

SDGs時代における地方創生 ～誰が主役なのだろうか～

佐藤寛(アジア経済研究所)

2019/2/13

地域創生×SDGsセミナー
～「産官学民」の取り組み～
於・長崎県美術館ホール

1. アジェンダ2030

- 2015年9月国連で合意。2016年開始
 - 正式名称は「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」
Transforming Our World: 2030 Agenda for Sustainable Development
 - 17のゴール。169の目標 (Targets)
 - 開発系のゴールはMDGs (2000-2015) の後継。環境系のゴールは地球サミットの後継
 - スローガンは「誰一人取り残さない」*Leaving No one Left Behind*
-

SDG=(S)すっごく、(D)大胆な、 ゆびきり(G)げんまん

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



Transforming (姿を変える) Our World

Transform という言葉

- 「我々の世界を改変する(Transform)」
 - 地球環境を損なうことなく、先進国の人も途上国の人も「それなりの生活」を続けられるようにする、という大胆な目標の達成のためには**日本人自身のライフスタイルの変革**も必要になる
 - これを「貧しい人のために我々の生活を犠牲にする」と捉えるか、「我々と子孫のために生活スタイルを変革する」と捉えるかで、人々の気持ちは全く違ってくるだろう
-

2.SDGsは他人事ではない



- MDGs (ミレニアム開発目標:2001-2015) は「**途上国のための**貧困削減」が目的
→SDGsは「**地球全体の**持続可能性」
SDGsは先進国に住む私たちにとって「他人事」ではないのよ！



- 「先進国住民一人ひとりの主体的な取り組みが求められる」と言われてもねえ・・・。
- 私たちが今の生活スタイルを続けることが出来れば、そこそこ幸せなのでは？

《・・・でも、孫の世代は？》

SDGs 目標群の三段階構成

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



上段の目標群=MDGs後継



上段の目標群（貧しい人のため）

- G1 地球上の全ての貧困をなくす
- G2 飢餓をなくし、栄養のある食糧を確保し、持続可能な農業を推進する
- G3 全ての年齢層における、健康と福祉を増進する
- G4 包摂的で平等な機会を確保し、全ての人の生涯にわたる雇用を促進する
- G5 ジェンダー平等と、全世代と少女のエンパワーメントを達成する
- G6 全ての人に水と衛生への持続可能なアクセスを確保する

日本の国内問題も無関係ではない

下段の目標群=地球のため

13 CLIMATE ACTION



- ・1992 UNCED (国連環境開発会議)リオデジャネイロ環境サミット「アジェンダ21」採択
- ・2012 UNCSD(リオ+20) 国連持続的開発会議→SDGsの原型に合意

14 LIFE BELOW WATER



G13 **気候変動**とその影響に対して速やかに対応策を講じる

G14 持続的開発のために、**海**と海洋資源の保全と持続可能な利用を行なう

15 LIFE ON LAND



G15 **地上の生態系**の保全、再生、持続可能な利用を促進する。森林を持続的に管理し、砂漠化と戦い、保全地域の荒廃を防ぎ、生物多様性の損傷を防ぐ

中段の目標群 (G7-12)

- **G7** 全ての人の手にエネルギーを
 - **G8** 全ての人に働き甲斐のある仕事を。包摂的で持続可能な経済成長を
 - **G9** 包摂的で持続可能な産業化と耐性のあるインフラを
 - **G10** 国内・国際的な格差是正を
 - **G11** 包摂的で安全で耐性があり持続可能な住まいと都市を
 - **G12** 持続可能な生産と消費のあり方を
-

アジェンダ2030 [持続可能な開発目標]

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



中段の目標は誰のため？

- 貧困削減・援助と地球環境以外の多様な中段
☛実はここが**日本の一般国民、市民にとって重要な**のでは？
- 日本国内の問題とも密接に関連
=地方創生につながるヒント群→**地方自治体のため**のエントリーポイントとなりうる
- 途上国問題ではない、地球環境保全だけの問題ではない 日本**の中小企業にとっても密接な**つながりを見出しうる目標群

