

## サステナビリティ・トランスフォーメーションを価値創出につなげるアプローチとは？

サステナビリティ・トランスフォーメーション(SX)を加速させ、具体的な成果につなげていくカギは、「組織の枠組みを超えたデータの利活用」のアプローチにあります

世界の経営者層(CxO)は、SXの取り組みを迫られています。しかし、意欲があっても成果にはあまりつながっていません。

どうすれば取り組みを加速できるでしょうか？

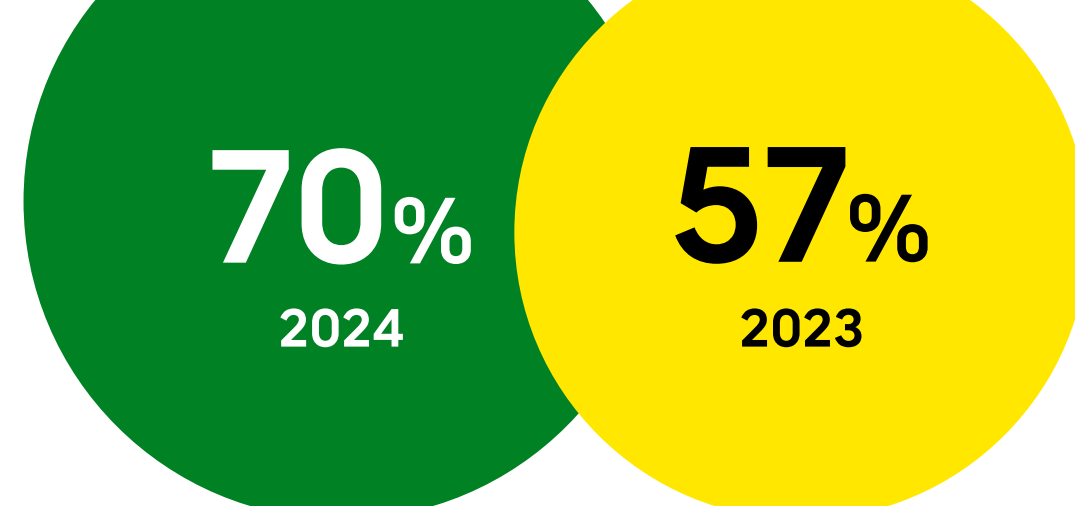
SXに今すぐ  
取り組まねばなりません

53%

経営者層の53%は、この1年でサステナビリティ経営の重要度が増したと感じています

### 取り組みを成果に

SXに対する意欲の高まりが見られますが、なかなか成果は出ていません



「サステナビリティは経営の最優先事項だ」と考える経営者層は増えています

わずか26%が「サステナビリティ戦略を実行し、具体的な成果を出している」と回答

26%

45%は「外部のサステナビリティ目標を下回っている」と考えています

45%

## 「地球環境問題」、「デジタル社会の発展」、「人々のウェルビーイング」に影響があるのは明らかです



気候変動により地球環境が悪影響を受けた場合、ビジネスは成立しません。ですから、当社は普段からサステナビリティ・トランスフォーメーションと経営を分けて考えません。SXとビジネスは一体でなくてはなりません



アサヒ飲料株式会社  
取締役 兼 執行役員  
近藤 佳代子 氏

## サステナビリティ・トランスフォーメーション(SX)を先進的にリードする「チェンジメーカー」

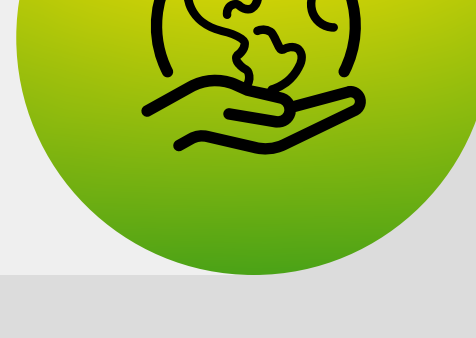
チェンジメーカーは、SXで特に優れた進捗状況にあるグループです



チェンジメーカーの70%は、外部のサステナビリティ目標を「上回っている」と考えています。

(その他グループ: 18%)

チェンジメーカーから学ぶ



チェンジメーカーの特徴:

- ・ 長期的な視点に基づくSXによる新たな価値創造
- ・ 組織の枠組みを超えたデータ利活用

チェンジメーカーは、近視的な利益追求よりも、社会貢献を重視します



チェンジメーカーの60%が、SX推進の動機として「社会に良い影響を与えたい」と回答

(その他グループ: 47%)

SXは、競争優位性につながっているようです



65%のチェンジメーカーが、「SXが自社の売上や収益に直接的に貢献している」と回答

(その他グループ: 48%)



