

海外ビジネスにおけるSDGsへの期待

～なぜ、いまSDGs？～

2019年7月23日

日本貿易振興機構（ジェトロ）

鹿児島貿易情報センター

所長 永盛明洋

ジェトロの概要とジェトロ鹿児島県の業務内容

ジェトロは貿易・投資促進と開発途上国研究を通じ、日本の経済・社会の更なる発展に貢献することを目指しています。

独立行政法人 日本貿易振興機構(ジェトロ)
Japan External Trade Organization (JETRO)

設立 1958年 (特殊法人 日本貿易振興会)

- ★ 1951年 前身の(財)海外市場調査会が大阪に設立
- ★ 2003年 独立行政法人 日本貿易振興機構 発足

☆鹿児島貿易情報センター
1970年10月開設(ジェトロ鹿児島)

拠点:

東京(本部)、大阪本部
貿易情報センター 47事務所
アジア経済研究所(千葉)
日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)
海外 54カ国 74事務所

役職員数: 1,799名

国内 1,063名

海外 736名

★2018年11月時点

1. 貿易・投資に関する相談に対するアドバイス
2. セミナー・ワークショップの開催
 - ・海外ビジネス情報・市場動向
 - ・実務関連知識(貿易実務、英文契約書等)
3. 海外企業との国内外商談会開催等
4. 海外ミッションの派遣・協力
5. 専門家・コンシェルジュによる個別企業支援

鹿児島市名山町9-1 鹿児島県産業会館6階
TEL: 099-226-9156 FAX: 099-226-8389
E-mail: kag@jetro.go.jp (6名体制)



グローバル時代の地域創生
(鹿児島県の発展)

⇒ 地域経営の概念
を市民と共有する
ことが肝要。

企業の成長・雇用創出
人材の育成・成長

企業の海外展開 (輸出・海外進出)

例. 鹿児島県の方針
「世界に挑戦する鹿児島、
農林水産業で日本一！」

- ・ 新かごしまPR戦略展開事業
- ・ かごしまの農畜産物輸出倍増事業
→『鹿児島農林水産物輸出促進ビジョン』
- ・ 新「鹿児島の食」ブランドUP事業
or 市町村の方針

ジェトロの事業・サービス
海外事務所ネットワーク

世界に挑戦する鹿児島の農林水産業

～鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョンに対応～

- 2025年度輸出額約300億円を目指す(16年度155億円の倍増。加工食品は除く)(18年度226億円13%増)
- 目指す姿
 - : アジア・欧米向けに安定的・持続的に輸出する「攻め」の農林水産業
 - : 海外での鹿児島ブランド確立
 - : 農林漁業者の輸出参画増、所得上昇、後継者確保、地域経済貢献



- (ジェトロ鹿児島にとって農林水産物輸出は1丁目1番地)
- コンシェルジュ(CCG)を窓口に**牛肉**加工メーカーの新規国市場開拓支援(南米等)
 - 主要**水産**加工企業や水産卸市場の市場開拓支援
 - 県境を越えた**木材**共同輸出を支援(鹿児島・宮崎)
 - 有機抹茶を中心に商談会支援、バイヤー等アテンド



全国有数、九州一の農林水産物輸出県に貢献！



↑牛肉バイヤーによる産地視察ミッション



↑日本茶バイヤー等産地視察



↑4組合の米国製材品市場視察ミッション

鹿児島のうまみ文化やテロワールを情報発信

～EU展開支援事業、シェフ・バイヤー等招聘等～

- ・フランス等から総勢12名を招き 産地ツアー(麴、黒酢、鰹節)や試食会(フレンチ等)を通じ、鹿児島のうまみ文化とテロワール(土地の特性、火山噴出物)の理解を促し商談会を開催 → 欧州での「高い評価」が目標。



