

「SDGs に積極的」は 50.0% 前年比 5.1 ポイント低下

「実践企業」は過去 2 番目も「意欲あり」がダウン
「余裕のなさ」が足かせに

秋田県・SDGs に関する企業の意識調査(2025 年)



本件照会先

森 晴朗(支店長)
帝国データバンク
秋田支店
018-833-4202(直通)

発表日

2025/09/01

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』な企業の割合は前年比 5.1 ポイント減の 50.0%となった。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」が同 1.0 ポイント減の 33.7%となり、「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」が同 4.1 ポイント減の 16.3%とともに低下し、積極的な企業の割合は低下する結果となった。SDGsの項目に取り組む企業の 71.1%がその効果を実感、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位に並んだ。

※株式会社帝国データバンク秋田支店は、秋田県内 194 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。

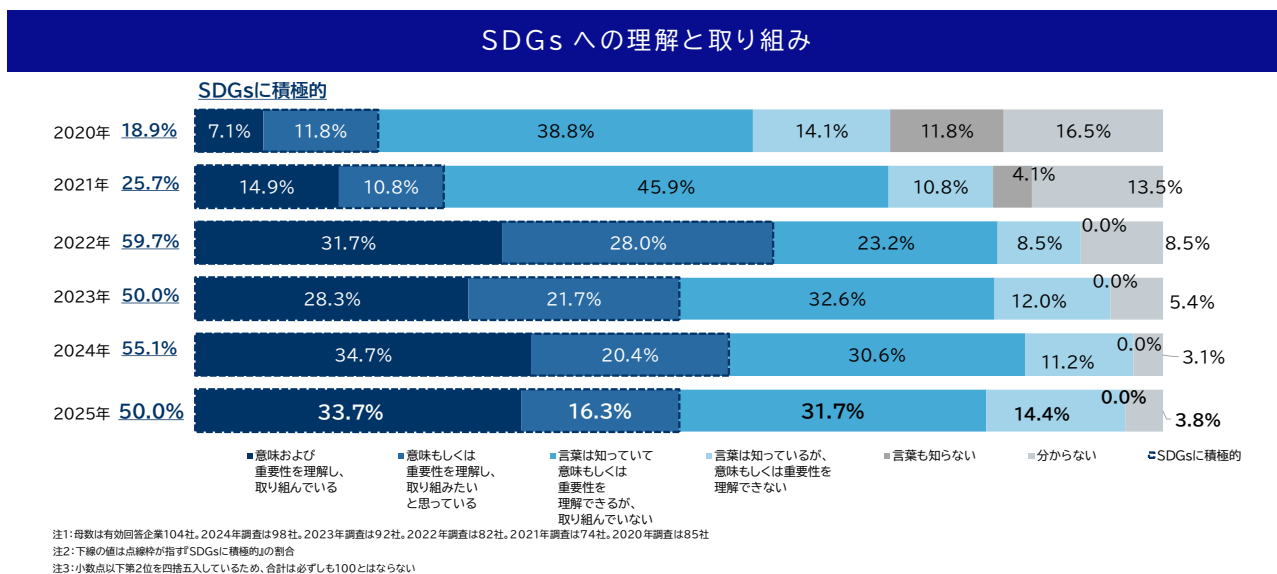
調査期間:2025 年 6 月 17 日～6 月 30 日(インターネット調査)

調査対象:秋田県内 194 社、有効回答企業数は 104 社(回答率 53.6%)

「SDGsに取り組んでいる」企業の割合は 33.7%、 「取り組みたいと思っている」企業とともに低下、積極性鈍る

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1.0ポイント減の 33.7%となった。「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」は同 4.1 ポイント減の 16.3%だった。合計すると『SDGs に積極的』な企業は同 5.1 ポイント減の 50.0%と、前年から低下する結果となった。

「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 31.7%、「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 14.4%で、合計すると、『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業は同 4.3 ポイント増の 46.1%となった。



