

SDGs に関する道内企業の意識調査（2024 年）

SDGs に積極的な道内企業、 50.9%で過去最高水準を維持

～多くが「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」に効果を実感～

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、帝国データバンク札幌支店は現在の SDGs に関する道内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。

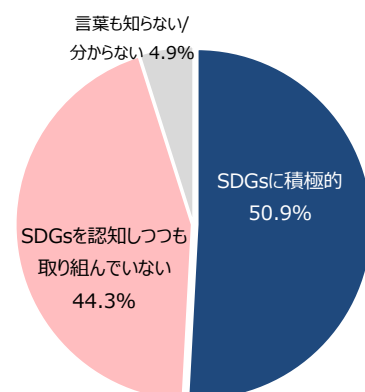
※ 調査期間は 2024 年 6 月 17 日～30 日、調査対象は道内 1,133 社で、有効回答企業数は 488 社（回答率 43.1%）。

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）

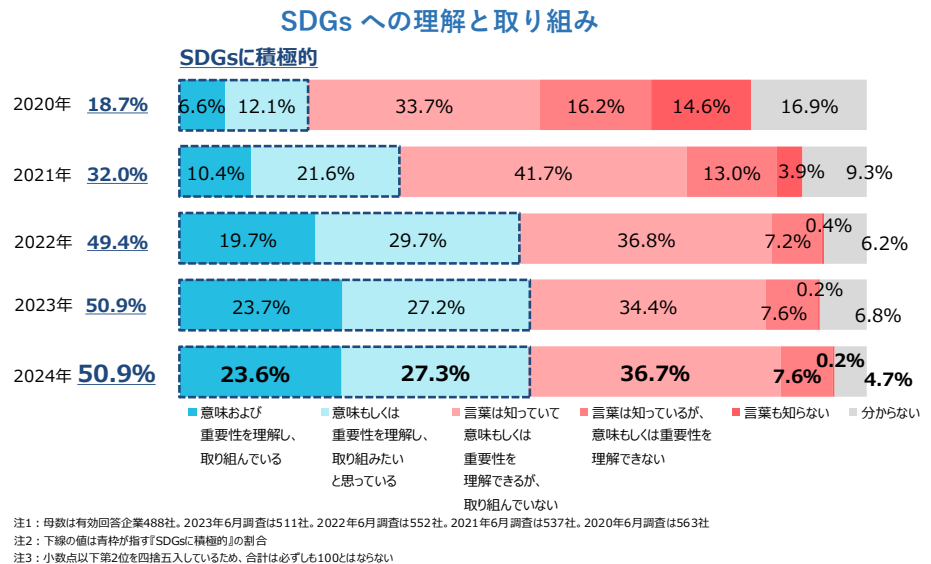
- 『SDGs に積極的』な道内企業の割合は過去最高水準だった前年から横ばいの 50.9%
- 規模が小さいほど『SDGs に積極的』な企業割合低く
- 現在力を入れている項目、今後最も力を入れたい項目ともに目標 8「働きがいも経済成長も」がトップ
- 取り組んでいる企業の 66.0%が SDGs の効果を実感、「企業イメージ向上」「従業員モチベーション向上」が上位
- 5 社に 1 社が DEI（多様性、公平性、包摂性）への取り組みに積極的

SDGs への理解と取り組み



1. 『SDGs に積極的』は前年と変わらず 50.9%で調査開始以降の最高水準を維持

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 23.6% となり、前年比では 0.1 ポイント減とわずかに低下した。「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 27.3% で同 0.1 ポイント上昇した。

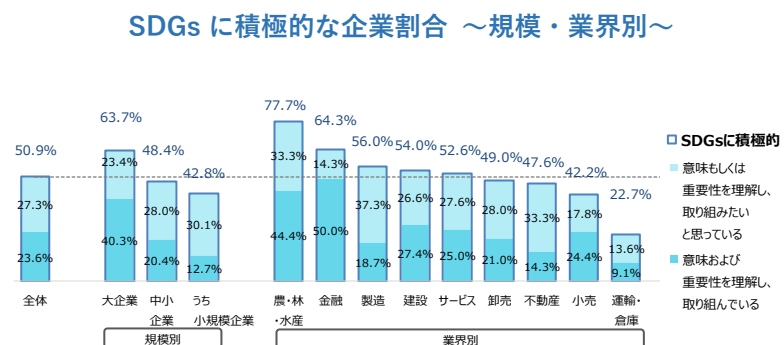


合計すると『SDGs に積極的』な企業は同横ばいの 50.9% となり、調査開始以降の最高水準を前年から維持した。

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 36.7%、「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 7.6% 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 44.3% となり、『SDGs に積極的』な企業を 6.6 ポイント下回った。

