

静岡市SDGs宣言事業所・ 団体へのアンケート 調査結果

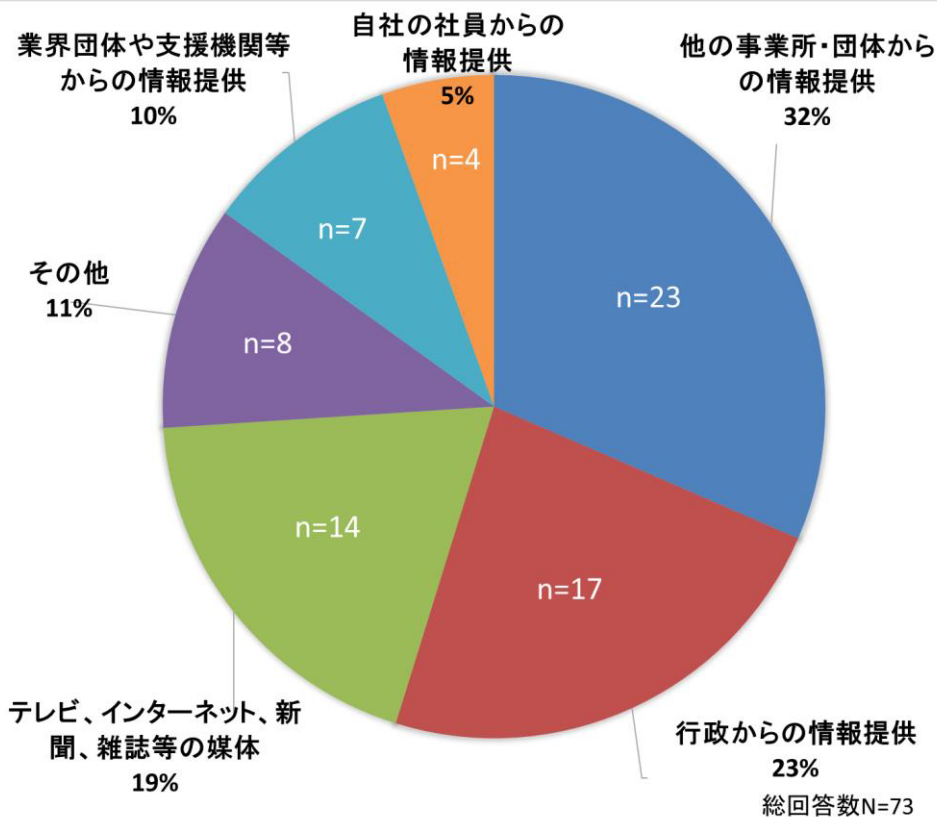
令和2年9月

静岡市企画局企画課

アンケートの概要

調査の目的	SDGs宣言事業所・団体における取組状況等を把握し、今後の施策に反映するため
調査時期	2020年8月12日(水)～2020年8月31日(月)
対象事業所・団体数	156事業所・団体
回答事業所・団体数	73事業所・団体
回答率	46.7%
質問内容	<ol style="list-style-type: none">1. SDGsを知ったきっかけ2. SDGsに取り組む意義3. SDGsに取り組んだことによる効果4. SDGsを推進する中で、直面している課題5. SDGs宣言を行った理由 など

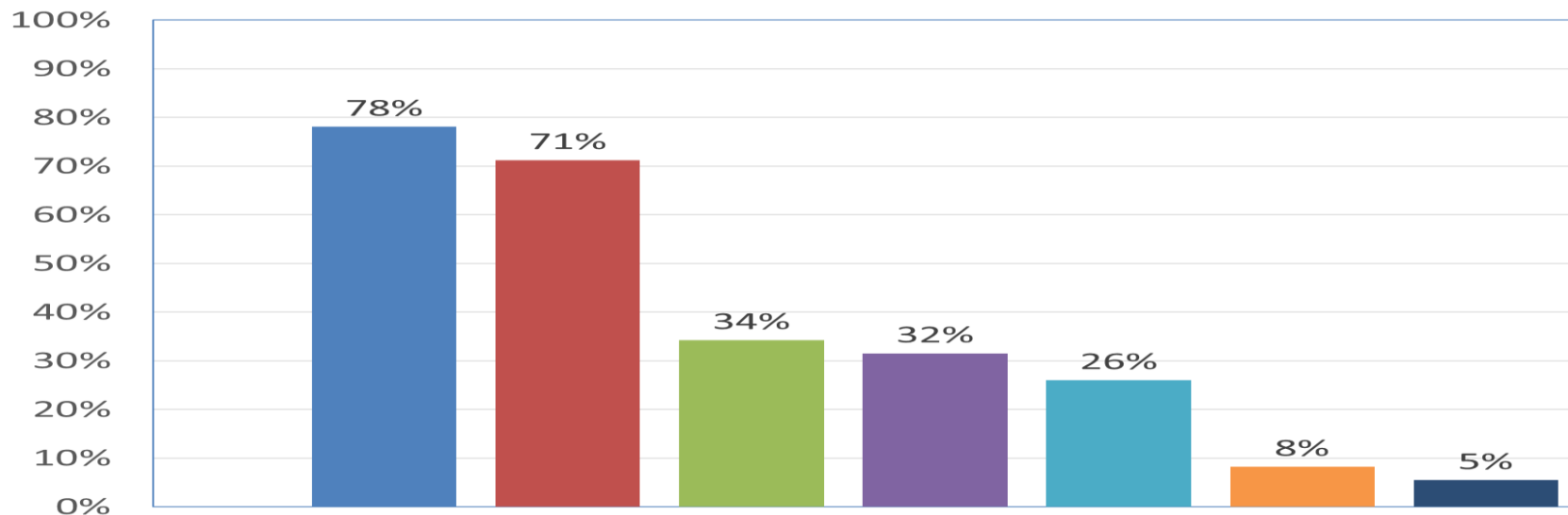
Q1-1 SDGsを知ったきっかけをお答えください。(1つ選択)



