

**2020 年度 中小企業の
SDGs 認知度・実態等調査
概要版**

2021 年 7 月

一般財団法人 日本立地センター

一般財団法人 日本立地センターでは2020年11月、関東経済産業局の協力を得て同局管内の1都10県（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県）に本社を置く中小企業（従業員300人以下）500社の代表取締役を対象に、SDGsの認知度等に関するWEBアンケート調査を行った。以下、2018年10月に実施した前回調査との比較等も交えながら、調査結果の概要について紹介する。

<回答企業の属性>

■業種別

	実数	構成比
製造業	75	15.0%
建設業	77	15.4%
運輸業	41	8.2%
卸売業	77	15.4%
小売業	77	15.4%
サービス業	77	15.4%
その他の業種	76	15.2%
全体	500	100%

■経営者の年代

	実数	構成比
30代	16	3.2%
40代	94	18.8%
50代	230	46.0%
60代	130	26.0%
70代	30	6.0%
全体	500	100%

■経営者の性別

	実数	構成比
男性	489	97.8%
女性	11	2.2%
全体	500	100%

■従業員規模別

	実数	構成比
5人以下	317	63.4%
6人以上20人以下	110	22.0%
21人以上50人以下	46	9.2%
51人以上100人以下	15	3.0%
101人以上300人以下	12	2.4%
全体	500	100%

■本社所在地別

	実数	構成比
茨城県	16	3.2%
栃木県	14	2.8%
群馬県	20	4.0%
埼玉県	59	11.8%
千葉県	45	9.0%
東京都	175	35.0%
神奈川県	96	19.2%
新潟県	18	3.6%
山梨県	7	1.4%
長野県	20	4.0%
静岡県	30	6.0%
全体	500	100%

1. 中小企業の SDGs 認知度及び取り組み状況

全ての回答企業を対象に、SDGs の認知度について伺った（図 1）。SDGs について認知している企業（「すでに対応・アクションを行っている」「対応・アクションを検討している」「知っているが、特に対応は検討していない」「聞いたことはあるが、内容については知らない」のいずれかを選択した企業）の構成比は、前回調査の 15.8%から 50.4%へと大きく増加しており、近年の SDGs に対する認知の拡がりが見て取れる。

なお、「すでに対応・アクションを行っている」「対応・アクションを検討している」とした企業（以下、SDGs 取り組み企業とする）の構成比も、前回調査の 2.0%から 8.2%に増加しているが、認知度の拡がりに比べると、実践への動きはまだ限定的である。

図 1 SDGs の認知度及び取り組み状況（全 500 社）

			今回（2020年11月）		前回（2018年10月）				
			n	%	n	%			
全体			500	100%	500	100%			
SDGs について認知している	取り組み中 検討中	すでに対応・アクションを行っている	17	3.4%	50.4%	8.2%	6	1.2%	15.8%
		対応・アクションを検討している	24	4.8%			4	0.8%	
	未取り組み	知っているが、特に対応は検討していない	119	23.8%	91.8%	29	5.8%	98.0%	
		聞いたことはあるが、内容については知らない	92	18.4%		40	8.0%		
SDGs について認知していない		本調査で初めて認知した	248	49.6%	49.6%	421	84.2%	84.2%	

