



特集

SDGs

新しい時代を切り拓くアプローチ。

2015年9月の国連サミットで採択された「SDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)」。SDGsは、国や省庁だけでなく、民間企業も重要な実施主体の一つと位置付けています。JALもこの動きに賛同し、安全運航の堅持を前提に、「地球との共生(環境)」「地域社会への貢献」「次世代育成」の観点から、社会課題の解決に向けたさまざまな取り組みに挑戦しています。

15 陸の豊かさも守ろう

16 平和と公正をすべての人に

17 パートナーシップで目標を達成しよう

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

2030年に向けて
世界が合意した
「持続可能な開発目標」です

SDGsとは?

2015年9月、ニューヨークの国連本部で開催され、国連加盟国193カ国が参加した「国連持続可能な開発サミット」で採択された。2015年から2030年までに、貧困や飢餓、エネルギー、気候変動、平和的社会など、持続可能な開発のために取り組むべき17の目標と169のターゲットで構成され、JALもこれらの指針を検証・反映した活動にグループ一体で取り組む。



国連広報センター 所長 根本かおる

テレビ朝日を経て、1996年から2011年末までUNHCR（国連難民高等弁務官事務所）にて、アジア、アフリカなどで難民支援活動に従事。ジュネーブ本部では政策立案、民間部門からの活動資金調達のコーディネートを担当。WFP（国連世界食糧計画）広報官、国連UNHCR協会事務局長も歴任。フリージャーナリストを経て2013年8月より現職。

頭ではなく、心で捉えることがアクションの第一歩。 あなたの興味のすぐそばに、 SDGsの入り口は広がっています。

国連総会でSDGsが採択されて2年半あまり。現在の日本における浸透度や今後私たちが取り組むべき課題は何か。政府のSDGs推進円卓会議のメンバーでもある国連広報センターの根本かおる所長にお話を伺いました。

より大きな社会課題に、 より大きな規模で立ち向かう

——まず、SDGsが国連総会で採択された背景を教えてください。

一言でいえば、21世紀に入り、私たち人類がこのままでは地球が持たないという危機的状況に直面しているためです。

SDGsが採択される以前、その前身としてMDGs（Millennium Development Goals：ミレニアム開発目標）というものがありません。これは2000年9月にニューヨークで開催された国連ミレニアム・サミットで採択された「国連ミレニアム宣言」を基にしたものです。2015年をターゲットに、「極度の貧困と飢餓の撲滅」「普遍的初等教育の達成」「ジェンダー

の平等の推進と女性の地位向上」など、8つの目標が設定され、毎年進捗を確かめながら推進を続けてきました。その甲斐あって、MDGsはいくつかの点で大きな成果を生むことができました。例えば、「貧困人口割合の半減」という目標は、1990年の36%から2015年には12%と、目標を上回る成果を生み出したのです。一方で、MDGsには積み残しも多くありました。例えば「貧困人口割合の半減」について、サハラ砂漠以南のアフリカ諸国ではあまり伸びなかった。また、各目標は密接に結びついているにも関わらず十分な連携がなされず、閉鎖的に取り組まれてきた傾向もありました。さらに、MDGsは開発途上国を主な対象とするものが多く、先進国はODAなど官主導による実施手段の提供に留まっていました。

このような中、新しいミレニアムに入り、私た

ち人類の前に、より大きな社会課題が表れてきました。特に顕著なのが、「気候変動」と「格差の拡大」です。これらの課題には、実にさまざまな要因が複雑に絡み合っています。先進国、開発途上国を問わず、より横断的かつ包摂的な視点で取り組まなければとても解決できません。こうした状況が明らかになりつつあった2012年、「リオ+20（国連持続可能な開発会議）」で、ポストMDGsを考えようという議論になり、その後、さまざまな立場の方にも意見を伺いました。調査はインターネットを通じてオンラインでも実施し、実に全世界で1000万人以上の方の意見を収集しています。こうした透明性のある、より包摂的な視点で議論・採択されたものがSDGsなのです。



「21世紀の人々は、地球のことを真剣に考えてくれた」
そう思ってもらえたらうれしいです。

例えば、運搬によるCO₂排出など環境への負荷も少なく、新鮮で安い。三つ目が、「情報の提供や啓発に関わる活動におけるジェンダーバランスに寄与すること」。具体的に言うと、自分が講演を依頼されたときに、登壇者と聴講者のジェンダーバランスを伺い、偏りがある場合には調

SDGsの理念を、経営の根幹に自然に組み込んでもらいたい

—日本におけるSDGsの認知度、浸透度については、どのように見えていますか？

少しずつ浸透の手応えを感じています。2018年4月に発表された調査では、日本人のSDGsの認知率は約15%と高くありません。しかし、喜ばしい要素もあります。それはSDGsについて理解すると、7割以上がSDGsに共感してくれたこと。また、今後の行動を問う質問に対しては、回答者の約4割が「SDGsに関係があるような企業の商品やサービスを選んでいきたい」と回答しました。