	回答数	%
全体	73	100
他の事業所・団体からの情報提供	23	32
行政からの情報提供	17	23
テレビ、インターネット、新聞、雑誌等の媒体	14	19
その他	8	11
業界団体や支援機関等からの情報提供	7	10
自社の社員からの情報提供	4	5

- 最も多い回答が「他の事業所・団体からの情報提供」(32%)、次いで「行政からの情報提供」(23%)、「テレビ、インターネット、新聞、雑誌等の媒体」(19%)の順に多い。
- 「他の事業所・団体からの情報提供=32%」、「行政からの情報提供=23%」、「業界団体や支援機構等からの情報提供=10%」を合計すると65%となり、他団体からの情報提供をきっかけにSDGsを知ったケースが多い。

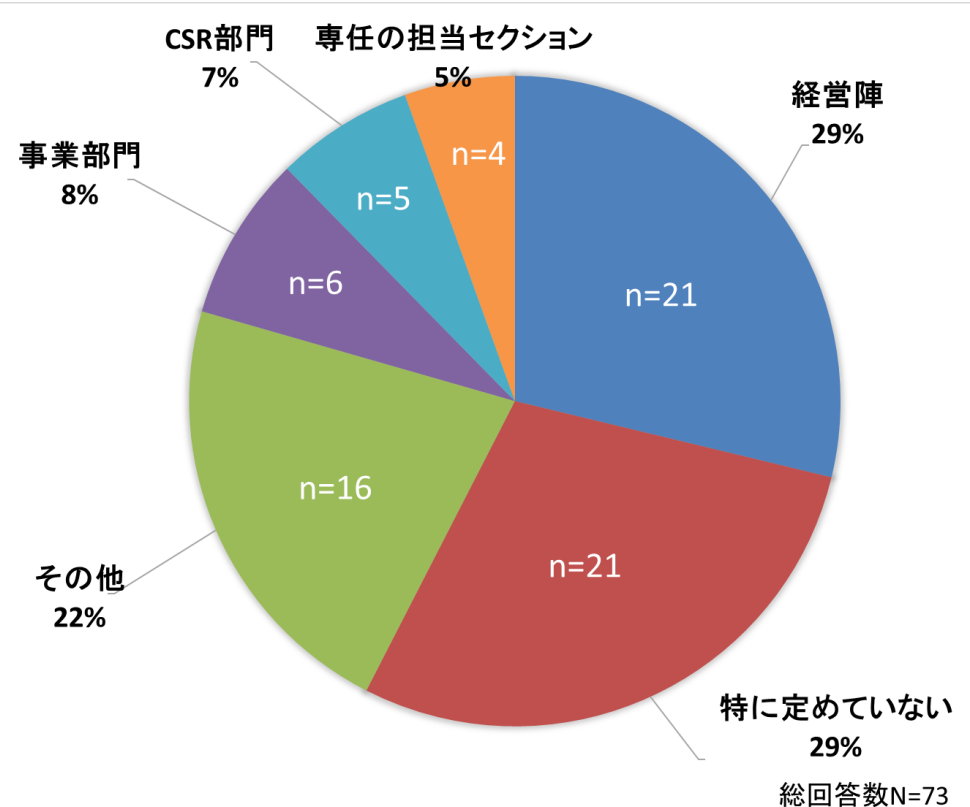
Q1-2 SDGsに取り組む意義についてお答えください(複数回答可)



上段は回答数、下段は回答事業者数(73社)に占める割合	n	事業所・団体の責任として重要	事業所・団体の価値向上において重要	外部のステークホルダーとの連携強化のために重要	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	イノベーションのアイデア等に活用することで新商品・新サービスの開発に役立つもの	リスク対策のため重要	その他
当てはまるもの(いくつでも)	73	57	52	25	23	19	6	4
%	100	78%	71%	34%	32%	26%	8%	5%

- 最も多い回答が「事業所・団体の責任として重要」(78%)、次いで「事業所・団体の価値向上において重要」(71%)、「外部のステークホルダーとの連携強化のために重要」(34%)の順に多い。
- 70%を超える事業所・団体がSDGsに取り組む上で、事業所・団体としての責任や価値向上に重きを置く傾向がある。
- 外部のステークホルダーとの連携を重要視している事業所・団体は全体の約30%であり、他団体との連携について一定のニーズがある。

