

地域戦略研究所紀要

第 10 号

北九州・京築中小企業調査からみる SDGs への取り組み

牛房 義明、松永 裕己、眞鍋 和博、李 欣悦、坂本 大城 …… 21

北九州市立大学
地域戦略研究所
2025.3

北九州・京築中小企業調査からみる SDGs への取り組み

牛房 義明、松永 裕己、眞鍋 和博、李 欣悦、坂本 大城

1. 研究背景と問題意識
2. 北九州・京築中小企業調査概要
3. 北九州・京築中小企業調査結果(2021年と2024年の比較)
4. 業種別の特徴について 北九州・京築中小企業調査より(2024年調査)
5. 英国中小企業調査との比較検討
6. おわりに

<要旨>

2015年にSDGsが国際社会にデビューして以来、企業経営にSDGsを実装し、自社と社会の持続可能を追求する責任を負っているという認識がより強くなった。これまで、世界中の多くの企業がSDGsを経営に取り入れる努力を払ってきたものの、中小企業ではその取り組みが必ずしも容易ではない。

本学地域戦略研究所では、2021年に政策金融公庫北九州支店の協力をいただき、北九州市、京築地区の中小企業に対してSDGsが企業経営にどのように実装されているか調査を実施した。当時は、SDGsの理解と必要性への理解は進みつつあるものの、「何から取り組んでよいかわからない」という回答が多くを占め、同地区の中小企業においてSDGsの経営実装が進んでいない現状が明らかになった。

今回の調査は、それから3年が経過したところで改めて進捗現状を確認することを目的として調査を実施した。加えて、企業における持続可能性への取組みに先駆性を有すると考えられる英国中小企業に対して実施された類似調査の結果との比較を通じて、わが国の中小企業の現状と課題を明らかにすることを試みた。

英国調査では、カーボンニュートラルに資する新商品・サービスの開発・実装と、企業としての脱炭素実現との間に相関がみられる結果となった。これに対して、日本調査では、そのような傾向はあまり見られず、従業員の採用や女性活躍推進など、ヒューマンリソースの側面でSDGsを活用する傾向が見られた。

<キーワード>

SDGs、カーボンニュートラル

1. 研究背景と問題意識

2015年に国連で採択されたSDGsは、持続可能な開発の指針としてさまざまな領域に影響を及ぼしている。企業や産業界にとって、持続可能性をビジネスの中核に取り入れることが不可欠になりつつある。しかし、SDGsは企業にとって新たな市場を切り拓くための指針やツールになり得る一方で、取り組みに人手や資金を割くことが負担となる側面もある。特に、ヒト・モノ・カネ・情報といった経営リソースが限られている中小企業では、取り組みの差が顕著になりつつある。同じようにSDGsを掲げていても、それを本業とは直接関係のない社会貢献として捉える企業もあれば、経営計画や企業戦略に統合し、ビジネス展開に活用している企業もある。一方で、SDGsを一過性のブームと捉えたり、企業とは直接関係のないものと認識したりするケースも少なからず存在する。企業がSDGsを経営に活用する手法の一つとして「SDGsコンパス」があるが、その認知度や活用事例はまだ多くないと考えられる。しかし、中小企業は地域経済や雇用の中核を担っており、その活動が社会や環境に与える影響は無視できない。地域の中小企業はSDGsをどのように活かしているのだろうか、そしてどのような課題に直面しているのだろうか。中小企業におけるSDGsの取り組み状況を把握することは、持続可能な社会の実現に向けた基盤を形成する上で重要であり、今後の地域産業政策の立案や支援策の策定にも有益であろう。

筆者らは、牛房ほか(2022)において、北九州市および京築地区の中小企業500社を対象に、SDGsの取り組みに関するアンケート調査を実施した¹。その結果、SDGsの認知度は98%と非常に高く、何らかのアクションを実行中または検討中の企業も全体の約5割を占めるなど、一定の浸透が見られた。しかし、SDGsと経営の統合という観点からは、いくつかの課題が浮かび上がった。

第一に、社会課題の発見と再定義という視点の不足が挙げられる。アンケートでは、SDGsについて「何から取り組んでよいかわからない」と回答した企業が4割以上にのぼった一方で、「地域課題や国際課題の把握に対する支援」を求める企業は約4%にとどまった。社会課題の解決をビジネスとして実施するには、新たなアプローチが求められる。その第一歩として、社会課題をどのように抽出し、再定義するかが重要となるが、この視点は十分に確立されていないことがうかがえる。

第二に、SDGsと企業価値向上の結びつきの不足が指摘できる。SDGsが「企業の価値向上において重要である」と回答した企業は約28%に達したものの、「新規取引の増加」につながった企業は約5%、「売上高の増加」や「新規事業の立ち上げ・新製品開発」を実現した企業は約8%にとどまっている。これは、SDGsと事業成果が結びつかず、企業のイメージ向上手段として捉えられている可能性を示唆している。

第三に、パートナーシップの不足が課題として挙げられる。SDGsについて金融機関や大学に相談したいと考える企業は約26%にすぎなかった。SDGsの17番目の目標である「パートナーシップ」は、目標であり手段でもあるという意味で全体の中でも特異かつ重要な位置づけとなっている。近年、企業の価値創造や競争力強化について、単独の組織ではなく、バリューチ

チェーンやクラスターといった枠組みで捉えることが重視されている。この観点からも、地域におけるパートナーシップの強化は不可欠であるが、その意識はまだ十分に浸透していないように思われる。

本研究は、前述の調査の追跡研究にあたる。加速する人口減少や高齢化といった人口動態の変化、物価高騰をはじめとする経済環境の変化、さらにはコロナ禍を経た社会の価値観の変化の中で、中小企業のSDGsの取り組みにどのような特徴が生まれているのかを明らかにしたい。

2. 北九州・京築中小企業調査概要

本アンケート調査は、北九州市立大学地域戦略研究所 SDGs 推進部門企業支援事業部と日本政策金融公庫北九州支店が合同で実施した。対象は、日本政策金融公庫北九州支店と取引のある北九州市および京築地域の中小企業 400 社である。調査は 2024 年 7 月から 8 月にかけて、質問紙を郵送で配布・回収する方法で行った。

アンケート項目については、比較のため 2022 年度調査と同一のものを使用した。最新の動向を把握することを目的として一部の回答選択肢などを変更した。最終的な回収数は 125 社で、回収率は 31.2%であった。

3. 北九州・京築中小企業調査結果(2022年と2024年の比較)

3. では 2022 年調査と 2024 年調査のアンケート結果をまとめ、それらの比較を行う。

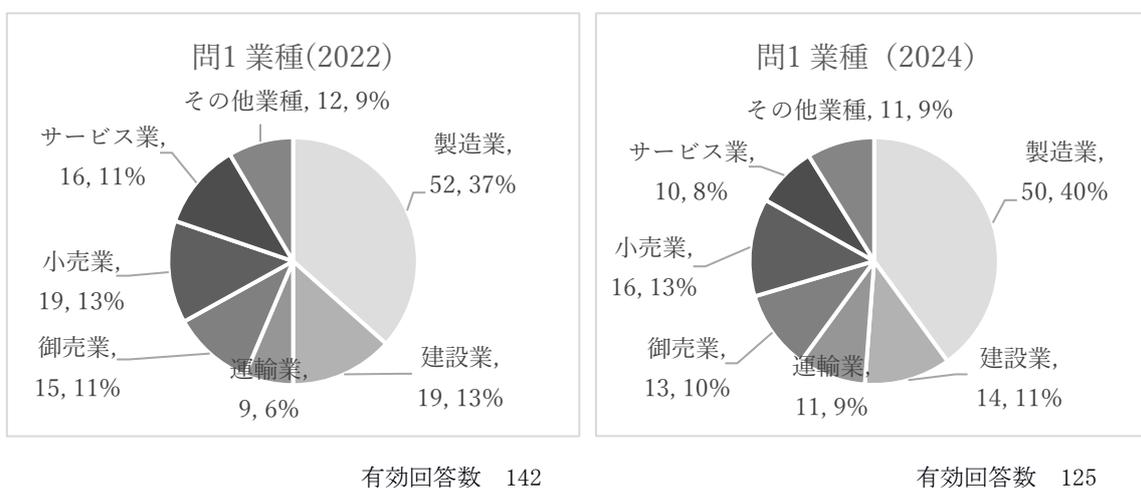


図 3.1 業種について 2022 年調査 (左)、2024 年調査 (右)

