

地域戦略研究所紀要

第7号

北九州市内企業のSDGsの取り組みに関する予備的調査

牛房 義明、松永 裕己、眞鍋 和博 …… 19

北九州市立大学
地域戦略研究所
2022.3

北九州市内企業の SDGs の取り組みに関する予備的調査

牛房 義明、松永 裕己、眞鍋 和博

- I SDGs と企業
- II 北九州エリアの企業の SDGs の取り組みに関するアンケート調査
- III SDGs の浸透に関する課題
- IV むすびにかえて

<要旨>

本研究では、北九州エリア（北九州市および京築地域）の中小企業に対して、SDGs の取り組みに関するアンケート調査を行った。SDGs の認識自体は高まっている一方で、何らかのアクションをとっている企業は 48%に留まっていることが明らかとなった。SDGs に取り組んでいない理由としては「何から取り組んでいいかわからない」という回答が多く、具体的な活動に繋がる支援プログラムなどが必要である。また、SDGs に取り組んでいる企業では、SDGs を「企業の責任」と「企業の価値向上」に結びつける企業が同程度存在していることが判明した。その一方で SDGs と企業の価値向上の具体的なつながりに欠けていることが覗え、そこを結びつける施策が必要だと考えられる。

<キーワード>

SDGs、北九州、中小企業

I SDGs と企業

1. SDGs 採択と私たちへのメッセージ

地球温暖化、紛争、人権差別、飢餓や貧困などの様々な問題が私たち人類の目前に顕在化された状態で現れてきている。特に地球温暖化が主たる原因と言われている気候変動は、予断を許さない状況にまで深刻であるという研究の蓄積が進んでいる。様々な問題は一旦、別個のものに見えるが、その原因などが通底するものも多く、互いに影響し合っている。人類には、これらの問題の軽減、改善、解決が差し迫っている。

SDGs は 2015 年 9 月に国連本部で開催された第 70 回「国連持続可能な開発サミット」において、193 の国連加盟国が全会一致で採択された。正式名称は「Transforming Our World: 2030 Agenda for Sustainable Development（私たちの世界を転換する：持続可能な開発のための 2030 アジェンダ）」と称する宣言文となっており、91 ものパラグラフから構成されている。そ

の 53～59 パラグラフの中に「SDGs」が示されており、17 のゴール、169 のターゲット、231 のインディケ이터から構成されている¹⁾。

アジェンダのうち特徴的な記述を 2 点紹介する。一つは、前文に示されている「今日我々が発表する 17 の持続可能な開発のための目標 (SDGs) と、169 のターゲットは (中略) 持続可能な開発の三側面、すなわち経済、社会及び環境の三側面を調和させるものである。」である。経済的な繁栄のみを追求してきた反省に立ち、経済、社会、環境の 3 点を調和させると示されている。もう一つは、41 パラグラフに代表されるように、企業などすべてのステークホルダーの参加が求められていることである。同パラグラフには「我々は、小規模企業から多国籍企業、協同組合、市民社会組織や慈善団体等多岐にわたる民間部門が新アジェンダの実施における役割を有することを認知する」とされている。いずれも、企業が SDGs に取り組む必要性を示しているのである。

2. 企業の SDGs への取り組み方と現状

2016 年に国連グローバルコンパクト²⁾、GRI³⁾、WBCSD⁴⁾ が共同で作成した「SDGs コンパス」⁵⁾には、企業が SDGs を経営に取り入れるための手順が詳細に示されている。5 つのステップから構成されており、「SDGs を理解する」「優先課題を決定する」「目標を設定する」「経営へ統合する」「報告とコミュニケーションを行う」である。このような手順が示されているものの、企業からは「どう取り組めば良いか分からない」といった声が聞かれる。関東経済局が 2018 年に実施した中小企業向けアンケートでは⁶⁾、「SDGs について全く知らない (今回の調査で初めて認識)」が 84.2%であり、「アクションを検討もしくは実施している」企業はわずか 2%であった。一方で、2021 年に帝国データバンクが実施した中小企業を対象とした調査では⁷⁾、SDGs の認知度はほぼ 100%に近かったものの、「言葉は知っていて意味もしくは重要性を理解できるが、取り組んでいない」「言葉は知っているが、意味もしくは重要性を理解できない」が合わせて半数を超えており、SDGs に取り組む必要性やその取り組み方がとりわけ中小企業に浸透していないことが示唆されている。

そのような状況を受け、本調査では北九州市及び京築地区の企業に対して、SDGs の認知度や取り組み状況についてアンケートを実施した。当該地域の状況について把握することで、企業の SDGs 推進における課題等について把握していきたい。

II 北九州エリアの SDGs の取り組みに関するアンケート調査

本アンケート調査は北九州市立大学地域戦略研究所の 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行った。アンケートの対象は、日本政策金融公庫北九州支店と取引のある北九州市及び京築地域の中小企業 500 社である。2022 年 11 月から 12 月にかけて、質問紙を郵送で配布し郵送で回収する方法で実施した。アンケート項目は、関東経済産業局が 2018 年に実施した「中小企業の SDGs 認知度・実態等調査」を一部修正して用いた。回収

数は 142 社であり回収率は 28.4%であった。

図 1 は、アンケート回答者の業種の分類である。製造業の割合は 37%であり、建設業の割合は 13%である。運輸業の割合は 6%であり、卸売業の割合は 11%である。小売業の割合は 13%であり、サービス業の割合は 11%、その他業種は 9%であった。

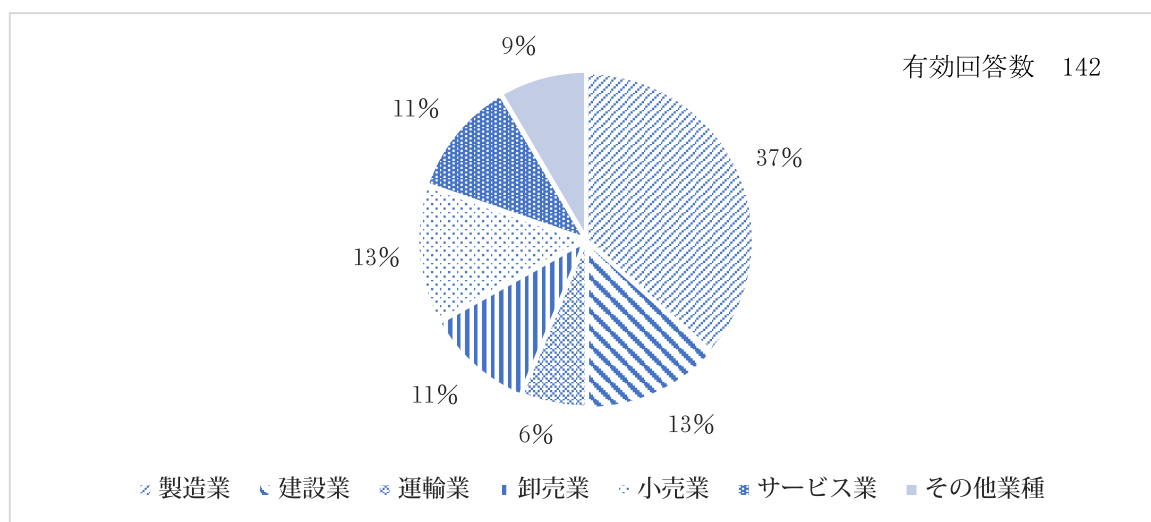


図 1：問 1 業種

図 2 は、従業員数についてまとめたものである。従業員数が 5 人以下の割合は 3%であり、6-20 人以下の割合は 24%であった。21-50 人以下の割合は 35%であり、51-100 人以下の割合は 18%である。101-300 人以下の割合は 16%であり、301 人以上の割合は 4%である。

