



立教大学
RIKKYO UNIVERSITY



JTB総合研究所
JTB Tourism Research & Consulting Co.

観光産業におけるSDGsの取り組み推進に向けた 組織・企業団体の状況調査 アンケート調査報告書

2021年6月

はじめに

新型コロナウイルス感染が続く中、各企業様のご苦勞を心からお察し申し上げます。さて、このたび立教大学観光学部とJTB総合研究所では、内閣府様、観光庁様、UNWTO（国連世界観光機関）様をはじめ各機関様のご協力のもと、企業のSDGs（Sustainable Development Goals：持続的開発目標）に関する取り組み状況を調査しました。

2015年9月に世界150を超える参加国により、SDGsが採択され、環境問題をはじめ、福祉、人権など幅広い社会的なニーズに対応することが求められています。そうした状況の中、日本経済にとって非常に重要性が増している観光は、宿泊業、旅行業といった狭義の観光産業のみならず、近時は非常に幅広い分野に広がりを見せています。その流れをより確実に質の高いものにするためには、持続可能な観光を進めることが前提となり、その中心的な役割を果たす企業自身のSDGsを推進することが不可欠となります。

本調査では、狭義の観光産業はもちろんのこと、観光がビジネスにつながる幅広い産業（運輸業、卸・小売、情報通信、サービス、不動産、製造業など）に属する企業を対象にアンケート調査を行っています。本調査において、①SDGsへの関心は、経済・雇用・環境などの指標で高く、貧困や飢餓などでは低い。②SDGsに取り組んでいる企業は、BCP策定率も高い（SDGsを知らない企業の過半数がBCPも知らない）。③SDGsに取り組んでいる企業も、社員への浸透や指標の設定は道半ばにある。一方で経営に統合する意向が高い。④地域経済への貢献は8割近い企業が実践。⑤コロナによるSDGsへの影響は限定的だが、企業で取り組みが二極化。などの結果が得られました。

観光業に絞って見た場合、SDGsの取り組み、BCPの策定状況において全産業のなかで最も低い水準にある。SDGsの中では環境関係の認識が比較的高い。観光におけるビジネス上の期待は「地域振興」が最も高い。コロナの影響を受けて観光への期待が二極化する傾向にあることがわかりました。

近時の世界的状況を考慮した場合、SDGsは社会性の問題のみならず、温暖化などの長期的なリスク、自然災害やパンデミックなどのカタストロフィーなども考慮しなければなりません。そのため、本調査においてはSDGsの切り口を通じて、企業が社会性、長期的リスク、カタストロフィーへの対応を進める上での課題を探ることで、今後、評価モデルを構築し、観光に関わる幅広い企業の競争力向上につながる提言を行っていきたいと考えております。

立教大学観光学部教授 野田健太郎

（謝辞）本報告書の作成にご協力いただき、内閣府様、観光庁様、UNWTO駐日事務所（国連世界観光機関）様、日本経済団体連合会様、日本政府観光局様、東京観光財団様に感謝申し上げます。

目次

1. エグゼクティブサマリー
2. 調査の目的
3. 回収結果
4. アンケート分析
 - I. SDGsについて
 - II. BCPについて
 - III. その他
 - IV. 企業規模等について
5. まとめ
6. 参考文献
7. 付録

エグゼクティブサマリー

SDGsについて

- ✓ SDGsの対応を行っている企業は28.0%（検討中も含む）。
 - 業種別では金融・保険業が最多、旅行業が最少。
 - 18.5%の企業でSDGsが経営陣に認知されていない。
- ✓ SDGsのリスクとチャンスは経済・環境関係で高い傾向。
 - 観光業は認識が低い傾向だが、環境関係はやや高い。
- ✓ SDGsに取り組む企業の過半数が、「定量的な測定が難しい」ことを課題として認識。
 - いずれのゴールも半数以上の企業が指標を未設定。
 - 必要な支援は、認証制度や補助金、情報。
- ✓ コロナによるSDGsへの影響は約7割が「変わらない」。
 - 企業の過半数で働き方改革が加速。

BCPについて

- ✓ BCP策定済の企業は20.5%、26.2%が「BCPを知らない」。
 - 業種別では金融・保険業が最多、旅行業が最少。
- ✓ BCPがコロナ対応に役立った企業は60.5%。
 - BCP見直しの意向がある企業は80.2%

その他

- ✓ 観光のビジネス上の期待は「地域振興」が最も高い。
 - コロナを受けて観光への期待が二極化する傾向。
- ✓ SDGsに取り組む企業は、競争力の源泉としてオンラインのブランド力や特徴ある製品・サービスとの関係が深い
- ✓ 78.6%の企業が地域経済を通じた社会貢献を検討。

結論

- ✓ SDGsへの取り組みは、企業の規模と相関する；コロナを受けて取り組みが二極化
- ✓ SDGsへの関心は、経済・雇用・環境などの指標で高く、貧困や飢餓などでは低い。
- ✓ SDGsに取り組んでいる企業は、BCP策定率も高い（SDGsを知らない企業の過半数がBCPも知らない）。
- ✓ SDGsに取り組んでいる企業も、社員への浸透や指標の設定は道半ば。経営に統合する意向が高い。
- ✓ 地域経済への貢献は8割近い企業が実践。

調査の目的

- 以下背景と目的に沿ってアンケート調査を実施した。

背景

- 2015年9月に世界150を超える参加国により、SDGs (Sustainable Development Goals: 持続的開発目標、以降SDGs) が採択され、環境問題をはじめ、福祉、人権など幅広い社会的なニーズに対応することが求められている。そうした状況の中、日本経済にとって非常に重要性が増している観光は、宿泊業、旅行業といった狭義の観光産業のみならず、近時は非常に幅広い分野に広がりを見せている。その流れをより確実に質の高いものにするためには、持続可能な観光を進めることが前提となり、その中心的な役割を果たす企業自身のSDGsを推進することが不可欠となる。
- 近時の世界的状況を考慮した場合、SDGsは社会性の問題のみならず、温暖化などの長期的なリスク、自然災害やパンデミックなどのカタストロフィーなども考慮しなければならない。そのため、本調査においてはSDGsの切り口を通じて、企業が社会性、長期的リスク、カタストロフィーへの対応を進める上での課題を探り、評価モデルを構築することで、観光に関わる幅広い企業の競争力向上につながる提言を行っていく予定である。

目的

- 企業のSDGsをはじめとしたリスクとチャンスへの対応につながる主要な要素(KPI)を特定し、企業価値や企業行動との関係を紐づけることによって、企業の根源的な競争力が何かを探求することにある。その要素をデータベース化し、観光産業を中心とした企業の取り組みを浮き彫りにする。

回収結果

- 本調査では、帝国データバンクのデータベースおよび関連団体へのアンケート調査により、郵送による回答とオンライン回答を合わせて、合計1,624件の回答を収集した。

アンケート調査の回収結果

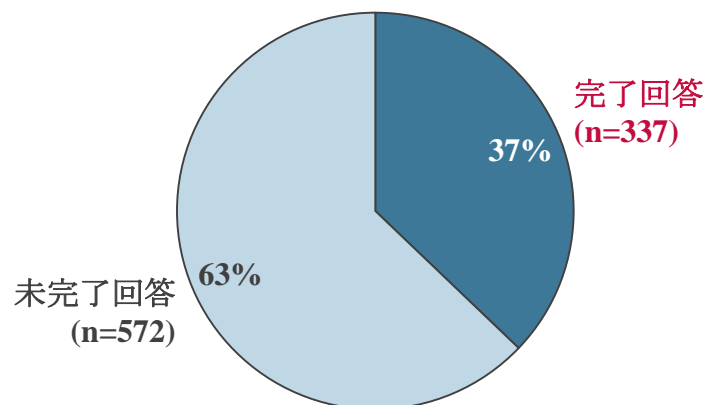
郵送による回答

実施期間

- 2020年12月1日から2020年12月25日まで

郵送での回収結果

- 実施期間内、合計909件の郵送回答を収集した



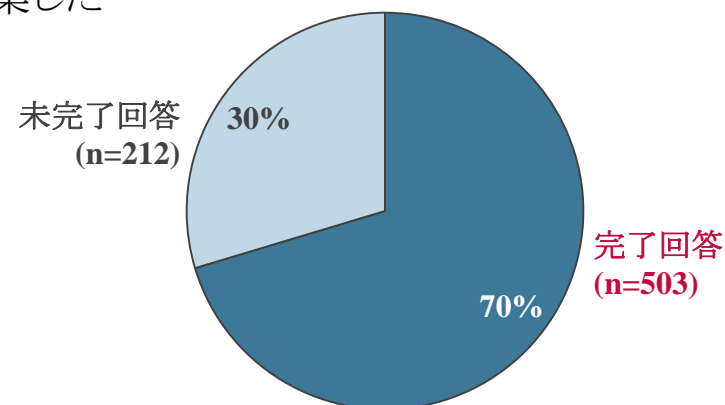
オンライン回答

実施期間

- 2020年12月1日から2021年1月14日まで

オンライン回答の回収結果

- 実施期間内、合計715件のオンライン回答を収集した



本レポートでは、**840件**の完了回答をもとに分析を行う

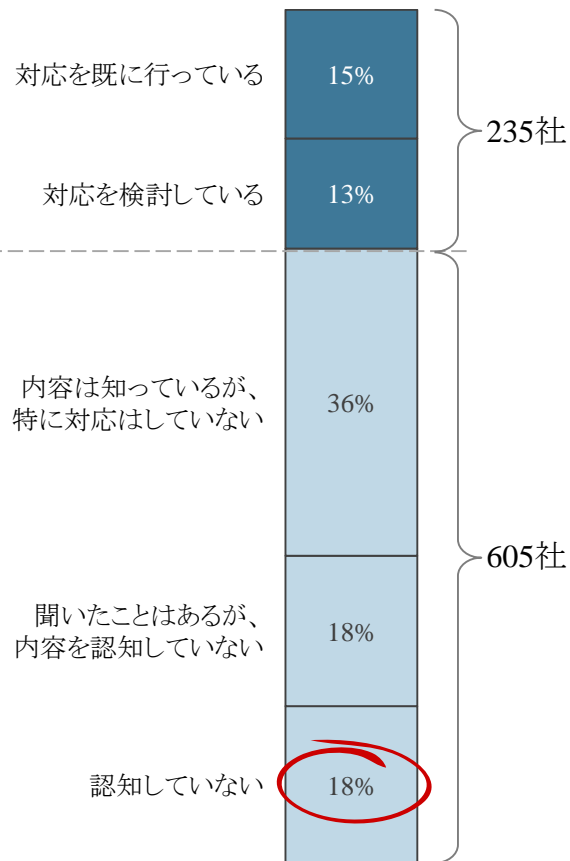
SDGsに関する認知

全員回答

- 7割強の企業がSDGsの対応を行っておらず、対応を既に行っている企業は15%にとどまる。

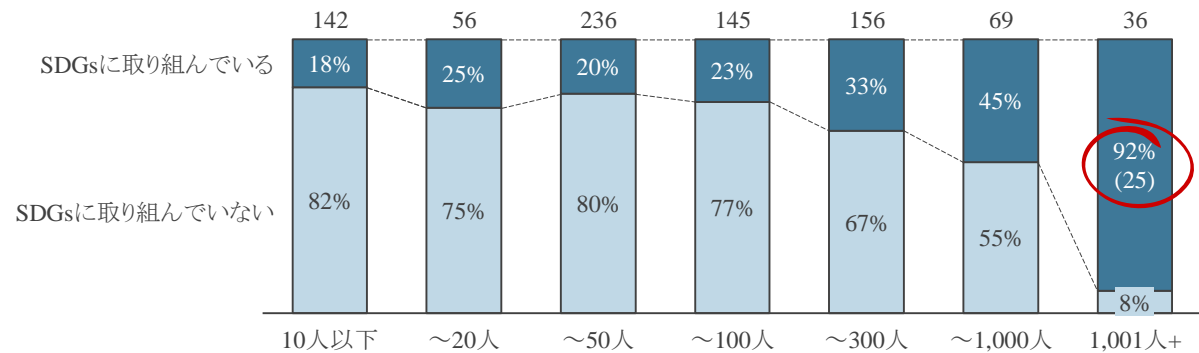
Q1：御社経営陣のSDGsに関する認知度

(n=840, SA)

