の理解を深めるアプローチとして、SOMPOホールディングスをはじめとした多くの企業では、グループ会社を横断する「グループCSR推進本部」の会合や執行役員以上の全役員を対象としたSDGs勉強会を開催している。また同時に、グループ報や既存の社内ポータルサイトなどを活用して国内外社員へのSDGsおよび自社の活動の浸透を実践している。サラヤ株式会社では、トップ自らが国際会議に参加した感想や、そこで得た国際動向や自社事業との関連性などを伝える取組みを実践している。

ケーススタディ3

サステナビリティ(持続可能性)の取組み～オムロンの事例から～

国際社会における持続可能な社会づくりの高まりを受け、CSR部が主導して、全社のサステナビリティ機能の強化・推進の取組みを進めている。自社の中期経営計画にSDGsを組み込むことを決断し、健康医療機器・サービスや制御機器・FA(ファクトリーオートメーション)システムなどの中核事業を通じて重点的に取組む社会課題を明確にした。そしてSDGsを社会とのコミュニケーション・ツールとして有効に活用し、オムロンが事業を通じてグローバルな社会的課題を解決している姿を訴求している。同時にステークホルダーから要請される重要課題も明確化し、積極的にPDCAを回す仕組みを構築し経営基盤の強化を図っている。持続可能性に関する全社の取組みを、SDGsと紐づけてステークホルダーに戦略的に発信することで、持続的な企業価値向上を目指す、としている。



健康医療機器・サービス
(正確で簡単に自分の健康状態を知るための家庭医療機器や健康管理サービス、医療機関向け検査装置などを世界中に提供)



制御機器・FAシステム
(世界中の製造の品質・安全・環境に貢献するものづくりの革新を支えている)

ケーススタディ4

まさにビジネスチャンス！～サラヤの事例から～

SDGsに取組むことを新たなビジネスチャンスとして、マーケティングにSDGsを活用している。MDGsの目標達成に向けた取組みを実施した時から本業を通じた社会課題の解決に取り組んでおり、そうした経験を通じて培ってきたノウハウやネットワークを活用して、引き続きSDGsに取組む。具体的には、自社の主力商品であるヤシノミ洗剤と社会課題(森林保全、衛生向上)を結び付けたマーケティング(コーズマーケティング*)手法を採用し、「衛生のサラヤ」としての商品および企業ブランディングを実践している。その結果、主力商品の売り上げの向上とインベスター・リレーションズ(IR)への高い外部評価獲得(日本政策投資銀行・SMBCより2度にわたり環境格付けを獲得)へと繋がった、としている。また一方で、パーム油や森林保全に対する強い世論を受けた不買運動対策というリスク管理も同社の取組みを後押しした要因であったようだ。

*コーズマーケティング：特定の商品・サービスの購入が寄付などを通じて環境保護や社会貢献に結びつくことを消費者に訴求することで、商品・サービスの販売促進、製品ブランドや企業のイメージアップを狙う手法のこと。



更家社長



ウガンダプロジェクトの様子

②ボトムアップ型：

ボトムアップ型アプローチとしては、SDGsと事業の紐付けを各社員が考えを出しあい、アイデア投票を行うシステムを構築するアプローチや、社内昇格試験の社内常識問題にSDGsを活用するなど、広く社内への浸透を図ってい

る事例などがある。このように、社員一人一人のオーナーシップややる気の向上が、社内浸透を促進する上で重要となっている。また、途上国の現場担当の強力な声によって、経営層や社員にSDGsの理解が進んだ例もある。

ケーススタディ5

社員自らが考えるSDGsがツリーに～住友化学の事例から³⁷～

持続可能な社会の構築に向けた諸課題を、化学の力で解決する“Solution Provider”として積極的に貢献すべく、SDGsの目標達成に向けた取組みとして、2つのプロジェクトを開始した。1つ目は、持続可能性への貢献を「見える化」し、社員の意識向上を図るために、温暖化対策、環境負荷低減などSDGsに貢献する同社の製品や技術を、社内に認定委員会を設置し、“Sumika Sustainable Solutions”として認定し、その開発や普及を推進している。例えば、リチウムイオン二次電池用セパレータ「ペルヴィオ[®]」は、「目標7（エネルギー）、13（気候変動）」に該当する製品として認定した。



Sumika Sustainable Solutions認定製品のリチウムイオン二次電池用セパレータ

2つ目は、グローバルプロジェクト「サステナブルツリー」である。全グループ会社の役職員を対象とし、「将来に希望が持てる社会を実現するために、社員自らが仕事や生活において何ができるか」を専用WEBサイトに投稿する取組みである。SDGs 17目標の中から、各人がテーマを選び投稿する企画を、2016年6～10月に実施し、6,005件の応募があった。社員一人一人が考えを出し合ったものを経営層に届けること、また、各々が自ら考えることを推進することにより、これらのプロジェクトへの社員のオーナーシップの強化にも繋がったという。



ケーススタディ6

現場の声で開眼～伊藤忠オーガニックコーヒーの事例から³⁸～

同社の中米でのコーヒー事業を担当している現地法人では、自社所有地に展示農場を作り農法指導、レインフォレスト・アライアンスのコーヒー農園認証取得の支援、基準を満たした豆のプレミアムをつけた仕入れ、有機肥料の配布等を組み合わせて、農家の自立と品質の高いコーヒー生産を両立させる取組みを行っている。この取組みの一環で、この現地法人の社長が、元々現地に根ざした活動を行っていた日本人に農民支援の相談を行ったところ、その日本人が農民と一体となった生活改善のための活動プランを以前から温めていることが明らかになった。そこで、同社長から「うちの会社と一緒に夢を叶えよう」と協力することが提案され、その日本人は転職して担当することになったそうだ。このように、現地に根ざした人材のコミットメントも課題の抽出、そして経営層の理解を得るうえで重要な要素であると言える。



中米コーヒー事業活動の様子

³⁷ 住友化学CSRレポート2016、https://www.sumitomo-chem.co.jp/csr/report/docs/csr_report2016.pdf

³⁸ 伊藤忠商事「サプライチェーン・ルポーターズ第2回『中米のコーヒー』」、https://www.itochu.co.jp/ja/csr/supply_chain/reportage/back_number2.html

パートナーシップに取組む

SDG Compassでは、2014年に実施されたある調査によれば、調査対象となった3万8,000人の企業の役員・管理職およびオピニオンリーダーのうち90%が、持続可能性の課題については企業単独では効果的に対処することはできないと回答したと紹介されている³⁹。

一部では、SDGsへの企業の取組みは良いとこどり(チェリーピッキング)しているだけだという指摘もある中、企業のパートナーとの協力への期待が増大している。図9は企業が重要だと考えるパートナーを挙げている。昨年度からの大きな違いは、「自社」で取組むという回答が大幅に減った反面、「顧客」「取引先」「消費者」「株主・投資家」という回答が急増している点である。また、

