

Title	SDGsは国連初のコミュニケーション・デザイン： SDGsアイコン日本語版の制作プロセスから考察する
Sub Title	SDGs are the first communication design in the UN : consider from the production process of SDGs icon Japanese
Author	川廷, 昌弘(Kawatei, Masahiro)
Publisher	慶應義塾大学湘南藤沢学会
Publication year	2019
Jtitle	Keio SFC journal Vol.19, No.1 (2019.) ,p.62- 89
JaLC DOI	10.14991/003.00190001-0062
Abstract	国連サミットで採択されたSDGs。国連本部はカラフルなアイコンを使ってコミュニケーションを開始した。これまでの環境コミュニケーションにおいては、課題を認知しても行動に繋がらないことが問題であった。そこでまず、SDGsアイコン日本語版の制作プロセスを振り返り、認知から行動へのつながりを検証したところ、セクターを超えた対話により制作された最大公約数の日本語版を公的機関が発表することで、複数の日本語版の乱立を防ぎ、多くの活用に繋がった。結果として、課題認知から行動へのアプローチを強める可能性が示唆された。
Notes	特集 SFC×SDG 招待論文
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=0402-1901-0062

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

[招待論文]

SDGs は国連初のコミュニケーション・デザイン

SDGs アイコン日本語版の制作プロセスから考察する

SDGs are the First Communication Design in the UN

Consider From the Production Process of SDGs Icon Japanese

川廷 昌弘

株式会社博報堂 DY ホールディングス グループ広報・IR 室 CSR グループ推進担当部長
Masahiro Kawatei
Associate Manager, Group PR & IR Division, Hakuodo DY Holdings Inc.

Abstract: 国連サミットで採択された SDGs。国連本部はカラフルなアイコンを使ってコミュニケーションを開始した。これまでの環境コミュニケーションにおいては、課題を認知しても行動に繋がらないことが問題であった。そこでまず、SDGs アイコン日本語版の制作プロセスを振り返り、認知から行動へのつながりを検証したところ、セクターを超えた対話により制作された最大公約数の日本語版を公的機関が発表することで、複数の日本語版の乱立を防ぎ、多くの活用につながった。結果として、課題認知から行動へのアプローチを強める可能性が示唆された。

The SDGs was adapted at UN Summit. UN Headquarters then launched the communication with colorful 17 icons. The issue of environmental communication till now was that people do not take actions though they recognize the issues. Therefore, I have verified the connection between recognition and action by reviewing the production process of the Japanese version of SDGs icons. The standardization of the Japanese version of SDGs icons, created by the cross-sectoral dialogues, gathered the greatest common divisor of Japanese, and released by a public institution, prevented creating multiple Japanese icons while expanded the users. The result suggests a possibility that the approach strengthens the action from issue recognition.

Keywords: SDGs アイコン日本語版、環境・社会コミュニケーション・デザイン、行動変容

SDGs icon Japanese version, environmental and social communication design, change behavior

1 はじめに

2015年9月25日(現地24日)は、特別な日となった。国連関係機関や政府関係者のみならず、社会活動団体や経済団体など一般市民の意見も吸い上げて作成された「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ¹⁾(Transforming our world : the 2030 Agenda for Sustainable Development)²⁾」の最終文書に193のすべての国連加盟国が合意した。アジェンダでは、SDGs (Sustainable Development Goals) と呼ばれる持続可能な世界を実現するための17のゴールが示されており、国連本部はそれらを目標別にシンプルでカラフルなアイコンで表現し、2030年に向けた人類共通の指針として世界中に呼びかけた。その前祝いのように採択の前夜にニューヨークの国連本部ビル壁面に、17のゴールのイメージ動画やカラフルなアイコンと各国の国旗がプロジェクション・マッピング (Projections on Sustainable Development Goals and 70th Anniversary of the United Nations) で投影された(図1)。そして、採択の木槌が打たれた直後に会議の出席者はSDGsの文字が印刷された小旗を振っていた(図2)。これは単に決議が採択されただけでなく、国連が世界中のステークホルダーと議論を重ねて今日に至った記念すべき日であり、アジェンダの議論だけでなくカラフルなアイコンによるツールや映像も準備を進めてこの日を迎えており、国連として初めて全世界の全人類に向けてコミュニケーションのあり方を提示したとも言える。これほどのコミュニケーション・デザインを手がけたチームに同じコミュニケーション領域で業務に携わる者として敬意を表するとともに、大いに刺激を受け学ぶ機会となった。

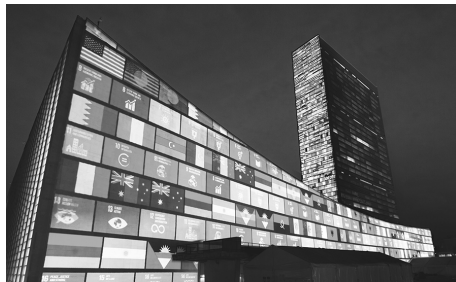


図1 SDGsの世界観で国連本部を彩った
(<https://59Productions.co.uk/project/un-global-goals/>)



図2 国連サミットで採択された瞬間 (UN Photo/Cia Pak)

2 SDGs と Global Goals の 2 つの名称

SDGs 採択前からこのカラフルなアイコンは公開され、国連関係機関は早々から活用し広がりには加速していた。これは、国連採択文書の普及啓発の難しさを経験上よく知る国連本部の危機感から、英国のプロボノ集団 Project Everyone、映画監督でもあるリチャード・カーティス氏 (Richard Curtis)、クリエイティブ・ディレクターのヤコブ・トロールバック氏 (Jakob Trollback) などが連携し、世界の著名人の協力を得たメッセージ映像「We the People」なども手がけるなど、国連の採択に合わせて全世界の全人類に向けてコミュニケーション・デザインしたのは前代未聞のことだった。キャンペーンとしてはネーミングも重要で、英語圏でも早口言葉と言われる Sustainable Development Goals や頭文字「SDGs」のままでは理解が浸透しないとの判断から「Global Goals」と命名し、カラーホイールと組み合わせた“Global Goals ロゴ”が登場していた。「Global Goals = 世界のゴール」は日本国内でも展開しやすいと筆者は歓迎したい気持ちでいた。しかし、グローバルに展開する NGO から Sustainable Development という言葉が共有されないのは、哲学がないのも同然という声などが上がり、「Global Goals for Sustainable Development」と“Global Goals ロゴ”(図3)に文字を付け加えて対応したが、採択直前に Sustainable Development Goals にカラーホイールがあしらわれた現在の“SDGs ロゴ”(図4)を間に合わせ、プロジェクション・マッピングでは両方の名称ロゴが使われた。大筋でこのような経緯があり、現在では“SDGs ロゴ”に国連機関だけが使える国連ロゴが入ったものを国連