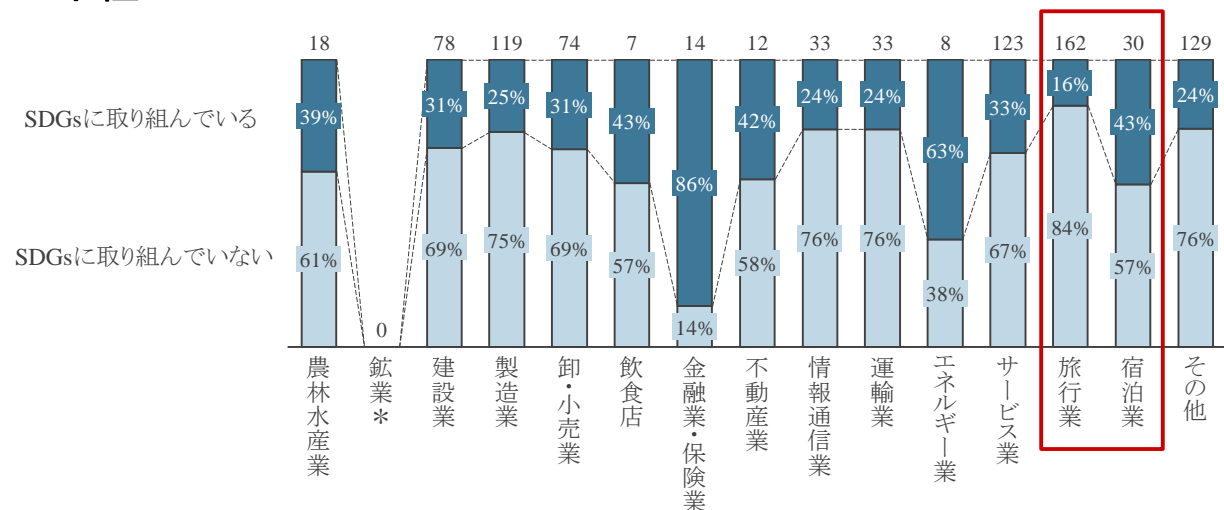


SDGsに取り組んでいる企業の属性

従業員数



業種



質問：

Q1. 御社経営陣のSDGsに関する認知についてお答えください。

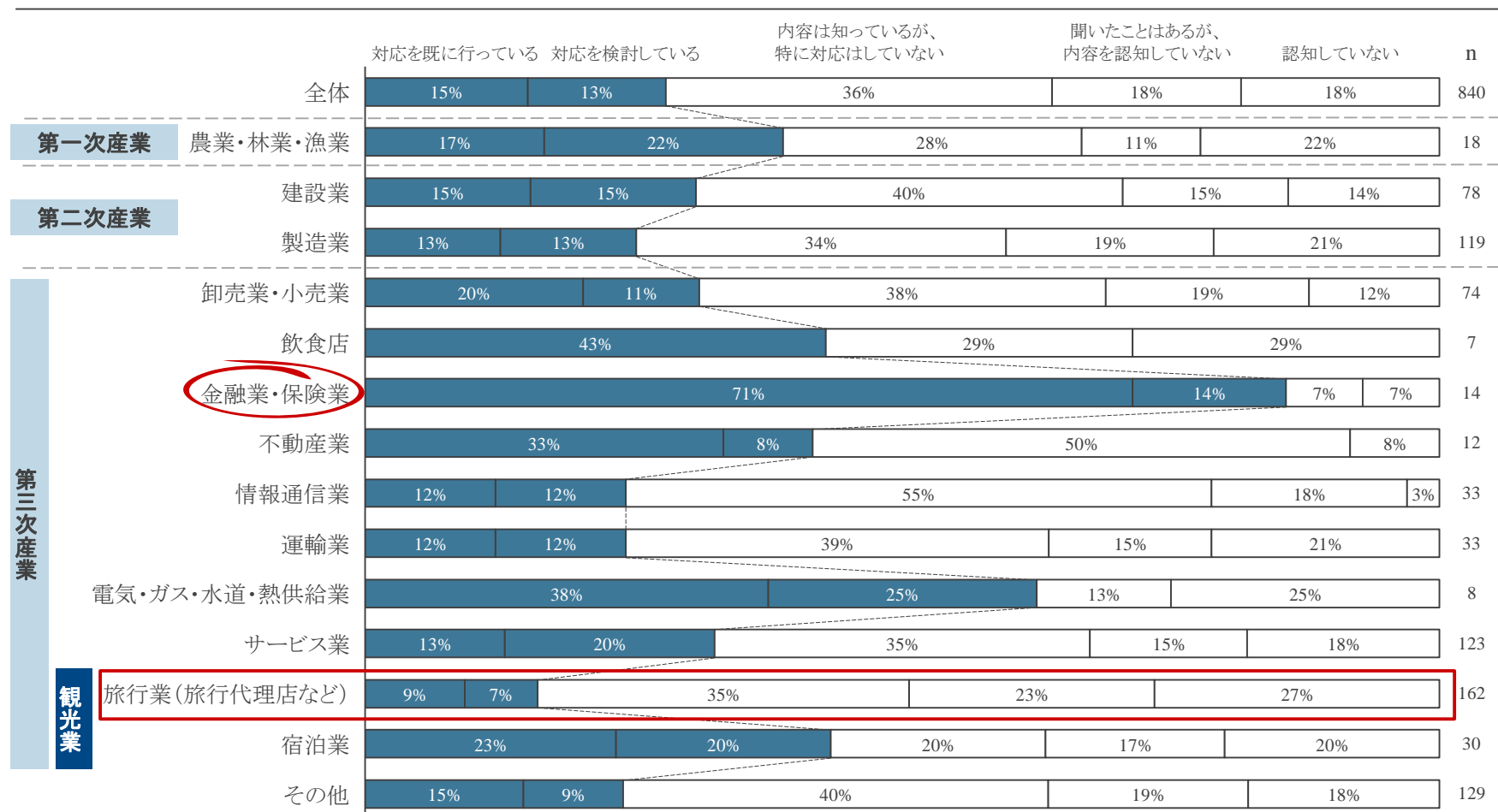
* 鉱業企業の有効回答がないため、これ以降の表で非表示になる。

業種別のSDGsの認知

全員回答

- 業種別にSDGsに取り組んでいる(対応を既に行っている、または検討している)割合をみると、金融・保険業が85%と最も高く、旅行業が16%と最も低い。

経営陣におけるSDGsの認識×業種 (n=840, SA)



質問：

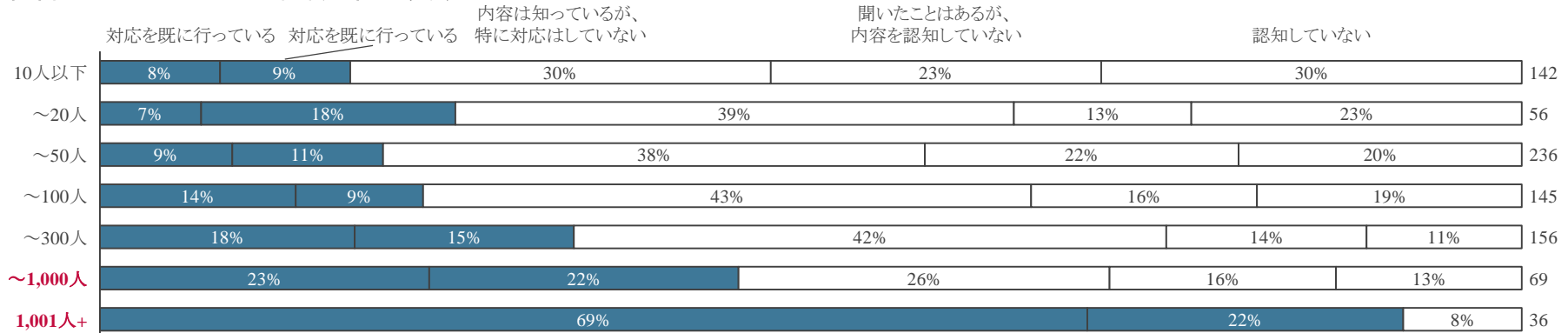
Q1. 御社経営陣のSDGsに関する認知についてお答えください。

業種別のSDGsの認知

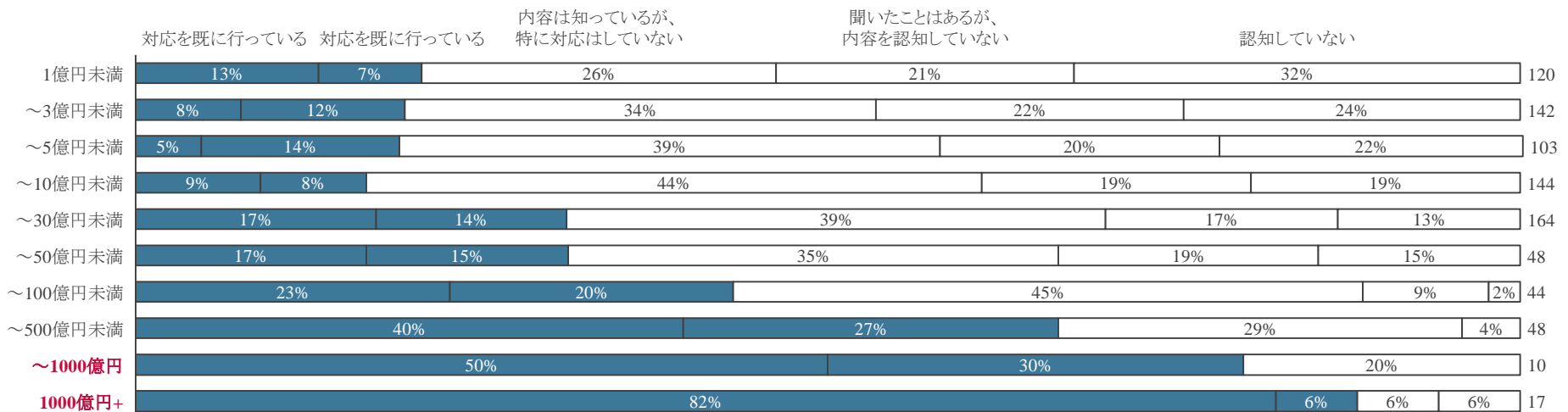
- 今回の調査データをもとに、従業員数が多く、年間売上高が多い企業ほどSDGsに対する意識が高い傾向にあることがみられる。

経営陣におけるSDGsの認知と企業属性のトレンド

経営陣におけるSDGsの認知×従業員数



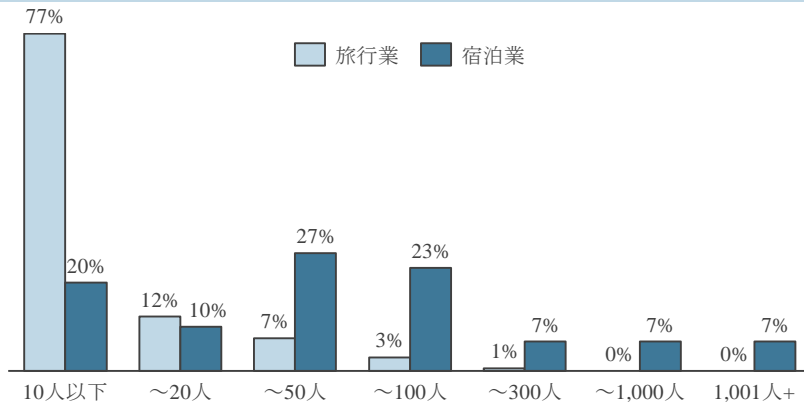
経営陣におけるSDGsの認知×2019年度の年間売上高



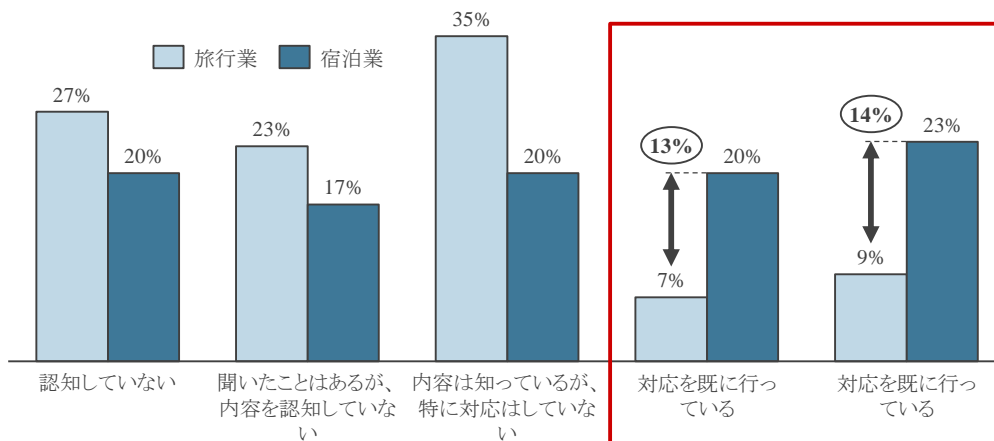
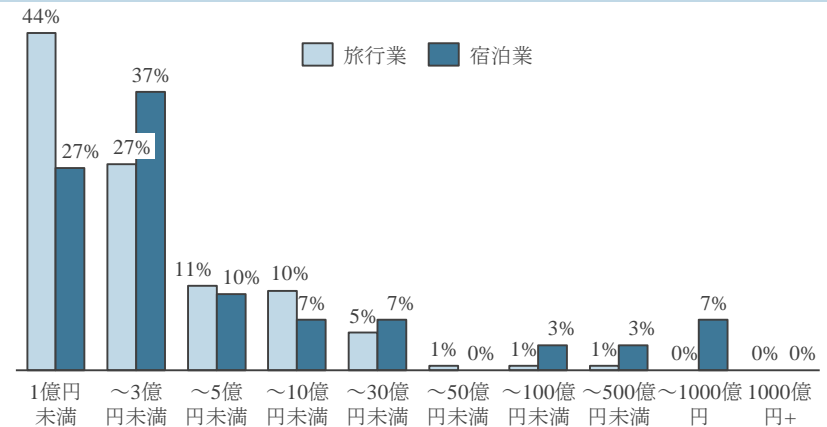
業種別のSDGsの認知

