

流通とSC・私の視点

2018年5月4日

視点(2166)

SCとSDGs (持続可能な開発目標) !!

(SC理論編)

次世代型SCの3つの要素は「社会や地域の持続可能性に貢献するSC」「ネット販売30%時代に対応可能なSC」「マーケットデザイン理論に基づくブルーオーシャン型棲み分け競争のできているSC」です。この中の「社会や地域の持続可能性に貢献するSC」の一環として、国連が2015年9月に採択した「持続可能な開発目標」(SDGs=Sustainable Development Goals)が存在します。

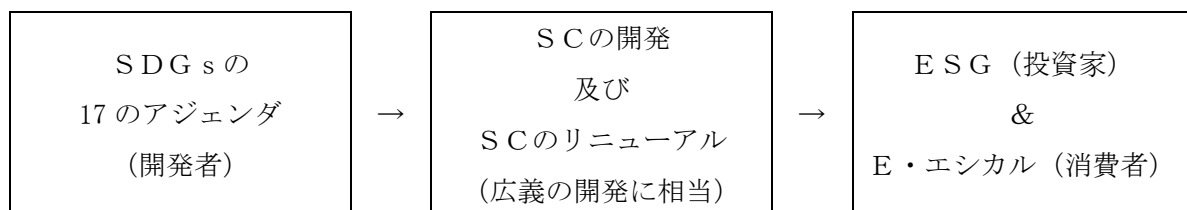
SDGsは持続可能開発のための2030年アジェンダとして、世界を変えるための17の目標を掲げていますが、その17のアジェンダは次の通りです。

1	貧困をなくしましょう	10	人や国の不平等をなくしましょう
2	飢餓をなくしましょう	11	住み続けられるまちづくりを
3	すべての人に健康と福祉を	12	つくる責任、つかう責任
4	質の高い教育をみんなに	13	気候変動に具体的な対策を
5	ジェンダー(性)平等を実現しよう	14	海の豊かさを守ろう
6	安全な水とトイレを世界中に	15	陸の豊かさを守ろう
7	エネルギーをみんなに、そしてクリーンに	16	平和と公正をすべての人に
8	働き甲斐も経済成長も	17	パートナーシップで目標を達成しよう
9	産業と技術革新の基盤をつくろう		

私は、社会や地域の持続可能性に貢献するSCを開発するための2つの要素として、「ESG(環境・社会・企業統治)」と「E・エシカル(倫理的かつ持続可能なライフスタイル)」を提案しています。ESGはSC開発の「投資家」の視点、LOHASはSCでの「消費者」の視点からの次世代型SCの姿と考えています。

また、SDGsは国連が地球レベルであらゆる開発に対応するアジェンダ(取り組むべき検討課題や行動計画)で、SCの開発あるいはリニューアル(SC成熟期のリニューアルは、もう1つあって欲しいSC=客から見て新しいSCづくり)にも適用される必要があります。

それゆえに、以下のプロセスが21世紀型のSCの価値創造となります。



国連の2030年のアジェンダは全世界の未開発国、開発途上国、新興国など多くの後進国を含めているため、先進国である日本のSCにとっては対象となる問題意識が希薄なものも多くあります。ただ、先進国及び日本の次世代型SCの開発・リニューアルにおいては、問題解決のレベルを先進国よりもはるかに高いレベルで先進国の目線とするならば、日本における次世代型SCづくりにとっての課題は無限にあります。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之