

SDGs企業を実現するための 戦略デザインシート



SMEビジネスコンサルティング合同会社
代表社員 中小企業診断士 岡本洋平

プロフィール



岡本 洋平

中小企業診断士 応用情報技術者

株式会社戦略デザインラボ 代表取締役

SMEビジネスコンサルティング合同会社 代表社員

長野県経営支援機構 専務理事 ほか

—専門分野—

次世代戦略（DX）の設計および実行支援など

経営人材の育成、ビジネス教育、SDGs支援など

マーケティング、Webマーケティング、補助金活用など



—執筆実績—

中小企業のSDGs経営推進マニュアル

SDGs時代の働きがい改革

近代セールス「商流分析」

など

SDGsの取り組みに関する現状と課題



SDGs達成に向けた貴社の取り組みは、今現在どういう段階でしょうか？（複数可）

認定時のまま	9	6%	活動取り組み中	55	36%
経営陣への浸透を図る段階	11	7%	3ヶ月以上活動し数値等を分析中	3	2%
組織全体への浸透を図る段階	48	32%	活動結果の情報発信中	9	6%
活動計画の策定中	16	11%			
合計：				151	100%

多くの企業が「浸透を図る段階」から「取り組み中」である

SDGsの取り組みに関する現状と課題



取り組みは順調に進展していますか？

はい	67	71%
いいえ	28	29%
合計：	95	100%

「いいえ」とお答えの方にお聞きします。
何が障壁になっていますか？

書籍やセミナーでは、具体的な取り組み
順序や方法まで書かれていないことが要因

人員不足	6	12%	函みの相談相手や仲間がいない	5	10%
組織体制の不備	12	23%	指導してくれる人がいない	5	10%
知識・経験不足	21	40%	その他	3	6%
合計：				52	100%



悩みや要望などで多かった声

- SDGsの取り組みを進めるための**具体的な方法を知りたい**
- 自社で**取り組めそうな事例、または他社事例を知りたい**
- SDGsの**さらなる浸透（企業内外含め）を進めてほしい**

