

令和5(2023)年度 とちぎSDGs推進企業登録制度 進捗状況等調査アンケート結果

1 調査目的

『とちぎSDGs推進企業登録制度実施要領（令和5年4月1日施行）』第8条に基づき、SDGs登録企業に対し、県が実施するSDGs目標達成に向けた取組の進捗状況等調査を実施したものです。

なお、調査アンケート結果については、企業等のSDGs目標達成に向け、今後の施策に反映するための基礎資料として参考にさせていただきます。

2 調査概要

(1) 調査対象者

令和5(2023)年3月までに、とちぎSDGs推進企業登録をした者（666者）

(2) 調査期間

令和5(2023)年7月13日～8月7日

(3) 調査方法

公益財団法人栃木県産業振興センターより周知、栃木県電子申請システムにより回答。

3 回答者属性

回答数 255者（38.3%）

回答企業等の従業員規模、業種については次頁参照。

(注)

(1) 調査結果に使われる「n」は、各設問に対する回答数です。

(2) 割合を百分率（%）で表示する場合は、小数点第2位を四捨五入し、少数第1位まで表示。四捨五入の結果、合計が100%にならないことがあります。

(3) 「複数選択可」の質問は、原則として回答選択数を3個に制限しておりますが、4つ以上選択された回答者もいるため、回答数に関わりなく全ての回答を集計しております。

(4) 自由記述項目については、句読点、送り仮名、文体等を修正している場合があります。



とちぎSDGs推進企業登録マーク

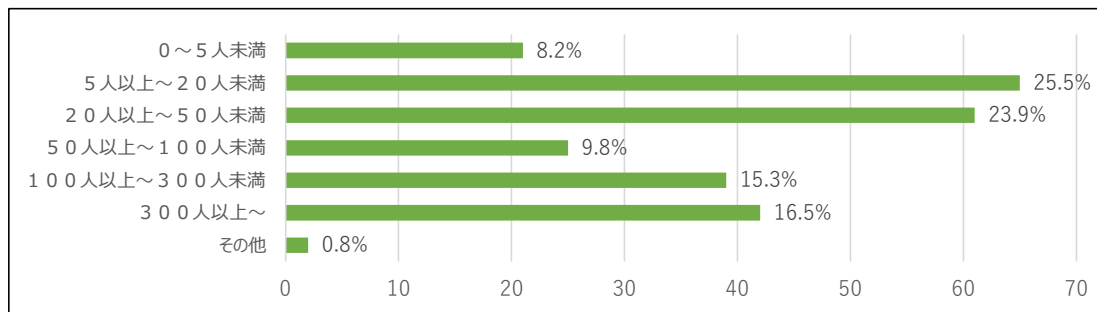
4 調査結果

問1 従業員数

■従業員数は、「5人以上～20人未満」の割合が最も高く(25.5%)、次いで「20人以上～50人未満」(23.9%)、「300人以上～」(16.5%)という順となった。

	構成比	回答数
0～5人未満	8.2%	21
5人以上～20人未満	25.5%	65
20人以上～50人未満	23.9%	61
50人以上～100人未満	9.8%	25
100人以上～300人未満	15.3%	39
300人以上～	16.5%	42
その他	0.8%	2

(n = 255)