注目ポイント:ゴール8と12

- **SDGsは政府(安倍政権)の肝いり、経団連も取り組み本格化→企業活動はこれから好むと好まざるとにかかわらずSDGsを意識しなければならなくなる**
- その中でも
ゴール8「**ディーセントワークと経済成長**」、
ゴール12「**責任ある生産と消費**」については、
すべての業界(製造、物流、小売り)が注意を払うべき課題であると同時に、**公的部門の関与も求められる分野**ではないか

3.SDGsの主役は誰だ？

- 政府、地方自治体
- 多国籍企業
- 投資家
- 社会的起業家
- 中小企業
- 市民社会
- 消費者、納税者
- 教育機関、研究機関(大学等)



Japan.
Committed
to SDGs

3-1.政府の役割

- 日本国政府(安倍首相自ら合意)→内閣府SDGs推進本部(2015/5/20全閣僚)→半年に一回開催だがようやく本腰(2018/11)「アクションプラン2019」
- 「旗振り」しても、予算がつかなければ各省庁は動かない=**主役にはなれない**
- 日本のアクター(公的機関、企業、CSO、投資家、消費者)のソーシャルビジネスへの取り組みに対して、政府に期待されるもの
- CSRからソーシャルビジネスへの「**孵化器**」
- 企業の持つ資源と時間が限られている時に、公的支援によって資源を追加(補助金)し、実証実験の機会(時間)を与える
- 制度的インセンティブ、国際的に**土俵をならす**(Level playing field)、罰則規定の明確化

3-2. 企業の役割(大企業)

- ダボス会議に出るような多国籍企業はSDGsにコミットして当然
- 経営戦略として取り組む
- 日本でも国連グローバルコンパクトに加盟している大企業は取り組みを強化
- **SDG Compass: SDGsの企業行動指**
=SDGsをどう活用するかの方法論中心

3-3.投資家の役割

社会的責任投資(SRI)

- 倫理性・社会性のある企業に選別的に投資する社会的責任投資(SRI)という概念も生まれ、それを背景にした実際のポートフォリオが実現している。
- ESG(環境・社会・ガバナンス)指標を基準とした投資先選別
- 年金機構も**ESG投資**開始→地銀の役割
- これは、もともとグラミン銀行のようなマイクロファイナンスに限られていた「社会的投資」の裾野を広げる役割を果たしている。
- 大和証券の「ワクチン債」、社会的投資機関の誕生(ミュージック・セキュリティーズ、アルン)、社会的企業家のクラウドファンディング

3-4. 社会起業家の役割

- 社会的企業と社会事業（公共、非営利のニュアンス）は違う？
 - 社会的＋商活動、企業、起業、金儲け
 - 公共的、道徳的、公益的、利他的、など「経済」ではない、「貨幣価値」では測れないものを取りあえず「社会的」と名付けている
 - ソーシャルビジネスとは＝社会的課題の存在を意識し、その解決に向けた貢献を、市場活動を通して行おうとする「企て」
-

社会起業家/ソーシャルビジネス



グラミン銀行ユヌス総裁と日本ポリグル小田会長(2010.2)

社会課題解決型ビジネス

- 途上国の社会課題を、ビジネスを通じて解決する
- BOPビジネス、インクルーシブビジネス
- ビジネスと社会課題解決のwin-winモデル



3-5. 中小企業の役割

- 大企業のCSR部門はSDGsに取り組めるが、中小企業にはそんな「余裕」はない？
- SDGsの二本柱「環境」と「開発」のうち、「環境」については、日本の中小企業も消費者も投資家も理解しやすい→中小企業も取り組むインセンティブあり
- 「開発」については、まだ一部の消費者、投資家にしか理解されていない→企業への圧力もない
- 中小企業の「国際化」にはさまざまなハードルがある……しかし世界の趨勢は「開発とビジネス」の相互接近

