

《 SDGs ウォッシュ※を打開して、本質的な活動へ転換する手法です。 》

※ 実態が伴わないのに SDGs に取り組んでいるように見せかけること。

【ビジネス市場は SDGs の時代】

- 国内における全ての業界において、既に SDGs への取り組みが「当たり前」となっています。
- これは大企業だけの話ではなく、国内の産業基盤を支える中小企業にとっても重要なテーマです。
- SDGs に取り組むことは、自社ビジネスの未来を考えることです。現状を 17 ゴールに紐づけるだけの SDGs ウォッシュ※ では、これからの社会で信頼を得ることはできません。

【SDGs に取り組むメリット】

本質的な SDGs への取り組みは、企業にとって下記のメリットがあります。

- ① 企業イメージが向上します。
- ② 厳しい競争を勝ち抜く基盤をつくれます。
- ③ 新たな事業機会を創出できます。

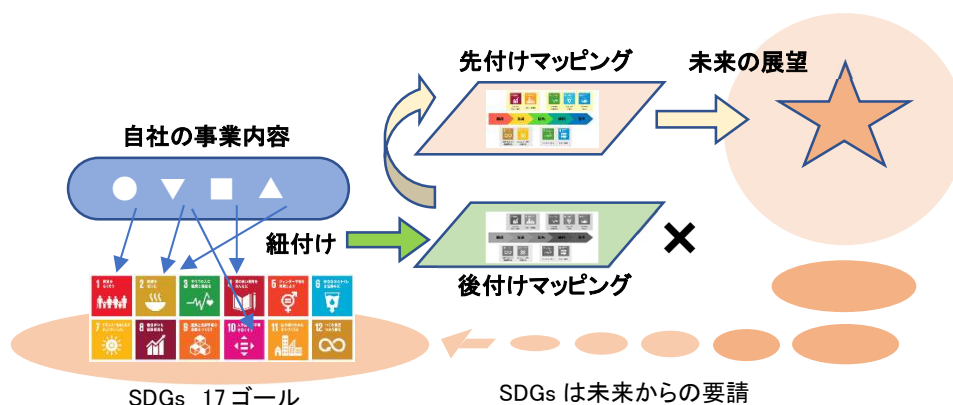


SDGs17 ゴールのアイコン

当社（Mind-J）では、これまで主流であった左脳思考の限界を打ち破り、斬新なアイデアや解決策の創出につながる新しいメソッド「Mapping（マッピング）」を展開しています。その特徴である「ビジュアルで右脳に働きかける」ことを具体化した【SDGs マッピング】の活用をここに提案します。

【SDGs マッピングとは】

- 自社の事業内容を SDGs の目標と関係付けて再構築し、新たな行動計画を構築する手法です。
- 現状を 17 ゴールに紐づけるだけ（後付けマッピング）では不十分です。それを一歩進めて具体的な事業計画に発展させること（先付けマッピング）によって、本当の成果が生まれます。
- 自社事業と社会の要請との繋がりが明らかになり、未来への展望が広がります。
（対象とする項目は、企業理念、事業内容、提供する商品、社内教育、社会貢献活動など、社内における活動を、大小を問わずなるべく多く抽出することがカギとなります。）



《 SDGs マッピングの作成イメージ》

◇ 「SDGs マッピング」のご相談は下記へご連絡ください。

【SDGs マッピング】の事例

- ・下記に示す事例（帝人グループ）は、3つの軸でマップを構成しています。
- ・マッピングによってマテリアリティ（重要課題）を決定し、未来への行動計画を構築しています。



出典：「TEIJIN2019 統合報告書」

【SDGs マッピング】の手順

- ・この活動の手順を以下に記述します。

※この手順は「SDGs Compass 日本語版」(GRI, United Nations, 他)を参考にしています。

- Step 1: SDGsの本質を理解する (目標〈Goal〉の意味を掘り下げ、SDGsを自分事として理解する)
- Step 2: 自社の課題を決定する (自社の強みを活かす重要課題(マテリアリティ)を決定する)
- Step 3: 目標範囲を選択し、KPIを設定する (重要課題と連動させるSDGs目標〈Goal〉を選択する※1)
- Step 4: 課題達成への取り組みを具体化する (全ての部門に行動計画を落とし込む※2)
- Step 5: 情報発信と共有 (活動の成果を広く発信し、ステークホルダーと共有する)

※1: 17ゴールの全てを選択するのではなく、自社の重要課題と連動する大事な目標〈Goal〉のみを選択します。

※2: 既存の行動計画をSDGsの新たな視点で見直し、必要に応じて計画の変更などの更新を行います。

【SDGs マッピング】に取り組む際の重要なポイント

- ・この活動の重要なポイント3点を以下に記述します。

- ① SDGsの本質を理解する
 - 目標〈Goal〉の短いフレーズだけで判断せずに、169個のターゲットまで踏み込んで理解を深める。
- ② 「なぜその課題に取り組むのか？」を明確にする
 - 自社の強みを活かせる課題を設定することで、そこに他社とは異なる存在価値を表現する。
- ③ 成果は広く社会へ発信する
 - 業界などの狭い枠組みに限定せずに、広く社会へ向けて自社の取り組みを発信する。

【参考：SDGs 17ゴールの階層構造】

- ・17ゴールには階層構造があります。右図はSDGs ウエディングケーキモデルと言われるものですが、上段から、経済圏、社会圏、生物圏の3層構造で構成されています。



◇「SDGs マッピング」のご相談は下記へご連絡ください。