

「サステナビリティ経営」人財教育 研修コンテンツ／アウトサイドイン・3 シリーズの活用について

「サステナビリティ経営」成長戦略における人財教育を補完する研修コンテンツ／アウトサイドイン・3シリーズは、一般的な研修ゲームや、「サステナビリティ経営とは何ぞや？」を学ぶ研修とは一線を画しています。企業の「サステナビリティ経営」を現場で推進し、業績の最大化をめざすことが戦略、その詳しい内容の、「設計・デザイン編」をお届けいたします。

目次：

1. 「サステナビリティ経営」と SDGs
2. アウトサイドイン・アプローチ(=SDG Compass)とは
3. 企業経営向けに開発したアウトサイドイン・3シリーズ／それぞれの特長
4. アウトサイドイン・アプローチ 3シリーズ
5. 「知る→わかる→できる」そして、「変革する」→「成果を出す」へ

1. 「サステナビリティ経営」と SDGs

「サステナビリティ経営」人財研修について、その開発背景を簡単にご説明いたします。

私たちは、サステナビリティ(sustainability)とは、環境や経済等に配慮した活動を行うことで、社会全体を長期的に持続させていくことと定義しています。「Sustain(維持する、持続する)」と「Ability(～する能力)」を組み合わせた造語で、日本語では「持続可能性」と呼ばれています。

世界的に、サステナビリティという文字が初めて登場したのは、1987年「環境と開発に関する世界委員会」が発表した報告書においてです。この考えは、1992年に開催された地球サミットで世界的に広まり、2012年6月の国連持続可能な開発会議(リオ+20)などを経て、2015年9月に国連で採択された「SDGs」へと繋がっていきました。SDGs は「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の頭文字を取った言葉で、サステナビリティのための具体的な17の目標と、169のターゲットから構成されています。

このように、サステナビリティは元々環境保護の文脈で用いられる言葉でしたが、近年は企業が果たすべき社会的責任と結び付けて語られることが増えています。社会の様々なシーンにあてはまる概念であり、あらゆる分野で必要とされる考え方です。

企業活動においては、「サステナビリティ経営」と言われ「環境保護(対策価値)」、「社会開発(創造価値)」、「経済開発(追求価値)」の 3 つの観点に基づく取組みが重視されており、それと連動したのが、「アウトサイドイン・3シリーズ」です。順次、詳しくご説明させていただきます。

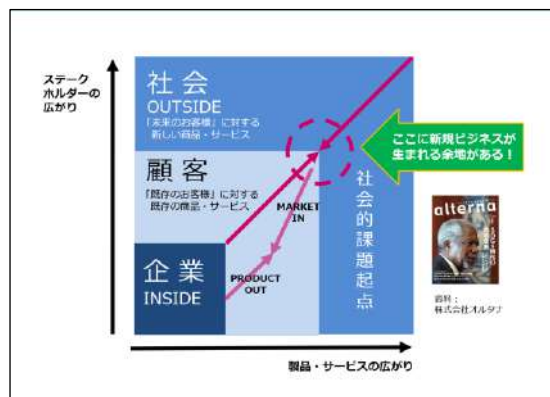
2. アウトサイドイン・アプローチ(=SDG Compass)とは

アウトサイド・イン(Outside-in)とは、SDGs 導入における企業の行動指針「SDG Compass」(2016年3月に作成)に記載されている、国連発の公式指南書におけるビジネス用語です。

アウトとは「社会」を、インは企業や組織を意味します。今までのビジネスアプローチでは、企業が自社の製品・サービスの強みを生かしてマーケットを開拓する「プロダクト・アウト(Product-Out)」や、市場のニーズに合わせて製品・サービスを開発する「マーケット・イン(Market-In)」が主流でした。

「アウトサイド・イン」は、この「マーケット・イン」のベクトルを外側に伸ばし広げることで、お客さまのすぐ後ろにある「社会のニーズ」に応えようというものです。つまり「社会課題の解決を起点にしたビジネス創出」を意味し、「社会を良くする」ことを求めています。

「SDG Compass」※に記述された「アウトサイド・イン」は、気候変動などの分野で、企業が科学に基づく目標設定を指していましたが、その後、「社会課題の解決を起点にしたビジネス創出」の意義が注目されるようになりました。下図は、「SDGs アウトサイドイン」ビジネスゲームの監修でもご指導いただいた、「サステナ経営の潮流を捉える alterna」が提唱し、多くの皆さまにご使用頂いています。



