


令和元年度政策調査

都内企業等における SDGs の  
認知度・実態等に関する調査

報告書（概要版）

令和 2 年 3 月

 東京都産業労働局



# 1. 調査概要

## 1. 調査目的

様々な社会的要請の高まりから、企業では環境や社会の問題に責任を持ち、持続可能な世界の実現に向け、SDGs(持続可能な開発目標)を企業戦略として取り組むことがグローバルスタンダードとして必要となってきた。

都においても令和元年12月に2040年代に目指すべき東京の姿として20の「ビジョン」、その実現を目指して2030年に向けて取り組む20の「戦略」を示した『『未来の東京』戦略ビジョン』を策定した。その中では、都庁が率先してSDGsの目線に立って様々な政策を推進し、多様な主体とともに持続可能な東京の実現を目指すこととしている。

そこで、本調査では、都内企業等のSDGsの認知度や取組状況、取り組むことによる経営効果等を把握し、今後の中小企業支援施策検討の基礎資料とする。

## 2. 調査対象

【企業等】東京都内に本社を置く企業・団体 15,000 件

【消費者】東京都内に在住の個人 1,000 人

## 3. 回収状況

【企業等】回収数 4,467 件（回収率 29.8%）

【消費者】回収数 1,000 件

※WEB上の登録モニター調査のため、回収率については省略

## 4. 調査方法

【企業等】郵送によるアンケート調査

【消費者】WEBアンケート調査

## 5. 調査期間

【企業等】令和元年9月13日～10月4日

【消費者】令和元年9月6日～9月9日

## 6. 実施機関

株式会社東京商工リサーチ

## 7. 調査結果の見方

調査結果の数値は、回答率(%)で表示している。回答率(%)の基数は、その質問項目に該当する回答者の総数であり、その数はNで示している。

原則として、各設問のグラフは選択肢別の回答割合を記載し、表には回答者の実数を記載している。

回答率(%)については、小数点第2位以下を四捨五入し、小数点第1位までを表示している。このため、その合計数値は必ずしも100%とはならない場合がある。

## 【SDGs (Sustainable Development Goals) とは】

SDGs (Sustainable Development Goals : 持続可能な開発目標) とは、2015 年 9 月の国連サミットで採択された 2030 年を年限とする国際目標です。SDGs は持続可能な世界を実現するための 17 のゴールから構成され、先進国を含む全ての国々の共通目標となっています。SDGs 達成のためには、「誰一人取り残さない」包摂的な社会を作っていくことが重要であると強調されており、国家レベルだけではなく自治体レベルでの取組が期待されています。

### <SDGs における 17 のゴール>



## 2. 調査結果の概要

### 1. 企業等のSDGsの認知度と取組状況

SDGsの認知度については、「SDGsについて何も知らない（今回の調査ではじめて言葉を知った）」が55.9%と最も高く、半数以上の企業がSDGsそのものを認知していない結果となった。

一方で、従業員数別でみたとき、規模が大きくなるほど認知度および取組率は高まる傾向が見られ、従業員数1,001人以上の企業では、「SDGsについて内容を把握しており、すでに事業活動として取組んでいる」の回答割合が76.3%となった。

また、「SDGsについて内容を把握しており、すでに事業活動として取り組んでいる」は6.3%であり、SDGsに取り組む際に問題・課題であると感じたことについては、「SDGs自体の認知度が低い」が51.1%と半数を超え、次に「目標を設定・管理するための人員がない」が27.2%となった。

### 2. SDGs導入による効果と目標等の設定

SDGsに事業活動として取組んだことによる効果については、計画時に想定していた効果、取組んだ結果得られた効果ともに、「従業員の意識改革」が最も多かった。また、「まだ効果は出ていない」との回答も26.9%となった。

なお、SDGsに取り組んでいる企業のうち、具体的な目標数値を設定しているのは21.1%、従業員が主体的な取組を行うための制度を設置しているのは24.1%となった。

### 3. SDGsに取り組んでいない企業の意識と今後の方針

SDGsに取り組んでいない理由については、「SDGsに関する詳細な取組イメージが浮かばない」および「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」の回答割合が高く、ともに4割以上となった。

SDGsに今後取組む予定がある（今は取り組んでいない）企業について、取組の開始予定時期は「未定」が5割近くを占めた。また、取り組むにあたって期待する効果は、「従業員の意識改革」が71.6%と突出しているが、「取引の拡大（新規開拓含む）」が37.4%、「競合他社との差別化」が35.0%となった。

### 4. 消費者の意識

消費者のSDGsの認知度について、「今回初めて聞いた」が67.0%を占めた。なお、「ほぼ知っている」と「ある程度は知っている」を合わせた回答は14.9%にとどまった。

また、SDGsに取り組んでいる企業等の印象は、「取り組んでいる企業がどうかの判断がつかない」が44.8%と高かったが、「社会貢献をしているイメージがある」という回答も19.7%あった。

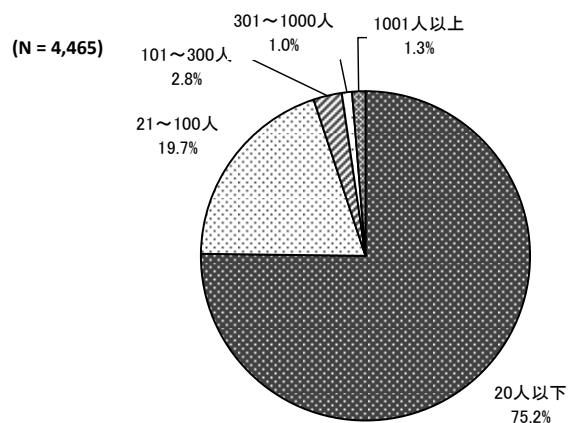
なお、企業がSDGsに取り組んでいるかどうかを知る有効な手段として最も高かったのは、「企業や団体のホームページへの掲載」の52.5%であった。

