企業がSDGsに取り組むために

全国・地元企業の先行事例を
SDGsと紐づけて考える

2022年11月4日

あいおいニッセイ同和損害保険株式会社
京都支店　地域戦略室　　杉田　浩昭

1. 自己紹介

（１）プロフィール

杉田　浩昭（すぎた　ひろあき）
あいおいニッセイ同和損害保険株式会社
京都支店　地域戦略室　担当部長

1965年京都市生まれ。1989年に大東京火災海上保険株式会社に入社後、2度の合併を経て、本社営業推進部門勤務や、トヨタ自動車出向等でトヨタ生産方式に基づく業務改善活動を経験。2010年に京都自動車営業課長、2018年京滋自動車営業部長を経て現職。地域戦略室では、社会・地域課題解決に向けた取組みを多くの地方公共団体や地元企業と実現させ、SDGsの視点からの各種提案にも精力的に取り組んでいる。2022年度より、きょうとSDGsネットワークのサポーター企業として登録。

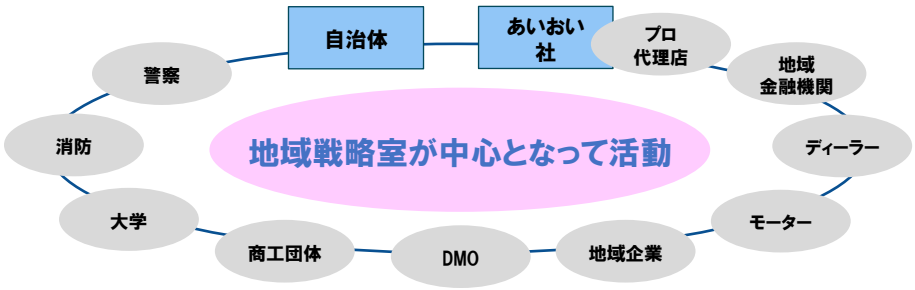
（２）あいおいニッセイ同和損保の地方創生取組

■ 損害保険事業を長年営む中で積み上げてきたノウハウや施策を、地域の皆さまにお役立ていただく
■ **3つの取組**で地域の課題解決をサポートしており、代理店、自治体、地域金融機関、地域企業等と幅広く連携し取り組むことで、**地方創生へのさらなる貢献**と**「地域密着」の確立**を目指す