「NGO/NPO」という回答の割合も依然として高い。株主・投資家が今年度初めて登場した背景には、ESGという責任あるビジネスのあり方が注目されているという事実に加え、CSRと経営の統合を果たし、企業価値の向上を希求するCSR担当部門からの株主・投資家へのラブコールとも解釈できよう。また、「顧客」や「取引先」を挙げていることについては、製品やサービスのライフサイクルを考慮する上で、バリューチェーンへの対応を重視しているということであろう。一方で、政府・自治体・公的機関は依然最も重要なパートナーとして回答されており、主に社会的認知度を高める上でなおも政府への期待の高さがうかがえる。

海外展開が加速している日本企業も、バリューチェーン内の企業、各業界のリーダー、そして行政や市民社会組織など、多様なステークホルダーとの連携を積極的に進めている。ヒアリングを行った企業でも、味の素・サラヤ・シスメックス・LIXILなど途上国での取組みを積極的に進める企業の多くが、JICA民間支援・BOP (Bottom of the

重要パートナーとして、行政以外にも顧客、取引先、NGO/NPOの割合が急増。SDGsへの取組みに実際に動き出したことがうかがえる。

Q：自社でSDGsを推進するために重要なパートナーはどこだと考えますか？（複数選択）

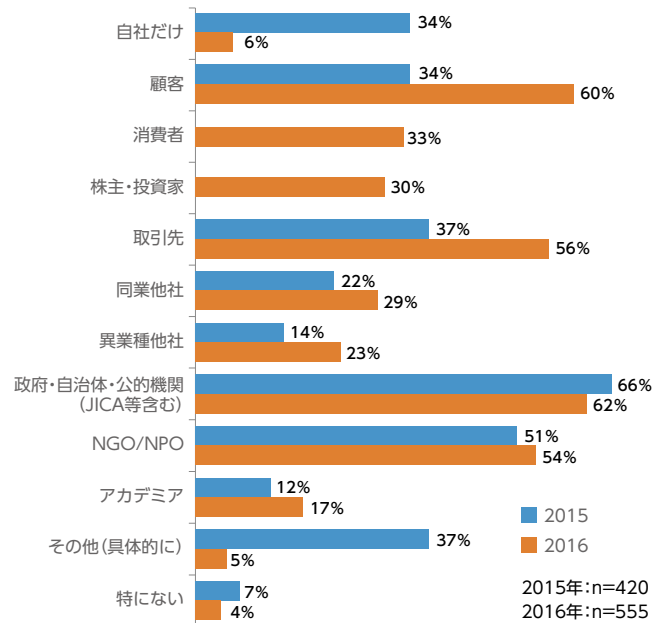


図9：SDGs推進における重要なパートナー

Pyramid) ビジネス⁴⁰支援や米国国際開発庁 (USAID) などの国際援助機関から支援を受けていた。金額は大きくないが、外部機関から支援を受けることで、プロジェクトおよび企業の価値向上にも繋がっていると考えられている。企業にとっては社会貢献分野での長年のノウハウを有するNGOや国際援助機関との連携は大変有用であり、一方で寄付文化が社会にあまり根付いていない日本においては、NGOにとっても企業との連携は、その認知度向上や資金面から不可欠と考えられている。JICAは、こうしたSDGsの目標達成に向けて社会が取組みを進めている中、JICA自身もしくは政府開発援助 (ODA) の質的向上に繋がり得るという認識の下、民間企業との連携が不可欠であるとして、SDGsを共通言語とした民間支援スキームも開始した。また、企業が実際のプロジェクトを計画する段階においては、JICAやNGOから現地のネットワークに強く信頼の置ける現地のコンサルタント企業やNGOの紹介を受けるなど、JICAやNGOがいわば橋渡しの役割も担っている。このように、様々なステークホルダーとの連携を通し、プロジェクトの成功、そしてさらなる機会・繋がりへと広がっていくのである。

³⁹ SDG Compass, p.15.

⁴⁰ 米ミシガン大学のプラハラード教授らが提唱したとされる概念で、世界の所得階層別の人口分布をピラミッドに見立て、その底辺層を対象とするビジネスのことを指す。

ケーススタディ7

パートナーシップの効果的活用～イオンの事例から⁴¹～

海洋管理協議会 (MSC: Marine Stewardship Council)、水産養殖管理協議会 (ASC: Aquaculture Stewardship Council) や森林管理協議会 (FSC: Forest Stewardship Council) などが運用する国際的に合意された認証制度を最大限活用し、商品の企業価値の拡大に繋げている。

また、最も重要なパートナーは顧客と考え、イオンがこれまで取組んできた活動を顧客にわかりやすく伝えて顧客と新しい関係を築くことで、真のCSV (共通価値の創造) に繋がると考えており、「お客さまとともに」パートナーシップを推進している。例えば、次世代の人材育成事業として「イオンチアーズクラブの活動の推進」を行っており、小学1年生から中学3年生までの子どもたちを対象に、環境学習や体験の場を提供している。イオン各店舗の近隣に住む子どもたちが月に1回程度集まり、店舗の従業員のサポートにより「環境」に関する様々な活動に取り組んでいる。グループの成長に伴う事業のグローバル化を踏まえ、日本だけでなくアジアでの持続可能な社会実現に貢献していく必要性に直面しているという背景からも、アジアの消費者向けにこういった活動を行い、多様なステークホルダーとの対話・協働を通し、プライオリティをつけて取組んでいくことが必要と考えているという。



イオンチアーズクラブの活動の様子



トップバリュ グリーンアイ MSC認証塩紅鮭



⁴¹ イオン環境・社会報告書2016、https://www.aeon.info/export/sites/default/common/images/environment/report/2016pdf/16_data_a4.pdf

4.1.5. ステップ5： 報告とコミュニケーションを行う

世界的なESG投資の潮流や、TCFDによる気候変動対策の開示に関する勧告（2016年12月）など、持続可能性に関わる活動の開示を非財務情報だけでなく財務情報でも開示すべきという主流化の動きが加速している。SDG Compassにも、「各企業の報告とコミュニケーションをSDGsに連動させることは、SDGsが定める期待の文脈の中で達成度を検討することであり、また、開示内容をSDGsの言葉に連動させてステークホルダー間に共通の対話の実現を図ることである。」とある。こうした背景もあり、SDGsを連動させた情報開示は、投資家対応と顧客を含めたあらゆるステークホルダーとの対話という双方の面で、重要な鍵となる。

その事例として、SOMPOホールディングスではCSRコミュニケーションレポートにおいてSDG Compassを最大限に活用し、Compassの行動指針と照らし合わせながら、CSR重点課題の見直しやCSR-KPI策定などの社内の経緯なども効果的に示している。また株式会社伊藤園では統合報告に加え、「サステナビリティレポート」のすべてのページにおいて、企業として取り組み得るSDGsの活用形態を網羅的に示している。同レポートでは、SDGsが有する国内・国外を含めた適用可能な普遍性（ユニバーサリティ）を踏まえ、国内課題への対処や今後の海外展開の強化に向けて、他企業も参考にできるような、SDGsと事業との関連性を効果的に示している。また、同社はフォーチュン誌などのランキング制度や外部評価を紹介して、社内外への発信で企業価値向上、社員の意欲向上、さらには優秀な人材獲得を図っている。