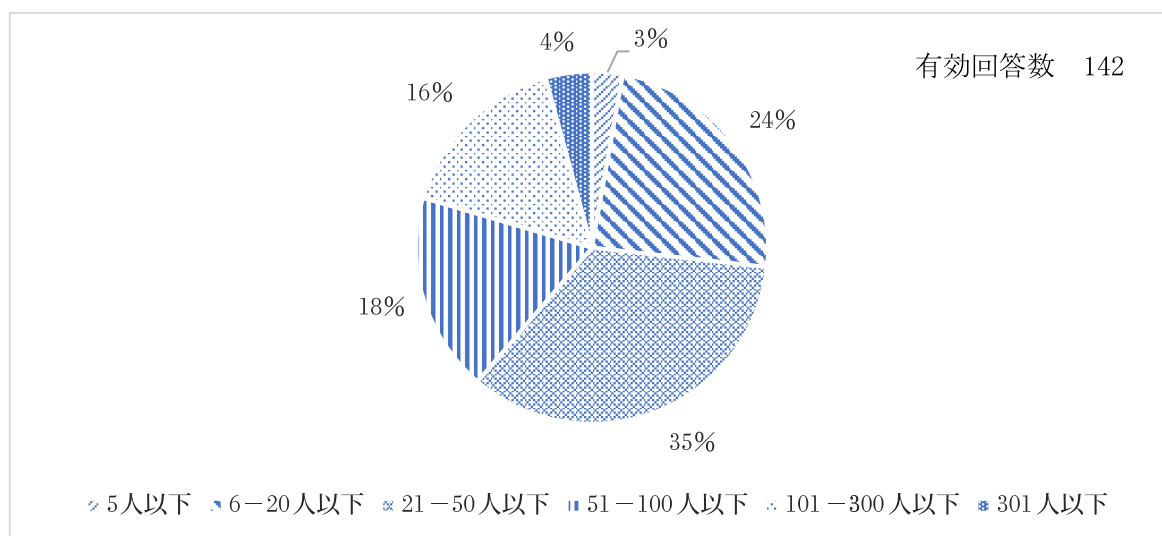


図 2：問 2 従業員数

図3は、業歴についてまとめたものであり、業歴が3年未満の回答数は0であった。4-10年の割合は3%、11-30年の割合は22%である。31-50年の割合は27%、51-100年の割合は42%、101年以上の割合は6%である。

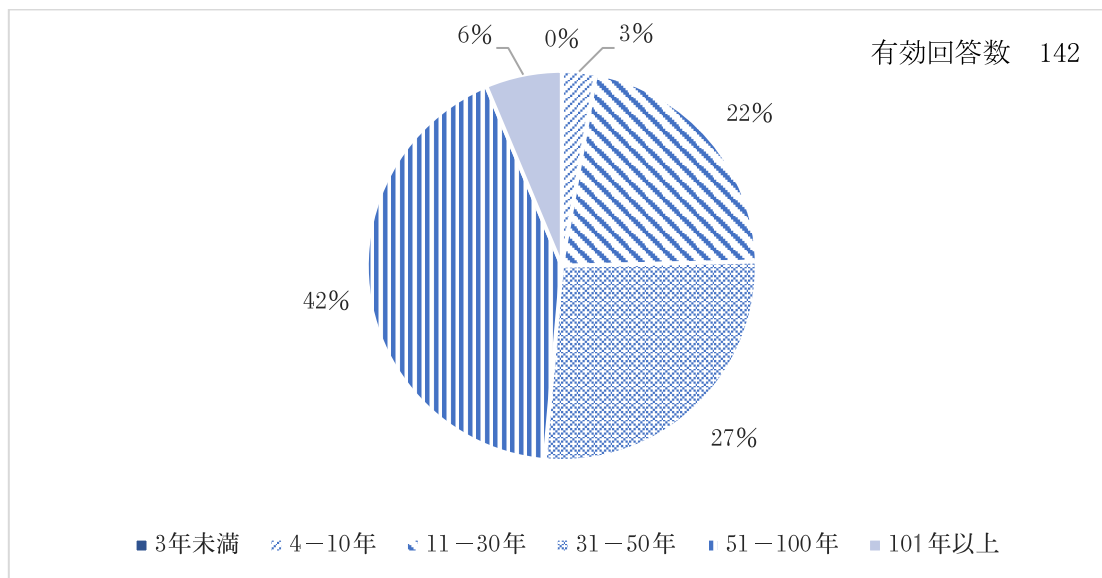


図3：問3 業歴

図4は、SDGsの認知度・対応状況についての回答結果である。最も回答数が多いのが「内容について知っているが、特に対応は検討していない」(43%)である。「既に対応を行っている」の回答と「対応・アクションを検討している」の回答、「言葉を聞いたことがあるが、内容は知らない」の回答を含めると、全体の98%がSDGsについて認知している。

