

SDGs に積極的、 2年連続で上昇、58.3% 6割に迫る

取り組む企業の83.7%が、その効果を実感
取り組みによる効果、「企業イメージの向上」がトップ



本件照会先

増田 誠(支店長)
帝国データバンク
鳥取支店
TEL:0857-23-5231

発表日

2025/08/13

鳥取県・SDGsに関する企業の意識調査(2025年)

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

『SDGs に積極的』な企業の割合は 58.3%。前年から 2.6 ポイント上昇し、2020 年 6 月の調査開始以降で最も高くなった。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」が 30.0%、「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」が 28.3%となった。また、SDGsの項目に取り組む企業の83.7%がその効果を実感しており、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位となった。

※帝国データバンクでは、「SDGs」に関する企業の意識調査を実施し、鳥取支店で鳥取県に本社を置く企業の結果を集計・分析した。
調査期間は 2025 年 6 月 17 日～6 月 30 日。
調査対象は鳥取県 156 社で、有効回答企業数は 60 社(回答率 38.5%)。
本調査は 2020 年 6 月以降、毎年 6 月に実施し、今回が 6 回目。

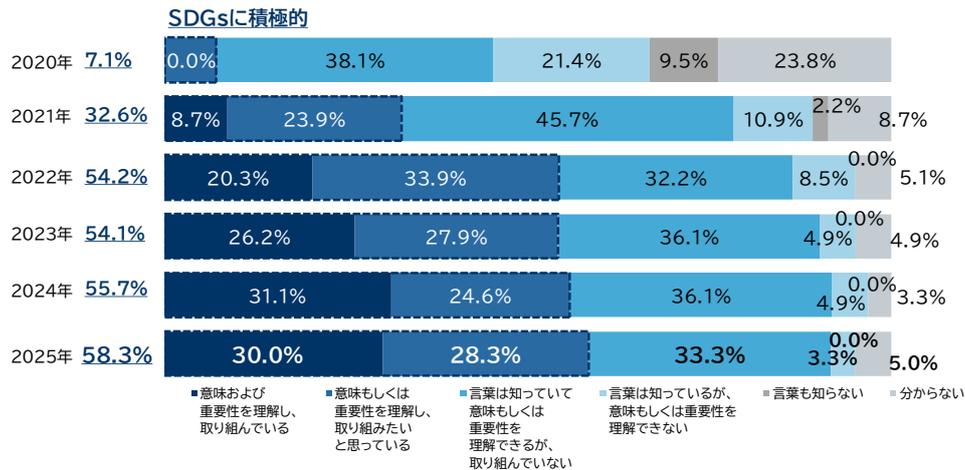
1. 『SDGsに積極的』な企業、2年連続で上昇、58.3%

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」と回答した企業は60社中18社、構成比30.0%だった。前回の2024年6月調査(31.1%)から1.1ポイント低下した。「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28.3%(17社)で、前回調査(24.6%)から3.7ポイント上昇した。この2項目を合計した『SDGsに積極的』は58.3%(35社)となり、前回調査(55.7%)から2.6ポイント上昇し、6割に迫った。

一方、「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」(33.3%・20社)は、構成比が最も高く、前回調査(36.1%)から2.8ポイント低下した。「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」(3.3%・2社)と合わせた『SDGsを認知しつつも取り組みに積極的でない』(36.6%・22社)は2020年6月の調査開始以降、初めて4割を下回った。

規模別でみると、『SDGsに積極的』では、「大企業」が構成比100%(3社)となり、「中小企業」(56.1%・32社)よりも43.9ポイント高かった。一方、『SDGsを認知しつつも、取り組みに積極的でない』では、「中小企業」(38.6%・22社)が4割弱を占め、「大企業」はなかった。なお、「言葉も知らない」と回答した「大企業」「中小企業」はなかった。