SDGsの目的



そもそもSDGsに取り組む目的は？

⇒ **全てが持続可能であること**

環境、社会、経済が持続できるような
取り組みを行うことが、SDGsの目的

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



SDGsの各ゴールに紐づく取り組み



- ・ 寄付活動、物資提供
- ・ 教育支援
- ・ フェアトレード



- ・ オンライン学習
- ・ 出張教室
- ・ OJT、Off-JT



- ・ フードロスの削減
- ・ もったいない運動
- ・ こども食堂



- ・ 女性活躍（積極採用、積極登用）
- ・ 職場環境の整備
- ・ 産休制度、育休制度の充実



- ・ 有機食材、無添加食品
- ・ ヘルスケア商品
- ・ 健康トレーニング



- ・ NGOとの連携
- ・ 浄水器などの海外展開
- ・ 簡易トイレ、衛生商品

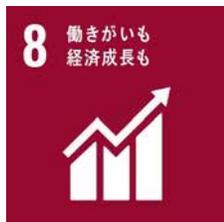
SDGsの各ゴールに紐づく取り組み



- ・ 自然エネルギーの活用
- ・ 使用燃料の削減
- ・ クリーンエネルギー関連商品



- ・ 高齢者や障害者の積極雇用
- ・ 海外人材の雇用
- ・ バリアフリー化



- ・ 特性に合った仕事の割り振り
- ・ チームの生産性向上
- ・ 職場環境の整備



- ・ 地域活動への参加
- ・ インフラ整備、空き家活用、住まい作り
- ・ 地元企業の積極活用



- ・ インフラ整備
- ・ BCPなどの整備
- ・ 産学連携による開発



- ・ 生産管理によるムダ削減
- ・ リユース品の活用
- ・ 適正なりサイクル処理

SDGsの各ゴールに紐づく取り組み



- エネルギー使用量の削減
- 緑化運動の推進
- 低燃費車への転換