※SDG Compass のステップ3「目標を設定する」の文中には次のように記されています。

— 各企業の目標に関する意欲度を設定するにあたり、現在および過去の業績を分析し、今後の動向と道筋を予測し、同業他社を基準に評価するのが、これまでの企業のあり方であった。しかし、そのような目標の一体的な影響では、グローバルな社会的、環境的な課題に十分に対処することはできない。(中略)このプロセスにおいては、様々な課題が存在するものの、SDGs に連動した目標設置に対する様々な「アウトサイド・イン」のアプローチは、今後、持続可能性における企業のリーダーシップを規定していく一つの要因となるだろう。—

3. 企業経営向けに開発したアウトサイドイン・3シリーズ/それぞれの特長

企業版として開発したアウトサイドイン・3シリーズは、「人間のアジャイル脳力開発とその発展理論でデザインする」と、「ホロン経営とオーケストラ型経営」いう設計・デザインプロデュースのもと、着実に階段を昇る、「変革」をコンセプトとした内容にグレードアップ、特に「振り返り」はご要望に合わせた協議による自由設計が可能となっています。

「サステナビリティ経営」人財研修として、ゲーム的盛り上がりは勿論のこと、どんどん本質へと深まって行きながら、同時に、企業が求めている「業績の最大化」と「社会を良くする」という価値をめざす、中・長期の経営計画を理解した組立てを指向しているからです。

「サステナビリティ経営」人財研修コンテンツ設計コンセプトは、

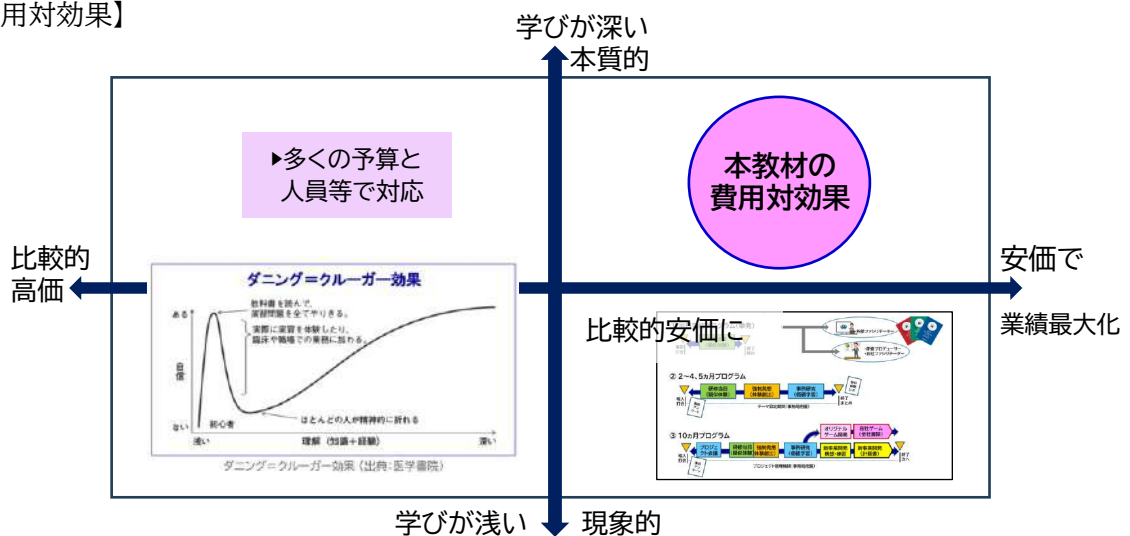
- ★ 視覚的で取組みやすく、かつ、人間のアジャイル脳力開発とその発展理論でデザイン。
- ★ 知る・わかる・できる→変革する・成果を出すに確実にシフト、業績の最大化に貢献。
- ★ オンラインで24時間自習も可能なシミュレーションまかせのすぐれものを提供！