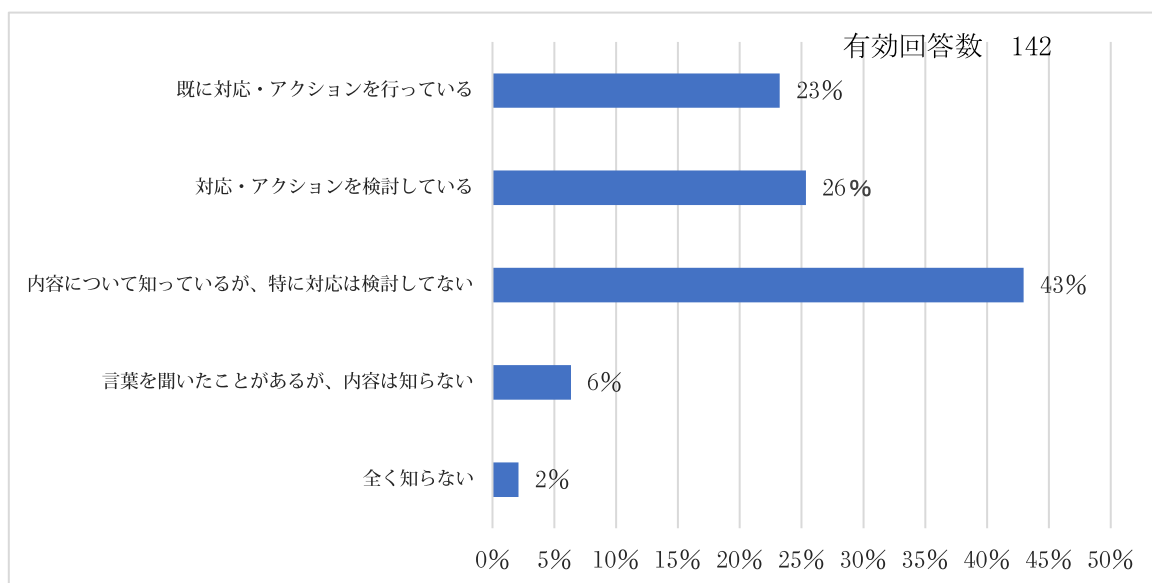


図4：問4 SDGsの認知度・対応状況

図5は、SDGsの印象についての回答結果である。「取組の必要性は理解するが、何から取り組んでいいかわからない」の割合が44%と、もっとも多い。

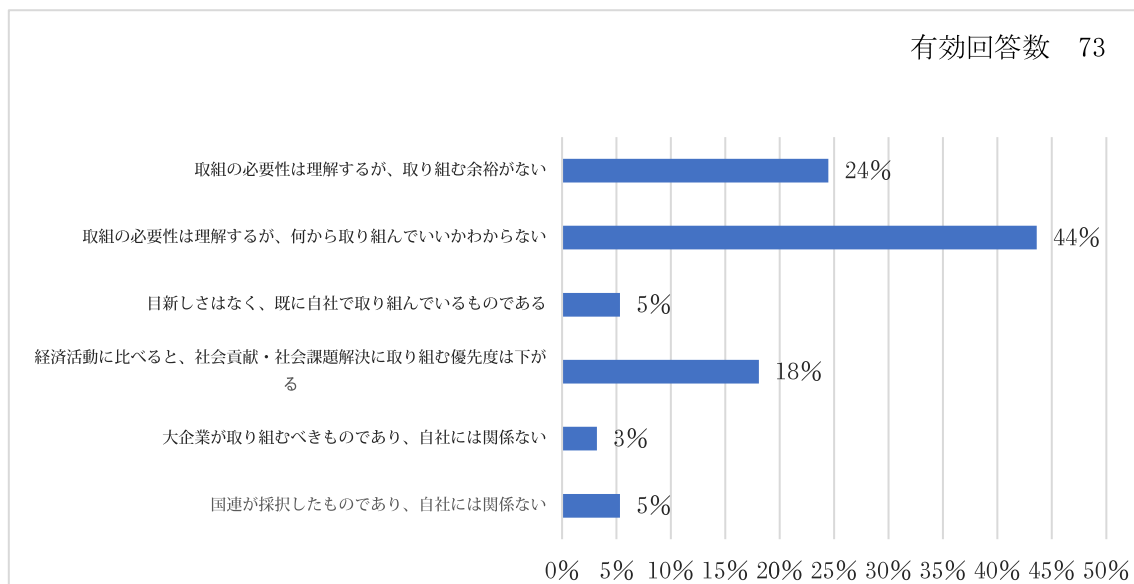


図5：問5 SDGs についての印象

図6は、SDGsに対する意義についての回答結果である。「企業の責任として重要」という回答がもっとも多く29%であり、次に多いのが「企業の価値向上において重要」であり28%であった。

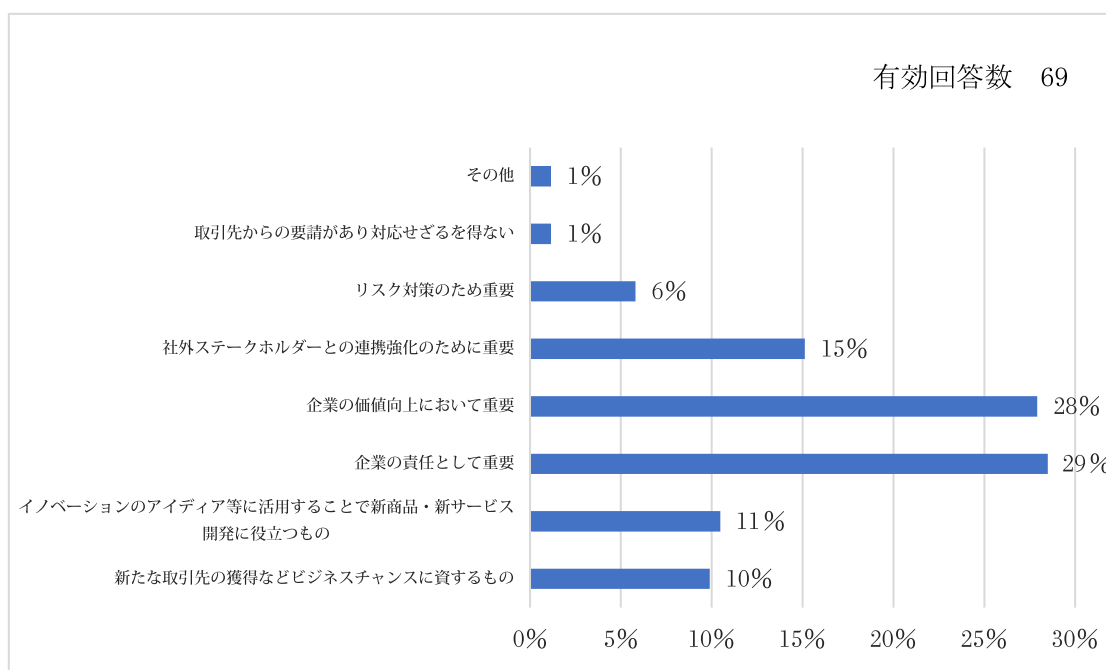


図6：問6 SDGs に対応する意義

図7は、今後取り組みたいSDGsの具体的な対応についての回答結果である。もっとも回答数が多いのは「SDGsへの対応を自社の経営計画・事業計画等に反映」の回答と「自社のブランディングやPR等に活用」の回答が同数であり17%であった。次いで、本業を通じた課題解決(16%)、情報収集など(14%)となっている。