ケーススタディ8

SDGs参照でCSR/CSV経営の強化～伊藤園の事例から⁴²～

同社では、SDGs、ISO26000、GRI等の多岐にわたる国際規範やCSVの考え方を整理し、サステナビリティ新時代におけるCSR/CSV経営のあり方を分かりやすく説明している。まずISO26000の7つの中核課題に対しSDGsの各目標を紐付け、GRIの関係性も考慮して統合的に整理した。

SDGsへの貢献を統合報告書で示した上で、その分冊としてSDGsに特化したサステナビリティレポートを発表し（英訳版あり）、SDGsと事業との関連、SDGsとCSR/CSV活動体系の関連、および同社の特色である「茶畑から茶殻まで」の一貫したバリューチェーンにおける各事業へのSDGsのマッピングを行ったことに特色がある。国内事業とSDGsの関連性を効果的に示すことにより、SDGsの有する国内外に適用可能な普遍性（ユニバーサリティ）が的確に反映され、海外事業比率の高低にかかわらずすべての企業が参考にできるものとなっている。また、2016年9月1日号のフォーチュン誌「世界を変える企業50社（The Fortune 2016 Change The World List）」ランキングで18位になったことなど外部評価も紹介しているほか、ESGにも配慮した整理は最近高まっている投資家のESG評価への対応にも繋がっている。



大分・杵築茶園



バリューチェーン

伊藤園のSDGs参照によるCSR/CSV経営推進の主軸として、本業を活用して社会との共有価値を創造する活動に焦点を当て、CSVを実践するだけでなく、こうした取組みを国内外に発信していく「発信力の強化」にも特色がある。発信力の強化を通じ、企業価値向上、コーポレート・ブランディング、社員の意欲向上、さらには優秀な人材獲得に繋がっている。ヒアリングでは、同社の取組みについて「分かりやすく言えば、近江商人の経営哲学である『三方よし（売り手よし、買い手よし、世間よし）』だが、これ並ぶ経営哲学である『陰徳善事』ではグローバルに伝わらないので、的確に発信する『発信型三方よし』と理解すべき」との説明があった。

伊藤園グループのCSR/CSVとSDGs



⁴² 伊藤園CSR報告書2016、<https://www.itoen.co.jp/csr/report/>

ケーススタディ9

SDGsを共通言語として発信力の強化を
～味の素の事例から～

MDGsの目標達成への取組みの経験を活かしてSDGsにも取り組む。2009年より3つの社会課題に事業を通じて貢献することを標榜し、その取組みをSDGsに紐付け、社会との共通言語としてコミュニケーションを推進している。更に中期経営計画では、Ajinomoto Group Shared Value (ASV) を計画の中心に据え、サプライヤーから消費者までのバリューチェーン全体でSDGsの社会課題への取組みを進めることとしている。SDGsはリスク管理用のチェックリストとして活用できると同時に、企業価値の向上へと繋がり、その結果企業の競争力を高め、また、優秀な人材獲得にも繋がるという認識である。

ヒアリングを行った担当者は、「欧米の競合他社が国連との連携やサステナビリティへの取組みなどを通じ企業価値を上げている中、もはやSDGsは競争力を保つために取組まなければならないものであると実感している」と強調した。また、同社のSDGsへの取組みは、前述に紹介したSDG Industry Matrixの「食品・飲料・消費財」マトリックスの中で、唯一日本企業から掲載された事例である。



Planエリアでの健康診断風景



ガーナプロジェクト



USAID、JICAとの覚書締結

4.2. 日本企業が直面する取組みの課題

これまで、企業がSDGs目標の達成に向け、取組みを強化しているのを見てきたが、依然として課題も残っている。そこで、企業がこうしたSDGsへの取組みを推進する上で、どのような課題に直面しているのかについて調査した結果を示したものが図10である。日本企業の63%が直面する課題として、「社会的な認知度が高まっていない」ことを挙げていることが分かる。また、社内の理解度が低いという課題は相変わらず残るものの、「リソースの不足」や「政府の方針、関与が希薄」という回答が新たにみられる。前者は取組みを具体的に検討していることの裏返しであり、後者は企業単体で行動することの限界を示していると言える。

**日本企業の
63%が直面する
課題として、
「社会的な認知
度が高まってい
ない」ことを
挙げた。**

Q：SDGsに取組む場合にどのようなことが課題となっていますか？
(複数選択)

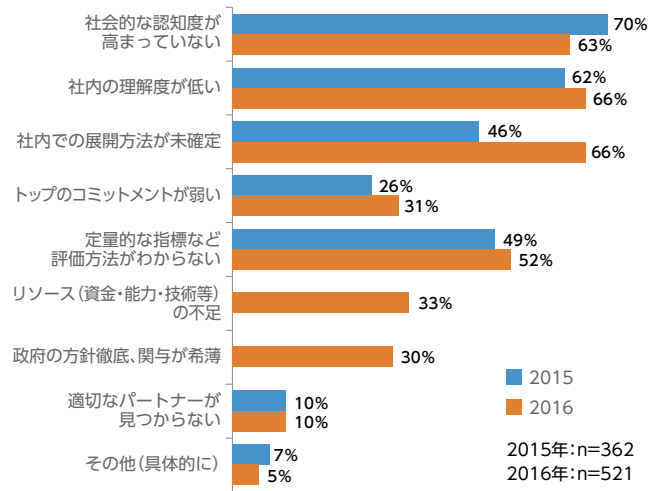


図10：SDGs推進における課題

特に、先進的な取組みを実施しているヒアリング対象企業からも、SDGsの意義をどう伝えたらよいのか、経営層や社内報等で社員への説明の仕方が難しい、という課題が多く挙げられた。その一つの要因として、MDGsの延長として捉えられることもあり、SDGsに関しても国際開発の文脈で伝えられることが多いため、日本国内での課題解決も含めた国際目標であるということが正しく伝わっていない

い、との声があった。また、日本政府の実施指針に対して、企業として何をしたら貢献となるのかがわからない、日本企業が参画できるような実施体制や企業の活動を後押しする方針について可視化してほしい、という意見も多かった。そうすることで、CSR担当者が、SDGsへ取組むことの意義やメリットを経営層や社員に対して説明がしやすくなる、というものであった。

