

# 「SDGsに積極的」は49.1% 2年連続で低下

「実践企業」は過去最高も「意欲あり」がダウン  
規模間での取組状況の格差続く

## 埼玉県・SDGsに関する企業の意識調査(2025年)



本件照会先

丸山 昌吾、梅林 政文  
帝国データバンク  
大宮支店情報部  
048-729-7702(直通)  
Email:Info.ohmiya@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/08/12

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3.7ポイント減の49.1%となり、2年連続で低下し5割を割り込んだ。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」が同1.8ポイント増の25.7%と過去最高となったが、「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5.5ポイント減の23.4%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66.6%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」が上位に並んだ。

※株式会社帝国データバンク大宮支店は、県内企業994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

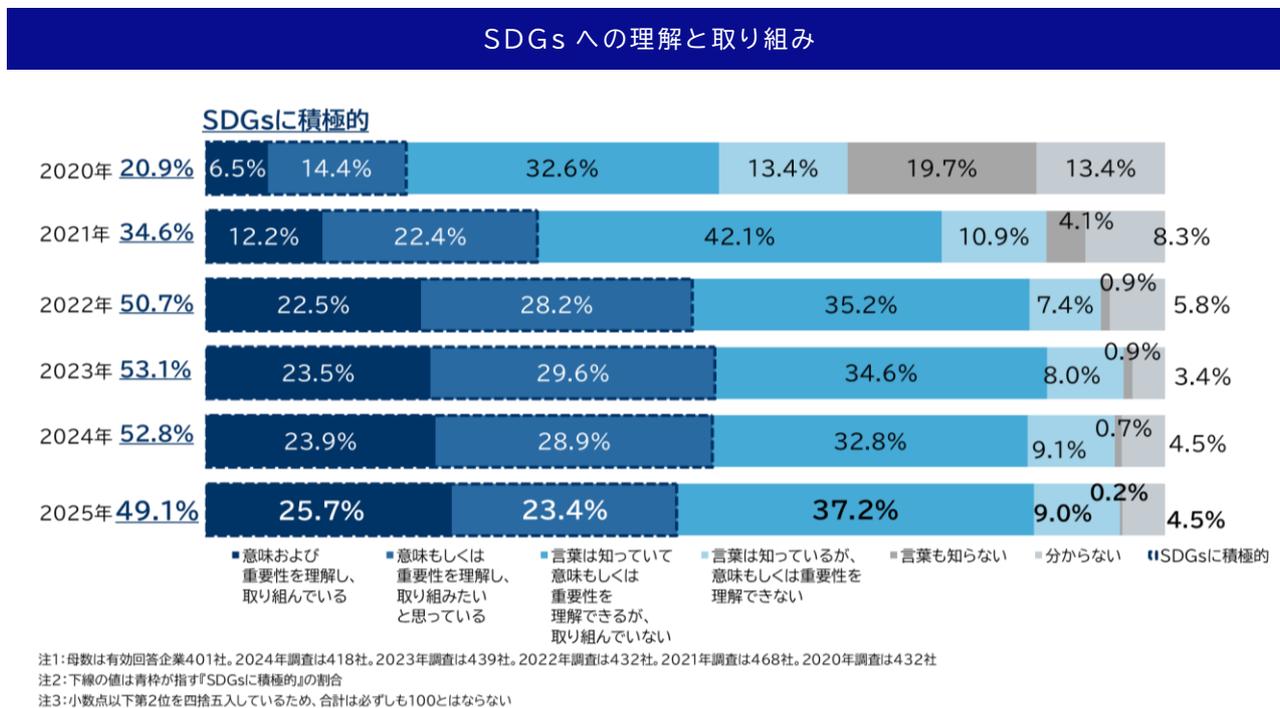
調査期間:2025年6月17日~6月30日(インターネット調査)

調査対象:埼玉県企業994社、有効回答企業数は401社(回答率40.3%)