### 5. 行政に対する要望

企業等について、「SDGs自体の社会認知度向上」が、43.8%と最も高かった。消費者について、「特になし」の割合がもっとも高かったものの、「広報活動によるSDGs自体の認知度向上」も3割近くの回答を得ており、企業等、消費者ともに、SDGs自体の認知度の向上について、回答割合が高くなる結果となった。

### 3. 調査結果（企業等）

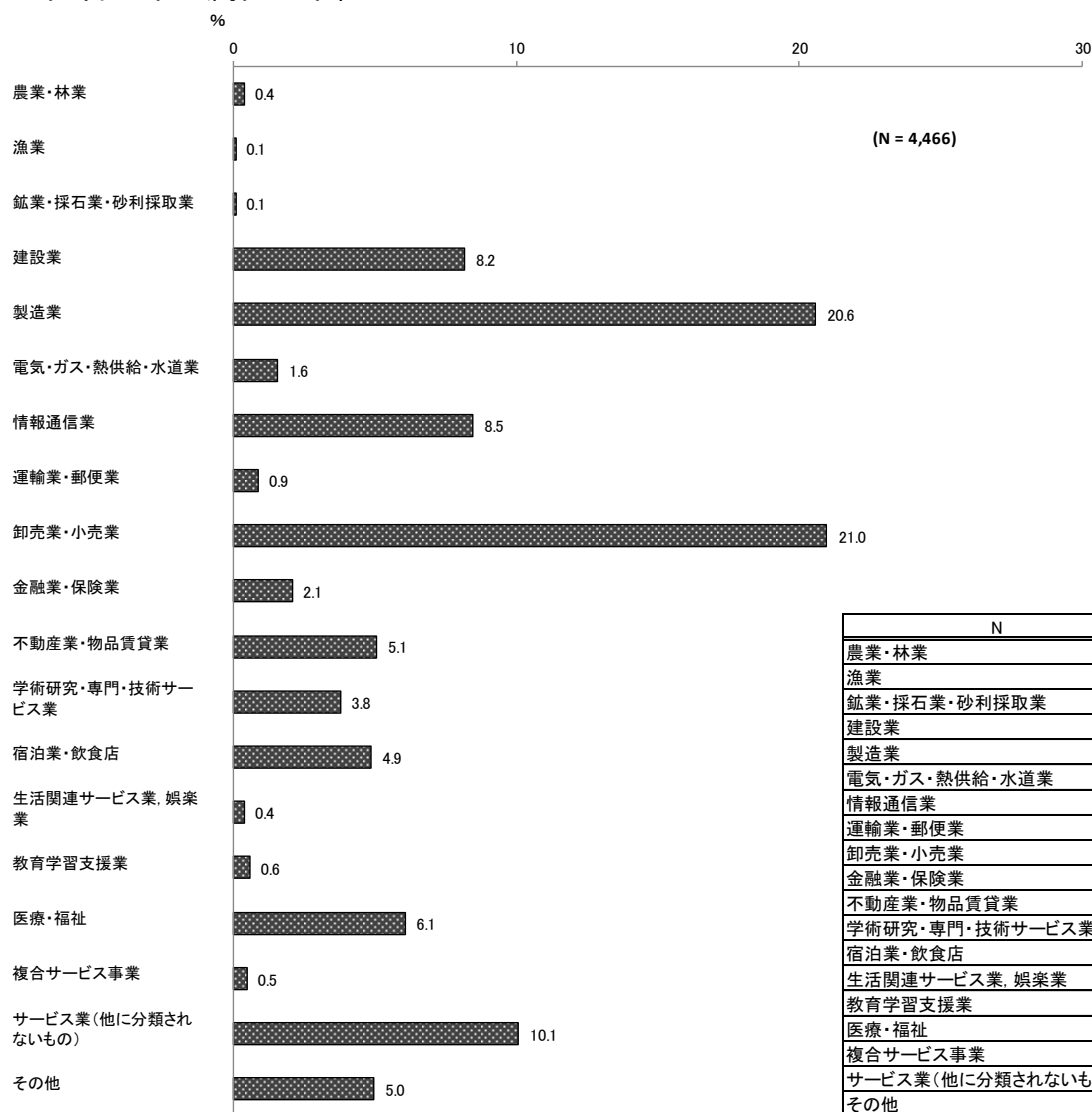
#### 1. 回答企業の属性／従業員数



N	20人以下	21~100人	101~300人	301~1,000人	1,001人以上
4,465	3,358	880	124	44	59

※「不明」の2社についてはNから除いている。

#### 2. 回答企業の属性／業種



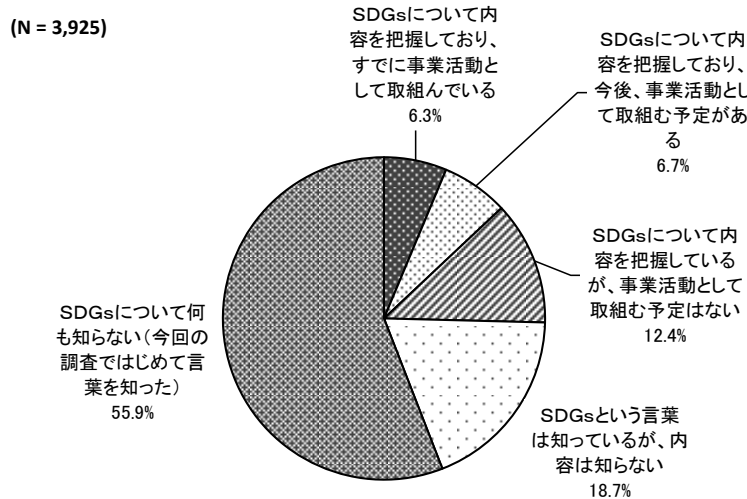
N	4,466
農業・林業	19
漁業	3
鉱業・採石業・砂利採取業	5
建設業	364
製造業	919
電気・ガス・熱供給・水道業	73
情報通信業	378
運輸業・郵便業	42
卸売業・小売業	939
金融業・保険業	92
不動産業・物品賃貸業	228
学術研究・専門・技術サービス業	168
宿泊業・飲食店	220
生活関連サービス業・娯楽業	20
教育学習支援業	25
医療・福祉	274
複合サービス事業	21
サービス業(他に分類されないもの)	453
その他	223

