



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@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/08/07

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。

「SDGs に前向き」は 56.0% 過去最高

実践企業は伸び悩み、
インフレ、人手不足が下押し要因に

東北地方・SDGs に関する企業の意識調査(2026 年)

SUMMARY

『SDGs に前向き』な企業は、前年比 0.5 ポイント増の 56.0%となり、過去最高となった。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、ここ数年僅かな伸びとなっており、インフレや人手不足などによる経営環境の厳しさから、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 に取り組む企業の約半数(46.7%)は何らかの成果を実感している。特に、「従業員満足度の向上」「従業員の定着率向上」など、人材面での効果が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仙台支店は、東北 6 県1444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:2026 年 6 月 17 日~6 月 30 日(インターネット調査)

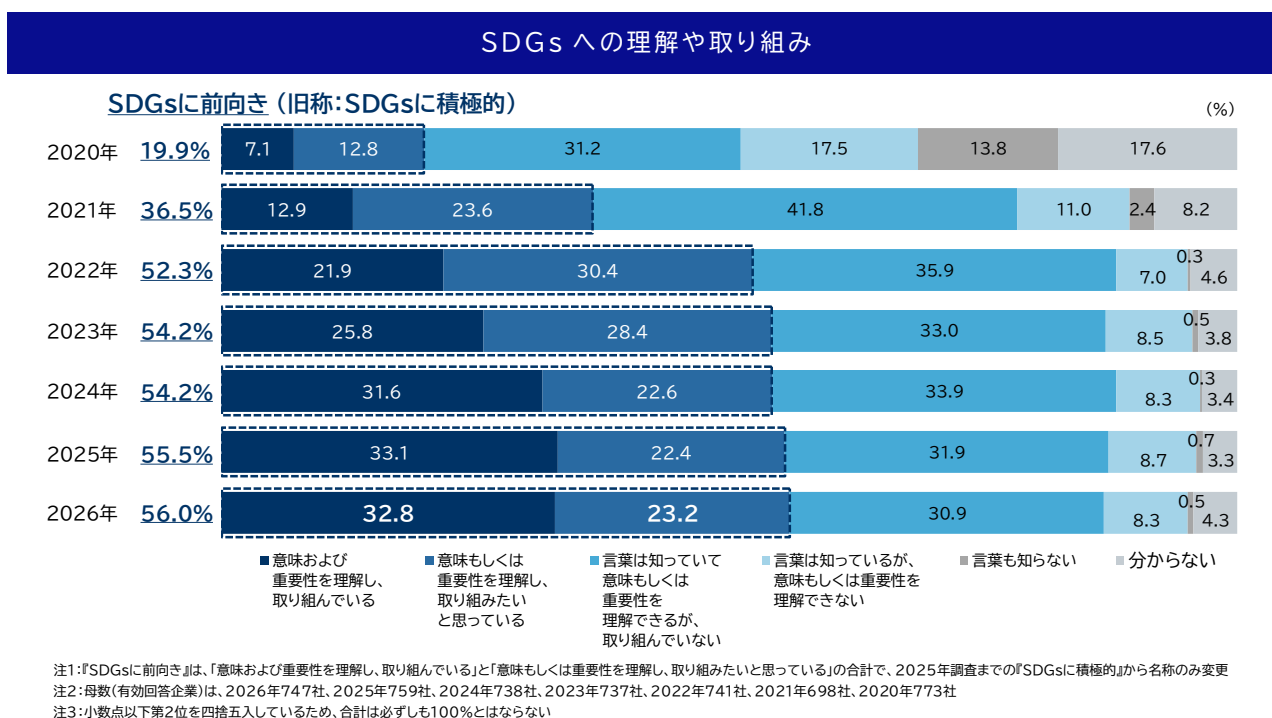
調査対象:1444社、有効回答企業数は 747 社(回答率 51.7%)