## 「SDGsに取り組んでいる」企業の割合は過去最高の25.7%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1.8ポイント増の25.7%となり、2020年の調査開始以降で最高を更新した。他方、「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5.5ポイント減の23.4%だった。合計すると『SDGsに積極的』な企業は前年比3.7ポイント減の49.1%と、2年連続で前年から低下する結果となった。

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」県内企業は37.2%、「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9.0%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4.3ポイント増の46.2%となった。



なお、全国では「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業は30.2%で、埼玉県企業はそれを4.5ポイント下回り、「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」企業は全国で23.1%だったのに対し、埼玉県企業はそれを0.3ポイント上回った。その結果、二つを合わせた『SDGsに積極的』な企業は全国で53.3%となり、埼玉県はそれを4.2ポイント下回る49.1%となった。

埼玉県企業および全国ともに「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業は過去最高を更新した一方で、「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」企業は前年から減少。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」企業が前年から増加した。

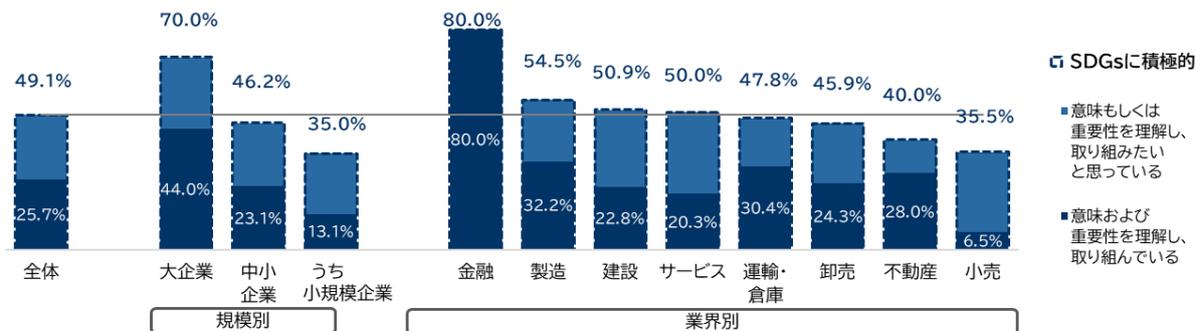
企業からは、「当たり前に行っている事が該当したり、努力していかなければならない事もあり、社として無理のない範囲での取り組みをしていきたい」(製造)や、「経済活動と両立すること、および利益を出して株主へ還元することと照らして考えると、自然や多様性は大切であるが、企業として取り組むには大企業でなければ難しいと思う」(不動産)といった意見が聞かれた。

## 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 70.0%と、全体(49.1%)を大幅に上回った。「中小企業」では 46.2%、うち「小規模企業」では 35.0%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「理念はわかるものの、弊社で利益を伴う施策や環境がないため、手が付けられない状況」(卸売、中小企業)といった声や、「零細企業に取り組む余裕はない」(不動産、小規模企業)といった声が聞かれた。