- 観光業の中では、宿泊業の企業規模は旅行業（旅行代理店など）より大きく、SDGsに関する認知も高い。

2019年度の従業員数



2019年度の年間売上高



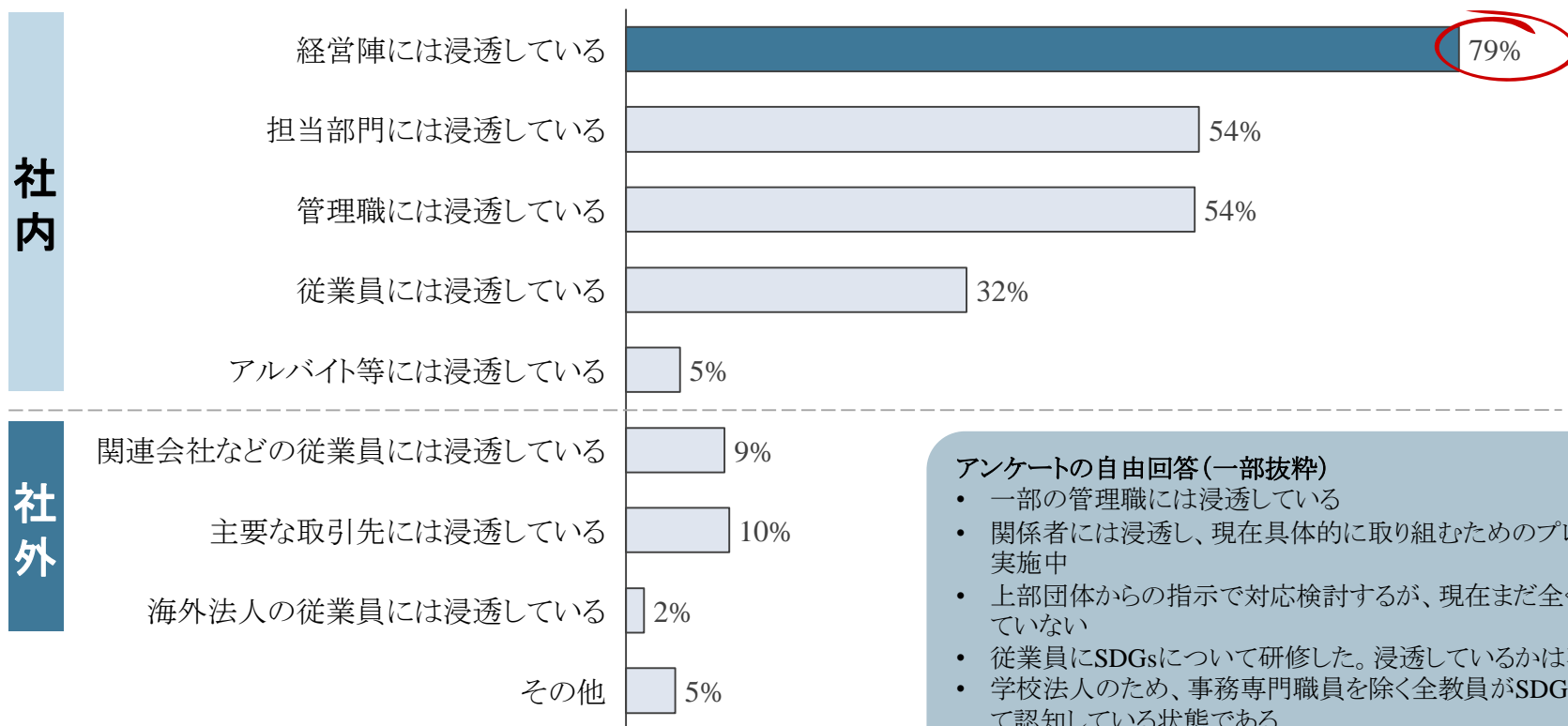
- 宿泊業の従業員数や年間売上高は旅行業よりも高い
- 宿泊業におけるSDGsに対する意識の高さに寄与していると考えられる

SDGsに関する認知

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- SDGsが浸透している部門は、経営陣が8割弱で最も多く、担当部門・管理職も5割を超えるが、従業員への浸透は3分の1未満にとどまる。

Q2 : SDGsに関する認知度について (n=235, MA)



アンケートの自由回答(一部抜粋)

- 一部の管理職には浸透している
- 関係者には浸透し、現在具体的に取り組むためのプレ調査を実施中
- 上部団体からの指示で対応検討するが、現在まだ全く浸透していない
- 従業員にSDGsについて研修した。浸透しているかは不明
- 学校法人のため、事務専門職員を除く全教員がSDGsについて認知している状態である
- 浸透度合いにばらつきはあるが、研修などで周知には努めている
- 一部役員には浸透している

質問：
Q2. 御社のSDGsに関する認知度について選んでください（複数選択可）。

SDGsに関する取り組み

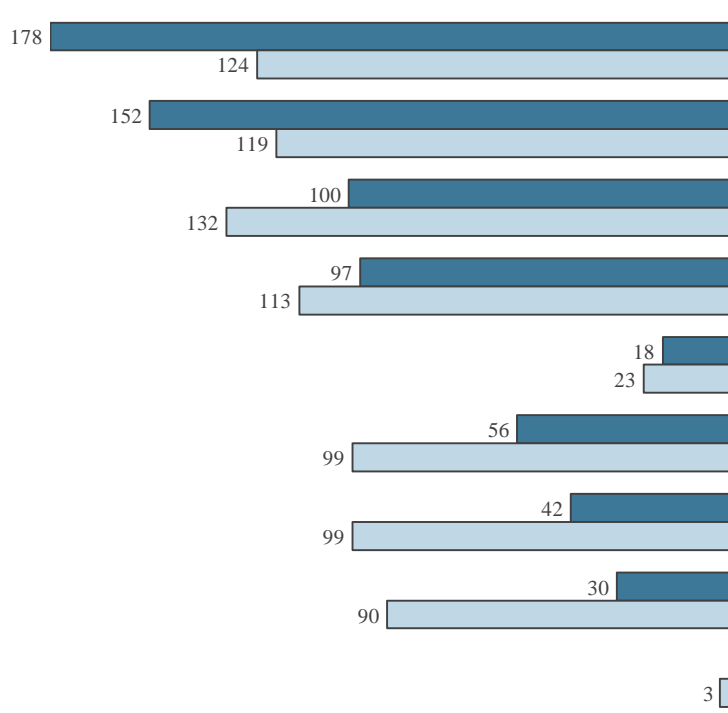
全員回答

- 現在行っているSDGsに関する取り組み状況にかかわらず、「情報収集」「自社の取り組みの整理」が多く、事業や経営への活用は今後取り組みたいこととして挙げる割合が高い。

Q4&5：SDGsに関して現在取り組んでいること・今後取り組みたいこと（n=235/605, MA）

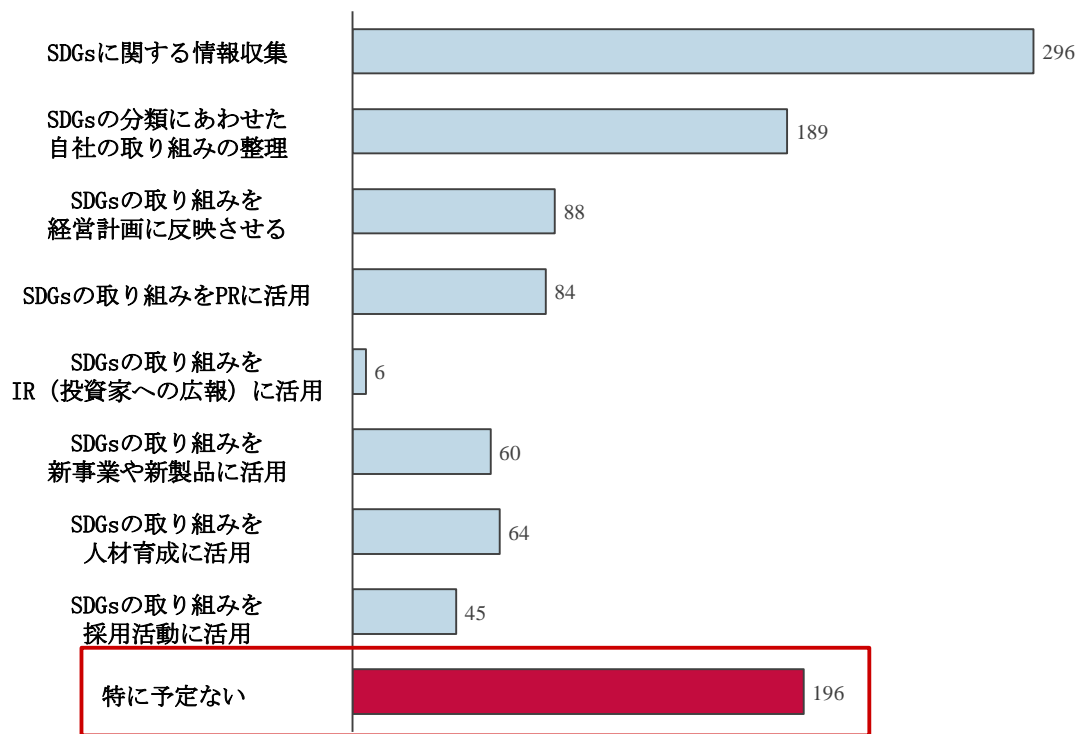
SDGsに取り組んでいる企業（n=235, MA）

■ 取り組んでいる □ 取り組みたい



SDGsに取り組んでいない企業（n=605, MA）

□ 取り組みたい



質問：

Q3. SDGsに関して取り組んでいる事項をお選びください(複数選択可)。

Q4. SDGsに関して今後、取り組みたい事項をお選びください(複数選択可)。

SDGsに取り組んでいない企業の中には、「今後取り組みたいことについて特に予定ない」と回答した企業が多い。

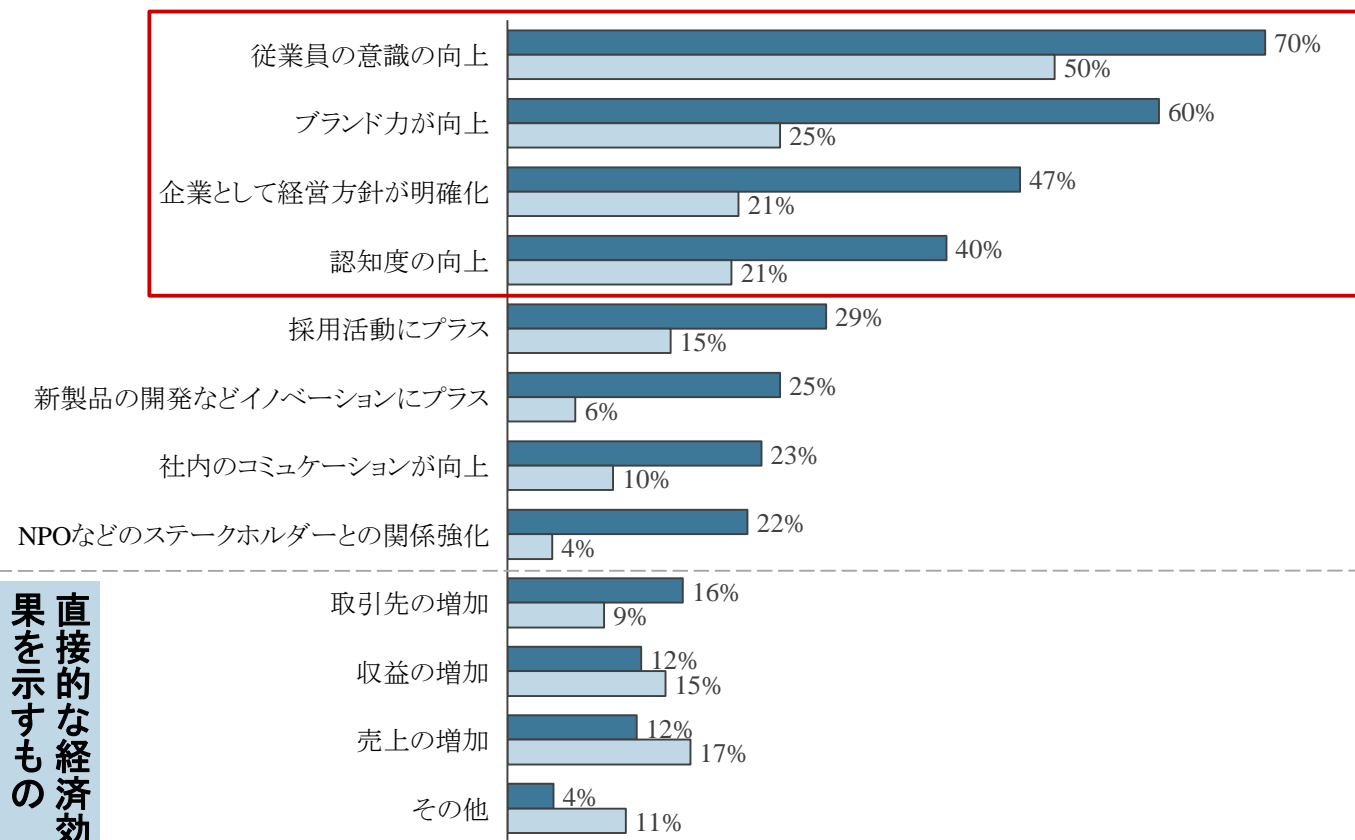
SDGsの取り組み効果について

全員回答

- 「従業員の意識の向上」「ブランド力の向上」「経営方針の明確化」「認知度の向上」が高く、経済的な効果の認識は低い。

Q5：SDGsの取り組み効果について（n=235/605, MA）

■ SDGsに取り組んでいる(N=235) □ SDGsに取り組んでいない(N=605)



