

企業の広報部門を中心に構成される企業部会は、共通課題の解決を図る中で、SDGs が重要課題と認識した。主題は「SDGs に関する広報」であるが、その基となる企業内での推進体制や推進方法も重要なので、合わせて「SDGs 推進の現状と課題」を把握するアンケート調査を実施した。

- ・実施期間：2023年2月21日～3月10日
- ・対象企業：PRSJ企業部会 所属会員企業（個人会員等は除く）178社
- ・回答企業：47社
- ・調査設計・分析（企業部会担当幹事）：片山 知也/京王電鉄、竹内 香織/エレクトロニック・ライブラリー、兵頭 宥衣/アークコミュニケーションズ、渡邊 幹夫/凸版印刷

回答企業47社の業種は「**その他製造業**」「**通信サービス**」が多いものの多岐にわたる。

**BtoB：23社**

情報処理・ソフトウェア、電気・電子部品、素材、人材サービス、機械・重電、コンサル  
会計・法律、エネルギー

**BtoC：21社**

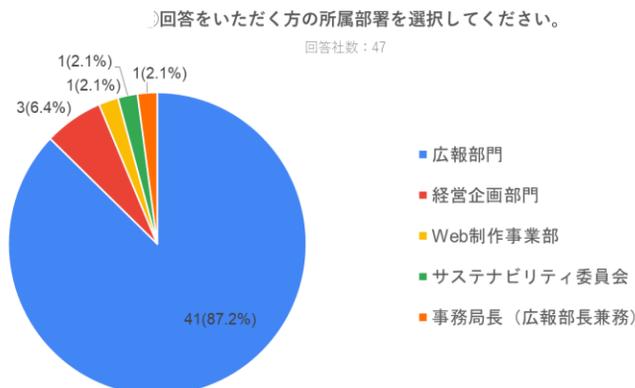
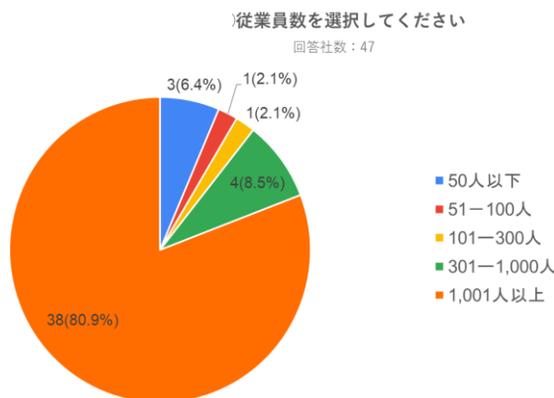
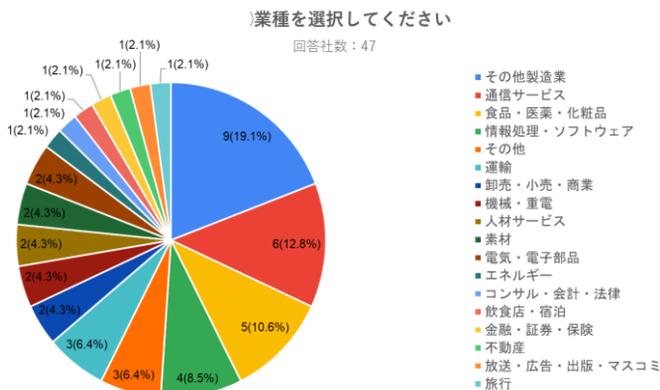
通信サービス、食品・医薬・化粧品、運輸、卸売・小売・商業、旅行、放送・広告・出版・マスコミ、不動産、金融・証券・保険、飲食店・宿泊