SDGsへの理解と取り組み



注1:母数は有効回答企業60社。2024年調査は61社。2023年調査は61社。2022年調査は59社。2021年調査は46社。2020年調査は42社
 注2:下線の値は青枠が指す『SDGsに積極的』の割合
 注3: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

2025年6月調査	SDGsに『積極的』		意味および重要性を理解し、取り組んでいる		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		SDGsを認知しつつも取り組みに積極的でない		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		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		言葉も知らない		分からない		合計	
	割合	社数	割合	社数	割合	社数	割合	社数	割合	社数	割合	社数	割合	社数	割合	社数		
全国	58.3	(35)	30.2	(18)	23.1	(14)	41.8	(25)	33.8	(20)	8.0	(5)	0.4	(0)	4.5	(3)	100.0	(60)
鳥取	58.3	(35)	30.0	(18)	28.3	(17)	36.6	(22)	33.3	(20)	3.3	(2)	0.0	(0)	5.0	(3)	100.0	(60)
大企業	100.0	(3)	33.3	(1)	66.7	(2)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	100.0	(3)
中小企業	56.1	(32)	29.8	(17)	26.3	(15)	38.6	(22)	35.1	(20)	3.5	(2)	0.0	(0)	5.3	(3)	100.0	(57)
うち小規模	50.1	(8)	18.8	(3)	31.3	(5)	43.8	(7)	43.8	(7)	0.0	(0)	0.0	(0)	6.3	(1)	100.0	(16)
農・林・水産	100.0	(1)	0.0	(0)	100.0	(1)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	100.0	(1)
金融	66.6	(2)	33.3	(1)	33.3	(1)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	33.3	(1)	100.0	(3)
建設	25.0	(2)	12.5	(1)	12.5	(1)	62.5	(5)	37.5	(3)	25.0	(2)	0.0	(0)	12.5	(1)	100.0	(8)
不動産	100.0	(1)	0.0	(0)	100.0	(1)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	100.0	(1)
製造	52.9	(9)	35.3	(6)	17.6	(3)	41.2	(7)	41.2	(7)	0.0	(0)	0.0	(0)	5.9	(1)	100.0	(17)
卸売	84.6	(11)	30.8	(4)	53.8	(7)	15.4	(2)	15.4	(2)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	100.0	(13)
小売	28.6	(2)	14.3	(1)	14.3	(1)	71.4	(5)	71.4	(5)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	100.0	(7)
運輸・倉庫	100.0	(1)	100.0	(1)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	100.0	(1)
サービス	75.0	(6)	50.0	(4)	25.0	(2)	25.0	(2)	25.0	(2)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	100.0	(8)

