

価値提供の思

中小企業の生存戦略

考

第4回 SDGsの利活用②

○…「SDGsの利活用で触れていきたい。」

用①」では、中小企業におけるSDGsの捉え方（責任）では、企業に社会や取り組み方について説明に対する「善行」を求めました。今回は、SDGの一方、CSV（共通価値）が掲げる具体的な目標（価値の実現）は、社会価値とブランディングについて同時に経済価値、すなわち「利益」を創造する必要があることだ。不



三枝国際特許事務所

中小企業
診断士

柚木 正人氏

「コノミー」という言葉だが、現実的な制約を排

といえる。また、SDGをいくことが有効な手段

○…例えば、「モノや時間の余剰を共有する」という考え方が、環境問題に貢献すると同時に、消費者の「必要な時に必要なものを安価で」とい

このため、重要になるのが企業による「利益を創造する視

共感から熱狂へ

SDGsの本質をつかむ

わち「利益」を創造する必要があることだ。不

求めるため、異なる性質を持つ

て線となり、大きな潮流は、新しいライフスタイルとしてブランディングされたことにより、「共

なモノ、あるいはオフイス空間、さらには後継者問題で利用されなくなっ

た農地までもが共有されるようになった。

○…SDGsのゴールの一つに「ジェンダー平等を実現しよう」という

で時間の取れない人にとって有用なサービスの提供といえる。同時に、サービス提供者におい

ても余剰時間を報酬に変えることになると、構造的な変化の潮流を受け身で捉

る。「価値提供」の思考はこれからの生存戦略に不可欠だ。

次回、「組織改革」は5月11日掲載