

「SDGs に前向き」は 50.7% 2 年連続で低下

実践企業は過去最高も、取り組み意向は縮小

東京都・SDGs に関する企業の意識調査(2026 年)



本件照会先

櫛田 拓郎(調査担当)
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9342(直通)
情報統括部: tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/08/19

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 に前向き』な企業は、前年比 1.1 ポイント減の 50.7%となり、2 年連続で低下した。SDGs への取り組みは企業経営のなか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(47.3%)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」「従業員の定着率向上」など、人材面での効果が表れていることがうかがえる。

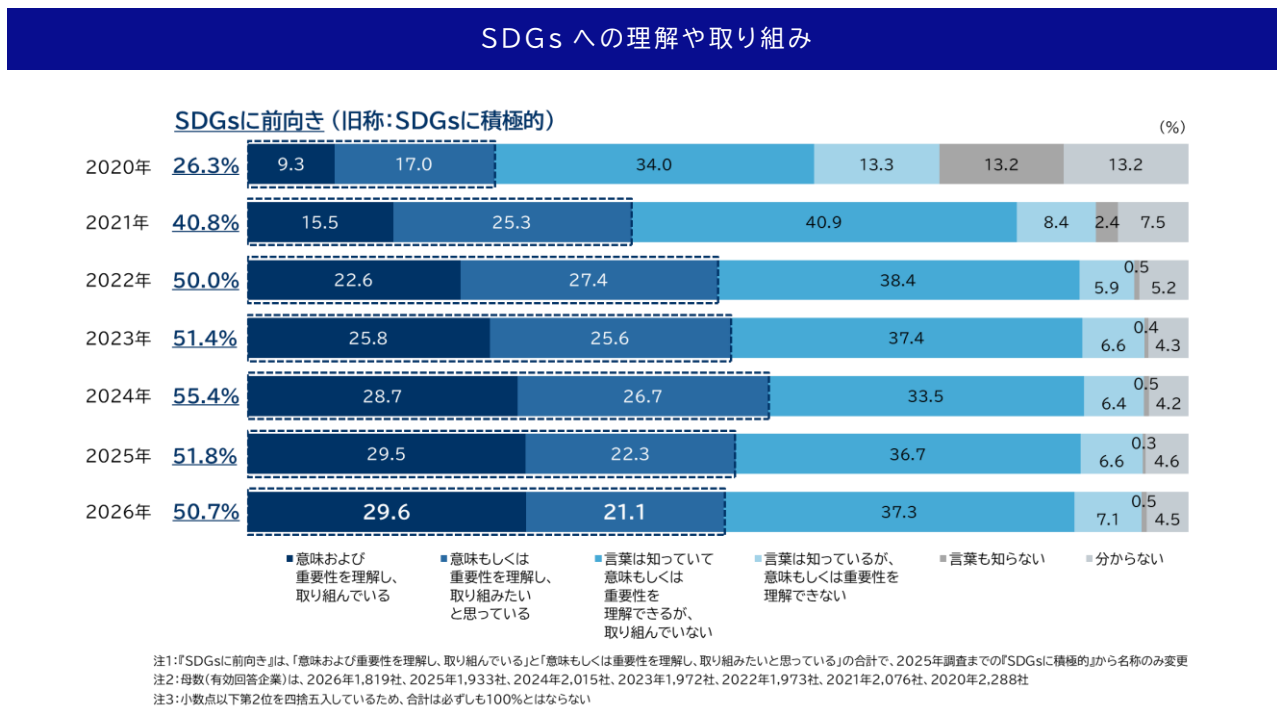
※株式会社帝国データバンクは、SDGs(Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)に関する企業の見解についてアンケート調査を実施した。なお、SDGs に関する調査は 2020 年以降、毎年実施し、今回で 7 回目
調査期間: 2026 年 6 月 17 日～6 月 30 日(インターネット調査)
調査対象: 東京都内企業 3,549 社、有効回答企業数は 1,819 社(回答率 51.3%)