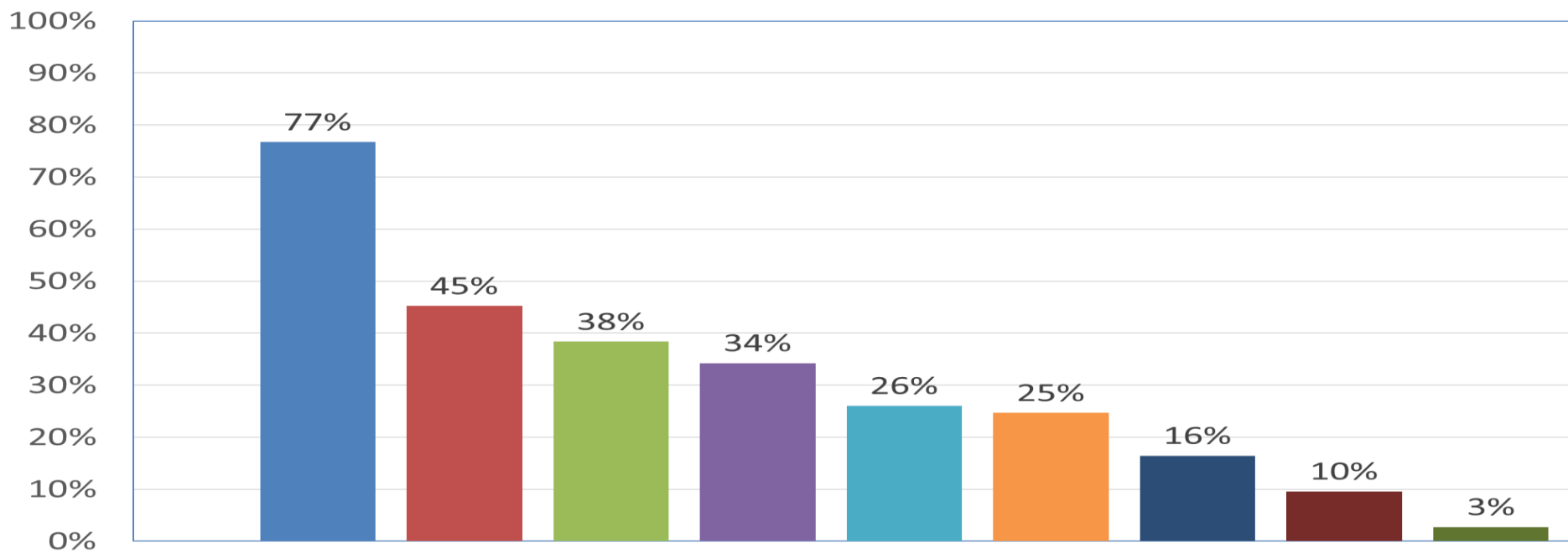
Q1-3 貴事業所・貴団体のSDGs推進活動の担当セクションをお答えください。(1つ選択)



	回答数	%
全体	73	100
経営陣	21	29
特に定めていない	21	29
その他	16	22
事業部門	6	8
CSR部門	5	7
専任の担当セクション	4	5

- 「経営陣」(29%)及び「特に定めていない」(29%)が回答数同数で最も多い回答となり、次いで「その他」(22%)の順に多い。
- SDGsの推進にあたっては、特に担当セクションを設けずに活動している事業所・団体が多く見られるが、専任の担当セクションを設けているところ(=5%)もある。

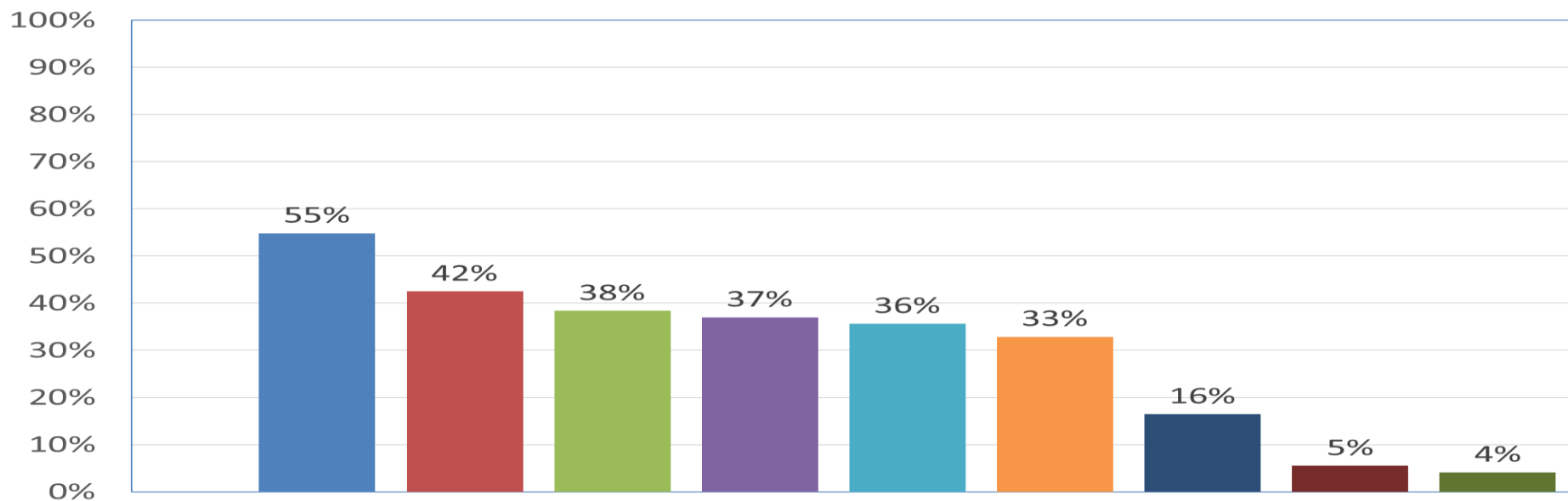
Q1-4 SDGsを推進するために実施している具体的なアクションについてお答えください。(複数回答可)