- 暴力や脅迫的な言動の禁止
- 汚職、贈収賄の禁止
- 出自や政治観での差別禁止



- 有害物質の使用削減
- 過剰包装の禁止
- 海のゴミ拾い活動



- SDGs企業との協業
- 産官学金連携
- SDGs勉強会の実施



- FSC認証紙の採用
- ペーパーレス化
- 植樹運動

SDGsの取り組みにおける問題点と課題



- ゴールと取り組みは分かっても、取り組みの具体的な方法が分からない
⇒ 体系化された具体的なツールのようなものが必要

- SDGsの取り組み事例がなかなか見つからない
⇒ うまくいかなかった事例も含めた中小企業の取り組み事例が必要

現状は書籍やセミナー等の知識をもとに、探りながら取り組むことになる

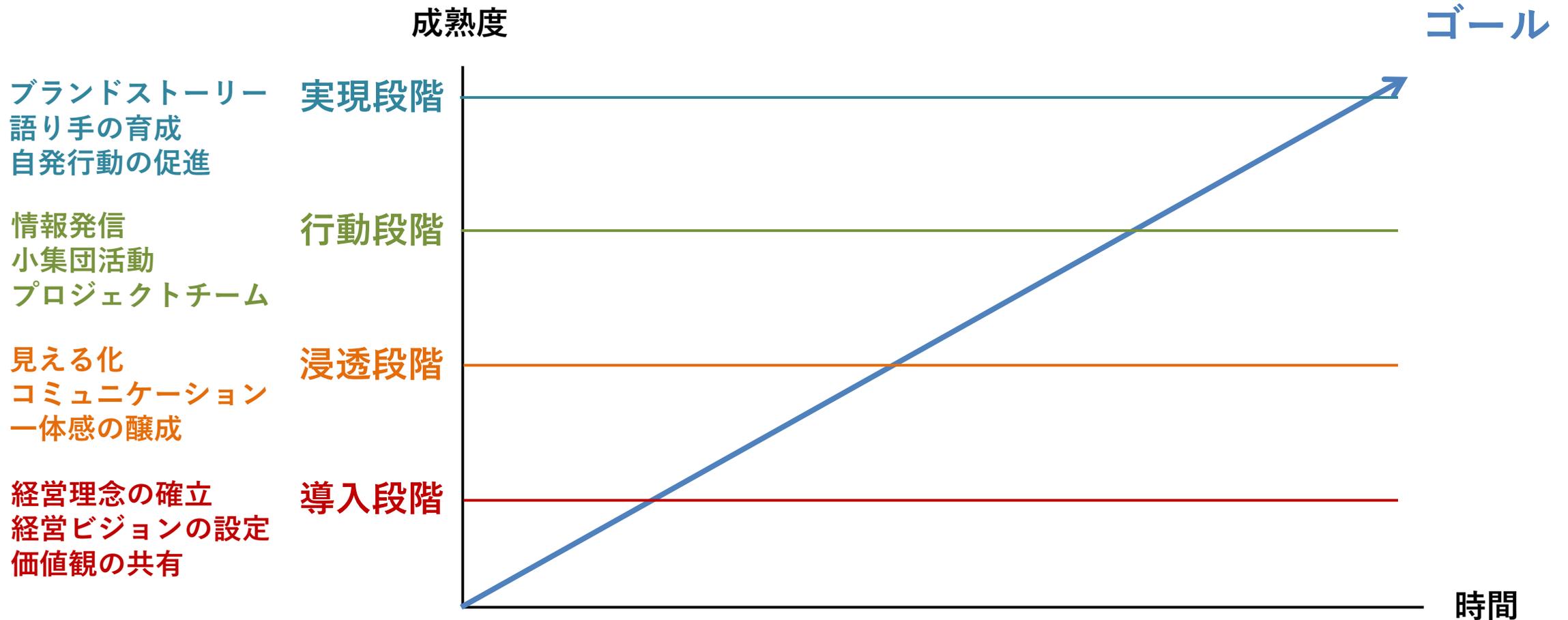
そのため、自社の取り組みの良し悪しや現在位置が分からない

⇒ 何に取り組めばよいか、自社の現在位置はどこか、を知るツールが必要

SDGsに取り組むためのマニュアル



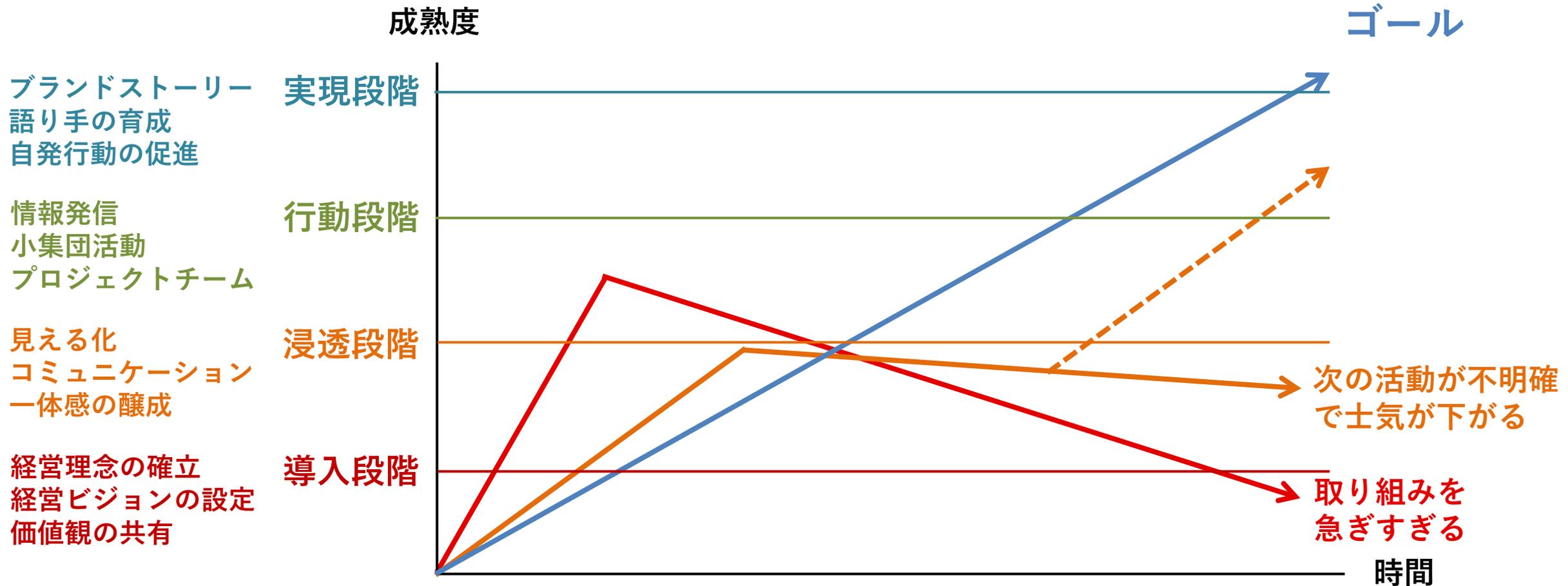
SDGs戦略デザインシート



SDGsに取り組むためのマニュアル



SDGs戦略デザインシート



SDGs戦略シート（導入段階）



① 導入段階（経営理念の確立・経営ビジョンの設定・価値観の共有）

- SDGsのゴールや価値観と自社の経営理念・経営ビジョン・価値観が一致していますか？
- 「環境」「社会」「経済」の課題解決を目指した理念やビジョンとなっていますか？
- 経営理念・経営ビジョン・価値観を社内で共有できていますか？
- 他者貢献のみならず、自社の持続可能性も考慮していますか？
- 従業員が納得する形で理念やビジョンを決めていますか？
- SDGsをもとに、どんなゴールに取り組むかが明確ですか？

