



**社会課題解決や SDGs を  
学ぼう！考えよう！探究しよう！**

朝日新聞デジタル SDGs ACTION！「ビジネスパーソンのための SDGs 講座」より

## - 目次 -

目次	1
はじめに	2-3
chapter.1 “SDGs ネイティブ世代” の登場	4-5
chapter.2 SDGs をモデルに腹落ちさせるには	6-7
chapter.3 SDGs の本質とは	8-9
chapter.4 ニチレイのアプリに見るDX×SDGs	10-11
chapter.5 サントリー、「働きがいも経済成長も」の取り組み	12-13
chapter.6 釜石市での企業によるSDGsまちづくり支援を考える（上）	14-15
chapter.7 釜石市での企業によるSDGsまちづくり支援を考える（下）	16-17
chapter.8 丸井グループが2050年という超長期ビジョンを作った理由	18-19
chapter.9 酒造りを続けるため岐阜から北海道に移転した社長の決断	20-21
chapter.10 SDGsを学ぶことでキャリアを考えるきっかけに	22-25
chapter.11 人権が厳しく問われる時代、ビジネスのあり方は	26-27
chapter.12 「ひめゆり平和祈念資料館」に見る、SDGsと平和教育のいま	28-29
chapter.13 オリパラの年に見送られたLGBT法案 理念は企業や自治体に浸透している	30-33
chapter.14 プラスチックごみ、リサイクル率が今後のカギ 循環型経済に企業努力が不可欠	34-37
chapter.15 若者の声を政策と企業経営に生かせ	38-41
chapter.16 修学旅行でSDGs体験、駒場学園高の事例から	42-43
chapter.17 天然素材「カポック」でめざす持続可能なファッション	44-45
chapter.18 「人材版伊藤レポート2.0」とSDGs世代の会社選び	46-49
chapter.19 サステイナブルツーリズムに二つの有望分野	50-53
chapter.20 事例で学ぶ商店街活性化のカギ	54-55
chapter.21 COP15の成果と、参加した大学生の声	56-59
一般社団法人アンカー	60

- はじめに -

筆者からのメッセージ

本書は筆者が朝日新聞デジタルSDGsACTION！に「ビジネスパーソンのためのSDGs講座」と題して2020年10月から連載した記事を、探究学習やSDGs、社会課題解決を学びたい高校生用に再編集し掲載したものです。ビジネスパーソンと題されていますが、事例を中心とした内容なので高校生にとっても十分理解できる内容です。取り上げた内容は、概念やSDGs普及によっておこる変化、企業、地域の取り組み、環境、生物多様性、LGBTなど人権、人的資本経営など多くの分野にわたります。ESG投資など高校生にとって少し難しい内容も含まれますが、金融や企業がESG投資を通じてどう変化していくのか、SDGsや社会課題解決に貢献していくのかなども是非学んでください。

SDGsが国連で合意されたのが2015年、2030年に向けて折り返し点を過ぎました。残念ながら戦争により、エネルギー調達の問題がおこり、CO2削減などSDGsの推進に逆風が吹いています。このように世界は様々なことが起こります今後も起こるでしょう。社会課題はより深刻化、複雑化、グローバル化していきます。このような状況の中で、あきらめず、おかしいと思ったことなど社会課題解決に取り組んでいくことは重要です。

そのためには、まず解決したい社会課題の設定が大切です。そして、その課題設定のためには、どうしてそのようなことが起きているのか、何が原因なのかを知ることが重要です。ネットや本だけでなく、困っている人に話を聞くことが重要です。その上で、解決策、打ち手を考えましょう。

これらの行動をできればチームで行いましょう。あるいは協力してもらえ良い大学生や大人を見つけることも重要です。そして、行動、発信をしていきましょう。

副次的な効果として、良い大学生や大人に出会うと、キャリアの学びにもなります。将来、どのようなことを自分が行いたいのか、そうでないかという経験値を積むことができます。

是非本書を活用して、SDGsを学び、探究をしていただければ筆者として望外の喜びです。

最後になりましたが、取材にご協力いただいた皆様、朝日新聞社に御礼申し上げます。また本冊子は三菱みらい育成財団の助成によって作成されています。この場を借りて厚く御礼申し上げます。

横田浩一（一般社団法人アンカー共同代表理事）

【連載名】  
「ビジネスパーソンのためのSDGs講座」  
— 朝日新聞デジタルSDGs ACTION！

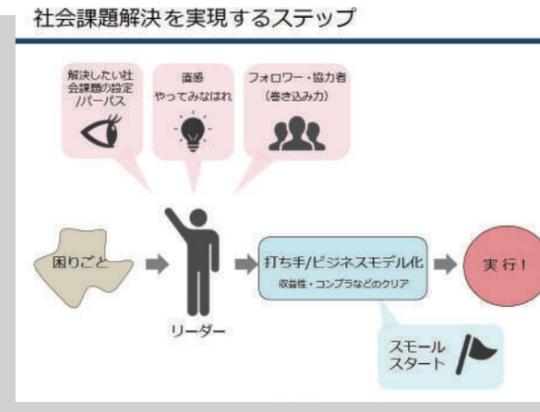


<https://www.asahi.com/sdgs/column/business/>

本書の活用方法と社会課題解決の考え方

本書はすべて読む必要はありません。

幅広い社会課題を取り上げていますので、面白そうな部分のみを読めば十分です。少し難しいことも書いてあるので読んでわからないことはネットなどで調べてみましょう。そして自分の興味のあるような社会課題を見つけたり、理解を深めたりするのに役に立ててください。



社会課題解決の方法の一つは、困りごとを知ることや困っている人から話を聞くことです。困っている人を見ればどうにかしたいと思うのが普通でしょう。そうしたら、解決したい課題をキチンと設定しましょう。

課題設定するためには、様々なことを調べて、インタビューして見る必要があります。課題と起きていることが、別の原因が複雑に重なりあって起きていることもあります。その中でキチンと課題を理解し、解決したい課題を設定することは重要です。

また、少し動き始めて課題設定を変更しても問題ありません。それができたら、解決するために打ち手を考え、行動してみましょう。志高い行動をしていると、周りの人が協力してくれたり、フォローしてくれたりすることが多いです。

このように周囲の人を巻き込んでいきましょう。それから、それを続けるために、資金は必要か。必要であればビジネスモデルを考えるか、難しければクラウドファンディングなど寄付を集めるのかなども考えることができればプロジェクトの実現性は高くなります。

そして、本文でも触れていますが、SDGsの本質について、2030年のありたい姿から今行動すべきことを考える、そしてマルチステークホルダー、様々な人と協力し、意見を聞きながら進める、自分ごととしての行動の3つをあげています。これらも意識することができたらもっとよくなります。

社会課題解決の探究活動、研究、行動、期待しています！

Profile

横田 浩一（よこた・こういち）

株式会社横田アソシエイツ代表取締役。慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科特任教授。一般社団法人アンカー共同代表理事。日本経済新聞社を経て現職。企業の経営、サステナビリティなどのコンサルタント。一般社団法人アンカーの活動として大学生と共に中高校のSDGsやキャリア教育に携わる。岩手県釜石市地方創生アドバイザー、セブン銀行SDGsアドバイザー。共著に「SDGsの本質」「ソーシャルインパクト」「愛される会社のつくり方」「明日はビジョンで拓かれる」など多数。









今回は、SDGs（持続可能な開発目標）のポイントについて紹介しよう。

御友重希さん（財務省から野村総合研究所に転向中）、原琴乃さん（外務省）との共著『SDGsの本質』で、本質について三つにまとめた。一つ目は「異なる社会のつながりから生まれる変革」、つまりマルチステークホルダーの考え方だ。

2001年につくられた国連のMDGs（ミレニアム開発目標）では、内容は主に途上国が直面する社会課題であり、実施の手法も先進国による途上国への開発援助であった。先進国は援助してあげる国、途上国は援助される国という関係の中で、先進国にとって「自分ごと」として捉えにくかった。

このような流れの中で、15年に採択されたSDGsにより、共通の課題解決や未来創発に向けたビジョンを共有することができた。先進国、途上国が対等の立場でつながりながら、SDGsの達成に向けた取り組みを推進することが重要である。

そして、国・地域、業種、専門分野ごとの「サイロ」、いわゆる「たこつぼ」で行動するのでは目標は達成されず、もはや持続可能でいられない。自社だけでの取り組みでは課題解決は難しく、多くのアクター（関係者）と共同してあたるが必要になった。

SDGsのそもそもの本質は、ビジネスのベースにある自由な市場経済では解決できないパブリック（公的）な目標であることだ。したがって、本来ならば国や自治体、国連などの国際機関が責任をもって達成すべきものである。

しかし、企業活動のグローバル化が加速する中、一部企業は巨大化し、金融取引は実体経済を超えている。環境面では、気候変動や生態系の変異など、地球の許容量を超える現象も起きている。社会においては、富の偏在が新たな貧困・格差を生み出している。さらに新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が人や企業の活動の広がりによって世界的大流行となり、すでにあった社会課題を顕在化させた。

このような中でパブリックだけでは解決できない課題を、すべてのアクターで共通の目標をもって推進していこうというのがSDGsである。よって、企業も他の組織との共創が大切だ。1社だけでできることには限界がある。グローバルな組織や国、他の企業や自治体、NPO／NGOや市民団体との共創が重要で、その共通目標としてSDGsがあるのだ。

## バックカスティングからの計画

SDGsの本質の二つ目が、ありたい未来からの「バックカスティング」（目標からの逆算）だ。達成目標年である30年のありたい姿を考えて、そこから現在の戦略を練ろうというものだ。

例えば企業にとって、SDGsは「機会」と「リスク」の両面をもたらす。自然環境や社会構造の変化とともに事業環境も変わっていくことで、ビジネスチャンスにつながることもあれば、ビジネスを継続できなくなるリスクもある。

企業においても、30年からバックカスティングによる視点でコーポレート・ビジョンの見直しや、長期経営計画を作成するなど、経営や事業を見つめ直すという動きが高まりつつある。長期の視点でサステナビリティ（持続可能性）を向上させ、企業価値を増大させる経営戦略だ。

企業はどうしても既存の延長線上で戦略を描くことが多い。そのため、過去の成功体験が新しいチャレンジを阻害するという「イノベーションのジレンマ」が起きる。バックカスティングによって、ありたい社会や企業を考えることこそ、新たな価値やイノベーションを生み出すチャンスだ。

ここで大切なのは、正確な未来予測ではなく、ありたい未来、社会からのバックカスティングだということだ。不確実性が高まる中で、未来を予測することは難しい。しかし、ありたい未来に向かって努力することはできるし、重要だ。よき社会のために今何をすべきか、その日々の行動が未来をつくる。

50年までに日本はカーボンニュートラル（温室効果ガスの排出を実質ゼロにすること）を目指す。ハードルの高い目標だ。例えばエネルギーとして水素を活用するとすると国レベルの戦略と大きな投資が必要になり、官民一体となった行動が必要になる。すでにバックカスティングは始まっている。

## 「自分ごと」としての行動

SDGsの三つ目の本質は、「自分ごと」として捉え、自ら行動することだ。SDGsを学ぶことは重要だが、行動することはもっと重要になる。SDGsはグローバルなビジョンであるが、それを実現するのは、地域や企業、さらには個人の行動をつないでいくことだ。

コロナ禍になり、多くの人が考える時間をもった。何のために働くのか、働き方はどうすべきか、どこに住むべきか、家族の大切さなどいろいろ考えた方も多かったのではないかな。企業も個人も何が大切か、本質とは何かをより考え、実行する時代になった。これはまさに企業や個人の持続可能性を考えたとということだ。



日本青年会議所石川ブロック協議会のワークショップで、若手経営者に交じって参加・発表した石川県立金沢西高校の生徒と慶応義塾大学の学生＝撮影・横田浩一

また、DX（デジタル・トランスフォーメーション）が進み、リモートワークが日常になると、仕事のやり方として、個人での判断がより多く求められる。自分で課題を発見し、仕事を進めるセルフドリブン（自ら進んで考え行動する）型の人材が求められる。逆に指示待ちの人は不要になっていく。SDGs／ESG（環境・社会・企業統治）視点も必要になってくるし、それぞれが自分ごとと捉えた行動を求められる組織に変化するだろう。そして、そのような人材をつくるための教育が重要である。

15年9月の国連サミットで採択されたSDGsを中核とする「持続可能な開発のための2030アジェンダ」には、「これは、人々の、人々による、人々のためのアジェンダであり、そのことこそが、このアジェンダを成功に導くと信じる」と記されている。将来世代のために何を残せるかは一人ひとりの考え方と行動にかかっている。

### Keywords

### MDGs（ミレニアム開発目標）

1990年代の主な国際会議やサミットで採択された国際開発目標と2000年9月の国連ミレニアム・サミットで採択された国連ミレニアム宣言を統合し、主に途上国の課題解決を目的として01年にまとめられた。

MDGsでは15年を期限に次の8目標が掲げられた。「極度の貧困と飢餓の撲滅」「初等教育の完全普及の達成」「ジェンダー平等推進と女性の地位向上」「乳幼児死亡率の削減」「妊産婦の健康の改善」「HIV／エイズ、マラリア、その他の疾病の蔓延（まんえん）の防止」「環境の持続可能性確保」「開発のためのグローバルなパートナーシップの推進」

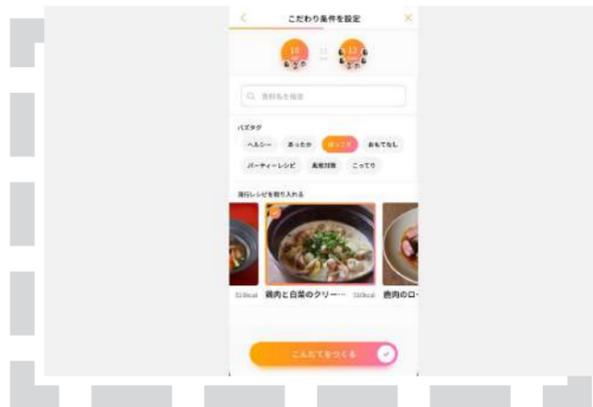
MDGsの課題や取り組みの主体などを広げ、世界共通の目標として15年にSDGs（30年までに17目標）が国連で採択された。



### 「conomeal kitchen」がローンチ

コロナ禍において在宅ワークが進んだり、会食が自粛になったりして、自宅で食事をする機会が増えた。これによって様々な変化が起きた。オンライン会議を行う場所を確保するため親が子供の部屋を占領したり、在宅率が増えたことによって料理を担当する人の負担が増えたりすることなども課題だ。特に働く女性の家事負担は重く、これを軽減することができるかもしれないサービスが昨年 11 月にローンチ（開始）された。

冷凍食品メーカーのニチレイが開発した「conomeal kitchen（このみる きっちん）」は、AI（人工知能）によって「今日のおすすめのメニュー」を七つ提示してくれるアプリだ。使う人の食の嗜好（しこう）性を分析して、「今のあなたにはこんなメニューがいいのでは」とレシピをお薦めする。味や香りの好みに、そのときの気分や環境などのおいしさを左右する心理的要素を加えて分析を行うので、同じ人でも、レコメンド（推薦）されるメニューは毎回変わる。さらに、回数を重ねていくとプログラムがその人の性格や選択のクセを学習していく。通常のレシピアプリは、メニューか材料などのキーワードを入れる必要があるが、このアプリは何もしなくてもよい。



「conomeal kitchen」では、条件を設定すると AI がメニューを提案してくれる（ニチレイ提供）

### 夕食のメニューを考える苦痛

サービスを企画・開発した関屋英理子さん（技術戦略企画部事業開発グループ）は、自分で夕食のメニューを考えることが苦痛だったという。「会社で働いている間は常に決断することやアイデアを出すことの連続なんですよ。会社から出た後に夕食のメニューを考えるというのは実は決断なんです。会社を出てまた同じようなことをしたくないんです。ユーザーへのインタビューでもそのような意見が出ました」。つまり、オフのときくらいは決断をしたくない、考えたくないということだ。

日々の料理は大変だ。一方で少し前に、母親がスーパーで買った総菜を食卓で子供に提供するのとは手抜きなのではという SNS 上での「ポテサラ論争」もあったように、手間をかけてつくることがいいことだというプレッシャーもまだ残る社会だ。まして、コロナ禍において家で食事をする回数は増え、料理のつくり手の負担は増加している。

このアプリは献立を提案してくれ、数日分をまとめて作り置きしておける。冷蔵庫につくり置きがあると、時間のないときや気持ちに余裕がないときには大変助かる。



関屋英理子さん（ニチレイ提供）

### 食のパーソナライズ化「私にとってのおいしさ」

関屋さんは新規事業開発のベースとして「2025～2030年の社会変化」の予測を行った上で、その変化の一つとして「食のパーソナライズ化が加速する」に着目した。それを「おいしさ」について当てはめると、「みんなの最大公約数的なおいしさ」ではなく、「私にとってのおいしさ」がニーズとして求められるようになるということだ。

そして、このアプリは食品ロス削減にも貢献する。アプリは必要な分の食材を提示するので無駄なものを買わない。そして、プロックリーなどの冷凍食品を活用すれば、必要な分だけ使用するので食品ロスは少ない。この 2 点から削減に貢献するのだ。

これが普及するとニチレイのマーケティングを大きく変える可能性がある。商品開発のスタートが変わるのだ。今は、これがはやっている、これが売れそうだと味付けなどを考えて、何グループかに食べてもらうということを繰り返して反応を見ながら最終商品を検討していく。しかし、このアプリがあれば実際にどういったメニューを食べているのかという的を絞った商品開発ができる。そして他社との連携を行える。外食、宅配食を提供する企業にデータを使ってもらえれば、役に立つかもしれない。例えば調理家電メーカーとの提携により、その人の嗜好に合った調理ができるのではないかと考えている。ユーザーに対しては、データを提供してもらった分、価値を還元できる可能性がある。



食のタイプ診断もできる（ニチレイ提供）



一品でのレシピ検索も可能（ニチレイ提供）

### AI を組み合わせ、新しいツール

これまでニチレイでは「心」を「見える化」する分析技術「Psychometrics（サイコメトリクス＝心理統計学）」、および、おいしさの重要な要素である香り（レトネーザルアロマ＝口中香）の分析技術「MS Nose（エムエスノーズ）」をはじめとする独自の技術で、おいしさの「見える化」に取り組んできた。この二つの技術と AI を組み合わせることで他社には簡単にはマネできないツールをつくりだした。

関屋さんはこのアプリの将来像として、健康なうちは何を食べてもよいが、高齢化すると食べるものに制限ができるので、そのときに若い頃と同じとはいかないまでも、おいしく食べられるための手助けになったらよいと考えている。提案されるものも一択ではなく自分で決める楽しみを残している。

DX（デジタルトランスフォーメーション）推進はコロナ禍において企業の喫緊の課題だ。しかしそれはあくまで手段だ。デジタル化を進めることにより、社会課題解決や顧客の課題解決、働き方改革など何を成し遂げることが重要だ。

今回のニチレイの取り組みは、健康増進、食品ロスの削減、働き方改革など、SDGs の多くの項目における貢献の好事例になる。また、自分ごととしての課題解決、未来予測からの分析すなわちバックキャスト、他社との共同開発などマルチステークホルダーの動きなど SDGs の要素がたくさん詰まっている。コロナ禍だからこそその DX × ビジネスによる社会課題解決推進の加速をさらに期待したい。



「conomeal kitchen」は、ニチレイグループで加工食品を製造・販売するニチレイフーズのハミダス活動（自分の仕事の領域にとらわれず、一歩外にはみ出す活動）の支援を得ている。写真は社内イントラの画像（ニチレイ提供）

# サントリー、「働きがいも経済成長も」の取り組み



## 従業員の約 76%が仕事にやりがい

SDGs の目標の一つが「働きがいも経済成長も」(目標 8) だ。

目標 8 の働きがいは「若者や障がい者を含む全ての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事」を達成すると項目にあるように、ダイバーシティ(多様性)とディーセント・ワーク(働きがいのある人間らしい仕事)を目標とする。