上段は回答数、下段は回答事業者数 (73社)に占める割合	n	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への対応を経営計画・事業計画等に盛り込んでいる	SDGsについて理解するための情報収集・勉強会等を行っている	自社のブランディングやPR等に活用している	社員の人材育成に活用している	SDGsのゴールに合わせた自社の取組をマッピングしている	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	CSR活動報告書に盛り込んでいる	その他
当てはまるもの (いくつでも)	73	56	33	28	25	19	18	12	7	2
%	100	77%	45%	38%	34%	26%	25%	16%	10%	3%

- 最も多い回答が「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」(77%)、次いで「SDGsへの対応を経営計画・事業計画等に盛り込んでいる」(45%)、「SDGsについて理解するための情報収集・勉強会等を行っている」(38%)の順に多い。
- 従来から本業を通じて社会課題の解決に取り組んでいる事業者・団体が全体の約80%に上る。
- 少数ではあるがCSR活動報告書に盛り込んでいる例(=10%)もある。

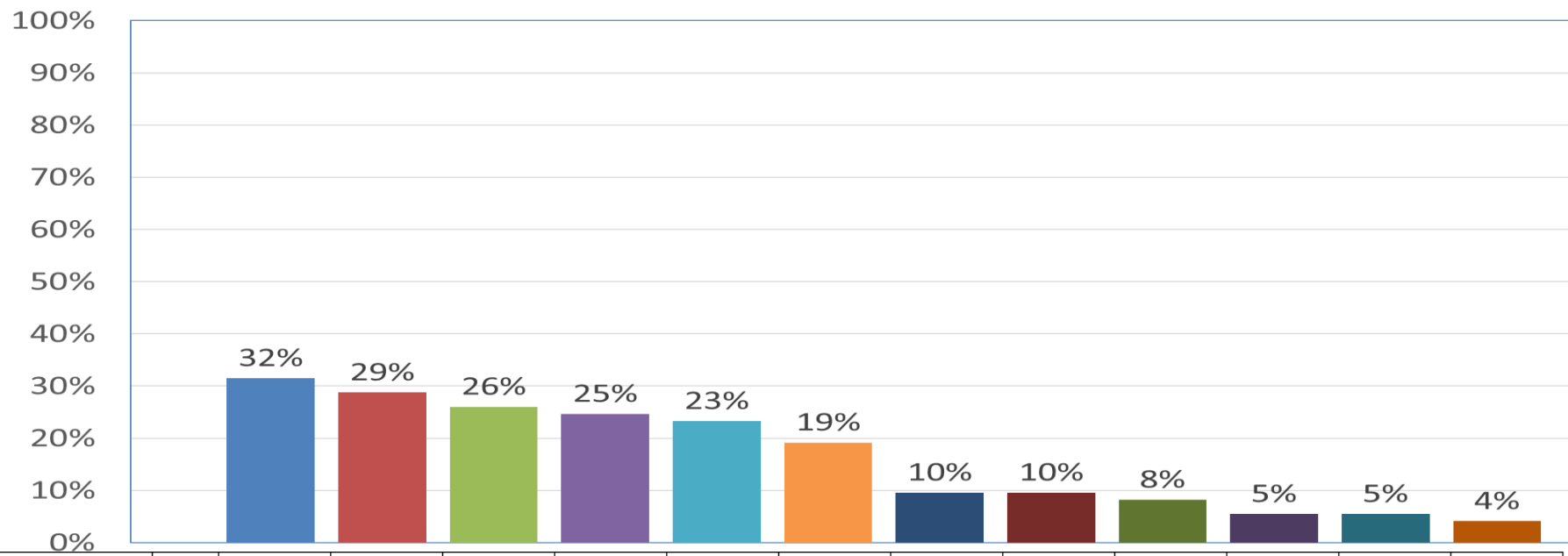
Q1-5 SDGsを推進するため今後取り組みを検討している具体的なアクションについてお答えください。(複数回答可)



上段は回答数、下段は回答事業者数(73社)に占める割合	n	本業を通じた社会課題解決の取組	SDGsへの対応を経営計画・事業計画等に反映	自社のブランディングやPR等に活用	社員の人材育成への活用	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	SDGsについて理解するための情報収集・勉強会等	SDGsのゴールに合わせた自社の取組のマッピング	その他	SDGsへの対応をCSR活動報告書に反映
当てはまるもの(いくつでも)	73	40	31	28	27	26	24	12	4	3
%	100	55%	42%	38%	37%	36%	33%	16%	5%	4%

- 最も多い回答が「本業を通じた社会課題解決の取組」(55%)、次いで「SDGsへの対応を経営計画・事業計画等に反映」(42%)、「自社のブランディングやPR等に活用」(38%)の順に多い。
- SDGsを推進するため、本業を通じて社会課題を解決する取組の実施を検討している事業者・団体が全体の半数を超えている。
- 経営計画や事業計画にSDGsを明確に位置づけることを検討している事業所・団体が全体の40%を超えている。

