

特別企画 : SDGs に関する山梨県内企業の意識調査

企業の 21.8%が SDGs に積極的

～ 力を入れて取り組む目標は『8.働きがいも経済成長も』がトップ ～

はじめに

SDGs (Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標) は、2015 年 9 月の国連サミットにおいて、世界 193 カ国が産官学民などのステークホルダーとともに同意した「2030 年アジェンダ」に掲載されている世界共通の目標である。採択から 5 年が経過しようとするなか、政府や行政機関のみならず民間企業の経営指針としても急速に注目を集めている。

そこで、帝国データバンクは、SDGs に関する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 2020 年 6 月調査とともに行った。

※調査期間は 2020 年 6 月 17 日～30 日、調査対象は山梨県内 212 社で、有効回答企業数は 101 社 (回答率 47.6%)

※本調査における詳細データは景気動向オンライン (<https://www.tdb-di.com>) に掲載している

調査結果 (要旨)

1. 自社における SDGs への理解や取り組みについて、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業は 6.9%となった。「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」(14.9%)と合わせて、企業の 21.8%が SDGs に積極的だった。他方、「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」が 31.7%、「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」(17.8%)も含めると、半数近くが SDGs を知りつつも取り組んでいないという結果となった
2. SDGs の 17 目標のうち現在力を入れている項目は、目標 8 の「働きがいも経済成長も」が 26.7%でトップとなった (複数回答)。次いで「パートナーシップで目標を達成しよう」(22.8%)が続いた。また、今後最も取り組みたい項目においても「働きがいも経済成長も」(16.8%)が最も高かった (単一回答)
3. SDGs の達成への貢献によって向上される企業価値では、「企業好感度」が 52.5% (「非常にそう思う」と「ある程度そう思う」の合計) でトップだった。「社会的評価」も 51.5%で半数超となり、SDGs によって社外からの見られ方に好影響があるとの意見が強い
4. SDGs の達成に向けて付加価値を生むために取り組みたいテーマでは、「顧客・人財確保」、「適正な労働時間・環境・内容」(各 35.6%)といったヒトに関連する項目が上位となった。また、原材料や生産工程への配慮といった環境面に関する項目も続いている
5. 企業経営上大切にしていることを 1 位～3 位まで尋ねたところ、「顧客・従業員満足度」が最も高く、「自社事業拡大」、「社会貢献」が続いた

1. SDGs に積極的な企業は 21.8%、一方で半数近くは認知しつつも取り組んでいない

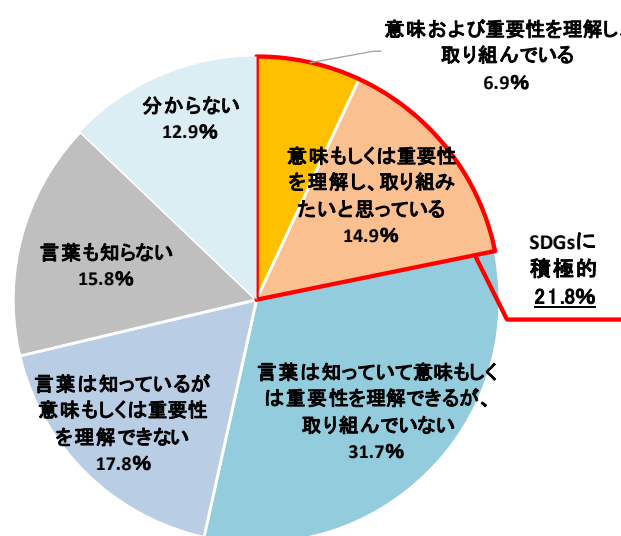
自社における SDGs への理解や取り組みについて尋ねたところ、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業は 6.9%（7 社）となった。また、「意味もしくは重要性を理解し、取り組みたいと思っている」は 14.9%（15 社）で、合計すると SDGs に積極的な企業は 21.8% で 5 社に 1 社という結果となった。また、「言葉は知っていて意味もしくは重要性を理解できるが、取り組んでいない」（31.7% 32 社）が 3 割超となり、「言葉は知っているが意味もしくは重要性を理解できない」（17.8% 18 社）と合わせると、SDGs の存在は認知しているものの取り組んでいない企業は半数近くにのぼった。

SDGs に積極的な企業を規模別で見ると「大企業」は 18.2%（2 社）で全体（21.8%）を 3.6 ポイント下回っている。一方、「中小企業」は 22.3%（20 社）、「小規模企業」は 24.2%（8 社）となっており、全体を上回っている。

業界別では、『不動産』『運輸・倉庫』が 50.0%（各 1 社）がトップ、次いで『製造』（27.0% 10 社）、『小売』（25.0% 1 社）、『建設』（20.0% 3 社）が 2 割台で続いた。

