

特集

日本企業のSDGsへの取り組みに足りないのは「アウトサイド・イン」の思考法

株式会社ワンプラネット・カフェ取締役 サステナビリティ・プロデューサー ペオ・エクベリ氏

現在ベターリビングでISO登録をされている組織のうち、約半数が品質マネジメント、約2割が環境マネジメントを取得しています。この2つのマネジメントシステムに深く関わっているのが、近年メディアでも話題のSDGsです。

SDGsは、環境と密接な関わりがあるのはもちろんですが、品質マネジメントにおいても重要な役割を果たしています。SDGsの観点で品質を高めることは、企業価値を高めるためにとても大切です。しかしながら、SDGsに取り組もうとする組織の多くは、まずは節電などを始めますが、2年ほどで壁にぶつかり、具体的に何をすればいいかわからなくなることも多いようです。

今回の特集では、長年日本で環境問題に取り組む、日本企業のコンサルティングも数多くされているペオ・エクベリさんのお話をご紹介します。

環境先進国スウェーデン出身のエクベリさんは、これまで日本国内外で数々の講演、執筆活動を精力的に行い、テレビ等メディアにも多数出演。国連の地球サミットにも参加されるなど、多方面で活躍されています。

環境やサステナビリティをテーマとしたコンサルティングを通じて、日本の組織への理解や知識も豊富なエクベリさんから、組織がSDGsを一歩先に進めるためのアイデアを語っていただきました。



日本では「インサイド・アウト」の発想がメインになっているので難しくなってしまう

— エクベリさんは、環境問題に取り組もうとする日本企業のコンサルティングもなさっていますが、日本企業のSDGsへの取り組みは、今どのような状況だとお考えでしょうか？

エクベリ SDGs、この言葉は多くのメディアでも取り上げられたことで、今では大多数の人が知っているし、多くの企業がやる気を持って取り組もうとしています。これはとても素晴らしいことです。

そうした会社がまず最初に始めるのは、節電、ゴミの削減など、環境負担を減らす、要は「悪いこと（カーボン・フットプリント）」を減らす。これは日本の多くの企業が積極的に取り組んでいると思います。

ただ、「良いこと（カーボン・ハンドプリント）」を増やす、例えば使ってる電気を再生可能なソーラーに変えるとか、生物多様性を増やす取り組みを進めるとか、そうした面についてなかなか具体策が思い

つかないことが多いようです。

—そうなる原因はなんだと思われますか？

エクベリ これは考え方、思考法の問題なのですが、日本では「インサイド・アウト」がメインで、「アウトサイド・イン」の考え方が足りないんじゃないかと思うんです。

日本の皆さんが、環境に良いことと言われてすぐに思いつくのは、節電やゴミを減らすと言った身近なこと。今、自分の身の周りを見渡して、とりあえずできそうなことを始める。これは「インサイド・アウト」と呼ばれる考え方です。でも、SDGsの達成には「アウトサイド・イン」の考え方が大事なんです。

「アウトサイド・イン」とは何か。これは、まず最初に未来のグローバルな目標、理想的なゴールを認識する。そして、それを実現するために今何が必要かを考えていく思考方法です。

例えば、SDGsのゴールの1番は「貧困をなくそう」。これは日本語版ですが、英語版を直訳すると「貧困ゼロ」。つまり将来の理想的な状態は「世界に貧困が無い」こと。これが最初に認識すべきグローバル・ゴールなんです。その上で、そのゴールに到達するために何をすればいいかを考える。この順番で考えるのが「アウトサイド・イン」です。

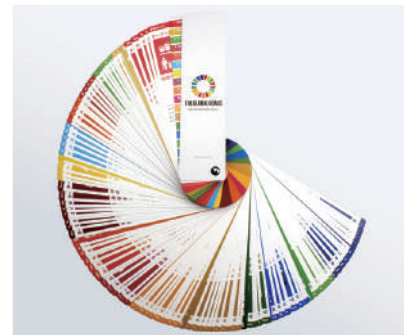
貧困をなくそう、森林伐採を止めて森を増やそう、と聞くと、ついどこか遠い外国で起こっている問題のような気がしてしまい、自分や会社ができることはなかなか思いつかない。ここが日本の企業が今、何をすれば良いか迷っている理由の一つです。

