

第 4 期

国立市中小企業等振興会議

報告書

令和 4 年 2 月

目次

1. はじめに	1
2. 中小企業等振興会議からの報告	3
(0) 報告の構成について	3
(1) 確実に情報を届ける情報発信・チャネルの多様化	6
(2) SDGs と自社事業の関連性を捉えるための情報発信	7
(3) 市民・消費者や社会における SDGs ニーズの把握	9
(4) リーディング企業の創出・情報発信	11
(5) 地域(まち)としてインセンティブを付与できる仕組みづくり	12
(6) SDGs を自企業に置き換えてトランスレーションできる仕組みづくり	14
3. おわりに	15

1. はじめに

2015 年 9 月 25 日に国連総会で採択された、向こう 15 年の行動計画「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための 2030 アジェンダ※₁」の中で「持続可能な開発目標(SDGs)※₂」が示されて以来、SDGs は世界各国で注目され、達成に向けて様々な活動が展開されています。

日本も例外ではなく、近年は学校教育にも取り入れられ、新聞やテレビ、CMなどでも頻繁に取り上げられており、今や目にしない日はないほど浸透してきています。

しかし、「SDGs を達成するために何をすべきか」という疑問に対し明確に回答ができる人は少ないのではないのでしょうか。とりわけ、SDGs において重要な行動主体として位置づけられている事業者、特に中小企業(以下、本報告では単に「企業」とする場合は「中小企業」を指す。)が一体どのような活動をしたらよいかは非常に難しい問題であると言え、これは国立市内の企業にとっても同様です。

また、近年はE S G投資※₃などに見られるように、企業は SDGs のプレイヤーとして期待されるだけではなく、企業自身が SDGs への取り組みをメリットとして活用していく必要があると言えます。言い換えれば「SDGs の達成のために一体何ができるのか」のほかに「SDGs の活動を通して自社の価値をどのように高めていけるか」という点を留意しながら SDGs に取り組む必要があります。

本会議では、国立市内の企業や学識経験者、有識者等が議論を重ね、これら漠然とした企業の持つ SDGs を取り組むうえでの課題を明確に定義づけるとともに、それに対してどのようなアクションが有効かを検討し、それら企業の活動を行政はどのような支援をしていくべきであるかの指針を示すことを目的に提言します。

※1 「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」

…2015 年までに達成すべきとされた世界的目標である「MDGs(ミレニアム開発目標)」が終了することを受け、国連が向こう 15 年(2030 年まで)の新たな持続可能な開発の指針として策定した国際社会共通の目標。2030 アジェンダ。

※2 「持続可能な開発目標(SDGs)」

…2030 アジェンダに記述された、17 の最終目標、169 のターゲット、232 のグローバル指標からなる持続可能な開発のための国際的な開発目標。

(参考)17 のテーマ

- ① 貧困をなくそう(No Poverty)
- ② 飢餓をゼロに(Zero Hunger)
- ③ 人々に保健と福祉を(Good Health and Well-being)
- ④ 質の高い教育をみんなに(Quality Education)
- ⑤ ジェンダー平等を実現しよう(Gender Equality)
- ⑥ 安全な水とトイレを世界中に(Clean Water and Sanitation)
- ⑦ エネルギーをみんなに、そしてクリーンに(Affordable and Clean Energy)
- ⑧ 働きがいも経済成長も(Decent Work and Economic Growth)
- ⑨ 産業と技術革新の基礎を作ろう(Industry, Innovation and Infrastructure)
- ⑩ 人や国の不平等をなくそう(Reduced Inequalities)
- ⑪ 住み続けられるまちづくりを(Sustainable Cities and Communities)
- ⑫ つくる責任 つかう責任(Responsible Consumption and Production)
- ⑬ 気候変動に具体的な対策を(Climate Action)
- ⑭ 海の豊かさを守ろう(Life Below Water)
- ⑮ 陸の豊かさも守ろう(Life on Land)
- ⑯ 平和と公正をすべての人に(Peace, Justice and Strong Institutions)
- ⑰ パートナリシップで目標を達成しよう(Partnership)

