

調査レポート

# 社内浸透が、カギを握る! 企業のサステナビリティ推進に関する 実態調査(2024年版)



# はじめに

サステナビリティに関する社会的関心が高まるなか、上場企業を中心に多くの企業がサステナビリティ推進に取り組んでいます。サステナビリティ推進は単なるCSR(企業の社会的責任)の一環ではなく、事業戦略そのものに組み込まれつつあります。

環境問題や社会問題に取り組むことは、持続的な社会の構築に寄与するだけでなく、長期的な視野で考えれば企業のブランド力の強化や競争力の向上にもつながります。

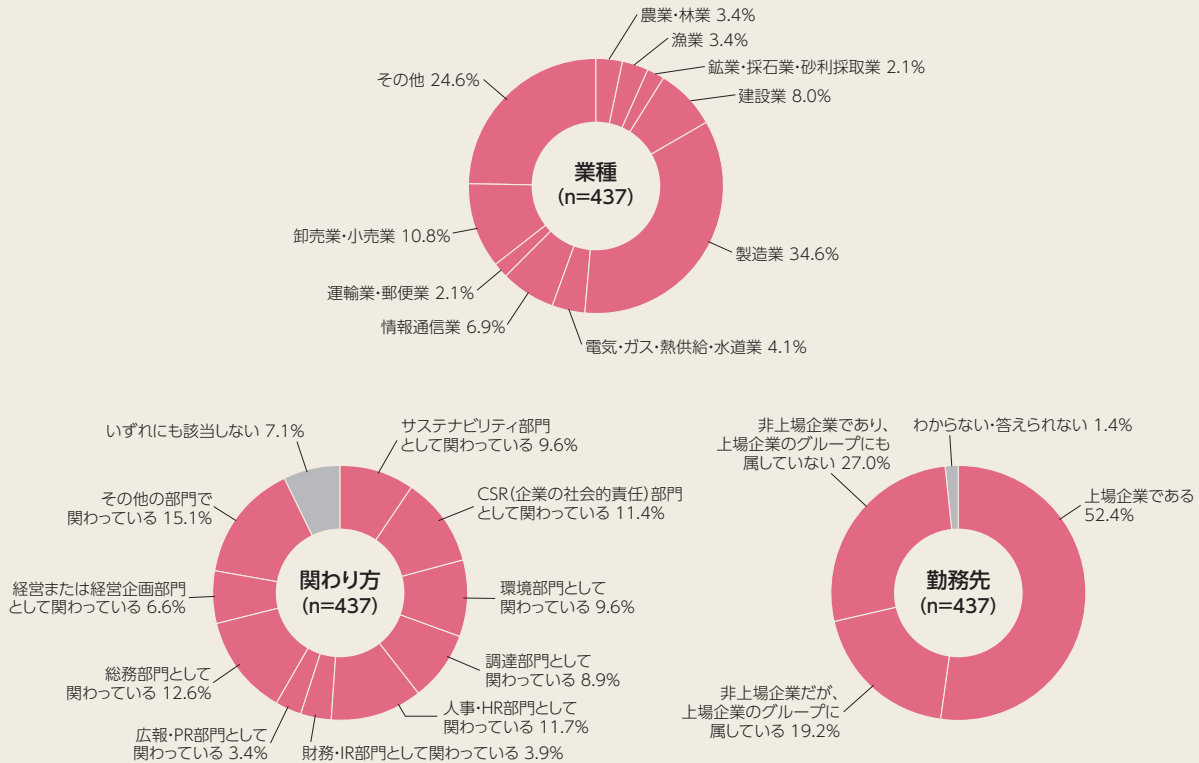
一方でサステナビリティ推進に取り組む企業には、目標設定と達成、従業員の理解促進や社内浸透、法規制への対応など、さまざまな課題も存在します。

そこで本調査では、企業でサステナビリティに関わっている方々 441名を対象に、企業のサステナビリティへの取り組み状況や、課題についてのアンケートを実施しました。サステナビリティ推進に取り組む企業の皆さまの一助になれば幸いです。

# 調査概要

本書「企業内におけるサステナビリティ活動」のアンケート調査は以下の要領で実施した。

- 調査の目的 企業におけるサステナビリティ活動の重要性と課題を把握
- 調査対象 企業でサステナビリティ活動に関わっている方
- 調査時期 2024年6月～7月 スクリーニング調査：2024年6月29日(土)～2023年6月30日(日)  
本調査：2024年7月2日(火)～2024年7月3日(水)
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 調査実施機関 株式会社シエダル
- 有効回答数 スクリーニング調査 8,113 本調査 441



