

2020年度
SDGs推進委員会

報 告 書

2021年3月
協同組合青森総合卸センター

目 次

I. S D G s 推進にあたって	P 2
II. S D G s とは	P 3
III. S D G s 1 7 のゴールのキーワード・実践例	P 4
IV. 組合員企業の取り組み事例	
1. 株式会社リビエラ	P 6
2. リコージャパン株式会社 青森支社	P 10
3. 生活協同組合コープあおもり	P 12
V. 委員講評（あおもり創生パートナーズ(株) 竹内専務）	P 15
VI. 組合事業と S D G s	P 16
VII. 組合事業と S D G s 1 7 のゴール連関表	P 18
VIII. 組合員アンケート調査結果	P 20
IX. 今後の推進方策	P 28
X. 委員長総評（青森大学 櫛引教授）	P 30
XI. 委員会概要	P 32
XII. 資料編	
1. 組合事業	P 35
2. 健康宣言（全国健康保険協会 青森支部）	P 49
3. S D G s 県内企業アンケート調査結果（あおもり創生パートナーズ(株)）	P 51

I. S D G s 推進にあたって

「S D G s（エスディージーズ）」という単語をいろいろなところで見聞きすることが増えてきました。

単語は聞けど意味が分からない、それって本当に企業活動に有効なの？CSR とどう違うの？と思っている方もいるかもしれません。

S D G s は、経済面、社会面、環境面の幅広い課題の統合的な解決を目指すものであり、実現のために民間企業の積極的な関与が求められています。自治体や大企業では課題解決に向けた戦略的な取り組みが始められている一方、地方の中小企業へのS D G s の浸透は限定的です。

S D G s が目指す持続可能な開発目標を達成するためには「経済成長」「社会的包摂」「環境保護」という3つの要素の調和が欠かせないと言われています。今日、様々な企業のあらゆるビジネスにおいて、まさにこの3要素を重視したマネジメントが必須になってきています。

しかし多くの中小企業では「社内での認知度が低い」「取り組むメリットがわからない」「自社商品・サービスとの結び付きが弱い」など、S D G s の推進に課題を抱えています。

社会や環境のために自社が永続的に持続するためにも、中小企業がS D G s に取り組むことはとても素晴らしいことですが、具体的な取組方法がわからないため、S D G s の取り組みを開始できない企業が多いのが現実です。

そこで組合ではS D G s を推進するため、2020年度にS D G s 推進委員会を設置し、組合としてのS D G s への取り組み内容を検討し、本書にてとりまとめました。

今後は委員会での検討結果を踏まえ、2021年度を「S D G s 元年」と位置づけ、S D G s を意識した団地運営に取り組んでまいります。

組合員や関係団体への情報発信や普及啓発の取り組みなどを通じてS D G s に対する理解促進を図り、地域企業を巻き込みながら地域におけるS D G s 推進を進めていきたいと考えております。

II. SDGsとは

SDGs（エスディー・ジーズ）とは、Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略称で、2015年9月の国連サミットで採択された2030年までに国、自治体、企業、団体などあらゆる主体が関わって解決していくべき国際目標のことです。

気候変動や格差など、幅広い課題の解決を目指し、持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人として取り残さない」ことを誓っています。

日本では、CSR（企業の社会的責任）は利益の一部を社会に還元する活動だけを指すものと解釈されることが多くありました。持続可能性を重視するSDGsでは本業そのものにSDGsを考え方を組み込むことを推奨しています。そのため、ボランティアや寄付だけではなく、事業を行い、企業が収益をあげることが同時に社会や地球環境の改善につながるようなビジネスモデルが求められています。

2030年までに目標を達成するために、企業におけるイノベーションに期待されています。市場規模は12兆ドルとも言われ、グローバル企業のトップをはじめ多くの企業でSDGsへの取り組みが開始し、さらには、株式市場でも環境（Environment）と社会（Social）、企業統治（Governance）に配慮したESG投資に注目も集まってきています。

新たな事業機会の獲得や、リスクの低減、共通言語としてのコミュニケーションツールなど、企業活動に大いに活用できるため、SDGsに取り組む企業が増えています。

日本国内においても、2016年5月に、総理を本部長とするSDGs推進本部が設置され、SDGsへの取り組みが進められています。

青森県においても、2019年からスタートした青森県基本計画にSDGsの理念を踏まえた各種施策の展開を位置付けています。



Ⅲ. SDGs 17のゴール・キーワード・実践例

NO	タイトル	タイトル説明
1	 貧困	あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる
2	 飢餓	飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する
3	 保健	あらゆる年齢の全ての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する
4	 教育	全ての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する
5	 ジェンダー	ジェンダー平等を達成し、全ての女性及び女児の能力強化を行う
6	 水・衛生	全ての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する
7	 エネルギー	全ての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する
8	 成長・雇用	包摂的かつ持続可能な経済成長及び全ての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する
9	 イノベーション	強靱（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る
10	 不平等	各国内及び各国間の不平等を是正する
11	 都市	包摂的で安全かつ強靱（レジリエント）で持続可能な都市及び人間居住を実現する
12	 生産・消費	持続可能な生産消費形態を確保する
13	 気候変動	気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる
14	 海洋資源	持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する
15	 陸上資源	陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、並びに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する
16	 平和	持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、全ての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する
17	 実施手段	持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

キーワード						実践例		アイ コン
貧困						貧困や母子家庭を支援している 基金へ募金する	国際フェアトレード認証ラベル 製品を購入する	1 貧困 
食料	栄養	農業				地域の農業・漁業を応援する ため地産地消に取り組む	食品ロスを減らすため3010 運動に取り組む	2 飢餓 
健康	福祉	交通安全	ワクチン			健康経営に取り組む	交通安全運動に取り組む	3 健康 
教育	生涯学習	職業教育				従業員研修や職業訓練を行う	若者のキャリア教育のため インターンシップに取り組む	4 教育 
男女平等	女性参画					女性を積極的に管理職に登用 する	セクハラ防止対策に取り組む	5 ジェンダー 
飲料水	下水施設					節水を心がける	水を育む森林の整備や保全 活動に参加する	6 水・衛生 
エネ ル ギ ー	再生可能	クリーン エネルギー	効率改善			再生可能エネルギーを導入 する	省エネのため徒歩・自転車・ 公共交通機関を推奨する	7 エネルギー 
経済成長	雇用創出	働きがい	技術向上	生産と 消費	若者の 就労支援	会社の事業を通じて地域経済 と雇用に貢献する	働き方改革に取り組む	8 成長・雇用 
インフラ 改良	持続可能 な産業化	産業改善	資源利用 効率向上			設備投資を行い、事業の 効率性・継続性を高める	技術革新に継続して投資する	9 イノベーション 
格差是正	機会均等					障がい者を雇用する	育児休暇や介護制度の利用を 促進する	10 不平等 
輸送 システム	都市化 促進	自然遺産 保護	災害対策	廃棄物 管理	まち づくり	花苗を植栽し景観に配慮する	三内丸山遺跡の保全活動に 協力する	11 都市 
持続可能な 生産と消費	資源管理	食品廃棄 半減	廃棄物 発生削減			環境保全を認定するエコマーク 商品を積極的に購入する	ごみの削減に取り組む	12 生産・消費 
自然災害 適応強化	気候変動 対策					節電や省エネ電化製品へ切り 替える	防災訓練の実施や備蓄品を 用意する	13 気候変動 
海洋汚染 防止	健全な 海洋実現	ごみ削減	プラスチック ごみ			海岸のごみ拾いに参加する	プラスチック削減のためマイ バックや紙ストローを利用する	14 海洋資源 
森林減少 阻止	劣化森林 回復	劣化土地 土壌回復				植林活動に参加する	ペーパーレス化に取り組む	15 陸上資源 
犯罪根絶	汚職減少	参加型 意思決定				防犯カメラを設置して犯罪抑止 に貢献する	法令順守を徹底し、コンプライ アンス経営を強化する	16 平和 
国際支援	グローバル パートナーシップ	公的・官民・ 市民社会	パートナー シップ 推奨			異業種企業や行政、大学と連携 してSDGsに取り組む	SDGsに取り組む企業へ投資 や支援を行う	17 実施手段 

IV. 組合員企業の取り組み事例

1. 株式会社リビエラ

①取り組んだきっかけ

経済産業省の ZEB（ネット・ゼロ・エネルギー・ビル）担当の方とお会いする機会があり、その方から SDGs のバッジを頂いたことに始まります。

そこから、SDGs について独自に調べたところ、当社の事業そのものが SDGs の目標にマッチしているということを知りました。また「誰も置き去りにしない」という理念に共感したことから、弊社でも何か出来ることが無いだろうか、弊社が出来ることとして、まずこの問屋町から SDGs の認知度を高め、普及させていきたいという考えに至りました。

②取り組み内容

(1) 自社事業を通した取り組み

当社の事業は、地下水熱を利用した省エネ・エコ装置の開発と施工です。

具体的には、地下水熱を利用した融雪・冷暖房・給湯・冷凍冷熱・空調設備の開発と施工を行っています。

a. 現在の事業

事業	特徴	関連項目
①地下水熱利用 融雪事業	地下水熱が熱源となる為、化石燃料（灯油等）を使用しません。 そのため、原油価格の高騰や電気料金に左右されず、経済的かつ環境に配慮した雪対策が可能です。	    
②地下水熱利用空調 設備事業	外気を使用した空冷式ではなく、水冷式の空調設備となるため、室外機を外に設置する必要が無く、排熱・排風・騒音をゼロにすることができます。 これにより、ヒートアイランド現象や室外機による騒音問題を解消することができます。	     
③地下水熱利用冷熱 設備事業	主にスーパーマーケットのショーケース等に利用されており、電気デマンド（電力料金算出に使われる電力値）削減に貢献しています。	    

b. 3年以内の実現を目標としている事業

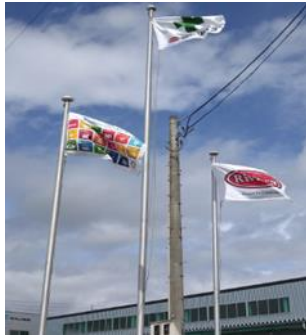
事業	特徴	関連項目
①地下水熱を利用した農業	通年栽培（水撒き、日射量等の全自動化） 通年栽培で育てた農作物の販売（6次産業化） 作業を自動化することで、人手不足を解消する	  
②地下水熱を利用した漁業	陸上での養殖事業（温度管理等の全自動化） 作業を自動化することで、人手不足を解消する	   
③地下水熱を利用した酪業	牛、豚、鶏の飼養管理（餌やり、排泄物の処理等の自動化） 作業を自動化することで、人手不足を解消する	  

c. 海外（近隣国）への展開

事業	特徴	関連項目
①鑿井（さくせい）事業	井戸業界の人手不足を解消する 鑿井（さくせい）技術・ノウハウの共有 途上国の生活環境（水環境）の改善	  

(2) 視覚的普及活動

- a. SDG s のアイコンをパンフレットなどの発行物に掲載
- b. 社員の SDG s バッジ着用
- c. 会社入口に SDG s の旗、看板を設置
- d. S D G s 17 のゴールをシャッターマーキング実施
- e. 社用車に S D G s ステッカー貼付



(3) 社会貢献活動

- a. ペットボトルキャップの回収・分別を通じて、世界の子供たちへのワクチン支援
- b. NPO 法人「コミュサーあおもり」、NPO 法人「フリースクール あおもりサニーヒル」、NPO 法人「カタリバ」、国境なき医師団への支援



③取り組んだことによる効果・感想

S D G s のロゴの看板、旗、パンフレットを作成、新聞社への広告掲載などにより、社内外に対して S D G s の視覚的普及を行ったところ、その効果として自治体や他企業様との情報交換の機会を得ることができ、以下の新たな取り組みを進めることとなりました。

(1) R E 1 0 0 アクション

青森県庁 エネルギー開発振興課の職員の方へ弊社の事業についてお話する機会をいただき、弊社の S D G s の取組をお伝えしました。

その際に企業、自治体等で使用している電力を 100%再生可能エネルギーへ転換、促進する枠組み「R E 1 0 0 アクション」をご教示いただき、弊社でも参加することとなりました。

「R E 1 0 0 アクション」参加に伴い、弊社で使用している電力を年内に「みんな電力※1」へ切り替えることを予定しており、再生可能エネルギーの更なる普及に努めていきます。

※1 東京都世田谷区でエネルギー事業を展開している、小売電気業者。全国にある再生可能エネルギー発電所の電力を「どこで」「だれが」「どのような方法で」発電しているかを知ったうえで購入することができる。（第 4 回ジャパン S D G s アワード 内閣総理大臣賞受賞。）

(2) 日本たばこ産業（J T）様との情報交換

東奥日報に掲載されていた、「GOALS START!」（地元企業が取り組んでいる S D G s を紹介した記事）をきっかけに、S D G s についての情報交換の機会を頂くことができました。

地元中小企業の S D G s に対する認識、青森総合卸センター S D G s 推進委員会での活動、これからの弊社の展望等をお話させていただきました。相互に協力し、青森での S D G s 活動を広めていくことで一致しました。



2. リコージャパン株式会社 青森支社

①取り組んだきっかけ

リコーグループは以前よりグローバル企業として環境問題やリサイクルへの取組をしていたこともあり、必然的に全社の方針とリンクした事業活動に進化し各地域で具体的な目標を策定しました。

②取り組み内容

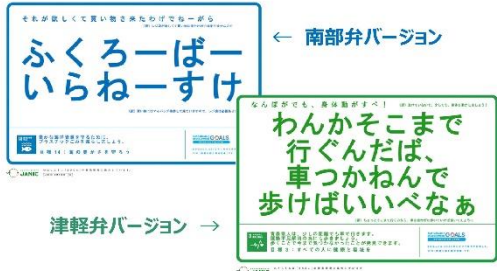


青森支社の活動

●SDGsイベントの開催・運営支援



●SDGs 青森県版“ひとこと多い貼り紙”の展開



●ファミリーデーの開催



●オンラインイベントの開催・お客様の運営支援



青森支社の活動（地域貢献）

RICOH
imagine. change.