SDGsを一歩進める必須アイテム「ターゲット・ファインダー」 169の課題を知れば、進むべき道が見える

エクベリ ここでご紹介したいのが、この「ターゲット・ファインダー」というカードです。細長いカラフルなカードを束ねたものですが、各カードにはSDGsの17目標と、それらを実現するための解決策である169のターゲットが書いてあります。17目標は、取り組むべき分野であり、時に漠然としか捉えられないことも多いですが、それぞれのターゲットには「一人当たりの食料廃棄を半分に(ターゲット12-4)」や、「企業に対し、持続可能な取り組みの導入とサステナビリティ報告を奨励する(ターゲット12-6)」など、具体的な行動の指針やヒントが記されているんです。

今の日本企業に最も必要なのは、この169ターゲットをきちんと把握すること。これをあまり知らないことが大きな問題の一つです。

例えば、SDGsのゴールの一つに「平和」があります。もちろんロシアのウクライナ侵攻など大きな戦争も問題ですが、実はこの中には、子供の虐待やいじめを減らす、というターゲットも入っ



写真：株式会社 ワンプラネット・カフェHPより

てる。また別のゴール「健康と福祉」には、交通事故の死傷者を減らそう、も入っている。これを知っている日本人は少ないですよ。世界では、こういったターゲットを踏まえ、事業を通じて解決策に取り組むといった動きも加速しています。

——ターゲットをきちんと把握する、というのはつまり「アウトサイド・イン」の考え方で、ということですよ。実は簡単ではないような気がしますが、コツはありますか？

エクベリ 一番重要なのは、ターゲットについてよく理解すること。例えば、化学物質を減らそうというターゲットがあります。そこでまず、今、世の中でどれぐらいの化学物質が使われているかを調べてみます。すると、14万種類もあることがわかります。では、自分の会社ではそのうち何種類を使っているか？ さらには、どうやったらそれらを減らせるか？ もっと良いサステナブルな代替品に変えられないか？ そんな風に調べて、話し合っ、みんなで考えていくと、いろんなアイデアが出てくる。こうして「アウトサイド・イン」を深掘りしていくことが大切なんです。



化学物質でいうと、たくさんの農薬が使われているものに綿があります。綿花を育てる農家の中には、この化学物質を使っている影響で癌や不妊などの病気になる人や、農薬を買うために借金をしてしまい、返済ができずに困窮する人々があります。要するに化学物質が貧困にも関わってくる問題だ、ということが調べるとわかってきます。

そこで我が社では、毎日何か一つ、オーガニックまたはサステナブルな素材を使った衣類を身につけるというルールを作りました。今日の僕のジーンズはオーガニックコットンです！

別の例では、貧困。調べてみると今世界で貧困は8億人。じゃあ、自分たちの街には どんない貧困がどのぐらい存在するのか。そして何をすべきかを皆でディスカッションします。そうして深掘りすると、ではフェアトレード（途上国の製品を適正な価格で購入する取引）のコーヒーや紅茶を取り入れましょう、といったアイデアが出る。

これが、ターゲットから始まる「アウトサイド・イン」の考え方。慣れるまで少しかかりますが、慣れてしまえば簡単です。

貧困・環境問題を解決する「バナナペーパー」とは？

——エクベリさんの会社では、バナナペーパー事業もしていると伺いましたが、それは

どういうものなのでしょう

エクベリ 2006年、私と妻が野生動物を見にアフリカのザンビアに出かけたのがきっかけでした。現地は最貧困層の多いエリアで、貧しさから違法な森林伐採や、野生動物の密猟が横行しているのを目の当たりにしたんです。環境問題、貧困、野生動物保護、これら3つの問題を同時に解決するビジネスはないものかと考えてる時に見つけたのが、バナナペーパーでした。



