

「SDGs に積極的」は 51.5% 初の前年比低下

「実践企業」が低下も「意欲ある企業」は上昇
「企業イメージの向上」を実感する企業が最多

新潟県・SDGs に関する企業の意識調査(2025 年)



本件照会先

目黒 健太郎(調査担当)
帝国データバンク
新潟支店
025-245-5606
info.niigata@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/08/14

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 に積極的』な企業の割合は前年比 1.8 ポイント減の 51.5%となり、初めて低下した。内訳は、「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」が同 0.9 ポイント増の 24.3%と過去最高となったが、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」が同 2.7 ポイント減の 27.2%と低下したことで、全体では低下する結果となった。SDGsの項目に取り組む企業の 65.2%がその効果を実感、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位に並んだ。

※株式会社帝国データバンク新潟支店は、新潟県 480 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。

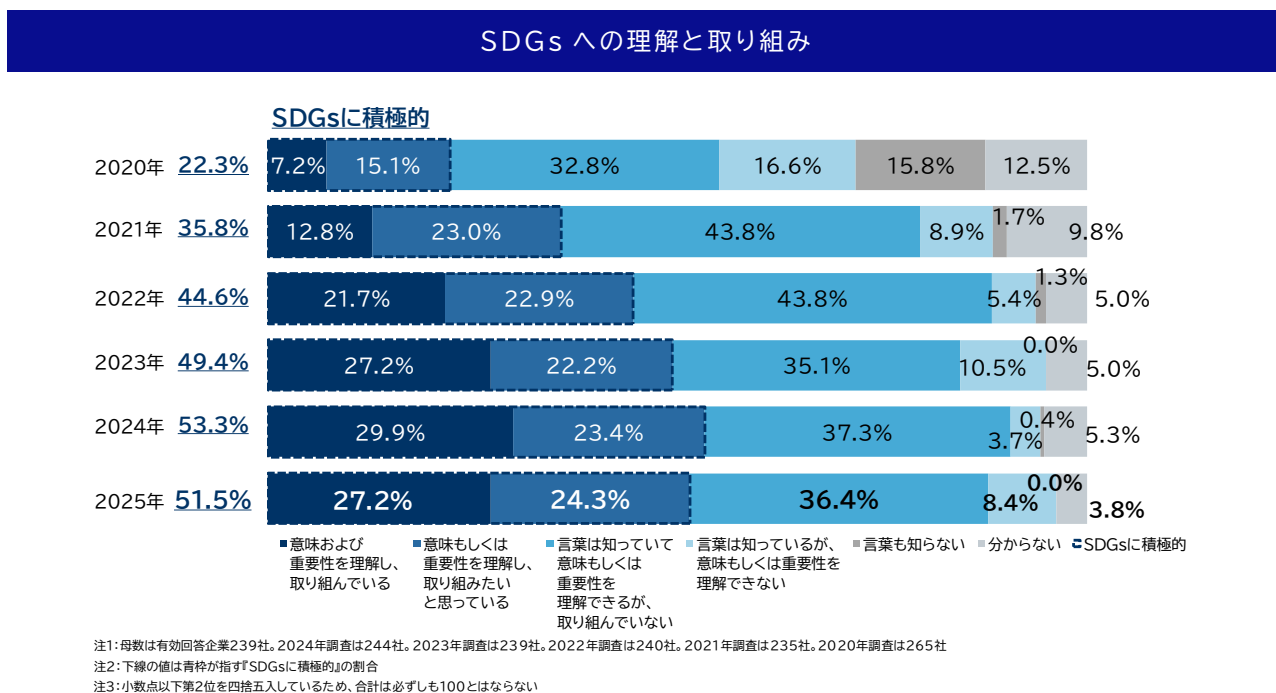
調査期間:2025 年 6 月 17 日～6 月 30 日(インターネット調査)

調査対象:新潟県 480 社、有効回答企業数は 239 社(回答率 49.8%)

「SDGsに取り組んでいる」企業の割合は前年から低下し 27.2%も、「取り組みたいと思っている」企業の割合は上昇

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 2.7 ポイント減の 27.2%とやや低下した。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」は同 0.9 ポイント増の 24.3%だった。これらを合計した『SDGs に積極的』な企業は同 1.8 ポイント減の 51.5%と、初めて前年から低下する結果となった。