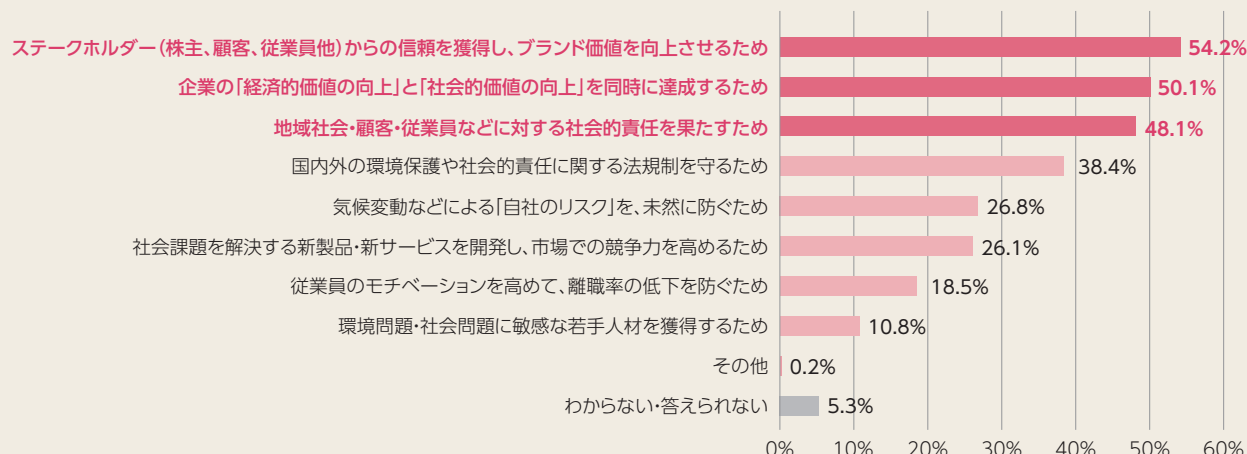
## 54.2%の人が「ステークホルダーからの信頼を獲得し、ブランド価値を向上させるため」と回答 「経済的価値の向上」と「社会的価値の向上」の同時達成を目的とする声も50.1%

企業で「サステナビリティに関する取り組み」に関わっている人に、サステナビリティ活動に取り組む目的を聞いたところ、54.2%の人が「ステークホルダー（株主、顧客、従業員他）からの信頼を獲得し、ブランド価値を向上させるため」と回答した。

次いで多かった回答は、「企業の「経済的価値の向上」と「社会的価値の向上」を同時に達成するため（50.1%）」、「地域社会・顧客・従業員などに対する社会的責任を果たすため（48.1%）」だった。

「国内外の環境保護や社会的責任に関する法規制を守るため（38.4%）」は、4位にとどまった。

図1 あなたの勤務先がサステナビリティに取り組んでいる目的は何ですか？(n=437)



### ここがポイント 1

企業がサステナビリティに取り組む目的として、「法規制を守るため」や「気候変動などによるリスク回避のため」といった「守りの姿勢」よりも、「ステークホルダーからの信頼を獲得し、ブランド価値向上」や「経済的価値向上と社会的価値向上の同時達成のため」といった「攻めの姿勢」で取り組む企業が多いことがわかった。

企業が、サステナビリティへの取り組みを、「企業にとって何らかのチャンスをもたらす活動である」「企業の成長のための取り組みである」と捉えていることが推察できる。

### ここがポイント 2

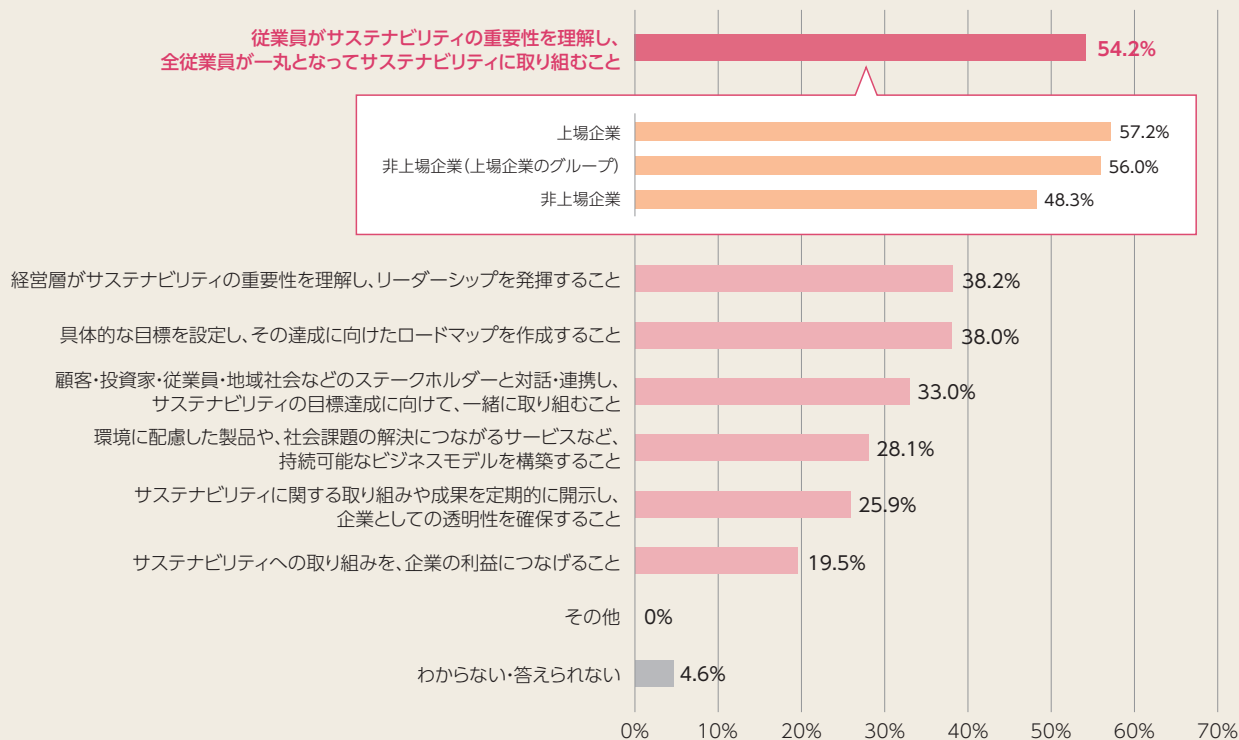
「経済的価値の向上」と「社会的価値の向上」を同時に達成することを、CSV (Creating Shared Value: 共通価値の創造) と呼ぶ。CSVは企業におけるサステナビリティ推進の本質であり、アンケートの結果から、過半数の企業がサステナビリティ推進の本質を正しく理解して取り組んでいることがわかった。