さらに明らかになった点として、**国内における情報の地域格差**が挙げられる。SDGsの推進にはトップのコミットメントが鍵となることは昨年の調査から引き続いて言えることであるが、今回の調査で浮かび上がった興味深い点として、トップの理解もありSDGsの推進というモチベーションが比較的高いと考えられるGCNJ会員の中でも、実際のところ、取組みの差が地域により生じていることがわかった。図11は首都圏（東京・神奈川・埼玉・千葉）と首都圏以外の地域に分けて、SDGsに関連した今後の取組み状況を比較した結果である。首都圏の回答は「中期の取組みがある」企業が多い（37%）が、首都圏以外は「わからない」という回答が35%と目立つ。首都圏以外ではSDGsを中長期的な経営計画へ組み込むといったアクションにタイムラグが見られる結果となった。SDGsに関連するセミナーやシンポジウムが東京を中心に数多く開催されている現状では、情報量にも大きな差があると考えられ、今後首都圏以外でもSDGsに関する認知度を高め、実践を促す仕掛けや場を作ることが望まれるところである。

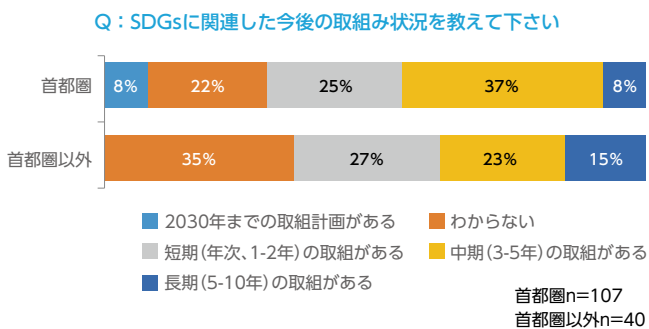


図11：SDGs今後の取組み（首都圏vs首都圏以外）

このように、日本企業がSDGsに取組む過程で直面する課題は、社内に起因するもの、また社会全体に起因するものと多様であることが明らかとなった。さらに、海外先進企業や日本企業の特徴として、1) SDGsの「本業化」を図っている「コアビジネス型」、2) 社内のコスト削減やリスク管理の観点からSDGsに取組む「リスク管理・コス

ト削減型」、そして、3) SDGsをコミュニケーション・ツールとして活用し国内外への発信の強化を推進する「評判重視型」の3タイプに分類できる⁴³。図12に、SDGsが目指す持続可能な開発に向けた目標設定の意欲度（横軸）と利益追求という従来のビジネスの目標（縦軸）を考慮し、海外先進企業と日本企業の特徴を整理した。

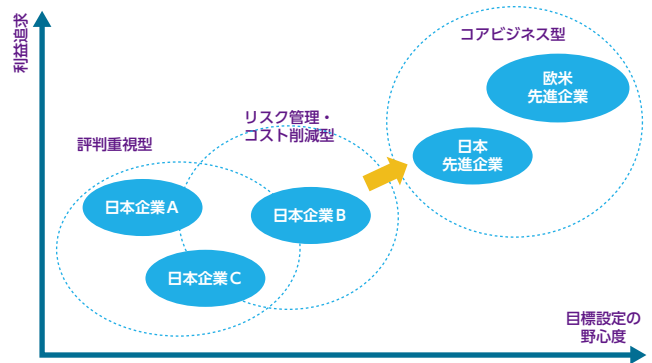


図12：国内外の企業によるSDGs取組みの整理

出典：「持続可能な社会実現のためのビジネスアクションの強化：挑戦と解決策」(2016)を基に筆者加筆

例えば、SDGsを主力商品のブランディングに位置づけて企業価値の向上を図っている取組みなどはコアビジネス型、既存事業をSDGsに紐付けて優先課題を選定している取組みはリスク管理・コスト削減型、また、CSRレポート等に積極的にSDGsを取り入れて発信を行っている取組みは評判重視型に位置づけられる。図12の分類や位置づけから分かることは、SDGsへの取組みにおいて、日本企業の多くは評判重視型やリスク管理・コスト削減型に位置づけられ、一部の先進企業がSDGsを中核事業として扱うコアビジネス型へ移行を始めているということである。なお、ここでは、企業の取組みは、評判重視型からコアビジネス型へと一方的に進化するのではなく、企業規模や業種によって、直接的に主力商品を持ってコアビジネスに取組むケースもあれば、リスク管理型・コスト削減型や評判重視型からボトムアップでコアビジネス型にステップアップするケースなど、様々なアプローチが考えられる。では、日本企業が直面する課題を克服し、コアビジネス型に移行していくにはどうすればよいのだろうか。以下に紹介するシスメックス株式会社と武田薬品工業株式会社の事例は、そういった課題を効果的に克服し、本業としてSDGs経営に取組むためのヒントになるかもしれない。

⁴³ IGES「持続可能な社会実現のためのビジネスアクションの強化：挑戦と解決策」(2016)の分類を参照。

ケーススタディ10

効果的に本業とSDGsを結び付ける～シスメックスの事例から～

SDG目標3（すべての人に健康と福祉を）と自社の事業が合致しており、「社会貢献事業」として切り分けることなく、本業として推進している。グループ企業理念「Sysmex Way」において「ヘルスケアの進化をデザインする。」をミッションに掲げており、そうした企業理念がSDGsやUNGCの10原則とスムーズに繋がり、本業と効果的に組み合わせることで取組みを進めている。積極的な海外展開を加速し海外売上高比率は8割を超えるという。経済発展に伴う新興国での医療インフラ整備にも注力し、2016年にはナミビア共和国への検査室品質管理支援事業がJICA民間技術普及促進事業に採択されている。ヒアリング担当者は、「あくまでも、事業展開を通じて、社会に対して貢献していくと位置づけている」と強調した。



ナミビア支援事業

ケーススタディ11

CSRを通じた価値の創造へ～武田薬品の事例から～

タケダは、持続的成長に向けてビジョン実現のステップを示した戦略ロードマップに基づいて重要課題を整理し、実現に向けた戦略ロードマップKPIを策定した（2016年度）。重要課題の検討にあたって「ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックス（DJSI）」の評価項目を参考にしている。重要課題の検討にあたってはSDGsを参照するなど、国際的な規範を通じて、社会からの期待（要請）を把握し、事業活動との関係性を理解するよう努めている。社会の持続可能性向上に関わることで、社会との間で深い信頼関係を築いてタケダの評価を高め、さらなるビジネス成長へと繋げるような、CSRによる価値創造・保全モデルを実践している。



国連財団とのほしか予防接種のグローバル展開プログラム

また、SDGsに向けたアクション・マップを策定し、幅広いステークホルダーと共有することで、SDGsの達成に向けた新しいパートナーシップのあり方や、今後力を入れるべき分野について検討する際にも活用しているという。

今回のアンケートでは、以下の図13の結果から分かるように、課題解決に当たっては、海外の事例から学ぼうという姿勢も明確に示された。SDGsへの取組みの実施の方法を海外事例から学ぶこと、またそれによって国際競争力を強化したいという狙いがあるようだ。なお、前述のSDG Industry Matrixでは、海外企業によるグッドプラクティスなども数多く紹介しているため、参考になるだろう。

