

「SDGs に前向き」は 53.3% 前年比 3.3 ポイント増

実践企業は過去最高
力を入れている項目、環境関連に注力が上位

秋田県・SDGs に関する企業の意識調査(2026 年)



本件照会先

森 晴朗(支店長)
帝国データバンク
秋田支店
018-833-4202(直通)

発表日

2026/08/31

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 に前向き』な企業は、前年比 3.3 ポイント増の 53.3%となった。SDGs への取り組みは企業経営の中で一定の定着をみせ、「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5.2ポイント増の38.9%となり、2020年の調査開始以降で最高を更新した。SDGs に取り組む企業の約半数(51.5%)は何らかの成果を実感しており、特に「経営方針等が明確化された」や「コスト削減につながった」など、効果が表れていることがうかがえる。

※株式会社帝国データバンク秋田支店は、秋田県内 159 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。

調査期間:2026 年 6 月 17 日~6 月 30 日(インターネット調査)

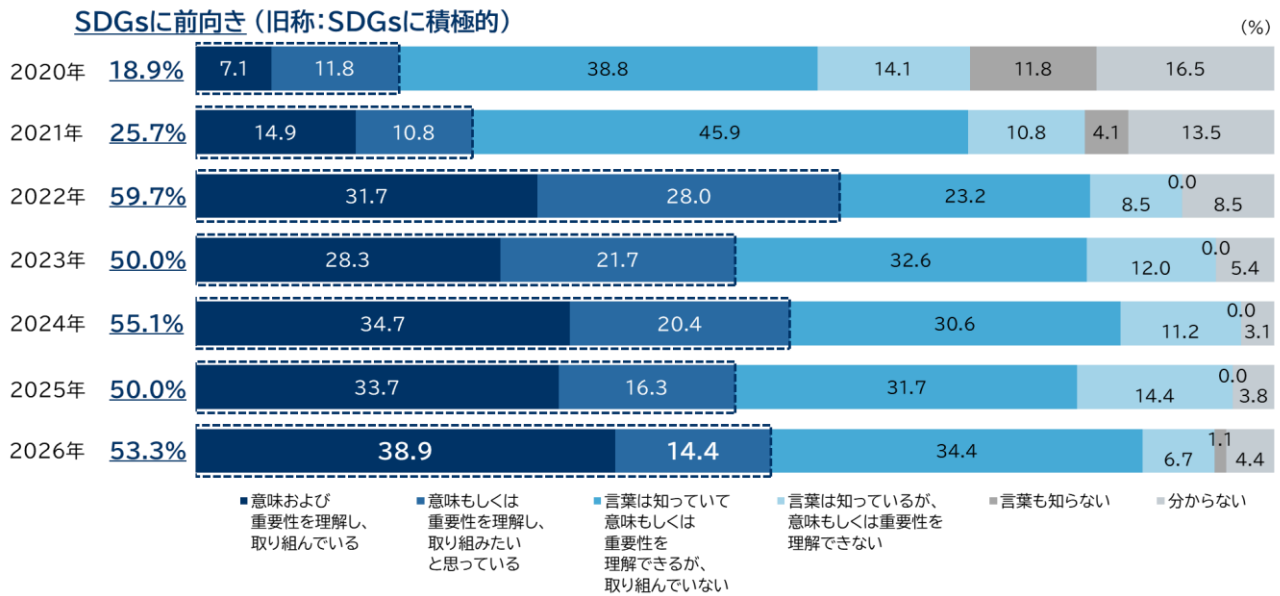
調査対象:秋田県内 159 社、有効回答企業数は 90 社(回答率 56.6%)

『SDGs に前向き』な企業、3.3 ポイント増の 53.3%

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 5.2 ポイント増の 38.9%となり、2020 年の調査開始以降で最高を更新した。一方、「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 1.9 ポイント減の 14.4%だった。この結果、『SDGs に前向き』な企業は同 3.3 ポイント増の 53.3%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」は 34.4%、「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 6.7%だった。両者を合わせた『SDGs を認知しつつも取り組んでいない』企業は前年比 5.0 ポイント減の 41.1%となった。

SDGs への理解や取り組み



注1:『SDGsに前向き』は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」と「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」の合計で、2025年調査までの『SDGsに積極的』から名称のみ変更
注2:母数(有効回答企業)は、2026年90社、2025年104社、2024年98社、2023年92社、2022年82社、2021年74社、2020年85社
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

実際に県内の企業からは、「思想が先走り、経済性や技術の発展性にどれほど貢献しているか不透明な印象がある」(農・林・水産)などの声が聞かれ、取り組みの効果を実感できていない様子もうかがえる。SDGs の認知や理解が一定程度浸透する一方で、企業が新たにに取り組む動機は弱まりつつあるとみられる。とりわけ中小・小規模企業では、人材や資金の不足が実践に向けた壁となっている。原材料価格や人件費の上昇、人手不足など事業経営に直結することへの対応が優先され、SDGs に振り向けられる時間や労力が限られていることが、取り組み意向層の縮小につながっている可能性がある。

