

SDGs に関する三重県内企業の意識調査（2024 年）

SDGs に積極的な県内企業は 51.3% 企業イメージ向上など 74.1%が効果を実感 ～「働き方改革」「環境対策」などへの取り組みが上位に～

持続可能な世界を実現するための 17 の目標・169 のターゲットから構成され、カラフルなドーナツ型のデザインが特徴の SDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)。目標達成期限である 2030 年に向けた取り組みは後半戦に突入しており、世界的に対応が急がれている。

こうしたなか、政府は 2023 年 12 月に SDGs を達成するための中長期的な国家戦略である「SDGs 実施指針」を 4 年ぶりに改定した。同指針では、社会課題の解決を通じて事業性を高める企業等への支援の強化など民間企業に関わる内容も多く、政府は官民を問わずに国全体として SDGs の目標達成に向けて力を入れている。

また、三重県では「三重県 SDGs 推進パートナー登録制度」が令和 3 年 11 月にはじまり、既に登録数は 1400 件を超えるまでに至っている。

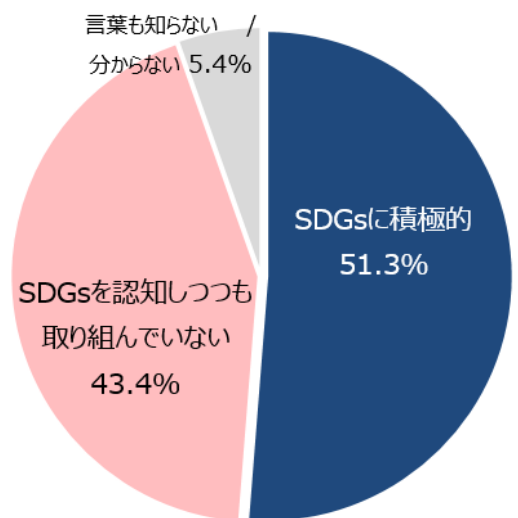
そこで、帝国データバンク四日市支店は現在の SDGs に関する企業の見解について調査を実施した。本調査は、TDB 景気動向調査 2024 年 6 月調査とともにに行った。

※調査期間は2024年6月17日～30日、調査対象は三重県322社で、有効回答企業数は113社（回答率35.1%）。なお、SDGsに関する調査は2020年以降、毎年実施し、今回で5回目

調査結果（要旨）

- 『SDGs に積極的』な企業は 51.3%で前年からは後退
- 規模が小さいほど『SDGs に積極的』な企業割合低く
- 現在力を入れている項目、今後最も力を入れたい項目ともに目標 8「働きがいも経済成長も」がトップ
- 取り組んでいる企業の 74.1%が SDGs の効果を実感、「企業イメージ向上」「従業員モチベーション向上」が上位
- 3 社に 1 社が DEI（多様性、公平性、包摂性）への取り組みに積極的

SDGs への理解と取り組み

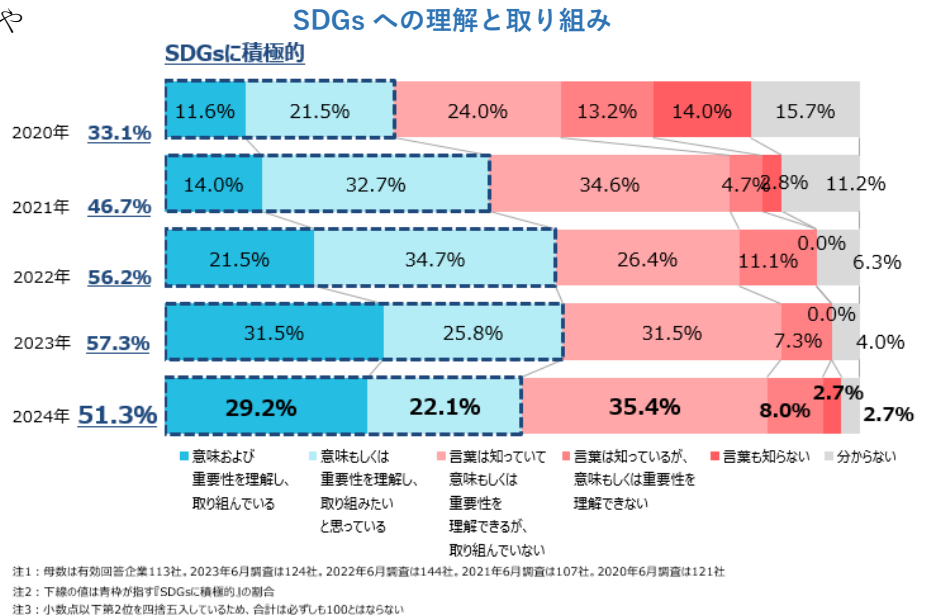


1. 『SDGs に積極的』は 51.3% で前年からは後退

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 29.2% となり、前年からは 2.3 ポイント低下した。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 22.1% で同 3.7 ポイント低下した。

