



SDGs 達成に向けて動き出す県内企業

～県内企業アンケート調査～

2020/07/01

全 10 ページ

Point

- SDGs の認知割合は 4 割弱、既に取り組んでいる企業は 1 割未満
- 自社の事業内容と関連性が高い目標は「8 経済成長と雇用」、実施率は「7 エネルギー」がトップ
- 業種ごとの取り組み状況では、製造業が「12 持続可能な生産と消費」で実行率が高く、建設業は幅広い分野に関心がある
- SDGs に取り組む上での課題は、社内での認知度の低さとコスト面

【本件に関するお問い合わせ先】

あおもり創生パートナーズ株式会社
030-0801 青森県青森市新町 2 丁目 2-7

地域デザイン部 マネージャー 工藤浩栄
E-mail: hiroe-kudo@acp.a-bank.co.jp

SDGs（エス・ディー・ジーズ）とは、Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略称で、2015年9月の国連サミットで採択された国際目標である。2030年までに達成すべき17の目標（ゴール）と169のターゲット（解決すべき課題）から構成されており、「経済」「社会」「環境」の3要素が調和した、地球上の「誰一人取り残さない」世界の実現を目指している。

SDGsの前身は、2000年に採択されたMDGs（ミレニアム開発目標）である。MDGsは、主に途上国の問題を解決するための8つの目標から成り、途上国の福祉向上、貧困撲滅などの課題に対して大きな成果を上げた。一方で、2015年の期限までに達成できなかった問題や新たな課題が見つかったため、先進国を含む全ての国々を対象とし、アップデートされたものがSDGsである。SDGs達成のためには、全世界の政府・企業・市民が連携して取り組むことが求められており、特に民間企業の役割を重要視している。

SDGsの採択から5年目を迎え、県内においても、SDGsのカラフルなバッジを身に着けている方々を目にする機会が日ごとに増えている。一方で、SDGsが持つ理念の崇高さ、目標の普遍性および規模の大きさ、ゴールおよびターゲットの数の多さと関係の複雑さのために、敬遠されがちであることも否定できない。民間企業の積極的な参画が期待される中、経営上のメリットをイメージしにくいことが、SDGsへ取り組む上でのハードルとなっている。

本稿では、県内企業を対象としたアンケートにより、SDGsへの取り組み状況およびSDGsに掲げる17の目標と自社の事業内容との関連性、取り組む上での課題について概観する。

アンケート実施概要

◇実施期間：2020年4月

◇対象企業：県内企業319社（青森銀行実施の「企業業況調査」先）

◇回収状況：206社（回収率：64.6%）

◇回答企業内訳：

	製造業	建設業	卸売業	小売業	その他 サービス業	総 計
回答企業数(社)	48	41	46	25	46	206
割 合	23.3%	19.9%	22.3%	12.1%	22.3%	100.0%

1. 県内企業の SDGs への取り組み状況

～県内企業の認知割合は4割弱、既に取り組んでいる企業は1割未満～

(1) SDGs への取り組み状況の概要

県内企業に SDGs への取り組み状況について調査したところ、「①既に取り組んでいる」と回答した企業は 5.8%、「②取り組みを検討している」は 8.7%、「③内容を知っているが、対応していない」は 23.8%、「④聞いたことはあるが、内容は知らない」は 27.2%、「⑤全く知らない」は 34.5%となった。

(2) SDGs の認知割合

県内企業の SDGs の認知割合をみると、「SDGs を知っている（①+②+③）」企業は 38.3%、「SDGs を知らない（④+⑤）」企業は 61.7%となった。また、「④聞いたことがあるが、内容は知らない」を含めた割合（①+②+③+④）は 65.5%となり、7割弱の企業で SDGs の名称を知っていた。