持続的な取り組みにつなげるには、SDGs を独立した活動として扱うのではなく、省エネルギー、生産性向上、人材確保、取引先との関係強化など、自社の経営課題と結びつけることが重要になりそうだ。

「取り組んでいる」、業界別では「不動産」「サービス」が先行

業界別に「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業の割合をみると、『不動産』は66.7%（前年25.0%）、『サービス』は50.0%（同35.0%）、次いで『製造』が44.4%（同47.1%）と引き続き高い水準を維持した。県内の企業からは、「取扱商品がSDGs関連であることが、今後も励みになるので頑張りたい」（機械・器具卸）との声も寄せられ、環境対応を企業の成長や事業継続と結び付けながら取り組む姿勢が表れている。

一方で、低下幅が最も大きかったのは『農・林・水産』で、20.0%（同33.3%）で13.3ポイント減少した。

SDGsに取り組んでいる企業の割合～業界別～

	2026年	2025年	前年比	
全体	38.9%	33.7%	+5.2pt	
業界別	不動産	66.7%	25.0%	+41.7pt
	サービス	50.0%	35.0%	+15.0pt
	製造	44.4%	47.1%	-2.7pt
	建設	38.5%	46.7%	-8.2pt
	卸売	33.3%	27.8%	+5.5pt
	小売	31.6%	23.8%	+7.8pt
	農・林・水産	20.0%	33.3%	-13.3pt

注1：母数（有効回答企業）は、2026年90社、2025年104社

注2：2026年の値が高い順に掲載

現在力を入れている項目は、環境関連の目標に注力

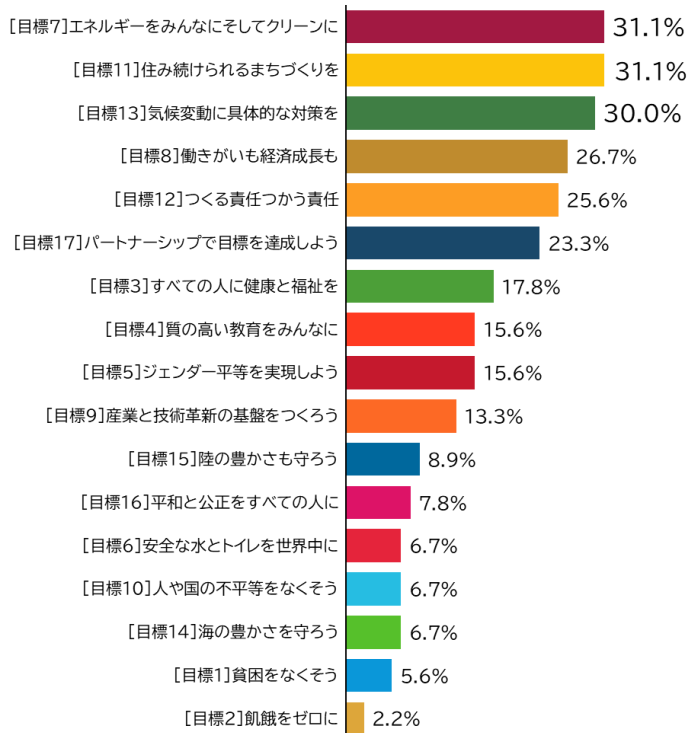
SDGs17の目標のうち、現在力を入れている項目を尋ねたところ、再生可能エネルギーの利用などを含む「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」と、地元コミュニティ活動への参加、まちづくり支援などの「住み続けられるまちづくりを」が31.1%で最も高かった（複数回答、以下同）。次いで、カーボンニュートラル製品の使用などを含む「気候変動に具体的な対策を」（30.0%）、働き方改革や労働者の能力向上などを含む「働きがいも経済成長も」（26.7%）、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」（25.6%）が続いた。エネルギーや脱炭素、資源循環といった環境関連の目標と、人材・雇用に関する目標が上位を占め、自社の事業活動と結び付けやすいテーマを中心に取り組んでいることが分かる。

SDGsを明確に意識していなくても、働き方の改善や省エネルギー、資源の有効活用など、日々の事業活動が結果としてSDGsにつながっている企業も多数みられた。

いずれかのSDGs目標に力を入れている企業の割合は75.6%となり、前年の73.1%から2.5ポイント増加した。推移をみると、2020年の63.5%から上昇し、2023年に低下したものの、その後も緩やかな上昇傾向をたどってきたが、2026年は調査開始以降、最高を更新した。