■…SDGs 取り組み企業（含む取り組み検討中） ■…SDGs 未取り組み企業

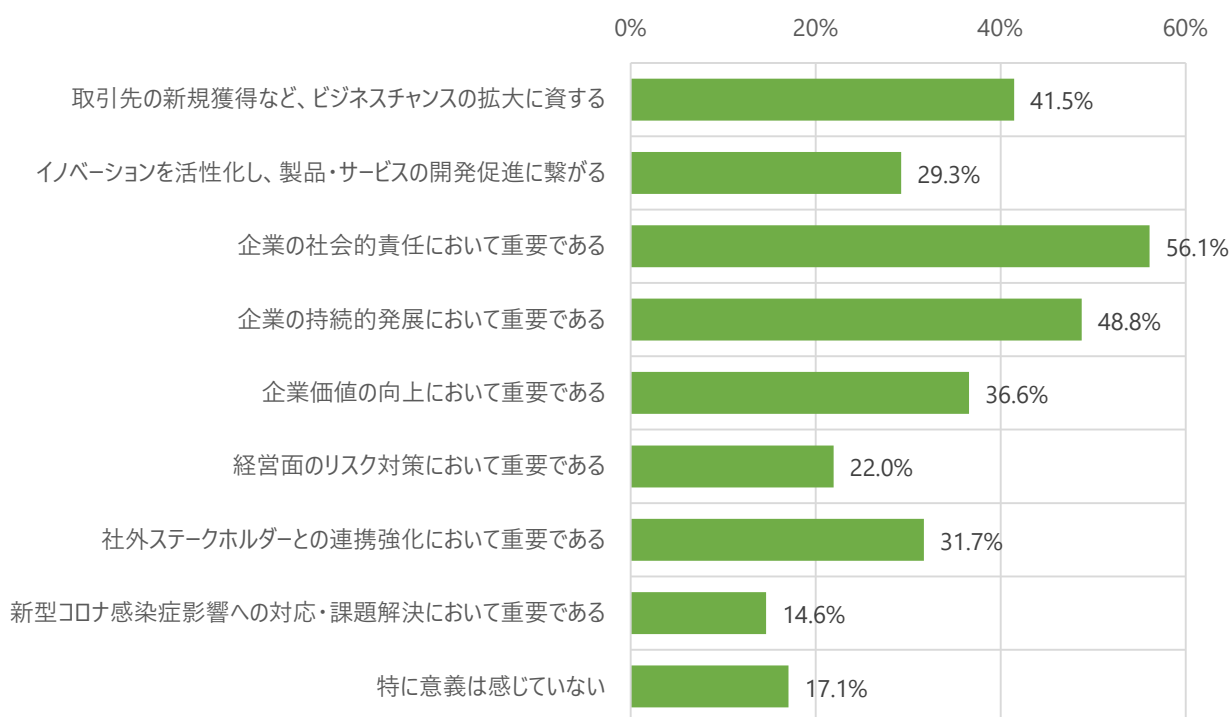
2. SDGs 取り組み企業の現状

(1) 自社が SDGs に対応する意義

前項における SDGs 取り組み企業（全 41 社・取り組み検討中を含む）を対象に、SDGs に対応する意義について伺った（図 2）。「企業の社会的責任において重要である」が回答率 56.1%で最も高く、次いで「企業の持続的発展において重要である」（48.8%）、「取引先の新規獲得など、ビジネスチャンスの拡大に資する」（41.5%）、「企業価値の向上において重要である」（36.6%）、「社外ステークホルダーとの連携強化において重要である」（31.7%）などが続く。

なお、「社外ステークホルダーとの連携強化において重要である」は関係企業などの SDGs の取り組みが進み、SDGs の取り組みが社外ステークホルダーとの連携の上で重要なキーワードになっている状況を反映した回答と考えられる。

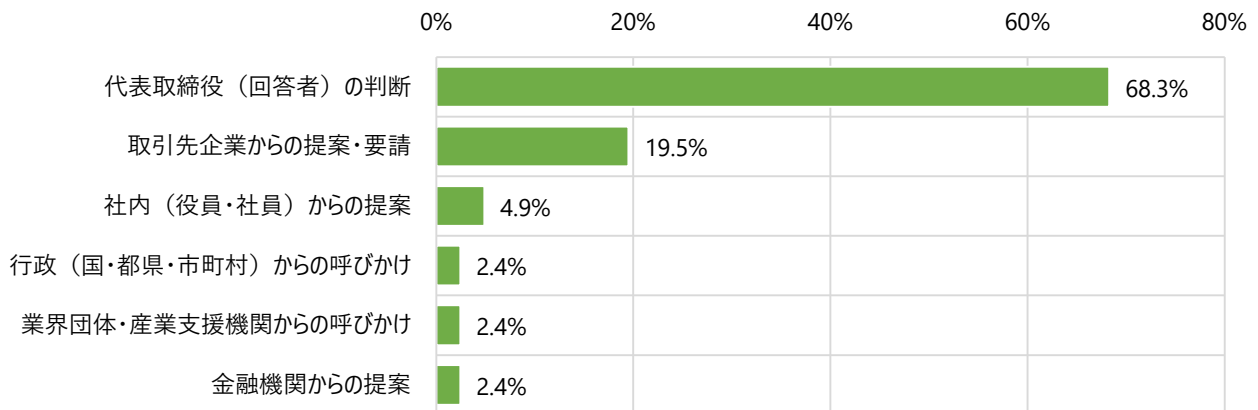
図 2 自社が SDGs に対応する意義（SDGs 取り組み企業 41 社・複数回答）



(2) 検討・取り組みを始める際の判断要素

SDGs に関する検討や取り組みを始める際の最も大きな判断要素（次頁図 3）については、「代表取締役の判断」が構成比 68.3%と大半を占める。中小企業における意思決定は、代表取締役の判断に負うところが大きいことが分かる。一方、「取引先企業からの提案・要請」も 19.5%となり、取引先との関係性を考慮して取り組みを始めた企業も一定数見られる。

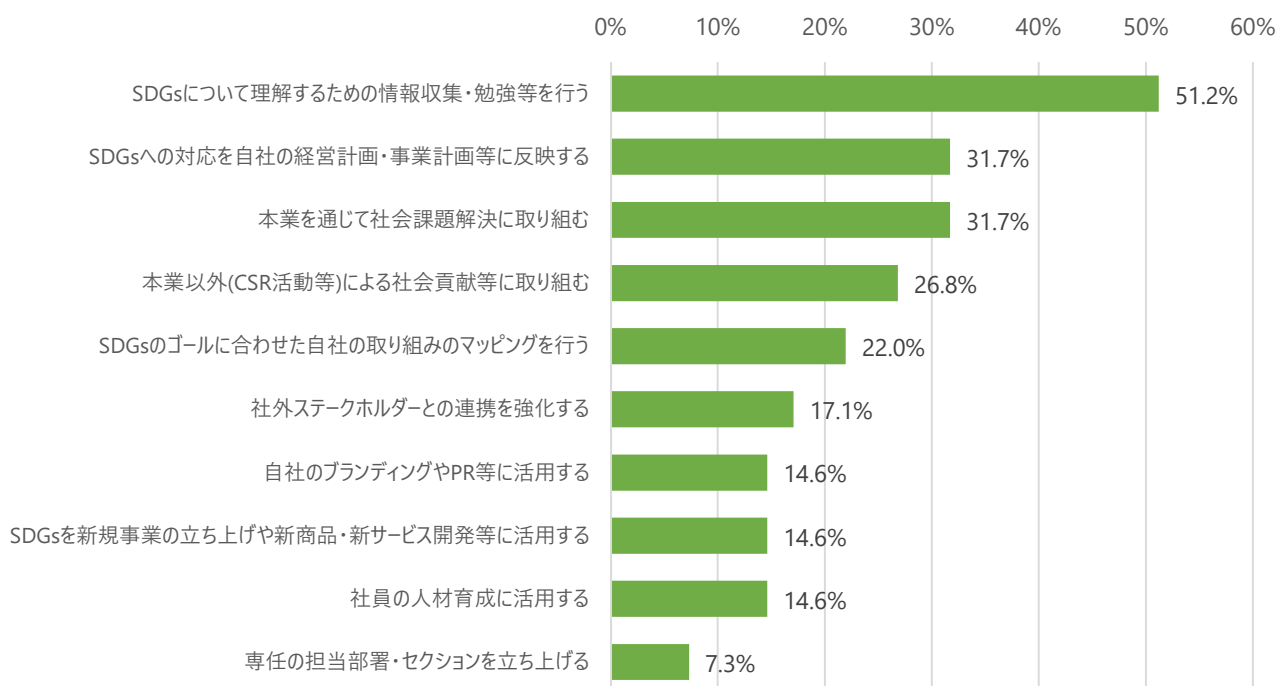
図3 SDGsの検討・取り組みを始める際の最も大きな判断要素
(SDGs 取り組み企業41社・単独回答)