3つの取組

①地域社会への貢献活動	②課題解決支援メニュー提供	③先進技術を活用した提案

自治体・地域企業・団体との連携した取組みを通じて
行動指針である**「地域密着」**の確立を目指す



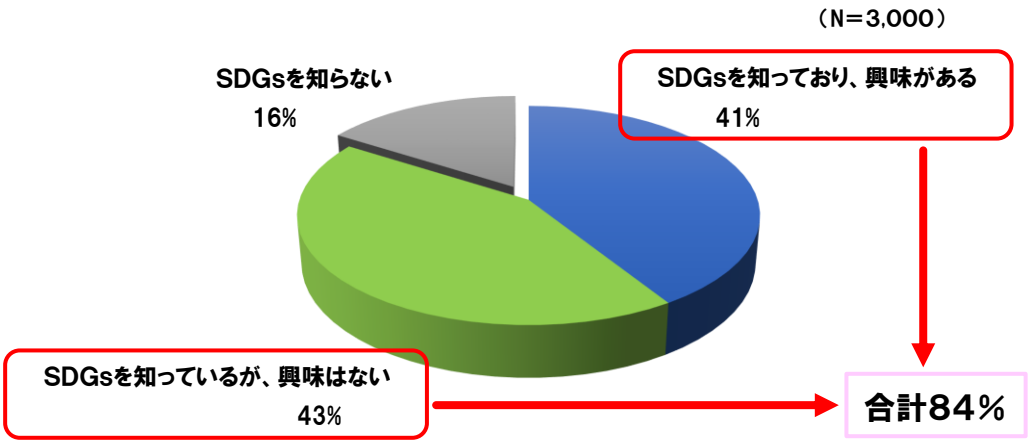
2. SDGsを取り巻く現状

（１）SDGsの市場での認知度

※2022年4月　サステナブルな社会の実現に関する消費者意識調査結果

SDGsの認知度

（N＝3,000）



SDGsは認知度が84%にまで浸透しており、共通言語化している

出所：ボストン・コンサルティング・グループHP（https://www.bcg.com/ja-jp/）

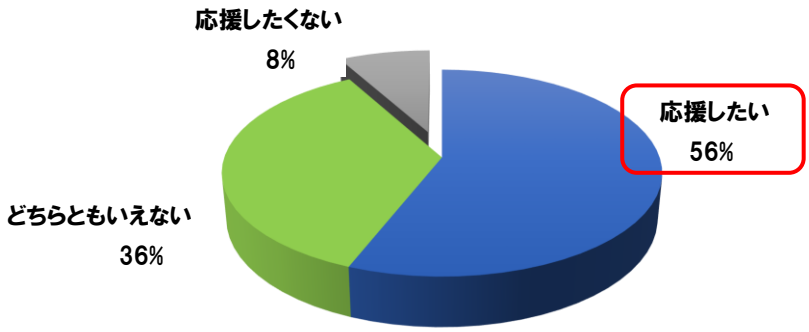
（１）SDGsの市場での認知度

※2022年4月　サステナブルな社会の実現に関する消費者意識調査結果

SDGsに取り組む企業への関心度

SDGsに取り組む企業を応援したいですか？

（N＝3,000）



SDGsに取り組む企業を半数以上の消費者が応援したいと考えている

出所：ボストン・コンサルティング・グループHP（https://www.bcg.com/ja-jp/）

