

クボデラSDGsチャレンジ2021

(第一部 概観資料)



17の目標

2030年に向けて世界が合意した「持続可能な開発目標」それがSDG sです。大きな目標が17項目に分かれています。

- ① 貧困をなくそう
- ② 飢餓をゼロに
- ③ すべての人に健康と福祉を
- ④ 質の高い教育をみんなに
- ⑤ ジェンダー平等を実現しよう
- ⑥ 安全な水とトイレを世界中に
- ⑦ エネルギーをみんなに、そしてクリーンに
- ⑧ 働きがいも経済成長も
- ⑨ 産業と技術革新の基盤をつくろう
- ⑩ 人や国の不平等をなくそう
- ⑪ 住み続けられるまちづくりを
- ⑫ つくる責任つかう責任
- ⑬ 気候変動に具体的な対策を
- ⑭ 海の豊かさを守ろう
- ⑮ 陸の豊かさも守ろう
- ⑯ 平和と公正をすべての人に
- ⑰ パートナリーシップで目標を達成しよう

SDGsとは

SDGsは2015年9月の国連サミットにて、国連加盟国193ヵ国で合意されました。「誰一人取り残さない」を理念とし、16～30年の15年間で達成するための行動計画です。前述した17の目標、それらを達成するための169のターゲットで構成されています。ルールや規制ではなく目標です。

17年に経団連の行動憲章で「SDGs達成」が盛り込まれました。これが契機となり、日本でもSDGsに取り組む企業・団体・教育機関が増しました。SDGsバッチがきっかけで認知度向上につながった側面もあります。大阪万博25の開催コンセプトにもSDGsが盛り込まれています。

20年4月27日に行われたSDGs認知度調査（電通）では認知度29%、特に学生に限ると45%となっています。新しい学習指導要領にもSDGsが盛り込まれました。政府は17年に「ジャパンSDGsアワード」を創設するとともに、国としての中長期国家戦略「SDGsアクションプラン」を策定しています。

「SDGsを使い倒す」企業が勝ち抜く

取り組まない企業は競争社会から取り残されます。見方を変ええると、SDGsを実践することは企業価値を向上させるとともに、大きなビジネスチャンスになります。17年の世界経済フォーラム「ダボス会議」では2030年までにSDGsを達成することで1200兆円の経済価値、最大3億8000万人の雇用をもたらすと推定しています。

未来市場を 照らし出す

SDGsという世界共通の言語が未来の市場を照らし出す

SDGs達成のためには、世界で年間5~7兆ドルの投資が必要とも言われています。これは、いまだ満たされていない世界のニーズの大きさを物語っています。

企業にとりSDGsとは、無視することはできない「リスク」を突きつけるものであると同時に、未来の市場を創造・獲得するための「機会」でもあると考えます。

SDGsは、2030年までの世界の「あるべき姿」を示します。「今できること」の延長線上に将来を予測するのではなく、将来の「あるべき姿」から逆算して「今何をすべきか」を考える「バックキャスト思考」が必要となります。SDGsが示す将来の世界のあり方とは何か、そこからバックキャストして描ける道筋はどうか、そのために必要となる投資やイノベーションは何か。

単に既存事業にSDGsのラベルを貼ることによる現状肯定ではなく、SDGsという「未来志向」のツールを活用して、自社の戦略をより一層磨き上げることが求められます。

将来の企業価値評価

これからも必要とされる会社か

SDGsは「これからも必要とされる会社か」を問いかける投資判断において投資家が着目するのは、過去ではなく、将来の企業価値です。社会の価値観が変化の中で、投資先の競争力が失われるリスクが存在するのか、あるいは長期的・持続的な成長が期待できるのか。SDGsやESGの理念は長期的な企業価値を判断するための手がかりとなります。

投資家が知りたいのは、企業の過去ではなく、未来における価値である。投資先の企業が語るビジョンは、社会の未来像と合致するものなのか、それを測る物差しこそがESGでありSDGsです。