(3) SDGs に関する対応・アクション

現在実施中・検討中のSDGsに関する対応・アクション（図4）については、「SDGsについて理解するための情報収集・勉強等を行う」が回答率51.2%で最も高い。以降は「SDGsへの対応を自社の経営計画・事業計画等に反映する」「本業を通じて社会課題解決に取り組む」（各31.7%）、「本業以外（CSR活動等）による社会貢献等に取り組む」（26.8%）、「SDGsのゴールに合わせた自社の取り組みのマッピングを行う」（22.0%）が続く。SDGsへの直接的な取り組みと、取り組み体制の整備が混在しているが、企業の多くが取り組みの初期段階にあるものと推察される。

図4 現在実施中・検討中のSDGsに関する対応・アクション
(SDGs 取り組み企業41社・複数回答)



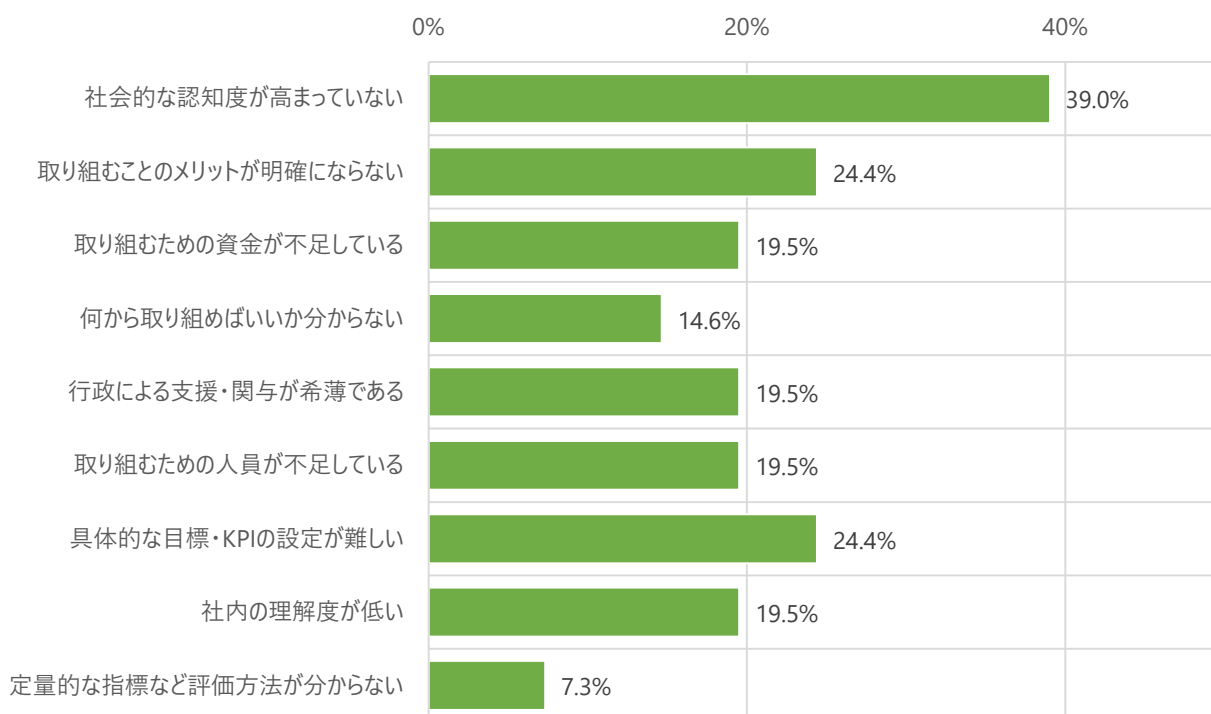
3. SDGs 取り組み向上に向けた課題

(1) SDGs 取り組み企業の課題

SDGs 取り組み企業に対し、現在の課題について伺った（図5）。「社会的な認知度が高まっていない」が回答率 39.0%で最も高く、次いで「取り組むことのメリットが明確にならない」「具体的な目標・KPIの設定が難しい」（各 24.4%）が続く。また、「行政による関与・支援が希薄である」が 19.5%となり、行政側の積極的な支援も求められている。

「社会的な認知度が高まっていない」と「取り組むことのメリットが明確にならない」の高さは表裏一体の関係にあり、SDGs への取り組みが社会的評価の向上に結びつかないことへのもどかしさも感じられる。