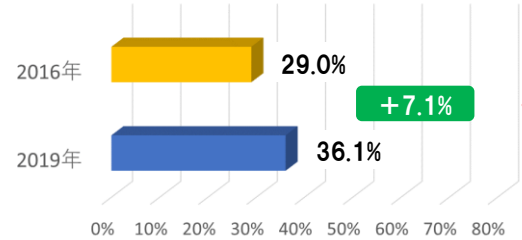
（１）SDGsの市場での認知度

※2020年2月「倫理的消費（エシカル消費）」に関する消費者意識調査報告書

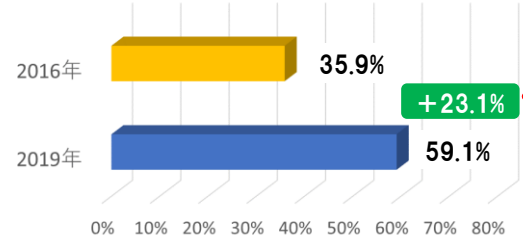
エシカル消費に関する意識の変化

（N＝2,803）

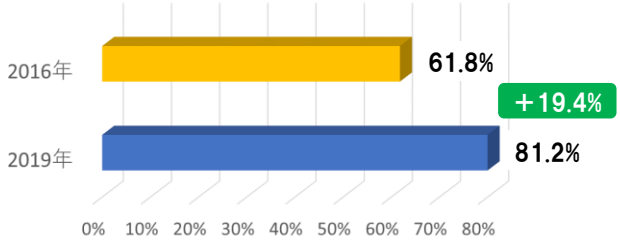
エシカル消費を実践している



エシカル消費に興味がある



今後、エシカルな商品・サービスを購入したい



エシカル消費の浸透により、
SDGsを反映した市場の拡大が予測できる

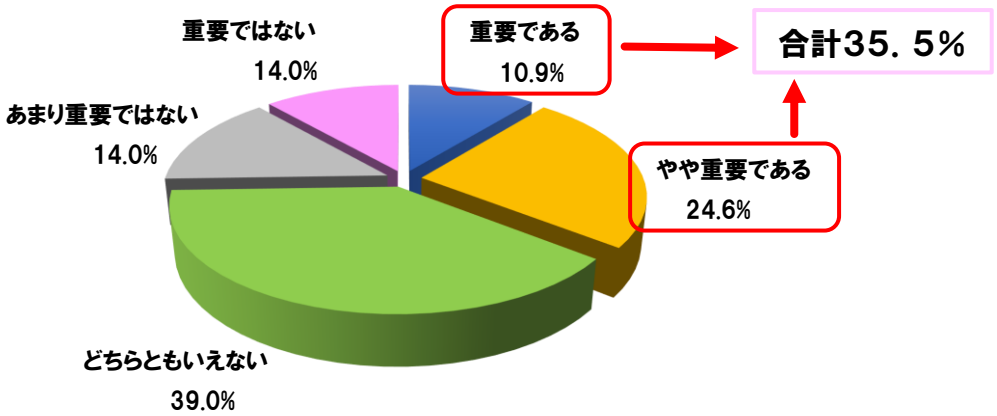
出所：消費者庁HP（https://www.caa.go.jp/）

（２）SDGsに関する企業の課題認識

※2022年1月　中小企業のSDGs推進に関する実態調査

事業を進めるうえでのSDGsの重要度

（N＝2,000）



SDGsを重要課題と認識している中小企業は35.5%にとどまる

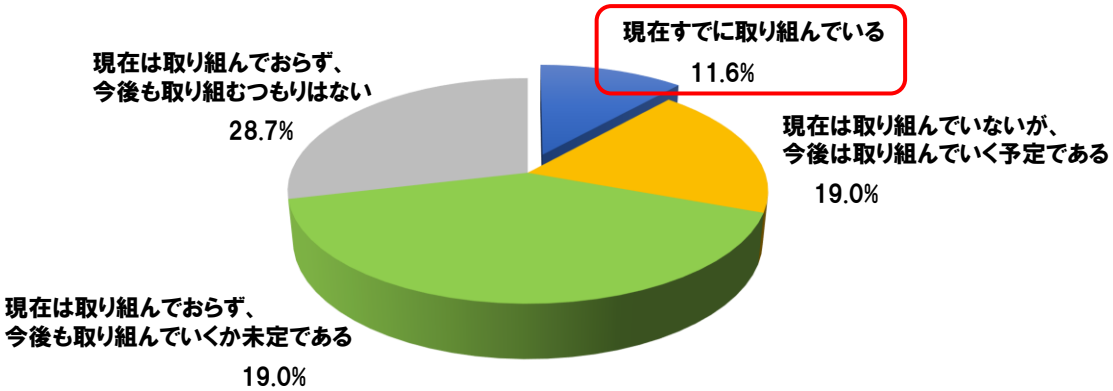
出所：中小企業基盤整備機構HP（https://www.smrj.go.jp/index.html）