『SDGs に前向き』な企業は 50.7%、2 年連続で減少

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 0.1 ポイント増の 29.6%となり、2020 年の調査開始以降で最高を更新した。また、「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 1.2 ポイント減の 21.1%だった。これらを合わせた『SDGs に前向き』な企業は同 1.1 ポイント減の 50.7%となり、2024 年の 55.4%をピークに 2 年連続で低下した。

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」は 37.3%、「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 7.1%と、SDGs に対する認知は高いものの、実際の行動に結び付いていない企業も依然として多い。

近年は物価高に連動した人件費や賃料の上昇への対応など、事業継続に直結する課題も多く、SDGs の認知は広く浸透しているものの、新たな取り組みの拡大にはつながりにくくなっていることが考えられる。



実際に企業からは、「SDGs は特に製造業において効果を発揮する政策だと感じる。その他の産業では、社用車の CO2 排出を減少させるとか、排出ゴミを減らすくらいの方策しかない」(その他の卸売業)との指摘や、「取り組みは重要ですが、目に見える成果が出るまでには時間が掛かると思う」(情報サービス業)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。「中東情勢、原材料費の高騰や不足、人件費の高騰や不足等で SDGs に関し、とても積極的に取り組もうという気分にならない」(不動産)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課題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。

「SDGsに取り組んでいる」企業割合、『製造』がトップ

「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業の割合を業界別にみると、『製造』が39.9%（前年41.6%）で最も高く、次いで『金融』が33.3%（同32.1%）と3割合が続いた。

前年からは、『建設』（1.6ポイント増）や『金融』（1.2ポイント増）、『サービス』（1.2ポイント増）など4業界で上昇した。一方、『小売』は前年比6.0ポイント減、『運輸・倉庫』は同4.5ポイント減となった。両業界とも物価上昇や人手不足の影響を受けやすく、足元ではSDGsへの新たな投資や取り組みよりも、本業の維持・強化を優先する企業が増えているとみられる。

全国と比較すると、『製造』は全国（37.8%）を2.1ポイント上回ったほか、『卸売』も全国（26.3%）を上回った一方で、『金融』は全国（41.8%）を大きく下回り、『運輸・倉庫』も全国（31.0%）との差が目立った。なかでも『運輸・倉庫』では、全国で取り組んでいる割合が上昇した一方、東京都では低下しており、対照的な結果となった。

企業からは、「SDGsの取り組みはパートナーの選択の機会なので真剣に取り組んでいる。」（電気機械製造）や「新規事業として、ファブリックサインの製造・販売に、2025年度から具体的に取り組みだした」（紙類・文具・書籍卸売）など、SDGsへの取り組みが取引先との関係強化や新たな事業機会の創出につながったとする声が聞かれた。

他方、「継続的に取り組んではいるが業界の特性上なかなか顕著な成果は上げられていないのが現状である」（専門サービス）や「企業規模によってできることとできないことがある」（不動産）など、取り組んでいる企業からも、取り組みを進めるなかで課題を感じる声も聞かれた。

SDGsに取り組んでいる企業の割合～業界別～

	2026年全国	2026年	2025年	前年比	
全体	30.3%	29.6%	29.5%	+0.1pt	
業 界 別	製造	37.8%	39.9%	41.6%	-1.7pt
	金融	41.8%	33.3%	32.1%	+1.2pt
	建設	32.7%	28.9%	27.3%	+1.6pt
	サービス	28.0%	28.3%	27.1%	+1.2pt
	卸売	26.3%	28.1%	27.9%	+0.2pt
	小売	22.8%	24.4%	30.4%	-6.0pt
	不動産	20.1%	22.2%	23.0%	-0.8pt
	運輸・倉庫	31.0%	21.7%	26.2%	-4.5pt

注1:母数(有効回答企業)は、2026年1,819社、2025年1,933社

注2:2026年の値が高い順に掲載(母数が40社を超えた業界のみ表示)

