

山形県内企業のSDGS対応の現状と 今後の進展に向けた一考察

倉持 一

東北公益文科大学総合研究論集第39号 抜刷

2021年1月31日発行

山形県内企業のSDGs対応の現状と 今後の進展に向けた一考察

倉持 一

1. はじめに

2015年9月、国連において193カ国の政府関係者、NGO、および研究者らの賛成を得てSDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）が採択された。SDGsは、2030年までに解決すべき17のゴールと、その達成に向けた具体的な期限や数値目標などが示された169のターゲットなどで構成されている。2030年に我々が目指すべき未来像がそこにはある。

また、SDGsは、国家、企業、NGOやNPO、および教育機関など、あらゆるセクターにとっての努力目標であるとされ、我が国も例外ではない。その意味においてSDGsは企業だけの問題ではないが、CSR時代とも称される現代の経営環境において、SDGsへの適宜適切な対応は大きな経営課題の一つとなっている。例えば環境省が、SDGsを企業経営に取り入れる際に参考となるガイドブックを作成し、その中で企業が将来に渡って継続し発展していくためのツールとしてSDGsを挙げていることは（環境省 2020）、象徴的な動きといえる。また、2014年に経済産業省が、CSR（企業の社会的責任）に関して、「企業経営に重大なインパクトをもたらしうるリスクであると同時に、戦略的に取り組めば日本企業に多くのメリットをもたらすチャンスでもある」と指摘している（経済産業省 2014）ことを鑑みると、SDGsは企業の戦略的なCSRな取り組みの指針としての役割を果たすことが期待される。

こうして急速に進むSDGsの重要性理解と企業経営への導入の必要性の広がりの中、日本は、諸外国に比べてSDGsへの対応が遅れていると指摘されている（例えば、Bertelsmann Stiftung & Sustainable Development Solutions Network 2020）。2016年5月に内閣総理大臣を本部長に、そして官房長官、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」を内閣官房に設置し、国全体を挙げてSDGsの推進に取り組む我が国にとって、現状の是正は急務である。そうした現状においては、経済活動の主人公である企業の果

たすべき役割は大きい。

SDGs、CSR、企業経営という三者の関係性については、学術界においても最近になって活発に論じられ始めている。例えば高岡（2015）は、諸々のCSR課題を企業経営の必須として考慮し、コミットすることは、SDGsの多くの目標に寄与することに繋がるなどと指摘し、CSRを推進していくことで、企業がSDGsの掲げる17のゴールに貢献可能である旨を述べている。さらに、企業経営とSDGsとの関係性について、グローバルに事業を展開する大企業のみならず、中小企業もSDGsを自社の戦略に組み入れ競争優位の獲得に励むべきだとの論調も見られるようになってきた（例えば、松木2019）。まさにSDGsは、企業規模の大小や業種を問わず、すべての企業にとってもはや無視できない存在となっている。

こうした状況の中、2020年7月、帝国データバンクは企業を対象に実施した「SDGsに関する意識調査（以下、『本調査』と称す）」の結果を発表した（帝国データバンク2020）。本調査は、全国規模で実施されたものであり、日本企業の最新のSDGs対応を把握する上で有意義なものである。本稿は、本調査で得られた結果をもとに、エビデンスベースで山形県内企業のSDGs対応の現状と課題を探究した上で、今後の進展に資する方策の方向性を「目的合理性アプローチ」と「価値合理性アプローチ」という2つのアプローチを用いて学術的に示したいと考えている。

本題に入る前に、ここで本調査の概要について触れておきたい。本調査は、株式会社帝国データバンクが2020年6月17日から30日にかけて、全国2万3,681社を対象に実施されたもので、有効回答企業数は1万1,275社であり回答率は47.6%であった。なお、調査結果については、全国企業版、東北6県企業版、山形県内企業版と分割されて公表されている¹。

2. 山形県内企業のSDGs対応の現状と課題

本章では、本調査で得られたデータを中心に、山形県内企業のSDGs対応の

¹ 全国企業版：<https://www.tdb-di.com/2020/07/sp20200714.pdf>

東北6県版：https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s200702_10.pdf

山形県内企業版：https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s200703_16.pdf

現状を検証していきたい。ただし、本調査の質問事項は多岐にわたるため、ここでは「SDGsの取り組み状況」と「SDGsの17目標に対する注力度」の2つの質問項目に的を絞り、全国企業と東北6県企業との比較考察を実施する。そうすることで、より山形県内企業のSDGsへの対応の特徴点や課題が浮き彫りにできると考えられるためである。果たして山形県内企業はSDGsの重要性をどれだけ認識したり、実際に何らかの取り組みを実施したりしているのだろうか。また、山形県内企業は、SDGsが掲げる17の目標、すなわち未だ解決されていない17の社会課題のどれに注力しているのだろうか。ここからの定量分析によって、山形県内企業のSDGs対応の特徴や課題が見えてくると考えている。