（「その他」と回答した企業3社を除く）

回答企業の内「**従業員数：1,001人以上**」の大企業が8割。

PRSJ 会員企業に限定したこと、アンケートテーマが大企業の取り組みが比較的多い「SDGs」であったため

アンケートをPRSJ 会員企業に限定したため、回答者の所属部門は、**広報部門**が約9割。



### 1) SDGs推進体制について

87%の企業が「経営層以下、組織全体で取り組んでいる」と回答。

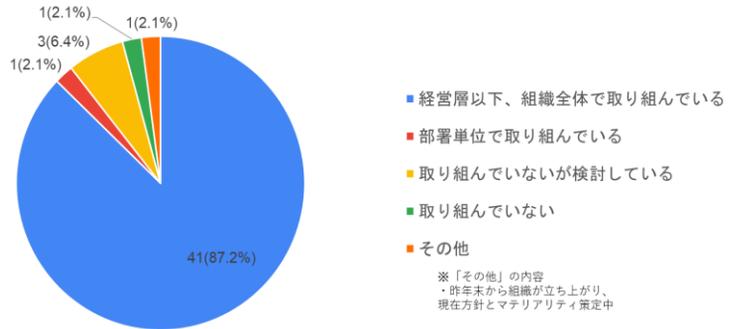
「取り組んでいない」、「検討中」と回答した企業も、従業員規模に関わらずあった。

BtoB、BtoCのどちらもSDGsへの取り組みを実施している企業がほとんどで、その差はほとんど無い

取り組んでいない企業も検討はしている。

貴社ではSDGsについて組織的に取り組んでいらっしゃいますか？

回答社数：47



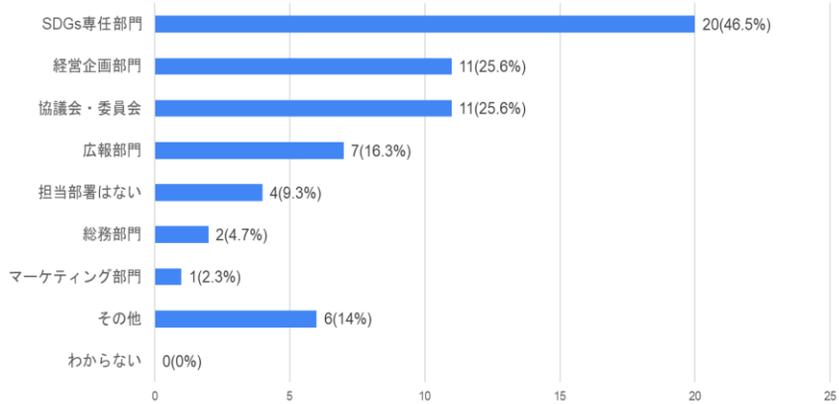
### 2) SDGs推進の主管部門は？

SDGs専任部門を設置している企業が約半数。次いで、「経営企画部門」や「協議会・委員会体制」と回答した企業が各25%。

「広報部門」が主管を担っていると回答した企業は16%に留まった。

SDGsの主管部門はどこですか？（複数選択可）

回答社数：43 総回答数：62



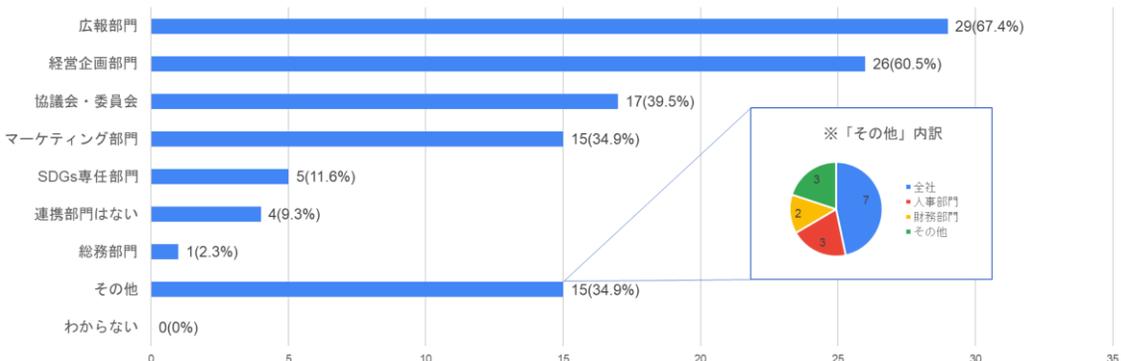
### 3) SDGsの社内連携先は？

社内連携先で多いのは①広報部門（67%）②経営企画部門（60%）。

→広報部門は社内連携先として参加している場合が多い。

主管部門と連携して担当している部門はありますか？（複数選択可）

回答社数：43 回答数：116

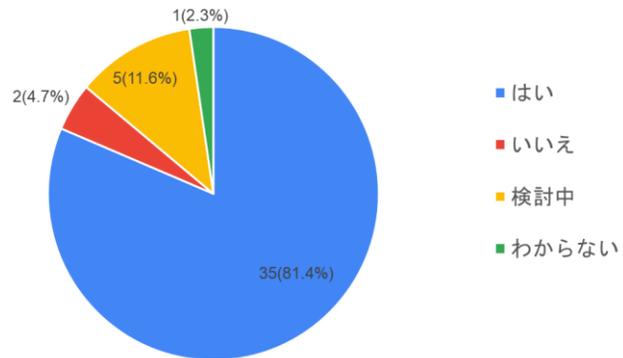


#### 4) 社員の関心を高める取り組みを行っていますか？

貴社ではSDGsへの社員の関心を高める取り組みを行っていますか？

回答数：43

社員の関心を高める取り組みは8割の会社が実施。検討中も含めると9割以上。「はい」と回答した企業の具体的な取り組みとしては、「社内報（特集記事掲載等）」と「社内イントラ」での周知の回答が多く、「勉強会」や「イベントの実施」といった回答もあった。



「社員の関心を高める取り組みを実施している」と回答した企業について、具体的な取り組みをご記載ください。

##### ○社内広報

- ・社内報や社内ポータルで自社の取り組み、SDGs特集や、解説、啓発情報を発信
- ・トップマネジメントのメッセージ発信や動画配信
- ・社員向け特設サイトの開設
- ・インターナルブランディングWebサイトで、CSV(Creating Shared Value)の自分事化につながるコンテンツを全従業員に対して発信。
- ・統合報告書、会社案内、コーポレートサイト、社内SNSで発信
- ・主管部門からの社内発信
- ・全社会議で社の取り組みを発表

##### ○イベント

- ・社員が全員参加する水源涵養活動
- ・SDGsへの個人の取り組みをツリーへの短冊として寄せてもらう
- ・イベントやコンテンツなどインターナルコミュニケーション
- ・30年以上、社会課題に対する基金活動などを実施している。
- ・啓蒙強化期間などの実施

##### ○その他

- ・環境への取り組み啓発やDE&I(ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)の推進
- ・SDGsへの取り組みを宣言したステートメントを発行。更に中計と連動した事業で取り組むKPIであるBusiness Action for SDGsを設定し、各部門の計画に落とす
- ・環境部会・環境委員会の設置
- ・社員全員が取り組み主体なので商品企画・店舗活動すべてで、サステナビリティ要素を取り入れることが通常となっている