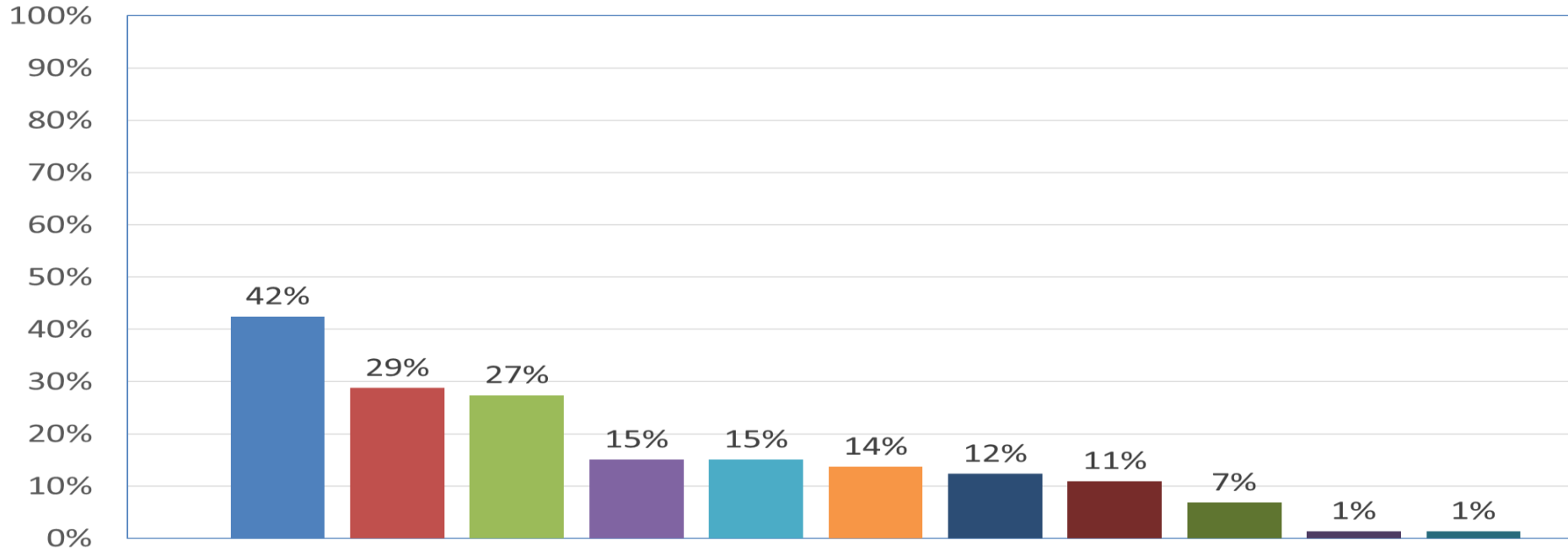
Q1-6 SDGsに取り組んだことで、どのような効果がありましたか。(複数回答可)



上段は回答数、下段は回答事業者数(73社)に占める割合	n	従業員のモチベーションアップ	他事業所・他団体との差別化	経営方針等の明確化	取り組んでもないため、効果の測定が困難	外部のステークホルダーとの連携強化	採用活動におけるプラスの効果	新規事業立ち上げ、新商品・新サービス開発に繋がった	特になし	新規取引の増加	売上高の増加	その他	企業利益の増加
当てはまるもの(いくつでも)	73	23	21	19	18	17	14	7	7	6	4	4	3
%	100	32%	29%	26%	25%	23%	19%	10%	10%	8%	5%	5%	4%

- 最も多い回答が「従業員のモチベーションアップ」(32%)、次いで「他事業所・他団体との差別化」(29%)、「経営方針等の明確化」(26%)の順に多い。
- 回答に大きな偏りはなく、SDGsに取り組んだことによる共通した効果はあまり見られない。
- SDGsに取り組むことで、従業員のモチベーションアップや、他団体との差別化など、団体の価値を高めることに一定の効果はあるが、売上や利益の増加には必ずしも繋がっていない。