は展開し、“Global Goals ロゴ”は民間と連携するキャンペーンで存在していると筆者は理解している。



図 3 Global Goals ロゴ (<https://59Productions.co.uk/project/un-global-goals/>)



図 4 SDGs ロゴ (<https://59Productions.co.uk/project/un-global-goals/>)

3 SDGs 採択への国連の歩み

3.1 持続可能な開発

SDGs は、図 5 で示すように 1972 年に出版されたローマクラブの「成長の限界 (Limits to Growth)」をきっかけに始まった環境側面や開発側面などからの会議の議論を経て、今の形になってきたと言える。そのひとつである「持続可能な開発」に関する議論は、国連が 1972 年にスウェーデンのストックホルムで「国連人間環境会議」を開催し、「かけがえのない地球 (Only One Earth)」をテーマに、人間環境の保全と向上に関し、世界の人々を励まし、導くための共通見解と原則が必要であるとする「人間環境宣言」を行った。これを起点に 1983 年に設置された「世界環境開発委員会」は、1987 年に国連総会に宛てた報告書「我ら共有の未来 (Our Common Future)」の中で、新

たな概念である「持続可能な開発」を提唱し、総会はその中身を議論し1992年にリオデジャネイロで「国連環境開発会議（地球サミット）」を開催した。この地球サミットで「アジェンダ21」を採択し、記載された「マルチステークホルダー・プロセス（MSP）」（対話と合意形成の枠組み）と、持続可能な開発に貢献する主要な9つのメジャーグループ、女性・労働組合・農民・子どもと若者・先住民族・学術団体・地方自治体・企業産業界・NGO（非政府組織）が果たす役割を強化するという考え方は極めて重要で、持続可能な開発を人権・人口・社会開発・人間居住の問題に結びつけた。そして2002年に「持続可能な開発に関する世界首脳会議（World Summit on Sustainable Development）」を南アフリカのヨハネスブルグで開催し、「持続可能な開発に関するヨハネスブルグ宣言（Johannesburg Declaration on Sustainable Development）」と行動の優先度を詳細に述べた54ページにわたる「実施計画（Plan of Implementation）」に合意した。これは、「アジェンダ21」の見直しなどを含む170項目からなる11のアプローチを採択したもので、「1、導入」「2、貧困撲滅」「3、持続可能でない生産消費形態の変更」「4、経済及び社会開発の基礎となる天然資源の保護と管理」「5、グローバル化する世界における持続可能な開発」「6、保健と持続可能な開発」「7、小島嶼国における持続可能な開発」「8、アフリカにおける持続可能な開発」「9、その他の地域的イニシアチブ（A：ラテンアメリカ及びカリブ地域、B：アジア・太平洋地域、C：西アジア地域、D：欧州委員会の地域）」「10、実施手段」「11、持続可能な開発のための制度的枠組み」となっており、現在のSDGsに極めて近い内容が網羅されている。

日本政府も「グローバル・シェアリング」という言葉を掲げ環境と開発のための人づくりを打ち出した。これは「持続可能な開発のための日本政府の具体的行動—地球規模の共有（グローバル・シェアリング）を目指して」³⁾の中で記されているが、持続可能な開発の実現のためには、開発と環境保護を共に達成する必要を前提に、すべての国・主体が、認識、戦略、責任、経験、情報を分かち合うべき（＝グローバル・シェアリング）だとし、日本は、途上国の自助努力を支援するための具体的取組を実施していくこととした。その具体的な取組は持続可能な開発に向けて、自立と連帯の「開発」と今日と明

日の「環境」を実現するために必要な人間と希望の「人づくり」を目的としている。「開発」では、持続可能な開発と貧困削減の促進を図るため、貿易・投資、エネルギー、農業・食糧、援助、アフリカをキーワードに掲げている。「環境」では、人類存立の基盤を脅かす地球環境破壊の問題に取り組むため、途上国援助、気候変動、森林、生物多様性、水、環境関連条約をキーワードに掲げている。そして「人づくり」では、持続可能な開発のためには、良統治の下、市井の人々が希望を持ってその能力を最大限発揮するために、人への投資、知識、科学技術をキーワードに掲げている。これは持続可能な社会に向けた短期的、長期的な課題解決に向けて基盤となる施策であり、これに沿うように日本国内のNPOから提言を受け、「持続可能な開発のための教育の10年(Decade of Education for Sustainable Development=ESD)」を提案し、2002年の国連総会で採択されている。ただ、このSDGsに極めて近い内容であったヨハネスブルグ宣言に関しては、日本政府の目的はあくまでも途上国の自助努力を支援することであり、広く国内の社会・環境問題に言及することはなく、国内での浸透を目的とはしていなかったと考えられる。

3.2 社会開発

「持続可能な開発」に対して、「経済開発」において重要とされているのが国連の創設以来の柱石としての「社会開発」である。すべての人の、よりよい暮らしを実現することを開発努力の中心に据えるということだが、この「社会開発」は「持続可能な開発」と平行して議論されてきた。1995年に国際社会が貧困、失業、社会の崩壊に向き合うために「世界社会開発サミット」を開催した。その結果「社会開発のためのコペンハーゲン宣言」と10項目のコミットメントを採択したが、これは開発途上国や先進国に関わらず、各国協調の国際行動による解決に向けるものであった。2000年にニューヨークで開催された「国連ミレニアム・サミット」では、極度の貧困を解消し安全でより繁栄した公平な社会を構築するための「ミレニアム宣言」を承認した。この宣言は、2015年を達成期限とした8つの目標を定めて工程を具体的にした。それが「ミレニアム開発目標(Millennium Development Goals=MDGs)」である。「ゴール1:極度の貧困と飢餓の撲滅」「ゴール2:初等教育の完全普及の達成」

「ゴール3：ジェンダー平等の推進と女性の地位向上」「ゴール4：児童死亡率の削減」「ゴール5：妊産婦の健康の改善」「ゴール6：HIV/エイズ、マラリア、その他の疾病の蔓延の防止」「ゴール7：環境の持続可能性を確保」「ゴール8：開発のためのグローバルなパートナーシップの推進」の8つの目標で構成されている。「ミレニアム開発目標に関する2010年サミット」では、2015年までに「約束を守って：ミレニアム開発目標を達成するために力を合わせて」と題する8つの行動計画などを採択し参加国に対策を促したこともあり、掲げた目標の多くが達成もしくは進捗を見せた。SDGs採択に向けて、このような流れが「国際連合の基礎知識」⁴⁾から読み取れる。

