

「SDGs に前向き」は 55.1% 前年より低下

大企業は 100%に向上、中小企業は 74.1%に低下
従業員満足度向上、経営方針明確化で成果

福井県・SDGs に関する企業の意識調査(2026 年)



本件照会先

鷲崎 康弘(支店長)
帝国データバンク
福井支店
0776-24-1058

発表日

2026/07/29

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

福井県内企業の『SDGs に前向き』な企業は、前年比 6.5 ポイント減の 55.1%となり、2025 年より低下した。SDGs への取り組みは企業経営の中で一定の定着をみせるものの、インフレや人手不足などによる経営環境の厳しさから、取り組み意向が縮小している可能性が懸念される。一方で、SDGs に取り組む企業の約半数(50.6%)は何らかの成果を実感している。特に、「従業員満足度の向上」「経営方針等の明確化」など、人材や組織運営で効果が表れていることがうかがえる。

※株式会社帝国データバンクは、全国 2 万 2,572 社を対象に、SDGs(Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)に関する企業の見解についてアンケート調査を実施した。なお、SDGs に関する調査は 2020 年以降、毎年実施し、今回で 7 回目

調査期間:2026 年 6 月 17 日～6 月 30 日(インターネット調査)

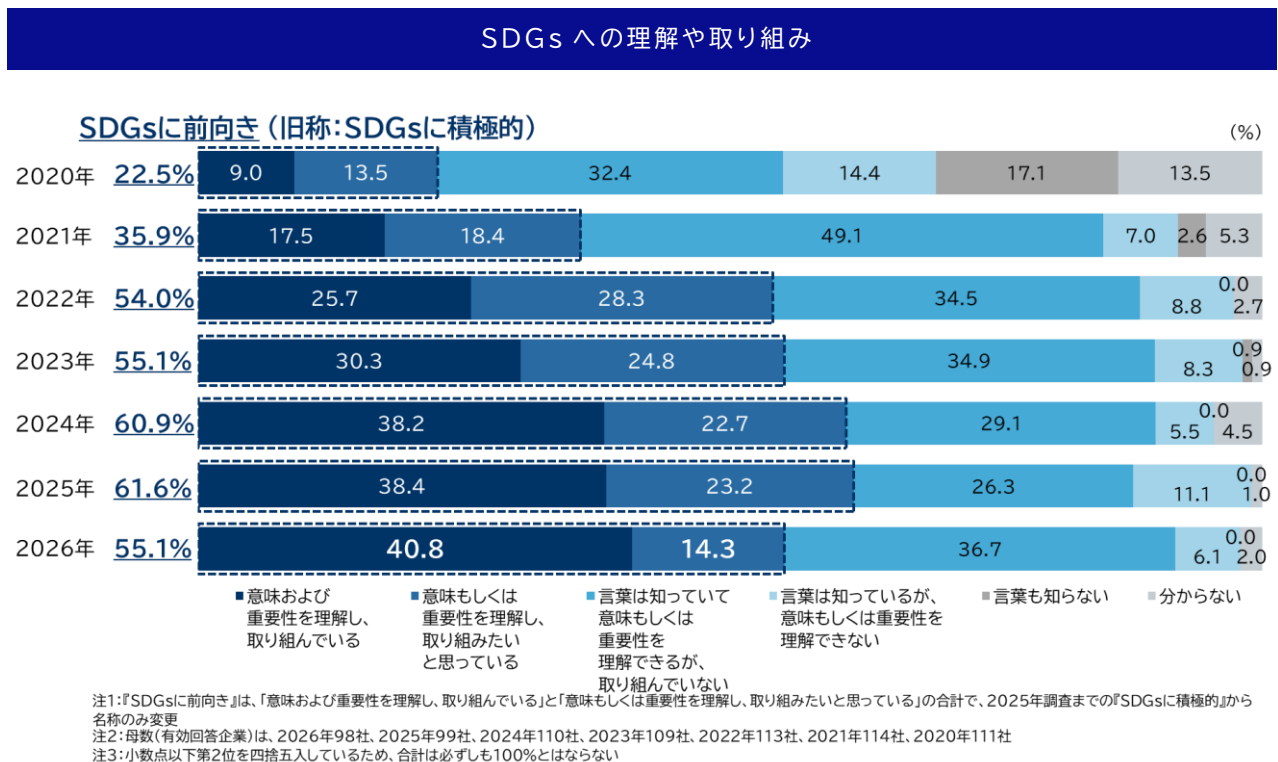
調査対象:全国 2 万 2,572 社、福井県内の有効回答企業数は 98 社、全国は 1 万 413 社(回答率 46.1%)