● 障がい者雇用に向けた 企業紹介、職業体験



● 収集ボランティア（ペットボトルキャップ、使用済み切手）



● 出張バスによる献血協力



● オンライン青森夏祭りへの 協賛・運営支援



③ 取り組んだことによる効果・感想

- (1) 社員の目的意識が芽生えた「何のために働くのか」「自分の仕事がどんなことに繋がるのか」
- (2) 社員同士、家族、地域のみなさん、青森の自然の恵みなど、周囲の方や環境への感謝がもてるよう
になりました
- (3) 職務を通じて SDG's に関わることを伝えることや一緒にゴールを目指すことを牽引する使命感を持ち
始めました

⇒こういった社員の“あり方”が地域から評価されるようになり“選ばれる会社”（顧客からも学生からも）
になってきました

3. 生活協同組合コープあおもり

① 取り組んだきっかけ

日本生協連は、2018年6月15日に開催された、第68回日本生協連通常総会にて「コープSDGs行動宣言」を採択しました。日本の生協は、「生協の21世紀理念（1997年総会決定）」のもと、助け合いの組織として、誰もが笑顔でくらすことができ、持続可能な社会の実現をめざし、様々な取り組みを進めてきました。誰も取り残さないというSDGsのめざすものは、協同組合の理念と重なり合っています。

コープあおもりでは上記を受けて、これまで取り組んできた事業や活動が、SDGsのめざすものに通じること、また取り組みを17の目標と重ね合わせ、まずは知ることから取り組みを開始しました。

※「コープSDGs行動宣言」

第68回日本生協連通常総会・特別アピール

コープSDGs行動宣言

私たち生協は、SDGs(持続可能な開発目標)

私たちは、「生協の21世紀理念(1997年総会決定)」のもと、助け合いの組織として、誰も取り残さないというSDGsのめざすものは、協同組合の理念と重なり合っています。私たちは、以下の7つの取り組みをつづけて、

に貢献することを約束(コミット)します。

誰もが笑顔でくらすことができ、持続可能な社会の実現をめざし、様々な取り組みを進めてきました。あらためて持続可能な社会の実現に向けて取り組むことを、「SDGs行動宣言」としてまとめました。世界の人々とともにSDGsを実現していきます。

持続可能な生産と消費のために、商品とくらしのあり方を見直していきます

私たちは、「つくる責任」と「つかう責任」の両輪を推進させ、持続可能な社会づくりをめざします。国内外の人々、そして寄りある地球資源へ思いをはせ、商品の開発と供給を進めます。学習活動を通じて、エンカ消費や持続可能な社会に関する理解を促進し、私たち自らの消費行動やくらしのあり方を見直していきます。

〈関連するSDGsの主な目標〉
目標12(つくる責任、つかう責任)
持続可能な生産消費形態を確保する。

〈関連するSDGsの目標〉
目標12(つくる責任、つかう責任)
目標13(気候変動)

地球温暖化対策を推進し、再生可能エネルギーを利用・普及します

私たちは、地球の持続可能性を担う気候変動の脅威に対して、意欲的な温室効果ガス削減目標(2030年削減目標)を掲げ、省エネルギーと再生可能エネルギーの導入に積極的に取り組みます。再生可能エネルギーの電源開発や家庭用電気小売を拡げ、原子力発電に頼らないエネルギー政策への転換をめざします。

〈関連するSDGsの主な目標〉
目標7(エネルギー)
すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する。

目標13(気候変動)
気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる。

健康づくりの取り組みを広げ、福祉事業・助け合い活動を進めます

私たちは、食生活、運動、社会参加の観点から健康づくりを進めます。安全・安心(まも)とより、より健康な食生活に向けた商品開発と組合員活動を進めます。生活習慣病や介護予防など「予防」を重視し、福祉事業や助け合い活動を広げ、自治体や関係団体と連携し、地域包括ケアシステムのネットワークに参画します。

〈関連するSDGsの主な目標〉
目標3(健康)
あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する。

〈関連するSDGsの目標〉
目標3(健康)
目標5(ジェンダー平等)

誰もが安心して暮らし続けられる地域社会づくりに参加します

私たちは、誰一人取り残さず、安心してくらし続けられる地域社会づくりに参加します。自治体や関係団体との連携を大切にしつつ、地域の見守り、移動販売や配食事業など、生協の事業や活動のインフラを活用し、地域における役割を担います。

〈関連するSDGsの主な目標〉
目標11(持続可能な都市)
包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間居住を促進する。

〈関連するSDGsの目標〉
目標11(持続可能な都市)
目標12(つくる責任、つかう責任)

ジェンダー平等(男女平等)と社会づくりを推進します

私たちは、地域における活動を通じて、社会のジェンダー平等と多様な人々が共生できる社会の実現に貢献します。女性も男性も、誰もが元気に、生きがいを持って働き続けられる社会づくりを進めます。

多様な人々が共生できる

〈関連するSDGsの主な目標〉
目標5(ジェンダー)
ジェンダー平等を達成し、すべての人々の及び女性の能力強化を行う。

〈関連するSDGsの目標〉
目標5(ジェンダー)
目標12(つくる責任、つかう責任)

世界から飢餓や貧困をなくし、子どもたちを支援する活動を推進します

私たちは、誰一人取り残さない世界をめざして、世界が抱える問題についての理解を深め、助け合いの精神を置き、ユニセフ基金などに取り組み、世界の子どもたちを支援します。[貧困]の連鎖をなくしていくために、子どもの貧困について学び、話し合う活動を広げ、子ども食堂やフードバンク・フードドライブなどの取り組みを進めます。

〈関連するSDGsの主な目標〉
目標2(飢餓をなくす)
あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる。

〈関連するSDGsの目標〉
目標2(飢餓をなくす)
目標11(持続可能な都市)

核兵器廃絶と世界平和の実現をめざす活動を推進します

私たちは、「核なき世界」の実現のために、世界の人々と手を携えて、核兵器を廃絶し、平和な社会をめざす取り組みを進めます。私たちは、次の世代に核廃絶・戦争体験を継承し、日本国憲法の基本原則である平和主義のもと世界平和の実現に積極的に貢献します。

〈関連するSDGsの主な目標〉
目標16(平和)
持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を確保する。

〈関連するSDGsの目標〉
目標16(平和)
目標12(つくる責任、つかう責任)

②取り組み内容

「SDGs（エスディー・ジーズ）ってなに？」

聞きなれないSDGsという言葉だったので、組合員と職員は、学習活動を通じて内容を深めていきました。特に2019年「2月のつどい」では、県内6地域（青森、弘前、八戸、むつ、五所川原、十和田）の各地域でCOOP商品を通して身近にある「エシカル消費」「SDGs」の学習を行いました。

※つどいとは…小中学校区や町村などの単位で、地域の組合員が参加して開催する集まりです。
生協の事業や活動を話題に、学習や交流を行います。



【青森地域沖館こ〜が委員会 2月のつどい SDGsの学習】



【平和行進 目標 16 平和の取り組み】



③取り組んだことによる効果・感想

S D G sについて学習を進めていくと、組合員からは、『今まで生協が取り組んできた事業や活動はS D G sのビジョンと重なるものが多く、手が届かないような大きな目標ではなく身近な目標ではないか』という感想が多数寄せられました。

また、一人ひとりが自分事と捉えて日々の生活や意識を変えることにより、小さな積み重ねが、S D G sにつながっていることを効果として実感してもらえたと感じています。

V. 委員講評

あおり創生パートナーズ株式会社
専務取締役 竹内 紀人 氏

協同組合青森総合卸センターが、「SDGs推進委員会」を組織して、SDGsの普及に取り組む」と聞いたとき、驚きを禁じ得ませんでした。SDGsは、昨今、耳にすることが多くなった言葉ではあるものの、「なんとなく概念的で、よくわからない」、「世界的な目標と言われても地方の中小企業にできることがあるのか」といった声を、何人かの経営者から聞いていたからです。

そんな、大切だけれど理解するのが難しい「SDGs」の普及に、地方の卸センターが真正面から取り組むというのです。全国的にも珍しいとみられる本委員会にありがたくもお声がけをいただき、大いなる学びを得ました。

第一回目の委員会では早速、あおり創生パートナーズ（ACP）が昨年4月に実施したアンケート結果を解説しました。県内企業の皆さまがSDGsを自分事に出来ていない—という結果でした。

それでも、これから動かして行けそうだったのは、報告書に記載の3社から、取り組み事例を聞かせていただいたお陰です。

㈱リビエラの取り組みでは、社長自らが自社の事業とSDGsの親和性に早くから気付き、また、「誰も置き去りにしない」SDGsの理念への共感が強かったことが印象的でした。本業を常にSDGsの視点から考え続け、また、SDGsの先進企業として、17のゴールのシャッターマーキングなど、社内外への視覚的普及に向けたリーダーシップが素晴らしいです。

リコージャパン㈱青森支社は、「グローバル企業の出先だから当たり前SDGs」という取り組みではありません。自分たちの置かれた環境や使命感を、青森支社としてきちんとマネジメント出来ているから、地域支社独自の動きができます。社員からアイデアが湧き出てくる仕組みがあります。上に言われたからやるのではなく、普段からのアイデア満載の取り組みに、SDGsの目標がきちんと関連付けられている点が素晴らしいのです。

生活協同組合コープあおりは、成り立ちが「相互扶助」を旨とする組合組織なので、SDGsに重なりやすい強みがあります。しかし、生来の理念をSDGsに転化して、お客様とともに学び続けることは、簡単にできることではありません。消費者と直結している業種であればこそ、17の大きな目標に向け、自分たちにできる小さな勉強会や事業を積み重ねていることに感銘を受けました。

第二回委員会のハイライトは、卸センターの各種事業をSDGs17の目標に仕分けしたことです。これはSDGsを身近な形に可視化するという意味で優れた試みでした。当初の控えめな該当マークが、第三回委員会では大幅に増えたこと、これこそがSDGsの理解です。自分の行動を、胸を張ってSDGsと紐づけることが出来るかどうか。SDGsの理解と実践に不可欠の要素でしょう。

第三回目の委員会は総まとめということで、組合員アンケートの結果と今後の取り組みについての議論でした。ACPのアンケートシートを適宜援用した設問で、組合員のSDGsに関する理解と行動が、青森県内企業全体よりは少し上回っているが、水準的にはまだまだであることが、改めて明らかになりました。

しかしながら、回答でも見られた「何をしたらいいかわからない」という呟きへの答えは、かなりの部分、3社の先行事例の中に隠れているような気がします。報告書の冒頭にあるように、「委員会での検討結果を踏まえ、2021年度を『SDGs元年』と位置づけ、SDGsを意識した団地運営に取り組む」ならば、早晩、地域企業を巻き込みながら地域におけるSDGsを協同組合青森総合卸センターがリードしていくことは、十分に現実味のあることだと考えます。

より大きな枠組みでの啓蒙普及活動は、行政部門にまかせるとしても、実践的なSDGsの普及には、民間企業群の活動が不可欠です。青森市問屋町発のSDGs普及モデルの構築に大いに期待いたします。

以上

VI. 組合事業とSDGs

協同組合青森総合卸センターは、昭和 42 年に組合員 42 社で設立された青森県で最初にできた卸商業団地です。昭和 59 年の第二次拡張を経て、現在は、問屋町と第二問屋町を合わせた総面積約 158 千坪（520 千㎡）を有し、組合員 133 社、団地内従業員約 2,700 人、団地内年間総販売額 1,200 億円にまで成長し、青森市で最大の流通拠点です。

卸団地内には、共同倉庫 3 棟、共同物流センター 1 棟、共同駐車場約 1 千台を有し、関連施設として地方銀行や簡易郵便局、地方新聞社が進出しています。公共施設としては、平成 15 年に青森中央インターチェンジが卸団地前に開通したほか、大規模なイベント施設である青森産業会館、青森市はまなす会館等も設置されており、業務流通地区として、県内有数のインフラ整備がなされています。

組合創立 50 周年を機に、次の 50 年間も卸団地として存続し続け「ビジネスパーク」へと飛躍するため、経済的価値創出事業、社会的価値創出事業、文化的価値創出事業の「3つの価値」を創出する事業セグメントを重視した組合運営に取り組み、他地域との差別化を図るとともに組合員へ高い付加価値を提供しています。

委員会では、組合の既存事業をSDGs 17のゴールにあわせて整理しました。多岐に渡る組合事業をわかりやすく整理するため、SDGsを切り口に組合が行っている事業内容をひとつずつ評価しながら一覧表に落とし込むことで見える化を図りました。

初めは少し遠慮気味に該当するゴールを当てはめていましたが、委員から「SDGsをより広義にとらえたほうがよい」「組合事業はもっと当てはまるゴールがある」との指摘を受け、SDGsへの理解を深めながら作成した結果、組合の事業は既にSDGsと多くの接点を持っていることがわかりました。

また、ゴールごとの関連度合を比較すると、「⑧成長・雇用」「⑪都市」「③保健」に関するものが多いこともわかり、企業が取り組みやすい、取り組むべきSDGsが見えてきました。

組合事業とSDGs 17のゴールの関連ランク

タイトル	キーワード			●	▲	計	比率	ランク
 ⑧成長・雇用	経済成長	雇用創出	働きがい	62	8	70	28.2%	A
 ⑪都市	輸送システム	災害対策	まちづくり	39	3	42	16.9%	A
 ③保健	健康	福祉	交通安全	21	0	21	8.5%	A
 ⑰実施手段	公的・官民・市民社会	パートナーシップ推奨	国際支援	15	0	15	6.0%	B
 ⑨イノベーション	インフラ改良	持続可能な産業化	産業改善	7	6	13	5.2%	B
 ⑮陸上資源	森林減少阻止	劣化森林回復	劣化土地土壌回復	6	7	13	5.2%	B
 ⑫生産・消費	廃棄物発生削減	食品廃棄半減	資源管理	11	0	11	4.4%	B
 ④教育	教育	生涯学習	職業教育	9	1	10	4.0%	C
 ⑭海洋資源	海洋汚染防止	プラスチックごみ	健全な海洋実現	4	5	9	3.6%	C
 ①貧困	貧困			8	0	8	3.2%	C
 ②飢餓	食料	栄養	農業	5	1	6	2.4%	C
 ⑤ジェンダー	男女平等	女性参画		6	0	6	2.4%	C
 ⑩不平等	格差是正	機会均等		6	0	6	2.4%	C
 ⑦エネルギー	エネルギー	再生可能	クリーンエネルギー	4	1	5	2.0%	C
 ⑯平和	犯罪根絶	汚職減少	参加型意思決定	5	0	5	2.0%	C
 ⑥水・衛生	飲料水	下水施設		4	0	4	1.6%	C
 ⑬気候変動	自然災害適応強化	気候変動対策		4	0	4	1.6%	C
			計	216	32	248		

●：該当
▲：関連あり

Ⅶ. 組合事業とSDGs 17のゴール関連表

大項目					経済的価値創出事業																										
中項目					収益事業						サポート事業							環境事業						交通対策事業							
					業務委託事業	金融事業	共同駐車場事業	共同物流事業	共同倉庫	共同多頻度サービス	共同施設管理事業	高度化事業	情報事業	団地再整備事業	問屋町ゴルドカード	共同求人事業															
小項目					簡易郵便局	保険代理店	VAN会社	転貸	組合員貸出	物流センター	共同倉庫	トラクタボックス	施設賃貸	地造成	組合員新築・改築	卸センター・ビジネス	広告看板	パンフレット		合同企業説明会	ごみ個別収集	紙製パレット等	缶・ベクトボトル	蛍光灯回収	除雪用具貸出	合同清掃	除排雪事業	街頭指導	無事故コンクール	交通安全グッズ寄贈	
該当ページ ※資料編 組合事業P35～P48					P36				P37	P37	P37	P37	P38	P38	P38	P38	P39	P39	P40	P40	P40	P40	P41	P41	P41	P42	P42	P42			
1	People (人)	 貧困	貧困													●●●			●				●●								
2		 飢餓	食料	栄養	農業												●●●														
3		 保健	健康	福祉	交通安全												●●●	●										●●●●			
4		 教育	教育	生涯学習	職業教育													●●●	●						▲						
5		 ジェンダー	男女平等	女性参画														●●●	●		●										
6		 水・衛生	飲料水	下水施設														●●●	●												
7	Prosperity (豊)	 エネルギー	エネルギー	再生可能	クリーンエネルギー								▲			●●●	●														
8		 成長・雇用	経済成長	雇用創出	働きがい	●●																									

●：該当
▲：関連あり

社会的価値創出事業															文化的価値創出事業															経済的価値創出事業	社会的価値創出事業	文化的価値創出事業	合計													
安心・安全事業					健康事業					交流ストア事業					問屋町版インショップ事業	協力外郭団体					景観事業	ビジネスブックカフェ	レクリエーション事業	コミュニケーション事業																						
機械警備	巡回警備	青色防犯パトロール	防災訓練	避難所・AEDマップ	集団健康診断	インフルエンザ	献血推進	健康経営支援	健康セミナー	とんやまち保健室	健やかレタ	100日ウェーキング	食料品販売	地元農産物販売		不要品回収	クラブコナ	平和記念像管理財団	コンビニ・タカレージ	産業会館				はまなす会館	花いーばいプロジェクト	緑のボランティア隊	ビジュアルアイデンティティ	合同厄払い	ウェーキング	ハイキング	フルーツバイキング	ポルダリング教室	フラワーアレンジメント教室	石膏アート教室	各委員会活動	安協問屋町支部	同友会	青友会	モニター会議	昼食会						
	P43	P43	P44		P42	P42	P43		P43				P44	P44	P44						P46	P47	P47	P48		P45	P45	P45	P45	P45	P46	P46	P46	P45	●	▲	●	▲	●	▲	●	▲				
															●																				●	4	0	3	0	1	0	8	0	8		
														●														▲							●	3	0	1	0	1	1	5	1	6		
						●	●	●	●	●	●	●														●	●	●			●				●	3	0	13	0	5	0	21	0	21		
									●	●							●						●	●											●	3	0	3	1	3	0	9	1	10		
																●																			●	4	0	1	0	1	0	6	0	6		
																																			●	3	0	0	0	1	0	4	0	4		
																																			●	3	1	0	0	1	0	4	1	5		
●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	●	●	●	●	●	17	1	36	0	9	7	62	8	70	
																																			●	6	6	0	0	1	0	7	6	13		
																																			●	4	0	1	0	1	0	6	0	6		
●	●	●	●	●	●	●											●	●				●	●	●							▲	●		●	10	2	24	0	5	1	39	3	42			
																●																			●	3	0	7	0	1	0	11	0	11		
																																			●	3	0	0	0	1	0	4	0	4		
													▲	▲	▲	▲																			●	3	0	0	5	1	0	4	5	9		
																																			●	3	0	2	7	1	0	6	7	13		
																		●																	●	3	0	1	0	1	0	5	0	5		
		●	●														●	●	●						●									●	●	●	●	4	0	6	0	5	0	15	0	15
合計															合計															79	10	98	13	39	9	216	32	248								

