

「SDGsに積極的」は55.5% 過去最高

「実践企業」は過去最高も「意欲あり」が僅かに減少
「余裕のなさ」や「取り組みのハードル」が足かせに

東北地方・SDGsに関する企業の意識調査(2025年)



本件照会先

紺野 啓二 (調査担当)
帝国データバンク
仙台支店情報部
022-221-3480 (直通)
情報部: sendai.j@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/08/26

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1.3ポイント増の55.5%となり、調査開始(2020年)以降最高となった。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」が同1.5ポイント増の33.1%と過去最高となったものの、「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」が同0.2ポイント減の22.4%と僅かに減少した。SDGsの項目に取り組む企業の69.4%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仙台支店は、東北6県1741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)

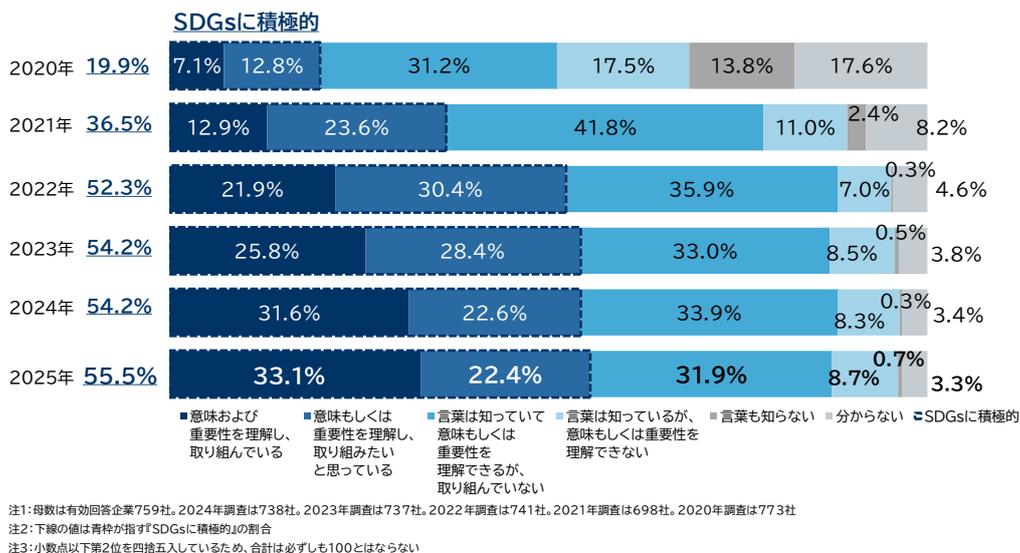
調査対象:1741社、有効回答企業数は759社(回答率43.6%)

「SDGs に取り組んでいる」企業の割合は過去最高の 33.1%も、 「取り組みたいと思っている」企業は僅かに減少

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」企業は前年比 1.5 ポイント増の 33.1%となり、2020 年の調査開始以降で最高を更新した。「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」は同 0.2 ポイント減の 22.4%と僅かに減少した。合計すると『SDGs に積極的』な企業は 1.3 ポイント増の 55.5%となった。

「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 31.9%、「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 8.7%で、合計すると、『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業は同 1.6 ポイント減の 40.6%となった。

