

SDGs に関する埼玉県企業の意識調査（2024 年）

SDGs に積極的な企業、 52.8%と「前年を若干下回る」

～7 割が効果実感、「多様性」「働き方改革」などで企業イメージ向上～

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。

そこで、帝国データバンク大宮支店は現在の SDGs に関する埼玉県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 月調査とともにを行った。

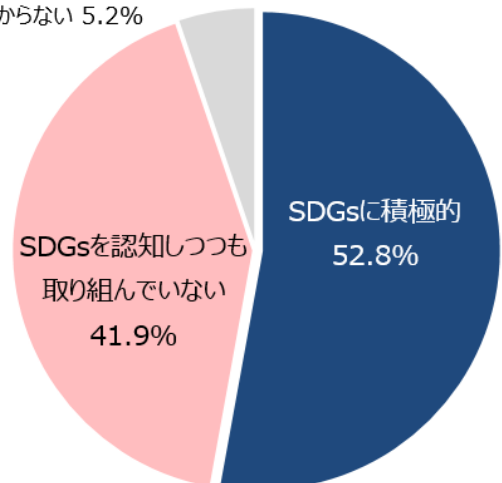
※調査期間は 2024 年 6 月 17 日～30 日、調査対象は 999 社で、有効回答企業数は 418 社（回答率 41.8%）。

調査結果（要旨）

- 『SDGs に積極的』な企業は 52.8%と前年を若干下回る。
- 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 7 割近くが 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
- 約 4 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

言葉も知らない/
分からない 5.2%



1. 『SDGsに積極的』は52.8%と前年を若干下回る結果に

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23.9%となり、前年より0.4ポイント上昇した。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28.9%で同0.7ポイント低下した。

合計すると『SDGsに積極的』な企業は0.3ポイント減の52.8%と、調査開始以降で初めて前年を下回った。

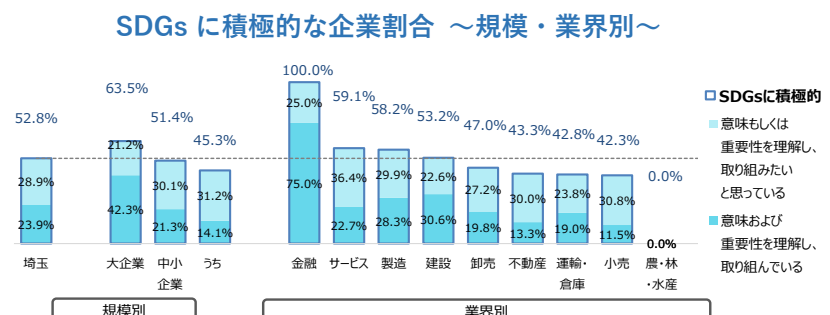
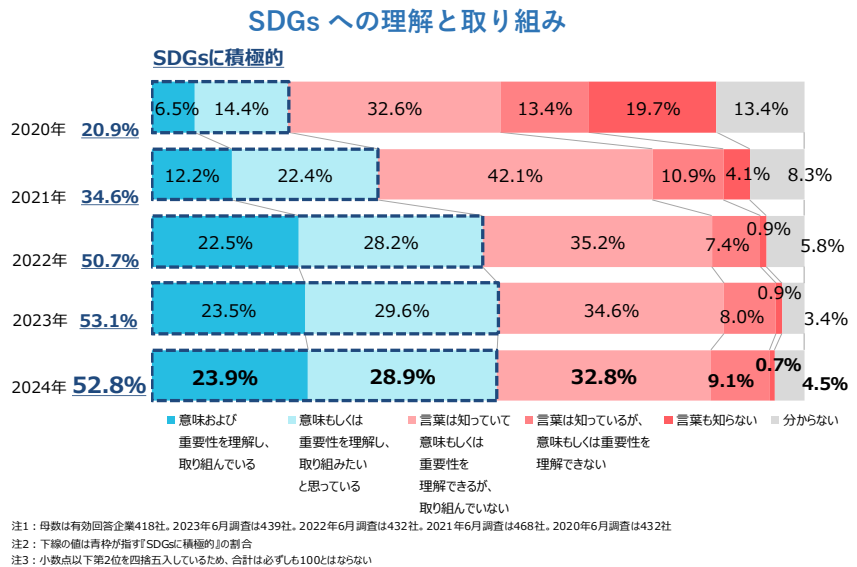
「言葉は知っていて意味もしくは重要性を理解できるが、取り組んでいない」は32.8%、「言葉は知っているが意味もしくは重要性を理解できない」は9.1%だった。合計すると、SDGsを認知しつつも取り組んでいない企業は41.9%となり、『SDGsに積極的』な企業を10ポイント以上下回った。企業からは「欧州中心の考え方であり、矛盾が多数ある。日本版 SDGsを作成した方が良い」（農・林・水産）といった声もあった。