全体的な傾向としては、女性よりも男性の認知度の方が高い傾向にあります。これはおそらく、SDGsがビジネスの文脈で語られることが多いからではないかと考えています。暮らしのあり方やライフスタイルにも浸透させることが課題でしょう。SDGsは幅広い分野に対して野心的な目標を掲げているため、民間企業の力も大いに必要としています。この点について国連事務総長は「From Billions to Trillions」という言い方をしています。つまりMDGsの時代はその実現に「数千億円」を要したところを、SDGsでは「数百兆円」を見込まなければいけないということ、ODAの規模をはるかに超えています。効果的な活動を実践するために民間企業の力が不可欠な

のは言うまでもありません。

—認知度への手応えはあるとのことですが、SDGsへの取り組みを推進していくために、今後何が重要だと思いますか？

今の浸透は、まだ「頭」での理解が進んだ段階だと見えています。そうではなく、「心」で捉えてもらえるSDGsに一刻も早くレベルアップしていきたいですね。企業における取り組みでも、お金の流れも含めて、願わくは、SDGsの考え方を企業理念に自然に組み込み、本業を通じて社会課題に立ち向かっていく、といった向き合い方を望んでいます。心を動かす、という意味では、私たちもスポーツ選手やエンターテインメント産業の方との連携を積極的に進めて、もっと多くの方の関心を引く発信に力を入れ、よりSDGsを身近に、そして自分ごととして捉えていただくきっかけを作り出していきたいと思っています。

SDGsの入り口は身の回りに広がっている

—個人レベルで取り組める活動はありますか？

決定の過程でたくさんの方のステークホルダーの方巻き込んだことで、17ものゴールになりましたが、この幅広さこそが、個人レベルでの取り組みやすさにもつながると思っています。自分が興味関心を持っていることと、17の目

整をお願いします。わざわざ調整をお願いする分、それだけの価値あるお話をしなければならぬため、自らハードルを上げているのですが(笑)。

男女に関わらず、多様性に対する理解が日本ではまだ十分ではありません。解決は容易ではありませんが、ちょっとしたアクションから、周囲への気付きにつながることはできます。私のジェンダーアクションは、繰り返し伝えるうちに職場の仲間が自然に意識してくれるようになりました。今ではたまに聞こえてきますよ。スタッフが電話で「その講演の聴講者のジェンダーバランスは取れていますか？」なんて尋ねているのが(笑)。それを耳にして、ちょっとうれしくなっています。

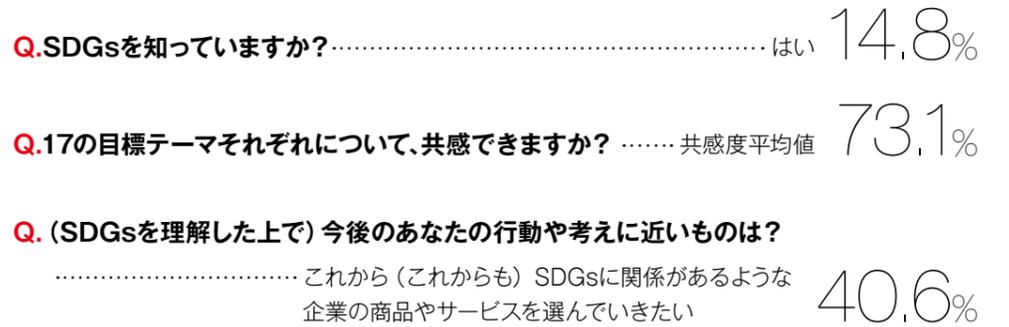
世界の子どもたちが誇れる、人類の遺産に

—企業に、そしてJALに期待することは何ですか？

まずは、JALのメディアという側面を活用した、SDGsの発信です。機内誌・広告・機体・機内のスクリーンなど、JALは非常に多くのメディアをお持ちです。SDGsのさらなる広報活動にぜひお力を貸していただければと思います。

続いては、グローバルレベルでのパートナーシップの活用です。SDGsの良いところとし

SDGsに関する生活者の意識 (出典：電通「SDGsに関する生活者調査」)



認知度について、最も多いのは男性20代で3割強。女性20代は1割に満たず、男女差が明らかになった。なお、電通「ジャパンプランド調査2018」での世界20カ国・地域の平均認知率は51.6%。ASEANにおいて認知度が高く、ベトナムでの認知率は8割を超える。

