分科会① 世界の潮流とSDGs経営の新展開

基調講演

関 正雄さん
明治大学経営学部 特任教授/
損害保険ジャパン（株）CSR室 シニアアドバイザー

Build Forward Betterの時代におけるSDGs経営

現在、世界におけるSDGsの進捗は偏りや遅れがあり、特に気候変動や貧困格差はあるべき姿からまだまだ程遠い状況です。さらに新型コロナウイルス感染症により、社会の脆弱性があぶり出され、根本的な課題解決がより一層求められています。コロナ禍だからこそ、SDGsの取組を推進し、加速すべきです。「Build Forward Better」（単純に元に戻すのではなく、将来に向けて元の位置よりも先へ踏み出す「より良い再建」）、このようなマインドへ変える必要があります。

SDGsをリードする主体は、企業と自治体だと私は思います。政府が動くことはもちろん大事ですが、企業と自治体が一歩、二歩先を行く構図が現実的・効果的ではないでしょうか。企業に期待される役割は大きく、最近では、SDGsを経営戦略に組み込む企業が大幅に増加しています。具体的な取組方法において良い指南書となるのが「SDGsコンパス」（SDGs導入における企業の行動指針）です。事業にSDGsを取り込んでいくためのポイントがまとめられていますので、是非参照していただきたいと思います。

最後に、忘れてはいけないのが人権です。SDGsは人権の実現を目指すものであるといっても過言ではありません。「すべての人が、人間らしく、尊厳を持って生きることができる社会」に向けて、人権がSDGsの中心命題であることを理解して、SDGs経営に取り組んでいく必要があります。

（講演一部／要約抜粋）

パネルディスカッション

〈コーディネーター〉 **星野智子さん** （一社）環境パートナーシップ会議 副代表理事

事例報告

■吉橋晴司さん

セイコーエプソン（株）企画渉外部長 兼サステナビリティ推進室部長

どのような社会課題に向き合い、何を重要課題とするかについて、「価値創造ストーリー」を設定し、持続可能で豊かな社会への貢献に取り組む。一例として、古紙を再生させるオフィス製紙機「PaperLab」を開発。新たな価値を提供しながら社会課題の解決に取り組んでいる。

■近藤勝宏さん

パタゴニア・プロビジョンズ マネージャー

「私たちは、故郷である地球を救うためにビジネスを営む」をミッションに、アウトドア事業を展開。最近では、食が環境危機の主犯格である一方、環境問題の解決策になり得るとのコンセプトから、食品事業を始動。土壌を回復する農業などに注目し、ビジネスを通じて環境危機の解決を目指している。

■山中千花さん

（一財）トヨタ・モビリティ基金 プログラムディレクター

人口減少と高齢化に直面する日本の地方都市・中山間地域において、地域公共交通の縮小による移動困難者の増加が懸念される中、地域の様々な分野（交通、福祉、教育、医療、観光等）で活動する様々なプレイヤー（行政、市民、公共交通事業者をはじめとした企業、ＮＰＯなど）とともに、地域の移動の仕組みづくりに取り組む。

■河口真理子さん

立教大学特任教授/不二製油グループ本社（株）CEO補佐

2020年まで大和総研にて、サステナビリティの諸課題について調査研究を行う。サスティナブルな世の中になるためには、ビジネス（CSR/CSV）・金融（ESG投資）、暮らし（エシカル消費）を三位一体として取り組む必要がある。具体的に動かす手段としてESG投資があり、日本の市場規模は急激に増加している。

パネルディスカッション

星野 企業理念をビジネスとして成り立たせるために必要なことは

近藤 我々は90年代初期に、ビジネスが環境に与える影響について気づき、環境負荷を最小限に抑えた製品をつくるという大きな目標を掲げ、着実に課題を解決しながら転換してきました。具体的な将来を見据えたビジョンやゴールを設定し、歩みを止めない姿勢が非常に大切だと思います。

星野 地域で活動する中で心掛けていることは

山中 目標を地域の皆さんで議論し、共有することが大事です。様々な立場の方々との合意形成には時間がかかりますが、議論のプロセス自体に大変意味があります。しっかりと話し合うことで、皆が目標に向かって一緒に活動する仲間となります。

星野 ビジネスと人権についてどうお考えか

吉橋 我々が掲げる「価値創造ストーリー」内のマテリアリティ（重要課題）のひとつに、人権が含まれており、優先度の高い課題として捉えています。情報機器・電子機器業界を中心とするCSR調達のアライアンス「RBA」に加盟し、CSR調達の考え方をグループの製造工場だけではなく、サプライヤー（仕入先や供給元）にもご理解いただいた上で協力して取り組んでいます。

星野 ESG投資とエシカル消費の最新の動向は

河口 環境に与えるリスクを投資や融資の審査基準に入れ込む動きが加速しています。フェアトレードや環境ラベルの付いた商品を小売店が優先的に仕入れたいと言うほど、消費者の意識がものすごい勢いで変わっているように思います。

星野 「事業性を高めるポイントは」（視聴者からの質問）

河口 その答えがわかってしまっていれば皆が行なってしまっているのではないでしょうか。その答えの前に世の中のニーズがどこにあるのかというアンテナを持てる人材を育てること、すぐビジネスになるかならないかではなく長期目線を持つことが大事ではないでしょうか。

関 一律の答えはなく、企業ごとにステークホルダーと対話し、自社のマテリアリティを特定していくプロセスが大切です。SDGsは 17の目標に紐づく169のターゲットで構成されているので、きちんとすべてに目を通し、自社のビジネスとの接点を考えることが有効な手段だと思います。

星野「利益に直接繋がらない環境問題の解決活動はどのようにアプローチすべきか」(視聴者からの質問)

関 四半期決算に表れる利益と、5年、10年先に繋がる利益というようにタイムスパンは分けて考えるべきです。環境への取組は「非財務情報」ではなく「未来財務情報」と捉えましょう。

(ディスカッション要約)