一方、「持続可能な消費と生産に関する 10 年計画枠組みに従い、経済成長と環境悪化の分断を図る」とあるように、目標 8 の経済成長は経済の成長と環境の保護の両立を目指す。

サントリーの取り組みを例に見ていこう。

サントリーでは、76.2%の従業員が自らの仕事にやりがいを感じており、65.6%が満足しているという結果が 2019 年の社内調査で出た。筆者は大手企業の従業員満足度を見ることがあるが、これは大変高いスコアだ。

そもそも働きがいと働きやすさは別だ。働きがいとは自分自身の成長、顧客や仲間からの感謝、達成感などが動機づけ要因と呼ばれる。働きやすさはワーク・ライフ・バランス、雇用の安定性や人間関係などの働きがいを阻害する要因を取り除くもので、衛生要因と呼ばれる。働き方改革の多くは働きやすさ改革であって、それを推進してもそれだけでは働きがいは上がらない。



サントリーグループの理念体系(サントリー提供)

## 働きがいを感じる理由とは

サントリーの場合、働きがいを感じる従業員の割合が高い理由として、同じ価値観や意識が共有されている要因が大きい。働きがいは 10 年以上前から高く、以前はサントリー大好き人間で均一化、同質化された大家族のような集団だったことによるものだ。

サントリーのチャレンジは、ダイバーシティを進めてもやりがいや満足度を下げないことにある。10 年前は均一化や同質化が課題だった。それを打破するため、ダイバーシティを進めると、「暗黙知」(経験や勘など、言語で表すのが難しい主観的な知識)で行っていた仕事を、「形式知」(文章や図表など、客観的に説明できる知識)にして伝えなければならぬ。

昔ながらの「仕事は先輩の背中を見て学ぶ」「あうんの呼吸」ではダメだ。ただ、暗黙知を形式知にすることにより仕事のスピードが低下し、共通の価値観が微妙に崩れ、従業員満足度は落ちるのではないかと。筆者はそう考えた。

だが、それは違った。ダイバーシティを進めても、働きがいや従業員満足度は低下しなかったのだ。理由として考えられるのは、サントリーが大切にしている「利益三分主義」や「やってみなはれ」などの創業者精神に賛同し、共感した社員が多く、従業員満足度は変化しなかったということだろう。

例えば、社内調査では「顧客に対して届けている商品に誇りをもっている」という項目は働きがいと同様に高い。それは「水と生きる」という価値観を共有していることや、会社が文化社会貢献、震災復興支援に力を入れていることなども影響していると人事部は考えている。



サントリーは「水育」(水に関する教育)に力を入れる(サントリー提供)

## 子育てを支えるチェックリスト



育休後の社員フォローアップセミナー(サントリー提供)

ほかにも従業員を支える人事施策がある。インクルージョン(受容、包摂)としては、多様性を生かすマネジメント、心理的安全性の担保、多様性支援を推進している。

一例を挙げると、子育て中の社員に対する施策は大変ユニークだ。

「産休・育休から復職したばかりの社員は家庭重視なので、仕事を減らそう」という勝手な思い込み、上司の勝手な推測でマネジメントをすると、本人にとって働きがいのミスマッチが起こることもある。育児をしながらでも、もっと働きたい社員もいるのだ。

サントリーでは「育児のサポート体制を把握している」「次の子の希望やその時期について、本人の希望を知っている」「保育所で預かってもらえる限界時間」など 17 項目のチェックリストをつくり、上司が把握するようにしている。このような心理的安全性を担保した多様性施策が働きやすさを向上させ、働きがいを阻害する要因を取り除く。

## ■上司の理解促進 出産育児編 主なチェックポイント(抜粋)

- ・育児のサポート体制を把握している
  - ・パートナーとの家事の分担内容について知っている
  - ・保育所で預かってもらえる限界時間
  - ・子どもの健康状況
  - ・メンバーの働き方の希望について把握している
  - ・次の子の希望やその時期について、本人の希望を知っている
  - ・短時間勤務をいつまで継続するかメンバーとすり合わせている
  - ・自己啓発について、具体的な目標・スケジュールを確認し、よりスキルアップするための後押しをしている
  - ・メンバーにこの部署でのミッション、期待することを明確に伝えている
- (こんなことまで?と思うかもしれませんがここまで共有があってこそ、安心して業務を進められます~)

子育て中社員に対する上司のチェック表(一部)

## 「やんちゃ人材」など人材採用も多様化

人材採用も多様化している。性別や国籍だけでなく、例えば「やんちゃ人材」に代表される個性の多様化を進めている。

「やんちゃ人材」とはその名の通り、優等生だけでなく元気のあるやんちゃな人材や異能人材を入れることによって、均一化、同質化を防ぐ。サントリーでは、採用の現場で言葉として以前から普通に使っているようだ。

ほかにも、インクルージョンの取り組みとして、多様性を生かすマネジメントの推進、ネットワーキングや啓蒙活動を通して心理的安全性の担保、ハンディキャップ、シニア、LGBTQ などの多様性支援を行っている。

このように、ダイバーシティ・インクルージョンを進めても従業員満足度は下がらず、多様性が増加するとイノベーション(技術革新)を起こすチャンスは増え、組織の柔軟な変化対応力が経済成長を支えるはずだ。この両輪をサントリーは実現している。

従業員にとって良い会社とはなにか。

「一人ひとりの従業員が実現したいことと会社として実現したいことのベクトルが合っていることが良い会社ではないかと、学生時代にサントリーのグループディスカッション面接で話をしたことがある。それは今でも変わっていないと思う」と成瀬雅昭人事部長。それは多様化が進んでも変わらないということだ。

## 成長と環境保護の両立に取り組む

経済の成長と環境の保護の両立を目指す取り組みとしては、水のサステナビリティ(持続可能性)を上位に掲げ、水管理や水源保全、水教育の推進に取り組む。

昨今の海洋プラスチックなどの環境課題にも対応し、「プラスチック基本方針」を策定した。さらに、ペットボトルリサイクルの一部工程を省くことで、環境負荷低減と再生効率化を同時に実現する「FtoP ダイレクトリサイクル技術」を世界で初めて開発し、2030 年までにグローバルで使用されるすべてのペットボトルをリサイクル素材あるいは植物由来素材 100%に切り替える。



ペットボトルの水平循環(サントリー提供)

このような新たな化石由来原料の使用ゼロの実現を掲げ、トータル 500 億円にのぼる規模の大きな投資を予定している。国内清涼飲料事業における中期目標としては、2025 年までに全ペットボトル重量の半数以上に再生ペット素材を使用していくことを掲げる。

## サントリーグループ「プラスチック基本方針」(2019 年 5 月策定)

サントリーグループは、商品の源泉である自然の恵みに感謝し、多様な生命が輝き響きあう世界の実現にむけて、循環型かつ脱炭素社会への変革を強力に先導します。

プラスチックはその有用性により、われわれの生活にさまざまな恩恵をもたらしています。当社が使用するプラスチック製容器包装が有用な機能を保持しつつも、地球環境へネガティブな影響を与えないよう、多様なステークホルダーと、問題解決に向けた取り組みを推進していきます。また、問題解決に向けサントリーグループ社員の一人ひとりが責任ある行動に努め、持続可能な社会を率先して実現します。

「働きがいも経済成長も」は大切なテーマだ。両方あってこそその企業価値だ。

利益など財務的評価ももちろんだが、これからは働きがいや人材価値そして環境対応などの無形の資産が、企業価値として多様なステークホルダーに評価される。そんな時代なのだ。



東日本大震災後、多くの企業やその社員が復興支援に携わった。そして10年間の過程において、企業やボランティアに求められる役割も変化した。マイナスからゼロへ、ゼロからプラスへ。そしてハードからソフトへ。企業はこの10年間、どのように地域で活動し、協力したのか。筆者が地方創生アドバイザーを務める岩手県釜石市におけるケースから、企業の社会貢献や復興支援の役割とは何かを考えてみる。

## 「あの日」から10年

釜石出身の寺崎幸季さん（慶応義塾大学総合政策学部3年）は震災当時、小学6年生だった。2011年3月11日の地震発生時、釜石港で友達と釣りをしていた。その後、近くのビルにいた大人から「そこにいろ」と言われたが、祖母や母の話、学校で教わっていたことから「津波が来る」と思い、全員で近くの高台にある避難道に逃げた。

その後、そこから見た津波が街を襲う景色は「まるで大きな洗濯機が回っている感じで、じっと見ていました。水は真っ黒でした」。自宅は半壊、PTSD（心的外傷後ストレス障害）になるなど、大変な時代を過ごした。あの時から、この10年はあつという間だった、思い出したくないけれど、いつでもあの日にすぐ記憶を戻せる感じがするという。

震災前までは釜石のことが嫌いだっただろう。大人たちが「自分の街は何もない」と地元のことを良く言わなかったことが原因だった。祖母が経営するスナックが遊び場だった寺崎さんは、子どものころから酔っぱらった大人の本音をよく聞いていた。高校を卒業したら早く街を出ていきたいと思っていた。

しかし、震災後、大人たちは復興という目標を見つけて変わった。そこへ、ボランティアに来てくれた人や企業が知恵や力や寄付を提供してくれた。市外の人に来てくれて、励ましてくれて、お金を使ってくれたことがエネルギーになった。

## 中学、高校時代に企業を動かす

寺崎さんも自らの発案で中学生の時に吉本興業に手紙を書き、自ら交渉して避難所の体育館で吉本興業の芸人によるライブを実現した。さらに東急グループの支援を得て「渋谷109釜石」というショップを開き、ファッションショーを催した。いずれも、日々の生活が大変な時期に、被災者に非日常を提供して笑ってもらうことができた。

そして、復興支援で釜石に来ていたアーティストの日比野克彦さん（東京芸術大学教授）に自らアポを取って、ハートマークをあしらったマグネットシートを仮設住宅の壁に貼るといふマグネットめりえプロジェクトを提案し、共同で実行した。自分たちが住む仮設住宅のことを周囲の人は誰も自分の家と言わないので、灰色の壁をマグネットアートできれいに飾れば、愛着を持つようになるのではないかと考えたのだ。



多目的集会室「チームスマイル釜石PIT」がある釜石情報交流センターの壁面のマグネットアートについて、東京から来た高校生に説明する寺崎幸季さん（横田浩一撮影）

## UBSの取り組み

寺崎さんのプロジェクトだけでも多くの企業が様々な形で震災復興を支援したが、釜石において特に長期かつ社会的インパクトを生む企業の一つが、スイスに本拠を置く金融大手のUBSだ。

社員と会社のマッチングによる約4億円にのぼる寄付金を元に、一般社団法人「RCF」と協働で釜石に常駐の専門スタッフを複数人置いた。同時に1000人を超える社員ボランティアが現地で積極的に活動し、夏祭り「釜石よいさ」の復活、車いすも上れる「避難道づくり」、釜石市内の二つの高校を対象にしたキャリア教育「釜石コンパス」など、地域の人々と寄り添い、人をかづけ育むプロジェクトを進めてきた。

UBSのアジア太平洋地域におけるCSR・社会貢献活動を統括する堀久美子さんは、「復興支援を長期の視点での持続可能なまちづくりと考え、市民一人ひとりの主体性が促進され、性別や年齢などにかかわらず多様な人材が活躍し、共感と寛容性をもって開かれた『オープンシティ釜石』を目指しました。そのためには、人々から選ばれる社会的価値と事業を創出する人材の育成が必須と考え、『釜石コンパス』をはじめ地域の可能性を最大限ひらく取り組みに注力しました」と話す。



「釜石コンパス」で授業をするUBSの堀久美子さん（写真右、UBS提供）

## 「釜石コンパス」から学んだ活動



夢探しプロジェクトで中学生と話す高橋奈那さん（高橋さん提供）

高橋奈那さん（静岡大学地域創造学環1年）は釜石高校在学中に釜石コンパスの授業を受けた。

「UBSの方や地域の大人と話をして、自分は釜石のことを何も知らないと感じました。そして、高校生だけでなく、中学生にもこのようなプログラムがあったらと考え、一般社団法人『三陸ひとつなぎ自然学校』の方々と夢探しプロジェクトを立ち上げ、イベントなどを行いました」

夢探しプロジェクトとは、地元の中学生が市役所や市民、大学生などボランティアと話すイベントで、高校生が主催する。高橋さんは活動する中で会った大人の温かさに触れ、地元が好きになったという。

釜石市オープンシティ推進室の石井重成室長は「本当に多くの企業の方に多くのご支援をいただきました。中でもUBSさんは本気で多くの社員の方が多くのプロジェクトに得がたい時間と専門性を使って支援してくださいました。それは今も続いています。そして時には市役所に厳しい叱咤激励をしてくださり、まるで釜石市の社外取締役のような存在です」と語る。

石井さんは震災後、復興に関わりたくて東京の外資系コンサルティング会社から転職してきた。その職歴や人脈を生かし、企業との連携を推進する職員だ。

（下に続く。）



釜石を訪れた慶応義塾大学の学生に復興の戦略を説明する釜石市オープンシティ推進室の石井重成室長（中央奥、横田浩一撮影）

## 釜石市での企業によるSDGs まちづくり支援を考える (下)



## パナソニック創生の取り組み

パナソニック創生社長の戸塚絵梨子さん。東京でパナソニックに入社後、震災ボランティアに参加したことをきっかけに「ドリカム休職制度・ボランティアコース」で半年間の休職を取得し、岩手県釜石市の団体で職員として働きながら復興支援に携わった。

その後、釜石に関わりたという思いから、パナソニックグループが復興を目指す起業家を応援するために作った「東北未来戦略ファンド」に応募し、釜石に拠点を置くパナソニック創生を設立した。応募した時の審査では、トップから「本気でやるのか。それならば応援する」と、協力を約束してもらった。

2015年に起業して以来、七転び八起きの間断続だったが、「生き方の選択肢を増やす」ことをテーマにして、人を起点にプロジェクトを推進してきた。起業型地域おこし協力隊である「ローカルベンチャー」事務局を担当することにより、地域に人を呼び込むことはもちろん、そこを拠点に「まちの入り口を広げることができました。今後、まちの人事部のような機能を果たしたい」と話す。

パナソニックは顧客やリソース、ブランドを提供し、その活動を支援する。こうした形は、戸塚さん個人のやりたいこととパナソニックの企業としての志の方向性が一致した事業といえる。



ローカルベンチャーの制度で、他の地域から多くの人々が釜石でチャレンジに来た。中列左端がパナソニック創生社長の戸塚絵梨子さん（パナソニック創生提供）

## ラグビーW杯の釜石開催



ラグビーW杯の釜石での初戦となったフィジー対ウルグアイ戦で、世界中から多くの人々が訪れた。2019年9月25日、釜石鶴住居復興スタジアム（釜石市提供）

例えば宿泊施設が足りないため、日本で初めて、民泊仲介大手のAirbnb（エアビーアンドビー）と釜石市が提携した。筆者も大学生とエアビーを利用して宿泊し、観戦したが、多くの人々が釜石に集まるイベントが成功したと思う。みんな笑顔だった。本当に夢のようだった。

19年9月にラグビーW杯の釜石開催という大きなイベントがあった。釜石にとっては復興のシンボルだ。当初は一部に反対の声もあったが、大きな大会を目標に見事にやりきった。

18年には、被害を受けた小学校、中学校跡地に釜石鶴住居（うのすまい）復興スタジアムが完成した。震災で津波から逃げ、小中学生が全員助かったという「釜石の出来事」があった場所だ。開催にあたって、様々な企業から寄付が寄せられ、約4億円が集まった。W杯が開かれる都市として、いろいろな人や企業が世界中からつながり、パートナーになった。

## マルチステークホルダーで長期の関係を築く

このように多くの企業や外の人々が釜石に関わる。

釜石市は人口が減少していく中、支援してくれた企業やボランティアと積極的につながることによって、交流人口増による地方創生を目指すオープンシティ戦略をUBSなどの企業からSDGsや国際人権規約などのグローバルスタンダードに基づく助言を得て策定し、15年から政策として掲げている。

震災後しばらくは、釜石市は企業からの応援を受容する力が求められた。しかし、現在では企業と対等なパートナーシップになりつつあるという。例えば、市役所は企業の人材派遣を積極的に受け入れてきたが、最初は応援が目的だった。現在は地域おこし企業人という制度を活用し、社員のリーダーシップを向上させるといった人材育成の文脈が強くなっている。

すべての政策をSDGsと早くからひも付け、社会課題解決の学びや交流拠点としての存在感を示している。釜石に関わってもらえる企業に価値を提供し、お互い納得できる関係を目指している。

もともと釜石に住む一定世代以上は、新日本製鉄釜石製鉄所に就職するために他の地域から来た人も多く、開かれた地域文化がある。他の地方の人を受け入れられることがステークホルダー間の良好な関係をつくる素地だ。

近畿日本ツーリストは、釜石において社会課題やSDGsをテーマにした修学旅行に取り組んでいる。過去、鷗友学園、八雲学園（ともに東京）の生徒が釜石を訪れた。



SDGs探求旅行で、筆者による事前学習を受ける駒場学園の生徒（横田浩一撮影）

「地域をよりよくしようという目標の中で自由にクリエイティブに仕事をしてきた」「人とのつながり、コミュニティの大切さを学んだ」「自分から行動することが大切」「釜石高校の生徒は地元を愛していました」など参加した中高生は多くのことを感じ、学んだ。

今年夏に釜石を訪れる予定の駒場学園（東京）。今の高校2年生は震災について幼少時の記憶はあるが、体系的には理解していない。震災を後世に伝えるには教育の機会が必要だ。駒場学園では修学旅行をSDGs探求旅行と名前を変えた。探究学習を事前学習、探究旅行、事後学習と行うことで、地方創生や震災を学び、社会課題をきっかけに自ら考え行動できる人材の育成を目指す。

## 未来に向かって



ラグビーW杯で東京から釜石を訪れた大学生と寺崎幸季さん=写真中央（横田浩一撮影）

「言葉が適切かどうかかわからないけど、企業やボランティアなど多くの市外の人に来てくれたことは、釜石にとってオポチュニティ（機会）だった」と釜石出身の寺崎幸季さん（慶応義塾大学総合政策学部3年）は言う。

「震災が起こって、とても不幸なこと、大変なことなど負の側面はもちろん大きい。しかし、前向きに考えたら同時にオポチュニティだったのです。『釜石よいさ』だって行き詰まっていた。『釜石コンパス』だってなかったらと思うます」

もともと釜石市は1989年に新日本製鉄釜石製鉄所の高炉の火が消えて以降、人口減少による社会課題を抱えてきた。企業の支援がなければ終わっていたもの、なかったものはたくさんある。外からの人に言われて釜石の良さを認識したこともたくさんある。全部あの震災によって得たという。

寺崎さんも、同じ釜石出身の高橋奈那さん（静岡大学地域創造学環1年）も、将来なんらかの形で釜石に関わってほしいという夢がある。外から来た企業や人により、自分たちの価値に気づき、シビックプライドを高く持った若者が将来、地域を支える。

東日本大震災から10年、多くの外の人々を呼び込むこと、関係することに努力してきた釜石において、市民、市役所、企業、ボランティア、学生など多くのステークホルダーが復興という共通の目標を持ち、幸せとは何かということをもとに考え、活動することができた。

そして、地元の若者の意識を変える手助けができ、良い循環を生み出し、結果を出しつつあるようだ。このようにプラグマティック（実利的）な企業の支援は、この関係の輪に入り、支えることだ。サステナビリティの高いマルチステークホルダーにおける良い関係の進化、そしてこれからの釜石の未来に期待したい。

# 丸井グループが2050年という超長期ビジョンを作った理由



## ビジネスパーソンのためのSDGs講座

「共創サステナビリティ経営」を進める丸井グループは2019年、50年に向けた長期ビジョンと目標を公表した。その時に、どのような社会になっているか、どのような会社になっていきたいかを考え、その結果として将来世代を顧客や社員と同じように重要なステークホルダーと位置づけた。そして、その世代のために、持続可能な社会や地球環境の保全などの実現に、全力をつくすことを宣言した。

