西武文理大学サービス経営学部研究紀要

第42号

目 次

論文

SDGs (持続可能な開発目標) に関するアンケート調査 一地域企業のSDGsへの取組促進に関する現状と課題―

> 学校法人 文理佐藤学園 西武文理大学サービス経営学部

西武文理大学サービス経営学部研究紀要

第42号

学校法人 文理佐藤学園 西武文理大学サービス経営学部

SDGs (持続可能な開発目標) に関する アンケート調査

一地域企業のSDGsへの取組促進に関する現状と課題―

"A Questionnaire survey on the Sustainable Development Goals (SDGs)"

- Current situation and issues regarding promoting efforts toward the SDGs by local companies -

藤 野 洋 Hiroshi FUJINO

要旨

地域企業にSDGs・脱炭素への取り組みとそれらに対する意識向上が徐々に進み始めているものの、一層の周知の徹底と支援政策の強化が喫緊の課題である。これらを通じて例えば脱炭素も含めてSDGsを環境ビジネスなどで経営に統合し、企業・地域の経済的発展と地域社会・環境保護の好循環を地域経済のモデルとして確立することが企業と政策当局だけでなく、すべてのステークホルダーにとっての重要な使命であるものと思われる。なお、今のところ強く認識されてはいないが、持続可能な調達が近い将来日本国内の地域企業にとっても重要な課題となる可能性がある点には注意が必要である。

Abstract:

Although efforts and awareness of the Sustainable Development Goals (SDGs) and decarbonization among local companies are gradually improving, further dissemination of information and strengthening of support policies are critical issues. Through these efforts, local companies and policy authorities can integrate SDGs, including decarbonization, into management through environmental business. Furthermore, such approach can establish a virtuous cycle of economic development for companies and regions and the protection of local communities and the environment as a model for local economies. This is an important mission for all stakeholders. The fact that, although not strongly recognized at the moment, sustainable procurement may become an important issue for local companies in Japan in the near future should be noted.

はじめに一本稿の背景と趣旨

2015年に国際連合がSDGs (持続可能な開発目標)を採択したことを契機として、日本でも政府がSDGsを国内の様々な組織に普及させようとSDGs未来都市の選定やジャパンSDGsアワードの実施などを行ってきた。そのような中で、今後は、中小企業をはじめとする地域の事業者(以下では、「地域企業」という場合がある)にとっても、環境・経済・社会のバランスの取れた発展を目指すうえで、SDGsへの取り組みが身近な課題になる可能性が高い。

一方で、中小企業はそれとは認識せずに、 SDGsの17目標のいずれか、あるいは複数に該 当する意義のある活動を本業に根差した形で地 道に行い、所在する地域社会の発展、あるいは 環境問題への対応に貢献しているケースも少な からずある。

こうした認識の下に、狭山商工会議所の協力を得て西武文理大学と狭山市は共同で商議所員企業を対象としてSDGs(に該当する活動・取り組み)とカーボンニュートラル(脱炭素)に資する取り組みの内容、取り組む上での課題、求められる支援策等を明らかにするため、アンケート調査を行った。本稿はそのアンケート調査の結果から地域企業へのSDGsの浸透に関する現状と課題を論じたものであり、地域の中小企業の研究者や政策担当者等の関係者にとって多少とも参考になれば幸いである。

| 調査要領

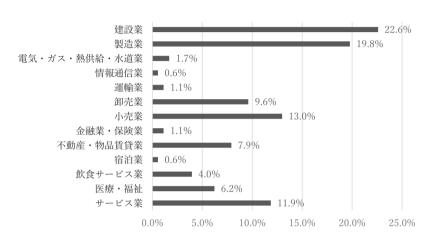
1	調査目的	今後、中小企業をはじめとする事業者にとっても、特に地域での環境・経済・社会のバランスの取れた発展を目指すうえで、SDGsへの取り組みが身近な課題になる可能性があるとの認識の下に、西武文理大学及び狭山市において課題を共有し、それぞれの今後の研究・事業推進に資する。
2	調査時点	2023 年12月~ 2024年 3 月
3	調査対象先	狭山商工会議所会員2,396(以下では、「地域企業」という場合がある。)
4	有効回答数	179(回収率7.5%)
5	調査方法	調査票の郵送およびWebによるアンケート調査
6	調査内容	①回答企業の属性 ② SDGsへの認識、取り組み等 ③ 脱炭素に関する意識、取り組み ④狭山市の脱炭素の支援策に関する意識
7	その他	・文中の図表内で四捨五入の関係上、内訳の積算が合計に一致しない場合がある(例:構成比(%)の合計が100にならない)。 ・文中図表について、複数回答については表章するが、単数回答については表章を省略している。

Ⅱ 回答企業の属性

(注)属性項目の一部に未回答の企業があるため、各属性の回答企業数は有効回答数(179)に達しない。

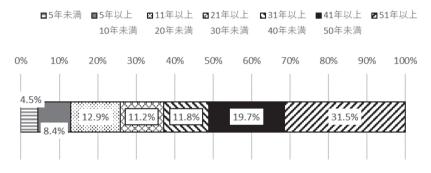
1 業種

業種(n=177)



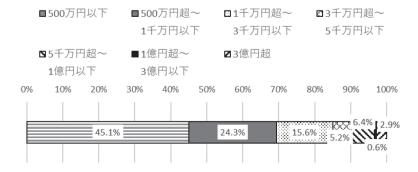
2 業歴(創業してからの年数)

業歴(n=178)



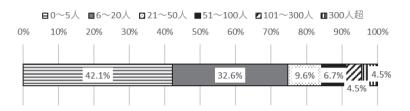
3 資本金

資本金(n=173)



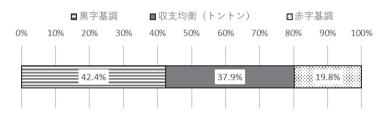
西武文理大学サービス経営学部研究紀要第42号 (2025年10月)

4 従業員数 (常用雇用者と非正規 (短時間のパートや派遣社員、契約社員、期間工等) の合計) 従業員数 (非正規を含む) (n=178)



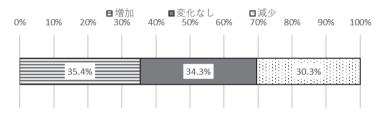
5 最近1年間の業況

最近1年間の業況(n=177)



6 1年前と比べた売り上げの状況

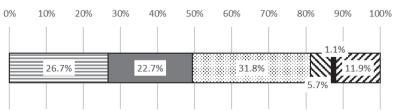
1年前対比の売上高(n=178)



7 主要販売先の態様

主要販売先の態様(n=178)