業種別にみると、「SDGs を知っている」企業は、製造業が 35.4%、建設業 39.1%、卸売業 39.1%、小売業 40.0%、その他サービス業 39.1%となった。最高の小売業と最低の製造業の差は 4.6%で、業種による違いはごく僅かであった。一方、「④聞いたことがあるが、内容は知らない」を含めた認知割合は、最高の卸売業が 71.7%、最低の建設業が 58.6%となった。この間の差は 13.1%となり、業種ごとにややばらつきがみられた。

(3) 業種ごとの SDGs への対応状況

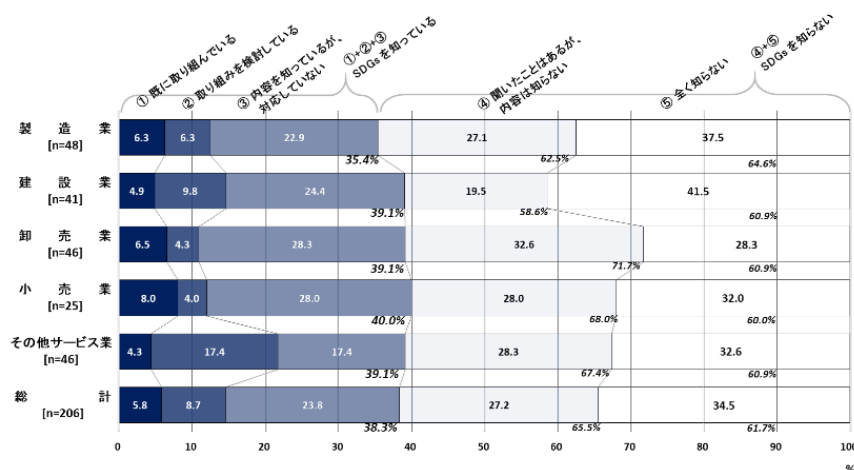
SDGs への対応状況を業種別にみると、「①既に取り組んでいる」企業の割合は、製造業が 6.3%、建設業 4.9%、卸売業 6.5%、小売業 8.0%、その他サービス業 4.3%となり、全ての業種において1割未満に留まった。

「②取り組みを検討している」企業の割合は、製造業が 6.3%、建設業 9.8%、卸売業 4.3%、小売業 4.0%、その他サービス業 17.4%となった。回答割合が最高のその他サービス業と最低の小売業との差は 13.4%となり、業種によりやや意識の違いがみられた。

「③内容を知っているが、対応していない」企業の割合は、製造業が 22.9%、建設業が 24.4%、卸売業 28.3%、小売業 28.0%、その他サービス業 17.4%となった。回答割合が最高の卸売業と最低のその他サービス業との差は 10.9%となった。

(以上、図表1 参照)

(図表1) SDGs への取り組み状況



2. 17 の目標と自社事業内容との関連性

～「⑧経済成長と雇用」が関連性、「⑦エネルギー」が実施率でトップ～

(1) 自社の事業と SDGs の各目標との関連性

続いて、SDGs の 17 の目標ごとに、自社の事業内容との関連性について「①既に取り組んでいる」、「②関連があり、取り組みを検討している」、「③関連があり、課題解決に貢献できる」、「④関連がないが、興味はある」、「⑤関連がない」、「⑥わからない」から択一で回答を頂き、「回答①、②、③の合計」を、自社の事業内容と何らかの関連があり、「SDGs 達成のために役立つ」とする企業割合として集計した。

その結果、17 の目標の中で、自社の事業内容が「SDGs 達成のために役立つ」と考える割合が最も高い項目は、「⑧経済成長と雇用」の 31.6%であった。以下、「⑫持続的な生産と消費」(29.1%)、「⑪都市」(28.2%)、「⑦エネルギー」(24.8%)、「⑨インフラと産業」(18.9%)となった。

一方、最下位の「①貧困」は 2.9%に留まった。ワースト 5 は、「①貧困」(2.9%)、「②飢餓」(4.4%)、「⑩不平等」(5.8%)、「⑯平和で包摂的な社会」(6.3%)、「④教育」(7.3%)となった。