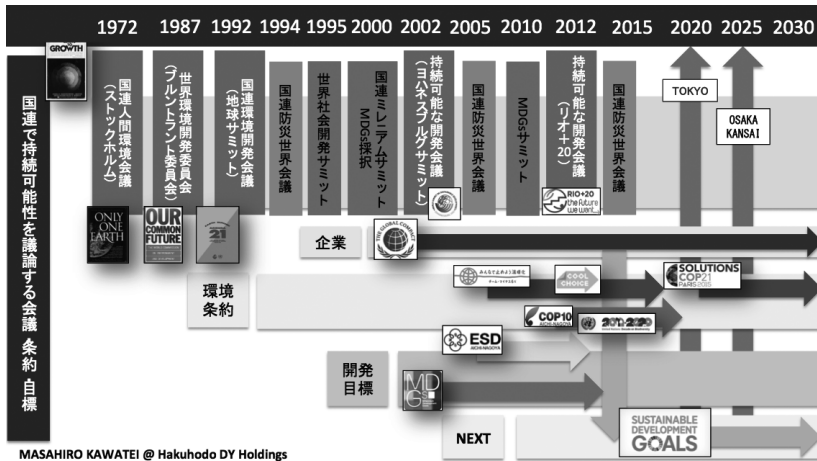


図5 SDGs採択への国連の歩み（筆者制作）

3.3 SDGsの発案者

また、この流れに加えて、SDGsの最初の「生みの親」についても記述しておく。「SDGs市民社会ネットワーク」の稲場雅紀氏⁵⁾によると、それは2016年にノーベル平和賞を受賞したコロンビアのファン・マヌエル・サントス大統領 (Joan Manuel Santos-Calderon) を首班とする政権が外務省に設置したチームである。コロンビアには内戦や麻薬の国というイメージが強かったが、中南米の次の時代に向けて極端な貧富格差を是正すべく動き始めてい

た。その中でコロンビア外務省の経済・社会・環境局長を務めていたパウラ・カバジェロ氏は、途上国の貧困解消に一定の成果を上げてきた MDGs を踏まえて、2012 年 6 月 20 日から 23 日まで開催された通称「リオ+20」と呼ばれる「国連持続可能な開発会議 (United Nations Conference on Sustainable Development)」に向けて、コロンビアとして提案すべきことをコロンビアの外務大臣マリア・アンジェラ・オルギン氏に提案し、リオの会場でも様々なアクターに働きかけ SDGs の制定に邁進し巻き込んでいった。サントス政権は、SDGs の発案者であることを自負し、国家開発計画は SDGs をベースに策定し推進をはかっている。一つの新興国が SDGs を生み出しグローバル・アジェンダに仕立てていったプロセスは、歴史的事例であり日本の外交や市民社会の活動にも大きな示唆を与えると稲場氏は語っている。

筆者が稲場氏の記述を読み注目した理由は、女性リーダーたちが自国の政治的混乱の解決を目指しながら、分野横断的な環境・社会・経済の課題を全世界の持続可能な開発に向けたキーワードとしてまとめていった発想と行動に、ボトムアップによる全人類に届くコミュニケーション・デザインのポテンシャルを感じたからである。

4 国内の SDGs コミュニケーションを手がける背景

4.1 SDGs 国内展開の足がかり

筆者は、広告会社の CSR セクションに在籍するものとしての責任と、国連関係機関でもあるグローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン (以下 GCNJ) の会員企業の社員で広報委員長に委嘱されている責任からも、SDGs 採択前からの国連広報部の動きを追いかけつつ国内での展開を思案してきた。

GCNJ では、有馬利男代表理事とグローバル・コンパクト 10 原則の遵守を呼びかけるだけでなく、GCNJ の組織としての存在感を高めていく工夫が必要であることを共有していたため、SDGs に積極的に取り組む姿勢によって多くの企業の注目を集めることが組織のブランディングに繋がるという持論から、2016 年度の SDGs タスクフォース設立時からリーダーを務めている。

省庁では、SDGs の普及を環境省国際連携課が積極的に動き始めており、連携を深めるべくミーティングを重ね、「環境省 SDGs ステークホルダーズ・

ミーティング」の構成員に委嘱されている。しかし、環境省で17ゴール全てをカバーするのは難しい、企業を巻き込むには経産省の動きが欲しいなど、GCNJで開催したSDGsに関するセミナーで企業から声が上がっていたため、国連の窓口となっている外務省地球規模課題総括課と相談してみると、SDGsに対する責任感がとても強く国内普及にも意欲があることがわかり連携を深めることとした。

アカデミアでは筆者も面識があった慶應大学蟹江憲史教授がキーパーソンと聞こえており、2015年4月10日から連携の相談を開始。この打ち合わせには博報堂の兎洞武揚も同席した。これを機に、これまで筆者がサステナビリティをテーマに連携し信頼関係を構築してきた国内の有識者などを集めた「OPEN 2030 PROJECT」(図6)を立ち上げることになった。兎洞が所属する博報堂のブランド・イノベーションデザイン局で事務局を担ってミーティングを重ねて、SDGsをキーワードにした21世紀型企業のスタンダードを追求することを目的とし、企業の動きとしては最も早いSDGs採択直後の2015年9月28日に、蟹江教授を代表とするOPEN 2030 PROJECT設立に関する広報リリース⁶⁾を配信した。



図6 OPEN 2030 PROJECT ロゴ

国内のNGO/NPOでは、SDGs市民社会ネットワーク(図7)の2016年伊勢志摩サミットに向けた活動のサポートや、ワークショップを開催して組織のロゴデザインを行った。国際協力NGOセンターJANIC(図8)とは、ネッ

トワーク団体に向けた広報支援プログラムを足掛け3年継続し関係構築を重ね、JANIC そのもののコミュニケーション戦略をサポートすることになり、組織のスローガン、ロゴデザインとSDGs普及のツール開発を行った。博報堂では、国連関係機関や非営利活動の中間支援組織などにコミュニケーション・スキルをボランティア協力する「博報堂クリエイティブ・ボランティア」という枠組みがあり、いずれの組織に対してもこれを活用した。



図7 SDGs 市民社会ネットワーク ロゴ



図8 JANIC ロゴ

このように、国内の産官学民のSDGsに関する活動をサポートする中で、SDGsの国連採択文書で議論することはほとんどなく、すべての人とカラフルなアイコンを活用して対話してきた。そのようなことから、SDGsはコミュニケーション・ツールであると捉え、SDGsアイコン日本語版について検討することに至った。この背景には、これまでの経験から2つの課題意識があったためでもある。