注1:網掛けは、鳥取県の全体以上を表す
 注2:母数は有効回答企業1万435社、鳥取県は80社

2. 現在取り組んでいる目標、「働きがいも経済成長も」がトップ

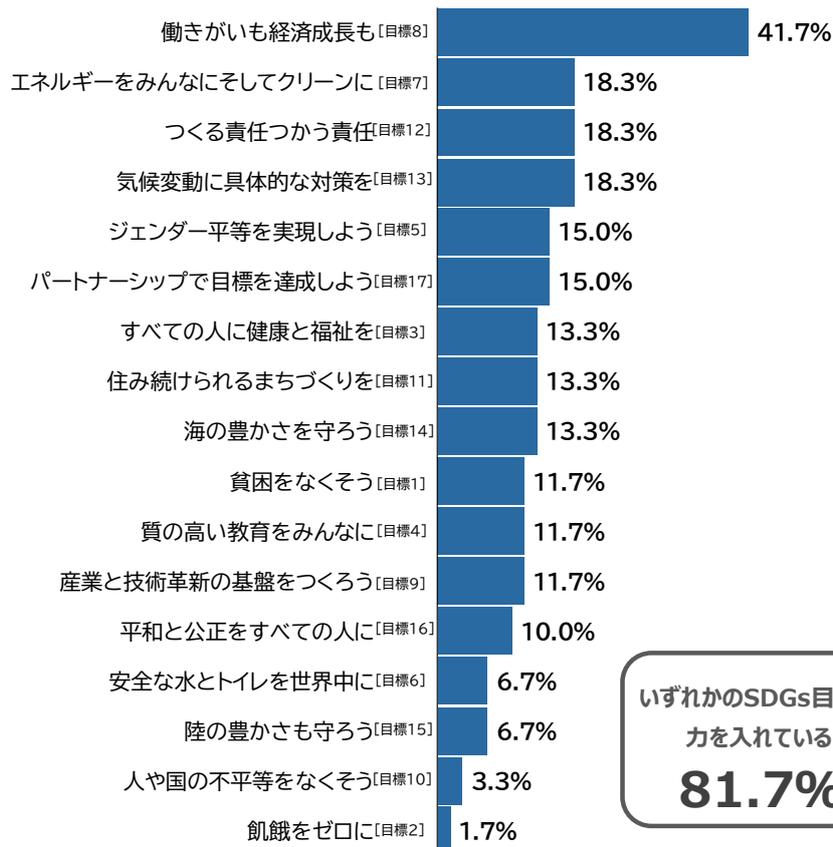
SDGsで掲げられている17目標のうち、現在取り組んでいる目標を尋ねたところ、目標の8つ目である「働きがいも経済成長も」が60社中25社、構成比41.7%で最も高かった(複数回答、以下同)。

次いで、太陽光や風力などの再生可能エネルギーを活用する「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「つくる責任つかう責任」「気候変動に具体的な対策を」が各18.3%(各11社)となり、「ジェンダー平等を実現しよう」「パートナーシップで目標を達成しよう」が各15.0%(各9社)だった。

以下、「すべての人に健康と福祉を」「住み続けられるまちづくりを」「海の豊かさを守ろう」(各13.3%・各8社)、「貧困をなくそう」「質の高い教育をみんなに」「産業と技術革新の基盤をつくろう」(各11.7%・各7社)、「平和と公正をすべての人に」(10.0%・6社)が1割を超え続いた。一方、「飢餓をゼロに」(1.7%・1社)は構成比が最も低く、次いで、「人や国の不平等をなくそう」(3.3%・2社)、「陸の豊かさを守ろう」「安全な水とトイレを世界中に」(各6.7%・各4社)が10%未満で続いた。

総じて、いずれかのSDGs目標に力を入れている企業は前年(73.8%)から7.9ポイント増の81.7%となった。

SDGs17目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)



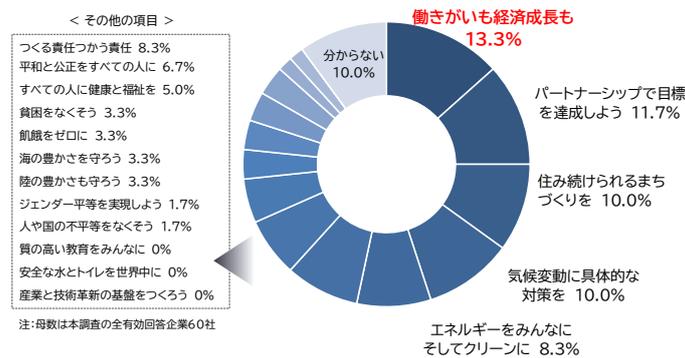
いずれかのSDGs目標に
力を入れている
81.7%

注:母数は本調査の全有効回答企業60社

3. 今後取り組みたい目標も「働きがいも経済成長も」がトップ

SDGsで掲げられている17目標のうち、今後最も取り組みたい目標を尋ねたところ、目標の8つ目に掲げられている「働きがいも経済成長も」が60社中8社、構成比13.3%で最も高かった(単一回答、以下同)。以下、「パートナーシップで目標を達成しよう」(11.7%・7社)、「住み続けられるまちづくりを」「気候変動に具体的な対策を」(各10.0%・各6社)、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「つくる責任つかう責任」(8.3%・5社)が続いた。石炭や石油などの化石燃料に代わって、クリーンエネルギーを活用することや、気候変動などによる災害発生への備えを意識する企業が多い傾向が見られた。