ESG＝環境（Environment）社会（Social）組織統治（Governance）の頭文字をとってESGと総称します。

ESGはビジネスと社会の持続可能性（Sustainability）を脅かす問題です。ESG問題発生メカニズムを経営課題として考えることが求められ、投資機関はESG問題を重視した企業活動を評価する方向性が顕著になっています。

全員参加 人材獲得

SDGsは「全員参加」を生み出す

SDGsが示す17の目標は野心的で普遍的なものであり、一企業の力で達成できるものではありません。SDGsは多様なプレイヤーの共通言語・結節点であり、「懸け橋」として企業とステークホルダーたちをつないでいくものです。

若い人の考え方は「SDGsネイティブ」であり、社会課題を解決したいということがモチベーションの原動力になりつつあります。

ベンチャー企業の理念がSDGsのメガトレンドにヒットしていることは採用上の非常に強力なポイントといえます。

ミレニアル世代は、どのような社会貢献をしているかを実感できない企業では、あまり働きたくないと考えているようです。働く目的、消費する目的を求めており、それを可視化できない企業は投資家のESG資金も引き寄せられず、ミレニアル世代の優秀な人材も採用できないという時代が来ていると考えられます。

産学協働

アカデミアとの連携

知識集約型の社会における価値創造にあたり、大学に今ストックされている資源は極めて重要です。

SDGsを実現する際に、大学こそが包括的な社会を作るのに必要な、価値創造の中心になる存在です。そうした大学の持つ価値を共有した上で、産学官民が連携することが求められます。

課題解決のためのアイデアを持ち起業したいという学生や若者たちは、そのために必要な全ての手段を持っているわけではありません。

知が集積している大学が、課題解決をビジネス化していく、社会実装していくという活動を励まし、SDGsを促進できると考えられます。

5つの特徴

三方よしがSDGsの特徴

政府は2018年6月にSDGs推進本部がとりまとめた拡大版SDGsアクションプラン2018の中で、SDGs経営推進イニシアティブを進め、企業等の経営戦略へのSDGsの組み込みを推進することとしており「SDGsアクションプラン2019」（2018年12月）においても着実に取り組むこととしています。そこで示されたSDGsの特徴は次の5点です。

普遍性

先進国を含め、全ての国が行動

包摂性

人間の安全保障の理念を反映し「誰一人取り残さない」

参画型

全てのステークホルダーが役割を

統合性

社会・経済・環境に統合的に取り組む

透明性

定期的にフォローアップ

SDGsの考え方は「三方よし」に近く、多くの日本企業や商慣習と親和性が高い点も特徴です。

メリット

SDGsに取り組むメリットは次の通りです

- ・ **企業イメージの向上** SDGsの取り組みが消費者をはじめとした顧客に浸透すれば、企業イメージの向上につながり、良いイメージがある企業の商品は価格に左右されず消費者に支持されます。また、採用活動において、優秀な人材が集まりやすくなります。
- ・ **社会課題への対応** 社会課題の解決に貢献できることは社員の働きがいやモチベーション向上につながり、企業への帰属意識、団結力が高まります。
- ・ **生存戦略を左右する** SDGsに取り組んでいるかどうかは今後のビジネスにおける取引条件になる可能性があります。SDGs調達という考え方も台頭しています。
- ・ **新たな事業機会の創出** SDGsに取り組むことで行政やNPOなどとのかわりが増え、そうした中から新たなビジネス機会が生まれます。
←事業の視野の広がり。金融機関等投資家からの評価や資金調達もしやすくなります。←ESG投資

SDGsに取り組む企業ほど収益力が高いとの調査もあります（日経新聞19年12月2日付）。

企業価値向上 クボデラに とって

SDGsを社業の追い風に

当社は現在、東京プロマーケットに上場していますが、今後、名証セントレックスへの再上場を目指しており、この大事業を実現するためには企業価値の向上を図ることが急務です。

SDGsに取り組むことはまさしく、この目的にも合致します。現在、アカデミアとの連携、積極的な企業情報発信、木材事業会社としての総合的な情報提供などに務めていますが、他社に先駆けSDGsに取り組み、SDGs宣言を行うことは抜本的な企業価値の向上に直結するとともに、優秀な人材獲得に寄与し、新たな事業機会の創出、金融機関からの評価にもつながります。