SDGsの視点では、お客様や地域の皆様だけでなく、自社や自社で働く従業員のことまで考えられているかも非常に大事な視点

SDGs戦略シート（浸透段階）



②浸透段階（見える化）

- 毎年の経営計画や、2030年に向けた大まかな経営目標を社内で共有していますか？
- 自社の社風や組織文化、強みなどを把握していますか？
- お客様からの要望や自社の課題を社内で共有していますか？
- 自社の業務で滞っている部分や効率の悪い部分を把握していますか？
- 従業員一人ひとりの強みや弱みを把握していますか？

SDGsを社内に浸透させるためにも
経営状態を目に見える形にして
おくことは重要

SDGs戦略シート（浸透段階）



② 浸透段階（コミュニケーション）

- 自社の理念やビジョンについて話し合う、または確認しあう機会が設けられていますか？
- 役職、雇用形態、性別にかかわらず、すべての人の意見が尊重され、活躍できていますか？
- 短時間のミーティングや雑談ができるスペースを設けていますか？
- タスク共有ツールなどにより、誰がどの業務を行っているかを把握していますか？
- お客様、取引先、地域社会とのコミュニケーションを常にとっていますか？
- 社内での対話を重ね、SDGsを「自分ごと」と認識していますか？

コミュニケーションを先に改善し、そこから理念やビジョンを見直しても良い

SDGs戦略シート（浸透段階）



② 浸透段階（一体感の醸成）

- 自分以外に仲間の強みや弱みを把握し、助け合いの精神が生まれていますか？
- それぞれの強みや弱みを反映し、適材適所が実現できていますか？
- 組織内で常に感謝の言葉を伝える習慣ができていますか？
- 社内イベントや福利厚生が充実していますか？
- 知識やノウハウを互いに共有する機会を提供していますか？

個人の能力 < チームの生産性
お互いを理解し、強みで
弱みを補完しあう関係を作る

SDGs戦略シート（行動段階）



③ 行動段階（情報発信）

- SDGsの取り組みを外部に発信していますか？（Web、PR、地域紙、展示会、協業など）
- 取引先や顧客にSDGsの取り組みが伝わっていますか？（自社と価値観が合う方々への接触）
- 学生や若手世代にSDGsの取り組みが伝わっていますか？（職場体験、出張教室、自主活動）
- SDGsの情報を常に共有していますか？（自社の取り組み、他社の取り組み、世の中の情勢など）

中小企業が特に弱い部分が「情報発信」

手間をかけて認知度を高めるか、お金をかけて一気に周知させるか
自社の組織文化に合ったほうを選ぶとうまくいきやすい

SDGs戦略シート（行動段階）



③ 行動段階（小集団活動） ※SDGs企業として価値を高めるための取り組み

環境の課題に関する小集団活動を行っていますか？

ムダ削減、オンライン化、エシカル消費（倫理的な消費）、エコ活動など

社会の課題に関する小集団活動を行っていますか？

地域活動、出張教室、高齢者や女性の活躍、防災活動、寄付活動、障がい者支援など

経済の課題に関する小集団活動を行っていますか？

働き方改革、働きがい改革、社内イベント活動、勉強会、職場体験など

トップダウンで決めるのではなく、自社の目指すゴールをもとに現場と話し合いながら取り組みたいものに取り組んでいく

一方通行の貢献ではなく
自社および自分たちにも
価値をもたらす工夫をする

SDGs戦略シート（行動段階）



③ 行動段階（プロジェクトチーム） ※さらなる付加価値向上を目指すための取り組み

自社の付加価値を高めるためのチームや部門を発足させていますか？

- ・ SDGsに紐づく商品・サービス作りのチーム
- ・ 前工程や後工程も含め、SDGsに紐づく商品・サービスの改良を行うチーム
- ・ 他者との協業によるSDGs達成に向けたチーム
- ・ SDGsに関するイベント参加や表彰獲得を目指したチーム

広く浅く情報を集めながら取り組んでいくことがポイント

社内だけで頑張るのではなく
外部の知見やノウハウも取り入れ
ていくことが重要

SDGs戦略シート（実現段階）



④ 実現段階（ブランドストーリー）

自社の創業した経緯、創業者の想い、商品・サービスへの想い、取り組んでいるSDGsのゴールなどを、ストーリーとして構築し外部に発信していますか？

- ・なぜ自社が存在するのか？
- ・将来どのような貢献をしていきたいのか？
- ・そのための具体的な取り組みは何か？
- ・どのようなお客様に価値を提供しているのか？
- ・そこで働く人々はどのような人たちなのか？