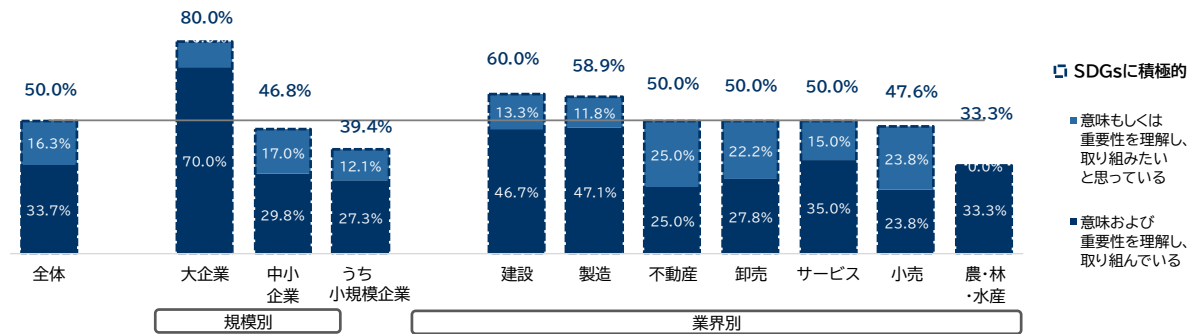
『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』とした県内企業からは、「効果を期待して取り組んでいるものではない。一時の流行りで終わらないようにしてもらいたい」(事務用機械器具卸売)や、「戦争・テロ・殺人の撲滅、領土的紛争の排除を書かない理由を知りたい。現 SDGs のどんな努力も一瞬で霧散させる人類の悪癖」(受託開発ソフトウェア)といった意見が聞かれた。

規模が小さいほど『SDGs に積極的』な企業割合低く

企業規模別にみると、「大企業」では SDGs に積極的な企業が 80.0%と、全体(50.0%)を大幅に上回った。「中小企業」では 46.8%、うち「小規模企業」では 39.4%となった。規模が小さいほど SDGs に積極的な企業の割合が低くなる傾向が続いている。

県内の中小企業からは「無意味」(一般貨物自動車運送)や、「殊更 SDGsといわなくても、普通に昔からの日本的企業経営をしていれば事足りる話」(スポーツ用品小売)といった厳しい声が聞かれた。

SDGs に積極的な企業割合～規模・業界別～



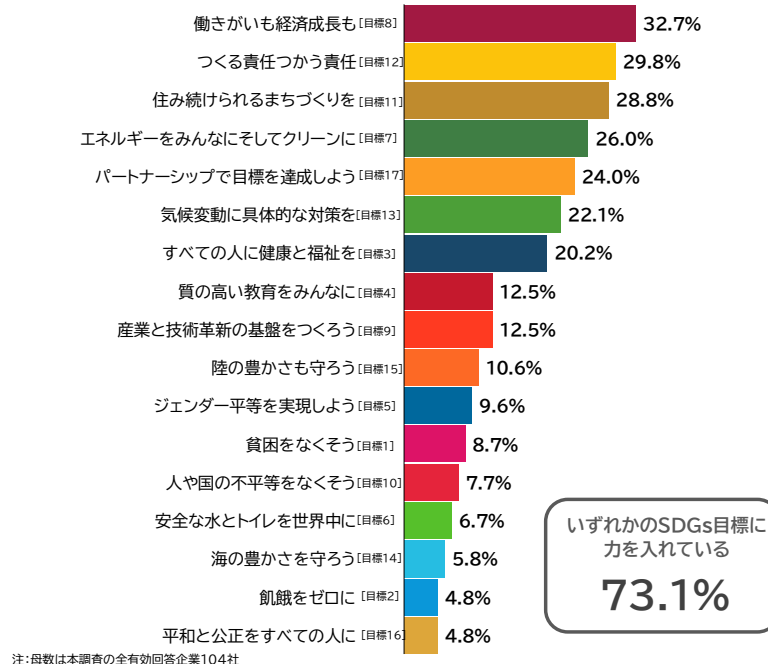
SDGs に積極的な企業を業界別にみると、『建設』が 60.0%で最も高く、『製造』が 58.9%で続いた。県内企業からは、「企業が積極的に取り組むことにより、従業員一人一人の意識が高まっている。継続し、呼びかけていくことが大切」(新聞小売)といった声が寄せられた。

現在力を入れている項目は「働きがいも経済成長も」がトップ

SDGs17 の目標の中で、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 32.7%で最も高かった(複数回答、以下同)。次いで、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」(29.8%)、「住み続けられるまちづくりを」(28.8%)、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」(26.0%)が続いた。

総じて、いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は前年(73.5%)から 0.4 ポイント減の 73.1%となり、SDGs に「取り組んでいない」などと回答した企業でも、気付かないうちに SDGs に取り組んでいる企業が多数みられた。

SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)

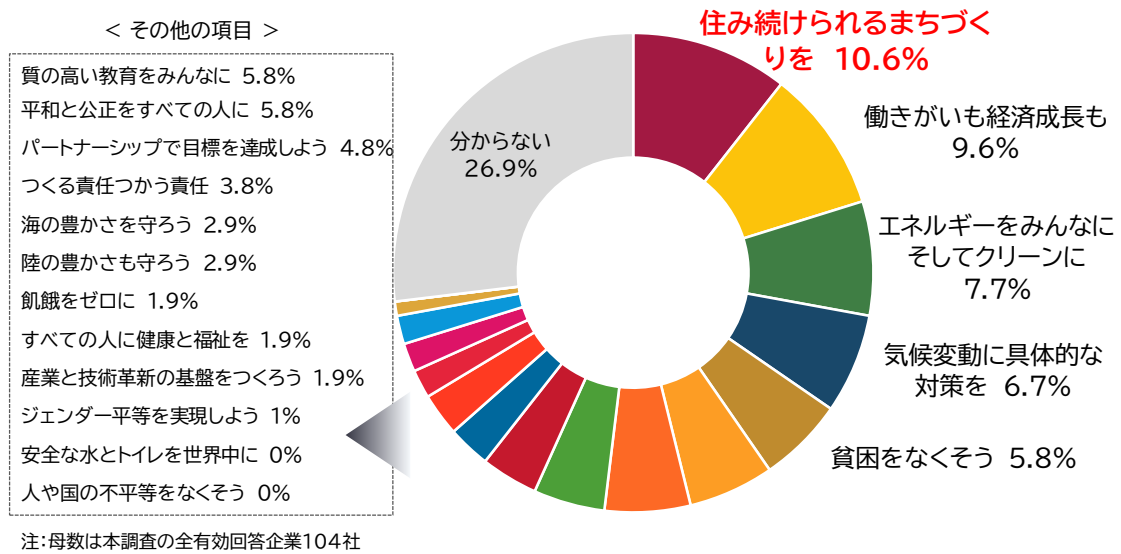


今後最も取り組みたい項目は 「住み続けられるまちづくりを」がトップ

今後、最も取り組みたい項目について尋ねたところ、「住み続けられるまちづくりを」が 10.6%でトップ、全項目の中で唯一 1 割を超えた。

次いで、「働きがいも経済成長も」が 9.6%、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」(7.7%)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



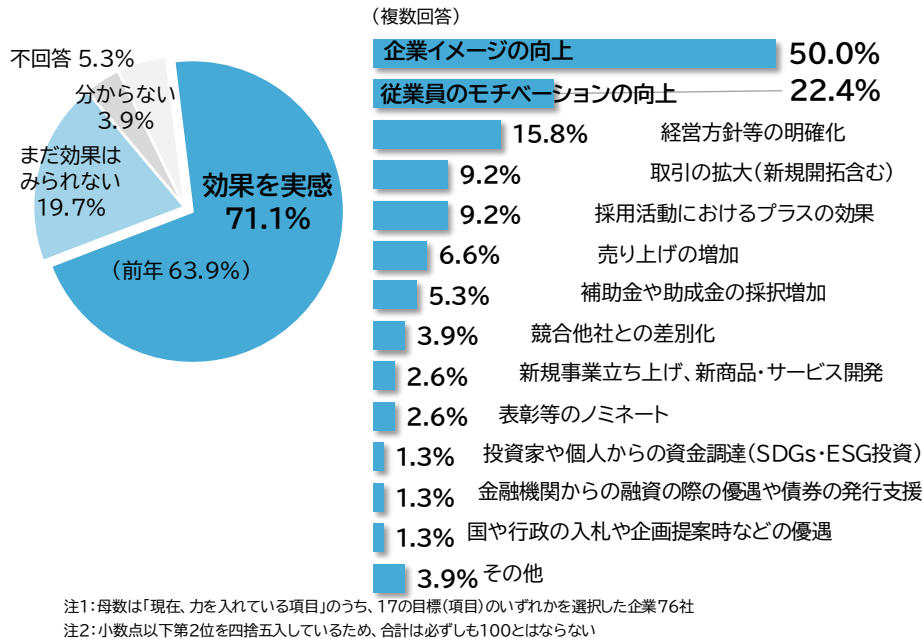
企業の 7 割が SDGs の効果を実感、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位

