

持 続 可 能 な

世 界 の た め の

市 場 を つ く る



SDGs Entrepreneurs

社 名	一般社団法人SDGsアントレプレナーズ
所 在 地	〒170-6045 東京都豊島区東池袋3-1-1 サンシャイン60・45階
代 表 者	青柳 仁士 吉野 賢哉（共同代表）
事業内容	社会課題解決に資する教育・コンサルティング・アドボカシー事業

お問い合わせ



お電話で

03-5957-7276

9:30-17:30（土日・祝日除く）



メールで

info@jp-sdgs.com

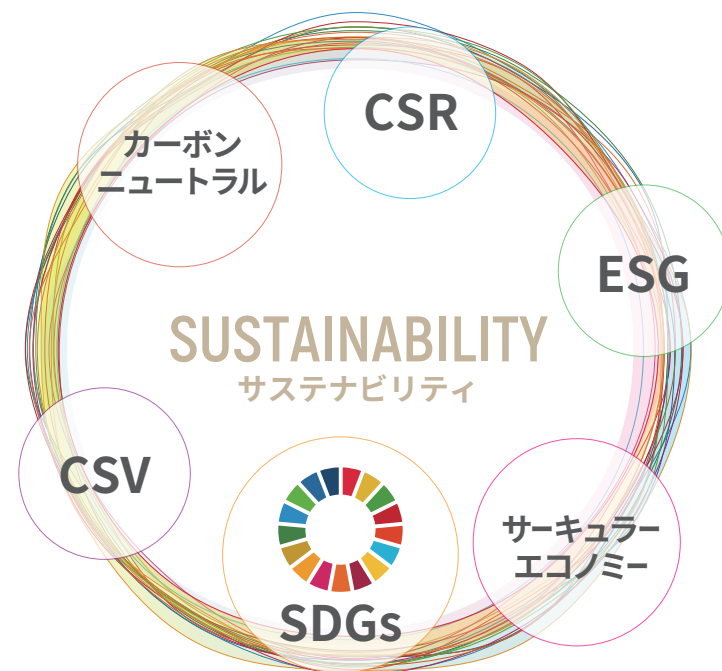


SDGs Entrepreneurs

一般社団法人 SDGs アントレプレナーズ

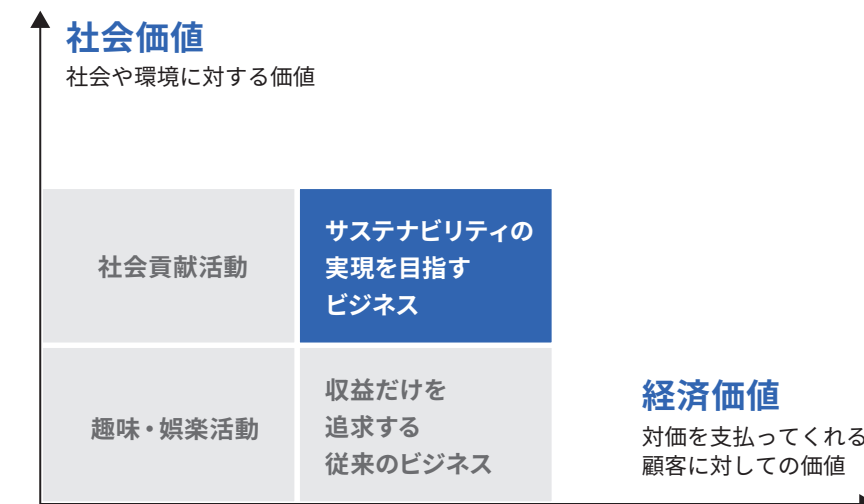
持続可能な世界を目指す様々な潮流

昨今、SDGs（持続可能な開発目標）やESG（環境・社会・ガバナンス）投資を中心に、社会課題解決に対する企業の取り組みが進んでいます。これらは「サステナビリティ」という持続可能な社会の実現を目指す潮流として、ビジネスセクターにおける企業活動の標準となっています。



