

「SDGs に前向き」は 48.2% 2 年連続で低下

実践企業は過去最高も、
取り組みの広がりには一服感

北海道・SDGs に関する企業の意識調査(2026 年)



本件照会先

松田 尚也(調査担当)
帝国データバンク
札幌支店情報部
011-272-3933(直通)
問合せ先: info.sapporo@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/07/31

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』な北海道内企業は、前年比 2.4 ポイント減の 48.2%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中で一定の定着をみせるものの、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 39.4%は何らかの成果を実感している。「従業員満足度の向上」など、人材面での効果も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札幌支店は、道内 880 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。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:北海道内 880 社、有効回答企業数は 438 社(回答率 49.8%)

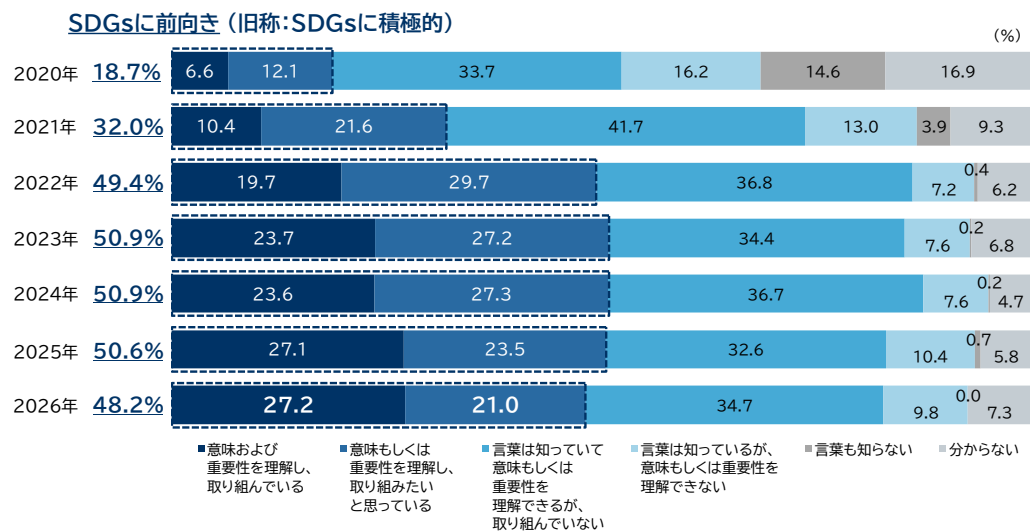
『SDGs に前向き』な企業、2 年連続で減少

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」道内企業は前年比 0.1 ポイント増の 27.2%となり、2020 年の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」は同 2.5 ポイント減の 21.0%だった。この結果、『SDGs に前向き』な企業は同 2.4 ポイント減の 48.2%となり、2 年連続で低下した。

また、「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 34.7%、「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 9.8%だった。両者を合わせた『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業は前年比 1.5 ポイント増の 44.5%となった。

実際に取り組む企業の割合が過去最高となる一方、取り組みの裾野は縮小している。

SDGs への理解や取り組み



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438社、2025年451社、2024年488社、2023年511社、2022年552社、2021年537社、2020年563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

実際に企業からは、「公共的な役割から積極的に展開しているが、周囲には SDGs 疲れがみられる」(放送)、「一時の広報活動がひと段落した感が否めず、国民が皆で取り組む姿勢が見られなくなった」(建設)といった声が聞かれるなど、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。

取り組みが定着している企業では、「もともと成果を求めるものではなく、住み続けられる街づくりは企業が存続するうえでの原点であり、積極的に取り組んでいきたいと思う」(建設)などの声も寄せられた。

「SDGsに取り組んでいる」、業界別では「金融」が先行

業界別に「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」道内企業の割合をみると、『金融』の45.5%（前年61.5%）が最も高く、次いで『農・林・水産』が42.9%（同25.0%）となり、4割台が続いた。『建設』も37.9%（同35.0%）で4割近くとなり、高い水準を示した。

