

特別企画 : SDGs に関する企業の意識調査 (2023 年)

『SDGs に積極的』な中小企業、初の 5 割超え
～ 69.2%が効果を実感、「売上増」につながった企業も ～

持続可能な世界を実現するための 17 のゴール・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)。2015 年

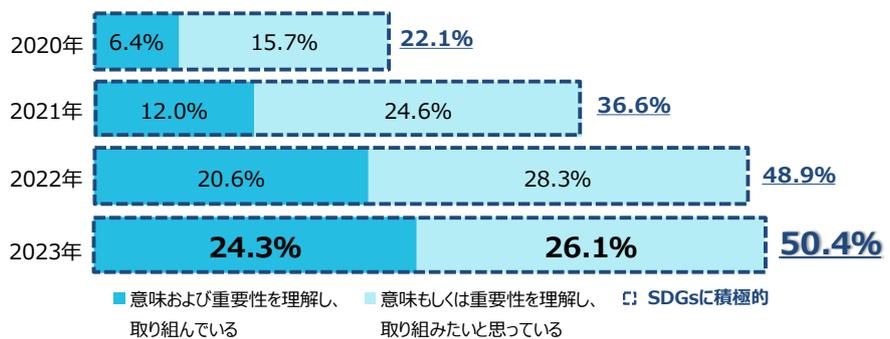
9 月の国連サミットで採択されてから、まもなく 8 年を迎える。SDGs 達成のための中長期的な国家戦略である「SDGs 実施指針」の改定が予定されているほか、自治体や民間企業が SDGs に関する資金調達のために発行する「SDGs 債」も 2022 年度は過去最高を記録するなど、目標である 2030 年までの折り返しの年である 2023 年において、SDGs 達成に向けた取り組みが加速している。

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 2023 年 6 月調査とともに行った。

※調査期間は 2023 年 6 月 19 日～30 日、調査対象は全国 2 万 7,771 社で、有効回答企業数は 1 万 1,105 社 (回答率 40.0%)。SDGs に関する調査は、今回で 4 回目

※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

SDGs に積極的な企業割合～中小企業～



調査結果 (要旨)

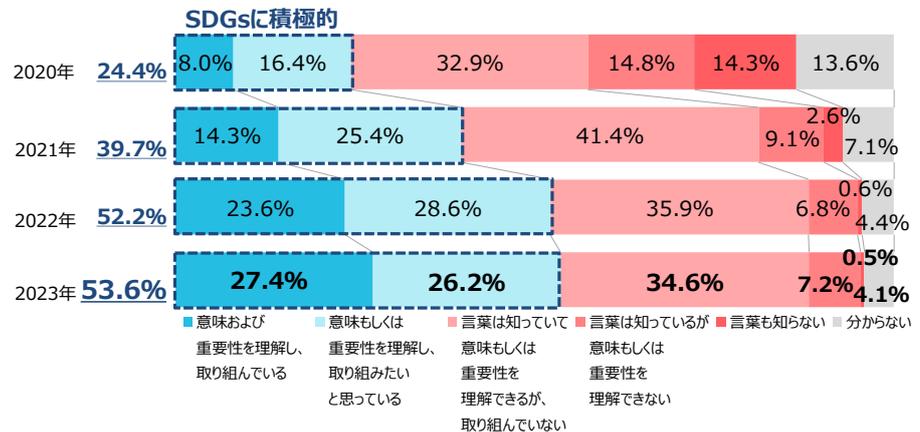
1. SDGs に積極的な企業は 53.6%と、前年より拡大
2. 規模別では中小企業が初の 5 割超え 業界別では『金融』がトップ
3. 現在力を入れている項目は「働きがいも経済成長も」がトップ
4. 今後最も力を入れたい項目も「働きがいも経済成長も」がトップ
5. 取り組みによる効果を実感した企業は 69.2%、「企業イメージの向上」がトップ



1. SDGsに積極的な企業は53.6%に拡大、実際に取り組んでいる企業も27.4%に

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27.4%となり、前回調査(2022年6月)より3.8ポイント増加した。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26.2%で2.4ポイント減少した。

SDGsへの理解と取り組み



注1：母数は有効回答企業1万1,105社。2022年6月調査は1万1,337社。2021年6月調査は1万1,109社。2020年6月調査は1万1,275社
注2：下線の値は青枠が指す『SDGsに積極的』の割合