※3 「E S G 投資」

…従来の財務情報だけでなく、環境(Environment)・社会(Social)・ガバナンス(Governance)要素も考慮した投資のことを指します。特に、年金機構など大きな資産を超長期で運用する機関投資家を中心に、企業経営のサステナビリティ(持続性)を評価するという概念が普及し、気候変動などを念頭に置いた長期的なリスクマネジメントや、企業の新たな収益創出の機会を評価するベンチマークとして SDGs と合わせて注目されています。(経済産業省 HP より)

2. 中小企業等振興会議からの報告

(0)報告の構成について

「SDGs を活用した中小企業振興施策について ～地域一体での SDGs 推進に向けて～」を主題として、当会議は中小企業の振興施策について検討を続けてきました。

そのなかで、現在の国立市及び市内企業の SDGs の浸透具合、活動の程度などから検討した結果、以下の 3 点を重点課題として抽出しました。

重点課題①

「市内中小企業の SDGs 認知度向上」

年々SDGs の認知度が向上してきているものの、まだ「名前しか知らない」「聞いたことはあるがよく分からない」といった企業は少なくないと考えられます。まずは、そういった市内企業に対して適切な情報を発信することで認知度を向上し、実際の活動を行う機運や土壌を醸成する必要があります。

重点課題②

「市内中小企業の SDGs 活動意欲向上」

SDGs について知ってはいても、まだ実行に移していない・あえて移さない無関心企業も中にはあります。そういった企業に向けて、どのような活動をしたらよいか、活動をすることによるメリットは何か、すでに行っている企業活動がどの SDGs に対応した活動となっ

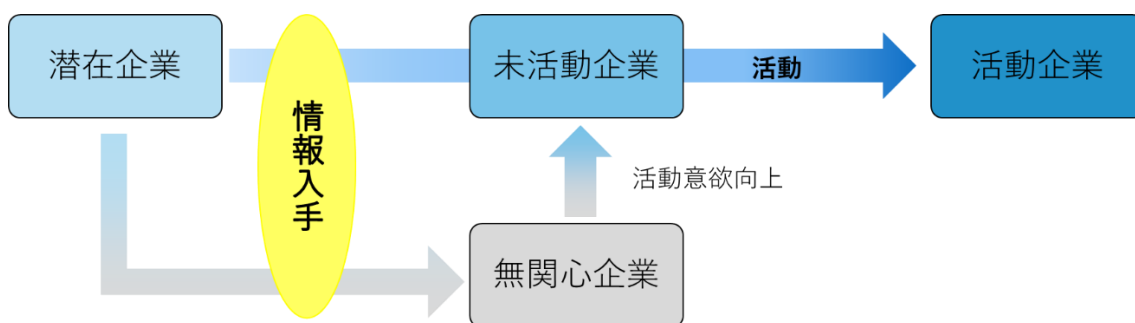
ているのかなどの情報を発信することで、企業の活動意欲を向上させる必要があります。

重点課題③

「市内の活動企業の増加」

地域全体で SDGs 活動を推進していく土壌を確立するためには市内の SDGs 活動を行っている企業の絶対数を増加させる必要があります。その際に参考となる先進事例を持つ企業(リーディング企業)を創出し、その活動や成果をほかの企業へ波及させていき、競争・協調しあう中で企業が活動に取り組みやすい環境を整えることも必要になります。

また、この会議では企業全体を「**潜在企業**(SDGs についての情報が届いていない企業)」「**未活動企業**(SDGs について情報は持っており活動する意欲はあるが、何らかの事情により活動ができていない企業)」「**無関心企業**(SDGs について無関心で取り組む意欲の無い企業)」「**活動企業**(既に SDGs を活用した企業活動に取り組んでいる企業)」という4つのセグメントに分割し、それぞれのセグメントにはどのような支援が必要かを検討することとしました。