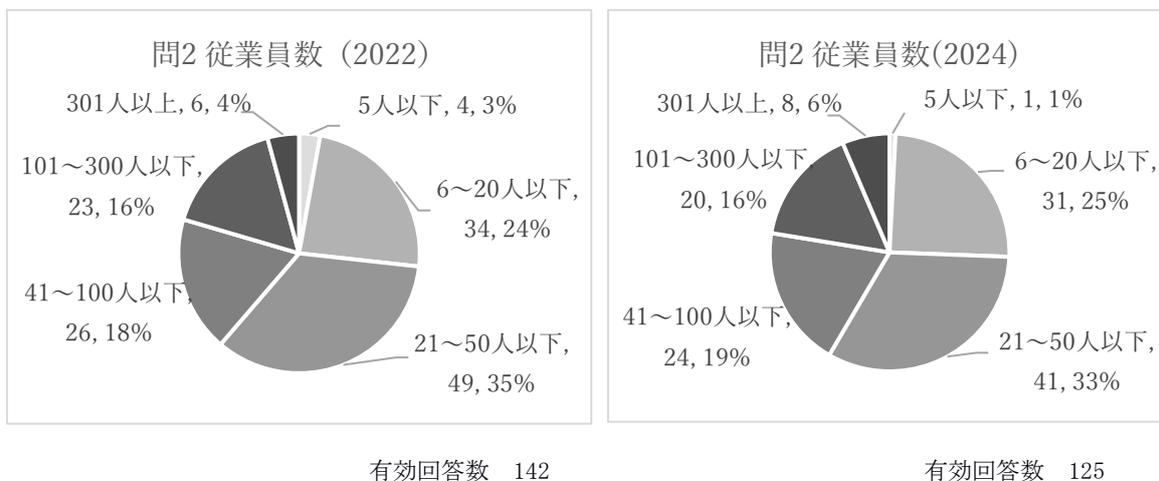


図 3.2 従業員数について 2022年調査(左)、2024年調査(右)

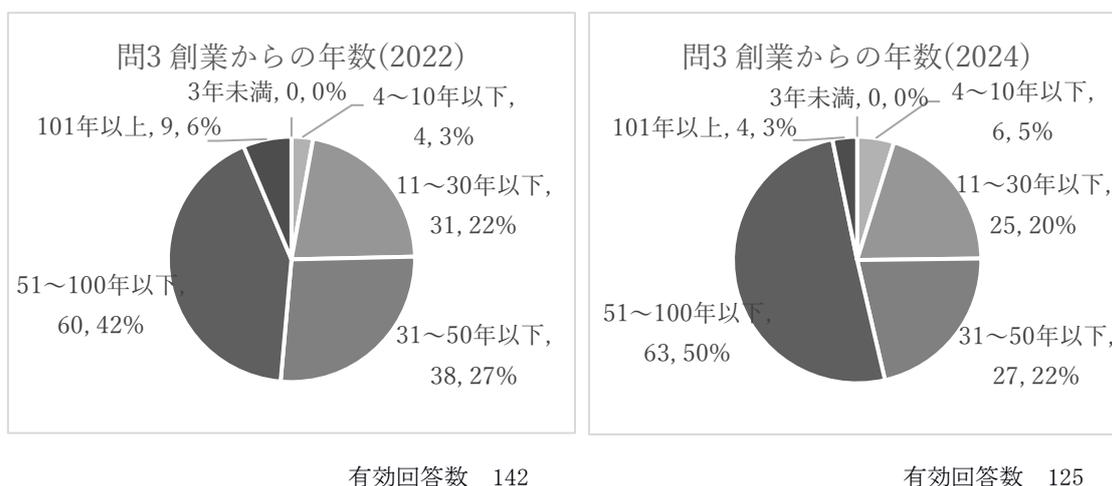


図 3.3 業歴について 2022年調査(左)、2024年調査(右)

図 3.1~3.4 は、アンケートに回答した企業のプロフィールを 2022 年調査と 2024 年調査とで比較したものである。「業種」「従業員数」「業歴」「取引形態」いずれも、両調査での大きな変化は見られなかった。

図 3.5 は「SDGs に対応する意義」についての回答結果である。2022 年調査、2024 年調査で最も多い割合は、ともに「企業の責任として重要」で 71%、69.9%であり、次いで「企業の価値向上において重要」で 69.6%、64.1%である。2022 年調査に 3 番目に回答が多い「社外ステークホルダーとの連携強化のために重要」の回答割合は、37.7%から 19.4%と減少している。

図 3.6 は「SDGs への具体的な対応状況」についての回答結果である。2022 年調査、2024 年調査で最も多い割合は、ともに「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」で、60.6%、46.4%である。2022 年調査で 2 番目に回答が多い「自社のブランディングや

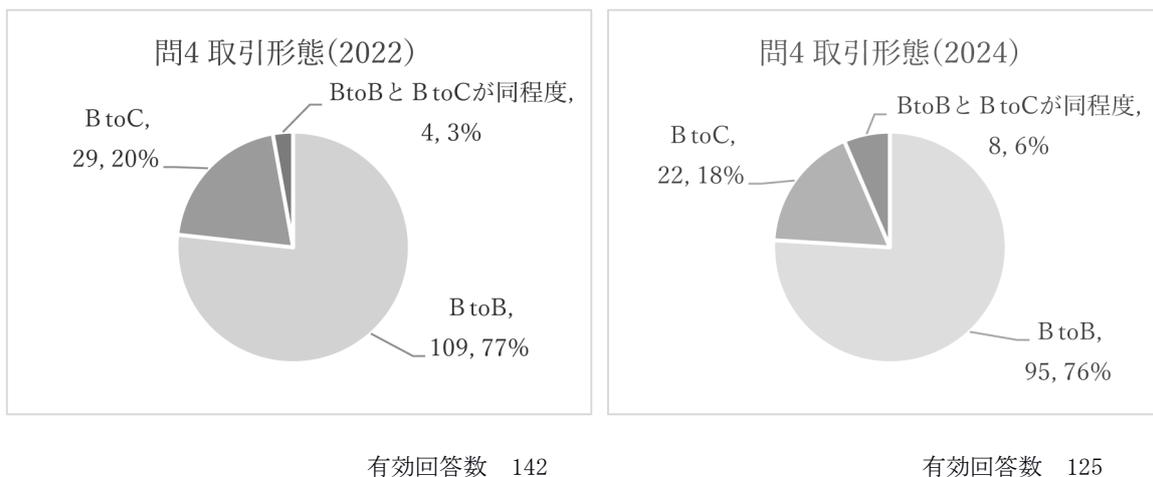


図 3.4 取引形態について 2022年調査(左)、2024年調査(右)

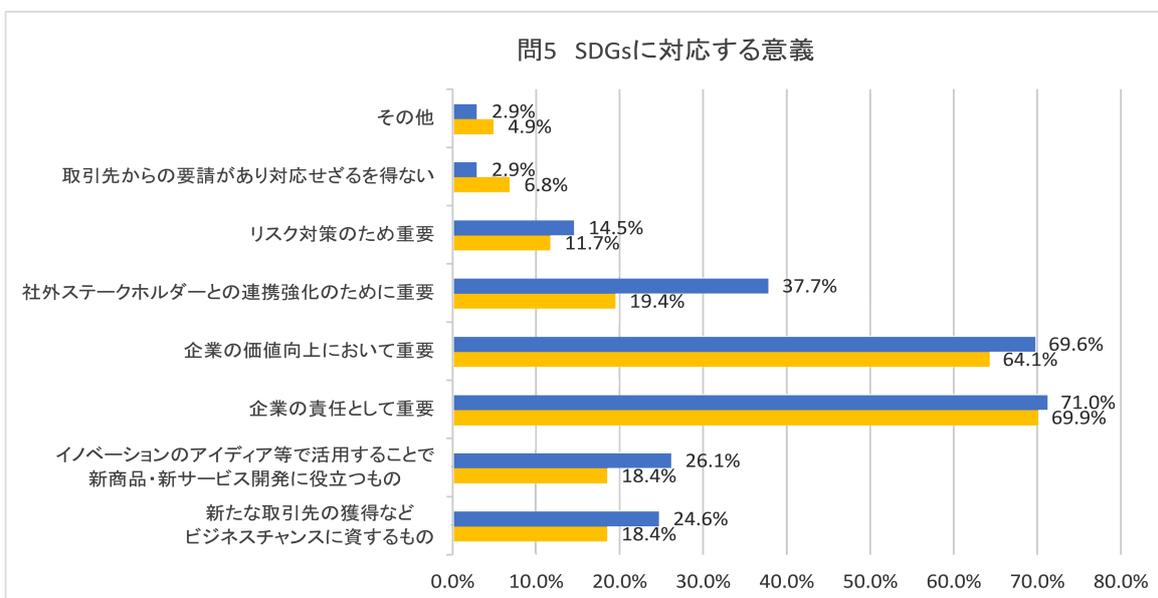


図 3.5 SDGs に対応する意義について

2022年調査(上のグラフ、有効回答数 69)、2024年調査(下のグラフ有効回答数 103)