（２）SDGsに関する企業の課題認識

※2022年1月　中小企業のSDGs推進に関する実態調査

SDGsの取組状況

（N＝2,000）



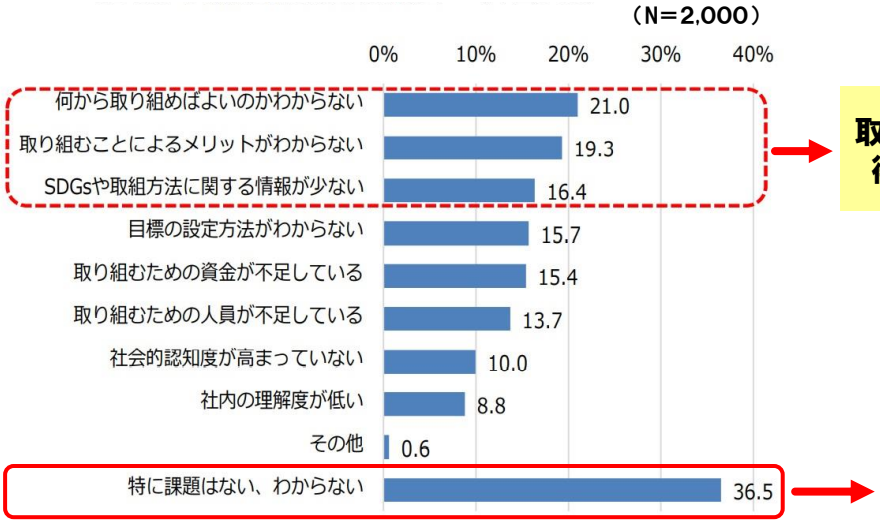
90％近くの中小企業がSDGsを反映した新たな市場への対応が遅れている

出所：中小企業基盤整備機構HP（https://www.smrj.go.jp/index.html）

（２）SDGsに関する企業の課題認識

※2022年1月　中小企業のSDGs推進に関する実態調査

SDGsの取組に向けた課題



取り組むきっかけや情報が得られれば、動き出せる

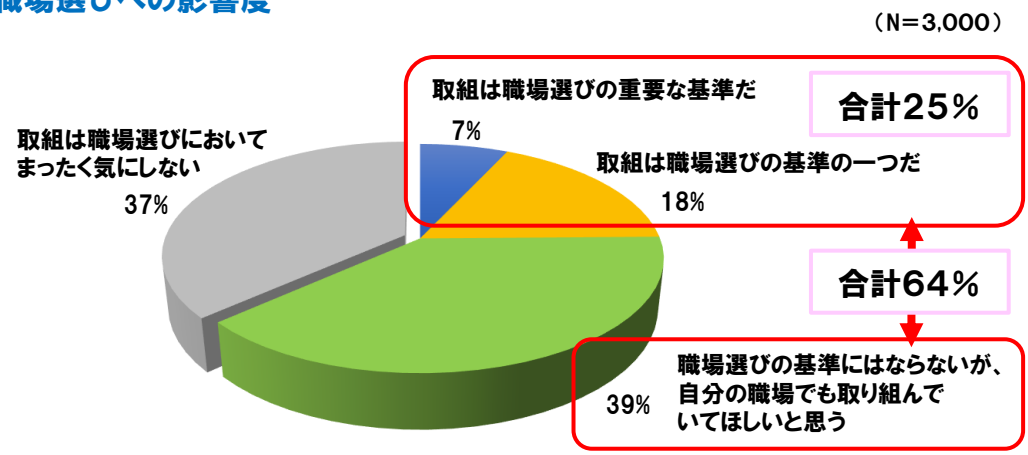
現状認識から始める必要あり

出所：中小企業基盤整備機構HP（https://www.smrj.go.jp/index.html）

（３）SDGsと人材の確保

※2022年4月　サステナブルな社会の実現に関する消費者意識調査結果

SDGs取組の職場選びへの影響度



25％が職場選びの基準としており、64％が自社にSDGsの取組を期待している

出所：ボストン・コンサルティング・グループHP（https://www.bcg.com/ja-jp/）

（３）SDGsと人材の確保

※人手不足割合は各年の7月時点

コロナ禍がおさまり、経済活動が回復基調に転じるに従い、企業の人手不足は深刻化
若年層が企業を選ぶ基準は何か？　自社は働きたいと思われる企業か？

出所：帝国データバンク

3．企業にとってSDGsとは

（１）ニューヨーク五番街の写真から

自動車の大量生産技術の確立　　**産油量の拡大**

<1900年>

<1913年>

移動手段の主体がわずか１３年間で「馬車」から「自動車」に激変

（２）経済活動の大きな変化の兆候

2020年

◇コロナ禍

新しい
価値観誕生
・働き方改革
・DX　等

2022年

◇ウクライナ危機

自由主義 VS 覇権主義

◇円安の急激な進行

米国金利政策の転換

◇コロナ禍の終わりの始まり

コロナ禍で経験した新しい価値観の定着

2030年

SDGsの目標達成

- SDGsネイティヴの成長
- エシカル消費の浸透
- 移動手段の見直し
- 自治体の後押し

コロナ禍がもたらした変化に加え、2022年が大きな転機となりうる出来事が発生

（２）SDGsはチャンス or リスク

◇新たな経済価値の創造
SDGsの達成により、2030年までに
12兆円の市場、3.8億人の雇用創出

◇新規事業の創出
SDGsに取り組むことで、自社内に
イノベーションを生む可能性あり

◇ESG投資の定着
環境・社会・企業統治への配慮が
資金調達の重要指標に

◇企業への信用度アップ
多くのステークホルダーに発信する
ことで、企業イメージが向上

◇企業間ネットワークづくり
SDGsはグローバルな共通言語