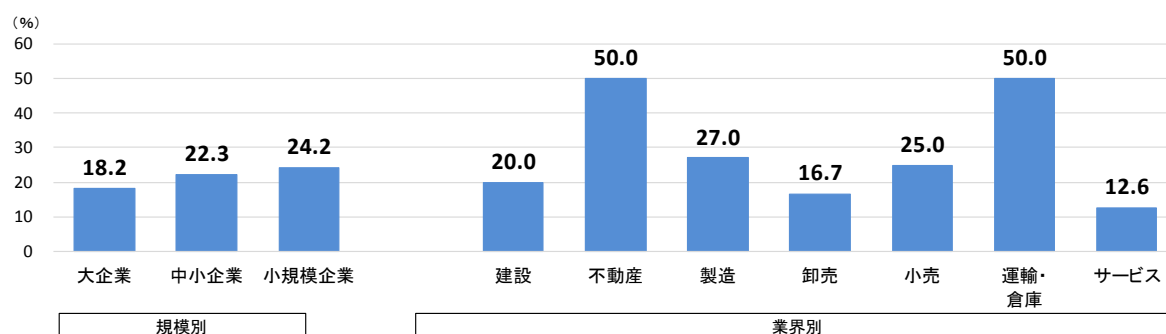
企業からは、「地球温暖化も含め毎年増加する自然災害の中、人口問題・人種問題・疫病対策など、あらゆる課題に『官・民・学』が連携して取り組む必要性は感じるが、具体的に実践できていない」（飲食物品・飼料製造業）といった声がみられた。

SDGs への理解と取り組み



注：母数は有効回答企業 101 社

SDGs に積極的な企業の割合 ～規模・業界別～



注：「SDGs に積極的」とは、「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

2. SDGs の 17 目標のうち、「働きがいも経済成長も」が最も関心が高い

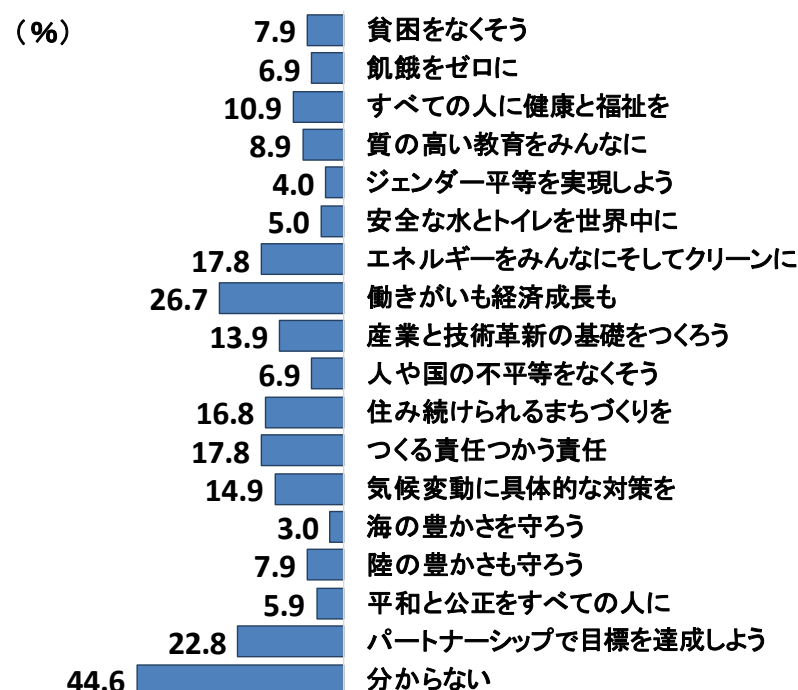
SDGs で掲げられている 17 目標のうち、現在力を入れて取り組んでいる項目を尋ねたところ、目標の 8 つ目に掲げられている「働きがいも経済成長も」が 26.7%（27 社）で最も高かった（複数回答、以下同）。働き方改革など、既に注目されているテーマを含んでいることが一因とみられる。次いで、「パートナーシップで目標を達成しよう」（22.8% 23 社）、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「つくる責任つかう責任」（各 17.8% 各 18 社）などが続いた。企業活動に結びつきやすい項目では取り組む企業も多いが、一方で「海の豊かさを守ろう」（3.0% 3 社）や「ジェンダー平等を実現しよう」（4.0% 4 社）は低位にとどまった。

また、今後最も取り組みたい項目について尋ねたところ、「働きがいも経済成長も」が 16.8%（17 社）でトップとなった（単一回答、以下同）。次いで、「住み続けられるまちづくりを」（7.9% 8 社）、「パートナーシップで目標を達成しよう」（6.9% 7 社）が続いた。