2023年にかけて、当社はESGに関する指標を財務システムに組み込みました。また、財務とESGのパフォーマンスを同時に検証できる専任チームを設けています

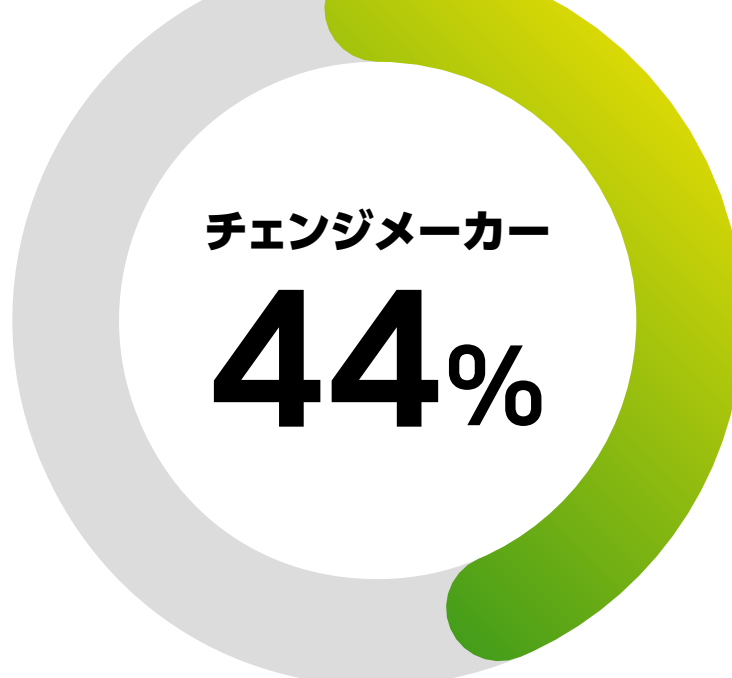


Diageo(ディアジオ)  
グローバルESGディレクター  
Kate Gibson(ケイト・ギブソン) 氏

## チェンジメーカーのアプローチの核心にあるのは、組織の枠組みを超えたデータ利活用です

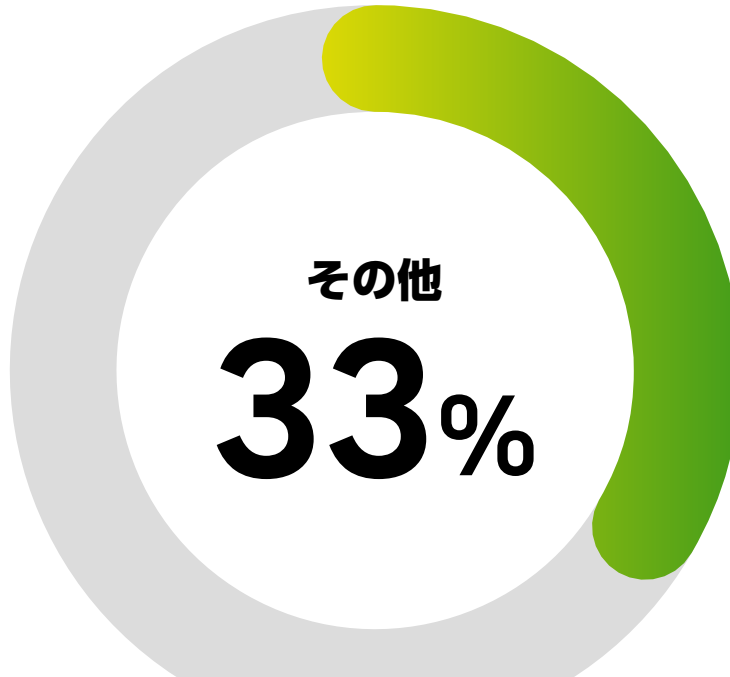
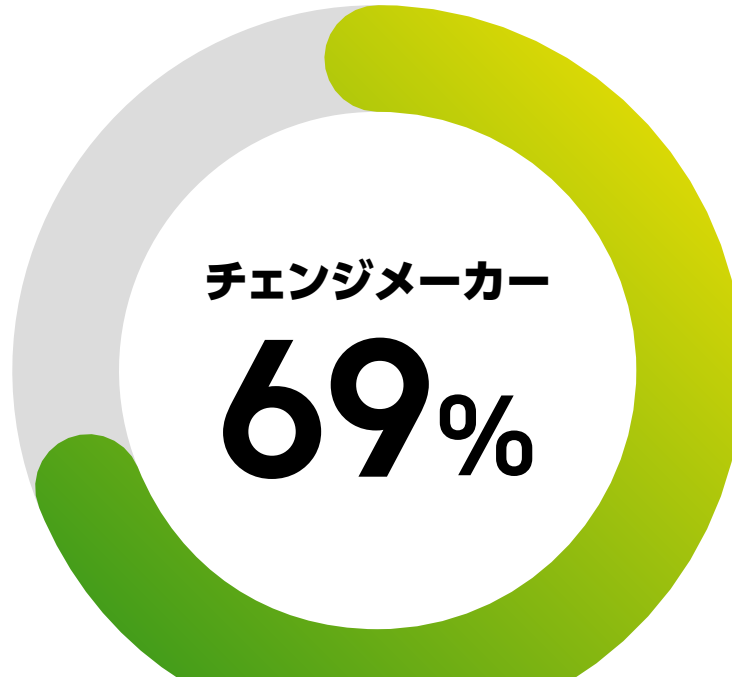
組織内におけるSX

チェンジメーカーは、相互接続されたデータを、テクノロジーを活用して将来のシナリオを予測し、ビジネス判断を進化させています



外部組織との連携

チェンジメーカーは、業種横断的に外部組織と戦略的に連携をしたり、より高度なエコシステムに参加している傾向があります



サステナビリティの分野では、互いに利益があるデータ連携はうまく機能します。この方法では、データは自分のためだけでなく、パートナーのビジネスを改善するために共有することもできます



IMDビジネススクール  
アジア・オセアニア統括責任者  
Misiek Piskorski(ミシエック・ピスコルスキ) 氏

## チェンジメーカーになるための4つの重要なステップ

1 組織のパーパスを策定し、達成目標を明確にする

2 SX戦略を策定し、目標の達成に向けた行動を推進する

3 データ利活用の成熟度を上げる(内部連携)

4 組織の枠組みを超えてデータ利活用のコラボレーションをする(外部連携)

[調査レポート全文はこちら](#)

チェンジメーカーに続き、サステナビリティ・トランスフォーメーションを加速させていきましょう