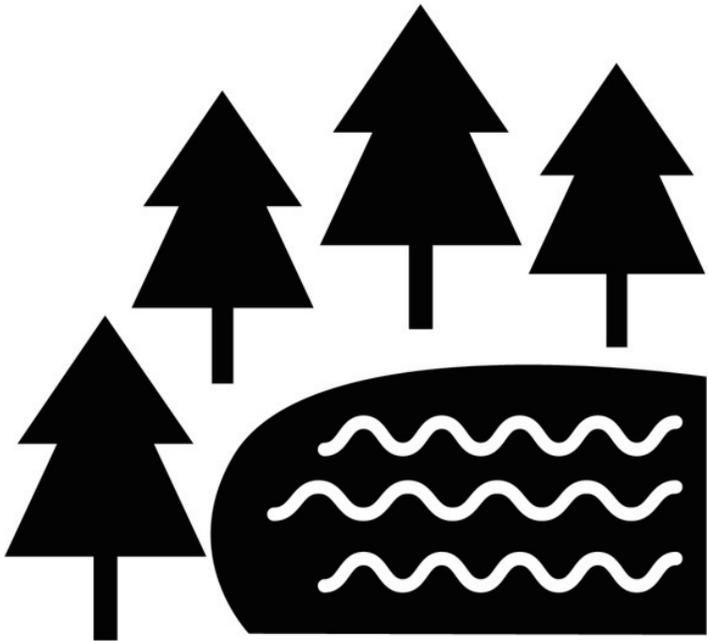


# 自社コア技術を活用した SDGs関連新事業テーマの発掘と進め方



# SDGs の本質理解と企業としての対応指針 ～戦略策定・SDGs 意識の社内共有・商機の見出し方～

荒井 幹也 (株) 空心 代表取締役

## 《PROFILE》



### 略歴：

SDGs 導入支援コンサルタント  
サステナブル経営導入支援コンサルタント  
企業経営改善コンサルタント  
早稲田大学社会科学部卒業  
ISO 認証取得支援コンサルティング会社の責任者として、大阪・神戸・京都商工会議所と提携し、数百社を超える会社のコンサルティングを実施し、関西でトップクラスの ISO 認証コンサルティング会社に育て上げる。その後、経営コンサルティング会社：(株) 空心 (くうしん) を設立。  
過去 15 年以上で、累計 2000 名を超える、経営者・経営幹部に対して、経営改善アドバイスを実施。  
現在は、企業向けに SDGs/ サステナブル経営導入支援を中心とした、経営コンサルティング・研修・講演業務を展開中。

### 歴任：

大阪商工会議所 セミナー・コンサルティング講師 (2003-2019 年：15 年以上)  
大阪産業創造館 (大阪市経済戦略局の外郭団体)  
「公益財団法人大阪市都市型産業振興センター」が運営 専門相談員  
英国チャールズ皇太子がロイヤルバトロンである世界最大規模のシニアコミュニティ組織を運営・統括する：エイジコンサーン主催：国際 U3A (AIUTA) 及びアジア・太平洋地区 U3A 連盟 (APA U3A) 合同国際会議 運営委員

## 1 SDGs の本質理解

SDGs は、「持続可能な世界を実現するため」「誰一人取り残さない社会を作るため」に、2030 年までに国連加盟諸国が達成すべき 17 の目標が掲げられている。それらの目標は、世界の抱える重要課題である、貧困・飢餓・健康／福祉・教育・ジェンダー・水・エネルギー・経済成長・不平等・まちづくり・生産／消費・気候変動・海洋／陸上資源など多岐にわたっている。

これらの重要課題の解決に貢献するためには、企業が積極的に関わることが求められる。

最近では、大手・上場企業だけでなく、中小・中堅企業も SDGs に関心を持ちはじめているようだ。一社でも多くの会社が、SDGs 取り組みを通じて、環境や社会に大きく寄与することを期待している。

なお、SDGs は本質を理解せずに取り組むと、「仏作って魂入れず」になり、取り組みが途中で頓挫する、環境／社会に貢献しないなど、意味のない SDGs になってしまう。

うわべだけの取り組みである SDGs ウォッシュにならないよう、次のような SDGs の「本質」を理解し、「本質」に基づいた取り組みが重要だ。

### 1.1 SDGs は企業価値を高める取り組みである

経営者や管理職の中には、SDGs の取り組みは、ボランティアや寄付のような社会貢献活動であり、「コスト」にしかならないという考えを持っているようだが、それは SDGs の一側面しか見えていない。

SDGs の取り組み次第では、商機をつかむことができ、売上および利益の向上、省エネ・省資源・DX (デジタルトランスフォーメーション) 推進などによる業務効率化がもたらすコスト削減、企業イメージ・信用度の向上、離職率の減少・人材確保がしやすくなるなど、様々なメリットを得られ、会社の価値を高めることにつながる。

SDGs に取り組む限りは、「コスト」と考えるのではなく、「企業価値を高める」取り組みだと認識して、年々、会社の価値を高めるような結果を出すことを目指すとよいだろう。