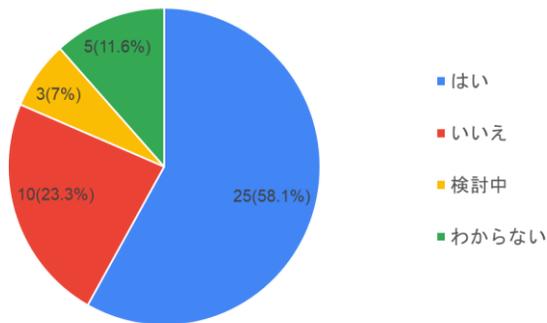
## 5) 外部機関との連携はしていますか？

貴社のSDGsの取り組みについて、外部の専門機関と連携していますか？

回答社数：43

SDGsの取り組みについて、**外部機関と連携している企業は約6割。**

具体的な連携先としては、ESGスコア支援会社やTCFD作成支援会社、CO<sub>2</sub>算定支援会社等の回答が挙げられた。



**SDGsの取り組みについて、外部機関と連携していると回答した企業について具体的な協力先や協力内容について記載ください。**

### ○ESGスコア支援、コンサル

- ・外部専門家へのコンサル依頼
- e.g. ESGスコア支援 7社、TCFD作成支援 5社、CO<sub>2</sub>算定支援、人権デューデリジェンス支援、サステナビリティ関連コンサル 2社
- STATEMENTやBusiness Actionの策定：時にコンサルの支援を導入
- SDGs目標と当社事業の紐づけで環境コンサルタント会社の支援を導入
- 企業向け研修会社にSDGsワークショップの運営支援を導入
- ・方針、マテリアリティ、KPI策定と開示に向けた支援
- ・EMS（環境マネジメント）支援

### ○公的機関や他社との連携

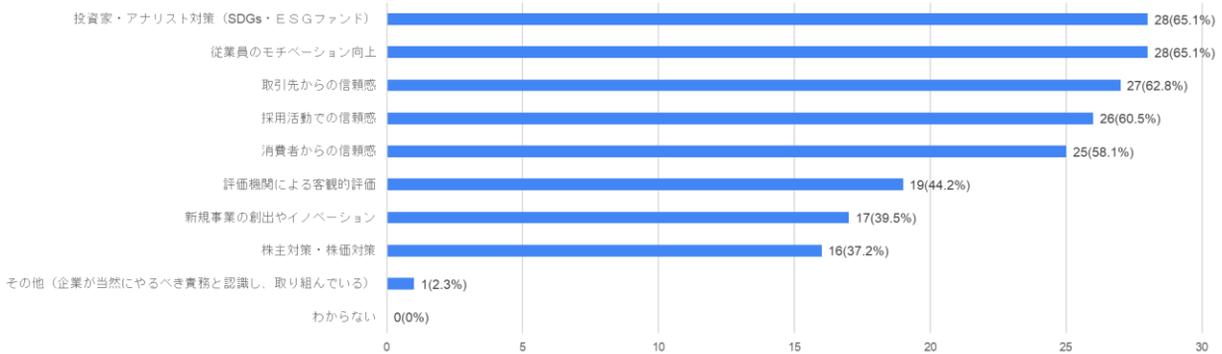
- ・「自然関連財務情報開示タスクフォース」（TNFD）の“The TNFD Forum”に参画
- ・国連グローバルコンパクトへの参加
- ・NPO、NGO法人などと連携
- ・リサイクル対応（プラスチック・衣料品）

## 6) 社内外にあたる効果として期待することは何ですか？

社外への効果としては、「**投資家対策**」や「**取引先・採用活動・消費者からの信頼感**」を期待する企業が6割以上で、社内への効果としては、「**従業員のモチベーション向上**」を期待する企業が多かった。

SDGsの取り組みが社内外に与える効果については、  
どのようなものを期待していますか？（上位4つまで選択ください）

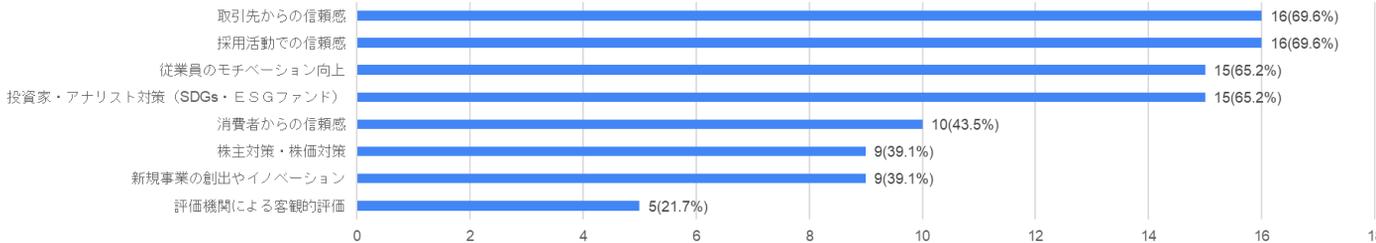
回答社数：43 総回答数：187



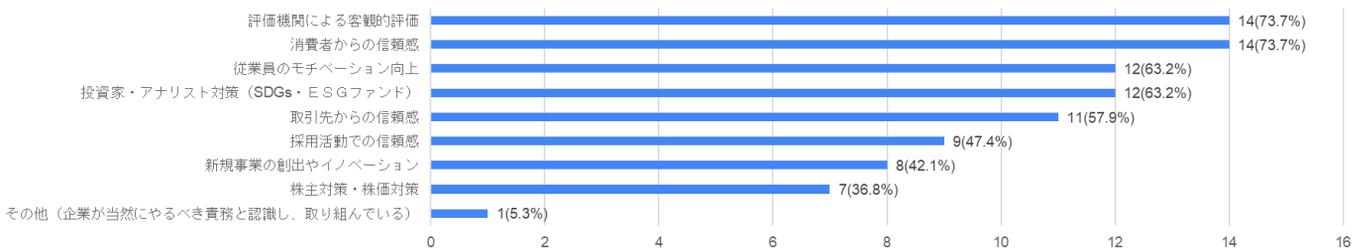
BtoB企業とBtoC企業にわけると、

BtoB企業は「**取引先や採用活動への信頼感**」をより重視し、BtoC企業は「**消費者や評価機関からの信頼・評価**」を重視しており、実際の企業活動とリンクしていると推察できる。

