

SDGsに関する長崎県内企業の意識調査（2024年）

SDGsに積極的な企業46.8%で前年より低下 ～69.2%が効果を実感するも、積極的でない企業が増加～

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、帝国データバンクは現在の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2024年6月調査とともに行った。

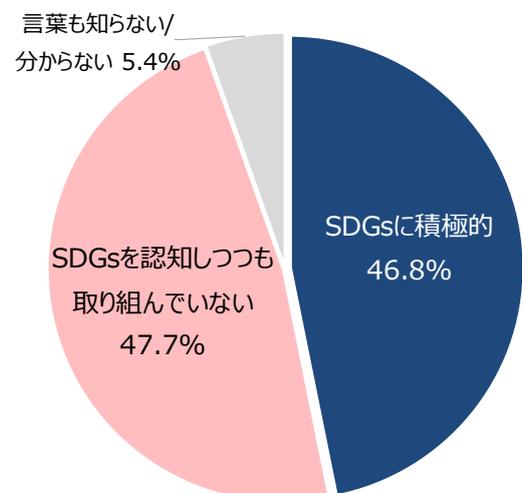
※ 調査期間は2024年6月17日～30日、調査対象は長崎県内企業266社で、有効回答企業数は111社（回答率41.7%）。

※ 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）

- 『SDGsに積極的』な企業は46.8%と、前年より低下
- 規模別では大企業が全体の割合を上回り、業界別では『卸売』がトップ
- 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「働きがいも経済成長も」がトップ
- 取り組んでいる企業の7割近くが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

SDGsへの理解と取り組み

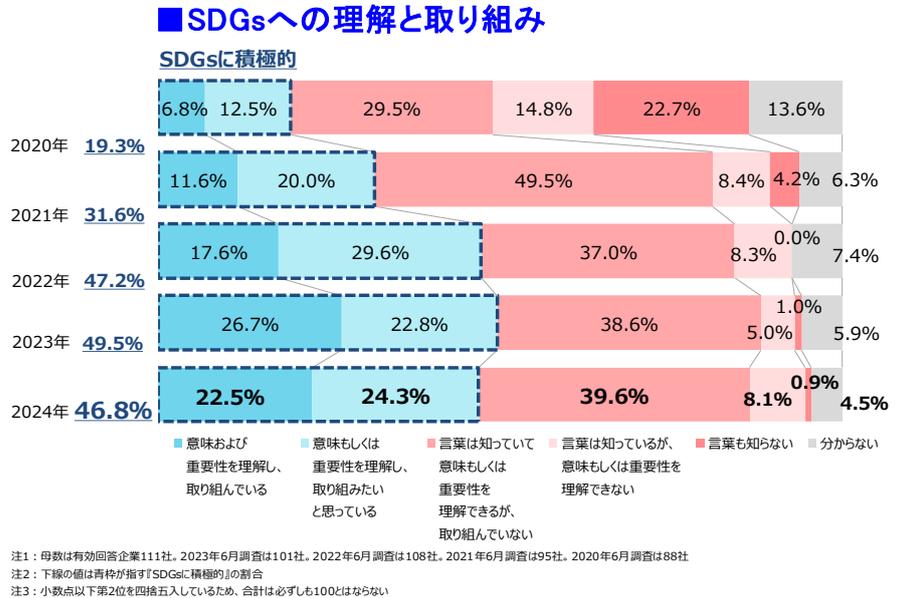


1. 『SDGsに積極的』な企業は46.8%、実際に取り組んでいる企業は22.5%で、ともに低下

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22.5%となり、前年より4.2ポイント低下した。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24.3%で同1.5ポイント上昇した。

合計すると『SDGsに積極的』な企業は2.7ポイント減の46.8%となり、SDGsの達成に向けた取り組みに対する意識は、調査開始以降で初めて低下した。

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39.6%、「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8.1%となった。合計すると、SDGsを認知しつつも取り組んでいない企業は47.7%となり、前年(43.6%)より4.1ポイント上昇、『SDGsに積極的』な企業を0.9ポイント上回った。