なお、SDGs を考える上でのキーワード「5つのP」¹によって分類すると、「Prosperity（繁栄）」に該当する項目 5 つのうち、「⑩不平等」を除き、上位 5 位を占めた。「Prosperity（繁栄）」は、SDGs の達成において、特に民間企業の貢献が期待される分野であり、社会的課題の解決に向けた機運の高まりを窺わせる結果となった。また、環境問題に係わる「Planet（地球）」に分類される項目では、「⑫持続可能な生産と消費」が第 2 位となったほか、「⑬気候変動」「⑭海洋」「⑮陸上生態系」については、16%強の企業で「貢献可能」と考えていることが分かった。「People（人間）」に分類される項目では、「③健康」が 17.5%の企業で「貢献可能」としたものの、それ以外の項目では低い。「People（人間）」および、人権に係わる「⑩不平等」、「⑯平和で包摂的な社会」について、自社の事業内容と関連づけている企業は、現時点では少ない。

(2) SDGs に対する関心の度合い

続いて、県内企業の 17 の目標ごとの関心の度合いを探るために、「④関連がないが、興味がある」を含めた割合（回答①+②+③+④）をみると、高い順に「⑧経済成長と雇用」(50.5%)、「⑪都市」および「⑫持続的な生産と消費」(47.6%)、「⑦エネルギー」(46.6%)、「③健康」(42.7%)となった。

また、「④関連がないが、興味がある」と回答した割合をみると、高い順に、「④教育」(28.2%)、「⑯平和で包摂的な社会」(26.2%)、「③健康」(25.2%)、「⑮陸上生態系」(24.8%)、「⑬気候変動」および「⑨インフラと産業」(23.3%)となった。

SDGs を考える上でのキーワード「5つのP」から分類すると、自社事業が SDGs 達成に貢献可能とする項目では「Prosperity（繁栄）」に係わる目標が上位を占めたが、関心の度合いでは、環境問題に係わる「Planet（地球）」や、従業員の福利厚生や社員教育に関連する「People（人間）」、企業のガバナンスや社会的責任に関連する「Peace（平和）」などに対する関心の高さが窺われる結果となった。

1 5つのP：SDGs の全体像を掴む手助けとなる「P」で始まる 5つのキーワード。①People（人間）[目標 1～6 に対応]、②Prosperity（繁栄）[目標 7～11 に対応]、③Planet（地球）[目標 12～15 に対応]、④Peace（平和）[目標 16 に対応]、⑤Partnership（パートナーシップ）[目標 17 に対応]

