

「SDGs に積極的」は 51.8% 初めて前年から低下

「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

東京都・SDGs に関する企業の意識調査(2025 年)



本件照会先

大友 隆靖(調査担当)
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9342(直通)
情報統括部:tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/08/13

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 3.6 ポイント減の 51.8%となり、初めて低下した。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」が同 0.8 ポイント増の 29.5%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 4.4 ポイント減の 22.3%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 71.6%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は、東京都に本社を置く 4,246 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

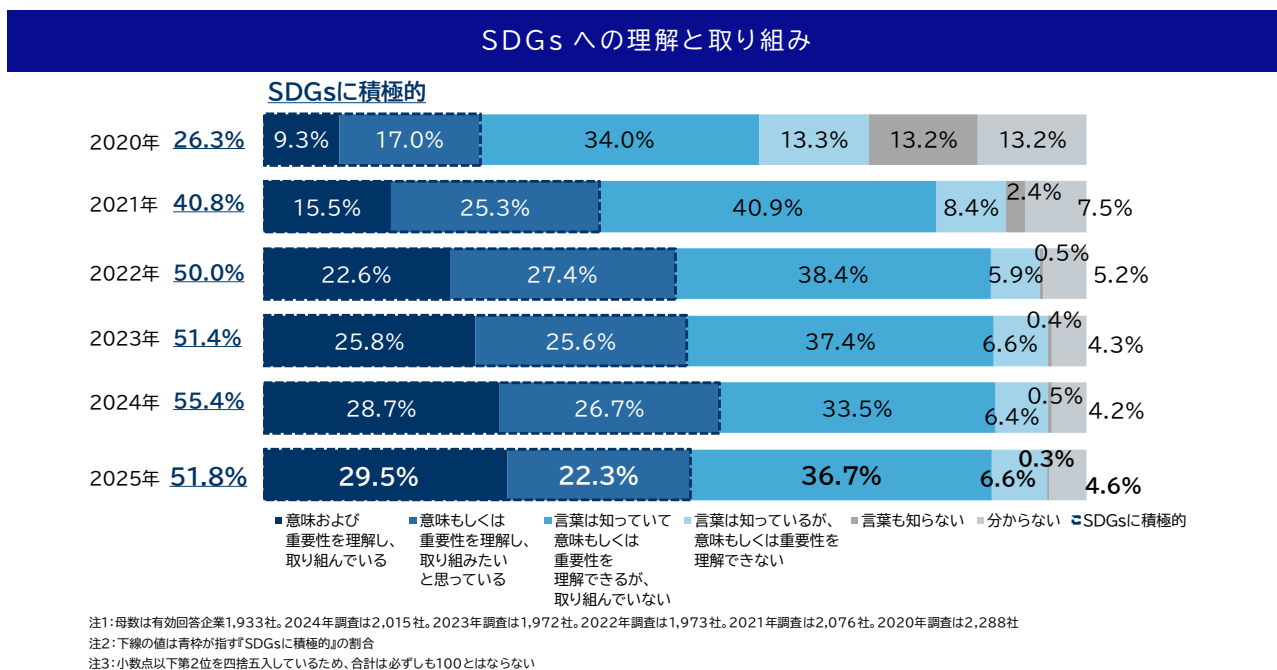
調査期間:2025 年 6 月 17 日～6 月 30 日(インターネット調査)

調査対象:東京都に本社を置く 4,246 社、有効回答企業数は 1,933 社(回答率 45.5%)

「SDGsに取り組んでいる」企業の割合は過去最高の29.5%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0.8ポイント増の29.5%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4.4ポイント減の22.3%だった。合計すると『SDGsに積極的』な企業は同3.6ポイント減の51.8%と、初めて前年から低下した。

「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36.7%、「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6.6%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3.4ポイント増の43.3%となった。