企業の社会価値と経済価値（収益）の両立

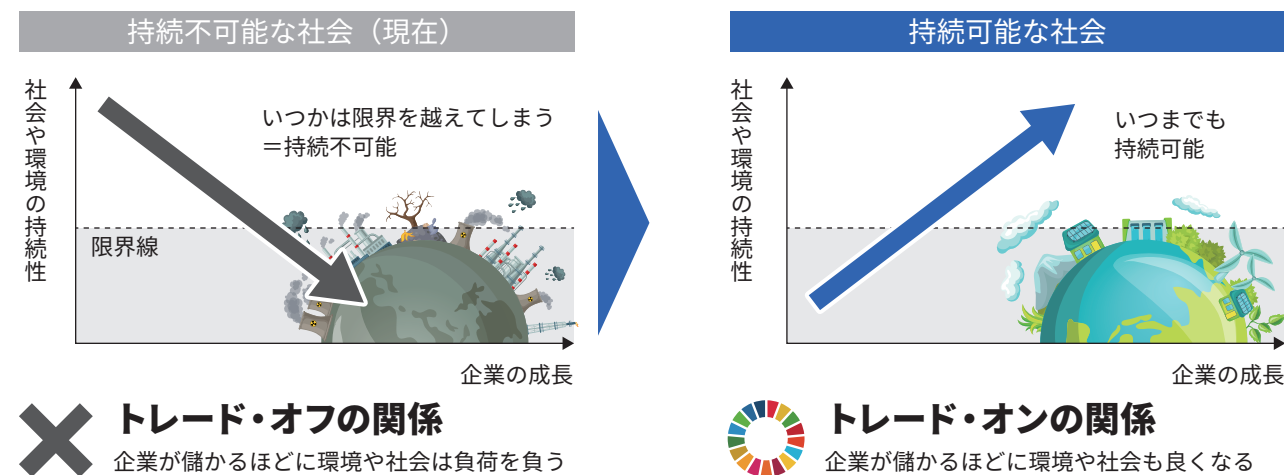
持続可能な社会を目指す市場においては、企業は社会課題解決と経営戦略を一体化させ、競争力と収益力を高めながら製品・サービスやその生産プロセスを通じて社会価値を産み出していくことで、競争力を高めることができます。サステナビリティの実現を目指すビジネスは、収益だけを追求する従来のビジネスとも、収益と結びつかない社会貢献活動とも全く異なり、本業での取り組みが必要になります。



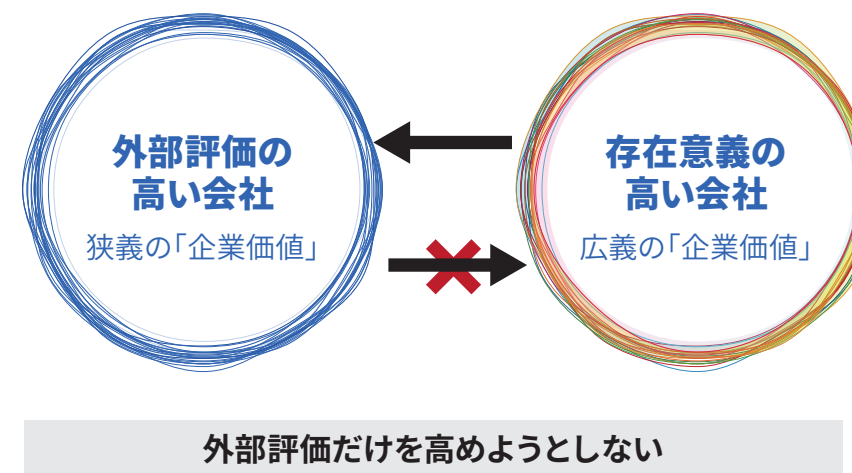
サステナビリティがもたらす市場環境変化

サステナビリティへの対応は、顧客、取引先、投資家、従業員等にとって、その企業や商品を選ぶかどうかの判断要素になってきています。一般の消費者や労働者の意識変化に加え、企業のサステナビリティへの取り組み状況を取引先選定基準に採用する企業が増えています。株式市場では35兆ドルを超える資金がESG投資に集まっています。

