

「SDGs に積極的」は43.4% 2年連続で低下

「実践企業」「意欲あり」ともにダウン
「積極的でない企業が増加

長崎県・SDGs に関する企業の意識調査(2025 年)



本件照会先

四谷 章頌(調査担当)
帝国データバンク 長崎支店
TEL:095-826-9204
FAX:095-824-8629
info.nagasaki@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/09/11

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3.4ポイント減の43.4%となり、2年連続で低下した。内訳は、「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」が同3.3ポイント減の19.2%、「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0.1ポイント減の24.2%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63.6%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。

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

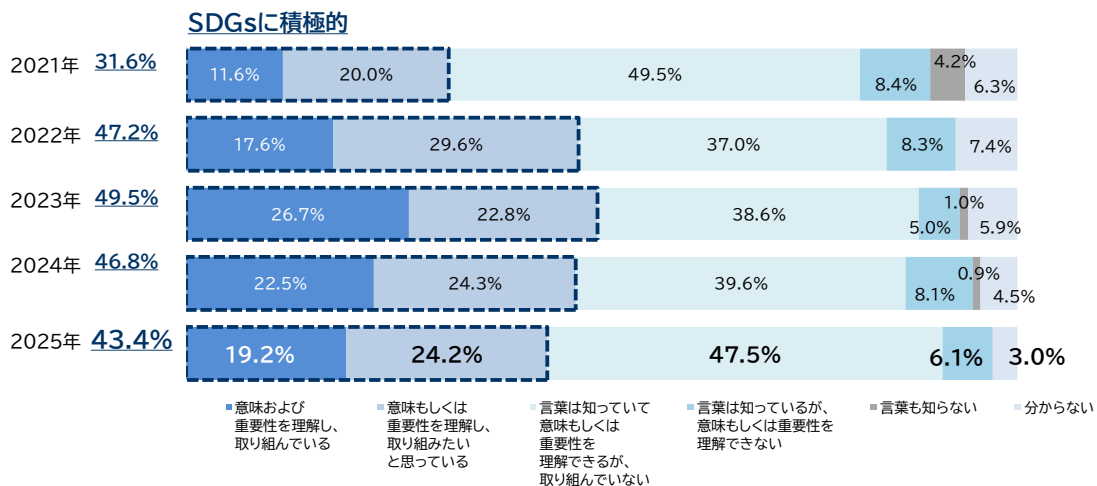
調査対象:長崎県内企業 264 社、有効回答企業数は 99 社(回答率 37.5%)

「SDGsに取り組んでいる」「取り組みたいと思っている」企業はともに低下、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3.3ポイント減の19.2%、「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0.1ポイント減の24.2%だった。合計すると『SDGsに積極的』な企業は3.4ポイント減の43.4%と、2年連続で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47.5%、「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6.1%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5.9ポイント増の53.6%となった。

SDGs への理解と取り組み



注1:母数は有効回答企業99社。2024年調査は111社。2023年調査は101社。2022年調査は108社。2021年調査は95社。2020年調査は88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