図5 SDGs 取り組み企業の課題（SDGs 取り組み企業 41 社・複数回答）



(2) SDGs 未取り組み企業 459 社の課題

①SDGs に対する印象

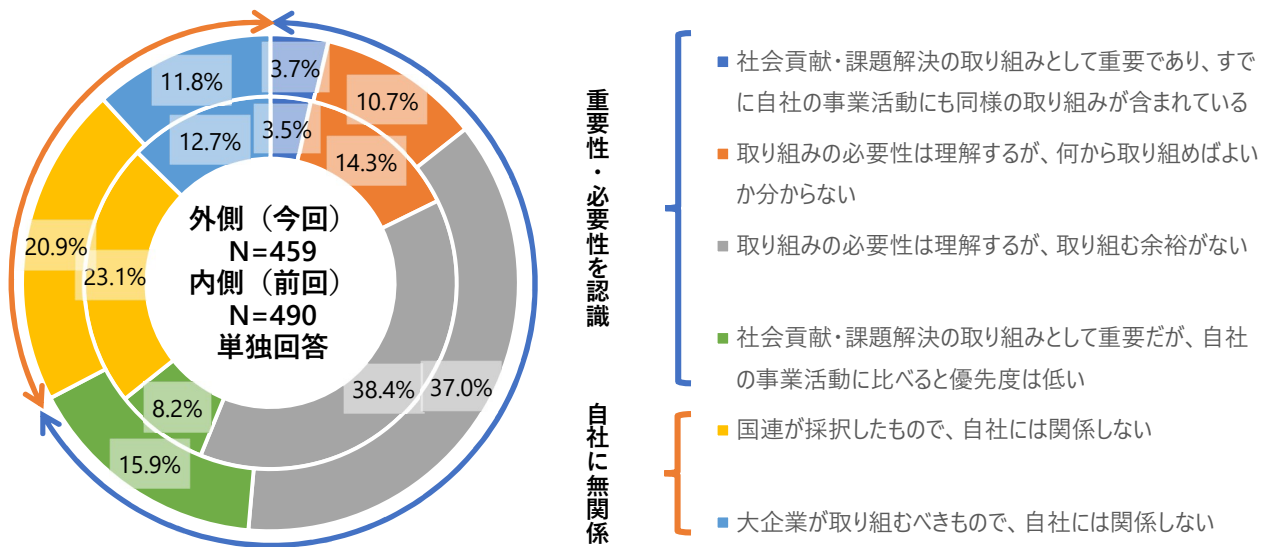
SDGs 未取り組み企業（459 社）を対象に、SDGs に対する印象について伺った（次頁図6）。回答企業の7割弱はSDGsの重要性・必要性を認識しており、「自社には無関係」とした企業は3割強に留まる。また、前回との比較においては、「自社には無関係」が3.0ポイント減となっており、SDGsの認知度の上昇に伴い、若干減少したものと思われる。

一方、重要性・必要性を認識していながら、取り組んでいない理由を見ていくと、「取り組む余裕がない」が構成比 37.0%（前回 38.4%）で最も多く、次いで「自社の事業活動に比べると優先度は低い」の 15.9%（前回 8.2%）、「何から取り組めばよいかかわからない」の 10.7%（前回 14.3%）が続く。SDGsを

推進していく上で、こうした消極的な企業へのアプローチが問われることになる。

なお、「必要性や重要性は理解」の印象の中には「社会貢献・社会課題解決の取り組みとして重要であり、自社の事業活動にも同様の取り組みが含まれている」が3.7%あった（前回：3.5%）。せっかく同様の取り組みをしているながら認知度の質問（図1）に「すでに対応・アクションを行っている（検討している）」と回答していないことは、SDGsに取り組んでいることをどう取引先や消費者に訴えていくかが分からない企業が存在する可能性がある。こうした企業に対して自社のホームページなどでSDGsの取り組みをどう発信していくかや、「登録制度」や「宣言制度」等の活用に関して情報提供していくことも課題である。