## 54.2%の人が「従業員がサステナビリティの重要性を理解し、全従業員が一丸となってサステナビリティに取り組むこと」が必要と回答 上場企業・非上場企業に関わらず、社内浸透を重要視する声が最多

企業においてサステナビリティに関する取り組みを推進するために必要な要素を聞いたところ、54.2%の人が「従業員がサステナビリティの重要性を理解し、全従業員が一丸となってサステナビリティに取り組むこと」と回答した。上場企業・非上場企業に関わらず、すべての企業が、サステナビリティ推進にとってもっとも重要な要素であると回答している。

ただし、非上場企業に比べると上場企業の方がこの回答を選ぶ割合が高く(上場企業:57.2%)、平均(54.2%)よりも3ポイント、非上場企業(48.3%)に比べると約9ポイント高くなっている。

図2 あなたの勤務先がサステナビリティに関する取り組みを推進するためには、何が重要だと思いますか? (n=437)



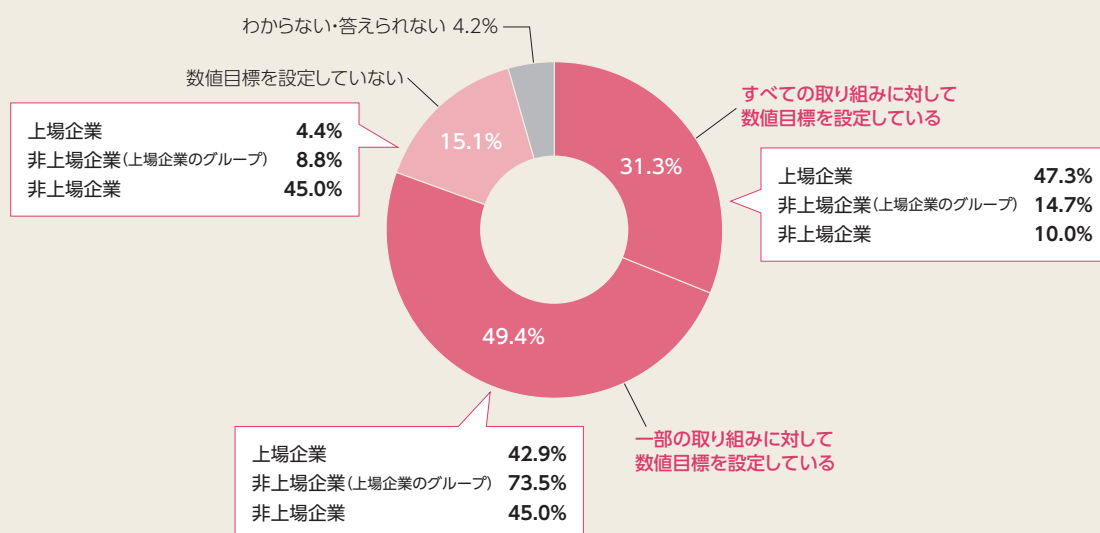
### ここがポイント 3

企業のサステナビリティ推進のためには、経営層のリーダーシップや、目標達成に向けたロードマップ作り、地域との連携も大切だが、それと並行してサステナビリティを推進する「人=従業員」ひとりひとりの意識改革、マインドセットが急がれている。企業のサステナビリティ推進は、部門単位または担当者だけが行うべき取り組みではなく、全社一丸となって取り組むべきことである。多くの企業がサステナビリティ推進への第一歩を踏み出しているなか、**より大きなインパクトを出すためには、全従業員への社内浸透が不可欠**であるといえる。

## 80%以上の企業がサステナビリティの取り組みに数値目標を設定 特に上場企業は90%以上が数値目標を設定し、サステナビリティ 推進に取り組んでいる

サステナビリティに関する取り組みにおいて数値目標を設定しているか聞いたところ、「すべての取り組みに対して数値目標を設定している」という企業が31.3%、「一部の取り組みに対して数値目標を設定している」という企業が49.4%となり、**数値目標を設定している企業が80%を占める結果となった**。多くの企業が、数値目標を設定することで**マイルストーンを置き、戦略的にサステナビリティへ取り組んでいる**ことが明らかになった。上場企業のみの数値を見ると、「すべての取り組みに対して数値目標を設定している」が47.3%、「一部の取り組みに対して数値目標を設定している」が42.9%で、90%以上の企業が数値目標を設定している計算になる。上場企業では、**サステナビリティに関する取り組みに数値目標を定めることは、当たり前のこと**となっている。