SDGsで知名度の高い企業は
例外なく自社だけのストーリーを
持っている

SDGs戦略シート（実現段階）



④ 実現段階（語り手の育成）

一体感の醸成、小集団活動やプロジェクトチームでの活動をもとに、会社のストーリーと自身のストーリーを語るができる人材を育てていますか？

- ・自身のストーリー（過去はどんな人だった？ 今はどんな人？ 将来どうなりたいの？）
- ・会社と自身のストーリー（会社とSDGsを通じてどのような貢献をする？）

語り手を育てるには、自社内部への浸透と

自社外部への発信の双方ができていないと難しい

SDGsに取り組んでいる企業だけでなく
そこで働いている人々という視点も
SDGsでは重要

SDGs戦略シート（実現段階）



④ 実現段階（自発行動の促進）

SDGsという言葉を意識せずとも、自身の価値観に照らして行動することができますか？

「自律」的ではなく「自発」的な行動

- ・ 自律は自らの規範などに従って自ら進んで行動すること
- ・ 自発は自らの考えによって自ら進んで行動すること

「それ、面白そう！」

義務感ではなく、楽しさが加わればゴールに近づく

楽しそうだから、面白そうだから
SDGsに限らず、次世代の経営で
最も大事な視点

浸透段階でのポイント



②浸透段階では、外部からの声や評価を積極的に伝える

何のために取り組むか？取り組みがどう評価されているか？

自社の取り組みは他社と比べてどうなのか？

⇒現在の立ち位置や自社の良い部分が理解できる

行動段階でのポイント



③行動段階では、SDGsを達成するための課題を意識する

世の中には、環境・社会・経済でどんな課題が存在するのか？

また、今後課題となりそうなものは何か？

⇒ 自社の取り組みとマッチする課題であれば発信しやすい

SDGsに取り組む企業の成功事例①



デイサービス

- ①導入段階 ○ ②浸透段階 △
③行動段階 △ ④実現段階 —

介護＝ブラック、というイメージ

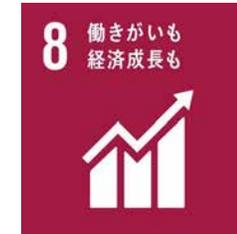
しかしこのデイサービスは、従業員の全員が

「おじいちゃんおばあちゃんのお話を聞くのが大好き」

そこで、「心から元気になれる」「全ての人为主役になれる」

というメッセージのもと、事業所の輪郭をはっきりさせた

それと同時に、SDGsで関連するゴールを紐づけた



「当たり前」を
当たり前前に発信



入所希望者が殺到、予約待ちに！

しかし今後は内部浸透を
しっかりさせることが重要

SDGsに取り組む企業の成功事例②



食品製造・販売

- ①導入段階 ○ ②浸透段階 ○
③行動段階 △ ④実現段階 —



食品ロス削減の取り組みを行うために
「もったいない」を社内に浸透させた

食べられる食品
を処分すること
への不満

SDGsに取り組む理由を「自分ゴト」化させ、「もったいな
い」に対して自発的に取り組ませるようになった
今後は「もったいない」を利用した商品開発など、さらに上の
取り組みを推進していく必要がある



自分ゴトにすることで
達成に向けた取り組みを
加速させる

SDGsに取り組む企業の成功事例③



精密プレス加工・金型製作

- ①導入段階 ○ ②浸透段階 ○
③行動段階 ○ ④実現段階 ?