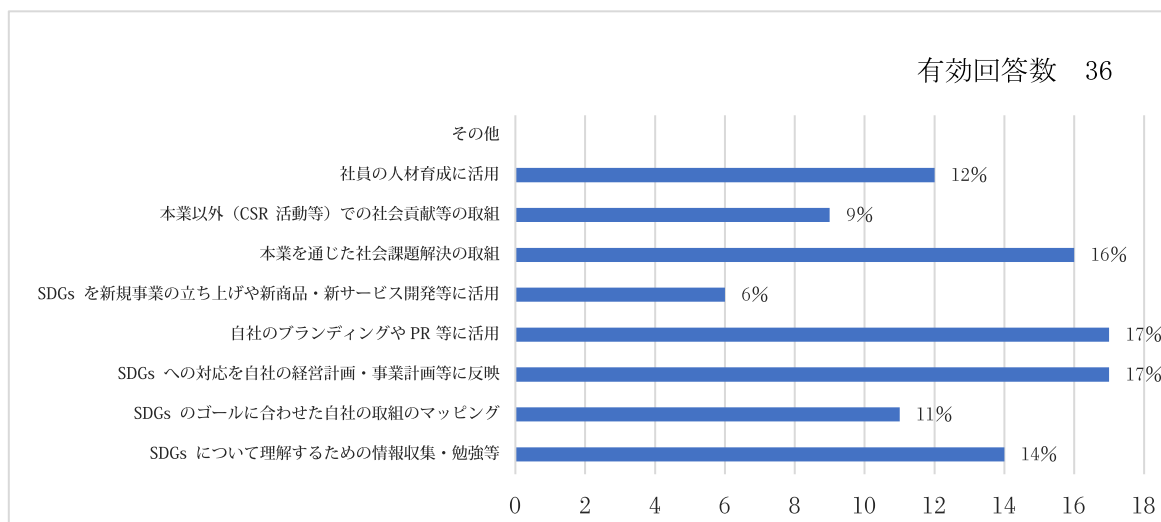


図7：問7 今後取り組みたいSDGsの具体的な対応

図8は、SDGsの浸透度についてまとめたものである。浸透度が経営層のみの割合は18%であり、管理職までの割合は26%である。従業員の一部の割合は38%であり、全従業員の割合は18%である。

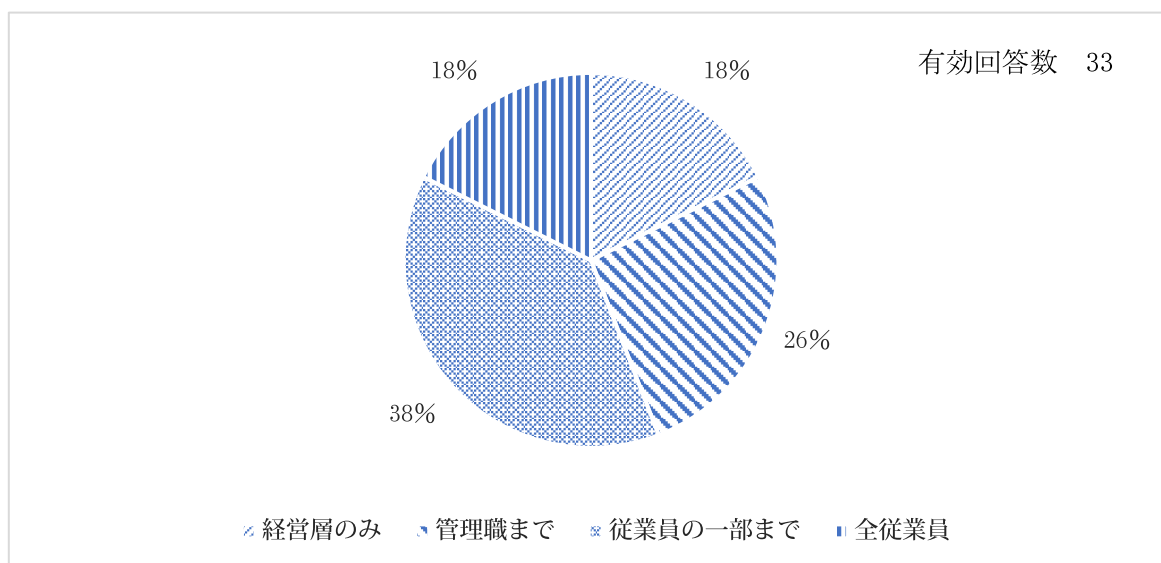


図8：問8 SDGsの浸透度

図 9 は、SDGs への具体的な対応状況についての回答結果である。もっとも回答数が多いのが「従来から継続して本業を通じて社会問題解決に取り組んでいる」であり、割合は 25%である。次いで多いのが「自社のブランディングや PR 等に活動している」であり、21%である。

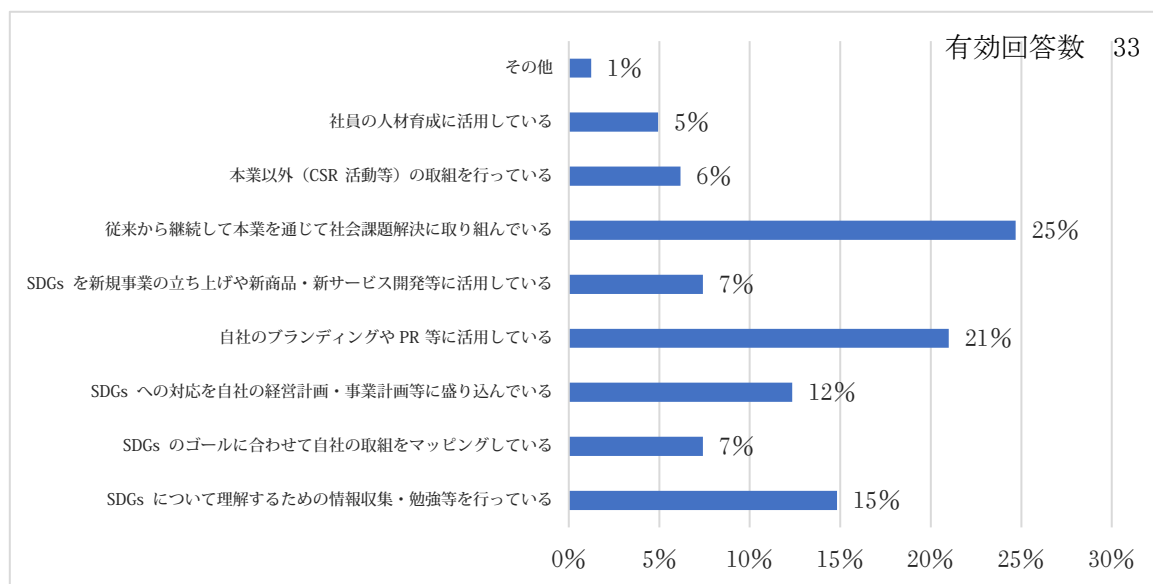


図 9：問 9 具体的な対応状況

図 10 は、SDGs に取り組んだことの効果についての回答結果である。もっとも回答数が多いのが「他者との差別化」(21%)であった。次いで「社外ステークホルダーとの連携強化」の回答が多く、15%となっている。