本格焼酎、米国へのチャンレンジを開始

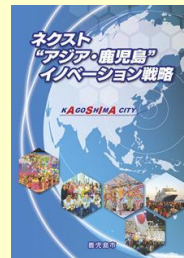
～県内最大の特産品 海外スピリッツ市場に挑む～

- ・ 国内販売はいよいよ前年割れ、輸出は伸びず。
- ・ 食中酒での販売に限界。スピリッツ市場開拓が目標。
- ・ 国際スピリッツコンペへの出展推奨・支援
- ・ 本格焼酎イベント in 米国SA、LA出展支援
- ・ 地域団体商標海外展開支援事業(奄美黒糖焼酎)
- ・ 海外焼酎バイヤー招へい・アテンド(米国、豪州等)

自治体の施策に貢献

～鹿児島市、ネクスト“アジア・鹿児島”イノベーション戦略～

- ・ 18年11月発表。鹿児島所長は策定委員会委員長。
- ・ アジアとの人・もの・情報の多面的な交流を成長エンジンに新たな活力を生み出す(10年後を見据える)。
- ・ 「地域産業の海外展開の促進」が3本柱の一つ。ジェトロ鹿児島は19年度個別企業支援を柱とした事業を受託。



農林水産物・食品輸出の課題

「物流コスト引下げ」・「物流機能の整備」等のほか

いかに価格に見合った価値をPRできるか！

いかに価値を見出すことができるか！

⇒ストーリー（ものからことへ）

⇒無形資産の形成

⇒インバウンドでも同じ（地域の課題）

⇒ストーリーを簡潔に語れるピクトグラム

＊海外の潮流は？

持続可能な開発目標＝SDGsの登場

国連サミットにて全会一致で採択された「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」に記載されている、2030年までに達成すべき17の目標と169の具体的ターゲット

- ◆ 「今日の世界（とシステム）」の持続可能性に強い危機感
- ◆ 「（国連憲章に次ぐ）偉大な歴史的な重要性を持つ決定」と明記
- ◆ 誰ひとり取り残さない（人間中心）という固い決意

