

「サステナビリティ・リーダーシップ」の構築に向けて

第15回

2012年は、ローマクラブの『成長の限界』から40年、国連の報告書『地球の未来を守るために』から25年、地球サミットから20年という節目の年となる。6月には「リオ+20」、10月には生物多様性条約COP11、12月には気候変動枠組み条約COP18が予定されている。2012年はサステナビリティ（社会・環境）課題を解決するための国際的な枠組みを作る好機にもかかわらず、国際社会の方向性がまとまる見通しは暗く、企業のリーダーシップへの期待が高まることが予想される。

今中 由希子(株式会社イースクエア コンサルティンググループ アソシエイト)

いまなか・ゆきこ◎2007年よりイースクエアにて環境・CSRコンサルティング業務に従事。主にサステナビリティ先進企業ネットワークThe Frontier Network(TFN)の運営を担当。海外の事例や調査に関するワークショップ、スタディツアー、ステークホルダー・ダイアログなどを手掛ける。

イースクエアが事務局を務めているサステナビリティ先進企業のネットワーク「The Frontier Network(TFN)」¹⁾では、2012年度のテーマとして「サステナビリティ・リーダーシップ」を掲げている。グローバルなサステナビリティ課題を機会と捉え、事業を通じた課題解決に率先して貢献しつつ、自社の価値向上にもつなげていく戦略的な企業活動について理解を深めていく予定である。今回はTFNで今年議論する「企業活動をサステナビリティ課題の解決に結びつける4つのキーワード」を紹介したい。

企業の競争優位性を高める

企業はサステナビリティ課題を解決する活動に取り組むことにより様々な価値を獲得することができる。企業の競争優位性を高めるのに貢献する価値も多く、特に重要な価値として「オープン・イノベーション」による社会・環境課題に対応した自社商品・サービスの提供、「サステナビリティ市場の創造と啓発」による従来にない市場の開拓、「バリューチェーン・マネジメント」によるリスク低減と事業の質的向上、「ステークホルダー・エンゲージメント」による自社のブランド価値および顧客ロイヤリティの向上が挙げられる。

① オープン・イノベーション

自社の枠内だけでイノベーションを追求するのではなく、異業種や研究者、途上国での消費者など枠を広げたコラボレーションを追求する。

② サステナビリティ市場の創造と啓発

自らが新たな標準を創ることで、サステナブルな市場の創出に貢献する。

③ バリューチェーン・マネジメント

バリューチェーンの上流から下流までを考慮してリスクと機会を見出し、全体の底上げを図る。

④ ステークホルダー・エンゲージメント

ステークホルダーと積極的に関わり合うことで、自社の価値創造につなげていく。

自社のサステナビリティ戦略を見直す

2010年に国連グローバル・コンパクトが行った調査によると、世界の766人のCEOのうち81%が、自社の戦略や業務にサステナビリティが既に「しっかりと組み込まれている」と返答している。しかし、これらの企業のうち、社会からサステナビリティ・リーダーとして評価されている企業はどれほどあるだろうか。

事業革新を通じて地球規模のサステナビリティ課題の解決に貢献することは、企業にとって競争戦略の一環としてこれまで以上に重要になってきている。TFNでは、サステナビリティに関する世界の先進事例や会員企業から多角的に学び、次の一手を考えるための場としてご活用頂いている。

また、自社の取り組みを客観的に評価し、強化すべき分野を把握することが重要であると考え、サステナビリティ・CSR経営度を自己診断するソフトウェアツール「サステナビリティ戦略診断」²⁾を提供し、自社の強み・弱みを整理し、改善に向けた計画づくりのご支援をしている。

様々な節目である2012年は、サステナビリティに向けて人類が何を成し遂げ、何が課題として残っているのか、振り返りの年となるだろう。企業にとっても、自社のサステナビリティ戦略を見直し、その改善に向けた施策を練り直すのに最適な年となるだろう。