4.2 本業を通して感じた課題意識

ひとつめの課題意識は、コミュニケーション会社の本業を通して感じてきたことで、環境や社会課題の解決に向けたエネルギーがテーマ別に分断されていると感じていたことである。2005年から京都議定書の発効に合わせた地球温暖化防止国民運動「チーム・マイナス6%」の普及広報事業を環境省から博報堂が受託した。筆者は、メディア・コンテンツの統括責任者として従事し、温暖化の危機意識の醸成による「自分ごと化」、それによる「行動化」、その結果の「見える化」をステップとしたムーブメントづくりを行って、キーマンアクションである「クールビズ」の浸透をはじめ普及啓発だけにとどまらない行動変容に至るプロセスを社会実装してきた。その経験を活かして、森林問題、生物多様性の保全などの環境問題全般のコミュニケーションを手がけ、さらに環境問題だけでなく企業の社会責任全般の業務へと展開した。この中で、それぞれのテーマに熱心に取り組む人が素晴らしいエネルギーで専門性を高めているのだが、コミュニティ化して組織の構造のようにテーマ別の縦割り構造ができていくことを目の当たりにした。行政機関や研究機関はもちろん、自治体、企業、市民活動の全てがそのようになっており、コミュニケーション・デザインの必要性を痛感していた。筆者は、広告会社の通常業務で主に接点のある企業やメディアコンテンツホルダーとの業務だけでは広告会社の社会責任が果たしきれないと理解し、社会課題に向き合う多様なステークホルダーと直接繋がり合う機会を活かし、コミュニケーション・デザインのスキルを共有していくことや、新たな連携を創発するなど、広告会社の業務のあるべき姿を模索し続けている。コミュニケーションの観点、つまり自然と人、社会と人、テーマと人、そして人と人をつなぐ視点から、様々な社会課題が構造的に影響を与え合っていると考え、取り組みの連携をすることで一つの“うねり”を創り出し課題解決の加速につながると考えている。しかし、これをつなぎ合わせる「共通言語」となるツールや傘となる仕組みを発想できないために解決に至らずにいた。

4.3 国連採択の流れで感じた課題意識

ふたつめの課題意識は、SDGsに至る国連採択の2つの大きな文脈のコミ

コミュニケーションが、必ずしも広く一般に浸透しているとは言えなかったためである。それは次の2点である。

4.3.1 ヨハネスブルグ宣言

2002年に採択された、SDGsに極めて近い「持続可能な開発に関するヨハネスブルグ宣言 (Johannesburg Declaration on Sustainable Development)」にまつわるコミュニケーション・ツールは採択文書しか存在しないため一般への主流化は難しく、この時に提案された日本政府のグローバル・シェアリングという方針で、「人づくり」にテーマを絞り官民連携で「持続可能な開発のための教育の10年 (Decade of Education for Sustainable Development=ESD)」に発展したことは成果だった。しかし、宣言そのものは途上国支援に限定した理解だったのか国内普及を目的にした形跡はなかった。

4.3.2 MDGs

2000年に採択されたMDGs (Millennium Development Goals) にもカラフルなアイコンがあり、国連機関が中心となって活用する英語版 (図9) と日本語版 (図10)があった。また理由は不明だが絵柄が違うものもいくつか存在する。それに対して、2008年の洞爺湖サミットに向けて、2007年の夏に日本のNGO「ほっとけない世界のまずしさ」が新たなアイコン (図11、12) を発表し活用され始めた。この後発の日本版デザインが国内では広がりを見せ、国内のNGO/NPOはもちろん国連開発計画 (UNDP) や政府、JICAなども活用

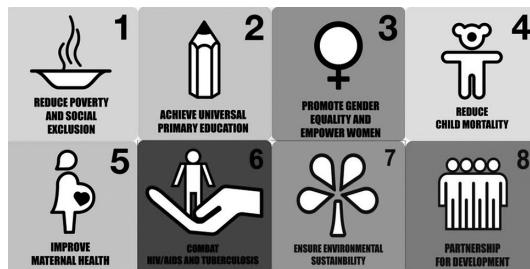


図9 主に国連機関が使用していたMDGsアイコン



図 10 図 9 の日本語版



図 11 ほっとけない世界のまずしさが制作した MDGs ロゴ



(MDGsの8つの各目標のロゴは、(特活)ほっとけない世界のまずしさが作成したものです。)

図 12 ほっとけない世界のまずしさが制作した MDGs アイコン

したが、企業や市民へはあまり浸透しなかった。これは、MDGs そのものが途上国支援を目的としているため、一般への浸透そのものに課題があるが、いずれのアイコンの打ち出し方も明確にメッセージができていなかったのではないかと考えられることと、第三者へ説明しやすく理解が広がる統一された日本語コピーが存在しなかったことなどが課題だと考えた。

4.4 世界の潮流と足並みを揃える

このようなことから、国連本部がカラフルなアイコンを採択に合わせて明確に打ち出した、全人類に向けた初めてのコミュニケーションとも言えるSDGsは、日本国内でも世界の潮流と足並みを揃える必要があると考えた。まず、これまでの採択案件と違うのは、国連本部が採択文書ではなくツールを活用して全世界にコミュニケーションを行おうとしたことである。国連公用語である英語、フランス語、ロシア語、中国語、スペイン語、アラビア語の6言語によるSDGsのアイコンを国連本部が制作し全世界で利用可能にした。それに対して、国連本部版のない日本語版は、立場の違いにより多様にかつ情緒的に翻訳が行われ、多くの翻訳版が乱立する可能性は明らかであった。世界で共有されるツールであるSDGsのアイコンが日本ではどの翻訳が良いのかと言う議論の対象となり、すべてのセクター・組織・個人に共有されない可能性が懸念され、国連初の試みであるコミュニケーション・デザインが日本では推進されないと推察し、責任ある公的機関が公式版として発信する必要があると考えた。

5 公式のSDGsアイコン日本語版

5.1 日本語化に向けて

さて、国連の大きな流れ(図5)を踏まえて、2012年の「リオ+20」で議論が始まり2015年9月25日の国連サミットで採択されたSDGsは、これまで乗り越えられなかった全人類が共有できる目標にするという、大きなミッションを背負っていることは明白であると感じた。アジェンダの前文¹⁾²⁾に記された「誰一人置き去りにしない(No one will be left behind)」というキーワードがそれを表している。さらに、「我々は地球を救う機会を持つ最後の世