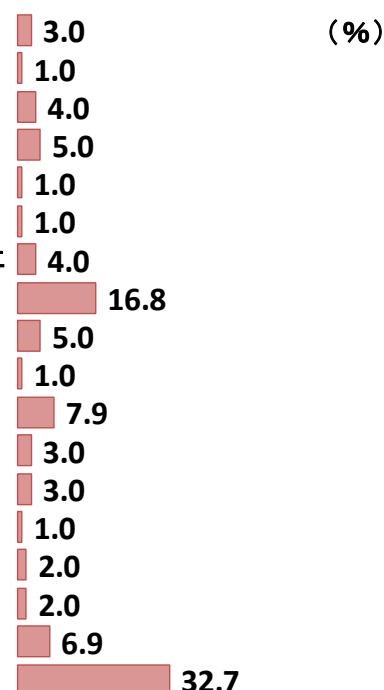
ただし、現在と今後のいずれにおいても「分からない」とする割合が最も高かった。

SDGs の 17 目標のなかで力を入れて取り組む項目 ～現在と今後～

【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】
（単一回答）



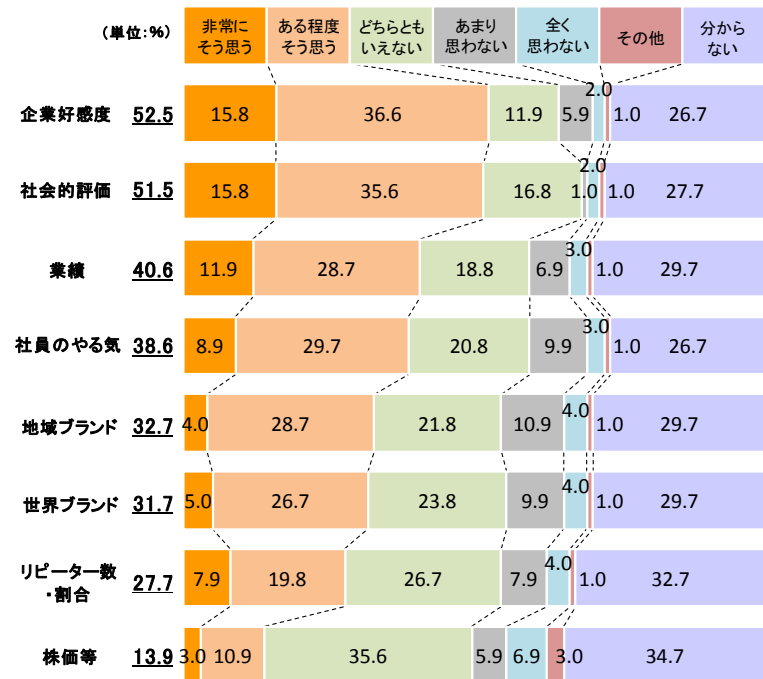
注：母数は有効回答企業101社

3. SDGs の達成への貢献による企業価値の向上、「企業好感度」と「社会的評価」が上位に

SDGs の達成に貢献することによって、どのような企業価値の向上に役立つと思うか尋ねたところ、「企業好感度」に関して企業の 52.5% (53 社) が『そう思う』（「非常にそう思う」と「ある程度そう思う」の合計）と考えていた。さらに、「社会的評価」が 51.5% (52 社) で 5 割を上回るなど、SDGs に取り組むことで社外からの見られ方に好影響があるとする意見が強い結果となった。

一方で、「世界ブランド」や「地域ブランド」では「どちらともいえない」「あまり思わない」の合計がともに 3 割超となり、『そう思う』とほぼ同じ割合となった。また「株価等」に関しては、SDGs の達成で向上すると考えている企業は 13.9% (14 社) だった一方、企業の 3 割超が「分からない」としている。

SDGs の達成への貢献で向上される企業価値



注1: 母数は有効回答企業101社

注2: 下線の値は「非常にそう思う」と「ある程度そう思う」の合計の割合

注3: 割合は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が合わない場合がある

4. 付加価値を生むために取り組むテーマ、ヒトに関連する内容への配慮が目立つ

SDGs の達成に向けて地域や国際社会に付加価値を生むテーマについて、インパクトの大きいと考えるものを尋ねたところ、異質な地域人財の活用など「顧客・人財確保」、地域ワーク・シェアリング（複業化）などを含む「適正な労働時間・環境・内容」が各 35.6% (各 36 社) でトップとなり（複数回答 3 つまで、以下同）、ヒトに関連する項目が上位にあげられている。次いで「気候変動・環境汚染を起こさない原材料・生産工程」(28.7% 29 社)、「ブランディング」(18.8% 19 社)、「ゴミを出さない・全て資源で活用する原材料・生産工程」(17.8% 18 社) と続いた。

