

ん

日本企業における SDGs の実現に向けて

～日本の自動車メーカーの取り組みを中心に～

名城大学経済学部 李ゼミナール

加藤悠太・太田恭嵩・鈴木永遠・松田穂南

西岡峻平・吉村萌・西脇陽向

目次

第1章 研究目的	3
第2章 SDGsの歴史的経緯と日本企業の取り組み	3
2.1 SDGsとは	3
2.2 SDGsの歴史的経緯	4
2.3 日本全体のSDGsの取り組み	4
第3章 自動車メーカー3社のSDGs取り組み比較	5
第4章 自動車産業におけるSDGsの名古屋地域実態調査	8
第5章 まとめと今後のSDGsの方向性	11
付録 アンケート調査用紙	14

第1章 研究の背景と目的

今日、多くの企業が SDGs に取り組みつつある。SDGs は「Sustainable envelopment Goals」の頭文字をとった略称であり、一般に「持続可能な開発目標」と訳されている。SDGs は、2000 年 9 月にニューヨークで開かれた国連ミレニアム・サミットにおいて「ミレニアム開発目標(MDGs:Millenium Development Goals)」が提起されて以来、MDGs 後継として、2015 年 9 月の国連サミットで採択された。

SDGs は 2030 年までの国際開発目標として、目標 1 の「貧困をなくそう」から目標 17 の「パートナーシップで目標を達成しよう」まで 17 の目標と 169 のターゲットが設定されている。これらの目標を達成することで、持続可能な世界を実現し、地球上の「誰一人として取り残さない」ことを目指している。SDGs は全ての国が対象となっている。世界的な潮流を受けて、日本では、SDGs を強く推進するために政府主導により「持続可能な開発目標 (SDGs) 推進本部」が設置された。政府の動きに呼応し、多くの企業も SDGs に取り組みつつある。

本研究では、その中でも自動車産業に焦点を当てて大手 3 社の SDGs の取り組みと今後の課題の比較考察を行うことで今後の望ましい SDGs への取り組みの方向性を提案したいと考える。その際に、本研究では、SDGs 普及によるメリット、普及の阻害要因、自動車メーカー 3 社の取り組み比較、名古屋地域でのアンケート調査を踏まえて SDGs 普及拡大の望ましい方向性を提案する。

本研究の対象として、自動車産業を選んだ理由は、自動車産業の持続可能性は今後の日本経済に非常に重要であると考えたからである。地球環境を守るために各自動車メーカーは新たな技術の開発や、エネルギーの活用方法を模索しており、そのほかにも環境に対して様々な取り組みを行っていることから日本産業を牽引する自動車産業に着目した。本研究では、自動車メーカーの中でも、国内自動車販売台数ランキングで上位 3 位である、トヨタ・ホンダ・日産の SDGs への取り組みについて詳細に考察する。また、自動車産業における SDGs に関する名古屋地域実態調査を踏まえて、名古屋市民が SDGs や電気自動車など低・脱炭素自動車に対してどのように考えているのかについてアンケートを通して実態を把握したいと考えている。

SDGs の普及に関する主要先行研究レビューは以下のようなものである。環境省 (2020) では、「ビジネスの世界では、経営リスクを回避するとともに新たなビジネスチャンスを獲得して持続可能性を追求するためのツールとして SDGs の活用がある」とまとめている。SDGs は企業経営の道しるべとなり、市場は SDGs の時代へと変化し、世界を相手に事業を展開する大企業ではバリューチェーンの見直しが始まっており、関連するサプライヤーにも影響が広がると予想しているという。そして環境制約下に描かれる 2030 年の社会の姿から、長期的な視点で自社の将来を考え、持続的な発展につながる経営と事業展開を図る必要があると指摘した。

そして、日本の自動車メーカーにおける SDGs と関連した代表的研究に、根岸 (2018) が

ある。根岸は企業の CSR（社会的責任）について SDGs が採択された 2015 年以降、自社の CSR と SDGs に関連付ける企業が増えてきていることを事実として挙げ、多国籍企業の経営の中で、SDGs がどのように実現されてきたのかという点について分析を試みている。

一般社団法人日本自動車会議所（2020）では、自動車メーカーが国連の提唱する「SDGs」の取り組みを重視していると述べ、「新型コロナウイルスで社会的な制限やサプライチェーンが寸断し、事業活動の停滞を迫られた経験が SDGs の重要性を再認識させる契機となった」ことを明らかにしている。

デジタル革命と自動運転に関する先行研究には、有本（2019）がある。自動運転プロジェクトは産業の国際競争力の強化とともに、SDGs に関しても重要な柱をもっているという。そして、都市や地域の再生と高齢化対策等のために自動車、ドローン、船など様々なモビリティを地域ニーズに沿って組み合わせて開発・デザインし、多様なサービスを社会実装することが必要であると指摘している。また、自動運転の取り組みは、デジタル革命と SDGs という新しい潮流を踏まえ、社会に重要な示唆を与えるものとまとめている。

日経 ESG(2021)では、トヨタの「Woven City」プロジェクトについて整理されている。このプロジェクトに携わる社員は、モチベーションが高く、SDGs に貢献するという高い志を持って仕事をしていることがまとめられている。そして自分たちの住む地域への貢献、地域に何か 1 つ恩返しするという気持ちで社会問題解決に向き合う仕組みの構築を目指しているという。またトヨタはこれまでの枠組みの自動車メーカーではなく、モビリティカンパニーへの転換を図っていることを明らかにしている。