代になるかもしれない。(We may be the last to have a chance of saving the planet)」とまで書かれているのだ。予想した通り、国内では採択後から様々な組織から多様な SDGs アイコンの日本語訳が出始めたため、速やかに公式版が必要であると考えた。SDGs に盛り込まれているのは、貧困や格差の根絶、気候変動への対応など、いま世界が直面している全ての課題を一つのタイトルの下に集めたものであり、これらの目標を達成するには、政府や国際機関がトップダウンで呼びかけるだけではなく、企業や社会でさまざまな役割を持つ人たち、また市井に生きる一人ひとりが、その目標を知り、理解し、実際の行動に移していくことが欠かせない。そのためには、しっかりと吟味した言葉でなければ、SDGs が持つメッセージの伝達力が弱まり、意味がぶれてしまい、普及の足かせになる可能性があるため、コミュニケーションを生業にし「生活者発想」を理念としている博報堂の社会責任として、SDGs アイコンに添えられた英語のキャッチコピーの日本語版を制作することを思い立った。

5.2 日本語化の手順

SDGs アイコン英語版(図 13)は国連本部と民間連携によって制作されたものだが、あくまでも国連のイニシアチブで展開していると考え、日本では国連のコミュニケーションの責任機関である国連広報センターの根本かおる所長が管轄していることを確認し、国連広報センターにボランティア協力することを申し入れ公式の SDGs アイコン日本語版を制作することが決まった。これも、国連関係機関や非営利活動の中間支援組織などにコミュニケーション・スキルをボランティア協力する「博報堂クリエイティブ・ボランティア」の枠組みで行った。コピー制作は、社会課題の業務でも実績のあるクリエイティブ・ディレクターでコピーライターの井口雄大が対応した。井口が考えた作業コンセプトは、貧困や飢餓は今に始まったことではなく、井口自身も学校の教科書で国連が課題としていることを学んできたものであり、それを今も全世界で共有する目標としなければならないのは、誰もが他人事と捉えてしまっているのではないかと仮定し、SDGs を自分ごと化できるように、自分に呼びかけていると感じさせ行動を促す日本語にすることと定めた。また



図 13 SDGs アイコン英語版

具体性に欠ける「持続可能」という言葉はあえて使わず、できる限りお茶の間で使う言葉で表現することとした。SDGs アイコン英語版は採択文書をわかりやすくコピー化したものであるため参考に留めることとし、またデザイン的にも見栄えがするように日本語 2 行に整えることを目指した。

井口と筆者が最初に行ったのは、17 のゴールだけではなく 169 のターゲットを読み込み理解することだった。たとえば、SDGs の基本でもあるゴール 1 のアイコンに使われた英語の「NO POVERTY」は「貧困をなくそう」に落ち着いたが、ゴール 1 の中には「現在 1 日 1.25 ドル未満で生活する人々と定義されている極度の貧困をあらゆる場所で終わらせる」や「各国定義によるあらゆる次元の貧困状態にある、すべての年齢の男性、女性、子どもの割合を半減させる」といった細分化されたターゲットがある。ターゲットとは、国連で採択した全世界共有のものであるため、日本のある地域や企業が個別に取り組もうと考えた際にじっくりくるものは少なく、いわばゴールを達成するためのシナリオもしくはストーリーや文脈と捉えて読み替えをしても差し障りのないものとも言えるものであり、17 のゴールはテーマとも言える。井口が作成した原案を、国連広報センターの方々と議論しバージョン・アップ

したものを国連広報センターの原案とし、根本かおる所長の熱意によるイニシアチブで、国内に拠点のある国連関係機関、NGO/NPO、JICA、企業の窓口としてGCNJ、そして外務省との対話の場を設けていただき、それぞれの立場から多様な意見を募り、その主張に耳を傾け意見を交わし合い、最終的にどんな社会的立場の人からも使ってもらえる最大公約数の日本語となるように目指した。

5.3 日本語化の作業

ここから、5.2で説明したゴール1を除くその他の全てのゴールの解釈を簡単に説明していく。ゴール8の英語は「DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH」となっていて、そのまま翻訳するかどうか議論になった。採択文書のターゲットには「持続可能な経済成長」と、「ディーセント・ワークを促進する」といった記述がある。ディーセント・ワークとは「働きがいのある人間らしい仕事」を意味するが、すぐに理解できる日本人はまだ少ないと考え、「働きがい」という言葉にした。また、単純に「働きがい」だけだと、労働力が低下し目標達成が厳しくなり、結局本当の意味での働きがいからは遠ざかってしまう。やはり「経済成長」あつての「働きがい」である、という思想が原文にはあると考え、「働きがいも 経済成長も」とシンプルな言葉に落とし込んだ。国際労働機関 (International Labour Organization = ILO) 駐日事務所はディーセント・ワークという言葉在日本で定着させたいという希望を持っていたが、今回の議論で「働きがい」とすることを納得してもらった経緯がある。

ゴール12の「つくる責任 つかう責任」が、今回のコンセプトが最も分かりやすい意識になっている。英語は「RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION」である。これはよく使われる「持続可能な消費と生産 (Sustainable consumption and production)」よりもいい表現になっているが、そのまま翻訳すると「責任ある消費と生産」となり、それでもまだ企業が努力する言葉のような印象になると考えた。ターゲットには「天然資源の持続可能な管理及び効率的な利用」から「1人当たりの食料の廃棄を半減」まであり、お店でお金を払って購入した段階から責任は消費する側に移る。つま

り使用済みのものを資源として分別し無駄をなくすなど消費者の責任も大きいことを実感してもらえるような言葉にしている。

ゴール11の英語は「SUSTAINABLE CITIES & COMMUNITIES」で「持続可能なまちとコミュニティ」になってしまう。ターゲットには、「世界の文化遺産及び自然遺産の保護・保全の努力を強化する」から「災害による死者や被災者数を大幅に削減」まで多様なため「住み続けられるまちづくりを」とした。このように、すべての人が自分ごと化できるように端的に示した日本語を目指している。そして「持続可能」という言葉は避けている。サステナブルという外来語の翻訳語であり、本当の意味でまだ日常に溶け込んでいないと判断したためである。

