

令和7(2025)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7(2025)年7月までに、とちぎSDGs推進企業登録をした者（917者）

(2) 調査期間

令和7(2025)年9月1日～9月30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、Googleアンケートフォーム。

3 回答者属性

回答数 417者（45.5%）

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。

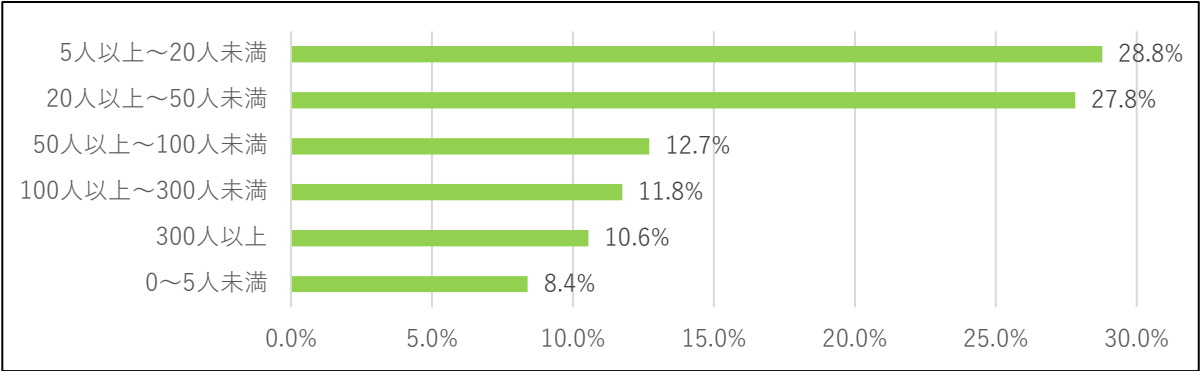


4 調査結果

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(28.8%)、次いで「20人以上～50人未満」(27.8%)、「50人以上～100人未満」(12.7%)という順となった。

	構成比	対前年	回答数
5人以上～20人未満	28.8%	↑2.7	120
20人以上～50人未満	27.8%	↑0.9	116
50人以上～100人未満	12.7%	↓1.9	53
100人以上～300人未満	11.8%	↓1.1	49
300人以上	10.6%	±0.0	44
0～5人未満	8.4%	↓0.3	35
(n =			417)