合計すると『SDGs に積極的』な企業は 6.0 ポイント減の 51.3% と、前年からは後退する結果となった。

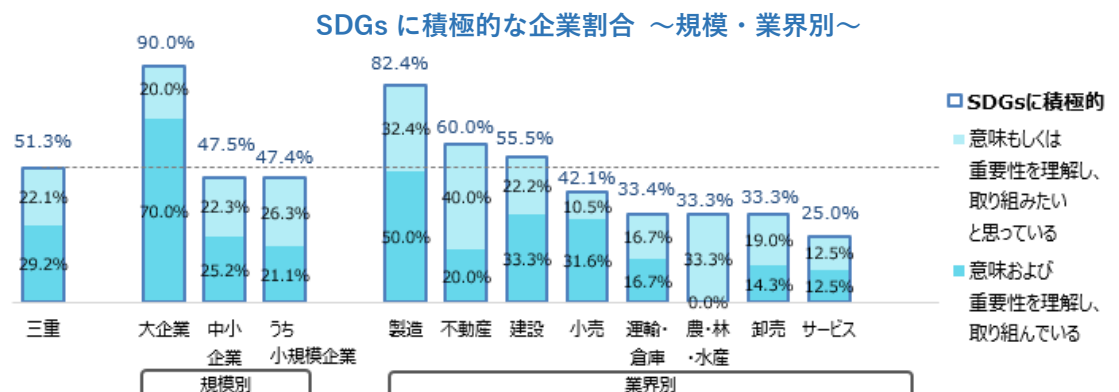
その一方で、「言葉は知っていて意味もしくは重要性を理解できるが、取り組んでいない」は 35.4% で同 3.9 ポイント上昇、「言葉は知っているが意味もしくは重要性を理解できない」は 8.0% だった。合計すると、SDGs を認知しつつも取り組んでいない企業は 43.4% となり、『SDGs に積極的』な企業を 7.9 ポイント下回った。



2. 取り組みに温度差 中小規模では『SDGs に積極的』な企業割合が低い

企業規模別にみると、「大企業」では SDGs に積極的な企業が 90.0% と、全体を大幅に上回った。「中小企業」では 47.5%、うち「小規模企業」では 47.4% 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。