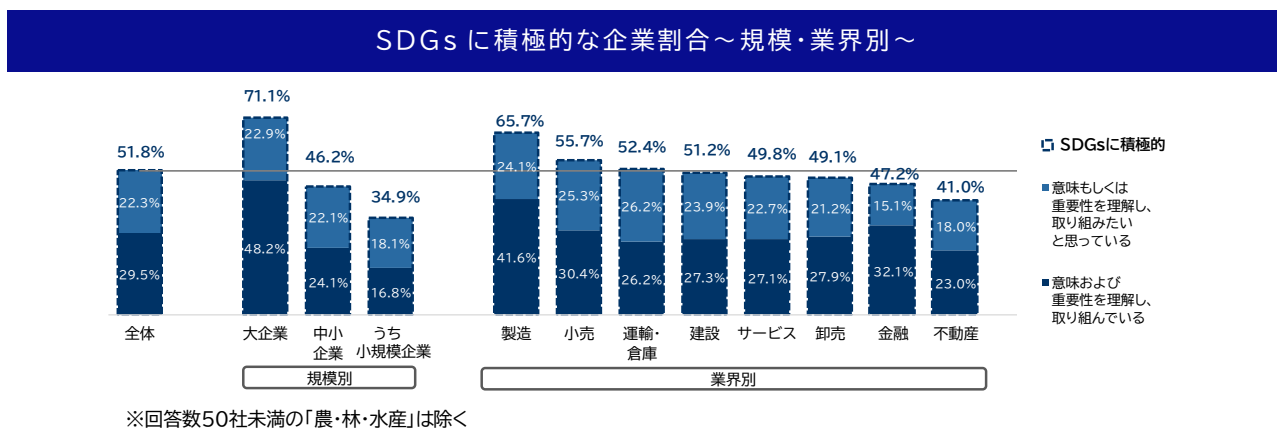
『SDGsに積極的』な企業からは「目的や意義は素晴らしいもので、企業や個人が自発的に取り組むことは良いことだと思う。ただし、SDGsが企業のプラスイメージや売り上げにつながっている感触がなく、消費者に対して影響を与えていない」（飲食料品・飼料製造、中小企業）や「個人的には国が啓蒙活動を頑張っていると感じているが、従業員を見ているとまだ実感がなく自分には関係がないことと捉えている気がする。背景には自分の生活に余裕がない・将来に対する不安があると思う」（機械・器具卸売、中小企業）のように、理念には共感しつつも、取り組むメリットや余裕がないといった声が複数聞かれた。

また、『SDGsを認知しつつも取り組んでいない』企業からは、「当社のような中小企業がSDGsにどういうふうに取り組めばよいのかわからない」（電気機械製造、中小企業）や「取り組む方法はさまざまと思うが、よく分からないので今は検討すらしていない。頭の片隅には常にあるし、エネルギー系の取引を通じて世のためになる仕事をしたい」（化学品製造、中小企業）など取り組む方法が分からずに実施できていない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 71.1%と、全体(51.8%)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 34.9%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「SDGsに含まれる概念が広すぎることで、企業収益に直結する効果が分かりにくい」と、特に中小企業では取り組むためのモチベーションが低いのではないかとと思われる(鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売、中小企業)といった声が聞かれた。