(1)SDGsの取り組み状況

まずは、SDGsの取り組み状況などについて全国企業、東北6県企業と山形県内企業とを比較していきたい。調査結果を単純集計したものが下の表1である。

【表1：SDGsの取り組み状況】

	全国企業 (n=11,275)	東北6県 企業 (n=773)	山形県内 企業 (n=149)	全国・山形 乖離 ²	東北6県・ 山形乖離
意味および重要性を理解し、 取り組んでいる	8.0%	7.1%	7.4%	▲0.6	△0.3
意味もしくは重要性を理解し、 取り組みたいと思っている	16.4%	12.8%	10.7%	▲5.7	▲2.1
言葉は知っていて意味もしくは 重要性を理解できるが、取 り組んでいない	32.9%	31.2%	28.9%	▲4.0	▲2.3
言葉は知っているが意味もし くは重要性を理解できない	14.8%	17.5%	18.1%	△3.3	△0.6
言葉も知らない	14.3%	13.8%	14.8%	△0.5	△1.0
分からない	13.6%	17.6%	20.1%	△6.5	△2.5

出典：帝国データバンク（2020）をもとに筆者作成

² △は山形県内企業からみた乖離のプラスを、▲は同じくマイナスを表し、単位はポイント数である（以後、同様に用いる）。

まず、SDGsという言葉に対する認知について比較していきたい。ただし、表1で示されているとおり、本調査では「分からない」と回答した企業の割合が、全国企業と山形県内企業とで6.5ポイント、東北6県企業と山形県内企業とで2.5ポイントの差があるため、より正確に比較するためには補正が必要であると考え。特に山形県内企業の場合、サンプル数が149社と相対的に小さいこと、また、約2割の企業が「分からない」を選択していることなどを勘案すれば、SDGs認知・非認知に関してより正確かつ明確な比較をするためには、「分からない」と回答した企業を除する作業を行うことが適当だと判断した。作業後の数値は以下の表2とおりであり、以後、表2をもとに議論していきたい。なお、作業の際には小数点第2位で四捨五入を行っているため、合計は100%とはならない。

【表2：表1から「分からない」と回答した企業を除したもの】

	全国企業 (n=9,742)	東北6県 企業 (n=637)	山形県内 企業 (n=119)	全国・山形 乖離	東北6県・ 山形乖離
意味および重要性を理解し、 取り組んでいる	9.3%	8.6%	9.3%	—	△0.7
意味もしくは重要性を理解し、 取り組みたいと思っている	19.0%	15.5%	13.4%	▲5.6	▲2.1
言葉は知っていて意味もしくは 重要性を理解できるが、取 り組んでいない	38.1%	37.9%	36.2%	▲1.9	▲1.7
言葉は知っているが意味もし くは重要性を理解できない	17.1%	21.2%	22.7%	△5.6	△1.5
言葉も知らない	16.6%	16.7%	18.5%	△1.9	△1.8

出典：筆者作成

まずは、表2のデータを用いて、全国企業、東北6県企業、山形県内企業の回答の独立性を検証する。ここではカイ二乗検定を実施することとするが、同表のデータを分析した結果、カイ二乗値は13.951であり、有意性を示すp値は0.083であった。したがって、一般的に統計分析で用いられる有意確率5%で判断すれば帰無仮説は棄却されず、3つの企業群による回答の差は生じていないことになる。ただし、10%有意を採用すると帰無仮説は棄却されるため、そ

の場合には、山形県内企業のSDGsの取り組み状況は、全国企業や東北6県企業とは異なるといえる。

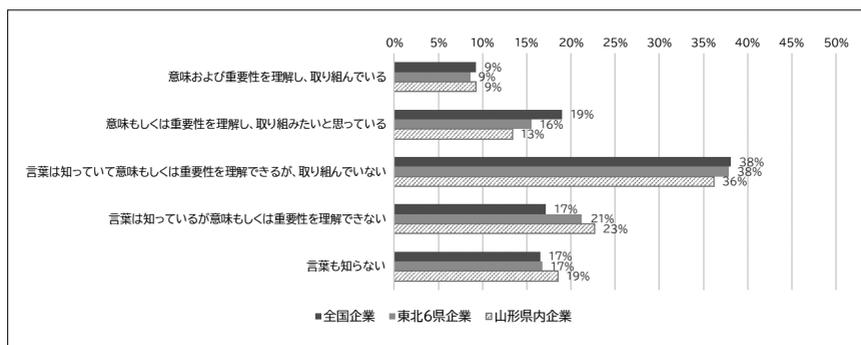
では、ここから具体的な回答の中身を検証していくが、改めて明らかとなったのは、SDGsに対して「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」と回答した山形県内企業の割合が、全国企業と同程度であり、かつ東北6県企業よりもわずかながら高いということである。東北6県企業には内数として山形県内企業の数値も含まれていることを勘案すると、東北6県の中でも山形県内企業のSDGs取り組みの進展状況は比較的に良好と言えるのではないかと。

