

途上国・先進国の区別なく世界を変えるための普遍的な目標「SDGs」

認知からアクションの段階へ

2016年1月から実施が始まって2年。世界における認知度が急速に上がっているSDGs。日本でもPRに著名人を起用するなど、子どもやお年寄りにも浸透してきた。そのプロモーション戦略の中心である国連広報センター(UNIC)所長の根本かおる氏に、広報戦略と現在の課題、今後の取り組みについてお聞きした。

広報もパートナーシップで

“2030年までに貧困に終止符を打ち、持続可能な未来を追求しよう”。『持続可能な開発のための2030アジェンダ』が国連総会で採択された2015年9月22日、国連本部ビルの壁面にSDGsのプロジェクトマッピングが映し出された。光と音で鮮やかに映し出されたのは、国連の掲げる17の目標。その美しさは、多くの人々の目を引いた。

「SDGsは、途上国・先進国の区別なく、あらゆる国に関わる、世界を変えるための普遍的な目標です。一人でも多くの人に広めるために、国連側も、これまでとは少し違った広報を行いました」と、国連広報センターの根本かおる氏。

その広報の最前線に立ったのが、『ラブ・アクチュアリー』などの作品で知られる、映画監督のリチャード・カーティス氏。長年にわたり貧困問題に関心をもち、問題に取り組んできた同氏は、ミレニアム開発目標(MDGs)が終わりを迎えるにあたり、それに代わる新しい目標を最大限に多くの人に知らせるべく、立ち上がった。

7日間で70億人に新しい世界目標に関するメッセージを伝えることを目指した『プロジェクト・エブリワン』を立ち上げ、2015年9月26日から10月2日に

かけ、世界最大規模のキャンペーンを展開。世界各国125社にのぼるメディア企業の賛同のもと、OOHメディア(Out of Homeメディア。家の外で接触する広告)をはじめ、ラジオや動画サイト、商品パッケージなど、あらゆる媒体を通じ、世界中へメッセージを届けた。

「国連側も、自分たちだけでやることの限界を知り尽くしています。広報において、著名人や発信力のある人たちの力を借りられることは非常に大きい。まさにSDGsのゴール17“パートナーシップで目標を達成しよう”に関わりますが、全ての人との繋がりの中で推進していくことを、SDGsの採択前から走らせていました」(根本氏)。

世界193カ国が全会一致で採択したSDGsは、いわば、世界全体にとっての社会契約と言える。

「そのプロセスはとてもオープンで透明なもので、様々なアクターが世界中で協議に参加し、1,000万人が参加するオンライン調査を行うなど、国連としてもはじめてのプロセスを経てカタチにしたもので、非常に野心的なものと言えます」(根本氏)。