図6 SDGsに対する印象（SDGs未取り組み企業・単独回答）

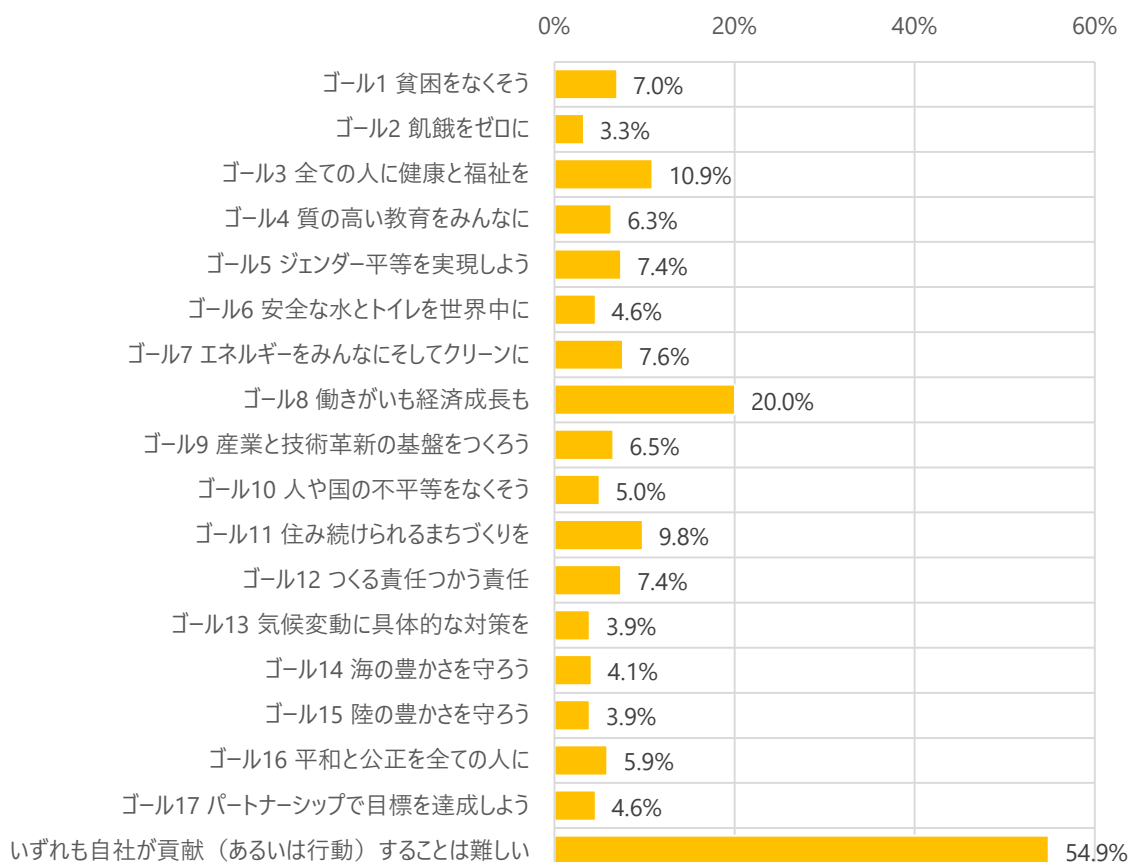


②自社が主体的に貢献可能なSDGsの17のゴール

SDGsにおける17のゴールのうち、自社が主体的に貢献（行動）できると考えられるものについて伺った（次頁図7）。「ゴール8働きがいも経済成長も」が回答率20.0%、「ゴール3全ての人に健康と福祉を」が10.9%と比較的高いが、上記以外の項目は10%未満に留まった。なお、最も低い項目は「ゴール2飢餓をゼロに」の3.3%である。自社の事業活動や社会的活動に近いものは貢献しやすいと考えられやすく、日ごろなじみのないゴールほど低い割合となる傾向が見られる。

一方、「いずれも自社が貢献（あるいは行動）することは難しい」が54.9%となったことから、残りの半分弱の企業は17のゴールの1つ以上に何らかの形で貢献できると回答していることが分かる。中小企業がSDGsに取り組むための課題は少なくないが、こうした小さな貢献を足掛かりにして、徐々に取り組みを広げていくことが期待される。

図7 自らが主体的に貢献（行動）できると考えられる SDGs の 17 のゴール
 (SDGs 未取り組み企業 459 社・複数回答)