業界別にみると、『製造』が 82.4% で最も高かった。以下、『不動産』60.0%、『建設』55.5% が上位に続いた。



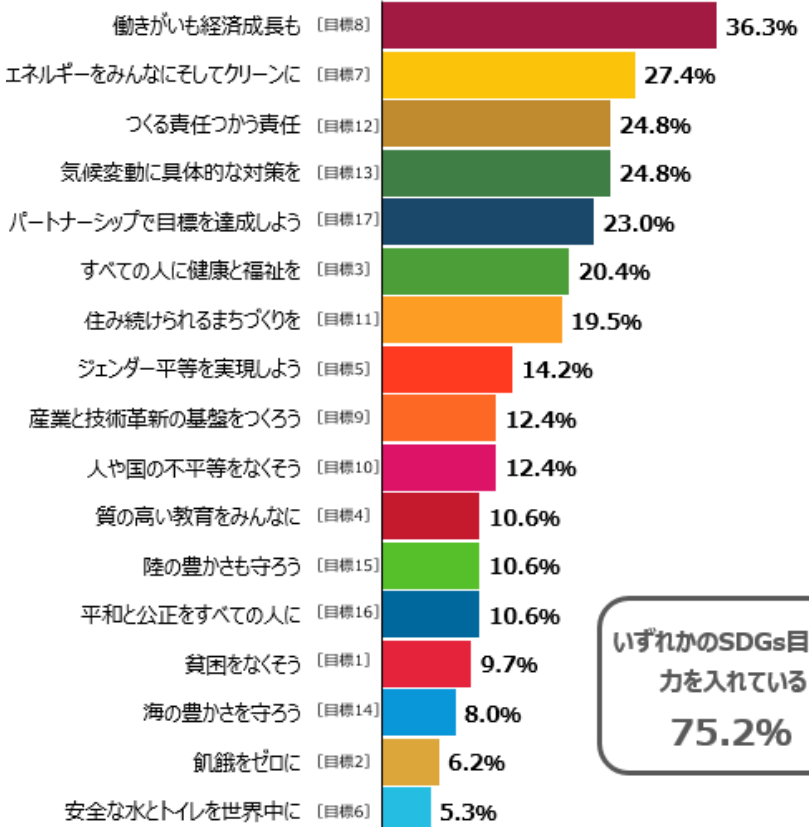
3. 現在力を入れている項目は「働きがいも経済成長も」がトップ

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 36.3% で最も高かった(複数回答、以下同)。次いで、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」(27.4%)、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」、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」(ともに 24.8%)が続いた。

次いで相互に協力し合うことの重要性を示した「パートナーシップで目標を達成しよう」(23.0%)は、前年から 4.5 ポイント上昇した。

総じて、いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は 75.2% 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くあることが分かった。

SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目 (複数回答)



注: 母数は本調査の全有効回答企業113社

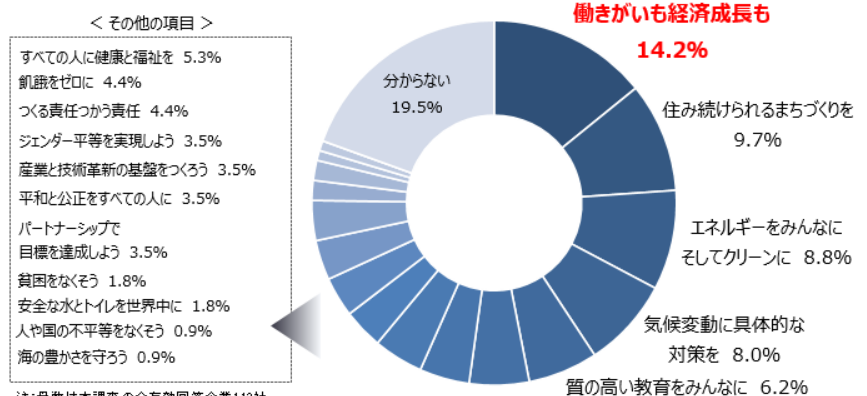
いずれかのSDGs目標に
力を入れている
75.2%

4. 今後最も力を入れたい項目も「働きがいも経済成長も」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、現在最も力を入れている項目と同様に「働きがいも経済成長も」が 14.2% でトップ、全項目のなかで唯一 1 割を超えた。

次いで、「住み続けられるまちづくりを」(9.7%)「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」(8.8%)が上位に続いた。

SDGs17 目標のうち、今後最も取り組みたい項目



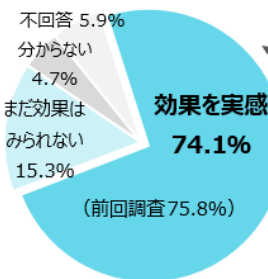
注: 母数は本調査の全有効回答企業113社

5. SDGs の効果を実感 7 割超、「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

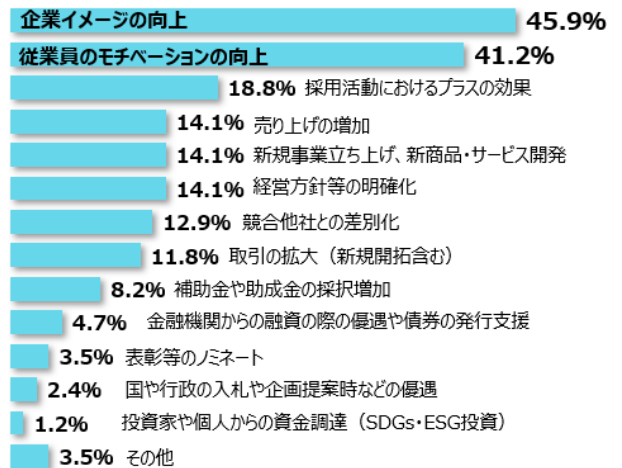
現在 SDGs 各目標に力を入れている

企業に取り組みによる効果を探ねたところ、『効果を実感』している企業の割合は 74.1% で前回調査から 1.7 ポイント減となった。

なかでも、「企業イメージの向上」が 45.9% 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」(41.2%)が続いた。以下、「採用活動におけるプラス



SDGs への取り組みによる効果



注：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85社(複数回答)

