

SDGs に積極的、51.5% 2 年ぶりに前年を下回る

取り組む企業の 68.6%が、その効果を実感
取り組みによる効果、「企業イメージの向上」がトップ



本件照会先

渡邊 聡(支店長)
帝国データバンク
松江支店
TEL:0852-21-2775
info.matsue@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/08/13

島根県・SDGsに関する企業の意識調査(2025 年)

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 3.0 ポイント減 51.5%となり、2 年ぶりに前年を下回った。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」が 7.6 ポイント減の 24.2%、「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 4.6 ポイント増の 27.3%となり、積極的な企業の割合は低下した。SDGsの項目に取り組む企業の 68.6%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」が上位となった。

※帝国データバンクでは、「SDGsに関する企業の意識調査を実施し、

松江支店で島根県に本社を置く企業の結果を集計・分析した。

調査期間は 2025 年 6 月 17 日～6 月 30 日。

調査対象は島根県 285 社で、有効回答企業数は 99 社(回答率 34.7%)。

本調査は 2020 年 6 月以降、毎年 6 月に実施し、今回が 6 回目。

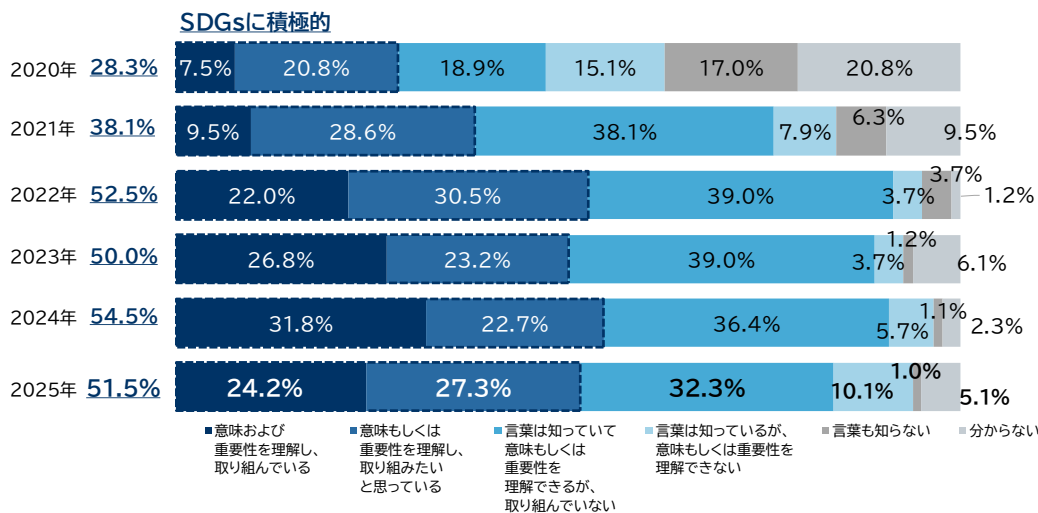
1.『SDGsに積極的』な企業、2年ぶりに前年を下回る

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」と回答した企業は99社中24社、構成比24.2%だった。前回の2024年6月調査(31.8%)から7.6ポイント低下した。「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27.3%(27社)で、前回調査(22.7%)から4.6ポイント上昇した。この2項目を合計した『SDGsに積極的』は51.5%(51社)となり、前回調査(54.5%)から3.0ポイント低下し、2年ぶりに前年を下回った。

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」(32.3%・32社)は、構成比が最も高く、前回調査(36.4%)から4.1ポイント低下した。「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」(10.1%・10社)と合わせた『SDGsを認知しつつも取り組みに積極的でない』(42.4%・42社)は、第2回の2021年6月調査以降、4割台で推移している。