3-6.市民社会の役割

- ①地球環境系の市民団体は一定の発言力(環境系のシンクタンクも存在感)
- ②途上国開発系の市民団体はMDGs時代から啓発活動に従事。しかし企業との接点は小さい(医療系は企業・NGO連携が盛ん)
- フェアトレード団体は徐々に認知される。ただし、大企業との連携はこれから。
- ③「国内問題」関連の市民団体はSDGsに関して政府とも企業とも接点が無かった
 - a)外国人労働者問題(人権問題)
 - b)介護労働へのニーズ(日本の高齢化対策)

中小企業の「自分ゴト」の理由



→社会課題なんて取り組む余裕はない

援助やCSRには興味がない

自社が生き残っていけるかどうか
最大の関心事

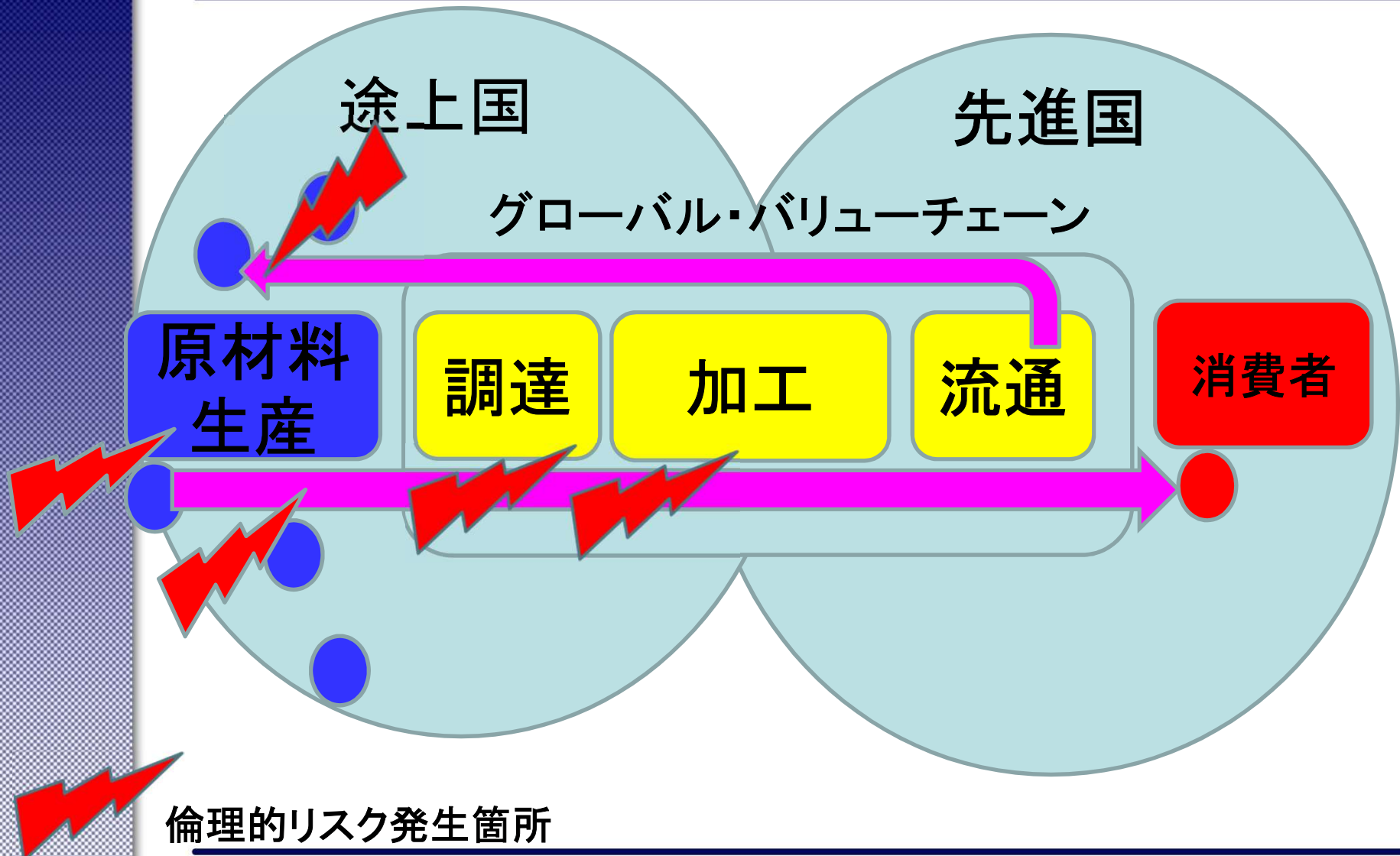
- そんな会社も「社会課題」に取り組むべき理由がある

→ **サプライチェーン・マネジメント**

4. サプライチェーン・マネジメント

- **2015G7エルマウ・サミット(→2019大阪)**
先進国企業は、自らの商品・サービスのサプライチェーンの全体に倫理的な責任を持つべきである=責任あるサプライチェーン(倫理的サプライチェーン、持続可能なサプライチェーン)
 - 環境破壊しない、人権侵害しない、貧困層搾取しない、社会的弱者差別をしない・・・
 - 遵守しないことのビジネスリスクはますます高まっている(大企業に限らない)
-

サプライチェーンと倫理的リスク



SDGsとサプライチェーン

- 企業のCSR活動も単に「慈善的」なものでなく、サプライチェーンの視点から調達の上から川下まで見通さなければならない(持続可能なサプライチェーンマネジメント)
- 多国籍企業は非常に長いサプライチェーンを持つことになるので、途上国における企業の活動が与える社会的インパクトが大きなものになる可能性がある

5.「責任ある生産と消費」

12 つくる責任
つかう責任



- 省エネ店舗の実験
- レジ袋対策→不徹底
- 食料廃棄削減への試み(恵方巻き問題)
- とりあえずCSR＝弱者への慈善活動、植林など
- 小売りに専念している間はまだよいが、プライベートブランドが増えると「生産者の責任」が加わり「サプライチェーンマネジメント」が命取りになる可能性
- **CSRでお茶を濁すことではごまかせない**

倫理的消費者運動

- 「責任ある生産」を要求する消費者
- スウェットショップ批判(縫製工場)、児童労働批判(カカオ、サッカーボール)、劣悪な労働環境(有害廃棄物リサイクル)、危険労働(鉱山労働)、奴隷労働(漁船、家事使用人)、環境汚染(養殖、染料)
- 消費者ボイコットによるブランドイメージの低下が怖い大企業が下請けにフェアな労働を要求する(レバレッジ効果)
- **CSR**で目くらしをしても通用しない

倫理的消費者運動

Full Package Approach to Labour Codes of Conduct
Four major steps garment companies can take to ensure their products are made under humane conditions

The beauty of ethically produced rugs

ethical consumer
20 years of Ethical Consumer
10 years on – sustainable snacks
Electricity Monitors future shock

ethical consumer
Cut the Carnage
The brands that help tuna & marine wildlife get off the hook

Shampoo: Is it worth it?
Digital Cameras: Focussing on electric waste
Mobile Phone Networks: Could do better

PRIMARK
LONG HOURS, LESS PAY

"We produce the clothes you buy from Primark. We are among 2.8 million workers employed in 4,500 garment factories in Bangladesh. We live below the official poverty line. Salaries have worsened in recent years because of inflation. Skilled operators like Suma earn less than £30 a month – not enough to feed a family."