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 63.7% と、全体を大幅に上回った。「中小企業」では 48.4%、うち「小規模企業」では 42.8% 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。



他方、SDGs に積極的な企業を業界別にみると、『農・林・水産』が 77.7% で最も高く、『金融』(64.3%)、『製造』(56.0%)、『建設』(54.0%)、『サービス』(52.6%) が全体を上回った。

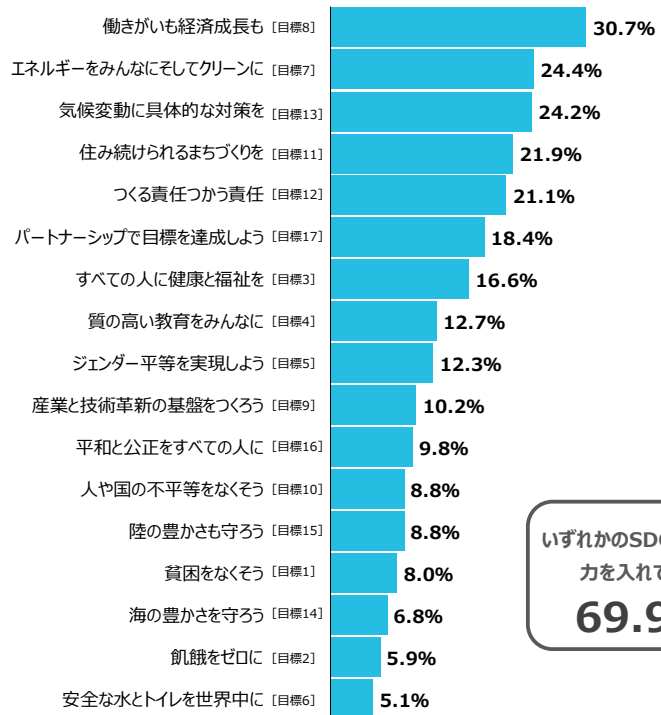
3. 現在力を入れている項目は「働きがいも経済成長も」がトップ

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 30.7% 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」(24.4%)、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」(24.2%)、地元コミュニティ活動への参加、まちづくり支援などを含む「住み続けられるまちづくりを」(21.9%)、森林再生・生態系回復、リユース、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」(21.1%)が続いた。

前年から最も大幅に上昇したのは「住み続けられるまちづくりを」で、前年比 4.3 ポイント増となった。また、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」(12.3%) は同 2.9 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 69.9% 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)



いずれかのSDGs目標に
力を入れている
69.9%

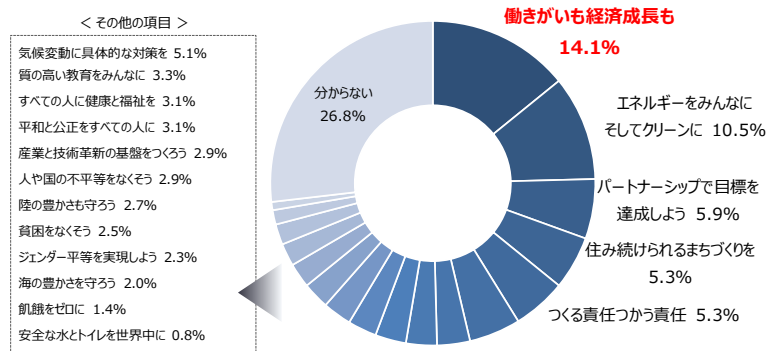
注：母数は本調査の全有効回答企業488社

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 14.1% でトップ。

次いで、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」(10.5%) が 1 割台が続いた。

SDGs17 目標のうち、今後最も取り組みたい項目

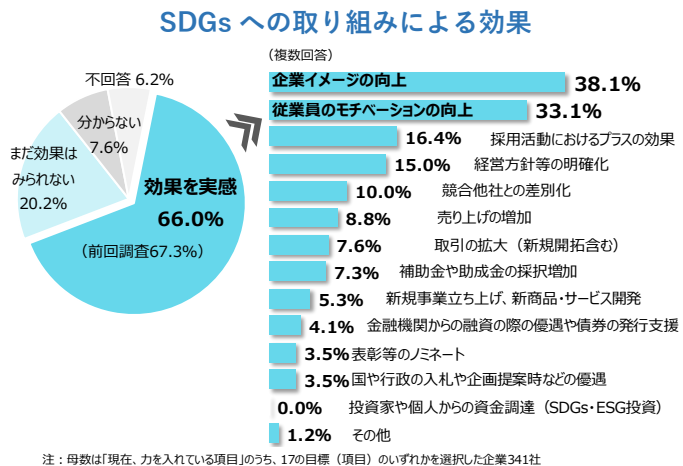


注：母数は本調査の全有効回答企業488社

5. 企業が実感する効果、「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 (67.3%) から 1.3 ポイント減の 66.0% となった。