SDGsの浸透において日本は先駆的

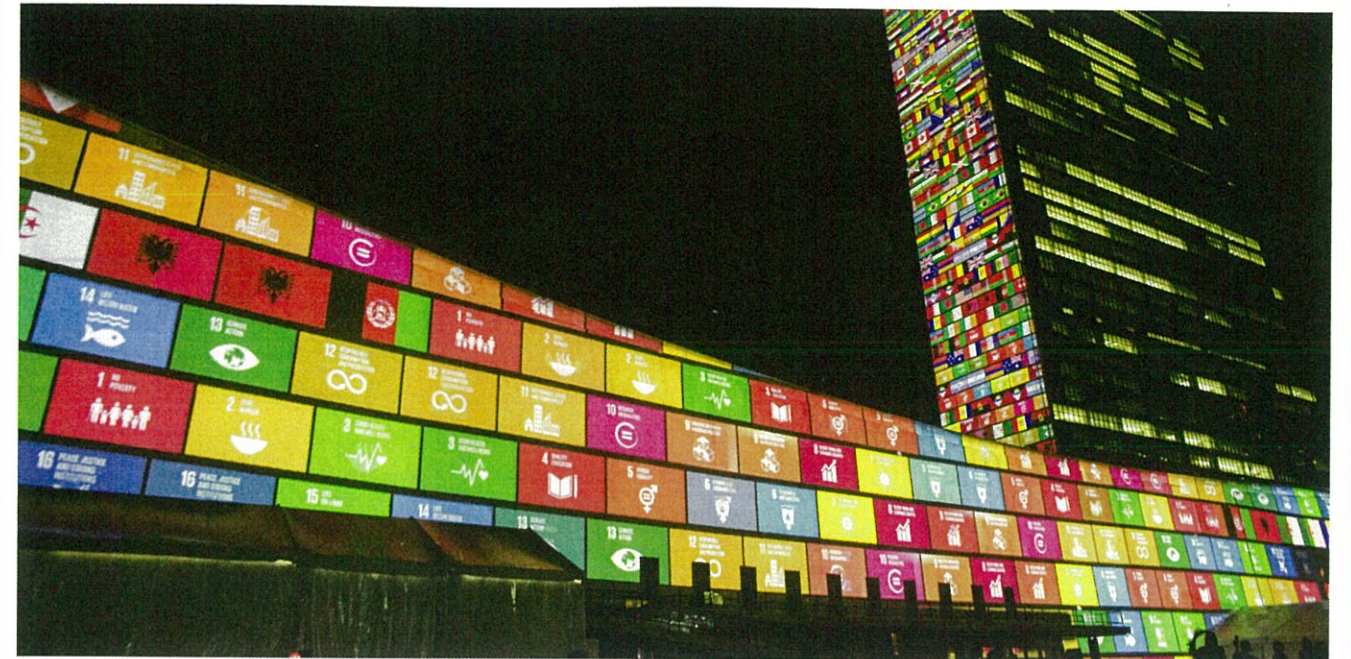


国連広報センター 所長 根本かおる氏

国連広報センターは、1958年4月、国連広報局直属の機関として、東京に設置された。日本の人々に国連とその活動に関する理解を深めてもらうため、日本語での情報発信、記者会見やメディアインタビュー設定、イベントやキャンペーンの企画・開催をはじめ、幅広い広報活動を行っている。

SDGsの日本における広報に関しては、まず、国連本部が策定したアイコンのキャッチコピーを、分かりやすい表現で日本語化することからはじめた。

「国連には、アラビア語、中国語、英語、フランス語、ロシア語、スペイン



国連本部ビルの壁面にSDGsのイメージを映し出したプロジェクトマッピング

©UN Photo/Cla Pak

語の6つの公用語があります。これらの言語については、キャッチフレーズも自動的に国連本部で翻訳して統一されますが、日本語は公用語ではないので、仮訳を作るところから進める必要がありました」(根本氏)。

当初、英語を直訳したようなキャッチコピーだったが、それを見た博報堂のクリエイターから“もう少しメッセージ性のあるものにしては?”というアドバイスがあったという。国連グローバル・コンパクト署名企業である博報堂では、クリエイターたちが自分たちのスキルを通じて社会課題の解決を応援する活動を『クリエイティブボランティア』として奨励している。

こうして、コミュニケーションのプロフェッショナルである博報堂の支援のもと、国連諸機関、SDGsに関わる日本の市民社会、日本政府、国際協力機構(JICA)といった、幅広いアクターとコンサルテーションを重ね、2016年3月、SDGsの日本語版キャッチコピーが完成した。

「SDGsの精神にのっとり、透明なコンサルテーションを経て翻訳を完成さ

せました。そのプロセスは非常に困難でしたが、SDGs実施元年である2016年の第一四半期にまとめられたことは、大きな成果だったと思います」(根本氏)。

日本におけるSDGsの広まり方は、非常に先駆的だという。根本氏によると、日本を訪問した国連高官も『政府、JICA、オリパラ組織委員会、企業社会、市民社会、教育機関と、社会の隅々にまでSDGsが浸透し、自分ごととして捉えようというカタチになっている点で、日本はずば抜けて進んでいる』とコメントしているという。

その要因としては、きわめて早い段階で日本語のキャッチコピーが完成し、SDGsを進めていく上での礎ができたこと。さらに、2016年5月に伊勢志摩サミットが開催されたことが大きい。SDGsが採択されて最初のG7サミットということで、政府がSDGs推進本部を立ち上げた。

2016年の年末には実施指針を作成し、政府側の軸ができ、2017年には日本経団連も『Society 5.0』を打ち出し、同時に企業行動憲章を改定し、SDGsを前面に出した。