いずれかのSDGs目標に力を入れる企業、 2年連続で減少 取り組みの広がりは一服

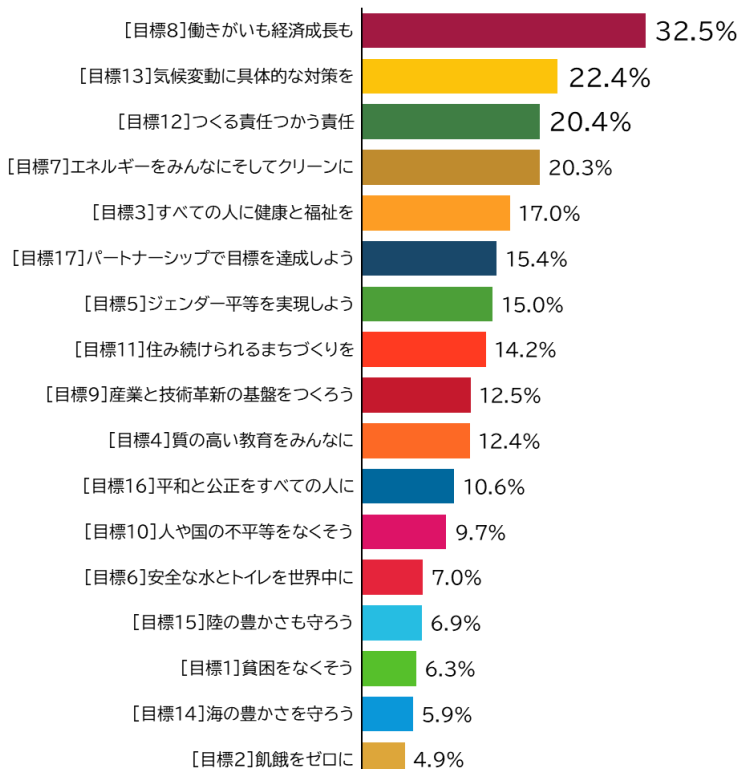
SDGs17 の目標のなかで、現在力を入れている項目を尋ねたところ、働き方改革や労働者の能力向上などを含む「働きがいも経済成長も」が32.5%で最も高かった(複数回答、以下同)。次いで、カーボンニュートラル製品の使用などを含む「気候変動に具体的な対策を」(22.4%)、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」(20.4%)、再生可能エネルギーの利用などを含む「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」(20.3%)が続いた。人材確保や働き方改革とともに、脱炭素や資源循環など事業活動と結び付きの強いテーマを中心に SDGs への取り組みが進められていることがうかがえる。

いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業の割合は 70.0%となり、前年の 71.0%から 1.0 ポイント低下した。企業規模別にみると、「大企業」は 81.2%で、前年の 81.0%から 0.2 ポイント上昇した。一方、「中小企業」は 66.8%と、前年の 68.1%から 1.3 ポイント低下し、両者の差は前年の 12.9 ポイントから 14.4 ポイントへと 1.5 ポイント拡大した。

「大企業」では、サステナビリティ情報の開示や ESG 経営、人権デューデリジェンスなどへの対応を背景に、SDGs への取り組みが経営活動の一部として定着しているとみられる。一方、「中小企業」では、人件費や採用コストの上昇に加え、物価高など厳しい経営環境が続くなか、限られた経営資源を本業の維持・強化へ優先的に配分する動きがみられる。そのため、SDGs への取り組みを継続・拡大する余力に差が生じ、規模間の格差拡大につながった可能性がある。

