



SDGs

-再注目されるCSVとサステナビリティ事業への活用-

環境のみならず、私たちの価値観の変化などから、「地球環境を守り、より効率的な経済活動を通じて、より良い社会を創出・維持する仕組みや取り組み」、いわゆるサステナビリティの実現に向けて世の中が動き出している。

2015年の国連サミットで、SDGs(Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)が加盟193カ国より全会一致で採択されたこと、また、COP(国連気候変動枠組条約締約国会議)にてパリ協定が締結されたことなどから、世界中の企業が、目標達成に向けた活動の推進が求められるようになってきている。

■ 企業にとってのメリットとデメリット

日本企業も例外ではなく、SGDs達成に向けて積極的に取り組む企業が増えてきている。実際、上場企業を中心とした大手企業層においては、大半の企業で取り組みが本格化しており、“SDGsウォッシュ”ではないが、真の取り組みは企業イメージアップにもつながっているようである。企業のブランド力の向上は、新たな顧客を創出して収益をもたらす、ひいては企業価値の増大につながると考えられる。

ただ、現状を見る限り、サステナビリティへの取り組みを通じて、収益の拡大や競争力の強化など戦略的な効果が出ているとの声は少ない。また、SGDs達成への取り組みは、長期的でコストがかかり、さらには担当部門への負担も多く、本当に今後も活発な動きが持続可能なのか、難しい面もある。

■ CSV(共通価値の創造)への再注目

このような状況から、再注目されているのがCSV(Creating Shared Value:共通価値の創造)の考え方である。CSVという概念は、2011年に競争戦略研究の第一人者であるハーバード大学ユニバーシティ・プロフェッサーのマイケル E. ポーター氏らが論文「Creating Shared Values: (邦題)共通価値の戦略」で提唱したもので、「企業は、社会が直面している問題やニーズに対応することで社会的価値と経済的価値をともに創造する」と定義できる。

同論文では、資本主義論や企業と社会、ステークホルダーの関係を再構築することも言及されているが、最も重要なポイントは、CSVの考えを企業経営の中核として戦略的に捉え、新たな事業の創出や競争力を生むことで、長期に渡り、社会的ニーズ対応への投資が継続可能になることである。

■ これまでの企業による社会的ニーズの捉え方

確かに、これまでの企業においては、企業利益の追求が大目的であり、売上拡大と徹底した低コスト化が重要とされていた。それを実現する戦略が、ターゲティングとバリュープロポジション、バリューチェーン構造による競争優位性の確立であった。言い換えれば、それらが企業にとっての最重要事項であり、社会問題への対応は、本腰を入れた事業ではなかった。

事例として、慈善活動やCSR(Corporate Social Responsibility:企業の社会的責任)が挙げられるが、どちらも良い取り組みではあるものの、企業の評判を高めることが狙いであること、また、企業にとって戦略的課題ではないため、業績や経営状況に影響を受けた限定的な投資となってしまう。

■ 共通価値を創造する3つのアプローチ

これらの問題を解決するのがCSVのアプローチであり、同論文内で、共通価値を創造するには、3つの方法があるとされており、以下に事例も含め提示する。

【製品と市場を見直す】社会的ニーズに対応した製品・サービスの提供

省エネ・節電商品の開発	インテル、シスコ、トヨタ自動車
環境関連ソリューション	GE、IBM
BOP (Bottom Of the Pyramid) サービス	※マイクロファイナンスなど



【バリューチェーンの生産性を再定義する】CO2排出削減など社会的目標の達成に向けた取り組み

トラック配送ルートの見直し・短縮	ウォルマート
資源の有効活用 (節水)	コカ・コーラ、ダウ・ケミカル
製品の配送・回収での協業	アサヒビールと麒麟ビール



【企業が拠点を置く地域を支配する産業クラスターをつくる】産業クラスターの形成

発展途上国のサプライヤーと周辺企業との産業クラスター	ネスレ
発展途上国のサプライヤー周辺インフラ整備	ヤラ・インターナショナル
新興国市場における商品販売での産業クラスター	ユニリーバ



また、社会的ニーズには、健康・医療、食料・栄養、高齢化対策、インフラ整備、環境・エネルギーなど多岐に渡り、事業規模は巨大で、参加者は十分な経済的メリットを受けられる可能性が高い。

■ サステナビリティへのアプリケーション

17の目標と169のターゲットより構成されるSDGsは、インフラから健康や食、教育まで、様々な関連する事業があり、巨大なビジネスマーケットを創出している([SVPインサイト Vol. 12](#)参照)。共通価値を創造する3つの方法と同様に、サステナブルな商品・サービスの開発・販売、カーボンニュートラルへの取り組み、産業クラスターやエコシステムの構築が進んでいる。

CSV論文発表当時との大きな違いは、テクノロジーの進化であろう。スマートシティやクロステックに代表されるように、IoTや高速ネットワーク、クラウド、AIなどを活用した複合的なIT環境が、個別最適化を実現するリアルタイム性の高いサービスを提供している。

そこでは、産業クラスターやエコシステムの構築が重要であり、企業はエコシステム内でどのポジションを取るのか、また、どのプロジェクトが有望で、どこに企業と組むことが最適か、判断が求められる。

■ 終わりに

サステナビリティ関連事業は長期プロジェクトが多く、時代を先読みすることが求められる。そのタイムフレームではディスラプターなど新規参入企業も多く、幅広い情報網が勝負のカギとなる。企業や業界など幅広い情報をご提供できるSVP会員サービスを、是非ご検討・ご活用ください。



—SVP JAPANのサービスについて—

2営業日以内に調査結果をご報告

クイックリサーチ

[詳しくはこちら](#)

カスタムメイドのリサーチサービス

プロジェクトリサーチ

[詳しくはこちら](#)



—各種お問い合わせ—

資料ダウンロード

[こちらをクリック](#)



お問い合わせ

[こちらをクリック](#)



s'il vous plaît
SVP JAPAN
株式会社SVPジャパン

まずはお電話でもお気軽にお問い合わせください。

TEL : 03-3249-0771