合計すると『SDGsに積極的』な企業は1.4ポイント増の53.6%となり、SDGsの達成に向けた取り組みに対する意識は前年より拡大、5割を超える企業が前向きな姿勢を示す結果となった。

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34.6%、「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7.2%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41.8%となり、前年(42.7%)より0.9ポイント減少、『SDGsに積極的』な企業を10ポイント以上下回る結果となった。

なお、2020年の調査から減少し続けてきた「言葉も知らない」は0.5%、「分からない」は4.1%となり、SDGsというワードが社会に浸透した様子がみてとれる。

2. 規模別では中小企業で初の5割超え 業界別では『金融』がトップ

規模別にみると、「大企業」ではSDGsに積極的な企業が71.6%となり、全体(53.6%)を大幅に上回った。「中小企業」では50.4%、うち「小規模企業」では42.8%と、依然として企業規模間に格差はあるものの、「中小企業」は調査開始後初の5割超えとなり、規模の小さい企業でもSDGsに取り組む姿勢が高まってきている。

SDGsに積極的な企業割合 ～規模・業界別～



また、SDGsに積極的な企業を業界別にみると、『金融』が72.0%で最も高かった。次いで、『農・林・水産』(64.8%) および『製造』(59.9%) が全体を上回った。

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

2030年までに達成すべきSDGs17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、32.8%で最も高かった（複数回答、以下同）。

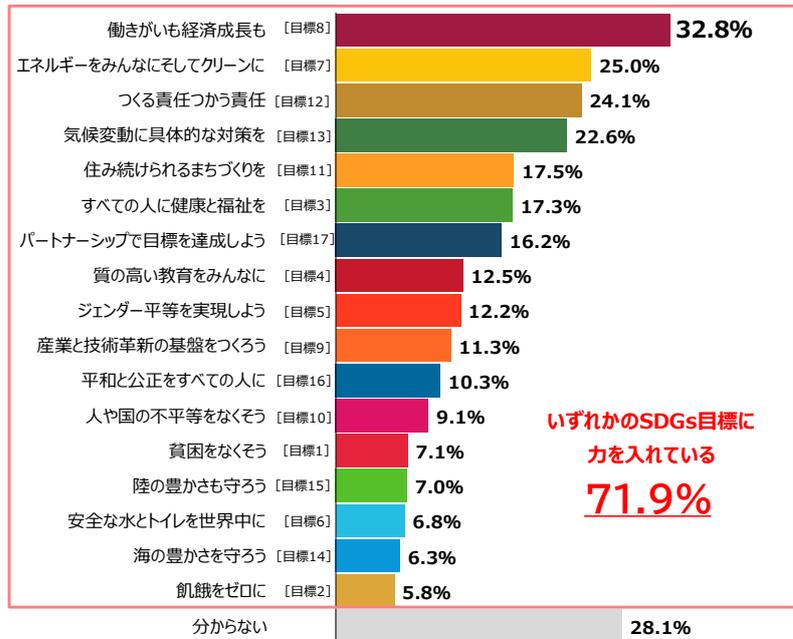
次いで、再生可能エネルギーの利用などを含む「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」（25.0%）、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」（24.1%）、カーボンニュートラル製品開発などを含む「気候変動に具体的な対策を」（22.6%）が続いた。

総じて、いずれかのSDGs目標に力を入れている企業は71.9%となり、本調査でSDGsに「取り組んでいない」「理解していない」「言葉も知らない」と回答した企業でも、実際はSDGsに取り組んでいる企業があるという結果も示された。

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

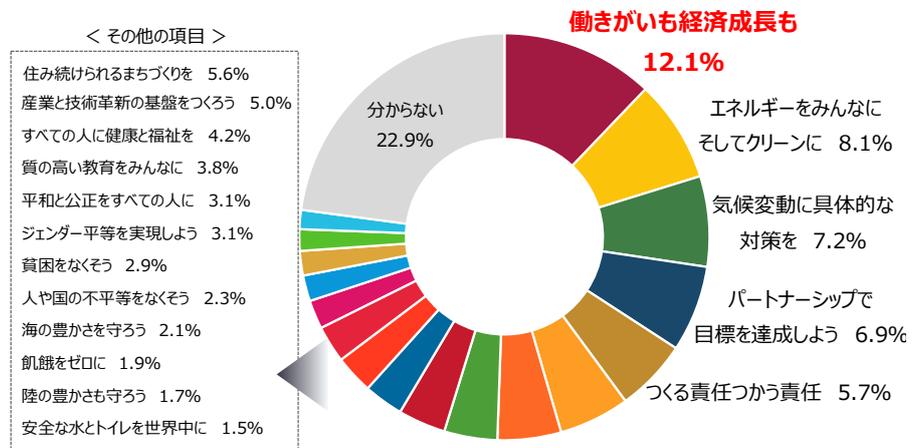
SDGsの17目標のうち、今後最も取り組みたい項目について尋ねたところ、現在最も力を入れている項目と同様に「働きがいも経済成長も」が12.1%でトップ、全項目のなかで唯一1割を超えた。次いで、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」（8.1%）や、「気候変動に具体的な対策を」（7.2%）が上位に並んだ。