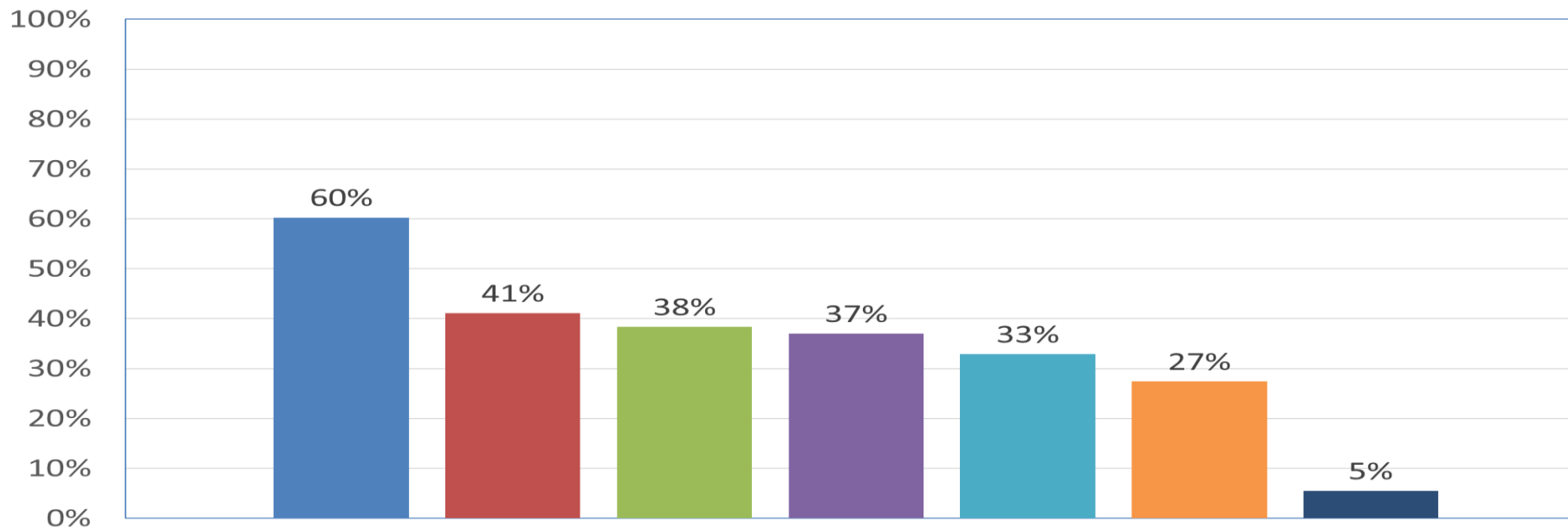
Q1-7 SDGsを推進する中で、直面している課題はありますか？(複数回答可)



上段は回答数、下段は回答事業者数(73社)に占める割合	n	社会的な認知度が高まっていない	事業所内・団体内の理解度が低い	定量的な指標など評価方法がわからない	取り組むことによるメリットが不明確	マンパワーの不足	資金の不足	行政の関与が希薄	具体的な目標・KPIの設定の仕方がわからない	その他	何から取り組んでいいかわからない	特になし
当てはまるもの(いくつでも)	73	31	21	20	11	11	10	9	8	5	1	1
%	100	42%	29%	27%	15%	15%	14%	12%	11%	7%	1%	1%

- 最も多い回答が「社会的な認知度が高まっていない」（42%）、次いで「事業所内・団体内の理解度が低い」（29%）、「定量的な指標など評価方法がわからない」（27%）の順に多い。
- SDGsを推進するうえで「認知度」の低さを課題に挙げる事業者・団体が多く見られ、更なる認知度の向上が重要視されている。
- SDGsに取り組んだ成果や課題を分析するための評価方法を確立・共有する必要がある。

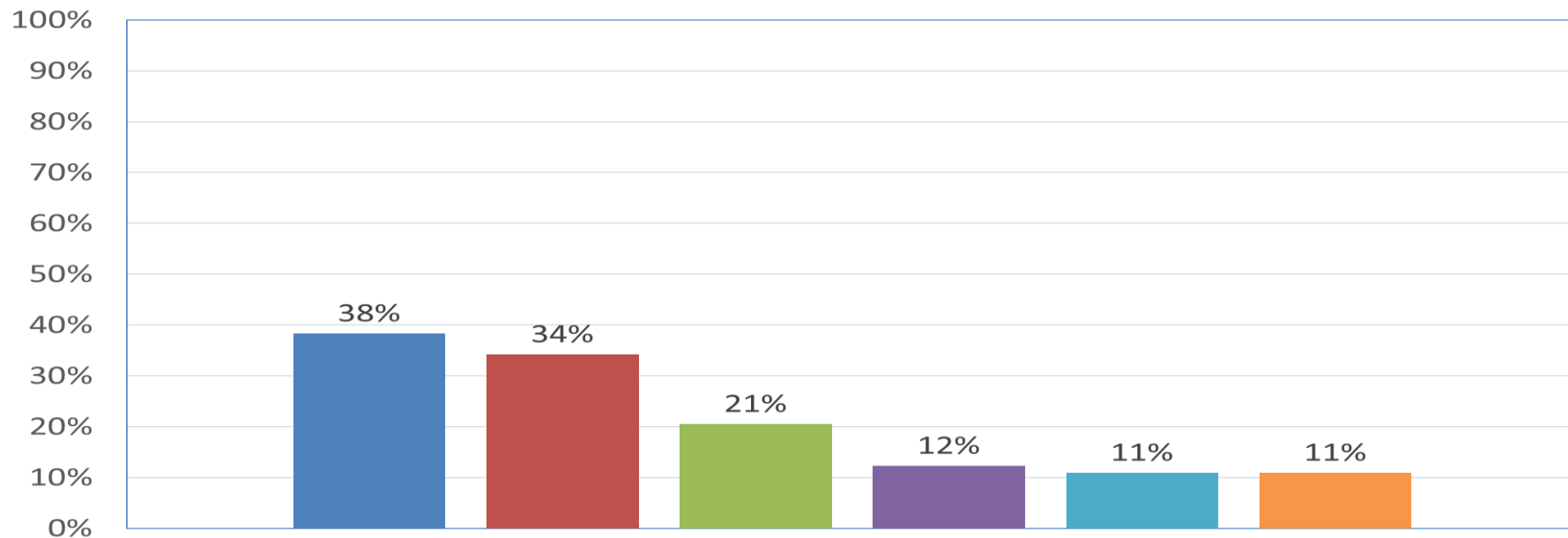
Q1-8 SDGsを推進する中で、行政からどのような支援を望みますか？(複数回答可)