SDGs への理解と取り組み

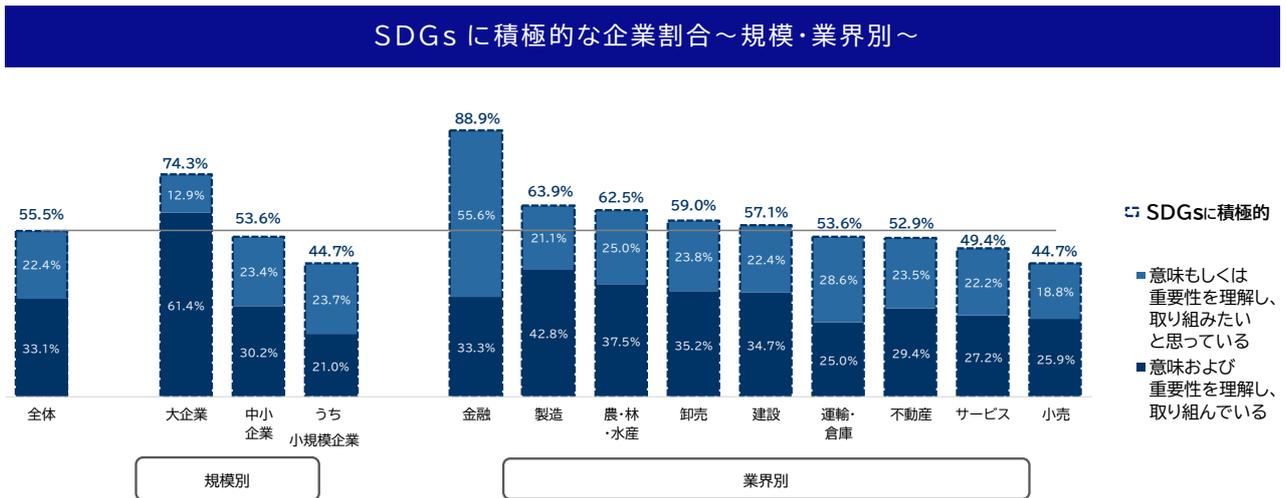


『SDGs に積極的』な企業からは、「若手社員を中心としたメンバーを選定しSDGs委員会を設置して取り組んでいる」(金属加工機械卸売、大企業、宮城県)や「再生可能エネルギー(太陽光発電)と蓄電池の利用により自家消費を行い、会社の光熱費や CO2 の削減にも効果はある」(印刷、中小企業、福島県)、「物流の効率化・輸送ロスの削減を図るため、今後一層同業者との連携強化が必須となる」(一般貨物自動車運送、中小企業、岩手県)といった前向きな声が聞かれた。

一方で、「SDGs のスケール感は地方の零細企業にとってはかけ離れすぎていてピンとこない」(飲食店、中小企業、福島県)や「取り組む理由や理念は理解できるが、正直モチベーションはない。中小零細は環境が厳しいなかでこれ以上の負担を負うことはできない」(小売、中小企業、宮城県)などの否定的な声も聞かれた。

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 74.3%と、全体(55.5%)を大幅に上回った。「中小企業」では 53.6%、うち「小規模企業」では 44.7%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。



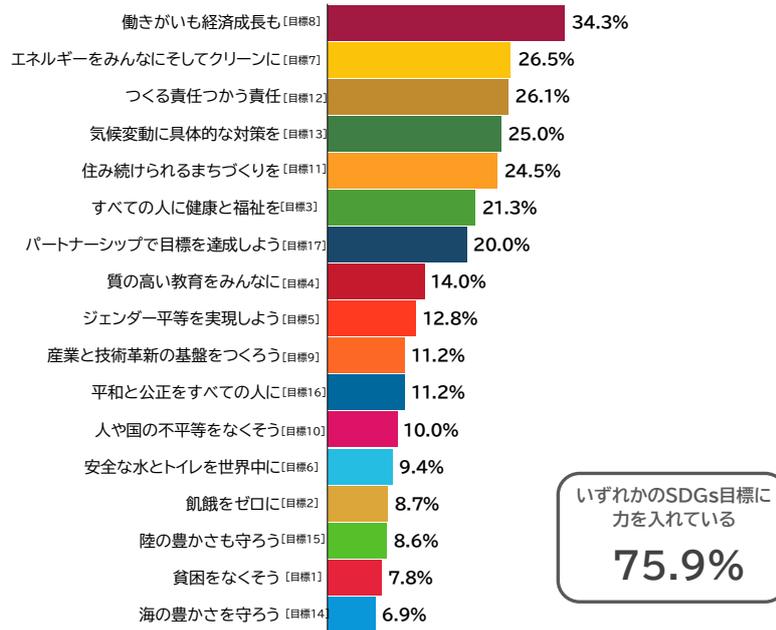
SDGs に積極的な企業を業界別にみると、『金融』88.9%で最も高く、『製造』63.9%、『農・林・水産』62.5%、『卸売』59.0%、『建設』57.1%と続き、全体(55.5%)を上回ったのは 5 業界となった。

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 34.3%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」(26.5%)、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」(26.1%)、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」(25.0%)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前年(73.7%)から 2.2 ポイント増の 75.9%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 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)

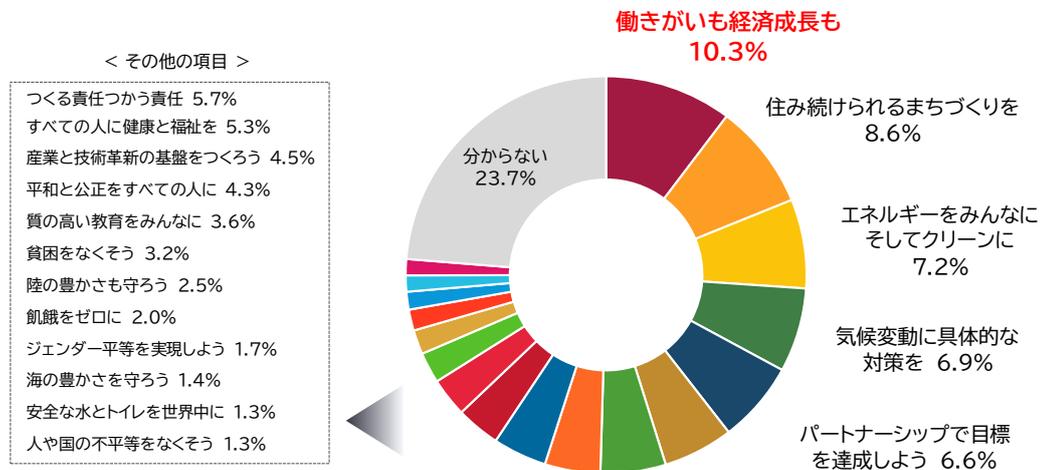


注:母数は本調査の全有効回答企業759社

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 10.3%でトップ、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」(8.6%)や「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」(7.2%)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