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50.0%と、全体を上回った。「中小企業」では46.6%、うち「小規模企業」では41.6%となった。大企業、中小企業ともに前年を下回り、規模が小さいほどSDGsに積極的な企業の割合が低くなっている。

他方、SDGsに積極的な企業を業界別にみると、『卸売』が63.0%で最も高かった。次いで『製造』53.3%、『サービス』52.4%と続いた。

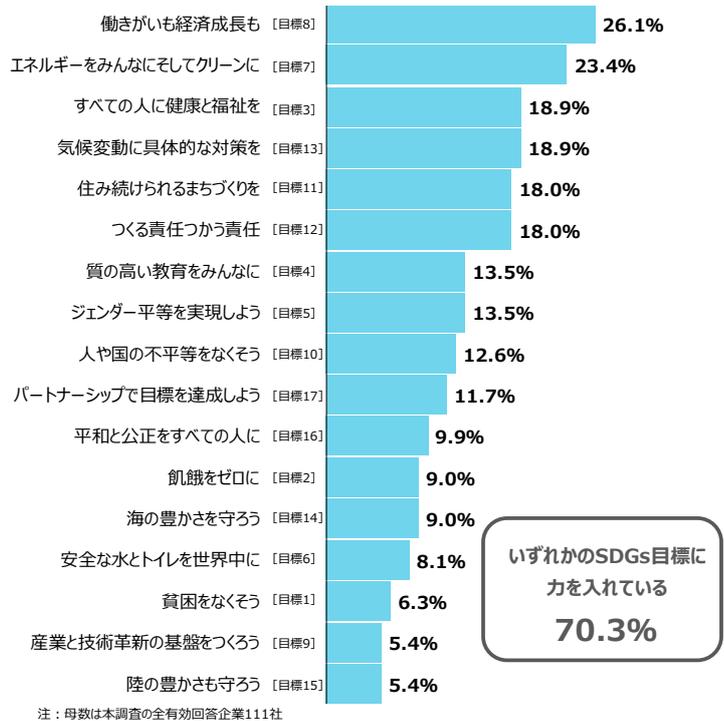


3. 現在力を入れている項目は「働きがいも経済成長も」がトップ

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26.1%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」(23.4%)、衛生環境改善支援などを含む「すべての人に健康と福祉を」、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」(各18.9%)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70.3%となった。

■SDGs17目標のうち、現在力を入れている項目 (複数回答)

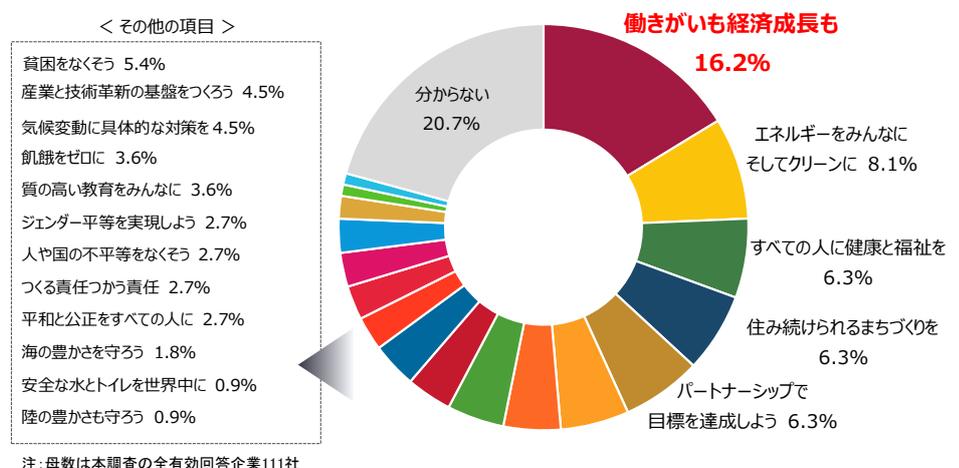


4. 今後最も力を入れたい項目も「働きがいも経済成長も」がトップ

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16.2%でトップ、全項目のなかで唯一1割を超えた。

次いで、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」(8.1%)や、「すべての人に健康と福祉を」「住み続けられるまちづくりを」「パートナーシップで目標を達成しよう」(各6.3%)が上位に並んだ。