Ⅷ. 組合員アンケート調査結果

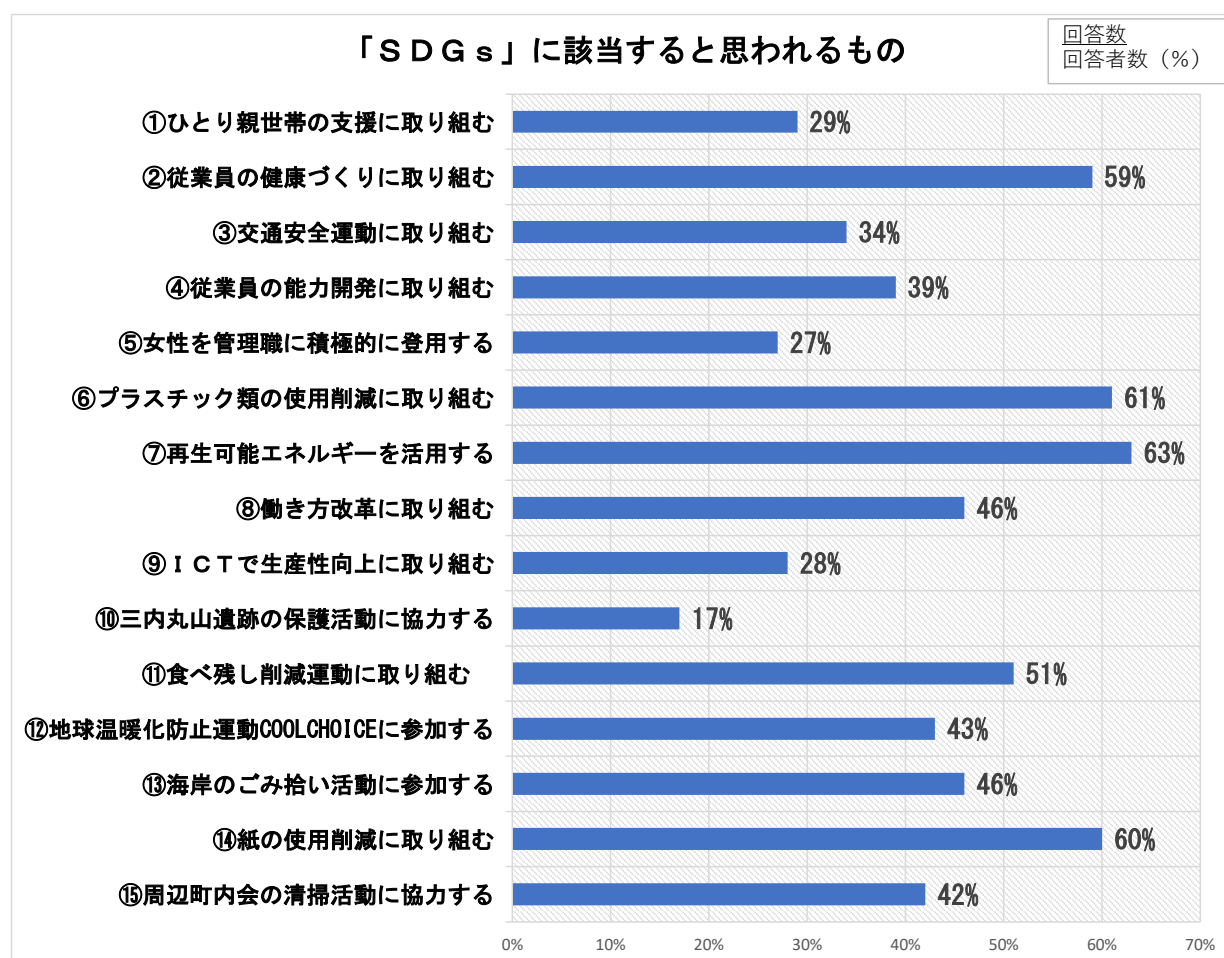
「SDGs」への取り組みに関するアンケート調査結果

- | | |
|-----------|-------------------------|
| 1. 調査期間 | 2020年11月27日～2020年12月10日 |
| 2. 調査組合員数 | 133社 |
| 3. 回収率 | 109社(82.0%) |

協同組合青森総合卸センター

問1. 以下の行動から「SDGs」に該当すると思われるものを選択ください。（複数回答可）

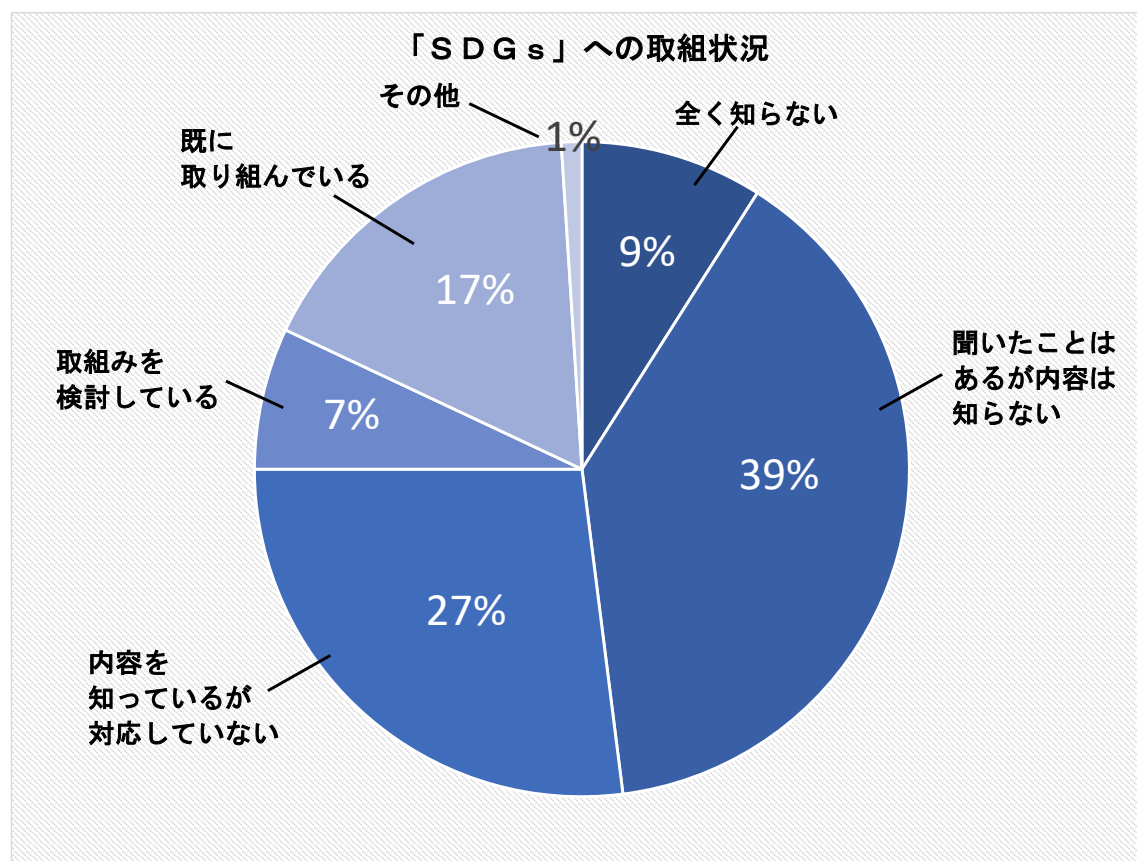
区 分	回答数	大企業		中小企業		回答数 回答者数
		卸売業	その他	卸売業	その他	
①ひとり親世帯の支援に取り組む	32	8	3	10	11	29%
②従業員の健康づくりに取り組む	64	10	1	33	20	59%
③交通安全運動に取り組む	37	5	0	21	11	34%
④従業員の能力開発に取り組む	43	8	3	20	12	39%
⑤女性を管理職に積極的に登用する	29	9	1	8	11	27%
⑥プラスチック類の使用削減に取り組む	67	11	1	34	21	61%
⑦再生可能エネルギーを活用する	69	11	1	34	23	63%
⑧働き方改革に取り組む	50	9	1	24	16	46%
⑨ICTで生産性向上に取り組む	31	5	1	14	11	28%
⑩三内丸山遺跡の保護活動に協力する	19	4	0	7	8	17%
⑪食べ残し削減運動に取り組む	56	9	1	30	16	51%
⑫地球温暖化防止運動COOLCHOICEに参加する	47	10	0	20	17	43%
⑬海岸のごみ拾い活動に参加する	50	10	1	21	18	46%
⑭紙の使用削減に取り組む	65	11	1	34	19	60%
⑮周辺町内会の清掃活動に協力する	46	8	1	22	15	42%
合 計	176	——	——	——	——	——



- 全ての設問がSDGsに該当し、組合員への啓蒙と理解度を調査するために設けた質問項目。
- 回答数が多い設問は、⑦再生可能エネルギーを活用する63%、⑥プラスチック類の使用削減に取り組む61%、⑭紙の使用削減に取り組む60%と比較的身近なものは認知が進んでいる。
- 全体的にSDGsへの理解が進んでいないことがわかった。

問2. 貴社の「SDGs」への取り組み状況についてお伺いします。(1つ)

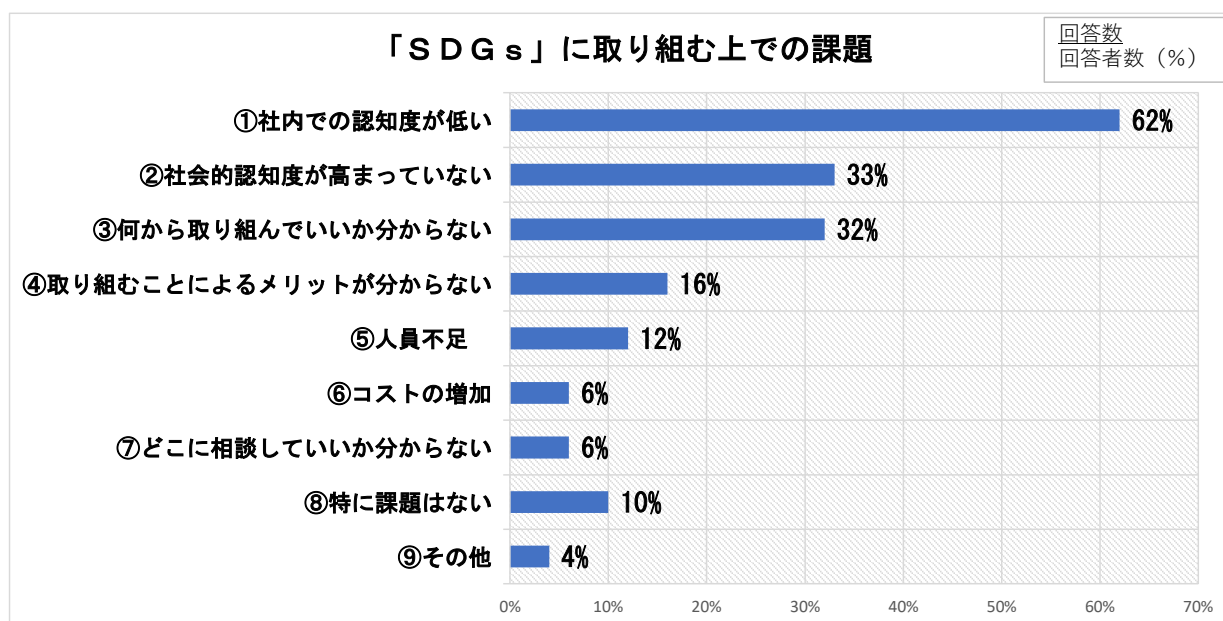
区 分	回答数	大企業		中小企業		構成比
		卸売業	その他	卸売業	その他	
①全く知らない	10	1	0	6	3	9%
②聞いたことはあるが、内容は知らない	42	6	3	22	11	39%
③内容を知っているが、対応していない	29	3	0	19	7	27%
④取組みを検討している	9	1	0	5	3	7%
⑤既に取り組んでいる	18	9	0	5	4	17%
⑥その他	1	0	0	0	1	1%
合 計	109	—	—	—	—	100%



- (1) SDGsを知っている組合員は、③から⑤までを合計した51%となった。
 (2) その中でも、SDGsに取り組んでいる組合員は17%、取組みを検討している7%を足しても24%と、SDGsに対する取組みがまだ進んでいないことがわかった。

問3. 「SDGs」に取り組む上での課題についてお伺いします。(複数回答可)

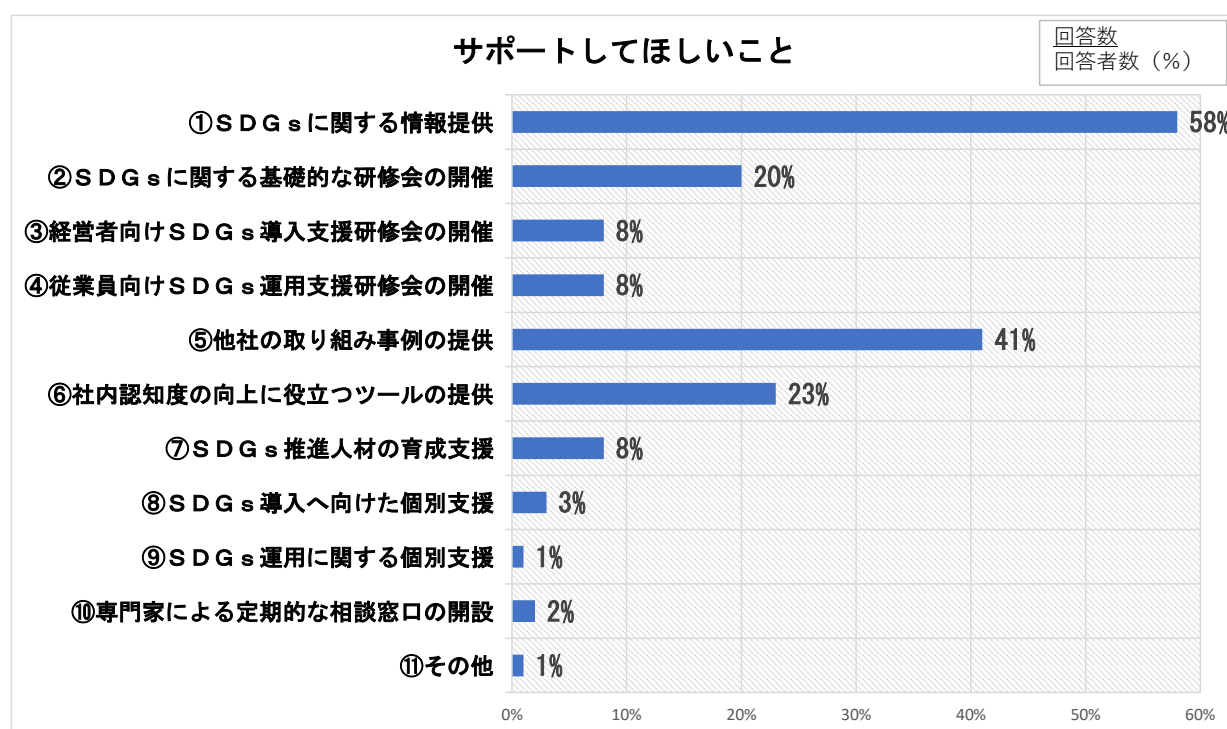
区 分	回答数	大企業		中小企業		回答数 回答者数
		卸売業	その他	卸売業	その他	
①社内での認知度が低い	68	9	2	38	19	62%
②社会的認知度が高まっていない	36	9	0	17	10	33%
③何から取り組んでいいか分からない	35	6	0	21	8	32%
④取り組むことによるメリットが分からない	17	1	1	10	5	16%
⑤人員不足	13	1	0	7	5	12%
⑥コストの増加	7	0	0	5	2	6%
⑦どこに相談していいか分からない	7	3	0	3	1	6%
⑧特に課題はない	11	3	0	6	2	10%
⑨その他	4	1	0	3	0	4%
合 計	198	——	——	——	——	——



- (1) ①社内での認知度が低いが62%と圧倒的に多く、SDGsに対する認知度が低いことがわかった。
- (2) ③何から取り組んでいいか分からない、④取り組むことによるメリットが分からないなど、SDGsに対して具体的にどうすればよいのかわからないことが大きな課題となっていることもわかった。