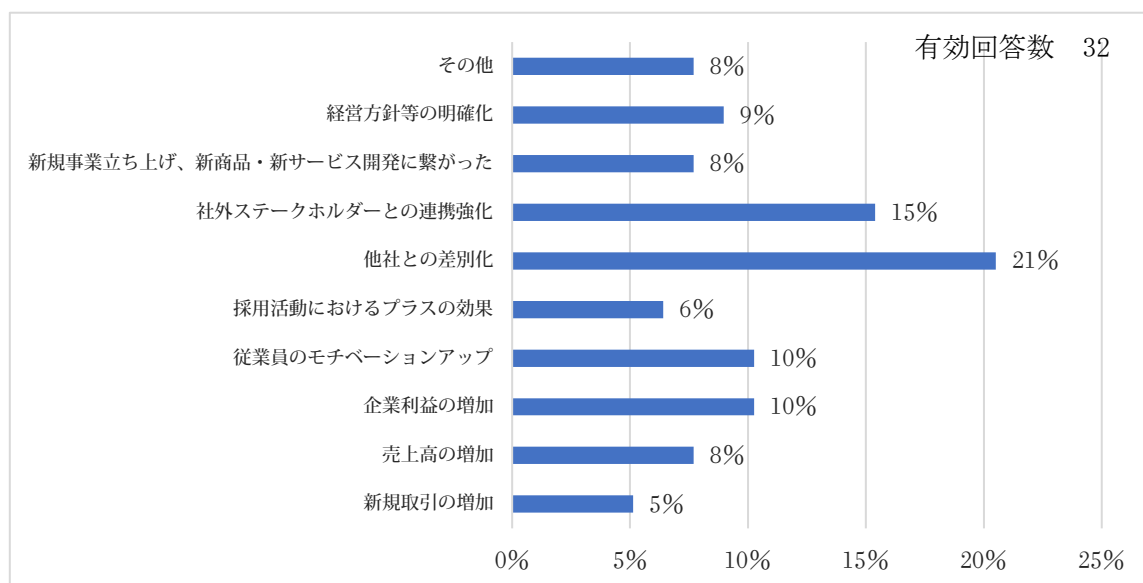


図 10：問 10 SDGs に取り組んだことの効果

図 11 は、SDGs の取り組みを対外的に発信しているかについての回答結果であり、「自社のホームページ上で取り組みを公表している」「SDGs に取り組む団体・クラブに加盟している」の回答が同数で、割合は 30%である。次いで「SDGs 登録制度に登録(申請)した」が 24%である。

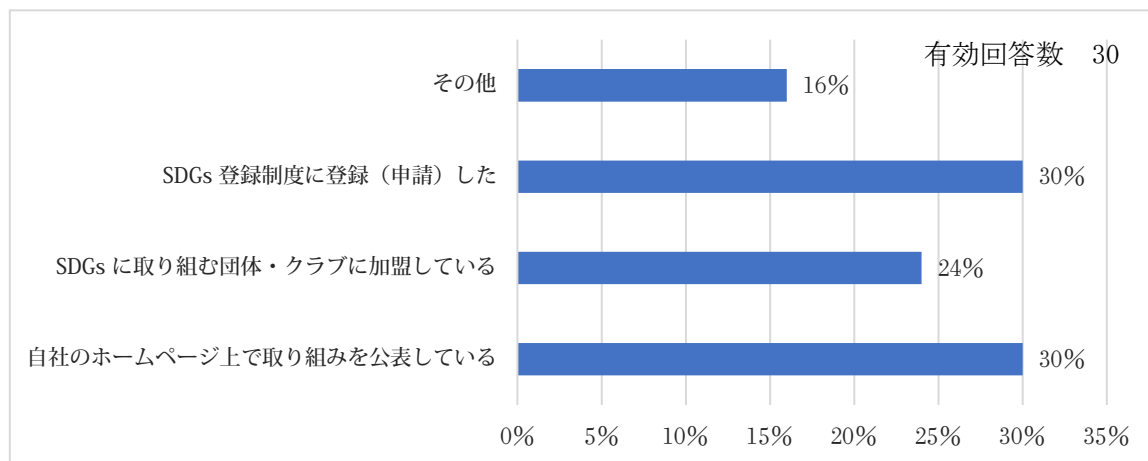


図 11 : 問 11 SDGs の取り組みを対外的に発信していますか

図 12 は、SDGs に取り組む際の課題についての回答結果である。もっとも回答が多いのが「社内での理解度が低い」であり、割合は 17%である。次いで「マンパワーの不足」と「何から取り組んでいいかわからない」が 15%となっている。

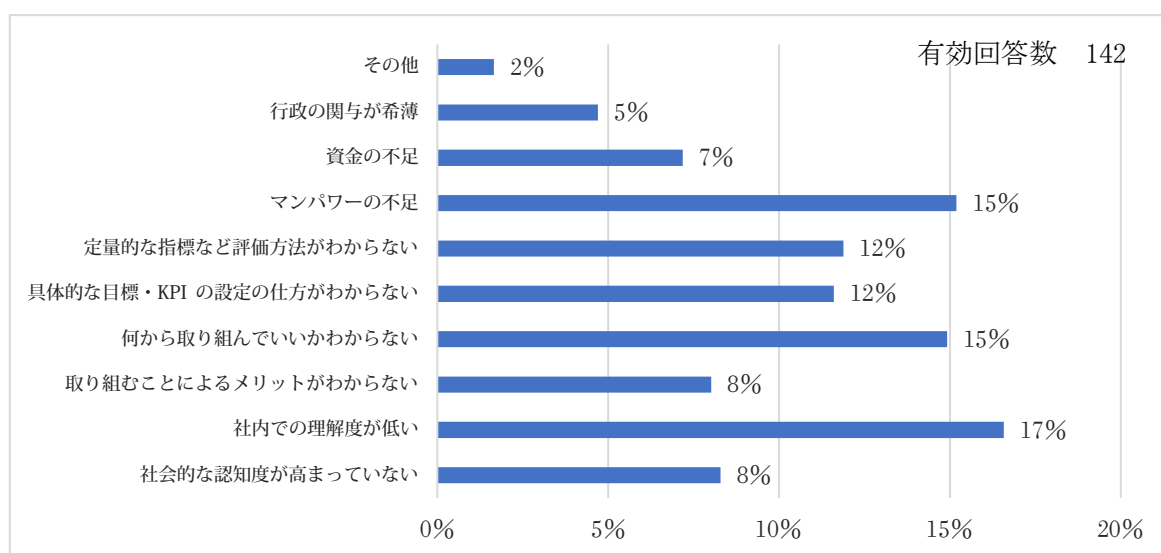


図 12 : 問 12 SDGs に取り組む際の課題

図 13 は、SDGs 推進を後押しするために有効な支援策についての回答結果である。もっとも回答数が多いのは「SDGs 対応に活用できる補助金」で、割合は 22% である。次いで「SDGs に取り組んだ企業に対するお墨付き・認定」が多く、14% となっている。