『SDGs に前向き』な企業、2025 年よりも減少

福井県内企業へ自社における SDGs への理解や取り組みについて尋ねたところ、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業は前年比 2.4 ポイント増の 40.8%（全国は 0.1 ポイント増の 30.3%）となり、2020 年の調査開始以降で最高を更新した。一方、「意味もしくは重要性を理解し、取り組みたいと思っている」は同 8.9 ポイント減の 14.3%（全国は同 0.8 ポイント減の 22.3%）だった。この結果、『SDGs に前向き』な企業は同 6.5 ポイント減の 55.1%（全国は同 0.7 ポイント減の 52.6%）となり、2025 年より低下したが、全国よりも高い水準を示した（全国は 2 年連続で低下）。

また、「言葉は知っていて意味もしくは重要性を理解できるが、取り組んでいない」は 36.7%、「言葉は知っているが、意味もしくは重要性を理解できない」は 6.1% だった。両者を合わせた『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業は前年比 5.4 ポイント増の 42.8% となった。

実際に取り組む企業の割合が過去最高となる一方、取り組みの裾野は縮小している。



全国の企業からは、「公共的な役割から積極的に展開しているが、周囲には SDGs 疲れがみられる」（放送、北海道）との指摘や、「SDGs の理念や必要性は理解しているが、企業としてのメリットを感じにくい」（情報サービス、山形県）などの声か聞かれ、取り組みの効果を実感できていない様子もうかがえる。SDGs の認知や理解が一定程度浸透する一方で、企業が新たにに取り組む動機は弱まりつつあるとみられる。とりわけ中小・小規模企業では、人材や資金の不足が実践に向けた壁となっている。「手間と資金がかかるため、業態や業績によって取り組めるかどうかが変わる」（飲食料品卸売、千葉県）、「社内に取り

り組みを推進できる人材がいない」(飲食料品・飼料製造、山形県)といった声も寄せられた。原材料価格や人件費の上昇、人手不足など事業経営に直結することへの対応が優先され、SDGs に振り向けられる時間や労力が限られていることが、取り組み意向層の縮小につながっている可能性がある。

一方、取り組みが定着している企業では、「会社のメインテーマが、未利用資源の有効活用になっている」(飲食料品・飼料製造、静岡県)、「CO₂排出量の抑制と障害者雇用に力を入れている」(運輸・倉庫、栃木県)などの声も寄せられた。持続的な取り組みにつなげるには、SDGs を独立した活動として扱うのではなく、省エネルギー、生産性向上、人材確保、取引先との関係強化など、自社の経営課題と結びつけることが重要になりそうだ。

いずれかのSDGs目標に力を入れる企業、 調査開始以来初の減少 取り組みの広がりは一服

SDGs17 の目標のうち、福井県内の企業に現在力を入れている項目を尋ねたところ、働き方改革や労働者の能力向上などを含む「働きがいも経済成長も」が 41.8%で最も高かった(複数回答、以下同)。次いで、健康や福祉などを含む「すべての人に健康と福祉を」(32.7%)、安全な暮らしなどを含む「住み続けられるまちづくりを」(26.5%)、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」(25.5%)、再生可能エネルギーの利用などを含む「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」(24.5%)が続いた。

人材・雇用に関する目標や、健康や福祉、暮らしといった生活に関する目標、エネルギーや脱炭素、資源循環といった環境関連の目標が上位を占めた。自社の事業活動と従業員の生活、環境問題に結び付けやすいテーマを中心に取り組んでいることが分かる。

いずれかの SDGs 目標に力を入れている福井県内の企業の割合は 78.6%となり、前年の 78.8%から 0.2 ポイント低下した。推移をみると、2020 年の 55.9%から 2021 年に 66.7%へ大幅に上昇し、その後も緩やかな上昇傾向をたどり、2025 年は 78.8%まで上昇したが、2026 年は調査開始以降初めて低下に転じた。