SDGs に積極的な企業割合～規模・業界別～



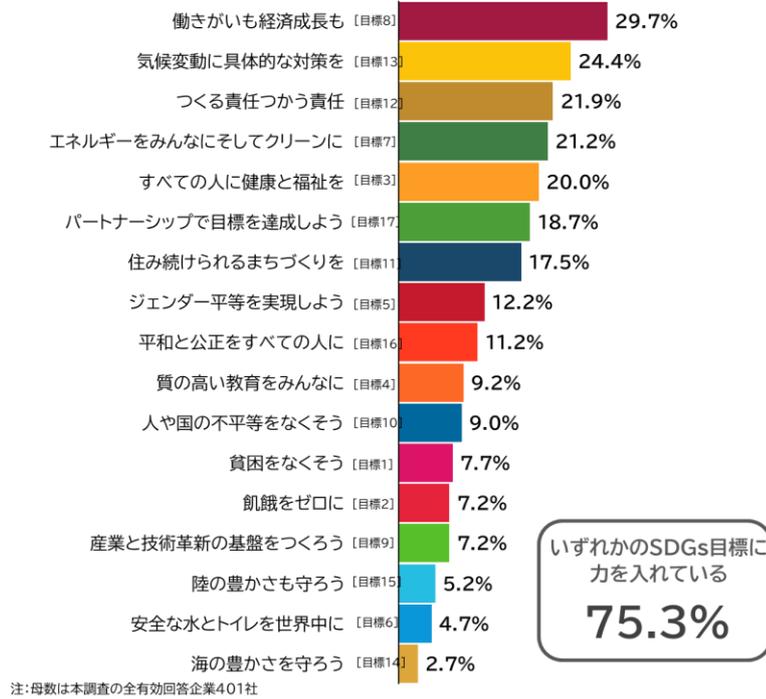
SDGs に積極的な企業を業界別にみると、『金融』が 80.0%で最も高かった。以下、『製造』の 54.5%、『建設』50.9%、『サービス』50.0%が 5 割台が続いた。他方、最も低かったのは『小売』の 35.5%だった。

## 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 29.7%で最も高かった(複数回答、以下同)。次いで、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」(24.4%)、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」(21.9%)、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」(21.2%)、「すべての人に健康と福祉を」(20.0%)が 2 割台が続いた。

総じて、いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業は前年(73.4%)から 1.9 ポイント増の 75.3%となり、SDGs に「取り組んでいない」などと回答した企業でも、気付かぬうちに 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)

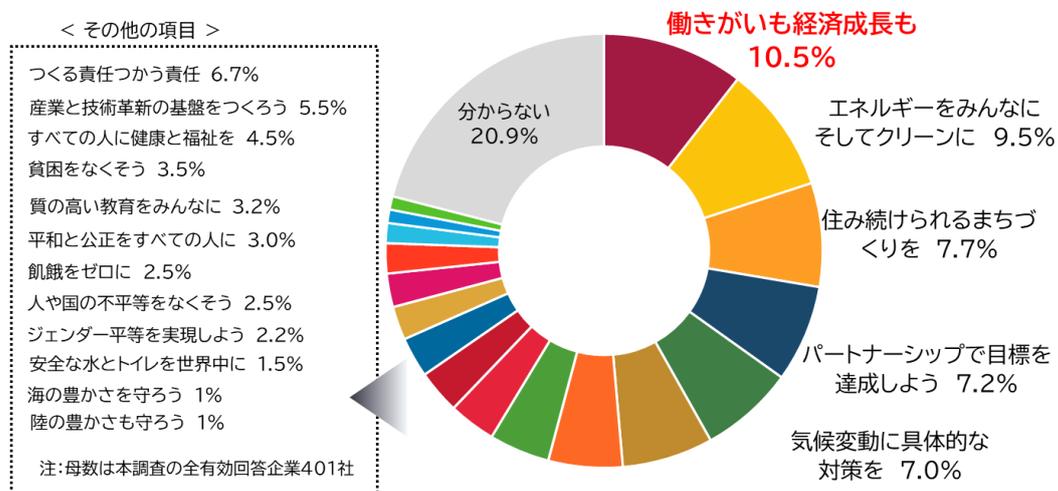


## 今後最も取り組みたい項目も「働きがいも経済成長も」がトップ

今後、最も取り組みたい項目について尋ねたところ、現在力を入れている項目と同様に「働きがいも経済成長も」が10.5%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」(9.5%)や「住み続けられるまちづくりを」(7.7%)、「パートナーシップで目標を達成しよう」(7.2%)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