図3 あなたの勤務先は、サステナビリティに関する取り組みに、数値目標を設定していますか?(n=166)



### ここがポイント 4

上場企業が数値目標を設定している背景には、「**非財務情報の開示**」への世界的な動きがある。EU諸国をはじめ、各国では、サステナビリティに関する情報を含む**非財務情報開示の義務化、法的規制、ガイドライン等への対応が強化**されてきており、日本もその動きに追随する可能性が高い。数値を伴う情報開示によって、企業は**事業活動の透明性や説明責任を果たす**ことになる。

### ここがポイント 5

上場企業の47.3%が「すべての取り組みに数値目標を設定している」のに対して、**非上場企業の割合は10.0%にとどまった**。ただし、上場企業はサプライチェーン全体での数値目標を掲げているケースも多いため、今後は上場企業との取引がある非上場企業を中心に、数値目標の設定がより求められていくと予想できる。

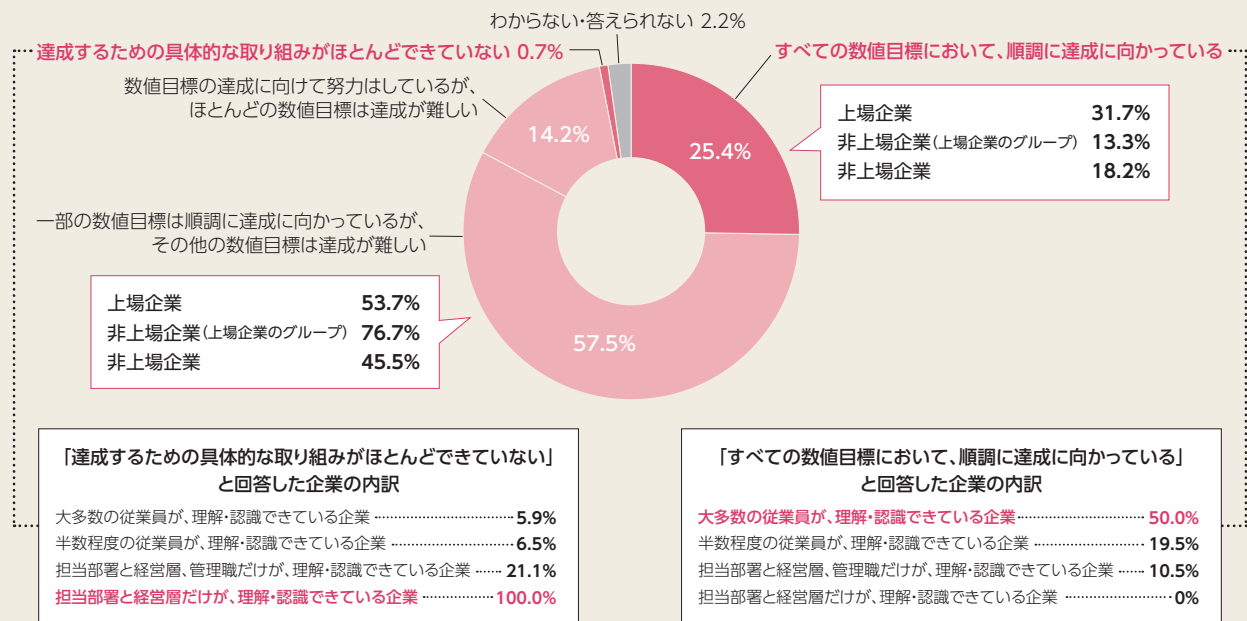
## 「すべての数値目標において、順調に達成に向かって」と回答した企業は25.4%

### 社内浸透が進んでいる企業の50%が数値目標を順調に達成 目標達成率と社内浸透率の相関関係が明らかに!

前設問で「サステナビリティに関する取り組みに数値目標を設定している」と回答した企業に目標達成状況を聞いたところ、「すべての数値目標において、順調に達成に向かって」と回答した企業は、25.4%に過ぎなかった。「一部の数値目標は順調に達成に向かって、その他の数値目標は達成が難しい」との回答が57.5%と最も多い結果となった。特に「非上場企業だが、上場企業のグループに属している」企業では、「一部の数値目標は順調に達成に向かって、その他の数値目標は達成が難しい」との回答が76.7%であり、平均57.5%よりも約20ポイントも高い結果となった。

目標達成率と社内浸透率には、相関関係があることも分かった。サステナビリティについて「大多数の従業員が理解・認識できている」（社内浸透が進んでいる）と回答した企業のうち50%が、「すべての数値目標において、順調に達成に向かって」と回答した。社員の「サステナビリティに対する理解度の高さ」が、目標達成率に大きく影響していることがうかがえる。

図4 あなたの勤務先の数値目標の達成状況をお聞かせください。(n=134)



