



こんな会社で 働きたい

サステナブルな社会実現のために

SDGs編③

クロスメディアHR 総合研究所

はじめに

SDGsが設定する2030年の開発目標の実現まで、あと7年となりました。

普遍的な価値として認知度も高まり、弊社でも2021年に最初のSDGs編を刊行し、3冊目となる本書に至るまでさまざまな企業を取材しています。

企業が継続・存続するためにも、事業をサステナブルにしていこう、より社会に貢献していこうという姿勢は高まっています。

一方、消費者も環境に配慮して、よりサステナブルな生活をしよう、環境にやさしい製品を購入しようという意識が高まっています。

今回も巻頭企画では慶應義塾大学・蟹江憲史教授に「SDGs 行動のその先」についてご寄稿いただきました。そして持続可能な未来のために、それぞれの取り組みを進める10社を取材し、生の声をお届けしますので、企業研究の参考にしてください。

これからキャリアの第一歩を踏み出す皆さまに役立つことを願っています。

はじめに

3

PART

1

SDGs行動のその先へ

6

慶應義塾大学教授 蟹江憲史

PART

2

あらゆる価値を循環させ、あらゆる人の可能性を広げる

29

株式会社メルカリ

コラム
SDGsのキホン

45

株式会社ダスキン

46

「やさしさ」を形にするビジネスで人々の幸せと喜びに貢献
自己成長できる職場で、働きがいと経済成長を実現

株式会社ハピネス・アンド・デイ

56

従業員の4分の3が女性と、女性比率の高い会社
働きやすさとやりがい、誰もが生き生きと働ける環境を目指す

味の素AGF株式会社

66

コーヒーをはじめとする嗜好飲料とギフトを通じて「ココロ」と「カラダ」の健康に貢献。
人とつながり、環境と共生しながら、よりよい暮らしへCompany File
03Company File
02Company File
01

Company File

04

株式会社アクテイオ
建設機械のレンタルとコンサルティングで
住み続けられるまちづくりに貢献

76

Company File

05

株式会社鶴見製作所
人々の暮らしと切り離せない「水」を守りコントロール
100年前から持続可能な社会の実現に貢献

86

Company File

06

株式会社ラクーンホールディングス
距離や時間、業種を超えた公平・公正なマーケットプレイスを提供、
事業を通じて社会課題の解決に貢献

96

Company File

07

株式会社NEWORLD CAPITAL
M&Aで企業という名の社会的資源の循環を推進
経済的課題を解決し、サステナブルな社会の実現を目指す

106

Company File

08

大成株式会社
ロボットのハイブリッドを目指した社会の実現
早生桐を活用したサーキュラーエコノミーなど
独自のビジネスでファシリティマネジメント業界の開拓者に！

116

Company File

09

住友商事株式会社
社会課題解決への貢献を通じ、
持続可能な社会の実現を目指す

126

巻頭企画

SDGs

行動のその先へ

かにえ のりちか
蟹江 憲史

1969年生まれ。慶應義塾大学総合政策学部卒業、2000年、同大学大学院政策・メディア研究科博士課程学位（政策・メディア）取得。北九州市立大学法学部助教授、東京工業大学大学院社会理工学研究科准教授、パリ政治学院客員教授などを経て、2015年から現職。日本政府SDGs推進本部円卓会議構成員、内閣府地方創生推進事務局「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」幹事会幹事、国連経済社会理事会（Economic and Social Council: ECOSOC）アドバイザーなど、SDGs関連プロジェクトで数多くの委員を務める。国連Global Sustainable Development Report (GSDR)の2023年版執筆の独立科学者15人に選ばれている。



ポストコロナ、 戦争・紛争下のSDGs

SDGsが目指す2030年のゴールまで、あと7年となりました。

SDGsが国連サミットの加盟国会一致で採択されたのは、2015年9月です。それから7年の間に徐々に認知度が高まり、いまや認知から浸透へ、そして行動へとフェーズが変わってきました。

しかし、SDGsの進捗は決して順調とはいえません。

新型コロナウイルスの感染拡大やロシアによるウクライナ侵攻により、進捗は大きく停滞してしまいました。コロナ禍で、SDGsが掲げる目標の3番「すべての人に健康と福祉を」は目標達成から大きく遠ざかりました。貧困格差や教育格差が浮き彫りになり、連日働き口を失った人や食べるものに困る子どもたちがニュースになったことは、まだ記憶に新しく残っています。また、2022年2月にロシアによるウクライナ侵攻が始まると、SDGsの各目標を達成することは、さらに遠ざかりつつあります。