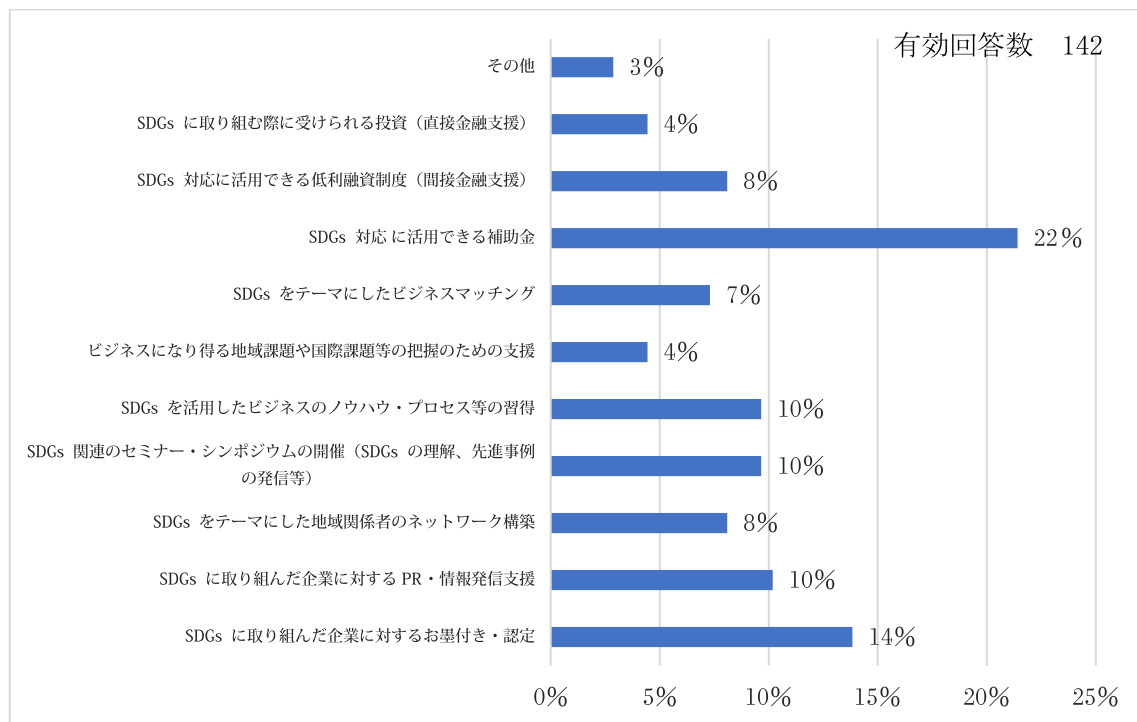


図 13：問 13 SDGs 推進を後押しするために有効な支援策

図 14 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。「従業員の健康に配慮した経営を行っている」がもっとも回答数が多く、割合は 20% である。次いで「地元雇用を推進する取組を行っている」が 12%、「女性の活躍を促進し、出産育児のサポートを行っている」が 9% である。

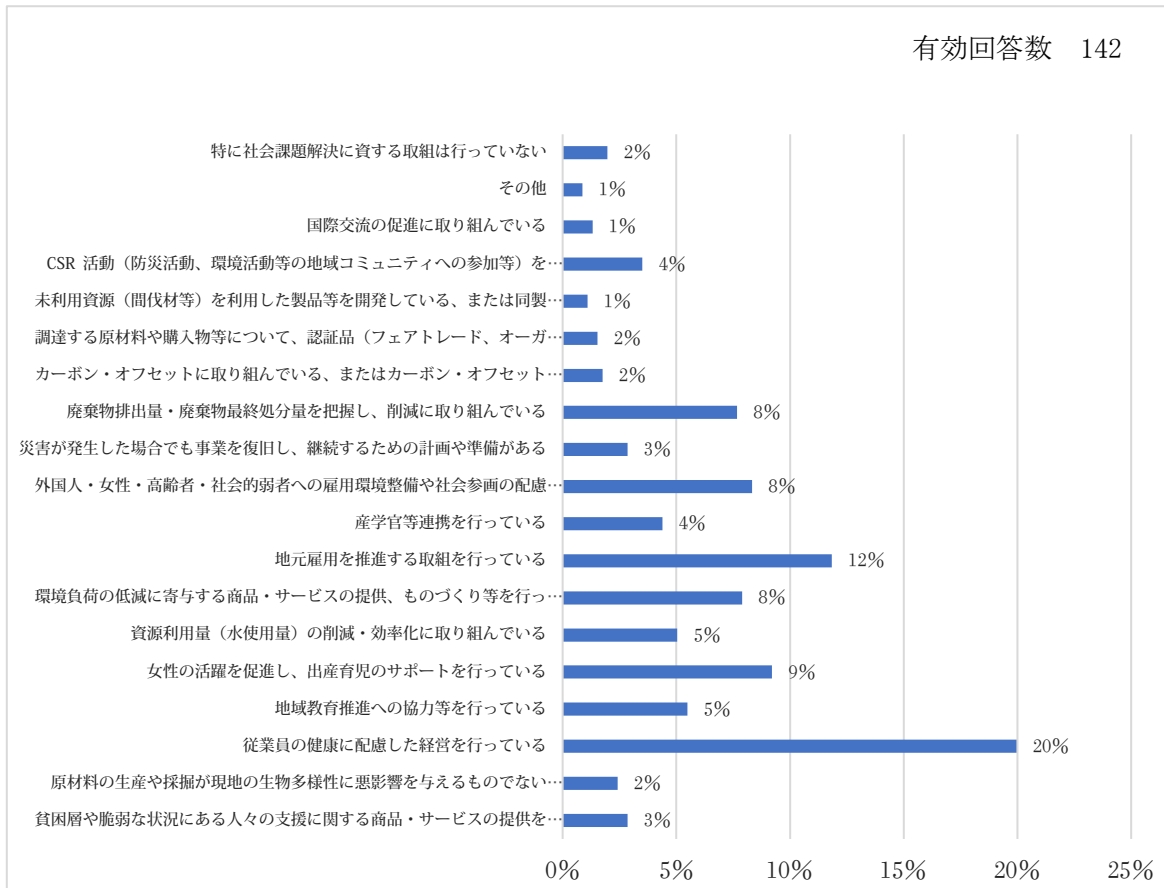


図 14：問 14 自社において実施している社会課題解決等に向けた取組について

図 15 は、取引形態の割合についてまとめたものである。「BtoB(法人向け)の取引が多い」が 77%であり、「BtoC(個人向け)の取引が多い」は 20%である。「BtoB と BtoC の取引が同程度」は 3%であった。