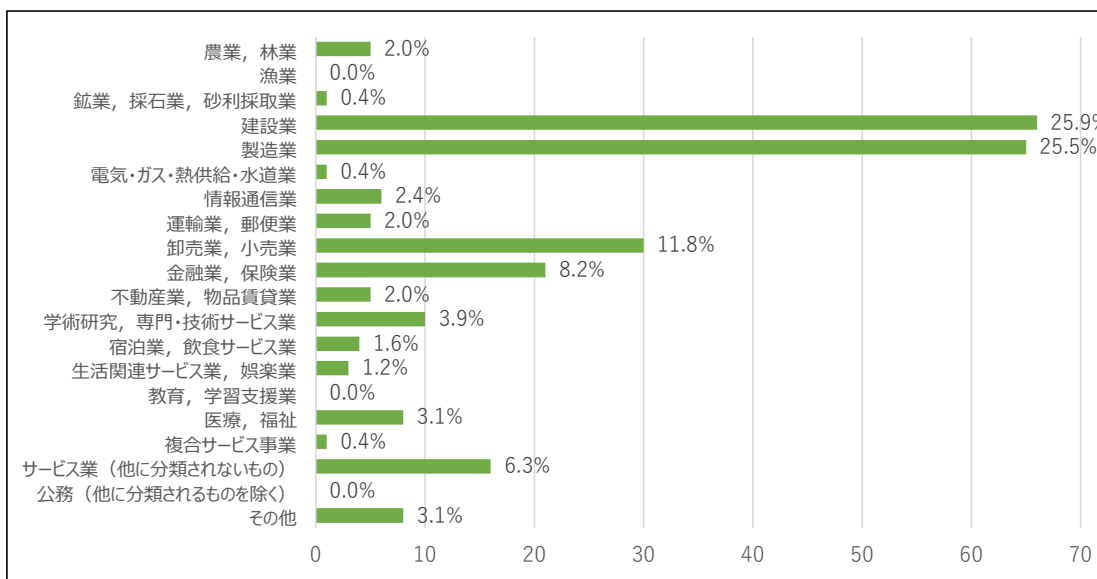
問2 業種

■業種は、「建設業」の割合が最も高く(25.9%)、2番目の「製造業」(25.5%)と合わせて 総回答者数の半分以上の割合を占めた。

次いで割合が高いのは「卸売業, 小売業(11.8%)」となった。

	構成比	回答数
農業, 林業	2.0%	5
漁業	0.0%	0
鉱業, 採石業, 砂利採取業	0.4%	1
建設業	25.9%	66
製造業	25.5%	65
電気・ガス・熱供給・水道業	0.4%	1
情報通信業	2.4%	6
運輸業, 郵便業	2.0%	5
卸売業, 小売業	11.8%	30
金融業, 保険業	8.2%	21
不動産業, 物品賃貸業	2.0%	5
学術研究, 専門・技術サービス業	3.9%	10
宿泊業, 飲食サービス業	1.6%	4
生活関連サービス業, 娯楽業	1.2%	3
教育, 学習支援業	0.0%	0
医療, 福祉	3.1%	8
複合サービス事業	0.4%	1
サービス業 (他に分類されないもの)	6.3%	16
公務 (他に分類されるものを除く)	0.0%	0
その他	3.1%	8

(n = 255)

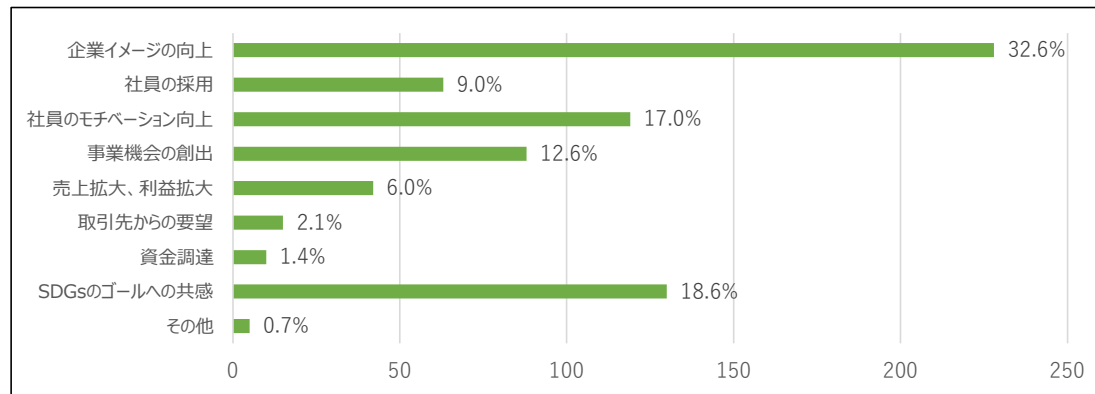


問3 SDGsの取組を推進しようと考えた理由を教えてください。(複数選択可)

■「企業イメージの向上」の割合が最も高く(32.6%)、次いで「SDGsのゴールへの共感」(18.6%)、「社員モチベーションの向上」(17.0%)という順となった。