写真：株式会社 ワンブラネット・カフェHPより

バナナの実を収穫するときに捨てられる茎。その中にある繊維を使って紙が作れるんです。そこで私たちは、現地にバナナペーパーのグリーン工場を作りました。働き手は貧困地域に暮らす方々です。その雇用契約では、「密猟をしない」「森林伐採しない」「児童労働はさせない」などの約束をしてもらいました。フェアトレードのシステムを導入したんです。またバナナの茎は、オーガニックバナナ農家さんから買い取っています。

結果として、彼らは賃金を得、森林伐採を減らし、野生動物も守ることができる。169ターゲットのうち複数の解決にも働きかけることができました。

その工場で作った繊維は日本とイギリスに送られ、きれいなバナナペーパーになります。それは現在、名刺をはじめ、100種類以上の商品になって世界の五大陸、20カ国で販売されています。

さらに私たちは協議会を立ち上げ、日本の印刷会社や製紙会社30社にパートナーになってもらっています。3ヶ月に一度集まって、世界で一番サステナブルない紙を作ろうという共通の目的のため、情報共有したり学び合っています。この「パートナーシップ」もSDGsのゴールの一つです。「お客さんからこんな紙が欲しいと頼まれたんですけど、どうしたらできますか？」なんていう話をみんなで考えるのは、楽しいですよ!

— 実物を拝見すると、名刺にしてもまったく問題ないきれいな紙ですね。

エクベリ そうなんです。SDGsで何かしたい、と考えている企業は、名刺をバナナペーパーにすることから始めてもいいと思います。もちろん、なぜバナナペーパーが環境問題、野生動物保護、貧困問題などを解決することに繋がるのかを説明し、理解してもらうのが大切ですね。

世界中の問題の答えが詰まった
ターゲット・ファインダーはSDGsの道しるべ

— 最後に、SDGsに取り組もうと考えている日本企業に対するアドバイスをお願いし

ます。

エクベリ SDGsは、政治家や専門家だけでなく、世界のさまざまな業界の企業や市民団体、熱帯雨林で暮らす少数民族まで多様な人々が集まって話し合い、決めたグローバルゴールと、ターゲットです。2030年が今回のゴールとして設定されていますが、サステナビリティに終わりはありません。ずっと続くジャーニー（旅）なんです。

そのジャーニーを続けるために、なるべく多くの企業にこのターゲット・ファインダーを使っていただきたい。このターゲット・ファインダーには、今世界で起こっている全ての問題を解決する方法が書いてあります。いわばSDGsの道しるべなんです。

私は30年以上前から環境問題に携わってきましたが、その長い活動の中で出会った最も素晴らしいツールがこのターゲット・ファインダーです。



ターゲットの内容を知らずにSDGsに取り組むのはなかなか難しいと思います。地図なしで富士山に登るようなもの。ターゲットを知らずに、思いつきや思い込みだけで何かをしても、SDGsとは言えないまい物になってしまう恐れもあります。それは会社にとってもリスクです。

でも、道しるべさえあれば、行動に迷うことはありません。このツールを使って、ターゲットを知り、深掘りして具体的なアクションを起こしていきましょう。科学的な論理に沿って少しずつ活動すれば、どの会社でも結果が現れ、事業機会などにも発想が広がっていくでしょう。つまりSDGsを行うのは企業にとってチャンスなんです。

ペオ・エクベリ氏 プロフィール

スウェーデン出身。NGO環境団体のリーダー、ジャーナリストを経て、2012年から現職。日本全国で500回以上環境問題の解決やサステナビリティの基礎（原理原則）についての講演、コラム執筆、スウェーデンの環境教材の翻訳。6年間、テレビやラジオの環境番組に出演・キャスター（例：NHKワールド、J-Wave ロハス・サンデー）。2002年、国連の地球サミットに参加（南アフリカ・ヨハネスブルク）。2008年、イギリスBBCのWEBページ Heroで、アル・ゴア元アメリカ副大統領やアルピニスト野口健氏と並び環境リーダーの一人として紹介される。2011年、サステナブル紙作りとして、One Planet Café ザンビアのチームと共にバナナペーパープロジェクトをスタート、2016年日本初のフェアトレード認証の紙になる。2019年、国連のSDGsのコミュニケーション・ロゴデザインの会社The New Divisionとの共同企画をスタート。