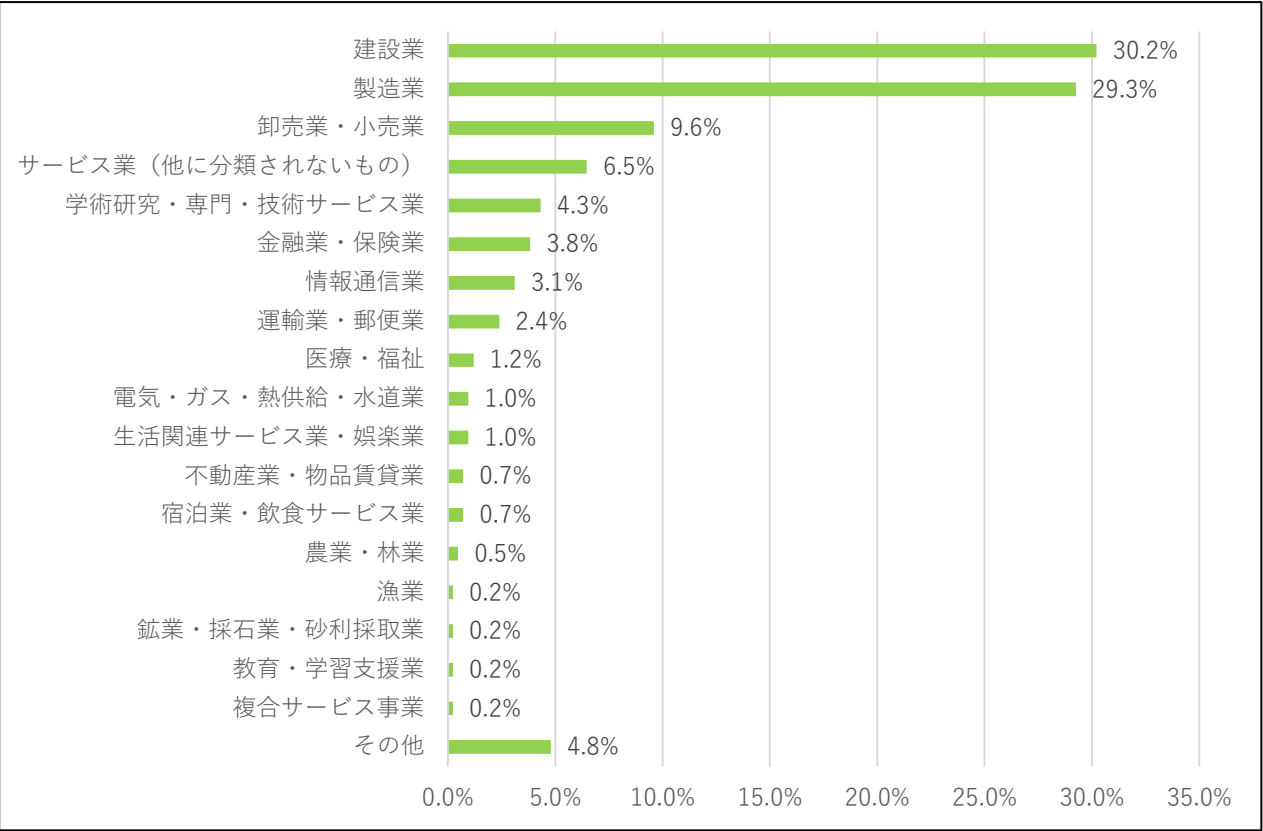
4 調査結果

問2 業種

■ 業種は、「建設業」の割合が最も高く(30.2%)、2 番目の「製造業」(29.3%)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」(9.6%)となった。

	構成比	対前年	回答数
建設業	30.2%	↑ 3.1	126
製造業	29.3%	↑ 2.6	122
卸売業・小売業	9.6%	↓ 2.9	40
サービス業（他に分類されないもの）	6.5%	↑ 0.1	27
学術研究・専門・技術サービス業	4.3%	↑ 0.7	18
金融業・保険業	3.8%	↓ 1.7	16
情報通信業	3.1%	↓ 0.3	13
運輸業・郵便業	2.4%	↓ 0.1	10
医療・福祉	1.2%	↑ 0.1	5
電気・ガス・熱供給・水道業	1.0%	↑ 0.1	4
生活関連サービス業・娯楽業	1.0%	↓ 1.2	4
不動産業・物品賃貸業	0.7%	↓ 0.1	3
宿泊業・飲食サービス業	0.7%	↓ 1.0	3
農業・林業	0.5%	↓ 0.2	2
漁業	0.2%	± 0.0	1
鉱業・採石業・砂利採取業	0.2%	↓ 0.4	1
教育・学習支援業	0.2%	↓ 0.2	1
複合サービス事業	0.2%	± 0.0	1
その他	4.8%	↑ 1.2	20

(n = 417)

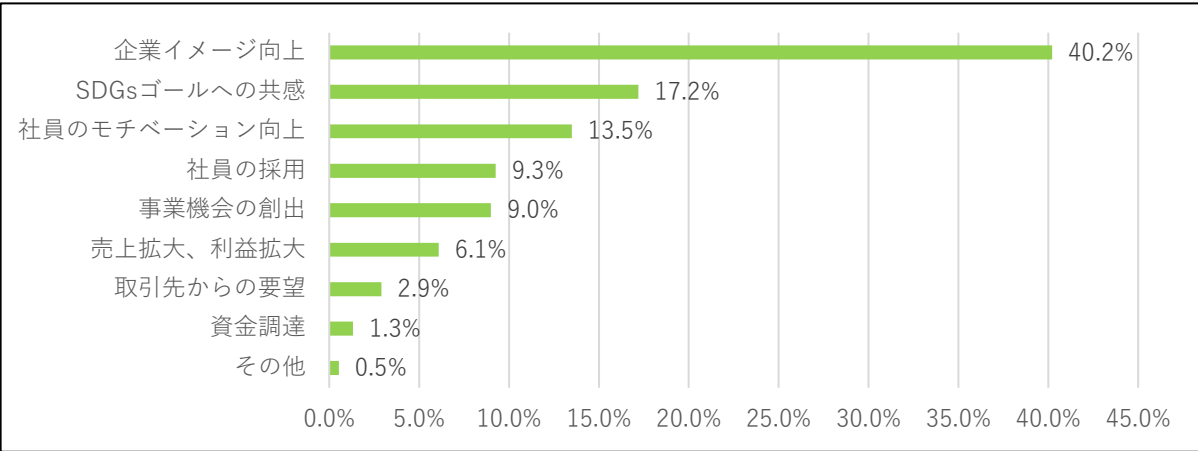


問3 SDGsの取組を推進しようと考えた理由を教えてください。（複数選択可）

■「企業イメージの向上」の割合が最も高く(40.2%)、次いで「SDGsのゴールへの共感」(17.2%)、「社員モチベーションの向上」(13.5%)という順となった。