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 36.4%、「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 8.4%で、これらを合計した『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業は同 3.8 ポイント増の 44.8%となった。

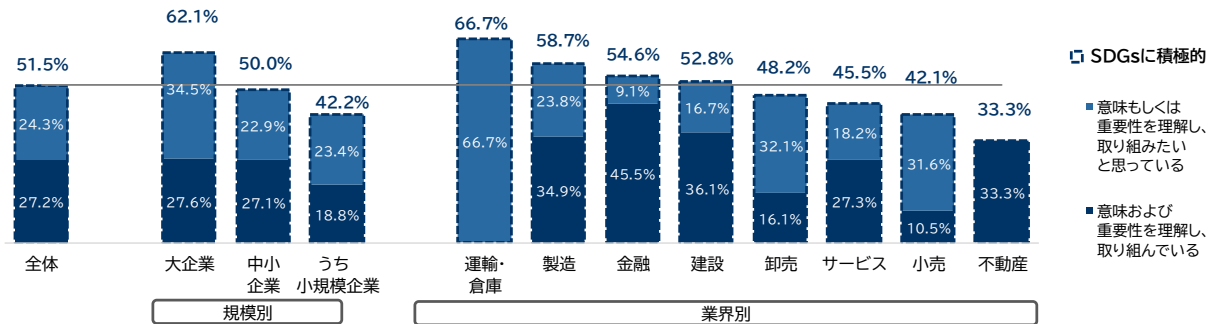


規模が小さいほど『SDGs に積極的』な企業割合低く

企業規模別にみると、「大企業」では SDGs に積極的な企業が 62.1%と、全体(51.5%)を 10.6 ポイント上回った。一方、「中小企業」では 50.0%、うち「小規模企業」では 42.2%となり、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にある。