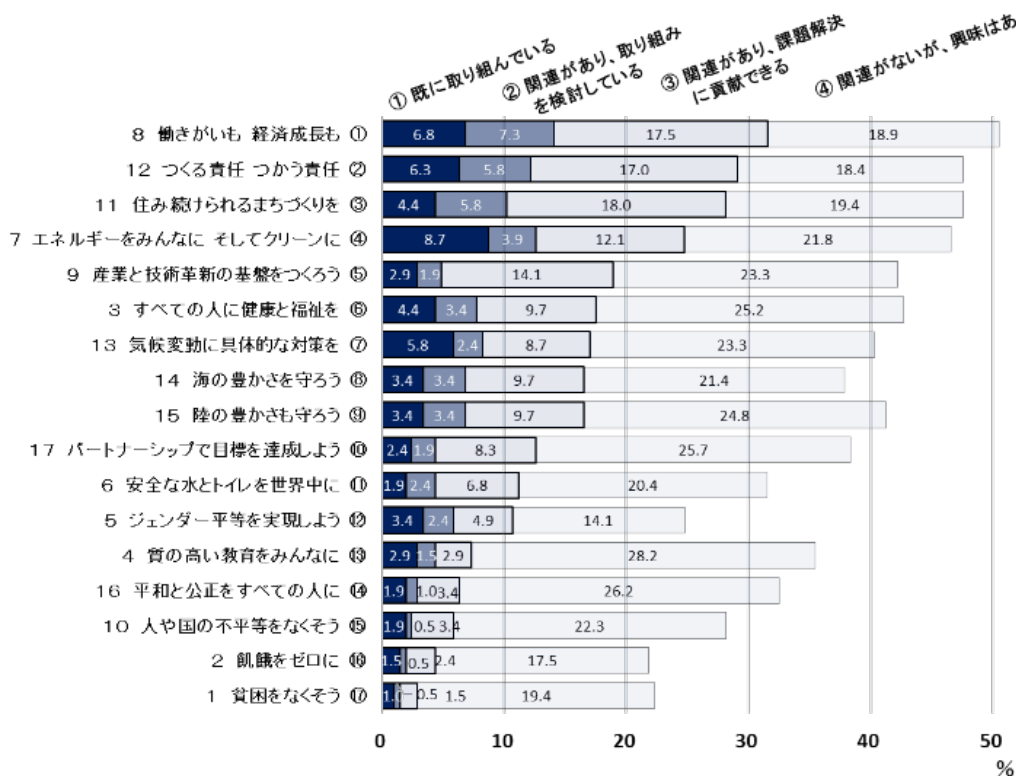
(3) SDGsの実行状況

17 の目標ごとの実行状況をみると、「①既に取り組んでいる」とした割合が最も高い目標は、「⑦エネルギー」(8.7%)となった。以下、「⑧経済成長と雇用」(6.8%)、「⑫持続可能な生産と消費」(6.3%)、「⑬気候変動」(5.8%)、「⑪都市」および「③健康」(4.4%)となった。

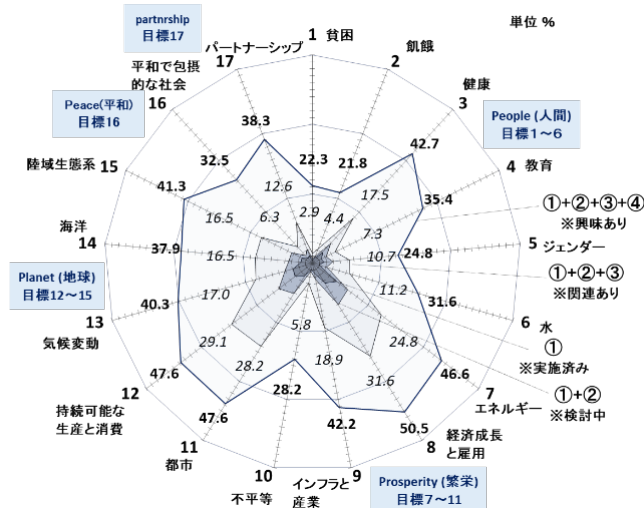
「②関連があり、取り組みを検討している」とした割合は、「⑧経済成長と雇用」(7.3%)が最も高く、「⑫持続可能な生産と消費」および「⑪都市」(5.8%)で高かった。

(以上、図表2-1および2-2参照)

(図表2-1) 17のゴールと自社事業との関連性 (全回答先 n=206)



(図表2-2) 17の目標と自社事業との関連性 (全回答先 n=206)