また、前年比で割合が上昇したのは前出の『農・林・水産』と『建設』に加えて、『運輸・倉庫』（20.0%、前年15.8%）と『小売』（19.2%、同15.1%）の4業界だった。

一方、『金融』や『サービス』（27.0%、前年28.6%）、『不動産』（22.7%、同25.0%）、『卸売』（21.5%、同23.9%）、『製造』（20.8%、同23.3%）の5業界で割合が低下した。企業からは「どれだけ影響があるのか不透明」（飲食料品・飼料製造）、「具体的な方法が、まだわからない」（飲食料品卸売）といった声が聞かれた。

SDGsに取り組んでいる企業の割合～業界別～

	2026年	2025年	前年比	
全体	27.2%	27.1%	+0.1pt	
業界別	金融	45.5%	61.5%	-16.0pt
	農・林・水産	42.9%	25.0%	+17.9pt
	建設	37.9%	35.0%	+2.9pt
	サービス	27.0%	28.6%	-1.6pt
	不動産	22.7%	25.0%	-2.3pt
	卸売	21.5%	23.9%	-2.4pt
	製造	20.8%	23.3%	-2.5pt
	運輸・倉庫	20.0%	15.8%	+4.2pt
	小売	19.2%	15.1%	+4.1pt

注1:母数(有効回答企業)は、2026年438社、2025年451社

注2:2026年の値が高い順に掲載

いずれかのSDGs目標に力を入れる企業は約7割 大企業での取り組みの広がりは一服か

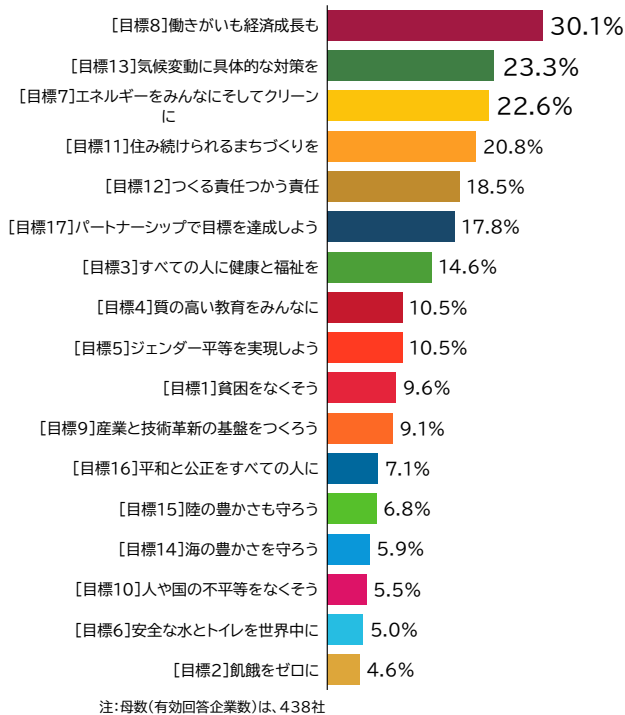
SDGs17の目標のうち、現在力を入れている項目を尋ねたところ、働き方改革や労働者の能力向上などを含む「働きがいも経済成長も」が30.1%で最も高かった（複数回答、以下同）。次いで、カーボンニュートラル製品の使用などを含む「気候変動に具体的な対策を」（23.3%）、再生可能エネルギーの利用などを含む「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」（22.6%）、「住み続けられるまちづくりを」（20.8%）、「つくる責任つかう責任」（18.5%）が続いた。人材・雇用に関する目標と、エネルギーや脱炭素、資源循環といった環境関連の目標が上位に入り、自社の事業活動と結び付けやすいテーマを中心に取り組んでいることが分かる。

企業からは、「河川・海岸の調査・計画・設計業務を通じて、生態系に配慮した河川環境の保全、土砂管理の適正化、森林・湿地の保全に取り組んでいる。また、自然再生や多様な生物が生息できる環境づくりを支援し、地域の持続可能な自然資源の保全に貢献している」（専門サービス）との声が聞かれた。