しかしながら、「意味もしくは重要性を理解し、取り組みたいと思っている」、ないし「言葉は知っていて意味もしくは重要性を理解できるが、取り組んでいない」と回答した企業の割合は、山形県内企業と全国企業、東北6県企業との乖離が比較的に大きい。SDGsを知らながらまだ実践段階に至っていない企業が山形県内に多く存在していることが分かる。

そして、山形県内企業のSDGs取り組み状況で特徴的なのは、「言葉は知っているが意味もしくは重要性を理解できない」ないし「言葉も知らない」と回答した割合が全国や東北6県と比べると大きいということである。この数値からすれば、山形県内企業へのSDGs認知は比較的に遅れているということになる。

特に、表2の「言葉も知らない」と回答した企業の割合は、「分からない」と回答した企業を除いたものであるので、より明確にSDGsの非認知を表明し

【表3：表2をグラフ化したもの】



出典：筆者作成

た企業だと言える。本調査の結果、山形県内企業の約四分の一の企業が、SDGs発効から約5年となる現在に至っても、SDGsという言葉を知りていなかったことが明らかとなった。ここで表2をグラフ化したものを提示しておくことにする。

以上の結果をまとめると、山形県内企業のSDGs取り組み状況には3つのグループが生じ、かつ、その各々が全国や東北6県と比較した際に何かしらの特徴を示していることになる。すなわち、①すでにSDGsに積極的に取り組んでいるトップ層、②SDGsを知りてしているが実践に移行できていないミドル層、③SDGsを未だ十分に知りていなかったボトム層である。また、①は全国と同程度の割合かつ東北6県よりも多く、②は全国や東北6県よりも割合が少なく、そして③の割合は全国や東北6県に比して割合が大きい。つまり、山形県内企業のSDGs取り組み状況は、トップ層が検討している一方で、今後の奮起が期待されるボトム層が分厚いということになる。

それでは、これらの結果は、先行して実施された他調査の結果と比べるとどうなのであろうか。つまり、本調査自体の特徴の検証である。これに関しては、回答企業の企業規模構成を確認しなければならないだろう。大企業と中小企業とでは、SDGs認知度に差があってもおかしくないからだ。そして検証の際には、先行調査と本調査で共通するSDGs非認知度、つまり「言葉を知らない」など明確にSDGsを知りていないとする選択肢を選んだ企業の割合を用いる必要があるだろう。これは、各調査によって、非認知の選択肢と異なり、SDGs認知の選択肢は多様なためである。

残念ながら、本調査ではアンケートに回答した東北6県企業や山形県内企業の企業規模比率は示されていないため、先行調査結果を用いた厳密な検証は行えない。しかし、全国企業の企業規模比率は示されており、本調査の回答企業1万1,275社の企業規模構成比率は、大企業18.2%、中小企業81.8%である。となれば、先行調査によって判明した大企業と中小企業の各々のSDGs非認知度が分かれば、加重平均を求めることで先行調査と本調査との違いや特徴がおおよそ把握できるだろう。

まずは、大企業のSDGs非認知度を見てみたいが、本稿では、比較の都合上、東証一部上場企業を大企業集団として便宜的に位置付けたい。GPIF（年金積

立金管理運用独立行政法人)が、東証一部上場企業を対象に2020年に実施した最新の「第5回機関投資家のスチュワードシップ活動に関する上場企業向けアンケート」の結果によれば、回答企業のSDGs非認知度は0%であった(GPIF 2019)。つまり、東証一部上場企業という大企業集団においては、SDGsという言葉を知らない企業は存在しない。SDGsは、すでに大企業にとって常識の範疇になっている。

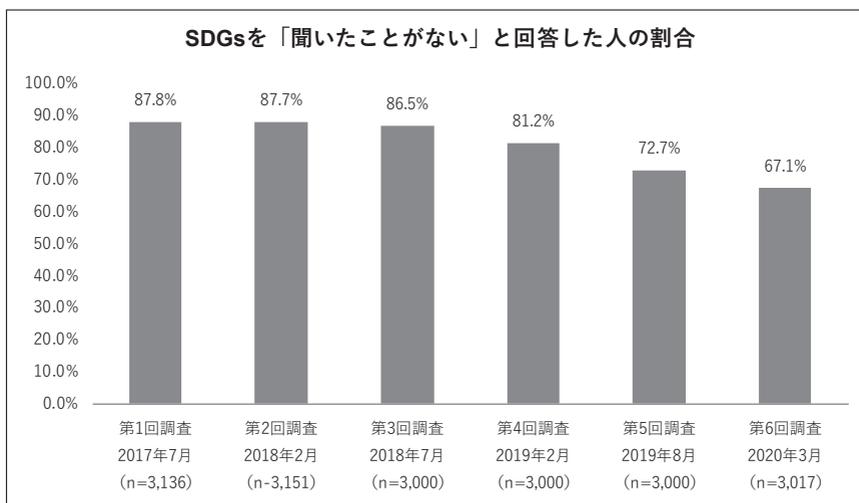
他方、中小企業のSDGs非認知度はどうだろうか。この点に関しては、2018年12月に経済産業省が、11都県(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県)に本社をおく中小企業500社を対象にwebアンケート形式で実施した、「中小企業経営者SDGs認知度実態調査」の結果を公表している(経済産業省 2018)ので、これを参考数値としたい。この調査結果によると、SDGsを「全く知らない(今回の調査で初めて認識)」と回答した中小企業は84.2%であり、大企業とは逆に、大半の中小企業はSDGsを認知していなかった。