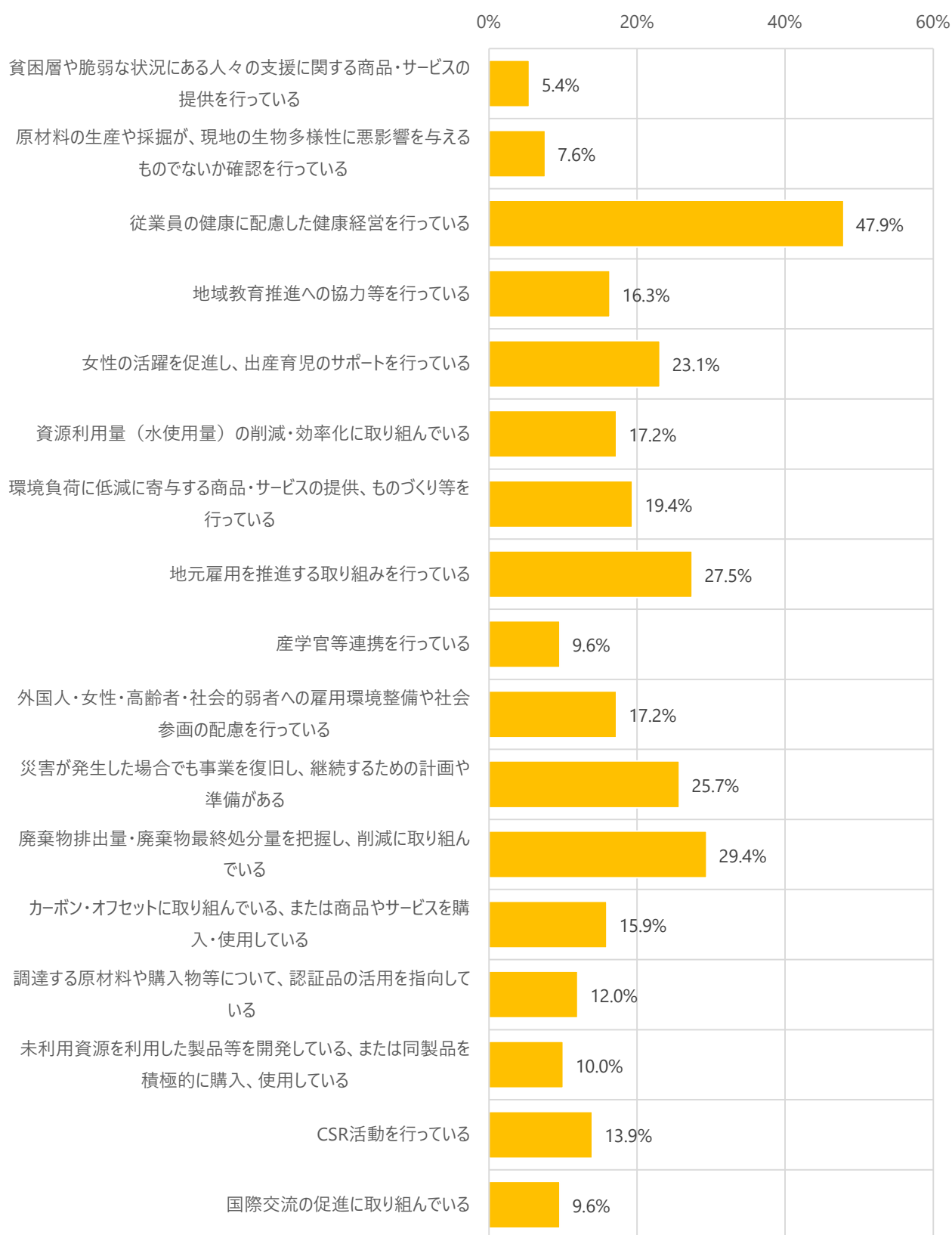


③社会課題解決への取り組み

次に、SDGs の 17 のゴールに即した 17 の社会課題解決事項を提示し、それらについての取り組み状況を伺った（次頁図 8）。「取り組んでいる」「今後取り組み予定」を合わせた回答割合が多かったのは「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」（47.9%）、「廃棄物排出量・廃棄物最終処分量を把握し、削減に取り組んでいる」（29.4%）、「地元雇用を推進する取り組みを行っている」（27.5%）などで、逆に最も少なかったのは「貧困層や脆弱な状況にある人々の支援に関する商品・サービスの提供を行っている」（5.4%）であった。また、社会課題解決について 1 つ以上「取り組んでいる（含む予定）」企業の割合は 59.3%であり、前項②の 45.1%より高い。

①～③の回答を総合すると、未取り組み企業においても SDGs の取り組みの必要性や重要性を 7 割弱が認めており、17 のゴールについては半数近くの企業が、また 17 の社会課題解決事項に対しては 6 割が貢献意向や取り組み意向を示していることから、そうした身近な取り組みを発展させて SDGs 推進企業へと進んで行くことが期待される。

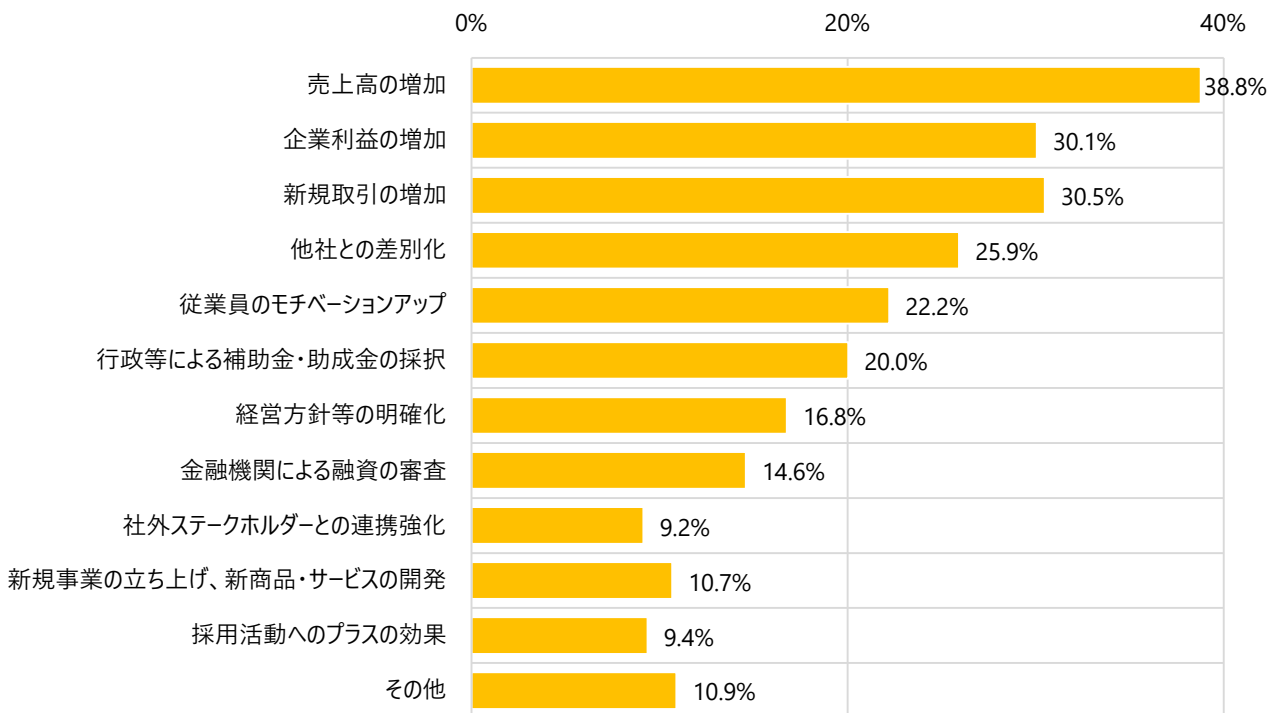
図8 17の社会課題解決事項に取り組んでいる・取り組み予定の割合
(SDGs未取り組み企業459社・複数回答)



④SDGs に取り組む動機となりうる利点やメリット

SDGs 未取り組み企業に対し、取り組む動機となりうる具体的な利点やメリットについて伺った（図9）。「売上高の増加」が回答率 38.8%で最も高く、次いで「新規取引の増加」（30.5%）、「企業利益の増加」（30.1%）、「他社との差別化」（25.9%）が続く。自社の利益に直結する項目が上位を占めることから、SDGs 未取り組み企業に対して積極的な参加を促すには、ビジネス面のメリットをアピールすることが有効と考えられる。

図9 SDGs に今後取り組む動機となりうる利点・メリット
(SDGs 未取り組み企業 459 社・複数回答)



