

熊本県 「SDGs に積極的」は 63.4% 2 年連続前年比低下

「実践企業」は過去最高も「意欲あり」がダウン
「余裕のなさ」や「取り組みのハードル」が足かせに

熊本県・SDGs に関する企業の意識調査(2025 年)



本件照会先

京山 正徳（調査第1課長）
帝国データバンク
熊本支店
096-324-3344(代表)
mail:info.kumamoto@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/08/29

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 4.3 ポイント低下の 63.4%となり、2 年連続前年を下回った。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」が同 2.3 ポイント増の 43.6%と過去最高になったが、「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」が同 6.6 ポイント減の 19.8%に低下したことで、積極的な企業の割合は低下する結果となった。SDGs の項目に取り組む企業の 65.8%が効果を実感、「企業イメージの向上」、「従業員のモチベーションの向上」が上位に並んだ。

※株式会社帝国データバンクは、全国 2 万 6,237 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 6 回目

調査期間:2025 年 6 月 17 日～6 月 30 日(インターネット調査)

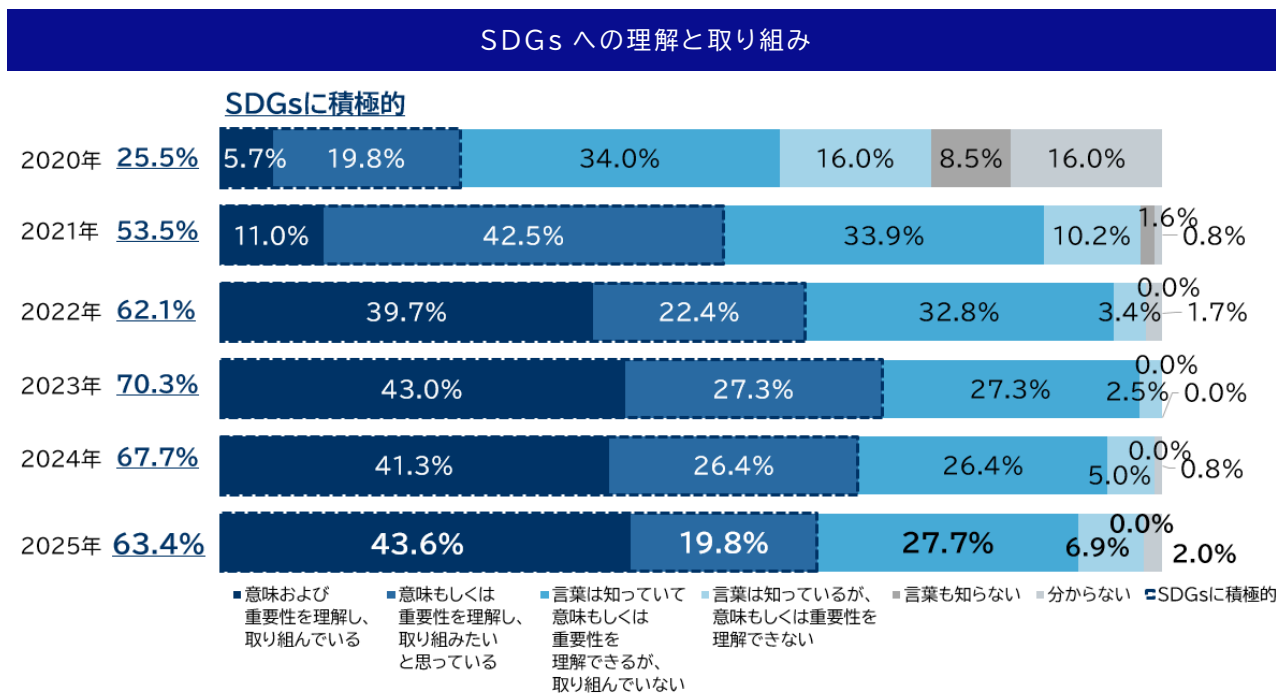
調査対象:熊本県 347 社、有効回答企業数は 101 社(回答率 29.1%)