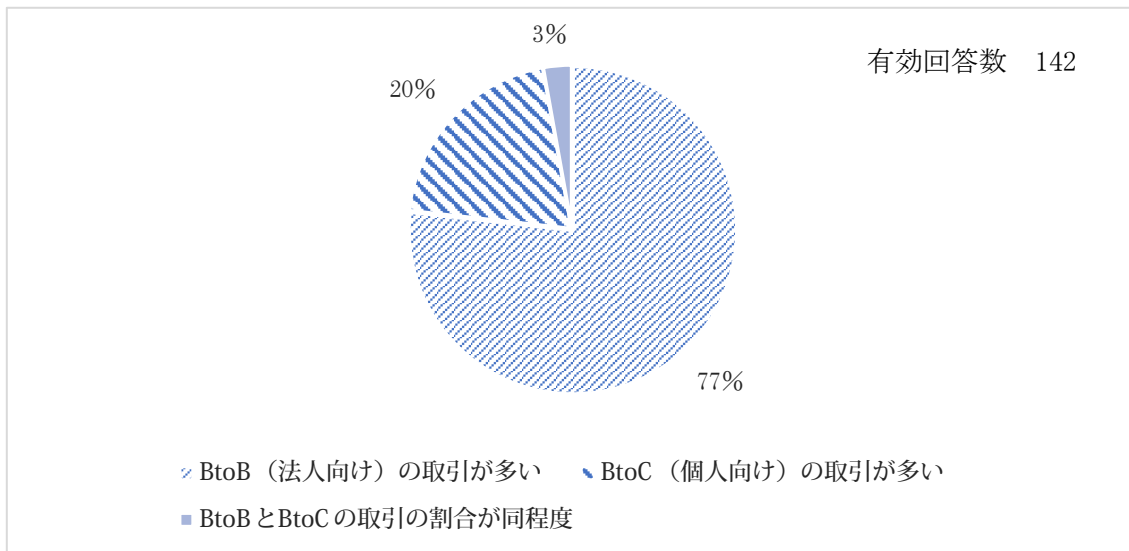


図 15 : 問 15 取引形態の割合

図 16 は、取引先の動向の変化についての回答結果である。もっとも回答数が多いのは「特に変化はない」であり、割合は 61% である。次いで、「環境面に対する要求事項が厳しくなった」の割合が 16%、「社会面に対する要求が厳しくなった」の割合が 9% である。

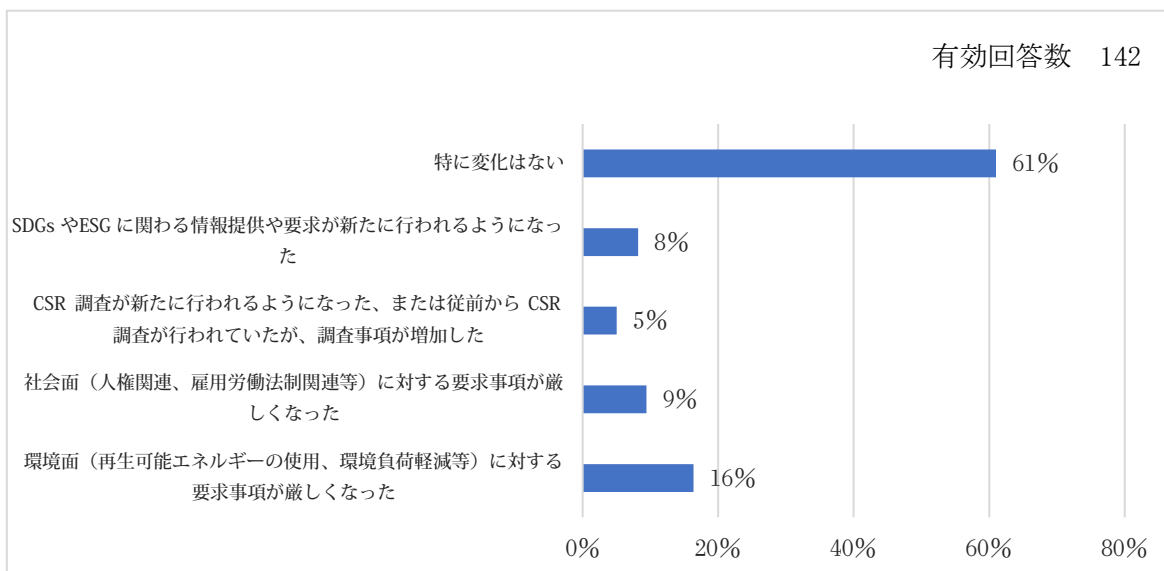


図 16 : 問 16 取引先の動向の変化

図 17 は、SDGs について大学や金融機関に相談したいと思うか、についての回答結果である。「とても思う」が 2% であり、「思う」が 24% である。「あまり思わない」が 41%、「全く思わ

ない」が6%となっており、相談したいと思わないという回答の方が多い。

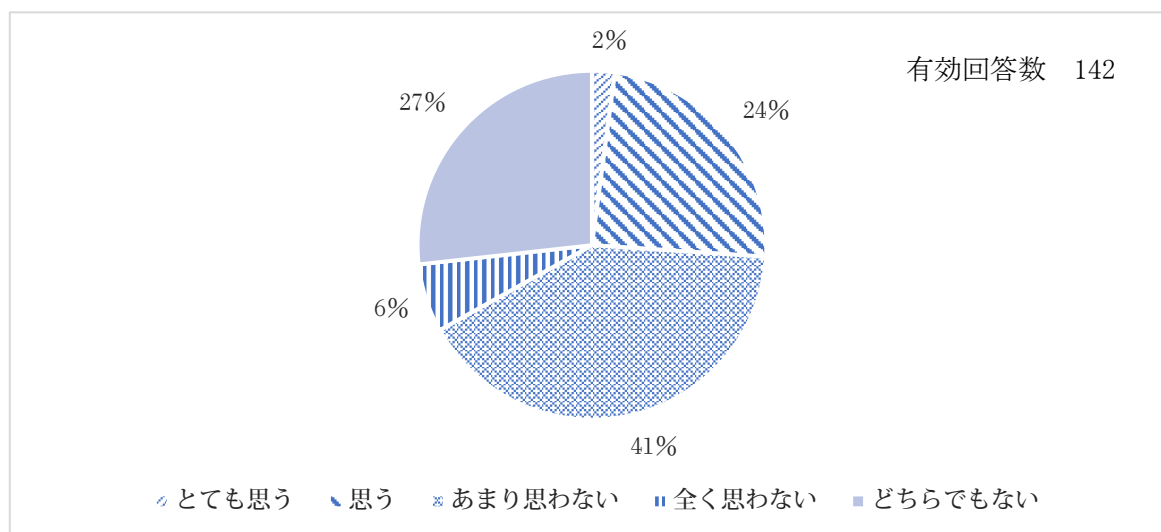


図 17：問 17 SDGs について大学や金融機関に相談したいと思いますか

Ⅲ SDGs の浸透に関する課題

このアンケートからどのような傾向が読み取れるだろうか。今回のアンケート調査は単純推計にとどまっており、これ自体で十分な分析はできないが、回答の傾向から中小企業の SDGs の取り組みに関していくつかの課題があることが推測できる。

1. 社会課題の発見と再定義という視点の不足

SDGs のアクションを行っているか検討している企業は 49%に留まっており、対応を検討していないや SDGs について十分に認知していないと答えた企業は 51%と過半数を超えている（図 4）。2018 年の関東経済局の調査⁸⁾と比較すると SDGs の認知度は大きく上昇しているが、具体的な取り組みについては十分に進んでいない現状が窺える。その要因として最も多かったものは「何から取り組んでいいかわからない」というものであり（44%）、次に多い「取り組む余裕がない」（24%）を大きく引き離している（図 5）。しかし SDGs 推進のための支援策として求めるものについては「補助金」がもっとも多く（22%）、次いで「SDGs に取り組んだことのお墨付きや認定」（14%）となっている（図 13）。SDGs の実施にあたって不可欠であるはずの「地域課題や国際課題の把握に対する支援」は 4%と最も少ない。「何から取り組んでいいかわからない」ことが SDGs の導入の障害となっているのに、求める支援が「補助金」や「お墨付き」というのはどういうわけだろうか。