付加価値を生むために取り組みたいテーマ (複数回答)

	全体 (%)
1 顧客・人財確保	35.6
適正な労働時間・環境・内容	35.6
3 気候変動・環境汚染を起こさない原材料・生産工程	28.7
4 ブランディング	18.8
5 ゴミを出さない・全て資源で活用する原材料・生産工程	17.8
6 自然の力で産まれるエネルギーの使用	16.8
7 従業員・顧客の自己実現	15.8
8 従業員・顧客の生活・役割保障	13.9
9 テクノロジー	8.9
その他	1.0
現時点では紐づけられない	12.9
分からない	25.7

注: 母数は、有効回答企業101社

5. 企業経営上最も大切にしていること、「顧客・従業員満足度」がトップ

ビジネスの目的や企業理念など、企業経営上大切にしていることを1位から3位まで尋ねたところ、総合順位¹では「顧客・従業員満足度」が総合ポイント3.14点となり、企業経営を行う上で最も大切にしている結果となった。「顧客・従業員満足度」は1位にあげた企業が38.6%（39社）、2位にあげた企業も37.6%（38社）でともに各順位で最も高い割合となり、3位も含めると企業の84.1%が企業経営上大切であるとしていた。また、「自社事業拡大」は総合ポイントが2.09点で2番目に高く、企業の31.7%（32社）が1位と選択していた。「社会貢献」は総合ポイントが1.60点となっており、企業の21.8%（22社）が3位としてあげていた。

企業経営上、大切にしていること

（単位：ポイント、構成比％）

	総合順位	総合ポイント	1位	2位	3位
顧客・従業員満足度（評判・働きがい）	1	3.14	38.6	37.6	7.9
自社事業拡大（業績・経済力）	2	2.09	31.7	11.9	14.9
社会貢献（地域・コミュニティ・家族）	3	1.60	12.9	24.8	21.8
経済貢献（経済成長・産業発展）	4	0.80	5.0	11.9	19.8
地球貢献（地球環境・自然）	5	0.50	5.0	2.0	18.8
社会的名誉（名声・地位）	6	0.12	1.0	1.0	4.0
その他	－	0.04	0.0	1.0	1.0
分からない	－	0.71	5.9	9.9	11.9

注1：1位～3位の構成比は、各項目について1位～3位を選択した企業の割合

注2：総合順位は各項目に対して総合ポイントを付与し、「その他」「分からない」を除く6項目で順位付けした。

総合ポイントは、1位に5点、2位に3点、3位に1点を与えて算出。5点満点

注3：母数は、有効回答企業101社

まとめ

SDGsは政府や自治体を中心に展開されていたが、近年は民間企業においても積極的に関与する機運が高まっている。また、SDGsの目標達成への貢献によって新たなビジネスチャンスへのつながりや企業の魅力向上、それにとまなう新たな人材の獲得など、さまざまな効果も期待されている。さらに、新型コロナウイルスにとまなう社会・経済活動や新しい生活様式において、SDGsは感染拡大防止対策や企業の持続可能性に対する考え方としても有効と考えられている。

本調査では、SDGsに積極的である企業は21.8%となり、5社に1社という結果となった。一方で、SDGsという言葉を知りつつ取り組んでいない企業は半数近くにのぼった。企業からは、「EU経済拡大戦略にすぎない。反発は危険なため仕方なく歩調を合わせるにすぎない」（出版・印刷）や、「自社が今を生き残ることが最優先で、それ以外のことを特に考えている余裕はない」（電気機械製造業）などさまざまな意見がみられる。

¹ 総合順位は各項目に対して総合ポイントを付与し、「その他」「分からない」を除く6項目で順位付けした。総合ポイントは、1位に5点、2位に3点、3位に1点を与えて算出した。5点満点。

SDGs の 17 目標のうち、現在力を入れている項目と今後最も力を入れる項目では、それぞれで「働きがいも経済成長も」の割合が最も高い結果となった。既に取り組みが進められている「働き方改革」に関連した目標であることが一因になっていると考えられる。

今後 SDGs に取り組む企業を増やすためには、SDGs と企業活動とのつながりを示すなど、企業が取り組みに前向きになるような働きかけやきっかけの提供が必要となろう。



【 内容に関する問い合わせ先 】

(株) 帝国データバンク 甲府支店
TEL 055-233-0241 FAX 055-233-0245

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。報道目的以外の利用につきましては、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。