以上の先行研究は、自動車業界における SDGs への取り組みについて丁寧な考察を行っている。本研究はこれらの考察を踏まえて、日本の自動車メーカー主要 3 社の SDGs への取り組みについて本研究独自の比較分析を行い、また名古屋市民を対象にしたアンケート調査結果分析に基づき、日本の産業における今後の SDGs の方向性と課題を明らかにしていきたい。

第 2 章 SDGs の歴史的経緯と日本企業の取り組み

2.1 SDGs とは

SDGs は日本語で、「持続可能な開発目標」という意味で、2015 年 9 月の国連サミットで採択された。この採択により、当時国連に加盟していた 193 か国が 2030 年までの 15 年間、この SDGs の達成に向けて行動することが求められるようになった。

SDGs は、17 の目標、169 のターゲット、さらにその下の 232 の指標で構成されている。大きく 3 つの目的があり、「①貧困に終止符を打ち」「②地球を保護し」「③すべての人が平和と豊かさを享受できるようにすること」である。232 の指標を定期的にモニタリング・測定することによって目標達成を促し、いま正しい選択をすることで、未来の地

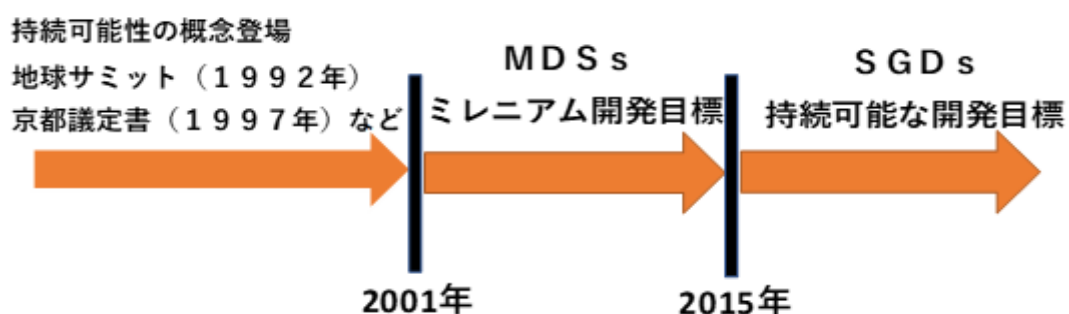
球を持続可能な形で改善することを目指している¹。

2.2 SDGs の歴史的経緯

SDGs の歴史的経緯を辿ると、1972 年にローマクラブが「人口増加、環境汚染が続くとあと 100 年で地球の成長は限界に達する」と成長の限界に気づき全世界に警告した、「成長の限界」までさかのぼることができる。当時世界は第 2 次世界大戦後の西洋文明社会の物質的な豊かさを求めて、成長と繁栄の道を歩んでいた。1980 年代「世界自然資源保全戦略」で、初めて公式に「持続可能性」という概念が登場した。国連の「ブルントラント・レポート：我ら共有の未来」の中で SDGs のルーツと言える「持続可能な開発」の概念が打ち出された。1989 年ベルリンの壁の崩壊をきっかけに東西冷戦が終結され、経済が急激にグローバル化する中で、世界の長期的な安定と平和には、地球環境問題が不可欠であるとの共通認識が指導者層に広まった。

SDGs の着実な進展は、1992 年「地球サミット」が開催され、現在の持続可能な開発に関する行動の基本原則である「リオ宣言」と、これを実行に移すための行動綱領としての「アジェンダ 21」が採択されたことがきっかけとなったといえる（図表 1）。この地球サミットは持続可能な開発における歴史的転換点となった。1997 年「京都議定書」が採択され、地球温暖化対策への世界的協調取り組みが進んだ。一方、開発分野において、依然として人口増加が進む中で抜本的な解決を目指し、2000 年、国連は国際開発目標を統合したミレニアム開発目標、通称 MDGs をまとめた。しかし、京都議定書の温室効果ガス削減条約の対象国は、ヨーロッパ、日本などの一部先進国が中心であったため、途上国などは条約の対象外であった。

（図表 1）SDGs への発展経緯



出典：SDGs の発展経緯の資料をまとめて筆者らが作成。

そこで、2000 年「国連ミレニアム・サミット」が開催され、8 つの章と 32 の主要目標

¹ SDGs について詳しくは、国際連合広報センターのウェブサイトを参照されたい。

からなる「国連ミレニアム宣言」が採択された。翌年の2001年にはミレニアム開発目標、通称 MDGs が策定された。MDGs は対象期間を2001年から2015年までとし、8つの目標、21のターゲット、60の指標が定められており、SDGsの前身となった。2015年「誰ひとり取り残さない」世界の実現を目指し、国連サミットで加盟国の全会一致でSDGsが採択された。

2.3 日本全体についてのSDGsの普及実態

日本では、2015年にSDGsが国連で採択された後、その実施に向け基盤整備に取り組んでいた。2016年5月に総理大臣を本部長、官房長官、外務大臣を副本部長とし、全閣僚を構成員とする「SDGs推進本部」を設置し、国内実施と国際協力の両面で取り組む体制を整えた。この本部の下で、行政、民間セクター、NGO・NPO、などを含む幅広いステークホルダーによって構成される「SDGs推進円卓会議」における対話を得て、同年12月、今後の日本の取り組みの指標となる「SDGs実施指針」を決定した。2018年には「SDGsアクションプラン2018」が策定され、自治体SDGs推進モデル構築のため「SDGs未来都市」の選定や次世代によるSDGs推進の後押しのために「次世代のSDGs推進プラットフォーム」の立ち上げを早急に進め、SDGsの推進取り組みに対する具体化及び拡充がなされている。