SDGsの目標年次は2030年だが、あえて50年という長期目標を設定したところに、丸井グループの特徴がある。

## 2050年からのバックキャスト

2050年という超長期ビジョンを作ることは企業としては珍しい。最近でこそSDGsの普及で30年までの長期ビジョンや長期経営計画を作成する企業が多くなったが、それでも上場企業の一部だ。まだ3年単位の中期経営計画が主流だ。

長期の未来予測、特に経済予測や技術の進化の予測は外れることのほうが多い。また、「VUCAの時代」(注)といわれるように、コロナ禍になったり、大きな災害がたびたび発生したり、政変が起きたりと、予想のできないことが次々と起こる状況だ。未来予測が比較的当たるのは人口予測くらいだ。そうすると、せっかく苦労して作った未来予測は無駄になると考える企業も多い。しかし、未来予測を参考にし、こうありたいという社会を考え、作っていく指針となると話は別だ。必要なのは正確な未来予測ではなく、ありたい社会や企業の形、目指す方向性だ。

(注) VUCA (ブーカ)  
Volatility (不安定)、Uncertainty (不確実)、Complexity (複雑)、Ambiguity (あいまい) という四つのキーワードの頭文字から取った言葉。経営環境や市場、組織、個人などあらゆるものを取り巻く環境が変化し、将来の予測が困難になっている状況を意味することば。



未来創造ワークショップで若手社員が考えた未来 (丸井グループ提供)

## 二項対立を越えて



丸井インクルージョンフェスではセミナーも開催された=有楽町マルイ (丸井グループ提供)

丸井グループでは2016年ごろからSDGsやESG (E=環境、S=社会、G=企業統治を重視する投資) への取り組みを加速させた。契機は2000年代後半、業績が大きく落ち込み、深刻な経営危機に陥ったことだ。青井浩社長はその打ち手の一つとして、企業風土改革に取り組む。

「手挙げ」と呼ばれる、一人ひとりの社員が「自ら手を挙げて」主体的にプロジェクトに取り組むようにしたことはその代表だ。「手挙げ」をする社員によって事業戦略が立てられ、LTV (Life Time Value=生涯利益) などの考え方や、さまざまな新規プロジェクトを生み出した。

そして、長期ビジョンの策定に取り組む。すべてのステークホルダーとの共創により、「課題」を「価値」に変えていくためには超長期のビジョンが必要だと考えた。策定にあたって、1年間かけて役員や社員と議論した。また社員が起点となった「未来創造ワークショップ」を実施した。その結果として2050年に向けて掲げたビジョンは「ビジネスを通じてあらゆる二項対立を乗り越える世界を創る」というものだ。

グローバル化が引き起こす対立、先進国と発展途上国、所得格差、気候変動などさまざまな社会課題があり、一部の人が「しあわせ」になってもそれは社会全体の「しあわせ」ではない。すべての人が「しあわせ」を感じて、豊かな社会になる。そのために「インクルージョン (包摂)」を掲げた。これは、これまで見過ごされてきた弱者やマイノリティーなどすべてのものを包含するという意味だ。インクルージョンは理念であるとともに経営戦略そのもので、二項対立を乗り越えて、社会課題の解決と企業価値の向上を同時に実現していくためのキーワードであるとしている。

## 三つの世界像を構想する

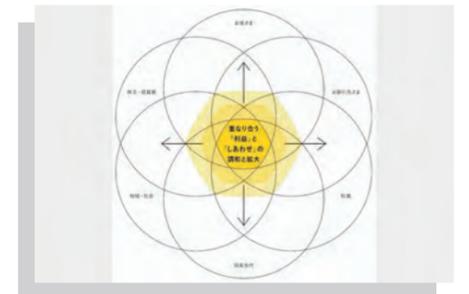
具体的には下記のような三つの世界像が挙げられている。一つ目は、『私らしさ』を求めながらも、『つながり』を重視する世界だ。ダイバーシティー推進により高齢者、LGBT、外国人や障がい者などすべての人が「私らしさ」を追求し、マイノリティーがなくなる社会となる一方、国や人種を超越したつながりを楽しむ世界を想定した。

二つ目は、「世界中の中間・低所得層に広がるグローバルな巨大新市場が出現する世界」。現代は格差が広がり「超富裕層」対「中間・低所得層」という構図が生まれているが、世界中の中間・低所得層に共通した社会的ニーズや課題、さまざまな機会にあふれた大きな市場が出現する。

そして三つ目が、「地球環境と共存するビジネスが主流になる世界」である。自然環境は、これまでの大量生産と消費を支えきれなくなり、地球環境と共存するビジネスだけが生き残れる世界が訪れると予測。レスポンシブル・コンシューマー (社会や環境に対する影響を自覚し行動する消費者) が主流となる世界だ。

## ビジネスモデルへの落とし込み

これらのテーマに対し、ビジネスモデルとしては、共創を基盤とした「共創ビジネス」「ファイナンシャル・インクルージョン」「世代間をつなぐビジネス」の三つのビジネスを設定している。そしてそれぞれは互いに重なりあっているものだ。通常、小売業のマーケティングでは、人数が多いマジョリティーの部分しかターゲットにしない。サイズが大きかったり、小さかったり、あるいは購入者が少数しかない品ぞろえをしておくことは、小売業にとってはコストだ。



丸井グループが考える「企業価値」将来世代を加えた「6ステークホルダーガバナンス」へ

しかし、丸井グループはインクルージョンを掲げて、マイノリティーも含めて「すべての人」をターゲットとした。そもそも丸井グループでは、売り場では商品を見ってもらうことを中心にする「売らない店」に転換しようとしており、EC (Electronic Commerce=エレクトロニック・コマース) サイトで購入してもらうEC戦略を推進している。ネットであれば、さまざまなサイズの商品に対応しやすく、また一人の顧客と長く付き合うといった戦略が立てられるのだ。一度購入した商品をまたネットで買ってもらい、つまり長く付き合ってもらおうという目標を、クレジットカード「エボスカード」という決済機能を自社で持つ強みを生かしながら、積立型投資信託や再生可能エネルギーであるみんな電力も販売している。

## 「将来世代」を重要なステークホルダーに設定

そして、重要なステークホルダーとして、顧客、社員、株主、社会とともに、将来世代を設定した。将来世代に向けて経営をしていくという意思の表れだ。そもそもSDGsは何のためにやっているかと言えば、将来世代に対して良い環境や社会を残していくことが目的だ。将来世代を顧客や従業員、株主、社会などと同様に重要なステークホルダーに設定することにより、社員の意識や行動は変わる。

丸井グループの労働組合は研修旅行として2018年から徳島県上勝町を訪れている。ここには、料亭などで使う料理に添えられる「つま=葉っぱ」を高齢者が集めて出荷する「葉っぱビジネス」として有名な企業、株式会社「いろどり」がある。地域づくりとは何か、どのようにしてビジネスモデルをつくったか、どのようにして人や地域を巻き込んでいったのかなどについて、いろどりの横石知二社長に話をうかがい、小さな町のサステナビリティを学ぶことで、自分の仕事に役立てる。このように労働組合が自ら、サステナビリティを自分ごととして腹落ちさせる取り組みも行っている。



徳島県上勝町での研修の一場面 (丸井グループ提供)

丸井グループは青井社長が創業家出身ということもあり、経営そのものが長期視点だ。SDGsやESGも長期視点なので、もともと投資家から短期で評価してほしくないという思いがある。またそれらは一朝一夕でできるものではない。ビジョンの浸透とあわせて、企業風土改革やインクルージョンというコンセプトが、ビジネス変革やソーシャルインパクトという結果として表れてきている。

## 酒造りを続けるため岐阜から北海道に移転した社長の決断



ビジネスパーソンのための SDGs 講座

## 140年続く酒蔵に与えた温暖化の影響

1877(明治10)年創業、143年の歴史を誇る三千櫻酒造(みちざくらしゅぞう)(山田耕司社長)。代表ブランド「三千櫻(みちざくら)」はコアなファンも多い。2020年11月、長年酒造りをしてきた岐阜県中津川市から北海道東川町に移転し、21年春には東川の米で仕込んだ「慧星」・「きたしずく」をリリースした。地元密着型企業の代表である酒蔵が地域をまたいで移転することはまれだ。全国でも珍しい公設民営(注)の酒蔵としてスタートした三千櫻酒造。100年企業のサステナビリティとは何か。(注)国や地方公共団体が施設を設置し、その運営を民間企業などに代行させること。



三千櫻各種(横田撮影)

移転した理由の一つは、三千櫻酒造の蔵が非常に老朽化していて、なんとかしなければならぬという問題だった。建て替えには大きな投資が必要だ。大きな借金を背負うか、本格的に身売りを考えるかというレベルだった。そしてもう一つの課題は、温暖化により平均気温が上がって、冬の仕込みの冷却作業に労力がかかるようになったということだ。



山田耕司・三千櫻酒造社長(横田撮影)

中津川市の気温は、1980年ごろと比較して、月平均の最高気温だと2度近く、最低気温だと1度近く上昇している。温暖化が進んでいる象徴的な出来事として、近くにある岐阜県多治見市が猛暑で有名になったことや、冬に車のスタッドレスタイヤ(雪用タイヤ)がほぼ不要になったと、山田社長は指摘する。

こうなると冬に行うお酒の仕込みの際に、以前は必要なかった、タンクを冷やすクーリングロールによる冷却作業を、1月、2月という最も寒い時期にも実施しなければならなくなった。そうなるコストも労力もかかる。大手の蔵にあるような仕込みの際に入るクラッシュアイスをつくる製氷機は、小さな蔵にとって大きな投資だ。

山田社長は、老朽化した蔵の建て替えの件もあるし、寒い地域、特に北海道に移転できないかと考えはじめた。寒いという理由とともに、他の地域と比べてあまり地酒がなかったことも北海道を意識した理由で、5、6年前から本格的に移転を検討し始めた。北海道東川町に縁ができたのは約3年前。東川町によく通っている知り合いの紹介だった。

## 水と米と環境の三拍子がそろった

酒造りに良い条件がそろっていたこと、役場の人熱心だったこと、公設民営の酒蔵という新しいスキームを使えることが東川町に決めた理由だ。

酒造りは水も米も、環境も大切だ。東川の水は良質だ。旭川空港のすぐ近くに位置する東川町は、大雪山系から地下水となって流れる湧き水や井戸水が豊富にあり、上水道のない町だ。町内全戸井戸を掘って電動ポンプで水を汲み上げている。そして原料米についても東川町は米どころだ。



北海道米での仕込み(横田撮影)

米はいろいろな場所から調達できる。実際に東川産「慧星」・「ななつぼし」のほか、これまで使用していた兵庫県の「愛山」、福井県の「九頭竜」などを使っている。そして仕込みに大切な冬の気温も1、2月の最低気温はマイナス10度以下、最高気温でも0度を超えない。

## 町の念願だった地酒造り

一方で東川町も日本酒メーカーがほしいと考えていた。松岡市郎・東川町長は「東京へ行って東川はどんな町ですかと聞かれ、大雪山からの湧き水と米が名産と言うと必ずおいしい日本酒はあるのかと聞かれる。おいしい水と米があれば、おいしい日本酒も、と多くの人が思うが、残念ながら東川町には地酒がありませんでした。かねて東川町らしい日本酒を造りたいと切望していたものの、いかにせん酒造りのノウハウがない。その中で、山田社長とお会いし、議論を重ねる中で、2019年ついに公設民営型という全国的にも珍しい形態での公募に踏み切り、そこへ名乗りをあげてもらって三千櫻酒造の移転が実現しました」と言う。

建物などハードを町が提供し、酒造りなどソフトを民間の酒蔵が受け持つモデルが公設民営型だ。ハードの資金は国からの補助を活用、一部を三千櫻酒造が負担し、町としての実質負担は少ない。地元の企業が増え、雇用が増え、地酒という名産品ができ、町のイメージも上がり、町民もその恩恵を享受できるという三方よしのモデルだ。

そもそも東川町は、北海道のほぼ中央に位置し、旭岳を筆頭とする大雪山連峰の雄大で美しい景色が広がり町内に国立公園がある。人口は約8300人ほどだが、今もゆるやかに人口が増えていて、移住者が多く、おしゃれなショップやレストランがあり、町立の日本語学校があり外国人も常時多数いてダイバーシティ性の高い町だ。建築家の隈研吾事務所が東京から一部事務所移転を計画し、最近では修学旅行生も地方創生のモデルとして学びに訪れる。



松岡市郎・東川町長(横田撮影)

松岡町長は「東川町が目指すまちづくりのキーワードは『適疎(てきそ)』。密過ぎては過疎でも、人は生きにくくなるものです。適度な疎があるからこそ、人として本来の居場所を持つことができる」。すべてにおいて本物志向な東川スタイルという文化を持つ、ユニークな町だ。

地球温暖化はこの町にも影響を与える。そもそも北海道では数十年前はおいしい米ができなかったが、いまでは温暖化の影響や品種改良もあって日本でも有数の米どころとなった。生産量も新潟県に次いで全国2位。「ななつぼし」や「ゆめぴりか」という品種も特Aというランクを取得している。また、暖かい地域で生産されるさつまいもや落花生も東川町で生産され始めている。また、ワイナリーもある。「このような状況も前向きにチャンスと捉えて、新しいものにチャレンジしていきたい」と松岡町長。

## 移転先で新たな雇用も

通常、酒蔵が移転となると地元との関係が難しい。しかし、山田社長は「東川町への移転には抵抗がなかった」と言う。酒蔵にもいろいろだが、三千櫻酒造は生産量が少なく、機械など設備もそれほどない。また、不動産業もやっていない。身軽に移れる状況であった。また、山田社長自身、30代半ばまで台湾で日本語教師をした経験があり、酒蔵という仕事だけをやってきたわけではなく、視野が広く考え方が柔軟ということもあった。

先代までは保守的な経営をやってきた。しかし、台湾から帰ってきて、家業を継いだ山田社長は、新しく純米酒を造るのに先代ともめるような経験もしてきた。今回の移転もこのような山田社長のキャリアが背景にある。結果として社員3家族が北海道に移住し、現地でも新しい人の雇用をはじめている。

## 酒蔵の移転が意味するものは

新しい酒の販売は好調で、東川町のふるさと納税返礼品の対象にもなった。春先は品薄のため、酒蔵の併設ショップでの酒の販売は一人1本に制限しているほどだ。北海道に来てから山田社長は、杜氏を安藤宏幸さんに譲り、社長業に専念している。「新しい蔵の杜氏はみんなやりたい。いまどき、新しい蔵なんてできないんだから。ぜひ頑張してほしい」



三千櫻酒造外観(横田撮影)

山田社長は「北海道で造ったお酒は、この広い土地と同じような開放感、広さを感じる。幸いにして評判はよい。ただし自分の感覚ではまだ60点くらいかと。まだまだポテンシャルがある。東川産の『慧星』は今年をはじめたので特に難儀です。良い酒を造りに北海道に来たので、それができないと中津川の人にも申し訳ないし、東川の人々の期待にも応えなければならない。地元の方々からの応援ありがたい。地元の酒ができたといううれしさが伝わってくる」と言う。

そして、「東川の人に愛してもらえる地元のお酒を造る種まきが、僕らの仕事だと思っています。地元の人がお酒を造って、飲んでくれてという会社になるとよい」。140年続く酒蔵の北の大地での挑戦は始まったばかりだが、山田社長の夢は大きく広がっている。

地球温暖化は、このように日本酒業界や農業などに大きな影響を与えはじめている。いままで必要のなかった投資が必要になったり、それによってこのように地元密着の酒蔵が移転したりするようなことが起きる。三千櫻酒造の移転は、企業にとっても自治体にとっても温暖化によるオポチュニティー(機会)とリスクを考えるための良いケースで、それが意味するところをしっかりと考えなければならないはずだ。

# SDGs を学ぶことでキャリアを考えるきっかけに



## キャリア教育の重要性

中高生に対するキャリア教育の重要性が増している。

人生 100 年時代、70 歳すぎまで働く時代において、転職や起業、独立が当たり前になった。40 ~ 50 年、同じ会社にずっと勤める人のほうが少なくなるだろう。そうなると、良い大学へ進学し、ブランド力の高い企業に入れば人生安泰という、何となくあった「勝ち組」の構図がすでに崩れてきている。筆者の周りの学生からも、就活時に「どの会社に入ると成長できますか」と聞かれることが多い。ずっとその会社にいることよりも、どの職場だと自分の価値を高めることができるかが、1 社目の選択の重要な基準になっている。このように若者は、転職や起業も視野に入れたキャリアを描くことが普通になった。

しかし、残念ながら早くからキャリアを考えている大学生はそう多くない、と感じる。また、大学 3 年生の就活時期からキャリアを意識していても、結局は内定をもらった中で、ブランド力のある企業に進むことが多い。そうしたことを考えると、筆者は大学でキャリアを考え始めるのでは遅いのではないかと感じている。

## 高校時代からキャリア教育を

このようなキャリアプランを考える授業を、筆者は高校生に対して行っている。考えるきっかけは早いほうがよい。これから何ができるか、自分で考え行動できるか、どのような仲間がいるのか、そして何をすれば幸せかを考え、自己決定していく時代だ。それを考えるためには、将来何をしたいか、どのような職業に就きたいかからさかのぼって、いまどう行動すべきかを考えることが有効だ。もちろん、描いたプラン通りに人生を送ることができる人は少数かもしれない。しかし、自分の頭で考え、自分で選択し、今そのために努力する経験は後に残るし、自己決定することが自己肯定感を高め、幸福感を得るために重要なのだ。

しかし、高校生は先生と親の仕事ぐらいいか職業のイメージが湧かない。学校や塾と家の往復だけで、地域活動やコミュニティに属していないと、地域社会がどのようなものか、地元はどのような特徴があるのかも分からないまま、進学することとなる。このように高校生にキャリアを考えようといっても難しい。働くことや仕事が想像できないのだ。

## SDGs をテーマに総合学習を

そこで有効なのが SDGs をテーマにした探究学習、総合学習だ。社会課題を調べることにより、地域や社会の人や組織、構造を理解する。そして活動的なグループは、実際に社会課題解決をしている人や当事者に話を聞いたり、調べたりする。その結果、そこで活動している人たちの活動を知り、社会の仕組みや仕事の実感も持つようになる。

SDGs の本質について、筆者は「ありたい未来」から現在の行動を考える「バックキャストイング」、異なるアクターで協力しあう「マルチステークホルダー」、そして社会課題に接することで、内発的動機づけによるアクションにつなげる「自分ごととしての行動」の 3 点を、『SDGs の本質』(共著)で指摘した。

リンダ・グラットンが、人生 100 年時代の働き方について書いた著書「ワーク・シフト」の中で、これからのキャリアに必要なと指摘しているのは「連続スペシャリスト(専門性)」「協力して起こすイノベーション(人的ネットワーク)」「情熱を傾けられる経験(生き方・価値観)」の 3 点だ。これは「SDGs の本質」で指摘した 3 点と親和性が高い。

### <SDGs の本質 3 つのポイントと人生 100 年時代に必要な 3 要素の比較>



未来のありたい姿を考え、いま行動していくことは、キャリアに置き換えると、どのような専門性を持つべきかを考えるきっかけになる。私たちが指摘した「異なるアクターのつながりによる変革」は、グラットンの言う「協力して起こすイノベーション」と同義だ。そして内発的動機づけからの「自分ごととしての行動」を起こすことにより、自分の生き方や何をやるべきかという価値観の形成につながる。SDGs を学び、行動することは、その後のキャリア教育を行う際に、基礎ができていないことになるのだ。

2018 年に政府が発表した SDGs のアクションプランの 3 本柱の一つに次世代・女性のエンパワーメントが挙げられている。次世代に対する SDGs 教育や学びが重要視された。同時に学校においては新学習指導要領が導入される。昨年小学校、この春から中学校で実施され、来春からは高校でも年次進行で実施される。新学習指導要領の前文と総則に「持続可能な社会の創り手の育成」が明記され、主体的、対話的で深い学びの視点から「探究」の授業が始まっている。そして探究の授業と SDGs は親和性が高い。社会課題を考えることで、困っている人や課題に共感し、内発的動機づけで行動を起こすことができるからだ。