問4. 貴社が「SDGs」に取り組むためにサポートしてほしいことについてお伺いします。
(複数回答可)

区 分	回答数	大企業		中小企業		回答数 回答者数
		卸売業	その他	卸売業	その他	
①SDGsに関する情報提供	63	10	3	34	16	58%
②SDGsに関する基礎的な研修会の開催	22	1	0	10	11	20%
③経営者向けSDGs導入支援研修会の開催	9	3	0	4	2	8%
④従業員向けSDGs運用支援研修会の開催	9	1	0	5	3	8%
⑤他社の取り組み事例の提供	45	9	0	24	12	41%
⑥社内認知度の向上に役立つツールの提供	25	3	0	16	6	23%
⑦SDGs推進人材の育成支援	9	1	0	3	5	8%
⑧SDGs導入へ向けた個別支援	3	0	0	1	2	3%
⑨SDGs運用に関する個別支援	1	0	0	0	1	1%
⑩専門家による定期的な相談窓口の開設	2	1	0	1	0	2%
⑪その他	1	0	0	0	1	1%
合 計	189	—	—	—	—	—



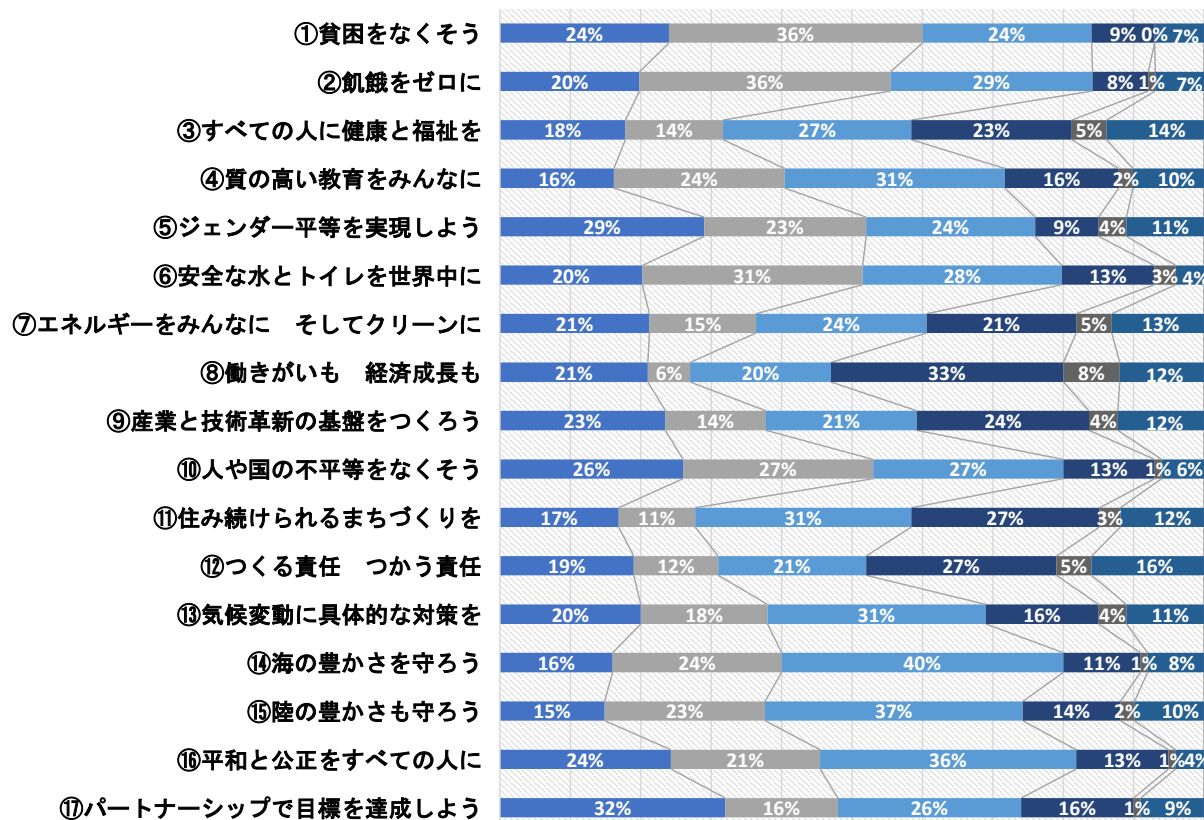
- (1) 回答数が多い項目は、①SDGsに関する情報提供、⑤他社の取り組み事例の提供、⑥社内認知度の向上に役立つツールの提供、②SDGsに関する基礎的な研修会の開催となった。
- (2) SDGsへの理解が進んでいないことを反映して、基礎的なサポートを望む声が多かった。

問5. 「SDGs」に掲げる17の目標と貴社事業との関連性についてお伺いします。
該当する欄に○を1つ付してください。

SDGs 17の目標	…各ゴールの最大値					
	わからない	関連なし	関連なし 興味あり	関連あり 貢献可能	関連あり 取組検討	取組済み
①貧困をなくそう	22	33	22	8	0	6
②飢餓をゼロに	18	33	27	7	1	6
③すべての人に健康と福祉を	17	13	26	22	5	13
④質の高い教育をみんなに	15	22	28	15	2	9
⑤ジェンダー平等を実現しよう	26	21	22	8	4	10
⑥安全な水とトイレを世界中に	18	28	25	12	3	4
⑦エネルギーをみんなに そしてクリーンに	20	14	23	20	5	12
⑧働きがいも 経済成長も	20	6	19	31	8	11
⑨産業と技術革新の基盤をつくろう	21	13	19	22	4	11
⑩人や国の不平等をなくそう	23	24	24	12	1	5
⑪住み続けられるまちづくりを	16	10	29	25	3	11
⑫つくる責任 つかう責任	18	11	20	25	5	15
⑬気候変動に具体的な対策を	19	17	30	16	4	11
⑭海の豊かさを守ろう	14	22	36	10	1	7
⑮陸の豊かさを守ろう	14	21	34	13	2	9
⑯平和と公正をすべての人に	22	19	33	12	1	4
⑰パートナーシップで目標を達成しよう	29	15	24	15	1	8

17の目標と貴社事業との関連性

■ わからない ■ 関連なし ■ 興味あり ■ 貢献可能 ■ 取組検討 ■ 取組済み



- (1) 既に取り組んでいる、関連があり課題解決に貢献できる、関連があり取り組みを検討しているの3つの回答を合計した比率で比較すると、⑧成長・雇用、⑫生産・消費、③保健、⑪都市、⑨イノベーションとの5つの回答で40%を超えた。
- (2) また、わからないとの回答が各回答2割程度あり、ここでもSDGsへの理解が進んでいないことがわかる。

問7. 「SDGs」に関連して組合に取り組んでもらいたい事項やアイデアがございましたらご記入ください。（自由記載）

・企業がSDGsを取組むうえでの具体的なメリットの提示。
・経営者が旗を振らないと進まないのでは。
・他組合員さんの取り組み例の紹介、各業界ごとの取り組み例の紹介など。
・産官学情報交流の場（ワークショップ） ・異業種での情報共有の場、（気軽な）勉強会 など
・具体的な活動事例の共有化
・キャップ集め、NPO法人の支援等、あえて焦点を1つ2つに絞って取り組んでいけばよいのではないのでしょうか。 ・現在の推進委員会のメンバー構成は役員が中心となっているので、役職にこだわらず、様々な立場の方が参加するチームを立ち上げ広く理解を深めていければよいのではと思います。 （活動できる意志を持った人材を集めて、積極的に発信する） ・問屋町内にある食品関連企業、中央卸市場を中心に「食育」に関するイベント（販売、試験、etc）に取り組んでもらいたいです。
・例として、気候変動に伴い、経団連が炭素0宣言をしたように、問屋町企業全体で取組むべきことがあれば積極的に参加したいです。 ・「貧困をなくそう」「教育」「ジェンダー」「安全な水」をキーワードに、青森のおいしい水を飲み、子供から大人まで参加できるよう企業からの支援金を募り、「自殺者ゼロ社会を目指す」というキーワードへの取り組みをすることで、幸せな社会が送れる日常の環境があったら良いと考えます。

IX. 今後の推進方策

これまでの議論を踏まえ、協同組合青森総合卸センターがSDGsに取り組む方策を検討した結果、下記のとおり取り組むこととしました。

1. 推進方針

組合員に対する働きかけとして3つの段階を設定しました。組合員アンケート調査結果で明らかになったように、まずはSDGsをしっかりと認知してもらうことが今後の事業推進の基礎となることから、2021年度は、第一段階のSDGへの認知を中心に取り組んでいきます。

第一段階 SDGsを認知してもらう

第二段階 SDGsと自社事業や既存の取り組みとの関連を理解してもらう

第三段階 自社の事業や資産（ヒト、モノ、カネ等）を活用して、SDGs 17のゴールに貢献する

2. 取り組み内容

具体的な取り組み内容については、組合が主体的に実施するものと組合員に対する働きかけを分けて検討し、次のとおり取り組むこととしました。

組合の取り組み

① SDGsで分類する組合事業一覧表の見える化

組合で実施している各種事業についてSDGsをキーに分類し、わかりやすく見える化する。見える化したものは、印刷物として配付するほか、ホームページにも掲載し、啓蒙活動に使用する。

② 第二問屋町共同倉庫壁面にSDGsのPR看板を設置

認知度を高めるには、常に見てもらう環境を整えることも有効なことから、(株)リエアで掲示しているSDGs看板を参考に、第二問屋町共同倉庫壁面にもSDGsのPR看板を設置する。

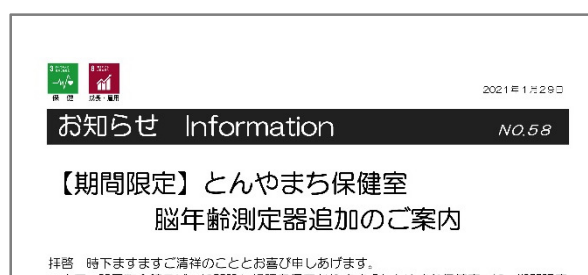
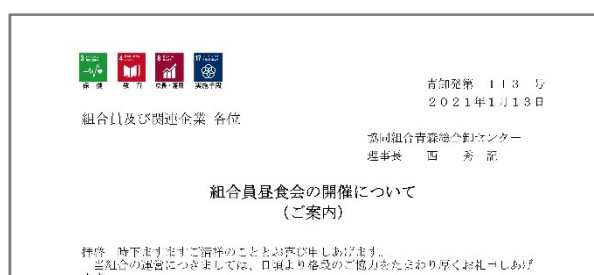


- ③ S D G s のバッジを問屋町交流ストアで販売
S D G s ロゴマークのバッジは販売先が少ないことから、問屋町交流ストアで販売し、気軽に購入できるようにする。



組合員に対する取り組み

- ① S D G s 推進委員会による報告会の開催
当報告書完成後、組合員に対する報告会を開催し、当委員会で議論した内容を広く公表する。
- ② S D G s を意識した情報発信
組合から発信する様々な案内書等に、今後は関連する17のゴールのマークを掲示して、常にS D G s を意識してもらう。



- ③ S D G s に関する情報発信
S D G s に関する基礎的な情報やS D G s 実践企業の事例等を適時発信する。また、組合員昼食会や青森問屋町経営同友会、問屋町支店長・所長連絡会等でS D G s に関連する講話の実施なども行っていく。
- ④ 「問屋町S D G s 宣言」企業の募集
S D G s に対する機運を向上させるため「問屋町S D G s 宣言」制度を創設したい。宣言するには企業としてS D G s のどれにどう取り組むのかを決めてもらうだけとし、まずは取り組みのスタートを促す。
宣言した企業には、組合が「宣言書」を作成し進呈する。あわせて組合ホームページに掲載するほか、必要に応じて取り組みのサポートも行いたい。

【参考資料】全国健康保険協会 青森支部「健康宣言」（資料編P49～50）

X. 委員長総評

SDGs推進委員会 委員長

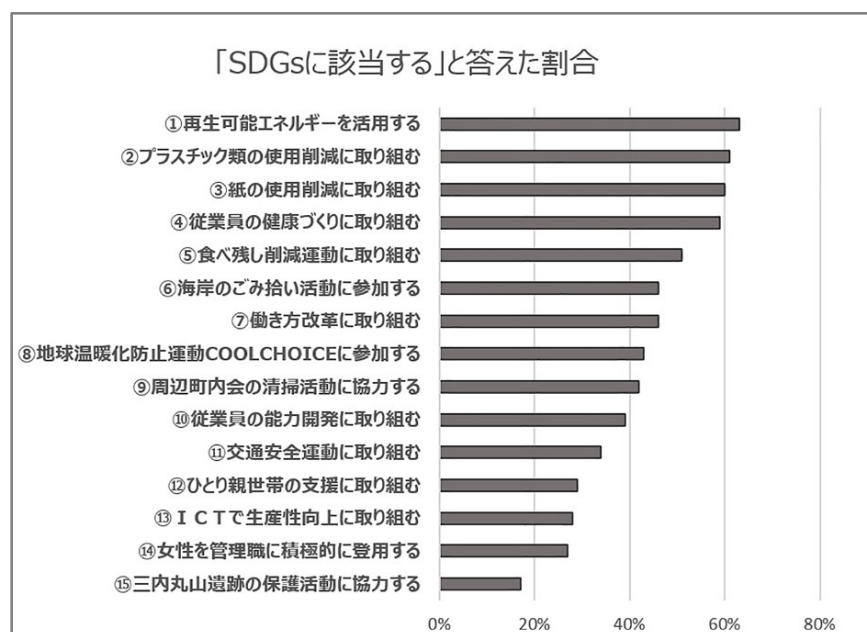
青森大学 教授 櫛引 素夫 氏

新型コロナウイルス感染症の世界的拡大に伴い、2020年度はSDGsにおいても手探り感が漂う1年となった。しかし、それだけに、協同組合青森総合卸センターがこの年度に、SDGsへの取り組みを本格化させたことは、極めて意義深い。

本報告書を読み終えて、若干の不安と、大きな希望を抱いた。まず、「不安」について述べよう。

SDGsの17目標に対する知識や関心は濃淡があつて当然だが、「VI. 組合員アンケート調査結果」から、「SDGsに該当するとおもわれるもの」15項目（注・全項目がSDGsに該当する）への回答率、数字が大きい順に並べると、SDGsを環境系の課題群・活動ととらえる傾向が強く表れている＝図。

一方で、企業そのものの基礎体力や従業員の生き方に関連する「働き方改革」は7位（46%）にとどまる。広く見て、「働き方改革」につながる項目も、「従業員の能力開発に取り組む」が10位（39%）、「ひとり親の支援」は12位（29%）、「女性管理職の積極登用」が14位



（27%）と下位にある。「多様な働き手や働き方への理解と支援」がSDGsと直結していることは、もっと知られてよいと感じる。

ごく狭い意味でのビジネスモデルを考えれば、SDGsとの接点を見いだすのが困難な企業はあるだろう。しかし、SDGsがビジネスを支える従業員の暮らしも包摂することを考えれば、福利厚生や職場の和も、SDGsの一環と位置付け直すことができよう。

特筆すれば、青森の高校生も大学生も、ジェンダー・ギャップや若手のトレーニング体制には非常に敏感だ。加えて、納得いく就職活動を終えた学生に尋ねると「職場の雰囲気や人間関係」を重視する学生が増えている。地元の大人たちがこれらの事実を看過するだけでも、人材獲得面で大きな逸失利益が生じる。先の見えない時代、就活指導に際しても「初任給の高さ」「社としてのブランド・認知度」だけを指標にするのは困難だ。

裏返せば、SDGsは「新たな同僚の獲得」にも大きな存在感を発揮し得る。

また、大学の現場では「AI（人工知能）やロボットに置き換えられない生き方、働き方」「正解のない時代への向き合い方」を徹底して考えるよう指導している。併せて、「これまでになかった視点」「考えられてこなかった組み合わせ」を探すことこそ、イノベーションの本質だ、とも説いている。このような「頭の体操」に、SDGsはうってつけだと感じる。逆に、SDGsに限らず、「やらない理由」「できない理由」が先に立ち、ビジョンや世界観が見えなければ、名が知れた企業でも、優秀な若者ほど速やかに脱出しかねない。

以上が「不安」の要因と構図である。次に「希望」について記そう。

アンケートは、少なからぬ企業がSDGsを進めていること、具体的な要望も存在していることを明らかにした。また、「Ⅳ. 組合員企業の取り組み事例」は、の先進事例 3 例を取り上げており、多くの企業にとって、着手のヒントとなるに違いない。