日本では、防災・保健・教育・ジェンダーの4つの分野を軸にして取り組んでいた。まず一つ目は、防災分野である。2019年3月に国際協力機構や国連国際防災戦略事務局、国連開発計画と共催で、G20開発作業部会サイドイベント「防災アジェンダの達成に向けた展望」を開催した。G20関係国や国際機構、一般参加者など111名が参加しSDGs、パリ協定の防災アジェンダ達成のため行うべき事項が議論された。これらの取り組みは、東日本大震災など災害の多い日本が過去を教訓とし災害に負けない強靱な社会構築を目指す必要があるため進められている。

2つ目の保健分野では、「認知症・精神保健分野への支援」「母子健康手帳の普及等の母子継続ケアの展開」などを中心に取り組みが行われている。これらの取り組みは「持続可能な開発のための2030年アジェンダ」において保険は主要な目標の1つとして位置づけられており、「すべての人があらゆる年齢において健康であること」を実現するために進められている。

3つ目の教育分野では、家の外で働くことが困難であった女性の社会進出を促す「女性教育支援」の実施を中心に取り組みが行われている。これは日本が女性就学・修了率の向上と就業への連結、公衆衛生・母子保健等の教育に重点的に取り組む必要があると考えているため進められている。

最後はジェンダー分野では、主に「女性と女兒の権利の尊重・脆弱な状況の改善」、「女性の能力発揮のための基盤の整備」、「政治・経済・公共分野への女性の参画とリーダーシップ向上」の3つが進められている。これらは、女性に優しいインフラ、女性工学

系教員の育成など、女性の生活向上や、女性が活躍できる場を増やす必要があると考えられているため進められている。これらの4つの軸を基盤に日本ではSDGsに取り組み拡大を進めている。

また、日本では、SDGsの一環として、国際的な気候変動対策への引き続きの取組を進めている。2015年に「美しい星への行動2.0」で2020年に官民合わせて1兆3,000億円の気候変動対策支援実施を発表した。2019年に約1兆3,700億円の気候変動に係る支援を実施し、着実に目標を達成している。また、緑の気候基金（GCF）に対しては、日本は初期拠出における15億ドルの拠出に続き、2019年には、2020年から2023年の4年間で、GCFの活動状況に応じて最大15億ドルを拠出する意向を表明した。更に、2020年10月には、菅内閣総理大臣は2050年までに温室効果ガス排出を実質ゼロとする「カーボンニュートラル」、脱炭素社会の実現を目指すと宣言した。パリ協定における2030年のNDC(Nationally Determined Contribution)については、「2050年カーボンニュートラル」の宣言を踏まえ、当初の目標であった2013年対比26%削減から46%削減へ大幅に修正し、エネルギー政策のあり方、地方の脱炭素化や、国民のライフスタイルの転換も含め、幅広く議論を進めている。

第3章 自動車メーカー3社のSDGs取り組み比較

本章では、日本の主力産業の1つである自動車産業についてSDGs目標の3・4・12達成のためにどのように取り組んでいるのかを比較考察していく。今回、自動車産業に着目したため、自動車産業の環境への配慮と安全性、消費者の身体の安全と使いやすさをSDGsの観点から考えた時、SDGs目標の3・4・12が当てはまると考えた。本研究の対象となるトヨタ・ホンダ・日産自動車も実際にSDGs目標の3・4・12の達成に向けて取り組んでいる。

まず、SDGs目標3「すべての人に健康と福祉を」は、「あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活の確保し、福祉を促進する」をテーマに構成されている。つまり、持続可能な社会を作るためには欠かせない小児で落とす命を減らし、平均寿命を伸ばすことが最大の目標である。健康な生活があるからこそ、私たちは家族との満たされた時間やスポーツを楽しんだり、仕事に打ち込んだりといったことが出来、それを支える福祉の充実によって心も体も満たされた豊かな社会の実現をすることができるため、SDGs目標3である「すべての人に健康と福祉を」が必要とされている。SDGs目標3を達成するべく、トヨタ、ホンダ、日産の3社は以下のように取り組んでいる(図表2)。

図表2で示されているように3社とも、事故を防止するためのシステム開発となっている。それぞれ独自のシステムを多く開発しているが、日産だけは運転者のサポートではあるが、高速道路の逆走の防止という1点のみになっている。

(図表 2) トヨタ・ホンダ・日産の SDGs 目標 3 への取り組み比較

トヨタ	トヨタが進める安全事故防止のためのドライバーサポート機能、予防安全パッケージ「Toyota Safety Sense」を開発した。
ホンダ	2014年先進安全運転支援システム「Honda SENSING」を発表し、安全運転を支援する 11 の機能を搭載させた。
日産	日産はNEXCO西日本との共同研究を経て、「高速道路の逆走を報知するシステム」の開発した。