『SDGs に前向き』な企業、過去最高

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 0.3 ポイント減の 32.8%となり、2020 年の調査開始以降で初めて減少した。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 0.8 ポイント増の 23.2%だった。この結果、『SDGs に前向き』な企業は同 0.5 ポイント増の 56.0%となり、過去最高となった。

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 30.9%、「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 8.3%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 1.4 ポイント減の 39.2%となった。

SDGs に前向きな企業の割合が過去最高となる一方、認知しつつも取り組んでいない企業も約 4 割で推移している。



実際に企業からは、「SDGs の理念や必要性は理解しているが、企業としてのメリットを感じにくい」(情報サービス、山形県)などの声が聞かれ、取り組みの効果を実感できていない様子もうかがえる。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。とりわけ中小・小規模企業では、人材や資金の不足が実践に向けた壁となっている。「社内に取り組みを推進できる人材がいない」(飲食料品・飼料製造、山形県)といった声も寄せられた。原材料価格や人件費の上昇、人手不足など事業経営に直結することへの対応が優先され、SDGs に振り向けられる時間や労力が限られていることが、取り組み意向層の縮小につながっている可能性がある。

一方、取り組みが定着している企業では、「取扱商品が SDGs 関連であることが今後も励みになるので頑張りたい」(機械・器具卸、秋田県)、「包装資材を減らす取り組みを進める」(その他サービス、山形県)などの声も寄せられた。持続的な取り組みにつなげるには、SDGs を独立した活動として扱うのではなく、省エネルギー、生産性向上、物価高対応、人材確保、取引先との関係強化など、自社の経営課題と結びつけることが重要になりそうだ。

「SDGsに取り組んでいる」、業界別では「金融」「製造」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」企業の割合をみると、『金融』は 50.0%（前年 33.3%）、『製造』は 42.2%（同 42.8%）と引き続き高い水準を維持した。

前年から上昇幅が最も大きかったのは『金融』で 16.7 ポイント増加し、『運輸・倉庫』（10.7 ポイント増）、『サービス』（4.2 ポイント増）と続いている。

一方で、低下幅が最も大きかったのは『不動産』で 7.7 ポイント減少し、『農・林・水産』（7.1 ポイント減）、『小売』（5.9 ポイント減）と続いている。目標の範囲が広く、具体的な行動や成果を捉えにくいことが、取り組みを進めるうえでの課題となっている可能性がある。

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	32.8%	33.1%	-0.3pt
金融	50.0%	33.3%	+16.7pt
製造	42.2%	42.8%	-0.6pt
運輸・倉庫	35.7%	25.0%	+10.7pt
建設	34.7%	34.7%	±0.0pt
卸売	33.9%	35.2%	-1.3pt
サービス	31.4%	27.2%	+4.2pt
農・林・水産	30.4%	37.5%	-7.1pt
不動産	21.7%	29.4%	-7.7pt
小売	20.0%	25.9%	-5.9pt

注1:母数(有効回答企業)は、2026年747社、2025年759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、前年比減少 取り組みの広がりは一服

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 33.9%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」（26.0%）、「住み続けられるまちづくりを」（25.2%）、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」（24.8%）、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」（24.5%）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を占め、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、「SDGs を意識して取り組んでいるつもりはないが、自然とその方向に向かっている」（教育サービス、岩手県）との声なども聞かれた。SDGs を明確に意識していなくても、働き方の改善や省エネルギー、資源の有効活用など、日々の事業活動が結果として SDGs につながっている企業も多数みられた。