SDGsや気候変動などをゲームという体験を通じて楽しみながらその本質を理解しようとする試みは多数あり、基本を学ぶうえで重要です。その学びのポイントはアバウト(細部がいい加減の大きっぱなさま)にしてしまわないこと。その学びを、「サステナビリティ経営」を企業に定着させる学びにつなげ、より深い価値創造と、企業ブランド価値創出、そして経営基盤の強化である業績とも連動した次元にしていくことが、国連の第7代・アナン事務総長が指向した「経営マターにこそ、地球と人類を救う力がある」という考え方です。

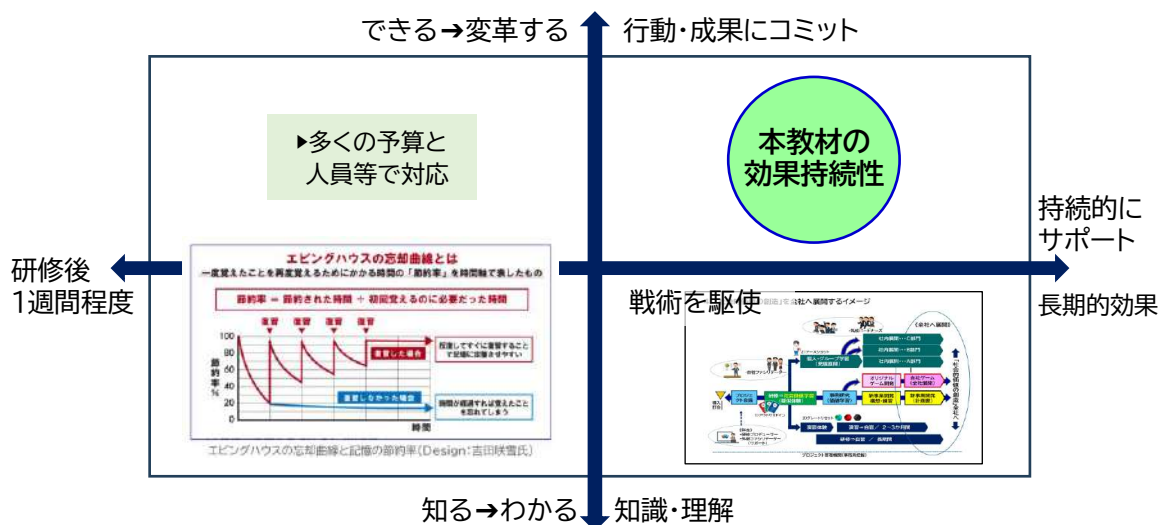
社会課題解決による持続可能な開発目標(SDGs)達成のための取組みや、社会課題を起点とした新事業という価値創造に身を置き、かつ現代社会のみならず、未来社会にもコミットする取組みが求められているからです。

<研修コンテンツとしての特徴と優位性>

【費用対効果】



【知る→できる 対 持続性】



4. アウトサイドイン・アプローチ・3シリーズ

このビジネスゲーム&シミュレーション・3シリーズの研修コンテンツは、社員研修歴30年以上の従事者が、ドイツの哲学者ヘーゲルが唱えた弁証法[※]の発展理論にヒントを得て、経営戦略におけるデザイン手法により、コロナ禍も含め、5年をかけて開発しました。

1) 社会課題解決起点の新事業創出「SDGs アウトサイドイン」ビジネスゲーム研修と振り返り

SDGs×経営を基盤にしたこのビジネスゲームは、新事業創出を実際の事例を使って疑似体験するものです。自分と様々な業種の会社が、社会課題を読み解きながら、それを解決するアセット(自社の強み、財産や資産など)と、ソリューション(課題を解決するための手法や手段)の組み合わせにより新事業創出を行い、プロモーション(広報活動)を通じた業績の最大化を疑似体験しながら、国連の公式指南書「SDG Compass」にあるアウトサイドイン・アプローチ(法)を学びます。

➡振り返りは、「知る→わかる→できる」の現状を伺い、ご希望を取入れて組立てます。

★SDGs アウトサイドイン・ビジネスゲーム: <https://next.outside-in.jp/>

2) 気候変動対策の価値創造「アースショット」シミュレーション研修と振り返り、自習可能

2つ目は、気候変動対策により成果の最大化をめざす「アースショット」シミュレーション。2070年の未来から1991年に、時空間を超えてタイムリープした自分(研修受講者)という設定で、シミュレーションがスタート。地球温暖化の進行によって、異常気象の発生や海面上昇の進行が起こるだけでなく、農林水産業、金融業への経済影響、災害、難民の発生、安全保障の問題、健康への影響など、その影響は多岐に渡り、その時代、その時代で私たち(=自分)に意思決定を迫ってきます。やがて無知だった自分は、1991年から2030年までをどのように生きるかを学び、回を追うごとに成果に表れていく「環境価値の対策」コンテンツです。