- ■国内株式公開企業に売上高50%超を依存
- ■国内株式非公開企業に売上高50%超を依存
- □国内一般消費者に売上高50%超を依存
- ■国内官公庁・公的機関に売上高50%超を依存
- ■海外に売上高50%超を依存
- ☑上記以外



\mathbf{III} 調杳結果

1 SDGs について

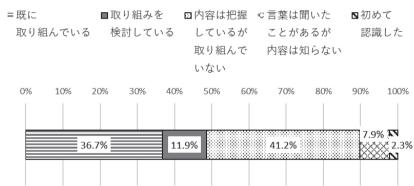
(1) SDGs に対する認識・取り組み

○SDGs に対する認識・取り組みをみると (図 表1)、「③内容は把握しているが取り組ん でいない」(41.2%) が4割超で最も多く、 これに「①既に取り組んでいる」(36.7%) が3割台半ばで続き、「②取り組みを検討し ている | (11.9%) が約1割であった。「④言

葉は聞いたことがあるが内容は知らないし (7.9%) と「⑤初めて認識した」(2.3%) は1割に満たなかった。

- (注) ○印の番号はアンケート調査の設問での選 択肢の番号(以下、同じ)
- ○SDGsの内容を認識している企業(①+②+ ③) は89.8%と大宗を占めているものの、取 り組みを実施・検討している企業 (①+②) は48.6%と5割に達していない。ここからは、 SDGsへの取り組みが緒についた段階である 様子が窺われる。

(図表 1) SDGs に対する認識・取り組み (n=177)

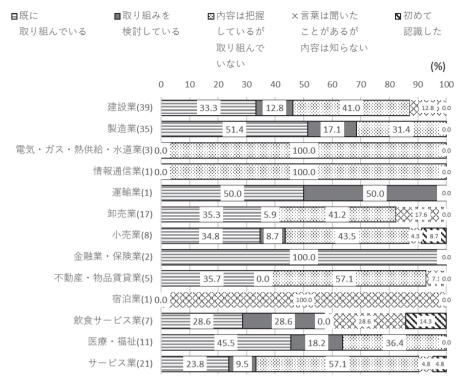


- ○SDGs に対する認識・取り組みを業種別(注) みると(図表2)、「①既に取り組んでいる」 は製造業(51.4%)では5割をやや上回って いるものの、建設業 (33.3%)、卸売業 (35.3 %) では3割台、サービス業 (23.8%) では 2割台に止まった。一方、「③内容は把握し ているが取り組んでいない」はサービス業 (57.1%) で 6 割弱と過半数となり、建設業 (41.0%) と卸売業(41.2%) で4割台に達 する一方、製造業で(31.4%)は約3割であ った。
- ○グローバルなサプライチェーンに属している ケースも少なくない製造業では、サプライチ ェーンの下流の企業からの情報が流入しやす いこともありSDGsに関する取り組みが他の

業種に比べて進展している可能性がある。

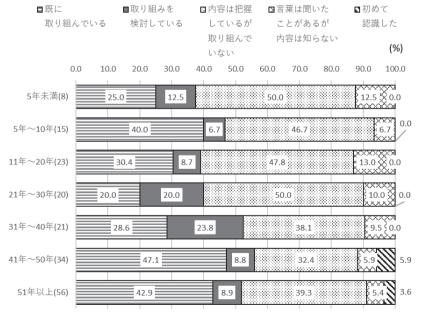
- ○一方製造業に比べると、国内で事業活動が完 結する内需型の産業では認識や取り組みに対 する遅れが窺われている。
 - (注)回答数が全数(179)の概ね 1割に当たる 17以上の業種に限定している。
- ○SDGsに対する認識・取り組みを業歴別にみ ると(図表3)、「①既に取り組んでいる」 は業歴が41年以上の企業の区分(41年~ 50年:47.1%、51年以上:42.9%) では4割 を超える一方、40年以下の企業の区分(5 年未満:25.0%、5年~10年:40.0%、11年 ~ 20年:30.4%、21年~30年:20.0%、31 年~40年:28.6%)では4割以下に止まった。 「③内容は把握しているが取り組んでいな

(図表2) SDGsに対する認識・取り組み (業種別)



(注)業種の各区分のかっこ内の数値は回答数。

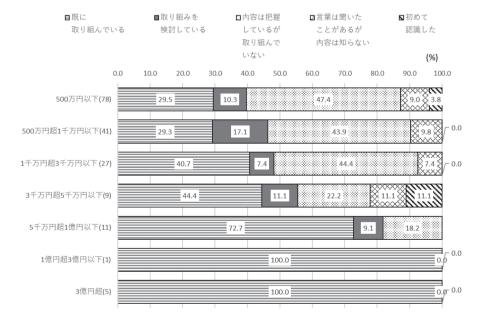
(図表3) SDGsに対する認識・取り組み(業歴別)



(注)業歴の各区分のかっこ内の数値は回答数。

- い」は業歴が31年以上の企業の区分(31年 ~40年:38.1%、41年~50年:32.4%、51 年以上:39.3%)では4割を下回る一方、30 年以下の企業の区分(5年未満:50.0%、5 年~10年:46.7%、11年~20年:47.8%、 21年~30年:50.0%)ではいずれも45%を 上回った。
- ○取り組みを実施・検討している企業(①+②) は、業歴が31年以上の企業の区分(31年~ 40年:52.4%、41年~50年:55.9%、51年以 上:51.8%)では5割を上回る一方、30年以 下の企業(5年未満:37.5%、5年~10年: 46.7%、11年~20年:39.1%、21年~30年: 40.0%)では5割を下回った。
- ○業歴が長い企業でSDGsに対する認識・取り 組みが進んでいる傾向が見受けられる。この 一因として、本調査の対象が狭山商工会議所 会員であり、業歴(商議所会員歴の代理変数 とみなすことが概ね可能と考えられる)が長 い企業ほど商議所内での情報の流通に敏感に

- なることが考えらえる。
- ○SDGsに対する認識・取り組みを資本金の規 模別にみると (図表4)、資本金が多い階級 ほど「①既に取り組んでいる」企業が多く、 (サンプル数は少ないものの) 1億円超の企 業の区分では100%となっている。また、5 千万円超1億円以下の区分(72.7%)でも7 割を超えている。一方、1千万円超から5 千万円以下の区分(1千万円超3千万円以 下:40.7%、3千万円超5千万円以下:44.4 %)では4割台に止まり、1千万円以下の 区分(500円以下: 29.5%、500万円超1千万 円以下: 29.3%) では3割を下回った。これ に対して、「③内容は把握しているが取り組 んでいない」は資本金が3千万円以下の区 分(500円以下: 47.4%、500万円超1千万円 以下: 43.9%、1千万円超3千万円以下: 44.4%) では4割を超えている。
- ○取り組みを実施・検討している企業(①+②) は、資本金が3千万円超の各区分(3千万円