SDGs17目標のうち、現在力を入れている項目（複数回答）



注：母数は本調査の全有効回答企業1万1,105社

SDGs17目標のうち、今後最も取り組みたい項目

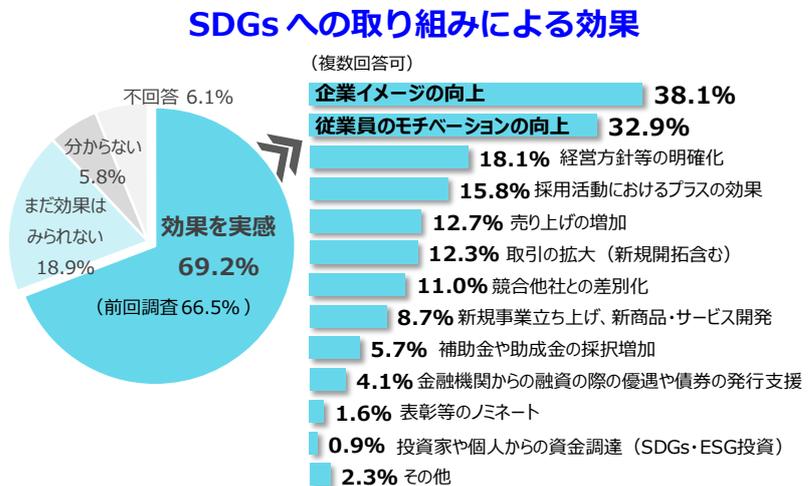


注：母数は本調査の全有効回答企業1万1,105社

5. 企業の約7割がSDGsへの取り組みによる効果を実感、「企業イメージの向上」がトップ

現在SDGs各目標に力を入れている企業にSDGsへの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回調査（66.5%）から2.7ポイント増の69.2%だった。

なかでも、「企業イメージの向上」が38.1%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」（32.9%）も3割台で続いた。以下、「経営方針等の明確化」（18.1%）、「採用活動におけるプラスの効果」（15.8%）が続いた。また、「売り上げの増加」が12.7%、SDGsをビジネスチャンスとして捉え「新規事業立ち上げ、新商品・サービス開発」につながった企業が8.7%あり、社会課題の解決と企業の成長は両立できることを示した事例がでてい



まとめ

本調査の結果、SDGsの意味等を理解し、取り組んでいる企業は前回調査から3.8ポイント増の27.4%となった。取り組みたい企業と合計するとSDGsに積極的な企業は53.6%で、なかでも中小企業での割合は調査開始後初めて5割を超えた。また、「SDGsという切り口で考えていなかったが、今回の調査の項目を見て実際に取り組んでいることがいくつもあることに気がついた」（紙類・文具・書籍卸売）というように、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に取り組む企業の約7割が取り組みの効果を実感していることが分かった。「企業イメージの向上」が4割近くでトップとなり、「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、「売り上げの増加」や新商品開発等につながった企業もあり、SDGsへの取り組みは社会課題の解決への貢献だけでなく、企業価値の向上やビジネスチャンスの獲得、ひいては業績の改善にも結びつくようだ。

一方で、特に中小企業からは“どのように対応すれば良いかわからない”や“人材面・費用面での余裕がない”といった声が依然として多く聞かれた。しかし、SDGsへの取り組みには、「ペーパーレス化」や「ワーク・ライフ・バランスの推進」などといった、多額の費用や新たな人材を投入せずに推進できるものもあり、気軽にできることから始めてみるとよいのではないだろうか。また、官民が一体となって、実際の取り組み事例などの情報発信の強化に加え、費用が発生する取り組みに対して補助金制度などの公的支援によるサポートが望まれる。