	構成比	対前年	回答数
企業イメージ向上	40.2%	↑3.5	152
SDGsゴールへの共感	17.2%	↓0.4	65
社員のモチベーション向上	13.5%	↓1.5	51
社員の採用	9.3%	±0.0	35
事業機会の創出	9.0%	↓1.1	34
売上拡大、利益拡大	6.1%	↓0.3	23
取引先からの要望	2.9%	↑0.5	11
資金調達	1.3%	↓0.3	5
その他	0.5%	↓0.4	2

(n = 378)



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	対前年	回答数
ある	67.4%	±0.0	281
ない	32.6%	±0.0	136

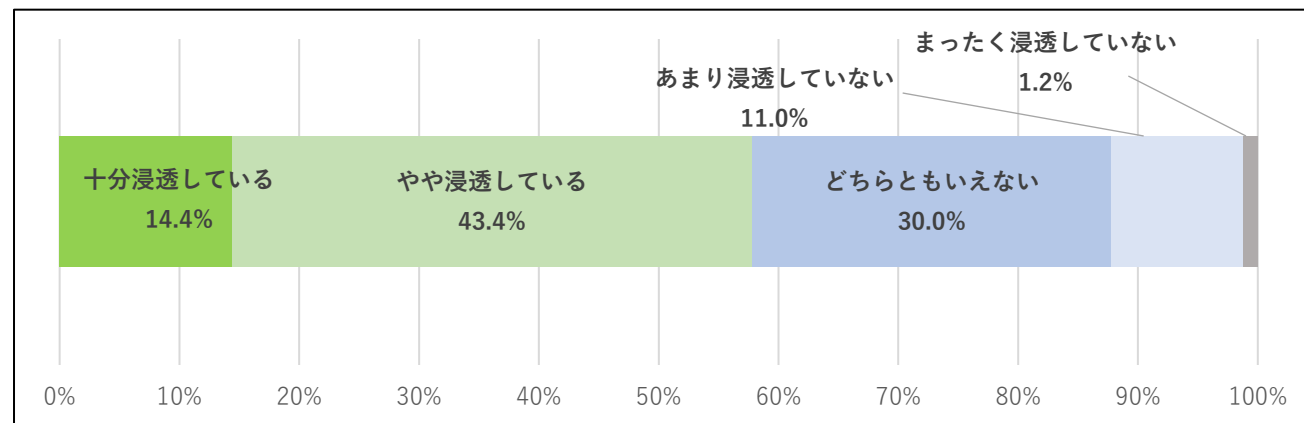
(n = 417)

- 「ある」と回答した方の主な意見
- ・SDGsへの取り組みを公式に認められることで企業イメージの向上につながり、顧客やパートナー企業からの信頼が増し、取引が円滑に進めることができた。
 - ・「とちぎSDGs推進企業登録マーク」をHPや広報物、名刺等に掲載し、周知を図ることで企業イメージ向上を図ることができている。
 - ・採用活動において、SDGsの目標達成に向けた取組が、**会社選びの要素**になっている。
 - ・社員のSDGsに対する意識が高まり、CSR活動を含め、社内活動を積極的に実施していることを外部へアピールすることができる。
 - ・勉強会の無料開催があり、**登録企業間との交流**ができる。
 - ・メールマガジンを通じて、**各種セミナー、補助金等の情報**が入ってくる。
 - ・審査時に審査員から好印象を得られた。

問5 『SGDs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57.8%で昨年度(59.1%)とほぼ同じであった。
- 「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、42.2%となった。

	構成比	対前年	回答数
十分浸透している	14.4%	↑1.5	60
やや浸透している	43.4%	↓2.8	181
どちらともいえない	30.0%	↑1.0	125
あまり浸透していない	11.0%	↑0.4	46
全く浸透していない	1.2%	↓0.1	5
(n = 417)			



