



第16期サステナビリティ経営研究会 第3回研究会プログラム報告

《テーマ》 『SDGsと SCP』



▽基調講演 「アジアと日本の持続可能な消費・生産 ～SDGs目標 12 の実現に向けて～」

国立環境研究所 資源循環・廃棄物研究センター 循環型社会システム研究室室長 田崎智宏氏

SDGsは、過去 20 年の国際的な環境政策の一つの到達点であり、国際的に取り組むべき課題に対して新たなアプローチにチャレンジしている。SDGsは、「持続可能な開発」という包括的な課題に対して、あるべき姿としての到達点の目標を掲げるアプローチであり、その目標を達成したかどうかをチェックするために様々な指標が設定されている。国際的な SDGsは先進国と途上国がともに目標達成に貢献することが求められており、国だけではなく、全てのステークホルダーが実行主体となるものである。このように、SDGsとは、2030 年前での「やることリスト」であり、人類が最低限解決しなければならないものであることから、実行主体となる企業は SDGsを単なる目標として捉えるのではなく、ツールやチャンスとしてうまく活用していく必要がある。つまり、実行主体として、企業は SDGsをツールやチャンスとして捉える視点が重要である。

SDGsにおいて、目標 12「つくる責任、つかう責任」が謳われ、「持続可能な生産・消費形態を確保する」必要性が叫ばれている。これは従来から言われてきたものではあるものの、この SCP(sustainable consumption and production)の議論は、過去の議論の繰り返しではなく、現在の文脈における問題として捉えなおさなければならない。具体的には、グローバル化・新興国の台頭・情報技術の発展・少子高齢化などの動向を踏まえた上で、「1. what(何)に取り組むか」「2. how(どうやって)取り組むか」「3. who(誰が/と)取り組むか」を考える必要がある。

従来のように、情報提供と教育によって環境意識を高めるような情報提供と教育によって正しい認識が適切な行動をもたらすように働きかけるだけではなく、「環境目的以外の動機づけやインセンティブ」を活用したり、「行動できる状態」を作り出すような働きかけが今後は重要となる。もちろん、正しい認識と適切な行動のために情報を提供することは必要であるがそれだけでは不十分である。既存概念や慣習などを変えていくための個人・個企業レベルではないアプローチが今後はより重要となると考えられる。これを実現するためには、従来とは異なる違うアプローチを創出し、既存のアプローチとどう組み合わせると有効な取り組みとしていくかが必要である。

SCP の取り組みを促進するために、私がテーマリーダーとして参画している推進費 S-16 のアジア SCP 研究プロジェクトでは、4つの方向性と 12 の機会を取り組み検討の入り口として活用することを提案している。4つの方向性とは、(1)SCP の政策・取り組みの範囲が環境政策の領域から社会経済・技術政策の領域まで拡大していること、(2)生産と消費の相互作用を強化していくこと、(3)社会転換のアプローチを射程に入れること、(4)ボトムアップアプローチを重視することである。

今後は、「どう変わるか」を議論するのではなく、「どう変えるか」という主体性が重要となる。この意味では、実行主体は SDGsの範囲内のことだけではなく、範囲外のことの両方に目を向けなければならない。特に、日本は課題先進国であることから、SDGsとして国際合意された以外の問題動向にも留意することが重要となる。したがって、今後、企業は SDGsを追従するのではなく、SDGsをうまく活用していくことが重要となってくると考えられる。

## ▽講演「SCPのための地域指向サステナブルデザイン」

大阪大学 大学院工学研究科 教授 小林英樹氏

持続可能性とは、将来世代のニーズを損なうことなく、現在世代のニーズも満たすことが重要である。より具体的には、少ない資源消費ですべての人の基本ニーズを満たすことが必要となる。

従来、製品の経済側面と環境側面を両立させるためのデザインとしてエコデザインが重要視されてきたものの、最近では、エコデザインにライフサイクルに関わるステイクホルダーへの考慮が追加されて、経済側面・環境側面・社会側面という3軸の考慮が必要となっている。現段階においては、社会側面の項目については労働者の権利・消費者の権利・地域コミュニティ・健康と安全・ガバナンスなどステイクホルダーによる関与(社会的側面)の必要性が言われているものの、サステナブルデザインを実現する社会的側面をどのように考慮したら良いのか、その方法論はまだ研究段階にあるのが現状である。

現段階においては、製品やサービスの消費が幸福をもたらすと仮定した伝統的なモデルが考えられてきたが、「本当にあらゆる製品・サービスが等しく人間の満足度を向上させ、幸福をもたらすのか？」が問われなければならないと思われる。また、消費地域のシフトによって、将来の世界人口の大半は、現在の新興国・途上国で占められることを考えると、現在の先進国はマンパワーとしてマイノリティとなる。そのような状況の中で、途上国の現状として、経済成長中でモノが不足、収入は少ないが豊かになりたい、あるいは公害や環境汚染は避けたいということ考えた場合、今後は、人々の「充足性」の向上が求められるだろう。

これを前提とすると、日本企業がこれまでよく行ってきたように、良いものは売れるとして製品コンセプトは一切変えずに自国の基本製品を単にコストダウンして販売することや、理由がわからないままで調査会社の言いなりとなりニーズや生活文化を誤解して製品開発を行えば、新興国・途上国では失敗してしまう。さらに、製品自体は良い仕様であるものの、そこで使われている技術が一部高度であるために、現地技術者がそれを保守できず、保守部品も現地調達できないようなケースや、現地でリサイクルや適正処理できない材料を使用しているようなケースでは、公害・環境問題を引き起こしかねない。

こうした状況を避けるために、某韓国企業では一定期間の途上国滞在を義務化していたり、製品開発プロセスの設計レビューに対象住民が介入できるようにするといった取り組みがなされている。また、地元材を使用したり、基本ニーズを充足したり、地域技術と先進技術の融合をしたりと様々な取り組みが行われている。しかしながら、これらの知識は体系化されているわけではなく、仕組みが存在しているわけではない。これらは実践としてなされているにすぎない。したがって、サステナビリティは自明なものではなく、実践として実現される必要がある。

従来のマーケティング手法では、目標売上高が起点となり、顧客をセグメントした上で、魅力品質を刺激して購買意欲を高めることに取り組んできたが、SCPでは、「当たり前品質」を十分に提供することが重要となる。「当たり前品質」を提供するためには、日常生活における基本ニーズを充足するように製品群の総体をデザインしなければならない。私が提案している地域指向サステナブルデザインの枠組みでは基本ニーズを充足させるための「サティスファイヤ」の存在を仮定している。地域の時代状況を反映したサティスファイヤに関する研究は発展途上にあるものの、今後、SCPを実現するためには、「当たり前品質」を提供するために、人間の基本ニーズを実現するサティスファイヤについて考えていく必要があるだろう。