### 1.2 経営者／経営陣が積極的に関与すること

SDGs ウォッシュにならないために、また、企業価値を高めるためには、経営者／経営陣が SDGs に率先して関与することが重要だ。経営者／経営陣が本気で取り組めば、その熱意が伝わり、SDGs 担当者や他の社員も、自然と積極的に取り組むことになり、良い成果を生みやすい。

### 1.3 SDGsの取り組みを持続可能に

SDGsに取り組む際、大手・中堅企業の場合、SDGsプロジェクトチームや、既存のサステナビリティ・CSR担当部門が中心としてSDGs活動を実践するのが一般的になるだろう。

今後、企業経営において、SDGsのようなサステナビリティに関する取り組みは、環境や社会が持続するためだけでなく、会社が持続可能で、しかも、発展をするためには、半永久的に、必要不可欠な取り組みとなっていくことが容易に予想できる。

会社を持続可能にするため、また、SDGsの取り組みを一過性のものにならないためにも、SDGsのようなサステナビリティ活動自体を持続可能にするための体制づくりが重要となる。

そのためには、SDGsプロジェクトチームやSDGs担当部署を設置／維持し、経営陣を含め、各部署の責任者なども積極的に関わるような体制を作るとよいだろう。

このような体制を作り、SDGs取り組み状況のモニタリングや情報交換などを定期的な対面ミーティングやオンラインミーティングなどを行うことで、自社のSDGs取り組みを持続可能にし、将来的には、会社の価値を高めることにつながる。

## 2 SDGs戦略策定および意識の社内共有について ～商機をつかむ戦略策定および意識の社内共有～

SDGsで売上や利益を伸ばすことは難しいと思われがちだが、取り組み次第では、大半の企業で商機をつかみ、売上や利益を伸ばすことができる。

SDGsで「商機をつかむ」ための重要なポイントについて説明をしよう。

### 2.1 経営者は経済的なメリットを得るという強い意志をもち、伝えること

経営者の意志や思い次第で、SDGs取り組みの結果は見違えるものになる。経営者が「SDGsはコストである」と考えていれば、単なるコストにしかならないし、「SDGsは流行りだから、とりあえず、取り組んでいる様を見せ

るだけで良い」という考えであれば、見せかけだけのSDGsになってしまうものだ。

SDGsで経済的なメリットを得る、つまり、商機をつかみ、売上／利益を伸ばしたいなら、経営者は、その意志や思いをSDGs取り組みメンバーや他の社員へ伝えると良い。

経営者が「SDGsで経済的なメリットを得る」、「SDGsを通じて、社会や環境に優しい経営をしながら、しっかりと稼ぐ」というような意志や思いを持ち続け、しかも、伝え続けることができるなら、高い確率で、商機をつかむことができるだろう。

### 2.2 戦略策定の際に、「商機をつかむ：売上・利益向上につながる」テーマを設定する

SDGsの戦略や目標を設定する際に、社会や環境に貢献することだけでなく、必ず、「商機につながるかどうか?」「売上・利益向上につながるかどうか?」を考慮しながら、設定することをお勧めする。これらの視点で戦略策定をすることで、必然的に、SDGsが会社に売上／利益をもたらす可能性のある取り組みを策定することになる。

結果的には、SDGsの取り組みが、新規事業・新商品開発や、マーケティング／営業なども関わる非常に重要な経営テーマの一つであることを改めて確認することができるし、経営者／経営陣や各部門の管理職も積極的に関わることにつながる。

### 2.3 戦略はシンプルに、目標もシンプルに

SDGs戦略を策定する際、特に最初の段階では、わかりやすく、シンプルにすること。

複雑な戦略や多種多様な目標を設定することは見栄えが良いかもしれないが、複雑すぎたり、目標が多すぎると、取り組み開始が遅れたり、途中で挫折してしまう可能性が高くなる。

SDGsを推進するチームメンバーだけでなく、他の社員も慣れていない状態の場合、まずは、わかりやすく、しかも、少なく絞り込んだ取り組みからスタートすると良い。それであれば、継続しやすいし、浸透もしやすい。

取り組み開始後、数年経過し、実行や社内浸透がスムーズに進んでいるようであれば、その段階で、新たに取

り組む項目や目標を増やすことで、より大きく環境や社会に貢献でき、しかも、会社の価値を高める結果を導き出すことができる。

## 2.4 意識の社内共有について

SDGs 取り組みは全社員が一丸となって取り組むことで、より大きな貢献や価値を生み出すことができる。そのためには、SDGs 意識の社内共有は不可欠である。SDGs に対して、社員が取り組みたいという意識や意志がなければ、取り組みは浸透しないし、価値にはつながらず、社会や環境にも貢献できず、単なるコストにしかならない。

社内共有するためには、次の4点の実行をお勧めする。

① 経営者／経営陣が積極的に SDGs 情報を提供すること  
経営者／経営陣が、役員や社員が集まる場、または、オンライン会議・社内報・IT システムなどを通じて、「SDGs に本気で取り組む意志や取り組み内容・目標」などを繰り返し伝えること。