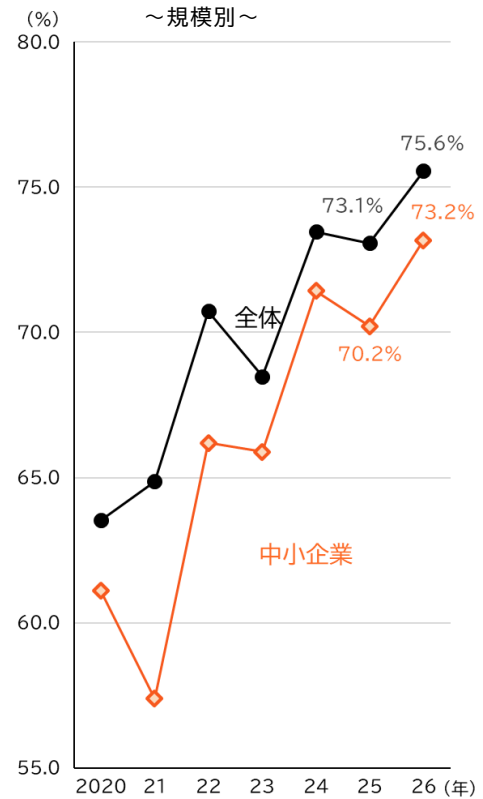
SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)

SDGs17 目標のうち、現在力を入れている項目(複数回答)

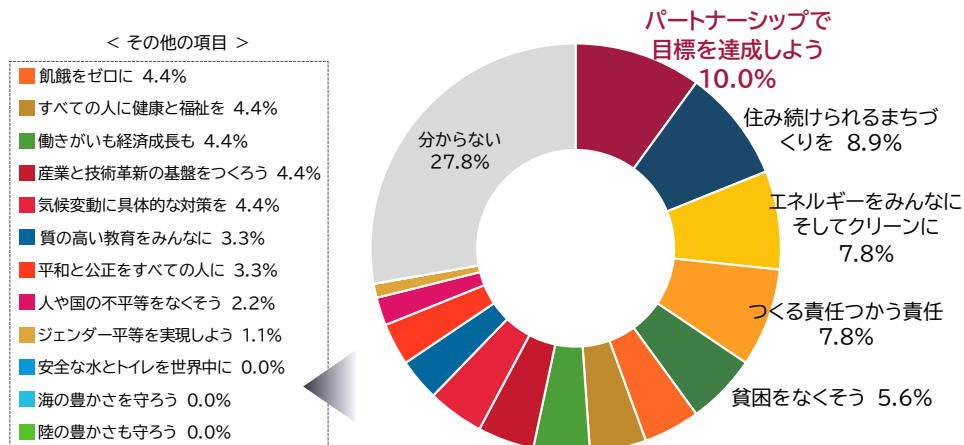


注:母数(有効回答企業数)は、90社

いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業 推移



SDGs17 目標のうち、今後最も取り組みたい項目



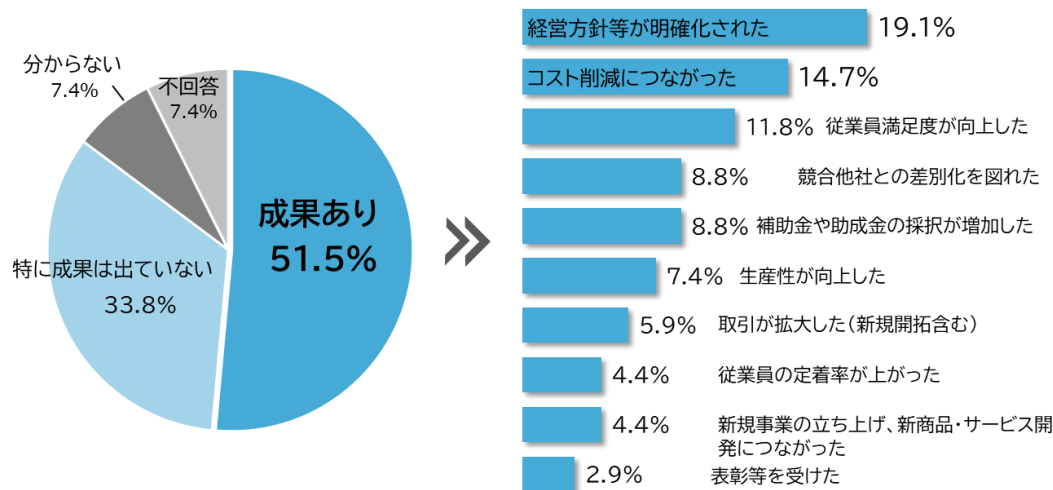
注:母数(有効回答企業)は、90社

今後、最も取り組みたい項目では、社会貢献活動への参加などの「パートナーシップで目標を達成しよう」が 10.0%でトップとなり、全項目の中で唯一 1 割を超えた。次いで、「住み続けられるまちづくりを」(8.9%)や、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」と「つくる責任つかう責任」(ともに 7.8%)が上位に並んだ。