BtoB企業 回答社数：23 総回答数：95



BtoC企業 回答社数：19 総回答数：88



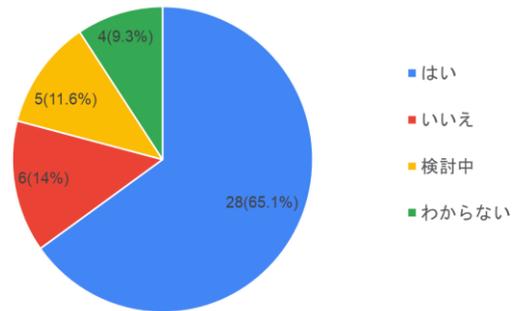
## 7) 定量あるいは定性的達成基準はありますか？

貴社ではSDGsの目標について、定量あるいは定性的達成基準をお持ちですか？

回答社数：43

SDGsの目標に対して、**定量あるいは定性的達成基準を持つ企業は約7割**。

CO<sub>2</sub>削減やカーボンニュートラル達成、資源利用効率の改善、女性管理職の割合増といった回答が多かった。



「はい」とお答えの方：主な具体的な目標を教えてください。

### ○CO<sub>2</sub>削減、カーボンニュートラル

- ・CO<sub>2</sub>排出量を2030年までに50%削減、CO<sub>2</sub>排出量を2030年までに35%削減
- ・2030年までにカーボンニュートラルを目指す、2050年までにCO<sub>2</sub>排出量実質ゼロ
- ・自社データセンター（Scope1, 2）の再エネ利用率を2030年度に85%まで引き上げること、併せてデータセンターのエネルギー利用効率指標であるPUEを2030年度に業界最高水準（PUE1.4以下）にする
- ・2030年度 温室効果ガス削減目標 Scope1+2 2017年度比 32.5%削減 Scope3 2017年度比20%削減
- ・バージンプラスチック削減量、カーボンネットゼロ
- ・電車の運転用動力を2030年度に26%削減（2013年度比）
- ・気候変動の克服でGHG排出削減率をScope1, 2で2019年比で30%削減する
- ・2023年度中にデータセンターなど事業活動で利用する電力の100%再生可能エネルギー化の実現
- ・自社CO<sub>2</sub>排出総量削減率を2023年度までに7.5%削減、など
- ・2030年度自社の事業所でのカーボンニュートラルを達成、2050年度バリューチェーンを通じてカーボンニュートラルを達成
- ・自社拠点でのGHG排出量を50%削減、バリューチェーン全体におけるGHG排出量を30%削減

### ○女性管理職の割合増

- ・管理職（課長以上）における女性人数を2026年3月までに3割増（2021年4月比）
- ・2025年度に女性管理職の比率を15%以上、男性育休取得を30%以上  
部長級の女性率：2026年3月までに12%

### ○水資源、リサイクル原料などの資源利用効率化

- ・【工場節水】自社工場の水使用量の原単位をグローバルで35%削減。  
【水源涵養】自社工場の半数以上で、水源涵養活動により使用する水の100%以上をそれぞれの水源に還元。  
【原料生産】水ストレスの高い地域で水消費量の多い重要原料を特定し、水使用効率の改善をサプライヤーと協働推進。  
【水の啓発】水に関する啓発プログラムに加えて、安全な水の提供にも取り組み、合わせて100万人以上に展開。
- ・2050年度に水・資源利用効率を50%改善
- ・2028年目標：廃棄物の単純焼却と埋立を2019年比50%削減  
2030年目標：PETボトルにおけるリサイクル原料および植物由来原料の使用割合100%
- ・原料にリサイクル原料や植物由来原料を使用することによって、グローバルにおいて持続可能なPET原料の割合を2030年までに100%、2050年までに消費者商品の全製品を対象に化石資源由来原料の使用をゼロ

### ○その他

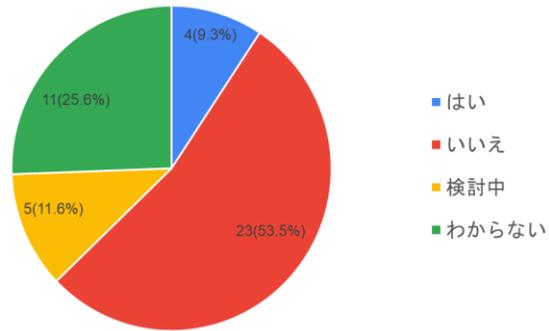
- ・サステナビリティ貢献（環境価値、社会的価値）製品売上高比率＝2030年度に80%超、CO<sub>2</sub>排出量＝2030年までに35%削減など
- ・環境配慮型の商品の売上高比率を上げる

## 8) ベンチマーク企業は設定していますか？

ベンチマーク企業の設定をしていない企業が約5割。「わからない」も含めると7割以上。「設定している」と回答した企業はわずか4社で、具体例としては「企業評価で最高評価を取得しているリーディングカンパニーを到達すべき水準の参考に使っている」がある。

