

『SDGs に前向き』 2 年連続で低下

SDGs 目標に力を入れている企業、
47.5%が成果を実感

中国地方・SDGsに関する企業の意識調査(2026 年)



本件照会先

牧 秀樹、松岡 静生、玄道 一成
帝国データバンク
広島支店 情報部
TEL:082-247-5930(直通)
info.hiroshima@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/08/13

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』な企業の割合は 52.8%で前年から 1.5 ポイント低下し、2 年連続で前年を下回った。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」が 29.2%、「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 23.6%となった。また、SDGs への取り組みによる成果を実感している企業は 47.5%で、「従業員満足度が向上した」「経営方針等が明確化された」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、

広島支店で中国地方に本社を置く企業の結果を集計・分析した。

調査期間は 2026 年 6 月 17 日～6 月 30 日。

調査対象は中国地方 1511 社で、有効回答企業数は 641 社(回答率 42.4%)。

本調査は 2020 年 6 月以降、毎年 6 月に実施し、今回が 7 回目。

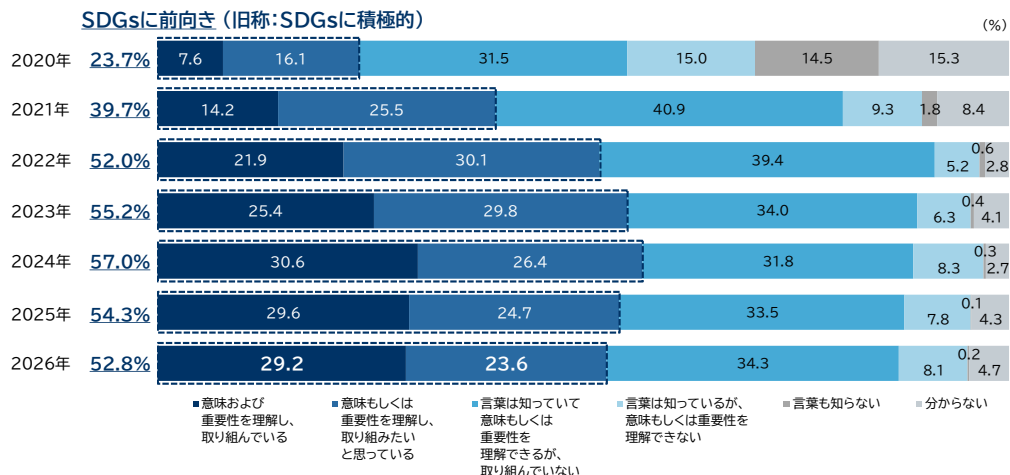
1.『SDGsに前向き』な企業、2年連続で前年を下回る

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」と回答した企業は641社中187社、構成比29.2%を占めた。前回の2025年6月調査(29.6%)から0.4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23.6%(151社)で、前回調査(24.7%)から1.1ポイント低下した。この2項目を合計した『SDGsに前向き』は52.8%(338社)となり、前回調査(54.3%)から1.5ポイント低下し、2年連続で前年を下回った。

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」は34.3%(220社)で最も高く、前回調査(33.5%)から0.8ポイント上昇した。「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」は8.1%(52社)となり、これらを合わせた『SDGsを認知しつつも取り組んでいない』は42.4%(272社)となり、4割台の状況が続いた。

規模別でみると、『SDGsに前向き』では、「大企業」(構成比70.2%・59社)が「中小企業」(50.1%・279社)より20.1ポイントも高かった。一方、『SDGsを認知しつつも取り組んでいない』では、「中小企業」(44.5%・248社)が「大企業」(28.6%・24社)より15.9ポイント高かった。

SDGs への理解と取り組み



注1:『SDGsに前向き』は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」と「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」の合計で、2025年調査までの『SDGsに積極的』から名称のみ変更
注2:母数(有効回答企業)は、2026年641社、2025年693社、2024年739社、2023年761社、2022年782社、2021年656社、2020年654社
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

