

# 中部未来懇 春季シンポ開催

静岡県中部未来懇話会は、「SDGs（持続可能な開発目標）に取り組まないリスク・取り組む機会」をテーマに、2022年度春季シンポジウム（静岡新聞社・静岡放送共催）を開催した。静岡大学サステナビリティセンター長・学術院人文社会科学領域教授の堂園俊彦氏、鈴与商事取締役新規事業開発部・GX企画部担当GX企画部長の水野正信氏、ヤマハ執行役員経営本部経営企画部部長の山下寛文氏、静岡ガス常務執行役員コーポレートサービス本部長兼人事部長の杉山武靖氏がリレートークとパネル討論を行い、SDGsに対する企業の取り組み方や導入への課題を探った。



堂園氏

◇堂園 俊彦氏  
SDGsにおいては、経済活動というものが非常に重要なものとして位置づけられています。ただし、中小企業の取り組みというのは、認識は広がっているのですが、具体的な行動には移っていない、というのが現状です。  
SDGsとは、サステナブル・ディベロップメント・ゴールズ、つまり持続的な開発目標のことで、2015年の国連総合会で採択されました。2030年までに達成を目指す17の目標と、169の具体的

## リレートーク

# 「SDGsに取り組まないリスク・取り組む機会」

## 行動まで至らない中小企業

的な到達目標からあります。達成への法的拘束力はありません。だからこそ合意できたところでは非常に大きいです。  
人と自然、経済というものを一体のものとして捉えるのが、SDGsの大きな特徴です。経済活動をしながら、同時に社会や自然にいい効果をもたらすことが、SDGsにおける経済活動に求められています。日本でも、SDGsを原動力とした地方創生、強靱化かつ環境に優しい魅力的な町づくりということが語られて、経済が非常に重視されています。  
ご存知かと思いますが、「三方よし」という考え方があります。「売り手によし、買い手によし、世間によし」という近江商人の経営理念です。それは取引を通じた世間への貢献です。企業は、かつてCSR（コーポレート・ソーシャル・レスポンス）という形で社会

や自然に貢献していましたが、本業を通じて社会や自然に貢献する。つまり、企業が自らのミッションをこなすことが、自ずと社会や自然にポジティブに働くということが非常に強調されています。  
つまり、社会や自然にポジティブなことをするということが、自ずと企業にとつてポジティブに働く、ウィンウィン関係だということですが、SDGsに取り組む際の企業のメリットとして語られています。さらに、環境や社会を意

- ◇パネリスト  
水野 正信氏 鈴与商事取締役新規事業開発部・GX（グリーントランスフォーメーション）企画部担当 GX 企画部長  
山下 寛文氏 ヤマハ執行役員経営本部経営企画部部長  
杉山 武靖氏 静岡ガス常務執行役員コーポレートサービス本部長兼人事部長  
◇コーディネーター  
堂園 俊彦氏 静岡大学サステナビリティセンター長 学術院人文社会科学領域教授

「カル消費」が広がると、SDGsに取り組む企業のメリットは、もつと出てくる可能性ががあります。「エシカル就活」といって、SDGsへの取り組み具合を会社選択の基準にする、という学生も増えていきます。

SDGsのメリットがうたわれる中、どのようにSDGsに基づいた経営を推進すればいいのでしょうか。まずは、SDGsを社内で理解し社内で共有して、自社の活動をSDGsとひもづける。次に何に取り組むのかを決定して目標を立て、SDGs経営計画を作成して取り組む。そして評価して次へ展開するということです。ポイントは単に自社の活動をSDGsとひもづけるだけでは、SDGsに取り組んだとは言えないことです。認識は広がっています。でも、取り組むことのメリットはなかなか実感できない。一方で、SDGsをやれやれ、と周囲から言われる。そうすると、とりあえずSDGsをひもづけてみるか、一応やっていますよとアナウンスするか、という動きになります。しかし、それでは実際の行動が伴わない可能性ががあります。それは「SDGsウォッシング」と批判されています。SDGsを

うたつても、実際には不十分だったり、不適切な活動しか行っていない。このギャップを解消する必要があると思います。これらを踏まえて、静岡で企業が主体的にSDGsを推進するには、どうすればいいのかを考える必要があります。

#### ◇水野 正信氏

1990年に鈴与株式会社から、石油、LPG、建材等の販売部門が分社されて設立されたのが鈴与商事です。親会社となる物流の鈴与株式会社を中心に、関連会社約



水野氏

140社を持った企業集団として、グループの基本理念は「共生（ともいき）」です。

グループの基本理念には、「社会との共生（ともいき）」という面もありまして、本業を通じた社会貢献活動、企業としての社会貢献活動、自然あるいは地球環境との調和と

## 学生の会社選択の基準にも

いう、こういう基本理念に基づいて考えます。具体的な取り組みとしては、自社の事業活動をSDGsにひもづけることがキーであると思います、農業と食、これを使った脱炭素のリンケージを考えています。地域に持っているポテンシャルを上手に使いながら、それを効率的に使う方法を考え、経済性を上げながら地域に貢献していくことを目指します。さらには次世代の人材育成、これを企業として、地域の皆さんとやっていく。これらの活動を通して、エネルギーを起点としたカーボンニュートラル、ローカルSDGsの実現へ向けてというのが、大きな取り組みの軸です。