木材を商う会社として、SDGsに対する社会の関心の高まりは、またとない追い風でもあります。SDGsの推進、さらに地球温暖化対策の切り札として森林・林業・木材産業は大変重要な役割を果たすと考えられ、木材を積極的に使うことの意義が浸透しはじめています。

当社は木材を商う立場からSDGsの実現に取り組んでいくことをSDGs宣言という形で各方面に表明し、木材業界に新たな方向性の先鞭をつけることができれば大変有意義なことであることです。また、企業統治の面からも、SDGsという価値観を共有していくことは、新たな企業活力をもたらすものと考えます。具体的な取り組み方は第二部にまとめました。

SDGsの事業 創出の仕方

SDGsの事業創出の仕方

- ①**認知**（社内浸透、ワークショップ、マッピング、事例収集）
- ②**事業化**（新規事業の立ち上げ、新商品開発、チーム編成、アウトサイド・イン←後述）
- ③**発信**（メディア発信、プレスリリース、自社ウェブサイト、SNS活用）
- ④**運用**（ウェブやアプリ作成、販路開拓、ブランディング構築、業務改善）
- ⑤**コラボ**（国内外の企業間連携、行政との連携、資金調達、業務提携）

SDGs宣言とは

宣言に決まりはありません

SDGs宣言とは、企業・学校・協会など様々な団体がSDGsに取り組むことを誓い、社内外に公表することです。規則やルールはありません。創意工夫することです。そして何よりも持続的なSDGs実現への実践が重要になります。

SDGs宣言をすることで、①社外から良い印象を持たれ、企業価値が向上する②SDGsに関心がなかった社員の意識変革ができる③SDGs宣言を行うことにより統合報告書やCSRレポートへの掲載、株主向け報告書、自社ウェブサイトなどからSDGsの取り組みを発信することができます。

従来型の「三方よし」ではなく「発信型三方よし」が重要で、発信により同じ志を持った仲間が増え、そこからイノベーションが生まれるとの指摘もあります。

SDGsレポート

目標選択は平均 9 項目

CSRレポートと異なり、SDGsレポートはまだなじみがなく、導入事例も極めて少ないのが現状です。ただ、ESG投資とSDGsは表裏一体なので、金融機関のSDGsレポート発行が目立ちます。SDGsレポートを作成することで、SDGsへの本気度を示すことができ、政府が主導している「ジャパンSDGsアワード」などでの受賞にもつながります。

SDGsレポートには決まった型はなく、企業により内容や見せ方は自由に表現でき、独立した報告書を選択することもできます。大事なことはSDGsを軸に内容を整理・編集することで、SDGsに関する情報を読者が見やすくすることです。

SDGsレポートの主な内容は、①自社で貢献できる目標の掲載、②貢献目標の数（平均9項目）、③貢献目標の中味（多いのは8番の働きがいも経済成長も、11番の住み続けられるまちづくりを、9番の産業と技術革新の基盤をつくろう、13番の気候変動に具体的な対策を、7番のエネルギーをみんなに、そしてクリーンに）です。

木材業界の立場として、15番の陸の豊かさを守ろう、12番のつくる責任つかう責任なども具体的な取り組みなども該当すると思います。

ターゲット

目標の定量化

2030年のゴールを定量化することが基本です。17の目標だけでなく169のターゲットを深掘し自社事業が関連するターゲットを把握することで定量化が可能になります。

自社事業だけでマッピングすると影響の及ぶ範囲が限定されます。調達→生産→品質管理→営業・販売→廃棄までのバリューチェーン全体でマッピングすると影響を及ぼせる範囲が広がります。自社事業から生じる正の影響評価だけでなく、負の影響面も考慮して正確に評価することは大切です。