事業の安定化と雇用の安定化に向け、SDGsのゴールを定めながらダイバーシティ経営に取り組む

誰でも同じ仕事
ができるという
視点

徹底的にITを活用し、生産管理や各種データのクラウド化を進めた結果、女性・高齢者・障害者・外国人と、多様な人材が活躍できる会社になった（特に情報の共有化、標準化）



働き方改革から
ダイバーシティ経営へ

SDGsに取り組む企業の成功事例④



自動車リサイクル

- ①導入段階 ○
- ②浸透段階 ○
- ③行動段階 ○
- ④実現段階 ○



従来より挨拶や5S活動を徹底し、社会貢献活動も行っていた
現在では廃棄物を回収・再利用して循環させる「静脈産業」の
けん引役としてSDGs達成を目指している

従業員が率先
して応募！

従業員による自発的な取り組みにより、SDGs推進企業として広く
認知されるようになった（SDGsアワードへの応募など）

現在では業界でも有数の知名度を誇る企業に



敬遠される仕事から
誰もが憧れる仕事へ

SDGsの取り組みでつまづくケース



内部浸透が不十分なまま難しいことに取り組んでしまう

- ・ SDGsを自分ゴトにできず、他人ゴトとなることで取り組まなくなってしまう

SDGsの取り組みそのものが目的となってしまう