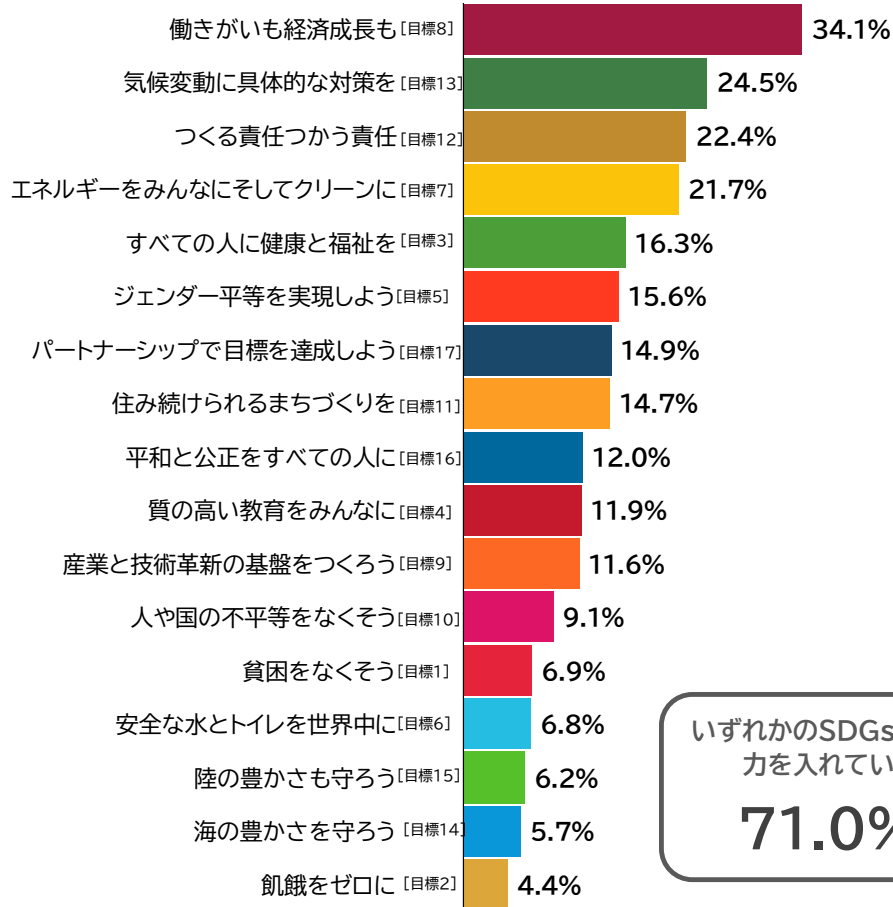
SDGs に積極的な企業を業界別にみると、『製造』が 65.7%で最も高く、唯一 6 割を超えた。『小売』が 55.7%、『運輸・通信』が 52.4%で続いた。企業からは、「中小企業で限定的な動きになってしまうが、理念としては理解できるし、会社の活動指針になり得るものもあると感じるので、今後も取り組みを考えていきたい(出版・印刷、小規模企業)」といった声が寄せられた。

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 34.1%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」(24.5%)、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」(22.4%)、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」(21.7%)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(71.7%)から 0.7 ポイント減の 71.0%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)



いずれかのSDGs目標に
力を入れている

71.0%

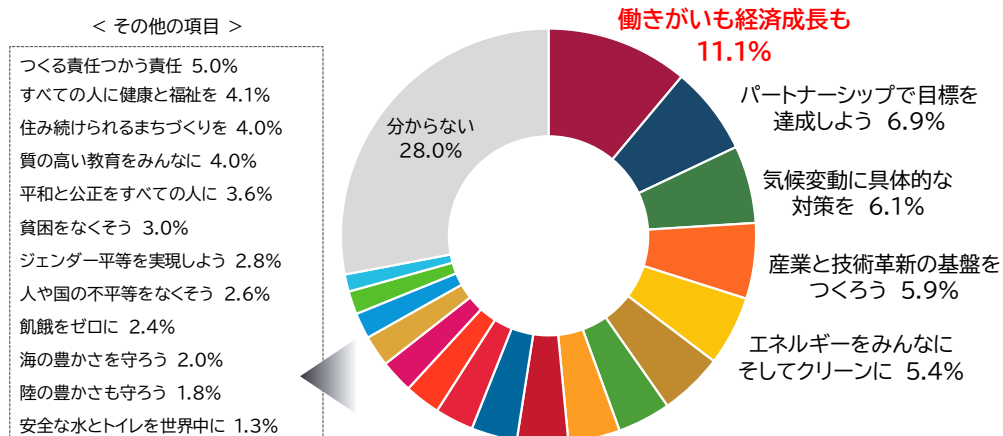
注:母数は本調査の全有効回答企業1,933社

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 11.1% でトップ、全項目の中で唯一 1 割を超えた。

次いで、「パートナーシップで目標を達成しよう」(6.9%)や「気候変動に具体的な対策を」(6.1%)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