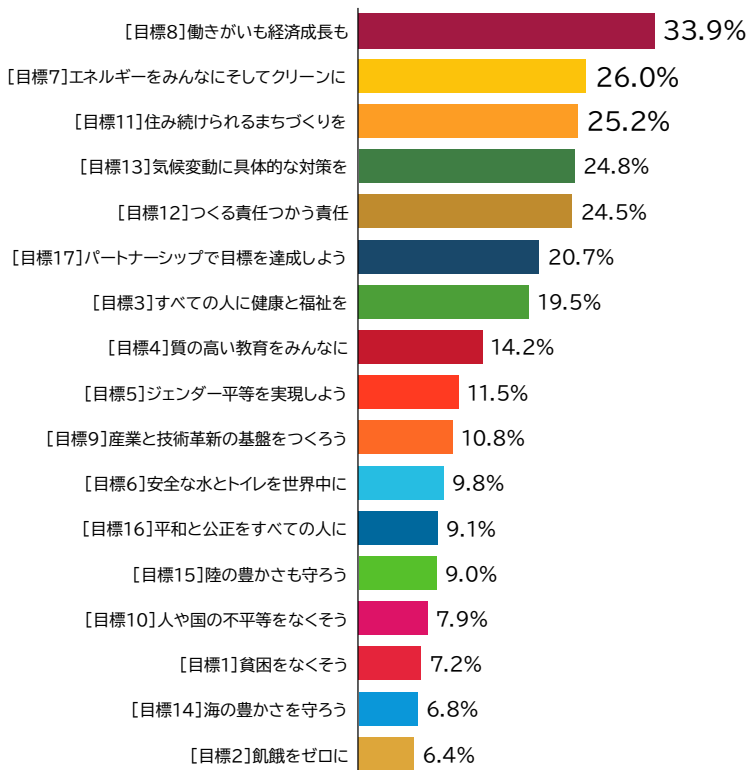
いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業の割合は 73.9%となり、前年の 75.9%から 2.0 ポイント低下した。推移をみると、2020 年の 57.2%から 2021 年に 68.1%へ大幅に上昇し、23年に一旦落ち込んだものの、その後は緩やかな上昇傾向をたどってきたが、今回は低下に転じた。

企業規模別にみると、「大企業」は 86.4%で、前年の 87.1%から 0.7 ポイント低下した。「中小企業」も 72.7%と、前年の 74.7%から 2.0 ポイント低下し、いずれの規模でも前年を下回った。「大企業」の低下幅が「中小企業」を下回ったことで、両者の差は前年の 12.4 ポイントから 13.7 ポイントへと 1.3 ポイント拡大し、依然として「大企業」が「中小企業」を 10 ポイント以上上回っている。

いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は、企業規模を問わず、引き続き 7 割を超えて推移している。一方で、今回の結果からは、企業における取り組みの広がりは一服した様子も表れている。

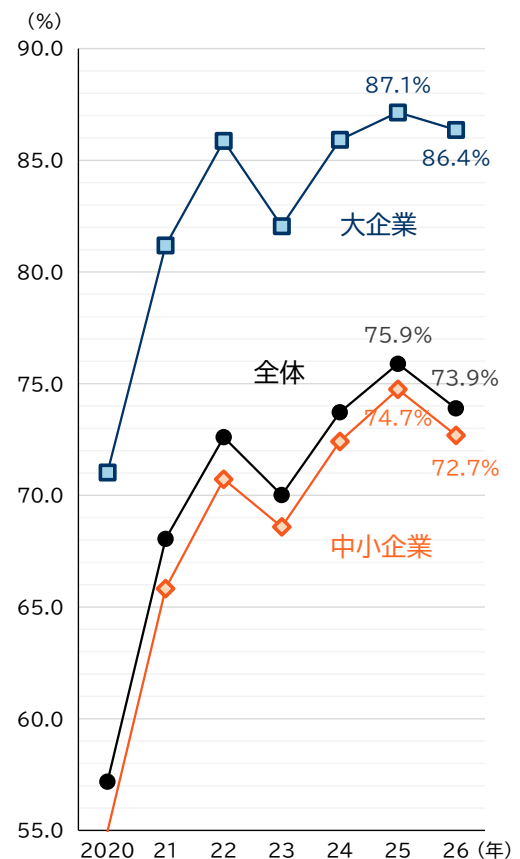
SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)

SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)



