



本件照会先

清水 潤 (支店長)
横井幸一郎 (調査担当)
帝国データバンク 群馬支店
TEL: 027-386-4041

発表日

2026/09/01

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。

群馬県企業 「SDGsに取り組んでいる」 は32.9% 過去最高を更新

取り組む企業の52.3%が成果を実感

群馬県・SDGsに関する企業の意識調査(2026年)

SUMMARY

『SDGsの意味および重要性を理解し、取り組んでいる』と回答した群馬県企業は、前年比1.9ポイント増の32.9%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」を合わせた『SDGsに前向き』な企業は同5.3ポイント増の57.6%と、過去最高だった。SDGsに取り組む企業の半数以上(52.3%)は何らかの成果を実感。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。

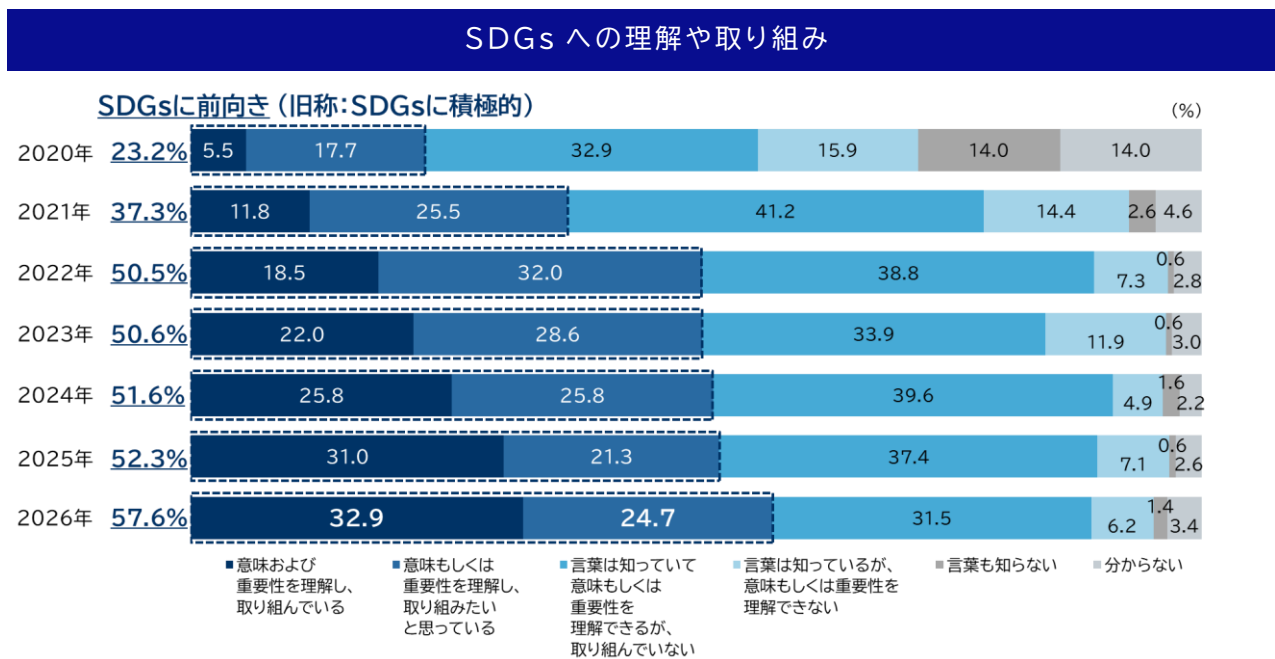
※株式会社帝国データバンク群馬支店は、群馬県に本社を置く企業371社を対象に、SDGs(Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)に関する企業の見解についてアンケート調査を実施した。なお、SDGsに関する調査は2020年以降、毎年実施し、今回で7回目
調査期間: 2026年6月17日～6月30日(インターネット調査)
調査対象: 群馬県内企業371社、有効回答企業数は146社(回答率39.4%)

『SDGs に前向き』な企業、過去最高を更新

自社における SDGs への理解や取り組みについて群馬県企業に尋ねたところ、「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 1.9 ポイント増の 32.9%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 3.4 ポイント増の 24.7%で、あわせた『SDGs に前向き』な企業は同 5.3 ポイント増の 57.6%となり、過去最高を更新した。

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 31.5%、「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 6.2%だった。

群馬県内の企業からは「当社の企業規模を踏まえると、今後も SDGs への積極的な取り組みは社会的責任であると認識している。一方で、事業収益に直結する活動とは言い難い面もあり、バランスの取り方は難しい」(製造)などの声が寄せられた。全体として、SDGs について企業存続や社会的責任の観点から積極的に評価する意見がある一方、従来から実施してきた経営活動と変わらない、収益への効果が見えにくい、形式的な取り組みが先行しているといった否定的な見方もあり、評価は二極化した。



注1:『SDGsに前向き』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」の合計で、2025年調査までの『SDGsに積極的』から名称のみ変更
 注2:母数(有効回答企業)は、2026年146社、2025年155社、2024年182社、2023年168社、2022年178社、2021年153社、2020年164社
 注3: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

「SDGs に取り組んでいる」、5 業界別では「卸売」「製造」が高い

5 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、『卸売』は 40.0% (前年 25.9%)、『製造』は 37.7% (同 37.7%)と全体を上回った。「昨年、太陽光発電システムを導入し、電力の地産地消を進めている。また、SDGs 宣言を行い、その後 SBTi 認定も取得した。環境対策なしに企業の成長はないと考えている」(製造)との声も寄せられ、環境対応を企業の成長や事業継続と結び付けながら取り組む姿勢が表れている。