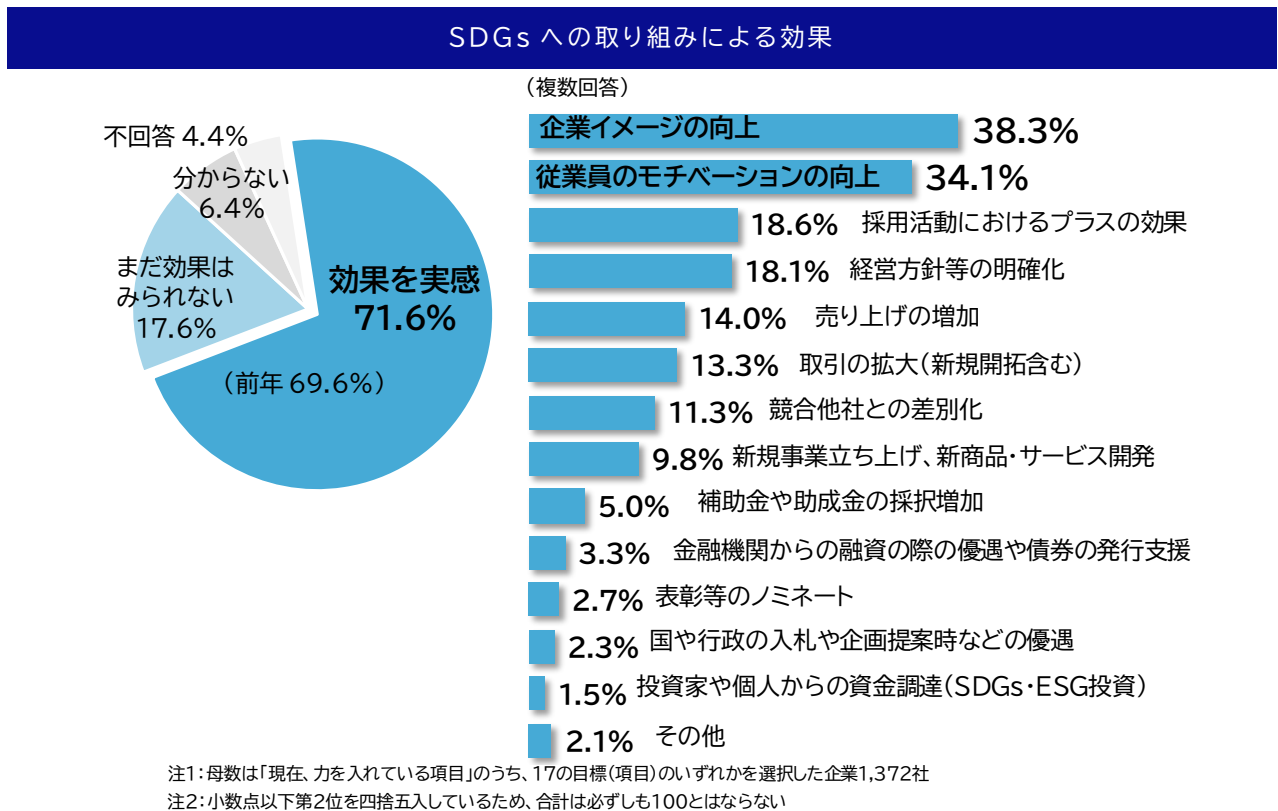
注:母数は本調査の全有効回答企業1,933社

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(69.6%)から2.0ポイント増の71.6%となった。

具体的な効果としては、「企業イメージの向上」が38.3%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」(34.1%)、「採用活動におけるプラスの効果」(18.6%)、「経営方針等の明確化」(18.1%)が続いた。

また、「売り上げの増加」(14.0%)と「取引の拡大(新規開拓含む)」(13.3%)、「競合他社との差別化」(11.3%)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。



まとめ

本調査の結果、『SDGs に積極的』な企業の割合が51.8%となり、初めて低下した。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0.8ポイント上昇し調査開始以降で最高の29.5%となったものの、取り組みたいと思っている企業の割合が4.4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』企業の割合は前年比3.4pt増の43.3%だった。『SDGs に積極的』な企業を8.5ポイント下回ったものの、初めて増加傾向に転じた。時間的余裕のなさや

ハードルの高さなどが足かせになった企業が一定数みられた。特に中小企業からは「どのように取り組めば良いか分からない」といった声が寄せられた。

SDGs の項目に取り組む企業のうち、7 割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、取引拡大や売り上げの増加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、足元の世界的な物価高騰や地政学的リスクの存在など諸問題により、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。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



調査先企業の属性

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