企業の声(抜粋)	業種
SDGsの重要性	
取引先から、SDGsについてどのような取り組みを行っているかという問合せが多い。取引を継続していくためにも、明確な目標を持ち、具体策に取り組んでいきたい	建材・家具、窯業・土石製品製造
特に欧米豪からのインバウンドの顧客はSDGsに取り組んでないと宿泊先として選んでもらえない傾向があるため、これからも取り組みを進めていく	旅館・ホテル
SDGsの具体的な取り組み	
森林整備や再造林、森林保護、CO2排出量の抑制などに取り組んでいる	農・林・水産
信用金庫はもともと、地域の経済と密接に結びついており、特別に意識してSDGsに取り組むというよりもこれまでやっていたことをこれまで以上に意識し、活動していきたい	金融
休日の増加や残業の減少、工期の短縮に取り組んだ。結果、効率化が図れて、給与を増やすことができたほか、売り上げと利益が増加した。一方で管理職や役員の負担が課題	建設
CO2削減のために生分解性プラスチックの活用を一部始めたが、材料費が割高で拡張できないうえ、製品価格も割高となり競争力が低下。国の補助金制度の拡充を期待する	化学品製造
在宅勤務制度の継続や各種研修の案内等働き方関連制度の充実に向けて取り組んでいる	機械・器具卸売
プラスチック削減のほか、廃棄物の削減を目指し、循環型ビジネスを構築している	飲食料品卸売
労働時間の短縮やペーパーレス化、従業員の健康管理、地域貢献活動を行っていく	自動車・同部品小売
人を大切にす取り組みを行った結果、乗務員から入社希望者を紹介してもらった	運輸・倉庫
電子契約や電子申請に取り組んでおり、ペーパーレス化が進んだ	専門サービス
SDGsの課題	
小さな企業では限界がある。費用もかけられず、SDGsに関する人材教育も難しい	電気機械製造
取り組みたいがどこから、どのように始めれば良いか分からない	機械・器具卸売

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



調査先企業の属性

1. 調査対象(2万7,771社、有効回答企業11,105社、回答率40.0%)

(1) 地域

北海道	511	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,201
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	737	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,898
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	872	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	761
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,246	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	384
北陸(新潟 富山 石川 福井)	553	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	942
合計			11,105

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	111	小売	飲食料点小売業	103	
金融	157	(654)	繊維・繊維製品・服飾品小売業	57	
建設	1,714		医薬品・日用雑貨小売業	65	
不動産	456		家具類小売業	18	
製造	飲食料品・飼料製造業		333	家電・情報機器小売業	41
	繊維・繊維製品・服飾品製造業		113	自動車・同部品小売業	80
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		216	専門商品小売業	222
	パルプ・紙・紙加工品製造業		96	各種商品小売業	56
	出版・印刷		154	その他の小売業	12
	化学品製造業		375	運輸・倉庫	509
	鉄鋼・非鉄・鉱業		494	サービス	飲食店
機械製造業	469	電気通信業	10		
電気機械製造業	302	電気・ガス・水道・熱供給業	17		
輸送用機械・器具製造業	104	リース・賃貸業	104		
精密機械・医療機械・器具製造業	68	旅館・ホテル	98		
その他製造業	74	娯楽サービス	96		
卸売	飲食料品卸売業	324	放送業		17
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	156	メンテナンス・警備・検査業		182
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	304	広告関連業		104
	紙類・文具・書籍卸売業	101	情報サービス業		580
	化学品卸売業	253	人材派遣・紹介業	94	
	再生資源卸売業	33	専門サービス業	308	
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	269	医療・福祉・保健衛生業	135	
機械・器具卸売業	828	教育サービス業	29		
その他の卸売業	319	その他サービス業	217		
その他			41		
合計			11,105		

(3) 規模

大企業	1,697	15.3%
中小企業	9,408	84.7%
(うち小規模企業)	(3,623)	(32.6%)
合計	11,105	100.0%
(うち上場企業)	(225)	(2.0%)

2. 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

株式会社帝国データバンク 情報統括部長 藤井 俊

【問い合わせ先】 辻尾 智宏、石井 ヤニサ

03-5919-9343 (直通) keiki@mail.tdb.co.jp

情報統括部: tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

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。