出典：3社のウェブサイトから SDGs 目標 3 への取り組みの資料をまとめて筆者らが作成。

そして、3社とも安全運転を普及させる活動 SDGs 目標 3 を達成させようとしている。エアバックのように事故が起きてから対処するシステムではなく、未然に事故を防ぐ目的のものが大事となっている。従来のエアバックでは、ぶつかった衝撃により安全が必ず保証されているわけではないが、新たな 3 社の取り組みはすべての人々の安全を守れるものであり、SDGs 目標 3 の達成に貢献している。しかし、技術的な面だけでなく、精神的な面においてもアプローチをしている。3社とも事故をなくすための講習会を開き、市民に事故を起こさないための意識改革にも努めている。これより、企業により取り組みの違いはあるが、3社ともに事故を減らすことに重点をおいていることがわかる。

2つ目の SDGs 目標 4「質の高い教育をみんなに」は、「すべての人に包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する」をテーマに構成されている。世界には学校に通うことのできない子供たちや、文章の読み書きができない人が多くいる。また、貧富やジェンダーによる教育格差もある。教育課題があるのは、日本も例外ではない。世界各地にある様々な教育課題を解決して、すべての人に包括的な質の高い教育を提供することで、持続可能な開発に繋がると考えられている。

図表 3 には、SDGs 目標 4 への取り組みに関する 3 社比較がまとめられている。トヨタは、SDGs 目標 4 への取り組みのために、「サステナビリティ会議」を通じた社員の教育の強化を行っている。またトヨタは創業の精神とモノづくりで培った技術、モビリティカンパニーへの変革を通じて、事業領域内で貢献している。一方で、ホンダは教育を行う対象は子供が中心で、教育改革の種をまくことにも重点を置いている。日産は特に教育を行う対象や年齢を設けず、安全で安心かつ持続可能なモビリティをすべての人にもたらし、社会に価値を提供することがより一層重要になると認識し目標達成に貢献している。SDGs 目標 4 の達成のために、トヨタは社会教育が中心となっているが、ホンダと日産はより長期的視点から社会教育にも力を入れていることが特徴となっている。

(図表 3) トヨタ・ホンダ・日産の SDGs 目標 4 への取り組み比較

トヨタ	「サステナビリティ会議」が社内推進体制の肝。 取り組みの事例から SDGs に縛られず、トヨタの事業領域の中で貢献。
ホンダ	既存の教育プログラムになじめなかった子供たちや高校卒業を断念した子供たち、自分の人生を変えたいと望む子供たちを中心に受け入れを行う（「Eagle Rock School」） 積極的な教育改革の種をまくことにも重点を置く。
日産	安全で安心かつ持続可能なモビリティをすべての人にもたらし、自動車創造を用いて社会に生涯学習の価値を提供することにより貢献。

出典：3社のウェブサイトから SDGs 目標 4 への取り組みの資料をまとめて筆者らが作成。

3 つ目の SDGs 目標 12「つくる責任、つかう責任」とは、「持続可能な生産と消費のサイクルを確保する」をテーマに構成されている。つくる責任とは、モノやサービスを生み出す生産者の責任であり、つかう責任は、それらを選び消費する消費者の責任のことを指す。つまり、この目標は、地球上に住む誰もが向き合わなければならない課題であると言える。私たちは日々ものを作り出し、それを消費している。モノにあふれている現代では、先進国をはじめとする過剰なモノの生産と消費が問題視されており、日本も例外ではない。無駄な生産で使えるべきモノが使われないまま廃棄される一方で、途上国では十分な食料がなく、生活に必要なものがまかなえない人々がいる現状である。こうした先進国と途上国のアンバランスを訂正し、持続可能な世界を目指そうとしている。

図表 4 ではトヨタ・ホンダ・日産の SDGs 目標 12 への取り組みに関して主要取り組みが示されている。トヨタは創業以来、事業活動を通じて豊かな社会づくりに貢献し国際社会から信頼される企業市民を目指してきた。トヨタは、トヨタ生産方式をはじめとするモノづくりで培った技術で環境問題の解決に向けた世界初の量産ハイブリット車を開発するなど課題にもチャレンジしてきた。そのなかで現代を 100 年に一度の大改革の時代と考え、自動車を作る会社から、モビリティカンパニーへとモデルチェンジしすべての人の移動を自由にするサービスの開発、そしてトヨタの究極の願いである交通事故死傷者ゼロの実現を目指している。

(図表 4) トヨタ・ホンダ・日産の SDGs 目標 12 への取り組み比較

ホンダ	商品のライフサイクルの各段階での廃棄物の最小化と適切な処理、そして材料のリサイクルと資源、エネルギーの節約
トヨタ	部品・車両製造、物流、廃棄・リサイクルの各段階でのCO2 排出量ゼロを2050年までに目指す。
日産	リユース品とリビルド品をニッサングリーンパーツとして2016年→2022年で種類を2倍に増やす

出典：3社のウェブサイトからSDGs 目標12への取り組みの資料をまとめて筆者らが作成。

日産自動車では、安全で安心かつ持続可能なモビリティをすべての人にもたらし、社会に価値を提供することがより一層重要になっていると認識し SDGs を支持し目標達成に貢献している。その中で日産が独自に発表した「Nissan Sustainability 2022」を中心に環境・社会性・ガバナンス分野目標を設定し「ゼロ・エミッション」と「ゼロ・フェイタリティ」達成し、最終的には「人々のせいかつを豊かに」というビジョンの達成を目指している。ホンダでは、ステークホルダー人と喜びを共有するために時代のニーズを先取りした世の中に役立つ独自の技術でモビリティ社会の発展に貢献することを目指す。「2030 年ビジョン」を制定し、様々な幅広い活動を通して、すべての人に生活の可能性が広がる喜びを提供している。最終的には「CO2 ゼロ社会に実現」「事故ゼロ社会の実現」に向けて取り組む。