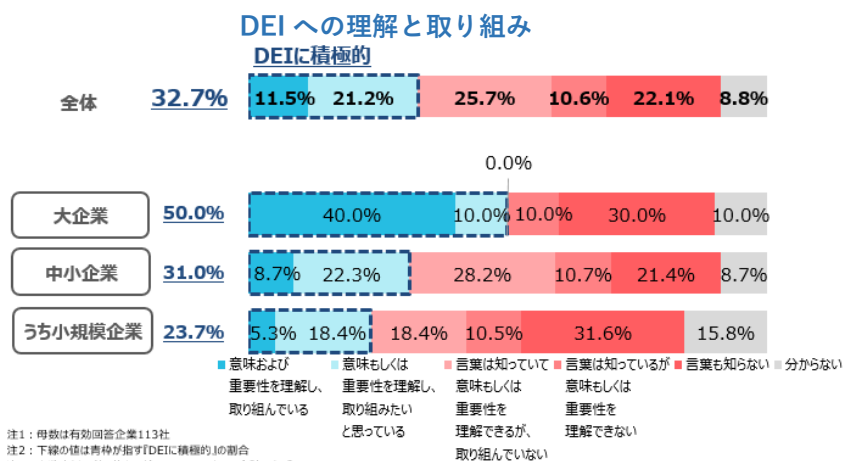
スの効果」(18.8%)、「売上げの増加」、SDGs をビジネスチャンスとして捉えた「新規事業立ち上げ、新商品・サービス開発」、「経営方針等の明確化」(いずれも 14.1%)が続いた。SDGs への取り組みは社会課題の解決への貢献だけでなく、ビジネスチャンスの獲得、ひいては業績の改善にも結びついている可能性が示された。

6. 3 社に 1 社が DEI (多様性、公平性、包摂性) への取り組みに積極的

SDGs との関連が深い「DEI¹ (Diversity=多様性、Equity=公平性、Inclusion=包摂性)」という考え方・取り組みへの注目度が高まりつつある。自社における DEI 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 11.5%、「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 21.2% だった。合計すると

32.7% となり、およそ 3 社に 1 社が『DEI に積極的』であることが判明した。

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 25.7%、「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 10.6%、「言葉も知らない」は 22.1% だった。しかし、「DEI」の言葉は知らないものの既に取り組んでいる企業の意見も聞かれた。



¹ DEI とともに表記される

まとめ

今年の調査では、29.2%の県内企業が現在、SDGs の意味等を理解し、取り組んでいることが判った。今後取り組みたい企業と合計すると『SDGs に積極的』な企業は 51.3%となり、前年からは後退した。しかし、SDGs の枠組みを意識せずに自然と SDGs に相当する取り組みを行っている企業の声もあり、実際に取り組んでいる企業の割合はさらに上昇するものとみられる。

また、SDGs に取り組む企業のうち、7 割超の企業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」、「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群を抜いて上位に並んでいた。ほか、売り上げの増加や新商品開発等につながった企業もあり、SDGs による社会課題の解決と企業の成長は両立できることが示唆される。

一方で、大企業と比べて中小企業では人的な問題や費用面での影響を危惧し、対応に消極的な答えもみられた。

環境や人権に対する人々の意識が高まっているなか、今後は SDGs に取り組んでいることが企業間の取引条件となるケースが増加するほか、商品の購入、入社動機のポイントにもなってくるだろう。対応が難しい中小企業は身近で、気軽にできることから取り組んでいくことが一策であるほか、実際の取り組み事例などの情報発信の強化や相談窓口の設置、補助金制度の充実など、公的支援によるサポートが引き続き望まれる。

県内企業の声(抜粋)	業種	規模
今後の世界での生き残りに重要なテーマ	電気機械製造	中小企業
親会社からの指導により、実施しているところが大きい	鉄鋼・非鉄・鋳業	中小企業
世界的にも取り組んでいることが当たり前という認識があるが、直接的なメリットが見いだせていない	飲食品・飼料製造	大企業
PIF が採択されたので、必然的に取り組んでいる	飲食品・飼料製造	中小企業
小規模企業にとっては日々の改善が少しでも何らかの貢献につながると感じている	機械製造業	中小企業
特に有意義な取り組みに感じない項目がある	飲食品小売	小規模企業

資料のお問い合わせ先

株式会社帝国データバンク 四日市支店

担当：服部 TEL 059-353-3411 FAX 059-353-4109

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。