※「不明」の1社についてはNから除いている。

### 3. SDGs の認知度と、取組状況について

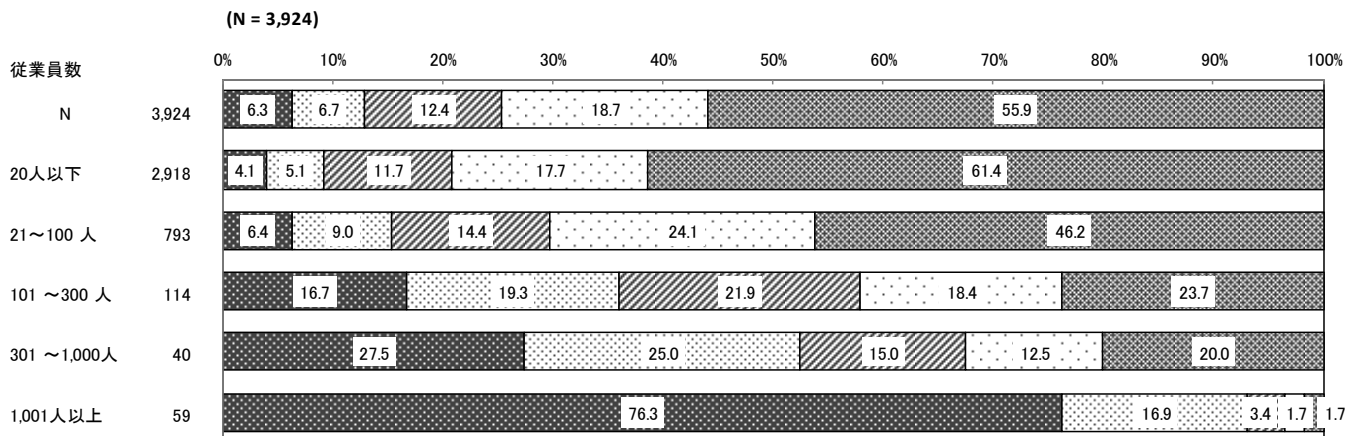
「SDGs について何も知らない（今回の調査ではじめて言葉を知った）」が 55.9%と最も高く、次いで「SDGs という言葉は知っているが、内容は知らない」が 18.7%、「SDGs について内容を把握しているが、事業活動として取組む予定はない」が 12.4%となっている。

従業員数別にみると、「SDGs について内容を把握しており、すでに事業活動として取組んでいる」の回答割合が、従業員規模が大きくなるごとに増加しており、1,001 人以上の企業では 76.3%となった。



N	SDGsについて内容を把握しており、すでに事業活動として取組んでいる	SDGsについて内容を把握しており、今後、事業活動として取組む予定がある	SDGsについて内容を把握しているが、事業活動として取組む予定はない	SDGsという言葉は知っているが、内容は知らない	SDGsについて何も知らない(今回の調査ではじめて言葉を知った)
3,925	246	262	487	735	2,195

#### 【従業員数別】



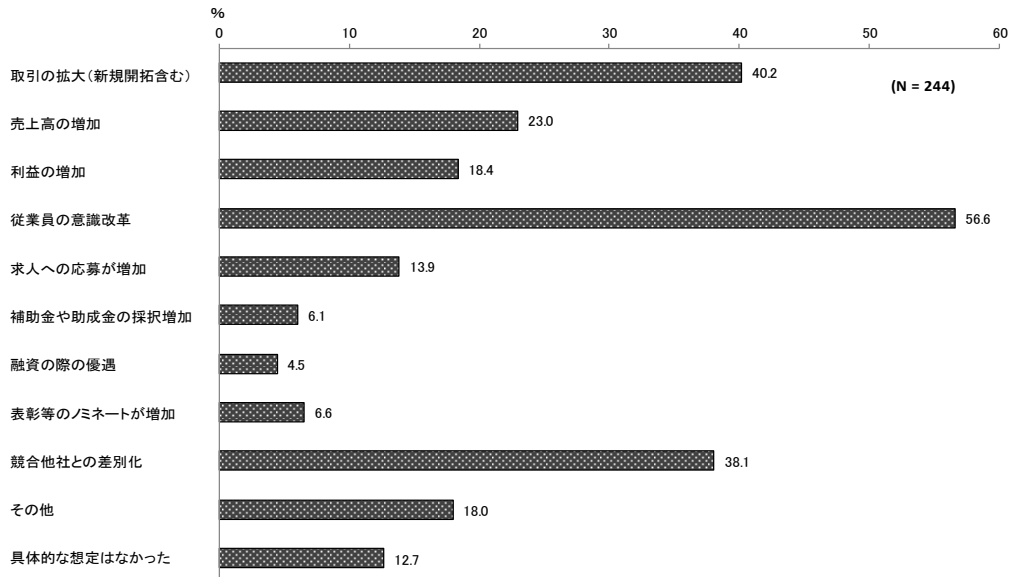
- SDGsについて内容を把握しており、すでに事業活動として取組んでいる
- ▣ SDGsについて内容を把握しており、今後、事業活動として取組む予定がある
- ▨ SDGsについて内容を把握しているが、事業活動として取組む予定はない
- SDGsという言葉は知っているが、内容は知らない
- SDGsについて何も知らない(今回の調査ではじめて言葉を知った)