PR等に活用している」の回答割合は、51.5%から22.7%と30%近く減少しているのが特徴的である。

回答割合は減少しているものの、本業を通じてSDGsを推進すべきであると考えている企業が多い一方で、自社のブランディングのために取り組んでいる企業が劇的に減少していることは、本業回帰の傾向が強まっている可能性がある。

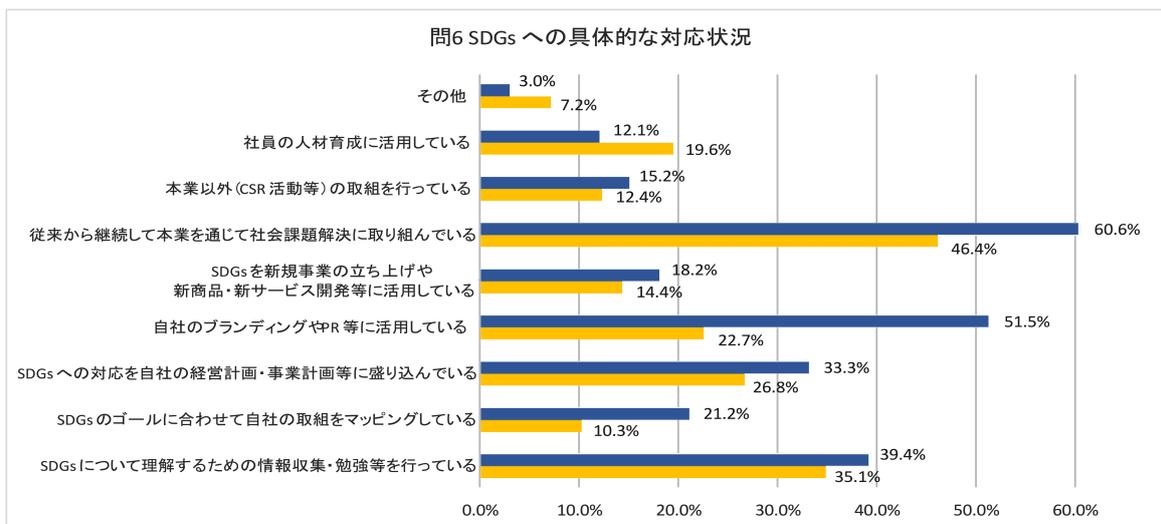


図 3.6 SDGs への具体的な対応状況について

2022 年調査(上のグラフ、有効回答数 33)、2024 年調査(下のグラフ有効回答数 97)

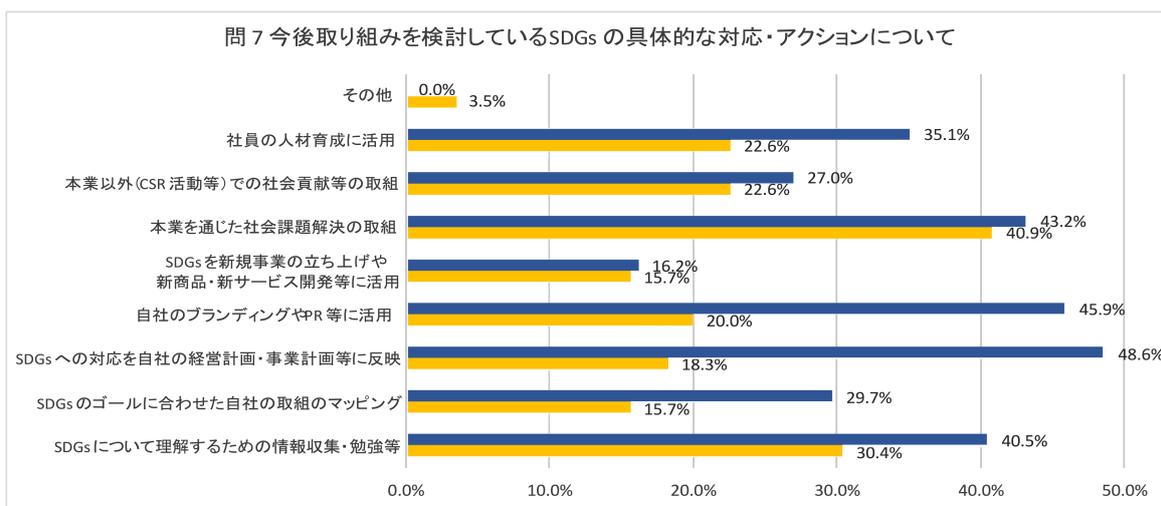


図 3.7 今後取り組みを検討している SDGs の具体的な対応・アクションについて

2022 年調査(上のグラフ、有効回答数 37)、2024 年調査(下のグラフ有効回答数 115)

図 3.7 は、「今後取り組みを検討している SDGs の具体的な対応・アクション」についての回答結果である。「本業を通じた社会課題解決の取組」「SDGs を新規事業の立ち上げや新商品・新サービス開発等に活用」以外の回答割合は、いずれも減少しており、「自社のブランディングや PR 等に活用」や「SDGs への対応を自社の経営計画・事業計画等に反映」の回答割合は 20%以上減少している。

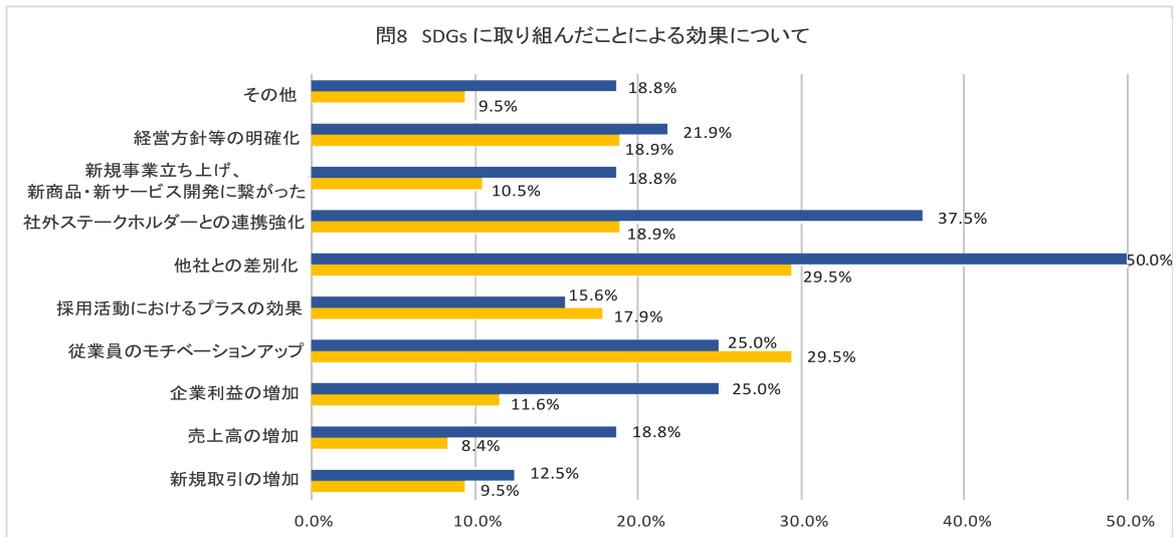


図 3.8 SDGsに取り組んだことによる効果について

2022年調査(上のグラフ、有効回答数 32)、2024年調査(下のグラフ有効回答数 95)

図 3.8 は、「SDGs に取り組んだことによる効果」についての回答結果である。「他社との差別化」「社外ステークホルダーとの連携強化」の回答割合は、20%程度減少しているが、「採用活動におけるプラスの効果」「従業員のモチベーションアップ」の回答割合は増加している。SDGs に取り組むことによって、人材の採用や従業員にプラスの効果があることがうかがえる。

図 3.9 は、「実施している社会課題解決等に向けた取組」についての回答結果である。回答割合が大きく減少しているのは「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」の回答のみで、それ以外のほとんどの回答割合が増加している。ただし、「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」は減少したとはいえ、半数以上の企業が取組みを実施している結果であった。また、「女性活躍推進」を実施している企業が 40%以上、廃棄物や環境負荷を低減する商品や仕組みの開発、水使用量の削減に取り組んでいる企業はいずれも 30%を超えていることは注目すべき点である。