Q：SDGsに先進的に取組んでいる海外の企業活動について、関心はありますか？

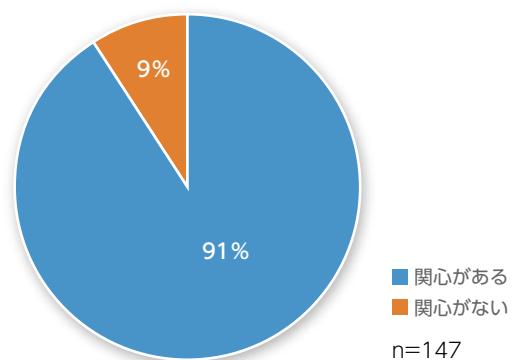


図13：海外事例への関心度

◆ 5. 今後の道筋 – 「棚卸し」から「本業」へ

5.1. 取組みの全体像と特徴からみる 今後の道筋

これまで述べてきた日本企業によるSDGsの取組みの実態調査の結果に基づき、国際的な動向を踏まえつつ、その現状や背景、また、企業が直面している課題とその対策等について整理を行った。その結果明らかになった日本企業のSDGsの取組み状況に関する全体像と特徴は、主に以下の3点と言えるだろう。

日本企業の多くは、SDGsを既存の企業理念・事業の「棚卸し」として活用している

アンケート調査結果等から、調査対象企業の多くが実際にSDGsへの取組みを開始し、動き出していることが明らかになった。また、CSR担当のSDGs認知度は61%から84%に顕著な増加を示している(p10 図5)。その一方で、経営層への定着度も増しつつあるものの、まだ28%に留まっていること、さらに中間管理職では4%~5%に低迷していることは、SDGsを円滑に推進していく上で大きな課題である。また、GCNJ会員と非会員の認知度に差があることも興味深い傾向と言える。GCNJ会員はその半分以上がSDGsの捉え方として、「持続可能性に関わる企業価値の向上(79%)」や「新たなビジネスチャンス(57%)」と認識している一方で、非会員については「新たなビジネスチャンス」と捉えているのは26%に留まっている(p10 図6)。SDGsは幅広く多様な課題に対応し、あらゆるステークホルダーが連携して初めて実現できる目標である。そういった意味で、今後はGCNJ非会員企業にも幅広くSDGs



の重要性を訴えかけていくことが必要であり、まずはこうした非会員企業のCSR担当者においてもSDGsをしっかりと理解することが重要である。

また、実態として、日本企業によるSDGsへの取組みの多くは、SDGsを既存の企業理念や事業との整合性を判断するためのチェックリスト、いわゆる「棚卸し」として活用

している段階と見られる。そして、これらの企業の関係者から聞こえてくる主な課題としては、自分たちの意識に比べてSDGsの認知度が、未だ社会的には低い水準に止まっていること(これは自分たちの取組みが社会的な価値の向上に繋がらないという心情にも重なっている)や、日本政府のSDGs目標達成に向けたビジョンや方向性が明確になっていないということである。つまり、消費者や顧客の認知度に影響されるという傾向が強く、言い換えれば、企業の社会的な評判(消費者の支持、投資家の目、社員の意識向上、更には意識の高い人材採用)を強く意識しているということが言えるのではないだろうか。こういった動機から、社会の関心を高めるために行政、NGO/NPO、国際機関や研究機関が果たす役割を重視しており、SDGs実施においてもこれらの主体に対し「重要なパートナー」としての期待がなお大きいことがうかがわれる。

一部の日本企業はSDGsをコアビジネス=本業として動き出しつつある

ヒアリングを実施した日本企業の取組み事例から、これまでサステナビリティ経営やMDGsの取組みに力を入れてきた一部の先進企業は、SDGsを「ビジネスチャンス」と捉え、マーケティングや企業・主力商品のブランディングにSDGsを活用し、利益増大および企業価値向上に繋げているという例が多かった。その多くは、いわゆる「棚卸し」アプローチではなく、SDGsを契機に企業価値の向上を目指すという特徴を有していた。

また、先進的な取組みを実施している日本企業の特徴として、海外経験などを有するCSR担当役員やトップなど、SDGs推進においてリーダーシップを発揮する幹部個人の力も大きい。これは、グローバル企業として海外の動向に関心が強く、とくに海外展開の面から国際的な競争力をどう強化していくかという意識が強いことも理由に挙げられるであろう。ただし、全ての企業がそういったリーダーを有するわけではなく、他の経営層の意識を高めるためには、リーダーの力とともに、社員一人一人がアイデアを出し合うボトムアップ型の取組みを一緒になって進めていく必要がある。こうした状況から、一部の日本企業は、いわゆる「コアビジネス型」に向けて動き出しつつあるということが言えるが、今後は既存の取組みをスケールアップし、さらに本業として各事業部門に浸透させていくことが求められている。

SDGsの「本業化」：ボトムアップとトップダウン融合型アプローチと企業自らの行動が不可欠

欧米や一部の新興国の大企業は、サステナビリティ経営を通じて企業価値を上げ、国際的な競争力を強化している。上記の特徴を持つ日本企業がSDGsの本業化を図ることで「コアビジネス型」へ移行していくためには、まずはSDGs推進担当者がしっかりSDGsの意義を理解し、自社の企業価値の中核にSDGsを紐付け、ボトムアップで優先課題選定のためのプロセスを作ること、また、経営層の理解を得ることが重要である。そして、そのようにしてトップダウンでPDCAサイクルを回すプロセスと実施体制を構築し、社内浸透を図っていくことが必要となる。従って、担当者の理解とトップのコミットメントという**ボトムアップとトップダウンの融合型アプローチ**が日本企業には効果的に作用する、ということだろう。

そして、経営層は、CSR報告書(統合報告書を含む)での言及に留まらず、中長期的な観点から、トップがリーダーシップを発揮して大きな目標を率先して打ち上げ、社員に向けて自らの言葉で発信し、その目的意識や重要課題に関する認識を発信していくことが重要である。グループ会社を含む横断的な会合や執行役員以上の全役員を対象とした勉強会を開催したり、SDGsにコミットする価値を定量的に示すことで、経営層の理解を得ることも重要である。そして、SDGsへの取組みに伴うPDCAサイクルを検討し、機動力のある実施体制を構築することも必要だろう。例えば、海外の先進企業がトップ直属の部門にサステナビリティ部門やオンブズパーソンを置いているように、国内企業のSDGsへの取組みにおいてもそういったアプローチが可能かもしれない。