このほか英語から見ると、ゴール2の「ZERO HUNGER」は「飢餓ゼロ」ではなく「飢餓をゼロに」、ゴール4の「QUALITY EDUCATION」は「質の高い教育」ではなく「質の高い教育をみんなに」、ゴール5の「GENDER EQUALITY」は「ジェンダー平等」ではなく「ジェンダー平等を実現しよう」など、英語版を意識した訳にしているが、行動を促す呼びかけの言葉にした。ゴール3の「GOOD HEALTH AND WELL-BEING」もこのままだと「健康と福祉」となる。しかし、WELL-BEINGに込められた要素はターゲットでは熱帯病などの感染症から薬物の乱用まで多様なことから健康を守ることで、「福祉」の他に端的に多様な意味を込める日本語がなく「すべての人に健康と福祉を」にした。ゴール6の「CLEAN WATER AND SANITATION」は、「きれいな水と衛生」となるが、ターゲットには「適切かつ平等な下水施設・衛生施設へのアクセスを達成し、野外での排泄をなくす。女性及び女兒、並びに脆弱な立場にある人々のニーズに特に注意を払う」と、トイレが衛生の代表的な場所として記述されているので、「きれいな水とトイレを世界中に」とした。

ゴール7の英語「AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY」は、「手頃な価格でクリーンなエネルギー」となってしまうが、「安価かつ信頼できる現代的なエネルギーサービスへの普遍的アクセスを確保する」と「世界のエネルギーミックスにおける再生可能エネルギーの割合を大幅に拡大させる」とあるのを、まずは現代的エネルギーのアクセスを確保した上で、再生可能エネ

ルギーの割合を拡大するというプロセスだと読み込んで、「エネルギーをみんなに そしてクリーンに」と整理した。さらに、ゴール 13 の英語「CLIMATE ACTION」は、そのまま翻訳すると「気候アクション」となり行動を促す呼びかけ言葉にはなっていないため、「気候変動に具体的な対策を」とした。

ゴール 9 の英語「INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE」は、「産業革新とインフラ構築」になるが、ターゲットでは「全ての人々に安価で公平なアクセスに重点を置いた経済発展と人間の福祉を支援するために、地域・越境インフラを含む質の高い、信頼でき、持続可能かつレジリエントなインフラを開発する」と真っ先に記されており、新たなイノベーションと万全なインフラを作り出す人間社会の持続可能な基盤をイメージするゴールとも言えるとの解釈から、「産業と技術革新の基盤をつくろう」と整理した。

ゴール 10 の英語は「REDUCE INEQUALITIES」で、そのままだと「不平等を減らす」となる。国連文書の抜粋文では「REDUCE INEQUALITIES WITHIN AND AMONG COUNTRIES」で「国内外の不平等を減らす」となっており、ターゲットでは「年齢、性別、障害、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に変わりなく、全ての人々の能力強化及び、社会的、経済的及び政治的な包含を推進する」と個人の不平等の是正も強調されているため、「人や国の不平等をなくそう」とした。

生物多様性は、人間社会の基盤とも言え SDGs の前提とも言える概念で、その入り口とも言えるゴール 14 と 15。これらの英語は「LIFE BELOW WATER」と「LIFE ON LAND」とで「水中と陸上の命または営み」というようにペアで表記されているために合わせて考えると、海洋汚染の防止、生態系への悪影響を回避、水産資源の回復、過剰漁獲につながる漁業補助金の禁止や、森林、湿地、山地及び乾燥地をはじめとする陸域生態系と内陸淡水生態系及びそれらのサービスの保全、回復及び持続可能な利用を確保となる。つまり、自然生息地の劣化を抑制し、生物多様性の損失を阻止など、LIFE の持つ意味に環境・社会・経済の三側面の調和で統合され不可分であるという、SDGs が大切にしている主張を見ることができるゴールでもある。これを端的に表現するのは最終的に「豊かさ」という言葉とし、人間が日常で覗くことのできない水域のゴールが先に来ていることに意味を持たせるために、「海

の豊かさを守ろう」そして「陸の豊かさも守ろう」とした。

ゴール 16 の英語は、「PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS」となっており、そのまま翻訳すると「平和正義と強力な制度」となるが、ターゲットでは、暴力に関連する死亡率を大幅に削減、子供に対する虐待、搾取、取引及びあらゆる形態の暴力及び拷問を撲滅、全ての人々に司法への平等なアクセスを、となっている。主語は明確に「全ての人」であり、誰もが守られるように記されているため「平和と公正をすべての人に」とした。

そして最後のゴール 17 の「PARTNERSHIPS FOR THE GOALS」は、ターゲットには課税、徴税、資源動員などの資金調達や、科学技術、能力構築、貿易政策など制度政策など、具体的な各国のグローバル・パートナーシップの記述が大半を占めるが、これは英語の翻訳を優先し、また誰もが自分と相手とのパートナーシップが第一歩であると意識してもらうために、「パートナーシップで目標を達成しよう」とした。

そして全体のタイトルの「17 GOALS TO TRANSFORM OUR WORLD」は「世界を変えるための 17 の目標」とし、多くの人は、このアイコンだけで SDGs を理解することになると考え、18 個目のアイコンの中に、補足説明として「2030 年に向けて世界が合意した『持続可能な開発目標』です」と、英語版には入っていないが 2030 アジェンダであることや SDGs そのものの翻訳も入れることで、最低限の要素を全てこのアイコンの中に格納することとした。このように誰もが言葉を理解できて、ゴールの主旨を自分の視点で考えることができるような、最大公約数の日本語によって表現された SDGs アイコン日本語版 (図 14) となるように目指した。

6 SDGs アイコン日本語版制作の結果

このようなプロセスを経て、すべての社会的立場から見て共有できるオリジナルの日本語版となったと考え、2016 年 3 月 2 日、国連広報センターから「『持続可能な開発目標 (SDGs)』アイコン、みんなのためのキャッチコピーを日本語化」と題したプレスリリースが配信され、国連広報センターの公式サイトからこの日本語版がダウンロードできるように格納された。そのサイトページには、このような文章で紹介されている。



図 14 SDGs アイコン日本語版

「SDGs が目指す世界は、各国政府や国際機関の努力だけで築くことはできません。市民社会、民間企業、個人一人ひとりが一緒にスクラムを組んで、初めて成果を上げることができます。

国連広報センターでは、そうした意味からも広く一般に SDGs を知ってもらい、アクションにつなげてもらうことが必要だと感じ、国連本部で策定した SDGs のアイコンの英語のキャッチコピーを、このたびわかりやすい表現で日本語化しました。

国連グローバル・コンパクト署名企業である株式会社博報堂のクリエイティブ・ボランティア支援を受けながら、国連関係機関、SDGs に関わる日本の市民社会、日本政府、国際協力機構 (JICA) といった幅広いアクターとのコンサルテーションを重ね、イメージの湧きやすい平易な日本語キャッチコピーを制作いたしました。