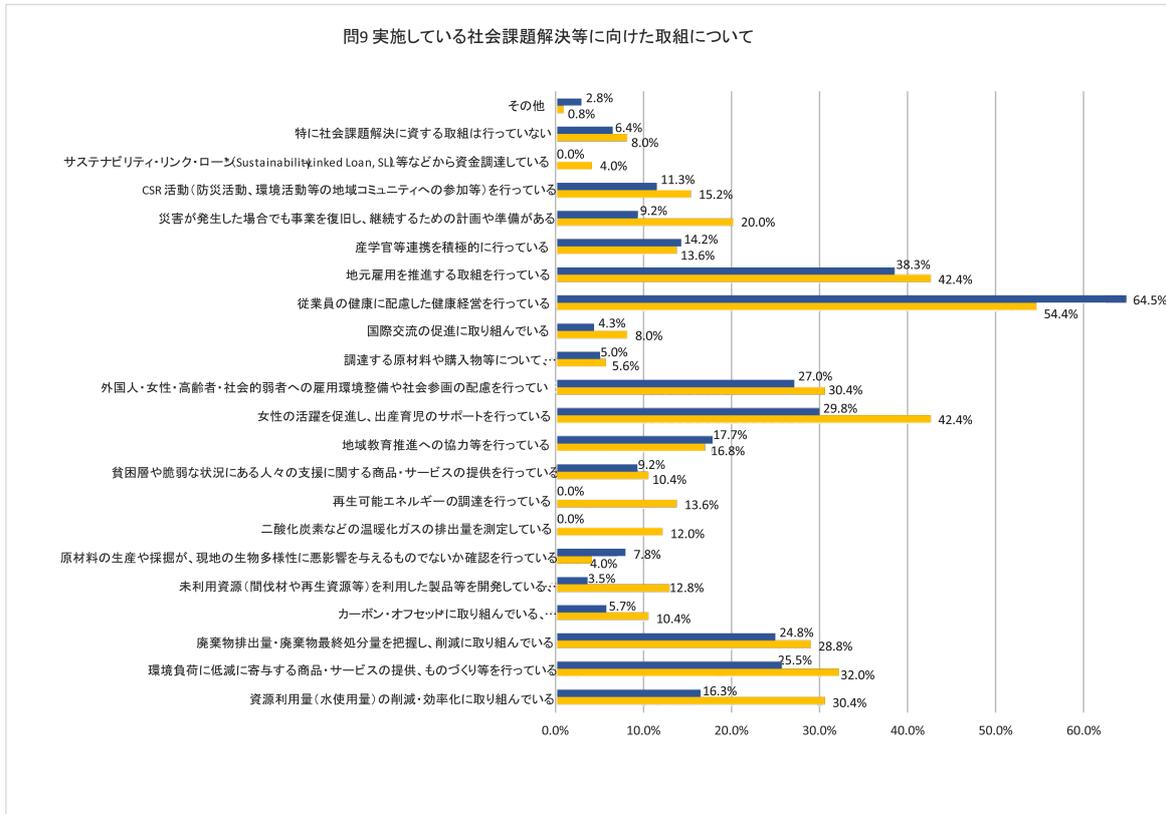


図 3.9 実施している社会課題解決等に向けた取組について

2022年調査(上のグラフ、有効回答数 141)、2024年調査(下のグラフ有効回答数 125)

4. 業種別の特徴について 北九州・京築中小企業調査より(2024年調査)

4. では、事業者の属性別で「SDGs に対する意義」「SDGs への具体的な対応状況」「今後取り組みを検討している SDGs の具体的な対応・アクション」「SDGs に取り組んだことによる効果」「実施している社会課題解決等に向けた取組」のクロス集計を行い、それらの結果をまとめた。

表 4.1 は、「SDGs に対応する意義」についての回答結果を業種別にまとめたものである。製造業で最も回答数が多かったのは、「企業の責任として重要」であり、29 件である。建設業で最も回答数が多かったのは、「企業の価値向上において重要」であり、11 件である。運輸業で最も回答数が多かったのは、「企業の価値向上において重要」であり、6 件である。卸売業で最も回答数が多かったのは、「企業の責任として重要」「企業の価値向上において重要」であり、ともに 8 件である。小売業で最も回答数が多かったのは、「企業の価値向上において重要」であり、9 件である。サービス業で最も回答数が多かったのは、「企業の責任として重要」

であり、9件である。業種によって多少の差はあるものの、SDGsに対応する意義として「企業の価値向上」「企業としての責任」をあげている企業が多い。

表 4.1 SDGs に対応する意義についての業種別回答

業種別 問5	製造業	建設業	運輸業	卸売業	小売業	サービス業	その他業種
新たな取引先の獲得などビジネスチャンスに資するもの	10	3	1	2	1	2	0
イノベーションのアイデア等で活用することで新商品・新サービス開発に役立つもの	8	1	0	2	1	4	2
企業の責任として重要	29	10	5	8	5	9	5
企業の価値向上において重要	24	11	6	8	9	4	4
社外ステークホルダー*との連携強化のために重要	9	3	3	2	1	1	1
リスク対策のため重要	6	2	2	2	0	0	0
取引先からの要請があり対応せざるを得ない	2	0	2	1	0	2	0
その他	2	1	1	2	0	0	0
SDGs に対応していないのでよくわからない	4	1	1	4	4	0	3

有効回答数 124

表 4.2 SDGs への具体的な対応状況についての業種別回答

業種別 問6	製造業	建設業	運輸業	卸売業	小売業	サービス業	その他業種
SDGs について理解するための情報収集・勉強等を行っている	16	3	2	3	2	4	3
SDGs のゴールに合わせて自社の取組をマッピングしている	3	2	0	2	1	2	0
SDGs への対応を自社の経営計画・事業計画等に盛り込んでいる	10	6	2	4	2	2	0
自社のブランディングや PR 等に活用している	9	6	2	0	2	2	1
SDGs を新規事業の立ち上げや新商品・新サービス開発等に活用している	9	1	0	2	1	1	0
従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる	15	7	4	7	5	5	2
本業以外（CSR 活動等）の取組を行っている	6	4	1	1	0	0	0
社員の人材育成に活用している	3	7	1	3	1	2	2
その他	3	1	1	0	1	1	0
SDGs には対応していないのでわからない	10	1	2	5	5	1	4

有効回答数 124

表 4.2 は、「SDGs への具体的な対応状況」についての回答結果を業種別にまとめたものである。製造業で最も回答数が多かったのは、「SDGs について理解するための情報収集・勉強等を行っている」であり、16件である。建設業で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」「社員の人材育成に活用している」であり、ともに7件である。運輸業で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」であり、4件である。卸売業で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」であり、7件である。小売業で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」「SDGs には対応していないのでわからない」であり、ともに5件である。サービス業で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」であり、5件である。

表 4.3 今後取り組みを検討している SDGs の具体的な対応・アクション
 についての業種別回答

業種別 問7	製造業	建設業	運輸業	卸売業	小売業	サービス業	その他業種
SDGs について理解するための情報収集・勉強等	14	6	1	4	3	3	4
SDGs のゴールに合わせた自社の取組のマッピング	8	3	1	5	1	0	0
SDGs への対応を自社の経営計画・事業計画等に反映	7	3	2	4	0	4	1
自社のブランディングや PR 等に活用	9	5	1	0	3	2	2
SDGs を新規事業の立ち上げや新商品・新サービス開発等に	9	2	0	3	1	3	0
本業を通じた社会課題解決の取組	16	5	5	7	4	5	4
本業以外 (CSR 活動等) での社会貢献等の取組	5	5	1	4	5	5	1
社員の人材育成に活用	10	3	3	3	1	2	4
その他	2	0	0	2	0	0	0
今後SDGs に取り組みたいと思わない	5	0	3	1	1	0	0

有効回答数 124

表 4.3 は、「今後取り組みを検討している SDGs の具体的な対応・アクション」についての回答結果を業種別にまとめたものである。製造業で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」であり、16 件である。建設業で最も回答数が多かったのは、「SDGs について理解するための情報収集・勉強等」であり、6 件である。運輸業で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」であり、5 件である。卸売業で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」であり、7 件である。小売業で最も回答数が多かったのは、「本業以外 (CSR 活動等) での社会貢献等の取組」であり、5 件である。サービス業で最も回答数が多かったのは、「本業以外 (CSR 活動等) での社会貢献等の取組」「本業を通じた社会課題解決の取組」であり、ともに 5 件である。