貴社のSDGsの取り組みについてベンチマーク企業を設定していますか？

回答社数：43

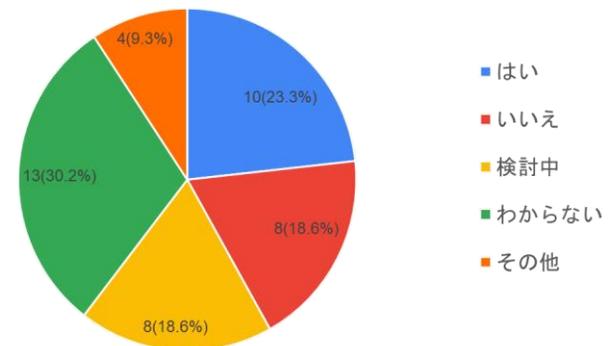


## 9) 取り組みについて見直しの予定はありますか？

見直しを予定している企業は約2割。各社とも課題感の把握が十分にできていない現状が推察される。

貴社ではSDGsの取り組みについて今後、見直し予定はありますか？

回答社数：43



回答のあった9社の中では、随時見直していると回答した企業が多かった

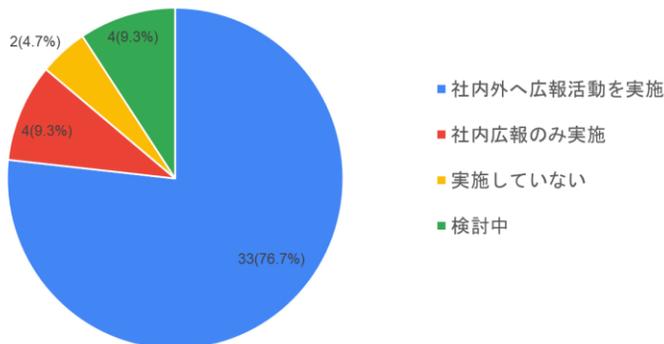
- ・現在のサステナビリティ取り組みに関する開示コンテンツを拡充していくとともに、ESG調達への取り組みとしてサプライヤーへの調達ガイドラインの策定なども改善していく。また、現在の取り組みをグループ会社全体に広げていく予定。
- ・事業活動マテリアリティやKPIについてはその進捗に従い見直しも行う想定
- ・次期中計で見直しを想定している
- ・社長をトップにした委員会を設け、具体的な施策を検討する
- ・現在はESG目標や活動を常に見直しバージョンアップすることが世界でも奨励されているので、常に見直したりバージョンアップしたりしながら進めている
- ・スマートトランジションを採用しており、今ある技術をどんどん取り入れていく

## 10) SDGsの広報活動

SDGsの取り組みを実施している43社のうち、**社内外への広報活動を約8割の企業が実施**。SDGsの取り組みにおいて広報活動の重要性がうかがわれる。

貴社においてSDGsの取り組みを社内外に向けて広報活動を実施していますか？

回答社数：43



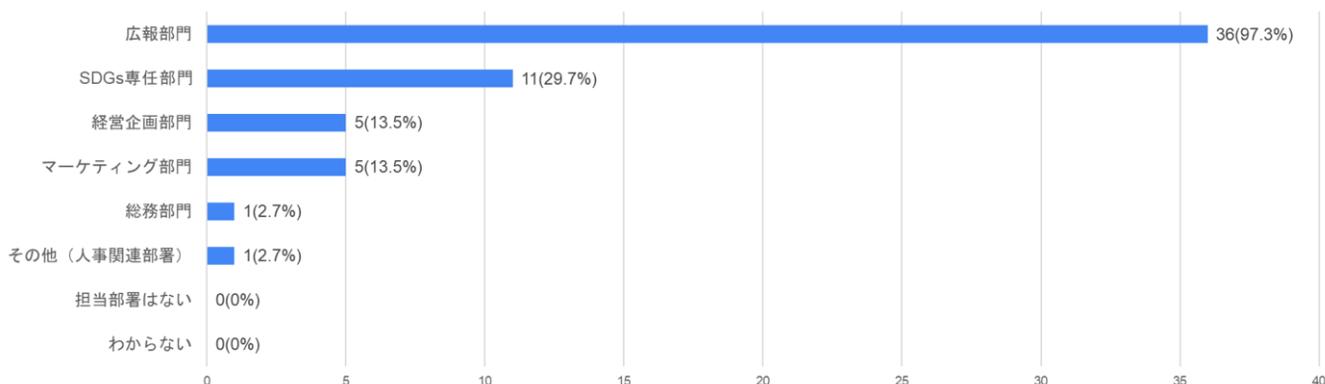
## 11) SDGs広報担当部門

広報業務は、**ほとんどの企業で広報部門**が担当しており全体の97.3%。SDGs専任部門、経営企画部門、マーケティング部門と連携している様子が見える。

貴社においてSDGsの取り組みについて広報を担当する主な担当部署はどこですか？

(複数選択可)