SDGsに取り組んでいる企業： アンケートの自由回答（一部抜粋）

- ・ まだわかりません
- ・ 持続可能な世界を実現
- ・ 県や行政との関係強化
- ・ 現時点では不明
- ・ 将来にわたり人類が地球で暮らせるために必要なこと
- ・ SDGターゲット4.7 ESDを中核にしている為 →「地元高校生のSDGsネイティブ化」
- ・ まだ効果は確認できていない

SDGsに取り組んでいない企業： アンケートの自由回答（一部抜粋）

- ・ わからない
- ・ よく分からない
- ・ 特になし
- ・ 意味が解りません
- ・ 理解をしていませんので、回答できません
- ・ 特になし
- ・ 現状、効果を見込んでいない
- ・ 使用電力の減少
- ・ 詳しくわからない

直接的な経済効果を示すもの

質問：

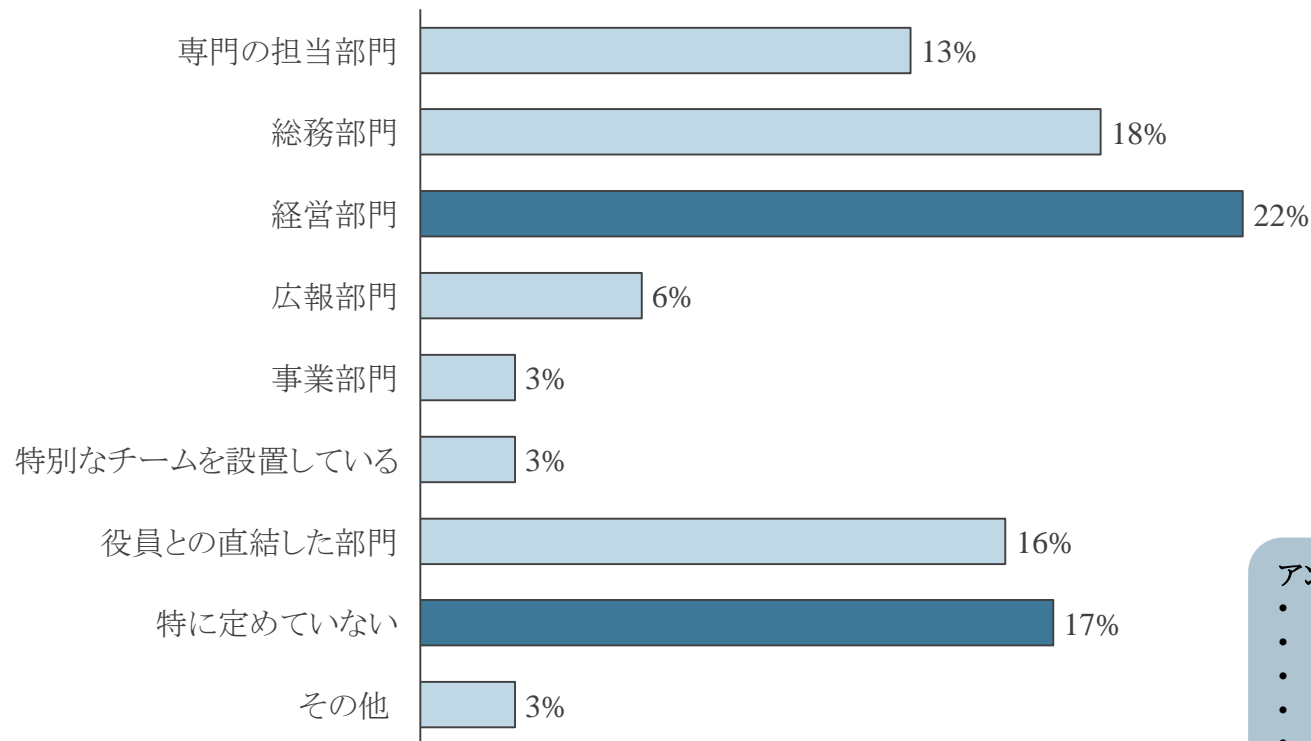
Q5. SDGsの取り組み効果についてお選びください（複数選択可）。

SDGsの総括担当セクションについて

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- SDGsに取り組んでいる企業のうち、22%は経営部門が担当しており、17%は担当部門が特定されていない。

Q6：SDGsの総括担当セクションについて（n=235, SA）



アンケートの自由回答

- EMS担当と兼務
- 経営企画
- 経営企画
- 環境対策室
- 採用
- 教育活動が中心となるため、課題研究運営部という専門担当部が担当。また、入試広報部では課題研究運営部の取り組みを募集活動を通して担当

質問：

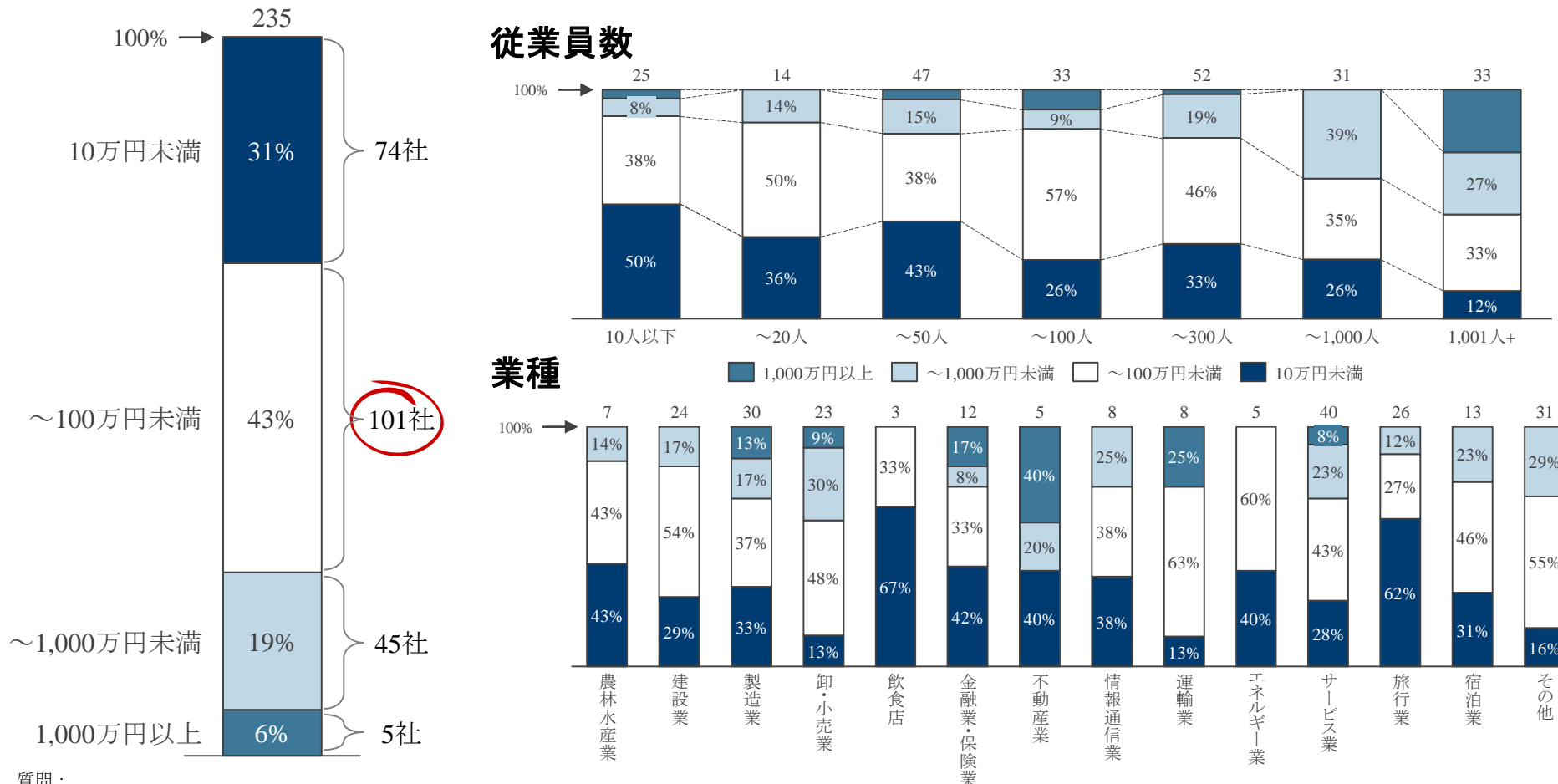
Q6. SDGsの総括担当セクションはどこですか。1つを選択してください。

SDGsの推進のための予算規模について

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- SDGsに取り組んでいる企業のうち、7割以上の企業はSDGsの推進のための予算規模は100万円未満。1億円以上の企業も5社がある。

Q7：SDGsの推進のための予算規模について（n=235, SA）



質問：

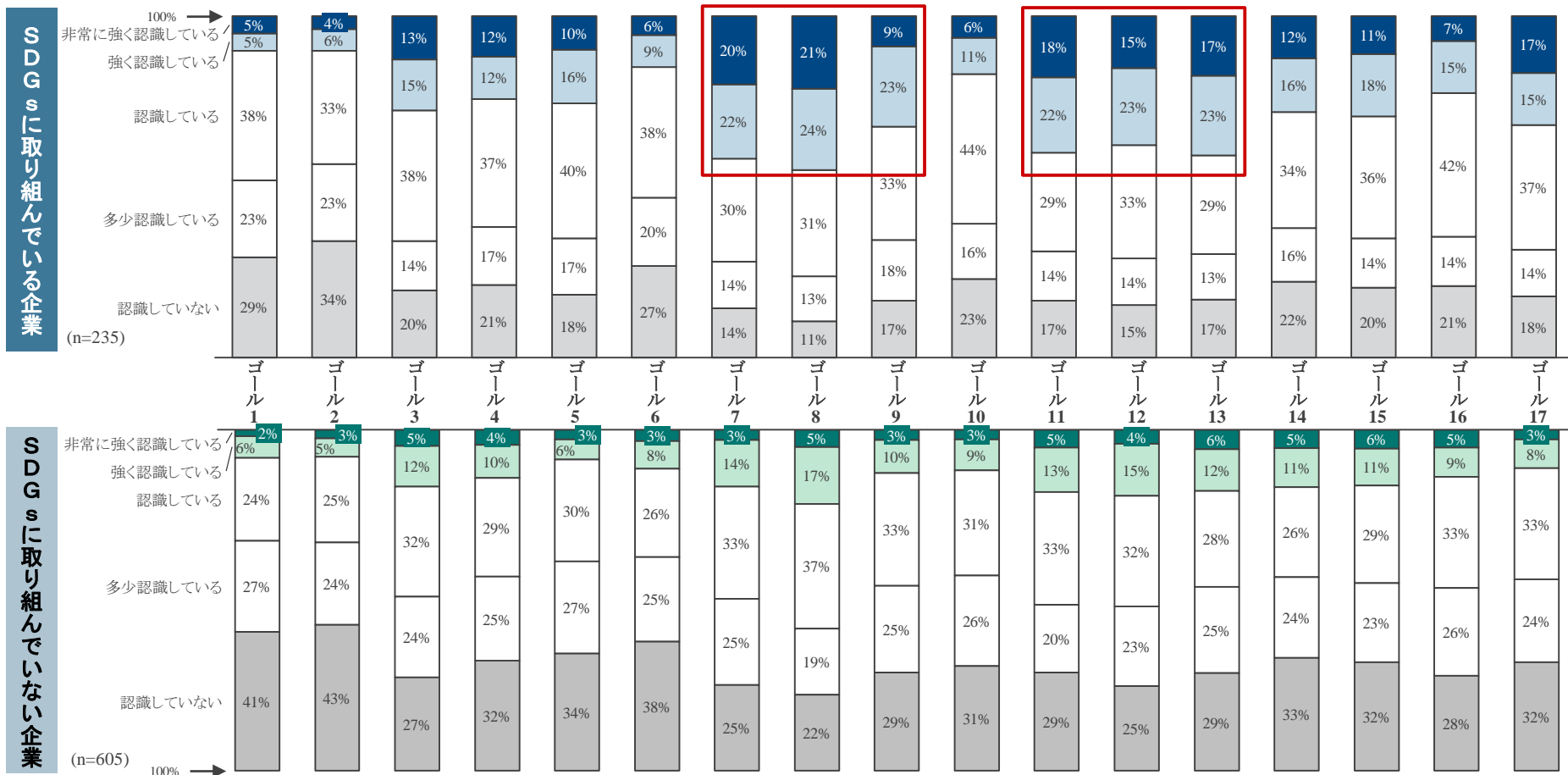
Q7. SDGsの推進のための予算規模はいくらでしょうか。1つを選択してください（広報、社内への浸透、特別なプログラムなど推進にかかる直接的な経費）。