つまり、SDGs非認知度は、大企業が0%で中小企業が84.2%ということになる。これを本調査の回答企業の企業規模構成比率である、大企業18.2%、中小企業81.8%という数値にあてはめ加重平均を求めると、理論上の本調査のSDGs非認知度は68.9%となる。本調査の実際の全国企業SDGs非認知度は、「分からない」を除外する前で14.3%、した後で16.6%であるので、いずれにせよ本調査は、結果から推察すると、SDGsを認知している企業の回答がかなり多かったことが推察される。

なお、企業ではなく日本国民のSDGs非認知度であるが、朝日新聞(2020)によると、SDGsを「聞いたことがない」と回答した人の割合は、過去6回の調査で一貫して減少傾向にあり、最新の2020年3月実施調査では67.1%であった(表4)。この数値は、さきほどの先行調査結果に基づく理論上の企業SDGs非認知度である68.9%という結果に近い。となると、やはり本調査の回答企業の母集団は、SDGsをある程度認知している企業に偏重していることが強くうかがえる。

もちろん、これらの計算方法および結果は、各調査の母集団の選択、大企業と中小企業との区別の仕方、アンケート方式、調査時期などが異なることもあ

【表4：日本国民のSDGs非認知度】



出典：朝日新聞（2020）をもとに筆者作成

り、厳密な比較はできていない乱暴なものである。しかし、理論上の企業SDGs非認知度と国民のSDGs非認知度との間に大差ないことなどを勘案すると、本調査回答企業の性質、つまり、全体としてみれば「比較的SDGsを認知している企業が多く回答している」という大まかな傾向は指摘できるのではないかと。

本調査の回答企業のSDGs認知度が理論上の値よりも良好だとすると、山形県内企業のSDGs非認知度が全国企業や東北6県企業に比べて高いこと、また、その比率が「分からない」と回答した企業を除くと2割近いことの深刻さが、余計に増すことになる。他方、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」と回答した企業の割合は、全国企業と山形県内企業とで同じ9.3%であり、両者の間にはほぼ差が生じていない。つまり、山形県内の先進的な企業のSDGsの取り組み状況は、決して全国企業に比べて遅れを取っているわけではない。山形県内企業全体のSDGsの取り組みが遅れているのではなく、実際にはボトム層の遅れが深刻なのである。

こうした現状を変更するためには、山形県内では、まずは後続集団の中でも遅れがちなボトム層の企業のSDGs認知度を引き上げていくこと、そしてSDGsを認知し重要性を理解しているミドル層の企業をいかに後押しして実践段階に

移行させるかが重要となる。そのためにも、全国に引けを取らない取り組みを見せるトップ層の企業を身近な先進事例としてうまく活用していくことなどが効果的であろう。この点については、後ほど再び取り上げることにしたい。

(2)SDGsの17目標に対する注力度

次に、SDGsで掲げられている17目標のうち、現在力を入れている項目について、山形県内企業と全国企業、東北6県企業との比較を行ってみたい。まずは3者の回答結果を単純比較したものが下の表5である。

【表5：SDGsの17目標のなかで現在力を入れている項目（複数回答）】

	全国企業 (n=11,275)	東北6県 企業 (n=773)	山形県内 企業 (n=149)	全国・山形 乖離	東北6県・ 山形乖離
貧困をなくそう	5.5%	4.9%	5.4%	▲0.1	▲0.5
飢餓をゼロに	3.1%	3.6%	3.4%	△0.3	▲0.2
すべての人に健康と福祉を	11.9%	11.6%	9.4%	▲2.5	▲2.2
質の高い教育をみんなに	8.5%	8.7%	7.4%	▲1.1	▲0.7
ジェンダー平等を実現しよう	6.4%	6.0%	5.4%	▲1.0	▲0.6
安全な水とトイレを世界中に	4.8%	5.2%	2.7%	▲2.1	▲2.5
エネルギーをみんなにそして クリーンに	15.9%	15.4%	12.1%	▲3.8	▲3.3
働きがいも経済成長も	27.1%	25.9%	26.8%	▲0.3	△0.9
産業と技術革新の基礎をつく ろう	9.5%	8.3%	8.1%	▲1.4	▲0.2
人や国の不平等をなくそう	6.1%	5.4%	4.7%	▲1.4	▲0.7
住み続けられるまちづくりを	12.8%	16.2%	17.4%	△4.6	△1.2
つくる責任つかう責任	14.8%	14.9%	14.8%	—	▲0.1