(構成比%, カッコ内社数)									
2026年6月調査	SDGsに前向き	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んでいない	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
全国	52.6 (5,474)	30.3 (3,150)	22.3 (2,324)	42.5 (4,429)	34.3 (3,574)	8.2 (855)	0.4 (45)	4.5 (465)	100.0 (10,413)
中国	52.8 (338)	29.2 (187)	23.6 (151)	42.4 (272)	34.3 (220)	8.1 (52)	0.2 (1)	4.7 (30)	100.0 (641)
大企業	70.2 (59)	44.0 (37)	26.2 (22)	28.6 (24)	22.6 (19)	6.0 (5)	0.0 (0)	1.2 (1)	100.0 (84)
中小企業	50.1 (279)	26.9 (150)	23.2 (129)	44.5 (248)	36.1 (201)	8.4 (47)	0.2 (1)	5.2 (29)	100.0 (557)
うち小規模	40.4 (86)	21.6 (46)	18.8 (40)	51.2 (109)	38.5 (82)	12.7 (27)	0.5 (1)	8.0 (17)	100.0 (213)
農・林・水産	63.7 (7)	27.3 (3)	36.4 (4)	27.3 (3)	18.2 (2)	9.1 (1)	0.0 (0)	9.1 (1)	100.0 (11)
金融	37.5 (3)	12.5 (1)	25.0 (2)	62.5 (5)	62.5 (5)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (8)
建設	46.0 (45)	32.7 (32)	13.3 (13)	48.0 (47)	34.7 (34)	13.3 (13)	0.0 (0)	6.1 (6)	100.0 (98)
不動産	47.4 (9)	26.3 (5)	21.1 (4)	42.1 (8)	31.6 (6)	10.5 (2)	0.0 (0)	10.5 (2)	100.0 (19)
製造	62.0 (103)	34.9 (58)	27.1 (45)	33.7 (56)	26.5 (44)	7.2 (12)	0.0 (0)	4.2 (7)	100.0 (166)
卸売	51.8 (72)	26.6 (37)	25.2 (35)	44.6 (62)	38.1 (53)	6.5 (9)	0.7 (1)	2.9 (4)	100.0 (139)
小売	45.4 (30)	24.2 (16)	21.2 (14)	47.0 (31)	36.4 (24)	10.6 (7)	0.0 (0)	7.6 (5)	100.0 (66)
運輸・倉庫	46.1 (12)	19.2 (5)	26.9 (7)	50.0 (13)	34.6 (9)	15.4 (4)	0.0 (0)	3.8 (1)	100.0 (26)
サービス	52.8 (56)	28.3 (30)	24.5 (26)	43.4 (46)	39.6 (42)	3.8 (4)	0.0 (0)	3.8 (4)	100.0 (106)
その他	50.0 (1)	0.0 (0)	50.0 (1)	50.0 (1)	50.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)
鳥取	55.5 (30)	29.6 (16)	25.9 (14)	38.9 (21)	33.3 (18)	5.6 (3)	0.0 (0)	5.6 (3)	100.0 (54)
鳥根	51.6 (48)	26.9 (25)	24.7 (23)	45.1 (42)	33.3 (31)	11.8 (11)	0.0 (0)	3.2 (3)	100.0 (93)
岡山	50.7 (77)	33.6 (51)	17.1 (26)	41.5 (63)	33.6 (51)	7.9 (12)	0.7 (1)	7.2 (11)	100.0 (152)
広島	54.9 (123)	29.5 (66)	25.4 (57)	40.7 (91)	31.3 (70)	9.4 (21)	0.0 (0)	4.5 (10)	100.0 (224)
山口	50.9 (60)	24.6 (29)	26.3 (31)	46.6 (55)	42.4 (50)	4.2 (5)	0.0 (0)	2.5 (3)	100.0 (118)