表 4.4 SDGs に取り組んだことによる効果についての業種別回答

業種別 問8	製造業	建設業	運輸業	卸売業	小売業	サービス業	その他業種
新規取引の増加	3	2	0	2	0	1	1
売上高の増加	3	2	0	1	1	1	0
企業利益の増加	2	2	1	2	1	3	0
従業員のモチベーションアップ	7	5	3	3	2	4	4
採用活動におけるプラスの効果	5	6	1	1	0	2	1
他社との差別化	11	5	2	3	2	4	1
社外ステークホルダーとの連携強化	7	3	1	3	2	1	1
新規事業立ち上げ、新商品・新サービス開発に繋がった	5	1	0	2	2	1	0
経営方針等の明確化	3	1	3	2	5	1	1
その他	3	2	1	0	0	0	1
SDGs に取り組んでいないのでわからない	10	1	2	5	5	0	3

有効回答数 124

表 4.4 は、「SDGs に取り組んだことによる効果」についての回答結果を業種別にまとめたものである。製造業で最も回答数が多かったのは、「他社との差別化」であり、11 件である。建設業で最も回答数が多かったのは、「採用活動におけるプラスの効果」であり、6 件である。運輸業で最も回答数が多かったのは、「従業員のモチベーションアップ」「経営方針等の明確

化」であり、ともに3件である。卸売業で最も回答数が多かったのは、「SDGsに取り組んでいないのでわからない」であり、5件である。小売業で最も回答数が多かったのは、「SDGsに取り組んでいないのでわからない」であり、5件である。サービス業で最も回答数が多かったのは、「従業員のモチベーションアップ」「他社との差別化」であり、4件である。

表 4.5 実施している社会課題解決等に向けた取組についての業種別回答

業種別 問9	製造業	建設業	運輸業	卸売業	小売業	サービス業	その他業種
資源利用量（水使用量）の削減・効率化に取り組んでいる	11	1	4	3	9	4	4
環境負荷に低減に寄与する商品・サービスの提供、ものづくり等を行っている	20	5	1	5	3	2	2
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	14	5	2	5	3	2	4
カーボン・オフセット*に取り組んでいる、 またはカーボン・オフセットの商品やサービスを購入・使用している	5	2	2	1	1	2	0
未利用資源（間伐材や再生資源等）を利用した製品等を開発している、 または同製品を積極的に購入、使用している	8	2	1	3	0	2	0
原材料の生産や採掘が、現地の生物多様性に悪影響を与えるものでないか確認を行っている	2	1	0	2	0	0	0
二酸化炭素などの温暖化ガスの排出量を測定している	4	2	2	3	0	1	3
再生可能エネルギーの調達を行っている	3	3	1	4	1	4	1
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	3	1	0	4	2	1	2
地域教育推進への協力等を行っている	3	5	3	6	1	3	0
女性の活躍を促進し、出産育児のサポートを行っている	21	5	2	5	6	4	6
外国人・女性・高齢者・社会的弱者への雇用環境整備や社会参画の配慮を行っている	15	7	2	5	3	5	1
調達する原材料や購入物等について、 認証品（フェアトレード、オーガニック、森林認証、漁業認証等）の活用を指向している	2	1	1	2	1	0	0
国際交流の促進に取り組んでいる	4	0	1	3	1	1	0
従業員の健康に配慮した健康経営を行っている	25	8	8	7	7	5	5
地元雇用を推進する取組を行っている	19	2	5	9	8	5	3
産学官等連携を積極的に行っている	5	3	0	3	1	4	0
災害が発生した場合でも事業を復旧し、継続するための計画や準備がある	10	4	1	3	2	3	2
CSR活動（防災活動、環境活動等の地域コミュニティへの参加等）を行っている	8	4	2	3	0	0	2
サステナビリティ・リンク・ローン*（Sustainability-Linked Loan, SLL）等 などから資金調達している	1	0	2	1	0	1	0
特に社会課題解決に資する取組は行っていない	7	0	0	1	0	0	2
その他	0	0	0	0	0	0	0

有効回答数 124

表 4.5 は、「実施している社会課題解決等に向けた取組」についての回答結果を業種別にまとめたものである。製造業で最も回答数が多かったのは、「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」であり、25件である。建設業で最も回答数が多かったのは、「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」であり、8件である。運輸業で最も回答数が多かったのは、「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」であり、8件である。卸売業で最も回答数が多かったのは、「地元雇用を推進する取組を行っている」であり、9件である。小売業で最も回答数が多かったのは、「資源利用量（水使用量）の削減・効率化に取り組んでいる」であり、9件である。サービス業で最も回答数が多かったのは、「外国人・女性・高齢者・社会的弱者への雇用環境整備や社会参画の配慮を行っている」「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」「地元雇用を推進する取組を行っている」であり、いずれも5件である。

表 4.6 SDGs に対応する意義についての従業員数別回答

従業員数別 問5	5人以下	6~20人以下	21~50人以下	41~100人以下	101~300人以下	301人以上
新たな取引先の獲得などビジネスチャンスに資するもの	0	4	6	5	2	2
イノベーションのアイデア等で活用することで新商品・新サービス開発に役立つもの	0	5	5	4	2	2
企業の責任として重要	0	15	22	15	11	8
企業の価値向上において重要	0	14	24	13	10	5
社外ステークホルダー*との連携強化のために重要	0	4	3	5	5	3
リスク対策のため重要	0	3	3	2	2	2
取引先からの要請があり対応せざるを得ない	0	4	3	0	0	0
その他	0	3	0	2	0	0
SDGs に対応していないのでよくわからない	1	6	11	3	1	0

有効回答数 124

表 4.6 は「SDGs に対応する意義」についての回答結果を従業員数別にまとめたものである。

「5 人以下」の事業者の回答は、「SDGs に対応していないのでよくわからない」の 1 件のみである。「6~20 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業の責任として重要」であり、15 件である。「21~50 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業の価値向上において重要」であり、24 件である。「41~100 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業の責任として重要」であり、15 件である。「101~300 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業の責任として重要」であり、11 件である。「301 人以上」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業の責任として重要」であり、8 件である。

表 4.7 SDGs への具体的な対応状況についての従業員数別回答

従業員数別 問6	5人以下	6~20人以下	21~50人以下	41~100人以下	101~300人以下	301人以上
SDGs について理解するための情報収集・勉強等を行っている	0	5	11	9	4	4
SDGs のゴールに合わせて自社の取組をマッピングしている	0	2	1	3	2	2
SDGs への対応を自社の経営計画・事業計画等に盛り込んでいる	0	5	8	7	4	2
自社のブランディングや PR 等に活用している	0	5	7	4	4	2
SDGs を新規事業の立ち上げや新商品・新サービス開発等に活用している	0	3	2	4	3	2
従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる	0	10	15	6	11	3
本業以外 (CSR 活動等) の取組を行っている	0	2	4	4	1	1
社員の人材育成に活用している	0	8	5	3	1	2
その他	0	2	0	3	1	1
SDGs には対応していないのでわからない	1	9	10	6	1	1

有効回答数 124

表 4.7 は、「SDGs への具体的な対応状況」についての回答結果を従業員数別にまとめたものである。「5 人以下」の事業者の回答は、「SDGs には対応していないのでわからない」の 1 件のみである。「6~20 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」であり、10 件である。「21~50 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」であり、15 件である。「41~100 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「SDGs について理解するための情報収集・勉強等を行っている」であり、9 件である。「101~300 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」であり、11 件である。「301 人以上」の事業者で最も回答数が多かったのは、「SDGs について理解するための情報収集・勉強等を行っている」であり、4 件である。

表 4.8 今後取り組みを検討している SDGs の具体的な対応・アクション
 についての従業員数別回答

従業員数別 問7	5人以下	6～20人以下	21～50人以下	41～100人以下	101～300人以下	301人以上
SDGs について理解するための情報収集・勉強等	0	12	7	6	6	4
SDGs のゴールに合わせた自社の取組のマッピング	0	6	3	6	2	1
SDGs への対応を自社の経営計画・事業計画等に反映	0	7	4	5	2	3
自社のブランディングや PR 等に活用	0	6	2	5	5	4
SDGs を新規事業の立ち上げや新商品・新サービス開発等に活用	0	4	5	5	3	1
本業を通じた社会課題解決の取組	0	9	15	9	8	5
本業以外（CSR 活動等）での社会貢献等の取組	0	4	12	3	5	2
社員の人材育成に活用	0	7	7	4	3	5
その他	0	1	2	1	0	0
今後SDGs に取り組みたいと思わない	0	3	5	2	0	0