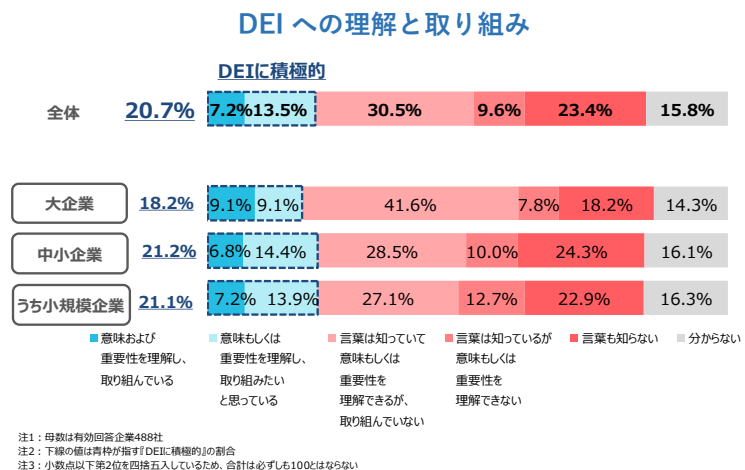
なかでも、「企業イメージの向上」が 38.1% でトップとなった (複数回答、以下同)。次いで、「従業員のモチベーションの向上」(33.1%) も 3 割台で続いた。以下、「採用活動におけるプラスの効果」(16.4%)、「経営方針等の明確化」(15.0%) が続いた。また、「競合他社との差別化」(10.0%)、「売り上げの増加」(8.8%)、「取引の拡大 (新規開拓含む)」(7.6%) といった効果を実感している企業もあり、SDGs への取り組みは社会課題の解決への貢献だけでなく、ビジネスチャンスの獲得にも結びついている可能性が示された。



6. 5 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 7.2%、「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」は 13.5% だった。合計すると 20.7% となり、5 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 30.5%、「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 9.6%、「言葉も知らない」は 23.4% だった。しかし、「DEI という言葉は知らないが、内容の重要性は理解し概ね実施している」(メンテナンス・警備・検査) のように、言葉は知らないものの既に取り組んでいる企業もみられた。



¹ DE&I とも表記される

企業の声(抜粋)	業種
SDGs/DEI に積極的な企業の声	
今後すべての企業が実施していけば、効果が高いと思う	建設
事業がもともと SDGs そのものだと考えている。自社の粘土を焼成し、CO2 を出しているが、20 ヘクタールの土地を持ち、そこに群生している植物が CO2 を取り込んでいる	建材・家具、窯業・土石製品製造
社員の能力やモチベーションの方向性を理解して、各々が働きやすい環境を整え、仕事の仕方も委ねている	情報サービス
SDGs/DEI に積極的でない企業の声	
まだまだ不勉強であると同時に何が売り上げ、利益に直結するか理解できていない	飲食料品卸
少額なコストであれば理解できるが、多額のコストをかけてまでやるべきことなのか疑問が残る	飲食料品・飼料製造
環境にやさしい経営をしたいが、酪農の場合はそれが生産性の低下につながる可能性があるのも事実。推進にはさらなる生乳単価上昇を消費者に理解してもらわなければならない	農・林・水産

まとめ

本調査の結果、23.6%の道内企業が現在、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』な企業は調査開始以降で最高水準だった前年から横ばいの 50.9%だった。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。

一方で、企業からは「何をすべきなのかよくわからない」「売り上げや利益に直結するか理解できない」という声も聞かれ、「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」企業の割合は 7.6% で前年と変わらなかった。

SDGs に取り組む企業のうち、66.0%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」が約 4 割でトップだったほか、「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。

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の増加や、商品の購入、入社動機のポイントにもなってくる可能性もある。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。

株式会社帝国データバンク札幌支店

【問い合わせ先】 情報部 011-272-3933 (直通)

担当：松田、吉原、柳澤

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。