② すべての部門が関わること

SDGs 取り組み活動に各部門の責任者／担当者が関与することで、各部門が実行できる戦略や目標を策定しやすい。各部門責任者／担当者にとっても、自分たちで策定した戦略／目標であれば、各部門内において、納得して取り組みを行いやすくなり、取り組みの継続性が高まり、浸透もしやすい。

③ 情報提供を積極的に。ただし、シンプルに。

SDGs 取り組みに関する情報を社内システム・掲示・社内報・電子メールなどを通じて、随時、社員へ発信を行うことで、「会社全体で SDGs に取り組もうとしている」ことが伝わりやすくなる。

④ SDGs に関する情報交換の場を作る。

SDGs 推進メンバーが中心となり、各部門内だけでなく、部門横断的なミーティングを行うことや、ランチタイムなどの休憩時間などを使い、SDGs に関する情報交換ができる場を作ることで、SDGs 教育や意識を高め、共有することができる。一方的に情報を提供するだけでなく、SDGs 取組内容に感想を聞き情報交換をすることで、SDGs 取り組みの改善点も見出すことができるというメリットもある。

## 3 自社コア技術を活用する商機の見出し方

SDGs の取り組みで、商機を見出す際、他の企業・行政機関・大学などと連携するという方法もある。外部の組織と関わることで、イノベーションを生み出し、新たな事業を立ち上げる方法もあるが、時間や費用の負担が大きくなるかもしれない。

それよりも、まずは、自社コア技術のような自社の経営リソースを使って、SDGs 取り組みを行う方法をお勧めする。この方法であれば、時間も費用の負担も最小限で行うことができるというメリットがある。

<商機の見出し方>

(1) SDGs の基礎学習をする

商機を見出すためには、取り組みメンバーが、まずは、SDGs のゴールやターゲットについて、一通り、学習をすること。

SDGs の内容を理解したあとで、他の企業の取組事例を確認することで、具体的な取組内容をイメージすることができる。同業種だけでなく、他業種などの取組事例も参考にすることで、飛躍的なアイデアが生まれやすくなる。

ただし、他社の事例は例として参考にするのみにし、それらの取り組みを安易に模倣するようなことはやめておこう。安易な模倣は、SDGs 取り組みへの熱意が生まれず、内容の浅い取り組みになってしまう。また、SDGs の社内への浸透は厳しくなり、挫折する可能性も高くなり、SDGs ウォッシュになってしまうことになるので、お勧めしない。

(2) 社会や環境に貢献する自社コア技術の確認

SDGs について、一通り学習や事例を学んだ後は、自社のコア技術の確認作業を開始しよう。

SDGs ゴールやターゲットに関わる、社会や環境に貢献するような技術・資源は無いのか、確認を行うこと。できれば、自部門の確認作業だけでなく、部門を超えてお互いに確認作業を行うことで、自分たちだけでは気づかない自社コア技術を見つけることができる場合もあるのでオススメだ。

(3) 多様な意見を集める

経営者／経営陣や各部門の責任者／担当者も交えて、ミーティングを行うなどして、多様な意見を集めるようにする。ミーティングでは、相手の意見を否定しないで、

自由な意見が言いやすい場作りを心がけるようにすることで、多種多様な商機につながる意見が出る確率が高まるし、イノベーションを生み出すようなアイデアが出やすくなる。

#### (4) 海外の情報も積極的に収集

海外の最新情報や取組事例を調べることで、斬新で、優れた商機を見出すことができる。特にヨーロッパではサステナビリティに関する取り組みが非常に進んでおり、コア技術を活かし、様々な新規事業の立ち上げや既存事業の改善を行い、商機をつかんでいる。

サステナブルに関する先進国であるヨーロッパの事例を参考に、自社の独自の商機を見出すことができれば、国内では早期の参入につながり、いち早く、商機をつかむことができるはずだ。

#### (5) 諦めないこと

新たな商機をつかむこと、新規事業や新規ビジネスにチャレンジすることは、負担が大きくなり、ハードルが高いと感じる方も多いだろう。

ただ、取り組みを行う前から、「自社の技術やリソースでは無理。」だと諦めるのは、とてももったいない。

SDGsはビジネスチャンスで溢れている。諦めずに、取り組むことができれば、5年後、10年後には、大きなビジネスにつながり、社会や環境に大きな貢献をでき、企業価値向上に大きく寄与することになる可能性も十分ある。

現状の自社コア技術だけでは無理だと感じて、コア技術を改善したり、新しい技術を導入したりすることで、自社の技術を磨き上げることで、さらなる、大きな商機をつかむことができるかもしれない。

多数の企業がSDGsに取り組もうとしている中で、大きなビジネスチャンスだと認識し、売上／利益を伸ばせるのは、諦めないで挑戦し続けることができる会社や組織だ。

「SDGsに取り組んでよかった！」

将来、そう思えるように、果敢にチャレンジしていただきたい。