

特別調査

SDGsに関するアンケート調査

—SDGsの取り組みを「すでに実施している」企業は34.4%と、1年間で13.6ポイント上昇—

はじめに

SDGs達成への取り組みが広がっていることから、当社ではSDGsに関する県内企業の対応状況などについて、2021年11月にアンケート調査（以下、前回調査）を実施した。前回調査から1年が経過し、県内企業の取組状況の変化や課題等について把握するため、22年11月に県内企業1,000社（有効回答540社）にアンケート調査を実施した。以下はその結果である。

アンケート調査の結果

（1）SDGsの取組状況

〈県内企業の取組状況〉

—「すでに実施している」企業は34.4%—

全ての企業に対してSDGsの取組状況を尋ねたところ、「すでに実施している」と回答した企業の割合は34.4%となった（図表1）。なお、「具体的な検討を進めている」は13.3%、「具体的な検討に至っていない」が48.0%などとなり、「SDGsについて全く知らない（本調査で初めて認識した）」は0.6%にとどまった。

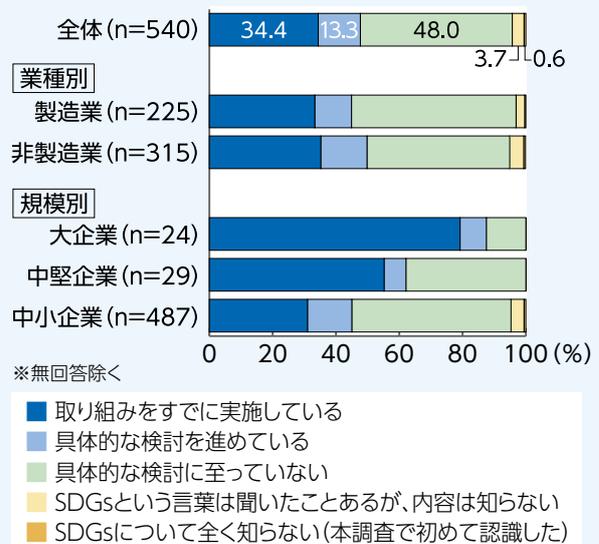
「すでに実施している」企業を業種別にみると、製造業で33.3%、非製造業で35.2%となり、ほぼ同水準となった。特に、化学（57.1%）、電気機械（55.0%）、建設（53.3%）で半数を超え、高くなっている。

〈前回調査との比較〉

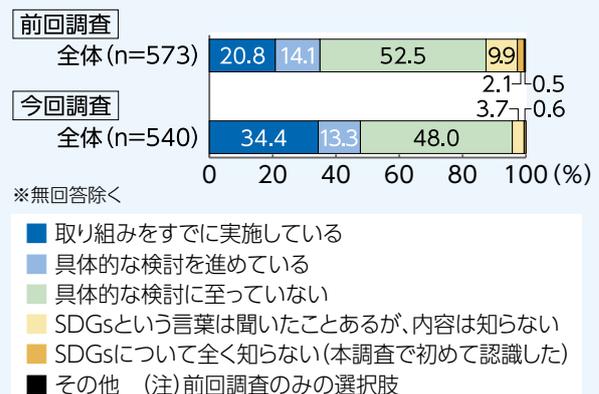
—「すでに実施している」企業は13.6ポイント上昇—

前回調査と比べると、「すでに実施している」企業の割合は13.6ポイント上昇した（図表2）。「すでに実施している」企業を業種別にみると、特に建設と電気機械で大幅に上昇している。

■ 図表1 SDGsの取組状況(業種別、規模別)



■ 図表2 SDGsの取組状況(前回調査との比較)



〈具体的な取り組みなど〉

—自社や地域の課題解決にSDGsを活用しているといった動きもみられる—

「すでに実施している」企業に具体的な取組内容を尋ねたところ、前回調査と同様、エネルギーや環境に配慮した活動のほか、働きやすい職場環境の整

備などの取り組みが多くあげられた（図表3）。さらに、今回調査では地域や社会への貢献活動を実施しているとの声も複数寄せられ、自社や地域・社会の課題解決方法としてSDGsを活用する動きもみられた。