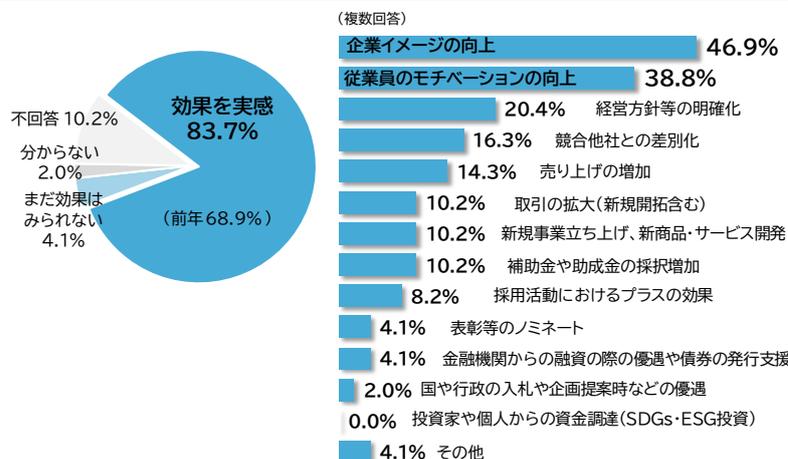
SDGsの17目標のうち、今後最も取り組みたい目標



4. 取り組みによる効果、「企業イメージの向上」がトップ

現在SDGsへの各目標に力を入れている企業49社に、その取り組みによる効果を尋ねたところ、「企業イメージの向上」が46.9%(23社)で最も高かった(複数回答、以下同)。次いで、人材の定着率の向上につながる「従業員のモチベーションの向上」(38.8%・19社)となった。以下、「経営方針等の明確化」(20.4%・10社)、「競合他社との差別化」(16.3%・8社)、「売り上げの増加」(14.3%・7社)が続いた。なお、「まだ効果はみられない」「分からない」「不回答」を除き、何らかの『SDGsへの取り組みによる効果を得た』企業は83.7%(41社)となった。

SDGsへの取り組みによる効果



まとめ

本調査の結果、『SDGsに積極的』な鳥取県の企業の割合は58.3%となり、2年連続で上昇して6割に迫った。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業が30.0%で、「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」企業が28.3%となった。

SDGsの17目標のうち、「現在取り組んでいる目標」および「今後最も取り組みたい目標」は、ともに『働きがいも経済成長も』がトップとなった。また、取り組みを通じて、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」の効果を実感している企業が多数を占めた。一方で、「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33.3%を占めた。また、「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3.3%となり、これらをあわせた『SDGsを認知しつつも取り組みに積極的でない』は36.6%となり、2020年6月の調査開始以来、初めて4割を下回った。

現状、資金や人的な余裕が少ない中小企業においては、SDGsの目標に対してそれぞれの立場で理解を深める必要がある。身近なことから少しずつ取り組むことで、持続的な企業の成長に繋がることが期待される。

企業からの声

- ・重要なテーマは多く存在するが、ビジネスとしてのSDGsが前面に出過ぎている感がある (製造)
- ・社員の負担が増え、取り組む姿勢に疲れが見受けられることもある (建設)
- ・実際の行動に移した場合に、難しさを感じる。意識的に行動することが重要だと思う (小売)
- ・社員の健康を維持することは、企業としての最低限の取り組みだと考えている (小売)
- ・プラスチックからECOS使用のバイオマスアメニティに変更し、SDGsに沿った取り組みを進めている (サービス)

※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、下記の通り区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	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300人以下」	「従業員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5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員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100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員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