何より、「Ⅵ. 組合事業とSDGs」に示されたように、組合としての活動は既に、SDGsと多くの接点を確保している。要は、「実態として既に活動が存在しており、これから、見方・考え方を整える状態」にあると言える。このような現状認識に立ち、先進事例を道標として、顕在化しているニーズに着実に応え、その成果を積み重ねていく回路をつくれれば、道は必ず開ける。

卸センターはこれまでも、問屋町地区のブランディングをはじめ、地に足が着いた多彩な活動を、息長く広い視野から展開してきた。その足跡を確かめ直し、地域や社会の変化に合わせてカスタマイズするだけでも、新たな価値を見いだせる例が多いに違いない。SDGsは、その営みの座標軸ともなるはずだ。

さらに、多くの企業が今なお手探り状態にある事実は、伸びしろの大きさを示してる。SDGsは項目によって、青森地域における意義や姿を直感的に理解しづらいものもある。そこで、テンプレートにはまらない、地元ならではの環境や条件に合わせた「青森版・問屋町版の目標の示し方」に挑むといった余地も生まれる。まだまだ、多くのなしえること・ものが広がっている。

企業も行政も、お金や気持ちに余裕が乏しい時代に突入している。それでも、将来への布石・投資は欠かせない。さほどお金をかけなくても、意識と仕組みを整えれば始められる取り組みは多々あるはずだ。そんな取り組みの起点として、SDGsを意識し直してはどうだろう。SDGsは県内外のさまざまな人・組織との共通言語となる。新たなビジネスチャンスを開いたり、「価値ある働き方・暮らし」を守る方策が生まれたりする可能性もある。

青森市は県庁所在地でワースト級の人口減少率に悩む。理由は何であれ、多くの若者が流出してしまう地域は「持続困難」だ。SDGsへの取り組み以前に「大人たち」の責任が問われている。

以上

XI. 委員会概要

SDGs推進委員会 委員名簿

区 分	氏名	所属企業・役職名
委 員 長	櫛引 素夫	青森大学 教授
副委員長	和田 祥平	和田ゴム販売(株) 代表取締役社長
副委員長	今 英己	(株)青森共同計算センター 代表取締役社長
委 員	今 喜代美	(株)リエラ 代表取締役社長
委 員	渡辺 健一	リコージャパン(株) 青森ソリューション営業部 部長
委 員	菅原 正	生活協同組合コープあおもり 専務理事
委 員	竹内 紀人	あおもり創生パートナーズ(株) 専務取締役
委 員	佐藤 清人	青森県中小企業団体中央会 事務局長
事 務 局	藤本 和夫	(協)青森総合卸センター 専務理事
事 務 局	小田切 勇治	(協)青森総合卸センター 業務部長
事 務 局	西田 一実	(協)青森総合卸センター 業務課長

事業経過

開催回数	開催日時	開催場所	出席人数	検討事項
第1回	2020年 8月27日	問屋町会館 1階会議室	委 員 8名 事務局 3名	一. 事業概要について 二. S D G sについて 三. S D G s 県内企業アンケート 調査結果について 四. 組合の実施事業について 五. 組合員のS D G s 実践内容 について 六. 今後の進め方について
第2回	2020年 11月20日	問屋町会館 1階会議室	委 員 6名 事務局 3名	一. 組合員アンケートの実施に ついて 二. 組合事業の整理について
第3回	2021年 1月15日	問屋町会館 1階役員室	委 員 6名 事務局 3名	一. 組合員アンケート調査結果に ついて 二. 組合事業の整理について 三. 今後の取り組みについて

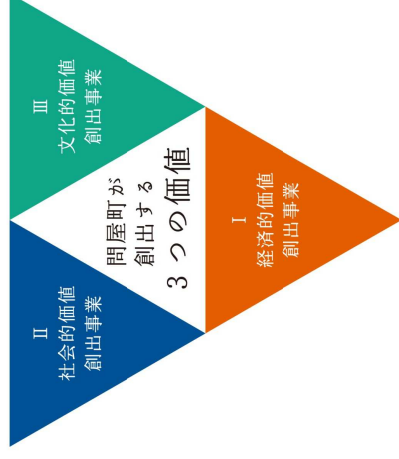
資 料 編

組合の実施事業について

第1回SDGs推進委員会

2020年8月27日

組合が創出する3つの価値



1

「地域社会との共有価値」の創出への転換

一) これまで卸商業団地組合

- A) 「組合員への利益の還元」や「組合自体の経済的利益追求」を目的としてきた。
- B) 「地域社会」との繋がりがりや貢献は二義的なものとされてきた。

二) これからの卸商業団地組合

- A) 卸商業団地の諸課題のかんりの部分が、資産価値の問題に通底している。
- B) 今後は「共同事業利益」の追求からエリア・マネージメントによる「地域社会との共有価値」の創出への転換求められる。

3

Future Vision

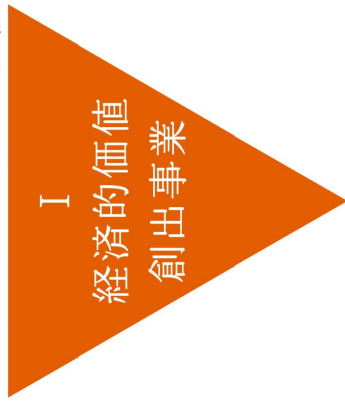
ビジネスパーク

卸業の物流拠点を中核とし、小売・サービス業や文化施設も備えた青森市の第二副都心を目指します。

2

3つの価値の事業セグメント

問屋町が創出する3つの価値



4

I 経済的価値創出事業

組合経営を土台となって支える物流・駐車場・共同施設管理事業等の収益事業。
団地資産の有効活用と管理を担う。財務基盤の確立を重視。 サポート事業

A 収益事業

- ① 業務委託事業 (1971)←開始年度
- ② 金融事業 (1973)
- ③ 共同駐車場事業 (1973)
- ④ 共同物流事業 (1974)
- ⑤ 高速事業 (1982)
- ⑥ 共同施設管理事業 (2007)

5

I 経済的価値創出事業

B サポート事業

- ① 高度化事業 (1967)
- ② 情報事業 (1969)
- ③ 団地再整備事業 (2004)
- ④ 問屋町ゴールドカード (2007)
- ⑤ 共同求人事業 (2019)

6

● 業務委託事業 簡易郵便局



7

●共同駐車場事業



8

●共同物流事業



9

●共同物流事業 問屋町トランクボックス



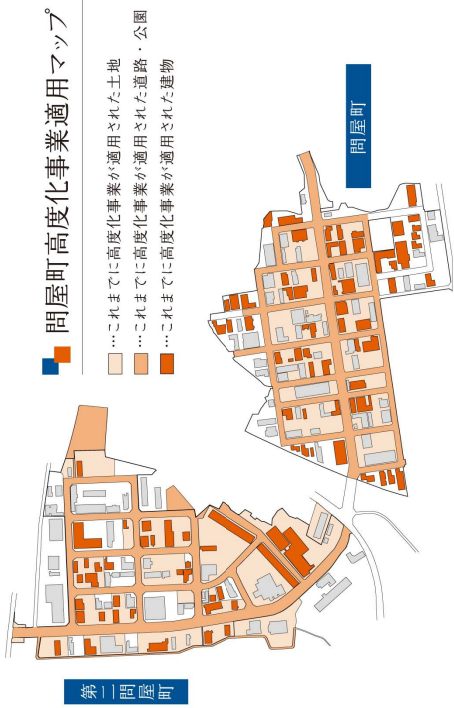
10

●共同施設管理事業



11

●高度化事業



12

●情報事業 卸センターニュース

平成21年5月号 第466号(1)

青森総合卸センター

青森卸センターニュース

〒030-0131 青森市問屋町2丁目17-3 発行/平成21年5月27日

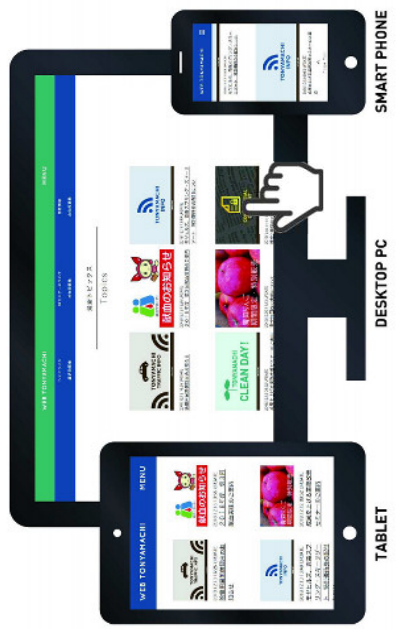
TEL: 017-738-4711 FAX: 017-738-7323

URL: <http://www.toyamachi.com> E-mail: info@toyamachi.com

編集・発行 協同組合青森総合卸センター

13

●情報事業 問屋町ホーム・ページ



14

●問屋町ゴールドカード

15

●共同求人事業

「青森県流通団地連絡協議会」の組合員を対象。

県内の大学で「合同企業説明会」を開催。



16

Ⅱ 社会的価値創出事業

非収益事業の中でも環境事業や交通対策、健康事業がこれにあたる。収益は生まないが企業の社会的責任に添えていくために取り組む必要がある。組合員・地域社会が共同化のメリットを享受し得る事業。

①環境事業 (1969)←開始年度

- 可燃・不燃ごみ個別収集(1996)
- リサイクル個別回収(紙類(2002)、木製パレット(2004)、空き缶・ペットボトル(2008)、パソコン(2014))
- 蛍光灯共同回収(2016)
- 清掃用具(2013)・除雪用具(2017)無料貸出
- 問屋町合同清掃(2002)
- 除排雪事業

②交通対策事業 (1973)

- 問屋町交通診断(1971)
 - 街頭指導(1991)
 - 問屋町内交通死亡事故ゼロ推進運動(1986)
- ※2019年・8千日達成

18

問屋町が創出する3つの価値

Ⅱ 社会的価値創出事業

17

Ⅱ 社会的価値創出事業

③健康事業 (2014)

- 集団健康診断(1971)
- インフルエンザ集団予防接種(2011)
- あおもり健康アップ実践企業認定支援
- 健康セミナー
- とんやまち保健室(体組成計・血圧計等設置)(2015)
- 健やかLetter(2016)
- 問屋町100日ウォーキング(2019)
- 献血推進運動(1971)

④安心・安全事業 (1979)

- 共同機械整備(1979)
- 夜間巡回整備(1979)
- 防犯カメラ(2016)
- 青色防犯パトロール(2017)
- 防災訓練(2013)
- 防災ミニガイド配付(2013)
- 避難場所&AEDマップ(2013)

⑤交流ストア事業 (2018)

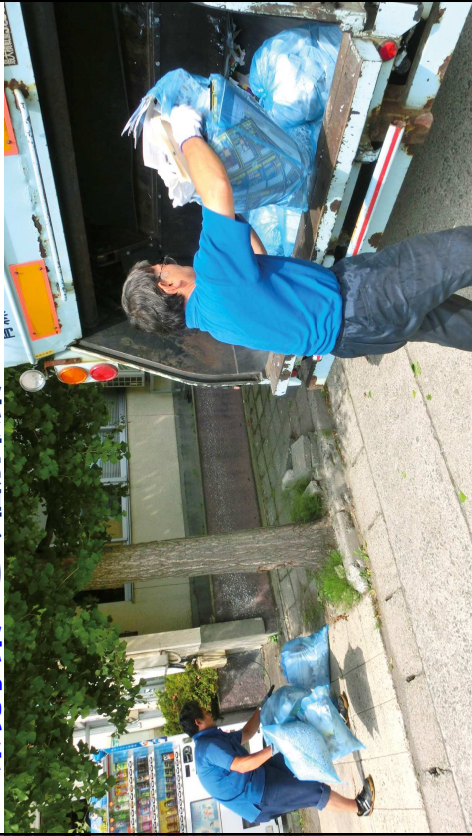
- 食料品・雑貨販売
- 地元農家野菜・果物販売
- 不要品リサイクルコーナー
- クラフトコーナー

⑥協力外郭団体 (1983)

- はまなす会館
- 産業展示館
- あおもりコンピュータ・カレッジ
- 青森平和記念像管理財団

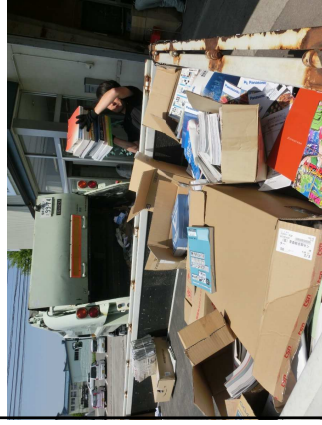
19

●環境事業 ごみ個別収集



20

●環境事業 紙類リサイクル個別回収



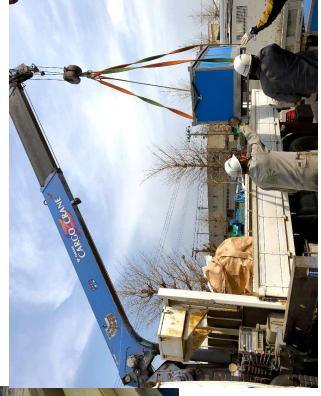
21

●環境事業 木製パレットリサイクル個別回収



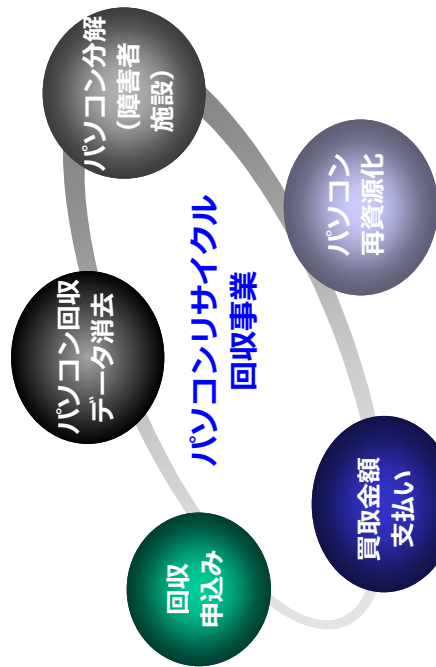
22

●環境事業 蛍光灯共同回収



23

●環境事業 PCリサイクル事業



24

●環境事業 PCリサイクル事業



25

●環境事業 清掃用具無料貸出

☐ 草刈り機 (2st エンジン) ※サイズロンガに変更	 ねこ車
 高圧洗浄機	 御満益上げ機
 高枝切りばさみ	 御満益すくい (ジョレン)