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標

2000年～2015年に設定された途上国の開発に関する8つの目標と21のターゲット（ミレニアム開発目標；MDGs）



新たに加わった中段の目標群は、貢献主体である企業の活動（ビジネス）と密接に関連している！

世界の環境政策に影響を与えた1992年地球サミット@リオ、2012年の持続可能な開発会議（リオ+20）を継承

SDGsの違和感

- **CSR、BOP、ESG…またか。一過性のブームに終わるので？**

→英語3文字の外来コンセプトは分かり難い。CSRと何が違うのか分からない。

→2030年までこの盛り上がりが続くのかは疑問。何でもありだと、何だか分からない。

- **コストアップの話で、利益にならない。**

→際限なく社会貢献していたら、経済活動が立ち行かない。取引先からも要請されたこともない。

- **既に十分配慮して活動しているのに。**

→日本には「三方よし」が根付いている。善行の積み上げの先に良い未来があるはず。

- **企業活動そのものが社会貢献である。**

→存続しているビジネスは社会の要請に合うものであり、敢えて優劣を比べる必要なし。

- **そもそも企業の自助努力なのは。**

→自由な競争こそが創意工夫やイノベーションを生む、規制やルールで強制するものではない。

世界の潮流SDGsのメリットを生かそう（いち早く）！

宣言かつ見える化＝「社会に主体的に働きかける」

⇒啓発が連携に繋がる！⇒更に貢献が見える！

～なぜ、いまSDGs？

ビジネス環境変化～

＜通商をめぐる関心が変わる＞

WTOパブリックフォーラムのテーマ

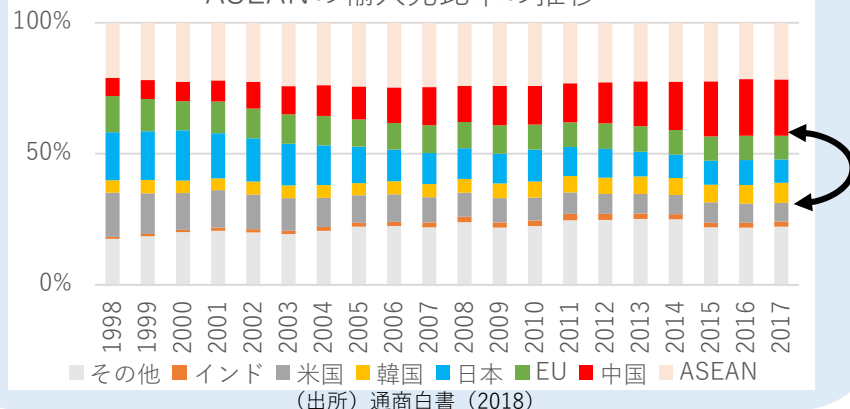
2016 Inclusive Trade

2017 Trade; Behind the Headlines

2018 Trade 2030

＜中国等の新興国の台頭＞

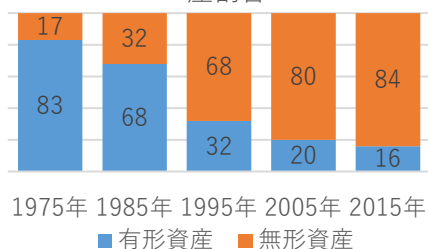
ASEANの輸入先比率の推移



＜無形資産投資で出遅れ＞

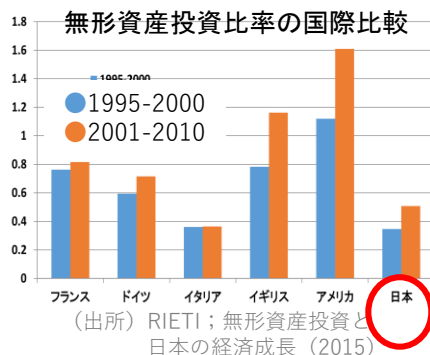
欧米企業が企業の価値を高めるために、無形資産により多くの投資を行っている中、日本企業の無形資産投資比率（無形÷有形）は低い水準にある。

S&P500の市場価値に占める資産割合



(出所) Ocean Tomo; intangible Asset Market Value Study (2017)

無形資産投資比率の国際比較



＜高い評価をどう維持していくか＞

日本企業は知名度、信頼性において世界で高い評価を受けている。しかし、これらを今度どう維持していくかという戦略において、明確な方針が定まっていない。

資産規模ランキング (Top 250)				尊敬される企業ランキング (Top250)			
1	米国	96社	38%	1	米国	67社	27%
2	中国	29社	12%	2	日本	43社	17%
3	日本	19社	8%	3	フランス	13社	5%
4	ドイツ	13社	5%	4	スイス	12社	5%
5	フランス	13社	5%	5	ドイツ	12社	5%
6	英国	13社	5%	6	韓国	12社	5%
7	スイス	9社	4%	7	中国	12社	5%
8	カナダ	9社	4%	8	英国	10社	4%

Forbes 2000 (2017)

SDGs (Sustainable Development Goals～持続可能な開発目標)

- ◆ SDGsは、2015年に国連が採択した、持続可能な社会の実現に向けた全加盟国共通の目標。17ゴール・169ターゲットからなる包括的なアジェンダ。
- ◆ 政府に加え、民間企業にも主体的な貢献を要請している。
- ◆ 日本政府は総理ヘッドのSDGs推進本部を立ち上げ。経団連もSDGsの達成を柱とした行動憲章改定を行った。

< 持続可能な開発目標 (SDGs) >

(2016年～2030年)

SDGsのコンセプト

- ✓ 2030年までに持続可能な社会をめざす、世界規模のマスタープラン。
- ✓ 途上国と先進国の双方を2030年に向かって牽引する世界の共通言語。
- ✓ 「誰一人取り残さない」を掲げ、包摂性を重視。
- ✓ 国家だけでなく、民間企業、市民社会、有識者などにも重要な役割を期待。
- ✓ 社会、経済、環境をめぐる広範な課題に取り組む。
- ✓ ターゲットを掲げ、手段や達成度を共有する。



< 日本の取り組み >

SDGs推進本部(官邸)の実施方針(2016年)