3. 認知企業における業種ごとの取り組み状況

～製造業は持続可能な生産で貢献、建設業は幅広い分野に関心あり～

(1) 概要

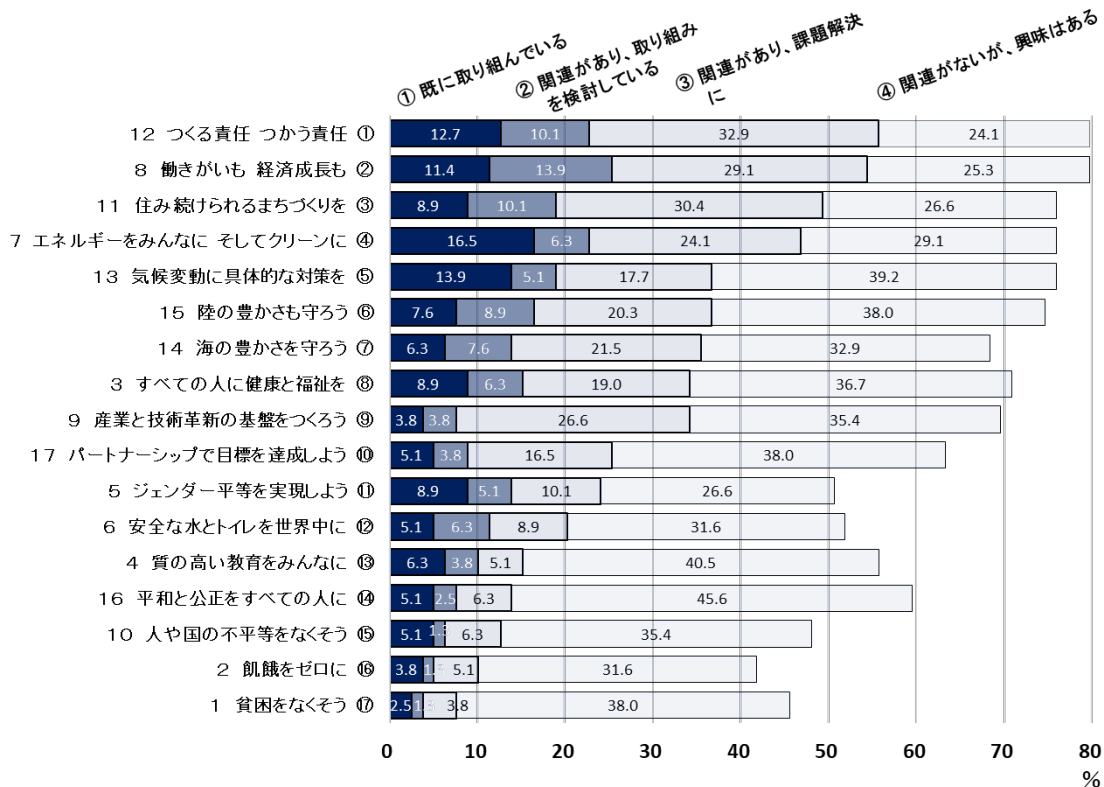
回答先 206 社のうち、SDGs の「内容まで知っている」と回答した企業（以下、認知企業）79 社について、SDGs の 17 の目標ごとに、自社の事業内容との関連性および実行状況を集計したところ、「SDGs 達成のために役立つ（回答①+②+③）」とした割合が最も高い目標は、「⑫持続可能な生産と消費」（55.7%）となった。以下、「⑧経済成長と雇用」（54.4%）、「⑪都市」（49.4%）、「⑦エネルギー」（46.8%）、「⑬気候変動」および「⑮陸上生態系」（36.7%）の順となった。

また、「④関連がないが、興味がある」を含め、関心の度合いをみると、「⑧経済成長と雇用」および「⑫持続可能な生産と消費」（79.7%）が最も高く、続いて「⑦エネルギー」、「⑪都市」および「⑬気候変動」（75.9%）となった。認知企業の SDGs への関心度合いは、最も低い「②飢餓」においても 4 割を超える企業が関心を持っており、SDGs に対する理解の高まりを窺わせる結果となった。