26

●環境事業 問屋町合同清掃



27

●環境事業 除排雪事業



28

●交通対策事業 街頭指導



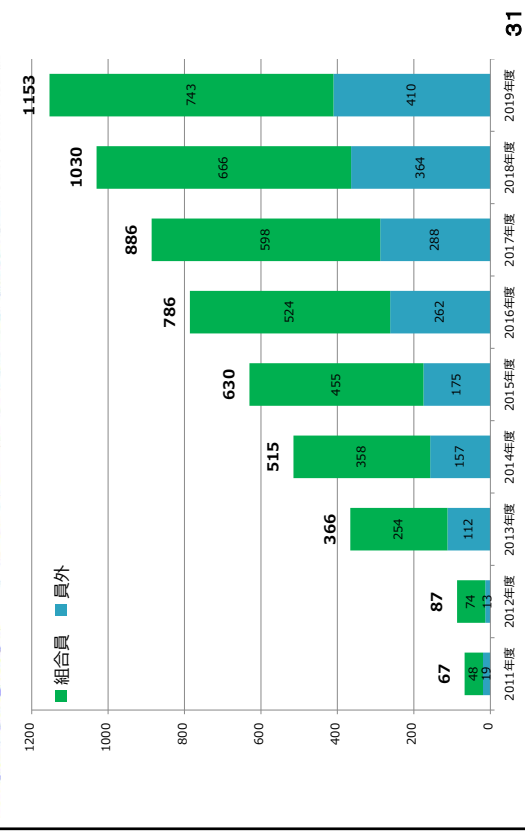
29

●健康事業 集団健康診断



30

●健康事業 インフルエンザ集団予防接種 受診者数の推移



31

●健康事業 献血推進運動



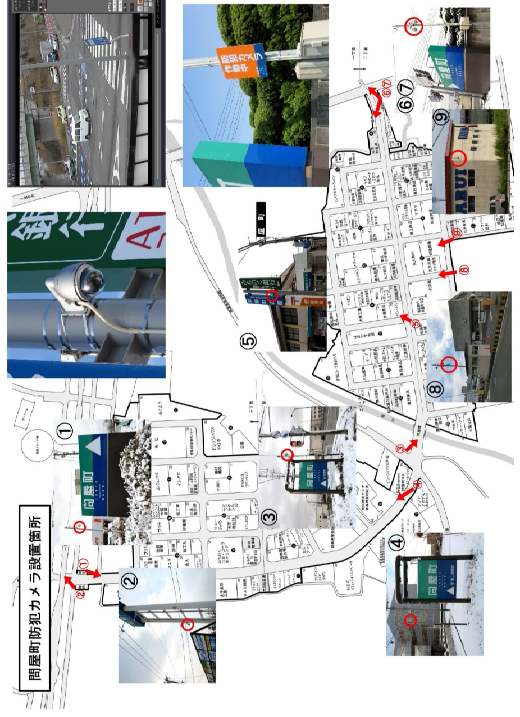
32

●健康事業 とんやまち保健室



33

●安心・安全事業 防犯カメラ



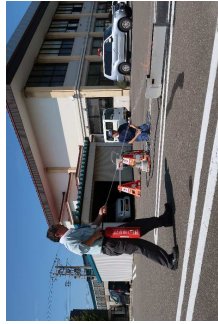
34

●安心・安全事業 青色防犯パトロール



35

●安心・安全事業 防災訓練



36

●交流ストア事業



37

問屋町が創出する3つの価値

Ⅲ
文化的価値
創出事業

38

Ⅲ 文化的価値創出事業

景観事業や教育事業、レクリエーション事業、交流事業が対象。
人々の賑わいと多様な価値を持つビジネスパークを色づける事業。

- ① **レクリエーション事業 (1972)←開始年度**
 - 合同厄払い ● ウォーキング ● ハイキング ● フルーツバイキング
 - ボルダリング教室 ● フラワーアレンジメント教室 ● 石膏アート教室
- ② **コミュニケーション事業 (1980)**
 - 各委員会活動 ● 青森交通安全協会問屋町支部(1973)
 - 青森問屋町経営同友会(1980) ● 問屋町支店長・所長連絡会(2008)
 - 問屋町従業員モニター会議(2004) ● 組合員昼食会
- ③ **景観事業 (2004)**
 - V I ビジュアル・アイデンティティ
 - ※ ぶるさとあおもり景観賞受賞 屋外広告部門・地域づくり活動部門 (2017)
 - 緑のボランティア隊活動(2006) ● 問屋町花いっぱいプロジェクト(2014)
- ④ **ビジネススクール事業 (2011)**
- ⑤ **問屋町ビジネスブックカフェ (2011)**

39

●レクリエーション事業 フルーツバイキング



40

●レクリエーション事業

●ハイキング



●ボルダリング教室



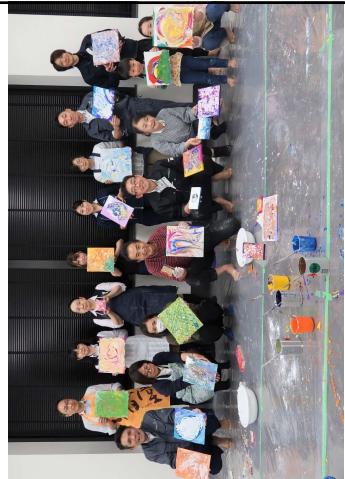
41

●レクリエーション事業



●石膏アート教室

●フラワーアレンジメント教室



42

●コミュニケーション事業 組合員昼食会



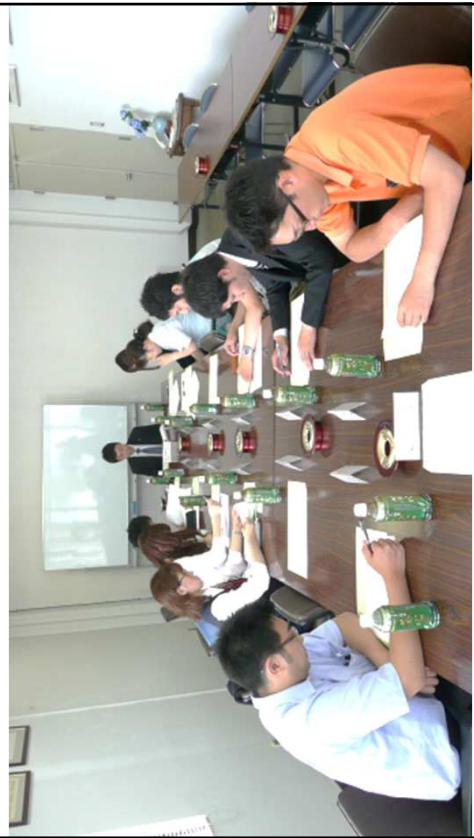
43

●コミュニケーション事業 同友会・青友会



44

●コミュニケーション事業問屋町従業員モニター会議



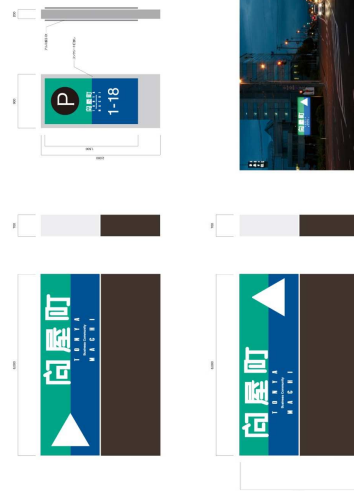
45

● 景觀事業

同屋町（協同組合 青森総合卸センター）
V.I.(ビジュアル・アイディンティティー)
施設サイン計画

町屋 TONYA
Business Community
MACHI

VLSIシステムを導入する上で、サビンの存在は非常に重要なものと見なされます。サビンは同社7(図1)面会。無機物センターの協理やインテリジェント製造部長と面談し、VLSI技術が自動車にどのように適用されるかをよく説明されました。



46

● 景観事業

TONYA-MACHI Visual Identity Systems ● Sign



47

●景観事業 問屋町緑のボランティア隊



48

●景観事業 問屋町花いっぱいプロジェクト

●問屋町大通りフラワーボックス設置



●フラワーボックス無料配付



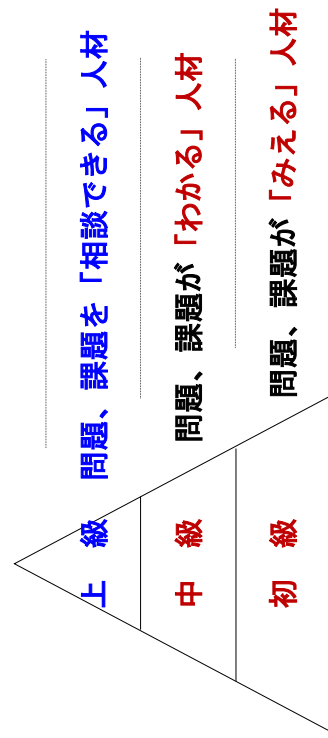
●花の植え方教室



49

●ビジネススクール事業

対象⇒①組合員の他に員外の企業・市民にも開放
②初級・中級レベル



50

●ビジネススクール事業



51

●ビジネススクール事業

2020年度開催講座 ※一部抜粋

【階層別講座】

- ・若手従業員フォローアップセミナー
- ・新入社員研修

【営業講座】

- ・営業の神様が教える！
新人を短期間で戦力に変える売れる営業の技術
- ・その場でズバツと解決！営業マンのお悩み相談

【会計講座】

- ・初心者でも安心！会計・経理の基礎講座
- ・たった1日の研修で合格に近づく！商業簿記3級試験直前対策

52

●ビジネススクール事業

【自己啓発講座】

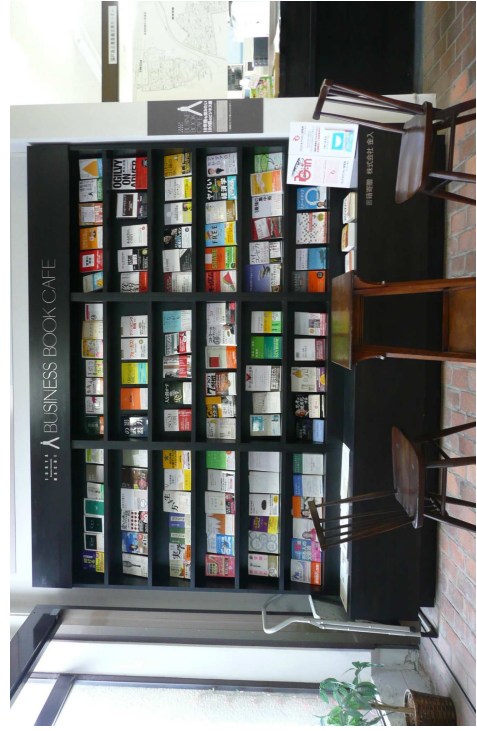
- ・部下とのコミュニケーションが激変！
聴き方・伝え方向上研修
- ・これで明日から上手いく！職場の「報・連・相」
- ・コツをつかんで成功させよう！チームで仕事を進める手法

【共催講座】

- ・新任管理者研修（中小企業大学校仙台校）
- ・企業価値を上げるための財務管理（ポリテクセンター青森）
- ・現場社員のための組織行動力向上（ポリテクセンター青森）

53

●問屋町ビジネスブックカフェ

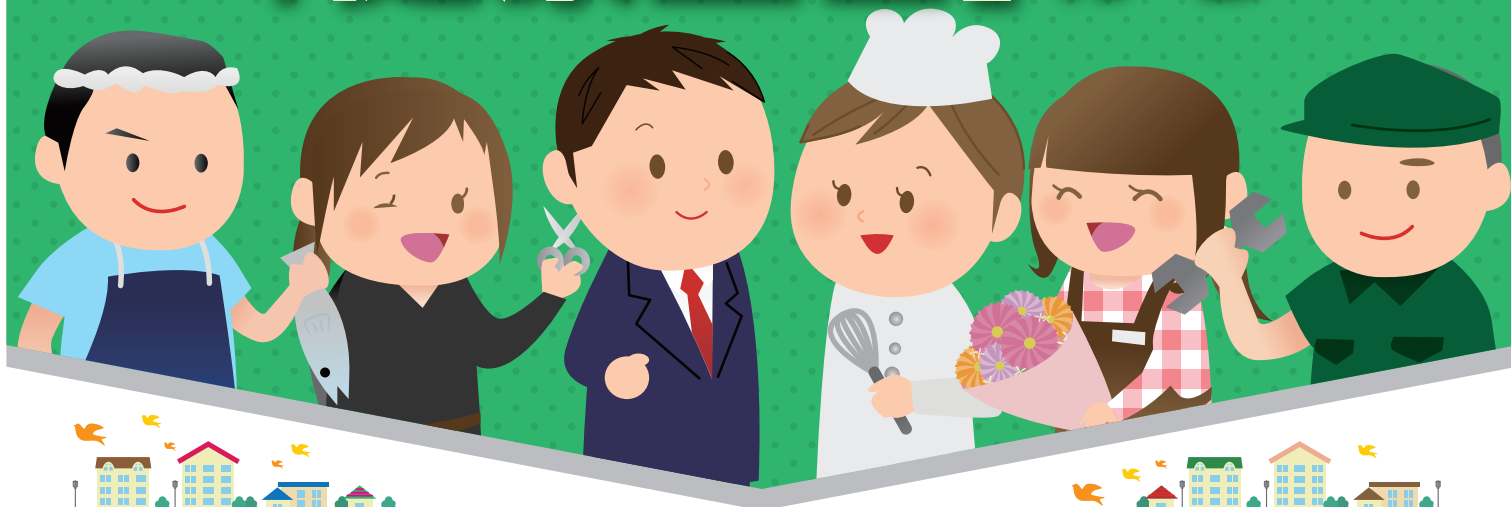


54

事業主さま・人事総務担当者さまへ

健康宣言のご案内

今、注目の「健康経営」 始めるなら 「健康宣言」から



健康宣言の
ための手続きは
たったの
3ステップ!

ステップ 1

「健康宣言
登録シート」の
提出

郵送または
FAX可能です

ステップ 2

社員への
発表

健康宣言書
掲示で簡単

ステップ 3

健康づくり
メニューへの
取り組み

現在の取組
継続も可

令和2年2月現在、協会けんぽ青森支部では約930の事業所様から健康宣言をご登録いただいております。

協会けんぽ青森支部は「健康経営®」に
取り組む事業所さまを応援します

「健康経営®」とは、従業員の健康管理を経営的視点から考え、戦略的に実践する考え方で、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。少子高齢化が進み従業員の安定的な確保が課題となる中、従業員が健康で長く働き続けることができる職場環境を作ること、従業員の生産性向上につながり、企業の発展が期待されます。



全国健康保険協会 青森支部

協会けんぽ

後援

青森県、青森県商工会議所連合会、青森県中小企業団体中央会、青森県商工会連合会
一般社団法人青森県経営者協会、青森経済同友会

1



協会けんぽ 御社の「健康経営」



青森支部が をサポートします！



Q.「健康経営®」とは？

A. 社員の健康を重要な経営資源と捉え、健康増進に積極的に取り組む企業経営スタイルのことです。

Q.なぜ「健康経営®」が必要とされるのでしょうか？

A. 少子高齢化による労働人口の減少、メンタルヘルス不調者の増加等により、企業にとって労働力の維持・確保はますます重要となっているためです。

「健康宣言」の内容について

健康でいきいきと働くことができる企業を目指して、事業主が従業員の健康づくりに取り組む意思表明をするものです。病気を未然に防ぐための早期発見・早期治療に向けて、事業所単位で下記の①～④を実践するものです。

① 健康診断の実施

法令に従い、社員に対して「定期健康診断」を実施します！

協会けんぽから費用補助が出た検査項目充実の生活習慣病予防健診をぜひご利用ください。

③ 検査・治療の推奨

健診の結果等で、再検査や治療の必要があった場合、医療機関を受診するように推奨します！

特に下記の数値に達しているかには受診のお声掛けをお願いします。

- ◆ 血圧：160/100mmHg以上
- ◆ 空腹時血糖：126mg/dl（またはHbA1c6.5%以上）

② 社員の生活習慣改善を支援

協会けんぽの「特定保健指導」を利用します！

たとえば…
● 健診当日の特定保健指導を積極的に利用するよう声かけをする
● 事業所訪問による保健指導の日程調整に応じ従業員の生活習慣改善を応援する

④ わが社の健康プラン

事業所で独自に取り組むプランを検討します。すでに取り組んでいることでもかまいません。無理せずに行えることから始めましょう！健康プランの例は5～6ページを参考にしてください。

Q.「健康経営®」のメリットとは？

- A.**
- 社員の活力向上
 - コミュニケーションの活性化
 - 社内の雰囲気改善
 - 生産性の向上
 - モチベーションの向上
 - 欠勤率の低下
 - 業務効率の向上
 - イメージアップ
 - 企業イメージの向上
 - 社員採用時のアピール
 - 負担軽減
 - 休業による労働損失の抑制
 - 長期的には健康保険料負担の抑制

「健康宣言」の流れについて

ステップ 1

「健康宣言登録シート」の提出

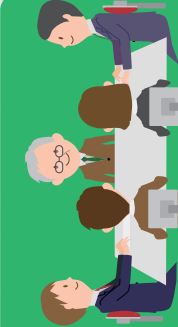
「健康宣言登録シート」を記入し、協会けんぽ青森支部へ郵送またはFAXでご提出ください。
協会けんぽ青森支部から「健康宣言書」を贈呈いたします。
※宣言いただいてから2週間程度で発送いたします。



ステップ 2

社員への発表

「健康宣言書」を提示していただき、朝礼や社内掲示板等を通じて「会社の宣言」として、社員の皆さまにご紹介をお願いいたします。



ステップ 3

健康づくりメニューへの取り組み

「健康宣言」の項目事項への取り組みをお願いいたします。



SDGs達成に向けて動き出す県内企業 ～県内企業アンケート調査～

地域デザイン部 マネージャー 工藤 浩栄

SDGs（エス・ディー・ジーズ）とは、Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略称で、2015年9月の国連サミットで採択された国際目標である。2030年までに達成すべき17の目標（ゴール）と169のターゲット（解決すべき課題）から構成されており、「経済」「社会」「環境」の3要素が調和した、地球上の「誰一人取り残さない」世界の実現を目指している。