#### 4. SDGs に事業活動として取り組むにあたっての効果

※4～5 までは、「SDGsについて内容を把握しており、すでに事業活動として取り組んでいる」と回答した企業に対し質問。

##### 【計画時に想定していた効果】（複数回答可）

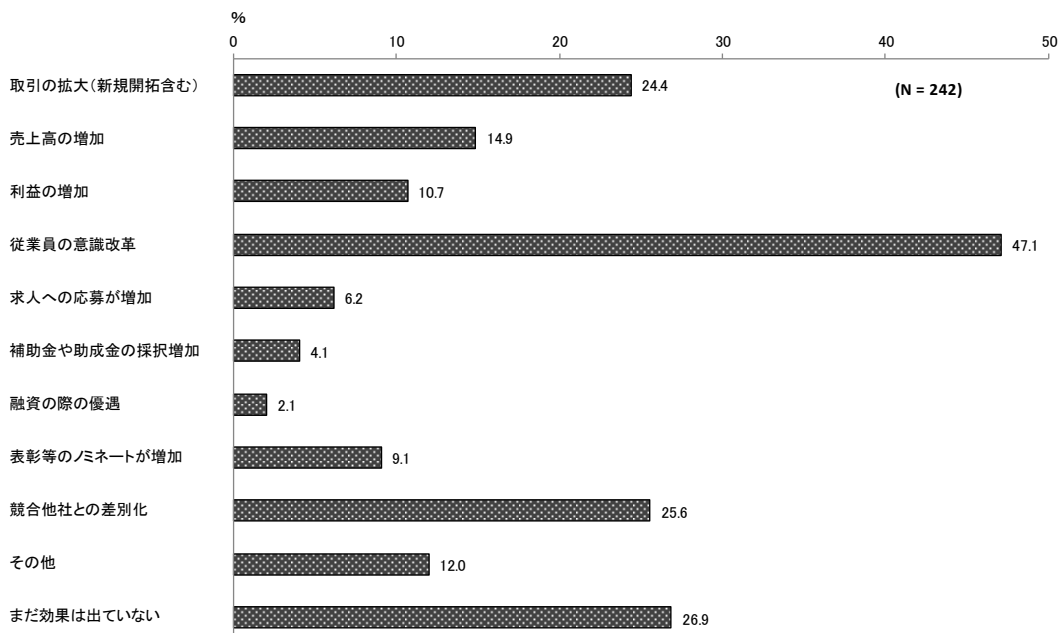
「従業員の意識改革」が56.6%と最も高く、次いで「取引の拡大（新規開拓含む）」が40.2%、「競合他社との差別化」が38.1%となっている。



N	取引の拡大 (新規開拓含む)	売上高の 増加	利益の増加	従業員の 意識改革	求人への 応募が増加	補助金や 助成金の 採択増加	融資の際の 優遇	表彰等のノ ミネートが増加	競合他社と の差別化	その他	具体的な 想定は なかった
244	98	56	45	138	34	15	11	16	93	44	31

##### 【取り組んだ結果、得られた効果】（複数回答可）

「従業員の意識改革」が47.1%と最も高く、次いで「競合他社との差別化」が25.6%、「取引の拡大」が24.4%となっている。一方、「まだ効果は出ていない」が26.9%となった。



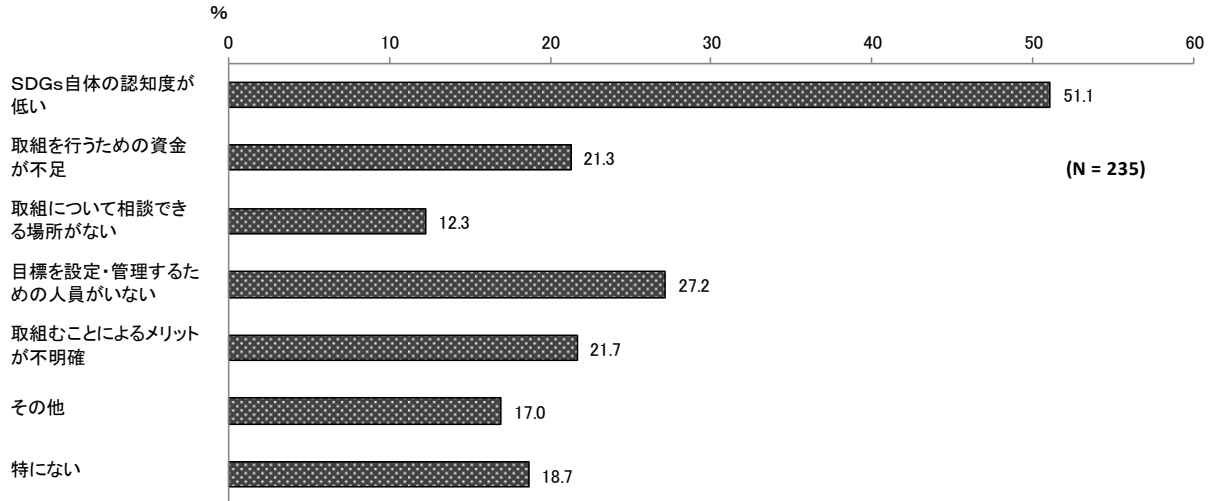
N	取引の拡大 (新規開拓含む)	売上高の 増加	利益の増加	従業員の 意識改革	求人への 応募が増加	補助金や 助成金の 採択増加	融資の際の 優遇	表彰等のノ ミネートが増加	競合他社と の差別化	その他	まだ効果は 出ていない
242	59	36	26	114	15	10	5	22	62	29	65