## 石川県立金沢西高での実践

金沢市の SDGs のプログラムとして、石川県立金沢西高校で SDGs をテーマにした総合学習の授業が行われている。基本的な組み立ては、筆者及び大学生が金沢市の協力を得て実施している。

2019 年度のプログラムは、「私と私の街の未来について考えたい 10 のこと」として社会課題を設定、好きなテーマを選んでグループで発表してもらった。「快適でこちよ街づくり」「教育の機会が公平」「ダイバーシティ」「環境」「生涯にわたって活躍」「AI 時代に活躍できる人材」「コミュニティ」「文化を守り発展」「多文化共生」などを挙げ、大学生や社会人のメンターから意見を聞きながら進めていった。実際に高齢者に会って話を聞いたり、LGBTQ のセミナーに自主的に参加したりしたグループもいた。フリースクールを見学したグループは、学校外での教育の重要性について校内でプレゼンをした。

20 年に実施した 2 年目のプログラムでは、今までの人生のアップダウンを図にして、今までの自分を理解した上で、仕事やプライベートなど 30 歳でのなりたい姿を考えてもらった。そしてそのためにいま何をすべきかを記入してもらった。公務員になりたい、大企業に入りたい、看護師になりたいと具体的に書ける生徒もいれば、良い仲間と仕事をしたい、海外で仕事をしたいという夢を書く生徒もいた。また、飲食店を経営したい、NPO を設立したいという起業志向の生徒もいた。

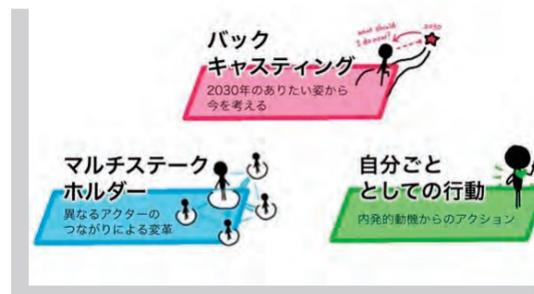
それを書いた上で、どのような大学、学部や専門学校に進学すべきか、その夢を叶えるためにはどのような努力が必要かを書いて、その夢の解像度を上げていく。そうすると、もっとも多感な時期に、キャリアを考える習慣がつかようになる。

(次ページに続く。)



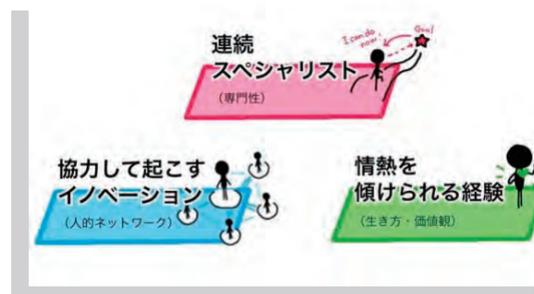
金沢西高等学校における総合学習の発表会 (2020 年 2 月、筆者撮影)

### <SDGs の本質 3 つのポイント>



「SDGs の本質」(御友・横田・原 2020) から

### <人生 100 年時代に必要な 3 要素>



リンダ・グラットン「ワーク・シフト」から筆者作成



# 人権が厳しく問われる時代、ビジネスのあり方は



## 新疆ウイグル、ミャンマー問題にどう対応？

人権に関する企業の方針や対応が、経営やビジネスに大きく影響を与え始めている。最近では、中国・新疆ウイグル自治区産の綿の使用や、ミャンマー国軍と関係の深い現地企業との取引や合併などに、企業がどう対応するかが注目されるようになった。これらは不買運動に発展したり、サプライチェーンでの人権に関する法律が整備される国が増加し、輸出に影響が出たりと、ビジネスそのものだ。人権の尊重は、上場企業が取るべき行動を定めたコーポレートガバナンス・コード（企業統治原則）（注1）にも明記されている。ESG 投資が拡大する中で、投資家から企業の人権に対する方針や行動についての情報開示や改善を求めるプレッシャーが強まる。ビジネスと人権の流れと内容について見てみよう。

（注1）上場企業が企業統治（コーポレートガバナンス）においてガイドラインとして参照すべき原則・指針。東京証券取引所と金融庁が日本版コーポレートガバナンス・コードを制定し、2015年6月から上場企業に適用している。

## 日本政府は『「ビジネスと人権」に関する行動計画』発表

日本政府は2020年10月に、『「ビジネスと人権」に関する行動計画（2020-2025）』を発表した。企業はもちろん、政府、政府関連機関および地方公共団体、社会全体の「ビジネスと人権」への理解促進と意識向上および行動が目的だ。

意識向上については、トップが人権にコミットメントし、人権尊重の方針を社内外に掲げる企業が増えてきた。役員や社員に対して人権の研修を実施しているところも少しずつ増加しているようだ。行動計画では、企業のサプライチェーンにおける人権尊重を促進する仕組みの整備が指摘されている。調達においてトレーサビリティ（商品がどこで製造、流通、販売されているのかを把握する仕組み）をしっかりと実施、たとえば児童労働や長時間労働など人権問題を起している調達先がないかを把握し対処することが必要だ。

そのうえで救済メカニズムの整備や改善を行う。トラブルがあった場合に、どこに連絡したらよいかを明確にし、トラブルが起きた時はそれを把握するためのシステムを整備する。そして、トラブルをどのように改善していくか、行動が求められている。

「行動計画」においては、企業の責任を促すための政策として、各省庁の政策とひもづけ、業界団体等を通じた日本企業に対する行動計画の周知、人権デュー・ディリジェンス（注2）に関する啓発、「OECD（経済協力開発機構）多国籍企業行動指針」（注3）、「ILO（国際労働機関）宣言」（注4）および「ILO 多国籍企業宣言」（注5）の周知、海外進出日本企業に対する行動計画等の周知、「価値協創ガイダンス」（注6）の普及、女性活躍推進法の着実な実施、環境報告ガイドラインに則した情報開示の促進などが挙げられている。

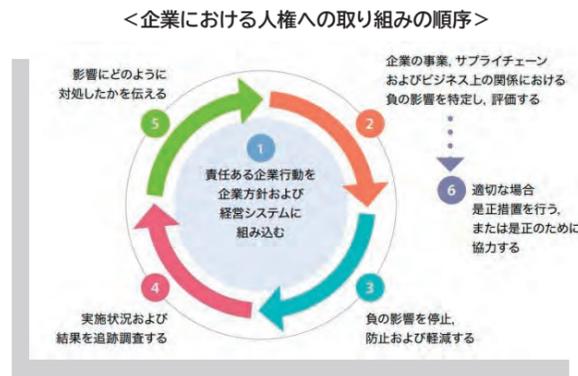
（注2）人権デュー・ディリジェンス：企業が強制労働や児童労働、ハラスメントといった人権侵害のリスクを特定して、予防策や軽減策をとること。特にサプライチェーンにおいて児童労働などが発覚した場合には改善を要請し、その結果のトレーサビリティ、情報開示を行う。

（注3）OECD 多国籍企業行動指針：1976年、行動指針に参加する国の多国籍企業に対し、企業に対して期待される責任ある行動を自主的にとるよう勧告するため策定された。行動指針には法的拘束力はないが、持続可能な開発を目指した経済面、社会面、環境面の基準すべてが包括され、国際的な企業の社会的責任が求められることになる。

（注4）ILO 宣言：1998年のILO総会で採択された「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」。経済のグローバル化に伴う貧富の差の拡大などを排除することを目的に、すべての加盟国は労働基準に関する原則を尊重し、促進し、かつ実現する義務を負うことを宣言した。

（注5）ILO 多国籍企業宣言：1977年にILO理事会で採択された。企業が世界各地における自社事業を通じて、いかにディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）の実現に寄与するか、その方法についての指針。

（注6）価値協創ガイダンス：経済産業省が2017年5月に発表した投資家向けの企業の情報開示モデル。企業にとっては、投資家に伝えるべき情報（経営理念やビジネスモデル、戦略、ガバナンス等）を体系的・統合的に整理し、情報開示や投資家との対話の質を高めるための手引。情報開示すべき項目に ESG 関連を多く含む。



（「責任ある企業行動のための OECD デュー・ディリジェンス・ガイダンス」から）

## 各国に対応求める国連「指導原則」

この背景には、2011年に国連で承認された「ビジネスと人権に関する指導原則」がある。この指導原則は、企業活動における人権尊重の指針を示したもので、3項目からなる。一つ目は人権および基本的自由を尊重、保護および実現するという国家の義務、二つ目は適用されるべき法令を順守し人権を尊重されるよう求められる企業の義務、三つ目はそれらが侵害されたときの救済の必要性からなる。そして、指導原則では各国に行動計画を策定するよう推奨している。

G7やG20の首脳宣言でも行動計画について言及されており、SDGs 実現に向けた取り組みの一つと位置づけられている。「2030アジェンダ」では「誰一人取り残さない」という共通のキーワードのもとSDGsの17目標が採択された。その中に、持続可能な開発における課題解決のための創造性ととも、「ビジネスと人権に関する指導原則」において労働者の権利や環境、保健基準を順守しつつ創造性をもって活動にあたる事が明記された。日本においてもこれらの項目は、政府のSDGsアクションプランに位置づけられている。そしてESG投資の項目のうち、S=社会については、男女の賃金格差、非正規雇用の割合、人権の方針、反差別に関する方針、労働安全衛生方針、児童労働・強制労働に関する方針などの情報開示を求められる。

この指導原則では、企業は人権を尊重する責任を果たすというコミットメントを表明することが必要だ。具体的にはホームページなどで、自社の人権に対する考え方を発表する。そして人権への影響を特定し、防止し、軽減し、そしてどのように対処するのかについて責任をもつ人権デュー・ディリジェンス・プロセスを行う。「サプライチェーン」の場合と同様に、社内外にどのような人権リスクがあるかを調べ、問題が起きたときの連絡や相談、そして解決策を助言してもらえ組織を設置することが必要だ。

<国連「ビジネスと人権に関する指導原則」で企業が求められている「人権方針」の策定に必要な5つの要件（指導原則16）>

- 人権方針の策定に必要な5つの要件 指導原則 16
- 1 企業の経営トップが承認していること
  - 2 社の内外から専門的な助言を得ていること
  - 3 従業員、取引先及び、製品やサービス等に直接関与する関係者に対する人権配慮への期待を明記すること
  - 4 一般公開され、全ての従業員や、取引先、出資者、その他関係者に向けて周知されていること
  - 5 企業全体の事業方針や手続に反映されていること

（外務省「ビジネスと人権とは？」から）

## どこから調達し、だれが製造したのか

中でも、現在話題になっているのはサプライチェーンの課題だ。企業の調達はいくつもの会社を通じて行うことが多く、また多岐にわたるので、調達先における労働実態を調査することは大変だ。例えば日本に輸出される農産品や加工品は、農場から収穫集積所などを経て、企業を経由する。それも複数企業があることが普通だ。

そうすると、日本企業が直接農場で労働に従事する人たちの労働実態を把握することはなかなか難しい。例えば、調達先の農園の労働者に定期的にアンケートを行い、そのデータをNGOや取引先企業を通じて発注元の企業が得る仕組みなどの整備が必要だ。同様に日本国内でも外国人技能実習生の労働環境についての課題に対し、取引先の外国人労働者の労働実態調査をNGOと協力し、アプリを活用して実施している企業もある。最近では消費者の人権も注目されている。例えばネット上の個人データ利用も問題だ。個人データが企業によって利用され、その人のことを知りすぎた広告がネット上に掲出されることが多い。プライバシー保護の観点から、個人の情報をベースにした広告は問題が多いとされている。またSNSでの誹謗中傷やいじめなども大きな課題だ。このように人権の範囲は広い。行動計画では、ディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）、子どもの権利の保護・推進、SNSやAIなど新しい技術の発展に伴う人権、消費者の権利、法の下での平等（障がい者、LGBTQなど）、外国人材の受け入れ・共生などのテーマが挙げられている。

## 「同質」社会の日本、もっと人権に感度を

日本人はもともと農耕民族のせい、どうしても同調圧力が強い。同質の文化を持つ組織で行動してきた。それが影響してか、マイノリティーの人権に鈍感だ。社会課題に目を向け、人権がビジネス活動において大切で、かつリスクになるのだという感度を上げるための教育がまずは大切だと感じている。ダイバーシティ（多様性）、インクルージョン（包摂）の取り組みそのものだ。ある日突然NGOから調達先の労働者の人権に関しての公開レターが来る時代だ。企業における人権への取り組みの重要性に対する認識が大切だ。

# 「ひめゆり平和祈念資料館」に見る、SDGs と平和教育のいま



ビジネスパーソンのための SDGs 講座

ひめゆり平和祈念資料館（沖縄県糸満市）が経営の危機に直面している。修学旅行などで1度は訪れたことがある方が多いのではないと思うが、この資料館が民間の経営だということあまり知られていない。新型コロナウイルスによる影響で、2020年度の入場者は、前年と比べて86%減少し大変な状況だ。資料館の現状と意義について、古賀徳子学芸課長に聞いた。



リニューアルされた第1展示室（写真=ひめゆり平和祈念資料館）

## コロナ禍で入館者が激減し、寄付呼びかけ



今年6月上旬、ひめゆり平和祈念資料館のTwitterに、寄付のお願いが投稿された。

2019年度の入館者数は約50万人。それが20年度には6万6千人まで落ち込んだ。ちなみに、過去最高は1999年度の100万人で、この10年は減少傾向にある。民間経営である資料館は、年間1億4000万円程度の維持費がかかるが、収入のほとんどは入館料だ。このTwitterの反響は大きく、約1万6000のリツイート、1万4000を超える「いいね」が付き、大きな反響を呼んだ。1カ月の間に8917件5086万円の寄付が集まった。

さらに、支援の輪は広がる。この経営危機を知ったミュージシャン、MONGOL(モンゴル)800のキョサクさんが、チャリティーライブを企画。「ひめゆりの塔」の前で収録し、「慰霊の日」の23日に配信を始めた。スペシャルゲストとして、Kiroroの玉城千春さん、沖縄を代表する民謡歌手の古謝(こじゃ)美佐子さんが参加した。3人は、沖縄戦をどう語り継いでいくかや、それぞれの「ひめゆり」への思いも語っている。県内の自治体でも支援の動きが出始めた。糸満市と中城村(なかぐすくそん)は、夏休み前に、親子入館券を小中学校の全児童・生徒に無料配布した。子どもたちの平和学習と資料館の経営支援を両立する狙いだ。

## 若い世代に向けリニューアル

資料館は今年4月にリニューアルをした。1989年に設立され、2004年にリニューアルをして以来17年ぶりだ。元生徒も高齢化がすすみ、戦争から遠くなった。若い世代にどうやったら伝わるのか、どうしたらわかりやすくなるのかに力点を置いた。

第1展示室では、ひめゆり学徒の学校生活を生き生きと伝えている。写真はできるだけ笑顔や飾らない雰囲気のものを選び、生徒のありのままの姿を感じてもらえるように配慮した。当時、生徒が先生にあだ名をつけていたことなどを盛り込んだ展示は、修学旅行生などの現代の若者にとって身近な内容となっている。

次の展示室では、生徒が沖縄戦に巻き込まれていく様子を訴える展示にした。陸軍病院での仕事や過酷な体験を通して、楽しく、普通の学校生活が沖縄戦によって壊されてしまったことが印象に残るようにした。イラストを効果的に使用し、文章では理解しづらい内容が目で見えるようになった。第5展示室では、ひめゆり学徒の戦後の歩みを紹介した。長い間戦争を語るができなかった元生徒がひめゆり平和祈念資料館を建設し、戦争体験を語るまでを伝えた。元生徒は90代となり、昨年2月からは、新型コロナの影響で、30年間続けてきた展示室での証言活動も休止している。



第2展示室「ひめゆりの戦場」(写真=ひめゆり平和祈念資料館提供)



第1展示室。普通の学生生活があったことが描かれている(写真=ひめゆり平和祈念資料館提供)



第5展示室。「ひめゆりの戦後」(写真=ひめゆり平和祈念資料館提供)

## 元生徒の思いを伝えるために

古賀学芸課長は「来館者の感想を見ると、当時の生徒と自分たちに共通点が多いことは伝わったと思う。その一方で当時の教育や社会のあり方は、今と大きく違うことについては、もっと伝えていく必要があると思います」と語る。古賀さんは北九州市出身。大学生のときにスタディーツアーで沖縄を訪れ、資料館も見学した。高齢の元生徒が、自分のように沖縄戦のことを何も知らない来館者に、つらい戦争体験を話すのは大変だろうと感じたという。そして、2度と戦争をしてはいけないと真剣に語りかける姿を見て、何が原動力になっているのだろうと思った。そして、大学を卒業して沖縄にきて、資料館に関わるようになったという。

## 高まる平和教育の重要性

SDGsの17目標には、「質の高い教育をみんなに」(目標4)、「平和と公正をすべての人に」(同16)という目標がある。SDGsという考え方が普及していく中で、平和教育の必要性は高まっている。

古賀さんは「質の高い教育」に着目している。平和教育を推進するためには、まず、若い人たちに平和に興味をもってもらうことが必要だが、若い人には、戦争に関しては教科書でも学んだし、「その重要性は知っているよ」という気持ちもある。資料館を訪れる修学旅行生には、事前、事後学習が重要になるが、若い人向けメディアであるYouTubeやSNSに平和教育に関する情報は少ない。平和の大切さの伝え方、若い人へのアプローチの仕方など工夫が必要だと感じているという。工夫の一つとして、古賀さんは、オンラインのワークショップも試みている。今年3月、古賀さんは筆者や慶應義塾大学の学生らと、イラストを主に使う「フォトランゲージ」ワークショップを実施した。写真やイラストを見て、解説を少し聞いて何を感じるかというディスカッション中心のワークショップだ。

大学生からは、「インパクトが強いので感情や理屈を消化しきれない。上手に伝えるにはそれを分解する必要があるのではないか」「正しい情報をどうやって入手するか、それでどう判断するかなど、今の自分として考えたい」「現実には二項対立ではない。視点が変われば解釈が変わる」などの意見が出た。資料館に行って理解し感情移入することは大切だが、その場限りになってしまうことも多い。このようにディスカッションを行うと平和教育に深みを持たせることができる。



古賀徳子さん(撮影・筆者)



「絵本ひめゆり」。イラストで戦争の悲惨さを伝えていく(写真=ひめゆり平和祈念資料館提供)

## 「平和なくして持続的開発はない」



学校における新学習指導要領の中で、総合的学習や探究学習が進められている。その中に平和学習を取り込む先生も多だろう。このような授業において、「なぜ戦争がおきたか」「沖縄戦の県民の犠牲がここまで多くなったか」など多くの視点で議論をできる学習が必要だ。

そして修学旅行で沖縄を訪れる際には、事前、事後学習が大切で、その際、是非生徒による議論や探究の時間をもちたい。そのためには、この分野のファシリテーターができる先生や教育関係者が重要で、そのための教材も必要だ。

国連の主な目的の一つは平和と安全の維持だ。SDGsを盛り込んだ2015年の「2030アジェンダ」の中で「平和なくして持続的な開発はあり得ず、持続的な開発なくして平和もあり得ない」と明記している。その礎となる平和教育。語り手が高齢化する中で、SDGs視点や探究学習視点をさらに進化させる時期かもしれない。ひめゆり平和祈念資料館は日本における平和教育について重要な役割を担ってきたし、これからも長くそうであることを期待したい。

### Keywords

#### ひめゆり学徒隊

1945年3月23日、沖縄師範学校女子部と県立第一高等女子学校の生徒222人と教師18人が南風原(はえばる)の沖縄陸軍病院に動員、負傷兵の看護にあたった。その後南方へ撤退し6月18日解散命令。240人中136人が犠牲になった。戦後、「ひめゆり学徒隊」と呼ばれた。