有効回答数 124

表 4.8 は、「今後取り組みを検討している SDGs の具体的な対応・アクション」についての回答結果を従業員数別にまとめたものである。「6～20 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「SDGs について理解するための情報収集・勉強等」であり、12 件である。「21～50 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」であり、15 件である。「41～100 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」であり、9 件である。「101～300 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」であり、8 件である。「301 人以上」の事業者で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」「社員の人材育成に活用」であり、ともに 5 件である。

表 4.9 SDGs に取り組んだことによる効果についての従業員数別回答

従業員数別 問8	5人以下	6～20人以下	21～50人以下	41～100人以下	101～300人以下	301人以上
新規取引の増加	0	2	4	1	0	2
売上高の増加	0	1	4	0	3	0
企業利益の増加	0	4	2	2	2	1
従業員のモチベーションアップ	0	11	10	5	0	2
採用活動におけるプラスの効果	0	4	4	3	1	4
他社との差別化	0	8	11	4	3	2
社外ステークホルダーとの連携強化	0	6	2	7	1	2
新規事業立ち上げ、新商品・新サービス開発に繋がった	0	3	1	4	2	1
経営方針等の明確化	0	4	1	4	4	3
その他	0	3	2	1	1	0
SDGs に取り組んでいないのでわからない	1	6	10	6	3	0

有効回答数 124

表 4.9 は、「SDGs に取り組んだことによる効果」についての回答結果を従業員数別にまとめたものである。「5 人以下」の事業者の回答は、「SDGs に取り組んでいないのでわからない」の 1 件のみである。「6～20 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従業員のモチベーションアップ」であり、11 件である。「21～50 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「他社との差別化」であり、11 件である。「41～100 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「社外ステークホルダーとの連携強化」であり、7 件である。「101～

300 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「経営方針等の明確化」であり、4 件である。「301 人以上」の事業者で最も回答数が多かったのは、「採用活動におけるプラスの効果」であり、4 件である。

表 4.10 実施している社会課題解決等に向けた取組についての従業員数別回答

従業員数別 問9	5人以下	6～20人以下	21～50人以下	41～100人以下	101～300人以下	301人以上
資源利用量（水使用量）の削減・効率化に取り組んでいる	0	6	12	8	7	3
環境負荷に低減に寄与する商品・サービスの提供、ものづくり等を行っている	0	10	11	8	6	3
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	0	8	12	9	4	2
カーボン・オフセット*に取り組んでいる、 またはカーボン・オフセットの商品やサービスを購入・使用している	0	5	3	2	3	0
未利用資源（間伐材や再生資源等）を利用した製品等を開発している、 または同製品を積極的に購入、使用している	0	3	3	3	4	3
原材料の生産や採掘が、現地の生物多様性に悪影響を与えるものでないか確認を行っている	0	2	2	1	0	0
二酸化炭素などの温暖化ガスの排出量を測定している	0	5	2	5	1	2
再生可能エネルギーの調達を行っている	0	8	3	2	1	3
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	0	3	4	4	1	1
地域教育推進への協力等を行っている	0	7	7	3	2	2
女性の活躍を促進し、出産育児のサポートを行っている	0	9	11	11	11	7
外国人・女性・高齢者・社会的弱者への雇用環境整備や社会参画の配慮を行っている	0	6	14	8	6	4
調達する原材料や購入物等について、 認証品（フェアトレード、オーガニック、森林認証、漁業認証等）の活用を指向している	0	3	2	1	0	1
国際交流の促進に取り組んでいる	0	3	1	4	1	1
従業員の健康に配慮した健康経営を行っている	0	20	20	12	7	6
地元雇用を推進する取組を行っている	0	11	13	9	11	7
産学官等連携を積極的に行っている	0	2	4	4	4	2
災害が発生した場合でも事業を復旧し、継続するための計画や準備がある	0	5	7	5	3	5
CSR 活動（防災活動、環境活動等の地域コミュニティへの参加等）を行っている	0	4	6	3	2	4
サステナビリティ・リンク・ローン*（Sustainability-Linked Loan, SLL）等 などから資金調達している	0	0	2	1	0	2
特に社会課題解決に資する取組は行っていない	0	3	0	1	0	0
その他	0	0	6	0	0	0

有効回答数 124

表 4.10 は、「実施している社会課題解決等に向けた取組」についての回答結果を従業員数別にまとめたものである。「6～20 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」であり、20 件である。「21～50 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」であり、20 件である。「41～100 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」であり、12 件である。「101～300 人以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「女性の活躍を促進し、出産育児のサポートを行っている」「地元雇用を推進する取組を行っている」であり、ともに 11 件である。「301 人以上」の事業者で最も回答数が多かったのは、「女性の活躍を促進し、出産育児のサポートを行っている」「地元雇用を推進する取組を行っている」であり、7 件である。

表 4.11 SDGs に対応する意義についての業歴別回答

業歴別 問5	3年未満	4～10年以下	11～30年以下	31～50年以下	51～100年以下	101年以上
新たな取引先の獲得などビジネスチャンスに資するもの	0	1	5	5	8	0
イノベーションのアイデア等で活用することで新商品・新サービス開発に役立つもの	0	2	4	6	6	0
企業の責任として重要	0	3	16	15	35	2
企業の価値向上において重要	0	4	15	17	28	2
社外ステークホルダー*との連携強化のために重要	0	2	4	5	8	1
リスク対策のため重要	0	0	3	1	8	0
取引先からの要請があり対応せざるを得ない	0	1	3	2	1	0
その他	0	0	2	2	1	0
SDGs に対応していないのでよくわからない	0	0	2	4	15	1

有効回答数 124

表 4.11 は、「SDGs に対応する意義」についての回答結果を業歴別にまとめたものである。「4～10 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業の価値向上において重要」であり、4 件である。「11～30 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業の責任として重要」であり、16 件である。「31～50 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業の価値向上において重要」であり、17 件である。「51～100 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業の責任として重要」であり、35 件である。「101 年以上」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業の責任として重要」「企業の価値向上において重要」であり、ともに 2 件である。

表 4.12 SDGs への具体的な対応状況についての業歴別回答

業歴別 問6	3年未満	4～10年以下	11～30年以下	31～50年以下	51～100年以下	101年以上
SDGs について理解するための情報収集・勉強等を行っている	0	1	9	6	17	0
SDGs のゴールに合わせて自社の取組をマッピングしている	0	0	3	2	5	0
SDGs への対応を自社の経営計画・事業計画等に盛り込んでいる	0	0	7	7	12	0
自社のブランディングや PR 等に活用している	0	1	4	9	8	0
SDGs を新規事業の立ち上げや新商品・新サービス開発等に活用している	0	1	2	3	8	0
従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる	0	4	10	8	21	2
本業以外 (CSR 活動等) の取組を行っている	0	0	3	2	6	1
社員の人材育成に活用している	0	0	9	5	5	0
その他	0	0	1	2	4	0
SDGs には対応していないのでわからない	0	0	4	6	17	1

有効回答数 124

表 4.12 は、「SDGs への具体的な対応状況」についての回答結果を業歴別にまとめたものである。「4～10 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」であり、4 件である。「11～30 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」であり、10 件である。「31～50 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「自社のブランディングや PR 等に活用している」であり、9 件である。「51～100 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」であり、21 件である。「101 年以上」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」であり、2 件である。

表 4.13 今後取り組みを検討している SDGs の具体的な対応・アクション
 についての業歴別回答

業歴別 問7	3年未満	4～10年以下	11～30年以下	31～50年以下	51～100年以下	101年以上
SDGs について理解するための情報収集・勉強等	0	1	9	5	20	0
SDGs のゴールに合わせた自社の取組のマッピング	0	1	5	3	9	0
SDGs への対応を自社の経営計画・事業計画等に反映	0	1	6	6	8	0
自社のブランディングや PR 等に活用	0	1	3	4	13	1
SDGs を新規事業の立ち上げや新商品・新サービス開発等に活用	0	2	3	7	6	0
本業を通じた社会課題解決の取組	0	2	11	8	23	2
本業以外（CSR 活動等）での社会貢献等の取組	0	2	8	5	9	2
社員の人材育成に活用	0	2	7	6	10	1
その他	0	0	0	0	4	0
今後SDGs に取り組みたいと思わない	0	0	0	4	5	1