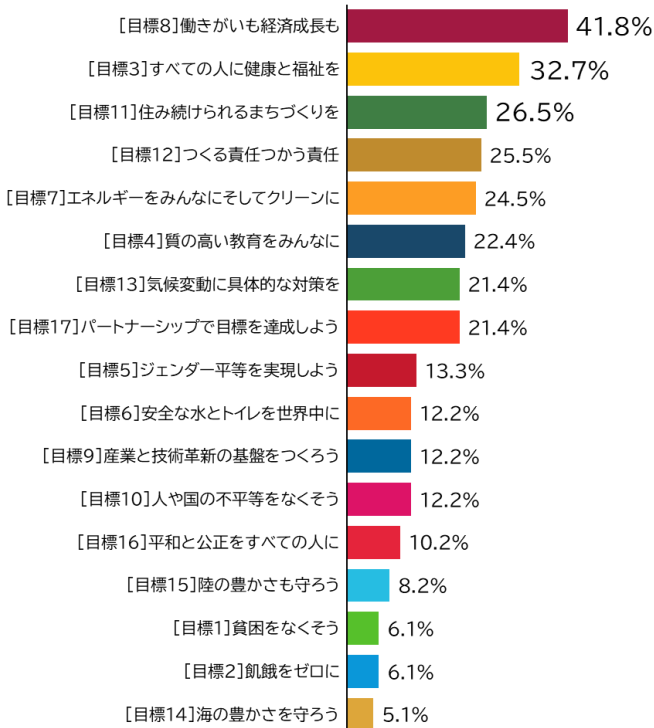
企業規模別にみると、「大企業」は 100.0%で、前年の 93.3%から 6.7 ポイント上昇した。その一方、「中小企業」は 74.1%と、前年の 76.2%から 2.1 ポイント低下し、2 年連続の低下となった。「大企業」と「中小企業」の差は前年の 17.1 ポイントから 25.9 ポイントへ拡大した。

いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は、企業規模を問わず、引き続き 7 割を超えて推移している。一方で、今回の結果からは、企業における取り組みの広がりは一服し、特に中小企業では後退した様子が表れている。

全国の企業からは、「SDGs を意識して取り組んでいるつもりはないが、自然とその方向に向かっている」(教育サービス、岩手県)との声なども聞かれた。SDGs を明確に意識していなくても、働き方の改善や省エネルギー、資源の有効活用など、日々の事業活動が結果として SDGs につながっている企業も多数みられた。

SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)

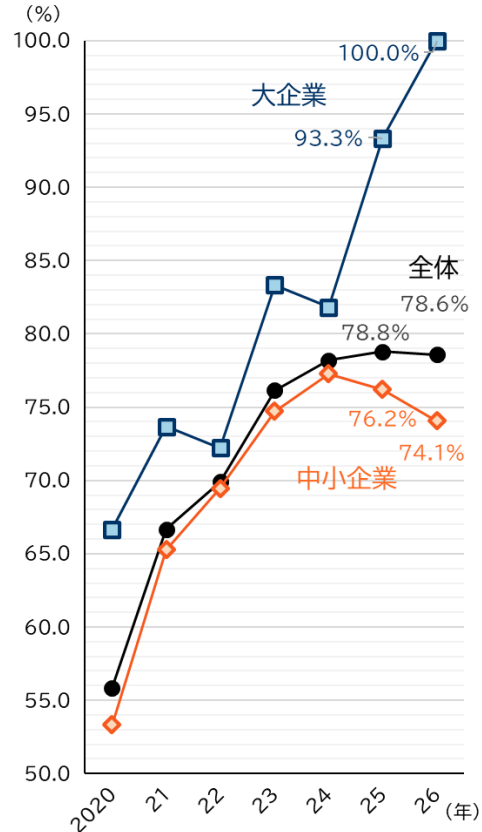
SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)



注:母数(有効回答企業数)は、98社

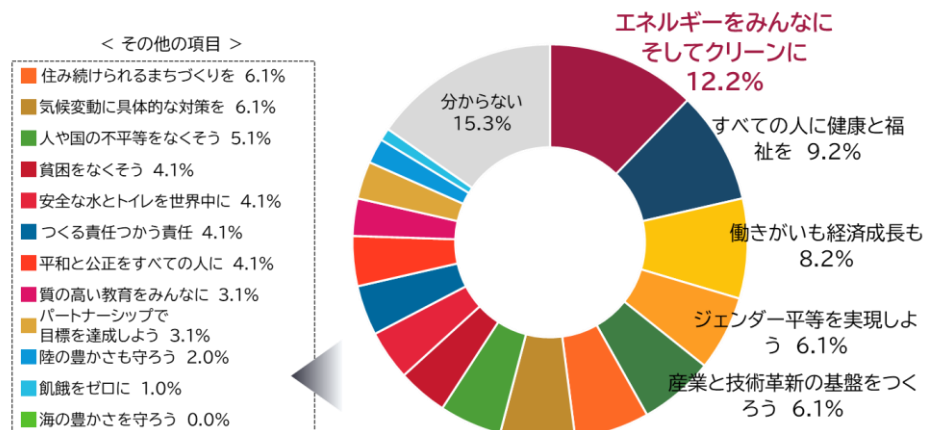
いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業 推移