(図表4) SDGsに対する認識・取り組み(資本金規模別)

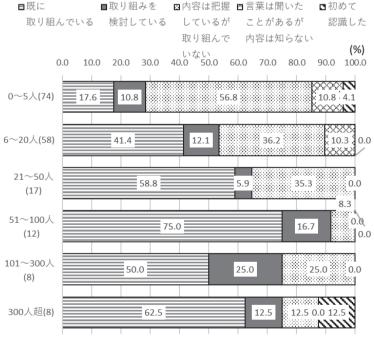
(注) 資本金の各区分のかっこ内の数値は回答数。

超5千万円以下:55.5%、5千万円超1億円以下:81.8%)では5割を上回る一方、3千万円以下の企業(500万円以下:39.8%、500万円超1千万円以下:46.4%、1千万円超3千万円以下:48.1%)では5割を下回った。

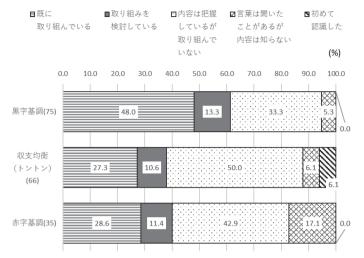
- ○資本金が多い企業ほど、SDGsに対する認識・取り組みが進んでいる傾向がある。一方、資本金規模の小さい企業では認識・取り組みが進んでいない様子が窺われる。
- ○SDGsに対する認識・取り組みを従業員数の 規模別にみると (図表5)、「①既に取り組 んでいる」企業は従業員数が21人以上の各 階級 (21 ~ 50人: 58.8 %、51 ~ 100人: 75.0 %、101 ~ 300人: 50.0 %、300人 超: 62.5%)では5割以上となっている。一方、 5人以下の企業 (17.6%) では2割を下回っ ている。これに対して、「③内容は把握して いるが取り組んでいない」は5人以下の企

- 業 (56.8%) で 5 割を上回っている。
- ○取り組みを実施・検討している企業(①+②) は、51人以上の各区分(51~100人:91.7%、 101~300人:75.0%、300人超:75.0%)で は75%以上となる一方、5人以下の企業(28.4%)では3割を下回った。
- ○従業員数が多い企業ほど、SDGsに対する認識・取り組みが進んでいる傾向がある。一方、従業員数の少ない企業、特に5人以下の企業で認識・取り組みが進んでいない様子が窺われる。
- ○SDGsに対する認識・取り組みを直近決算の 業況別にみると (図表6)、黒字基調の企業 では「①既に取り組んでいる」企業が5割 弱(48.0%)となっている。一方、収支均衡 (トントン)の企業(27.3%)と赤字基調の 企業(28.6%)では3割を下回っている。こ れに対して、「③内容は把握しているが取り

(図表5) SDGs に対する認識・取り組み(従業員数規模別)



(注) 従業員数の各区分のかっこ内の数値は回答数。



(図表6) SDGs に対する認識・取り組み (直近決算の業況別)

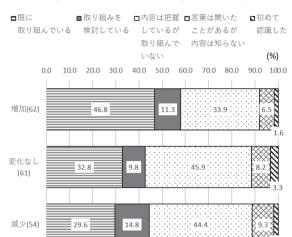
(注) 業況の各区分のかっこ内の数値は回答数。

組んでいない」は収支均衡(トントン)の 企業で5割(50.0%)となっており、「④言 葉は聞いたことがあるが内容は知らない」 は赤字基調の企業区分で2割弱(17.1%)に 達している。

- ○取り組みを実施・検討している企業(①+②) は、黒字基調の企業(61.3%)では6割を上 回る一方、収支均衡(トントン)の企業(37.9 %)と赤字基調の企業(40.0%)では4割(程 度)に止まった。
- ○SDGsに対する認識・取り組みに業況が影響を及ぼしている傾向があることが推測される。ただ、黒字基調の企業でもすでに取り組んでいるのは半数を下回っており、赤字基調の企業では内容を知らない企業が2割弱(17.1%)存在しており、SDGsの取り組みと業況の好循環をスパイラル的に拡大していくことの重要性が論点として示唆されている(この論点は後述の「環境ビジネスへの関心」で再論する)。
- ○SDGsに対する認識・取り組みを最近1年間 の売上高の増減別にみると(図表7)、増加 の企業では「①既に取り組んでいる」企業

が5割弱(46.8%)となっている。一方、変化なしの企業(32.8%)と減少の企業(29.6%)では3割前後に止まっている。これに対して、「③内容は把握しているが取り組んでいない」は変化なしの企業(45.9%)と減少の企業(44.4%)で4割台半ばとなっている。

- ○取り組みを実施・検討している企業(①+②) は、増加の企業(58.1%)では6割弱に達す る一方、変化なしの企業(42.6%)と減少の 企業(44.4%)では4割台前半に止まった。
- ○この点からも SDGs に対する認識・取り組みに業況が影響を及ぼしている傾向があることが推測される。ただ、黒字基調の企業でも既に取り組んでいるのは半数を下回っており、取り組んでいない(③)と内容を知らない(④)企業の合計をみても、収支均衡(トントン)(54.1%)と赤字基調(53.7%)の企業では過半数に達しており、やはり SDGsの取り組みと業況の好循環をスパイラル的に拡大していくことの重要性が論点として示唆されている(この論点は後述の「環境ビジネスへの関心」で再論する)。



(図表7) SDGsに対する認識・取り組み(最近1年間の売上高の増減別)

- (注) 売上高の増減の各区分のかっこ内の数値は回答数。
- ○SDGsに対する認識・取り組みを主な販売先の態様別にみると(図表8)、「①既に取り組んでいる」は国内の株式公開企業(1社に限らず)に売上高の50%超を依存している企業(40.4%)と国内の株式非公開企業に売上高の50%超を依存している企業(41.0%)では4割に達している。一方、国内の一般消費者に売上高の50%超を依存している企業(32.1%)と国内の官公庁・公的機関に売上高の50%超を依存している企業(30.0%)では3割程度に止まっている。これに対して、「③内容は把握しているが取り組んでいない」は国内の官公庁・公的機関に売上高の50%超を依存している企業(50.0%)で5割となっている。
- ○取り組みを実施・検討している企業(①+②) は、国内の株式公開企業に売上高の50%超を 依存している企業(53.2%)と国内の株式非 公開企業に売上高の50%超を依存している企 業(51.3%)では過半数に達している。これ に対して、国内の一般消費者に売上高の50% 超を依存している企業(42.8%)と国内の官 公庁・公的機関に売上高の50%超を依存して