注:母数は本調査の全有効回答企業759社

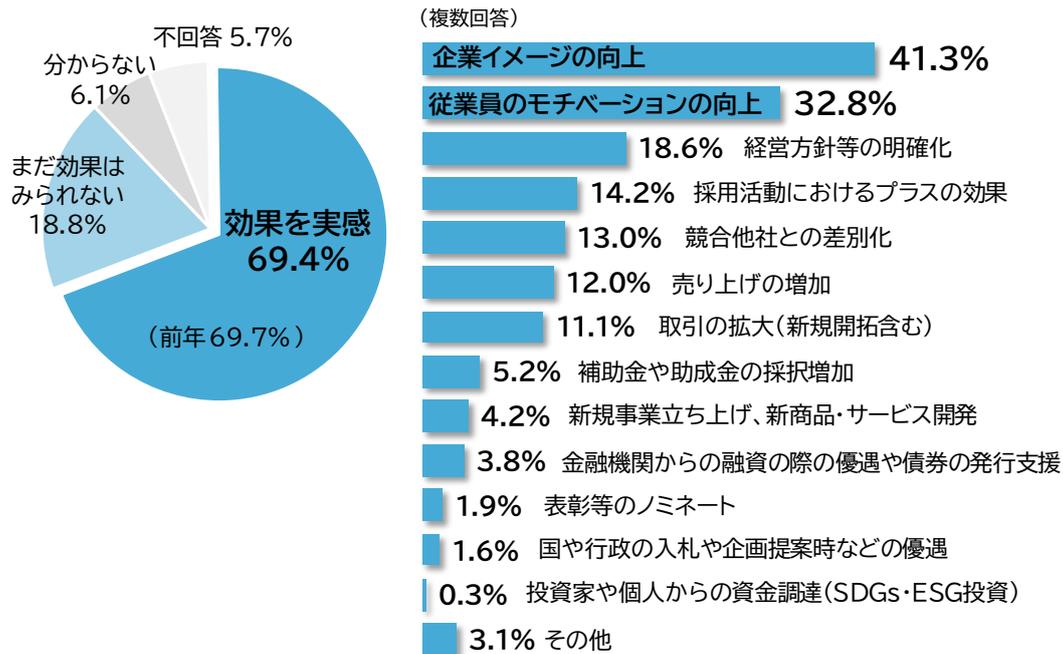
企業の7割がSDGsの効果を実感、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位

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(69.7%)から0.3ポイント減の69.4%となった。

具体的な効果としては、「企業イメージの向上」が41.3%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」(32.8%)、「経営方針等の明確化」(18.6%)、「採用活動におけるプラスの効果」(14.2%)が続いた。

また、「売上げの増加」(12.0%)と「取引の拡大(新規開拓含む)」(11.1%)などが1割台となり、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576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

企業からは、「会社で大掛かりな設備投資(太陽光パネル)によりCO₂排出削減、地球温暖化対策になり、経費面でのメリットもある。企業イメージ向上にもつながり、かつ社内の職場環境(夏季屋内温度)の改善も進んで一石三鳥以上の効果があった」(機械製造業、大企業、岩手県)といった声が聞かれた。

まとめ

本調査の結果、『SDGsに積極的』な企業の割合が55.5%となり、調査開始(2020年)以降で過去最高となった。内訳は、SDGsの意味等を理解し、取り組んでいる企業が前年より1.5ポイント上昇し調査開始以降で最高の33.1%となったものの、取り組みたい企業の割合が0.2ポイント僅かに低下した。

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40.6%だったが、依然として『SDGsに積極的』な企業を10ポイント以上下回った。また、特に中小企業からは「中小零細企業には全体的な取組は難しく、エコ活動などの出来る範囲でしか取り組めない」(警備業、中小企業、福島県)といった声も寄せられた。さらには、「米国の政策方針によって、世界的に下火に感じる」(土木建築サービス、中小企業、山形県)のように、諸外国におけるSDGsへの姿勢の変化を懸念する声も寄せられた。

SDGsの項目に取り組む企業のうち、7割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」など非財務面での企業価値の向上に関する効果が上位に並んでいた。また、取引拡大や売上増を実現した企業もあり、SDGsを通じた社会課題の解決と企業の発展が両立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の存在など諸問題により、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、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 300 人以下」	「従業員 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 5 人以下」
小売業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員 50 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員 50 人以下」	「従業員 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 100 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員 100 人以下」	「従業員 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