前年から上昇幅が最も大きかったのは『卸売』で 14.1 ポイント増加した。一方で、低下幅が最も大きかったのは『サービス』で 10.7 ポイント減少した。同業界からは、「日本では以前から環境や品質に対する取り組みが進んでおり、新たな枠組みとしての必要性は高くないと感じている」といった声が聞かれた。

SDGs に取り組んでいる企業の割合 ～5 業界別～

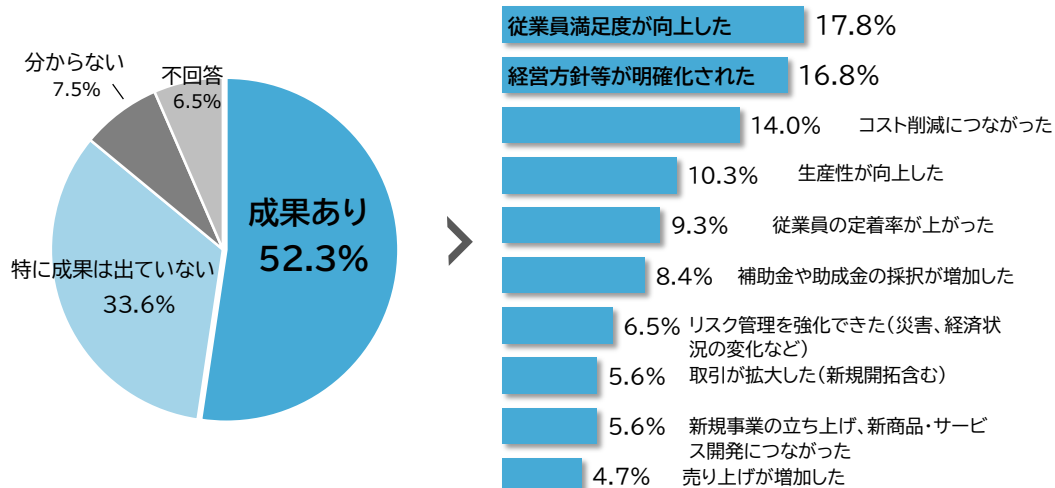
	2026年	2025年	前年比
全体	32.9%	31.0%	+1.9pt
業界別	卸売	25.9%	+14.1pt
	製造	37.7%	±0.0pt
	サービス	35.7%	-10.7pt
	建設	22.7%	+1.1pt
	小売	22.2%	-2.2pt

注1:母数(有効回答企業)は、2026年146社、2025年155社
注2:2026年の値が高い順に掲載

SDGsに取り組む企業の52.3%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 52.3%だった。主に人材や組織運営、経営効率などで具体的な成果がみられた。「従業員満足度が向上した」(17.8%)と「従業員の定着率が上がった」(9.3%)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」(16.8%)が 2 番目に高く、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107社

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」群馬県企業は 32.9%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」をあわせた『SDGs に前向き』な企業は 57.6%となり、過去最高を更新した。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 52.3%で、従業員満足度の向上や経営方針の明確化、コスト削減、従業員の定着率の改善など、組織運営面での成果が表れている。

足元では、企業存続や社会的責任の観点から積極的に評価する意見がある一方、従来から実施してきた経営活動と変わらない、収益への効果が見えにくい、形式的な取り組みが先行しているといった否定的な見方もあり、意見は二極化した。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る可能性がうかがえる。

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をまねき、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る。

<参考> 群馬県企業からの声

- 今後もエネルギー需要は増加していくと考えており、各企業が継続的に取り組む必要がある(製造)
- 昨年、太陽光発電システムを導入し、電力の地産地消を進めている。また、SDGs宣言を行い、その後 SBTi認定も取得した。環境対策なしに企業の成長はないと考えている(製造)
- SDGsは、変化の激しい時代において、5年後、10年後も企業が存続するために必要な取り組みであると考えている(製造)
- 自社の将来のためにも推進していかなければならない(製造)
- 従来から取り組んできた経営活動を改めて整理したものに過ぎないと感じている(卸売)
- EU主導による考え方という印象が強い(小売)
- 自治体や企業には、自動車依存を減らしガソリン消費を抑える通勤環境の整備に注力してほしい(小売)
- 当社の企業規模を踏まえると、今後もSDGsへの積極的な取り組みは社会的責任であると認識している。一方で、事業収益に直結する活動とは言い難い面もあり、バランスの取り方は難しい(製造)
- SDGsをテーマとしたコンサルティングが過度に広がり、いわゆる「SDGsウォッシュ」の状態になっている。本来目指すべき社会課題の解決まで十分に至っていないと感じる(建設)
- 趣旨は理解できるものの、自社として明確なメリットは感じていない(製造)

- SDGsバッジを着用しているだけで取り組んでいるように見せる風潮には違和感がある。そのバッジがどこで、誰によって、どのような条件で製造されているのかまで考えなければ、本質的な改善にはつながらない。少なくとも企業活動そのものが、一定の社会貢献につながっているとは考えている(卸売)
- SDGsだけで社会課題が解決するものではないと感じている(小売)
- あまり意義を見出せていない(小売)
- SDGsという目標設定そのものに違和感がある。企業として当然行うべきことを改めて掲げているように感じる(製造)
- 言葉だけが先行し、現実との乖離が生じているように感じる。経済成長との両立が十分に図られていないのではないか(卸売)
- 日本では以前から環境や品質に対する取り組みが進んでおり、新たな枠組みとしての必要性は高くないと感じている(サービス)
- 課題の規模が大きくなりすぎており、もはや民間企業だけでは解決が難しい段階にあると感じる(建設)

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