国連広報センターでは、『コミュニケーション』という企業の本業による社会貢献で完成した『みんなで使える、みんなのためのキャッチコピー』を通じて、日本語版 SDGs アイコンを多くの方々に活用していただきたいと願っています。』⁷⁾

これにより、これまで複数あった日本語訳アイコンからこの国連広報センター SDGs アイコン日本語版へと変更されていき、リリースされて約3年を経た現在では、ほぼすべての団体・個人はこの公式版を使用する結果となっている。ネット検索して別の翻訳が出現するのは2つ(図15、16)である。

国連機関の中でも SDGs に多様な局面で向き合う国連開発計画 (United Nation Development Programme = UNDP) 駐日事務所からは、日本で SDGs への取り組みがスムーズに進んでいる理由を日本語版アイコンのコピーが分かりやすいからだと言っているなど、特に国連関係機関からの声



図 15 SDGs アイコン公式版ではないもの 1 (<http://yokohama-c-festa.org/sdgs01/>)



図 16 SDGs アイコン公式版ではないもの 2 (<http://www.alterna.co.jp/16339>)

が届いている。これは、過去の国連採択案件の普及に苦心した経験がそのような言葉になっていると推察する。

2018年1月に調査された数字だが、日本国内の企業で統合報告書などのレポートに、SDGsの記述を行っているのは時価総額上位100社のうち約7割⁸⁾であり、そのすべてがこのSDGsアイコン日本語版を使用している。

7 考察

SDGsアイコン日本語版の制作に至った危機意識は3つの課題認識からであった。

- ・ 多様な環境課題や社会課題に立ち向かう人々を一つの“うねり”にしていくこと
- ・ 国連本部が採択文書ではなくツールを全世界に発信したことを国内でも活かすこと
- ・ 前例であるMDGsアイコンで発信主体の明確さや日本語のわかりやすさが必要であったこと

この、いずれもが克服できる道筋が見えてきており、そのポイントとして以下の3点にまとめる。

- ・ SDGs普及に主体的に関わるステークホルダー・ダイアログを行った
- ・ 国連広報センターがSDGsアイコン日本語版の発表を行い公式版であることを明確にした
- ・ 誰もが自分ごと化できるよう意味を理解でき日常で行動できる最大公約数の日本語を目指した

発表から約3年を経た現在、国連広報センターが変更を余儀なくされるような問い合わせはなく、多くの人に活用してもらえているという事実がこの日本語版制作の何よりも成果と言える。

この現象を、「環境配慮行動の2段階モデル」(広瀬1994)⁹⁾(図17)に照ら

してみたい。このモデルでは、環境にやさしい態度から環境配慮行動への関連を強めるアプローチを一つの課題としており、また、さまざまなコミュニケーションとして、マスメディア、ローカルメディア、パーソナルメディアの接触、さらにメッセージの内容による行動に至る影響の分析を行うことも想定している。これらを踏まえて、今回のSDGs公式日本語版制作の3つのポイントが、環境(社会課題)にやさしい態度から環境(社会課題)配慮行動への関連を強めるアプローチにおいて、コミュニケーション・ツールが関連を強める役割を果たしうる可能性を提示したのではないかと考える。つまり、待ったなしの地球環境や社会問題に対して、人々のエネルギーを大きな一つの“うねり”にするためには誰もが自分ごと化できる共通言語が必要であり、それをマルチステークホルダーによる対話によって言葉を編み出し、お茶の間でも使える最大公約数の日本語を目指し、これを国連広報センターの公式版とすることで、政府・自治体・企業・大学研究機関・教育機関・市民社会などすべての人が納得して個人でも社会的立場でも行動するようになる。学校で学ぶ子ども達も、授業で吸収し課題を認識し行動するように家庭でも共有されるようになる。国連本部が発信し、全世界で共有されているという前提があるからこそとも言えるが、このSDGsアイコン日本語版による認知から行動への関連を強めるアプローチは、これまでにはなかった方法ではない

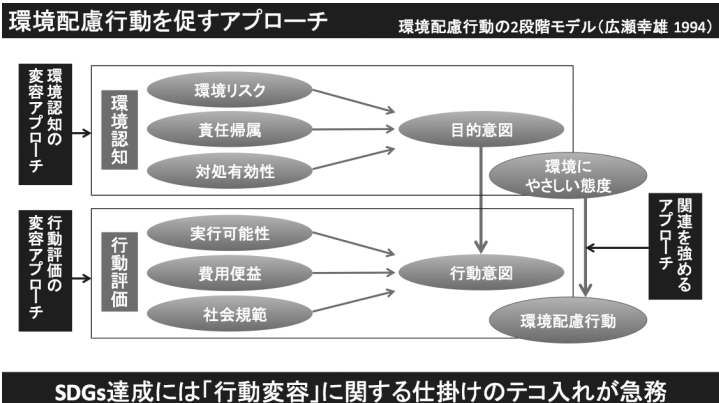


図 17 環境配慮行動の2段階モデル (筆者制作)

かと言える。これを裏付けるための詳細な調査を必要とするが、SDGs アイコン日本語版を制作することが、世界のSDGsの潮流に乗るだけでなく、日本独自の環境(ソーシャル)コミュニケーションの新境地を開いた可能性が高いと言える。

8 最後に

SDGs が記述された国連採択文書である「Transforming our world 2030 Agenda for Sustainable Development」²⁾のタイトルには「変革(transform)」という言葉が使われているが、国連がこの言葉を、世界大戦や大恐慌といった人間社会が危機に瀕している場面以外で使うことはなかったと、国連広報センターの根本かおる所長は伝えている。それだけ世界は危機に直面しており、国際社会が一丸となって解決しようと呼びかける国連本部の並々ならぬ覚悟を感じる。そこに広告会社が寄与できるとするなら、より伝わる言葉に落とし込み、多くの人に「もしかして私に呼びかけているのかな」と思ってもらい、環境や社会課題に関心を持ってもらうことだと考えた。また、何より重要なのは、これが2030年の達成目標であり、小学校の低学年の子どもたちが大人になる頃に、彼らや彼女らが夢をもって生きられるような世の中にしなければならないという責任が我々の世代にはある。SDGsが呼びかけているのは理想であり「きれいごと」である。「実現できればいいけど、それはきれいごとだから。」と言われて理想を抑えて付度してきたこれまでの社会を変えるために、「きれいごとを揶揄することから行動することへ」変えていき、「きれいごとで勝負できる社会」を実現しなければならない。単なる世代交代のバトンではなく「質の高いバトン」を次世代に渡していく。学校でこのアイコンを知った子どもたちからは、「不平等をなくしたい」「困った人を助ける仕事をしたい」といった夢を描く子どもが出てくるだろう。このSDGsアイコン日本語版が、きっと人生の指針になっていくだろう。各ゴールのアイコンに添えられた日本語が、より良い世界に向かって力を合わせていくための羅針盤(コンパス)になってくれたらと願う。