#### ここがポイント 6

目標達成率については、「目標達成できたか、できなかったか」という評価だけが必ずしも正しいとは限らない。サステナビリティに関する目標設定において、**達成が難しいような高い目標を掲げてチャレンジしている企業**も多いため、単純に「数値目標を達成した企業」か「達成しなかった企業か」で判断するのは短絡的である。大切なことは、目標を立てて取り組むことと、**目標に対する達成度をモニタリング**し、PDCAを繰り返しながらサステナビリティ推進に取り組むことだといえる。

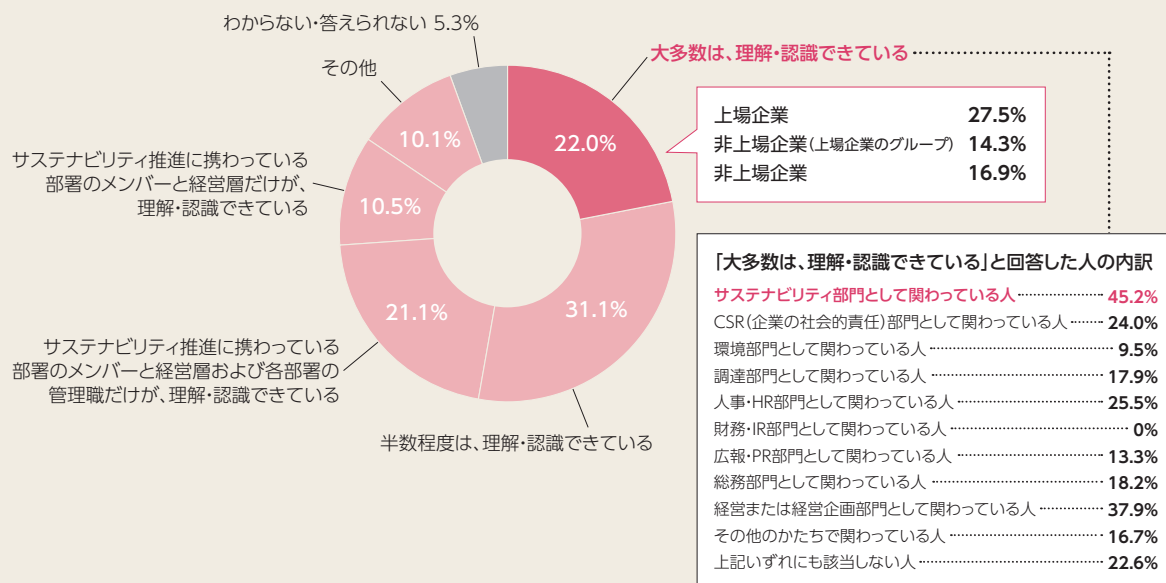
## 「従業員の多数がサステナビリティを理解している」と回答した企業は22% サステナビリティ部門の回答(45.2%)との、大きなズレが表面化

「あなたの勤務先では、どの程度の方が、自社におけるサステナビリティに対する取り組みの重要性を理解し、自分の役割を認識しているか」を聞いたところ、「**大多数は理解・認識できている**」(社内浸透が進んでいる)と回答した企業は22%にとどまった。この数値は上場企業でも27.5%にとどまり、**上場・非上場に関わらず、「従業員の多数が、サステナビリティについて理解・認識している」状態に至っていない**という結果となった。

自社のサステナビリティ推進に対しては、「**半数程度の理解**」という回答が31.1%、「サステナビリティ推進に携わっている部署のメンバーと経営層および各部署の管理職だけが、理解・認識できている」が21.1%となった。

一方で、「**自らがサステナビリティ部門として関わっている**」人の回答では、「**大多数が、理解・認識している**」と回答している割合が**45.2%**と際立って高かったが、**全体の平均値(22.0%)との乖離が大きく、皮肉な結果**になったとも受け取れる。

図5 あなたの勤務先では、どの程度の方が、自社におけるサステナビリティに対する取り組みの重要性を理解し、自分の役割を認識していると思いますか?(n=437)



### ここがポイント 7

P.4の「サステナビリティ推進に必要な要素」で、「サステナビリティに関する取り組みを推進するためには、何が重要だと思いますか?」の回答として、上場企業を中心に、「従業員がサステナビリティの重要性を理解し、全従業員が一丸となってサステナビリティに取り組むことが必要である」と回答した人が多かった。

ところが本設問の結果、上場企業でも「大多数が理解・認識できている」と回答した割合は3割弱(27.5%)にとどまっており、「**従業員の理解**」を理想としつつも、**いまだ「従業員の理解」や「社内浸透」が進んでいないという企業の課題**が露呈した。