■「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]

- ・登録した宣言内容を社員に周知をしているため。
- ・定期的に社内会議で取り上げているため。
- ・ホームページや名刺、看板等にマークを記載しているため。
- ・各部署において担当を設け、推進を図っているため。
- ・会議等で進捗状況等について報告しているため。
- ・社内掲示や研修時に周知をしているから。
- ・SDGsに係る宣言内容を経営計画書に記載し、年1回勉強会を開催しているため。

■「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]

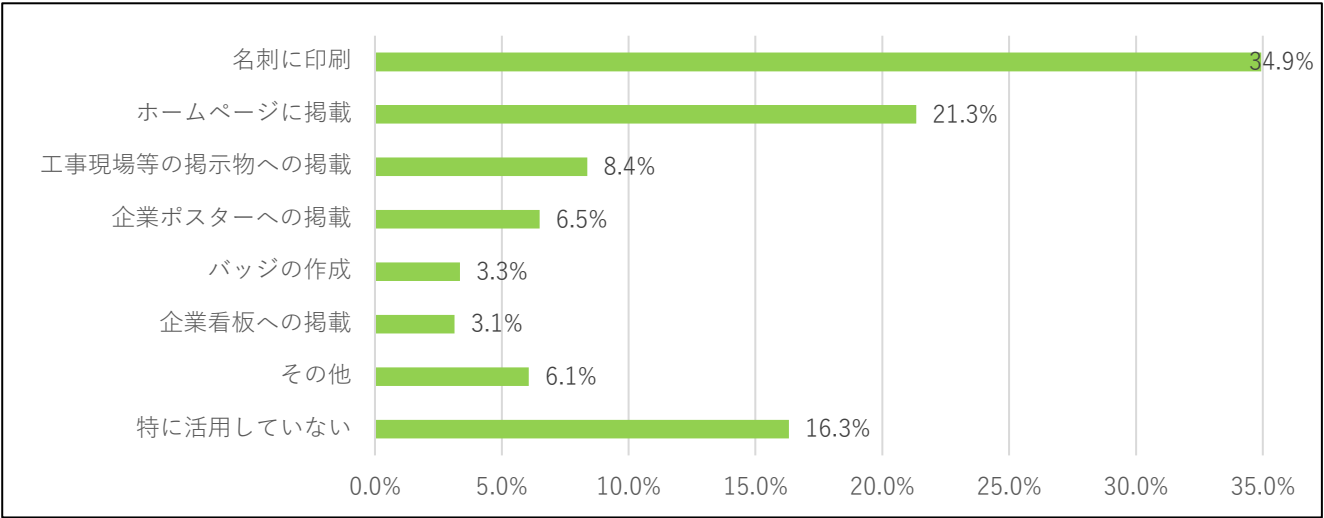
- ・社内への発信ができていないため。
- ・取組をスタートした時よりも、周知の頻度が減っているから。
- ・社内に通達・掲示しているが、時間が経つと意識しなくなる人が出てくるため。
- ・社内関係者以外への理解等が不足しているから。
- ・SDGsに取り組んでいることは周知されているが、取り組んでいる目標までは理解していないため。
- ・掲示場所が事務所のみなため。
- ・社員全員まで浸透させるのはとても難しいため。
- ・SDGsの活動詳細を社員へ周知していないため。

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(34.9%)、次いで「ホームページに掲載」(21.3%)、「工事現場等の掲示物への掲載」(8.4%)という順となった。
- 「その他」の例：パンフレットに掲載、イベント開催時掲示、会社案内に掲載、SNS等

	構成比	対前年	回答数
名刺に印刷	34.9%	↑ 1.6	167
ホームページに掲載	21.3%	↓ 0.4	102
工事現場等の掲示物への掲載	8.4%	↑ 0.1	40
企業ポスターへの掲載	6.5%	↓ 0.5	31
バッジの作成	3.3%	↓ 0.1	16
企業看板への掲載	3.1%	↓ 0.9	15
その他	6.1%	↓ 1.3	29
特に活用していない	16.3%	↑ 1.5	78

(n = 478)