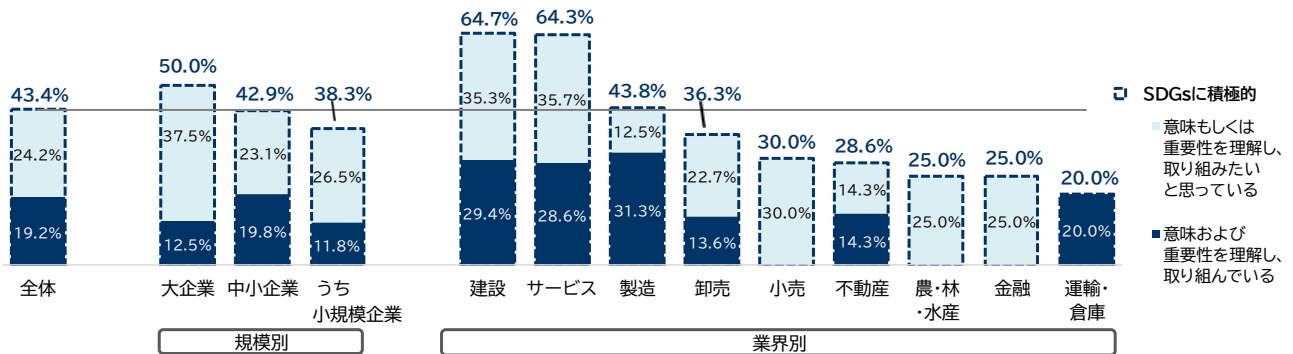
規模が小さいほど『SDGsに積極的』な企業割合低く

企業規模別にみると、「大企業」では SDGs に積極的な企業が 50.0%と、全体(43.4%)を上回った。「中小企業」では 42.9%、うち「小規模企業」では 38.3%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。

また、SDGs に積極的な企業を業界別にみると、『建設』が 64.7%で最も高く、『サービス』が 64.3%で続いた。

中小企業からは「取り組みたいが、専門知識が無いのが課題」(製缶板金、小規模企業)、「日本だけの考え方で全く意味しない」(家庭用電気機械器具小売、小規模企業)といった厳しい声が聞かれた。

SDGs に積極的な企業割合～規模・業界別～

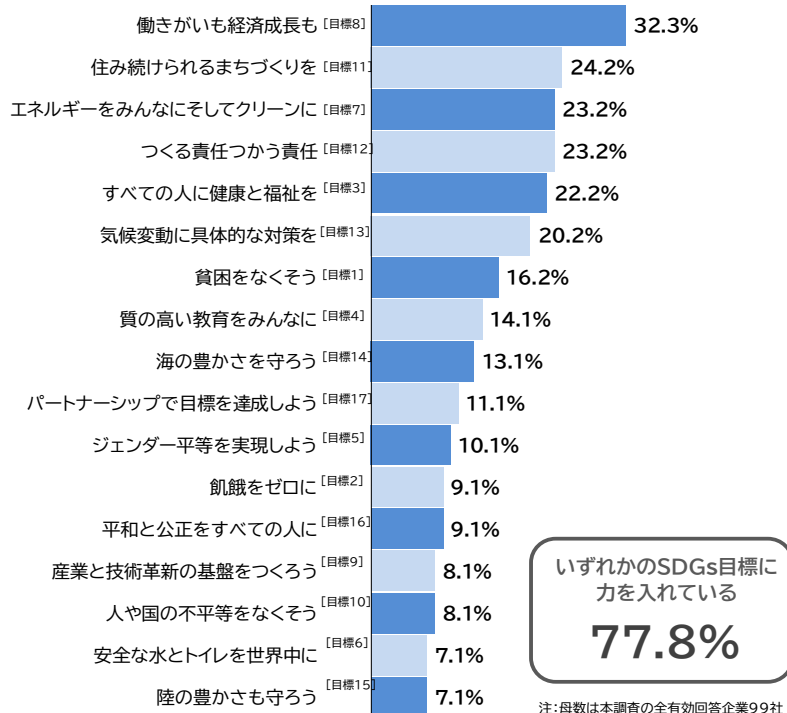


現在力を入れている項目は「働きがいも経済成長も」がトップ

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 32.3% で最も高かった(複数回答、以下同)。次いで、「住み続けられるまちづくりを」(24.2%)、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」、リサイクル活動などを含む「つくる責任つかう責任」(各 23.2%)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(70.3%)から 7.5 ポイント増の 77.8% 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)

