

SDGsに「取り組んでいる」 企業の割合が初めて減少

「余裕のなさ」や「取り組みのハードル」が足かせに
取り組みの効果は「企業イメージの向上」がトップ

千葉県・SDGsに関する企業の意識調査(2025年)



本件照会先

竹内 基(調査担当)
帝国データバンク
千葉支店情報部
043-221-0404

発表日

2025/08/18

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』な県内企業は46.6%へ後退した。このうち、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業の割合が初めて前年を下回り、23.5%となった。『SDGsに積極的』の割合は、大企業が63.9%、中小企業は44.2%で20ポイント近い差が出ている。現在力を入れているSDGsの目標は「働きがいも経済成長も」が最多で、取り組みの効果を実感している企業は65.0%となり、「企業イメージの向上」がトップだった。

※株式会社帝国データバンクは、全国2万6,237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6回目。

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:全国2万6,237社、うち千葉729社

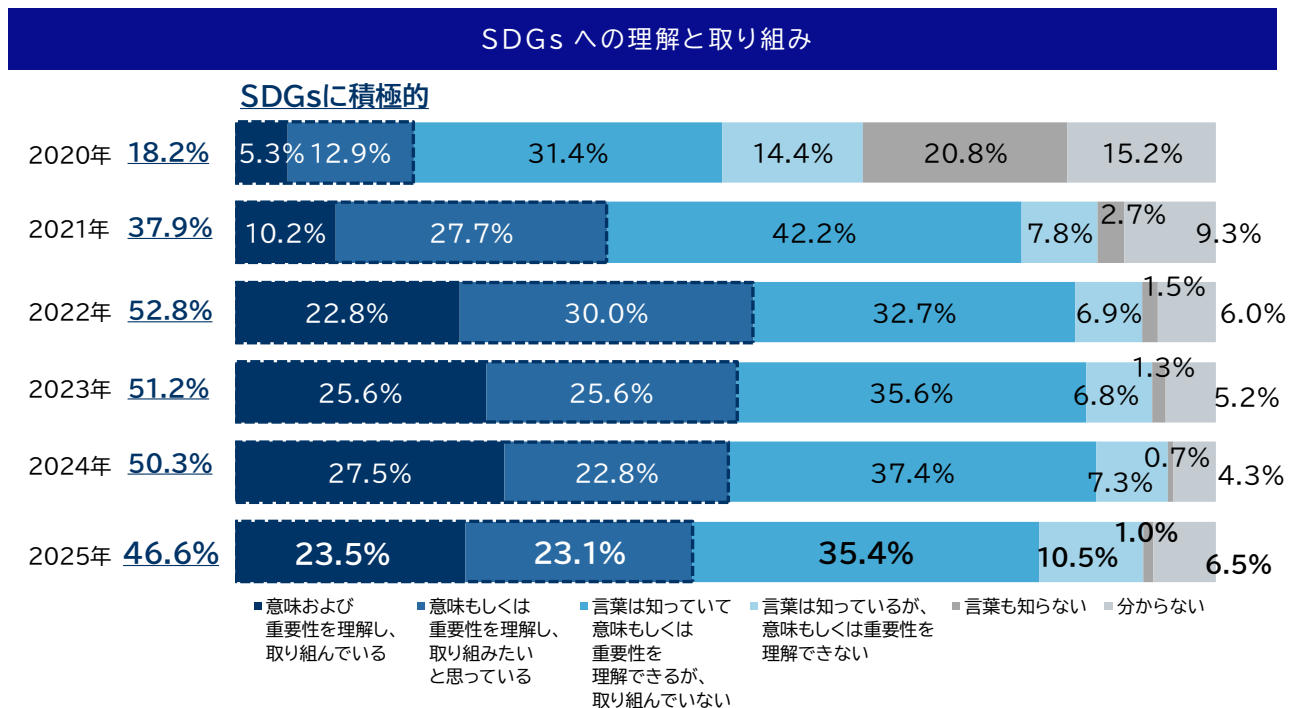
有効回答企業数:全国1万435社(回答率39.8%)、うち千葉294社(同40.3%)