2. 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63.5%と、全体を大幅に上回った。「中小企業」では51.4%、うち「小規模企業」では45.3%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。中小企業からは「日常の業務優先で目配りすることはできない」（製造）のような厳しい声が聞かれたほか、「まだまだ、中小企業には厳しい課題である」（製造）といったコメントもあった。

他方、SDGsに積極的な企業を業界別にみると、『金融』が100.0%で最も高く、『サービス』が59.1%で続いた。

他方、SDGsに積極的な企業を業界別にみると、『金融』が100.0%で最も高く、『サービス』が59.1%で続いた。



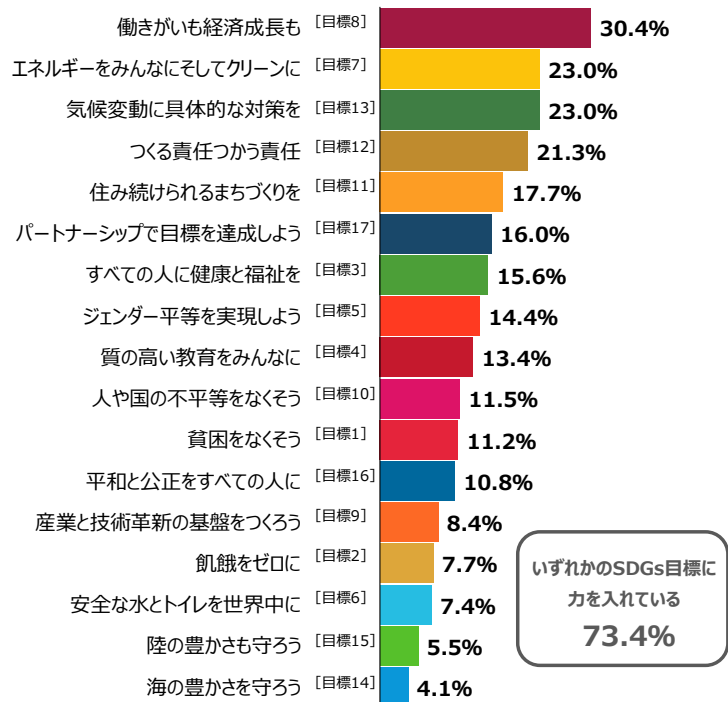
3. 現在力を入れている項目は「働きがいも経済成長も」がトップ

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 30.4%
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」23.0%、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」23.0%は前年
比で最も上昇(3.2 ポイント増)、リサ
イクル活動などを含む「つくる責任つ
かう責任」21.3%が続いた。

近年政府が注力している女性活躍
推進などを含む「ジェンダー平等を実
現しよう」14.4%は前年比 2.6 ポイン
ト増となった。

総じて、いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は 73.4%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)

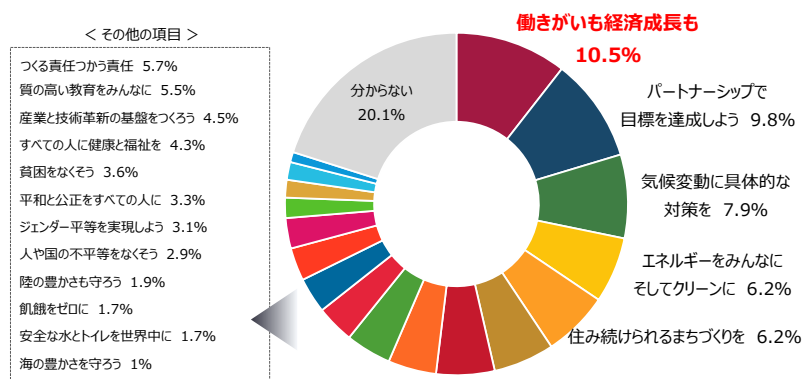


4. 今後最も力を入れたい項目も「働きがいも経済成長も」がトップ

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
10.5%でトップ、全項目のなか
で唯一 1 割を超えた。