WHAT NO SWEAT WANT

No Sweat, like most people, like cheap clothes. We don't believe in boycotts as ordinary people in the UK shouldn't have to pay more for clothes. We want Primark's profiteering bosses to pay decent wages and stop exploiting workers by cutting their mega profits rather than pass increased production costs onto cash-strapped customers. We are here to tell Primark to guarantee that:

- All workers in its suppliers have safe and decent working conditions
- All contracted or directly employed workers earn a living wage
- All its workers have the right to join and organise independent unions

Wage Facts (per hour)
Bangladeshi living wage: 30p
Average Garment Worker Wage: 7p
Living wage in London: £7.50
Average Primark worker wage: £6.7

Primark Facts
Managing Director: Arthur Ryan
Stores: 181
Employees: 27,500
Sales (2007/08): £1.9 billion
Profit (2007/08): £233 million
Source: Associated British Foods Plc

UK | Bangladesh
2019/2/13

WHAT DOES NO SWEAT DO?

We publicise and expose sweatshops, aiming to make people aware of the problem. We organise campaigning action to pressure the brands and increase awareness – we have run fashion shows in big stores and raided them as the "fashion police".

We flood sweatshop employers with workers taking action in a factory. We try to make direct solidarity with their unions, organising speaker tours twinning UK unions with worker organisations in Mexico and Bangladesh. And where we can, we help UK workers organise to fight here in this country.

WHAT CAN I DO?

Your involvement can be crucial – from emailing companies we are targeting, to joining demonstrations, to organising a meeting in your school or college, to twinning your union branch or affiliate.

I WANT TO GET INVOLVED

Name: _____ Address: _____
Tel: _____ Email: _____
School, college or trade union: _____

No Sweat, 5 Caledonian Road
www.nosweat.org.uk

TUC
Labour Behind the Label

PLAY FAIR!

Lord Sebastian Coe
2012 Chairman
c/o London Organising Committee of the Olympic Games
One Churchill Place, Canary Wharf
London E14 5LN

LET'S MAKE LONDON 2012 A GAMES THAT WORKS FOR EVERYONE

©satokan 2019

Campaigning for a sweat-free Olympics 2012

PLAYFAIR 2012 CAMPAIGN

29

消費者ボイコットの圧力

- バナナ、コーヒーについては「**living wage**」、チョコレートやサッカーボールでは「児童労働」に焦点を当てた倫理的消費
- カカオ生産に児童労働が存在することがわかれば、ヨーロッパの消費者は「ボイコット」する可能性があるので、チョコレートメーカーは「児童労働のない」カカオを選択的に利用することになる。
- キヤドバリーのデイリーミルク、ネスレのキットカット

フェアトレード合戦



キャドバリーの社とネスレ社。100% フェアトレードカカオ使用。児童労働フリーのカカオ原料。市場を巡る競争によって、「児童労働」禁止、「環境配慮」などの活動が推進される原動力となる例



日本企業の対応

- パームオイルとキットカット グリーンピースのネスレ批判→サラヤ、富士製油、花王
- ブラッドダイヤモンド(キンバリープロセス)、シエラレオネ、コンゴ周辺国からのダイヤモンドでないことを証明しなければ販売・流通不可
- レアメタル(T3G)も同様。日本の電子・電機業界は「サプライチェーン・マネジメント」対策に追われる。
- 現代英国奴隷法(2015) カカオ農園の児童労働、鉱山労働、漁業、水産加工などの過程での人権侵害が対象