15番目の目標「陸の豊かさも守ろう」では「森林の減少を阻止し、劣化した森林を回復させるために世界全体で植林を増やす」とあり、その中には、①自社事業やサプライチェーンにおける森林破壊や森林劣化を減少させる取り組みを行う、②影響の少ない伐採技術により、荒廃した景観の復元と復興を支援し、森林関連資源の利用効率を改善する、③森林管理認証及び森林製品の認証を取得する、④公共及び民間の利害関係者と協力し、全体で森林破壊のない商品を開発するとあります。生物多様性、環境投資、持続可能性、違法取引をなくすなどもターゲットで言及しています。

合法木材認証にとどまらず、FSCなどの森林認証の取得が今後、必要になってくると思います。

SDGsコンパス

SDGsに取り組むための指針がSDGsコンパスです

ステップ①SDGsを理解する、ステップ②優先課題を決定する、ステップ③目標を設定する、ステップ④経営へ統合する、ステップ⑤報告とコミュニケーションを行う（詳細は次ページ）。

SDGsは企業の生存戦略に大きく関わるので、トップダウンで事業を進めることが重要です。そしてSDGsの推進は若い人材に任せることが大切です。2030年をゴールとしたとき、現経営陣は引退しており、会社の中枢に位置するのは今の若い人材です。企業の未来を支える若い人材を経営陣は信頼することが求められます。

SDGsは2030年にあるべき姿を示しており、今できることの延長線上で未来を予測（フォアキャスティング）するのではなく、未来のあるべき姿から逆算して今なにをすべきなのか考える思考（バックキャスティング）が重要です。また、2030年で終了するのではなく、ポスト2030年を見据え継続した取り組みが求められます。

SDGsの考え方は社会課題を起点に本業で取り組む「アウトサイド・イン」にあるといわれます。これは社会課題を起点に自社のアセットやリソースで事業を生み出す手法で、従来型の「プロダクト・アウト」や「マーケット・イン」とは大きく異なります。

5つのステップ SDGsコンパス

① SDGs を理解する

企業が SDGs に関し十分に理解することを支援するものです。

② 優先課題を決定する

SDGs によってもたらされる最も重要な事業機会をとらえ、リスクを減らすために、企業は、そのバリューチェーン全体を通して、SDGs に関する現在および将来の正および負の影響を評価し、それに基づき、それぞれの優先的に取り組む課題を決定します。

③ 目標を設定する

目標の設定は、事業の成功にとって重大であり、企業全体を通じ、優先的事項の共有を促進し、パフォーマンスを改善します。企業は、その目標を SDGs と整合させることによって、企業のリーダーは持続可能な開発に対する明確なコミットメントを示すことができます。

④ 経営へ統合する

中核的な事業と企業ガバナンスに持続可能性を統合し、企業内のすべての機能に、持続可能な開発目標を組み込むことは、設定された目標を達成する上で鍵となります。共有された目的を追求し、組織的な課題に取り組むためには、バリューチェーン全体を通じて、そのセクター内、あるいは、政府や市民社会団体とのパートナーシップにより協働していく必要があります。

⑤ 報告とコミュニケーションを行う

企業は、共通の指標や共有された優先課題を活用して、持続可能な開発に関するパフォーマンスを報告することができます。SDG コンパスは、企業が、SDGs に関する事項を、ステークホルダーとの意見交換や報告に導入していくことを推進します。

宣言の手順

SDGs宣言作成の手順はおおむね次の通りです

- ①社内導入研修（社会課題の確認・共通認知を図る）
- ②マッピング（優先課題を決定する）
- ③ブラッシュアップ（ファクトデータの収集）
- ④SDGs宣言ウェブページ作成（目標設定）
- ⑤SDGs宣言

特に①の社内導入研修での周知が重要になることから、宣言を出すまでには半年近くかかると見込まれます。

宣言の中には、作成するまでの会社の取組、また社員個人も宣言を公表することが良いとされています。

SDGsウォッシュという言葉があります。見せかけだけSDGsに取り組んでいるように見せることを指し、発覚した場合に企業価値を大きく毀損する恐れがあります。

曖昧な理解もSDGsウォッシュの原因となります。