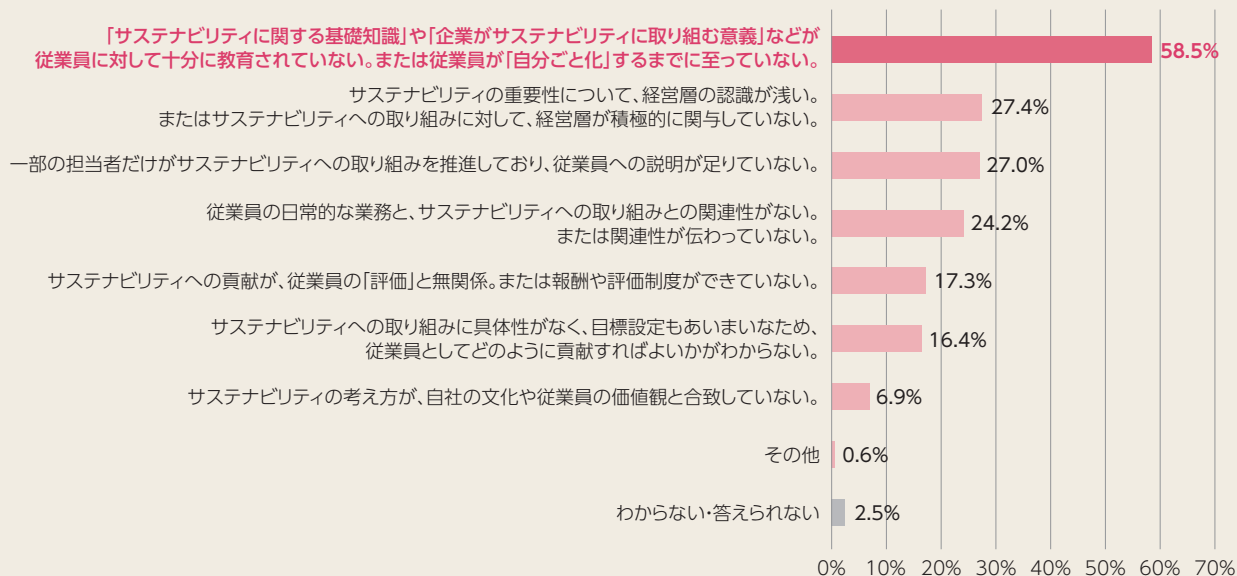
## 従業員の理解・認識が遅れている理由

### 58.5%の人が、「サステナビリティに関する基礎知識」や「企業がサステナビリティに取り組む意義」などが、従業員に対して十分に教育されていない。または従業員が「自分ごと化」するまでに至っていないと回答 企業のサステナビリティ教育が全従業員に行き届いていないという課題が表面化

勤務先においてサステナビリティに対する取り組みへの理解が「大多数」とは言えない、と回答した人にその理由を聞いたところ、最も多かった回答は『「サステナビリティに関する基礎知識」や「企業がサステナビリティに取り組む意義」などが、従業員に対して十分に教育されていない。または従業員が「自分ごと化」するまでに至っていない』(58.5%)だった。

従業員の理解・認識が遅れている理由として、「サステナビリティの重要性について、経営層の認識が浅い。またはサステナビリティへの取り組みに対して、経営層が積極的に関与していない(27.4%)」や「一部の担当者だけがサステナビリティへの取り組みを推進しており、従業員への説明が足りていない(27.0%)」に比べると、上記の「教育されていない。自分ごと化に至っていない(58.5%)」の数値は2倍以上の回答数となっており、企業のサステナビリティ教育が全従業員に行き届いていないという課題が表面化した。

図6 あなたの勤務先のサステナビリティに対する取り組みが、十分に理解・認識されていないのはなぜだと思いますか？(n=318)