「SDGsに取り組んでいる」企業の割合は過去最高の43.6%も、 「取り組みたいと思っている」企業は低下、積極性鈍る

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」企業は前年比2.3ポイント増の43.6%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6.6ポイント減の19.8%だった。合計すると『SDGsに積極的』な企業は4.3ポイント減の63.4%と、2年連続前年から低下する結果となった。

「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27.7%、「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」は6.9%で、合計すると『SDGsを認知しつつも取り組んでいない』企業は同年3.2ポイント増の34.6%と2年連続上昇する結果となった。



注1:母数は有効回答企業101社。2024年調査は121社。2023年調査は121社。2022年調査は116社。2021年調査は127社。2020年調査は106社

注2:下線の値は青枠が指す『SDGsに積極的』の割合

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

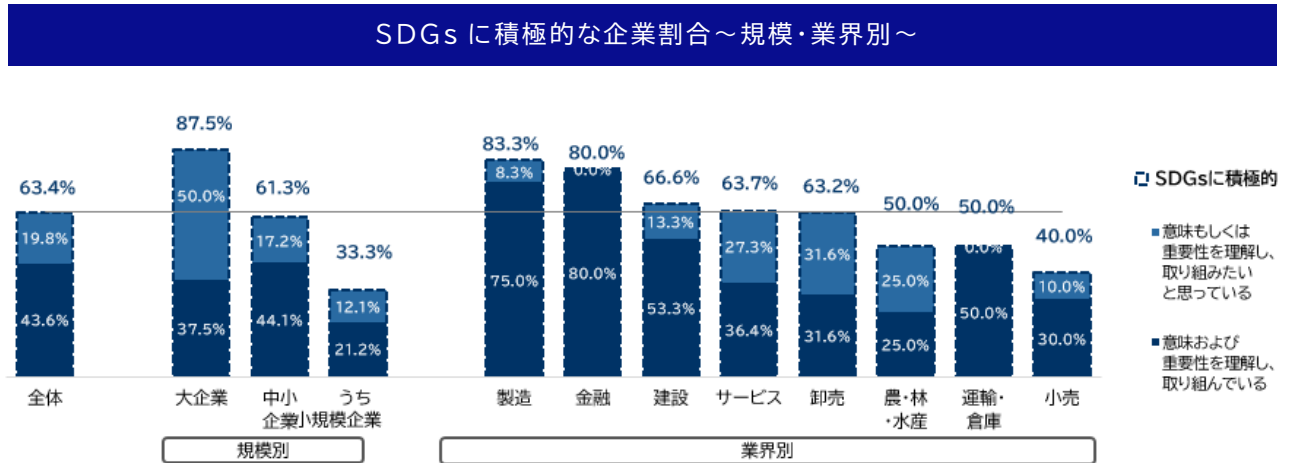
『SDGsに積極的』な企業からは、「出来ることを取り組むのは、ある意味あたりまえのことで、効果についてはそれほど気にしていない」(文房具・事務用品卸売、中小企業)、「日本発の活動“もったいない運動”の一環としてSDGsを捉え、取り組んでいる」(茶小売、中小企業)、「長期の時間軸のなかで、社会課題を経営に取り込み、それに応えられる企業であるかどうかを試されている」(ビルメンテナンス、中小企業)、「熊本県SDGs登録制度に登録することで、SDGsへの取り組みを進めている」(その他の投資、中小企業)といった前向きな声が聞かれた。

一方で、「SDGsに意味を見いだせない」(食品加工、中小企業)との声に加え、“余裕がない”や“ハードルが高い”などのコメントが寄せられた。

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 87.5%と、全体(63.4%)を大幅に上回った。「中小企業」では 61.3%、うち「小規模企業」では 33.3%となった。規模が小さいほど SDGs に積極的な企業の割合が低くなる傾向が続いている。

