

EA21 環境経営と SDGs

～経営環境が変わった、求められる社会的責任～

- ・ 環境保全から SDGs（持続可能な開発目標）へ
- ・ 複数の視点を持つ経営（CSR）が求められる
- ・ SDGs ビジネスのリスクとチャンス
- ・ 課題とチャンスから戦略を SDGs で説明する



企業を元気にする
シスラボ・スエヒロ



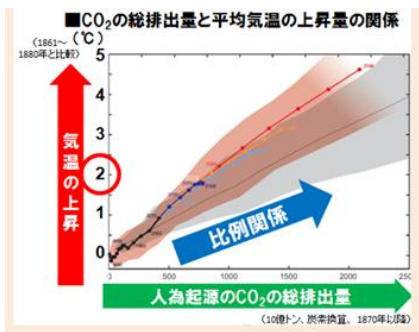
環境保全から SDGs（持続可能な開発目標）へ

環境保護・社会的包摂、経済開発の視点からの課題解決

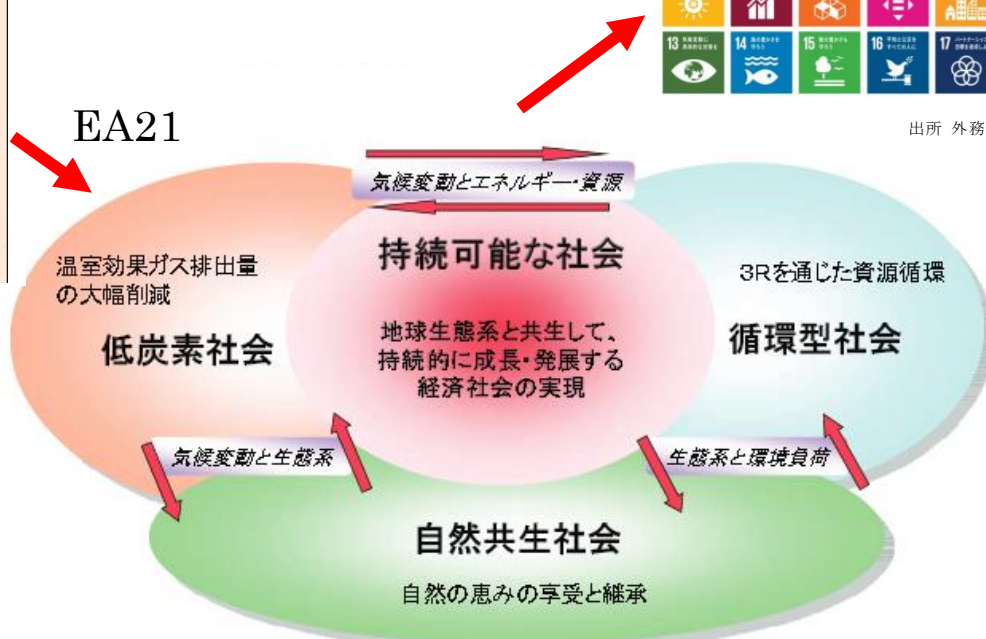
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
持続可能な開発目標



出所 外務省 Web



出所 IPCC

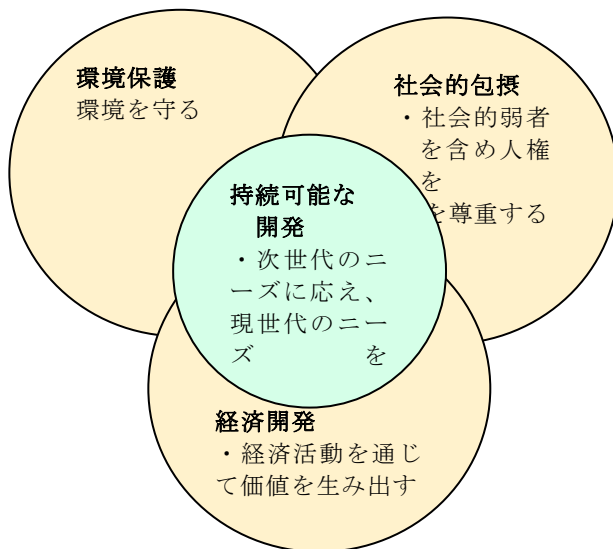


(出典) 21世紀環境立国戦略(平成19年6月1日間議決定)