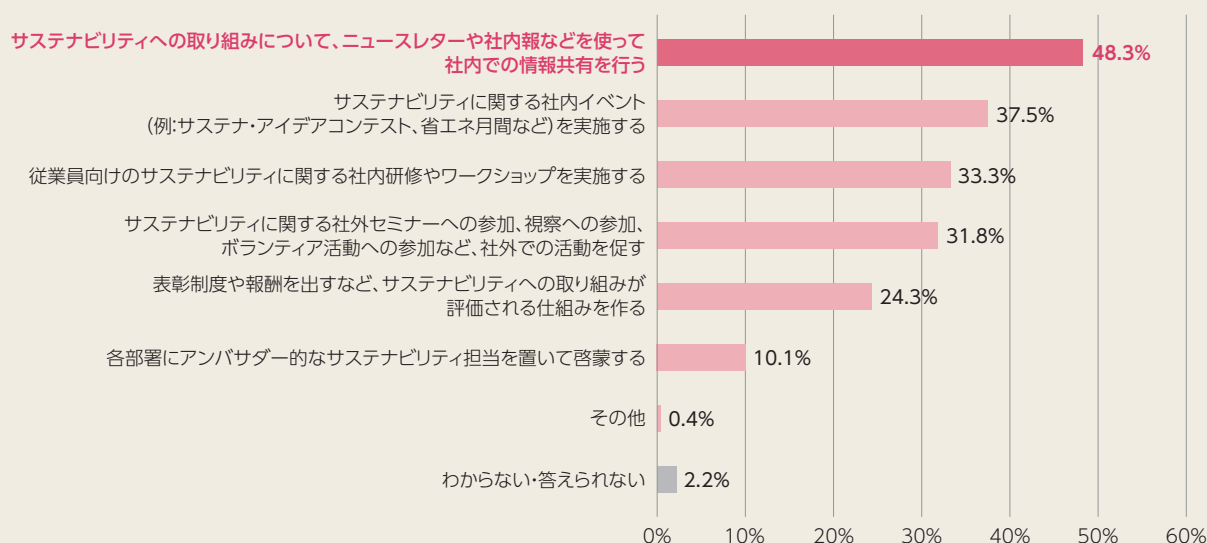


## 社内浸透に必要なのは「サステナビリティに関する情報提供(48.3%)」 という回答が最多 「社内イベント(37.5%)」、「社員研修やワークショップ(33.3%)」、 「社外活動(31.8%)」の回答も

従業員がサステナビリティの重要性を理解し、全員が一丸となって取り組むための対策を聞いたところ、「サステナビリティへの取り組みについて、ニュースレターや社内報などを使って社内での情報共有を行う(48.3%)」を筆頭に、「サステナビリティに関する社内イベント(例:サステナ・アイデアコンテスト、省エネ月間など)を実施する(37.5%)」、「従業員向けのサステナビリティに関する社内研修やワークショップを実施する(33.3%)」など、さまざまな対策で30%以上の数値となった。

他に、「表彰制度や報酬を出すなど、サステナビリティへの取り組みが評価される仕組みを作る(24.3%)」や、「各部署にアンバサダー的なサステナビリティ担当を置いて啓蒙する(10.1%)」と答えた人も一定数いた。

図7 従業員がサステナビリティへ重要性を理解し、全員が一丸となってサステナビリティに取り組むためには、どのような対策が必要だと思いますか?(n=267)



### ここがポイント 8

「従業員がサステナビリティの重要性を理解し、全員が一丸となって取り組むための対策」は、本設問の選択肢以外にも、各企業でさまざまな取り組みを行っている。どんな施策で「自分ごと化できるか」「本気で取り組む意欲が生まれるか」は従業員によって異なるため、企業としてはサステナビリティ推進に関する**さまざまな研修や情報提供、仕組み作りなどを、継続的に実施**していく必要がある。

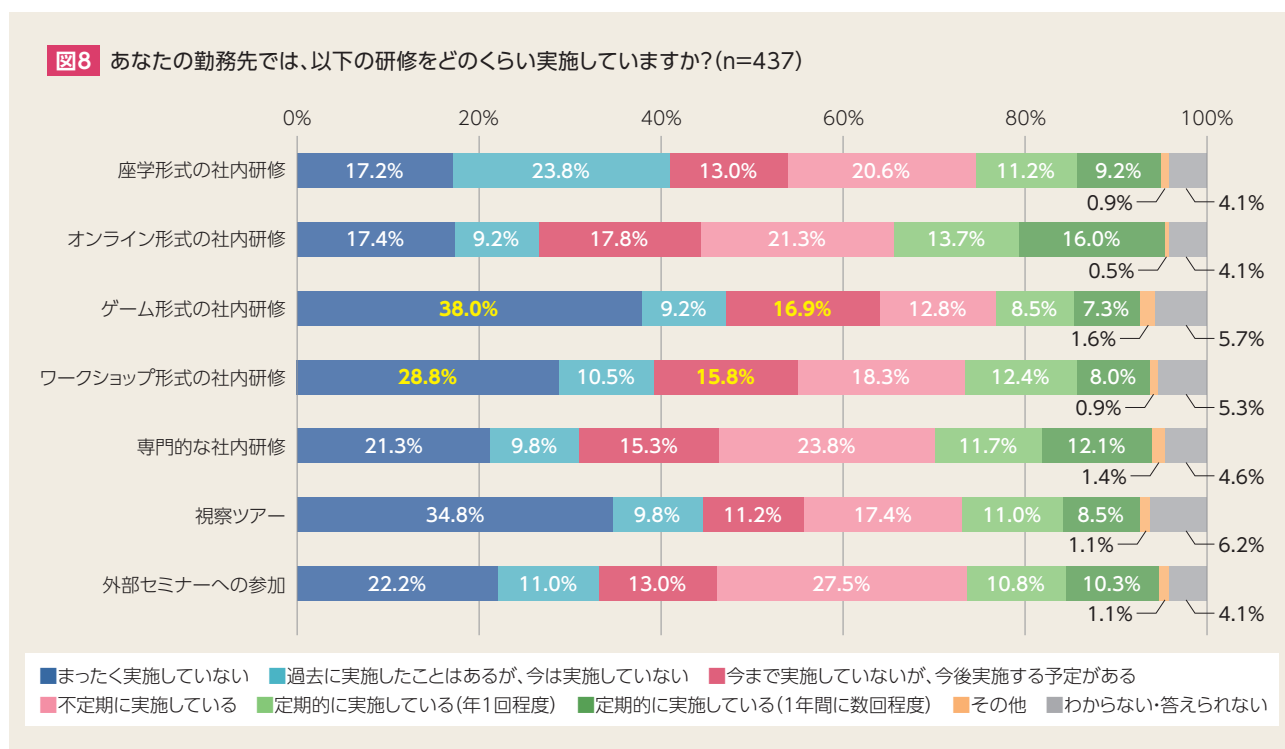
## サステナビリティ研修のスタイル別の実施状況

座学形式の社内研修は、「過去に実施したが今は実施していない」が23.8%

これまでにまったく実施していない研修スタイルとしては、ゲーム形式の研修(38%)、ワークショップ形式の研修(28.8%)、視察ツアー(34.8%)が多かった

さまざまな選択肢のなかで、「まったく実施していない」という回答が少なかったのは、「座学形式(17.2%)」と「オンライン形式(17.4%)」だった。この2つのスタイルは、多くの企業がすでに一度以上実施したということになる。