規模別でみると、『SDGsに積極的』では、「大企業」が構成比66.6%(4社)となり、「中小企業」(50.6%・47社)よりも16.0ポイント高かった。一方、『SDGsを認知しつつも、取り組みに積極的でない』では、「中小企業」(43.1%・40社)が4割を超え、「大企業」(33.3%・2社)よりも9.8ポイント高かった。なお、「言葉も知らない」と回答した「大企業」はなかったが、「中小企業」は1社だった。

SDGs への理解と取り組み



注1:母数は有効回答企業99社。2024年調査は88社。2023年調査は82社。2022年調査は82社。2021年調査は63社。2020年調査は53社
注2:下線の値は青枠が指す『SDGsに積極的』の割合

2025年6月調査	SDGsに『積極的』	意味および重要性を理解し、取り組んでいる	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	SDGsを認知しつつも取り組みに積極的でない	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	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	言葉も知らない	分からない	合計
全国	53.3 (5,567)	30.2 (3,152)	23.1 (2,415)	41.8 (4,363)	33.8 (3,525)	8.0 (838)	0.4 (38)	4.5 (467)	100.0 (10,435)
島根	51.5 (51)	24.2 (24)	27.3 (27)	42.4 (42)	32.3 (32)	10.1 (10)	1.0 (1)	5.1 (5)	100.0 (99)
大企業	66.6 (4)	33.3 (2)	33.3 (2)	33.3 (2)	33.3 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (6)
中小企業	50.6 (47)	23.7 (22)	26.9 (25)	43.1 (40)	32.3 (30)	10.8 (10)	1.1 (1)	5.4 (5)	100.0 (93)
うち小規模	45.9 (17)	16.2 (6)	29.7 (11)	45.9 (17)	29.7 (11)	16.2 (6)	2.7 (1)	5.4 (2)	100.0 (37)
農・林・水産	100.0 (1)	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)
建設	25.0 (3)	8.3 (1)	16.7 (2)	66.6 (8)	58.3 (7)	8.3 (1)	0.0 (0)	8.3 (1)	100.0 (12)
不動産	100.0 (1)	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)
製造	58.6 (17)	27.6 (8)	31.0 (9)	34.4 (10)	24.1 (7)	10.3 (3)	0.0 (0)	6.9 (2)	100.0 (29)
卸売	56.0 (14)	16.0 (4)	40.0 (10)	44.0 (11)	36.0 (9)	8.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (25)
小売	36.4 (4)	9.1 (1)	27.3 (3)	54.6 (6)	27.3 (3)	27.3 (3)	0.0 (0)	9.1 (1)	100.0 (11)
運輸・倉庫	66.6 (2)	33.3 (1)	33.3 (1)	33.3 (1)	33.3 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (3)
サービス	53.0 (9)	41.2 (7)	11.8 (2)	35.3 (6)	29.4 (5)	5.9 (1)	5.9 (1)	5.9 (1)	100.0 (17)