	構成比	回答数
企業イメージの向上	32.6%	228
社員の採用	9.0%	63
社員のモチベーション向上	17.0%	119
事業機会の創出	12.6%	88
売上拡大、利益拡大	6.0%	42
取引先からの要望	2.1%	15
資金調達	1.4%	10
SDGsのゴールへの共感	18.6%	130
その他	0.7%	5

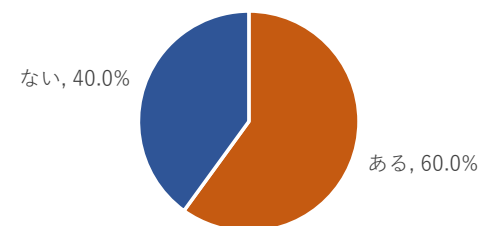
(n = 700)



問4 とちぎSDGs推進企業登録をしたことで、メリットを感じたことはありますか？

	構成比	回答数
ある	60.0%	153
ない	40.0%	102

(n = 255)



■「ある」と回答した方の主な意見

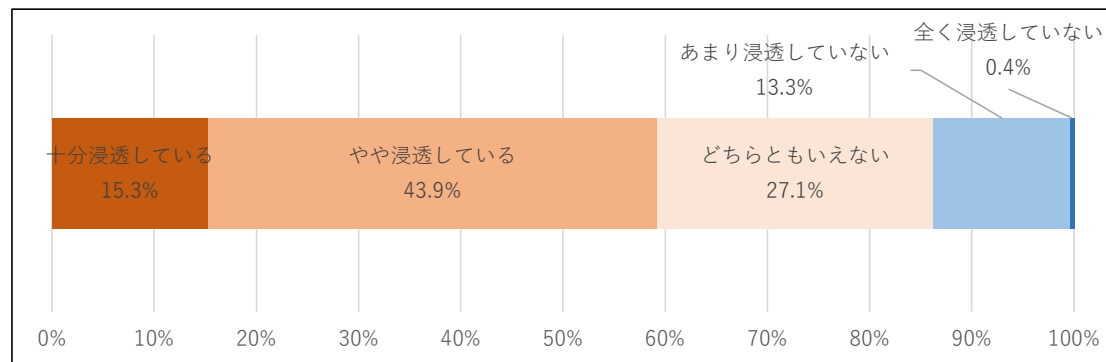
- ・社内に一体感が生まれ社員のモチベーション向上や企業イメージの向上につながった。
- ・とちぎ県内の他社企業から問い合わせが入ることがあり、企業認知度向上につながっている。
- ・SDGsに取り組むきっかけとなりました。とちぎSDGs推進企業登録で提出する書類を作成することにより、項目ごとの取り組みの整理ができた。
- ・名刺やホームページに掲載することで「取り組んでいるんですね」と声を掛けられる機会が増えた。
- ・県内企業から名刺のSDGsの登録マークをきっかけに話題になったり、講師派遣などご支援をさせていただき県内企業との接点を持てたこと。
- ・SDGs推進企業が受けられる融資を検討することができた。
- ・エネルギー使用削減の為、各自が外出時、昼食時に自身の回りの蛍光灯を消す習慣が定着化された。(省エネに対する各自の意識が定着化している。)
- ・SDGsの課題解決を目標に共感して起業した為、Webサイトに謳ったことを誇りに思えた。また、社員への企業方針を理解してもらえた。
- ・新入社員の採用の際企業イメージの向上。

問5 『SDGs達成に向けた宣言書』の内容は、社内にどの程度浸透していますか？（自己評価）

- 「十分浸透している」「やや浸透している」の割合は、合計で59.2%となった。
- 「どちらともいえない」「あまり浸透していない」「全く浸透していない」の割合は、40.8%となった。

	構成比	回答数
十分浸透している	15.3%	39
やや浸透している	43.9%	112
どちらともいえない	27.1%	69
あまり浸透していない	13.3%	34
全く浸透していない	0.4%	1

(n = 255)



■ 「十分浸透している」「やや浸透している」となっている理由の一部抜粋]