## 5. SDGs に取組む際に問題・課題であると感じたこと（複数回答可）

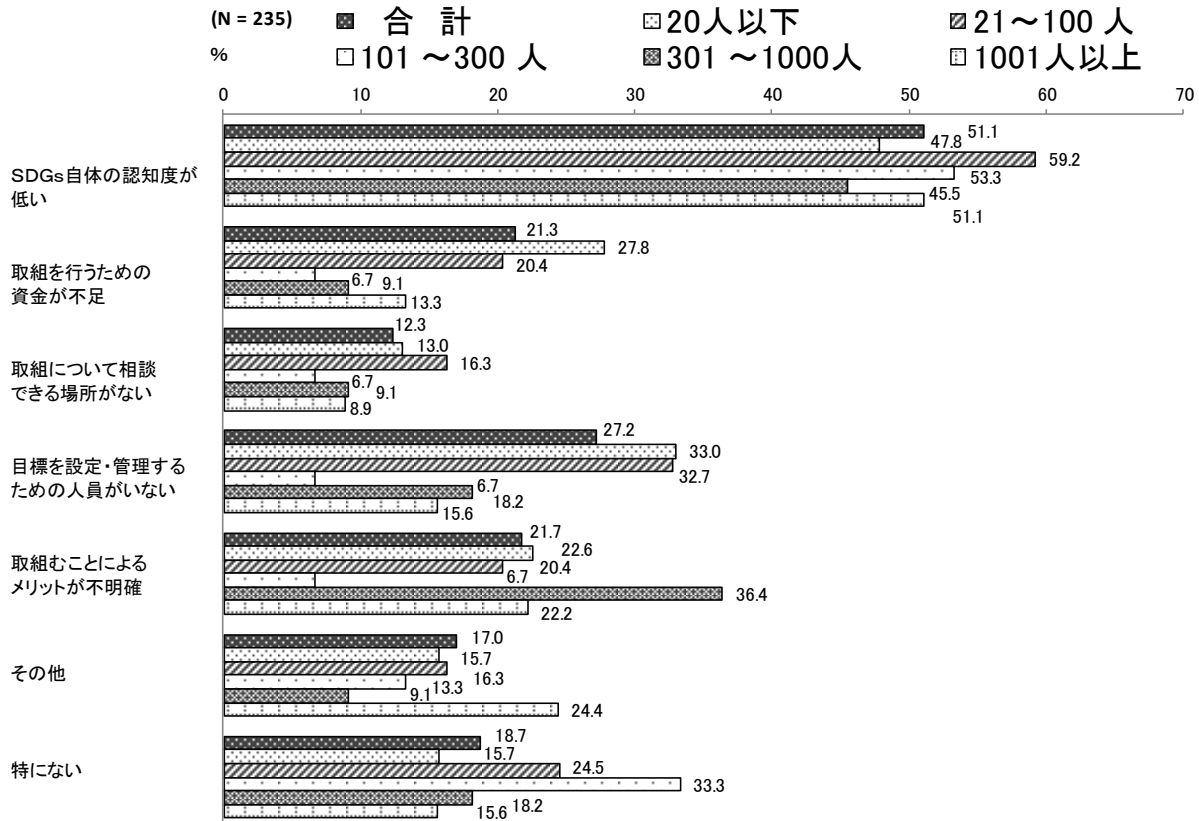
「SDGs 自体の認知度が低い」が 51.1%と最も高く、次いで「目標を設定・管理するための人員がない」が 27.2%、「取組むことによるメリットが不明確」が 21.7%となっている。

従業員数別にみると、いずれの規模においても「SDGs 自体の認知度が低い」の回答割合が最も高くなっている。



N	SDGs自体の認知度が低い	取組を行うための資金が不足	取組について相談できる場所がない	目標を設定・管理するための人員がない	取組むことによるメリットが不明確	その他	特にない
235	120	50	29	64	51	40	44