SDGs に「取り組んでいる」企業の割合が初めて前年を下回る

経済大国アメリカが、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、地政学的リスクの存在など諸問題により、SDGs への関心が薄れる懸念が出ている。

帝国データバンクは、SDGs に関する見解についてアンケート調査を実施し、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」県内企業は前年比 4.0 ポイント減の 23.5% (全国 30.2%) となり、2020 年の調査開始以来、初めて前年を下回った。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 0.3 ポイント増の 23.1% (全国 23.1%) だった。合計すると、『SDGs に積極的』な企業は前年比 3.7 ポイント減の 46.6% (全国 53.3%) となり、2022 年 (52.8%) をピークに年々低下している。

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 35.4% (前年比 2.0 ポイント減、全国 33.8%)、「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 10.5% (同 3.2 ポイント増、全国 8.0%) で、合計すると、『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業は前年比 1.2 ポイント増の 45.9% (全国 41.8%) となった。



注1:母数は有効回答企業294社。2024年調査は302社。2023年調査は309社。2022年調査は333社。2021年調査は332社。2020年調査は264社

注2:下線の値は破線が指す『SDGsに積極的』の割合

なお、前年の調査で SDGs について「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」企業のうち、今年の調査で SDGs に「取り組んでいる」と回答した企業は 18.4%。一方で、『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業は 24.5%と、一部の企業で SDGs への取り組みが消極的となった様子がうかがえた¹。企業からは、「人材・資金・業界環境から取り組むのが難しい」「手間に見合うメリットが感じられない」といった意見が聞かれた。

1:母数は、2024 年および 2025 年調査どちらも回答した企業 218 社

規模が小さいほど『SDGs に積極的』な企業の割合低く

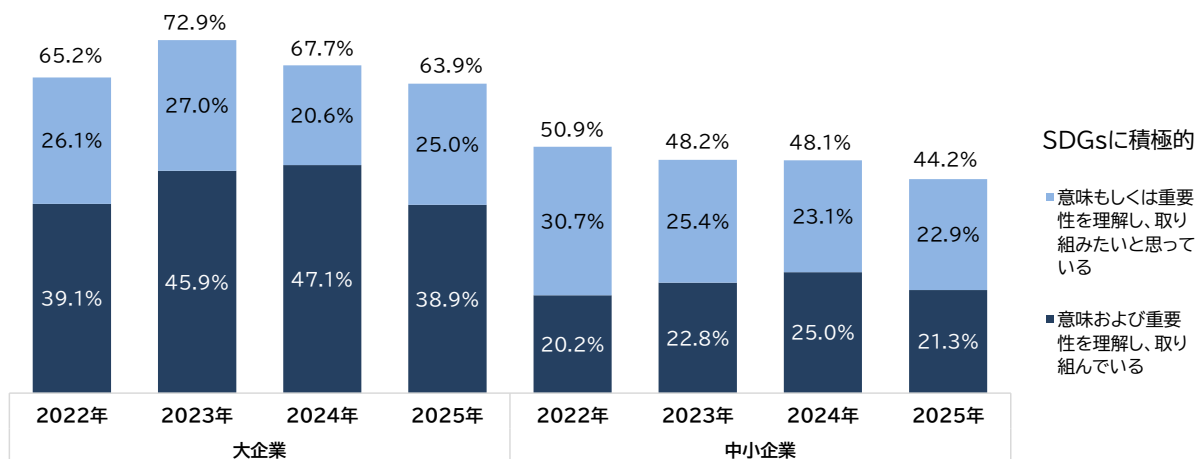
「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」と「意味もしくは重要性を理解し、取り組みたいと思っている」を合計した『SDGs に積極的』な企業の割合を企業規模別にみると、「大企業」では SDGs に積極的な企業が 63.9%と、全体(46.6%)を大幅に上回った。一方、「中小企業」は 44.2%で、「大企業」に比べて 19.7 ポイント下回った。