また、先進的な取組みを実施しているヒアリング対象企業の担当者からは、SDGsは、雇用や労働問題、格差是正、省エネ対策など国内外における日常生活の課題と深く関係していることから、日常の取組みが国際的に合意された目標に貢献している、という認識を広めることが、社員や消費者の意識向上やインセンティブに繋がるという声も多かった。そもそもSDGsは、「誰も取り残さない」理念の下、**将来のあるべき社会像を示しており、言葉を変えれば、それは人々の様々なニーズを反映しているということである。その理解に立てば、SDGsに取組むことは人々のニーズに向き合うことであり、つまりはビジネスチャンスに繋がっていく**ということである。そこで、経営層や他部門の社員への説明に悩むSDGs推進担当者は、その長期的なニーズに対応することが長期的な視点で利益を追求する時のビジネス機会として捉えられ、また、対応しない場合のリスクとなり得ることを、経営層や社員に伝えていくこ

とが、SDGsへの取組みを一步前進させるために必要なステップだと考える。

最後に、SDGsを推進する**企業グループが一丸となって行動を起こす**ことも有益である。例えば、2017年1月の世界経済フォーラム年次総会に先立ち、コカ・コーラ、ドン・エナジー、セインズベリー、ネスレ、イケアなど80社以上のグローバル企業が、SDGsを達成するべく、イギリス首相に公開書簡を送り、SDGsの達成に向け英政府がどのように貢献していくか、はっきり示すよう求めた事例⁴⁴や、WBCSDがケロッグやウォルマートなどの企業グループとともに、気候変動の影響に適応するためのWBCSD Climate Smart Agricultureイニシアチブを立ち上げ、2030年までに食料供給を50%増加し、農業に起因するCO2排出量を50%削減する、という目標を掲げた事例などがある⁴⁵。日本でも、GCNJが日本のSDGs実施指針の策定プロセスにおいて提言を出したことなど既に企業グループとしての活動も進みつつある。こうして、SDGsの認知度の向上にGCNJを通じた普及活動が効果的であったように、こういった日本の企業グループらが自ら行動を起こし、また、海外の企業グループとの橋渡し役として活動していくこともSDGs推進の大きく、かつ確かな一歩となるのではないだろうか。

5.2. ステークホルダーへのメッセージ

企業がSDGsへの取組みを前進させるために、他のステークホルダーは何をすべきだろうか。今回の調査結果に基づき、各ステークホルダーに対するメッセージ、期待について簡潔ながら以下にまとめた。

行政(国・自治体)は先導役となってビジョンの積極的な発信を

行政機関は基本的に縦割りの構造で、しかも関連の業務が複雑に関わり合っているため、国の政策の明確なビジョンと実施体制が見えにくく、企業の取組みが国の政策にどう貢献していくのかが分かりづらいという企業側の声が多かった。そのため、まずは、国内の課題にも関連付けて明確なビジョンを伝えていくことが重要となる。また、一般市民、消費者の意識改革のために、SDGsを学校教育や生涯教育の場へ取り込むことを検討してほしいとの意見が多くあり、特に、学校教育については、将来の社会を築く若者に対する啓発活動の観点からも意義ある試みと思われる。更に、国内各地の地域間でSDGsに関する情報の入手可能性に格差があるが、これを是正する取組みの一環として、各種教育・啓発の機会を東京以外の主要都市(大阪、

⁴⁴ サステナブルブランド、「SDGsに官民連携をトップ80社が英首相に書簡」(2017年2月16日)、http://www.sustainablebrands.jp/news/us/detail/1188774_1532.html

⁴⁵ WBCSD and Climate Smart Agriculture (CSA), <https://sustainabledevelopment.un.org/partnership/?p=12273>

名古屋、札幌、福岡等)でも数を増やして行うことも一案である。また、SDGsをより地域に根ざした目標としていくために、地方自治体の総合計画にSDGsを落とし込んでいく作業も必要だろう。

また、日本のSDGs実施指針の実施におけるビジネスからの貢献として、企業の取組みを位置づけ、各政府機関の民間との窓口を集約してSDGsプラットフォームのような場を設けたり、企業の取組み事例の集約・進捗を国内外に発信していくことも民間の取組みを後押しする一助になると考えられる。更に、取組みの推進にあたり、関連のミーティング、セミナーを開催して関係者の関心を高めることに加え、SDGsロゴによるキャンペーンや、公的な表彰制度の設置、税制面で優遇措置を講ずることについても検討の価値があるだろう。

投資家は自らが企業によるSDGs推進を加速していく動きを

投資家の役割

も企業がSDGs

を本業化して

いく上で大きい。

より長期的な視点から投資

先企業が短期的

な収益のみならず、

中長期的観点から

企業価値を有する企業に

投資を優先するという考

え方の下、ESG投資や石炭

関連資産の割合が大きい

企業からの投資脱退(ダイ

ベスメント)の動きが活発

化している。そういった

流れの中で、SDGsへの

取組みについても、SDGs

に対応していない企業へ

の長期的な投資リスクを

投資判断基準の一環とし

て検討し、日本企業への

エンゲージメントや情報

開示の面でSDGsへの取

組みを発信していくよう

訴えかけることが効果的

であろう。このように、

投資家自らがSDGsの取

組みを推進しやすくする

ような行動を日本国内

でも進めていくことが重

要である。



国連機関・研究機関は先進事例や評価方法に関する情報発信を

国連機関や研究機関については、今後も企業のSDGs経営を推進していくにあたり、多くの役割が期待されている。例えば、①世界の大きな潮流や国内外の動向をいち早く察知し、SDGsへの取組みの意義を明快に情報発信していく役割、②研修や人材育成などを通して、企業のSDGs行動計画を共に企画(co-design)していく役割、③事例の共有や定量的評価システムの検討・構築を通じて、SDGsへの取組みの進捗をモニタリングしていく役割、そして、④国連機関や研究機関が有するネットワークを通じて、

様々な主体と企業を繋ぐ「橋渡し役」的な役割、の4点である。企業がSDGsに取り組むためのPDCAサイクルにおいて、上記①～④を継続的に実施していくことで、SDGsの本業化を総合的に支援する役割を果たすことができるのではないだろうか。今回のアンケート調査では、海外事例に関心がある日本企業も多数あったことから、UNGCなどの国連企業ネットワークやIGESをはじめとする研究機関が、日本企業の取組み事例や海外企業の事例を日本語で紹介するとともに、日本企業の課題やニーズに関する情報収集を行うポータルサイトを開設し、継続的に進捗状況をモニタリングし、発信していくメカニズムを構築することも有効と考えられる。

市民社会(NGO/NPO)は日々の注視と連携の強化を

市民社会(NGO/NPO)については、調査結果から明らかになったように、特に普及活動や取組み実施面で担う役割が大きい。例えば、①国内でSDGsへの取組みを推進し、情報の地域間格差解消に貢献するために、地方での啓発活動等を行い、市民への普及活動を広める役割、②企業の活動が国際水準に見合った適切なものかどうか注視し、協力して問題の解決を目指す役割、および③海外で企業が取組みを進める際、特に取組み実施面での関連情報収集、現地NGOやコンサルタントの紹介、および取組みの継続的なサポートなどの橋渡し役的な役割、の3点である。特にSDGsへの取組みの観点からは、日本企業のNGOとの連携に関するニーズが大きいことが分かった。そのため、上記①②に留まらず、③に関しても積極的に企業に働きかけることで、NGOにとってもそのビジネスチャンスを拡大でき、相互にウィンウィン関係の下で連携の幅が広がることも考えられる。