そして、これら重点課題を達成するために必要なことは何かという視点から、どのような施策をとるべきかを検討し、以下の 6 つの基本施策をまとめました。

基本施策

- (1) 確実に情報を届ける情報発信・チャネルの多様化
- (2) SDGs と自社事業の関連性を捉えるための情報発信
- (3) 市民・消費者や社会における SDGs ニーズの把握
- (4) リーディング企業の創出・情報発信
- (5) 地域(まち)としてインセンティブを付与できる仕組みづくり
- (6) SDGs を自企業に置き換えてトランスレーションできる仕組みづくり

以下では、これら基本施策ごとに検討内容と、そこから一步踏み込んで検討した具体的な施策案を報告します。

また、各基本施策全体を通して、「関係機関のリソース負担を抑制した着実な推進（産官学民連携、既存事業の発展等）」と「実態のニーズを把握した効果的な施策推進」の 2 点を考慮して具体的な施策を展開する必要があることを先に留意してください。

確実に情報を届ける情報発信、 チャネルの多様化

近年の SDGs について情報発信の加速は目を見張るものがあり、新聞やテレビなど色々な情報媒体で発信されています。しかし、これら情報発信媒体は受動的・一方的なものも多く、受信側が意識をしないと流してしまう場合もあり確実な情報発信手段とは言えないものがあります。

このため、企業に確実に情報を届けるためにはどのような情報発信方法があるかを検討・実施をしていく必要があります。そのためには、既存の情報発信手段だけではなく、その発信経路(チャネル)を多様化させていくことも重要です。

具体策例

- ・ 業界団体、金融機関等の身近な団体による勉強会
…商工会や地域の金融機関、商店会など、企業の身近にある団体からアプローチをかけ、例えば SDGs の勉強会などを開催することで企業へ直接情報を発信する。
- ・ 地域内の関係団体・コミュニティと連携したイベント開催など
…イベントを通して参加した企業へ情報を発信し、企業が自分事として情報をとらえ、実体験として経験することで、確実・具体的な情報の発信を行う。特に地域の商店会などの関係団体やコミュニティのような域内の影響力が大きな団体と連携してイベントを実施することが望ましい。

基本施策(2)

SDGsと自社事業の関連性を捉えるための情報発信

SDGs 活動を行っていない企業のパターンとして、「SDGs 活動が自社にとってメリットとなると思っていない」ケースがあります。そういった企業に対して、SDGs 活動が自社の抱える経営課題の解決に寄与するものであることを訴求することで、活動を促すことが必要です。

例えば、近年は消費者が商品・サービスを購入したり、求職者が求職する企業を選ぶ基準に、その商品・サービスの価値だけではなく、企業自体の社会的価値を重視する傾向が大きくなってきていると言われています。SDGs の活動は企業自体の社会的価値の向上へつながることから、SDGs の活動は新規顧客の開拓や労働力・人材不足の解決につながることを期待されます。

また、SDGs が掲げる目標は「未解決の社会的課題」であるという認識の共有が重要となります。すなわち、解決されていない課題には「解決のニーズ」があり、まだそこに解決に足るマーケットが構築されていないということです。SDGs に取り組むということはそこにビジネスチャンスがあるというメリットの認識を持ってもらうことが重要になります。

具体策例

- ・労働力不足やビジネスチャンスなど、経営課題の解決に寄与する手段であることを情報発信
 - …企業の経営課題の解決のために SDGs の 17 の最終目標が如何に貢献できるか情報を発信することで企業に活動を促す。

- ・各団体の経営・幹部層の理解度向上

…企業においては、事業内容を最終的に決定するのはその企業のトップ層であるため、この層への情報発信・理解度向上を図る。
また、それは金融機関などの支援をする側の団体も同様である。

- ・活動企業限定のイベント開催

…「SDGs 活動を行っていること」を参加要件とした商業イベントを実施することで、活動をすること自体が企業のメリットとなるような仕組みをつくる。

基本施策(3)