- ・社長から社員に向け都度メッセージを発信している。
- ・弊社は常にSDGsへの啓蒙を行っており、SDGsのバッチを社員に配布しスーツや作業着につけて少しずつ浸透が進んでいると感じている。
- ・取り組み目標に対し毎月委員会を開催して取り組み内容の進捗状況と結果について発表している。
- ・各委員会のメンバーで情報を共有し、フォローアップに務めている。
- ・毎月全体朝礼で結果報告を行い、全社員に周知させ協力を促しているため、徐々に浸透している。
- ・これまでの社会貢献活動の各種取り組みをまとめたものなので、十分に浸透している。
- ・社内でも、毎日従業員が行き来する箇所に掲示してあるため。

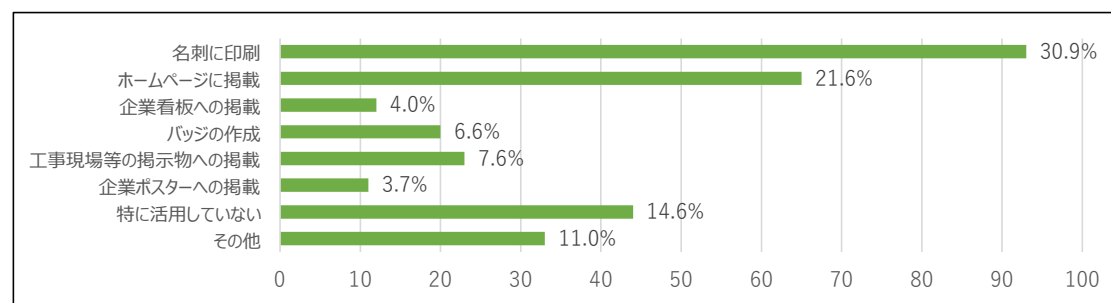
■ 「どちらともいえない」「あまり浸透していない」「全く浸透していない」となっている理由の一部抜粋]

- ・社員に対し、SDGs推進の取り組みをじっくり説明する機会が少ないため理解度がまだ低い印象。 ・担当者のPR不足。
- ・社員の目につく場所に目標を掲げられておらず、現在行っている取り組みも一部社員としか情報共有できていないため。
- ・SDGs参画は、社員の自主性に任せています。SDGsを強要や周知徹底をし、SDGsの為の組織運営ではなく、実施の結果がSDGsへ良い影響を及ぼす運営システムを構築するようにしている。社員各自の行動がSDGsに向けてよい結果が出ている事を伝達し、徐々に興味を持って貰っている。
- ・トップからの強い意志が感じられず、社内での通達等に関して社員が興味を持っていない。
- ・一時的なもので時間が経つと忘れがちになる。
- ・SDGsへの活動自体が企業のものという考え方があると思う。個人、一人ひとりが無理なく取り組めるレベルへ落とし込む必要があると考える。
- ・登録時に全社員に周知しましたが、定期的に共有してないので社員の理解は低いと思う。
- ・業界団体での活動時の報告で、多少の浸透度があるくらい。

問6 とちぎSDGs推進企業登録マークを何かに活用していますか。(複数選択可)

- 「名刺に印刷」の割合が最も高く(30.9%)、次いで「ホームページに掲載」(21.6%)、「特に活用していない」(14.6%)という順となった。
- 「その他」の例：ノベルティグッズの作成、企業広告への掲載、応接室に掲示、会社説明会の場などでSDGs登録マークについて説明、等

	構成比	回答数
名刺に印刷	30.9%	93
ホームページに掲載	21.6%	65
企業看板への掲載	4.0%	12
バッジの作成	6.6%	20
工事現場等の掲示物への掲載	7.6%	23
企業ポスターへの掲載	3.7%	11
特に活用していない	14.6%	44
その他	11.0%	33
		(n = 301)

