

【第1演題】SDGs と経営倫理

発表者：朝日新聞社 内田 英良 さん (第22期経営倫理士)

朝日新聞のSDGsへの取り組みはまだ紹介できるようなレベルではないが、新聞広告や発行部数の減少、紙媒体からデジタルへの移行により、朝日新聞も経営を見直す必要に迫られた中でSDGsと出会い、その中で企業はどうSDGsに向き合えばいいのかを考えさせられたこと、またSDGsがビジネス発想を変えると言うことも知り、経営倫理とのつながりも感じた。本日はそのあたりをお伝えしたい。

●メディアではいち早くSDGsを特集

朝日新聞社では、2016年5月から『2030未来をつくろう』プロジェクトの連載を開始したものの、読者に馴染みがない、わかりにくいことからSDGsという言葉は用いていない。SDGsをはっきり取り上げたのは2017年1月。SDGsへの理解を広め、目標の達成を後押しする活動を開始した。同じ2017年の特集記事では、SDGsとは“新しいものさし”、“新しい価値観”として定義した。この当時、SDGsを日本のメディアが取り上げることはほとんどなく、朝日新聞の記事でも数えるほどしかなかった。



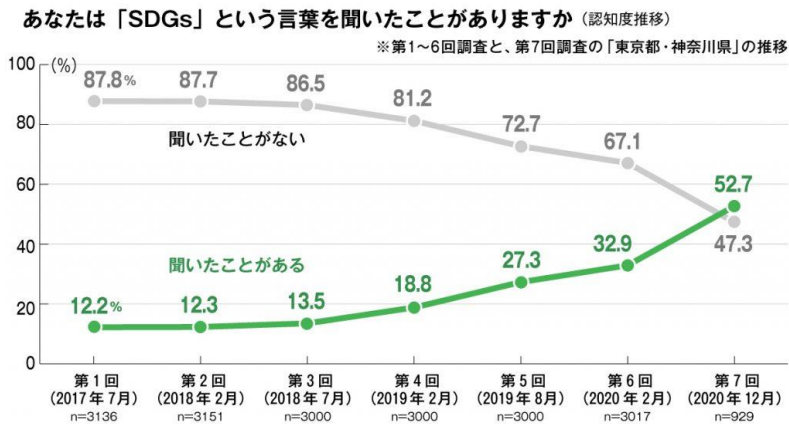
●なぜ、朝日新聞がSDGsに注目したのか。

2014年に記事取り消しなど、朝日新聞社は社会や読者の信頼を損なうという不祥事を起こした。その後、信頼回復と再生のための行動計画を発表。その中で「みなさまと課題を共有し、多角的な視点でともに解決策を探るメディアになる」と宣言した。

地球規模での課題解決を目指すSDGsは朝日新聞の行動計画にマッチするものであり、報道部門だけでなく社内の複数部門でSDGsを発信する取り組みが始まり、そのメンバーの一人

としてSDGsに関わることになった。

その後、記事以外にwebサイトの立ち上げ、各種イベント等でも取り組みを進めている。東京都・神奈川県でのSDGs認知度調査(2017年7月~2020年12月)では、ティッピングポイントを既に超えて認知度は高まっており、特に若年層、女性の関心が高い傾向がみられている。



●経営倫理とSDGsとの接点を見てみると

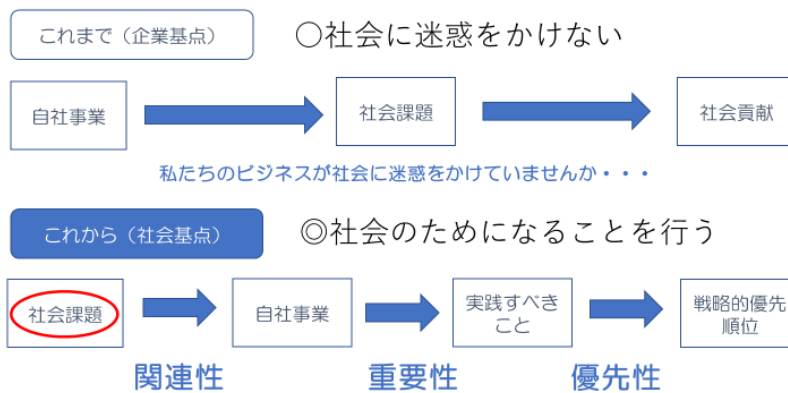
水谷雅一著『経営倫理学のすすめ』によると、今日、企業は社会との共生が求められている。経営倫理は“社会の要求” = “ものさし” であるので、SDGsで“ものさし”が変れば経営倫理も変化する。また四原理(効率性、競争性、人間性、社会性)が相反する縮小的な均衡ではなくSDGsによりバランス良く両立する拡大的均衡に繋がることが期待できる。自分なりに解釈すると、拡大的均衡的両立=CSV(共通価値の創造)であり、抜本的な社会課題を解決することで同時に企業の経済価値が増大することになる。

●社会課題への向き合い方も変化する

これまでは、企業基点で自社事業が社会に負荷をかけている課題を解決する社会貢献的な向き合い方が多かったが、これからは、社会基点で社会課題に対して自社のどのような事業で解決できるか、という向き合い方が求められる。

社会課題とは何かと言えば、SDGsの17目標がまさしく社会課題の塊と言える。

社会課題への向き合い方も変化



21

●SDGs から教えられたこと “アウトサイドイン” と “バックカスティング”

アウトサイドインとは、“ビジネスの種は社会にある” “社会ニーズに応える” という考え方であり、プロダクトアウト、マーケットインの先にある社会課題の解決を起点にしたビジネス発想だ。

バックカスティングとは、未来の姿から逆算して現在の施策を考える発想。現状では到底達成できないレベルの目標を設定すると、従来の技術を改善するのではなく根本的に異なる発想をする。創造的破壊を生み出すアプローチとなる。

●まとめ

SDGs が示す 2030 年の目標を達成しない限り、持続可能な未来がないとなれば、企業も存続のために SDGs の目標達成に取り組まないといけない。企業への期待は大きい。

また、SDGs の認知が高まることで、世の中の価値観も変わり、その変化を企業は無視できない。

SDGs に向き合うことで、経済性と社会性という相反しがちな価値を最大化し、企業価値の拡大的均衡的両立が図れる。

SDGs が教えてくれるアウトサイドイン、バックカスティングの発想は、2030 年の目標を達成するためのイノベーションを促進する。

以上