■ 図表3 SDGsの具体的な取り組みに関して寄せられた企業の声

【エネルギーや環境に配慮した活動】

- ・工場の屋根全体に太陽光パネルを設置する予定である。冷凍・冷蔵装置が24時間稼働しているため全て自家消費となり、節電効果も期待できる（食料品）
- ・再生繊維を研究し、商品開発をしている（繊維）
- ・ASIAGAP（持続可能な農業を実現するための農場管理に関する国際認証制度）を取得した。安心安全な食品の提供や顧客の健康に貢献している（食料品）
- ・環境負荷の少ない取り組みをおこなっており、運輸業向けの認証であるグリーン経営を取得した（運輸）
- ・ISO 14001認証を取得し、産業廃棄物排出量の削減目標を設定した。分別を徹底した結果、排出量が削減した（建設）

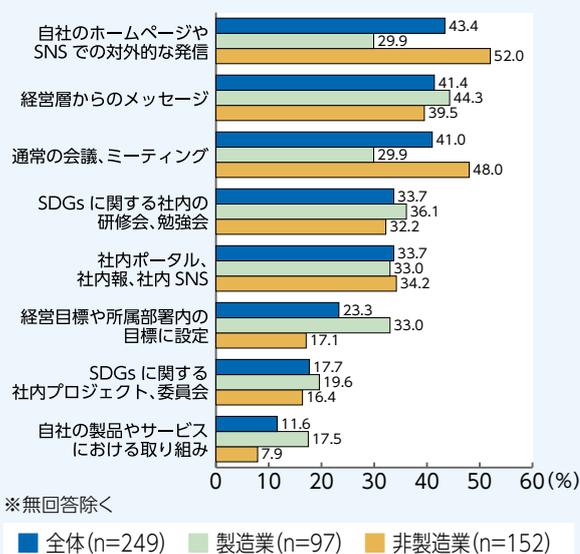
【働きやすい職場環境づくり】

- ・残業時間を削減し、育児・介護休暇制度を整備した。こうした取り組みを進めたことで、新卒で女性応募者が増加するなど成果が出ている（電気機械）
- ・人手不足への対応から、自動精算機やセルフオーダーシステムを導入し、従業員の負担軽減や業務効率化を図っている（サービス他）

【地域や社会への貢献活動】

- ・私募債を発行し、手数料の一部を子ども食堂に寄付した（その他製造）
- ・調理教室を開催し、子どもたちに食育の場を提供している（食料品）
- ・地域経済の担い手として地元企業への就職を促進するため、インターンシップの受け入れに力を入れている。地元の学校との関係が強化され、新卒者の採用にも繋がっている（建設）

■ 図表4 従業員に向けた周知方法（業種別、複数回答、上位項目のみ）



（2）従業員に向けた周知方法

ー「自社のホームページやSNSでの対外的な発信」「経営層からのメッセージ」「通常の会議、ミーティング」が4割超ー

SDGsの取り組みを「すでに実施している」及び「具体的な検討を進めている」と回答した企業(258社)に、従業員に向けたSDGsの取り組みの周知方法を尋ねたところ（複数回答）、「自社のホームページやSNSでの対外的な発信」（43.4%）、「経営層からのメッセージ」（41.4%）、「通常の会議、ミーティング」（41.0%）の割合が4割を超え、特に高くなった（図表4）。

業種別にみると、製造業は非製造業に比べ「経営目標や所属部署内の目標に設定」「自社の製品やサービスにおける取り組み」などの割合が高くなった。一方、非製造業は製造業に比べ「自社のホームページやSNSでの対外的な発信」「通常の会議、ミーティング」などが高くなった。

回答企業からは「従業員に対して、常に節電や省エネに対する啓蒙をおこなっている」（金属製品）、「本社でサステナビリティ推進室が設置され、対応が進められている」（輸送機械）など経営者や専担部署を中心に推進、情報発信を実施しているとの声が寄せられた。また、大企業を中心に「SDGsなど