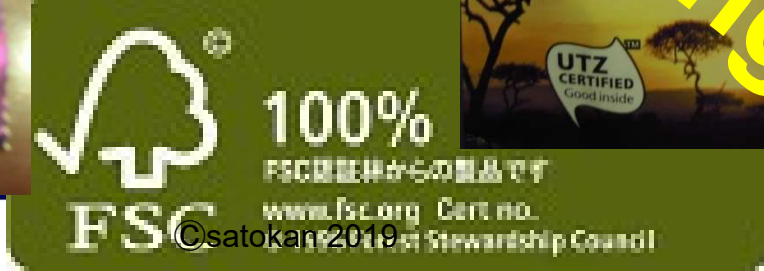
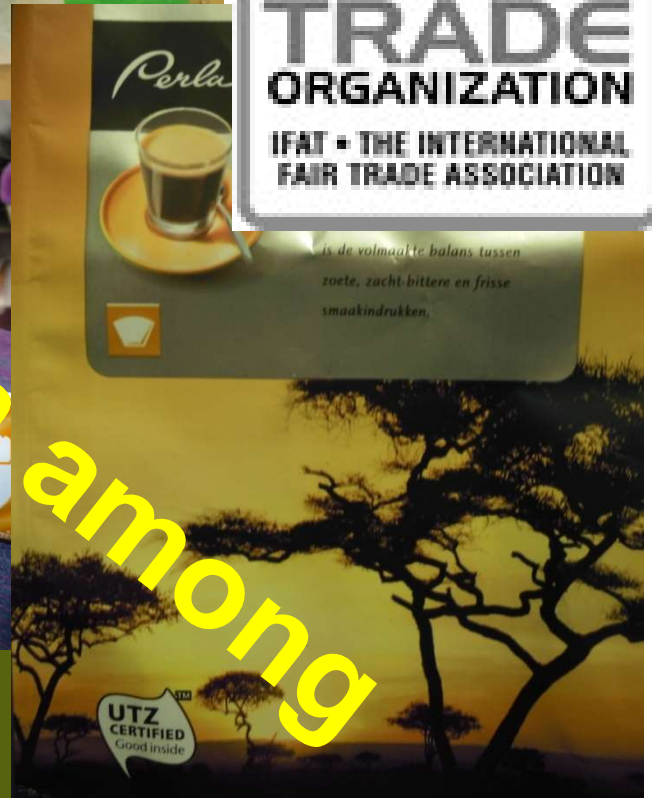


Marine Stewardship Council

持続可能な漁業で獲られた認証水産物



Competition among certifications



企業の途上国対応圧力

- 倫理的消費者の存在は、多国籍企業に対して単なるフィランソロピー（企業としての慈善的活動）**CSR**（企業の社会的責任）以上の取り組みを促す。
- 途上国の開発効果・貧困削減効果を目指したビジネス取り組みへの圧力→フェアトレード、**BOP**ビジネスに着手する推進力

6.日本の消費者の想像力の限界

- 倫理的貿易の原点としての反奴隷貿易
日本ではこの原点を共有していない
 - 「食の安全」「消費者の安全」にはセンシティブだが、途上国の他者への想像力は乏しい
 - 日本と欧米の消費者のチョコレートをめぐる倫理感度の違い＝反奴隷貿易キャンペーンの苦い過去に基づくキャドバリーの「児童労働フリーカカオ」への取り組み→消費者に訴求
 - 日本ではボイコットは共感を呼びにくい→「チョコレート」の「ボイコット」
-

倫理的消費と日本社会

- 日本の消費者運動は現時点では「環境」「オーガニック」に力点があり、ようやく「フェアトレード」が根付き始めた段階である→企業への圧力は小さい
- グローバルに展開する日本の企業はすでに欧米でこうした「倫理的消費者」の攻撃対象となるリスクを抱えている。
- ラナプラザ崩壊事件(バングラデシュ)はこの流れを加速させている
- 公共調達にも影響=2020東京オリ・パラ

日本の「エシカル消費」

- ファッションに敏感な消費者との親和性
- フェアトレードの中心購買層は「独身/30代/都市在住/女性」
- チョコレート、ファッション、ジュエリーなどで注目を集めやすい
- ACE(児童労働対策・チョコレート)岩附由香
- Inheels(セクシーなエシカルファッション)岡田有加
- ダイヤモンドフォーピース(紛争鉱物)村上千恵
- HASUNA エシカルジュエリー(紛争鉱物)白木夏子
- マザーハウス(ジュート・革バック)山口絵里子
- ピープルツリー(ファッション)サフィア・ミニー

エシカルファッション

- 新宿伊勢丹エシカルファッションウィーク

(2015/5/11-19)