#### ひめゆり平和祈念資料館

1989年開館。ひめゆり同窓会が「戦争体験を語り継ぎ、平和の大切さを訴え続けること」を目的に設立。開館から30年を経て、その活動は戦後生まれの職員に引き継がれている。戦争からさらに遠くなった世代に戦争の恐ろしさや命の尊さ、平和の大切さを伝えていくため、今年4月に2回目の展示改装を行った。

## オリパラの年に見送られた LGBT 法案 理念は企業や自治体に浸透している



「多様性」の尊重を掲げるオリンピック・パラリンピックの年に、残念ながら LGBT 法案（LGBT など性的少数者をめぐる「理解増進」法案）の成立は見送られた。しかし大企業を中心とした企業の LGBT への理解や取り組みは少しずつ進んでいる。差別禁止を順守し、福利厚生などでも対応する「LGBT フレンドリー企業」や LGBT 宣言をする企業が増加している。自らトランスジェンダーとして悩み、その体験から LGBT をサポートする NPO 法人「ReBit」（リビット）を設立し、企業へのコンサルティングなどを行っている薬師実芳（やくし・みか）さんに、企業の取り組みの現状と課題を聞いた。



薬師実芳さん（写真左）。このテーマに興味をもつ慶應義塾大学の学生と（撮影・筆者）

### 高校 2 年生でカミングアウト

薬師実芳さんは、体は女性だが、性自認は男性であるトランスジェンダーだ。高校 2 年生の時にカミングアウト。自分の性のあり方を泣きながら友達に話したら「やっくんはやっくんだから、いいじゃん」と言ってくれた。それまで性別に違和感がありながらも約 10 年間だれにも言えず、自分で自分のことを否定し、「正しい情報や、ロールモデルとなる大人もいないなか、生きていけないのでは」と不安に思っていたため、言葉で表せないくらい安堵した、という。

この内容は現在、中学生向けの教科書（東京書籍中学校保健体育教科書「新しい保健体育」）に掲載されている。

早稲田大学に進学した薬師さんは、ReBit の前身となる「早稲田大学公認学生団体 Re:Bit」を立ち上げた。以前の自分のように性のあり方で悩む子どもたちに「あなたのままで大丈夫」と伝えたくて、薬師さんが LGBT の理解促進のための講義を実施した。

また、就活の際に、トランスジェンダーであることでハラスメントを経験したことから、就活や職場における LGBT を取り巻く課題を解消することを目的に、一般企業を経て、現在の ReBit を立ち上げた。企業の研修やコンサルティング、就労支援などを幅広く行っている。



2019 年度年次報告書表紙（ReBit 提供）

### G7 では日本だけ LGBT 法未整備

国際的に見ると、LGBT の差別を禁ずる法律が整備されている国や、米国など同性婚が認められている国、認められるよう取り組みが進んでいる国がある。その一方、LGBT であることが罪になる国もあり、その対応は様々だ。

G7 の中では、LGBT への差別を禁ずる法律が整備されていない国は日本だけ。国連から何度も是正勧告を受けている。

だが、国内において LGBT に対する関心は高まっている。きっかけは、2014 年にオリンピック憲章に性的指向などの差別禁止が入ったことだ。「オリンピックの根本原則」第 6 項で、「憲章の定める権利および自由」は性的指向を含む「いかなる種類の差別も受けることなく、確実に享受されなければならない」と明記している。

### オリンピズム原則が動きを後押し

これが明記されたことにより、オリンピック・パラリンピックに協賛する企業では、取り組みが進んだ。また、ジェンダーなどあらゆる不平等の解消を掲げる SDGs の普及も後押しをした。

自治体では、2015 年に世田谷区、渋谷区がパートナーシップ制度を導入し、現在では 100 を超える自治体が採用している。自治体により定義は異なるが、同性のカップルを結婚に相当する関係として、お互いをパートナーと定義する制度だ。これは法律で定めたものではなく、各自治体が条例や要綱で定める制度のため、法的拘束力がなく、該当の自治体のみ効力は限られる。パートナーシップ制度によって同性カップルに対する制度整備やサービスが増えているが、十分とはいえない課題もある。

早くから LGBT に取り組んできた地方自治体もある。例えば福岡市は中学制服のスラックスかスカートを性別に関係なく選べるようにしている。岡山県倉敷市では、LGBT の教育実践に早くから取り組んでいる。また、茨城県は都道府県として初めて同性パートナーシップを導入している。

### 企業は従業員、顧客双方に対応必要

「PRIDE 指標」（注 1）という、企業の LGBT への取り組みを評価・表彰する民間指標がある。2016 年は 79 社の参加だったが、20 年には大企業を中心に 230 社が受賞している。企業の LGBT の取り組みについては、従業員の視点、そして顧客の視点がある。

まず、従業員の視点からみていこう。ダイバーシティやインクルージョン推進の一つとして、LGBT の取り組みが位置づけられている企業が多い。

国内の LGBT 従業員数は一説には 525 万人ともいわれている。ポイントの一つは、人材活躍や働きやすさの確保だ。職場の LGBT 施策は、従業員の働きやすさや生産性向上につながるという調査もあり、採用や定着など人材活用にも関わってくる。LGBT についての施策や理解がない職場では安心・安全に働けず、結果的に職場を去ってしまうことも多いのだ。

（注 1）任意団体「work with Pride」が運営する、LGBT の取り組みを行う企業を表彰する制度。企業の行動宣言、啓発活動、人事制度、社会貢献、当事者コミュニティがあるかどうかなどを評価する。

もう一つはコンプライアンスだ。2017 年に改訂されたいわゆるセクハラ指針（厚生労働省「事業主が職場における性的な言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置についての指針」）では、性的指向や性自認に関する性的言動がセクハラと規定され、防止対策が義務となった。

また、20 年に施行されたいわゆるパワハラ防止法では、性的指向や性自認に関するハラスメントや、第三者にセクシュアリティを暴露するアウティングがパワハラとして規定され、防止対策が義務として企業に求められている。例えば「OOさんはゲイだ」ということを、本人の同意なく周囲に言いふらしたり、それを理由に仕事をさせなかったりすることは法的に禁じられている。

そして、顧客の視点としては、LGBT の割合は 3～10%と言われていて、消費市場でもある「LGBT 市場」は国内約 5.42 兆円（電通ダイバーシティラボ）との調査もある。顧客の一部が LGBT であることから、多様な顧客への対応を考え、商品やサービスをより広く届ける上でも重要だ。例えば今まで異性のパートナーに限定していたサービスを、同性のパートナーも包括するといった取り組みをする企業も増えてきた。国内でも、携帯電話の家族割を同性パートナーも対象にしたり、同性パートナーを保険金の受け取りに指定できる生命保険ができたり、多数の取り組みが挙げられる。

（次ページに続く。）



### 企業は継続的な取り組みを

課題は中小企業における理解促進だ。特に地方では中小企業が多い。地域コミュニティが密接である地域に住む LGBT の人たちにとって、地域や職場での理解促進は生きやすさに直結しやすい。

また、企業に制度はあるけれども LGBT への包括的な風土醸成が進まず、制度が利用しづらいという課題もある。ダイバーシティやインクルージョン推進には、一度の研修実施にとどまらず、継続的な取り組みが不可欠である。

例えば、女装して宴会会を行うことや、「結婚しないと出世できない」といった上司の発言は、SOGI ハラ（性的指向や性自認に関するハラスメント）（注 2）とされ、パワハラに該当する。

特に職場の理解を促進する上で、ERG（従業員リソースグループ）（注 3）の役割は大きい。LGBT やダイバーシティの活動を社内の ERG と位置づけ、担当役員がバックアップし、業務時間内での活動を可能にしたり、活動予算をつける制度を設けたりする。そうした文化を醸成することで、従業員の主体性を最大限に引き出す取り組みが進み、アライ（注 4）を増やすことにつながる。

（注 2）SOGI=Sexual Orientation and Gender Identity。「LGBT」が性的少数者の人たちを指すのに対し、すべての人が持つ性的指向・性自認を表す言葉が「SOGI（ソジ）」。そのことに関する差別やハラスメントのこと。SO は性的指向で、好きになる相手の性。GI は性自認で、自身をどの性別として認識するかを示す。

（注 3）ERG=Employee Resource Group。社員主導の自主的な学び合いのプラットフォーム。所属組織や国籍などが異なる社員が、自主的に学び合うことで成長するとともに、組織を超えた社員同士のつながりを、新しい発想や気付きを生み出す組織風土の醸成に生かす。

（注 4）アライ（ally）=もともと「仲間」「味方」「同盟」などを意味する単語で、LGBT を理解し、当事者に対して共感し寄り添い、支援する人々を指す。

### 法律も担当官庁もない日本

LGBT をめぐる課題は大きい。先述の通り、LGBT への差別を禁止する法律がないのは G7 では日本だけで、担当省庁もない。

LGBT の人口割合は、大阪市の調査では 3.3%、LGBT 総合研究所の調査では 10%などといった結果が出ているが、国としての実態調査がないことも、可視化を進める上での課題となっている。

オリパラと総選挙がある本年、LGBT 法案を超党派で合意し「LGBT への差別は許されない」という趣旨の法律の成立に期待が高まったが、自民党内の了承が得られず、国会提出を見送らざるをえなかった。2016 年にも野党 4 党により LGBT に関する法案が提出されており、長年にわたって先延ばしになっている。企業においても法律がないことが対応のハードルとなっている。



児童書「みんなちがってみんなステキ」(ReBit 提供)

### 教育を充実し、差別の解消を

LGBT の人たちの課題はさまざま。学齢期では、約 7 割がいじめを経験する。また、トランスジェンダーの約 6 割は「死にたい」と思った経験があり、最も高まる時期は小学校高学年～高校の二次性徴期である。しかし、高校生の約 1 割は、学校で LGBT について学んだ経験がないという。

就労においても、トランスジェンダーの約 9 割が就活時に性のあり方に由来した困難やハラスメントを経験している。職場のハラスメントなどを理由にメンタルヘルスが悪化し、失業や経済的困窮につながることも少なくない。

また、日本では同性婚が認められていないことで法律上、家族となれないことから、同性パートナーが入院した際などに医療同意や面会ができない、公営住宅に入居できないなどさまざまな困難が生じている。

誰も、働いて食べていけないといけませんが、そこで差別を受けると生きていけない。よって多くの人たちが、職場においてカミングアウトしていないのが現状だ。また、つらい環境に置かれることが多いので、メンタルヘルスが悪化する人も多いという。

筆者が中学、高校において SDGs の授業を行うと、LGBT に興味を持つ生徒は多く、自らが自認する性の制服を選ぶ生徒もいる。教員からも、かなり身近かつ重要なテーマだと聞く。SDGs ネイティブ世代が育つ中で、理解を促進し、早く差別のない社会を実現したい。



「トランスジェンダーと職場環境ハンドブック」(ReBit 提供)

MEMO →→→

---



---



---



---



---



---

## プラスチックごみ、リサイクル率が今後のカギ 循環型経済に企業努力が不可欠



ゴミを簡単に捨てられない時代がもうすぐ来る。2017年から中国がプラスチックなどのゴミの輸入を段階的に禁止し、東南アジア諸国もそれに追随しているからだ。現状では、国内で焼却か埋め立てという選択になるが、国内でゴミを焼却するとCO<sub>2</sub>が排出される。「50年にカーボンゼロ」を標榜（ひょうぼう）した日本は焼却ゴミは増やしたくない。一方で、国内の最終処分場もあと21.4年で満杯になるという推計もある。こうした状況下において企業はどう対応していかなければならないのか。現状と課題について、産業廃棄物処理会社「ナカダイ」（東京都品川区）代表で、企業の環境ビジネスのコンサルティングを行っている「モノファクトリー」代表でもある中台澄之さんに聞いた。

### 中国に次いで東南アジアも受け入れ停止

最近、スーパーやコンビニのレジ袋有料化でゴミや環境に対する意識が高まった人も多いだろう。

その一方で、ゴミは無料で捨てることができると思っている人が多いのではないかと。しかし、いまのようにゴミを無料で、かつ自由に捨てられなくなる時代がもうすぐそこまで来ている。

資源ゴミといわれるプラスチックなどは、主に仕分けコストの問題で、まとめてプレスして中国に輸出、そこで仕分け一部リサイクルすることが主流だった。しかし2017年から、中国がプラスチックや古紙など資源ゴミの輸入を段階的に禁止。受け皿となったタイ、マレーシア、ベトナムなどの東南アジア諸国もゴミの輸入を減らすか禁止をするなど追随している。輸入が禁止されて以降、ゴミは国内に滞留していて、一部はリサイクルされているものの、大部分は焼却処分されている。プラスチックは紙に比べて焼却すると排出されるCO<sub>2</sub>が多い。



中台澄之さん（撮影・筆者）

このような状況において、ゴミの処分もリサイクルを目的とするか、焼却処分を目的とするかで、商品や製品の設計が変わるといえる。例えば、家庭などできれいに洗って出される同質のプラスチックは、大量に集めることでリサイクルができる。

しかし、会社など自宅の外で食べた弁当箱などは、不純物が多いためリサイクルができず、衛生上の問題もあるので焼却処分されるものが多い。焼却処分されるのであれば最初から紙のほうがプラスチックに比べてCO<sub>2</sub>の排出量が少ないということになる。このように最初からリサイクルを目指すのか、焼却処分を前提としてCO<sub>2</sub>排出量を減らすのかなど「捨て方のデザイン」が必要だと、中台さんは指摘する。

### 日本と欧州、リサイクルの基準に差

そもそもゴミに対する取り組みはこれまでどうなっているのだろうか。主な取り組みはリサイクルを増やそうという動きだ。

2001年に循環型社会形成推進基本法が施行、ゴミを減らすために3Rが標榜された。3Rとは、Reduce（リデュース）＝発生の抑制、Reuse（リユース）＝再利用、Recycle（リサイクル）の三つだ。

リサイクルはマテリアルリサイクル（再生利用）とサーマルリサイクル（熱源として利用）の二つがある。リサイクルできないものが焼却か埋め立てになる。

サーマルリサイクルは別名「エネルギーリカバリー」と呼ばれ、資源の少ない日本ではリサイクルに含めるが、欧州などでは現在、リサイクルとしてカウントしていない。焼却の技術にすぐれた日本では、廃プラ処理において熱エネルギーに変換してリサイクルと説明してきたが、欧州などではこれはリサイクルにカウントされないのだ。

### プラスチック埋め立ては残り21.4年

国内でゴミを焼却するとCO<sub>2</sub>が排出される。「2050年にカーボンゼロ」を標榜した日本において、焼却ゴミは増やせないと、減らさないとけない。焼却施設の維持、更新にも大きな投資が必要だ。また国内の最終処分場もあと21.4年（2019年度末現在、環境省）で満杯になる。

それ以降、新たな埋め立て地を見つけることは難しい。埋め立てについてはゴミを減らす努力をするともに、リサイクルに取り組みめる対象を増やすことも重要だ。

例えば冷蔵庫、エアコンなどは特定家庭用機器再商品化法（家電リサイクル法）の対象でリサイクルしているが、対象外の小型家電など現状リサイクルが義務づけられていないものにどう対処していくかも大きな課題だ。

### 大崎町と上勝町はリサイクル先進自治体

このような環境において、リサイクルの先進的な取り組みをする自治体が注目されている。ジャパンSDGsアワードを受賞した鹿児島県大崎町（人口1万2500人）ではゴミを27分類、徳島県上勝町（人口1500人）では45分類することで、両町とも80%を超えるリサイクル率を達成している。いずれも焼却施設のない町で、ゴミの量を減らし埋め立て地を長年持たせるための施策であり、住民の協力を得ることが大きなポイントだ。

もう少し規模の大きな自治体として、神奈川県鎌倉市（人口17万2800人）のリサイクル率は50%を超え、人口10万人以上の市としては全国1位である。ゴミの有料化により総量も減っている。このように住民の協力や政策によってゴミを減らし、リサイクル率を向上させることはできるのだ。

### 企業が自社のカーボン削減に基準設定

産業廃棄物処理業のナカダイでは企業から持ち込まれるゴミのうち、リユース3%、マテリアルリサイクル60%、サーマルリサイクル30%、焼却後リサイクル6%とリユース・リサイクル率99%を実現している。これを実現するポイントは、企業がゴミを出すときに10～15種に分類してもらうことだという。ゴミ箱というなんでも混ぜて捨てることのできる存在が良くない。分ければ資源、混ぜればゴミだ。

企業の取り組みは、まずリサイクルに取り組みむということから、サーキュラーエコノミー（循環型経済、注1）という次のステージへ移っている。これを達成するための理想は、ものを作った会社、売った会社が、自ら使用済みの製品を回収することだ。メーカーはどのような素材を使って作ったか分かっているし、どのように組み立てたかも知っている。そこが回収してリサイクルすることが循環型経済を実現することになる。

（注1）サーキュラーエコノミー（Circular Economy）＝循環型経済。いままで廃棄されていた製品や原材料を資源として捉え、廃棄物を極力少なくして資源を循環させる経済の仕組み。リサイクルや少ない資源などで製品開発をし、シェアなどを通じて資源循環と経済の両立を目指す。

カーボンニュートラルに向け、サイエンス・ベースド・ターゲット（SBT、注2）というグローバルな削減目標の指標がある。日本の企業も認定数では世界2位だが、特に欧米系企業の動きは速く、目標をコミットしていたり、将来加入することを意識したりしている企業も多い。

（注2）SBT（Science Based Targets）＝パリ協定（世界の気温上昇を産業革命前より2℃を十分に下回る水準に抑え、また1.5℃に抑えることを目指すもの）が求める水準と整合した、5～15年先を目標年として企業が設定する、温室効果ガス排出削減目標のこと。世界資源研究所などが構成機関となって設立・運営している非営利団体We Mean Business（WMB）の取り組み。

（次ページに続く。）



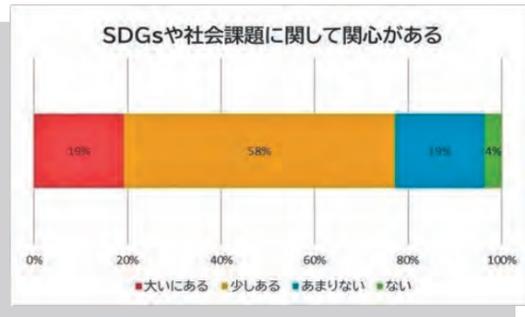


学校でSDGsの教育を受けた「SDGs ネイティブ世代」が社会に出る日も近い。彼らの意見や価値観を、政策や企業経営に生かそうという動きも始まっている。新学習指導要領が2022年度から高校で導入されるのに先駆け、すでにSDGs教育を受けている高校生を対象にアンケート調査を実施し、社会課題に対してどのような意識を持ち、どう行動しているのかを探った。

### SDGsの認知率は99%

「持続可能な社会の創り手の育成」が明記された新学習指導要領は、2020年度に小学校、21年度に中学で導入された。来年度は高校で導入される。

導入に先行して、総合的な学習の時間などでSDGsを学び始めている高校がある。筆者が代表理事を務める一般社団法人アンカーがSDGs教育に関わっている、駒場学園（東京）や姫路女学院（兵庫）などだ。



アンカーでは、21年10月、両校を中心に高校生を対象にしたアンケートを実施(回答数863)。SDGs教育を受けた世代がどのような意識を持っているのかを探った。

アンケート結果を見ると、SDGsを「良く理解し行動している」が15%、「理解している」78%。「名前だけは知っている」6%を合わせ、認知率は99%だった。

「SDGsや社会課題に関して関心がある」かどうか聞いたところ、「大いにある」(19%)、「少しある」(58%)を合わせて77%の生徒が関心を持っていた。

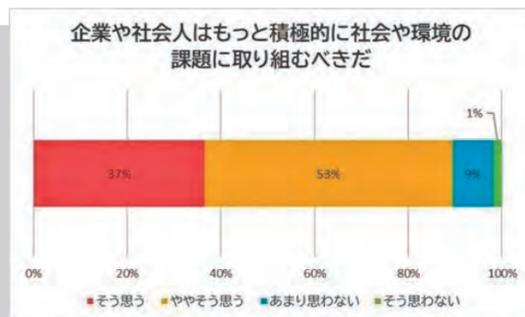
### 関心を持つきっかけは学校の授業

SDGsに興味を持つきっかけを聞いたところ、ほとんどが学校の授業で、総合的な学習や探究学習の時間と答える生徒が多かった。また少数ではあるが、親の影響や、小学校の時に参加した環境イベント、ガールスカウト活動、ボランティア活動を通じてといった答えもあった。