回答社数：37 総回答数：59

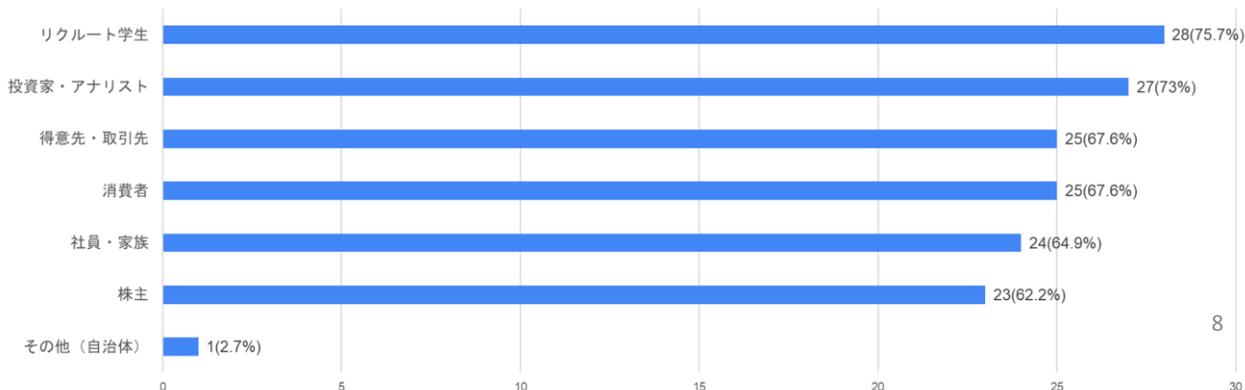


## 12) SDGsの広報活動のターゲット層はどこですか？

「リクルート学生」「投資家・アナリスト」が最も多いが、「取引先」や「消費者」、「株主」、「社員・家族」もターゲットであると推察される。

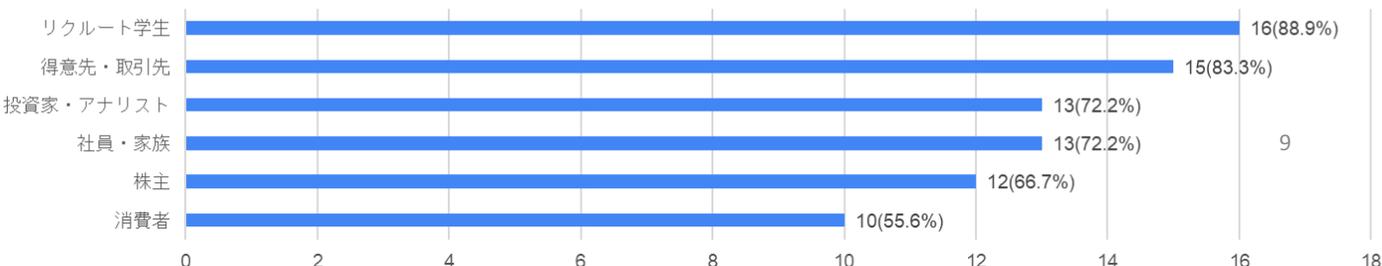
貴社SDGsの広報活動において、主なターゲット層はどこですか？(複数選択可)

回答社数：37 総回答数：153

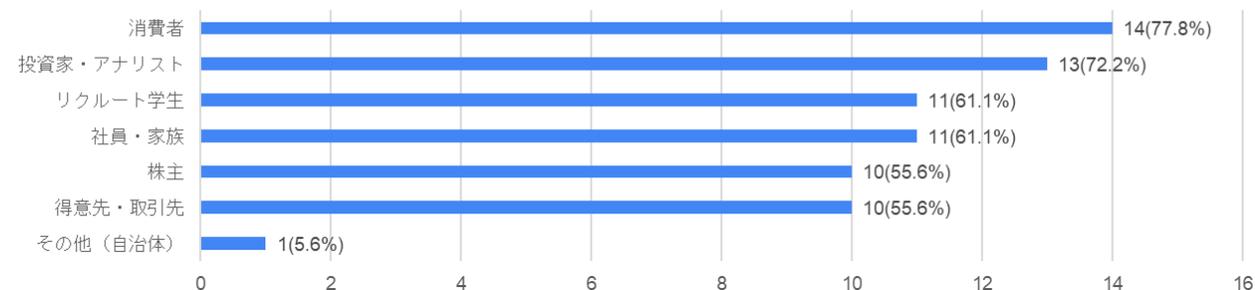


BtoB企業とBtoC企業で比較すると、  
 BtoB企業は「学生」や「得意先」を、BtoC企業は「消費者」や「投資家」をターゲットとしており、  
 期待される効果及び実際の企業活動とリンクしていると推察できる。