上段は回答数、下段は回答事業者数(73社)に占める割合	n	SDGsに取り組んだ事業所・団体に対するPR・情報発信支援	SDGsをテーマにしたビジネスマッチングの機会の提供	SDGsに取り組んだ事業所・団体に対する表彰・認証制度	ビジネスになり得る地域課題や国際課題等の把握のための支援	学生(高校生・専門学生・大学生など)と交流する機会の提供	SDGsを活用したビジネスのノウハウ・プロセス等の習得	その他
当てはまるもの(いくつでも)	73	44	30	28	27	24	20	4
%	100	60%	41%	38%	37%	33%	27%	5%

- 最も多い回答が「SDGsに取り組んだ事業所・団体に対するPR・情報発信支援」(60%)、次いで「SDGsをテーマにしたビジネスマッチングの機会の提供」(41%)、「SDGsに取り組んだ事業所・団体に対する表彰・認証制度」(38%)の順に多い。
- 行政からのPRや情報発信支援が強く求められており、継続的な発信及び支援の拡充が必要。
- SDGsに関心のある事業所・団体が、ビジネス、地域課題などの分野で連携して取り組むパートナーとのマッチング機会の創出が必要。

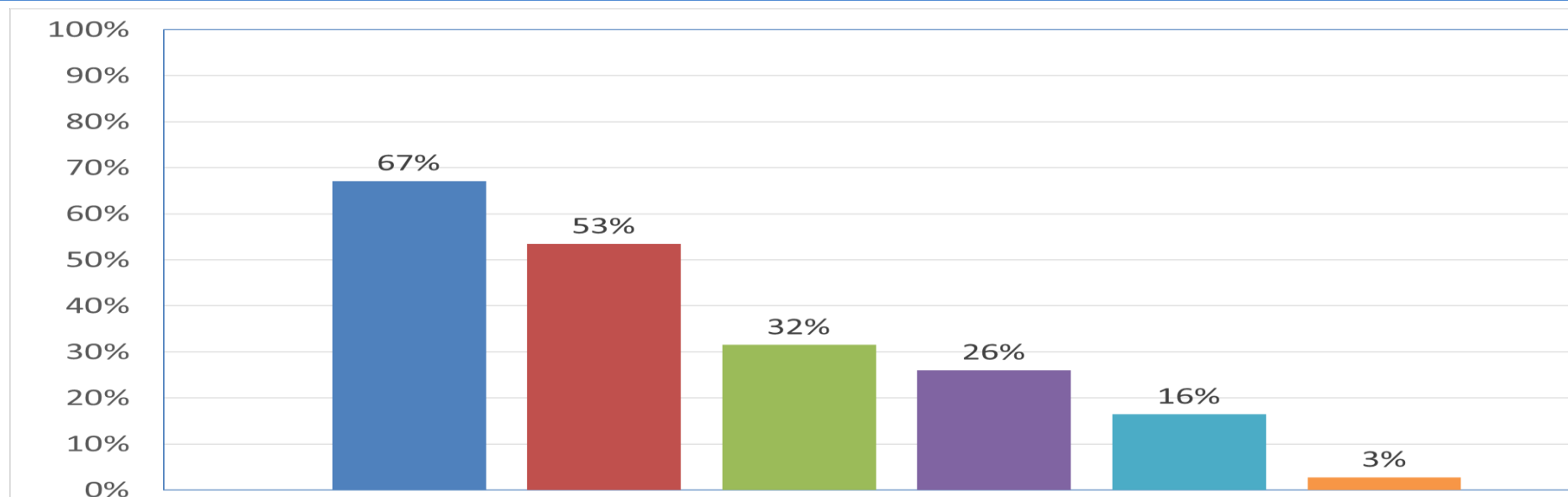
Q2-1 SDGs宣言事業を、何で知りましたか？(複数回答可)



上段は回答数、下段は回答事業者数(73社)に占める割合	n	市ホームページ	他の事業所・団体からの情報提供	その他	チラシ	広報紙「しずおか気分」	テレビ、インターネット、新聞、雑誌等の媒体
当てはまるもの(いくつでも)	73	28	25	15	9	8	8
%	100	38%	34%	21%	12%	11%	11%

- 最も多い回答が「市ホームページ」(38%)、次いで「他の事業所・団体からの情報提供」(34%)、「その他」(21%)の順に多い。
- 市からの情報提供、情報発信により宣言事業を知ったケースが多数を占めているが、他の事業所・団体からの情報提供により宣言を知ったケースも多数含まれている。

