

名古屋市SDGs推進プラットフォーム「合同交流会」開催報告

2024年11月29日、名古屋市都市センター11階ホールにて名古屋市SDGs推進プラットフォーム会員、愛知県SDGs登録制度「あいちSDGsパートナーズ」における登録者、三重県SDGsパートナー登録制度における登録者による合同交流会が開催されました。当日は36団体にお集まりいただき、連携事例の共有やテーマに沿ったグループワークを行いました。新たな事業の創出や会員同士の連携に向けて活発な議論が交わされました。

GOAL

1. 他の参加者の取り組みや連携の事例を学ぶ
2. 自治体の枠を超えた参加者同士でつながり、出会いの場を活かす

コーディネーター：栗田 恵世氏/JPコーチ&コンサルティング（株）

【第1部】各プラットフォームの概要説明

参加していただいた各プラットフォームの特徴や取り組み内容を、各自治体の担当課より説明していただきました。

- ① 「名古屋市SDGs推進プラットフォーム」の概要
- ② 愛知県SDGs登録制度「あいちSDGsパートナーズ」についての概要
- ③ 「三重県SDGs推進パートナー」の概要



【第2部】グループディスカッション

■ 「SDGsの現状と目標達成に向けた課題」(UNCRD 丸山様)

グループワークに先立ち、SDGsの現状と課題について、UNCRDの研究員丸山様より講演を行っていただきました。ニューヨーク国連本部で開催された「SDGsサミット」より、SDGs進捗の実態と課題を共有していただき、UNCRDの取り組み紹介をしていただきました。



■ 「3C分析」によるSDGsの市場チャンスの発見

3C（自社・競合・顧客）分析により、SDGsの市場機会の仮説を導出する3C分析シートに記入していただきました。さらに、3Cシートをもとに自社の市場チャンスの仮説を発表し、グループワークを実施しました。グループワーク終了後は各グループの代表によるシェアタイムとして、ディスカッションの内容を共有しました。



3C分析 (マイクロ分析)		競合 (マーケットの可能性もあり)	
自社 ●「自社」「競合」「顧客」3つの関係性の中から、SDGsの市場チャンスを発見する。	競合 【直接競合】 自然雑貨店「木エアート工房」 アロマ雑貨のさくらショップ 【間接競合】 アマゾン 楽天他	顧客 【強み】 特色ある商品を持っている ・エコライフに興味関心がある層に人気 【弱み】 ・ロット数が少ない ・欠品するとすぐに手に入らない	想定顧客 環境意識が高い層（30代～50代の女性） ・自然素材の取り扱いが安心安全を重視するライフスタイルを持つ人々 ・自然素材製品を生活に取り入れたい・持続可能な商品への関心を持っている
自社の強み ・創業138年と歴史が長い ・製材所として、歴史が長い ・木のプラダニングに取り組んでいる ・木の製品化が得意で、木に触れたい層のニーズの提供もしている ・高品質の「ひみま山材」ブランドの活用 ・環境保全に積極的取り組み、SDGsを重視した経営	顧客 ・商品売りから、木に囲まれたエコライフのプロデュース、情報発信型にする ・ブランド木材の希少性を売りにした確立したブランディングする	SDGsの市場機会の仮説 ・商品売りから、木に囲まれたエコライフのプロデュース、情報発信型にする ・ブランド木材の希少性を売りにした確立したブランディングする	顧客 ・商品の選択数がない ・価格が高い手軽に購入できない ・耐久性への不安：自然素材製品は長期的な耐久性や劣化に不安、化学製品よりも不安 ・日常生活での実行の困難さ：エコライフスタイルを維持するためには、多くの情報収集や努力が必要で、手間がかかる ・入手の困難さ：オンラインでの購入が限られており、店舗で手に入手できない。
自社の弱み ・BtoC市場での販売力不足 ・一般消費者向けの販売が弱く、オンラインや電話でのPR不足が課題。 ・商品の良さを一般消費者に伝えるための広告やマーケティング活動が十分でない	競合 【参考】 木製の雑貨商品、ギフト商品への進出 (500億円市場) ⇒ターゲットに合った趣向にあった商品の提供 ・エコオフィス商品 (1000億～5000億円)	SDGsの市場機会の仮説 ・商品売りから、木に囲まれたエコライフのプロデュース、情報発信型にする ・ブランド木材の希少性を売りにした確立したブランディングする	顧客 ・商品の選択数がない ・価格が高い手軽に購入できない ・耐久性への不安：自然素材製品は長期的な耐久性や劣化に不安、化学製品よりも不安 ・日常生活での実行の困難さ：エコライフスタイルを維持するためには、多くの情報収集や努力が必要で、手間がかかる ・入手の困難さ：オンラインでの購入が限られており、店舗で手に入手できない。

【第3部】多くの参加者との交流を深める

フリータイムとして時間を設け、グループワークでのディスカッションの続きや、名刺交換などの交流を実施。

最後に、合同交流会開催の記念として参加者全員で記念撮影を実施しました。