⑤統合報告書などの作成・公表状況

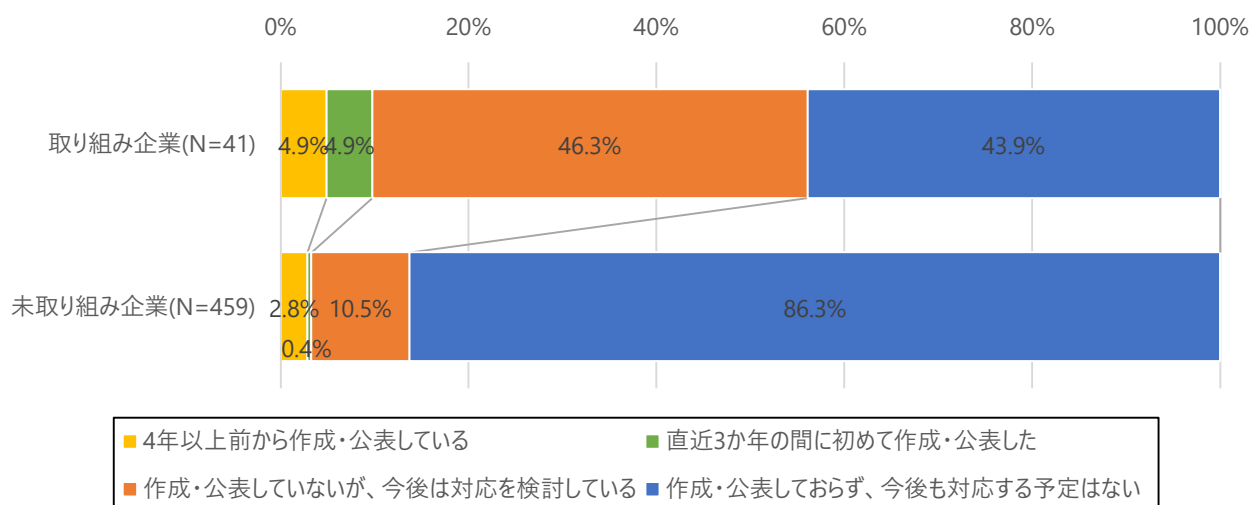
全ての回答企業を対象に、統合報告書（企業の財務データ、非財務データを統合した報告書）・CSR レポート・環境レポート等の公表実績について伺った（次頁図10）。

SDGs 取り組み企業では「作成・公表している」の構成比 9.8%と「作成・公表していないが、今後は対応を検討している」の 46.3%で過半数を占め、作成・公表に積極的な姿勢が見て取れる。

これに対し、SDGs 未取り組み企業では「作成・公表しておらず、今後も対応する予定はない」が 86.3%と大半を占め、「作成・公表している」はわずか 3.2%となり、「作成・公表していないが、今後は対応を検討している」も 10.5%に留まった。

SDGs の取り組みにおいては、黙々と実践するだけでなく、適切な情報公開を通じて、新規取引の増加や新規市場の開拓、あるいは ESG 投資の呼び込みに繋げていくことが期待されている。さらには取引面だけでなく、就職活動の企業選定の際、社会貢献度を重視する傾向が高まっており、人材面にも影響を及ぼす可能性がある。SDGs の取り組み内容の検討とともに、情報公開への対応も今後重要となる。