相互理解を深めるキーワードになる

◇人材の確保
企業イメージの向上が社員のモチベー
ションアップにつながり、離職率が低下

◇企業の生存戦略
SDGsへの対応が取引条件になる
サプライチェーン構成の要件化

◇地域での信頼獲得
事業や雇用の創出、地域課題解決に
より、なくてはならない企業に

SDGs取組は多様なビジネスチャンスになると同時に、取り組まないとリスクに転じる恐れあり

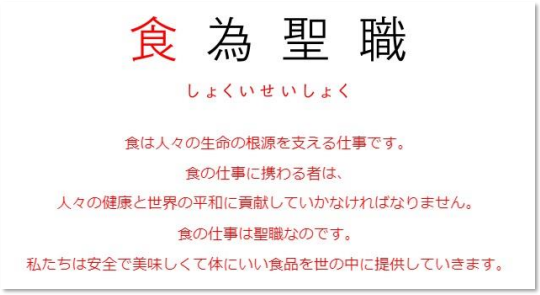
4. 全国の取組事例からの気づき

（３）全国の取組事例　ー　こんなこともSDGsにつながっている？！

日清食品

◇「カップヌードル」のフタ止めシールを2021年6月から廃止

◇シールの廃止により、年間33トンのプラスチック原料が削減



NISSIN STYLE より

コスト削減と環境への配慮を同時に実現

出所：日清食品HP（https://www.cupnoodle.jp/doitnow/#a-w-tab）

（３）全国の取組事例　ー　SDGsは自社だけの取組にとどまらない？！

春日製紙工業

◇"ふやけにくい"紙ストローを開発

◇テイクアウトのコーヒーや牛丼、コンビニ弁当に使える撥水加工のフタを開発

◇脱プラスチック製品が飲食業から高い支持

オリエンタルランド、スターバックス、日本マクドナルド等は紙ストローを順次導入

自社の技術力を生かし、SDGsを意識した商品開発

出所：春日製紙工業HP（https://www.kasuga.co.jp/）

（３）全国の取組事例　ー　こんなこともSDGsにつながっている？！

くら寿司

◇小学校に出張して「持続可能な開発のための教育」の一助となる授業を展開

◇実際の店舗で使用している回転レーンを小学校に持ち込み

◇回転寿司という身近な題材から水産業や食をめぐる課題への理解を深め解決方法を考える

自社の特性を活かした食育活動で地域貢献

出所：くら寿司HP（https://www.kurasushi.co.jp/mirai/school/）

（３）全国の取組事例　ー　こんなこともSDGsにつながっている？！

トヨタ自動車

TOYOTA SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

◇サプライチェーン（供給網）への2021年の**CO2排出量の削減**目標として**前年比3％減**を要請

◇カーボンニュートラル達成に向けて、取引先と一体で取り組み、**中小メーカーの脱炭素化**を促す

◇サプライチェーン全体での排出量の見える化と、全方位での排出量低減活動

SDGs取組が取引要件に加わる

自社のみならず、取引先のSDGs取組にも留意しなければならない

出所：トヨタ自動車HP “SDGsへの取り組み”より「（https://global.toyota/jp/sustainability/sdgs/）