注1:網掛けは、島根県の全体以上を表す
注2:母数は有効回答企業1万435社、島根県は99社

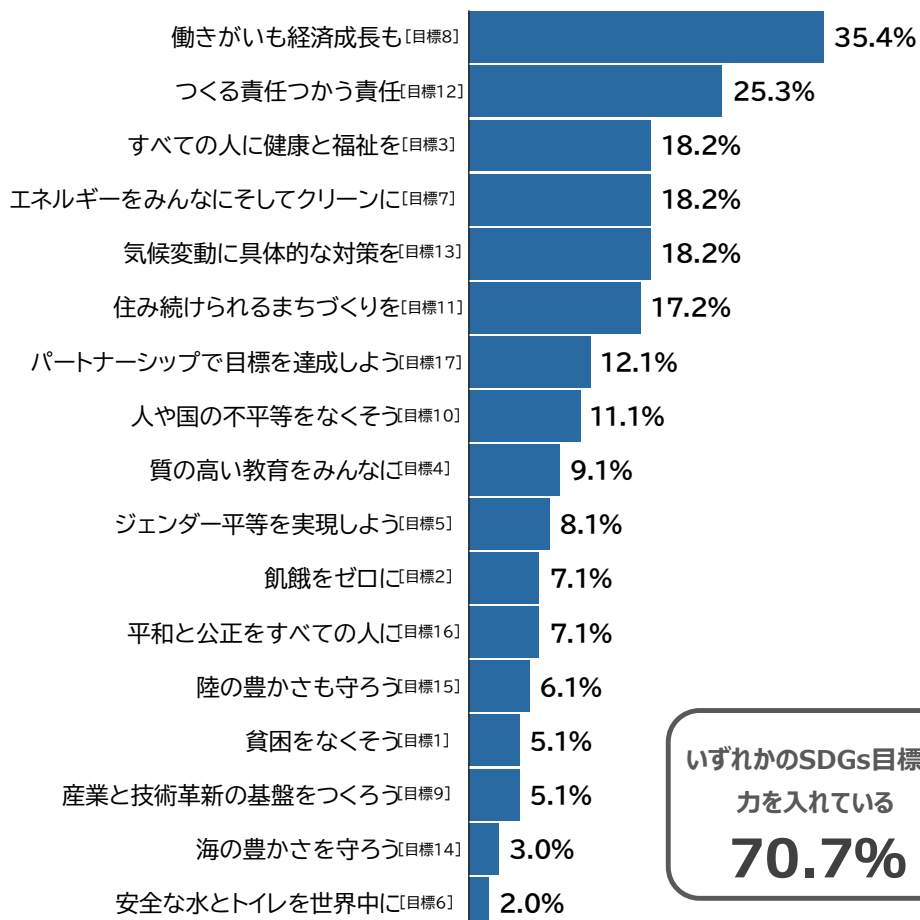
2. 現在取り組んでいる目標、「働きがいも経済成長も」がトップ

SDGsで掲げられている 17 目標のうち、現在取り組んでいる目標を尋ねたところ、目標の 8 つ目である「働きがいも経済成長も」が 99 社中 35 社、構成比 35.4%で最も高かった(複数回答、以下同)。

次いで、「つくる責任つかう責任」が 25.3%(25 社)となり、以下、「すべての人に健康と福祉を」「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「気候変動に具体的な対策を」(各 18.2%・各 18 社)が続き、「住み続けられるまちづくりを」(17.2%・17 社)、「パートナーシップで目標を達成しよう」(12.1%・12 社)、「人や国の不平等をなくそう」(11.1%・11 社)が 1 割台となった。

一方で、「安全な水とトイレを世界中に」(2.0%・2 社)は構成比が最も低く、次いで、「海の豊かさを守ろう」(3.0%・3 社)、「産業と技術革新の基盤をつくろう」「貧困をなくそう」(各 5.1%・各 5 社)、「陸の豊かさを守ろう」(6.1%・6 社)、「平和と公正をすべての人に」「飢餓をゼロに」(各 7.1%・各 7 社)、「ジェンダー平等を実現しよう」(8.1%・8 社)、「質の高い教育をみんなに」(9.1%・9 社)が 10%未満で続いた。総じて、いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は前年(68.2%)から 2.5 ポイント増の 70.7%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)