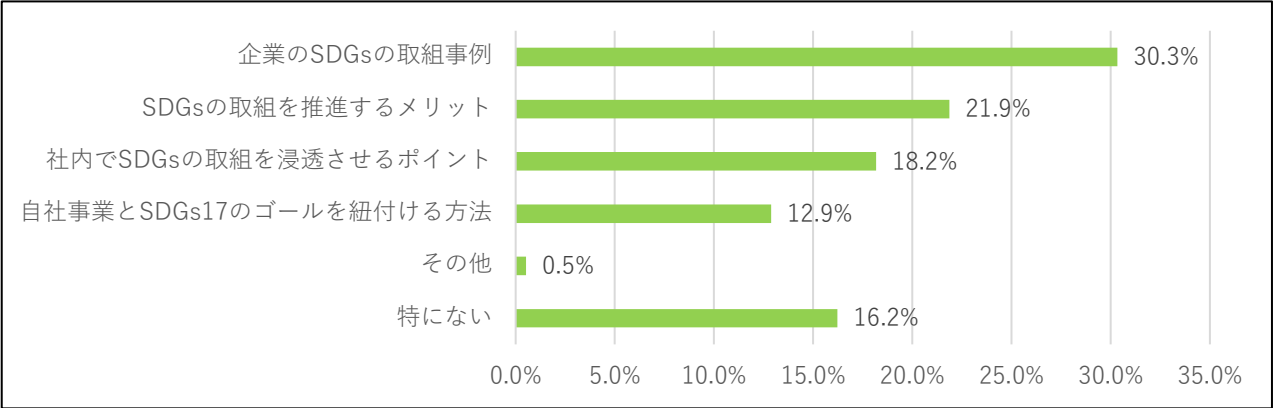


問7 県主催のSDGsに関するセミナーで取り上げて貰いたいテーマなどがあれば教えてください。（複数選択可）

■「企業のSDGsの取組事例」の割合が最も高く(30.3%)、次いで、「SDGsの取組を推進するメリット」(21.9%)、「社内でSDGsの取組を浸透させるポイント」(18.2%)という順となった。

	構成比	対前年	回答数
企業のSDGsの取組事例	30.3%	↑ 3.0	172
SDGsの取組を推進するメリット	21.9%	↓ 0.4	124
社内でSDGsの取組を浸透させるポイント	18.2%	↓ 2.7	103
自社事業とSDGs17のゴールを紐付ける方法	12.9%	↓ 1.1	73
その他	0.5%	↓ 1.6	3
特にな	16.2%	↑ 2.8	92

(n = 567)

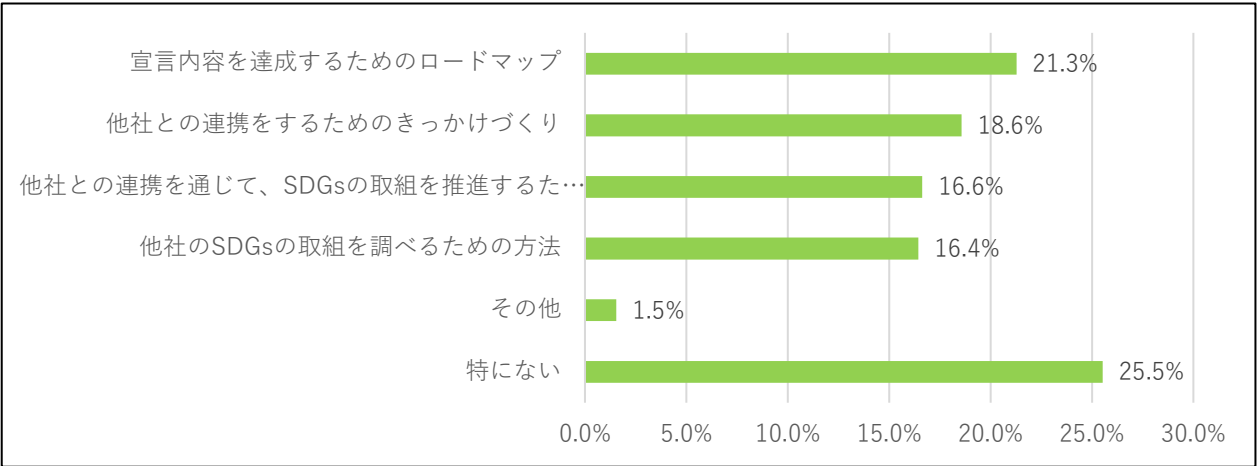


問8 県主催のフォローアップ勉強会で取り上げて貰いたいテーマなどがあれば教えてください。（複数選択可）

■「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(21.3%)、次いで、「他社との連携をするためのきっかけづくり」18.6%)、「他社との連携を通じて、SDGsの取組を推進するための方法」(16.6%)という順となった。