#### ◇山下 寛文氏

弊社は先月、今期から始まる3年間の中期経営計画を発表しました。この計画の策定に当たり、トップ主導で「サステナビリティ」を経営事業の根幹に据えるということを進めてきました。また、発表した計画でも「サステナビリティを価値の源泉に」を主要な方針の一つとしています。

私たちは、豊かさとは経済的な豊かさだけでなく、本当に大事なものは心の豊かさである

ると考えます。そのために音楽に関わる事業を通じて大きく貢献できると考えています。まず「地球環境の保全」です。気候変動に対応する温暖化ガスの排出削減というものは、地球に住むものすべてが取り組まなければならないと考えます。

資源の節約、有効利用も、ものづくりのビジネスをやっているメーカーとして当然やっていかなければいけない



山下氏

と考えています。中でも木材利用について、ヤマハは産地の状況を調査して、現地の組織と協力して持続的にかつ現地の林業産業として成り立つように、人の暮らしを支えるような形で供給されるように、育成や保全活動を行っています。

次に本業を通じた社会課題の解決というテーマです。メーカーの本分として、技術開発によってイノベーションを起



杉山氏

◇杉山 武靖氏  
静岡ガスグループは、地域社会の課題解決を目指していますが、これはSDGsの方向性と合致しています。言い換えれば、グループの事業活動そのものがSDGsにつながるかと考えています。中でも、静岡ガスの持ち味を生かす企業活動を通じて社会諸課題の解決を図るをポイントに、SDGsの17目標のうち9を、重点目標として位置付けてい

ます。この目標を達成するための具体活動は、主にエネルギー、テクノロジ、そして人・地域の三つに分けています。まずエネルギー分野では、クリーンなエネルギーの普及拡大に努め、環境の負荷の低減に努めています。二つ目のテクノロジでは、これまで長年培った技術や経験を生かしながら、環境性や経済性の向上につながるサービスを提供し、地域の産業や町の発展を支えています。三つ目は人材の育成と多様化。私は人事部長も兼務しています。採用時期を迎え、SDGsの考え方なくしてはいい学生が集まらないということを実感しております。

スタートするに当たり、決してトップダウン方式ではなく、社員一人ひとりの業務がSDGsにどう関わっているのか、しっかりと明確にした上で取り入れました。つまり、会社、経営者が命令して取り組ませることではなく、自分に関係ないよみたくない人が一人もいないような取り組みをしています。

## 海外資本市場の動きに変化

### パネル ディスカッション

#### ▽取り組みきっかけ

堂園氏 SDGsに取り組むようになったきっかけは、どこにありますか。そして取り組む中で苦労したこと、大変だったことを教えてください。さらに乗り越えるための工夫も伺えればと思います。

水野氏 自社の取り組みをSDGsにひもづけるといっていいところはまだまだですが、当社の基本指針は、SDGsの番号に振り分けると結構入ってくると思います。給与商事は、エネルギー事業者、サブライヤーです。皆さんが変化すれば、それに身の丈を合わせることにあります。

山下氏 SDGsという言葉は、社内ではあまり使っておりません。「サステナビリティ」という言葉を中心に使っています。ここ数年で変化したのは、特に海外の資本市場の動きです。投資家や海外の投資家ファンドへの説明・報告といった場面で、ESGに関わる指摘とか、質問、要求を受けることが非常に増えてきました。もともと意識はあつた

のですが、むしろ、資本市場の方が私たちを追い越しそうな勢いになってきた。そこで昨年初め、社長の諮問機関として「サステナビリティ委員会」という全社委員会を作り、今回の中期経営計画にまとめたいという経緯になります。

#### ▼事業をしつかり推進

杉山氏 やはりビジネスチャンスが増えるとか、社会の課題を把握できるとか、企業の持続可能性、社員のモチベーションとか、きっかけはさまざまです。エネルギー会社ということで、自分たちが今までやってきた事業をちゃんとやること、事業を推進することが、SDGsを無理なく取り入れることができると感じています。

#### ▽難しかった点について

堂園氏 難しかったところは何かででしょうか。

#### ▼情報開示の対応が負担に

山下氏 先ほど、投資家からリクエストがあるという話をしましたが、いろいろなフォームで、いろいろな団体が、いろいろな情報の開示を求めています。この開示に対する対応というのが非常に大変です。そうした開示が、企業にとって大きな負担になるのではと思います。

**堂園氏** 要は、企業をどこまで信じられるということ、これは開示してもらわないと困るという考えの方も多分たくさんいらっしゃる。しかし、いろいろな情報を、いろいろな団体から求められ、一体何を開示すればいいのかということが非常に難しいということとは、重要な指摘だと思います。