注1: 網掛けは、中国地方の全体以上を表す
注2: 母数は有効回答企業641社

2. いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は 72.9%、 5 年連続で 7 割を超える

SDGsで掲げられている 17 目標のうち、現在力を入れている項目を尋ねたところ(複数回答、以下同)、目標の 8 つ目である「働きがいも経済成長も」が 641 社中 240 社、構成比 37.4%で最も高かった。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」が 23.9%(153 社)、「つくる責任つかう責任」が 21.5%(138 社)、「住み続けられるまちづくりを」が 21.2%(136 社)で 2 割を超えた。

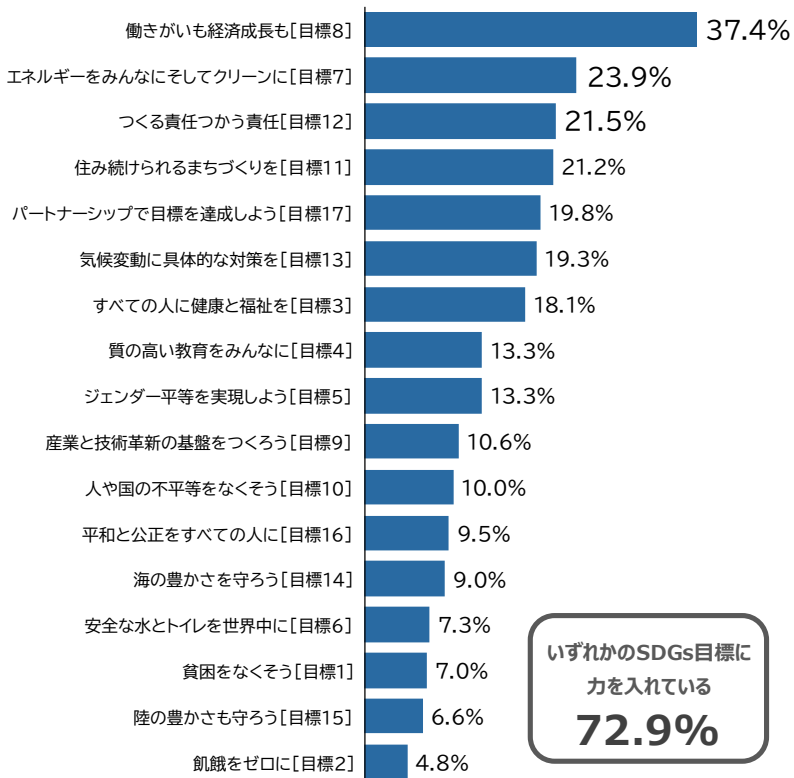
以下、「パートナーシップで目標を達成しよう」(19.8%・127 社)、「気候変動に具体的な対策を」(19.3%・124 社)、「すべての人に健康と福祉を」(18.1%・116 社)、「質の高い教育をみんなに」「ジェンダー平等を実現しよう」がともに 13.3%(各 85 社)、「産業と技術革新の基盤をつくろう」(10.6%・68 社)、「人や国の不平等をなくそう」(10.0%・64 社)が続いた。

いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は 72.9%(467 社)となった。前年(75.3%)から 2.4 ポイント低下したものの、5 年連続で 7 割を超えた。

規模別では、「大企業」が 83.3%で、前年の 81.7%から 1.6 ポイント上昇した。一方、「中小企業」は 71.3%で、前年の 74.5%から 3.2 ポイント低下し、取り組みの広がりに一服した様子が表れている。

SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目・企業

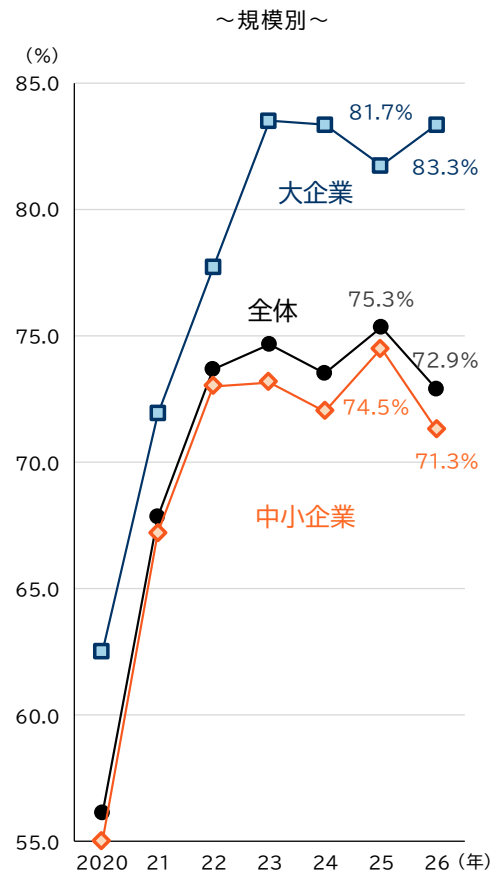
SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)



注:母数(有効回答企業数)は、641社

いずれかのSDGs目標に
力を入れている
72.9%

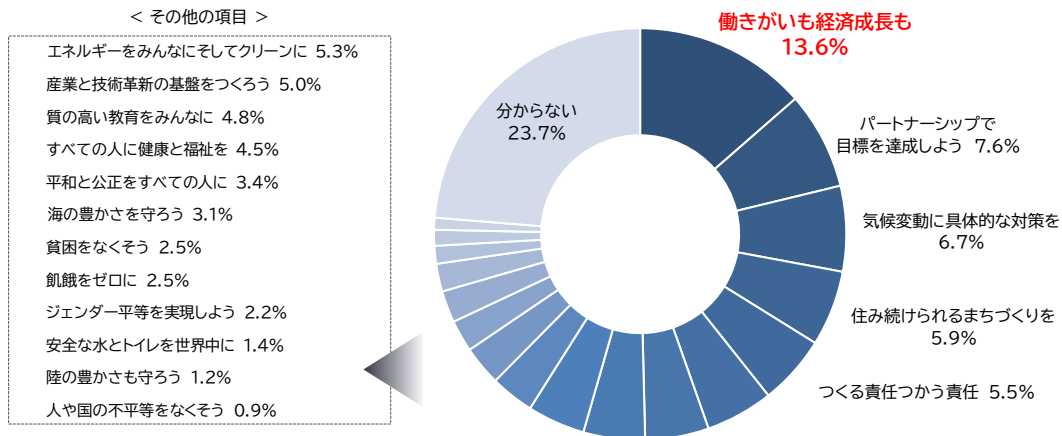
いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業 推移



3. 今後最も取り組みたい目標、「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、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 641 社中 87 社、構成比 13.6%でトップ。以下、「パートナーシップで目標を達成しよう」(7.6%・49 社)、「気候変動に具体的な対策を」(6.7%・43 社)、「住み続けられるまちづくりを」(5.9%・38 社)、「つくる責任つかう責任」(5.5%・35 社)が続いた。雇用環境と経済成長の向上に加え、他企業や地域社会との連携を通じた目標達成や、気候変動などによる災害発生への備えを意識する企業の傾向が多くみられた。