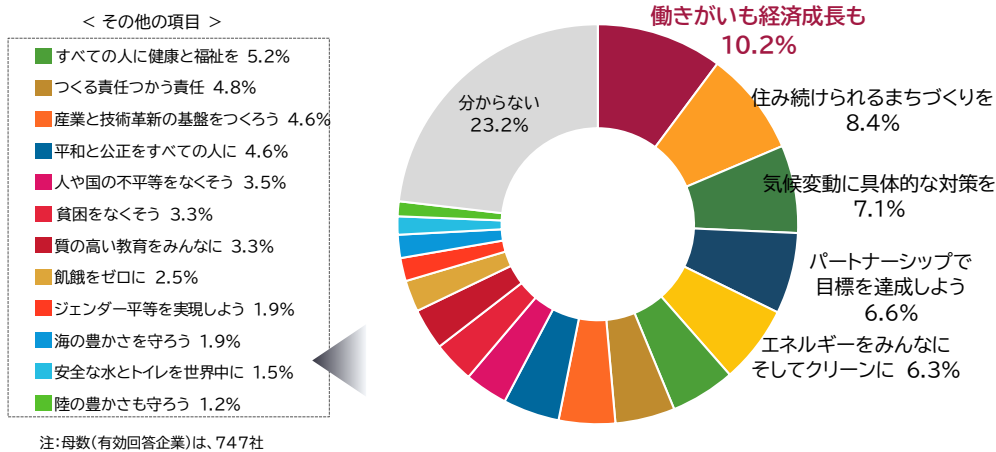
注:母数(有効回答企業数)は、747社

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 10.2%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」(8.4%)、「気候変動に具体的な対策を」(7.1%) が上位に並んだ。

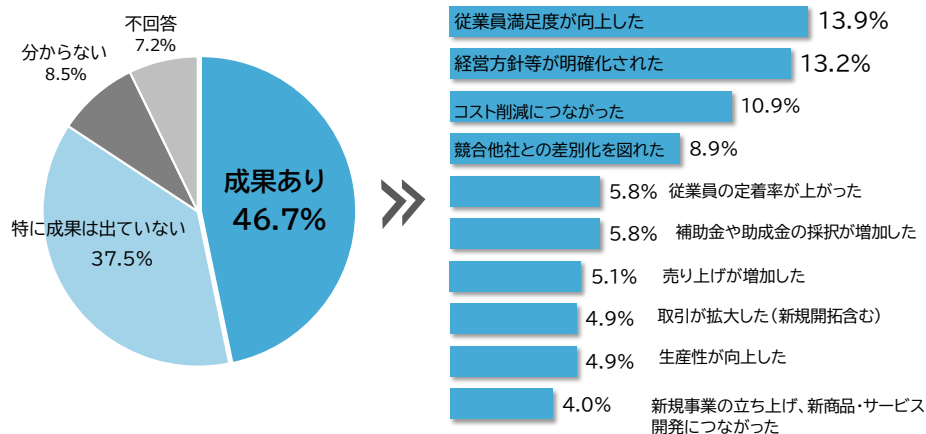
SDGs17 目標のうち、今後最も取り組みたい項目



SDGsに取り組む企業の46.7%が成果を実感 人材・組織運営の項目が上位

いずれかの SDGs 目標に力を入れている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 46.7%だった。具体的な成果では、上位 2 項目は、人材や組織運営に関する成果となった。「従業員満足度が向上した」(13.9%)と「従業員の定着率が上がった」(5.8%)が上位に入り、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、定着など、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」(13.2%)も 1 割を超えており、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)



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552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

一方で、「中小規模で行動することの意味があるのか分からない。現状の厳しい状況で何かできる余力がない」（飲食料品小売、宮城県）との声もあがった。SDGs への取り組みを自社の経営方針や具体的な事業活動と結び付け、成果を可視化することが課題となっている。

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」企業は 33.1%から 32.8%へ僅かに低下した。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。さらに、いずれかの目標に力を入れる企業も 73.9%と、前年を下回った。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 46.7%で、従業員満足度の向上や経営方針の明確化、定着率の改善など、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。



調査先企業の属性

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