SDGsに関するリスクの認識

全員回答

- 産業・雇用・気候変動に関連するゴール(ゴール7、8、9、11、12、13)のリスク認識が高く、SDGsに取り組んでいる企業と取り組んでいない企業との差も大きい傾向にある。

Q8 : SDGs各ゴールに対するリスク認識 (SA)



質問：

Q8. SDGsが世の中へ浸透するに伴い、今後、御社が企業の活動を行う際にリスクとして認識されているレベルを目標毎にお選びください。

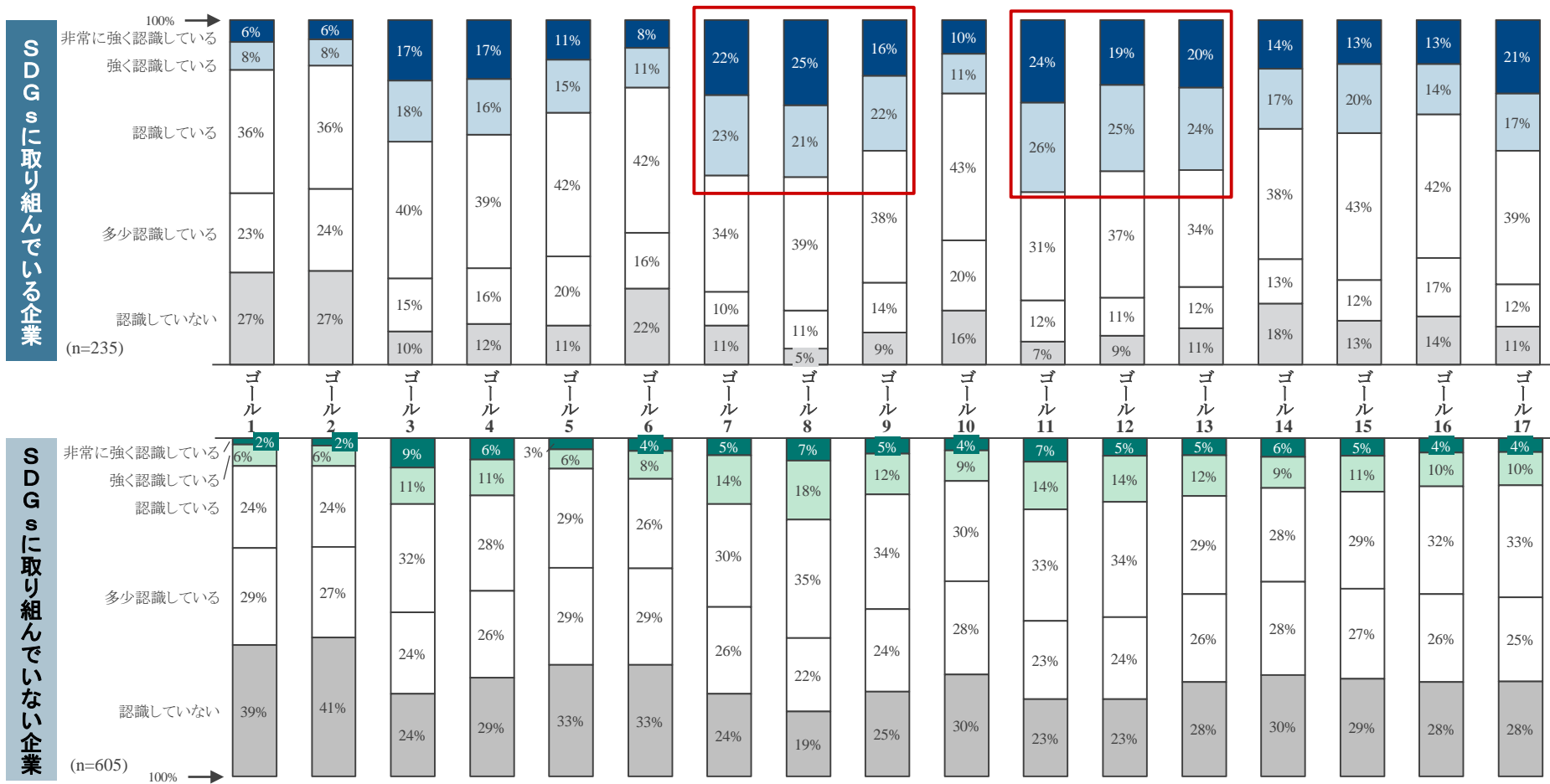
注：SDGsについて、付録をご覧ください。

SDGsに関するチャンスや様々なオポチュニティの認識

全員回答

- 全体的な傾向はリスクと同じだが、SDGsに取り組んでいる企業と取り組んでいない企業との認識の差が、リスクよりも大きい。

Q9 : SDGs各ゴールに対するチャンスや様々なオポチュニティ認識 (SA)



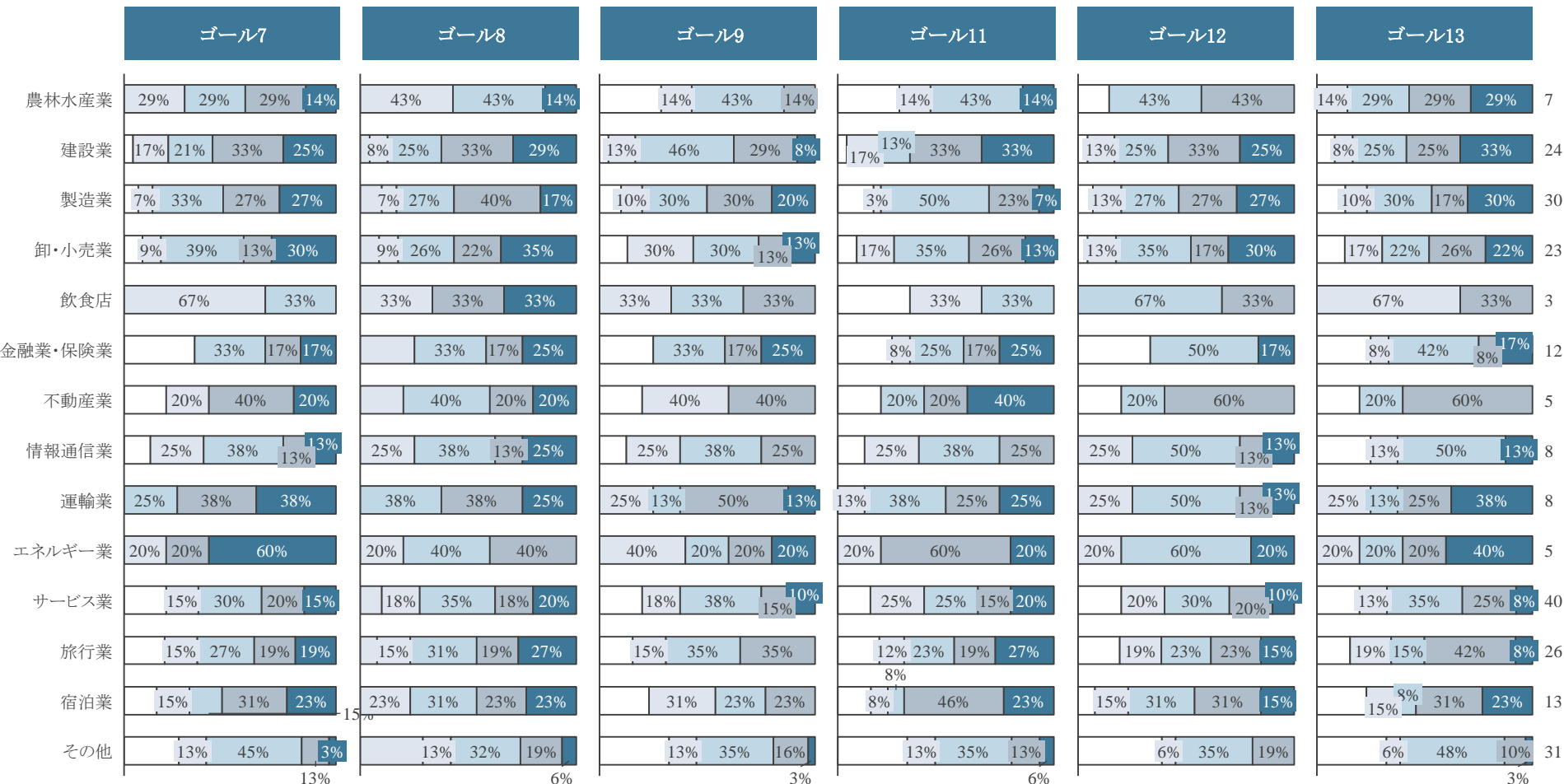
質問: Q9. SDGsが世の中へ浸透するに伴い、今後、御社が企業の活動を行う際に新たなビジネスを展開するチャンスや様々なオポチュニティ(世の中への提案・機会)として認識されているレベルを目標毎にお選びください。

SDGsに関するリスクの認識(業種別)

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- 比較的认知度が高いゴールをピックアップして業種別に分析すると、各産業ごとに、自社のコアビジネスに関わるSDGsゴールについてのリスク認知度が高いことを示している。

Q8 : SDGs各ゴールに対するリスクの認識×業種 (n=235, SA)



質問: 認識していない 多少認識している 認識している 強く認識している 非常に強く認識している

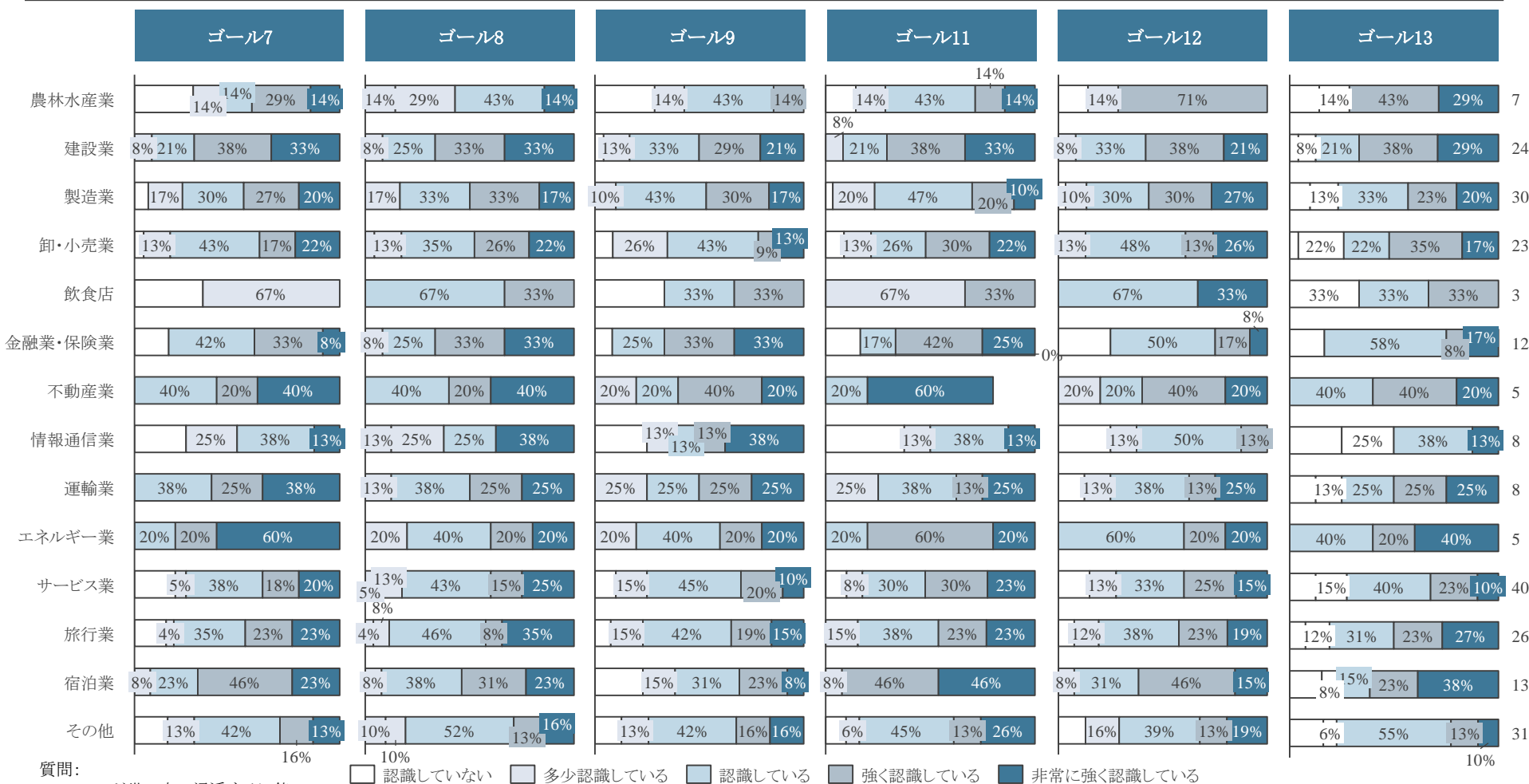
Q8. SDGsが世の中へ浸透するに伴い、今後、御社が企業の活動を行う際にリスクとして認識されているレベルを目標毎にお選びください。