総理を本部長、官房長官・外務大臣を副本部長、全閣僚を構成員とする本部を設置し、日本政府の取り組みを議論。2017年12月に、日本政府の関連施策をまとめた「SDGsアクションプラン2018」を発表し、G20(2019年)や東京オリパラ(2020年)などを見据えた、日本のSDGsモデルの発信を目指す。

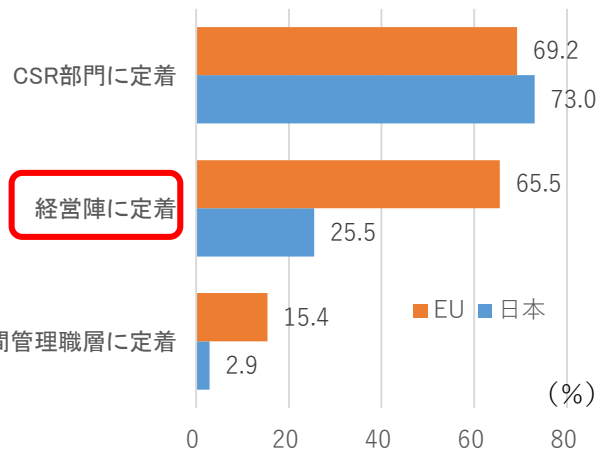
経団連の企業行動憲章(2017年)

2017年11月、経団連では、国際競争力の強化と社会課題の解決の両立をめざす「Society 5.0」の実現を通じたSDGsの達成「Society 5.0 for SDGs」を柱として、企業行動憲章を改定した。持続可能な社会実現に向けた企業の役割を明確化し、自社のみならずサプライチェーンにも行動変革を促していく。

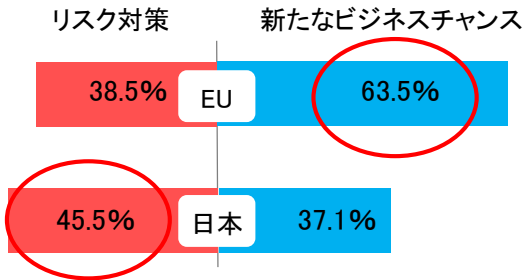
SDGsへの対応に遅れ

- ◆ 認知度や経営（本業）との紐づけにおいて、日本企業は欧米企業に遅れ
- ◆ SDGsの主流化は、課題先進国として日本を高く発信していく好機
- ◆ ビジネス環境の変化によりリスク・マネジメントも重要になっている
- ◆ SDGsをめぐる「攻め」の取り組みをグッドプラクティス化し、リスク回避の「守り」も支援