中小企業からは取り組む時間や予算に限りがあるなど厳しい声が聞かれた一方で、取り組みの厳しさを感しながらも意欲を示すコメントもあがっていた。



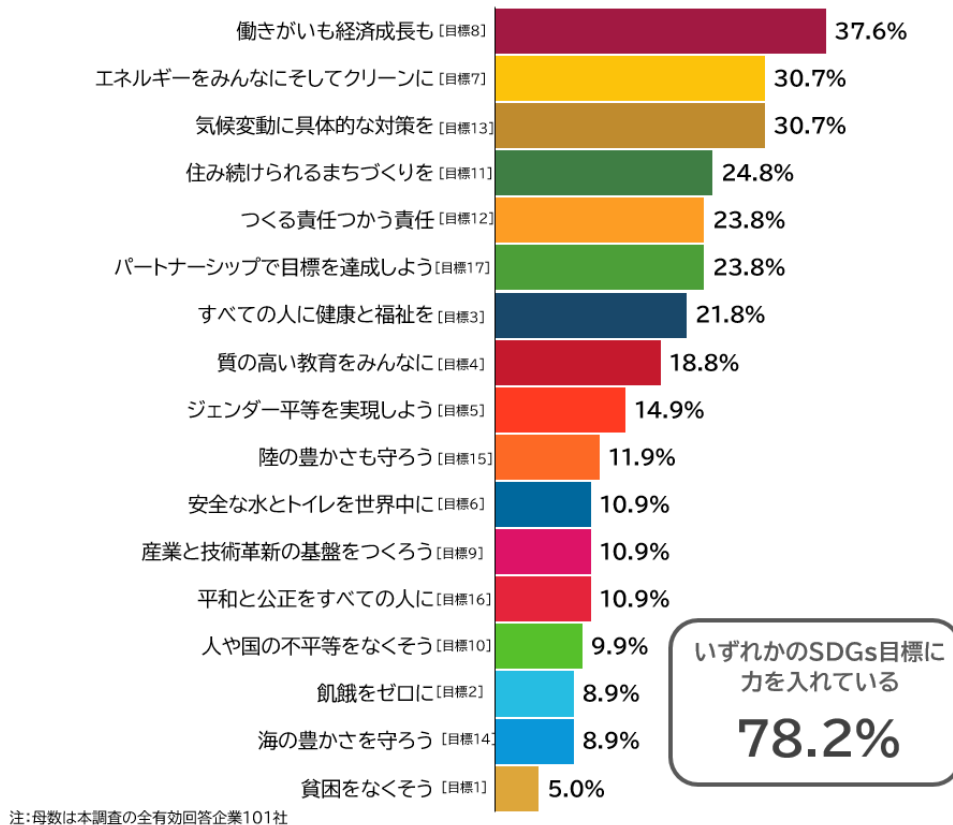
SDGs に積極的な企業を業界別にみると、『製造』が 83.3%で最も高く、『金融』が 80.0%が続いた。企業からは、SDGs の考え方を経営に取り込み、環境に配慮した経営を続けているといった声が寄せられた。

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 の目標の中で、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 37.6%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」(30.7%)、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」(30.7%)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前年(75.2%)から 3.0 ポイント増の 78.2%となり、SDGs に「取り組んでいない」などと回答した企業でも、気付かないうちに SDGs に取り組んでいる企業が多数みられた。

SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)