図 10 統合報告書などの作成・公表状況（単独回答）

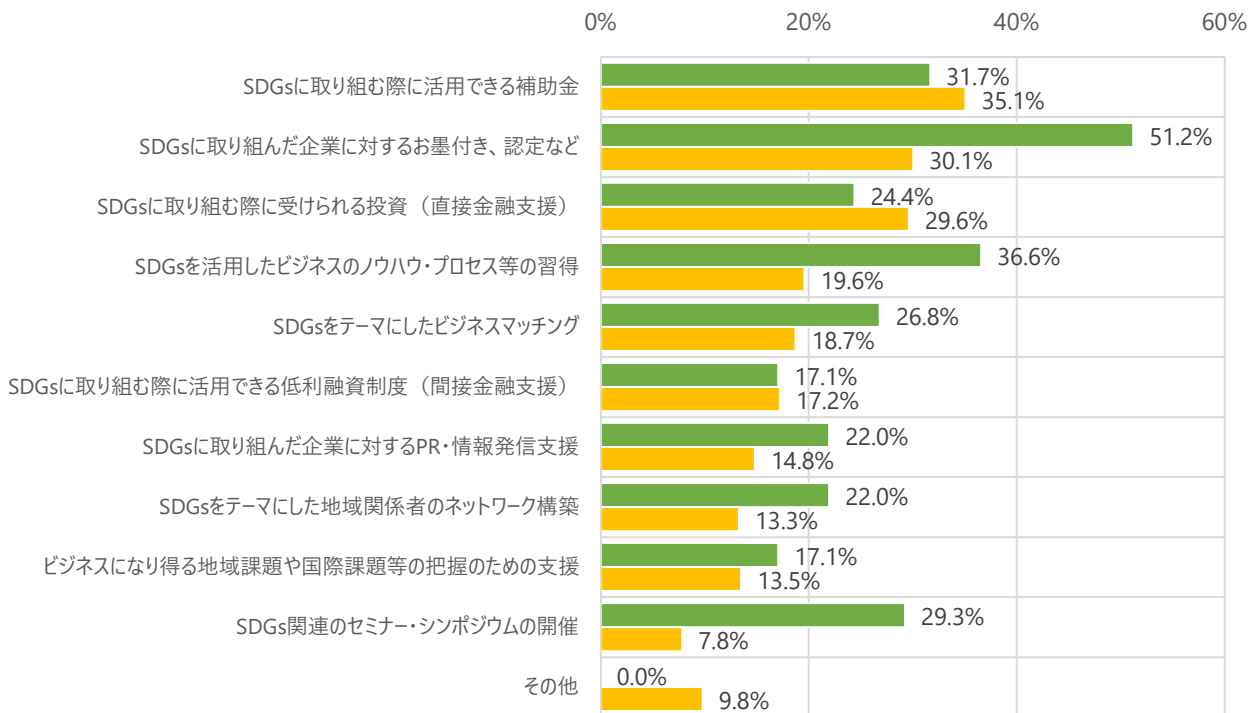


4. SDGs の推進に向けて有効な支援策

全ての回答企業を対象に、企業による SDGs の推進に向けて有効と思われる支援策について伺った（図 11）。SDGs 取り組み企業では、「SDGs に取り組んだ企業に対するお墨付き、認定など」が回答率 51.2%で突出しており、次いで「SDGs を活用したビジネスのノウハウ・プロセス等の習得」（36.6%）、「SDGs に取り組む際に活用できる補助金」（31.7%）、「SDGs 関連のセミナー・シンポジウムの開催」（29.3%）などが続く。「SDGs に取り組んだ企業に対するお墨付き、認定など」を求める背景には、前述の「社会的な認知度が高まっていない」「取り組むことのメリットが明確にならない」等の課題解消を意識したものと考えられる。

これに対し、SDGs 未取り組み企業においては、「SDGs に取り組む際に活用できる補助金」が回答率 35.1%で最も高く、以降は「SDGs に取り組んだ企業に対するお墨付き、認定など」（30.1%）、「SDGs に取り組む際に受けられる投資（直接金融支援）」（29.6%）、「SDGs を活用したビジネスのノウハウ・プロセス等の習得」（19.6%）、「SDGs をテーマにしたビジネスマッチング」（18.7%）などが続く。補助金や投資など、資金面に関するニーズの高さが特徴的だが、回答率は SDGs 取り組み企業と概ね同水準にある。

図 11 企業による SDGs の推進に向けて有効と思われる支援策（複数回答）



■ SDGs 取り組み企業 (N=41) ■ SDGs 未取り組み企業 (N=459)

5. SDGs のさらなる推進に向けた課題と提言

①中小企業の SDGs に対する意識変革を

今回実施した認知度・実態等調査において、SDGs 取り組み企業の割合は全体の 8.2%となった。前回調査の 2.0%からは増加したとはいえ、認知度の拡がりに比べればまだ不十分である。SDGs においては、業種・業態や規模を問わず、全ての企業が当事者として取り組むことが求められており、中小企業の主体的な活動を促すための施策が引き続き重要となる。

一般的に、中小企業が SDGs に取り組む際、資金面や人材面が制約になると言われるが、事業領域が限られている分、むしろ中小企業の方が事業活動と SDGs との紐づけが容易との見方もできる。認知度・実態等調査の中でも、SDGs 未取り組み企業の半分弱が、SDGs の 17 のゴールの 1 つ以上に何らかの形で貢献できると回答していることから、身の丈に合った部分から始めてもらい、徐々に拡大できれば、取り組み自体が持続可能で息の長いものとなるはずだ。

加えて、SDGs は自社の経営課題や将来像の実現に向けたリスクを確認するツールとしても活用できる。経営課題を SDGs と統合させることで、顧客や従業員、ステークホルダーとの繋がりを強化でき、ESG 投資を介して資金調達を有利に運ぶこともできる。何より自社のビジネスが社会の持続可能な発展にどのように貢献しているのか、SDGs の観点から検証することは、先行き不透明なニューノーマルの時代を生き抜くための羅針盤となる。認知度・実態等調査の中で、SDGs 取り組み企業の多くが SDGs に対応する意義について、企業の社会的責任と持続的発展を挙げていた。この 2 つの両立を体現したのが SDGs であることを、より多くの企業に理解してもらう必要がある。

②企業登録制度やオンラインプラットフォームの積極的な活用を

2020 年 10 月、内閣府が設置した「地方創生 SDGs 金融調査研究会」による「地方公共団体のための地方創生 SDGs 登録・認証等制度ガイドライン」の公表を受けて、各地で SDGs に取り組む企業・団体等を対象とした登録・認証制度を創設する動きが盛んになっており、都道府県レベルから政令指定都市などの市町村レベルにも拡がりつつある。

自治体による登録制度では、認定証や登録マークを発行し、登録企業にお墨付きを与えるだけでなく、登録企業を PR するポータルサイトやビジネスマッチングに活用可能な登録企業によるオンラインコミュニティを開設したり、あるいは地域金融機関が登録企業向けの制度融資を設けたりといった動きもあり、SDGs に取り組むことによる初期段階のメリットが可視化しやすい。このため、認知度・実態等調査の中で、SDGs 取り組み企業の多くが課題としていた「社会的な認知度が高まっていない」「取り組むことのメリットが明確にならない」に対する一種のアンサーとしても機能しうる。加えて、SDGs 未取り組み企業にとっても、目標設定や取り組み内容に関するサポートが受けられ、登録企業同士がノウハウを共有できるため、SDGs の入口としても非常に分かりやすい。

今後も各地で登録制度を軸とした、企業による SDGs の取り組みの輪の拡がりが期待されることから、未整備の地域では制度の創設を、また整備済みの地域ではさらなる内容の充実が望まれる。

なお、個別自治体による登録制度やプラットフォーム以外にも、地域を問わず利用可能なプラットフォームもある。ステークホルダーとのパートナーシップを深める場として、すでに内閣府が「地方創生 SDGs 官民連携プラットフォーム」を設置しており、また民間開発によるプラットフォームとしても、産学官民向けの「Platform Clover」などが存在する。こうしたプラットフォームの利用もぜひお勧めしたい。