～規模別～



今後、最も取り組みたい項目では、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」が 12.2%でトップとなり、全項目の中で唯一 1 割を超えた。次いで、「すべての人に健康と福祉を」(9.2%)や「働きがいも経済成長も」(8.2%)が上位に並んだ。

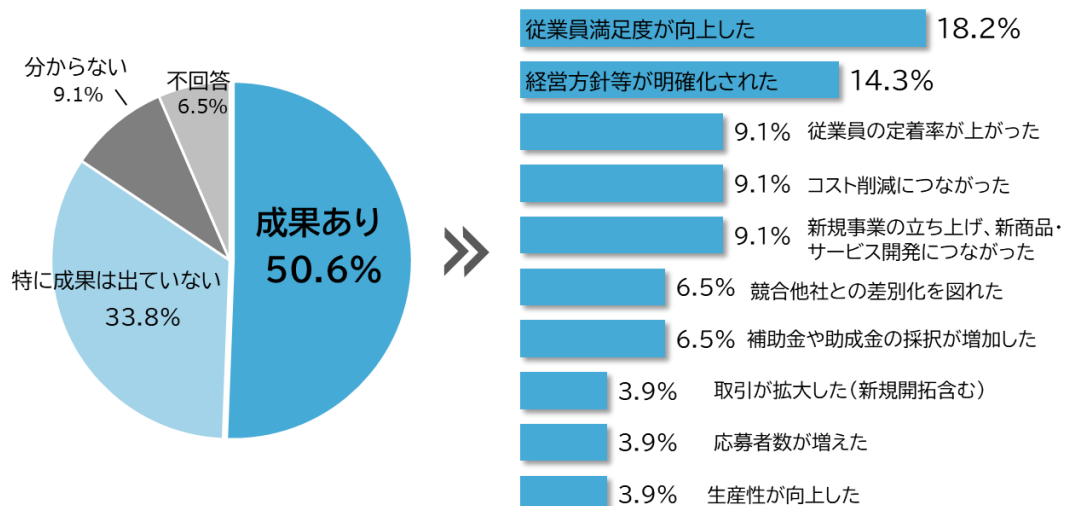
SDGs17 目標のうち、今後最も取り組みたい項目



SDGsに取り組む企業の50.6%が成果を実感 人材・組織運営の項目が上位

福井県内の企業にいずれかのSDGs目標に力を入れている企業に取り組みによる成果を尋ねたところ、『成果あり』の企業は50.6%だった。具体的な成果では、上位3項目のうち2項目は、人材や組織運営に関する成果である「従業員満足度が向上した」(18.2%)と「従業員の定着率が上がった」(9.1%)であった。SDGsへの取り組みが、働きやすい職場環境の整備や従業員の意識、定着など、社内の変化として表れている様子がうかがえる。上位3項目のうち残りの1項目は、「経営方針等が明確化された」(14.3%)で、SDGsを自社の経営方針や事業活動と結び付けることが、経営の方向性を社内で共有する契機となっていることが示された。

SDGsへの取り組みによる成果～上位10項目～(複数回答)



注1:母数は「現在力を入れている項目」のうち、17の目標(項目)のいずれかを選択した企業77社
注2:小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100とはならない

全国の企業からは、実際に成果が表れた企業からは、「空調設備業者として、CO₂やフロン排出について顧客に周知した結果、フロン点検などを数件受注したほか、従業員のフロン排出抑制法への理解も深まった」(建設・静岡県)との声が寄せられた。また、「形骸化することなく会社の方針として社内浸透したので、好循環の仕組みづくりができた」(機械・器具卸売)との声もあり、SDGsへの取り組みが新たな受注の獲得や従業員の知識向上につながったほか、経営方針の浸透に寄与した事例もみられた。

一方で、「『SDGs宣言』を作成し、社員の意識向上に努めているが、実際の企業活動とリンクしておらず、目に見えた効果はない」(建材・家具・窯業・土石製品卸売、北海道)との声もあがった。SDGsへの取り組みを自社の経営方針や具体的な事業活動と結び付け、成果を可視化することが課題となっている。

まとめ

本調査の結果、SDGsの「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」福井県内の企業は38.4%から40.8%となり過去最高を更新したが、「意味もしくは重要性を理解し、取り組みたいと思っている」企業は23.2%から14.3%へ低下した。このことから、SDGsが企業経営に定着する一方、取り組みの裾野は拡大局面から選別・収束局面へ移りつつあることが示唆された。さらに、いずれかの目標に力を入れる企業も78.6%と、僅かではあるが調査開始以降初めて前年を下回った。認知や理念への共感だけでは、新たな実践層を増やしにくくなっている。