ここに中小企業の SDGs の取り組みにおける重要な課題が存在している可能性がある。それ

は、これまでのビジネスの延長線上に SDGs を捉え自社のシーズや技術を活用して何ができるかを検討することはできていても、社会課題を発見しその課題解決にあたるというアウトサイド・インの視点が不足しているのではないかとのことである。地域の課題や社会問題の解決はこれまで行政の領分として認識されていた。市場という枠外にあるものをビジネスに取り込むためには、課題を発見したり再定義したりする必要がある。その重要性が認識されていないことが図 5 と図 13 の解離のひとつの要因となっていると推測される。

2. SDGs と企業価値向上のリンケージの不足

図 6 に示されているように、SDGs に取り組んでいる企業が感じている意義としては「企業の責任として重要」(29%)、「企業の価値向上において重要」(28%) が高い回答となっている。SDGs が単なる社会貢献に限定されることなく企業価値の向上と結びつけられている点は注目すべきである。

一方で、ここでいう「企業価値」が何を意味するのかについては慎重に検討する必要がある。図 7 の今後取り組みたい SDGs の具体的対応として挙げられているのは、「経営計画・事業計画への反映」と「ブランディングや PR に活用」がともに 17% で最も高い。次いで、本業を通じた社会課題解決」が 16% となっている。これが既に取り組んでいてさらに加速させるということなのか、それとも現時点ではできてないが今後開始したいということなのかは不明だが、少なくとも SDGs を経営計画・事業計画に反映する余地が大きいということだろう。SDGs が企業価値向上にとって重要だと認識しながらも体系的な取り組みに至っていない可能性や、SDGs に取り組んだという PR を「企業価値向上」と理解している例も考えられる。これは図 10 の回答からも覗える。SDGs の取り組みが「新規取引の増加」につながったのは 5%、「売上高の増加」は 8%、「新規事業の立ち上げや新製品開発」も 8% と多くない。最も多かったのは「他社との差別化」(21%) であるが、取引や売上げの増加に結びついていない「差別化」とは企業の認知度やイメージの向上を意味するのではないかと推測される。

3. パートナーシップの不足

最後に連携上の課題が挙げられる。SDGs について大学や金融機関に相談したいという回答は 26% に留まっており、相談したいと思わないという回答 (47%) を大幅に下回っている(図 17)。これはまず大学や金融機関の側の課題として認識される。SDGs に限らず従来の産学連携でも、どのようなプログラムやコンテンツが活用できるのか明確でない、実践に役に立つのかわからない、窓口がわかりづらい、敷居が高いなど、中小企業と大学の間の隔たりは大きい。産学連携センターの設置や窓口の一元化などは進んでいるが、分野が広い SDGs の取り組みにあたってはこれまで以上に大学側からの積極的なアプローチが必要となるだろう。同じことは金融機関についても当てはまる。SDGs の取り組みがビジネスそのものに結びつくことを金融機関自体が認識し、具体的な支援メニューを整備する必要がある。

企業の側からするとパートナーシップに関連する課題があると思われる。SDGs の 17 番目の

目標は「パートナーシップで目標を達成しよう」とされている。ひとつの組織やひとつのセクターだけで取り組むことの限界が SDGs では強く認識されているが、企業にあってもいかに多様なアクターと連携するかが重要である。とりわけ中小企業にあっては活用できる人材も資金も不足しがちである。今回のアンケートでも、SDGs に取り組む際の課題として「マンパワーの不足」という回答が2番目に多かった(図12)。限られたリソースで目標を達成するためには連携やパートナーシップが重要である。逆に、SDGs の取り組みが連携を広げるという効果もある。SDGs に取り組んだ成果として2番目に多かったのは「ステークホルダーとの連携」であった(図10)。中小企業の SDGs 取り組みを促進するためにはパートナーシップの強化が重要な意義を持つ。

IV むすびにかえて

本稿のタイトルに示されているように今回のアンケート調査は予備的調査であり、北九州エリアの中小企業の SDGs への取り組みの傾向を把握することを目的としている。アンケートの分析だけでは十分な課題把握と課題解決策の提示は難しいが、これまで述べてきたように一定程度の傾向は把握できた。今後は、今回のアンケート調査で寄せられた回答をもとに、先進的取り組みを行っている企業や具体的記述があった企業について追加のヒアリング調査を実施する予定である。本研究自体が北九州市立大学と日本政策金融公庫北九州支店の協働によって成り立っているものであり、前項の最後に指摘した地域での具体的なパートナーシップ強化に寄与できるものと考えている。これを通じ、北九州エリアの中小企業の SDGs の取り組みを促進するために必要な施策を整理し、具体的なプログラムの提供につなげていきたい。

(牛房 義明：本学 経済学部 教授)

(松永 裕己：本学 大学院マネジメント研究科 教授)

(眞鍋 和博：本学 基盤教育センター 教授)

〔注〕

- 1) アジェンダ採択当時インディケーター数は 232 であったが、2020 年 3 月に行われた第 51 回持続可能な開発のための 2030 アジェンダ統計委員会にて修正が行われた。
- 2) 民間企業の力を社会課題解決に活用するため、当時の国連事務総長コフィー・アナン氏が提唱し 2000 年に発足。現在世界約 160 ヶ国、17,500 を超える企業・団体が署名している。
- 3) Global Reporting Initiative。企業等における環境、社会、経済、およびガバナンスの課題に対する説明責任メカニズム「GRI スタンダード」を提供。
- 4) World Business Council for Sustainable Development（持続可能な開発のための世界経済人会議）。持続可能な開発を目指す企業約 200 社がその経験や取り組みを共有。
- 5) SDGs の国際的な企業行動指針として 2016 年に発行。
- 6) 中小企業の SDGs に関する認知や取り組み状況を調査。2018 年 10 月 1 日～4 日、500 社
https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/sdgs/sdgs_ninchido_chosa.html
- 7) SDGs への取り組み状況等を調査。2021 年 6 月 17 日～30 日、11,109 社
<https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/p210706.html>
- 8) 中小企業の SDGs に関する認知や取り組み状況を調査。2018 年 10 月 1 日～4 日、500 社
https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/sdgs/sdgs_ninchido_chosa.html

STUDIES
OF
INSTITUTE FOR
REGIONAL STRATEGY
CONTENTS

Survey on Corporate SDGs Initiatives in Kitakyushu area

Yoshiaki USHIFUSA, Hiromi MATSUNAGA, Kazuhiro MANABE …… 19

No. 7
March 2022
INSTITUTE FOR REGIONAL STRATEGY
THE UNIVERSITY OF KITAKYUSHU
KITAKYUSHU CITY, JAPAN