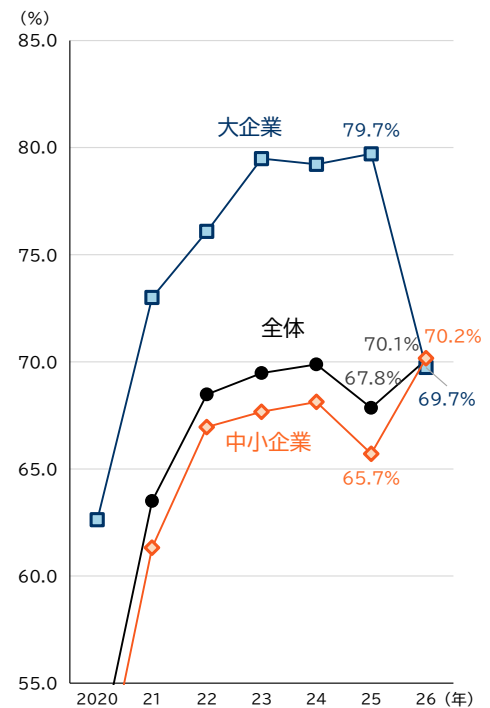
いずれかの SDGs 目標に力を入れている道内企業の割合は 70.1% となり、前年の 67.8% から 2.3 ポイント上昇した。企業規模別にみると、「大企業」は 69.7% で、前年の 79.7% から 10.0 ポイント低下した。一方、「中小企業」は 70.2% と、前年の 65.7% から 4.5 ポイント上昇した。今回の結果からは、大企業における取り組みの広がりが一服した様子も表れている。

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)

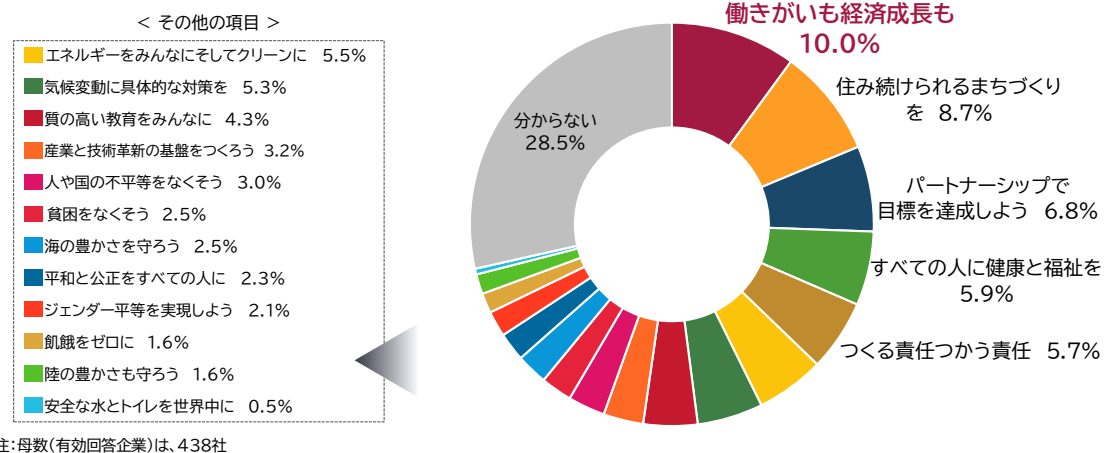


いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業 推移
～規模別～



今後、最も取り組みたい項目では、「働きがいも経済成長も」が 10.0% でトップとなり、全項目の中で唯一 1 割を超えた。次いで、「住み続けられるまちづくりを」(8.7%) や「パートナーシップで目標を達成しよう」(6.8%) が上位に並んだ。