社内でのSDGsの認知度

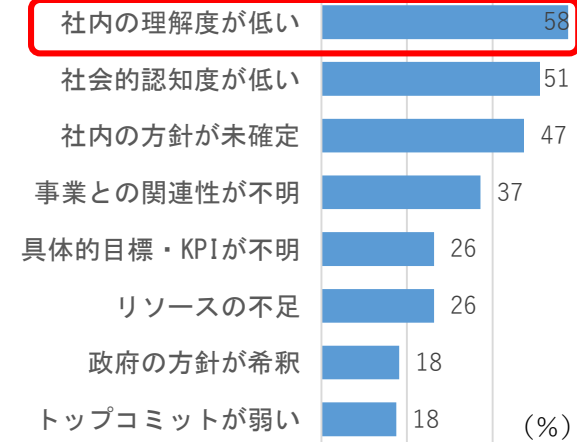


社会課題解決（SDGs等）の位置づけ



（企業活力研究所、2017）

SDGsを推進する上での課題



中小企業を中心に、
SDGsに関する認知や
対応に遅れが見られる

課題先進国を生かし・
発信していく好機だ
が、具体事例や情報不
足で動きが取れない

中堅・中小企業が好機
を生かせる「攻め」
と、リスクを減らす
「守り」の支援を両立

ルールが動くと、お金が動く

ルール
が動く



SDGsは「大きな国際標準」として
諸々の規制・ビジネスルール形成に強い
影響を及ぼし始める。
潮目が変わる。企業の責任が変わる



お金
が動く



環境・社会配慮を重視する企業、
無形資産投資を行う企業への経済的
インセンティブが拡大していく。

大手企業や政府・自治体が形成するエコシステムやサプライチェーンを通じて、徐々ではあるが、しかし確実にSDGsの影響は波及してくる

いまのビジネスは持続可能か！？

中小企業とSDGs（積極的な活用）

～選ばれる企業になるために～

- 実はSDGsを実践している企業は多い。自社のSDGs貢献を発掘し、いち早く取り組みを拡大・発信することで新たな差別化戦略に！（ピクトグラムの活用！ストーリー）
- 大きな国際標準のSDGsでPDCAを回し、経営を鍛え直してみる。SDGsの取り組みをコストダウンにつなげる！（ISO14001／ISO9001と同じ）
- 自社製品・サービスをSDGsのものさしで評価してみる。思わぬ付加価値や見落としとしていたリスクを発見し、自己改革につなげる！

便利
ツール

SDGsの観点で市場・社会から期待される基本的な事項について例示として整理したチェックシート。ISO26000（組織の社会的責任ガイド）やRBA（責任あるサプライチェーン行動規範）の国際規格をベースに関東経済産業局が作成した、中小企業向けのセルフチェック・ツール。

⇒ http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/seichou/sdgs_shien_model.html

身近にあるSDGs

- ✓地方創生・・・住み続けられる街、少子高齢化対策、防災
- ✓働き方改革・・・Work Life Balance、同一賃金同一労働
- ✓人材育成・・・質の高い教育、次世代への継承
- ✓女性活躍・・・ジェンダーバランス、子育て支援
- ✓外国人労働者・・・職場の多様性づくり、人権
- ✓健康経営・・・健康長寿、生産性向上
- ✓プラスチックごみ・・・脱プラスチック運動、海洋汚染防止
- ✓GHG削減・・・省エネ、再エネ、気候変動対策
- ✓東京オリンピック・パラリンピック・・・循環社会
- ✓大阪・関西万博・・・Society 5.0、未来創造

https://www.youtube.com/watch?v=z3foLsvz_kg

【外務省×SDGs】どれから始める？未来のために

SDGs型ルール(ガバナンス)の増加

- ◆ SDGsは企業やビジネスの役割や領域を規定する「国際標準」として位置付け。
- ◆ 企業活動を「いいモノ」→「いいコト」へと動員させる、SDGs型のルールや仕組みが増加。企業の社会的責任をより広義に捉え、促進させようという動きが加速。

ESG投資

環境(E)、社会(S)、企業統治(G)に配慮している企業を選別して行う投資のこと。キャッシュフローや収益率などの財務情報だけでなく、社会とのエンゲージメントや無形資産の蓄積などの**非財務情報を重視**することで、企業の持続可能性やリスク耐度などを測る。国連の責任投資原則(PRI)でも、ESG投資が推奨されている。**ESG投資残高は、世界の運用資産の3割(23兆ドル)**にも達し、日本でもGPIFなどの積極関与により認知が進んでいる。

ビジネスと人権

2011年、国連は「**ビジネスと人権に関する指導原則**」を策定し、サプライチェーンの透明化や人権デューデリジェンスなど、企業に人権尊重に関する情報開示を求めている。これに前後して、米国カリフォルニア州ではサプライチェーン透明法(2012年)、英国現代奴隷法(2015年)、フランス人権DD法(2017年)なども策定されている。

グローバル・コンパクト

1999年、国連アナン事務総長(当時)が提唱したイニシアチブ。各企業・団体が、持続可能な成長を実現するための**世界的な枠組み作りに参加する自発的な取り組み**。UNGCに署名した企業・団体は、人権の保護、不当な労働の排除、環境への対応、そして腐敗の防止に関わる10の原則に賛同するトップ自らのコミットメントのもとに、その実現に向けて努力することが求められる。