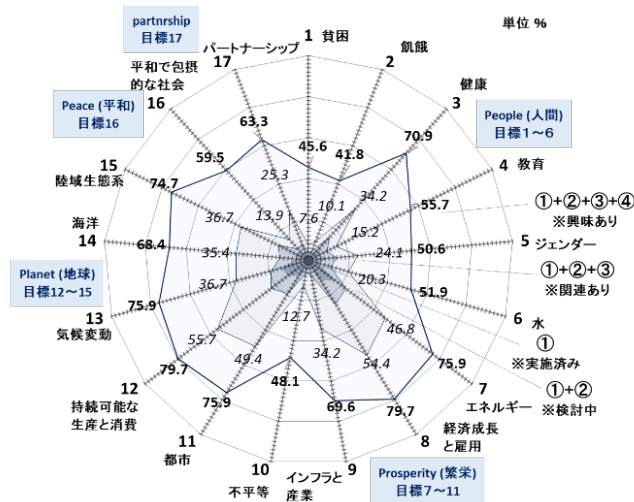
なお、実行率をみると、高い順に、「⑦エネルギー」（16.5%）、「⑬気候変動」（13.9%）、「⑫持続可能な生産と消費」（12.7%）、「⑧経済成長と雇用」（11.4%）、「⑪都市」、「③健康」および「⑤ジェンダー」（8.9%）となった。

（以上、図表 3-1 および 3-2 参照）

（図表3-1） 17のゴールと自社事業との関連性（認知企業 n=79）



(図表3-2) 17の目標と自社事業との関連性 (全認知企業 n=79)



(2) 業種ごとの取り組み状況

①製造業

「⑫持続可能な生産と消費」で実行率が高く、「関心あり」まで含めた割合は 94.1%に達している。「⑧経済成長と雇用」(82.4%)、「⑦エネルギー」、「⑨インフラと産業」および「⑬気候変動(76.5%)」などへの関心の高さが窺われる。「People (人間)」分類される項目への関心は低めとなっているが、「⑫持続可能な生産と消費」を筆頭に実行率は高い。

②建設業

実行率が全般的に低いものの、幅広い分野に高い関心を払っている様子が窺われる。特に「③健康」に関心を持つ企業の割合は 87.5%で、業種別で最高となった。関心の高い項目は、「③健康」、「⑧経済成長と雇用」および「⑪都市」(87.5%) などとなった。

③卸売業

「SDGs 達成に役立つ」と考える割合の高い分野は、「⑧経済成長と雇用」、「⑪都市」および「⑫持続可能な生産と消費(55.6%)」、「⑩不平等」および「⑬気候変動(50%)」などで、関心が高い分野は、「⑪都市」および「⑬気候変動(83.3%)」であった。

④小売業

事業内容と家計消費との関連性の高さを反映し、「①貧困」、「②飢餓」、「③健康」など「People (人間)」に係わる項目、「⑩平和で包摂的な社会」、「⑪パートナーシップ」への高い関心が窺われる。実行率は、他業種に比べ高い。

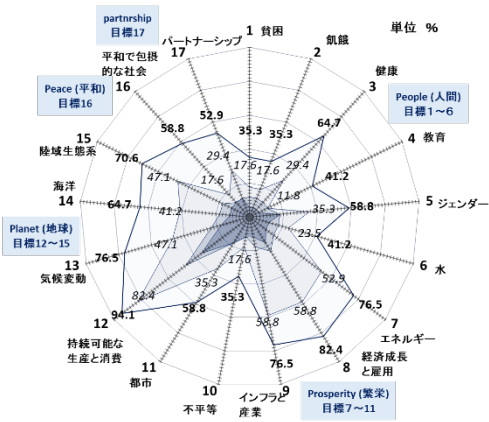
⑤その他サービス業

実行率は全般的に低く、「SDGs 達成に役立つ」とする割合も高くないものの、関心の度合いは全般的に高い。

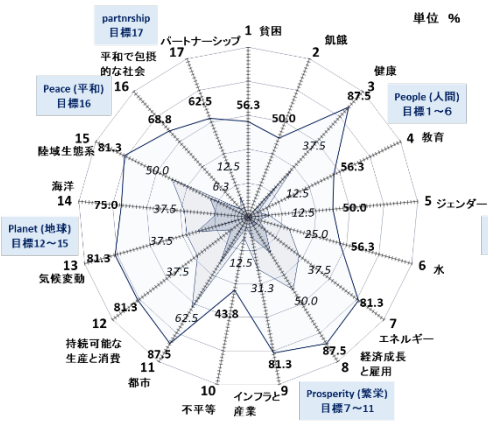
(以下、図表3-3参照)