社会的課題に対して取り組むべき項目を経営重要課題として選定した。数値目標の設定に向けて準備を進めている」(化学)、「2050年までにCO₂排出をゼロにするとの目標を設定した。バイオマスボイラーや太陽光発電設備を導入しているほか、最新技術を活用しCO₂排出量は13年比25%超の削減となった」(その他製造)など、経営の目標や指針としてSDGs達成に向け取り組みを進めている企業もみられる。さらに、「SDGsは指針として使いやすく、上手く運用できればこれほど有用なツールはないと考えている。実際に、現場単位での取り組みのほか、横連携の強化など具体的な行動に落とし込み、会社を深化させる手段として役立てている」(建設)といったように、SDGsを指針として活用し、業務全般や従業員の連携など、企業活動に幅広く取り入れているとの声も聞かれた。

(3) 取り組むうえでの課題、取り組まない理由

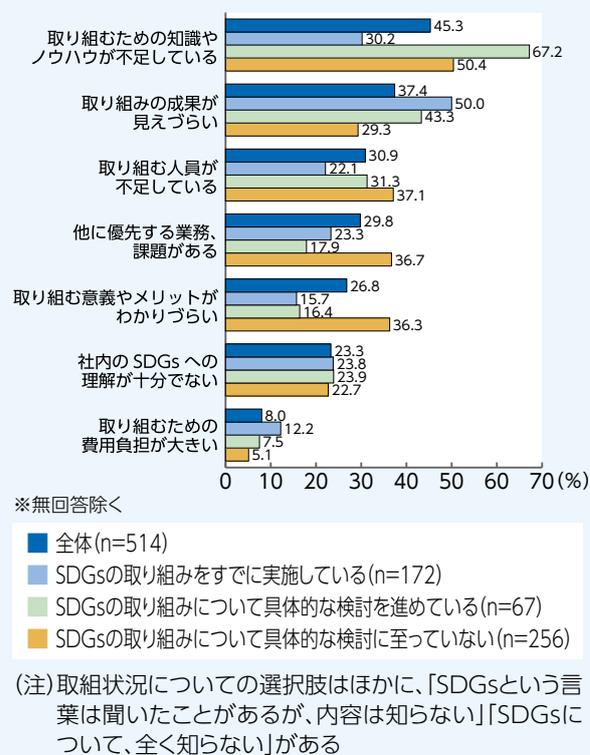
－「取り組むための知識やノウハウが不足している」がトップ－

全ての企業に、SDGsに取り組むうえでの課題または取り組まない理由を尋ねたところ(複数回答)、「取り組むための知識やノウハウが不足している」の割合が45.3%と最も高くなった(図表5)。以下「取り組みの成果が見えづらい」(37.4%)、「取り組む人員が不足している」(30.9%)、「他に優先する業務、課題がある」(29.8%)などの順となった。

取組状況別にみると、「すでに実施している」企業では「取り組みの成果が見えづらい」の割合が他の取組状況に比べて高くなった。一方、「具体的な検討を進めている」企業では「取り組むための知識やノウハウが不足している」が高く、「具体的な検討に至っていない」企業では「取り組む意義やメリットがわかりづらい」などが他の取組状況に比べて高くなった。

このうち「すでに実施している」企業からは「取り組みによるCO₂削減量などがわからず、成果を感じづらい面もある。一方、従業員からSDGsに関連

■ 図表5 SDGsに取り組むうえでの課題、取り組まない理由
(取組状況別、複数回答、上位項目のみ)



した提案が出てくるようになるなど、積極的な姿勢がみられ始めている。従業員に対し、今後当社で取り組むべき内容をアンケートで聞き、主体的に携わることができるように工夫したことが奏功したと思われる」(電気機械)、「まだ目に見える効果は出ていないものの、設定した目標に向けて組織的に進めていきたい」(建設)など、成果が見えづらいといった課題はあるものの、従業員の力を結集して推進していくとの意欲が聞かれた。一方、「具体的な検討を進めている」企業や「具体的な検討に至っていない」企業からは「業務負担の増加が予想され、躊躇してしまう」(その他製造)、「中小企業でも実践できそうな具体的なやり方や目標がわかれば検討したい」(卸売)、「理解が完全でないため取り組みづらいが、今後は社会的責任を果たすため、できることから始めたい」(電気機械)など、SDGsに対する考え方や実施方法などへの理解・知識が不足していることが原因で取り組みに至らないとの意見が寄せられた。