サステナビリティの潮流は、企業が成長することと社会や環境の持続性とのトレードオフにならない持続可能な世界のための市場の実現を目指しています。言い換えれば、社会的価値と経済的価値の両方が高い企業が生き残り、そうでない企業が淘汰されるような市場の実現に向かって、人々の価値観や規制の変化を促しています。



長期的に人々と社会に必要とされる会社へ



企業のサステナビリティの取り組みは、顧客や投資家からの外部評価を高めることが目的になりがちです。しかし、外部評価の向上が目的になってしまうと、単なる企業のイメージアップ活動になってしまい、社会にも自社にも実質的な変化が起きません。人々と社会から必要とされ続ける存在意義の高い企業になることが重要です。そうすることで、長期的には外部評価は後から追いついてきます。

サステナビリティの取り組みサイクルを回す

企業にとってのサステナビリティの取り組みは、一度やり切って終わる直線的なプロセスではなく、PDCAサイクルを何周も回しながら螺旋的に発展を続けていくプロセスとなります。

SDGsとESGは、別々のものではなく、両方ともサステナビリティの取り組みの

一部です。目標であるSDGsは計画から始まり、企業の状態であるESGは評価から始まります。

起点の違いと捉え、両者を原動力にしてサステナビリティのサイクルを回していくと、効果的に取り組みを進めることができます。



SDGs アントレプレナーズの支援



SDGsアントレプレナーズは、企業がSDGsやサステナビリティを実践するための知恵を、開発・普及するために設立された一般社団法人です。

国連、日本政府、グローバル企業、及びビジネススクールにおける第一人者によって、国内外のトップランナー企業の取り組みを支援し、またそのノウハウを蓄積してきました。

サステナビリティの取り組みサイクルの1周目となる導入や方針策定から、2周目、3周目の既存事業の革新や新規事業創出、数周目の難所を越える支援、さらには、トップランナーの次の一步の提案まで、経験豊富な専門家が並走し、御社の段階と個別の事情に応じて幅広く柔軟な対応を行います。

完全カスタマイズのサステナビリティ能力構築 × 実践支援プログラム

- 御社の具体的な「次の一步」に専門家が並走し、求める具体的な成果を達成するとともに、その過程を通じて社内にサステナビリティに関するノウハウを育成します。
- 研修・Eラーニングなどの能力構築とコンサルティングなどの実践支援を自由に組み合わせ、実施内容、期間、費用などを最適な形で提案します。成果物を先に定め、施策を相談しながら実施することも可能です。
- 研修、Eラーニング、コンサルティングなどの定型コースは単体でも提供しています。