また、SDGs に積極的な企業を業界別にみると、『運輸・倉庫』が 66.7%で最も高く、『製造』が 58.7%で続いた。

SDGs に積極的な企業割合～規模・業界別～

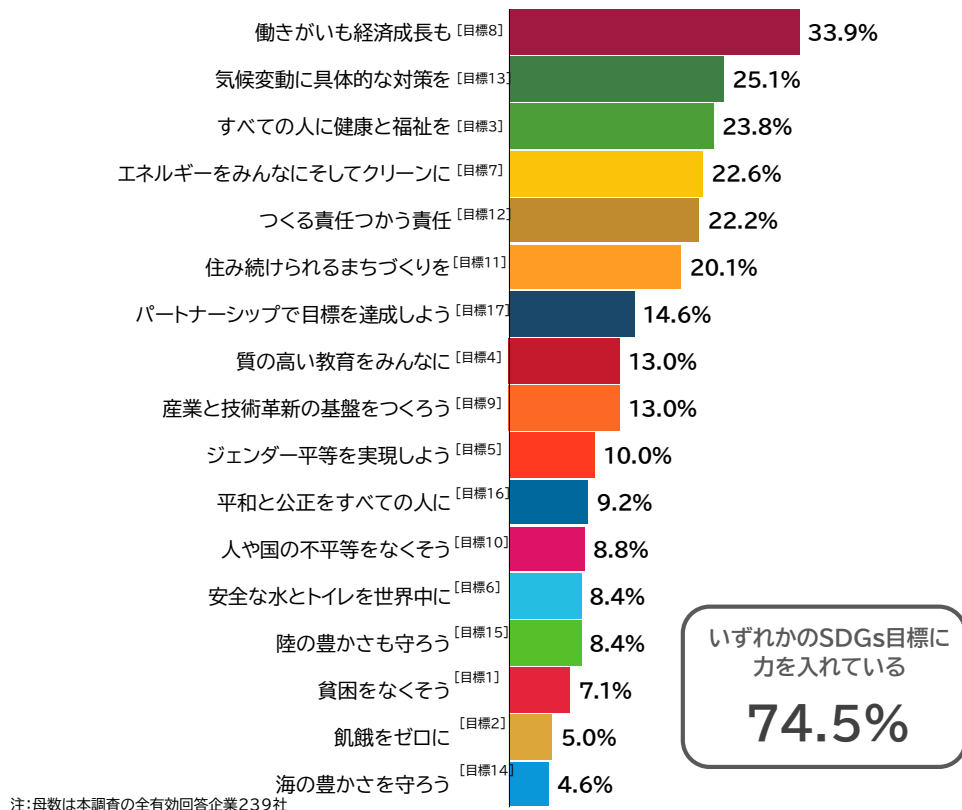


現在力を入れている項目は「働きがいも経済成長も」がトップ

SDGs17 の目標の中で、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33.9%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」(25.1%)、子どもから大人まで、みんなが健康でいられる、安心して暮らせる福祉サービスが受けられることなどを含む「すべての人に健康と福祉を」(23.8%)、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%)が続いた。

総じて、いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は 74.5%となった。

SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)

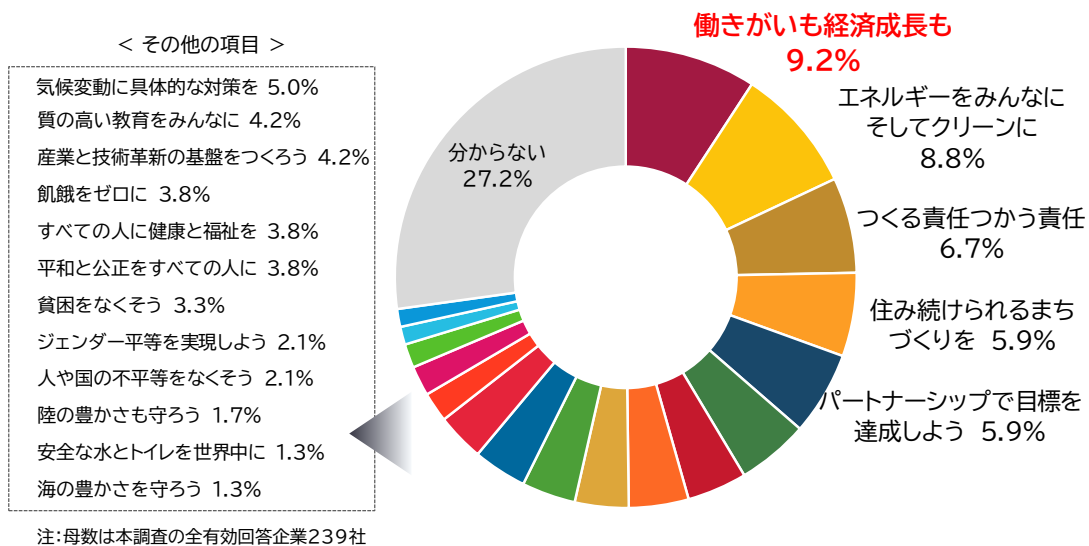


今後最も取り組みたい項目も「働きがいも経済成長も」がトップ

今後、最も取り組みたい項目について尋ねたところ、現在力を入れている項目と同様に「働きがいも経済成長も」が9.2%でトップとなった。

このほか、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」(8.8%)や「つくる責任つかう責任」(6.7%)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