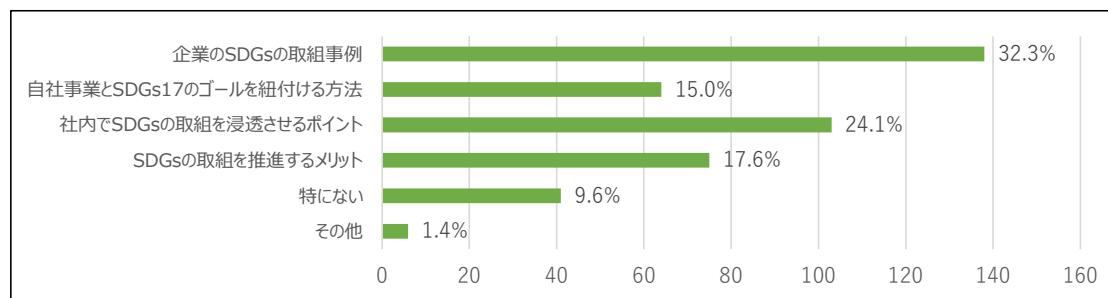


問7 県主催のSDGsに関するセミナーで取り上げて貰いたいテーマなどがあれば教えてください。(複数選択可)

■「企業のSDGsの取組事例」の割合が最も高く(32.3%)、次いで「社内でSDGsの取組を浸透させるポイント」(24.1%)、「SDGsの取組を推進するメリット」(17.6%)という順となった。

	構成比	回答数
企業のSDGsの取組事例	32.3%	138
自社事業とSDGs17のゴールを紐付ける方法	15.0%	64
社内でSDGsの取組を浸透させるポイント	24.1%	103
SDGsの取組を推進するメリット	17.6%	75
特にない	9.6%	41
その他	1.4%	6

(n = 427)

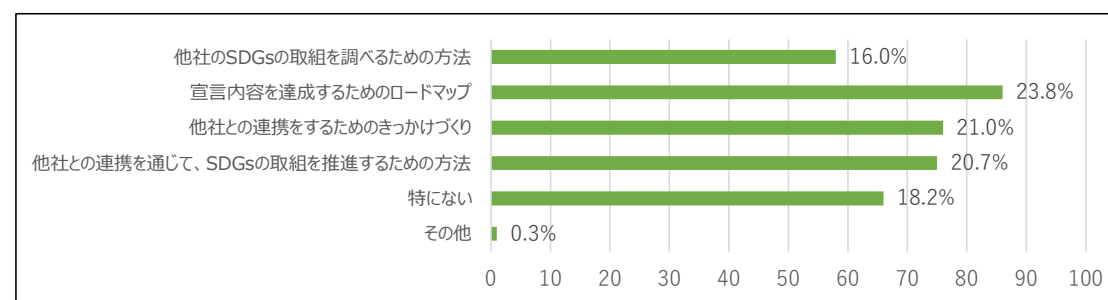


問8 県主催のフォローアップ勉強会で取り上げて貰いたいテーマなどがあれば教えてください。(複数選択可)

■「宣言内容を達成するためのロードマップ」の割合が最も高く(23.8%)、次いで「他社との連携をするためのきっかけづくり」(21.0%)、「他社との連携を通じて、SDGsの取組を推進するための方法」(20.7%)という順となった。

	構成比	回答数
他社のSDGsの取組を調べるための方法	16.0%	58
宣言内容を達成するためのロードマップ	23.8%	86
他社との連携をするためのきっかけづくり	21.0%	76
他社との連携を通じて、SDGsの取組を推進するための方法	20.7%	75
特にない	18.2%	66
その他	0.3%	1

(n = 362)