3社ともに共通していえることは、交通事故死傷者数やCO2 排出量を0 ゼロに向けた取り組みをしているということがわかる。この取り組みによってこれからの自動車社会は、環境に配慮しつつ人々の生活をより豊かにしていくと考えられる。

ただし、現実的には世界のモビリティは、既存の内燃機関車から完全電動車へ大きくシフトしている。欧州自動車工業会 (ACEA) によると、2019 年の EU+英国の新車登録における EV の割合は約 2%から 2020 年には 5.6%であり、電気自動車の普及が急速に進んでいる。中国の場合も、中国汽車工業協会によると 2020 年の自動車販売における EV の占める割合は約 4.4%であった。ただし日本では、2020 年の場合、電気自動車の販売台数は 16,239 台であり、全体販売量の中で約 1%に過ぎなかった (日本自動車販売協会連合会,2021)。これまでに内燃機関自動車に世界的競争力のあった日本の自動車メーカーは、2050 年カーボンゼロ社会に向けた電気自動車や水素自動車などいわゆるゼロエミッション自動車に対するより明確な販売と技術革新目標を打ち出す必要があると考える。

第4章 自動車産業におけるSDGsの名古屋地域実態調査

筆者らは、SDGs への意識を把握するためにアンケート調査を行った。アンケート調査の実施期間は10月19日から11月2日であり、調査場所は名古屋市（名古屋・栄・大須等）であった。調査対象は、10歳以上の男女100人であり、回答者数は100人（年齢は10代～50代以上、性別は男性54人、女性46人）であった。（図表5）。アンケートの内容は、本論文の文書末に付録されている。

（図表5）アンケート調査対象の年齢別性別分布

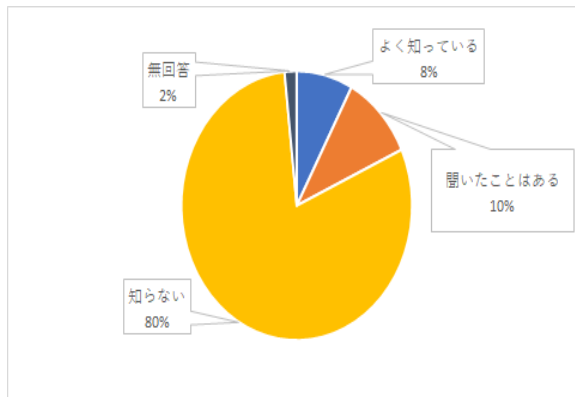
	10代	20代	30代	40代	50代～	合計
男性	6人	15人	14人	10人	9人	54人
女性	5人	13人	12人	8人	8人	46人
合計	11人	28人	26人	18人	17人	100人

出典：筆者らのアンケート調査による。

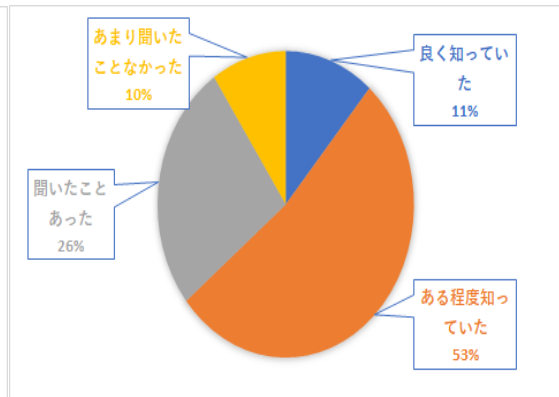
最初の設問は、SDGsについて知っているかどうかである。（図表7）は、令和元年に名古屋市が調査したSDGs認知度を表したグラフである。これを見てわかるように令和元年による調査では、全体の18%の人がSDGsについて「知っている」と回答しているが、2021年度の筆者らのアンケート調査では、「良く知っている」11%、「ある程度知っている」53%、「聞いたことがある」26%を合計すると「知っている」と回答した人が全体の90%に達している。名古屋市でのアンカーと調査から約3年間かの中でSDGsの認知度が72%・ポイント増加という結果であった。これらから名古屋地域では、SDGsが浸透していることがわかる。しかし、「内容まで含めてよく知っている」と回答した人は11%にとどまっており、より多くの人が内容を理解し、更に行動を起こすことが、今後の課題であると考えられる。

また、年代別にみた認知度のグラフ（図表8）を見てわかるように、「SDGsについてよく知っている」と回答した人が、10代の「72.2%」が最も高く、次いで20代の「35.7%」、30代の「26.9%」、40代の「16.6%」と若い世代を中心に認知度が高まっていることが見受けられた。この調査結果から若者の認知度が広がっている要因として主に2点あると考えられる。

(図表 6)



(図表 7)