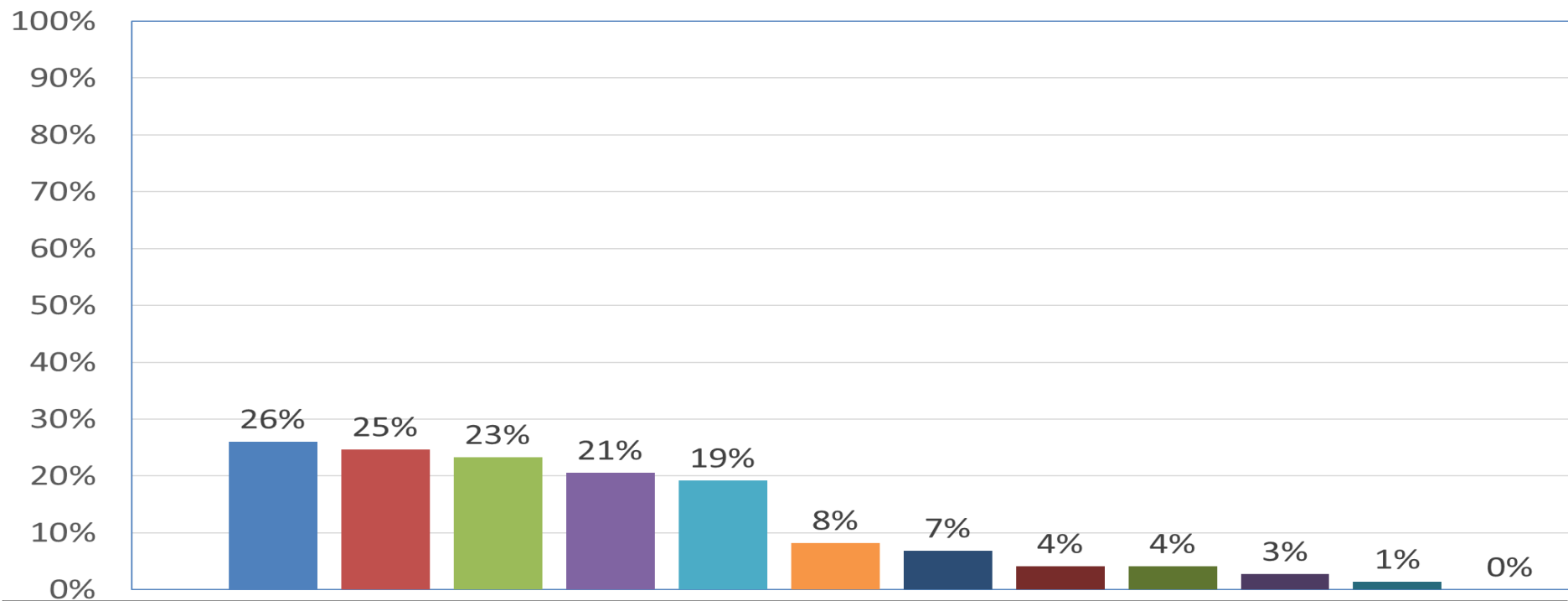
Q2-2 SDGs宣言を行った理由についてお答えください。(複数回答可)



上段は回答数、下段は回答事業者数(73社)に占める割合	n	事業所・団体の価値向上のため	既にSDGsに取り組んでいたため	宣言によりメリット(認知度向上、新規顧客獲得など)が得られるため	SDGsに取り組む他事業所・他団体と連携するため	既に宣言を行った他事業所・他団体から勧められたため	その他
当てはまるもの(いくつでも)	73	49	39	23	19	12	2
%	100	67%	53%	32%	26%	16%	3%

- 最も多い回答が「事業所・団体の価値向上のため」(67%)、次いで「既にSDGsに取り組んでいたため」(53%)、「宣言によりメリット(認知度向上、新規顧客獲得など)が得られるため」(32%)の順に多い。
- 約7割の事業所・団体が、事業所・団体の価値向上のために宣言を行っている。
- 既にSDGsに取り組んでいたため宣言を行った事業所・団体の数が全体の半数を超えており、多くの事業所・団体が早くからSDGsに取り組んでいる。

Q2-3 SDGs宣言を行ったことで、どのような効果がありましたか。(複数回答可)



上段は回答数、下段は回答事業者数(73社)に占める割合	n	他事業所・他団体との差別化	宣言して間もないため、効果の測定が困難	従業員のモチベーションアップ	特になし	外部のステークホルダーとの連携強化	経営方針等の明確化	採用活動におけるプラスの効果	新規取引の増加	その他	新規事業立ち上げ、新商品・新サービス開発に繋がった	企業利益の増加	売上高の増加
当てはまるもの(いくつでも)	73	19	18	17	15	14	6	5	3	3	2	1	0
%	100	26%	25%	23%	21%	19%	8%	7%	4%	4%	3%	1%	0%

- 最も多い回答が「他事業所・他団体との差別化」(26%)、次いで「宣言して間もないため、効果の測定が困難」(25%)、「従業員のモチベーションアップ」(23%)の順に多い。
- 回答に大きな偏りはなく、SDGs宣言を行ったことによる共通した効果はあまり見られない。
- SDGs宣言を行うことで、他団体との差別化や従業員のモチベーションアップなど、団体の価値を高めることに一定の効果はあるが、売上や利益の増加には必ずしも繋がっていない。

主な地域課題

寄せられた地域課題から主なものを抜粋

地域課題	
空き家の増加	災害対応・対策
小売店舗の支援・振興	企業の後継者不足
空き店舗の増加	住民間の関係の希薄化
食品ロス	川や海のごみ問題
交通インフラ減少・維持	高齢化、 高齢者の見守り支援
障害者支援(雇用・育児)	放任竹林
女性活躍推進	交通事故の防止
子どもの貧困	放置自転車