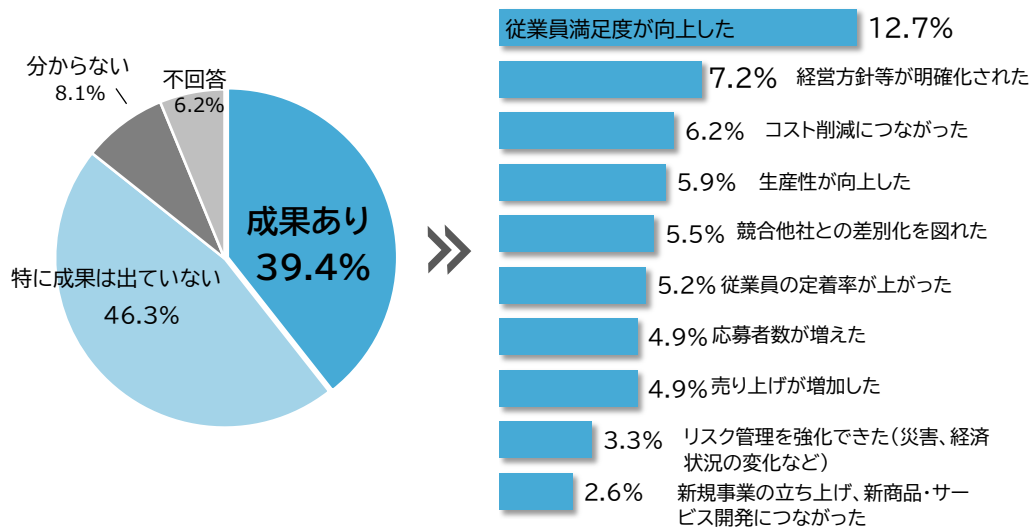
SDGs17 目標のうち、今後最も取り組みたい項目



SDGsに取り組む企業の39.4%が成果を実感 「従業員満足度が向上した」がトップ

いずれかの SDGs 目標に力を入れている道内企業に取り組みによる成果を尋ねたところ、『成果あり』の企業は 39.4%だった。具体的な成果では、「従業員満足度が向上した」(12.7%)がトップとなり(複数回答、以下同)、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」(7.2%)も上位に入り、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)



一方で、企業からは『「SDGs 宣言」を作成し、社員の意識向上に努めているが、実際の企業活動とリンクしておらず、目に見えた効果はない」(建材・家具、窯業・土石製品卸売)、「何かの成果を求めるのではなく、取り組むことが当然になっている」(その他製造)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」道内企業は 27.1%から 27.2%に微増となり過去最高を更新したものの、「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 23.5%から 21.0%へ低下した。このことから、SDGs が企業経営に定着する一方、取り組みの裾野は拡大局面から選別局面へ移りつつあることが示唆された。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。

SDGs に取り組んでいる企業のうち、『成果あり』と回答した企業は 39.4%で、従業員満足度の向上や経営方針の明確化、コスト削減など、組織運営面での成果が表れている。今後は、SDGs を独立した社会貢献活動として掲げるのではなく、人材確保、生産性向上、省エネルギー、コスト削減、取引拡大など、各社

の経営課題に組み込めるかが焦点といえる。また、活動と事業の接続、効果測定、社内共有には改善余地がある。

国連の「持続可能な開発目標報告 2026」では、中東情勢の軍事的緊張が原油価格や物価の上昇につながり、各国財政を圧迫することで、教育、保健、クリーンエネルギーなど将来への投資余力を狭める可能性を示した。SDGs の進展は企業や政府の意思だけではなく、国際情勢や経済環境にも左右される。2030 年までに SDGs を達成するためには、政府、金融機関、取引先には、資金支援に加え、業種別の実践例や効果測定の方法を示し、外部環境が悪化しても取り組みを継続できる基盤づくりが求められる。経営資源が限られる中小企業では、既存業務を SDGs の観点から整理し、負担の小さい施策から始めることが現実的といえる。理念を掲げるだけではなく、経営課題の解決と社会的成果を同時に追える実行体制を築くことが必要となろう。