市民・消費者や社会における SDGsニーズの把握

どのような SDGs 活動を行っていくかにおいて、市民・消費者・社会がどのような SDGs ニーズを持っているのかを把握することが重要になると考えられます。

特に企業が SDGs 活動を行う場合、自社 PR に活用するほかに、SDGs に対する解決策を直接商品・サービスとして消費者へ提供する方法もあり、その商品・サービスが消費者や市場に求められているかどうか企業がにとって大きな関心と言えます。

そこで、市民・消費者・社会がどのようなニーズを持っているのかを調査し企業へ提供することで、企業に活動を促すことが効果的であると考えられます。

具体策例

- ・ アンケート等によるニーズ調査
…市民・消費者等に対してアンケート等でニーズ調査を行う。
- ・ 市民と企業が共同して取り組めるような事業アイデアの提案
…市民・消費者参加型の事業を行うことで、自然に参加者のニーズをくみ取った活動を行うことができる。そういった事業アイデアを自社活動につなげていくことでニーズに沿った活動につなげることができる。例としては SDGs オープンラボなど。

・子ども大学くにたちの訪問授業

…NPO 法人子ども大学くにたちと連携し、市内小中学校等で訪問授業を実施し、子どもとの対話を通じて市民・社会の SDGs に対する理解やニーズを把握する。

基本施策(4)

リーディング企業の創出 ・ 情報発信

企業が SDGs 活動を行っていく土壌として、地域・商圈で活動の機運が醸成されている必要があります。そのためには、活動企業の数を増やすことに併せて、先進的な事例を持ち、周りの企業を引っ張る“リーディング企業”を創出することも重要です。また、そういったリーディング企業になりうる企業へ適切な情報を発信していくことでさらに活動を活性化させていくことも重要です。

リーディング企業を創出したのち、その企業の情報を周囲に発信して行くことも必要です。周囲にその企業の活動が広まることでほかの企業への動機づけにもなるほか、具体的な活動例が活動内容を考える上での良い事例として機能することが期待できます。

具体策例

・ 情報発信による活動企業の創出

…これまで蓄積された事例の情報発信により活動企業、特にリーディング企業の創出をめざす。

・ 活動企業による情報発信

…リーディング企業を筆頭とした活動企業からの情報発信を促し、地域の機運醸成をめざす。

基本施策(5)

地域(まち)としてインセンティブを付与できる仕組みづくり

企業に SDGs 活動を促す際にはインセンティブを与える環境の構築が望めます。特に、地域・まち単位でインセンティブを付与できる仕組みが作られると、市域全体で活動の活性化が期待されます。

また、地域単位の仕組みとなることで、地域内のほかのプレイヤー・ステークホルダーを巻き込んだ活動が可能となり、多数の関連企業・団体を巻き込んだ、より規模や質の高い事業や取り組みへ発展することが期待できます。

具体策例

- ・ SDGs の活動の見える化
…市全体で共通した見える化の施策(共通ステッカーなど)を提供する。このことで企業は自身の SDGs 活動を PR でき、市民・消費者はどの企業が活動しているかを一目でわかるため消費選択の判断に活用することができる。
- ・ 地域内の関係団体・コミュニティと連携したイベントの開催(再掲)
…イベントを通して参加した企業へ情報を発信することで、企業が自分事として情報をとらえ、実体験として経験することで、確実・具体的な情報の発信を行う。特に地域の商店会などの関係団体やコミュニティのような域内の影響力が大きな団体と連携してイベントを実施することが望ましい。