SDGsに関するチャンスや様々なオポチュニティの認識(業種別)

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- 各産業ごとに、自社のコアビジネスに関わるSDGsゴールについてのチャンス・オポチュニティ認識度が高いということを示している。

Q9：SDGs各ゴールに対するチャンスや様々なオポチュニティの認識×業種 (n=235, SA)

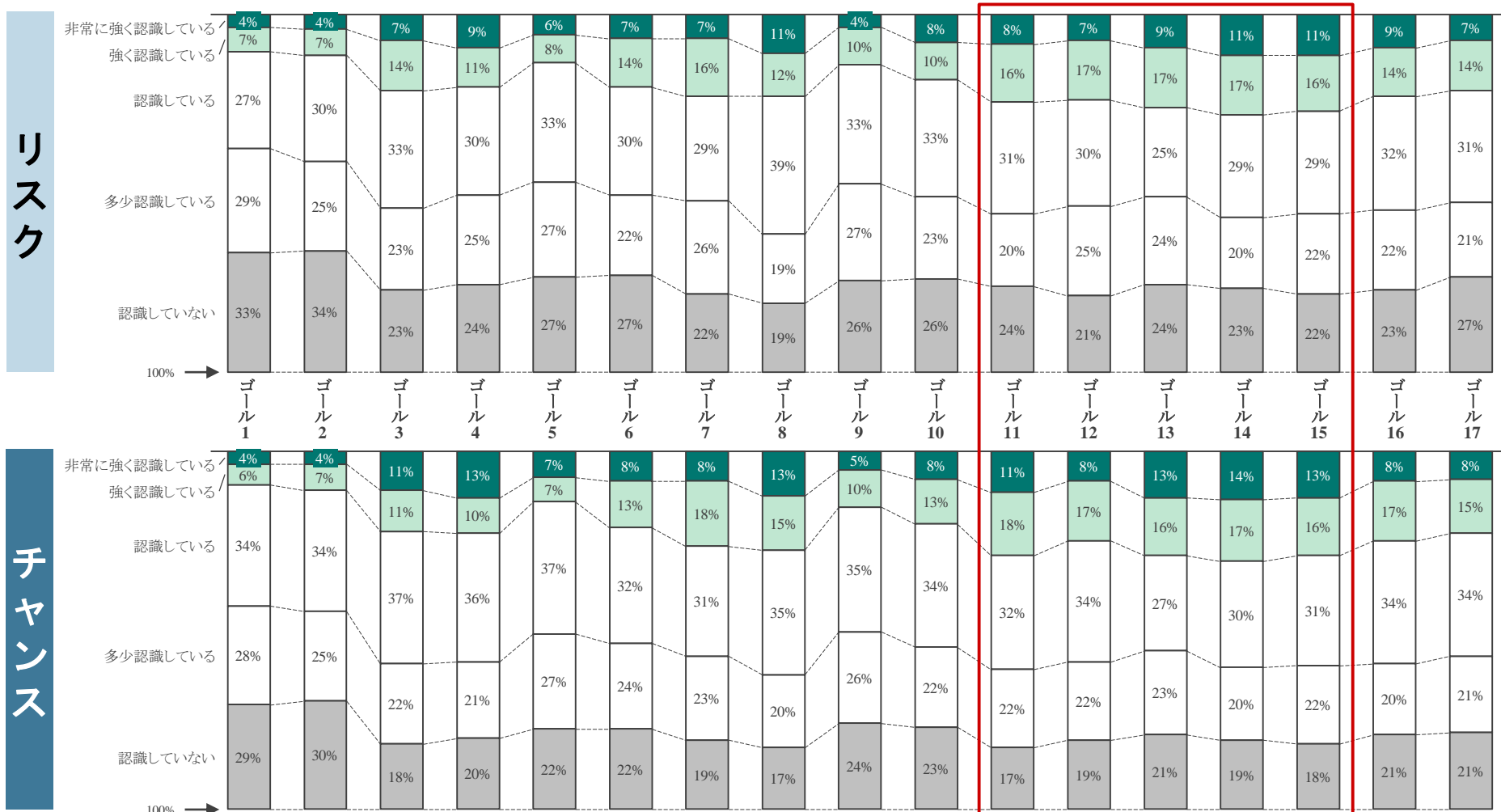


質問：Q9. SDGsが世の中へ浸透するに伴い、今後、御社が企業の活動を行う際に新たなビジネスを展開するチャンスや様々なオポチュニティ(世の中への提案・機会)として認識されているレベルを目標毎にお選びください。

SDGsに関するリスクとチャンスの認識(観光業)

- 観光業(旅行業および宿泊業)のSDGsのリスクとチャンスの認識を見ると、観光ビジネスに関連するまちづくり、気候変動、環境保護ゴールは「強く認識している」割合が高い。

SDGs各ゴールに対するリスクとチャンスの認識×業種(n=192, SA)

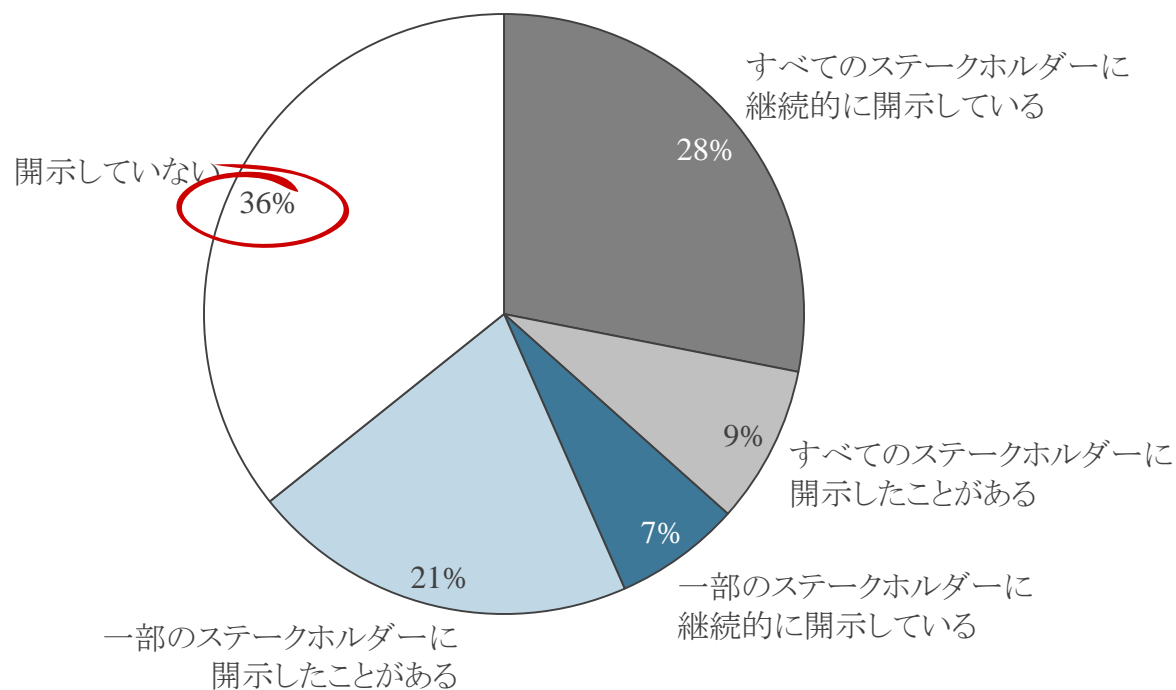


SDGsに関する取り組みの開示

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- 継続的に開示している企業は28%の一方、開示していない企業も36%。

Q10 : SDGsの取り組みについてどのように開示について (n=235, SA)



質問 :

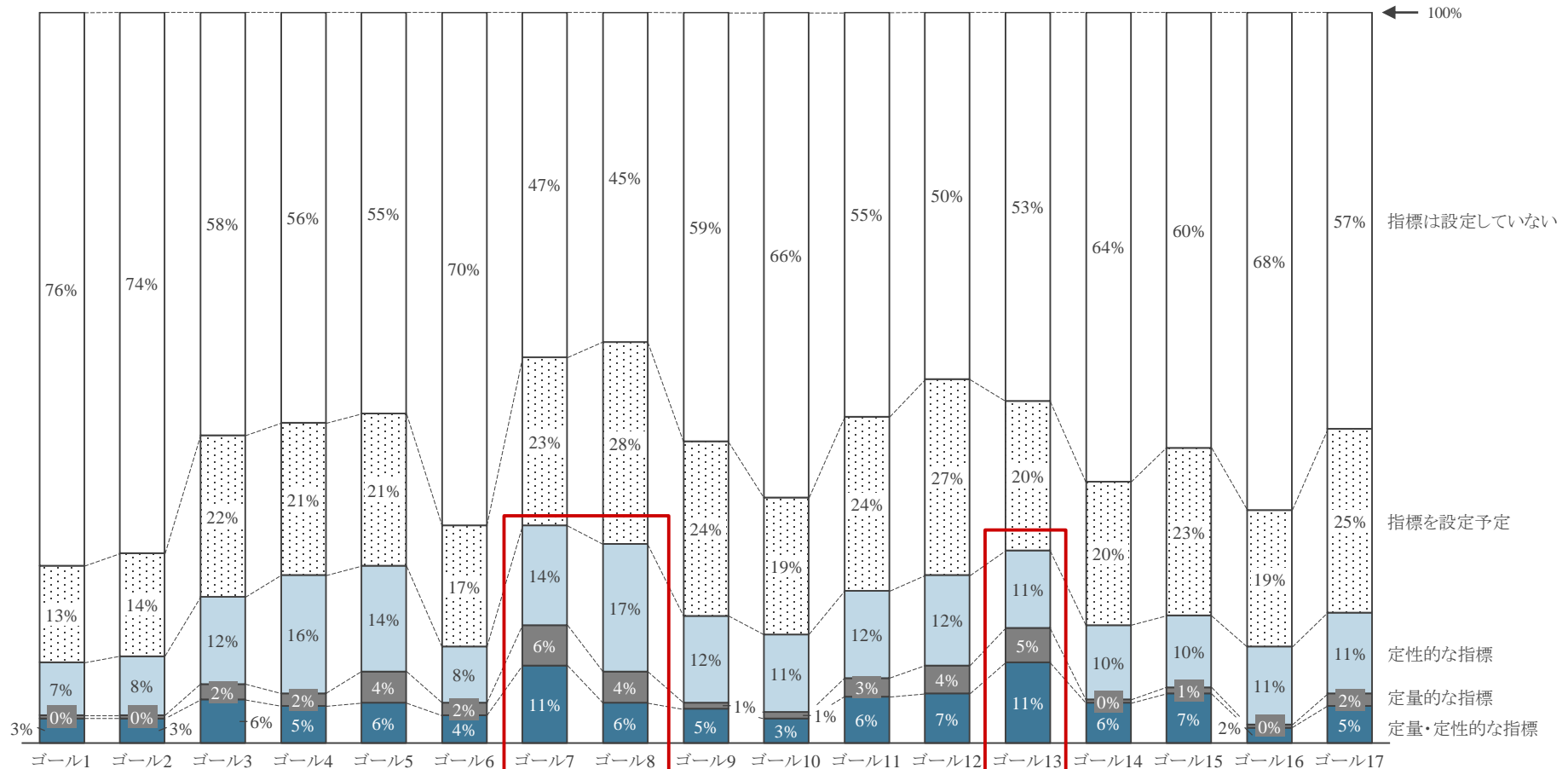
Q10. SDGsの取り組みについてどのように開示していますか。以下から1つお選びください。