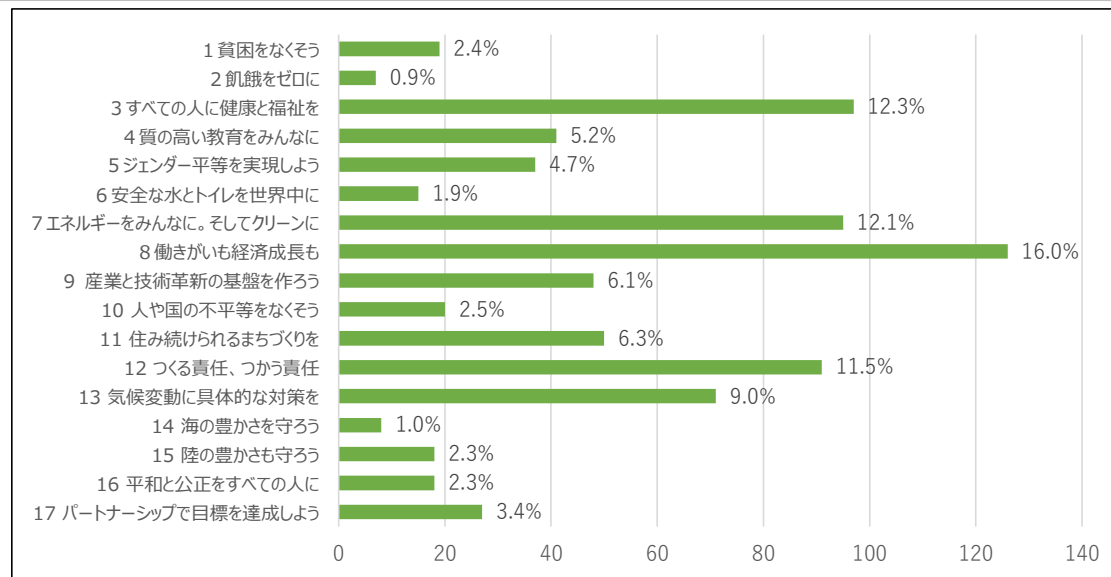


問9 SDGsの17のゴールのうち、御社で重視しているもの3つを選択してください。(複数選択可)

■「8 働きがいも経済成長も」の割合が最も高く(16.0%)、次いで「3 すべての人に健康と福祉を」(12.3%)、「7 エネルギーをみんなに。そしてクリーンに」(12.1%)という順となった。

	構成比	回答数
1 貧困をなくそう	2.4%	19
2 飢餓をゼロに	0.9%	7
3 すべての人に健康と福祉を	12.3%	97
4 質の高い教育をみんなに	5.2%	41
5 ジェンダー平等を実現しよう	4.7%	37
6 安全な水とトイレを世界中に	1.9%	15
7 エネルギーをみんなに。そしてクリーンに	12.1%	95
8 働きがいも経済成長も	16.0%	126
9 産業と技術革新の基盤を作ろう	6.1%	48
10 人や国の不平等をなくそう	2.5%	20
11 住み続けられるまちづくりを	6.3%	50
12 つくる責任、つかう責任	11.5%	91
13 気候変動に具体的な対策を	9.0%	71
14 海の豊かさを守ろう	1.0%	8
15 陸の豊かさを守ろう	2.3%	18
16 平和と公正をすべての人に	2.3%	18
17 パートナースHIPで目標を達成しよう	3.4%	27

(n = 788)



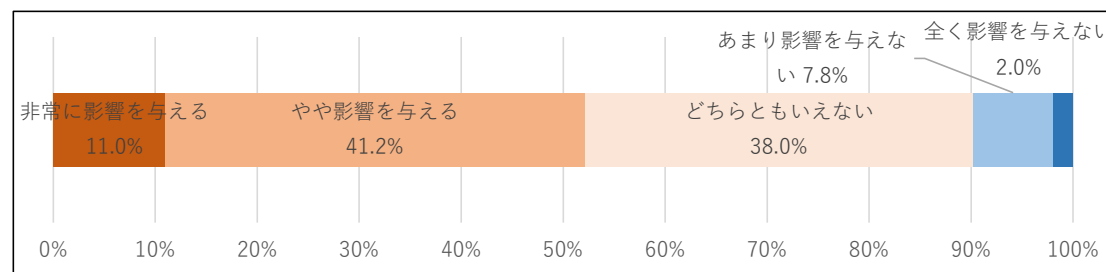
問10 特に力を入れているSDGsの取組があれば教えてください。

- ・DXを活用した働き方改革による長時間労働の削減。
- ・CO2削減に向けて客先への商品提案や自社の排出量削減について特に力を入れている。
- ・掃除への活動は特に力を入れている。毎朝の掃除と週末は、近隣の清掃活動を取り組んでいる。
- ・労働安全衛生活動を通じた働きやすい職場づくりのほか、環境マネジメントシステムによる継続的な環境保全活動、高い品質を保証した安心、安全な製品づくりに力点を置いて取り組んでいる。
- ・「多様な人材の確保」を重点的な取り組みに掲げ、外国人技能実習生の積極的な採用や、新規事業のメンバーに女性を抜擢するなど、社員一人一人が、能力を發揮できるよう取り組んでいる。
- ・使用済み作業服の海外寄付及びワクチン寄付。ペットボトルキャップのワクチン寄付。健康管理など。
- ・低燃費走行の推進および走行によるCO2排出量削減。
- ・廃プラスチック排出時におけるマテリアルリサイクルの推進。
- ・女性や中途採用、高齢者の雇用等、ダイバーシティへの取り組み。
- ・事務用機器等の使用しない時間帯における主電源の遮断。