現在 SDGs 各目標に力を入れている企業に取り組みによる効果を尋ねたところ、『効果を実感』している企業の割合は前年(63.9%)から 7.2 ポイント増の 71.1%となった。

具体的な効果としては、「企業イメージの向上」が 50.0%でトップとなった(複数回答、以下同)。次いで、「従業員のモチベーションの向上」(22.4%)、「経営方針等の明確化」(15.8%)が続いた。

また、「取引の拡大(新規開拓含む)」と「採用活動におけるプラスの効果」がともに 9.2%となり、SDGs への取り組みが社会課題の解決に貢献するだけでなく、ビジネスチャンスの獲得や業績の向上にもつながる可能性があることが示された。

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』な企業の割合が 50.0%となり、前年より低下した。内訳は、SDGs の意味等を理解し、取り組んでいる企業が前年より 1.0 ポイント低下し 33.7%、取り組みたい企業の割合が 4.1 ポイント低下し、全体では 5.1 ポイントのマイナスとなった。

一方で、『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業の割合は 4.3 ポイント増の 46.1%だった。依然として『SDGs に積極的』な企業を下回ったものの、以前は取り組む意欲があったが、余裕のなさが足かせになった企業が一定数みられた。

SDGs の項目に取り組む企業のうち、7 割が取り組みの効果を実感していることが分かった。具体的には、「企業イメージの向上」や「従業員のモチベーションの向上」など非財務面での企業価値の向上に関する効果が上位に並んでいた。また、取引拡大や採用活動におけるプラスの効果を実現した企業もあり、SDGs を通じた社会課題の解決と企業の発展が両立可能であることが示唆されている。

現在、経済大国のアメリカが SDGs や環境問題などに対して消極的な姿勢をみせているほか、足元での世界的な物価高騰や地政学的リスクの存在など諸問題により、SDGs への関心が薄れる懸念がある。しかし、環境や人権、多様性に対する人々の意識は高まり続けており、SDGs への取り組みが企業の競争力向上や商品の購入意欲、採用活動の促進につながるケースは増えていくと考えられる。特に資金や人的余裕がない中小企業は SDGs を“身近なことから”少しずつ取り組んでいくことが一策であり、それを後押しする国や自治体による具体的な取り組み事例とメリットの共有や相談窓口・補助金制度の充実など、支援策の強化が求められる。

査先企業の属性

1. 調査対象(2万6,237社、有効回答企業1万435社、回答率39.8%)

(1)地域

北海道	451	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,176
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	759	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,662
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	808	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	693
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,155	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	347
北陸(新潟 富山 石川 福井)	519	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	865
合 計			10,435

(2)業界(10業界51業種)

農・林・水産		112	小売	飲食料品小売業	146
金融		175		繊維・繊維製品・服飾品小売業	72
建設		1,551		医薬品・日用雑貨品小売業	60
不動産		428		家具類小売業	22
製造	飲食料品・飼料製造業	281	(850)	家電・情報機器小売業	64
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	107		自動車・同部品小売業	130
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	166		専門商品小売業	278
	パルプ・紙・紙加工品製造業	83		各種商品小売業	62
	出版・印刷	154		その他の小売業	16
	化学品製造業	317		運輸・倉庫	426
	鉄鋼・非鉄・鋳業	438		サービス	飲食店
機械製造業	422	電気通信業	13		
電気機械製造業	255	電気・ガス・水道・熱供給業	15		
輸送用機械・器具製造業	91	リース・賃貸業	90		
精密機械・医療機械・器具製造業	67	旅館・ホテル	87		
その他製造業	56	娯楽サービス	94		
(2,437)	飲食料品卸売業	294	放送業		21
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	136	メンテナンス・警備・検査業		279
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	242	広告関連業		113
	紙類・文具・書籍卸売業	112	情報サービス業		484
(2,240)	化学品卸売業	214	(2,182)	人材派遣・紹介業	86
	再生資源卸売業	41		専門サービス業	385
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	219		医療・福祉・保健衛生業	109
	機械・器具卸売業	715		教育サービス業	43
	その他の卸売業	267		その他サービス業	249
				その他	34
				合 計	10,435

(3)規模

大企業	1,556	14.9%
中小企業	8,879	85.1%
（うち小規模企業）	(3,519)	(33.7%)
合 計	10,435	100.0%
（うち上場企業）	(203)	(1.9%)

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