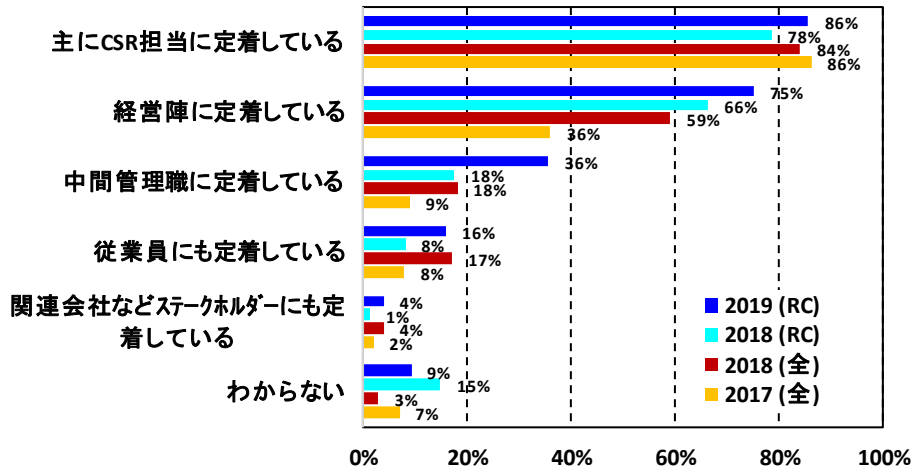


10 SDGs に関する意識調査

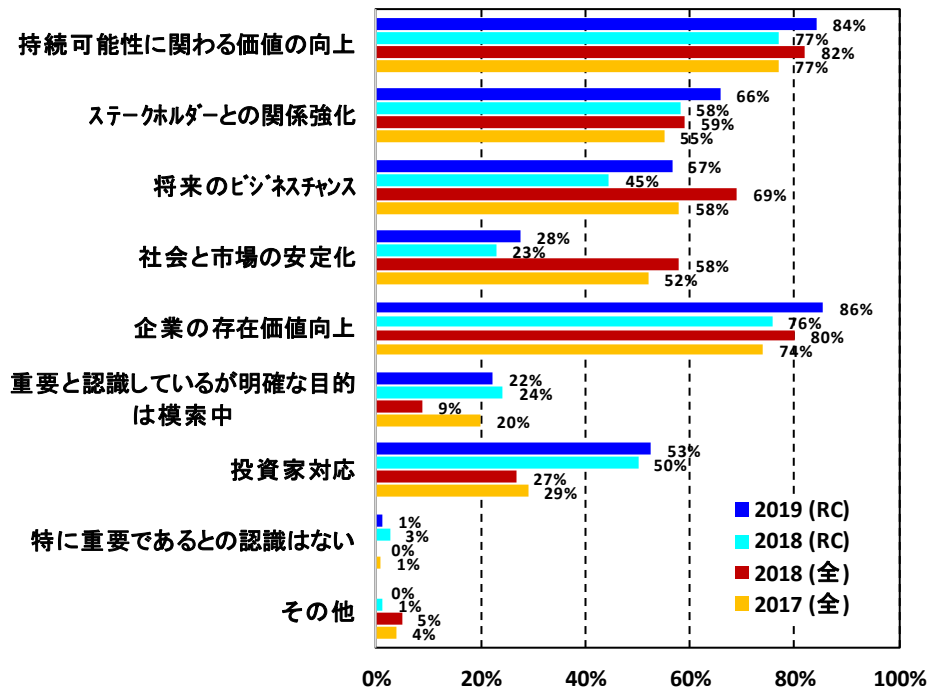
10-1. 組織における認知度

組織における認知度



10-2. SDGs の認識（複数回答）

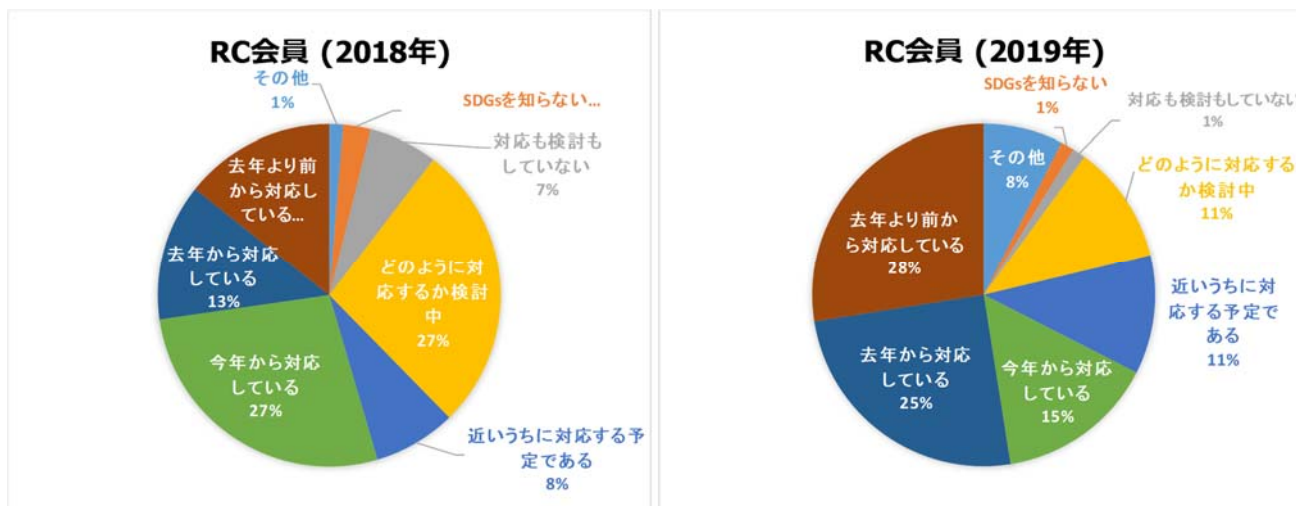
SDGsの認識



日化協 RC 会員の経営層は、他業種に比べて SDGs に対する認知度が高く、また中間管理職の認知度は 1/3 程度、従業員の認知度は 1/6 程度ではあるものの、どちらも昨年と比べればほぼ 2 倍に増加してお