関心のあるテーマは、「貧困をなくそう」「質の高い教育をみんなに」「ジェンダー平等を実現しよう」「住み続けられるまちづくりを」「海の豊かさを守ろう」「陸の豊かさを守ろう」「働きがいも経済成長も」など幅広い。

日ごろ行っているSDGsに関連する活動についても聞いた。自分自身や家族で、脱プラスチックを心がけ、ゴミを出さない、食べ残しをしない、フェアトレードのものを購入する、などを意識しているという回答があった。また、保育ボランティア、有志によるSDGs活動への参加も挙がった。

### 大人や企業に憤る高校生たち



調査結果で目を引いたのは、「企業や社会人はもっと積極的に社会や環境の課題に取り組むべきだ」という問いに対し、「そう思う」「ややそう思う」を合わせて90%の高校生がそう思っていることだ。

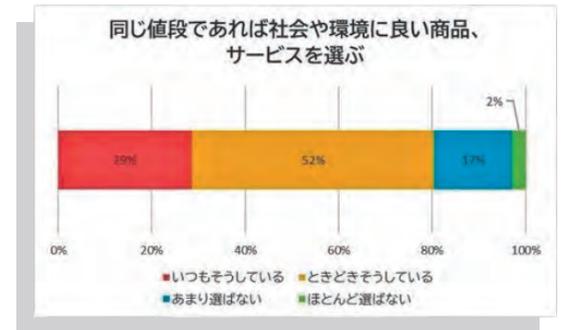
筆者も教育現場において「なぜ大人は動かないのか」「なぜ企業はもっと真剣に取り組まないのか」と強い憤りを持って発言する高校生にしばしば遭遇する。見て見ぬふりをする大人や行動しない企業、社会に対して怒りを感じる生徒がいる。グレッタ・トゥンベリさんのように、政府や企業の取り組みは遅い、あるいは行動していないと感じているようだ。

### 8割が「環境に良い商品を選ぶ」

購買行動への影響はどうか。「同じ値段であれば社会や環境に良い商品、サービスを選ぶ」かどうか聞くと、「いつもそうしている」と「ときどきそうしている」を合わせて81%だった。

「家族に対して社会や環境に良い商品、サービスを選ぶようすすめる」という問いには、「いつもそうしている」「ときどきそうしている」の合計が43%となった。

こうした反応を見ると、若い世代の考え方や行動は、企業のマーケティングにも影響を与えるのは必至だ。



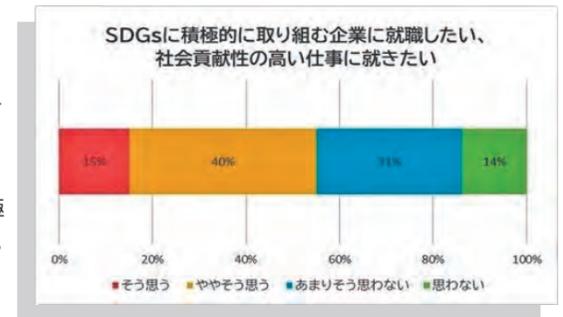
### ユニクロ、トヨタ、スターバックス……

「SDGsに積極的に取り組んでいる企業」で思い浮かぶ会社を自由回答で聞いたところ、ユニクロ、トヨタ自動車、スターバックスコーヒーの名前が比較的多く挙がった。

理由としては、ユニクロは古着の回収の取り組み、トヨタ自動車は水素自動車などの取り組み、スターバックスは紙ストローなど脱プラスチックの取り組みを挙げる生徒が多かった。

また、チョコレートのフェアトレードの理由から明治、SDGsのキャンペーンを行うことからテレビ局、SDGsトレインを走らせていることから鉄道会社、フードバンクや子ども食堂などに取り組む地域のNPOを挙げる生徒もいた。その他に挙がった名前は、ユーグレナ、無印良品、味の素などだ。

SDGsを学ぶことが、将来の職業選択に影響するかどうかを見るため、「SDGsに積極的に取り組む企業に就職したい、社会貢献性の高い職業に就きたい」かどうかも聞いた。その結果は、「そう思う」「ややそう思う」を合わせて55%となった。筆者の周囲の大学生でも、社会貢献性の高い仕事に就きたいという意向は女子学生を中心に高い。



### 若者の意見を政策や企業経営に生かす

このような若者の意見を政策立案や企業経営に生かそうという動きは、官民ともに広がっている。

「日本ユネスコ国内委員会」(注)事務局では、日本のユネスコ(国際連合教育科学文化機関)加盟70周年を機に、若者の声を今後の活動に反映するため、ユース世代による「次世代ユネスコ国内委員会」を立ち上げた。30歳未満の20人が参加し活動を開始している。

委員会メンバーの小林真緒子さん(津田塾大学総合政策学部2年)は「もともと、SDGsをテーマとした探究学習の実施に取り組んでおり、その経験をユネスコのESD(持続可能な開発のための教育)推進に役立てたいと思ったことが応募のきっかけです。来年3月には、日本ユネスコ国内委員会へ提言を行います。私たちユースが感じている課題や疑問を真っすぐに伝えられるよう、責任を持って取り組んでいきたい」と話している。

(注)「ユネスコ活動に関する法律」に基づき、わが国がユネスコの目的を実現するために行う活動に関して、助言、企画、連絡および調査を実施し、基本方針の策定なども行う。

(次ページに続く。)



# 修学旅行で SDGs 体験、駒場学園高の事例から



ビジネスパーソンのための SDGs 講座

修学旅行を探究学習の一部として位置付け、SDGs をテーマにした学びの場に活用しようという学校がある。2021 年 12 月に修学旅行を実施した駒場学園高等学校（東京）の取り組みを紹介する。

## 市の魅力向上策をプレゼン

駒場学園高では、2021 年から修学旅行を「SDGs 体験旅行」としている。2021 年 12 月に北海道、島根県、広島県、愛媛県、福岡県、鹿児島県など 9 コースに分かれて、普通科の 2 年生約 500 名が 5 日間の修学旅行に参加した。SDGs 教育の一環として、事前に半年以上かけ、総合的な探究の時間をつかって地方創生や各地域の現状について学んだ上で体験旅行を実施。帰った後に事後学習もおこなった。生徒たちの体験内容を、島根県と北海道の例で見てみよう。

島根県松江コースでは、「松江を豊かにする」をテーマに、「松江市観光 PR」と「玉造温泉活性化」の二つのプロジェクトに分かれ、東京の高校生の視点でシティープロモーション案を提案するプレゼンテーション大会を実施した。

「松江市観光 PR」プロジェクトでは、「松江グラマーを増やそう」と題して、市の公式インスタグラムの有効活用策を発表したチームが優勝した。現状の課題を分析し、若者にとって親しみやすい内容の投稿や、写真映えるスポットの新設などを提案した。

もう一方の「玉造温泉活性化」プロジェクトで優勝したのは、家族連れをターゲットにした温泉周辺のキャンプ場整備を提案したチーム。竹林面積の広さに着目し、サステナブル（持続可能）な視点で、竹をつかったキャンプ用品やグッズを販売するというアイデアを盛り込んだ。

審査員として参加した上定昭仁・松江市長は、「松江の魅力と課題に着目して、探究学習に来ていただいたことをとてもうれしく思います。事前によく勉強されていて、2 日間のフィールドワークも経て、率直で説得力のあるご提案をいただきました」とあいさつした。



松江市でのプレゼンテーション大会 (TOKYO EDUCATION LAB 撮影)



松江市での生徒のプレゼンテーション (TOKYO EDUCATION LAB 撮影)

## 小さな町でフィールドワーク



東川町でコーヒーショップを営む齋田さんの話を聞く生徒 (筆者撮影)

北海道コースでは、旭川空港の近くにあり人口が増加している東川町（人口約 8400 人）、SDGs の取り組みで有名な下川町（人口約 3100 人）という、小規模ながらサステナビリティの高い二つの町でフィールドワークを実施した。

東川町では、「移住者、起業家、留学生」の話を聞くまちづくりワークショップを開き、日本語学校で学ぶ留学生や、NPO 法人大雪山自然学校で働く移住者の藤木加奈子さん、新聞社を辞めて東川町でコーヒーショップを営む齋田（くつわだ）芳範さんらに話を聞いた。

翌日は旭山動物園（旭川市）を訪れ、ボルネオオランウータンを見学。生息地でパーム油の原料となるアブラヤシの農場が広がり、生物多様性が脅かされていることを学ぶ。それから東川町内を散策し、町の地域通貨（ポイント）である HUC（ひがしかわユニバーサルカード）をつかって、地域内経済を回すとはどういうことかを考えた。

そして、街おこしのアイデアをポスター形式にまとめ、松岡市郎・東川町長をはじめとする役場や地域おこし協力隊のメンバーにプレゼンした。

さらに、生徒たちはアイヌの文化を学ぶプログラムも体験した。2007 年の国連総会で「先住民族の権利に関する国際連合宣言」が採択されたことを受けて、日本でも 2019 年、「アイヌの人々の誇りが尊重される社会を実現するための施策の推進に関する法律」（アイヌ施策推進法）が施行されている。東川町は、1903 年に生まれ 19 歳の若さで亡くなったアイヌ文化伝承者、知里幸恵さんをモデルにした映画「カムイのなげき（仮題）」の制作を決定している（2023 年秋公開予定）。

東川町を訪れた生徒たちからは、「町の人同士のコミュニケーションがよくとれている」「個人事業主が多い」「HUC は便利」などの意見があがった。



ポスターセッションで発表する生徒 (筆者撮影)



アイヌ文様の切り絵を体験する生徒たち (筆者撮影)

## 間伐作業やシイタケ工場を見学



森林の中で間伐作業を見学 (筆者撮影)



アロマ製品の開発に取り組む女性起業家（左）の話を聞く (筆者撮影)

下川町では森林に入って間伐作業を見学した。生徒たちは、雪が積もるなかで作業する大変さを感じつつ、大自然を堪能したようだ。木材をチップにする工場やバイオマス施設、そしてバイオマス施設で出る熱を利用したシイタケ工場も見学し、サーキュラーエコノミー（循環型経済）について学んだ。

翌日は森林組合を訪ねて林業への理解を深め、トドマツを原料にしたアロマ製品の開発に取り組む女性起業家と、トドマツの葉の匂いを嗅ぐ体験をした。その後、地元の移住者 4 人の話を聞いた。そのうちの一人、大石陽介さんは静岡県出身で、静岡県の小学校教員を経て、家族で北海道に移住してきた。生徒たちは大石さんがなぜ移住し、どんな仕事をしているのかについて説明を受けた。



下川町への移住者の話を聞く。写真（右奥）は静岡から移住した大石陽介さん (筆者撮影)

## 移住者引きつける町

下川町は、2017 年の第 1 回ジャパン SDGs アワードで SDGs 推進本部長（内閣総理大臣）賞に選ばれた町だ。森林を中心とした循環型経済の構築に取り組み、若い移住者を多く引きつける町として、SDGs の視点から学ぶポイントは多い。多くの生徒が、「行動力の大切さを感じた」「熱い思いがある」「自分の得意なことや好きなことを生かして町に貢献している」と「人と人のつながりが強い」「木を徹底的に活用している」「ゴミのリサイクルへの意識が高い」など、移住者の生き方や循環型経済に対して興味を持った。

また、二つの町での体験を通して、「将来は都会であくせくするより東川町や下川町のような田舎で充実した生活を送りたい」「どちらも都市に住む人とは違い、余裕がある」との意見を出した生徒もいた。このようなことは、実際に訪れ、会って体験しないとわからない。地方で生きることを意味を感じ取ったようだ。

同行した長田一郎先生は、「従来のキャリア学習とはすっかり変わった全く新しいキャリア学習です。『よい大人』（注）たちにたくさん会って、人生観や幸福観を育てていくという狙いで構築されたキャリアプログラムが Z 世代以降の生徒には必要だと、今回の探究型 SDGs 修学旅行に参加した生徒たちを見て確信しました」と話していた。

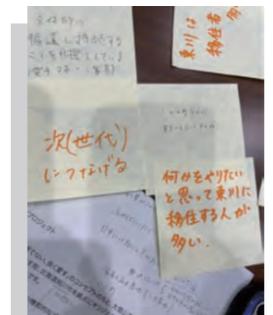
（注）筆者は、キャリア教育において自らの意思で自分の人生を選択し、かつ社会性の視点をもって行動している大人のことを「よい大人」と呼んでいる。今回の修学旅行をサポートするなかで、この考え方を生徒や教員にも紹介した。

## 生き方変える体験に

事前、事後の学習に時間をかけていることも、今回の体験旅行の特徴だ。総合的な探究の時間を活用し、地方創生や地域のサステナビリティについて、地元の人に提案できるレベルまで事前学習をおこなう。講師は筆者や地方創生、SDGs に詳しい大学生が手伝う。駒場学園高の卒業生で、青山学院大学で SDGs の活動に取り組む 4 年生の大川真央さんは、事前学習や修学旅行に参加した。「自分の在学中にはこのような修学旅行はなく、当時あれば参加したかった。今の高校生は良い機会を与えられていると思う。母校の教育プログラムに少しでも貢献できてうれしい」

このような体験は生徒の生き方を変える可能性がある。移住者のように自分の人生を自分で切り開く人を見て、生徒は自分のキャリアを考え始めるし、自分で進路を決めることの重要性を学ぶ。最高のキャリア教育だ。

また、今後自分で旅行するときの目的も変化していくと考えられる。サステナブルな視点で地域を見て、その地域の人に会うということ志向ようになり、特定の地域に関係性を持つようになる人も増えるだろう。地域の側からみれば、生徒たちを迎え入れることは関係人口増のための良い打ち手だ。生徒にとっても地域にとっても良い機会や学びとなる、このような修学旅行の取り組みを広げたい。



振り返りの生徒の感想 (筆者撮影)

## 天然素材「カポック」でめざす持続可能なファッション



ビジネスパーソンのための SDGs 講座

「カポック」という木の実からとれる天然素材をファッションに活用し、業界のサステナビリティ（持続可能性）向上をめざす起業家がいる。「KAPOK JAPAN」（カポックジャパン）の深井喜翔（きしょう）さん（30）だ。起業に至るストーリーには、サステナビリティを考えるヒントが詰まっている。

## 業界の構造に感じた疑問

深井さんは慶応義塾大学湘南藤沢キャンパス（SFC）にある環境情報学部を卒業後、大手繊維会社でファッションメーカーへの生地営業を担当していた。当時から海外向けではリサイクル素材などエコフレンドリーな商品が売れ始めていたが、日本のメーカーは興味を示していなかった。クライアントの決まり文句は「安い生地はないの？」。価値の基準はお金しかないようだった。

大学時代からソーシャルな活動をしてきて、社会貢献ができるビジネスに興味のあった深井さんは、次第にこの仕事に対して冷めていった。その後、家業を継ぐために親が経営する会社に入社した。1947年創業のアパレル関係の会社だ。



インドネシアで植樹をする深井喜翔さん（KAPOK JAPAN 提供）

この会社に入って、業界の構造に驚いた。よく店舗で売られている2900円の服をつくろうとすると、原価を例えば1200円くらいに抑える必要がある。そのためには、アジアで大量につくって売るといったビジネスモデルになる。現状、各国で人件費が高騰し、原価が上がっている。例えばカンボジアでは過去5年間で人件費が2倍になった。しかし、売り先にそのことを伝えても「がんばって」と言われ、値上げは難しい。

工場が無理をするか、会社が無理をして利益を削るか、その両方か。いずれにしてもサステナブルな構造ではない。まして、深井さんが本来行いたい、原価の高いリサイクル素材を使うことはできない。そのような状況に悶々（もんもん）としていたときに、カポックという素材に出合った。

## クラウドファンディングで会社設立

カポックは、インドネシアなど熱帯地域に自生する植物で、その実から繊維を取ることができる。農薬や化学肥料を使わなくても育ち、採取するために樹木を切り倒す必要もない。天然素材として注目されてきたが、繊維が短すぎて糸にすることは難しいので、多くの企業は手を出さなかった。

深井さんは、カポックをダウンの代替品として活用できないかと考えた。動物の毛や皮革を使わないアニマルフリーの素材になると考えたのだ。ちょうど母方の親戚が群馬で布団工場を営んでおり、そこから教わって、カポック繊維をシート状に加工した「エシカルダウンカポック™」（特許出願中）の製品化に成功。生産しているインドネシア・ジャワ島にも足を運び、現地の農場と2020年に契約した。

同時に企業にも売り込んだ。しかし担当者の反応は冷たく、「どのブランドが採用しているの」と実績を問われた。そこで、自分で「KAPOK KNOT」（カポックノット）というブランドを立ち上げることにした。



KAPOK KNOT（KAPOK JAPAN 提供）

「KNOT」は結び目のこと。永遠に続く、解けない結び目の水引をモチーフにしたロゴを用いて、日本発のサステナビリティをうたうブランドとして名づけた。

資金がなかったため、まずはクラウドファンディング。約1700万円が集まった。そして、親の会社とは別に自分の資金でKAPOK JAPANを設立。東京・日本橋にお店を立ち上げた。この店はファッション業界では珍しい予約制だ。これは従業員のメンタルにとっても良い。通常のお店で、買うか買わないかわからない顧客に対して接客するのは、店員にとっては結構メンタルがすり減ることだという。



収穫したカポックの綿（KAPOK JAPAN 提供）

しかしこの店の場合、予約してくる顧客は最初から、カポックに興味をもって来店する。「こんなにちゃんと話を聞いてくれるってすごい」と、対応するスタッフは言う。店員も気持ちよく働ける上に、来店客の購買率は50%以上だ。

ビジネスパーソンのなかには、サステナビリティに取り組まなければならないという意識はあっても、具体的に何をしたいかわからない人が少なくない。「このブランドを着ることがその入り口になれば」という意識で購入する人もいるという。KAPOK JAPANには現在、価値観を共有する慶応SFC出身者も複数合流している。



2022年3月に開催された「東京クリエイティブサロン 日本橋 2022」でのKAPOK KNOTの展示（筆者撮影）

## 社会性と事業性の両立を

そもそも深井さんがサステナビリティに興味を持ったのは子どものころだ。国際交流を目的とする団体CISV（Children's International Summer Villages）に参加し、世界各国の子どもたちと約1カ月の共同生活をしながら交流を深めるプログラムを体験した。プログラムには「人権」「紛争と解決」「多様性」「持続可能な発展」という四つのテーマがある。深井さんは日本の代表として活躍し、大学生のときには運営にも携わった。



大学時代に沖縄・宮古島であった玉村雅敏研究会の合宿で、郷土芸能を体験する深井喜翔さん（写真右、本人提供）

大学で所属していた研究会の合宿では、沖縄県の宮古島にある、障がい者が働く福祉施設のお手伝いをした。

「その施設の理事長が『障がい者がつくっていることを抜きにしても売れる状態にしてほしい』と言ったんです。障がい者がつくるといったストーリーがなくても売れる商品でなければ持続的ではない、と。福祉施設の人が、サステナビリティの高い考え方をしていることが衝撃的でした」（深井さん）

「私の大学生時代に注目されていたのが『社会起業家』です。社会起業家と従来の起業家との違いは何なのか。私の理解を端的に言えば、『社会性』と『事業性』の両立を諦めない姿勢です。社会起業家たちの欲張りにも思える姿勢の根本には、『自分たちだけがもうかればいい』という『自己』だけが主語の事業体は絶対に持ち合わせない、倫理観や美意識がありました。私はそれに憧れて、学生時代を過ごしました」