SDGsに取り組む企業の51.5%が成果を実感 人材・組織運営の項目が上位

いずれかの SDGs 目標に力を入れている企業に取り組みによる成果を尋ねたところ、『成果あり』の企業は 51.5%だった。具体的な成果では、上位 3 項目は、「経営方針等が明確化された」(19.1%)、「コスト削減につながった」(14.7%)、「従業員満足度が向上した」(11.8%)が上位に入り、SDGs への取り組みが、働きやすい職場環境の整備や従業員の意識、定着など、社内の変化として表れている様子がうかがえる。SDGs を自社の経営方針や事業活動と結び付けことが、経営の方向性を社内で共有する契機となっていることが示された。

SDGs への取り組みによる成果～上位 10 項目～(複数回答)



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68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

実際に成果が表れた県内の企業からは、「自社商品の製造および卸をしており、賞味期限により卸ができない商品は、自社店舗でコーナー販売。地域の方に好評である」(各種商品小売)との声もあり、SDGs への取り組みが新たな受注の獲得につながったほか、経営方針の浸透に寄与した事例もみられた。

まとめ

本調査の結果、SDGs の「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業は 33.7% から 38.9% に増加となり過去最高を更新し、「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 16.3% から 14.4% へ低下したものの、SDGs が企業経営に定着されつつあることが示唆された。さらに、いずれかの目標に力を入れる企業も 75.6% と、前年比 2.5 ポイント増となり、2020 年の調査開始以降で最高を更新した。

SDGs に取り組んでいる企業のうち、『成果あり』と回答した企業は 51.5% で、経営方針の明確化や従業員満足度の向上など、組織運営面での成果が表れている。今後は、SDGs を独立した社会貢献活動として掲げるのではなく、人材確保、生産性向上、省エネルギー、コスト削減、取引拡大など、各社の経営課題に組み込めるかが焦点といえる。また、活動と事業の接続、効果測定、社内共有には改善余地がある。

国連の「持続可能な開発目標報告 2026」では、中東情勢の軍事的緊張が原油価格や物価の上昇につながり、各国財政を圧迫することで、教育、保健、クリーンエネルギーなど将来への投資余力を狭める可能性を示した。SDGs の進展は企業や政府の意思だけでなく、国際情勢や経済環境にも左右される。2030 年までに SDGs を達成するためには、政府、金融機関、取引先には、資金支援に加え、業種別の実践例や効果測定の方法を示し、外部環境が悪化しても取り組みを継続できる基盤づくりが求められる。経営資源が限られる中小企業では、既存業務を SDGs の観点から整理し、負担の小さい施策から始めることが現実的といえる。理念を掲げるだけでなく、経営課題の解決と社会的成果を同時に追える実行体制を築くことが必要となろう。



調査先企業の属性

1. 調査対象(2万2,572社、有効回答企業1万413社、回答率46.1%)

(1) 地域

北海道	438	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,130
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	747	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,571
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	775	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	641
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,197	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	356
北陸(新潟 富山 石川 福井)	518	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	1,040
		合 計	10,413

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	111	小売 (828)	飲食料品小売業	136
金融	146		繊維・繊維製品・服飾品小売業	75
建設	1,643		医薬品・日用雑貨品小売業	53
不動産	452		家具類小売業	26
製造 (2,403)	飲食料品・飼料製造業		家電・情報機器小売業	55
	繊維・繊維製品・服飾品製造業		自動車・同部品小売業	133
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		専門商品小売業	268
	パルプ・紙・紙加工品製造業		各種商品小売業	65
	出版・印刷		その他の小売業	17
	化学品製造業		運輸・倉庫	449
	鉄鋼・非鉄・鋳業		飲食店	124
	機械製造業		電気通信業	6
	電気機械製造業		電気・ガス・水道・熱供給業	17
	輸送用機械・器具製造業		リース・賃貸業	88
卸売 (2,204)	精密機械・医療機械・器具製造業	サービス (2,147)	旅館・ホテル	88
	その他製造業		娯楽サービス	91
	飲食料品卸売業		放送業	18
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業		メンテナンス・警備・検査業	272
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業		広告関連業	111
	紙類・文具・書籍卸売業		情報サービス業	485
	化学品卸売業		人材派遣・紹介業	77
	再生資源卸売業		専門サービス業	387
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業		医療・福祉・保健衛生業	112
	機械・器具卸売業		教育サービス業	38
	その他の卸売業		その他サービス業	233
		その他		30
		合 計		10,413

(3) 規模

大企業	1,524	14.6%
中小企業	8,889	85.4%
(うち小規模企業)	(3,586)	(34.4%)
合 計	10,413	100.0%
(うち上場企業)	(178)	(1.7%)

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