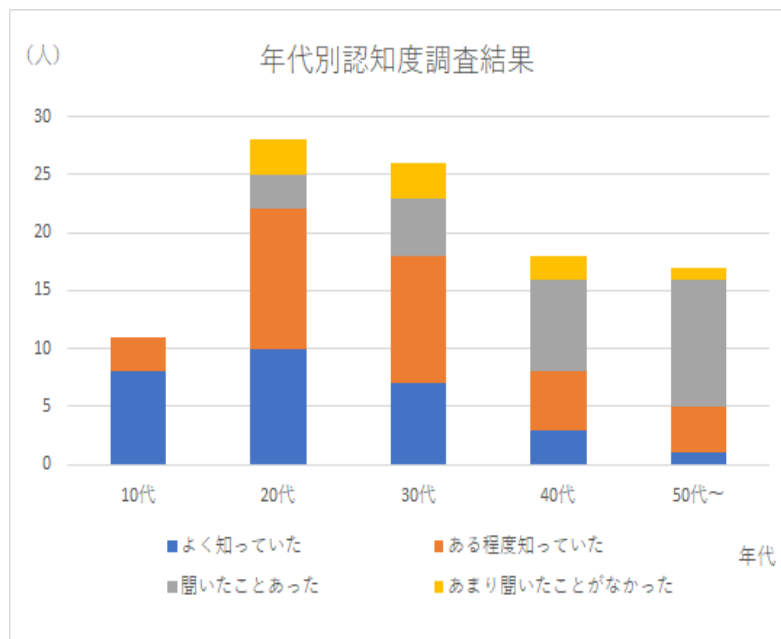


出典：名古屋市:令和元年度第2回市政アンケート

出典：筆者らのアンケート調査

1 つ目は教育環境の変化である。SDGs と関係性が強い内容を取り入れている授業が増え、社会人に比べて若者は、SDGs に関する教育環境の面で有意性を持っていることが認知度向上の要因であると考えられる。2 つ目の要因は、持続可能な社会に対して若者の方が身近に感じている点である。今の若者は今後、社会の第一線で活躍していく年齢層である。さらに、将来の子供の世代にも影響し、今後の人生に直接的、間接的に降りかかってくる不可避な課題である。よって、「持続可能な社会を実現させる」という自覚を若者が多いためこのような結果になったと読み取れた。

(図表 8)

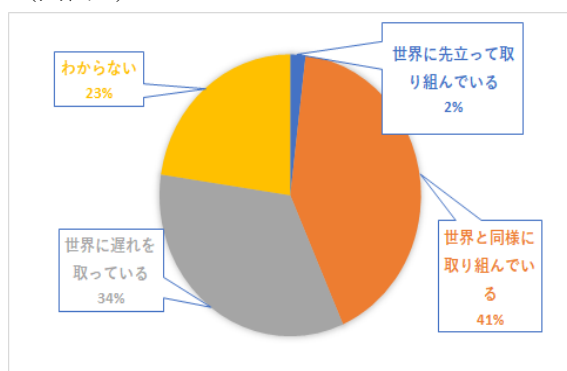


出典：筆者らのアンケート調査

そして、2つ目の設問（図表 9）は、日本企業の SDGs への取り組みについてどう評価するかという設問であった。取り組みへの評価として最も多かったのは、世界と同様に取り組んでいるが全体の 40%で最も多く、半数に近い割合に世界で行われている SDGs への取り組みと同等以上に日本が取り組んでいる認識であることが読み取れる。しかし、世界に遅れを取っているが 34%となっており、達成の遅れが出ている目標を中心に政府・企業・自治体・個人の具体的な取り組みや意識変革によって推進していく必要があると考える。

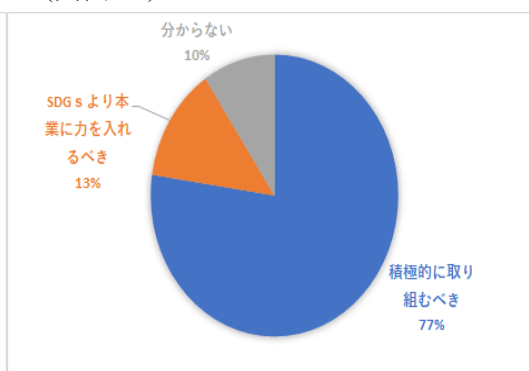
3つ目の設問（図表 10）は、日本企業の今後の SDGs への取り組みについてどう思いますかという設問であったが、積極的に取り組むべきであるが全体の 77%を占めており最も多く、多く人は日本企業が SDGs に取り組むべきであるという結果であった。

（図表 9）



出典：筆者らのアンケート調査

（図表 10）

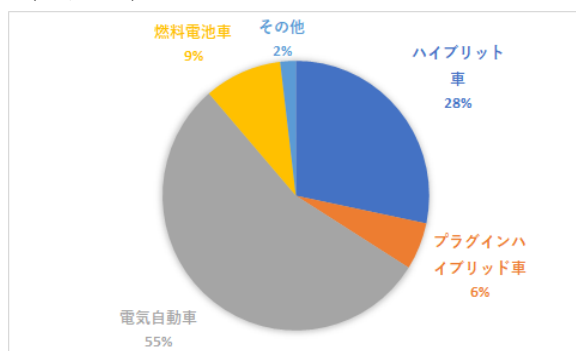


出典：筆者らのアンケート調査

4つ目の設問は（図表 11）は、日本は 2035 年にガソリン車の販売停止を公表していますが、今後どのようなタイプの自動車を購入したいかという設問では、ガソリン車が 9%に過ぎず多くの人が自動車による環境への配慮について意識しているということが読み取れた。