深井さんの所属した研究会の担当教員であった慶応義塾大学総合政策学部の玉村雅敏教授はこう話す。

「慶応SFCには『学生は未来からの留学生』という言葉があります。学生は、今日や明日だけではなく、明後日から先につながるよりよい未来を創る役割を担っています。そのために自ら学び、挑戦し続けるのがSFCの学生や卒業生です。よりよい未来のあり方を考えるには、ものごとの本質を洞察することが大切です。それは、ときには現在の状況と違うこともあるでしょう。そこで、さらに必要と思うことを学びつつも、試行錯誤し続けることで、よりよい未来へと前進できるのです」

深井さんの原点の一つには、大学時代に受けたこのような教育があった。「サステナビリティと事業性の両立が当たり前だと思って社会に出たら、違った」と悶々とした時期を経て、今、目標にするのは「世界中にサステナブルで機能的な素材を届ける」ことだ。

深井さんは、社会性と事業性の両立を実現し、ファッション業界を変えたいと本気で思っている。ユニクロなどのリサイクルの取り組みやチップを使った在庫管理など、業界全体でよりサステナブルな取り組みが進むことが願いだ。しかし、業界のサステナビリティの考え方や取り組みは、どうしても表面的で短期的の視点にとどまっているように見えてしまうという。



コットンを実から出す女性（KAPOK JAPAN 提供）

そこで最新の取り組みとして、全商品の「カーボンフットプリント」（CFP）の開示を始めた。カーボンフットプリントとは、商品のライフサイクルの各段階で排出される温室効果ガスの排出量を二酸化炭素に換算して表示することだ。ファッションブランドという身近なところからカーボンフットプリントに興味をもってもらうことで、地球の未来について考えるきっかけを共有していくのが狙いだ。

サステナビリティに興味をもち、大学でそれを増幅する教育を受け、仲間を持ち、親からファッションというビジネスのテーマを与えられた深井さん。この事業をはじめたのは必然だったかもしれない。事業拡大よりも、長期の視点に立ってファッション業界のサステナビリティを実現することを中心に据え、目標に向かって挑戦していく。

# 「人材版伊藤レポート 2.0」と SDGs 世代の会社選び



持続的な企業価値向上のため、ESG 投資の「S」(Social) のなかで、人材価値に注目が集まっている。また、重要な無形資産の一部である人材価値を株価に適切に反映させていこうという流れもある。人事マネジメントや採用はこの影響を受けてどのように変わっていくのか。また、SDGs を学んだ世代は就職活動にあたって、どのような視点で企業を選ぶのか。SDGs や ESG 投資で変わる人材マネジメントの潮流を見てみよう。

## 「人材版伊藤レポート 2.0」とは

経済産業省は 2022 年 5 月、「人材版伊藤レポート 2.0」と題する報告書を発表した。このレポートでは持続的な企業価値向上のための、人材価値の重要性が指摘されている。

### Keywords 人材版伊藤レポート 2.0

経済産業省「人的資本経営の実現に向けた検討会」の報告書で、座長を務めた伊藤邦雄・一橋大学 CFO 教育研究センター長の名前からこう呼ばれている。2020 年発表の「人材版伊藤レポート」に先進的な企業の事例を追加した。これに先立ち、2014 年 8 月に伊藤氏が座長を務めた経産省の別の研究会の報告書「伊藤レポート」が公表され、企業の自己資本利益率 (ROE) について「最低限 8%」の目標を掲げて注目された。「人材版」のほうは、企業の人材戦略に焦点を当てている。

そもそも企業価値に関して、施設や設備などの「有形資産」の量を増やすことよりも、経営人材も含む「人的資本」や技術や知的財産などの「知的資本」「ブランド」といった「無形資産」への投資が、企業のイノベーションを起こし、価値を高めるために重要だということは、2017 年発表の「伊藤レポート 2.0」(持続的成長に向けた長期投資《ESG・無形資産投資》研究会報告書)で指摘されてきた。昨今の ESG 投資が拡大する環境下において、無形資産が重視される流れは強まっている。特に国内外の投資家は ESG の「S」に注目しており、そのなかでも「人的資本」が特に注目されている。人材版伊藤レポート 2.0 はこの流れについて、解像度を上げて企業の理解を促すとともに、取り組みを後押ししている。

人材版伊藤レポート 2.0 では、経営陣によるイニシアティブ、取締役会によるガバナンス、企業と投資家との対話の強化が重要であり、企業理念や存在意義 (パーパス)、経営戦略を明確化した上で、経営戦略と連動した人材戦略を策定・実行すべきだとする。また、その実行にあたっては、CEO (Chief Executive Officer: 最高経営責任者) や CHRO (Chief Human Resource Officer: 最高人事責任者) の役割が重要としている。

そして、日本企業で主流だった「メンバーシップ型」雇用の「負」の影響が表面化している点も指摘している。終身雇用制度の環境下において、組織の決定やルールの順守を求められることで、社員の自律性や自立性がそがれ、かつ、長期雇用のため自分の出すエネルギーを平準化して全力を尽くさなくなる。

## 「メンバーシップ型」から「ジョブ型」へ

変革の方向性としては、個人が依存し企業が囲い込む「相互依存」から「個の自立・活性化」、終身雇用・年功序列に代表される「囲い込み型」から「選び、選ばれる関係」への転換が指摘されている。いわゆる終身雇用の「メンバーシップ型」から人材の流動性の高い「ジョブ型」へという流れだ。そもそも無形資産、特に人材価値を企業価値として定量化して企業を評価することは難しい課題だ。しかし非財務情報は株価の形成に大きな影響を与え、その情報開示の質と量の充足は急務となっている。

2021 年 6 月に改訂されたコーポレートガバナンス・コード (企業統治指針) でも、人的資本の情報開示に関する記述が盛り込まれた。人材版伊藤レポート 2.0 が発表され、人材価値を企業価値の視点から評価しようという流れはさらに強まりそうだ。また、SDGs 視点からも、ウェルビーイングの取り組みやサクセッションプラン (後継者育成計画)・リスクリングなどの人材育成、リモートワークへの取り組み、ダイバーシティの向上などが、企業の人事施策にとって重要な項目となるだろう。

図表 1: 変革の方向性



「人材版伊藤レポート 2.0」で示された変革の方向性 (出典: 経済産業省「人材版伊藤レポート 2.0」)

## SDGs 世代の会社選びは？ 学生に聞いた

このような変化のなかで、企業にとっては優秀な人材をどのようにひきつけ、採用するかも大きなポイントになる。SDGs を学んだ世代は、就職への意識が大きく変化している世代でもある。「まずは 1 社目」と、終身雇用ではなく「ジョブ型」の意識をもつ学生も増えている。企業側も、人材版伊藤レポートに指摘されるように、人的資本を意識した経営になればなるほど、採用にも変化が表れる。

人材版伊藤レポートでは、「CEO・CHRO は、新卒一括採用に限定しない学生採用方針を策定し、学生に開示することで、国内外の留学やギャップイヤーでの自己研鑽 (けんさん) 等を経た学生の入社を容易にする等、中期的な人材ポートフォリオの充実につながる採用・選考戦略を策定・開示する」とし、企業が学生に対して「人的資本経営」の方針を発信することを求めている。一方、学生の側は「企業の存在意義や事業機会、多様な人材が受け入れられる風土等に、高い関心を持っている」ことも指摘されている。

人生 100 年時代、転職が当たり前の社会になると見込まれるなか、「1 社目」を選ぶ際に「自己の成長」を重視する学生が増えている。もちろんすべての学生がそうではないが、いわゆる「意識高い系」と指摘されるグループは、優秀な学生が多いと筆者は感じている。就活生が会社選びにあたってどんなことを考えているのか、大企業を志望する数人にインタビューした。

Aさんは東京の私大文系 4 年生。サステナビリティをテーマにする一般社団法人にも所属している。外資系のコンサルティング会社と、日本企業で人気ランキング上位の金融機関、ディベロッパーで悩んでいる。ちなみに、今受けているのはすべて、兼業 OK の会社で、一般社団法人の活動も続けるつもりだ。

Bくんも東京の私大文系 4 年生。コンサルティング会社やスタートアップも考えているが、本命の商社に受ければ、そこに入社するつもりだ。ずっとそこで働いても良いが、スキルを身に付けて転職することも視野に入れている。商社に入社できれば満足すると思うが、同級生が起業しているのを見るとなんとなく焦りを感じてしまう。

(次ページに続く。)



# サステイナブルツーリズムに二つの有望分野



ビジネスパーソンのための SDGs 講座

観光地の豊かな自然や資源、その地域の文化を持続的に保てるように配慮し、それらを学ぶ観光を指す「サステイナブルツーリズム」。この言葉と概念が誕生してから 20 年以上たつが、最近注目度が高まっている。その理由は、コロナ禍直前に起きていた「オーバーツーリズム」（観光客が多く来ることによって住民の満足度が下がる）による自然や環境、地域文化への悪影響、そして SDGs の普及だ。今回は、サステイナブルツーリズムの二つの有望分野や、国内の実例を紹介する。

## 観光と環境・文化の両立へ

サステイナブルツーリズムが注目される一つの理由は、観光客が増えることで環境や文化、そして住民の生活に負担がかかるからだ。特に有名な観光地は、観光で収益を得る人が多い一方、それ以外の人にとっては、観光客増で交通渋滞やごみの問題などで生活の満足度が下がることにもなる。そのため、多くの観光客を受け入れるのではなく、環境や生活の視点から適度な観光客を受け入れたい、バランスを取りたいという議論が起きています。

また、観光客を受け入れる地域の側には、自然や環境の保全、地域文化の継承といった点で持続可能性を高めたいという、以前から抱えてきた課題の解決につながる期待がある。地域文化の継承は観光資源になるだけでなく、住民にとっても重要なテーマだ。この観点からは、市民参加が重要なポイントになる。住民、観光客、そして観光事業者が一緒になって同じ方向を向かないと、自然や環境、そして地域文化の持続可能性を向上することはできないからだ。

このように、サステイナブルツーリズムにとっては、住民や地元の NPO、教育機関などのコミュニティとの連携が重要になる。ステークホルダー全てがその趣旨を理解し、地域コミュニティや企業が環境や文化を伝えるツアーを担う。次世代に環境と文化を残していくために、観光との両立を目指すのだ。

## 旅行者への啓発も大切

地域内の連携ができれば、次のステップでは観光戦略として、旅行者に対する環境や地域文化についての教育や啓発活動が大切になってくる。

例えば米国ハワイでは、有名な観光スポットであるハナウマ湾やダイヤモンドヘッドでネット予約システムを導入している。1日の入場者数を制限し、入場料を課すことで混雑を緩和させ、環境を保護し、入場者の満足度を向上させる取り組みを行っている。環境に負荷をかけないのももちろんのこと、ハワイの自然、環境や文化、歴史を学んでもらうことが、より観光客の満足度を高める。

ハワイの主たるホテルはペットボトルを部屋に置くことをやめて、マグボトルをプレゼントし、ホテル内や街中に給水所を整備している。またハワイ文化の説明ができる担当者をホテルに配置し、ツアーを案内している。ハワイ州観光局が掲げる「ハワイレスポシブル・ツーリズム（責任ある観光）」のテーマは「マラマ」=思いやりの心を持って接することだ。

これらの活動を通じて、住民や地元コミュニティと観光客との共存を図り、環境や文化の持続可能性を高める戦略だ。

日本においてもこのような取り組みは始まっている。岩手県釜石市は 2018 年以降 4 年連続で、オランダの国際認証機関から「世界の持続可能な観光地 100 選」に選ばれた。釜石市における民間の観光地域づくり法人である株式会社かまいし DMC は、「自分たちの取り組みが外から見て面白い」「意義のあるものだとわかる」「市民が地域を誇りに思う」「責任ある旅行者として帰って行ってもらう」というところに重点を置いて取り組みを行っている。

## インバウンドは高単価志向

このサステイナブルツーリズムが日本において有望視される分野の一つがインバウンドだ。そもそも日本のインバウンドはコロナ前まで順調に伸びてきた。それは経済面で大きな効果をもたらしたが、同時にオーバーツーリズムという課題が起きた。

その反省を生かし、現在のインバウンドは、富裕層や準富裕層かつ欧米などで高い教育を受けた知識層を呼び込んで、長期滞在してもらおうという戦略に転換している。少数だが、単価が高い旅行者を取り込みたいということだ。日本にはこれらの層が興味を示す食、文化、自然があるが、良い宿泊施設やガイドが不足している。

例えばフランスの知識層では、いつも一緒にホームパーティーを行うような仲の良い夫婦 5 組程度で、2 年に一度、数週間の旅行をする人たちがいる。旅行のときは大都市やリゾート以外の部分でスルーガイドをつける。旅行会社から行き先や宿泊先の選定のアドバイスをを受け、そして旅行にずっと同行してガイドしてもらう。ここでポイントになるのは、食の文化、地域の文化、そして自然のすばらしさや環境保全の取り組みなどについて語れるガイドであることだ。



改装された古民家＝長野県茅野市金沢地区（ちの観光まちづくり推進機構提供）

日本の魅力は何といても食と自然。外国人観光客が求めるのはそれらに加えて、文化、そしてそのストーリーだ。例えば、「ちの旅」を主催するちの観光まちづくり推進機構（長野県茅野市）では、東洋文化研究者のアレックス・カー氏が改修を手がけた古民家を 4 軒用意している。古民家に宿泊し、地元のガイドから町のなりたちの説明を聞けるツアーや、地元の人が郷土料理を目の前で作って説明してくれるプログラムを設けている。



長野県茅野市金沢地区の郷土の歴史がわかる街歩き用地図、英文版も制作中（ちの観光まちづくり推進機構提供）

① 散策マップ  
この散策マップは、地域の歴史や文化を伝えるだけでなく、江戸の藩政を伝える、観光客や地元住民の交流を促す役割も果たしています。観光客が散策マップを利用することで、観光客と地元住民の交流が促進されています。また、観光客が散策マップを利用することで、観光客の満足度が向上しています。

② 古民家改装  
古民家の改装は、観光客にとって大きな魅力です。改装された古民家は、観光客が宿泊し、地元のガイドから町のなりたちの説明を聞けるツアーや、地元の人が郷土料理を目の前で作って説明してくれるプログラムを設けている。

③ 観光客への啓発  
観光客への啓発は、観光客の満足度を高めるために重要な取り組みです。観光客への啓発は、観光客の満足度を高めるために重要な取り組みです。観光客への啓発は、観光客の満足度を高めるために重要な取り組みです。

古民家を改装した施設を持つ株式会社こはく（金沢市）では、フランス人に対して、金沢の食文化を教えるツアーを造成。観光におけるサステイナビリティの国際認証も取得する予定だ。また、金沢市などが主催するプロジェクト IMAGINE KANAZAWA 2030（イマジン金沢 2030）では、国際認証のローカル版を設定し、観光事業者に取得を促す。

日本では、郷土の文化や歴史、ストーリーを語るができる人は実は少ないのではないかと。高齢者の知識や経験を聞き書きなどで残して次世代に伝え、良いガイド育成につなげられるかが、サステイナブルツーリズム成功の一つのカギだ。

（次ページに続く。）



こはくでは、廃業した染物店を改装して食のプログラムを展開している＝金沢市（筆者撮影）

# サステイナブルツーリズムに二つの有望分野



## 教育旅行は教材や受け入れ態勢がカギ

もう一つの有望分野は教育旅行、つまり環境や地方創生などの社会課題、SDGsを現地で学ぼうというスタディーツアーだ。現在、修学旅行は、探究学習の一環としてSDGsや環境、自然を学ぶ体験型にしたり、クラス別に旅行コースを分けたりと、大きく変化しつつある。また親子やグループでも、「学ぶ旅」は人気だ。

長崎県五島列島にあるおぢかアイランドツーリズム（長崎県小値賀町）では、シーカヤックで海に出て、ビーチクリーンを行うツアーを実施している。きれいな海を楽しみ、環境保護活動もして帰るというプログラムだ。磯焼け（注）の実態やプラスチックごみの現状を学ぶ。民泊やほかの体験プログラムを合わせて、修学旅行生や親子の参加を見込む。

（注）磯焼け＝温暖化の影響により大型の海藻が消滅し、海底の岩や石が露出した状態。イスマミなど、海藻を食べる魚介類による食害が主な要因。藻場の衰退によりアワビの漁獲量が極端に減少したり、ヒジキなどの海藻が収穫できなくなるなど、漁業への直接的な影響が大きくなっている。



海岸に流れ着いたプラスチックごみ  
＝長崎県小値賀町（筆者撮影）

行政でも、札幌市や富山市がSDGs学習をテーマにした修学旅行の誘致に積極的で、SDGsツアーを造成し、ガイドマップ・教材をそろえている。

教育旅行を増やすうえでの課題は、事前学習などの教材と現地のガイドが不足していることだ。多くの先生が修学旅行に同行するのは3年に1回なので、旅行先の地域へ訪れたことがないという例も少なくない。それなのに生徒の事前学習を指導することは難しい。そのため、受け入れる地域の側で、地域の課題についての教材や映像をそろえ、提供することが大切になる。もちろん、オンラインで事前学習を行うサービスもとても有効だ。



大漁旗を再利用したクリーンキット。中にゴミ袋や軍手が入っている  
＝長崎県小値賀町（おぢかアイランドツーリズム提供）

また、修学旅行はクラス別やコース別が主流になってきているとはいえ、どうしても人数が多く、十分な人数のガイドを用意したり、受け入れ態勢を整えたりする必要もある。受け入れ側にもSDGsの知識や教材が不足しているほか、「日ごろの業務が忙しい」などの理由で受け入れ自体に後ろ向きな企業や人も多い。

これらをクリアして、地域ごとに教育旅行をどう受け入れていくかは大きな課題だ。しかし、生徒の時にいった思い出は一生忘れない。地域の関係人口増にこれほど寄与する受け入れはないのだ。

環境課題などの社会課題は、現地で体験すると理解度が飛躍的に向上し、「社会課題をどうにかしなければならぬ」という内発的動機付けになることが多い。また、地域の文化も、直接話を聞いたり体験したりすると、共感し興味が増す。現地に行き、体験する意味は大きい。

インバウンドも教育旅行も、コンテンツの素材としては同じだ。住民にとっても観光客にとっても観光業にとっても「三方よし」のサステイナブルツーリズムを広げることによって、地方創生を目指したい。



しらはまビーチ＝長崎県小値賀町（筆者撮影）

MEMO →→→

Handwriting practice area with horizontal lines.