気候変動に具体的な対策を	14.7%	13.5%	10.7%	▲4.0	▲2.8
海の豊かさを守ろう	5.0%	4.7%	4.7%	▲0.3	—
陸の豊かさも守ろう	4.9%	4.8%	8.1%	△3.2	△3.3
平和と公正をすべての人に	7.4%	5.6%	5.4%	▲2.0	▲0.2
パートナーシップで目標を達成しよう	13.2%	15.0%	19.5%	△6.3	△4.5
分からない	42.7%	42.8%	43.6%	△0.9	△0.8

出典：帝国データバンク（2020）をもとに筆者作成

今回の設問でも、「分からない」の回答が4割を超えているので、より正確な比較を行うため、さきほどと同様に「分からない」を除く作業を行うこととしたい。作業後の数値が下の表6である。

【表6：表4から「分からない」と回答した企業を除いたもの】

	全国企業 (n=6,461)	東北6県 企業 (n=442)	山形県内 企業 (n=84)	全国・山形 乖離	東北6県・ 山形乖離
貧困をなくそう	9.6%	8.6%	9.6%	—	△1.0
飢餓をゼロに	5.4%	6.3%	6.0%	△0.6	▲0.3
すべての人に健康と福祉を	20.8%	20.3%	16.7%	▲4.1	▲3.6
質の高い教育をみんなに	14.8%	15.2%	13.1%	▲1.7	▲2.1
ジェンダー平等を実現しよう	11.2%	10.5%	9.6%	▲1.6	▲0.9
安全な水とトイレを世界中に	8.4%	9.1%	4.8%	▲3.6	▲4.3
エネルギーをみんなにそして クリーンに	27.7%	26.9%	21.5%	▲6.2	▲5.4
働きがいも経済成長も	47.3%	45.3%	47.5%	△0.2	△2.2

産業と技術革新の基礎をつくらう	16.6%	14.5%	14.4%	▲2.2	▲0.1
人や国の不平等をなくそう	10.6%	9.4%	8.3%	▲2.3	▲1.1
住み続けられるまちづくりを	22.3%	28.3%	30.9%	△8.6	△2.6
つくる責任つかう責任	25.8%	26.0%	26.2%	△0.4	△0.2
気候変動に具体的な対策を	25.7%	23.6%	19.0%	▲6.7	▲4.6
海の豊かさを守ろう	8.7%	8.2%	8.3%	▲0.4	△0.1
陸の豊かさを守ろう	8.6%	8.4%	14.4%	△5.8	△6.0
平和と公正をすべての人に	12.9%	9.8%	9.6%	▲3.0	▲0.2
パートナーシップで目標を達成しよう	23.0%	26.2%	34.6%	△11.6	△8.4

出典：筆者作成

まずは、先程と同様に、表6のデータをもとに独立検定を行い、3つの企業群のSDGs各目標に対する注力度に差が生じているのかを確認したい。カイ二乗検定の結果、表5のカイ二乗値は32.646で、p値は0.435であった。つまり、5%有意水準で帰無仮説は棄却されたため、山形県内企業のSDGs各目標に対する注力度は、他の2つの企業群である全国企業や東北6県企業とは異なるパターンを示している。それでは、実際にはどのような違いが生じているのだろうか。

SDGsの目標毎に山形県内企業、全国企業、東北6県企業の3企業群を比較してみると、①山形県内企業が比較的力を入れている項目、②山形県内企業では比較的あまり力を入れて取り組まれていない項目、③山形県内企業と比較すると乖離が全国企業と東北6県企業との比較でプラスとマイナスが混じる項目、という3つのグループに大別できる。

①に属する社会課題は、貧困、働きがい・経済成長、まちづくり、つくる責任・つかう責任、陸の豊かさ、パートナーシップ、である。同様に②は、健

康・福祉、教育、ジェンダー、水・トイレ、エネルギー、産業・技術革新、不平等、気候変動、平和・公正、であり、③は飢餓と海の豊かさである。

ここで特徴的なのは、山形県内企業は、エネルギーや気候変動問題に対する力の入れ方が全国企業や東北6県企業に比べてかなり低いということ、その反面、パートナーシップや陸の豊かさに対しては全国企業や東北6県企業と比べてもかなり力を入れている比率が高いこと、そして、東北6県の中ではわずかながらに海の豊かさに注力している傾向があること、などといった点である。