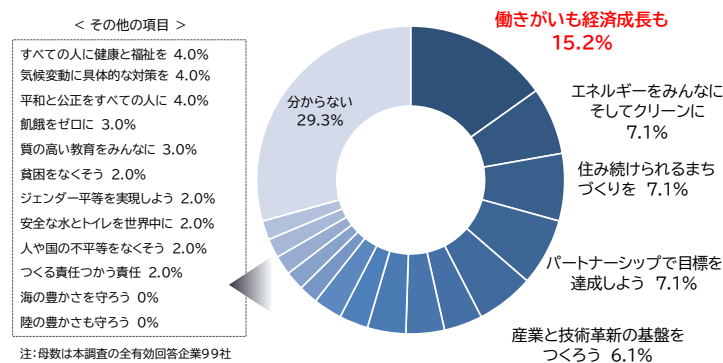
いずれかのSDGs目標に
力を入れている
70.7%

注:母数は本調査の全有効回答企業99社

3. 今後取り組みたい目標も「働きがいも経済成長も」がトップ

SDGsで掲げられている 17 目標のうち、今後最も取り組みたい目標を尋ねたところ、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 99 社中 15 社、構成比 15.2%で最も高かった(単一回答、以下同)。以下、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「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 7.1%・各 7 社)、「産業と技術革新の基盤をつくろう」(6.1%・6 社)が続いた。石炭や石油などの化石燃料に代わって、クリーンエネルギーを活用することや、気候変動などによる災害発生への備えを意識する企業が多い傾向が見られた。

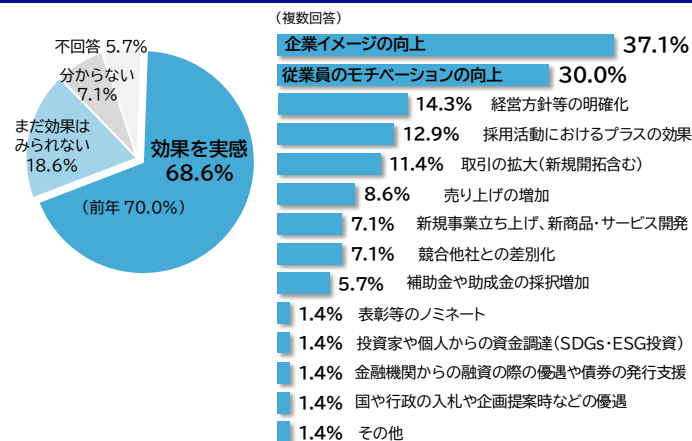
SDGs の 17 目標のうち、今後最も取り組みたい目標



4. 取り組みによる効果、「企業イメージの向上」がトップ

現在SDGsへの各目標に力を入れている企業 70 社に、その取り組みによる効果を尋ねたところ、「企業イメージの向上」が構成比 37.1%(26 社)で最も高かった(複数回答、以下同)。次いで、人材の定着率の向上につながる「従業員のモチベーションの向上」(30.0%・21 社)となった。以下、「経営方針等の明確化」(14.3%・10 社)、「採用活動におけるプラスの効果」(12.9%・9 社)、「取引の拡大」(11.4%・8 社)、「売り上げの増加」(8.6%・6 社)となった。なお、「まだ効果はみられない」「分からない」「不回答」を除き、何らかの『SDGsへの取り組みによる効果を得た』企業は 68.6%(48 社)となった。

SDGs への取り組みによる効果



まとめ

本調査の結果、『SDGsに積極的』な島根県の企業の割合は51.5%となり、2年ぶりに前年を下回った。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業が24.2%で、「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」企業が27.3%となった。

SDGsの17目標のうち、「現在取り組んでいる目標」および「今後最も取り組みたい目標」は、ともに『働きがいも経済成長も』がトップとなった。また、取り組みを通じて、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」の効果を実感している企業が多数を占めた。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32.3%を占めた。また、「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10.1%となった。これらをあわせた『SDGsを認知しつつも取り組みに積極的でない』は42.4%となり、2021年6月の第2回調査開始以降、4割台で推移している。

現状、資金や人的な余裕が少ない中小企業においては、SDGsの目標に対してそれぞれの立場で理解を深め、まずは身近なことから少しずつ取り組むことで、持続的な企業の成長に繋がることが期待される。

企業からの声

- ・活動を本業に結びつけることが大事 (サッシ卸)
- ・次の世代、その次の世代に現在のつけが回らない様にしたいと思っている (木材卸)
- ・ビニールから紙へ、ノート、マスキングテープもバナナペーパーを使用、取引先の発送も1回にまとめるなど、できるところから取り組んでいる。今後も何ができるか経営者として考えていく (小売)

※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、下記の通り区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	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