(図表3—3) 17の目標と自社事業との関連性 (認知企業・業種別)

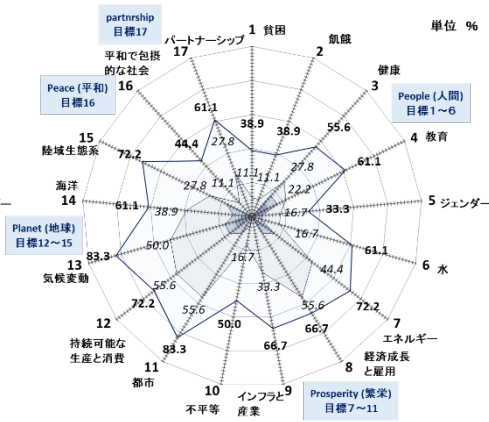
①製造業 n=17



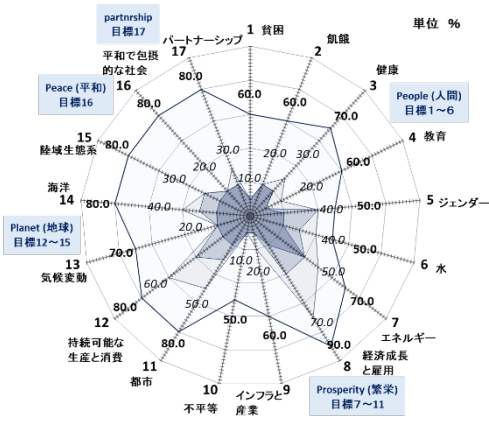
②建設業 n=16



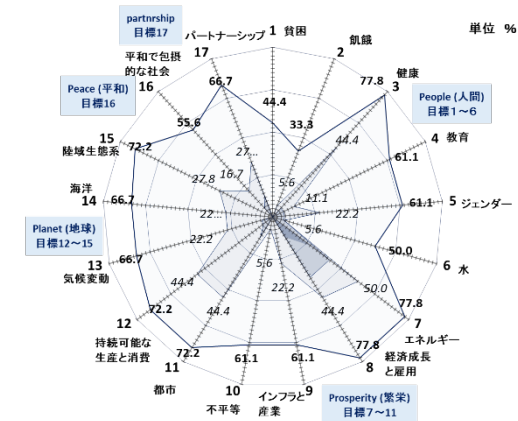
③卸売業 n=18



④小売業 n=10



⑤その他サービス業 n=18



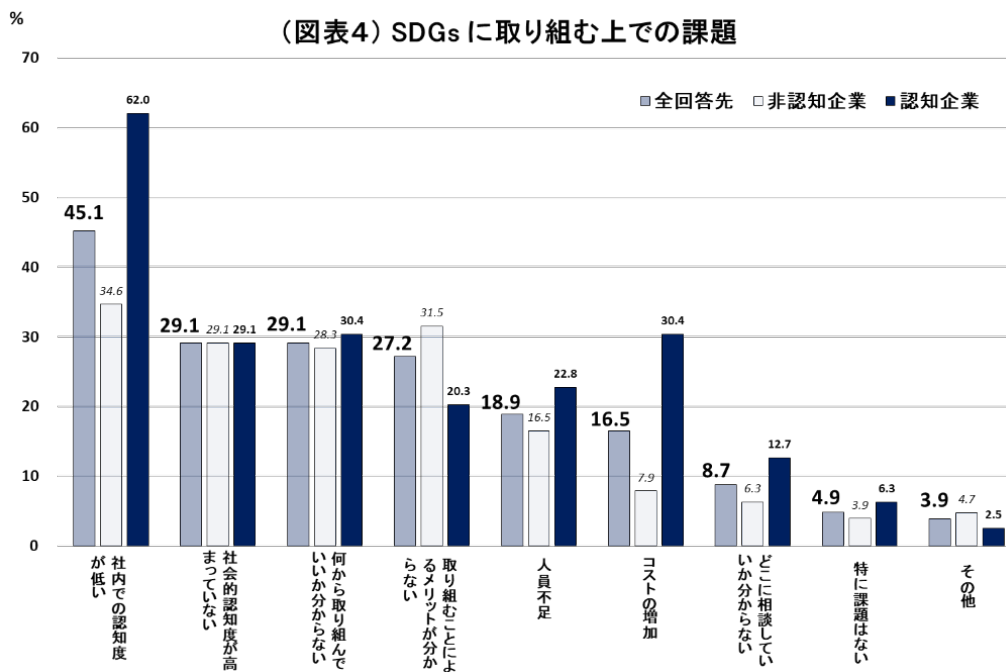
4. SDGs に取り組む上での課題

～社内での認知度の低さとコスト面が課題～

SDGs に取り組む上での課題について複数回答で調査したところ、全回答先 206 社では、「社内での認知度が低い」を挙げた企業が 45.1%で最も多かった。次いで、「社会的認知度が高まっていない」および「何から取り組んでいいかわからない」が 29.1%、「取り組むことによるメリットがわからない」が 27.2%であった。

非認知企業 127 社では、「社内での認知度が高まっていない」が 34.6%、以下、「取り組むことによるメリットがわからない」が 31.5%、「社会的認知度が高まっていない」が 29.1%、「何から取り組んでいいかわからない」が 28.3%となった。一方、認知企業 79 社では、「社内での認知度が低い」が 62.0%と群を抜いて高く、「コストの増加」および「何から取り組んでいいかわからない」が 30.4%となり、非認知企業との意識の違いが鮮明となった。

(以下、図表 4 参照)



5. まとめにかえて

～SDGs へのチャレンジで持続的成長の実現と企業価値の向上を～