「政府はもちろん、企業を束ねる立場にある経団連が、SDGs推進へ向け大きく舵をきったことは、一般社会への浸透を強く後押ししたと言えます」(根本氏)。

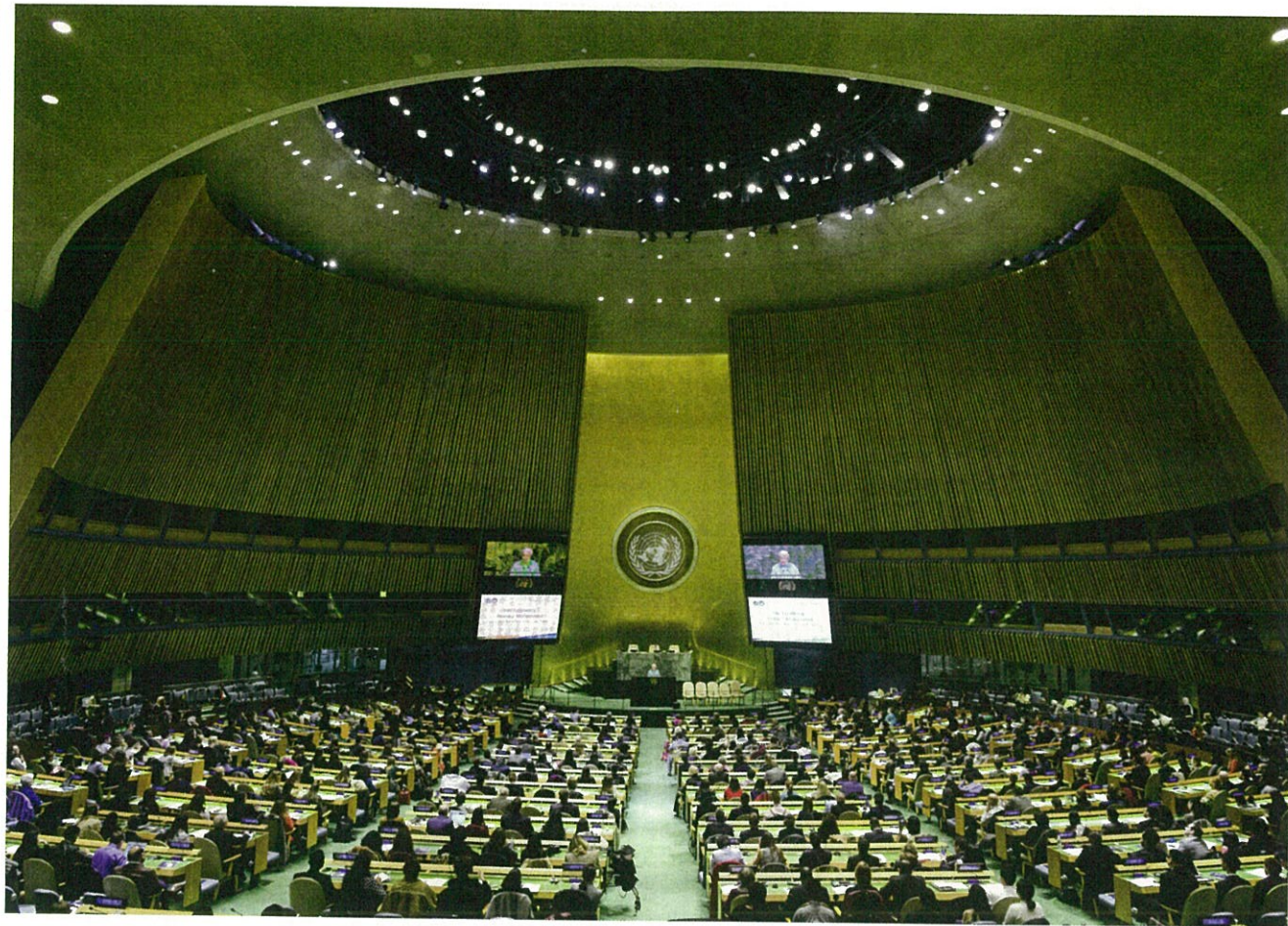
日本企業の存在感を世界へ

SDGsが何かということ自体の認知、浸透が進む一方で、それが、企業の本業にまで、どれだけ落ちているかは別の話だ。

「入口では知ってもらっていますが、知るだけでなく、より変革的と言えるくらいのアクション、戦略、計画にまで落とし込んでもらいたい」(根本氏)。

例えば、事業運営を100%再生可能エネルギーで調達することを目標に掲げる企業が加盟する『RE100』。2014年に発足し、現在、世界全体で120社以上が加盟するイニシアティブだが、日本で加盟しているのは、リコー、積水ハウス、アスクルの3社のみ。