### 【従業員数別】

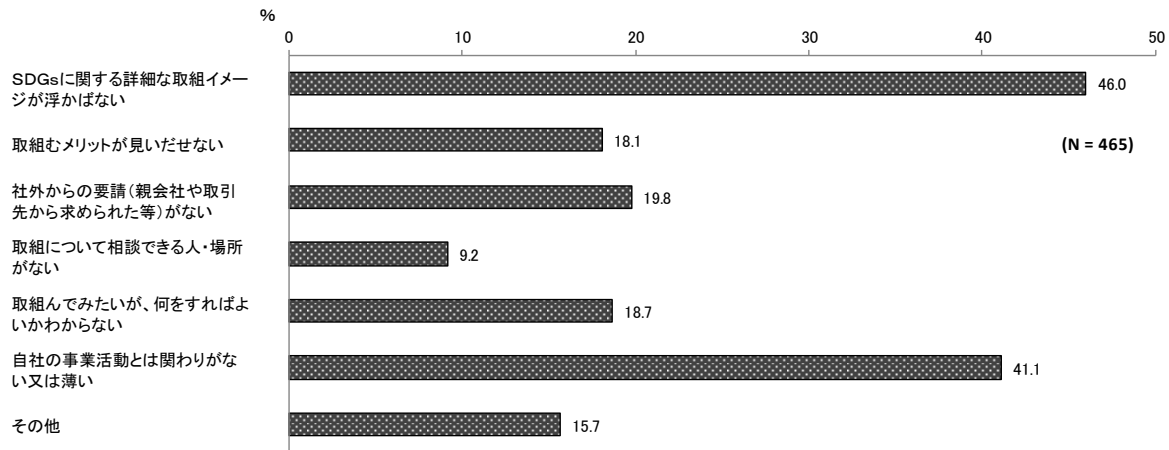


## 6. SDGs に取組んでいない理由（複数回答可）

※6は、「SDGsについて内容を把握しているが、事業活動として取組む予定はない」と回答した企業に対し質問。

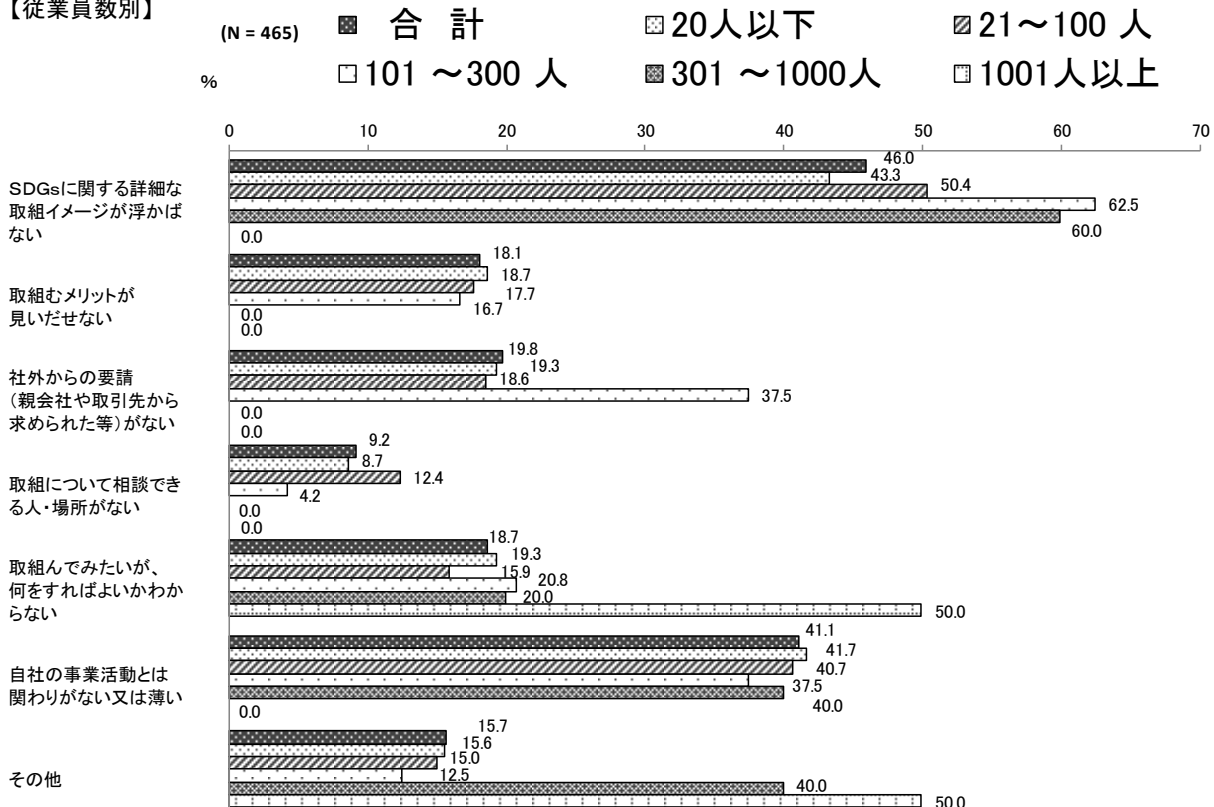
「SDGsに関する詳細な取組イメージが浮かばない」が46.0%と最も高く、次いで「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」が41.1%、「社外からの要請（親会社や取引先から求められた等）がない」が19.8%となっている。

従業員数別にみると、1,001人以上の企業を除くすべての企業で「SDGsに関する詳細な取組イメージが浮かばない」が最も多い結果となった。また、「101～300人」の企業では、「社外からの要請（親会社や取引先から求められた等）がない」が37.5%と、ほかよりも多くの回答を集めている。



N	SDGsに関する詳細な取組イメージが浮かばない	取組むメリットが見いだせない	社外からの要請(親会社や取引先から求められた等)がない	取組について相談できる人・場所がない	取組んでみたいが、何をすればよいかわからない	自社の事業活動とは関わりがない又は薄い	その他
465	214	84	92	43	87	191	73