- いる企業 (40.0%) では①+②が4割台に止まる一方、取り組んでいない(③) と内容を知らない(④) の合計(一般消費者に50%超を依存:51.8%、国内の官公庁・公的機関に50%超を依存:60.0%) が過半数となっている。
- ○SDGsに対する認識・取り組みにサプライチ ェーンの下流からの、あるいは地域の経済 団体等からの情報の流通が影響を及ぼして いる傾向があることが推測される。一方、 消費者や官公庁・公的機関を主要販売先と する企業では①+②が半数を下回っており、 ③+④が過半数に達している。この点から は、企業を主要販売先とする地域の企業だ けでなく、消費者・政府・自治体等を主要 販売先とする企業へのSDGsに関する一層 の情報伝達が重要な論点として示唆されて いる。日本においては、消費者(団体)と 地域企業(の経済団体)との間での情報伝 達の経路が明確化しているとは必ずしも思 われず、政府・自治体や公的機関が商工会 議所・業界団体と連携して、情報伝達に注 力することが一段と求められている。
- ○なお、回答数が2と僅少の海外(の企業、一

般消費者、官公庁・公的機関) に売上高の50 %超を依存している企業は、2社ともSDGs に「①取り組んでいる」。この背景には、海 外での「持続可能な調達」の進展の影響があ るかもしれない。「持続可能な調達」の代表 例は、グローバル企業がサプライチェーンを 通じて調達活動を行う際に、サプライヤーが 環境保護や労働者の人権等に配慮しているか どうかをアンケートや監査で評価し、不適切 な点の改善・是正を指導する中でサプライヤ ーとの取引の条件や取引そのものの可否を検 討することである。欧州では公共部門でも同 様のスタイルで公共調達が行われるケースが あるなど、急速に浸透している。日本でも 2020東京オリンピック・パラリンピック競技 大会で「持続可能な調達」が行われたほか、 企業部門でも徐々に広がりつつある。

○SDGs に対する認識・取り組みに関して狭山 商工会議所会員を対象として同じ選択肢で 2019年度に実施した「産官学連携に関する アンケート調査 | (以下、「前回調査 | という) の結果と比較すると (図表9)、「①既に取 り組んでいる | 企業が4.4% (2019年度) か ら36.7% (2023年度) へと大幅に増加してい る。また、「②取り組みを検討している」(3.2) %(同)から11.9%(同))と「③内容は把 握しているが取り組んでいない」(20.9% (同) から41.2%(同)) も増加しており、 特に後者の増加幅が大きなものとなってい る。一方、「④言葉は聞いたことがあるが内 容は知らない | (19.6%(同)から7.9%(同)) と「⑤初めて認識した」(51.9%(同)から 2.3% (同)) は減少しており、特に後者の減 少幅が大きなものとなっている。

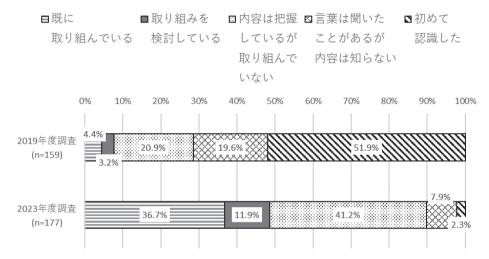
■取り組みを ■初めて 日既に ロ内容は押握 pa言葉は聞いた 取り組んでいる 検討している しているが ことがあるが 認識した 取り組んで 内容は知らない いない (%) 0.0 10.0 20.0 30.0 40.0 50.0 60.0 70.0 80.0 90.0 100.0 国内株式公開企業に 10.6 40 4 12.8 36.2 売上高50%超を依存(47) 国内株式非公開企業に 41 0 10.3 43.6 売上高50%超を依存(39) 国内一般消費者に 32.1 10.7 42.9 売上高50%超を依存(56) 国内官公庁・公的機関に 30.0 10.0 50.0 10 0 0 0 売上高50%超を依存(10) XXXXI 海外に売上高50%超を 100.0 0.0 依存(2) $\times\times$ 上記以外(21) 28.6 47.6 14.3 4848

(図表8) SDGsに対する認識・取り組み(主な販売先の態様別)

(注) 主要販売先の各態様のかっこ内の数値は回答数。

○以上からは、前回調査時点と比較すると、 SDGsに対する認識・取り組みには進展がみられる。しかし、SDGsが国際的に達成を求められている「目標」であることを踏まえると、さらに地域企業の(a)一段の「認識の 向上」、(b)「認識」の現実の「取り組み」 への格上げ、(c) 現実の「取り組みの継続的 な高度化」を進めていていくことが求められ ると考えられる。

(図表9) SDGsに対する認識・取り組み(前回調査との比較)



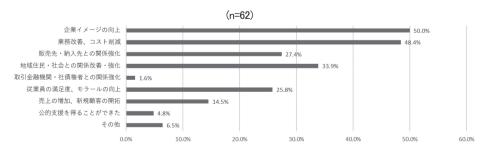
(2) SDGs に取り組んだことによる主な成果

○SDGsに既に取り組んでいる事業者を対象として主な成果をみると(図表10)、「①企業イメージの向上」(50.0%)が唯一5割に達した。次いで、「②業務改善、コスト削減」(48.4%)が5割弱、「④地域住民・社会との関係改善・強化」(33.9%)が約3分の1、「③販

売先・納入先との関係強化」(27.4%) が3 割弱、「⑥従業員の満足度、モラールの向上」 (25.8%) が約4分の1、「⑦売上の増加、 新規顧客の開拓」(14.5%) が1割台半ばと なった。

○以上からは、企業イメージの向上を通じて、 販売先や地域住民・社会との関係強化しつつ、

(図表10) SDGsに取り組んだことによる主な成果(複数回答)



(注)回答の対象は、SDGsに既に取り組んでいる事業者。

従業員満足度(ES)の向上によって、業務改善、コスト削減と売上増、新規顧客開拓につなげることがSDGsに取り組んだことによる成果として浮かび上がる。ただ、企業経営・業績への直接的な効果としては、売上増、新規顧客開拓が業務改善、コスト削減を大きく下回っており、SDGsの経営戦略への統合によって環境・社会の持続可能性向上と経済・経営拡大の好循環を一層進める必要があるものと考えられる。