SDGsに取り組んでいる福井県内の企業のうち、『成果あり』と回答した企業は50.6%で、従業員満足度の向上や経営方針の明確化、定着率の改善など、組織運営面での成果が表れている。

福井県でも少子高齢化と人口減少が進んでいるが、求人倍率は全国で最も高く、企業の存続には人材の確保が鍵となる。SDGsを独立した社会貢献活動として掲げるのではなく、人材確保に向けた取り組みとしても捉えながら、並行して生産性向上、省エネルギー、コスト削減、取引拡大など、各社の経営課題に組み込めるかが焦点といえる。

国連の「持続可能な開発目標報告 2026」では、中東情勢の軍事的緊張が原油価格や物価の上昇につながり、各国財政を圧迫することで、教育、保健、クリーンエネルギーなど将来への投資余力を狭める可能性を示した。SDGsの進展は企業や政府の意思だけでなく、国際情勢や経済環境にも左右される。2030年までにSDGsを達成するためには、政府、金融機関、取引先には、資金支援に加え、業種別の実践例や効果測定の方法を示し、外部環境が悪化しても取り組みを継続できる基盤づくりが求められる。経営資源が限られる中小企業では、既存業務をSDGsの観点から整理し、負担の小さい施策から始めることが現実的といえる。理念を掲げるだけでなく、経営課題の解決と社会的成果を同時に追える実行体制を築くことが必要となろう。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



調査先企業の属性

1. 調査対象(2万2,572社、有効回答企業1万413社、回答率46.1%)

(1) 地域

北海道	438	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,130
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	747	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,571
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	775	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	641
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,197	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	356
北陸(新潟 富山 石川 福井)	518	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	1,040
合 計			10,413

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産		111	小売	飲食料品小売業	136	
金融		146		繊維・繊維製品・服飾品小売業	75	
建設		1,643		医薬品・日用雑貨品小売業	53	
不動産		452		家具類小売業	26	
				家電・情報機器小売業	55	
製造	飲食料品・飼料製造業	280	(828)	自動車・同部品小売業	133	
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	110		専門商品小売業	268	
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	169		各種商品小売業	65	
	パルプ・紙・紙加工品製造業	71		その他の小売業	17	
	出版・印刷	162				
(2,403)	化学品製造業	307	運輸・倉庫		449	
	鉄鋼・非鉄・鋁業	435	サービス	飲食店	124	
	機械製造業	396		電気通信業	6	
	電気機械製造業	254		電気・ガス・水道・熱供給業	17	
	輸送用機械・器具製造業	90		リース・賃貸業	88	
	精密機械・医療機械・器具製造業	66		旅館・ホテル	88	
	その他製造業	63		娯楽サービス	91	
	卸売	飲食料品卸売業		281	(2,147)	放送業
繊維・繊維製品・服飾品卸売業		139		メンテナンス・警備・検査業		272
建材・家具・窯業・土石製品卸売業		251	広告関連業	111		
紙類・文具・書籍卸売業		91	情報サービス業	485		
化学品卸売業		206	人材派遣・紹介業	77		
再生資源卸売業		39	専門サービス業	387		
(2,204)		鉄鋼・非鉄・鋁業製品卸売業	225	医療・福祉・保健衛生業		112
		機械・器具卸売業	698	教育サービス業		38
	その他の卸売業	274	その他サービス業	233		
			その他		30	
		合 計		10,413		

(3) 規模

大企業	1,524	14.6%
中小企業	8,889	85.4%
(うち小規模企業)	(3,586)	(34.4%)
合 計	10,413	100.0%
(うち上場企業)	(178)	(1.7%)

2. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金 3 億円を超える」かつ 「従業員数 300 人を超える」	「資本金 3 億円以下」または 「従業員数 300 人以下」	「従業員数 20 人以下」
卸売業	「資本金 1 億円を超える」かつ 「従業員数 100 人を超える」	「資本金1億円以下」または 「従業員数 100 人以下」	「従業員数 5 人以下」
小売業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員数 50 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員数 50 人以下」	「従業員数 5 人以下」
サービス業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員数 100 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員数 100 人以下」	「従業員数 5 人以下」

注 1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位 3% の企業を大企業として区分

注 2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位 50% の企業を中小企業として区分

注 3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB 産業分類(1,359 業種)によるランキング