以上の結果から、山形県内企業のSDGs各目標に対する注力度の特徴は「パートナーシップ、陸や海の自然の豊かさ、まちづくりといった、日常生活に身近な社会課題への関心が高い一方で、エネルギーや気候変動問題、そして平和や平等といった可視化が難しい社会課題への対応が遅れている」という点にある。特に注目されることは、山形県内企業のエネルギーや気候変動といった社会課題への注力度が、全国企業や東北6県企業と比べた場合、相対的に低いということである。東京財団政策研究所（2019）など、他の類似調査の結果を見ても、エネルギーや気候変動は、比較的企業が関心や取り組みに積極的な社会課題である。山形県内企業のSDGs注力度の特徴はここにある。

3. 山形県内企業のSDGs対応のさらなる進展に向けた方策

第2章の検証により、山形県内企業のSDGs対応の現状に関して明らかになったことは、主に、①SDGs取り組み状況については、トップ層は全国水準にあるが、ボトム層の取り組みの遅れが特に大きいこと、②SDGs各目標への注力度については、パートナーシップ、自然、まちづくりといった企業にとって身近な社会課題への注力度が高い一方で、エネルギーや気候変動といったグローバル、かつ、比較的規模の大きな社会課題への注力度が低いこと、の2点である。そして、カイ二乗検定の結果によれば、①については10%水準で、②については5%水準で、山形県内企業の回答傾向は他の2つの変数（全国企業、東北6県企業）と異なることも明らかとなった。

換言すれば、この①と②の2点を今後補うことができれば、山形県内企業のSDGs対応は、より一層進展していく可能性がある。それでは、こうした点を改善し、今後、山形県内企業のSDG対応を進展させるためにはどういったア

アプローチを採用すれば良いのだろうか。

①に関しては、まずはSDGsの認知度を高めることが必要だが、それだけではなく、企業がSDGsに取り組むメリットを強調することが有効であると考えられる。つまり、SDGsという存在を知らしめる以上に、SDGsが有する企業の基本原則である「利益追求への貢献性」を、山形県内企業にこれまで以上に理解してもらうことが重要である。なぜなら、本調査自体がSDGs認知度を高める役割を果たしたと見逃してはならないからだ。これまでSDGsという言葉聞いたことが無かった企業の多くは、その重要性を理解したか否かなどは別として、本調査をきっかけにSDGsの存在と企業経営との結びつきを認知したことだろう。となると、山形県内企業のみドル層やボトム層を、SDGsに対して「知らない段階」から、「理解して実践する段階」へと、本調査を契機として一気に移行させることが求められる。それには、上で指摘したが、企業として取り組むメリットを強調することが、近道だと考える。

冒頭でも触れたが、現在、SDGs対応を含めたCSRの実践は当該企業にとってビジネスチャンスになりうる、との認識が広まりつつある。CSRを寄付やボランティアといった企業から社会への一方通行の負担行為として解釈するのではなく、新たな市場開拓の機会や自社の強みの源泉として解釈することの重要性や必要性は、すでにDrucker（1973）やPorter & Kramer（2006）などでも盛んに喧伝されたことである。「SDGsを勉強し、より一層理解してみよう」、「SDGsに積極的に取り組んでみよう」などといった企業のやる気を、企業の生来的な目的である利益追求と結びつけて後押しすることは、山形県内企業のSDGsの取り組みを活性化させる一つの有効手段となるだろう。

他方②に関しては、①とはベクトルが異なり、山形県内企業が、グローバル規模の大きな社会課題を他人事ではなく自分事として捉えることが重要なポイントになる。その際には、「共感」や「価値観の共有」といった①の文脈とは異なる概念がキーワードになる。近年、ハーバード・ビジネス・レビュー（2018）や野中・勝見（2020）などに代表されるように、企業経営のメインフレームに共感や価値観の共有を組み入れることの重要性を主張する論考が登場している。そのいずれもが、概ね、企業を取り巻くビジネス環境を所与のものとして企業経営から切り離して考えるのではなく、有機的なエコシステムとし

て把握することで、企業とステークホルダーとの間に、共感や価値観の共有を基盤とするつながりを創り出すことの重要性を説いている。

以上のような背景をもとに、本稿は、こうした「利益追求への貢献性」および「共感」、「価値観の共有」という2つの異なるアプローチを山形県企業に仕掛けていく必要があると主張したい。この2つのアプローチを学術的に述べれば、それは、菊澤（2012）などでも概要が示されているが、前者は功利主義を基盤とする「目的合理性アプローチ」であり、後者は義務論を基盤とする「価値合理性アプローチ」である。さらに言えば、前者は他律的、後者は自律的なアプローチである。

まず前者について説明すれば、「利益追求への貢献性」とは、すなわち、「SDGs対応を進めること＝自社利益の追求」という命題の成立を示しており、これは、経済的な利益の獲得を目的とする合理性によって担保されるアプローチである。哲学者ベンサムは、倫理を快樂・幸福の追求と苦痛の回避の対立構造として把握し、人間が快樂・幸福を追求していくことは正当な行為であると位置づけた。そして、個々人の追求行為がぶつかり合う際には、生じる好ましい結果が大きい方を優先すべきだと述べ、功利主義の代名詞でもある「最大多数の最大幸福」を主張した（永井 2003）。このアプローチを採用することで、企業の利益追求活動は正当化されると同時に、SDGsの取り組みを手段として理解することも正当化される。目的合理性アプローチに則れば、SDGsは、各企業が自社の利益を最大限に追求するための善き手段と位置づけられる。これを本稿では目的合理性アプローチと呼ぶ。