EU非財務情報開示指令

2014年、EUは非財務情報開示に関する指令を発表。2017年より、各国で順次運用が開始されている。同指令は、従業員500名以上の企業に対して、環境、社会、従業員、人権尊重、腐敗防止等の**情報を公表するよう義務付ける**。上場企業は、これに加え役員の多様性についても開示義務を負う。2017年、**METIも「伊藤レポート2.0」**にて、非財務情報の開示促進による価値協創のためのガイダンスを発表。

国際標準(ISO)

2010年、国際標準化機構は、従来の製品規格や管理規格に加え、ISO26000(社会的責任に関する手引)を発行、2017年にはISO20400(持続可能な調達手引)を発行し、**規範の規格化を進めている**。

プライベート・スタンダード

欧州を中心に、近年急速に普及した民間認証。調達基準が注目される2020年の東京オリパラを前に、日本でも注目されている。社会や環境配慮という点から、ブランド向上を目的としたものがある一方、取引の最低条件等を定めることによって、政府の規制を補完する新たな**民間のガバナンス手段としての機能を拡大**している。



ルールが動く ～新たなガバナンスづくり～

- ◆ 包摂性（Inclusiveness）や持続可能性（Sustainability）を求める国際社会の規範意識の高まりを受け、様々なレベルや領域で新たな企業ガバナンス（ルール）づくりが進む。
- ◆ 企業活動を規定し動員させるルールは、ビジネスの前提や競争環境を変容させていく。
- ◆ JETROは「企業のサステナビリティ戦略に影響を与えるビジネス・ルール形成」レポートを作成。

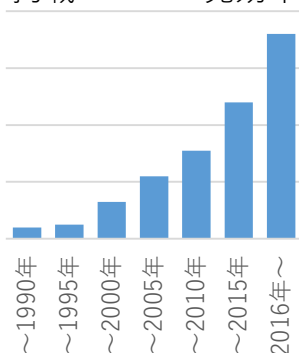
企業のサステナビリティ戦略に影響を与えるビジネス・ルール形成

SDGsの17ゴールで整理した
サステナビリティ型ルールのマッピング調査

JETRO

2018年5月
日本貿易振興機構（JETRO）
貿易制度課

掲載ルールの発効年



“ルール”とは？

1. 国・地域が定めた法令（規制・指令）
2. 国連機関等が採択した行動規範や原則
3. 国際機関等が定めた基準・規格
4. 民間や任意団体が定めたプライベート認証
5. 企業標準（国際的に影響力のあるもの）
6. 奨励制度、任意の資格など
7. ビジネスの仕組み、業界のイニシアチブ

5-2. 非財務情報・多様性情報開示に関するEU指令

rective 2014/95/EU 欧州域内の6000社が対象

ルール制定主体 主な対象地域 対象企業 主な対象産業 開示する主なSDGs

域内企業 (従業員数500人を超える社会的に重要な影響力のある企業)

企業業

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

8-5. Walmart サプライヤー基準

サプライヤーに対する人権保護、労働環境等に関する要求基準と遵守に向けたサポート

ルール制定主体 主な対象地域 対象企業 主な対象産業 開示する主なSDGs

ウォルマート

グローバル

ウォルマートのサプライヤー (従業員数100人以上の企業に属する企業)

小売業

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

目標12：つくる責任 つかう責任

持続可能な消費と生産のパターンを確保する

ルール制定主体 主な対象地域 対象企業 主な対象産業 開示する主なSDGs

ユニセフ

グローバル

ユニセフの加盟国 (193か国)

児童福祉

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

性別を押し付けない玩具の選び方や広告の推進

ルール制定主体 主な対象地域 対象企業 主な対象産業 開示する主なSDGs

Let Toys Be Toys

英国

Let Toys Be Toys (2012年11月～)

玩具

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

環境、人権、労働、多様性、気候変動

SDG達成に向けたターゲットと目標との関連

Let Toys Be Toys (以下、LTBT) は2012年11月に英国の玩具業界で設立された、性別平等を推進する民間団体である。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

LTBTは、玩具の性別平等を推進するための活動を行っている。

ご清聴、ありがとうございました。
Thank you for listening.