SDGsのコミュニケーションは、これまでの気候変動や森林問題、生物多様性の保全、貧困や飢餓など、個別課題のコミュニケーションとは違い、全

てを俯瞰し連環を想像しながら一人ひとりが取り組めるようにすることが求められている。気が付いた個人が自分ごと化して暮らしの中で行動するだけでなく、自らが発信者となって全世界の全人類が共有して行動できる社会にしていくための、未開の行動変容を生み出すコミュニケーションが求められている。これを実現するために、国連が史上初めて官民連携で取り組んだコミュニケーション・デザイン。その基礎ツールである SDGs アイコンをいかに使いこなせるかが、国連機関はもちろん、政府の各省庁、自治体、企業、大学研究機関、教育機関、市民社会など全ての人に問われている。総合力を期待されている企業は、投資において短期ではコストと捉えられて「非財務領域」と言われてきた環境や社会課題に向き合うことを、長期リターンが期待できる投資として取り組む「長期財務領域」または「未来財務領域」としての意識変革が期待されている。これに対して、大学や研究機関は企業や非営利団体などとの連携による社会実装を進め、学校教育では SDGs 時代の主役となる子ども達の純粋な発想と可能性を伸ばしていくことが問われる。人間は地球の循環 (Ecosystem) の中にあり、この持続可能性が問われていることが SDGs の本質である。人間が作り出す人工物も全てが Ecosystem として機能するものでなければならぬと考える。例えば目に見える形で説明すると、世界中の海岸に打ち上がるおびただしい数のプラスチックや、その被害を受ける海洋生物たちの姿は、Ecosystem とは何かを人間にメッセージしているとも言える。誰もが「SDGs で自分を変える、未来を変える」実践者となることを、この SDGs アイコンに試されている。なお、国連本部は 2018 年 6 月 5 日の世界環境の日に「BEAT PLASTIC POLLUTION」(図 18) を呼びかけたが、これも国連広報センターと連携し日本語版 (図 19) は井口が制作している。



図 18 国連本部ロゴ



図 19 国連広報センターロゴ

最後に、SDGs17ゴールのアイコンのほかに、ヤーコブ・トロールベック氏 (Jakob Trollback) によって169ターゲット(図20)も作られている。国連が公式に活用していないため、筆者は日本語版制作を行っていないが、この拙文を読んで制作したいという人があれば一緒に取り組みたいと思う。

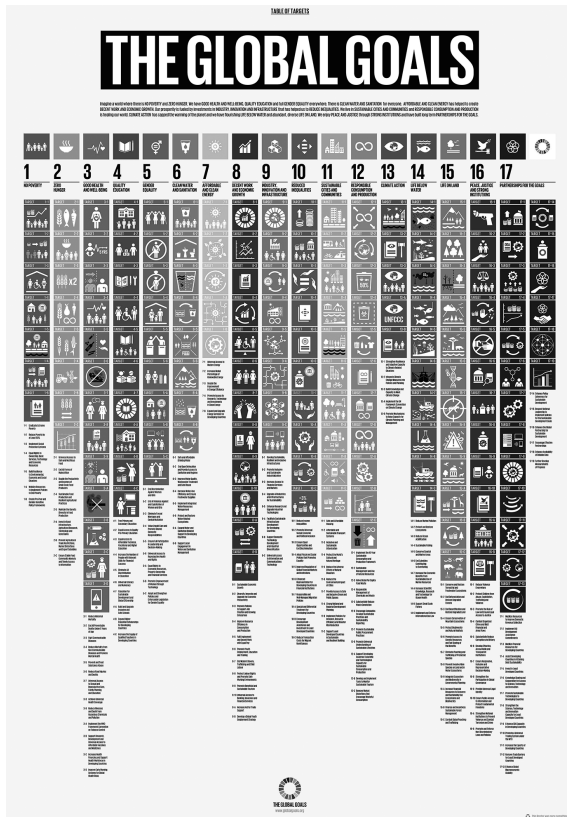


図20 Global Goals 169 Target ポスター
 (https://acgc.ca/resources-publications/sdg/)

参考文献

- 1) 外務省訳「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/000101402.pdf> (2019 年 3 月 31 日アクセス)
- 2) United Nations “Transforming our world : the 2030 Agenda for Sustainable Development” <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld> (2019 年 3 月 31 日アクセス)
- 3) 外務省「『持続可能な開発』のための日本政府の具体的行動ー地球規模の共有(グローバル・シェアリング)を目指して」https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/kankyo/wssd/pdfs/gutaiteki_k.pdf (2019 年 3 月 31 日アクセス)
- 4) 国際連合広報局 八森允訳 (2015)「国際連合の基礎知識 2014」 関西学院大学総合政策学部.
- 5) 稲場雅紀 (2016)「ノーベル平和賞受賞のコロンビア・サントス政権は『持続可能な開発目標』(SDGs)の生みの親だった SDGs 市民社会ネットワーク」HUFFPOST.
https://www.huffingtonpost.jp/ugoku-ugokasu/sdgs_b_12449426.html (2019 年 3 月 31 日アクセス)
- 6) 博報堂 (2015)「2030 年に向けた持続可能な開発目標 (SDGs) をテーマに社会・企業・生活者の未来に向けたアクションを創り出すプロジェクト「OPEN 2030 PROJECT」を発足」<https://www.hakuhodo.co.jp/archives/newsrelease/23176> (2019 年 3 月 31 日アクセス)
- 7) 国連広報センター (2016)「『持続可能な開発目標 (SDGs)』アイコン、みんなのためのキャッチコピーを日本語化」https://www.unic.or.jp/news_press/info/18047/ (2019 年 3 月 31 日アクセス)
- 8) 冨田洋史 (2018)「SDGs の開示状況調査結果 (2017 年)」株式会社クレアン <http://www.cre-en.jp/library/knowledge/180124/> (2019 年 3 月 31 日アクセス)
- 9) 広瀬幸雄 (1994)「環境配慮的行動の規定因について」『社会心理学研究』10 (1), pp. 44-55.

〔受付日 2019. 4. 1〕