最後に

本調査は、SDGsへの取組みを検討中、もしくは、実践中であるが様々な課題に直面している等、主に一部の企業に焦点を当てて行われたものであるため、今回の研究結果の普遍性には一定の制約がある。そのため、企業の規模別の取組み状況の違い、エネルギーや持続可能な消費と生産(SCP)、ダイバーシティなどSDG個別目標に関する国内企業の取組み実施状況、同業種企業間でのパートナーシップの存在など、今回の調査で情報収集が叶わなかった点についても、今後の研究課題として引き続き検討していく必要があると考える。今回の調査に協力頂いた企業を始めとした関係者の方々に改めて謝意を表するとともに、この調査結果が、日本企業がSDGsの本業化を実現し、サステナビリティ経営で勝ち残っていくためのヒントを提供し、「誰も取り残さない」社会を構築していくための身近で着実な一助となることを強く期待したい。

GCNJ会員・アソシエイト会員 SDGsへの取組状況に関する実態調査資料

調査期間：2016年9月2日～9月21日



Network Japan

1. 調査実施概要

● 調査の目的

- ・ GCNJ会員企業・団体のSDGsの取り組み状況の実態把握
- ・ SDGsの啓発・広報活動の基礎資料とするため

● アンケート調査の内容及び方法

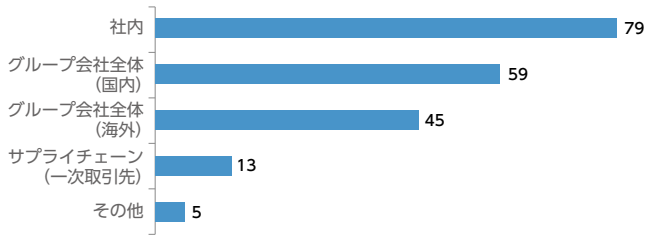
- ・ 調査対象：2016年9月2日時点のGCNJ会員・アソシエイト会員全233団体
- ・ 調査方法：WEBアンケート
- ・ 調査期間：2016年9月2日～9月21日
- ・ 調査内容：SDGs目標別の取り組み状況と、SDGs取り組み上の課題ならびに今後の方向性について
- ・ 回収状況：147団体

◆ 本調査結果の取りまとめにあたりましては、[株]メンバーズ様]の関係会社
[株]エンゲージメント・ファースト様]にご協力頂きました。有難うございました。

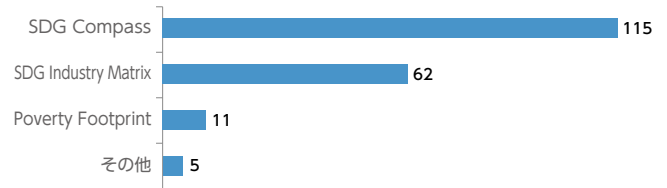
2. 調査結果データ

[SDGsの認知度]

・(特になし以外の方へ) 貴社・団体内でのSDGsの認知度向上の活動は、どこを対象にしていますか？ (複数選択可) (必須)

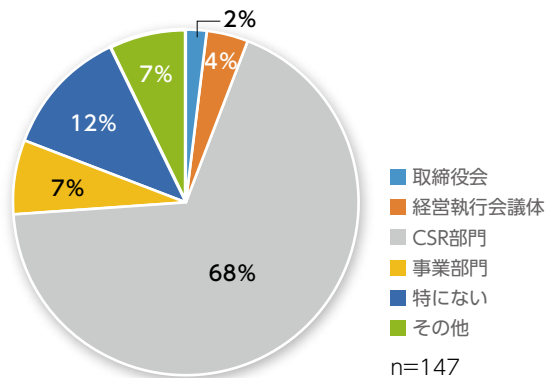


・関心のあるSDGsに関するツール (複数選択可) (必須)



[SDGsの取組状況・課題]

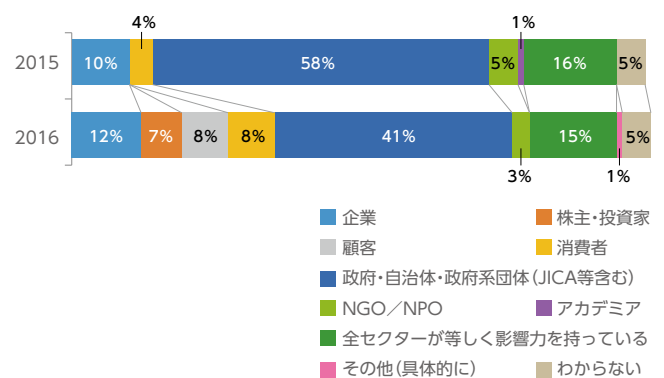
・貴社・団体内でのSDGsの推進活動は、どちらの組織が主体ですか？ (必須)



・SDGsに関連した取り組みを展開している地域はどこですか？ (複数選択可) (必須)



・SDGs推進に一番影響力のあるセクターはどこだと考えますか？ (必須)



【参考文献】

- 味の素株式会社、「味の素グループサステナビリティデータブック2016」、(2016年)、http://www.ajinomoto.com/jp/activity/csr/pdf/2016/ajinomoto_csr16.pdf
- イオン株式会社、「2016 AEON Sustainability Report」、(2016年)、https://www.aeon.info/export/sites/default/common/images/environment/report/2016pdf/16_data_a4.pdf
- オムロン株式会社、「統合レポート2016」、(2016年)、<http://www.omron.co.jp/ir/irlib/pdfs/ar16j/ar2016j.pdf>
- 株式会社伊藤園、「伊藤園統合レポート2016」、(2016年)、https://www.itoen.co.jp/files/user/pdf/company/corporatebook/backnumber/2016/itoen_report_all_2016.pdf
- 株式会社伊藤園、「サステナビリティレポート2016特集編」、(2016年)、https://www.itoen.co.jp/files/user/pdf/csr/report/sustainability_report_sfe_2016.pdf
- 伊藤忠商事株式会社、「サステナビリティレポート2016」、(2016年)、<https://www.itochu.co.jp/ja/files/16fullj-all.pdf>
- 住友化学株式会社、「住友化学CSRレポート2016 Sustainable Chemistry」、(2016年)、https://www.sumitomo-chem.co.jp/csr/report/docs/csr_report2016.pdf
- SOMPOホールディングス株式会社、「SOMPOホールディングスCSRコミュニケーションレポート2016」、(2016年)、<http://www.sompo-hd.com/~media/hd/files/csr/communications/pdf/2016/report2016.pdf>
- 株式会社マダム、「考働レポート2016」、(2016年)、http://www.mandom.co.jp/csr/src/2016/2016_all.pdf
- 株式会社三井住友ファイナンシャルグループ、「CSR Report 2016」、(2016年)、http://www.smfg.co.jp/responsibility/common/pdf/2016csrweb_all.pdf
- 公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン、「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン2015年度年次報告書」、(2016年)、http://savechildren.or.jp/news/publications/download/2015_SCJ_AR_Japanese.pdf
- サラヤ株式会社、「持続可能性レポート2016」、(2016年)、<http://www.saraya.com/csr/report/images/report2016.pdf>
- GRI, United Nations Global Compact and WBCSD、国連グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン (GCNJ) ・IGES 共同翻訳 (2016年) 「SDG Compass : SDGsの企業行動指針ーSDGsを企業はどう活用するか (日本語版)」、<http://pub.iges.or.jp/modules/envirolib/view.php?docid=6247>
- シスメックス株式会社、「シスメックスあんしんレポート2016」、(2016年)、http://www.sysmex.co.jp/csr/report/m2gcv0000000srky-att/csr2016_all.pdf
- PwC (2016) 「ビジネスと持続可能な開発目標 (SDGs) : SDGs実現に向けて企業に何が求められているのか」、<https://www.pwc.com/jp/ja/japan-knowledge/archive/assets/pdf/corporate-sustainability-sdgs1604-2.pdf>