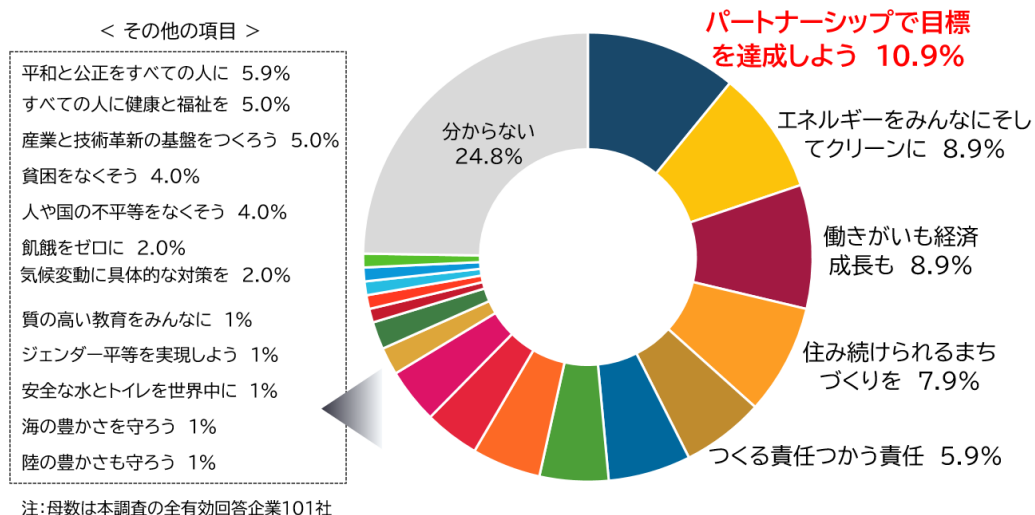


今後最も取り組みたい項目は「パートナーシップで目標を達成しよう」がトップ

今後、最も取り組みたい項目について尋ねたところ、「パートナーシップで目標を達成しよう」が 10.9% でトップ、全項目の中で唯一 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」(8.9%)や「働きがいも経済成長も」(8.9%)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



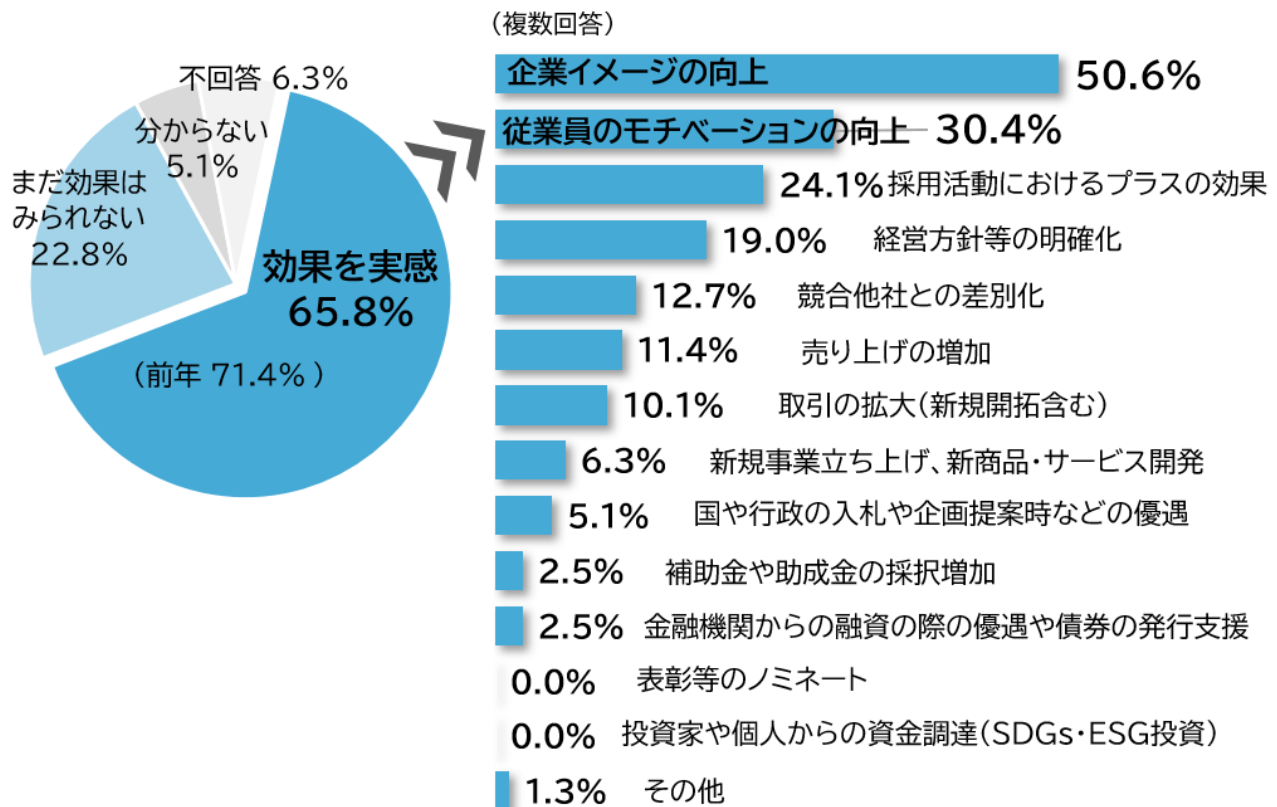
企業の7割がSDGsの効果を実感、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位