一方の価値合理性アプローチは、価値を主軸に行為を動機づけるアプローチである。哲学者カントは、人間は他律的行動と自律的行動をとる人間的な存在であると主張した。カントは、他律的行動を行動原因が自分の内ではなく自分の外にある状態であると定義し、これは力学的因果法則に従う機械的な行動だと指摘した。そしてカントは、しかしながら人間は自由意志に基づき自己の行動を選択できる生き物なのだから、自己責任を背景とした自律的行動も選択可能だと喝破する（カント 1979）。このアプローチは、SDGsを企業の利益追求という目的のひとつの手段として捉えるのではなく、「世界に未だ残された社会課題の解決を図る」という価値観の共有として捉えるものである。Watthanabut

(2017) も、CSRに代表される企業活動の社会性が有する当該企業への経済的な貢献性を強調した上で、しかしながら企業の道徳とは決して経済的側面だけにとどまるものではなく、社会課題を解決し、より良い社会づくりに貢献するという普遍的な道徳的価値観からは逃れ得ないと指摘し、価値観の観点の重要性を主張している。近年、Porter & Kramer (2011) で登場したCSVのような目的合理性アプローチに企業のSDGs対応の正当性を求める考え方が隆盛を極めつつあるが、先行研究が示すように、企業が果たすべき役割はそれだけではなく、カントの義務論に則った自律性、すなわち価値合理性アプローチへの配慮も求められている。

他方、これまでの関連議論を概観すると、2つのアプローチは、ともすれば二者択一のように扱われ、CSVに代表される目的合理性アプローチの重要性だけが強調されてきた。しかし、これへの批判も登場し始めている。例えばDyllick (2014) に代表される、CSVを企業と社会とのwin-win関係の文脈で安易に解釈すること、すなわち自社利益と直接的に結びつけて活動の正当性を得ることへの批判である。ただし、そうしたCSV批判の論考は、CSVが依拠する目的合理性の危うさに対して警鐘を鳴らす一方で、代替案などは示されていない。

一方本稿は、2つのアプローチを同時並行に採用することで、山形県内企業のSDGs対応の進展を図ることを提案したい。この提案は、Mansell (2013) が指摘した、功利主義に導かれた企業の経済的利益の追求とカントの義務論から導き出される企業活動の倫理性追求とは矛盾するものではないという主張の延長線上にある。これは換言すれば、目的合理性アプローチの限界と価値合理性アプローチの可能性を示すものである。

以上の議論をとりまとめれば、従来のように、企業がSDGsに取り組むことのメリットだけを強調する目的合理性アプローチだけでは、企業が個別具体的な活動成果を感じにくいケースが生じる可能性があることから、エネルギーや気候変動といったグローバルかつ比較的規模の大きな社会課題に取り組むための動機づけとしては、十分ではないということになる。したがって、そうした社会課題に対する注力度が低い山形県内企業に対しては、現在一般的に採用されている目的合理性アプローチに則った自社利益への貢献性を周知し理解し

てもらっただけではなく、価値合理性アプローチに則った企業を取り巻く様々なステークホルダーとの間に生じる共感や価値観の共有を生み出すような仕掛けが必要である。これが本稿が導き出した山形県内企業のSDGs進展に向けた方策となる。

5. おわりに

本研究の結果、山形県内企業のSDGs対応は、全国企業や東北6県企業とは異なる傾向にあることが明らかとなった。トップ層の取り組みは全国レベルである一方、それよりも取り組みが遅れている企業の割合が、全国企業や東北6県企業に比べると比較的に多い。そして、山形県内企業は、ローカルな社会課題に注力する一方、グローバルな社会課題に対しては反応が鈍い。こうした特徴を踏まえると、山形県内企業のSDGs対応にはまだ改善の余地がある。そのためには、上で示した学術的議論から導出した目的合理性アプローチと価値合理性アプローチを組み合わせることが必要である。重要なことは、2つのアプローチは二律背反するものではないという認識を持つことである。自社利益と結びつけやすいSDGs目標の取り組みの促進には目的合理性アプローチが、逆に結びつけにくいSDGs目標には価値合理性アプローチが有効である。この2つのアプローチをミックスさせることで、山形県内企業のSDGs対応に刺激を与えることが可能になるだろう。