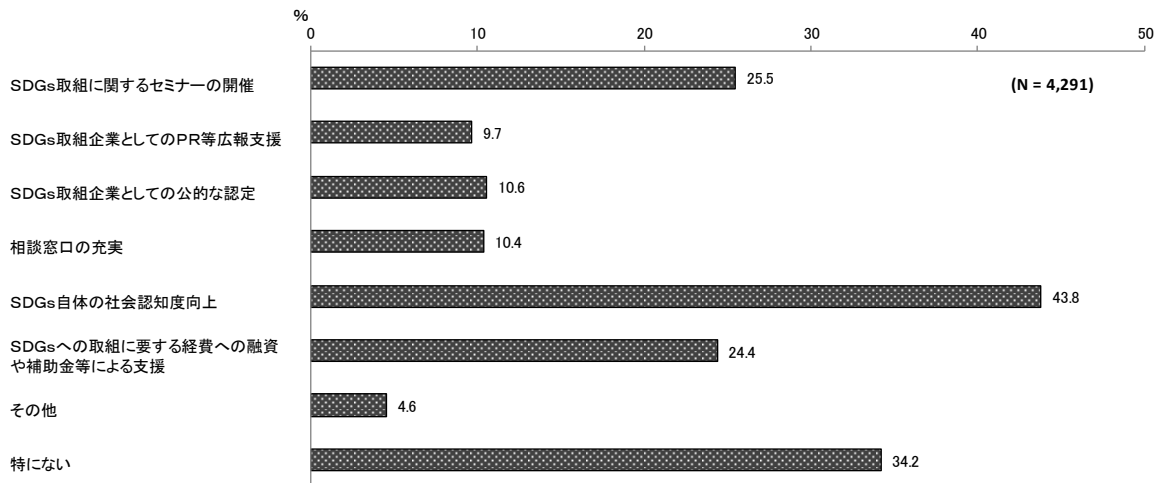
### 【従業員数別】



## 7. SDGs の取組について、行政に求める支援（複数回答可）

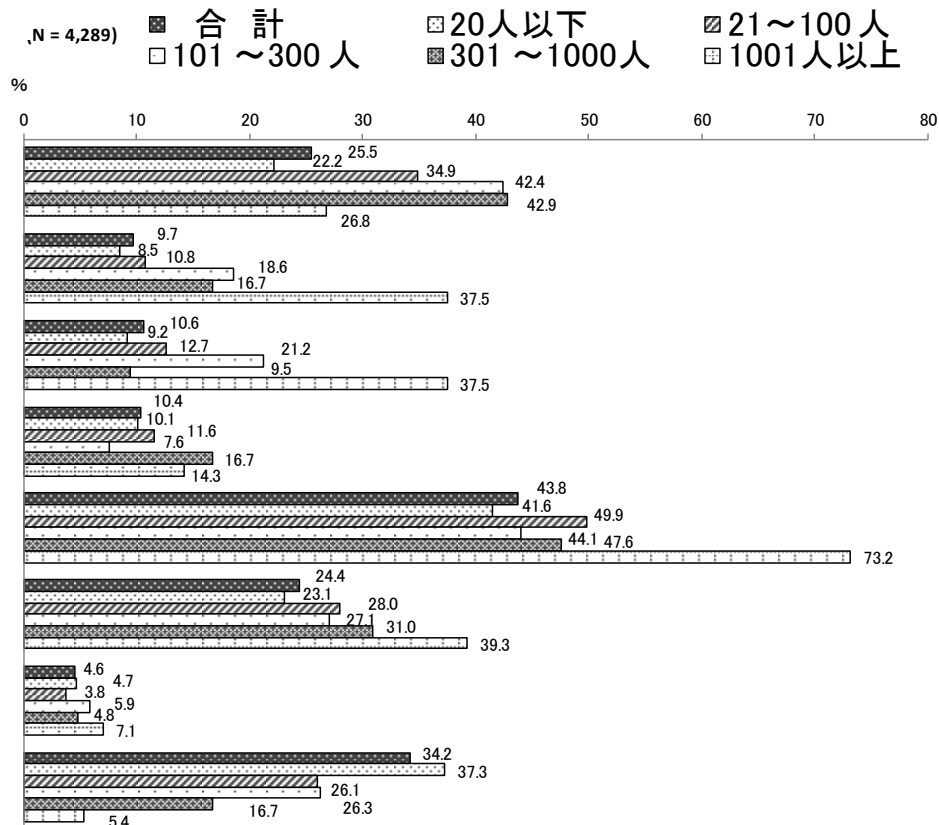
「SDGs 自体の社会認知度向上」が 43.8%と最も高く、「SDGs 取組に関するセミナーの開催」が 25.5%、「SDGs への取組に要する経費への融資や補助金等による支援」が 24.4%となっている。なお、「特にない」は 34.2%となった。

従業員数別にみると、すべての規模で「SDGs 自体の社会認知度向上」の回答割合が最も高くなっており、特に 1,001 人以上の企業では 7 割以上となっている。さらに、1,001 人以上の企業では「SDGs 取組企業としての公的な認定」がほかよりも高い 37.5%となった。また、101～300 人および 301～1,000 人の企業では「SDGs 取組に関するセミナーの開催」がともに 4 割以上と、ほかよりも高くなっている。



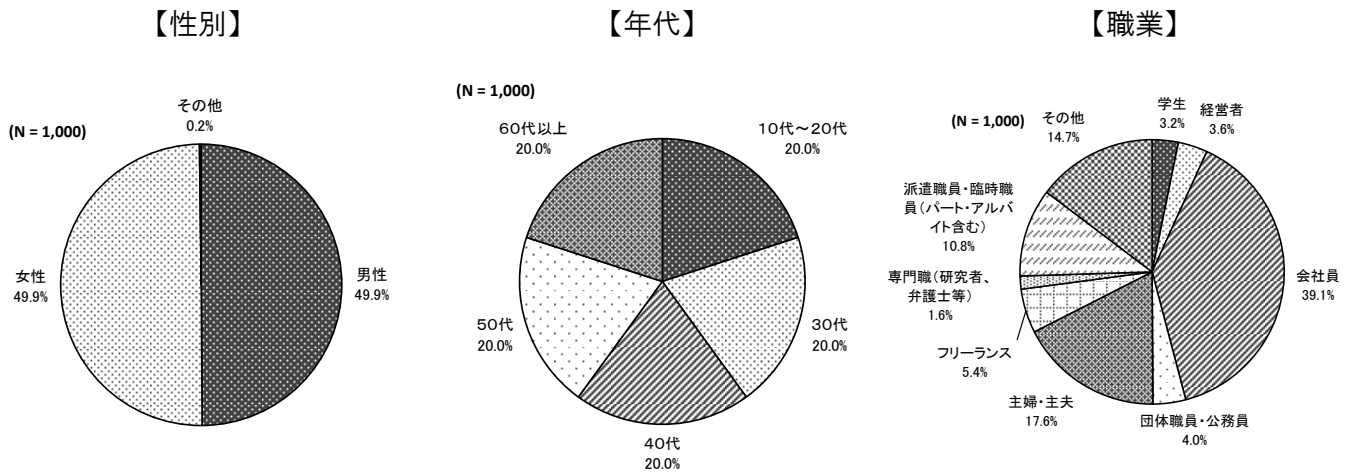
N	SDGs取組に関するセミナーの開催	SDGs取組企業としてのPR等広報支援	SDGs取組企業としての公的な認定	相談窓口の充実	SDGs自体の社会認知度向上	SDGsへの取組に要する経費への融資や補助金等による支援	その他	特にない
4,291	1,095	417	455	448	1,878	1,048	196	1,467

### 【従業員数別】



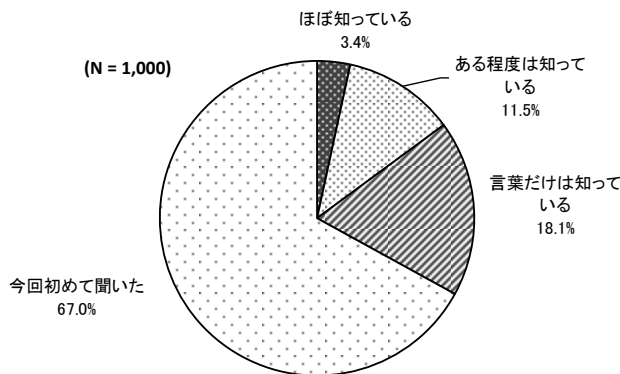
## 4. 調査結果（消費者）

### 1. 回答者の属性



### 2. SDGsの主旨や、設定されているゴールについての認知度

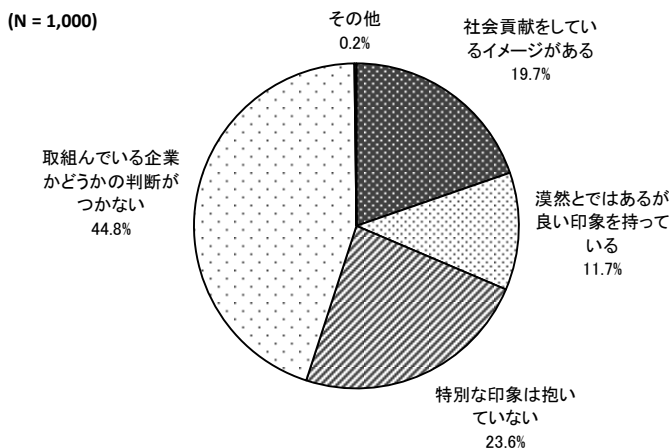
「今回初めて聞いた」が67.0%と最も高く、次いで「言葉だけは知っている」が18.1%、「ある程度は知っている」が11.5%となっている。