複数の視点 SDGsの3要素と5つの主要原則



SDGsの3要素



SDGsの5原則

普遍性	国内実施と国際協力の両面で率先して取組
包摂性	人権の尊重とジェンダー平等の実現を目指し、誰一人として取り残さない
参画性	あらゆるステークホルダーと当事者による全員参加型
統合性	環境、社会、経済の3側面を統合的視点で解決策を考える
透明性と説明責任	取組結果を定期的の評価し公表する

【17ゴール】

1. 貧困なくす
2. 飢餓なくす
3. 健康な生活
4. 質の高い教育
5. ジェンダーの平等
6. 清潔な水と衛生
7. 再生可能エネルギー
8. 雇用と経済成長
9. 産業と技術革新
10. 不平等をなくす
11. 住めるまちづくり
12. 責任ある生産と消費
13. 気候変動の対策
14. 海の豊かさを守る
15. 陸の豊かさを守る
16. 平和で公正な社会
17. パートナーシップ
で目標達成

SDG s ビジネスのリスクとチャンス

SDG s に取組まないリスク	SDG s を取組むチャンス
<ul style="list-style-type: none"> ・環境課題、社会課題を配慮しない経済活動は、社会的責任を果たせない 	<ul style="list-style-type: none"> ・環境・社会・経済に配慮した製品サービス提供は地球の抱える課題を解決する。リスク回避となる
<ul style="list-style-type: none"> ・SDG s を大手企業が積極的に採用、認知度が上昇してきている 	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客へ安心と信頼の提供が事業継続に繋がるSDG s が投資条件になり生存戦略となる
<ul style="list-style-type: none"> ・若者はSDG s に関心を持ち、社会的に価値のない会社は見向きされなくなる 	<ul style="list-style-type: none"> ・若者は関心度が高い 人材確保の必要条件になってくる。多様性に富んだ人材確保になる

SDG s への取組の方法 (新たな事業機会、イノベーションに繋がる)

- ★持続可能な社会の実現に貢献（社会との共通価値の創造）するビジネスモデルをつくる
21世紀型企業として、環境、社会はビジネスに必要な資源と捉え、あるべき姿としてSDG s を取込む、その結果、社会に価値をもたらし、持続可能な社会の実現に繋がる。
- ★あるべき姿（過去の延長線上に未来はない）を理念、方針に表現、目標設定はSDG s で評価する
経営方針を見直すチャンスと捉える、顧客・株主・従業員、消費者などステークホルダーに対し説明責任や企業の社会的責任（CSR）責任を果たしていく。
- ★自社で考える。あるいはパートナーシップで関連団体との連携をする
製品・サービスに付加価値をつける連携も考慮する