	構成比	対前年	回答数
宣言内容を達成するためのロードマップ	21.3%	↓ 2.1	110
他社との連携をするためのきっかけづくり	18.6%	↑ 0.2	96
他社との連携を通じて、SDGsの取組を推進するための方法	16.6%	↓ 0.5	86
他社のSDGsの取組を調べるための方法	16.4%	↓ 1.2	85
その他	1.5%	↑ 0.6	8
特にな	25.5%	↑ 3.0	132

(n = 517)



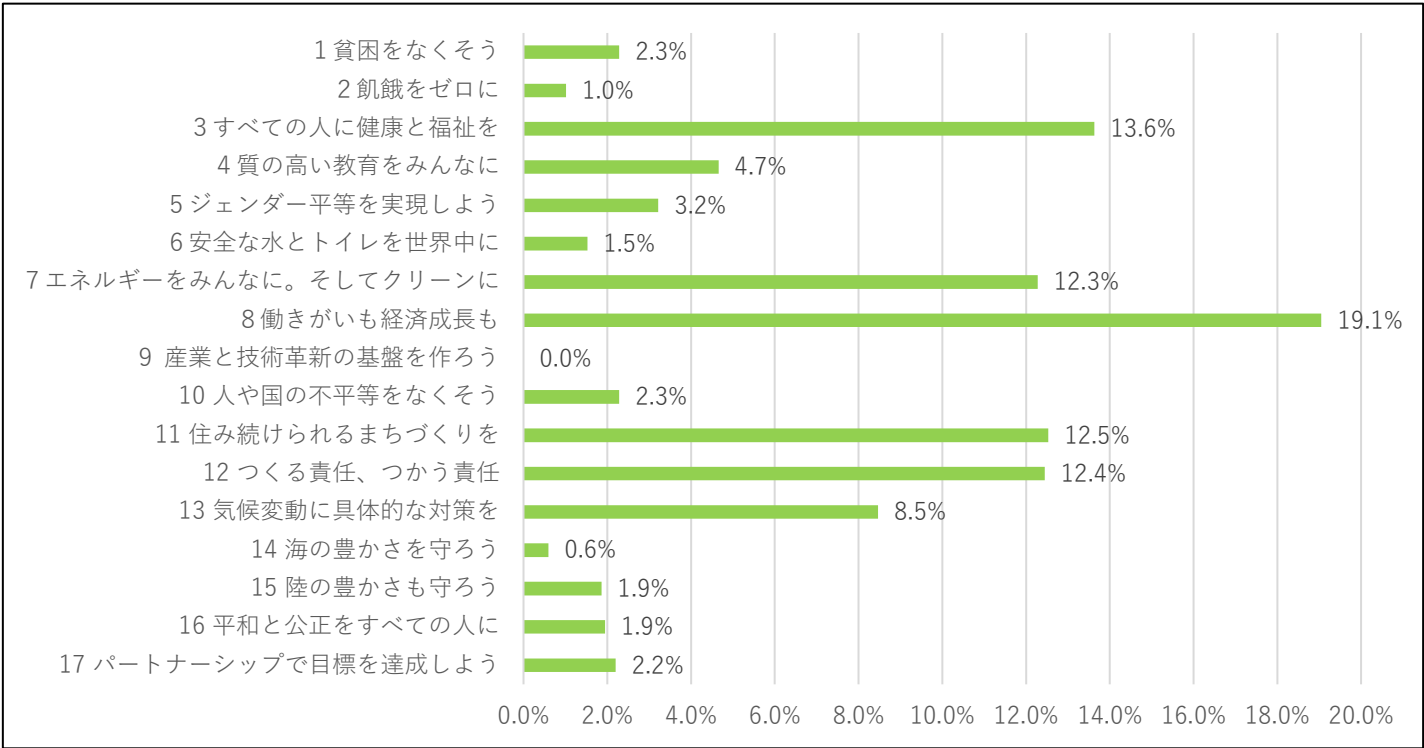
問9 SDGsの17のゴールのうち、御社で重視しているもの3つを選択してください。（複数選択可）

■「8 働きがいも経済成長も」の割合が最も高く(19.1%)、次いで「3 すべての人に健康と福祉を」(13.6%)、「11 住み続けられるまちづくりを」(12.5%)という順となった。