有効回答数 124

表 4.13 は、「今後取り組みを検討している SDGs の具体的な対応・アクション」についての回答結果を業歴別にまとめたものである。「4～10 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「SDGs を新規事業の立ち上げや新商品・新サービス開発等に活用」「本業を通じた社会課題解決の取組」「本業以外（CSR 活動等）での社会貢献等の取組」「社員の人材育成に活用」であり、いずれも 2 件である。「11～30 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」であり、11 件である。「31～50 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」であり、8 件である。「51～100 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」であり、23 件である。「101 年以上」の事業者で最も回答数が多かったのは、「本業を通じた社会課題解決の取組」「本業以外（CSR 活動等）での社会貢献等の取組」であり、ともに 2 件である。

表 4.14 SDGs に取り組んだことによる効果についての業歴別回答

業歴別 問8	3年未満	4～10年以下	11～30年以下	31～50年以下	51～100年以下	101年以上
新規取引の増加	0	0	5	1	3	0
売上高の増加	0	0	1	3	4	0
企業利益の増加	0	0	2	1	7	1
従業員のモチベーションアップ	0	1	10	8	9	0
採用活動におけるプラスの効果	0	1	3	3	9	0
他社との差別化	0	2	6	7	12	1
社外ステークホルダーとの連携強化	0	2	4	4	8	0
新規事業立ち上げ、新商品・新サービス開発に繋がった	0	1	2	2	6	0
経営方針等の明確化	0	1	4	2	8	1
その他	0	0	1	3	2	1
SDGs に取り組んでいないのでわからない	0	1	3	4	18	0

有効回答数 124

表 4.14 は、「SDGs に取り組んだことによる効果」についての回答結果を業歴別にまとめたものである。「4～10 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「他社との差別化」「社外ステークホルダーとの連携強化」であり、ともに 2 件である。「11～30 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従業員のモチベーションアップ」であり、10 件である。「31～50 年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従業員のモチベーションアップ」であ

り、8件である。「51～100年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「SDGsに取り組んでいないのでわからない」であり、18件である。「101年以上」の事業者で最も回答数が多かったのは、「企業利益の増加」「他社との差別化」「経営方針等の明確化」であり、いずれも1件である。

表 4.15 実施している社会課題解決等に向けた取組についての業歴別回答

業歴別 問9	3年未満	4～10年以下	11～30年以下	31～50年以下	51～100年以下	101年以上
資源利用量（水使用量）の削減・効率化に取り組んでいる	0	2	9	7	16	2
環境負荷に低減に寄与する商品・サービスの提供、ものづくり等を行っている	0	3	8	6	21	0
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	0	1	8	10	14	2
カーボン・オフセット*に取り組んでいる、またはカーボン・オフセットの商品やサービスを購入・使用している	0	0	1	7	5	0
未利用資源（間伐材や再生資源等）を利用した製品等を開発している、または同製品を積極的に購入、使用している	0	1	4	3	8	0
原材料の生産や採掘が、現地の生物多様性に悪影響を与えるものでないか確認を行っている	0	0	2	1	2	0
二酸化炭素などの温暖化ガスの排出量を測定している	0	0	4	2	9	0
再生可能エネルギーの調達を行っている	0	0	5	3	9	0
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	0	0	7	2	4	0
地域教育推進への協力等を行っている	0	0	7	3	11	0
女性の活躍を促進し、出産育児のサポートを行っている	0	3	9	9	26	2
外国人・女性・高齢者・社会的弱者への雇用環境整備や社会参画の配慮を行っている	0	2	11	7	17	1
調達する原材料や購入物等について、認証品（フェアトレード、オーガニック、森林認証、漁業認証等）の活用を指向している	0	0	2	1	4	0
国際交流の促進に取り組んでいる	0	1	5	2	2	0
従業員の健康に配慮した健康経営を行っている	0	1	17	15	31	1
地元雇用を推進する取組を行っている	0	5	12	8	25	1
産学官等連携を積極的に行っている	0	1	2	3	9	1
災害が発生した場合でも事業を復旧し、継続するための計画や準備がある	0	1	4	3	17	0
CSR活動（防災活動、環境活動等の地域コミュニティへの参加等）を行っている	0	0	4	3	11	1
サステナビリティ・リンク・ローン*（Sustainability-Linked Loan, SLL）等 などから資金調達している	0	0	2	1	2	0
特に社会課題解決に資する取組は行っていない	0	0	0	5	4	1
その他	0	0	0	0	0	0

有効回答数 124

表 4.15 は、「実施している社会課題解決等に向けた取組」についての回答結果を業歴別にまとめたものである。「4～10年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「地元雇用を推進する取組を行っている」であり、5件である。「11～30年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」であり、17件である。「31～50年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」であり、15件である。「51～100年以下」の事業者で最も回答数が多かったのは、「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」であり、31件である。「101年以上」の事業者で最も回答数が多かったのは、「資源利用量（水使用量）の削減・効率化に取り組んでいる」「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」「女性の活躍を促進し、出産育児のサポートを行っている」であり、いずれも2件である。

これらの集計結果から以下のような特徴が確認される。

「SDGs に対応する意義」の回答では、業種別、従業員数別、業歴別とも「企業の責任として重要」「企業の価値向上において重要」の回答が多い。

「SDGs への具体的な対応状況」の回答では、業種別、従業員数別、業歴別とも、「従来から継続して本業を通じて社会課題解決に取り組んでいる」の回答が多い。

「今後取り組みを検討している SDGs の具体的な対応・アクション」の回答では、業種別、従業員数別、業歴別とも、「本業を通じた社会課題解決の取組」の回答が多い。

「SDGs に取り組んだことによる効果」の回答では、業種別、従業員数別、業歴別とも回答にばらつきがあることから、SDGs に取り組んだことによる効果はそれぞれの事業者によって異なる可能性がある。ただし、いずれの場合も「従業員のモチベーションアップ」「他社との差別化」の回答は多い。

「実施している社会課題解決等に向けた取組」の回答では、業種別では従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」「地元雇用を推進する取組を行っている」の回答が多い。また、「資源利用量（水使用量）の削減・効率化に取り組んでいる」「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」の回答は製造業が多い。従業員数別では、「6～20 人以下」「21～50 人以下」「41～100 人以下」の事業者が「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」の回答が多く、「101～300 人以下」「301 人以上」の事業者では、「女性の活躍を促進し、出産育児のサポートを行っている」「地元雇用を推進する取組を行っている」の回答が多い。このことから、従業員数の規模により、取り組み内容が異なる可能性がある。業種別では「11～30 年以下」「31～50 年以下」「51～100 年以下」の多くの事業者が「従業員の健康に配慮した健康経営を行っている」を回答している。

5. 英国中小企業調査との比較検討

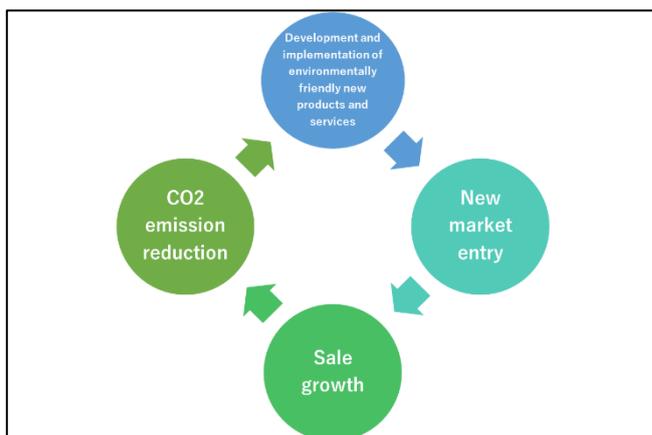
(1) 欧州企業のサステナビリティへの取り組み

企業における脱炭素をはじめとした環境・社会のサステナビリティ（持続可能性）を追求する取り組みは欧州が先行している。

2011 年に「企業の社会的責任に関する EU 戦略 2011-14」採択、2014 年に「非財務報告指令 (NFRD: Non-Financial Reporting Directive)」発効、2023 年「企業持続可能性報告指令 (CSRD: Corporate social responsibility directive)」発効と、企業の「非財務情報」の開示を促進することで、ESG 投資や気候変動等に対する責任ある企業経営を促し、新しい市場の構築を目指している。

Manabe (2023) は、英国中小企業に対するサステナビリティへの取組み等を尋ねたアンケート結果²を統計的に分析した結果、環境負荷を低減する新商品やサービスを開発し、新たな市場に参入できたと回答した企業は、売上を拡大すると同時に二酸化炭素排出量の削減が図られたとの回答との間に相関が見られたことから、この SME's "Sustainability Loop"が中小企業の持続可能性への貢献にとって重要であると結論づけた。一方で、従業員に地域でのボランティア活動などの社会的行動を促していると回答した企業は、温暖化ガス排出削減と逆相関が見られた [Manabe, 2023] 『How to achieve sustainability for both SME's and the planet～ From the survey of 1,000 UK SME's 』, University of Winchester MBA Disertation, Kazuhiro Manabe, 2023。