これまでの考察を振り返ると、既に SDGs に取り組んでいる県内企業の割合は 1 割に満たないものの、17 の目標の内容と自社の事業内容との関連性については概ね理解されており、特に民間企業の貢献が期待される「Prosperity（繁栄）」に係わる項目への関心の高さが窺われる結果となった。一方、SDGs に取り組むに当たり、社内における認知度の低さと、コスト面での負担増が課題として浮かび上がってきた。

SDGs の“G”は、人類共通の Goals（ゴールの複数形）であり、SDGs への取り組みはゴールを目指すハードル走のようなものである。競技への参加者は、国であり、行政であり、市民であり、企業市民としての民間セクターである。克服すべきハードルの数は多い。アスリートとして軽やかに超え行くもよい。仲間で一人を支えて超して行くのもよい。ハードルをコースから撤去するための方法を考えるのもよい。ゴールのテープを切るまでの方法はいくらかもあるが、守らなければならないルールが一つだけある。私たちは、私たちが走るトラックを破壊してはならない。

SDGs 達成のために、民間セクターの力が必要とされる大きな理由は、ハードルを克服するために必要な技術と知見と人材を、経済合理性を維持した上で、最大限に活用できる能力を備えた存在だからであろう。SDGs は目指すべきゴールを示すとともに、目の前にあるハードルの克服を求めている。目の前のハードルに果敢に挑み、アイデアを磨き、技術を鍛え、人を育て、そして次の世代に引き継いで行く。SDGs への取り組みは、企業自身の持続的成長に貢献し、雇用者の福利を向上させ、地域の自立的かつ持続的な成長に繋がる。SDGs は遥か遠い国のおとぎ話ではない。

また SDGs の 17 の目標および 169 のターゲットは、身の回りの社会的課題を可視化するためのコンパスとして活用できるものであり、企業の経営上の課題を可視化し、将来に向けてのビジョンを構築するためのツールとなり得るものである。同時に SDGs へのチャレンジ自体がビジネスチャンスでもあり、SDGs をビジョンに据えることによって、企業価値の向上が期待でき、自社の成長にも繋がるのである。