➡振り返りは、各社ごとの現状を伺い、ご希望を取入れて組立てます。

★「アースショット」シミュレーション: <https://earthshot.outside-in.jp/>

3) 持続可能な経済価値創造「グレートリセット」シミュレーション研修と振り返り、自習可能

3つ目は、経営幹部やプロジェクトリーダー、部門経営者の皆さんなどをイメージした、マネジメント・シミュレーション「グレートリセット」。対象者である私たち(=研修受講者)は、私たちの世界によく似た仮想世界の地球で、日々激化する市場競争に対応しながら企業活動を行っていきます。

このビジネスシミュレーションテーマである“グレートリセット”は、2020年のダボス会議のテーマ。

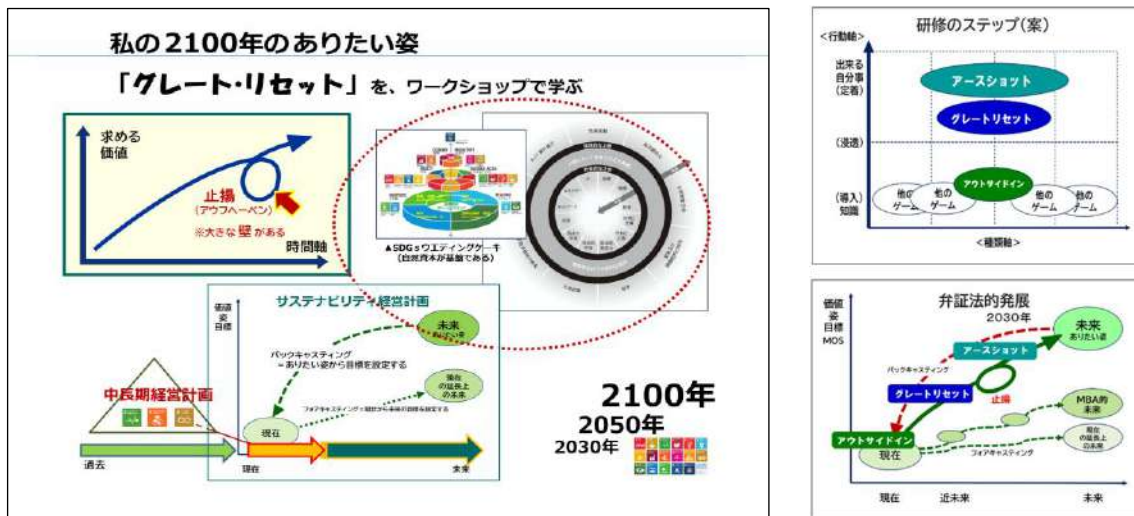
これまで通用して来た経営から、サステナビリティ戦略の実行可能なフレームワークとして ESG 経営機能が求められます。もう過去の概念や価値に戻れない「断つ経営」を学ぶビジネスシミュレーションです。業績の最大化をめざす経営者を目指し、業績の最大化をめざして頑張ってください「経済価値の追求」コンテンツです。

※オンライン版では、研修担当部署様が各人の取組み状況を把握することも可能です。

振り返りは、「知る→わかる→できる」の現状を伺い、ご希望を取入れて組立てます。

★「グレートリセット」シミュレーション: <https://great-reset.outside-in.jp/>

<1回の研修で、持続可能性を担保できるでしょうか？>



限られた時間、諸事情、予算など様々な制約の中で取り組む経営基盤の強化は、現場におけるリーダーの悩みどころかと察します。従って、時間軸においても、高い研修効率が求められます。

かといって、その昔流行った「天国や地獄の合宿」のような時代でもありません。学びの本質の答えは、親の愛情の「しつけ(=し続ける)」に学べると考え、「サステナビリティ経営」人材戦略は、時間軸のなかで、最先端の脳科学発展理論で設計・デザインすることとしました。

特に、研修の振り返りの上昇ステップ・カリキュラムは重要な要素です。これらに対する現状や希望などを伺って、振り返りや、研修前後と次の階段を構築するのが重要と考えています。