り、社内浸透が着実に進んでいることが窺われます。一方、少なくとも日化協 RC 会員の担当者は、他業種に比べて SDGs を社会と市場の安定化よりも、投資家対応のためと捉えている様子が窺えます。

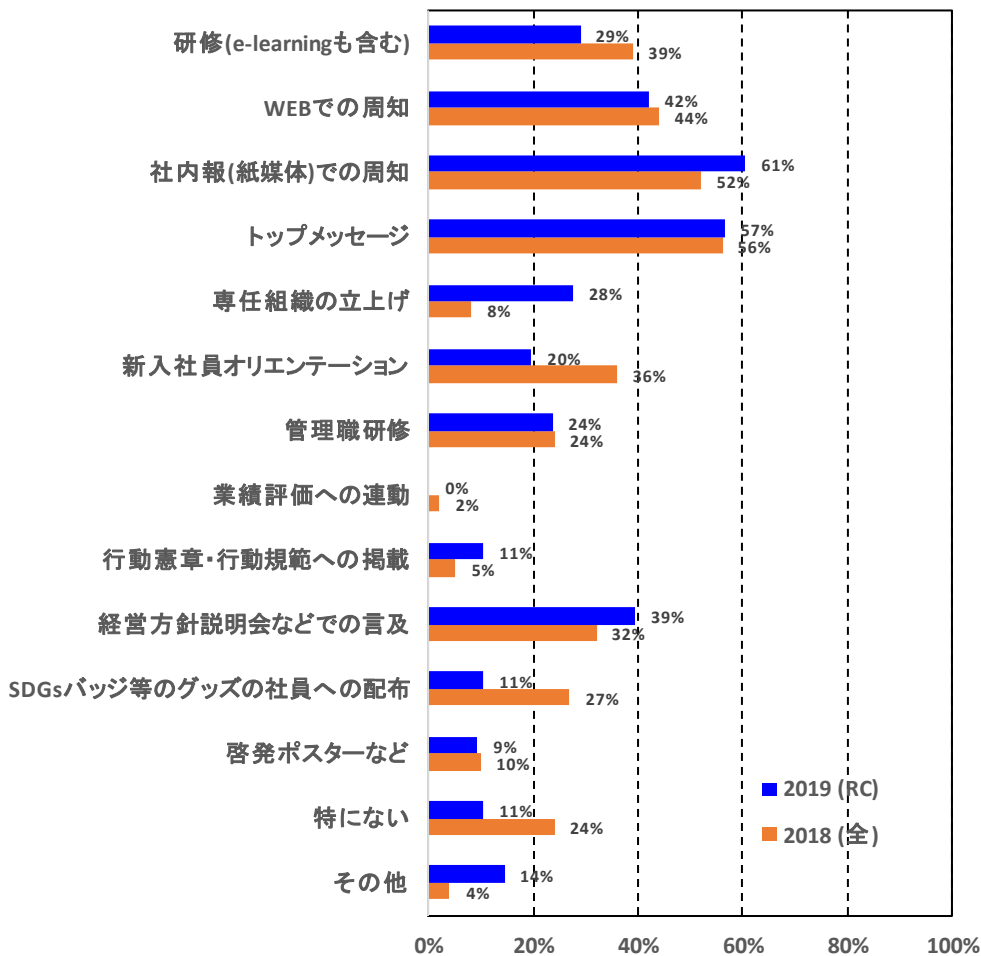
10-3. SDGs の対応状況



日化協 RC 会員の 9 割以上は、SDGs に対する何らかの対応を実施済又は検討中であることが分かります。また昨年度に比べると、検討中から対応済又は対応予定に移行した会員が 15%程度増えており、各社とも、計画段階から具体的な活動段階に移行しつつあると推定されます。