また、その推移をみると、「大企業」「中小企業」とも『SDGs に積極的』な企業の割合は徐々に低下しており、後退傾向にある。

業界別にみると、『SDGsに積極的』な企業の割合は『建設』『製造』(各 52.7%)が最も高く、『サービス』(50.0%)、『運輸・倉庫』(46.2%)などが続いた。また、「取り組んでいる」と回答した企業の割合をみると、『製造』が 28.1%で最も高く、『サービス』が 25.0%、『建設』が 24.6%などと続いた。

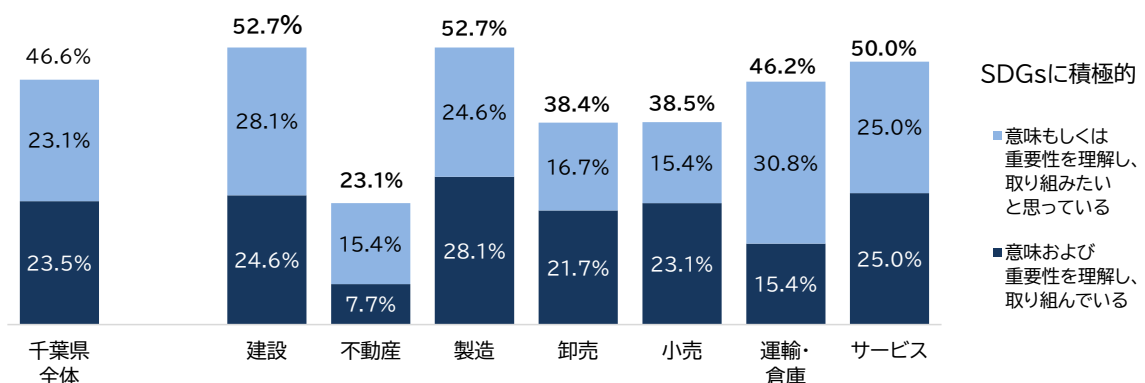
SDGs に積極的な企業の割合

規模別の推移



注1:母数は、大企業が2022年46社、2023年37社、2024年34社、2025年36社、中小企業が2022年287社、2023年272社、2024年268社、2025年258社
 注2:グラフ上の数値は、「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

主な業界別



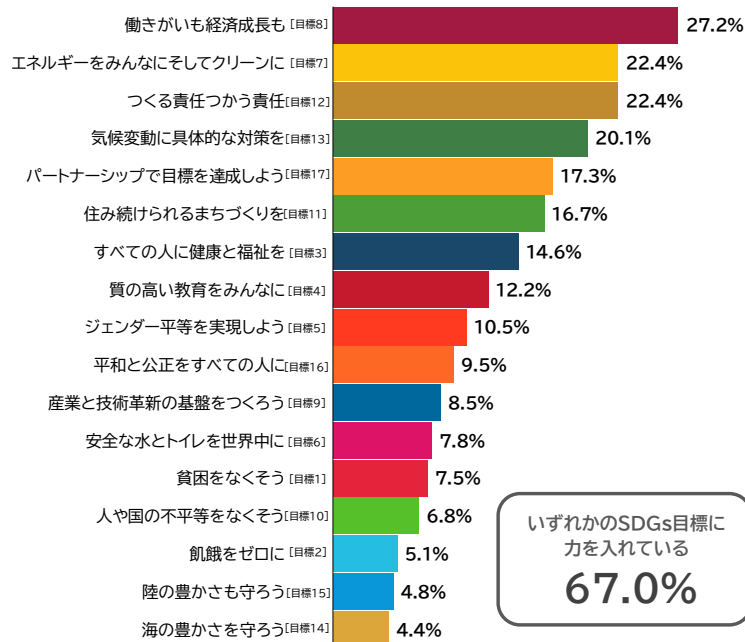
注:グラフ上の数値は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」と「意味もしくは重要性を理解し、取り組みたいと思っている」の合計

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 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 27.2% 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」と、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」(各 22.4%)、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」(20.1%)が続き、20%を超えた。