N	ほぼ知っている	ある程度は知っている	言葉だけは知っている	今回初めて聞いた
1,000	34	115	181	670

### 3. SDGsに取り組んでいる企業・学校・団体についての印象

「取り組んでいる企業かどうかの判断がつかない」が44.8%と最も高く、次いで「特別な印象は抱いていない」が23.6%、「社会貢献をしているイメージがある」が19.7%となっている。

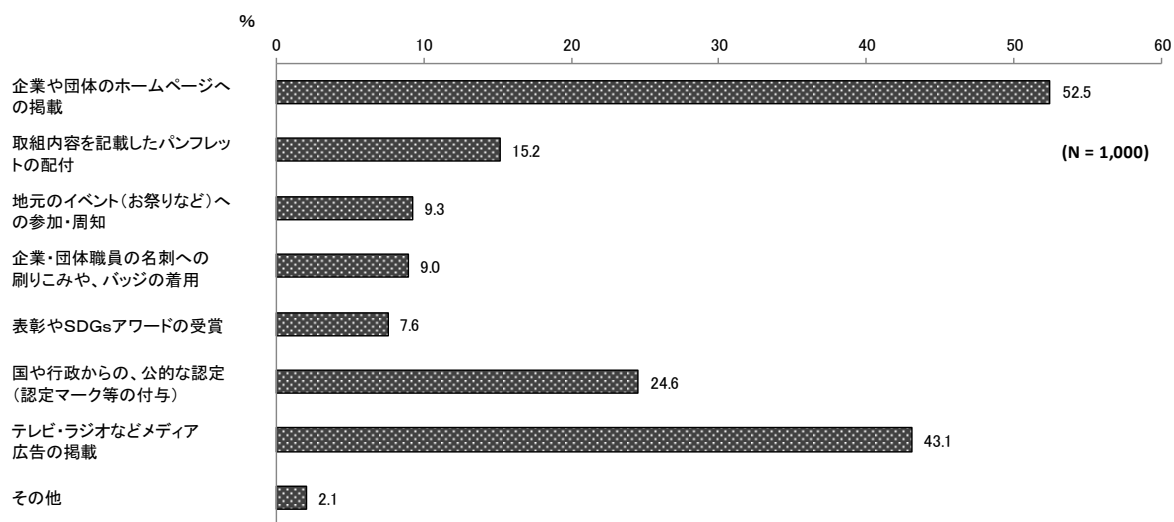


(上段:件数, 下段:%)

N	社会貢献をしているイメージがある	漠然とではあるが、良い印象を持っている	特別な印象は抱いていない	取り組んでいる企業かどうかの判断がつかない	その他
1,000	197	117	236	448	2

#### 4. 企業がSDGsに取り組んでいるかどうかを知る手段として、有効な方法（複数回答可）

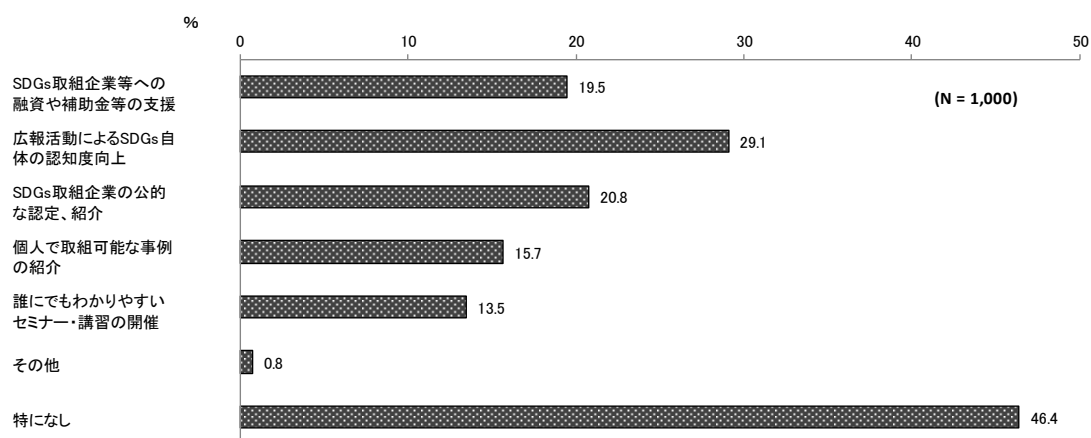
「企業や団体のホームページへの掲載」が52.5%と最も高く、次いで「テレビ・ラジオなどメディア広告の掲載」が43.1%、「国や行政からの、公的な認定（認定マーク等の付与）」が24.6%となっている。



N	企業や団体のホームページへの掲載	取組内容を記載したパンフレットの配付	地元のイベント(お祭りなど)への参加・周知	企業・団体職員の名刺への刷りこみや、バッジの着用	表彰やSDGsアワードの受賞	国や行政からの、公的な認定(認定マーク等の付与)	テレビ・ラジオなどメディア広告の掲載	その他
1,000	525	152	93	90	76	246	431	21

#### 5. 国や地方自治体に期待すること（複数回答可）

「広報活動によるSDGs自体の認知度向上」が29.1%、次いで「SDGs取組企業の公的な認定、紹介」が20.8%となっている。なお、「特になし」は46.4%と、回答割合が最も高かった。



N	SDGs取組企業等への融資や補助金等の支援	広報活動によるSDGs自体の認知度向上	SDGs取組企業の公的な認定、紹介	個人で取組可能な事例の紹介	誰にでもわかりやすいセミナー・講習の開催	その他	特になし
1,000	195	291	208	157	135	8	464