### ▼サプライヤーとしてのスタンス検討

**水野氏** 私たちが扱うエネルギーは消費財ですから、納入させていただくというところ

で、納入先のスペックに合わせていかなきゃならない。これがなかなか難しい。サプライヤーとして、どういうスタンス、どういう企業を目指せばいいのかを検討しています。

**▼通用しない「見せかけ」**  
**杉山氏** 社会は見せかけのSDGsにはとても敏感で、一歩間違えると企業イメージが悪くすると思います。「SDGsウォッシング」にならぬようにするのが非常に難しい。SDGsをしつかりやり遂げることで、社会から認められると考えています。

### ▼人権デューデリジェンス

**堂園氏** ヤマハさまが提示していた資料に、人権デューデリジェンスの話が出ています。人権的な配慮ももちろんありますが、そこをもう少し教えていただけませんか。

**山下氏** 既にイギリスとオーストラリアでは、人権デューデリジェンスに関する年次報告をしなければいけないという法律の対象に外国企業も含まれるので、両国で事業する以上は義務です。自分のところのサプライチェーンに関わる人権についても、きちっと調べて年次報告をしなければいけません。けれども受け身

## 若い人ほど積極的に議論参加

では、なかなかモチベーションも上がらない。やはり我々も人権を大事にするのだということも目標の一つに掲げ、中期経営計画の中に織り込んでいます。

**堂園氏** ここでぜひ、会場の皆さんからも質問を投げかけていただければと思います。

### ▼一般社員への浸透の仕方は

**会場から** SDGsに関する教育とか認知度は、一般の社員にとつて、日々の業務との乖離が非常に大きいと思います。そこをどうやって浸透させているか、ぜひ聞かせてほしいと思います。

**山下氏** やはり、SDGsに関する意識は、ヨーロッパが一番進んでいると思います。日本はどうかという、世代間ギャップがあり、若い人ほどSDGsという言葉に強く反応しますし、サポーターに議論に参加してくれます。社内での議論の過程でも若い社員ほど積極的にその議論に乗ってくれました。

**水野氏** 若い世代は非常に感度が高いです。実はバッチを社内に着けようと言ったのは、社内での提案制度で20代の社員が経営会議に上げてきました。しかし、業務に結びつけると

いうところまで浸透させるのはまだ大変かなと思います。

**杉山氏** 私たちにとつても非常に大きな課題だと思います。社員同士の会話で刺激し合うということはあります。ただ、それでは他力本願なので、社内でも改めて再勉強とかをやつていかなければいけないと思います。

### ▼取り組むメリットをいかに伝えるか

**堂園氏** SDGsに取り組むメリットが意識できない、それが取り組みに二の足を踏む理由としてあります。メリットを理解してもらうにはどうしたらよいでしょうか。

### ▼金銭対価に感じる世代も

**水野氏** メリットというのはやはり難しい。若い人たちにとつて、心の豊かさや行動の動機付けになるのですが、どうしても私たちのような昭和の年代になると、金銭対価のように感じてしまう。ここをどうやって統一していくのか、と感じています。

**山下氏** 今のようには発展していく一つの段階としては、やはり人為的にメリットを作つて、人々の行動を仕向けている状況だと思います。

**堂園氏** メリットの中身が多

様なので、人を動かすには具体的で財政的なものが非常に重要で、SDGsに取り組みなければ損するよという枠組みが今、少しずつ出てきているように見えます。

▼見つけやすいパートナー企業  
杉山氏 SDGsはもちろん、世界中の企業や人が取り組んでいるので、パートナーを見つけてやすい。例えば、フードロス対策をやるようになった時、難しい話をせずに得意としているスタートアップとうまく業務提携できるとか。こういうメリットはすごいと思います。

▽トップの役割  
司会 一般的に企業の行動指針や活動方針はトップから下に、トップダウンで降りてくるものです。トップの意識あるものはトップの役割は今、どういうところにあるのでしょうか。

▼自ら旗振り、態勢立ち上げ  
山下氏 ヤマハのサステナビリティ委員会は、トップ自らが旗を振って今の態勢を立ち上げました。発破もかけてもらった。やはりトップの役割というのは非常に大きいと思っています。  
水野氏 トップが若返り、S

DGsへの感度は非常に高いですね。若い子たちの意見を、結構採用するようになってい。柔軟性も見えているのではないのでしょうか。

杉山氏 上からの押し付けではなく、できるだけ社員から湧き上がるような動きが求められています。それやるのが私たちの役目なのかもしれません。

▽成功しない上からの押し付け  
堂園氏 SDGsは、上からの押し付けでは、結局うまくいかない。SDGsは非常に緩やかな目標なので、自分たちとしてどう取り組むのかという余地をすごく残している気がします。そこがまさにボトムのところです。トップがやる決断をし、ボトムのところでプロセスがうまく合わさると、非常にうまくいくのではないかと思いました。

司会 SDGsは、2030年というゴールが決まっています。ですから、バックキャストイングの考え方でいつまでに進捗しなくてはいけないなどという意識を常に持つことが大事だと思えます。その辺を念頭に実践をしていただきたいと思えます。