▶コンテンツ開発における弁証法について
 弁証法は、コンテンツ制作にあたり重視したのが、「止揚(アウフヘーベン)」です。企業が、「サステナビリティ経営」人材教育に取り組む場合、現場での業績や各種改善テーマなどは、残念ながら右肩上がりに順調には推移しません。何度も何度も必ず「壁」が現れます。この「壁」に直面し、ようやく乗り越えて振り返った時に経験した「何とも言えない境地らしきもの」が「止揚」と言われるものではないでしょうか。
 アウトサイドイン・アプローチの3シリーズは、私たち人間の心にある「社会を良くしたい」という本能に立脚した「アジャイル脳ホロン思考」をベースに、「自己変革」である、「自分ごと化・振り返り」コンテンツも重視しています。従って、講演やセミナー・ワークショップコンテンツでも、この考え方を盛り込んで、制作しています。

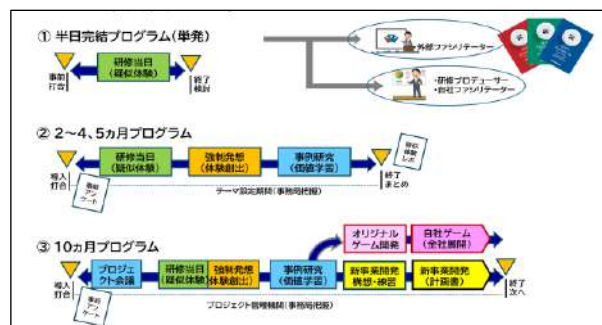
5. 「知る→わかる→できる」そして、「変革する」→「成果を出す」へ

経営は、一瞬たりとも油断できない価値創造の場であり、気が抜けないものです。ご紹介した研修に加え、中長期で活用できるサポート企画(無料・有料版)も揃えています。お問合せください。

1) 社会課題解決起点の新事業創出

「SDGs アウトサイドイン」ビジネスゲーム 研修と振り返り + 中・長期サポート

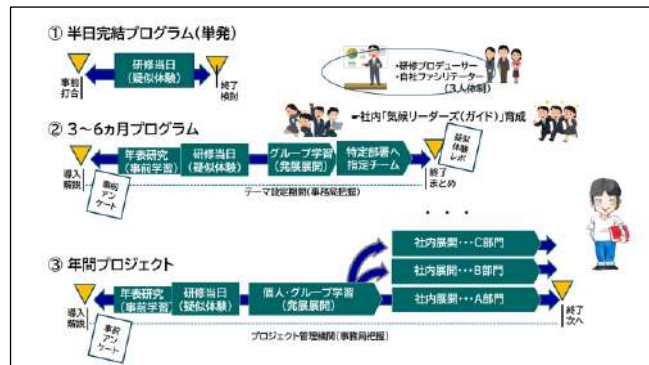
※研修組み立てイメージです



2) 気候変動対策の価値創造

「アースショット」シミュレーション 研修と振り返り／自習も可能 +中・長期サポート

※研修組み立てイメージです

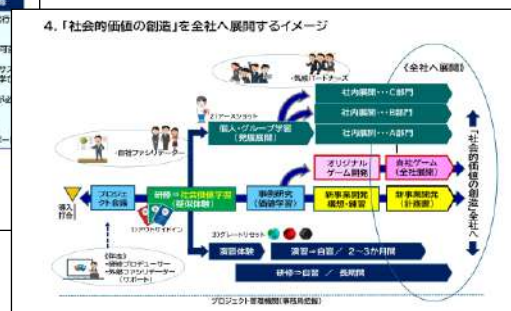


3) 持続可能な経営基盤の強化

「グレートリセット」シミュレーション 研修と振り返り／自習も可能 +中・長期サポート



※研修組み立てイメージです



※研修後のフォローは、研修担当部局様でも、メールでのやり取りで簡単に実施可能です。

研修と無料・有料フォローを組み合わせることにより、効果が最大化されます。

それでは、ぜひ、Part3(商品・サービス編／まとめ)もお読みください。

2025年 1月 吉日

株式会社オークジャパン

サステナビリティ研修・運営本部 葉坂 廣次

お問い合わせ URL:

<https://outside-in.jp/contact/>