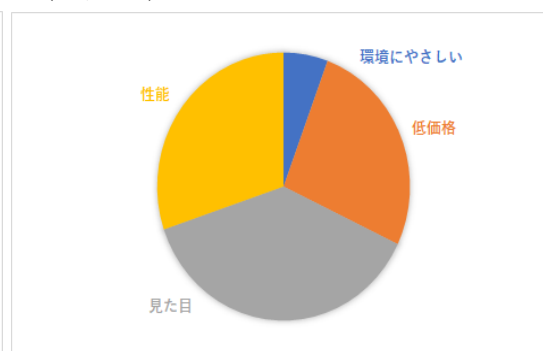
5つ目の設問（図表 12）は、あなたが自動車を購入するときに最も重視する点についての質問では、「見た目」を重視する人が最も多く、次いで「性能」、「低価格」という結果であった。

（図表 11）



出典：筆者らのアンケート調査

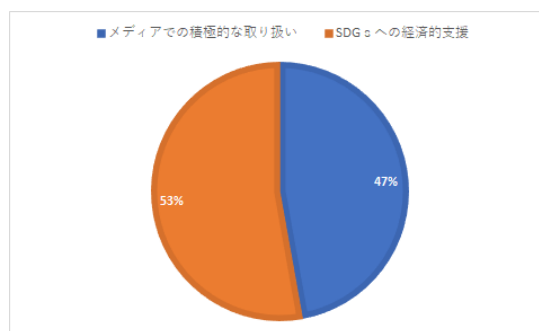
（図表 12）



出典：筆者らのアンケート調査

そして、6 つ目の SDGs の普及拡大にはどのような方法が必要だと思うのかという設問（図表 13）では、「メディアでの積極的な取り扱い」、「SDGs への経済的支援」がほぼ同率であるが「SDGs への経済的支援」を必要だと考えている人の方が多いという結果であった。

（図表 13）



出典：筆者らのアンケート調査

アンケート調査から若者の SDGs に対する認識の高さの理由に学校の教育で SDGs の内容と絡めた授業が行われていることが考えられる。そのため自然と SDGs について認知も出来ていると言える。しかし、認知度は上がっているが、どのような内容なのか、達成するためにはどんなことをするべきか、といったより深い意味についての認識は低い傾向にあると考えられる。

実際、今後自動車を購入する際に重視する点は環境に優しいモノと答えた人の割合は低い。なぜ環境を意識しなければいけないのか、自動車から排出されるガスは環境に良くないのか、など問題に一人一人が正面から向き合う必要がある。また、SDGs の普及拡大には経済的支援を求める割合の方が若干高い結果であった。SDGs に積極的に取り組むべきである答えた割合は 7 割だったのに対し、この結果は他人に任せようという考えからきているのではと思われた。気候変動、カーボンニュートラル、少子高齢化、新型コロナウイルス感染症など、SDGs の 17 のゴールと関連するさまざまな社会課題について、SDGs という言葉は知っているが、自分の居る世界とは違う、別の場所で起こっているというような捉え方がされている面も一定あるようである。SDGs や社会課題を意識した行動については、個人はできることから実践し、その積み重ねを成果につなげていき、一方で政府・企業は、個々人では実施し難いことを、組織の力を使って、政策や事業活動として取り組んでいくことが重要となる。個人の行動変容とともに、企業には、世の中の変化を的確に捉え、SDGs が目指す 2030 年までのさらなる社会変革に向けて、多様な部門と手を組み、パートナーシップを基盤とした社会課題の解決に資する新たな社会価値創出が求められると考えた。

第5章 まとめと今後のSDGsの方向性

こうしたSDGsやサステナビリティの潮流を前に、今までと同じやり方を続けていくのは企業にとってリスクそのものである。新しいイノベーションを興すために積極的に社会課題解決の視点を持ち、世界の潮流を先回りしていくことが企業にとって生き残り成長を続けるための合理的な戦略になっている。今回調べた3社の類似点としては交通事故減少につながる取り組み、次世代教育への取り組みに力を入れてSDGs達成に向け貢献していることが分かった。SDGsやサステナビリティを含めた急速な変化の中で、今までの競争とは全く異なる考え方で競争を仕掛けてくる資金力の豊富な新興勢力に対し、既存の自動車業界が対抗するには、SDGsやサステナビリティを起点とした新事業創出やイノベーションの創出に果敢に取り組んでいくことが必要不可欠である。

ホンダと日産はSDGsでの取り組みを通じて生活を豊かにすること、トヨタは会社ごとモデルチェンジすることを目指している。SDGs目標3の技術開発や、SDGs目標12の日産のリビルドパーツなどそれぞれの企業が独自で取り組むのではなく、ある程度情報共有したほうがSDGs目標の達成をしやすいのではないかと考えた。また、アンケート結果から自動車に求める機能で「環境にやさしい」という意見が少なかった。それを踏まえると、今後はSDGs目標12にあるよう使う責任側の意識改革が必要である。

SDGs全体としての方向性について見ていくと、現在、日本国内におけるSDGsの認知度は年々上昇し、日本の経済界が環境対応や企業統治に優れた企業を選別して投資するという、ESG投資を背景にSDGsは大きな可能性を見せている。都市部の大企業が次々とSDGsを自らの活動の中に取り込み始める一方で、地方中小企業における認知度には課題があるのも事実である。SDGsの推進は「認知度の向上」から「具体的な成果」が求められる第2段階への移行期に移っている。政府としてはより多くの人々がSDGsに関心を持ち、行動に移すきっかけを作るべく取り組んでいる。今後のSDGsの方向性としてはまず、SDGsを達成するために個人それぞれが関心を持ち、それを理解することが大切である。より大きな規模から見えていくと、世界各国と協力しながら「日本のSDGsモデル」を世界に発信し、環境、教育、保健、インフラ、などSDGs達成のために必要不可欠な課題に改善に向かうことが今後の方向性ではないかと私たちは考えた。

