

一言

SDGsを経営に生かす

SDGsという言葉をよく耳にする。

2015年の国連総会で採択された「持続可能な開発目標」のことで、今後の世界共通の行動指針だ。貧困削減など開発の関連やクリーンエネルギーといった環境分野、不平等の是正などの社会経済の課題まで含む包括的な分野について、17の個別目標と169項目の達成基準が盛り込まれている。2030年までの15年を期間として、産業界にもその達成に向けた貢献が期待されているものだ。

企業は、これまで取り組んできたCSR活動をベースにしつつ、世界が今求めているサステナビリティの課題にもチャレンジしてほしい。まずは現在行っていることをレビューし、自社のビジネスモデルや事業展開している地域などを考慮して、SDGsのなかから自社事業との関連が強い課題を優先的に見ていくとよい。そのツールとして「SDGコンパス」というガイドも発行されている。

例えば、飲料メーカーであれば提供す

る製品が健康と福祉（目標3）の改善に寄与しており、また産業の基盤構築（目標9）にも貢献している。さらに今後は日本の消費者だけでなく世界の飢餓の改善（目標2）にも取り組もう、といったグローバルな視点をもてば、今まで以上の活動の広がり和社会へのインパクトが加わることになる。

今やSDGsは市民や政府などあらゆるステークホルダーが使う共通言語だ。企業も積極的にSDGsのコンセプトで整理することで、世の中の理解を得るとともに社会のニーズを把握することができらるだろう。

コンサルティング

取締役代表

えづみ 野海