商店街というと、「シャッター商店街」や「さびれている」といったイメージを持つ人が多いのではないかと。しかし、全国にはSDGsをテーマに、サステナビリティ（持続可能性）を向上させようとする商店街もある。今回はSDGsを活用した商店街の活性化の可能性を考える。

## 下町コミュニティに移住者続々

東京都墨田区にある下町人情キラキラ橋商店街（向島橋銀座商店街）。京成押上線・京成曳舟（ひきふね）駅から徒歩5分、全長470mで、昭和レトロのたたずまいを残す地域型の商店街だ。



下町人情キラキラ橋商店街の案内版（筆者撮影）

現在、加盟店は72店舗。しかし、昭和の後半ごろから加盟店の高齢化、そして錦糸町など近くの街の発展により大規模な人口流出が起こり、厳しい状況が続いている。そこで、「下町コミュニティ」を核とした再生を図ってきた。

1989（平成元）年に「下町人情キラキラ橋商店街」の愛称をつけ、40年以上続く朝市を中心に様々なイベントを開催している。特に人気の高い夜市（よるいち）は、商店街を車両通行止めにして安全を確保しておこなう。家族連れなどが集まり、歩けないほど混む人気のイベントだ。

曳舟駅周辺では最近、再開発が進み、高層マンションが多く建つ。商店街は、そこに住む小さい子供を持つ家族など、昔からの住民以外も集まる場になってきた。

修学旅行生が多数訪れる東京スカイツリーに近いという地の利を生かし、墨田区観光協会と協力して、修学旅行生に向けた東京の商店街の街歩きツアーや、イベントスペースを貸して修学旅行生の地元の商品などを販売しPRするような実地体験も企画。また、SDGsに関しても、ゴミゼロや食品ロス削減の課題に取り組んでいる。

最近では若者たちも、長屋や古い町並みに魅力を感じて移住してくるなど、関係を持つようになってきた。この商店街にほれ込み住んでいるという後藤大輝さん（名古屋出身）もその一人だ。古民家や長屋を借りてリノベーションし、店舗やコミュニティスペースとして活用している。

そんな後藤さんが仕掛けるイベントが「すみだ向島EXPO」だ。「東京にふるさとをつくる」をコンセプトに2020年から東京都墨田区北部（向島地域）の京島・八広・文花エリアを中心に毎年開催している。東京でもっとも多く戦前の長屋が残るこの街には、人間らしさのある温かな文化が今も息づいているが、それを続けていけるかはこれからにかかっている。数多く残る長屋、細い路地、ものづくりの工場、個性ある個人商店、開発の過程で出現した空き地。これらを舞台に未来の下町の姿を探る。

向島橋銀座商店街協同組合の大和道事務局長は「若い人たちの取り組みは積極的に応援しています。この10年でようやくここまでできました。その取り組みが長く継続してほしいと願っています」と話す。

## リノベーションで空きビル再生

SDGsに取り組む商店街として有名なのは北九州市にある魚町銀天街だ。2019年、政府主催の「ジャパンSDGsアワード」で最高賞の内閣総理大臣賞を受賞した。

北九州市はもともと大企業の工場が多く、公害の街として大きな課題を抱えていたが、子供を持つ親たちが結束して行動を起こし、行政や企業と課題を解決してきた歴史がある。その過程で培われた市民力が街の強みだ。

市民力とは、市民が自発的、内発的に地域の社会課題を解決するため、コミュニティをつくり、行動する力だ。行政によるサポートも欠かせない。魚町銀天街での事例として、商店街内にある中屋ビルで2011年からおこなわれたリノベーションスクール（注）がある。

（注）リノベーションスクール まちなかに実在する空き家や空き店舗、空きビル、空き地、使われていない公共空間など遊休不動産を対象とし、エリア再生のためのビジネスプランをつくり、実際にリノベーションを行う実践型スクール。

この取り組みは、そもそも空きビル対策として始まった。貸主としては1棟まるごと借りてくれたほうがいいが、そんな借り手を見つけるのは難しい。苦肉の策としてフロアを小分けにし、起業したばかりの人や個人事業主に安価に貸したのだ。リノベーションは建て替えと比べて投資を抑えられるほか、スクールの受講生が全国から集まって知恵を出し、つながりができるという効果もあった。その結果として商店街に新たなコンテンツが生まれた。

中屋ビルの地下1階には「北九州まなびとESDステーション」も入居している。これは、持続可能な発展のための教育を目的とした市内10大学による大学関連教育施設で、コミュニティスペースやイベントに活用されている。

## つながりの活性化が重要

二つの商店街の事例が示すように、商店街の最大の強みはつながりのネットワーク、すなわちコミュニティだ。昭和レトロな建物や雰囲気に加えて、スーパーや大型店舗より強固な人と人とのつながりを活用することが、活性化のカギとなる。下町人情キラキラ橋商店街のように、SDGsに関連する食品ロス削減やゴミゼロなどの取り組みやイベント、お祭りをテーマにするのも有効だろう。

このつながりの活性化は重要だ。福沢諭吉は「Social」を「人間交際」と訳した。つまり「社会」＝「つながり」なのである。つながりの活性化とは、世の中の多様な関係者のつながりが豊かになると同時に、それぞれの抱えるテーマや課題が「他人ごと」ではなく、「自分ごと」になり、さらに「みんなごと」「世の中ごと」として機能するようになることである。

人はそれぞれ様々な関心や資源を持ち合わせている。ただしそれらは本来確固たるものとして「存在している（Being）」というよりも、何らかのやりとりを通じて意味や価値を持つ、つまり「生成される（Becoming）」ものだ。他者とのやりとりによって関心や資源の意味、価値は明らかになり、変化もしていく。

つながりができた商店街のチームが機能して、安定した安心できる関係づくりが進んだ状態は、違う言い方をすると「ソーシャルキャピタル」、すなわちつながりの資産が蓄積した状態といえる。チームのメンバーひとりひとりが他のメンバーの関心や資源を知り、お互い影響しあうことで、チームとしての方向性や価値が明らかになってくる。そして、チーム内で共通する関心や価値が生成されてくる。

このようなチームでのやりとりのプロセスを通じて、自分からはじまる営みにワクワクしながら、取り組むべき「自分ごと」が見えてくる。そしてそれが他のメンバーと影響しあって「みんなごと」の取り組みになる。さらに「みんなごと」化が進んでいくと、そこから「自分ごと」として考えることが膨らみ、自分がこだわることや、やりがいを持つことも、より多く生成されていく。

例えばお祭りやイベントの企画を想定してもらえばわかりやすい。商店街を活性化しようという目的を持つリーダーに対して、グッドフォロアーがつく。そしてそれが回りの人たちに波及し、「みんなごと」「世の中ごと」になっていくのだ。そしてソーシャルキャピタルが大きいチームほど、結果＝ソーシャルインパクトは大きくなるのだ。（玉村雅敏・横田浩一ほか『ソーシャルインパクト—価値共創（CSV）が企業・ビジネス・働き方を変える』に詳しい）

SDGsの特徴の一つはマルチステークホルダー＝多様な人たちと共通の目標に向かって行動することであり、まさにこれを実践することになる。これまで見てきたように、商店街の最大のソーシャルキャピタルは店主、住民、顧客などの関係性＝つながりなのだ。商店街はものを買う場所であるだけでなく、地域社会のコミュニティとして果たす役割も大きい。昭和レトロな商店街の取り組みにさらに期待したい。



後藤大輝さんと改装中の民家（筆者撮影）



移住して長屋でハーブティーショップを経営する小畑亮吾さん（筆者撮影）



向島橋銀座商店街協同組合の大和道事務局長（筆者撮影）



2022年12月に開かれたCOP15により、2030年までに陸や海の30%以上を保全する「30by30」や企業・金融の生物多様性の取り組みの開示が方向付けられた。今後企業における自然資本への取り組みが進むことが予想される。今回コースとして参加した大学生に若者目線の感想を聞いた。

## COP15 とは

2022年12月、国連生物多様性条約(CBD、注1)第15回締約国会議(COP15)がカナダ・モントリオールで開かれ、2030年までのグローバル目標である昆明・モントリオール生物多様性枠組み(Kunming-Montreal Global Biodiversity Framework)が決議された。これにより政府、自治体はもちろん、企業の自然資本や生物多様性保全のための取り組みが進むことが期待される。

(注1) 国連生物多様性条約(CBD)：1992年にブラジルで開かれた国連環境開発会議で採択された環境条約。同年採択の気候変動枠組み条約と合わせて「双子の条約」と呼ばれる。生物多様性の保全、生物多様性の持続的な利用、遺伝資源が生みだした利益を公平に配分することを目的に掲げる。締約国は196カ国・地域。米国は批准していない。

2010年に名古屋で開催されたCOP10で採択された愛知目標は、2011～2020年までの目標として定められ、化学肥料の使用減、外来種の抑制など20の目標からなる。しかし、この目標はいずれも達成できておらず、生物多様性損失への対応はまったなしだ。

本来2020年に中国・昆明で開かれ次の10年の目標を決めるはずであった会議は、コロナ禍の影響で2年遅れ、モントリオールでの開催になった。結果として4年間議論することになった今回の枠組みは、少なくとも2030年までに生物多様性の損失を逆転させて回復させるというネイチャー・ポジティブの考えが取り入れられた。

各国が新たな枠組みを踏まえた国家戦略を2年後に開催されるCOP16までに策定し、4年後のCOP17までに実施状況を報告する。

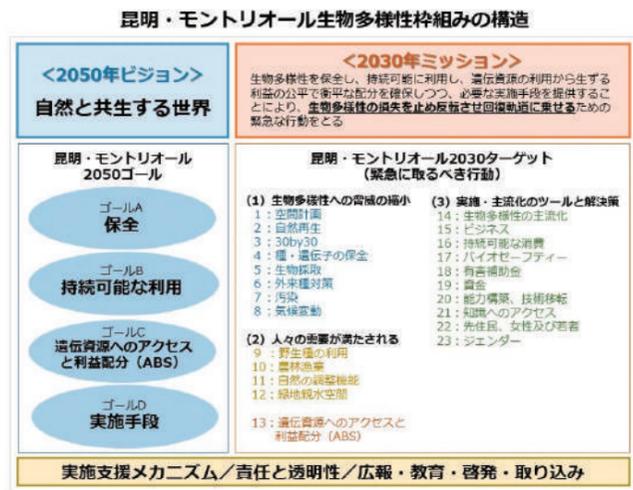
## 旅情報開示が企業の課題に

新しい枠組みの特徴の一つは、企業や金融に対し、生物多様性についての取り組みや環境負荷の情報開示を求めていることだ。各国政府は2030年までに情報開示を推進するような施策を実施する。義務や罰則はないが、資本市場の要請や規制により実質的な強制力が働くだろう。ESG投資の開示基準をつくる国際サステナビリティ基準審議会(ISSB)は、気候変動の次の重要なテーマとして生物多様性、人的資本、人権を挙げた。COP15にあわせてこれを発表したことは、生物多様性が重要だというメッセージだろう。

また生物多様性など自然資本に関する開示枠組みであるTNFD(自然関連財務情報開示タスクフォース、注2)もこの流れを後押しする。この枠組みはTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)と同様、東京証券取引所プライム市場の上場企業に義務化される可能性もある。

(注2) TNFD：自然関連財務情報開示タスクフォース。金融機関や企業に対し、自然資本および生物多様性の観点からの事業機会とリスクの情報開示を求める、国際的なイニシアチブ。2021年に発足。TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)の生物多様性版。

自然資本とは、生物多様性や陸・海の自然は経済活動の基礎でありこのような天然資源のことを指す。長年、これは無償と見なされてきたが、もはや地球が再生できないほどのスピードで自然が消化されている。企業の自然資本や生物多様性に対する取り組みおよびその情報開示に対する資本市場の要請が一層進むことが予想される。



昆明・モントリオール生物多様性枠組みの構造 (環境省資料より筆者作成)

## 「30by30」とOECM

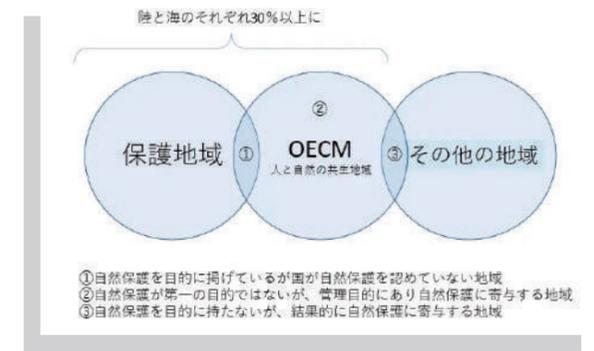
また、ターゲット3に「30by30」と呼ばれる数値目標が盛り込まれた。陸および海域のうち少なくとも30%以上、特に生物多様性と生態系サービスの提供に重要な地域が、効果的かつ公平に管理されて、生態学的につながりのある保護エリアのシステムや地域における保全、そしてより広く景観に統合されることを目標とする。

日本においては国立公園などとして陸の20.5%、海域の13.3%を保護している。残りの目標を達成するために重要なのはOECMだ。

OECMとは、Other Effective area-based Conservation Measures(その他の効果的な地域をベースとする手段)の頭文字。これは2010年、名古屋でのCOP10において提案された。自然保護地域ではないが、自然に対して人間が営みながらも効果的な森林や生物多様性の保全がおこなわれている場だ。

たとえば日本においては里山のイメージだ。民間が持つ山林の間に集落があり共生している。また、鎮守の森や企業緑地、大学演習林なども代表例として挙げられる。そのような場所において「保全されているという結果」を持つところがOECMの対象となる。

単に保護区を拡大するだけでは、30by30は達成不可能だ。人間活動や土地開発が厳格に制限される保護地域を広げることについては反発が予想される。OECMの認定には、保全と様々な土地利用との両立を図るという意味がある。環境省は、企業が管理する土地のうち、生物多様性の保全に貢献している森林などを認定する方針だ。今後、日本においてどのようにOECMを認定し、広げていくかが課題となる。



OECMの概念図(環境省資料を参考に筆者作成)

## 「政府と企業の対話が必要」

この会議には世界中から多くの若者が参加していた。グローバル・ユース・バイオダイバーシティ・ネットワークという団体に登録している若者だけでもかなり多く、各国の代表団との同行者を加えると多くのユースが参加した。日本のユースとして参加した吉川愛梨さん(生物多様性わかものネットワーク副代表、東京農工大学農学部地域生態システム学科2年)に、若者視点でどう感じたかについて聞いた。

「ケニアで開かれたプレ会議にも参加してきましたが、今回の合意は期待をもって良いと思います。いままで4年かけてこの目標について議論してきました。最終的には野心的な目標ができたと感じています。ビジネス、金融の話やDSI(注3)も盛り込まれましたし、30by30もキャッチーで良いと思います。

この枠組みができたことの効果は大きく、特に国家戦略、地域戦略の指標ができたのが大きい。ただし、これを実現できるか、あるいは努力できるかは、企業など多くのアクターを巻き込んでいけるかにかかっています。

そのためには政府と企業などの対話と理解促進が必要だと考えています。今回のCOPは前回に比べてビジネスセクターの人の参加が多いと言われてますし、実際多くの方が参加していました。その人たちに期待したい」

(注3) DSI：デジタル化された遺伝情報。COP15においてこれを使って得た利益を公平に配分する国際的な仕組みを作るとも合意した。生物の遺伝資源そのものではなく、解析したゲノム情報をデジタル化したものを指す。

(次ページに続く。)

# COP15 の成果と、参加した大学生の声



COP15 にユースとして参加した吉川愛梨沙さん (本人撮影)



会議最終日、合意に喜び議長や CBD 事務局メンバー (吉川愛梨沙さん撮影)



アントニオ・グテーレス国連事務総長による会見 (吉川愛梨沙さん撮影)

また、何が印象に残ったかについては、こう語ってくれた。

「先住民の人権および文化保護と生物多様性の議論がおこなわれていました。彼ら彼女らは保護地域の中で生活しています。保護地域については生活を保障したうえでの保全になる。ポリビア、ナミビア、ブラジル、アルゼンチン、コンゴ共和国などの国が積極的に発言していたのが印象的でした。

先住民・地域コミュニティ (IPLC、注 4) は多くのターゲットの議論の中で触れられていてホット 이슈でした。また、サイドブースでは、データ提供のサービスに関する展示が目立ちました。気候変動に比べて、生物多様性は CO2 (二酸化炭素) 排出量のような明快な基準がない。どのようなデータで目標の達成度を測っていくのかについて関係者の興味が大きかったように感じました。

サイドイベントは、各国が危機を訴えたり、イケアがサステナビリティに関する事業について伝えたりするなど、良い展示やイベントが多かったのですが、日本関連についてはあまり上手ではなかったことが残念でした」

(注 4) 先住民・地域コミュニティ (IPLC) : Indigenous Peoples and Local Communities の略。先住民はある土地に長い間住み着いている人間の集団。最近ではその自己認識も含む。地域コミュニティはもう少し広くとらえて、ある地域に住んでいる集団のこと。30by30 の地域指定において自然保全、天然資源の活用などどのように共生していくかなどが課題。

## 「世界の人々の努力、活動のはげみに」

「最終日は 4 年間の努力をたたえあって終わり、感動的なムードでした。本当にこの世界目標が実施される世の中であってほしいと心の底から思います。日本では生物多様性が気候変動ほど注目されていないなかで、世界には自然保護や生物多様性に熱心に取り組む人たちがいました。自分の活動の今後のはげみになります。

グローバル・ユース・バイオダイバーシティ・ネットワークでは、各会議に入っているメンバーからこの国の代表がこのような素晴らしいことを言ったとか、ネガティブな発言があったということなどをすべて共有しています。彼らの感じたことや発言をこれからに生かすべきだし、生かされる構図にしていきたい」

今回の COP15 において高い目標は作ることができたが、実際にそれをどう実行するかが課題だ。気候変動における CO2 排出量のようなわかりやすい指標がないなど、課題は多い。しかし日本国内においても政府、自治体はもちろん、企業や若者など多くのアクターの理解促進と積極的な行動に期待したい。



会議に参加したユース (吉川愛梨沙さん提供)

MEMO →→→

Blank lined area for taking notes.

## MISSION, VISION

じぶんごと、みんなごと、世の中ごとを増やして、「自分らしく生きる」をサポートしたい。  
それが我々のMission、Visionです。

キャリア教育は早いほうが良いですが、高校生にキャリアを考えてといっても、先生や親の職業以外知りません。そのためSDGsなどの社会課題を学び行動する過程で、内発的動機付けによって地域やコミュニティにおいて活動するとそこで活躍する様々な人に出会います。それはすなわち自分のやりたいことを探し、キャリアを考えることとなります。

かつて、福沢諭吉はsocialを人間交際(じんかんこうさい)と訳しました。人と人のつながりが、社会課題を解決し、自分のやりたいことをみつけるきっかけになります。自分がやりたいことをみつけるためのサポートや学びの場を提供する。そしてキャリア・アンカーを見つける手伝いをして、幸せな人生を歩むサポートをすることを一般社団法人アンカーは目的としています。



### 団体概要

名称： 一般社団法人アンカー

事業内容： 主に中学生・高校生に対するPBL等の学習方法によるキャリア教育、SDGs教育を通じて公平且つ質の高い教育を提供し、学習機会を促進する。

役員： 共同代表理事：横田 浩一  
共同代表理事：山野 広貴  
共同代表理事：高堰 うらら  
理事：小林 真緒子  
理事：中島 幸乃

公式ホームページ：  
<https://www.anchor-project.org/>

スタッフ数： 25名



## 活動紹介

### ▶ #SASS「大学生による中高生のためのSDGs/サステナビリティアワード」

#SASSは、一般社団法人アンカー主催（共催：武庫川女子大学経営学部、株式会社横田アソシエイツ）で開催される中高生対象の動画アワードです。

大学生実行委員会が運営主体となり、SDGsをテーマに全国の中高生から動画作品を募集し、審査・表彰を行います。また特設サイトを通してSDGs教材の発信や、オンラインイベントを開催。これからの未来を担う中高生のメッセージを世の中に広く伝え、中高生、大学生、企業が双方向につながり、「社会を変える広がり」を創出することを目的として活動しています。

2022年度（第3回）開催では、全国67校から262作品、1007名の参加がありました。

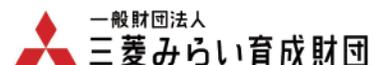


公式ホームページ：<https://www.sdgs-award.com/>



### ▶ 三菱みらい育成財団の2022年度助成先に採択されました

#SASS2022（一般社団法人アンカー）は、一般財団法人三菱みらい育成財団の助成事業として、「カテゴリー2：教育事業者等が行うより先進的、特徴的、効果的な心のエンジンを駆動させるプログラム」に採択されました。



助成の一部を活用し、大学生実行委員メンバーが全国各地の中学・高校を訪問し、説明会やワークショップを実施しています。

社会課題解決や SDGs を学ぼう！考えよう！探究しよう！  
朝日新聞デジタル SDGsACTION！「ビジネスパーソンのための SDGs 講座」より

---

2023年3月31日 第1版 発行

発行・制作 一般社団法人アンカー  
〒103-0022

東京都中央区日本橋室町1丁目12-3 Kanal Platz 3階  
mail : [info@anchor-project.org](mailto:info@anchor-project.org)

監修 横田 浩一

一般社団法人アンカー共同代表理事  
株式会社横田アソシエイツ代表取締役  
慶応義塾大学大学院政策・メディア研究科特任教授