「社会全体で向き合わなければならないエネルギー問題、CO₂削減に関して、日本は京都議定書が採択された国としては恥ずかしい状況であることは現実です。再生可能エネルギーをもっと増



やす、『RE100』のような世界横断的な運動に参加できる日本企業は、もっとあるのではないのでしょうか。日本企業の存在感をジャパンでとどめるのではなく、国を越えてアピールしてほしいと思います」(根本氏)。

SDGsを知るだけでなく、本当に達成するためには、これまでの延長線ではない、システムの根本的な改革が必要だ。社会の在り方を根本から問い直せば、ある時期、どこかに痛みを伴う。認知からアクションへ移行できるかどうか、それが今、問われている。

SDGs推進円卓会議のメンバーとして、『第1回ジャパンSDGsアワード』の審査に関わった根本氏。「アワードに応募して下さった団体には、中小企業も

多くありました。受賞に至らなかったものの中には、今後、成長が楽しみな先進的な技術やプロジェクトも多くありました」と、中小企業の動きを重要視する。

世界の長寿企業を考えた時、その多くが日本企業だ。日本企業の中には“継続”というDNAが強く根付いていると言える。継続には社会との共生の視点が欠かせない。企業を長く存続させることは、そのままSDGsに繋がっていくのだ。

「SDGsは“中小企業には荷が重い”ということではなく、企業の大小を問わず、これまで既にやってきた経営、在り方が多分にSDGsと重なっていることに目を向けていただきたい。〈売り手よし〉〈買い手よし〉〈世間よし〉の伝統的な“三方よし”の考え方に、〈地球よし〉〈未来よ

し〉を加え、“五方よし”としていただくと、より持続可能なカタチになるのかなと思います」(根本氏)。

SDGsを自分ごとに

国連では、SDGsを未来へ引き継ぐ若い世代の育成にも力を入れる。2016年には、貧困に終止符を打ち、気候変動と闘い、格差を消滅するための取り組みをリードする優秀な若者を発掘するため、『持続可能な開発目標(SDGs)のためのヤングリーダーズ』を発足。SDGsの実現に向け、革新を進める若手リーダー17人を1年ごとに認定する、これまでにない取り組みを開始している。

日本の教育機関でも現在、これまでの〇×方式から、統合的に思考する力、



「東京のオリンピック・パラリンピックは、SDGsを本格的に盛り込める最初の大会として、世界的にも注目されています」と語る根本氏

生きる力、答えのない問いに対して考える力を養う教育の在り方が議論されている。グローバル人材育成も大きな柱の一つだが、それには世界の共通言語であるSDGsを正しく理解し使いこなす必要があると、小中学生の学習指導要領にSDGsが盛り込まれるといったところまで、話が進んでいる。

「高校性や大学生を対象に、SDGsをテーマにしたプレゼン大会を行うといった企画が増えていますが、例えば、最優秀のチームを国連の若者が集まる場に派遣するといった仕掛けづくりも考えていただければと思っています。大会だけではなく、中長期的に国連での議論の場に日本の若者が参画するといった、より高いビジョンを持っていただけるとい

いですね」(根本氏)。

SDGsへの取り組みにおいて、日本が存在感を示す大きなチャンスが2020年の東京オリンピック・パラリンピック。「東京のオリンピック・パラリンピックは、SDGsを本格的に盛り込める最初の大会として、世界的にも注目されています」(根本氏)。

2017年10月には、アミーナ・J・モハメッド国連副事務総長が、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会の布村幸彦副事務総長を表敬訪問。持続可能な大会運営や社会づくりなどについての意見交換が行われた。

「世界の人口75億人のうち、何らかの障害を持っている人の数は約10億人とされています。特に東京パラリンピッ

クが、今後、世界がよりユニバーサルな社会に向かっていくための起爆剤となれば素晴らしいと思います」(根本氏)。

オリンピックイヤーも視野に入れ、国連広報センターでは今後、核となる業界だけでなく、広く一般の人々へSDGsを広めるべく、広報活動を強化していく。

「一般の方々にSDGsとは何かを正しく理解してもらい、自分ごととして感じてもらうことで、自分にできる行動が何かを知ってもらうことが重要です。広く一般の人々を、SDGsの認知の先にあるアクションへと導くこと。それが、国連広報センターとして果たすべき大きな役割であり、チャレンジだと考えています」(根本氏)。