総じて、いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は 67.0% 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みられた。

SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)



注:母数は本調査の有効回答企業294社

また、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 9.5% でトップとなった。次いで、「パートナーシップで目標を達成しよう」(7.5%)や「気候変動に具体的な対策を」(6.5%)、「住み続けられるまちづくりを」(5.8%)が上位に並んだ。

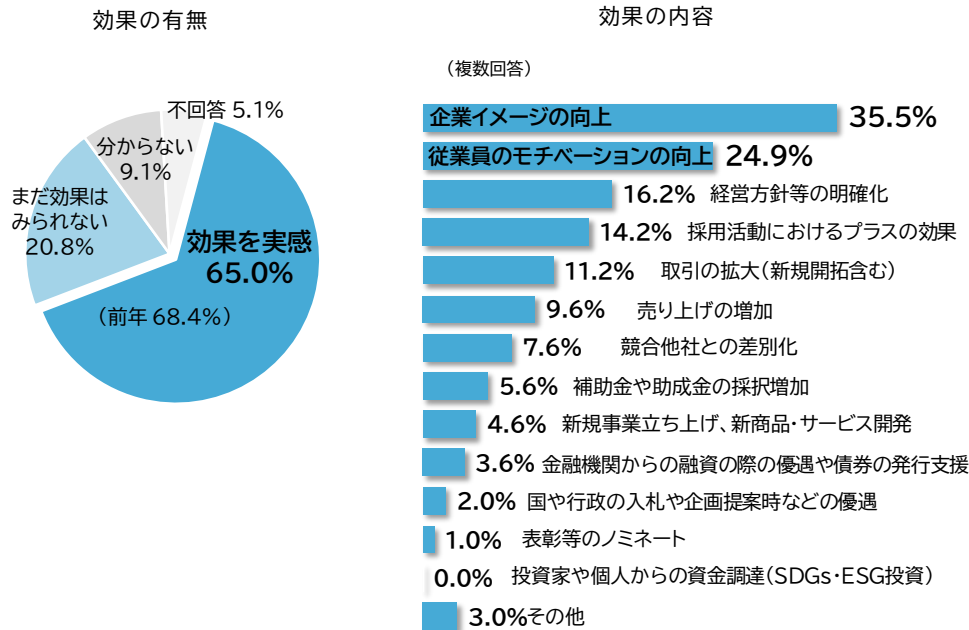
SDGs の効果を実感している企業は 65.0%へ微減 「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位

現在、SDGs の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(68.4%)から 3.4 ポイント減の 65.0% となった。具体的な効果としては、「企業イメージの向上」が 35.5% 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」

(24.9%)、「経営方針等の明確化」(16.2%)、「採用活動におけるプラスの効果」(14.2%)、「取引の拡大(新規開拓含む)」(11.2%)、「売り上げの増加」(9.6%)などが続いた。

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：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197社

まとめ

本調査の結果、『SDGs に積極的』な企業の割合は 46.6%となり、年々低下している。内訳は、SDGs の意味などを理解し、取り組んでいる企業が前年より 4.0 ポイント減の 23.5%となり、初めて前年を下回った。取り組みたい企業の割合は前年比 0.3 ポイント上昇したが、全体ではマイナスとなった。

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 45.9%だった。以前は取り組む意欲があったものの、時間的余裕のなさやハードルの高さなどが足かせになった企業が一定数みられ、「費用面・人材面が厳しい」のほか、「どのように取り組めば良いか分からない」といった声も寄せられた。

また、SDGs の項目に取り組む企業のうち、65.0%が取り組みの効果を実感していることが分かった。「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、非財務面での企業価値の向上に関する効果が上位に並んだ。

ここきて、アメリカは SDGs や環境問題などに対し消極的な姿勢をみせている。また、「以前に比べ、SDGs について聞く機会が少なくなっている」との声も聞かれる。しかし、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、資金や人的余裕がない企業は SDGs に対して「できることから、少しずつ取り組んでいく」ことが大切であろう。