SDGsに関する指標設定

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- ゴール7, 8, 13は約3割の企業が指標を設定しているが、全体として各ゴールは半数以上の企業で指標が設定されていない。

Q12 : SDGsの指標設定 (n=235, SA)



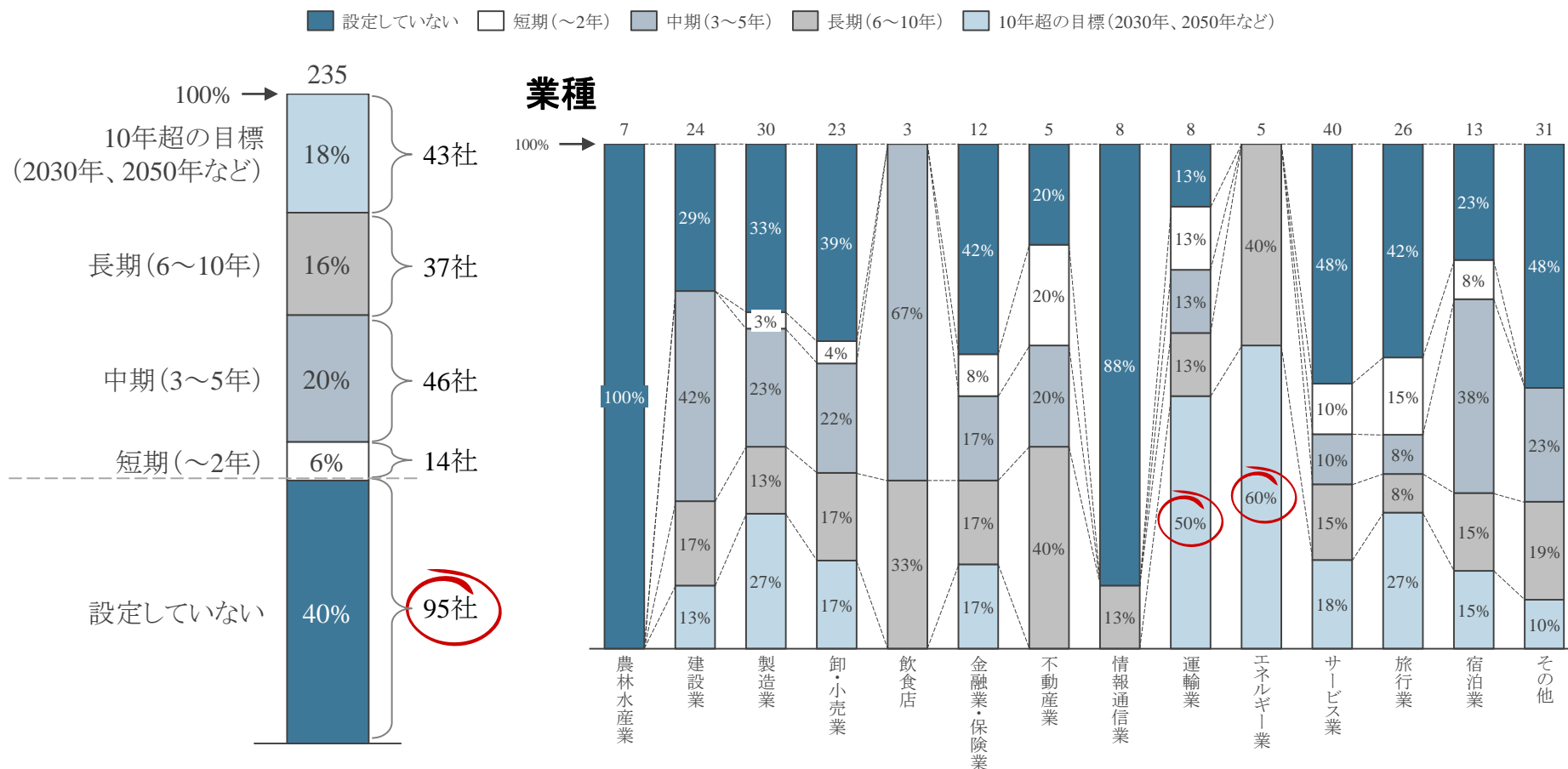
質問:
Q11. SDGs達成の指標の設定について、以下からそれぞれ1つお選びください。

SDGsに関する目標設定期間について

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- 半数以上の企業がSDGs取り組みに一定の期間目標を設定しているが、残りの40%の企業は目標期間を設定していない。

Q12：SDGsに関する目標設定期間について（n=235, SA）



質問:

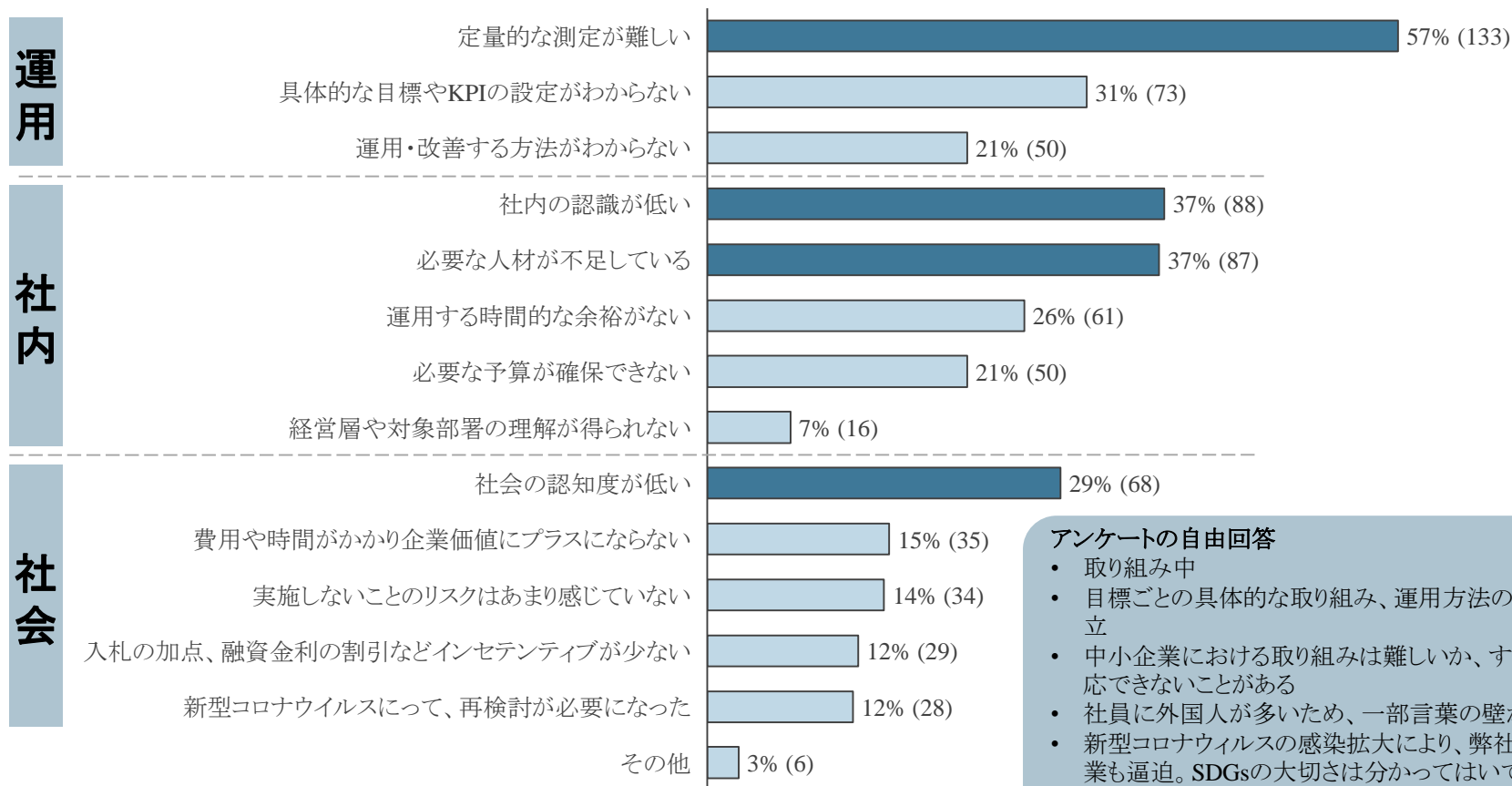
Q12. SDGsに関する目標策定期間について、以下から1つお選びください。

SDGsに取り組む上での課題

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- SDGsに取り組む上での課題について、「定量的な測定が難しい」を回答した企業が57%と最多、コロナの影響は12%にとどまる。

Q13 : SDGsに取り組む上での課題 (n=235, MA)



アンケートの自由回答

- 取り組み中
- 目標ごとの具体的な取り組み、運用方法の策定と確立
- 中小企業における取り組みは難しいか、すぐには対応できないことがある
- 社員に外国人が多いため、一部言葉の壁がある
- 新型コロナウイルスの感染拡大により、弊社の旅行事業も逼迫。SDGsの大切さは分かっているけれども、時間や費用を割いて取り組むゆとりがない
- 目標への活動と足元業務との乖離があり、自発的活動に至れない

質問:

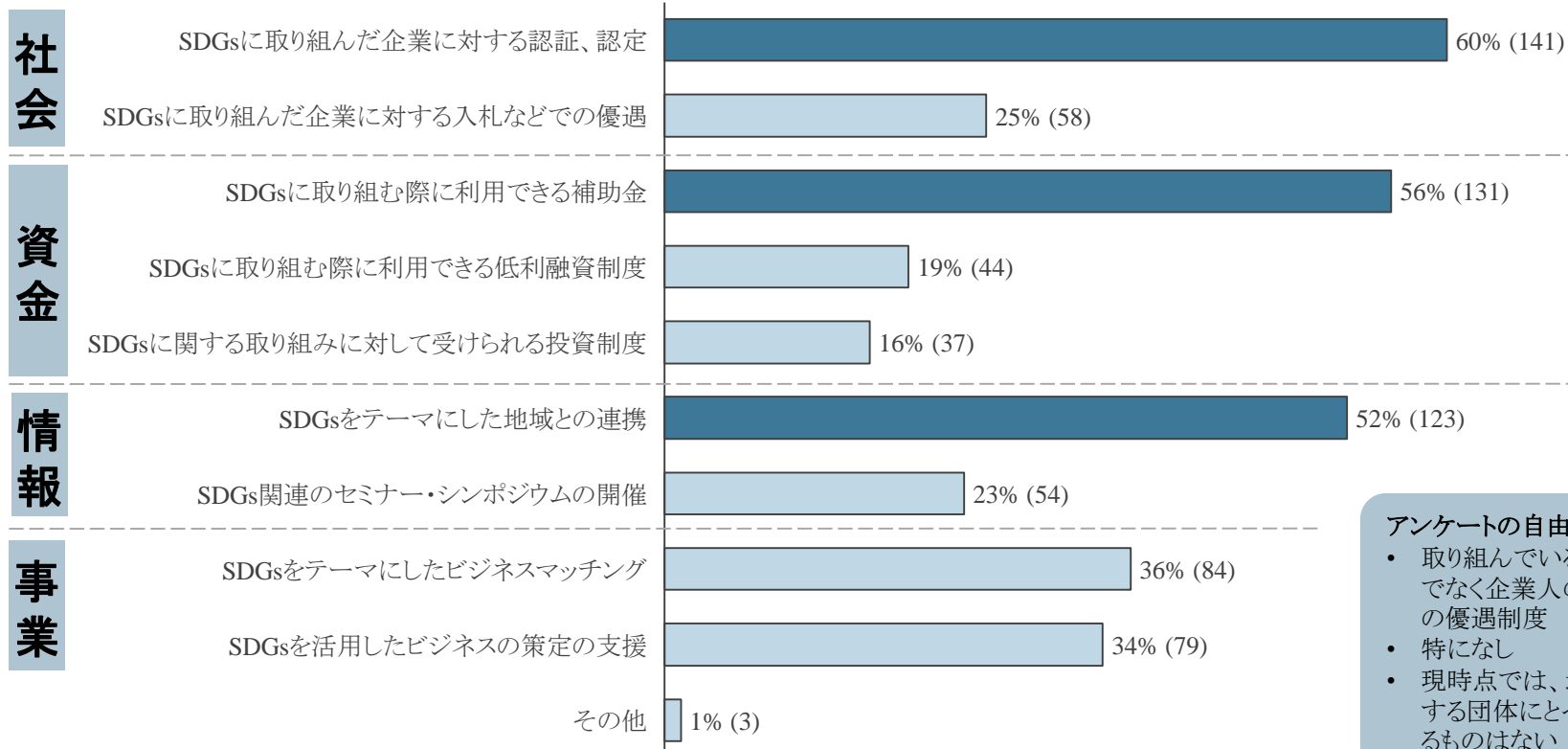
Q13. SDGsに関する取り組みにあたっての課題についてお選びください(複数選択可)。