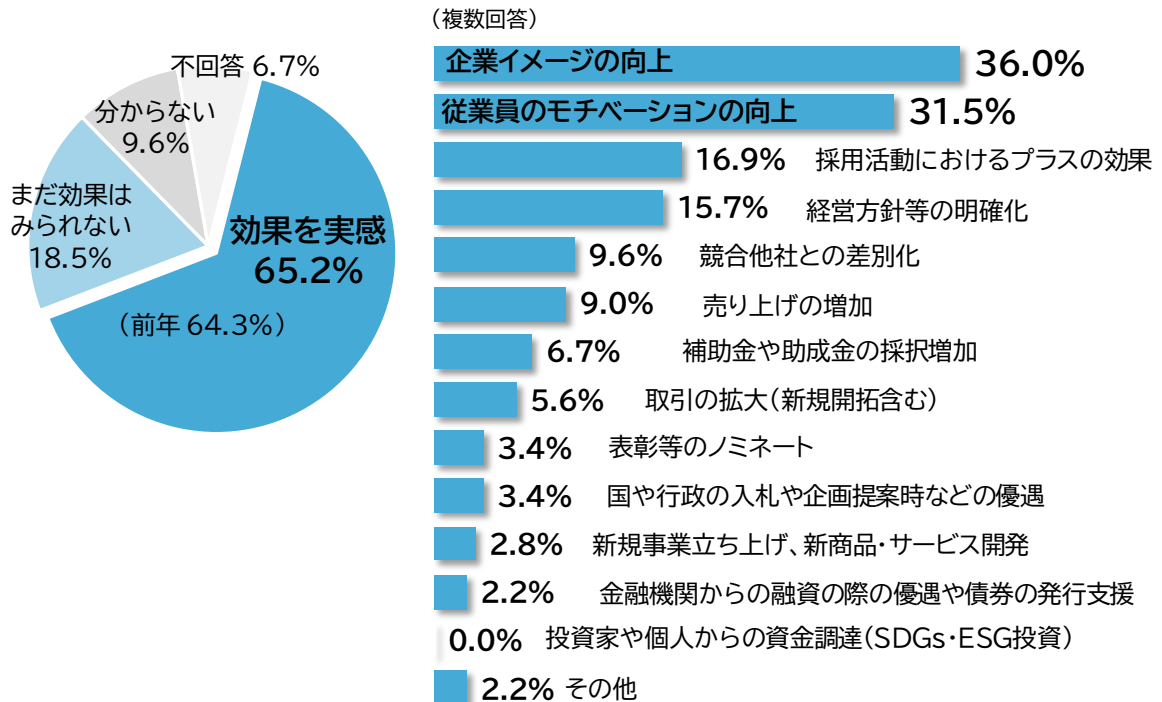
企業の6割超がSDGsの効果を実感、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位

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年(64.3%)から0.9ポイント増の65.2%となった。

具体的な効果としては、「企業イメージの向上」が36.0%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」(31.5%)、「採用活動におけるプラスの効果」(16.9%)、「経営方針等の明確化」(15.7%)が続いた。

また、「売り上げの増加」(9.0%)や「取引の拡大(新規開拓含む)」(5.6%)などと回答した企業も一定程度みられ、SDGsへの取り組みが社会課題の解決に貢献するだけでなく、ビジネスチャンスの獲得や業績の向上にもつながる可能性があることが示された。

SDGs への取り組みによる効果



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178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に積極的』な企業の割合は51.5%となり、初めて前年比で低下した。SDGsの意味等を理解し、取り組みたいと思っている企業の割合が前年より0.9ポイント上昇し24.3%となった一方で、取り組んでいる企業の割合が2.7ポイント低下したことで、全体として低下する結果となった。

一方で、『SDGsを認知しつつも取り組んでいない』企業の割合は44.8%だった。『SDGsに積極的』な企業を下回ったものの、前年比ではやや上昇した。

また、SDGsの項目に取り組む企業のうち、6割超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」や「従業員のモチベーションの向上」など非財務面での効果が上位に並んだ。また、「売り上げの増加」や「取引の拡大」などを実現した企業もあり、SDGsへの取り組みを通じて企業の発展が可能であることが示唆されている。

現在、経済大国のアメリカがSDGsや環境問題などに対して消極的な姿勢をみせているほか、足元での世界的な物価高騰や地政学的リスクなどの諸問題により、SDGsへの関心が薄れる懸念がある。しかし、環境や人権、多様性に対する人々の意識は高まり続けており、SDGsへの取り組みが企業の競争力向上や商品の購入意欲、採用活動の促進につながるケースは増えていくと考えられる。特に資金や人的余裕がない中小企業はSDGsを“身近なことから”少しずつ取り組んでいくことが一策であり、「自社だけで取り組んでも効果は限定される。多くの企業の参加が必要」(製造)という意見もあるように、地域全体で積極的に取り組む意識を持ち、それを後押しする国や自治体による具体的な取り組み事例とメリットの共有や相談窓口・補助金制度の充実など、支援策の強化が求められる。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



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