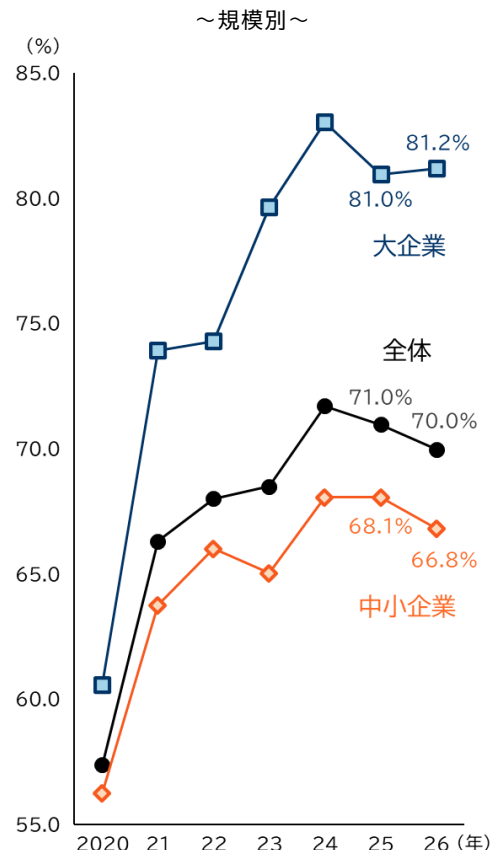
SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)

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、1,819社

いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業 推移



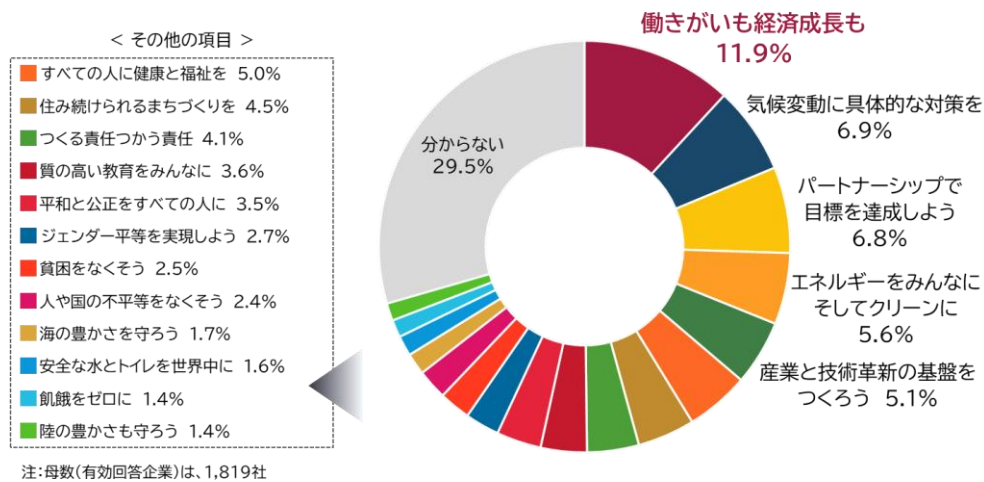
今後最も取り組みたい項目、「働きがいも経済成長も」がトップ

SDGs17の目標のなかで、今後最も取り組みたい項目について尋ねたところ、現在力を入れている項目と同様に「働きがいも経済成長も」が11.9%でトップとなり、全項目の中で唯一の1割を超えた。

次いで、「気候変動に具体的な対策を」(6.9%)や「パートナーシップで目標を達成しよう」(6.8%)、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」(5.6%)が上位にランクインした。

一方、「分からない」と回答した企業も29.5%となっており、「今回の石油需給ひっ迫により化石燃料はやはり経済に重要な影響があることが世の中で再認識されたのではないかと思います。その事実を踏まえて真に意味のあるSDGsを考えるべきである。」(石油卸売業)といった現在の経済環境を考慮すべきとの意見も寄せられた。