	理解促進・社内浸透	方針の確定・実行	事業の革新・創出
	SDGs を触媒にサステナビリティの正しい理解を社内に浸透させ、実践の準備を整えます	SDGs・ESG・サステナビリティを組織文化に取り込み、方針策定と実践を手引きします	社会課題解決に向けた既存事業革新と新規事業創出の実践ノウハウを根付かせます
能力構築	ビジネスパーソンのためのサステナビリティ入門として、SDGsに関する基礎知識を学びます。 ＊ ＊ ＊ ・SDGs・ESG・サステナビリティとは何か(What) ・企業にとってなぜ重要なのか(Why) ・どう実践したら良いか(How) ・トップランナーの事例	SDGsを使った経営と組織の強化と市場の共感や信用の拡大についての実践手法を習得します。 ＊ ＊ ＊ ・企業の社会価値を測るサステナビリティと ESG の評価基準 ・重要課題(マテリアリティ)の特定 ・サステナビリティの経営方針と事業計画への反映 ・共通価値創造(CSV)の手法	SDGs ビジネスとその実現を目指すイノベーション創出の手法を演習を通して体得します。 ＊ ＊ ＊ ・つくりたい世界の構想の描き方とバックキャストによる目標設定の手法 ・社会課題を起点とした事業構想とイノベーション ・解くべき課題の特定 ・社会課題解決型ビジネスの創出法
実践支援	・SDGs・サステナビリティの社内推進チームの編成と運営 ・社員にとってのSDGsの自分事化 ・オリジナル教材の作成・監修 ・SDGs アセスメントの実施 ・ステークホルダー・ワークショップの開催 ・SDGs・サステナビリティ導入・実践の事例研究	・経営戦略策定、事業構想、シナリオ構築 ・バックキャストによる目標設定 ・バリューチェーン分析 ・マテリアリティ特定 ・ステークホルダーインタビュー ・サステナビリティに関する方針・レポート作成 ・ESG 評価や TCFD 等の各種基準への対応	・社会課題解決型ビジネスの創出・推進プログラムの設計及び運営 ・SDGs から発想する新規の事業創出とピッチ・コンテスト開催 ・国内外におけるビジネス・エコシステムの構築 ・海外進出のための市場調査 ・インパクト評価の実施
成果物(例)	・社員一人一人のSDGsへの取り組み目標 ・サステナビリティに対するWebサイト、対外広報ツール ・社内イントラネット・広報誌 ・オリジナルの社員向けEラーニング、各種教材 ・SDGs 事例集	・経営方針、サステナビリティ方針 ・ESG・CSR・サステナビリティレポート ・統合報告書 ・自社のマテリアリティー一覧 ・バリューチェーン分析レポート(サステナビリティ基準、SDGs コンパス、人権 DD、CO2 削減、Scope3 等)	・新規事業の創出や既存事業の革新の社内の仕組みとイノベーション人材 ・新たな事業構想・ビジネスプラン、既存事業の革新プラン ・ビジネス・エコシステム ・海外市場レポート ・インパクト評価レポート

CASE.1

サステナビリティ方針の全社展開

課題

経営企画部としてSDGsを導入したいと考えており、経営層も乗り気である。他社の研修なども実施して理解が深まったが、何をしたらSDGsをやったことになるのか、具体的に業務として落とし込む方法がよく分からない。本業にインパクトを与えられる形でSDGsを素早く実効的に社内に導入していくにはどうしたら良いか。

支援内容

- 現在の製品・サービス、研究開発、生産プロセスを整理し、次の中期経営計画の3年間で実施していくべき方向性に関する洞察を導出。集まった洞察をもとにサステナビリティ方針の原案を作成
- 経営層を含めたタスクフォースでの議論をファシリテートし、必要な知見を提供
- 企業の基幹を担っている経営層・管理職層に対するSDGsの入門講座及び経営・事業における活用方法についてセミナー形式の知見提供を実施
- 経営企画部及び社内から寄せられてくる質問事項等への対応・メンタリングを実施

CASE.2

グローバルな社会課題領域の新規市場参入

課題

国内外の市場におけるメインプレーヤーとして存在感を確立しているが、昨今、成長は横ばいになってきている。更なる成長の起爆剤としてグローバル展開を考えているが、グローバルな社会課題領域の新規市場に参入するにはどうしたら良いか。

支援内容

- グローバル市場参入戦略立案のため、ターゲット市場で数百名規模のインタビュー調査及び現地実態調査を含む市場環境調査及び現地ニーズ調査を実施
- 同戦略を実行する上でのボトルネック解消やプロセスの加速を並走支援。同ノウハウを社内担当事業部に対する教育プログラムとして提供
- パートナーやリソースとなる企業、国際機関、政府・公益機関、教育機関、NGO等、現地における主要アクターとの連携構築及びエコシステム構築を支援。また、国際的なネットワーク構築戦略を立案し、主要な連携相手へのアプローチを実施

CASE.3

社会課題を解決する新規事業創造

課題

市場のコストダウン圧力が強く、現状維持が困難な状況の中、社会課題解決を目指す新規ビジネスの創出を行っている。社会課題を起点に新規事業を産み出していける組織となるにはどうしたら良いか。