10-4. SDGs の認知度向上のための活動状況（複数回答）

認知度向上のための活動状況

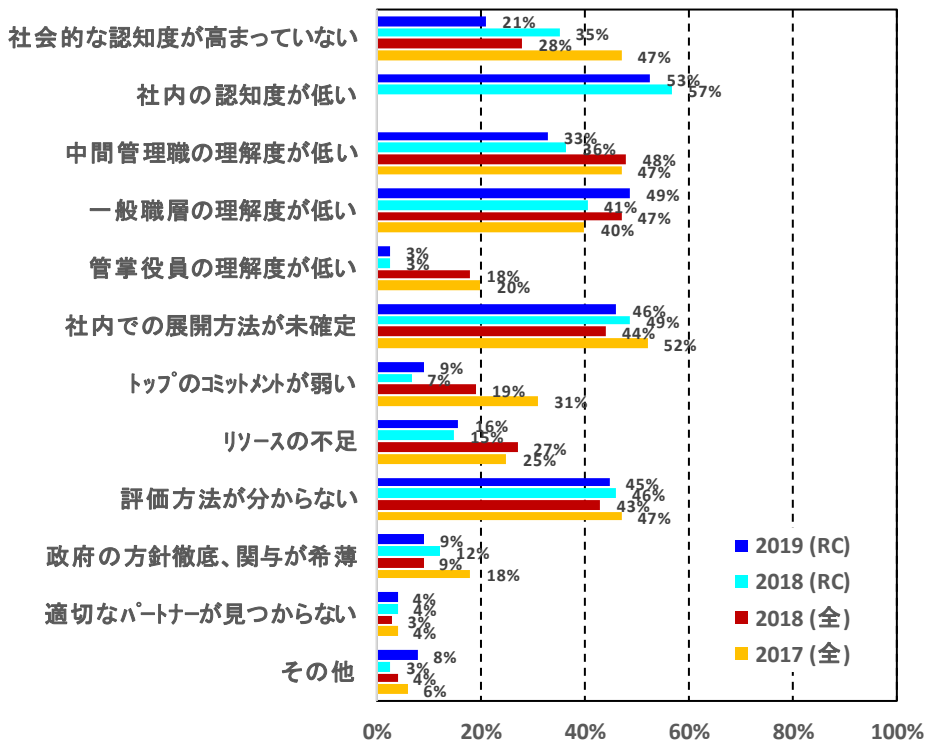


認知度向上のための活動としては、社内報やWEBの活用が中心となっていますが、RCメンバー、全業種とも、トップメッセージを上げる会社が6割にも満たないところが気になります。SDGsのように、短期的な利益に結びつけ難い活動を推進するためには、まずトップが強烈な動機付けを行う事が必要不可欠だと思われます。その他の特徴としては、RCメンバーでは専任組織の立上げを行った会社が全業種の3倍以上となっていますが、反面新入社員教育に組み入れているメンバーは全業種の半分程度となっています。

その他の活動としては、RC報告書や統合報告書など社外向け冊子媒体への掲載、アンケートによる認知度の確認、役員会や部長会の議題として取り上げる、などが上げられていました。

10-5. SDGs 推進における課題（複数回答）

SDGs推進における課題



他業種では、経営層の理解不足やトップのコミットメントが課題だとする意見が多いのに比べ、経営層の認知度が高い RC メンバーでは、これらを課題として上げる所は少なくなっています。一方、メンバーの約半数は社内の認知度が低いことを課題として上げており、同じく約半数は社内での展開方法が未確定としています。またメンバー、全業種とも半数近い会社が、評価方法が分からないことが課題であるとしています。

出典：“全業種”のデータは地球環境戦略研究機関（IGES）発行の、「主流化に向かう SDGs とビジネス」2018 年度版を元としています。このデータはグローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン会員へのアンケート調査に基づいており、2017 年は 163 社、2018 年は 180 社が回答しています。詳しくは下記の URL を御参照下さい。

http://www.ungcjin.org/sdgs/pdf/elements_file_3606.pdf