課題（リスク）とチャンス（機会）から経営計画（戦略）を考える

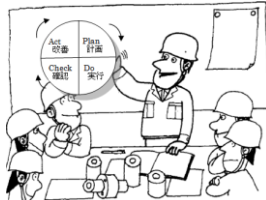
① 経営理念
環境経営方針
＜何をしたいか＞
持続可能な社会へ挑戦

② 課題とチャンス
・組織の状況の把握
・自社の強み、弱み分析
＜戦略的方向付け＞
SDGsの視点



顧客満足（信頼と安心）
経営とEMSの両立
一人ひとり稼ぐ組織

③ 戦略を経営計画に取込む
・パフォーマンス評価（KPI）
付加価値/人、CO2
PDCAによる改善
・組織目標
・部門別目標へ展開
・実行計画書のPDCA



強み・弱み分析から戦略（内外の強みと強み、内部の弱みの改善）

	企業内部から見る	企業外部から見る
強み	<ul style="list-style-type: none"> 品質（クレーム）納期が安定 設計での環境配慮がよい 改善提案が活発 	<ul style="list-style-type: none"> 市場、顧客が安定している 環境関連製品が市場で好調
弱み	<ul style="list-style-type: none"> 職場リーダー力量が弱い 工程内不良が多い 儲かる製品・顧客がわからない 	<ul style="list-style-type: none"> 中国市場が不安定
戦略	<ul style="list-style-type: none"> 利益につながる環境経営の見える化で顧客へ信頼と安心の強化 利益の出せる会社（付加価値/人、付加価値の見える化） チーム改善（助合うチームワークと自立的行動、リーダー育成） 	

戦略の図式化

- ・環境基本に経済
- ・社会課題を同時解決
- ・経営とEMSの両立



課題とチャンスから経営計画（戦略）をSDGsで説明する例

わが社のSDGs

SDGsを視野に環境経営を革新の道具として顧客価値の追求「一人ひとり移る組織を目指す」

革新の戦略

- ・技術重視の人材育成（教育）
- ・競争力ある設備投資（生産性向上）
- ・成果の出るEMS（PDCA）
- 不具合、自立的改善活動

4: 教育 生涯学習
8: 経済成長と雇用
生産的雇用と働き甲斐
12: 持続可能な消費
生産消費形態
13: 気候変動 CO2削減
17: 提携手帳 ペーパーレス

世界の課題の同時解決

・世界の課題解決に役立っている

- 1: 貧困 適度な給与
- 5: ジェンダー 平等
- 3: 健康 確かな生活
- 11: 持続可能な都市 人間性住の美観
- 12: 持続可能な消費 生産消費形態
- 16: 平和 包摂的制度

自社の強みを継続改善

- ・働き方（労働災害安全 総理大臣賞）
- ・人を重視した経営（能力引き出し）
- ・大規模生産で製品の差別化
- ・定めたQC/D改善能力
- ・環境負荷の低減
- ・太陽光発電
- 5: ジェンダー 平等
- 4: 教育 生涯学習
- 7: エネルギー 太陽光
- 8: 経済成長と雇用
生産的雇用と働き甲斐
- 13: 気候変動 CO2削減

代表者による経営における課題とチャンスの取りまとめ

戦略を考える（課題とチャンスの取りまとめ）例

事業内容等 ・市場の特徴 ・製品の特徴 ・差別化特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・操業30年、2代目社長34才 ・30名で精密機械部品加工、設備は最新型設備を配置している ・先代の地道な商売により安定した取引先が多い 	
環境経営方針 ・社是・理念 ・経営者の想い ・環境重視 ・EA21の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・経営理念は、信頼、信用される経営 ・経営方針は、法規制を遵守、社員第一、顧客第一、品質第一、環境第一 ・地球温暖化防止のため、化石エネルギー削減、廃棄物削減、化学物質削減 	
	事業者の内部に起因するもの	事業者の外部に起因するもの
経営における課題（弱み、問題点等）	<ul style="list-style-type: none"> ・職場のリーダー力が弱い ・工程内不良が多い ・儲かる製品、顧客がわからない 	<ul style="list-style-type: none"> ・中国市場が不安定
経営におけるチャンス（強み、有利な点）	<ul style="list-style-type: none"> ・品質（クリーム）納期が安定 ・設計で環境配慮をしている ・改善提案が活発 	<ul style="list-style-type: none"> ・市場・顧客が安定している ・環境配慮製品が市場で好調
戦略 ・内部・外部の強みの組合せ ・内部の弱みの改善と外部の強み	<p>だれに、何を、どの市場に、どのような価値を提供するか</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利益につながる環境経営の見える化で顧客へ信頼と安心の強化 ・利益の出せる会社（付加価値/人）、付加価値の見える化） ・チーム改善（助けあうチームワークと自立的行動、リーダー育成） 	