BtoB企業 回答社数：18 総回答数：79



BtoC企業 回答社数：18 総回答数：70

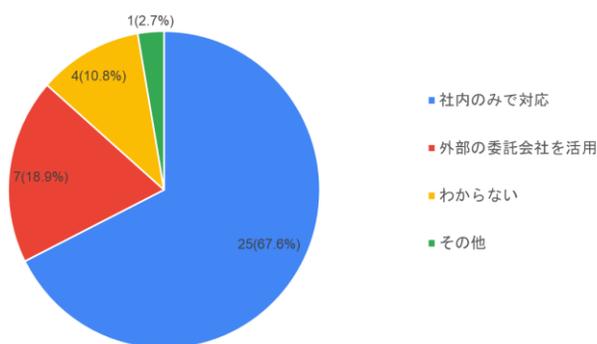


### 13) SDGsの広報で外部活用はしていますか？

SDGsの広報について、自社以外に委託会社など外部の活用はありますか？

回答数：37

広報における**外部の活用は2割以下**  
 にとどまり、社内のみでの対応が多い。  
 具体的な委託内容は、コンサルや  
 制作物作成など。



「委託会社を活用」とお答えの方：委託内容について具体的にご記載ください。

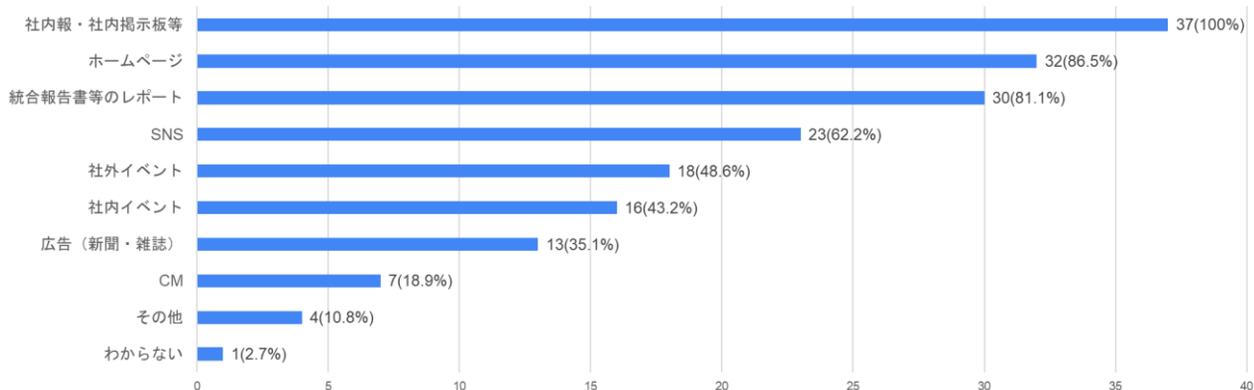
- ・プロジェクトによってはPR会社と協働して活動している
- ・販促物や販促映像について、制作会社とサステナビリティの観点をいれて、クリエイティブを創っている
- ・PR
- ・コンサルティング
- ・制作物の委託、広告出稿の委託
- ・統合報告書の作成等

## 14) SDGsの広報活動における主な媒体や手段は？

「社内報」や「ホームページ」、「レポート」等の従来から使用している媒体や方法の利用が多い。  
「SNS」や「イベント」等はそれらに比べると利用が少ない。

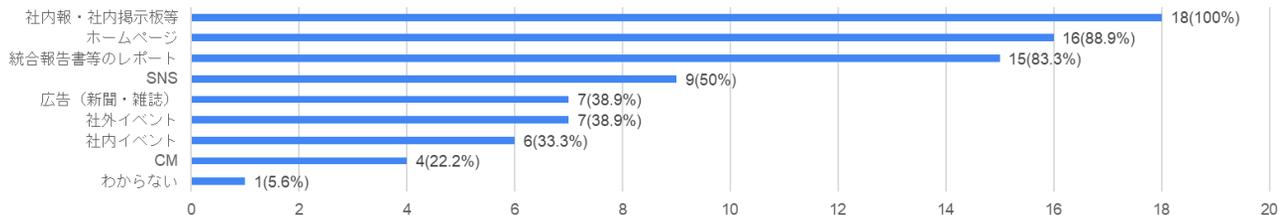
「貴社SDGsの広報活動における媒体・方法について教えてください。  
どのような取り組みをされていますか（複数選択可）」

回答社数：37 総回答数：181

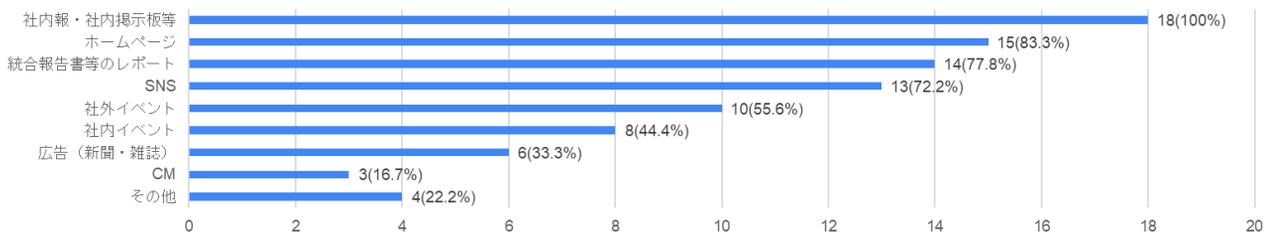


BtoC企業はBtoB企業に比べて、「SNS」や「社外イベント」の割合が高い。  
消費者へのPRに力を入れていると推察できる。

BtoB企業 回答社数：18 総回答数：83



BtoC企業 回答社数：18 総回答数：91



## 15) 具体的なSDGsの広報事例を教えてください

### ○社外への情報発信（ウェブサイト、SNSなど）

- ・社外へはSNS、ウェブサイトなどを通じた発信。  
製品自体もSDGsにつながる製品の場合（特に環境保全）はリリースでもメッセージを発信する
- ・自社の強みであるインターネット技術を活用した社会貢献を動画CMにし、YouTubeやオウンドメディアを中心に発信

### ○社内周知

- ・自社サイトでの情報発信
- ・社内報等で当社事業と関わるSDGsを紹介
- ・取組みの考え方について社内報で特集

### ○ニュースリリース

- ・ニュースリリースに関連するSDGs目標を記載、定期的なニュースレター発行
- ・常にプレスリリースの中にも広告等の中にもサステナビリティの観点を入れる
- ・製品自体もSDGsにつながる製品の場合（特に環境保全）はリリースでもメッセージを発信する
- ・EVなどお見せできるものはメディア向けのお披露目イベント実施、メディアキャラバンの実施
- ・コミュニケーションブック等の作成、配付

### ○サステナビリティレポート

- ・サステナビリティレポートの公表
- ・当社の社会・環境にかかる取り組みをまとめた「社会環境報告書」を公表し、様々ステークホルダーの理解促進に努めている。
- ・株主通信、統合レポート、サステナビリティデータブック（旧CSR報告書）

### ○イベント

- ・日経SDGsフォーラムへの参画（広告企画等の提供）
- ・サステナブル包材を活用した「社名を冠したサンプル」の配布イベントを開催
- ・環境イベント、健康経営イベント、など
- ・漁業創生や食品ロス削減、自社の取り組みを題材にした出張授業の実施
- ・ソーシャルイノベーションフォーラムでのデモンストレーション