次いで、「パートナーシップ
で目標を達成しよう」9.8%や、
「気候変動に具体的な対策を」
7.9%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

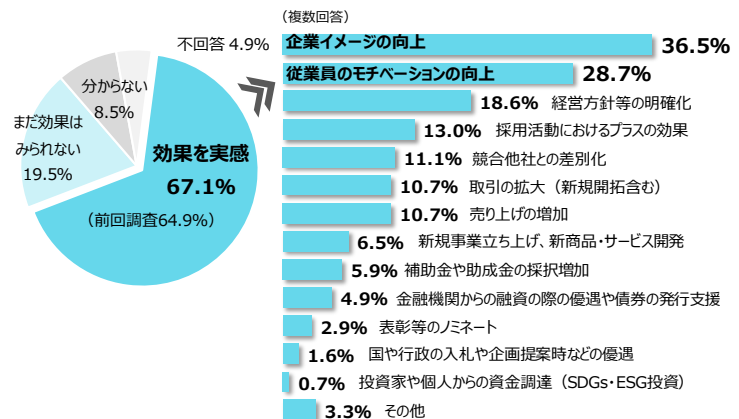


5. 企業の 7 割が SDGs の効果を実感、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位

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回調査 (64.9%) から 2.2 ポイント増の 67.1% となった。

なかでも、「企業イメージの向上」が 36.5% 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」が 28.7% で続いた。以下、「経営方針等の明確化」18.6%、「採用活動におけるプラスの効果」13.0% が続いた。また、「取引先の拡大」、「売上げの増加」が共に 10.7% と、SDGs をビジネスチャンスとして捉え、「新規事業立ち上げ、新商品・サービス開発」につながった企業が 6.5% あり、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。

SDGs への取り組みによる効果



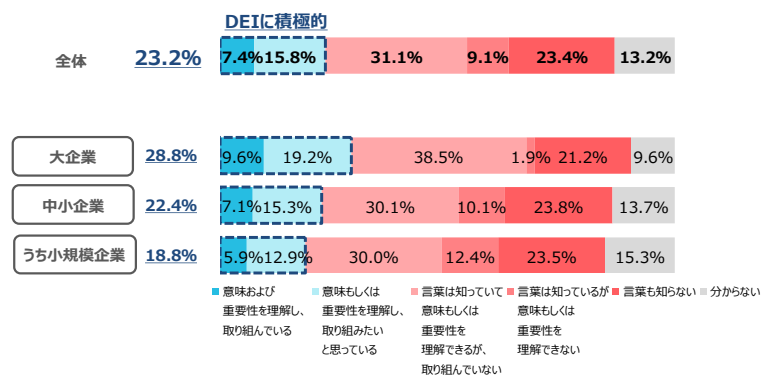
6. 約 4 社に 1 社が DEI (多様性、公平性、包摂性) への取り組みに積極的

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 7.4%、「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 15.8% だった。合計すると 23.2% となり、約 4 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 31.1%、「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 9.1%、「言葉も知らない」は 23.4% だった。

「DEI については経営方針再構築に取り込みたい」(製造) のように、積極的な姿勢を見せる企業の存在も確認できた。

DEI への理解と取り組み



¹ DEI とも表記される

まとめ

本調査の結果、23.9%の企業が現在、SDGs の意味等を理解し、取り組んでいることが明らかになった。取り組みたい企業と合計すると『SDGs に積極的』な企業は 52.8%と調査開始以降で初めて前年を下回ったが、約 5 割の企業が SDGs に積極的との結果がでた。また、SDGs を意識せずに SDGs に該当する取り組みを行っている企業もあり、実際に取り組んでいる企業の割合はさらに高いとも考えられる。

なかでも、SDGs に取り組む企業のうち、約 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」が 36.5% トップだったほか、「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、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た。

一方で、特に中小企業からは「人材面・費用面における厳しさ」のほか、「業績の改善など優先すべき対応がある」といった声が聞かれた。また、規模が小さい企業にとってはハードルが高いといった意見や、どのように対応すれば良いか分からない企業もあった。

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。

調査先企業の属性

1. 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

株式会社帝国データバンク 大宮支店

【問い合わせ先】 情報部 048-643-2080

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。