Not Charity, Just Work
ITC (WTOと国連の機関 2008設立)
生産者の経済的自立を支援

7. 日本企業に油断はないか？

- 社是にうたっているから大丈夫
「本業すなわち世界の福利厚生」
→ **三方良し**（売り手、買い手、世間）
 - ただし、この「三方良し」説明に安住できるのは日本国内のみ
 - 事業の「目的」にとどまらず「やり方」に「倫理性」を装備することが求められる
→ 「倫理的貿易」「倫理的投資」
 - 批判されることに慣れていない日本企業
まだ、「防御」「無視」の段階にいるのでは？
-

日本企業もターゲットになり得る

- これまで、ボイコットの対象は欧米の多国籍企業であった。しかし、日本企業がグローバルマーケットに展開すれば（特に欧米市場に売り込もうとすれば）当然消費者運動のターゲットになり得る
- グリーンピースは、「森に優しい企業ランキング」で特定の日本企業を“問題のあるパーム油”を扱っていると批判
- パレスチナ問題に連動して、占領地で生産している機器を販売する量販店店頭で連続抗議行動

企業にとってのSDGs

8 働きがいも
経済成長も



- 「SDGsの本質は経済成長戦略」という解釈→これは企業にとって都合の良い解釈
- ゴール8のロゴ訳「働きがいも経済成長も」→やっぱり経済成長がいないとパイの分配もできない」というこれまでの理解が上書きされた印象を与える→**この解釈は不適切**
- これはTransforming Our World というSDGsの精神と完全に矛盾する
- これまでの経済成長の在り方では、「持続不可能」というのがSDGsの前提となった世界の合意であったはず

政府、自治体の役割は？

- 倫理的消費者運動を支援する？
 - **消費者教育**(日本国内の「地球広場」的な活動？)
 - フェアトレードタウンの動き(熊本、名古屋)
 - 高度成長期の消費者教育は「安全」が中心、SDGs時代の消費者教育は「持続可能性」が中心？
 - 地元の中小企業に対してサプライチェーン上の**倫理的リスク**についての**情報提供(中小企業教育)**→**NGO**との協力？
-

8.地域創生とMDGs系の課題

- 貧困削減、社会開発は企業活動でカバーできない部分がある
 - 途上国の社会課題と、原因は異なっても同じ課題を抱えることはありうる(ゴール1-6)
 - 子供の貧困、高齢者の「買い物難民」、社会福祉サービスへのアクセスの困難さ
 - 日本国内の「ソーシャルビジネス」
 - 雇用確保、商店街の活性化、人口減対策
 - 町営社会主義(島根県海士町)→途方自治体の役割？
-

日本の地域創生と自治体

- 島根県海士町
町営社会主義、高校の全国募集
- 福岡県北九州市
公害経験の共有
- 徳島県上勝町
ゴミの分別、棚田オーナー制度
- 北海道下川町
木質バイオ、環境未来都市

9. 私たちにとってのSDGs

- 「これまでのやり方を変える」とは？
サプライチェーンマネジメント（倫理的サプライチェーン）、倫理的貿易
 - 従来のコストベネフィット分析ではカバーできない「倫理性」「責任」をどう取り込むのか
 - 消費者は**transform**できるのか？
過消費、食糧廃棄、バーチャルウォーター、CO2フットプリント、倫理的消費
 - 環境と経済性と社会性の複合領域を誰が監視するのか？→企業と市民社会のコラボレーションの必要性
-

市民の役割

- **SDGsは窮乏生活を推奨しているのか？**
 - ようやく手に入れた「近代的」「便利」「快適」な生活を手放せと言われても、だれがそれに応じるのか？
 - 過疎高齢化に対する対策は「AI,IOTを活用したsociety5.0」なのか？
 - 自治体と市民との「対話」なしには**SDGs**は達成できない
 - **SDGsの主役は「私たち」でもある**
-