### ○その他

- ・経営理念から社会性活動の重要性を入れ込んで、すべての活動に一貫して実施している
- ・当社事業とSDGsの関わりについてポスターを制作・駅に掲出
- ・企業ブランドのタグライン設定
- ・社内のエバンジェリスト育成中

## 16) SDGsの広報活動について、課題はありますか？

広報活動の実施内容よりも、「**より効果的な広報活動は何か**」といった点が課題になっている。

### ○社内認知度向上

- ・効果的な社内浸透（インターナルコミュニケーション）
- ・社内への継続的な情報提供の仕組みの構築
- ・社員の共感をもっとどのように高めていくかが課題

### ○社外への発信力

- ・認知度の向上
- ・商用のための取り組みではないため、社外へアピールする方法が難しいと感じる
- ・自社のSDGs取り組みについて、消費者まで浸透していない
- ・SDGs全体の取り組みに当社の社会インフラを支える事業が大きく貢献している点を上手く発信できていない。
- ・新たな取り組みがないとなかなか露出につなげにくい点や取り組み自体は発信できても具体的な効果まで数値で示せていない点（例：温室効果ガス排出量削減効果など）

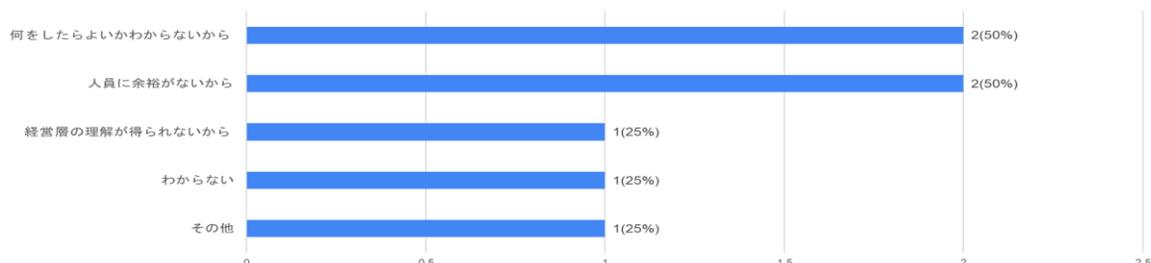
### ○その他

- ・グローバル広報
- ・SDGsだけではなくESG経営を推進する中でSDGsにとらわれないマテリアリティの再設定が必要になりつつある
- ・理解はしていても具体的な落とし込みまでに至っていない
- ・どういう広報活動が効果的なのがよくわからないことが課題

## 17)SDGsに取り組んでいない理由は何ですか？

SDGsに取り組んでいないと回答した企業は4社（取り組んでいない1社、検討中3社）と少数だった。理由としては、「何をしたらよいかわからない」や「人員に余裕がない」と回答した企業が多い。

SDGsに取り組んでいない理由を教えてください（上位3つまで選択）  
回答社数：4 総回答数：7

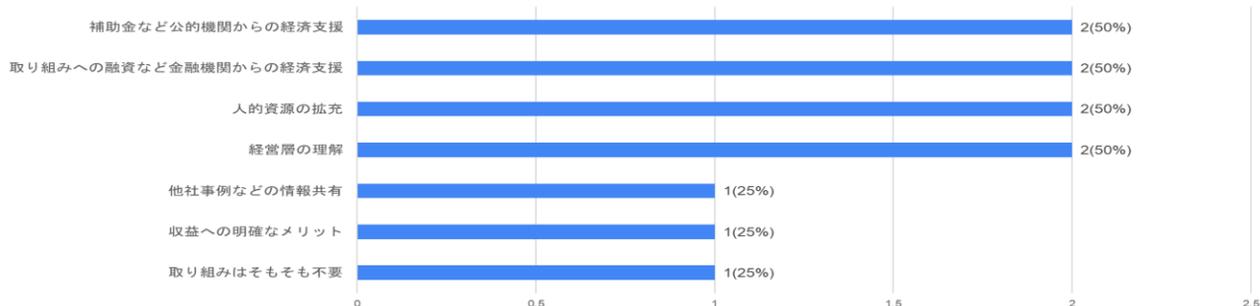


## 18)SDGsに取り組みやすくするために必要なこと

SDGsに取り組みやすくするには「人的や金銭的な支援」、「経営層の理解が必要」との回答が多い。

SDGsに取り組みやすくなるにはどのようなことが必要だと考えますか？（上位4つまで選択）

回答社数：4 総回答数：11



## 19)SDGsの取り組みについての課題や展望

SDGsには取り組んでいるが、広報活動に「取り組んでいない」企業は6社だった（検討中4社、取り組んでいない2社）

- ・SDGsに取り組んでいることをアピールすることが恥ずかしいという風潮が、経営層にある。以前からそれらしきことには取り組んでいるから、今更あえて発信する必要がないと考えている様だ。
- ・社長からは対応したいと聞いているが、誰が何を対応したら良いのか分からないことや、緊急度が低いことから手つかずになっていると思われる。

### SDGsの広報活動に取り組んでいない理由を教えてください 回答社数：2社

- ・予算がないから
- ・何をしたらよいかわからないから
- ・経営層や社内の理解を得られないから
- ・具体的な課題解決とそのPRを優先するため

### SDGsの広報に取り組みやすくなるにはどのようなことが必要だと考えますか？ 回答社数：2社

- ・人的資源の拡充、経営層の理解

貴社がSDGsの広報について現在直面している課題や展望がありましたら具体的に記載ください。

### 回答社数：1社

- ・発信すれば良いというものではないと思うので、出し方については多方面に配慮している