(3) SDGs に取り組んでいる・取り組みを検 討している主な理由

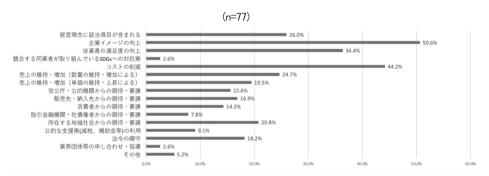
○既にSDGsに取り組んでいる企業と取り組みを検討している企業を対象として、取り組み・検討の主な理由をみると(図表11)、「②企業イメージの向上」(50.6%)が過半数に達し、「⑤コストの削減」(44.2%)が4割台、「③従業員の満足度の向上」(36.4%)が3

割台、「①経営理念に該当項目が含まれる」 (26.0%)、「⑥売上の維持・増加(数量の維持・増加による)」(24.7%)、「⑫所在する地域社会からの期待・要請」(20.8%)、「⑦売上の維持・増加(単価の維持・上昇による)」(19.5%)、「⑭法令の順守」(18.2%)等の順となった。

○上位の項目は図表10の「主な成果」と概ね重なっているが、「①経営理念に該当項目が含まれる」と「⑭法令の順守」が上位に入っている点からは、地域企業の存立の精神と法令に則った事業活動の重要性が意識されていることが示唆されている。

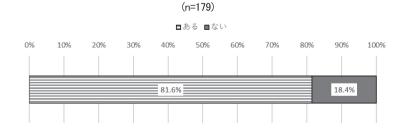
(4) SDGsに取り組むにあたっての課題の有無

○SDGsに取り組むにあたっての課題の有無を みると(図表12)、約8割(81.6%)の企業 が「ある」と回答しており、課題を有して いる企業が大宗を占めていることが分かる。



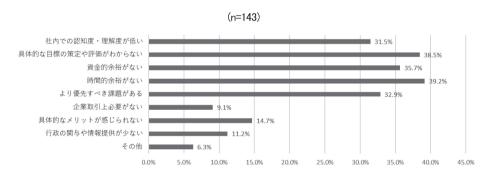
(図表11) SDGsに取り組んでいる・取り組みを検討している主な理由(複数回答)

(図表12) SDGsに取り組むにあたっての課題の有無



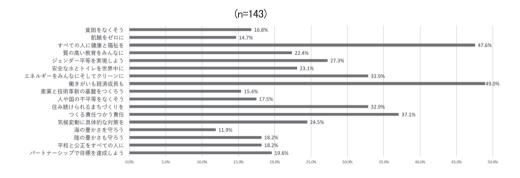
(5) SDGsに取り組むにあたっての課題

- ○SDGsに取り組むにあたっての課題をみると (図表13)、「④時間的余裕がない」(39.2%) が首位、僅差で「②具体的な目標の策定や 評価がわからない」(38.5%)が続き、「③資 金的余裕がない」(35.7%)、「⑤より優先す べき課題がある」(32.9%)、「①社内での認 知度・理解度が低い」(31.5%)の順で3割 に達している。
- ○時間と資金が不足し優先度の高い他の課題がある中で、目標の設定・評価や社内での認知度・理解度の低さがSDGsに取り組む上での課題となっている様子が窺われる。
 - (6) 社内で取り組んでいる SDGs の17の目標
- ○社内で取り組んでいるSDGsの17の目標をみると(図表14)、「⑧働きがいも経済成長も」
- (49.0%) が首位、これに「③すべての人に健康と福祉を」(47.6%) が僅差で続き、以下、「⑫つくる責任つかう責任」(37.1%)、「⑦エネルギーをみんなにそしてクリーンに」、「⑪住み続けられるまちづくりを」(⑦,⑪ともに32.9%)、「⑤ジェンダー平等を実現しよう」(27.3%)、「⑥安全な水とトイレを世界中に」(23.1%)、「④質の高い教育をみんなに」(22.4%) が2割台で続き、「⑰パートナーシップで目標を達成しよう」が2割を僅かに下回った。
- ○以上からは、所在する地域に居住しているケースが多い従業員の働きがいとそのための質の高い教育と健康福祉やジェンダー平等に取り組みつつ、リサイクル等で生産者としての責任やエネルギーのクリーン化、気候変動等、



(図表13) SDGsに取り組むにあたっての課題(複数回答)

(図表14) 社内で取り組んでいる SDGs の17の目標(複数回答)



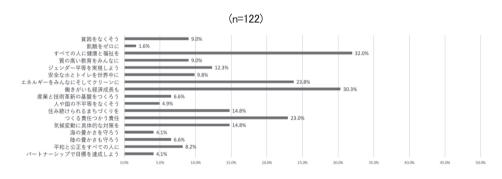
地球環境問題にも取り組んでいる様子が窺われる。

○なお、首位の「働きがいも経済成長も」の回 答数は70(=143×49.0%)であり、図表1の 「既に取り組んでいる」企業の回答数(65= 177×36.7%) を上回っている。これは、「働 きがいも経済成長も」という「SDGs」に該 当する取り組みを実際には行っているものの、 その取り組みが回答企業の中で戦略的に、あ るいは計画的に経営に統合されていないこと、 あるいはSDGsに関しての認識の乏しさを原 因として、図表1の質問では「既に取り組ん でいる」との回答を選択しなかった企業がい ることを示唆している(類似した示唆として、 関東経済産業局と日本立地センターが2018年 に実施した「中小企業のSDGs認知度・実態 等調査結果 (詳細版) | の参考図表5 (p.5) でも「『SDGsに貢献することは難しい』と 回答した企業約300社のうち、約3割が、既 にSDGs貢献に寄与する社会課題解決等に資 する事業に取り組んでいる」と指摘されてい る)。

(7)10年前と比べて経営にとっての重要度が 高まっているSDGsの項目

- ○社内で取り組んでいるSDGsの17項目のうち、10年前と比べて経営にとっての重要度が高まっている項目をみると (図表15)、「③すべての人に健康と福祉を」(32.0%)が首位、これに「⑧働きがいも経済成長も」(30.3%)が僅差で続き、以下、「⑦エネルギーをみんなにそしてクリーンに」(23.8%)、「⑫つくる責任つかう責任」(23.0%)、「⑪住み続けられるまちづくりを」、「③気候変動に具体的な対策を」(⑪, ⑬ともに14.8%)、「⑤ジェンダー平等を実現しよう」(12.3%)が10%を上回った。
- ○順位に異同があるものの上位の項目は現在取り組んでいるSDGsに該当する項目(前項(6)と概ね一致しており、SDGsに含まれるこれらの項目の自社の経営にとっての重要度・影響度が10年前に比べて高まってきたとの認識を地域企業が有している様子が窺われる。

(図表15) 前問の回答のうち、10年前と比べて経営にとっての重要度が高まっている項目 (複数回答)