支援内容

- ゼロイチの価値創造やスタートアップの新規事業創出の基本理論であるジョブ理論やリーンスタートアップを織り込んだ新規事業創出戦略の立案を支援
- 社内の新規事業創出担当者に継続して社会課題からビジネスを創出していくための実践的な研修及び演習を含むワークショップを開催
- 研修及びワークショップの結果として、社内インキュベーションプログラムを構築し、研修受講者によるビジネスモデルの構築及び社内の新規事業アイデアコンテストを開催
- 優秀なアイデアの事業化に向けた並走及びパートナーとの価値協創を支援

案件事例

- ・株式会社三菱UFJファイナンシャル・グループ
- ・味の素株式会社
- ・いすゞ自動車株式会社
- ・株式会社NTTドコモ
- ・参天製薬株式会社
- ・資生堂ジャパン株式会社
- ・清水建設株式会社
- ・シャープエネルギーソリューション株式会社
- ・日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社
- ・古野電気株式会社
- ・三菱ガス化学株式会社
- ・三菱商事ファッション株式会社
- ・株式会社三菱UFJ銀行
- ・三菱UFJ信託銀行株式会社
- ・三菱UFJモルガンスタンレー証券株式会社
- ・森永乳業株式会社

等



Message

代表メッセージ

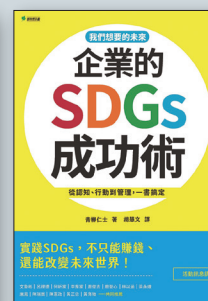


アントレプレナー（Entrepreneur）とは、「イノベーション（革新）を遂行する人」を意味します。SDGsとは、持続不可能になってしまった現在の世界を、持続可能にするための世界と人類の挑戦です。そこには、新しいやり方でこれまでの延長線上の未来を変えていくイノベーションが不可欠です。私たちは、世界中から集めたSDGsの実践知を活用し、SDGsの達成に必要なイノベーションを遂行する人々や企業（SDGsアントレプレナーズ）を増やしていくことを目指しています。



▲ Tokyo FMラジオ番組「SDGsティーチャー」のパーソナリティを務める

▼ 出版物「小さな会社のSDGs実践の教科書」



▲ 同著の中国語版（台湾にて販売）「企業的SDGs成功術」

青柳仁士 ＊ ファウンダー・顧問

2001年から国連開発計画（UNDP）、国際協力機構（JICA）、プライスウォーターハウス・クーパーズ株式会社（PwC）、Japan Innovation Networkにて、日本、米国、アジア・中東・アフリカ諸国で社会課題解決型事業・ビジネスの実践に携わる。2012年にニューヨークにて国連でのSDGs創設の議論に関わり、SDGsが始まった2016年からUNDP駐日代表事務所の広報官として日本の政府機関、民間企業、教育機関、メディア・市民社会等への初期のSDGs普及に従事。国連としてSDGsにビジネスで取り組むための初のプラットフォームを設立。2019年にSDGsアントレプレナーズを立ち上げ、社会起業家として活動。早稲田大学政治経済学部、米・デューク大学国際開発政策学修士卒。ハーバード大学エマージング・リーダーズプログラム修了。



吉野賢哉 ＊ 代表パートナー

SDGs・ESG・サステナビリティ分野の専門家として民間企業のサステナビリティ実践のトップランナーへの並走、経営導入・事業創出の支援、及び実践のノウハウの普及のための講演・研修・コンサルティングを実施。グロービス経営大学院にて大企業のビジネスパーソン向けのMBAの教員としてグローバル人材の育成及びビジネスを通じた社会課題の解決業務に従事。同学シンガポール校の立ち上げ責任者を務める。世界中から来日する社会人学生のキャリア支援を行うと共にグローバル人材育成の産学連携パートナーシップを構築。国際協力機構（JICA）において、ヘルスケア分野のプロジェクトマネージャーとしてユニセフなどの国際機関と連携し、保健医療分野のプロジェクトマネジメントを実施。国際基督教大学大学院行政学研究科修了、米・アスペンインスティテュート エグゼクティブ・プログラム修了。