- ・ 「何のためにやるのか」が不明確となり、一体感が無くなってしまう

SDGsに取り組んでも情報発信を疎かにしてしまう

- ・ 利益や知名度向上につながらず、結果的に取り組みをやめてしまう

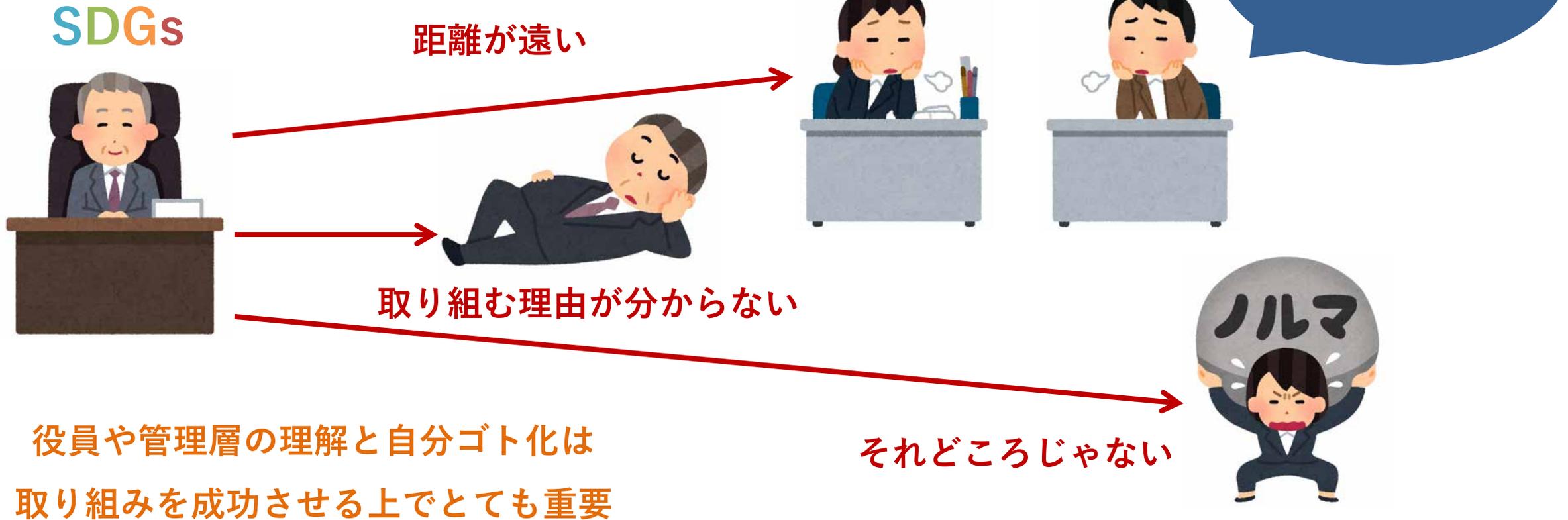
ターゲット顧客の絞り込みを忘れてしまう

- ・ 自社の価値を理解してくれるお客様を把握できず、収益につながらなくなってしまう

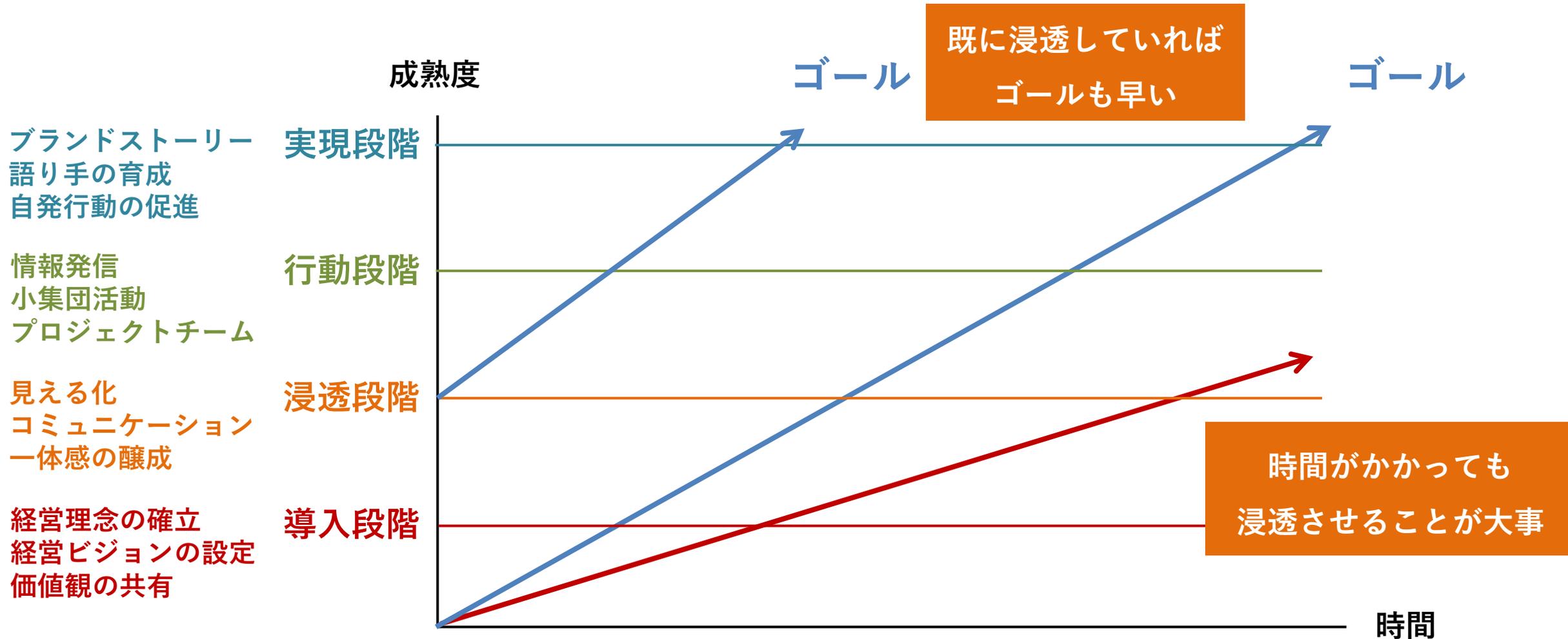
SDGsが内部浸透しない事例



SDGsが浸透しないケース



SDGsの取り組み まとめ



SDGsの取り組み まとめ



SDGsの取り組みを成功させるために

①導入段階

👉 SDGsに即した理念・ビジョン・価値観を明確にし、社内で共有することが大事

②浸透段階

👉 「なぜSDGsに取り組むか？」を明確にし、取り組みの土台を作る

③行動段階

👉 情報発信を中心にしつつ、小集団やチーム活動により自社の価値を高めていく

④実現段階

👉 お客様や地域の皆様だけでなく、取引先や社員も含めて「自社のファン」を増やす

SDGsの紐づけが難しい場合

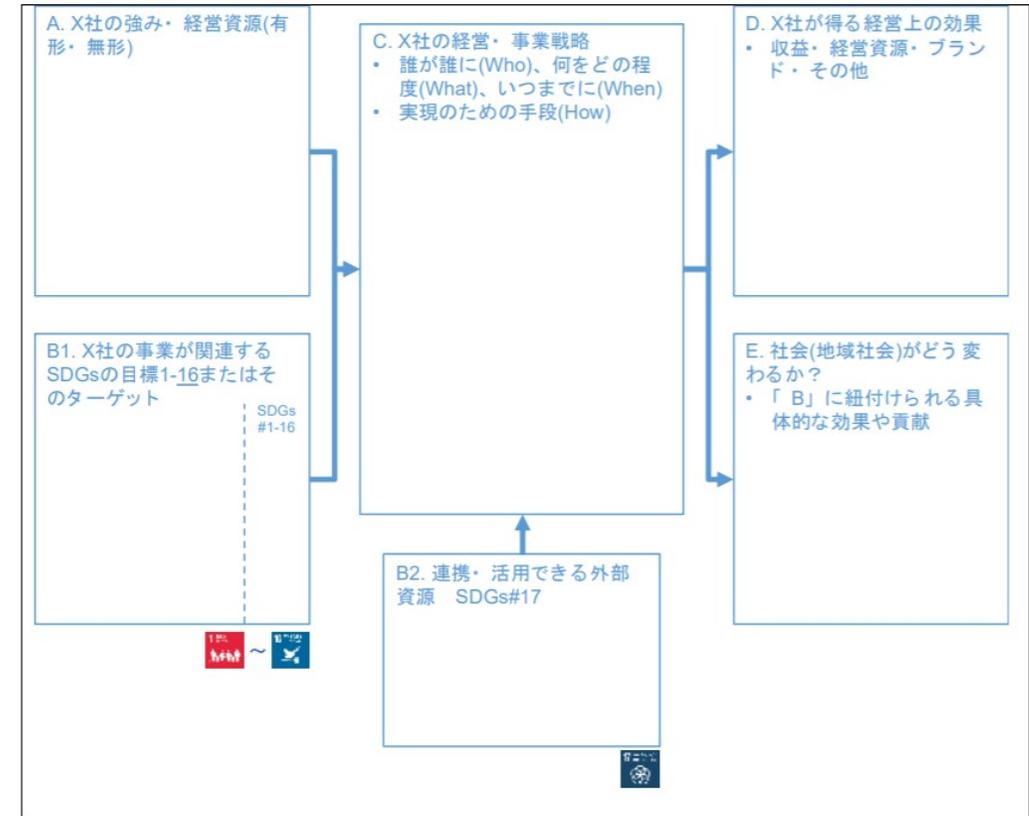


中小企業のSDGs経営推進マニュアル

SDGs中小企業診断士会の有志が共同で執筆した
マニュアル本

SDGsの取り組みを行うことが難しい場合は、
SDGsに詳しい中小企業診断士の支援を受けなが
ら取り組みを考えるのも効果的

図3-4 SDGs 経営推進フレームワーク



<https://www.j-smeca.jp/attach/kenkyu/honbu/r1/sdgs-keieisuisin.pdf>

SDGsウォッシュにご注意を



SDGsウォッシュ：あたかもSDGsに取り組んでいるように見えるが、
実際は取り組んでいない、または相反する活動を行うこと

自社の商流や組織体制、商品の原材料などを十分に把握していない
= **SDGsウォッシュの危険性が高くなる**

批判が起きた時は原因を内部で精査し、真摯に対応することが求められます
SDGsウォッシュを避けるためには、①基本理解と②内部浸透が重要になります

おわりに



持続可能な経済、持続可能な社会、持続的な環境

そして持続可能な地域のために

ぜひ自社にできるSDGsの取り組みを考え、

そして利益につなげてみてください

SDGs経営のヒントが満載の無料メルマガ

「中小企業のSDGs経営通信」もぜひご購入ください

中小企業のSDGs経営通信

検索