2 カーボンニュートラルについて

(1) カーボンニュートラルに寄与する取り 組みの状況

○カーボンニュートラルに寄与する取り組みの

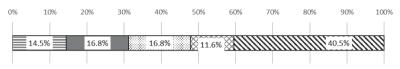
状況をみると (図表16)、「①具体的な取り 組みを実施しており、検討中の追加的な取り 組みはない」(14.5%)、「②具体的な取り組 みを実施しており、追加の取り組みを検討

(図表16) カーボンニュートラルに寄与する取り組みの状況

(n=173)

- ■具体的な取り組みを実施しており、 検討中の追加的な取り組みはない
- ■現在実施していないが、 取り組む内容を検討中
- ■検討や情報収集をしていない

■具体的な取り組みを実施しており、 追加の取り組みを検討中 ※カーボンニュートラルに 関する情報を収集している



中」(16.8%)、「③現在実施していないが、 取り組む内容を検討中」(16.8%)、「④カ ーボンニュートラルに関する情報を収集して いる」(11.6%) となった。

○取り組みを実施している企業 (=①+②: 31.3%) と検討中の企業 (=②+③:33.6%) はそれぞれ 3 割超になっているが、情報収集に止まっている企業 (11.6%) が約 1 割であり、取り組みを実施していない企業 (=③+④+⑤:68.9%) が7割弱と大宗を占めている。これは、4割(40.5%)に達している「⑤検討や情報収集をしていない」が首位であり、カーボンニュートラルに対する関心を有していない企業が多数存在していることが主因で

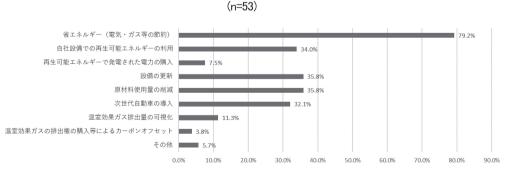
ある。

○SDGsの目標7 (エネルギーをみんなにそしてクリーンに) や目標13 (気候変動に具体的な対策を) にとってカーボンニュートラルはクリティカルな問題であることから、地域企業に対するカーボンニュートラルへの認識の向上が喫緊の課題であることが分かる。

(2) 現在実施しているカーボンニュートラ ルに寄与する取り組みの内容

○現在実施しているカーボンニュートラルに寄 与する取り組みの内容をみると (図表17)、 首位は8割弱の「①省エネルギー(電気・ガ

(図表17) 現在実施しているカーボンニュートラルに寄与する取り組みの内容(複数回答)



(注)回答の対象は、カーボンニュートラルに寄与する取り組みについて「具体的な取り組みを実施しており、検討中の追加的な取り組みはない」「具体的な取り組みを実施しており、加えて追加的な取り組みの内容を検討中」と回答した事業者。

ス等の節約)」(79.2%)であり、これに「④設備の更新」と「⑤原材料使用量の削減」(④, ⑤ともに35.8%)、「②自社設備での再生可能エネルギーの利用」(34.0%)、「⑥次世代自動車の導入」(32.1%)が3割台で続いている。なお、カーボンニュートラルへの取り組みにとって不可欠な「⑦温室効果ガス排出量の可視化」(11.3%)も1割を超えている。これに対して、「③再生可能エネルギーで発電された電力の購入」(7.5%)と「⑧温室効果ガスの排出権の購入等によるカーボンオフセット」(3.8%)は一桁に止まっている。

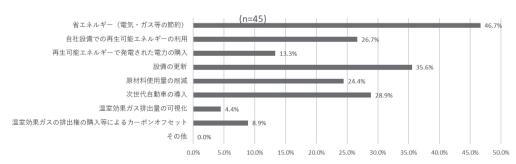
○現在実施しているカーボンニュートラルの取り組みは省エネルギーや原材料使用量の削減など、コスト削減にも寄与する基本的なものが目立つ。また、設備の更新も新鋭機の導入で生産効率を向上させるとともに省エネルギー・原材料使用量の削減を目指しているものと思われる。

(3) 検討中のカーボンニュートラルに寄与する取り組みの内容

○検討中のカーボンニュートラルに寄与する取り組みの内容をみると(図表18)、首位は4

割超の「①省エネルギー(電気・ガス等の節約)」(46.7%)であり、これに「④設備の更新」(35.6%)が3割台で、「⑥次世代自動車の導入」(28.9%)、「②自社設備での再生可能エネルギーの利用」(26.7%)、「⑤原材料使用量の削減」(24.4%)が2割台で続いている。

○「⑥次世代自動車の導入」は実施中の取り組み(前項2(2))では第5位であったが、検討中の取り組みでは第3位になっている。また、実施中の取り組みでは一桁に達していない「③再生可能エネルギーで発電された電力の購入」(13.3%)が10%を超え、「⑧温室効果ガスの排出権の購入等によるカーボンオフセット」(8.9%)も1割近くになっている。このことから、検討中の取り組みは既に行われている取り組みよりも幅の広がりが見受けられており、既に取り組んでいる企業でのカーボンニュートラルの高度化、あるいはこれからカーボンニュートラルに取り組もうする企業での近時の知見や先進的な手段の導入への意識が高まりつつある様子が窺われる。



(図表18) 検討中のカーボンニュートラルに寄与する取り組みの内容(複数回答)

(注) 回答の対象は、カーボンニュートラルに寄与する取り組みについて「具体的な取り組みを実施しており、加えて追加的な取り組みの内容を検討中」「今のところ実施していないが、取り組みの内容を検討中」と回答した事業者。

(4) カーボンニュートラルに取り組むにあ たっての課題の有無

○カーボンニュートラルに取り組むにあたっての課題の有無をみると(図表19)、9割弱の企業が「ある」(88.3%)と回答しており、課題を有している企業が大宗を占めていることが分かる。

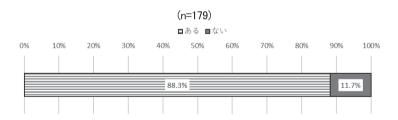
(5) カーボンニュートラルに取り組むにあ たっての課題

- ○カーボンニュートラルに取り組むにあたっての課題をみると(図表20)、「④投資・運営コスト増への対応が困難である」(50.7%)が過半数に達し首位、次いで、「③必要なノウハウ、人員が不足している」(43.8%)が4割超で第2位、「①何から着手すればよいかわからない」(27.1%)が4分の1超で第3位となった。
- ○ここからは、地域企業にとっての経営資源である「カネ」を中心として、「ヒト」「アイデア」が不足しているとともに、手始めに行うべきことに関する「情報」が不足している様

