

# 企業のサステナビリティ・コミュニケーションを支援する

経済広報センター専務理事・事務局長

渡辺 良

わたなべ まこと



経済広報センターは、経団連の関連組織として、企業が社会課題の解決に貢献する姿を内外のステークホルダーに発信するとともに、様々なステークホルダーとの対話を通じて日本の経済界に対する信頼を確保するよう努めている。また、その一環として、企業の活動について発信する役割を担う各社のコミュニケーション部門向けのセミナーを多数開催している。そうした中、最近当センターが力を入れているのが、サステナビリティ・コミュニケーションに関する活動である。本稿では、その一端を紹介する。

## なぜサステナビリティ・コミュニケーションが必要か

サステナビリティ・コミュニケーションとは、各社のサステナビリティ(持続可能性)に関する取り組みをステークホルダー向けに発

信し、対話を通じてその理解を得ることで企業価値を高めるとともに、社会にも新たな価値をもたらす活動のことである。

サステナビリティ・コミュニケーションへの取り組みは、企業により様々である。B to B企業とB to C企業、業種・業態や規模によってサステナビリティへの取り組みが異なり、また、コミュニケーションによって、どのステークホルダーにどのような影響を与え、どのような価値を共創するか、それによってどのように自社の価値を高めるかといったゴールもまちまちだと思われる。

そこで当センターでは、サステナビリティ・コミュニケーションへの取り組みにあたって企業が抱えている悩みや具体的な取り組み事例に関する情報共有を行う場や、内外の様々なステークホルダーとの対話の場を設けており、そうした場の提供を通じて、企業の

サステナビリティ・コミュニケーションを支援している。

## 企業はサステナビリティ・コミュニケーションにどのように取り組んでいるか

情報共有を行う場の提供としては、2023年の2月と6月の2回にわたり、約30人の参加者を、同じ関心を有する三つのグループに分けて、討議を行った。第1回はカーボンニュートラル、第2回は戦略的なゴール設定と成果の捉え方をそれぞれメインテーマに据え、第1回はエデルマン・ジャパン、第2回はブランドズウィック・グループという、いずれも国際的なコンサルタント企業から、各メインテーマに沿って講演をお願いした。

その後のグループ討議では、各社の取り組みが紹介されるとともに、カーボンニュート



サステナビリティ・コミュニケーションに関するグループ討議風景

ラルについては、「自社の商品における脱炭素への取り組みを消費者に価値を理解してもらうかたちで伝えるのが難しい」「カーボンニュートラルへの取り組みについて、投資家からはロードマップが不十分と言われる」。一方、ゴールの設定と成果の捉え方については、「同じレベルの会社がたくさんあり、差別化で悩んでいる」「広報、サステナビリティ推進、IR、人事など社内の様々な部門が関わっている中で、一貫した情報発信が難しい」「アワードを実施しているが、社員に自分ごととして捉えてもらうのは難しい」といった悩みや課題などが挙げられ、あるべき方

向性などについて活発な意見交換が行われた。当日の参加者アンケートでは、各回とも参加者の95%以上から、グループ討議の場を引き続き設けるべきとの意見が寄せられた。そこで今後も、「社員が自分ごと化できるための方策」など、テーマを絞って、サステナビリティ・コミュニケーションに関する少人数討議の場を設けることとしている。

さらに当センターでは、広報誌「経済広報」や企業事例講演会、企業同士のネットワーキング機会などを通じて、各社の事例に関する情報共有・情報交換に資する活動を強化している。

### 企業のサステナビリティ・コミュニケーションについて、ステークホルダーはどう受け止めているか

当センターでは、生活者をはじめ、内外の様々なステークホルダーとの対話の機会を提供している。こうした機会を活用することで、自社のサステナビリティへの取り組みやサステナビリティ・コミュニケーションがステークホルダーにどう受け止められているかを直接聴くことが可能である。

例えば、各地の教育委員会と連携して、学校の先生が夏休み期間中に1〜3日間、企業や団体で研修を受ける「教員の民間企業研修」を実施している。初任者、中堅、管理職など様々な年代の先生方が参加しており、生活者でもある教員の方々と直接対話を行う機会ともなっている。2023年度は、81企

業・団体、約1400人の教員が参加した。研修の際に、自社のサステナビリティへの取り組みについて説明する企業も増えてきており、教員の方々からのフィードバックは、サステナビリティの発信をより効果的に行ううえで役立つものと考えている。当センターも、8月7日に受け入れを行った際、経団連や当センターの社会的視座に立った活動について説明を行った。教員の方々からは、言葉が難しくてよくわからなかったとの意見ももらったところであり、今後の発信に活かしていきたいと考えている。

このほか、約2800人の生活者に登録をいただいている「社会広聴会員」のうち約20人が企業を訪問し、見学や対話を行う「企業と生活者懇談会」も実施しており、社会広聴会員との対話を通じて、フィードバックを得ることが可能である。さらに、外国メディアに対して日本企業のサステナビリティへの取り組みを発信し、対話をする機会も設けている。

企業がサステナビリティ・コミュニケーションをより効果的に行うことができるよう、様々なステークホルダーからのフィードバックが得られる機会を多く作っていきたいと考えている。

経済広報センターの活動について