(4) 取り組む契機となりそうな項目

－「取り組んだ企業に対して税制が優遇される」が4割超－

「具体的な検討に至っていない」「SDGsという言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない」「SDGsについて全く知らない」と回答した企業（282社）に、SDGsに取り組む契機となりそうな項目を尋ねたところ（複数回答）、「取り組んだ企業に対して税制が優遇される」の割合が42.7%と、最も高くなった（図表6）。以下「業界内で取り組みを実施する企業が増える」（35.2%）、「法的規制が適用される（取り組まなければ罰則等が課される）」（28.1%）、「取引先から取り組みが要請される」（26.6%）などの順となった。

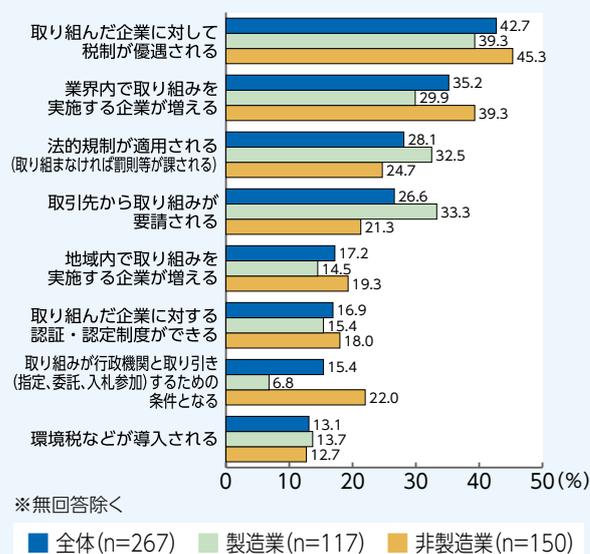
業種別にみると、製造業、非製造業ともに「取り組んだ企業に対して税制が優遇される」の割合が最も高くなっているものの、製造業は非製造業に比べ「取引先から取り組みが要請される」などが高くなった。大手企業を中心にサプライチェーン一体でのSDGsやカーボンニュートラルの取り組みが進められるなか、特に取引先との繋がりが強い製造業で注視する動きがみられた。一方、非製造業は製造業に比べSDGsの「取り組みが行政機関と取引先（指定、委託、入札参加）するための条件となる」などが高くなった。特に建設で高く、公共工事の入札においてSDGsの取組状況が加点項目となるなどの動きが出ており、今後の受注を見据え注目が高いことがうかがえる。

まとめ

SDGsの取り組みを「すでに実施している」企業の割合はこの1年間で13.4ポイント上昇し、SDGsに取り組む県内企業は確実に増加していることがうかがえた。

「すでに実施している」企業では、前回調査と同じくエネルギーや環境に配慮した活動、働きやすい職場環境の整備が実施されているほか、地域・社会への貢献活動が進められていることが示された。また、「人手不足への対応から、自動精算機やセルフオーダーシ

■ 図表6 SDGsに取り組む契機となりそうな項目
(業種別、複数回答、上位項目のみ)



【調査の要領】

1. 調査対象 … 県内事業所 1,000社
※事業所を含むが社と表記する
2. 調査方法 … 郵送による記名アンケート方式
(回答は郵送とWebとの併用)
2022年下期新潟県企業動向調査に付帯
3. 調査時期 … 2022年11月12日～11月30日
4. 回答状況 … 回答事業所数 540社
有効回答率 54.0%

〈内訳〉

- ・業種別
 - 製造業 225社
 - 非製造業 315社
- ・企業規模別
 - 大企業 24社
 - 中堅企業 29社
 - 中小企業 487社

ステムを導入した」といった、人手不足への対応など、課題解決としてSDGsを活用する取り組みもあげられた。このように、SDGsを業務や課題など自社の経営を見直すきっかけとして取り組み、成果をあげている企業もみられている。さらに、「SDGsは指針として使いやすいと、上手く運用できればこれほど有用なツールはない。具体的な行動に落とし込み、会社を深化させる手段として役立っている」との声にあるように、自社を進化させる道標としてSDGsを活用し、取り組みを進めていくことで、県内企業の持続的な継続、成長が図られることを期待したい。（2023年2月 近）