■「11 住み続けられるまちづくりを」が昨年度から1.6ポイント上昇して、「12 つくる責任、つかう責任」に代わり3番目となった。

	構成比	対前年	回答数
1 貧困をなくそう	2.3%	↑0.8	27
2 飢餓をゼロに	1.0%	±0.0	12
3 すべての人に健康と福祉を	13.6%	↑1.1	161
4 質の高い教育をみんなに	4.7%	↑1.0	55
5 ジェンダー平等を実現しよう	3.2%	↓1.9	38
6 安全な水とトイレを世界中に	1.5%	↑0.1	18
7 エネルギーをみんなに。そしてクリーンに	12.3%	↑1.4	145
8 働きがいも経済成長も	19.1%	↑1.1	225
9 産業と技術革新の基盤を作ろう	0.0%	↓5.1	0
10 人や国の不平等をなくそう	2.3%	↓0.2	27
11 住み続けられるまちづくりを	12.5%	↑1.6	148
12 つくる責任、つかう責任	12.4%	↑0.5	147
13 気候変動に具体的な対策を	8.5%	↓0.6	100
14 海の豊かさを守ろう	0.6%	±0.0	7
15 陸の豊かさを守ろう	1.9%	↓1.1	22
16 平和と公正をすべての人に	1.9%	↓0.9	23
17 パートナリシップで目標を達成しよう	2.2%	↓0.1	26

(n = 1181)



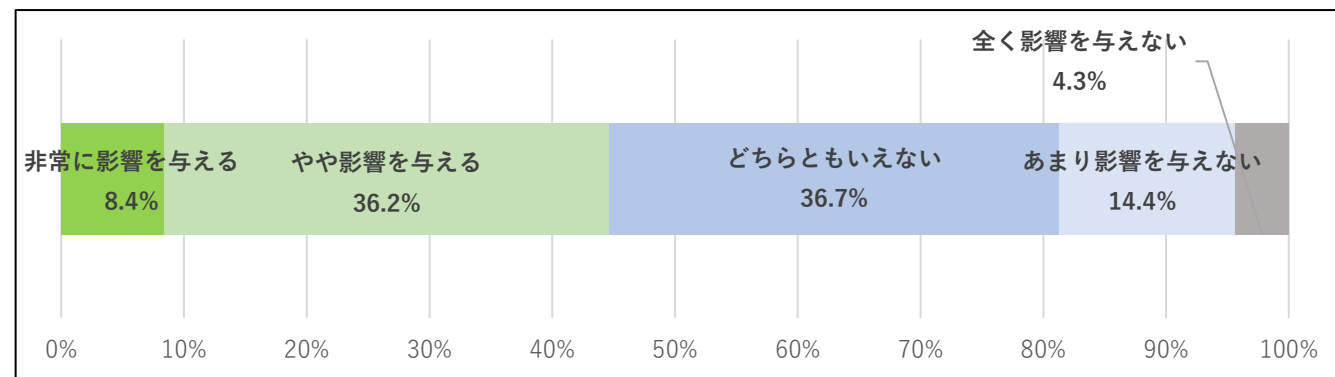
問10 特に力を入れているSDGsの取組があれば教えてください。

- ・エネルギーの有効活用によるCO2排出量削減に取り組んでいる。
- ・外国人技能実習生の積極的受け入れを行っている。
- ・自社内で加工に使用した材料は全て分別し、専門リサイクル業者にて適切な処理を行っている。
- ・社外社屋周辺の清掃活動を実施している。
- ・脱炭素、CO2削減に向けて、自家消費の為に太陽光発電パネルを設置した。
- ・社用車のハイブリッドへの入替えを実施した。

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44.6%で昨年度(46.4%)から1.8%ポイント減となった。
- 「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55.4%となった。

	構成比	対前年	回答数
非常に影響を与える	8.4%	↓0.7	35
やや影響を与える	36.2%	↓1.1	151
どちらともいえない	36.7%	↓1.0	153
あまり影響を与えない	14.4%	↑3.4	60
全く影響を与えない	4.3%	↓0.6	18
(n = 417)			