- ・ 商工会による施策展開（くにたち Style など）
 - …国立市商工会の実施している「くにたち Style」など、商工会の施策と連携した施策を展開する。例えば、くにたち Style の選定基準に SDGs 活動を導入する、選考に SDGs 枠を設けるなど。
- ・ 既存行政施策（エコショップなど）との連携
 - …市が行っている既存の事業と連携し施策を展開する。例えば、ごみ減量課の「エコショップ認定制度」と連携し、エコショップ認定と併せて SDGs 認定を出す仕組みにするなど。
- ・ ゆるキャラ®を通した SDGs プロモーション等によるインセンティブの付与
 - …国立市観光まちづくり協会のキャラクター「くにニャン」やその他市内キャラクターと連携をしたプロモーションや事業を実施する。
- ・ 教育機関と連携した取り組み
 - …市内の教育機関と連携をした取り組みを推進する。
- ・ くにたちビジネスサポートセンターKuni-Biz の活用
 - …市内企業が、SDGs により消費者ニーズや社会的ニーズをとらえ新たな商品・サービスの開発に取り組む際、ビジネスの観点から支援ができるような仕組みをつくる。例えば、「くにたちビジネスサポートセンター Kuni-Biz」の活用など。

SDGsを自企業に置き換えて トランスレーションできる 仕組みづくり

SDGs それ自体は、全世界のあらゆる人へ向けた目標であるため、非常に抽象的・包括的な記載の仕方になっています。これをそのまま文字通りの理解・解釈をするだけでは、各企業は具体的な事業内容にまで落とし込んでいくことは難しく、そのことが SDGs 活動を抑制している一因とも考えられます。

そこで、SDGs が意味していること、目指している所は何なのか、どのようにすれば自企業に関連付けられるのか、翻訳(トランスレーション)をしていく必要があります。そのために、翻訳の仕方やそのコツなどを企業に伝えていく仕組みづくりが重要となります。

具体策例

- ・ 既存事業に SDGs をタグ付け
 - …既に行われている企業の活動に対して SDGs の各最終目標を紐づけ(タグ付け)し、SDGs を自社活動のレベルまでブレイクダウンする(落とし込む)ことで、SDGs 活動の意識づけを行うことができる。
- ・ 無償のコンサルティングメニューの紹介・斡旋
 - …民間が提供している、無償の SDGs 活動へのコンサルティングメニューなどを紹介・斡旋することで、より具体的な活動内容のアドバイスを受けることができる。

3.おわりに

第4期国立市中小企業等振興会議では、近年急激に浸透・展開してきた「SDGs」をいかに中小企業振興策として取り入れ、活用していくかを中心に、コロナによる中断をはさみながらも約2年に渡り議論をしてきました。開催当初と比べ、本提言を取りまとめた現在においても世間に対するSDGsへの意識や考え方は変化を続けており、これは今後施策を策定・実施していくこの先の未来においても刻一刻と変化を続けていくことが予想されます。本提言に基づいて施策を策定・実施することがゴールではなく、常に現在置かれている状況に気を配らせながら、時代に合った施策を模索し続けていただきたいと考えています。

SDGsの取り組みは、今後の企業の成長を図るうえで不可欠なものとなっており、その浸透はこれまで述べた通り加速してきています。また、現在経済市場を取り巻く環境は、想像を超える速さで日々変化を続けています。その意味で、今後施策を行っていく際には特にスピード感を大事にしながら行っていただきたいと思います。そのためには、既存の事業をうまく活用・再構築し、関係機関と効果的に役割を分担しリソース負担を抑えながら行うこと、そして、ニーズを常に把握しながら無駄なく施策に取り組んでいくことが重要であると考えられます。

企業を取り巻く環境がより一層厳しくなる中、メインプレイヤーである中小企業自身が主体的に取り組むことが前提ではあるものの、慢性的なリソース不足を抱えており、行政に求められる役割も大きく変化するべき時期にあるものと考えます。関係機関と連携を密にし、

また、市民等との接点を増やしながら企業が自分ごととして捉えるように能動的に支援していくことが求められます。

SDGs は「共通言語」とも呼ばれているように、それぞれ異なった立場にいる各プレイヤーに共通する“言語”として、これまでは無かった相互の深い部分での相互理解を可能とすることが期待できます。SDGs を通して、各目標の達成に近づくことは勿論のこと、それがひいては各企業の振興・経営理念の達成に寄与することを期待します。