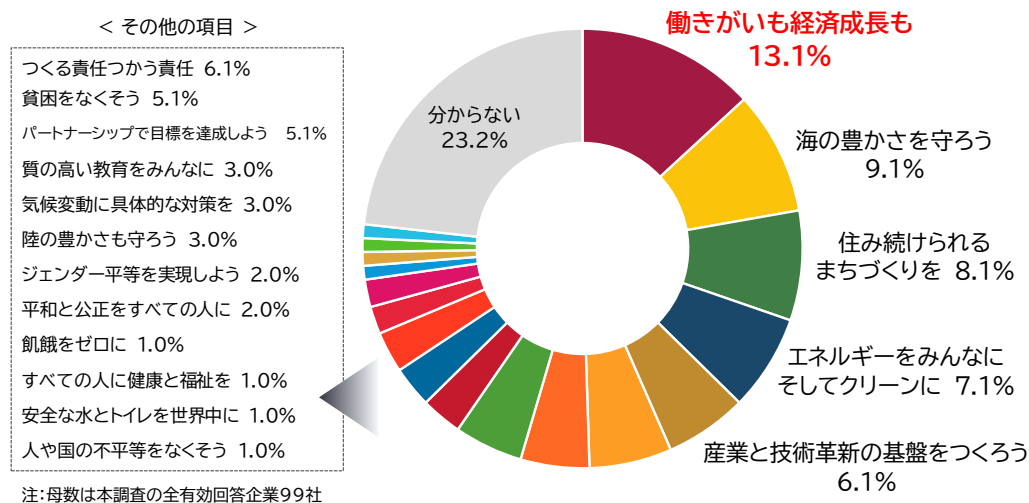


今後最も取り組みたい項目も「働きがいも経済成長も」がトップ

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13.1%でトップ、全項目の中で唯一1割を超えた。

次いで、「海の豊かさを守ろう」(9.1%)や「住み続けられるまちづくりを」(8.1%)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



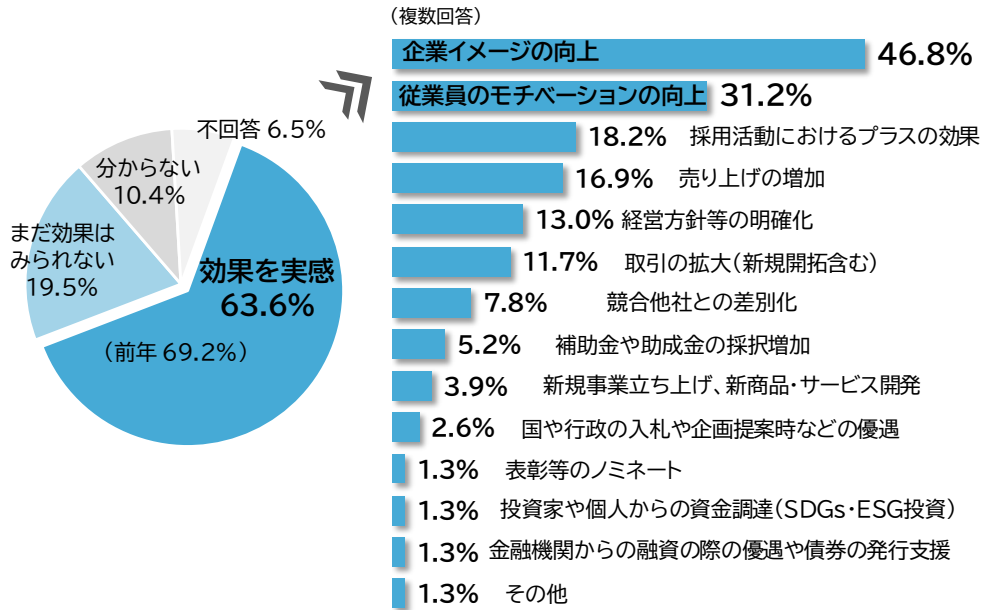
企業の6割超が SDGs の効果を実感、「企業イメージの向上」「従業員のモチベーションの向上」が上位

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探ったところ、『効果を実感』している企業の割合は前年(69.2%)から5.6ポイント減の63.6%となった。

具体的な効果としては、「企業イメージの向上」が前年(37.2%)から9.6ポイント増の46.8%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」(31.2%)、「採用活動におけるプラスの効果」(18.2%)が続いた。

また、「売り上げの増加」(16.9%)と「取引の拡大(新規開拓含む)」(11.7%)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



まとめ

本調査の結果、19.2%の企業が現在、SDGsの意味等を理解し、取り組んでいることが明らかになった。取り組みたい企業と合計すると『SDGsに積極的』な企業の割合は43.4%となり、2年連続で低下した。ただ、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今回の結果より高いとも考えられる。

一方、『SDGsを認知しつつも取り組んでいない』企業の割合は53.6%で、『SDGsに積極的』な企業を10ポイント以上、上回った。以前は取り組む意欲があったものの、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。

SDGsの項目に取り組む企業のうち、6割超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

