

SDGsが通用するのは日本だけだった！

日本ではここ数年SDGsが大流行です。

SDGsとは「持続可能な開発目標」(Sustainable Development Goals)のことです。二〇〇一年に策定されたミレニアム開発目標(MDGs)の後に、二〇一五年九月の国連サミットで「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された目標であり、加盟国の全会一致で採択されました。二〇三〇年までに持続可能でよりよい世界をめざすというものです。

一七のゴールと一六九のターゲットから構成され、地球上の「誰ひとり取り残さない(leave no one behind)」ことを誓っています。日本の外務省によれば「SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル(普遍的)なものであり、日本としても積極的に取り組んでいる」となっています。

日本ではこのSDGsなるものが企業の取り組みとして重要なアピールポイントになっていて、Webサイトで「わが社はゴールの達成に頑張っています！」と書きまくった動画を公開、また企業として大々的なキャンペーンを展開しています。

SDGsは「環境に良い活動」を中心に掲げていますが、その目標には平等な社会の達成や性差の是正なども含まれているので、こういう取り組みがなされるのです。太陽光パネルも設置し制服も変えて、祈りのスペースも用意してと、やること満載です。

一方で某電機メーカーでは「わが社は環境に優しい企業をめざしているので、カップ麺の汁はトイレなどに流さないでください。汁は全部飲むように！」ということを社員に強制していたりしています。

みなさんが大好きな(?)「紙ストロー」もSDGsの一環です。あれを採用すると「わが社はSDGsをやっています！」というアピールポイントになり、年次報告書にも得意満面で記載することができます。でもドリンクの入れ物はプラスチック製で、巨体の部長がどつかりと座っている社員食堂やオフィスの椅子もプラスチックなんです。

日本で大人気のSDGsですが、国連のような偉い機関が提唱しているので日本人は全世界の国々がこれに沿って生真面目にリサイクルや太陽光パネル発電、さらには幼い子どもにも一生懸命、地球環境に関して教育をしていると思われるかもしれません。

ところが他の先進国ではSDGsがまったく知られていないのです。試しに「SDGs」をキーワードに「Google」で検索してみてください。出てくるのは国連関係組織のWebサイトやマイナーな非営利団体のサイト、大半は日本のWebサイトです。「Google」検索でニュースセクションに飛んでも海外大手メディアではまったく出てきません。

Web上でSDGsの動画を探しても国連の宣伝になるようなものばかり。これまた他の国の一般の人々がSDGsについて語っていると、イケてる「TikTok」の有名人が「時間制限いっぱいの一〇分間で環境保護の動画やってみました！」みたいなのがほとんど出てこないのです。

若者に流行っている斬新なネタだと「TikTok」にかなり登場してくるはずなんですよ。それから「Roblox」でもネタにもなっていない。あのゲームは旬なネタを取り入れるのが早いですからね。ネットでもコロナ画像が出回りまくりますよね。

ようするにどうということかという点、国連と日本以外ではまったくといっていいほどSDGsはキー検索されていないワードなんです。そして決定的なのは日本のサラリーマンや役人が胸に付けている大きな謎のSDGsバッジです。あれを付けている人が多いのでヨーロッパの人々はこう言います。

「日本は何か謎のカルトに入っている人が多いの？」

「それとも、あのカラフルな丸いバッジは国による強制なの？」

「いや、神道の決まりじゃない？」

「アニメのキャラが付けてるから流行ってるの？」

そんな感じで真剣に聞いてくるのです。

あのバッジはヨーロッパでもアメリカでも売っている場所がないし、あんなマークを知っている人がいません。やたらと日本人だけが胸に付けているので、なにか日本の特殊な習慣か祈禱^{きとう}なんじゃないかと思われても仕方ないでしょう。日本には謎の習慣が多いですからね。

「世界のニュースを日本人も何も知らない4」(谷本真由美) 2022.12.26