SDGs17 目標のうち、今後最も取り組みたい項目



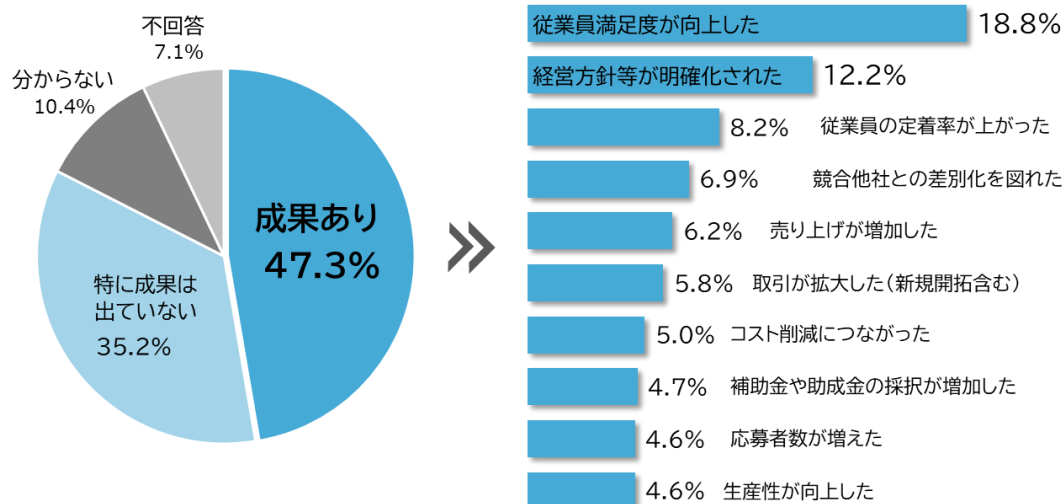
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



SDGsに取り組む企業の47.3%が成果を実感 人材・組織運営の項目が上位

いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業に対して、取り組みによる成果を尋ねたところ、『成果あり』の企業は 47.3%だった。具体的な成果では、上位 3 項目は、人材や組織運営に関する成果となった。「従業員満足度が向上した」(18.8%)と「従業員の定着率が上がった」(8.2%)が上位に入り、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。また、「経営方針等が明確化された」(12.2%)も 1 割を超えており、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1,273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

実際に成果が表れた企業からは、「建築関係の仕事でも環境負荷製品を使用する事により企業イメージを高める動きが増えてきた」(鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売)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に浸透したので、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、「リサイクル材料はコストも掛かる上、SDGs を推進していても消費者に選ばれているかの費用対効果が分かりにくい」(飲食料品・飼料製造)、「同業他社も取り組んでいて、差別化につながらなかった」(パルプ・紙・紙加工品製造)との声もあがった。

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」企業は 29.6%となり、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」企業は 22.3%から 21.1%へ低下した。この結果、『SDGs に前向き』な企業は 50.7%となり、2024 年をピークに 2 年連続で低下した。SDGs への理解や実践は着実に浸透しているものの、新たな取り組みの広がりには一服感がみられた。

いずれかの目標に力を入れる企業も 70.0%と、2 年連続で前年を下回り、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状況が表面化した。現在力を入れている項目では「働きがいも経済成長も」が最も高く、今後最も取り組みたい項目でも同項目がトップとなった。人材確保や人材定着が重要な経営課題となるなか、SDGs を人材戦略や組織力強化と結び付けて捉える企業が多いことがうかがえる。また、「気候変動に具体的な対策を」や「つくる責任つかう責任」などの環境関連目標も上位に入り、人的資本経営と環境対応の両面からの取り組みが進展している様子がみられた。

SDGsに取り組んでいる企業のうち、取り組みによる成果に対して『成果あり』と回答した企業は 47.3%だった。具体的には「従業員満足度が向上した」「経営方針等が明確化された」「従業員の定着率が上がった」などが上位に並び、組織運営や人材面での効果が表れている。

いずれかの目標に力を入れている企業の割合を規模別でみると、「大企業」が 81.2%と高水準を維持したのに対し、「中小企業」は 66.8%と前年を下回り、規模間の格差は拡大した。東京都では大企業の本社機能集積を背景に、サステナビリティ情報の開示や ESG 経営への対応が経営活動として定着する一方、中小企業では人件費や採用コストの上昇、物価高などへの対応が優先されるなど、取り巻く環境の違いが表れたものとみられる。

今後、SDGs の取り組みをさらに広げていくためには、理念の共有だけでなく、自社の事業活動と結び付け、経営課題の解決につながる具体的な成果を可視化することが重要となる。特に経営資源が限られる中小企業においては、既存業務の見直しや人材確保、生産性向上など身近な課題と関連付けながら取り組みを進めることが、持続的な実践につながるだろう。

調査先企業の属性

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