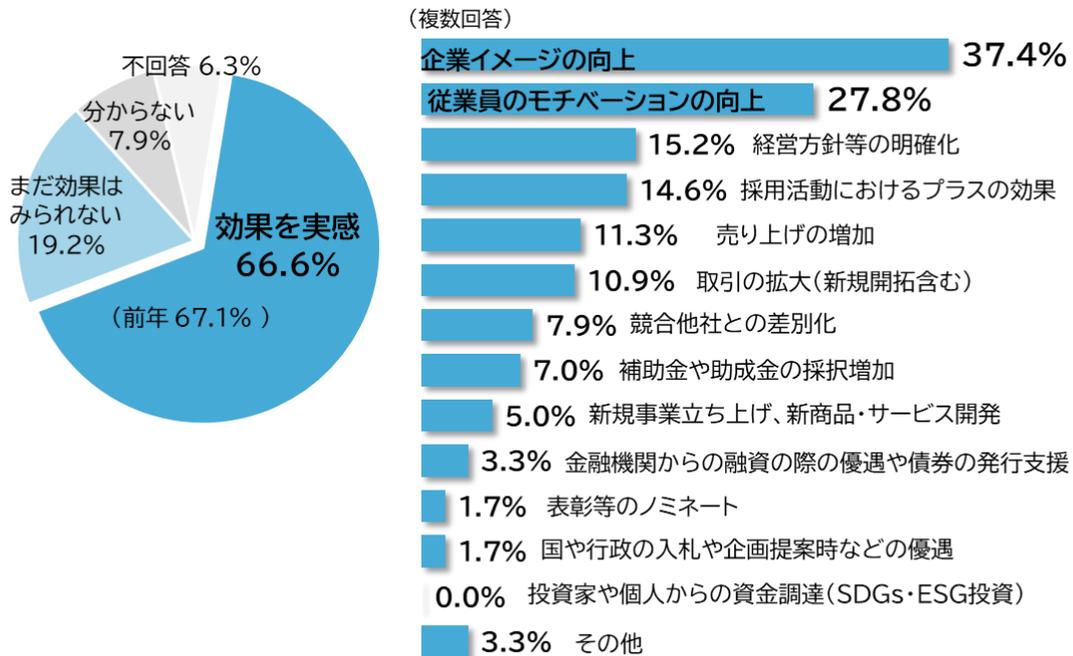
## 企業の約7割がSDGsの効果を実感、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位

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(67.1%)から0.5ポイント減の66.6%となった。

具体的な効果としては、「企業イメージの向上」が37.4%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」(27.8%)、「経営方針等の明確化」(15.2%)、「採用活動におけるプラスの効果」(14.6%)が続いた。

また、「売上げの増加」(11.3%)と「取引の拡大(新規開拓含む)」(10.9%)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302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

## まとめ

本調査の結果、『SDGsに積極的』な企業の割合が49.1%となり、2年連続で低下して5割を割り込んだ。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1.8ポイント上昇し調査開始以降で最高の25.7%となったものの、「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」企業の割合が5.5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』企業の割合は前年の調査から4.3ポイント増となる46.2%だった。引き続き『SDGsに積極的』な企業を下回ったものの、その差はわずか2.9ポイントまで縮小した。

全国も同様に『SDGs に積極的』な企業は過去最高となったが、『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業の割合も増加し、SDGs への取り組み意欲がやや後退している様子がうかがえた。

一方で、SDGs の項目に取り組む企業のうち、3社に2社(66.6%)の企業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。また、取引拡大や売上増を実現した企業もあり、SDGs を通じた社会課題の解決と企業の発展が両立可能であることが示唆されている。

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ているほか、足元での世界的な物価高騰や地政学的リスクの存在などの諸問題により、SDGs への関心が薄れる懸念がある。しかし、環境や人権、多様性に対する人々の意識は高まり続けており、SDGs への取り組みが企業の競争力向上や商品の購入意欲、採用活動の促進につながるケースは増えていくと考えられる。特に資金や人的余裕がない中小企業はSDGsを“身近なことから”少しずつ取り組んでいくことが一策であり、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、支援策の強化が求められる。

#### (参考)企業規模の区分

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 「従業員数 300 人以下」	「従業員数 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」	「従業員数 5 人以下」
小売業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員数 50 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員数 50 人以下」	「従業員数 5 人以下」
サービス業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員数 100 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員数 100 人以下」	「従業員数 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