本稿は、企業のSDGs対応に関する全国規模の調査結果をもとに、山形県内企業のSDGs対応の特徴を把握するとともに、今後の進展に向け、学術的な2つのアプローチの同時並行的な採用を提案した。これは単なる統計調査の分析にとどまらない学術的成果であると同時に、実務的にも今後の山形県内企業のSDGs対応の進展に向けたヒントとなる成果だと考えている。一方で、本稿の分析では、「いかなる主人公」が山形県内企業のSDGs対応を「いかなる具体策で」牽引していくべきなのかなど、より具体的な内容には触れていない。

最近では、山形県内でも、やまがたSDGs推進ネットワーク（Yamagata Empowering SDGs Network：YES-Net）が、2020年8月6日の「山形県、山形大学及び山形新聞社によるSDGsの推進に向けた共同宣言」に基づき、山形県内の企業・自治体・大学・NPOなどによるオール山形のパートナーシップで

スタートするなど、SDGsの進展に向けた動きが活発化している。本稿がこうした動きの一助となれば幸いである。

■参考文献（アルファベット順）

朝日新聞（2020）「【SDGs認知度調査 第6回報告】SDGs「聞いたことある」32.9% 過去最高」、朝日新聞ウェブサイト。

https://miraimedia.asahi.com/sdgs_survey06/（2020年8月24日閲覧）

Bertelsmann Stiftung & Sustainable Development Solutions Network（2020）*Sustainable Development Report 2020*、SDGs Indexウェブサイト。

https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2020/2020_sustainable_development_report.pdf（2020年8月22日閲覧）

Drucker, P.（1973）*Management: Tasks, Responsibilities, Practices*, Harper & Row（上田惇生訳（2001）『マネジメント 基本と原則 [エッセンシャル版]』、ダイヤモンド社。）

Dyllick, T.（2014）“The opposing perspectives on creating shared value: We may have to accept the ambiguity of this debate as both views have their own truths”. *Financial Times Online*, April 24 2014.

<https://www.ft.com/content/88013970-b34d-11e3-b09d-00144feabdc0>（2020年11月15日閲覧）

GPIF（2020）『「第5回機関投資家のスチュワードシップ活動に関する上場企業向けアンケート集計結果」の公表について』、GPIFウェブサイト。

https://www.gpif.go.jp/investment/stewardship_questionnaire_05.pdf（2020年9月22日閲覧）

ハーバード・ビジネス・レビュー（2018）『共感力』、ダイヤモンド社。

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（SDGsエスディーゼズ）活用ガイド - [第2版]』、環境省ウェブサイト。

http://www.env.go.jp/policy/sdgs/guides/SDGsguide-honpen_ver2.pdf（2020年8月22日閲覧）

- カント著、波多野精一・宮本和吉・篠田英雄訳（1979）『実践理性批判』、岩波書店。
- 菊澤研宗（2012）「功利主義的CSR経営と人間主義的CSR - ドラッカーの経営哲学-」『経営哲学』、第9巻1号、10-20頁。
- 経済産業省（2014）『国際的な企業活動におけるCSR（企業の社会的責任）の課題とそのマネジメントに関する調査報告書』、経済産業省ウェブサイト。
https://www.meti.go.jp/press/2014/05/20140523004/20140523004_2.pdf
（2020年8月22日閲覧）
- 経済産業省（2018）『中小企業のSDGs認知度・実態等調査結果（WEBアンケート調査）』、経済産業省ウェブサイト。
https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/seichou/data/20181213sdgs_chosahoukoku_syosai.pdf（2020年8月22日閲覧）
- Mansell, S. (2013) "Shareholder Theory and Kant's 'Duty of Beneficence'", *Journal of Business Ethics*, Vol. 117, No. 3, pp.583-599.
- 松木喬著・日刊工業新聞社編（2019）『SDGs経営：“社会課題解決”が企業を成長させる』、日刊工業新聞社。
- 永井義雄（2003）『ベンサム』イギリス思想叢書、研究社。
- 野中郁次郎・勝見明（2020）『共感経営「物語り戦略」で輝く現場』、日本経済新聞出版社。
- Porter, M. E. & M. R. Kramer (2006) "Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review*, December 2006, pp.78-92.
- Porter, M. E. & M. R. Kramer (2011) "Creating Shared Value", *Harvard Business Review*, Jan/Feb 2011, pp.62-77.
- 高岡伸行（2015）「ポストMDGsとしてのSDGsへのCSRアプローチ：ISO 26000のCSR経営観の含意」『経済理論』、和歌山大学経済学会、381号、103-125頁。
- 帝国データバンク（2020）『SDGsに関する企業の意識調査 2020/7/14』、同社ウェブサイト。
<https://www.tdb-di.com/2020/07/sp20200714.pdf>（2020年8月22日閲覧）

東京財団政策研究所（2019）『CSR白書2019 SDGsの企業経営への影響』、東京財団政策研究所。

Watthanabut, B. (2017) “The Corporate Social Responsibility according to Kant Moral’s Philosophy”, *Asian Political Science Review*, Volume 1, Number 2, pp.13-18.