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尋ねたところ、『効果を実感』している企業の割合は前年(71.4%)から5.6ポイント減の65.8%となった。

具体的な効果としては、「企業イメージの向上」が50.6%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」(30.4%)、「経営方針等の明確化」(19.0%)、「競合他社との差別化」(12.7%)が続いた。

また、「売り上げの増加」(11.4%)と「取引の拡大(新規開拓含む)」(10.1%)などが1割台となり、SDGsへの取り組みが社会課題の解決に貢献するだけでなく、ビジネスチャンスの獲得や業績の向上にもつながる可能性があることが示された。

SDGsへの取り組みによる効果



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79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

企業からは、太陽光発電の導入など環境に配慮した活動を地道に続けているや、社有車をエコカーに全て変更してエコに励んでいるなどの声が寄せられた。

そのほか、企業イメージアップ等の効果を期待してではなく、事業を継続していくうえでの重要な取り組みと捉えて、今後も継続していくといった声も聞かれた。

まとめ

本調査の結果、『SDGs に積極的』な企業の割合が 63.4%となり、2 年連続で前年より低下した。内訳は、SDGs の意味等を理解し、取り組んでいる企業が前年より 2.3 ポイント上昇し調査開始以降で最高の 43.6%となったものの、取り組みたい企業の割合が6.6ポイント低下し、全体ではマイナスとなった。

一方で、『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業の割合は 3.2 ポイント増の 34.6%だった。依然として『SDGs に積極的』な企業を 20 ポイント以上下回ったものの、2 年連続で前年より増加した。取り組みに対する人員や時間の確保が容易でなく、取り組みに躊躇する企業が一定数みられた。特に中小企業からは、SDGs の重要性は認知しているが、取り組むにはどうしていいかわからない、費用面の負担が思っていたより重いなど、SDGs への取り組みが自社の成長に繋がる未来として見えないとの声が寄せられた。

SDGs の項目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」や「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。さらに売り上げの増加や取引先の拡大に繋がっているケースも増えており、SDGs を通じた社会課題の解決と企業の成長の両方が可能であると推察される。

現在、経済大国のアメリカが SDGs や環境問題などに対して消極的な姿勢をみせるなど、世界的に SDGs への関心が薄れている。しかし、地道に SDGs に取り組んでいる企業においては、社会課題の解決にとどまらず、売り上げの増加、取引先の拡大、採用活動の促進につながるケースは増えており、企業のさらなる成長に寄与していく可能性が高まっている。特に資金や人的余裕がない中小企業においても、SDGs を“身近なことから”地道に取り組み続けることが必要で、それを後押しする国や自治体による具体的な取り組み事例とメリットの共有や相談窓口・補助金制度の充実など、支援策の強化が重要である。