今回は自動車産業を題材として調べたため、例えばSDGs目標3の「すべての人に健康と福祉を」では、トヨタは安全ブレーキ搭載、ホンダでは歩行者ダミーの開発、日産ではネクスコ中日本と共同するといった様々な角度から人々が安全に自動車を使えるように工夫を凝らしている姿勢が見えた。これは自動車産業のみではなく、ほかの業界でもそれぞれ取り組んでいくべき目標であり、SDGsと企業活動は切り離せない関係になっていくのではないかと考えた。しかし、いくら企業が取り組みをしたとしても私たち生活者や消費者として一人一人が協力していかなければ現状は変わり難い。異常気象など地球温暖化は早いスピードで進行しており、その原因は私たちのSDGsをあまり意識していない日常生活からであると考えられる。はじめは小さく一歩かもしれないが個人の考え方、SDGsを実

践する生活方法を変えることで、企業の取り組みも SDGs の実現に向けて大きく変化するのではないだろうか。

—参考文献—

【一般参考文献】

有本建男（2019）『デジタル革命と SDGs と自動運転』

一般社団法人日本自動車会議所（2020）日刊自動車新聞 2020 年 6 月 29 日掲載

環境省（2020）『すべての企業が持続的に発展するために ～持続可能な開発目標活用ガイド～』第 2 版

日経 ESG トヨタ自動車・大塚友美 DCSO（2021）『SDGs を推進しモビリティカンパニーへ』

根岸可奈子（2018）『自動車メーカーの CSR と持続可能な開発目標に関する予備的考察』企業研究 第 34 号

【ウェブサイト】

欧州自動車工業会ウェブサイト

<https://www.acea.auto/>

外務省日本政府の取り組みに関するウェブサイト

<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/effort/index.html>

国際連合広報センター

https://www.unic.or.jp/news_press/features_backgrounders/31737/

中国汽車工業協会ウェブサイト

<http://www.caam.org.cn/>

トヨタ自動車株式会社のウェブサイト

（ESG に基づく取り組みに関するウェブサイト）

<https://global.toyota.jp/sustainability/esg/challenge2050/>

（SDGs への取り組みに関するウェブサイト）

<https://global.toyota.jp/sustainability/sdgs/>

東京書籍株式会社と積水化学工業株式会社協働のウェブサイト

<https://sdgs.edutown.jp/info/goals/goals-3.html> （SDGs 目標 3 に関するウェブサイト）

<https://sdgs.edutown.jp/info/goals/goals-4.html> （SDGs 目標 4 に関するウェブサイト）

<https://sdgs.edutown.jp/info/goals/goals-12.html> （SDGs 目標 12 に関するウェブサイト）

名古屋市のホームページ

https://www.city.nagoya.jp/sportsshimin/cmsfiles/contents/0000122/122707/R01_02_shisei_Result_02.pdf

日本自動車販売協会連合会のウェブサイト

<http://www.jada.or.jp/data/month/m-fuel-hanbai/>

日産自動車株式会社のウェブサイト

<https://www.nissan-global.com/JP/SUSTAINABILITY/REPORT/SDGS/>

ホンダ自動車株式会社のウェブサイト

<https://www.honda.co.jp/philanthropy/sdgs/>

自動車業界の SDGs に関するアンケート

私たちは名城大学経済学部 の学生です。この度、自動車産業の SDGs への取り組みのゼミ論文を作成するため、アンケートを実施する運びとなりました。

1. 性別、年代をお聞かせください

- ☐男性 ☐女性
- ☐10代 ☐20代 ☐30代 ☐40代 ☐50代～

2. SDGsについて知っていましたか？

- ☐よく知っていた ☐ある程度は知っていた ☐聞いたことはあった
☐あまり聞いたことがなかった

SDGs とは、「持続可能な開発目標」です。2030 年までを期限とする世界共通の 17 の目標により、貧困や飢餓や暴力を撲滅し、地球環境を壊さずに経済を持続可能な形で発展させ、人権が守られている世界を実現することを目指しています。

3. 日本企業の SDGs への取り組みをどう評価しますか？

- ☐世界に先立って取り組んでいると思う ☐世界と同様に取り組んでいると思う
☐世界に遅れを取っていると思う ☐わからない

4. 日本企業の今後の SDGs への取り組みについてどう思いますか？

- ☐積極的に取り組むべきである ☐SDGsよりは本業に重点を置くべきである
☐わからない ☐その他（ ）

5. 日本政府が2035年までにガソリン自動車の販売停止を公表していますが、あなたは
その時に購入したいのはどのようなタイプの自動車ですか？

- ☐ハイブリッド車 ☐プラグインハイブリッド車 ☐電気自動車 ☐燃料電池車
☐燃料電池車 ☐その他（ ）

6. あなたが自動車を購入するときに最も重視する点は何ですか？

- ☐環境にやさしい ☐低価格 ☐見た目 ☐性能（安全性、利便性）
☐その他（ ）

7. SDGs の普及拡大にはどのような方法が必要だと思いますか？

- ☐メディアでの積極的な取り扱い ☐SDGs への経済的支援
☐その他（ ）

8. SDGs の今後についてあなたのご意見があれば教えてください。

--

アンケートは以上です。この度は調査にご協力頂き、誠にありがとうございました。