SDGsの前身は、2000年に採択されたMDGs（ミレニアム開発目標）である。MDGsは、主に途上国の問題を解決するための8つの目標から成り、途上国の福祉向上、貧困撲滅などの課題に対して大きな成果を上げた。一方で、2015年の期限までに達成できなかった問題や新たな課題が見つかったため、先進国を含む全ての国々を対象とし、アップデートされたものがSDGsである。SDGs達成のためには、全世界の政府・企業・市民が連携して取り組むことが求められており、特に民間企業の役割が重要視されている。

SDGsの採択から5年目を迎え、県内においても、SDGsのカラフルなバッジを身に着けている方々を目にする機会が日ごとに増えている。一方で、SDGsが持つ理念の崇高さ、目標の普遍性および規模の大きさ、ゴールおよびターゲットの数の多さと関係の複雑さのために、敬遠されがちであることも否定できない。民間企業の積極的な参画が期待される中、経営上のメリットをイメージしにくいことが、SDGsへ取り組む上でのハードルとなっている。

本稿では、県内企業を対象としたアンケートにより、SDGsへの取り組み状況およびSDGsに掲げる17の目標と自社の事業内容との関連性、取り組む上での課題について概観する。

アンケート実施概要

〔実施期間〕

2020年4月

〔対象企業〕

県内企業319社（青森銀行実施の「企業業績調査」先）

〔回収状況〕

206社（回収率：64・6％）

〔回答企業内訳〕

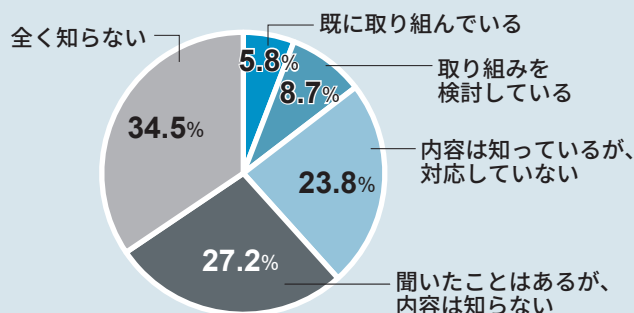
製造業……………	48社（23・3％）
建設業……………	41社（19・9％）
卸売業……………	46社（22・3％）
小売業……………	25社（12・1％）
その他サービス業	46社（22・3％）
総計	206社（100・0％）

1 SDGsへの取り組み状況

認知割合は4割強、既に取り組んでいる企業は1割未満

(1) SDGsへの取り組み状況の概要
県内企業にSDGsへの取り組み状況について調査したところ、「既に取り組んでいる」と回答した企業は5・8％、「取り組みを検討している」は8・7％、「内容を検討している」は8・7％、「内容を知らない」は34・5％、「聞いたことはあるが、内容は知らない」は27・2％。

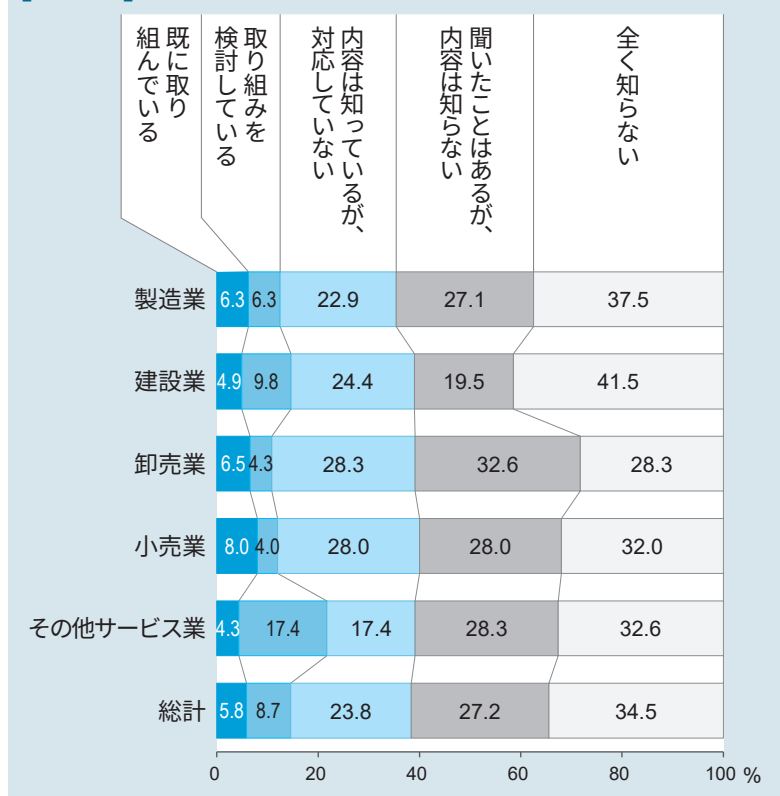
〔図表1〕SDGsへの取り組み状況



(2) SDGsの認知割合
県内企業のSDGsの認知割合をみると、内容まで把握している企業は38・3％、「聞いたことはあるが、内容は知らない」を含めると65・5％となり、7割強の企業でSDGsの名称を知っていた。
業種別にみると、内容まで把握している企業は23・8％、「聞いたことはあるが、内容は知らない」は27・2％、「全く知らない」は34・5％となった。（以上、図表1参照）

注：5つのP：SDGsの全体像を掴む手助けとなる「P」で始まる5つのキーワード。People（人間）目標1～6に対応、Prosperity（繁栄）目標7～11に対応、Planet（地球）目標12～15に対応、Peace（平和）目標16に対応、Partnership（パートナーシップ）目標17に対応。

【図表2】SDGsへの取り組み状況（業種別）



握している企業は、製造業が35.4%、建設業39.1%、卸売業39.1%、小売業40.0%、その他サービス業39.1%となった。最高の小売業と最低の製造業の差は4.6%で、業種による違いはごく僅かであった。一方、「聞いたことがあるが、内容は知らない」を含めた割合は、最高の卸売業が71.7%、最低の建設業が58.6%となった。この間の差は13.1%となり、業種ごとにやばらつき

がみられた。
(3)業種ごとのSDGsへの取り組み状況
SDGsへの取り組み状況を業種別にみると、「既に取り組んでいる」企業の割合は、製造業が6.3%、建設業4.9%、卸売業6.5%、小売業8.0%、その他サービス業4.3%となり、全ての業種において1割未満に留まった。「取り組みを検討している」企業の割合は、製造業が6.3%、

建設業9.8%、卸売業4.3%、小売業4.0%、その他サービス業4.3%となった。回答割合が最高のその他サービス業と最低の小売業との差は13.4%となり、業種によりやや意識の違いがみられた。

「内容を知っているが、対応していない」企業の割合は、製造業が22.9%、建設業が24.4%、卸売業28.3%、小売業28.0%、その他サービス業28.3%となった。回答割合が最高の卸売業と最低のその他サービス業との差は10.9%となった。（以上、図表2参照）

2 17の目標と自社事業内容との関連性

「経済成長と雇用」が関連性、「エネルギー」が実施率でトップ
(1)自社の事業とSDGsの各目標との関連性

続いて、SDGsの17の目標ごとに、自社の事業内容との関連性について尋ね、「既に取り組んでいる」、「関連があり、取り組みを検討している」、「関連があり、課題解決に貢献できる」と回答した

企業の合計を、自社の事業内容が「SDGs達成のために役立つ」と考える企業割合として集計した。

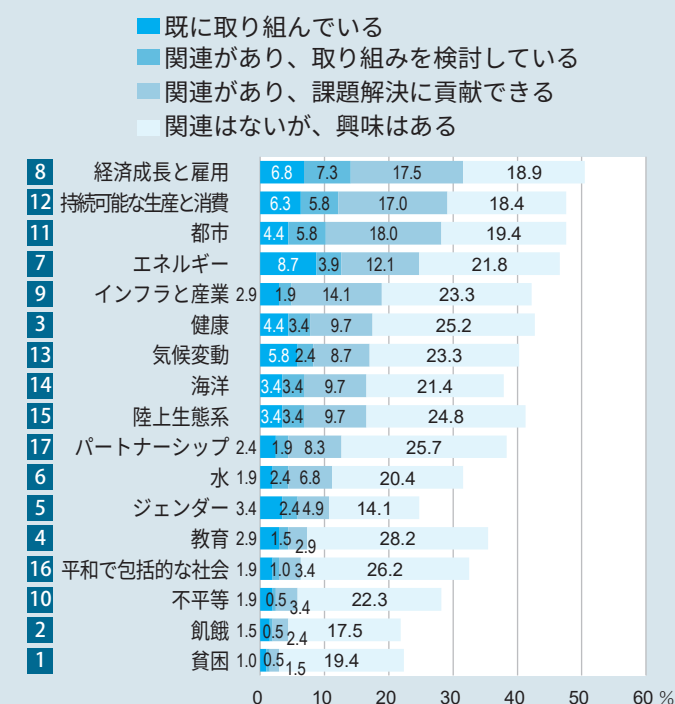
その結果、17の目標の中で、自社の事業内容が「SDGs達成のために役立つ」と考える割合が最も高い項目は、「8/経済成長と雇用」の31.6%であった。以下、「12/持続可能な生産と消費」(29.1%)、「11/都市」(28.2%)、「7/エネルギー」(24.8%)、「9/インフラと産業」(18.9%)となった。

一方、最下位の「1/貧困」は2.9%に留まった。ワースト5は、「1/貧困」(2.9%)、「2/飢餓」(4.4%)、「10/不平等」(5.8%)、「16/平和で包摂的な社会」(6.3%)、「4/教育」(7.3%)となった。

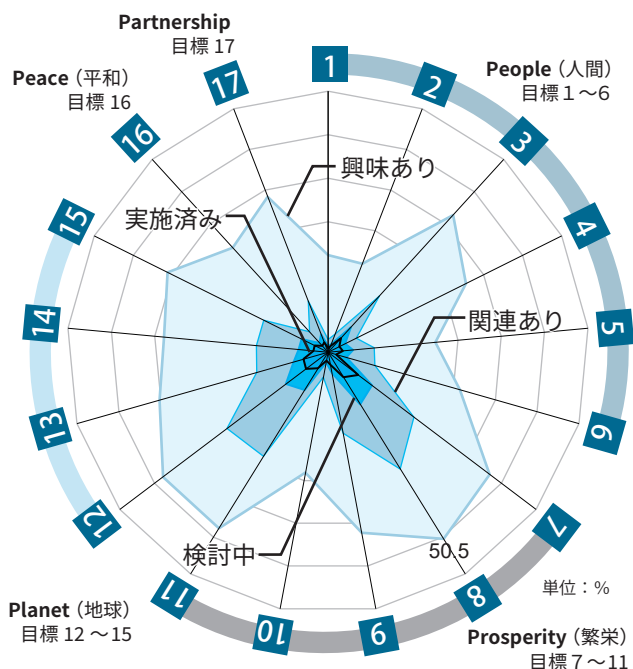
なお、SDGsを考える上でのキーワード「5つのP」(注)によって分類すると、「Prosperity（繁栄）」に該当する項目5つのうち、「10/不平等」を除き、上位5位を占めた。「Prosperity（繁栄）」は、SDGsの達成において、特に民間企業の貢献が期待される分野であり、社会的課題の解決に向けた機運の高まりを窺わせる結果



【図表3】17の目標と自社事業との関連性



- | | | |
|--------------|-------------|---------------|
| 1 貧困 | 2 飢餓 | 3 健康 |
| 4 教育 | 5 ジェンダー | 6 水 |
| 7 エネルギー | 8 経済成長と雇用 | 9 インフラと産業 |
| 10 不平等 | 11 都市 | 12 持続可能な生産と消費 |
| 13 気候変動 | 14 海洋 | 15 陸上生態系 |
| 16 平和で包摂的な社会 | 17 パートナーシップ | |



となった。また、環境問題に係わる「Planet（地球）」に分類される項目では、「12／持続可能な生産と消費」が第2位となったほか、「13／気候変動」「14／海洋」「15／陸上生態系」については、16％の企業で「貢献可能」と考えていることが分かった。「People（人間）」に分類される項目では、「3／健康」が17・5％の企業で「貢献可能」としたものの、それ以外のおよび、人権に係わる「10／不平等」「16／平和で包摂的な社会」

については、自社の事業内容と関連づけしている企業は、現時点では少ない。

(2)SDGsに対する関心の度合い
続いて、県内企業の17の目標ごとの関心の度合いを探るために、「関連がないが、興味がある」を含めた割合をみると、高い順に「8／経済成長と雇用」(50・5％)、「11／都市」および「12／持続可能な生産と消費」(47・6％)、「7／エネルギー」(46・6％)、「3／健康」(42・7％)となった。

また、「関連がないが、興味がある」と回答した割合をみると、高い順に、「4／教育」(28・2％)、「16／平和で包摂的な社会」(26・2％)、「3／健康」(25・2％)、「15／陸上生態系」(24・8％)、「13／気候変動」および「9／インフラと産業」(23・3％)となった。

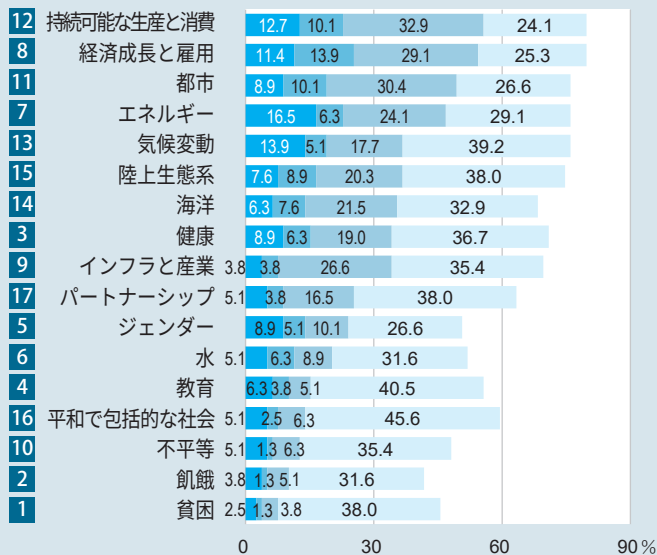
(3)目標ごとの実行状況
17の目標ごとの実行状況を見ると、「既に取り組んでいる」とした割合が最も高い目標は、「7／

17の目標

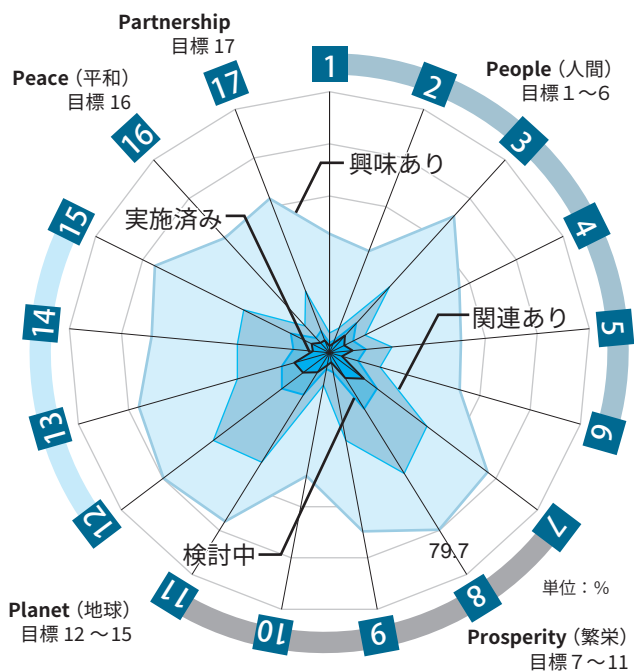


【図表4】17の目標と自社事業との関連性(認知企業n=79)

- 既に取り組んでいる
- 関連があり、取り組みを検討している
- 関連があり、課題解決に貢献できる
- 関連はないが、興味はある



- 1 貧困
- 2 飢餓
- 3 健康
- 4 教育
- 5 ジェンダー
- 6 水
- 7 エネルギー
- 8 経済成長と雇用
- 9 インフラと産業
- 10 不平等
- 11 都市
- 12 持続可能な生産と消費
- 13 気候変動
- 14 海洋
- 15 陸上生態系
- 16 平和で包括的な社会
- 17 パートナリシップ



「関連があり、取り組みを検討している」とした割合は、「8/経済成長と雇用」(7.3%)が最も高く、「12/持続可能な生産と消費」および「11/都市」(5.8%)で高かった。(以上、図表3参照)

「関連があり、取り組みを検討している」とした割合は、「8/経済成長と雇用」(7.3%)が最も高く、「12/持続可能な生産と消費」および「11/都市」(5.8%)で高かった。(以上、図表3参照)