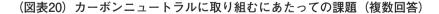
子も窺われる。この面からは、政府・自治体 等からの情報をいかにして地域企業に流通さ せるかが課題であることがわかる。

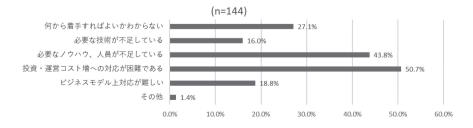
(6) 取引先からの温室効果ガス排出量の把握、カーボンニュートラルに対する協力の要請状況

- ○取引先からの温室効果ガス排出量の把握、カーボンニュートラルに対する協力の要請状況をみると(図表21)、「① 自社の排出量の把握あるいはカーボンニュートラルに対する協力を要請された」(3.6%)と「② ①に加えて、自社の仕入先の排出量の把握あるいはカーボンニュートラルに対する協力の取り付けを要請された」(1.2%)はいずれも 4%に達していない一方、「③ 要請されたことはない」(95.2%)が 9 割超と大宗を占めている。
- ○現時点では、カーボンニュートラルを考慮する「持続可能な調達」の前提となる温室効果 ガスの排出量のサプライチェーン上での把握 の動きは広がっていないことが分かる。しか し、前述のように欧州では持続可能な調達が

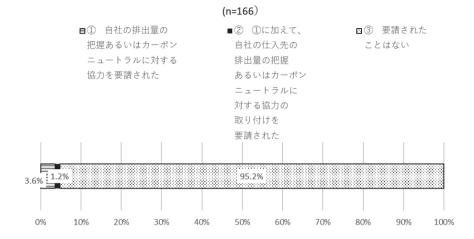


(図表19) カーボンニュートラルに取り組むにあたっての課題の有無





(図表21) 取引先からの温室効果ガス排出量の把握、カーボンニュートラルに対する協力の要請状況



浸透しつつあることから、日本の地域企業も 対応を検討する時期が近づいているものと思 われる。

(7)環境ビジネスへの関心

- ○環境ビジネスへの関心をみると (図表22)、「②少し関心がある」(38.5%) が首位であるが、「③あまり関心がない」(36.2%) と拮抗している。ただ、「①非常に関心がある」 (18.4%) が「④全く関心がない」(6.9%) を10%ポイント以上上回っている。
- ○このため、『関心がある』(=①+②:56.9%) は過半数に達し、『関心がない』(=③+④= 43.1%)を上回っている。

○以上からは、環境ビジネスへの関心を持っている地域企業が多数派を占めていることが分かり、『関心がある』企業を一段と増やすことが政策的な課題であることが示唆されている。

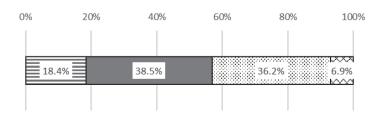
(8) 環境ビジネスへの参入状況

- ○環境ビジネスへの参入状況をみると(図表23)、「③取り組みに向けた情報収集・準備段階」(65.9%)が約3分の2を占めており、「②企画または計画を検討中」(13.2%)が第2位、「①具体的な取り組みに着手している」(9.9%)は1割弱に止まっている。
- ○現状では環境ビジネスに参入している地域企

(図表22) 環境ビジネスへの関心

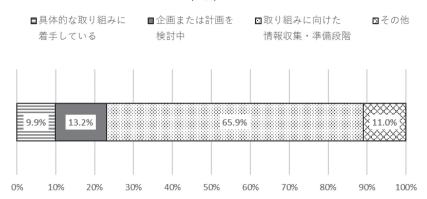
(n=174)

■非常に関心がある ■少し関心がある □あまり関心がない □全く関心がない



(図表23) 環境ビジネスへの参入状況

(n=91)



(注)回答の対象は、環境ビジネスへの関心について「非常に関心がある」「少し関心がある」と回答した 事業者。

業は全体の1割に達しておらず、情報収集や 企画・計画の検討など、総じて準備段階に止 まっている。しかし、SDGsを自社の経営に 統合して、地域社会と環境の持続可能性と経 済・経営拡大の好循環の実現を目指すという 見地からは、地域企業においても環境ビジネ スに一段と積極的かつ真剣に取り組むことが 必要であるものと考えられる。

0%

- 3 狭山市が実施しているカーボンニュート ラルに関する事業について
- (1) 狭山市のカーボンニュートラルに対す る支援策の認知
 - (注) 支援策:太陽光発電システムの導入支援 や温室効果ガス排出量の可視化、専門家 の活用に関する補助
- ○狭山市のカーボンニュートラルに対する支援 策の認知度をみると (図表24)、「①知って いた」(31.1%) が約3割に止まる一方、「② 知らなかった」(68.9%) が約7割と過半数 を占めている。
- ○以上からは、狭山市内の企業に対するカーボ ンニュートラルに対する支援策の広報を一段

(図表24) 狭山市のカーボンニュートラルに対する支援策の認知度

と強化することが必要であることがわかる。

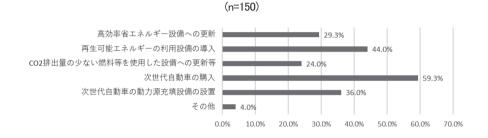
(2) 温室効果ガス排出量の削減のために今 後希望する狭山市の補助金

○温室効果ガス排出量の削減のために今後希望する狭山市の補助金をみると(図表25)、「④次世代自動車の購入」(59.3%)が約6割で首位、次いで「②再生可能エネルギーの利用設備の導入」(44.0%)が4割超で第2位、「⑤次世代自動車の動力源充填設備の設置」(36.0%)が3割台半ばで第3位、「①高効率省エ

ネルギー設備への更新」(29.3%) が3割弱で第4位、「 $3CO_2$ 排出量の少ない燃料等を使用した設備への更新等」(24.0%) が約4分の1で第5位となった。

○「⑥その他」を除く①~⑤の中で最も少ない回答でも約4分の1に達していることから見て、事業活動においてコスト削減とカーボンニュートラルの両立に資する補助金(①~④)と次世代自動車を事業に活用するうえで不可欠なインフラ(⑤)に対する補助金への希望が強い様子が窺われる。

(図表25) 温室効果ガス排出量の削減のために今後希望する狭山市の補助金 (複数回答)



Ⅳ 総括-SDG・脱炭素への取り組みと意 識向上が進み始めるも、周知・支援の 政策強化が課題

○SDGsの内容を認識している企業は2019年調査から大幅に増加し大宗を占めているものの、取り組みを実施・検討している企業は5割に達していない(図表1,9)。ここからは、SDGsへの取り組みが依然として緒についた段階である様子が窺われる。また、認識・取り組みには企業の業種、業歴、規模、業況などが影響している可能性がある(図表2~7)。なお、SDGsに対する認識・取り組みにサプライチェーンからの、あるいは地域の経済団体等からの情報の流通が影響を及ぼしている傾向があることが推測される(図表8)。