■SDGsの17目標のうち、今後最も取り組みたい目標

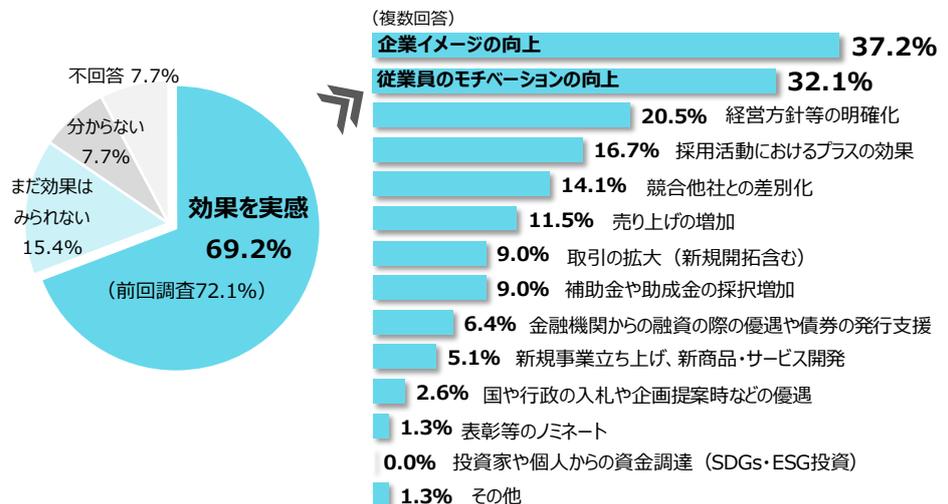


5. 企業の7割がSDGsの効果を実感、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位

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探ったところ、『効果を実感』している企業の割合は前回調査(72.1%)から2.9ポイント減の69.2%となった。

なかでも、「企業イメージの向上」が37.2%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」(32.1%)が続いた。以下、「経営方針等の明確化」(20.5%)、「採用活動におけるプラスの効果」(16.7%)となった。また、「競合他社との差別化」「金融機関からの融資の際の優遇や債券の発行支援」の2項目のみが前年に比べて上昇した。

■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78社

まとめ

本調査の結果、22.5%の企業が現在、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46.8%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。

SDGsに取り組む企業のうち、7割近く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。また、売上げの増加や新商品開発等につながった企業もあり、SDGsによる社会課題の解決と企業の成長は両立できることが示唆される。

一方で、特に中小企業からは「人材面・費用面における厳しさ」のほか、「業績の改善など優先すべき対応がある」といった声が多く聞かれた。また、規模が小さい企業にとってはハードルが高いといった意見や、どのように対応すれば良いか分からない企業も多くみられた。

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が増加するほか、商品の購入、入社動機のポイントにもなってくるだろう。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。

県内企業の声 (抜粋)	業種
掲げる目標や理念について理解はしていますが、大企業を除く、中小の企業にはなかなか縁が結ばれにくいものだと認識している	サービス
重要性は理解できるが、中小零細企業では対応できない。	金融
現在余力なく考え方もって行動するよう意識付けしている。	繊維・繊維製品・服飾品卸売業
弊社の事業規模では取り組みが簡単ではない。	建設

株式会社帝国データバンク 長崎支店 四谷 章頌

TEL:095-826-9204 FAX:095-824-8629

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。