こうした現実によって、私たちは「SDGsは平和でなければ実現できない」というこ

とを実感しました。でもこれは言い換えれば「持続可能な世界こそが本当の平和を意味している」ということです。

つまり、世界的に持続可能が危ぶまれている今こそ、一人ひとりがSDGsの取り組みを推進することで、持続可能で平和な社会をつくっていくことができますともいえます。

例えば現在、ウクライナの戦争により燃料や食料は激しく高騰しています。これを「地産地消を進めるいいチャンス」と考えれば、サプライチェーンや使用燃料の見直しから始め、ローカルレベルでのSDGsを逆に推進していくことができるかもしれません。

SDGsはもはや「一部の意識の高い人や企業だけがやっている活動」ではありません。コロナ禍のパンデミックにおいても、売上よりもテレワークの推進やストレスチェックなど、社員の健康管理や働きやすさに取り組んできた企業ほど、回復が早かったという報告もあります。つまり、SDGsに取り組むことは、リスクをビジネスに変える武器にもなるのです。

コロナ禍や戦況下でSDGsの歩みを止めるのではなく、むしろ逆に関心を高め、自社のビジネスを持続可能な社会実現のためにどう生かせるかを、私たち一人ひとりが考えていかなければいけない時が来たと思っています。



日本企業のSDGsの現在地

私は2021年の1年間、研究のためにアメリカのワシントンD.C.で暮らしていました。アメリカでは「サステナビリティ」という言葉はよく耳にしましたが、「SDGs」という言葉を知っている人はそれほど多くありませんでした。

日本では小学校から学校の授業にSDGsが取り入れられるなど、ここ数年で一気に「SDGs」という言葉の認知度が上がっています。一般の人たちの間でも「SDGs」という言葉を知っている人の割合が増えましたが、その一方でSDGsの中身まで詳しく知っているという人は、残念ながらそれほど増えていないように思います。

企業においても同様の現象が起きています。

例えばビジネスパーソンの間では、カラフルなSDGsのレインボーバッジをつけている人がここ数年で急激に増えましたが、17個の目標については覚えていても、169個のターゲットや231個の指標についてまで詳しく解説できる人はほとんどいないと思います。

また、企業サイトや採用ページを見ても「SDGsに取り組んでいる」と掲げている企

業が多くあるにもかかわらず、2022年8月に発表された帝国データバンクの「SDGsに関する企業の意識調査」によると、「(SDGsという)言葉は知っていて意味もしくは重要性を理解できるが、取り組んでいない」という企業が全体の約4割もいるという報告も目にします。

2022年7月に行われた世界経済フォーラムで発表されたジェンダー・ギャップ指数(各国における男女格差を測る指数)では、日本は146カ国中116位でした。これはアジア諸国の中で韓国や中国、ASEAN諸国より低く、先進国においては最低レベルです。残念ながら、日本企業や団体が、ジェンダー平等の取り組みで大きく遅れているという他にありません。

とはいえ、2022年6月に公開されたSDGsの達成度・進捗状況に関する国際レポート「Sustainable Development Report (持続可能な開発レポート) 2022」によると、日本のSDGsへの取り組み達成度は、世界163カ国中19位というまずまずの結果でした。達成の進んでいる取り組みを進めつつ、目標5番目の「ジェンダー平等を実現しよう」など、日本が遅れている目標に着目し、取り組みを強化していけば、もっと上位ランキングを目指すことも不可能ではないと思います。



それでもなお企業にSDGs経営が 求められる理由

SDGsの目指すゴール達成のためには企業の力が絶対必要であるにもかかわらず、なぜ日本企業や団体のSDGsは思うように進まないのでしょうか。

帝国データバンクの報告書によると、SDGsに積極的に取り組む企業は大企業が68・9%となっている一方、中小企業は48・9%という数値となっています。企業規模間によって、SDGsの取り組みに格差が生じているのが現状です。

さらに、「SDGsに取り組んでいる」という大企業の中に、実態を伴わずに形だけのSDGsに取り組んでいる企業も隠れています。

また、中小企業の場合、「SDGsに取り組みたいけれどどうしたらいいのかわからない」という企業がいまだに数多くあります。人材や資金面などのハードルによって、SDGsの重要性を感じつつも着手できない場合もあり、「零細企業における具体的な取り組み目標が思いつかない」「中小企業には人材、資金面などのハードルが高い」という声もあがっています(帝国データバンク調べ)。

持続可能な社会を目指すためには、個々の企業がより持続可能な戦略をもって事業を展開していく必要があります。最近では企業が持続的に成長・発展していくために、稼ぐ力とESG（環境・社会・企業統治）を両立させる経営への転換を目指す「SX（サステナビリテイ・トランスフォーメーション）」に取り組む企業も増えてきました。

日本人は江戸時代から「売り手にも買い手にも世間にもよい商売を心がけなければいけない」という近江商人の経営哲学「三方よし」を大事にしてきたように、本来SDGsへの親和性が高い国民だと私は思っています。

企業の規模や従業員数に関わらず、国や自治体がもっと多くの企業と一緒にSDGsを推進していくことができれば、例えば、日本のジェンダー・ギャップ指数の順位を上げることができるようでしょう。