回答先206社のうち、SDGsの「内容まで知っている」と回答した企業(以下、認知企業)79社について、SDGsの17の目標ごとに、自社の事業内容との関連性および実行状況を集計したところ、「SDGs達成のために役立つ

3 認知企業における業種ごとの取り組み状況

製造業は持続可能な生産で貢献、建設業は幅広い分野に関心あり

「12/持続可能な生産と消費」(55.7%)となった。以下、「8/経済成長と雇用」(54.4%)、「11/都市」(49.4%)、「7/エネルギー」(46.8%)、「13/気候変動」および「15/陸上生態系」(36.7%)の順となった。

また、「関連がないが、興味がある」を含め、関心の度合いをみると、「8/経済成長と雇用」および「12/持続可能な生産と消費」(79.7%)が最も高く、続いて「7

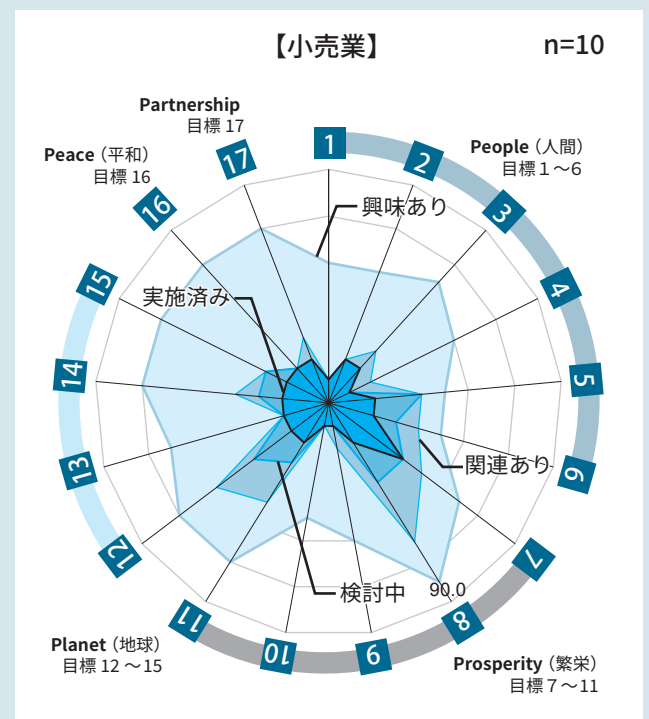
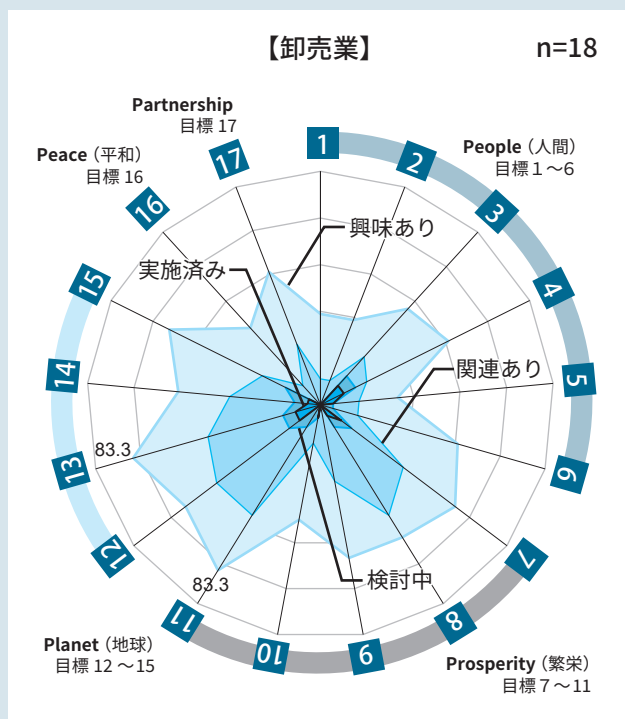
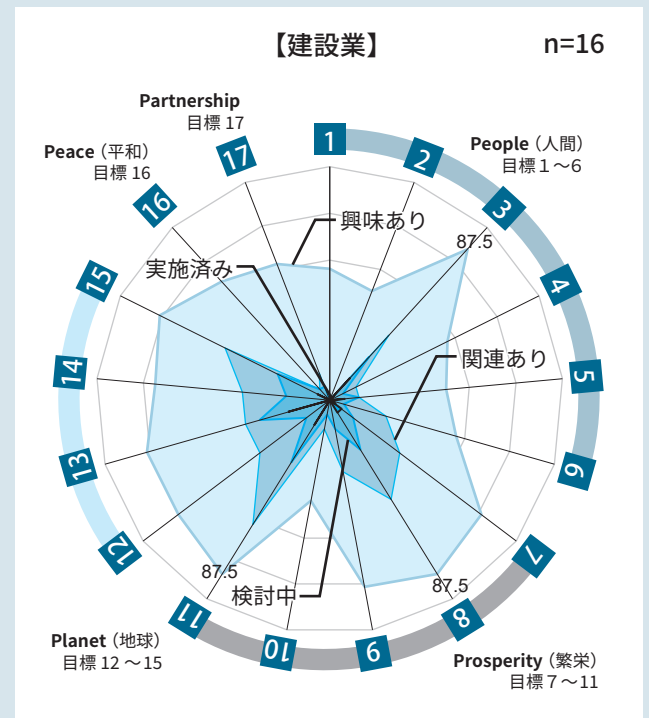
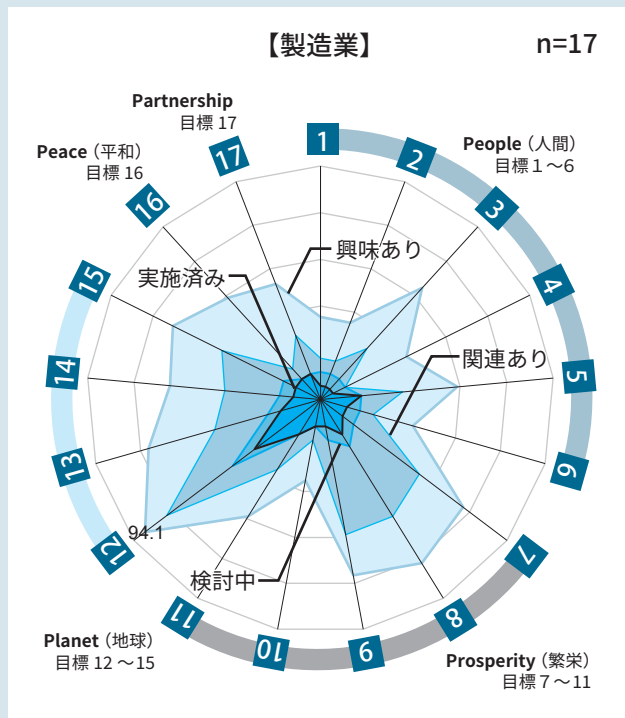
「エネルギー」、「11/都市」および「13/気候変動」(75.9%)となった。認知企業のSDGsへの関心度合いは、最も低い「2/飢餓」においても4割を超える企業が関心を持っており、SDGsに対する理解の高まりを窺わせる結果となった。

なお、実行率をみると、高い順に、「7/エネルギー」(16.5%)、「13/気候変動」(13.9%)、「12/持続可能な生産と消費」(12.7%)、「8/経済成長と雇用」

【図表 5】 17 の目標と自社事業との関連性（認知企業・業種別）

単位：％

- | | | | | | |
|---------|-----------|-----------|--------------|-------------|---------------|
| 1 貧困 | 2 飢餓 | 3 健康 | 4 教育 | 5 ジェンダー | 6 水 |
| 7 エネルギー | 8 経済成長と雇用 | 9 インフラと産業 | 10 不平等 | 11 都市 | 12 持続可能な生産と消費 |
| 13 気候変動 | 14 海洋 | 15 陸上生態系 | 16 平和で包括的な社会 | 17 パートナーシップ | |

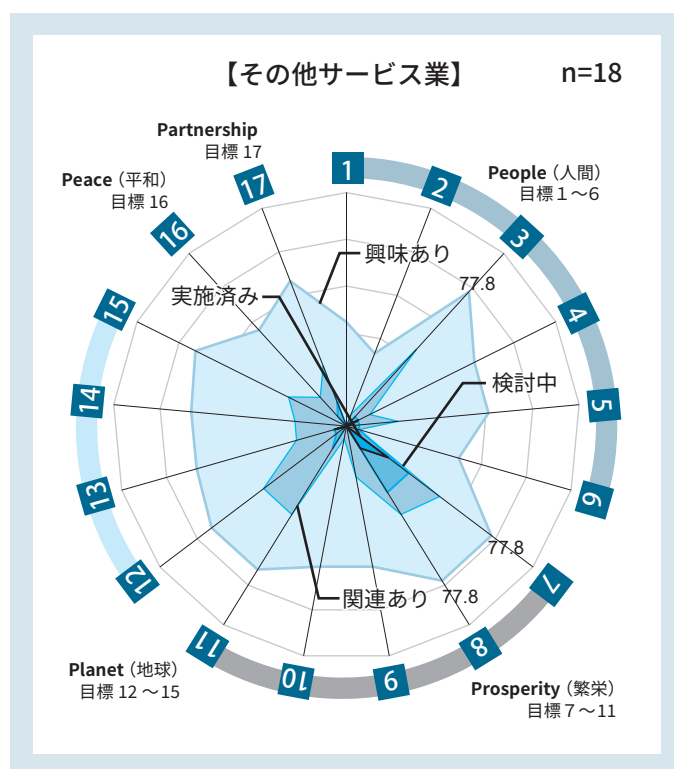


(1) 製造業
「12／持続可能な生産と消費」で実行率が高く、「関心あり」まで含めた割合は94・1％に達している。「8／経済成長と雇用」(82・4％)、「7／エネルギー」(9／インフラと産業)および「13／気候変動」(76・5％)などへの関心の高さが窺われる。「People(人間)」分類される項目への関心は

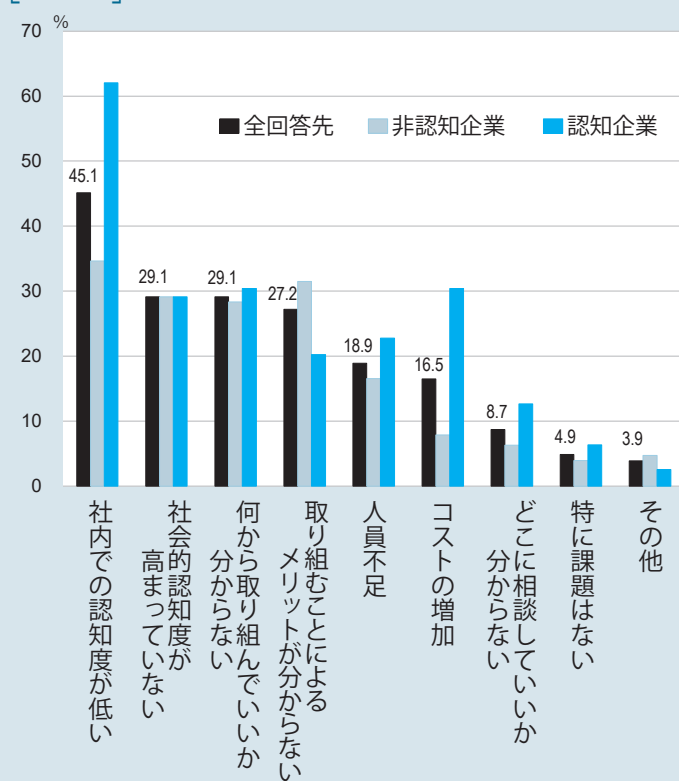
(11・4％)、「11／都市」、「3／健康」および「5／ジェンダー」(8・9％)となった。(以上、[表4参照](#))

(2) 建設業
実行率が全般的に低いものの、幅広い分野に高い関心を払っている様子が窺われる。特に「3／健康」に関心を持つ企業の割合は87・5％で、業種別で最高となった。関心の高い項目は、「3／健康」、「8／経済成長と雇用」および「11／都市」(87・5％)などとなった。

低めとなっているが、「12／持続可能な生産と消費」を筆頭に実行率は高い。



【図表6】SDGsに取り組む上での課題



(4) 小売業
事業内容と家計消費との関連性の高さを反映し、「1／貧困」、「2

(3) 卸売業
「SDGs達成に役立つ」と考える割合の高い分野は、「8／経済成長と雇用」、「11／都市」および「12／持続可能な生産と消費」(55・6％)、「10／不平等」および「13／気候変動」(50・0％)などで、関心が高い分野は、「11／都市」および「13／気候変動」(83・3％)であった。

(5) その他サービス業
実行率は全般的に低く、「SDGs達成に役立つ」とする割合も高くないものの、関心の度合いは全般的に高い。(以下、[図表5参照](#))

／飢餓」、「3／健康」など「People(人間)」に係わる項目、「16／平和で包摂的な社会」、「17／パートナーシップ」への高い関心が窺われる。実行率は、他業種に比べ高い。

4 SDGsに取り組む上での課題

社内での認知度の低さと

コスト面が課題

SDGsに取り組む上での課題について複数回答で調査したところ、全回答先206社では、「社内での認知度が低い」を挙げた企業が45・1%で最も多かった。次いで、「社会的認知度が高まっていない」および「何から取り組んでいいかわからない」が29・1%、「取り組むことによるメリットが分からない」が27・2%であった。非認知企業127社では、「社内での認知度が低い」が34・6%、以下、「取り組むことによるメリットが分からない」が31・5%、「社会的認知度が高まっていない」が29・1%、「何から取り組んでいいかわからない」が28・3%となった。一方、認知企業79社では、「社内での認知度が低い」が62・0%と群を抜いて高く、「コストの増加」および「何から取り組んでいいかわからない」が30・4%となり、非認知企業との意識の違いが鮮明となった。(以上、図表6参照)

—SDGsへのチャレンジで

5 まとめにかえて

持続的成長の実現と企業価値の向上を

これまでの考察を振り返ると、

既にSDGsに取り組んでいる県内企業の割合は1割に満たないものの、17の目標の内容と自社の事業内容との関連性についてはある程度理解されており、特に民間企業の貢献が期待される「Prosperity（繁栄）」に係わる項目への関心の高さが窺われる結果となった。一方、SDGsに取り組むに当たり、社内における認知度の低さと、コスト面での負担増が課題として浮かび上がってきた。

SDGsの「G」は、人類共通のGoals（ゴールの複数形）であり、SDGsへの取り組みはゴールを目指すハードル走のようなものである。競技への参加者は、国であり、行政であり、市民であり、企業市民としての民間セクターである。克服すべきハードルの数は多い。アスリートとして軽やかに超え行くもよい。仲間一人を支えて超して行くのもよい。ハードルをコースから撤去するた

めの方法を考えるのもよい。ゴールのテープを切るまでの方法はいくらでもあるが、守らなければならぬルールが一つだけある。私たちは、私たちが走るトラックを破壊してはならない。

SDGs達成のために、民間セクターの力が必要とされる大きな理由は、ハードルを克服するために必要な技術と知見と人材を、経済合理性を維持した上で、最大限に活用できる能力を備えた存在だからであろう。SDGsは目指すべきゴールを示すとともに、目の前にあるハードルの克服を求めている。目の前のハードルに果敢に挑み、アイデアを磨き、技術を鍛え、人を育て、そして次の世代に引き継いで行く。SDGsへの取り組みは、企業自身の持続的成長に貢献し、雇用者の福利を向上させ、地域の自立的かつ持続的な成長に繋がる。SDGsは遙か遠い国のおとぎ話ではない。

またSDGsの17の目標および169のターゲットは、身の回りの社会的課題を可視化するためのコンパスとして活用できるものであり、企業の経営上の課題を可視化し、将来に向けてのビジョンを構築するためのツールとなり得る

ものである。同時にSDGsへのチャレンジ自体がビジネスチャンスでもあり、SDGsをビジョンに据えることによって、企業価値の向上が期待でき、自社の成長にも繋がる。

本誌では、次回8月号より、専門技術人材の紹介を手掛けるアスタミューゼ株式会社による連載を開始する。アスタミューゼ社は、世界80カ国以上からの情報を元に構築した2億件を超えるデータベースを活用し、未来創造、社会課題解決などのためのコンサルティング事業を展開している。SDGsを切り口とした事業展開を考えておられる方々や、自社事業の魅力を可視化したいと考えておられる方々に、是非お薦めいたします。