SDGs の 17 目標のうち、今後最も取り組みたい目標

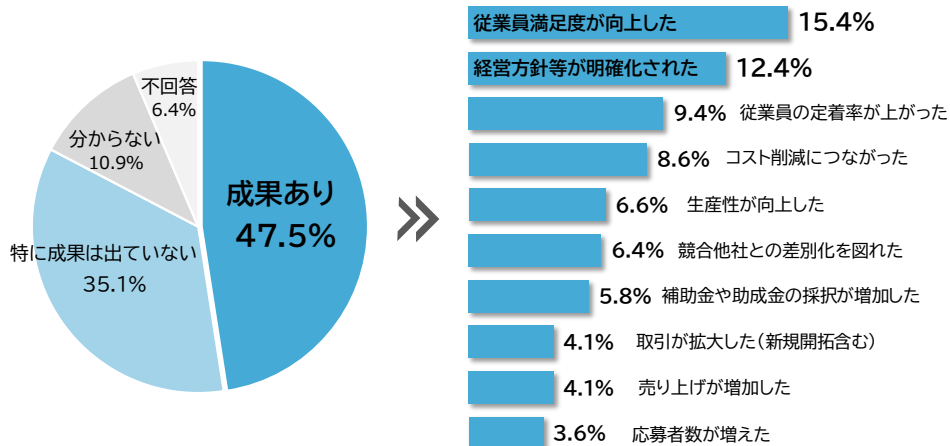


4. SDGs に取り組む企業の 47.5%が成果を実感

いずれかのSDGs目標に力を入れている企業 467 社に、取り組みによる成果を尋ねたところ(複数回答、以下同)、『成果あり』の企業は 47.5%(222 社)で半数近くを占めた。

具体的な成果では、「従業員満足度が向上した」が構成比 15.4%(72 社)で最も高かった。次いで、「経営方針等が明確化された」(12.4%・58 社)、「従業員の定着率が上がった」(9.4%・44 社)となり、SDGsへの取り組みは、従業員のエンゲージメント向上や組織運営の強化に加え、人材の定着化につながっていることがうかがえた。

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467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

まとめ

本調査の結果、『SDGsに前向き』な中国地方の企業の割合は52.8%となり、2年連続で前年を下回った。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29.2%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23.6%となった。

SDGsの17目標のうち、現在力を入れている項目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。いずれかのSDGs目標に力を入れている企業は72.9%となり、前年を下回ったものの、5年連続で7割を超えた。また、取り組みを通じて、「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、組織運営面での成果を実感している企業が半数近くを占めた。

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34.3%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8.1%となった。これらをあわせた『SDGsを認知しつつも取り組んでいない』は42.4%となり、4割台の状況が続いた。経営資源が限られる中小企業では、SDGsを経営課題として組み込み、比較的負担の少ない施策から段階的に取り組むことで、社会的価値の創出への第一歩となるだろう。

企業からの声

- ・SDGsは成果を得るためではなく、企業としての姿勢や考え方に関わるものと認識している
(電気機械製造・広島)
- ・社会全体として、SDGsに対する取り組み意識が低下しているように感じる
(繊維製品卸・広島)
- ・小規模事業者では実施できる取り組みや投じられるコストに限りがあり、その成果も見えにくい。本業へ真摯に取り組み、従業員を含む関係者に迷惑をかけないようにすることで精一杯の状況(鉄鋼卸・広島)
- ・取り組みを検討する余裕がなく、自社経営の先行きに不安を感じている
(繊維製品製造・広島)
- ・理念自体は意義のあるものと考えているが、その必要性について疑問を感じる取り組みも少なくない
(繊維製品製造・岡山)
- ・将来に向けて必要な考え方である一方、現状では理念やスローガンとして扱われるにとどまっている
(化学品製造・岡山)
- ・成果は見えにくいものの、社内への影響を考慮しながら今後も取り組んでいきたい(化学品製造・岡山)
- ・今後は経営計画にも反映しながら、取り組みを進めていく必要がある
(飲食料品製造・山口)
- ・SDGsは、国や地域を問わず全世界で足並みを揃え、継続的な改善を目指して取り組むべき
(化学品製造・山口)
- ・企業経営と結び付けた形で活動を展開することは容易ではないが、可能な限り意識しながら取り組んでいきたい
(専門商品小売・鳥取)
- ・目立った成果が得られておらず、取り組みの意義について疑問を感じている
(専門商品小売・鳥取)
- ・経営面における実務的なメリットはあまり感じられず、企業イメージ向上の効果も限定的
(建設・島根)
- ・目に見える成果にはつながりにくく、取り組んで当然という風潮がある
(機械製造・島根)
- ・自社で取り組める範囲から進め、社員へSDGsの意義を共有している。今後も実践可能な取り組みを模索しながら社会に貢献していきたい
(アパレル・島根)