- 日本写真印刷株式会社、「CSR報告書2016」、(2016年)、<http://www.nissha.com/csr/had98i0000006nge-att/csr-report2016.pdf>
- 宮澤郁穂、加藤瑞紀、森秀行、石井哲也 (2016年) 「持続可能な社会実現のためのビジネスアクションの強化：挑戦と解決策」、https://pub.iges.or.jp/system/files/publication_documents/pub/discussionpaper/5520/SP-2_business_session_final0707_clean.pdf
- Bertelsmann Stiftung and SDSN (2016), "SDG Index & Dashboards: A Global Report", July 2016. http://sdgindex.org/assets/files/sdg_index_and_dashboards_compact.pdf
- Business and Sustainable Development Commission (2017), "Better Business Better World: The report of the Business & Sustainable Development Commission", January 2017. <http://report.businesscommission.org/uploads/BetterBiz-BetterWorld.pdf>
- CDP and We Mean Business (2016), "The Business End of Climate Change", 28 June 2016. http://www.wemeanbusinesscoalition.org/sites/default/files/BECC_Business-Summary.pdf
- DNV GL AS, UNGC and SUSTAINIA "Global Opportunity Report 2016" (2016) : , <https://www.globalopportunitynetwork.org/the-2017-global-opportunity-report.pdf>
- KPMG & UNGC (2015), "SDG Industry Matrix". <https://www.unglobalcompact.org/library/3111>
- PwC (2016), "Navigating the SDGs: a business guide to engaging with the UN Global Goals". <http://www.pwc.com/gx/en/sustainability/publications/PwC-sdg-guide.pdf>
- SustainAbility "What's Next for Business?: Sustainability Trends for 2017" (2017), <http://sustainability.com/our-work/reports/whats-next-business/>
- WBCSD, "Reporting Matters Communicating on the Sustainable Development Goals WBCSD 2016 REPORT" (2016), <http://www.wbcsd.org/Projects/Reporting/Resources/Reporting-Matters-2016>

【ウェブサイト】

- 株式会社LIXILグループ : <http://www.lixil.com/jp/sustainability/>
- 国連広報センター : http://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/
- 武田薬品工業株式会社 : <http://www.takeda.co.jp/csr/index.html>
- RE100 : <http://there100.org/companies>
- 第百九十三回国会における安倍内閣総理大臣施政方針演説 : http://www.kantei.go.jp/jp/97_abe/statement2/20170120siseihousin.html

- Business Call to Action: <http://www.businesscalltoaction.org/>
 - UN Global Compact, "Meet the 2016 Local SDG Pioneers." : <https://www.unglobalcompact.org/sdgs/sdgpioneers/2016>
 - United Nations Development Group (2017) : <https://undg.org/indonesia-promoting-inclusive-approaches-to-localize-the-sdgs/>
 - USCIB Business for 2030: Forging a path for Business in the UN 2030 Development Agenda, <http://www.businessfor2030.org/business-sdgs/>
- 【参考記事他】**
- IGES SDGs Briefing Note No.2: SDGsに関する最新動向とIGESの取組み <https://pub.iges.or.jp/pub/iges-sdgs-briefing-note-no2>
 - オルタナ「SDGsに官民連携をトップ80社が英首相に書簡」 : <http://www.alterna.co.jp/20440> (2016年11月11日)
 - (株)クリーン統合報告支援グループ (2016) 「SDGsの開示状況調査結果」 <http://www.cre-en.jp/library/column/161027/>
 - JICA プレスリリース「[途上国の課題解決型ビジネス (SDGsビジネス) 調査] 制度を新設」(2017年2月) : https://www.jica.go.jp/press/2016/20170217_01.html
 - ドイツ連邦環境・自然保護・原子炉安全省 : <http://www.bmub.bund.de/en/topics/strategy-legislation/sustainability/2030-agenda/>
 - National Geographic「トランプ次期大統領が引き起こす気候変動の危機」 <http://natgeo.nikkeibp.co.jp/atcl/news/16/111000429/>
 - 宮澤郁穂、加藤瑞紀、石井哲也 (2016年)「企業報告書から見るSDGs活用の現状と課題～SDGコンパスを軸に」、http://www.iges.or.jp/jp/sdgs/sdgs_update/20161121.html
 - 森尚樹、千葉洋平、清水規子 (2016年)「企業による気候変動に関する情報開示は持続可能な開発目標 (SDGs) の達成に寄与するか? ～「気候関連の財務情報開示に関するタスクフォース (TCFD) による提言報告書」のインパクトについて～」、http://www.iges.or.jp/jp/sdgs/sdgs_update/20161219.html
 - Yomiuri Online「トランプ大統領、国連拠出金停止を検討…米紙」 <http://www.yomiuri.co.jp/feature/TO001479/20170126-OYT1T50086.html>



一般社団法人グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン (GCNJ)

〒106-0032 東京都港区六本木6-15-21 ハークス六本木ビル 2F

電話：03-5412-7235 FAX：03-5412-5931

E-mail：gcjnoffice@ungcjin.net

URL：http://ungcjin.org



公益財団法人 地球環境戦略研究機関 (IGES)

〒240-0115 神奈川県三浦郡葉山町上山口2108-11

電話：046-855-3700 FAX：046-855-3709

E-mail：iges@iges.or.jp

URL：http://www.iges.or.jp

この出版物の内容は執筆者の見解であり、発行元 (GCNJ及びIGES) の見解を述べたものではありません。

© 2017 Global Compact Network Japan and Institute for Global Environmental Strategies. 無断転載を禁ずる。



古紙配合率80%再生紙を使用しています