一方、参加者が積極的・主体的に参加できるスタイルの研修については、まったく実施していないと回答した企業が多い。ゲーム形式の研修(38%)、ワークショップ形式の研修(28.8%)、視察ツアー(34.8%)などについては、実施した企業がまだ少ないことがわかる。(カッコ内の数字は、「まったく実施していない」と回答した割合)ゲーム形式の研修(16.9%)、ワークショップ形式の研修(15.8%)は、「今後実施する予定がある」と回答した企業も一定数認められた。



### ここがポイント 9

企業でさまざまな研修スタイルが採用され、定期的または不定期的に同じ研修を行っているケースも多い。社内浸透のためには、継続的な社内研修が不可欠である。今後は、一方的に講義を受ける座学形式の研修だけでなく、**ゲーム形式、ワークショップ形式、視察ツアーなど、まだ実施していない研修スタイル**が、企業の取り組みの選択肢の一つとなっていくことが予測できる。

## まとめ

### ☑ 企業のサステナビリティ推進の目的は、ブランディングやCSV(共通価値創造)

企業がサステナビリティに取り組む目的としては、「ステークホルダー(株主、顧客、従業員他)からの信頼と、自社のブランド価値向上」や「企業の経済的価値の向上と、社会的価値の向上を同時に達成するため」といった回答が多かった。サステナビリティへの取り組みが、**企業にとって何らかのチャンスをもたらすものであるとポジティブに捉える企業が多い**ことが分かった。

### ☑ 大多数の企業がサステナビリティに対する数値目標を設定するも、達成度合いは低迷

**80%(上場企業では90%)の企業が、サステナビリティに関する数値目標を掲げて取り組んでいる**ことが明らかになった。ただし、「**すべての数値目標において、順調に達成に向かっている**」と回答した企業は、**25.4%にとどまった**。

### ☑ 目標達成率と社内浸透率の相関関係が明らかに

「すべての数値目標において、順調に達成に向かっている」と回答した企業は、平均では25.4%にとどまったが、**社内浸透が進んでいる企業においては50%(平均の約2倍)**となった。「**社内浸透が進んでいる企業ほど、目標達成率も高くなる**」という相関関係があることが分かった。

### ☑ 企業のサステナビリティ推進に足りないことは、全従業員の理解と全社一丸となった取り組み

「サステナビリティへの取り組みを推進するために必要なもの」を、**54.2%の企業が「従業員がサステナビリティの重要性を理解し、全従業員が一丸となってサステナビリティに取り組むこと」と回答した**。にもかかわらず、実際に「従業員の多数がサステナビリティを理解している」と回答した企業は、**全体の2割程度**だった。この結果から、企業のサステナビリティ推進においては、従業員の多数がサステナビリティを理解するための施策、つまり**社内浸透につながるための施策が急務**であると言える。

### ☑ 従業員に向けた、さまざまなスタイルのサステナビリティ研修が必要

従業員がサステナビリティの重要性を理解し、全員が一丸となって取り組むための対策としては、**サステナビリティに関する社内での情報提供、サステナビリティに関する社内イベント、従業員向けのサステナビリティ研修**などを、継続的に実施していくことが重要。**ゲーム形式、ワークショップ形式、視察ツアー**などは、**まだ実施していない企業が多い研修スタイル**であり、今後企業研修の選択肢の一つとなっていく可能性がある。

**シェダルでは、楽しみながら学べるサステナビリティ研修をご用意しております。  
社内浸透でお悩みの企業様は、お気軽にシェダルにお問い合わせください。**

# 企業のサステナビリティ推進を支援します

## 社員研修・社内浸透支援のことなら シェダルにお任せください!

こんなことでお困りではありませんか?



- 社員の意識・理解度がバラバラ
- サステナビリティへの取り組みが、自分ごとにならない
- 自社のサステナビリティへの取り組みが、社内に浸透しない

シェダルでは、サステナビリティ社内浸透を目的とした社員研修を行っています。

**カードゲームやワークショップを取り入れた、体験型の研修が人気**です。

価値観の異なる参加者同士で、コミュニケーションをとりながら行うゲームや特定のテーマに対するディスカッションを通じて、サステナビリティを「自分ごと化」していきます。

従業員がサステナビリティに対する理解を深め、  
一丸となってサステナビリティ推進に取り組めるまで、しっかりとサポートいたします。

### 社員研修 **無料体験** 受付中

シェダルの研修は、事前にダイジェスト版を無料体験していただくことができます。  
ぜひお気軽にお試しください。

詳しくは <https://shedar.co.jp/seminar-taiken/> をご覧ください

 **株式会社シェダル**

<https://shedar.co.jp/>

〒186-0002 東京都国立市東1-15-11 448ビル3F

お問い合わせはこちら

<https://shedar.co.jp/contact/>