で、目標が明確で具体的なため、さまざまな事例を他の組織と共有しやすいことがあります。IATA(国際航空運送協会)では、航空業界としてSDGsの目標に関わりのあるさまざまな重要課題を設定していますが、JALには、IATAの枠組みの中で航空分野の仲間たちと連携しながら課題解決に向けて積極的に取り組みを展開し、存在感を示してほしいと思います。

最後は、次の世代へのSDGsの伝承です。JALは、日常の運航はもちろん、「空育」といった活動を通じて子どもたちとの接点を多くお持ちです。そのような機会を活用し、SDGsを広く伝えてもらいたいと考えています。

SDGsのターゲットイヤーである2030年、あるいはその先の未来の子どもたちは教科書でSDGsを学ぶでしょう。そのとき子どもたちに「21世紀の人々は地球のことを真剣に考えて、勇気を持って取り組んでくれたんだ」と思ってもらいたい。SDGsを、世界共通の目標として掲げたもの、つまり人類のポジティブな遺産として認識してもらいたいのです。

SDGsは世界レベルの社会契約です。未来に胸を張れるかどうかは、今の私たちのアクションにかかっています。例えば、食やファッションなどでも、使われる材料はどこから来るのか？ どのように作られているかなど、SDGsの切り口で考えるヒントは私たちの身近なところにもあります。あらゆる企業に、そして個人としてもSDGsに向けたアクションを始めてほしいと期待しています。

JALが届ける海の恵み

「羽田市場」を通じた 地域活性化への イノベーション

2018年2月、JALでは航空事業の領域を超えて、地域経済の活性化へ向けた協業をスタートさせました。「羽田市場」という革新的な鮮魚流通ネットワークによって、スピーディーに新鮮な魚をご提供する、そんな取り組みをご紹介します。

空輸を活用した 鮮魚流通ネットワーク

年季の入ったエンジン音が気持ちよく刻まれる未明の漁港。波立つ海面。探照灯が魚群を照らします。「今朝はいい真鯛が捕れるだろう」。そんなことを考えながら、今日もまた、漁師は静かに海へ出たのかもしれない。

四方を海に囲まれたこの島国の各地で水揚げされる豊かな海産物は、古くより私たちの食生活を支えてきました。その一方、深刻化する第一次産業の後継者不足は、取り組まれるべき社会課題として国や地方自治体、企業が解決に動き出しています。こうした中、JALでは漁業の活性化、ひいては地域活性化を目指した取り組みを進めています。それは端的に言えば、日本各地の漁港で朝捕れた鮮魚をJALの飛行機で運び、羽田空港内で食べられるサービスです。仕組みを構築したのは、羽田市場株式会社（以下、「羽田市場」）。羽田市場は、第一次産業の活性化による「真の地方創生」を目指すベンチャー企業で、日本各地の契約産地や漁師から仕入れた鮮魚を羽田空港内の「鮮魚センター」に空輸し、小売や飲食店へ配達するサービスを構築しています。JALは2018年、羽田市場との協業を通じた業務提携および新規事業創出に向けた検討をスタートさせました。空輸を中心とした流通の仕組みにより、その日の朝に捕れた魚を、その日のうちに調理・提供することを可能にす



日本各地から届く新鮮な魚を手際よく仕分け、加工する羽田鮮魚センターの皆さん



各地で水揚げされた鯛をJALのラウンジでご提供



るとともに、漁業者から消費者へ、産地から消費地への流通を簡素化。鮮魚の高いトレーサビリティも実現しました。さらに、契約産地の漁業者から直接買い付けるため、第一次産業の担い手である漁業者にもメリットが生まれています。

地域活性化の始まりは、 空港のラウンジから

JALは羽田市場のビジョンに共感し、これまで空輸面のサポートを行ってきました。さらに、2018年には羽田市場と業務提携を行い、羽田市場が日本各地から仕入れた鮮魚をJAL国際線ファーストクラスラウンジでご提供する取り組みを始めました。第一弾は、新メニュー「真鯛のポワレ トマトソース」です。上品に焼き上げた皮目と、ふっくらとした白身をさっぱりとしたトマトソースに混ぜ合わせて仕上げました。お客さまからは「真鯛はこんなにおいしいんですね」「これまでお肉ばかりだったのでお魚はうれ



真鯛のポワレ トマトソース。お召しになったお客さまからは「皮がパリッとしていて熱々でおいしい」など好評です

しい」などのお声をいただいています。外国へ旅立つ前に、ぜひ新鮮な日本の海の恵みをご賞味ください。

JALはこの取り組みを通じて、SDGsの目標の9番「産業と技術革新の基盤をつくろう」や11番「住み続けられるまちづくりを」、12番「つくる責任つかう責任」の実現にも貢献していきます。捕れたての海の幸を生産者から直接消費者にお届けできる流通システムが、地域の経済活性化につながることを信じて、JALはこれからも活動を続けていきます。