問11 取引先がSDGsに取り組んでいることは、事業活動の意思決定において重要な要素となりますか？

- 「非常に影響を与える」「やや影響を与える」の割合は、合計で52.2%となった。
- 「どちらともいえない」「あまり影響を与えない」「全く影響を与えない」の割合は、合計で47.8%となった。

	構成比	回答数
非常に影響を与える	11.0%	28
やや影響を与える	41.2%	105
どちらともいえない	38.0%	97
あまり影響を与えない	7.8%	20
全く影響を与えない	2.0%	5
(n = 255)		



■ 「非常に影響を与える」「やや影響を与える」となった理由の一部抜粋

- ・ 今後はサプライチェーンでのCO2削減などが求められる時代であるため、意識をしている会社であれば目的意識の共有ができる。
- ・ SDGsに取り組んでいる企業と打ち合わせや商談に入る際のコミュニケーションが円滑に進むツールになっているので、非常に効果的であると思っている。
- ・ ステークホルダーとの取引や商談において、社会的な貢献度を評価基準とされる場合もあり、SDGsへの取り組みがビジネス拡大の足掛かりとなった為。
- ・ 共に理想の社会を構築しているというパートナーシップと目標（ゴール）をもって何かに取り組んでいるという会社の姿勢に共感する。
- ・ 企業として生き残る上でグローバルな共通テーマに対して取り組みをしている必要があると考えているので
- ・ SDGsに取り組んでいる企業は社会性がしっかりと担保されているイメージをもつため、今後の成長性に期待できるため。
- ・ 今後、サプライチェーンの排出量算定等に取り組んでいく中で、世界的に社会と密接に関わるSDGs活動をひとつの指標として推奨することで、より一層取引先様への理解を深めるきっかけになる。
- ・ 業界団体や顧客から要請されており、企業の取組として必須。
- ・ SDGsの目標を重要経営指数と連携させていることから、活動の内容が事業への影響が大きい。

■ 「どちらともいえない」「あまり影響を与えない」「全く影響を与えない」となった理由の一部抜粋

- ・ 取り組み自体は評価しますが、意思決定においては、様々な観点から判断をしている為。
- ・ 現在の所、事業活動の意思決定までの要素には至っていません。しかしながら、SDGs活動の内容によっては要素となることも考えられると感じる。
- ・ 取引先企業には、まだまだ意識の低いところが多くあり、こちらから強制することもできないため、取り組みの有無が取引に関係するようなことにはならない。
- ・ 業界内でSDGsに登録している企業が少ないため。
- ・ 大手メーカーなどの場合は大切になってくるだろうが、零細個人の協力業者にはそこまで求めることはできない。
- ・ 多少の要素となるが、技術力や価格等が優先される。
- ・ 営利的視点、利害関係が先に立つ。
- ・ 他と大きな差がつかずほど大掛かりにSDGsに取り組んでいる企業はあまりない印象があるから（中小企業であれば特に）

問12 自社のSDGsを推進する上で、栃木県に求めるものはありますか。(複数選択可)

■「補助金」の割合が最も高く(21.7%)、次いで「経営者向けセミナー」(14.4%)、「消費者への普及啓発」(12.4%)という順となった。

	構成比	回答数
経営者向けセミナー	14.4%	65
職員向けセミナー	12.2%	55
消費者への普及啓発	12.4%	56
SDG s 経営相談	6.7%	30
専門家派遣	4.7%	21
企業同士の意見交換ができるワークショップ	13.3%	60
補助金	21.7%	98
ブースの出展	2.2%	10
特にない	10.9%	49
その他	1.6%	7

(n = 451)