SDGsに取り組んだことによる成果としては、企業イメージの向上を通じて、販売先や地域住民・社会との関係を強化しつつ、従業員満足度(ES)の向上によって、業務改善、コスト削減と売上増、新規顧客開拓につなげることが浮かび上がる(図表10)。なお、取り組みの理由としては、成果に関連するものに加えて、地域企業の経営理念と法令に則った事業活動の重要性が意識されている(図表11)。SDGsに取り組むにあたって課題を有している企業が大宗を占めており(図表12)、時間と資金が不足し優先度の高い他の課題がある中で、目標の設定・評価や社内での認知度・理解度の低さがSDGsに取り組む上での課題となっている(図表13)。

17目標への取り組み内容からは、所在する 地域に居住しているケースが多い従業員の働 きがいとそのための質の高い教育・健康福 社・ジェンダー平等に取り組みつつ、リサイクル等の生産者としての責任やエネルギーのクリーン化、気候変動等、地球環境問題にも取り組んでいる様子が窺われる(図表14)。これらのゴールが10年前に比べて自社の経営にとって重要度・影響度が高まってきたとの認識を地域企業が有している様子も窺われる(図表15)。

○カーボンニュートラルに寄与する取り組みの 状況をみると、カーボンニュートラルに対す る関心を有していない企業が多数存在してい る。SDGsの目標7 (エネルギーをみんなに そしてクリーンに)や13 (気候変動に具体的 な対策を)にとってカーボンニュートラルは クリティカルな問題であることから、地域企 業に対するカーボンニュートラルへの認識の 向上が喫緊の課題であることが分かる (図表 16)。

現在実施しているカーボンニュートラルの 取り組みは省エネルギーや原材料使用量の削減など、コスト削減にも寄与する基本的なも のが目立つ。加えて、設備の更新も新鋭機の 導入で生産効率を向上させるとともに省エネ ルギー・原材料使用量の削減を目指している ものと思われる(図表17)。

検討中の取り組みは既に行われている取り組みよりも幅の広がりが見受けられており、既に取り組んでいる企業でのカーボンニュートラルの高度化、あるいはこれからカーボンニュートラルに取り組もうする企業での近時の知見や先進的な手段の導入への意識が高まりつつある様子が窺われる(図表18)。

ただ、カーボンニュートラルに取り組むにあたって課題を有している企業が大宗を占めており(図表19)、地域企業にとっての経営資源である「カネ」を中心として、「ヒト」「アイデア」が不足しているとともに、手始めに行うべきことに関する「情報」が不足していることも窺われる。この面からは、政府・自

治体等からの情報をいかにして地域企業に流通させるかが課題であることがわかる (図表 20)。

取引先からの温室効果ガス排出量の把握、カーボンニュートラルに対する協力の要請状況をみると、要請されたことがない企業が大宗を占めており、現時点ではカーボンニュートラルを対象とする「持続可能な調達」の前提となる温室効果ガスの排出量のサプライチェーン上での把握の動きは広がっていないことが分かる(図表21)。しかし、欧州では持続可能な調達が浸透しつつあることから、日本の地域企業も対応を検討する時期が近付いているものと思われる。

○環境ビジネスへの関心を持っている地域企業が多数派を占めていることが分かる(図表22)。ただ、現状では環境ビジネスに参入している地域企業は全体の1割に達しておらず、情報収集や企画・計画の検討など、総じて準備段階に止まっている(図表23)。しかし、SDGsを自社の経営に統合する見地からは、地域企業においても環境ビジネスに一段と積極的かつ真剣に取り組むことが必要である様子が窺われる。このため、『関心がある』企業を一段と増やすこと、関心がある企業を実際の取り組みに誘導するインセンティブの付与が政策的な課題となることが示唆されている

狭山市のカーボンニュートラルに対する支援策を知らなかった企業が約7割を占めており、カーボンニュートラルに対する支援策の広報を一段と強化する必要があることがわかる(図表24)。温室効果ガス排出量の削減のために今後希望する狭山市の補助金をみると、事業活動においてコスト削減とカーボンニュートラルの両立に資する補助金と次世代自動車を事業に活用するうえで不可欠なインフラに対する補助金への希望が強い様子が窺われる(図表25)。

○以上からは、SDG・脱炭素への取り組みと 意識向上が徐々に進み始めていることが分か るものの、一層の周知の徹底と支援政策の強 化が課題であることが分かる。これらを通じ て例えば脱炭素も含めてSDGsを環境ビジネ スなどで経営に統合し、企業・地域の経済的 発展と地域社会・環境保護の好循環を地域経 済のモデルとして確立することが企業と政策 当局だけでなくすべてのステークホルダーに とっての重要な使命であるものと思われる。 なお、今のところ強く認識されてはいないが、 持続可能な調達が今後日本国内の地域企業に とっても重要な課題となる可能性がある点に は注意が必要である。

参考資料

- ・関東経済産業局=日本立地センター(2018)「中小企業のSDGs認知度・実態等調査結果(詳細版)」 (https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/sdgs/data/20181213sdgs_chosa_houkoku_syosai.pdf(2024年3月31日閲覧))
- ・商工総合研究所(2020)『中小企業経営に生かす CSR・SDGs - 持続可能な調達の潮流とCSR経 営』
- ・西武文理大学=狭山市環境経済部環境課・産業 振興課(【協力】狭山商工会議所)(2024)「SDGs (持続可能な開発目標)に関するアンケート調 査結果」(概要報告書)

本号執筆者紹介(掲載順)

論文

藤野 洋(本学サービス経営学部教授)

西武文理大学サービス経営学部研究紀要 第42号 (継続前誌:『西武文理大学研究紀要(通巻第46号)』)

2025年(令和7年)10月31日発行

編集者 西 武 文 理 大 学 サービス経営学部研究紀要編集委員会

発行者 西 武 文 理 大 学 サービス経営学部長 徳田 行延

発行所 西 武 文 理 大 学 〒350-1336

埼玉県狭山市柏原新田311-1

可 E L (04) 2954 - 7575

印刷所 望 月 印 刷 株 式 会 社

₹330-0854

埼玉県さいたま市大宮区桜木町1-195-1 大 宮 ソ ラ ミ チKOZ11階 TEL (048) 741-9300

Journal of Bunri University of Hospitality

The Forty-two

Contents

Articles

- "A Questionnaire survey on the Sustainable Development Goals (SDGs)"

Bunri University of Hospitality Faculty of Service Management