図 5.1 SME's "Sustainability Loop"



(出所) Manabe, 2023

(2) 英国調査からみる脱炭素達成企業とは

IPCC (気候変動に関する政府間パネル) は 2023 年 4 月に発表した第 6 次評価報告書で 2035 年までに温暖化ガス排出量を 2019 年比で 60%削減が必要であると指摘した。2024 年にアゼルバイジャンで開催された COP29 では、途上国への資金提供などが議論され、改めて温室効果ガス排出削減目標を強化することが確認された。2024 年 12 月に政府が発表した第 7 次エネルギー基本計画案では、再生可能エネルギーの導入などの取組みを促進し 2040 年における温暖化ガス排出を 2013 年度比で 72%削減と野心的な数値が示されている。温暖化ガス排出はそのほとんどを産業セクターから排出されており³、その削減には企業が大きな役割と責任を負っていることは言うまでもない。

ここでは、前述の英国調査のデータを用い、企業が脱炭素を推進するためには何が必要なのかを明らかにする。リサーチクエスチョンを「脱炭素を達成できている企業はどのような企業か?」と設定し、重回帰分析により相関を確認した。従属変数を、『過去 12 か月間で貴社の二酸化炭素排出量は減少したか(C6)』、その他の項目を独立変数に設定した。多くの独立変数の中から特に相関が強い変数から明らかになったことは以下の 3 点であった。

- ① 『ビジネスの将来について意思決定をするとき、どのくらいの頻度で環境への影響を考慮しますか?(C1)』に対して、「いつも」「時々」と回答した企業は、温暖化ガスの排出を減らしている。
- ② 『環境への影響を減らすために、新しい市場への参入を支援した(C11_6)』と回答した企業は、温暖化ガスの排出を減らしている。
- ③ 『ビジネスの将来について意思決定をするとき、社会やコミュニティへの影響をどのくらい考慮しますか?(D1)』に対して「いつも」「時々」と回答した企業は、温暖化ガス排出を減らすことができていない。

表 5.1 重回帰分析結果

従属変数 C6		非標準化係数		標準化係数	t 値	有意確率	共線性の統計量	
		B	標準誤差	ベータ			許容度	VIF
独立変数	内容	1.396	0.287		4.867	<.001		
C1	意思決定に対する環境考慮	0.249	0.069	0.304	3.62	<.001	0.471	2.122
C11_6	新しい市場への参入を支援	0.263	0.073	0.244	3.628	<.001	0.737	1.357
D1	意思決定に対する社会やコミュニティへの影響考慮	-0.31	0.064	-0.39	-4.869	<.001	0.517	1.935

従属変数 C6					
モデル	R	R2 乗	調整済み R2 乗	推定値の標準誤差	有意確率
14	0.788	0.621	0.581	0.316	<.001

(3) 北九州・京築中小企業調査との比較

英国中小企業の脱炭素達成への鍵が確認できたところで、わが国の中小企業との比較を試みてみたい。今回の調査では、『実施している社会課題解決等に向けた取り組みについて(問9)』を尋ねた調査において(複数回答、n=123)、『カーボン・オフセット⁴に取り組んでいる、またはカーボン・オフセットの商品やサービスを購入・使用している』と回答した企業は13社、10.1%、『二酸化炭素などの温暖化ガスの排出量を測定している』は15社、12.2%、『再生可能エネルギーの調達を行っている』は17社、13.8%と、企業の脱炭素化に直接的に貢献すると考えられる取り組みを実施している企業はそれほど多くなく、脱炭素への取り組みは脆弱だと言わざるを得ない。

一方で、『従業員の健康に配慮した健康経営を行っている』68社、55.3%、『女性の活躍を促進し、出産育児のサポートを行っている』53社、43.1%、『地元雇用を推進する取組を行っている』53社、43.1%と、従業員の採用や処遇、健康に関する項目について取り組んでいると回答している企業は比較的多かった。

アンケート様式や質問項目のみならず、文化や価値観などが異なるため、単純に比較はできない。しかし、英国調査では、脱炭素の達成に対しては脱炭素に貢献する新規事業や新商品の開発と市場への投入が強く関係していたことに対して、日本企業では、従業員満足⁵に関する項目が重視される傾向が強く、英国調査のような傾向をうかがえる結果ではなかったと言えるだろう。

6. おわりに

SDGs が国際舞台に登場して10年が経過した。この間、世界各地で多くのステークホルダーが環境、社会、経済の持続可能性を追求するために多くの努力が行われてきた。しかしながら、その取り組みは必ずしも成果を見ることができているわけではない。温暖化ガス排出量は増加し続け、地球の平均気温は単年ではあるが2024年は1.5℃を上回った。海洋では酸性化が進み、夥しい量のマイクロプラスチックが浮遊している。伐採や山火事の高発により森林面積が減少し、生物多様性の担保も危ぶまれている。加えて、世界各地で戦争紛争が解消する見込みは薄い。

これらのグローバルな課題に対して企業が負う責任は小さくない。もちろん大企業にとどまらず中小企業も同様である。これまでの経済的な価値を追求する企業活動からの大胆な変革が迫られている現状がある。しかし、いざ取り組むとなるとその道のりは険しい。特に中小企業においては、資金や人的資源などの不足から必ずしも容易ではない。

本研究では、北九州・京築地区に立地する中小企業に SDGs に対する取り組み状況をたずねたアンケート結果から、取り組みの現状と課題を明らかにしようと試みた。多くの企業で SDGs に資する取り組みが行われているものの、一時期のような「SDGs 大合唱」が影を潜めつつある様子がうかがえる結果となった。また、その取り組みは、脱炭素や自然環境保護に関するものではなく、従業員満足や女性活躍推進など人的資本に関わるものが目立つ現状が明らかになった。もちろん、業種等によって状況は異なるため、慎重な解釈を要するものの、英国調査と比較しても異なる様相がうかがえる結果となった。

今後、企業経営において SDGs を更に推進するならば、①具体的取り組みにおける優良事例を見出す、②脱炭素など、SDGs に資する新商品・サービスが必要な市場を創出する、③「トリプルボトムライン「経済面」のみならず「環境面」「社会面」に配慮すること。」を企業経営において実践できる人材育成、の3点が重要であると考えられる。刻々と変化する世界情勢、環境をみながら、今後の調査研究を進めていきたい。

最後に、前回、今回とアンケート調査を実施していただいた政策金融公庫北九州支店の皆様には感謝申し上げます。また、アンケートにご回答いただきました企業様、厚く御礼申し上げます。

(本学 経済学部 教授 牛房 義明)

(本学 大学院マネジメント研究科 教授 松永 裕己)

(本学 基盤教育センター 教授 眞鍋 和博)

(本学 環境技術研究所 特任研究員 李 欣悦)

(本学 経済学部経済学科3年 坂本 大城)

[注]

¹ 牛房義明・松永裕己・眞鍋和博 (2022) 「北九州市内企業の SDGs の取り組みに関する予備的調査」『地域戦略研究所紀要』7、pp.19-34。

² *The State of Small Business Britain 2022: From Crisis to Crisis* は、2022 年に実施された英国中小企業約 1000 社を対象に企業のサステナビリティへの取り組み等を尋ねたアンケート調査であり、本調査に関する総合的な分析結果は The Enterprise Research Centre (ERC) から公開されている。

³ 環境省の調査によると、産業セクター以外の家庭部門からの排出は 16%程度。

⁴ 日常生活や経済活動において避けることができない CO2 等の温室効果ガスの排出について、まずできるだけ排出量が減るよう削減努力を行い、どうしても排出される温室効果ガスについて、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資すること等により、排出される温室効果ガスを埋め合わせるという考え方（環境省）

⁵ Employee Satisfaction(ES)とは、職務内容、待遇、労働環境、福利厚生など、従業員の仕事や職場に対する満足度を表す指標。

STUDIES
OF
INSTITUTE FOR
REGIONAL STRATEGY
CONTENTS

Initiatives toward the SDGs as seen in a survey of SME's in Kitakyushu
and Keichiku district

Yoshiaki USHIFUSA, Hiromi MATSUNAGA, Kazuhiro MANABE 21
Xinyue LI, Daiki SAKAMOTO

No. 10
March 2025
INSTITUTE FOR REGIONAL STRATEGY
THE UNIVERSITY OF KITAKYUSHU
KITAKYUSHU CITY, JAPAN