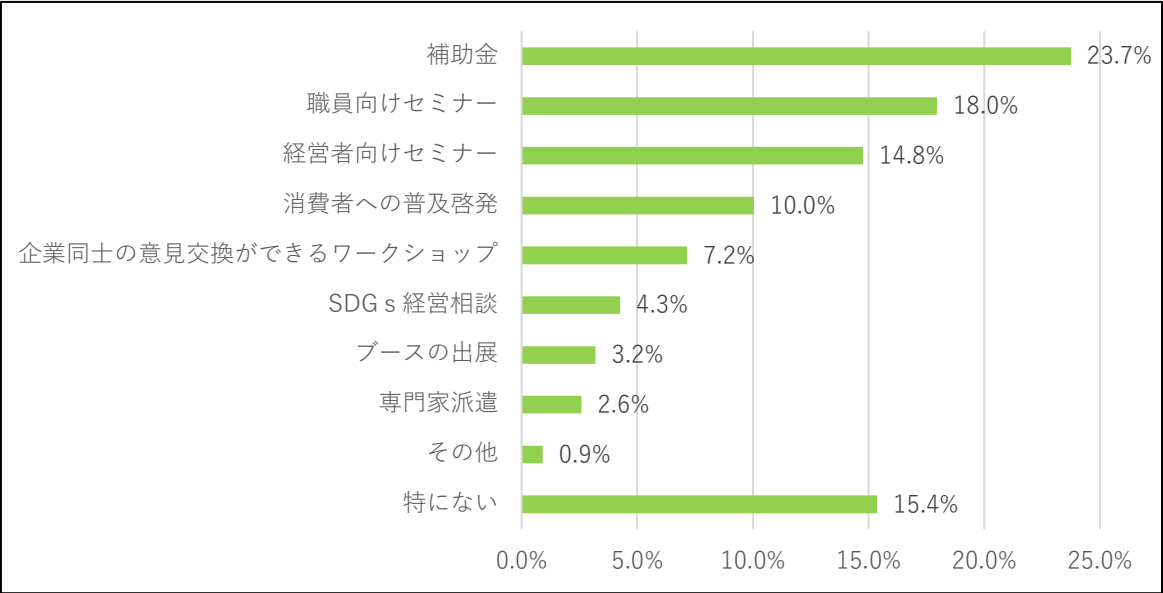
- 「非常に影響を与える」「やや影響を与える」となった理由の一部抜粋
 - ・取引をやっていないところよりはやっているところと一緒に仕事をしたい考えがあるから。
 - ・同じ目標に向かって取り組んでいる点を重視するため。
 - ・品質・環境・安全・衛生の意識向上に繋がり、良い事業間取引活動になるため。
 - ・SDGsに取り組む企業は環境保全や人権侵害などに対するリスク回避体制が整っているとみなされ、**信頼性の高いパートナーとして判断**される。
 - ・製造業においては環境への配慮等が必要とされているため。
 - ・企業は地域社会への貢献が重要と考えるため。
 - ・企業がSDGsに関心を持って経営しているかなど、その企業の姿勢を判断する材料の一つになる。
 - ・消耗品や備品の発注先選定時に、選定する材料になるため。
 - ・企業の持続可能性や社会的信頼性を示す指標であり、**長期的な取引の安定性やパートナーとしての信頼性に直結する**ため、重要な要素となる。
- 「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
 - ・SDGsの取組企業への興味が希薄になっているため。
 - ・事業活動の意思決定は様々な観点から行っているため、重要な要素には至っていない。
 - ・SDGsの取組自体が当たり前になっているため。
 - ・取引先からSDGsに関しての話が上がらないため。
 - ・SDGsの取り組みは優先度がそこまで高くないため
 - ・意思決定においては**価格や規格といった要素が重視される**ため

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(23.7%)、次いで「職員向けセミナー」(18.0%)、「経営者向けセミナー」(14.8%)という順となった。

	構成比	対前年	回答数
補助金	23.7%	↓ 2.0	156
職員向けセミナー	18.0%	↑ 0.4	118
経営者向けセミナー	14.8%	↑ 2.4	97
消費者への普及啓発	10.0%	↓ 1.8	66
企業同士の意見交換ができるワークショップ	7.2%	↓ 0.1	47
SDG s 経営相談	4.3%	↓ 1.0	28
ブースの出展	3.2%	↓ 0.2	21
専門家派遣	2.6%	↓ 2.0	17
その他	0.9%	↓ 0.1	6
特にない	15.4%	↑ 4.5	101

(n= 657)



以 上