**「持続可能な開発目標（SDGs）」の”伝え方”勉強会**

**参加者からの意見**

**日時：2018年8月31日（金）18:00～20:00**

**会場：札幌エルプラザ２階会議室1・2**

|  |
| --- |
| 市民・市民団体 |
| ・「一人一人が真剣に考えなければならない」という伝え方は、相手は自意識が低かったと感じ、ますます遠くに感じてしまうのではないか。  ・北海道ではどのような問題があるか、またその問題はSDGsのどのターゲットに当てはまるかなど、北海道の課題も世界共通の課題であることを実感してもらうのはどうか。最近増えている長期滞在の外国人の方へ不満や不安などインタビューで聞いてみてはどうか。  ・札幌市でのSDGsに関連する取組みを紹介するとよい。  ・市民や市民団体が取組みやすい事例を挙げるとよい。 |

|  |
| --- |
| **企業** |
| ・CSRは実施しないといけないと企業は理解があるため、SDGsはCSRから一歩すすめたもの、という誘導だと良いのではないか。  ・SDG Compassや経済団体連合会での取組みは大企業が対象なので、リアリティが感じられないが、CSRはどの企業も知っているので、発表の中に入れるとよい。  ・SDGsの普及啓発を進めるべきなのは中小企業。中小企業にはSDG Compassではなく環境省の「持続可能な開発目標（SDGs）活用ガイド」（http://www.env.go.jp/policy/SDGsguide-honpen.rev.pdf）の方が分かりやすい。  ・SDGsは「貢献するもの」という考え方より「企業の責任」という考え方がよい。取組むメリットの中で、企業は誰と組むのかというのがSDGsとしては重要。中小企業は地域に近い存在であるので、地域とのつながりを重要視してほしい。  ・顧客相手にもメリットがでるようにSDGsを事業に取り入れないと、顧客側は実感が持つことができない。また、取組みの具体策を提示しないと、分からないことの堂々巡りになってしまう。  ・メリットを訴える方法もあるが、逆にSDGsに取組まないと企業はどうなるのか、という視点を取り込むと良い。中小企業は地域に密着して地域課題に対応しながら経営していかないとサステイナブルな企業にならない、と危機感を持っているはず。  ・企業がSDGsで取り上げるべきことは「雇用問題」。従業員が納得のいく働き方ができるような、企業全体の「幸せ度」を上げていくことが企業のSDGsであると意識するとよい。  ・企業は大企業、中小企業、と様々であるため、SDGsについて発表する際は明確なターゲティングが必須。世間では、中小企業におけるSDGsの取り組むメリットは明確でない。SDGsに取組むメリットを相手の目線に立って一緒に考える必要がある。レアックスの例でも、17の目標に照らし合わせて技術を考えていけば、様々な課題解決につながるのではないか。  **・**SDGsでどう行動を促していくのか。大きな目的（WHY）があった上で、誰に伝えるのか？大企業はCSRの部門があるので慣れているかもしれないが、様々な部門の人はほとんど自分事になっていないので、中小企業の人も経営者からいくのか、いつから誰に伝えるのか？  ・SDGs推進ファンド等、メリットとデメリットを理解した上で説明する方がよい。 |

|  |
| --- |
| 自治体 |
| ・自治体におけるSDGsの認知度のアンケート結果紹介はよいと思う。  ・聞き手が自分の行動を考える内容が良いと思う。より身近な事例や普段行っている業務がSDGsにもつながっている、と紹介すると良いのでは。  ・自分の体験の中でSDGsについて話すと、普段の体験や取組みの中で実現可能なことを提案でき、より身近にSDGsを感じられると思う。  ・市民が民間ベース主体で動かないと、2030年の各地域の自治体の経営という面はない。SDGsをツールでみた時、自分事にさせるためのよいツールであることをどう伝えていくかが課題。一つの組織だけでは解決できない課題を、SDGsで統合化して解決していこうとリードするのが自治体の役割だと考える。  ・移住定住、交流、観光も含め促進するツールとしてSDGsをどう使っていくか。リスクをどうチャンスにつなげていくかがカギである。  ・SDGsは基本的に自治体の基本業務と離れているように見えるが、実は総合政策と密接につながっているので、どのセクションがSDGsのそれぞれのターゲットを実行できるのか、という使い方をするとよい。  ・道庁の組織上、縦割りになっているためSDGsを業務に組み込むことが難しいという声がある。情報交換の場や職員の不安等に重点を置くと、縦割りのある道庁でもSDGsについて共通の話題が生まれるのではないか。 |

|  |
| --- |
| ３者共通 |
| ・誰を対象とするのか徹底的にカスタマイズし、その人に伝わるメッセージ性を持った内容にするのが大切。また、様々な情報を詰め込みすぎず、何を伝えたいのかを意識して発表すると良い。  ・発表だけではなくディスカッションを追加すると、双方向で対話ができ理解をさらに深められる。  ・SDGsの楽しさや取組み始めたきっかけ等を伝え、仲間が増えることや社内が活性化すると思わせると良い。  ・SDGsを伝えるキーは、５Ｗ１Ｈで考えること。伝える対象を細分化しないといけない（例えば企業の大企業か中小企業か、経営者に伝えるのか）。いかに自分事としてとらえてもらえるか。企業にとってのチャンスとは何か？ということを落とし込む必要がある。  ・SDGsを伝える上で大切なことは、共感。未来に対して希望をもち、自分たちの代が地球を再生する最後の世代かもしれない、という強いメッセージに対して、変革を起こそうということを誰にどう伝えるか。手段としてはマスメディア、SNS、紙媒体。他にはセミナーや学校の授業、イベント、ワークショップ等手法を利用したり、様々なツールを使って様々な組み合わせをもつと良い。  ・「持続可能な社会」はSDGsよりも広い概念であるから、若者からみた「50歳を超えたときにどのような暮らしをしていきたいか」を考えることが共感につながる。  ・SDGsという共通ワードで勉強会に人が集まるのは良いことだと思う。2030年にどうなるかということを意識すると良い。  ・次世代の財産を上の世代が消費している今、変えてほしいことについてSDGsを例にして訴えるとインパクトがある。  ・拡大版アクションプランSDGs2018（https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/action\_plan\_2018.pdf）の内容を北海道や札幌市、企業からの視点で考えるのも良い。  ・世界の中で日本の達成状況はどうなのか、その中で北海道での達成状況はどのようになっているか、示すと良い。 |

以上