SDGsへの取り組みに対して期待する支援策

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- SDGsへの取り組みに対して期待する支援策について、「取り組み企業の認証・認定」が60%と最も多く、取り組みに対する補助金、地域との連携がともに過半数で続く。

Q14 : SDGsの期待する支援策 (n=235, MA)



アンケートの自由回答

- 取り組んでいる中小だけでなく企業人の金利や税の優遇制度
- 特になし
- 現時点では、地方で営業する団体にとって期待するものはない

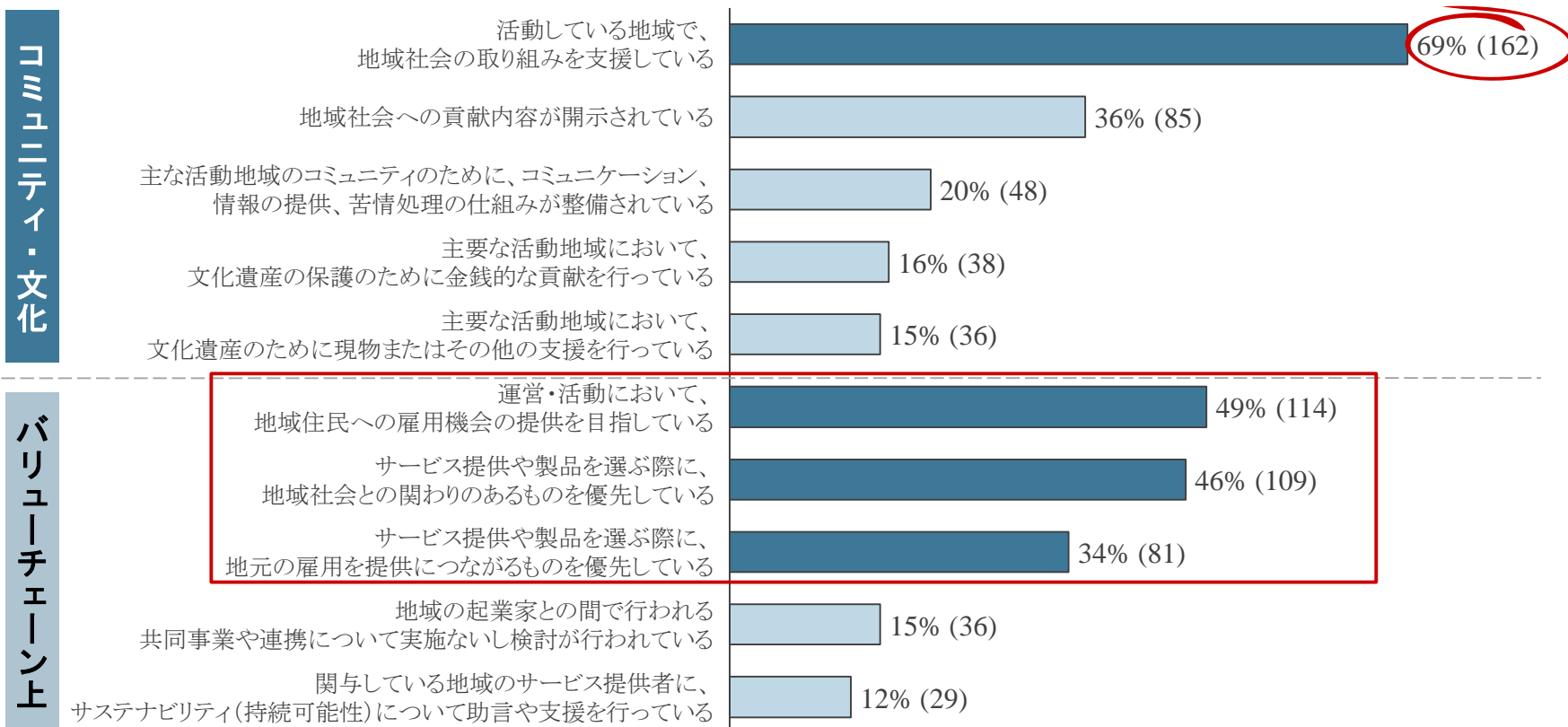
質問:
Q14. SDGsを進めるための支援策について、御社が期待するものをお選びください(複数選択可)。

サステナブルな地域づくりの取り組み

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- 地域社会への取り組みの支援が69%と最多で、バリューチェーン上では、地元での雇用や調達を優先する姿勢が3分の1以上の企業で見られる。

Q15：サステナブル（持続可能）な地域を作るために地域との連携や地域貢献（n=235, MA）



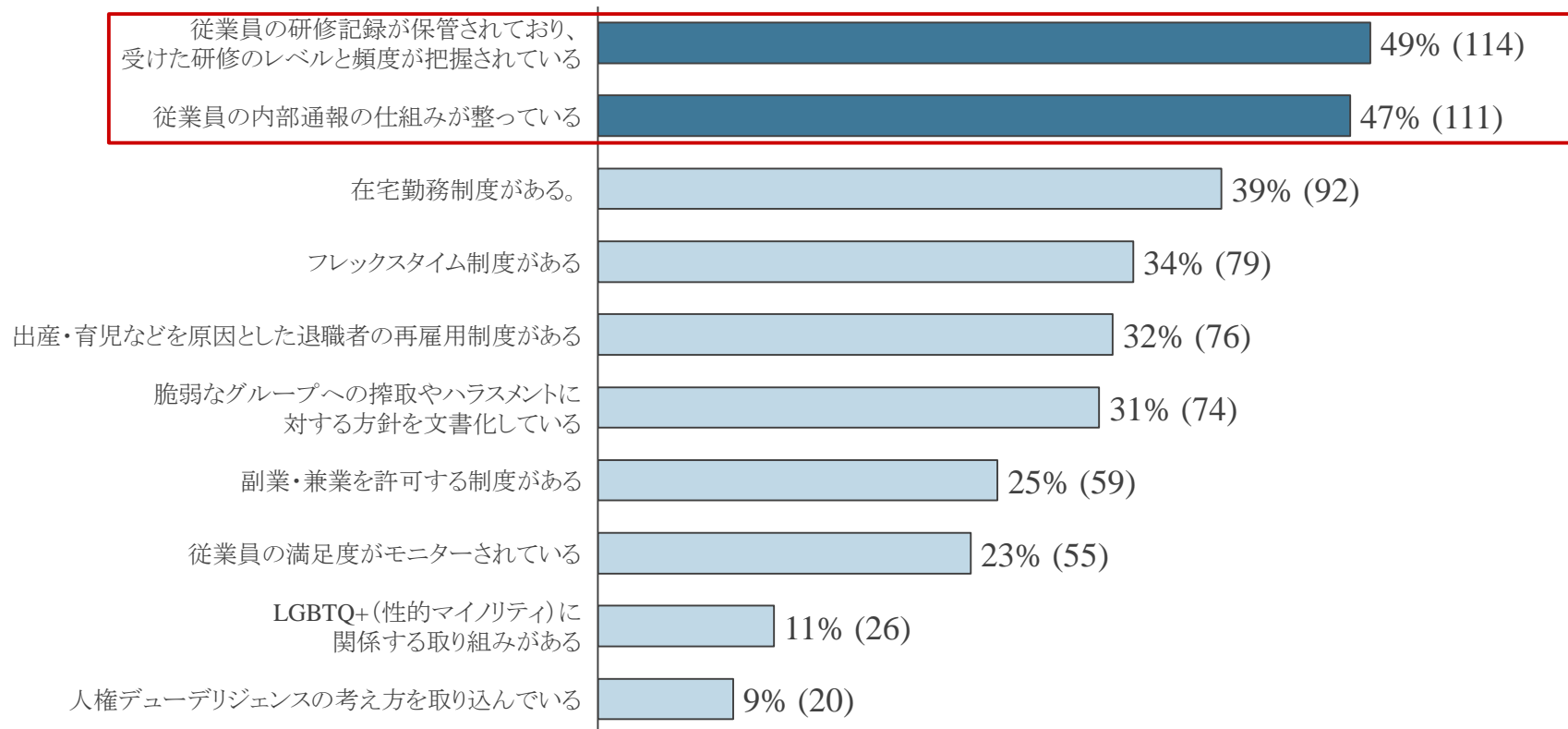
質問：
Q15. サステナブル(持続可能)な地域を作るために地域との連携や地域貢献で実施しているものをすべて選択してください。

働きがい・人権・人材育成に関する取り組み

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- 働きがい・人権や人材育成についての取り組みについて、「研修受講状況の把握」と「内部通報制度」が、SDGsに取り組む企業の半数弱で実施されている。

Q16：働きがい・人権・人材育成に関する取り組み（n=235, MA）



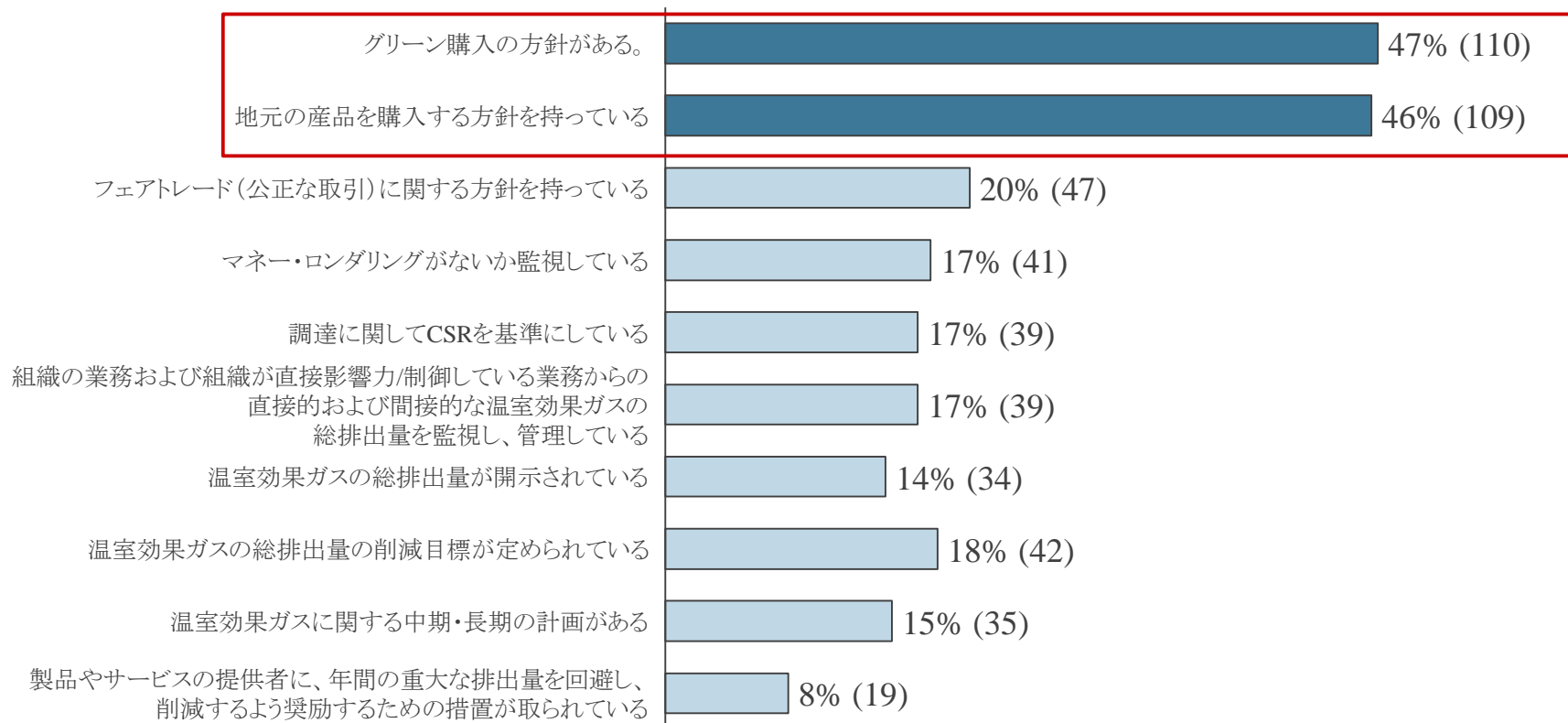
質問：
Q16. 働きがい・人権や人材育成についての取り組みに関して取り組んでいるものをすべて選択してください。

サービス提供事業者との地球温暖化に関する取り組み

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- SDGsに取り組んでいる企業の半数弱がグリーン購入の方針や、地元の産品を購入する方針を掲げている。

Q17：調達と地球温暖化に関する取り組み（n=235, MA）



質問:

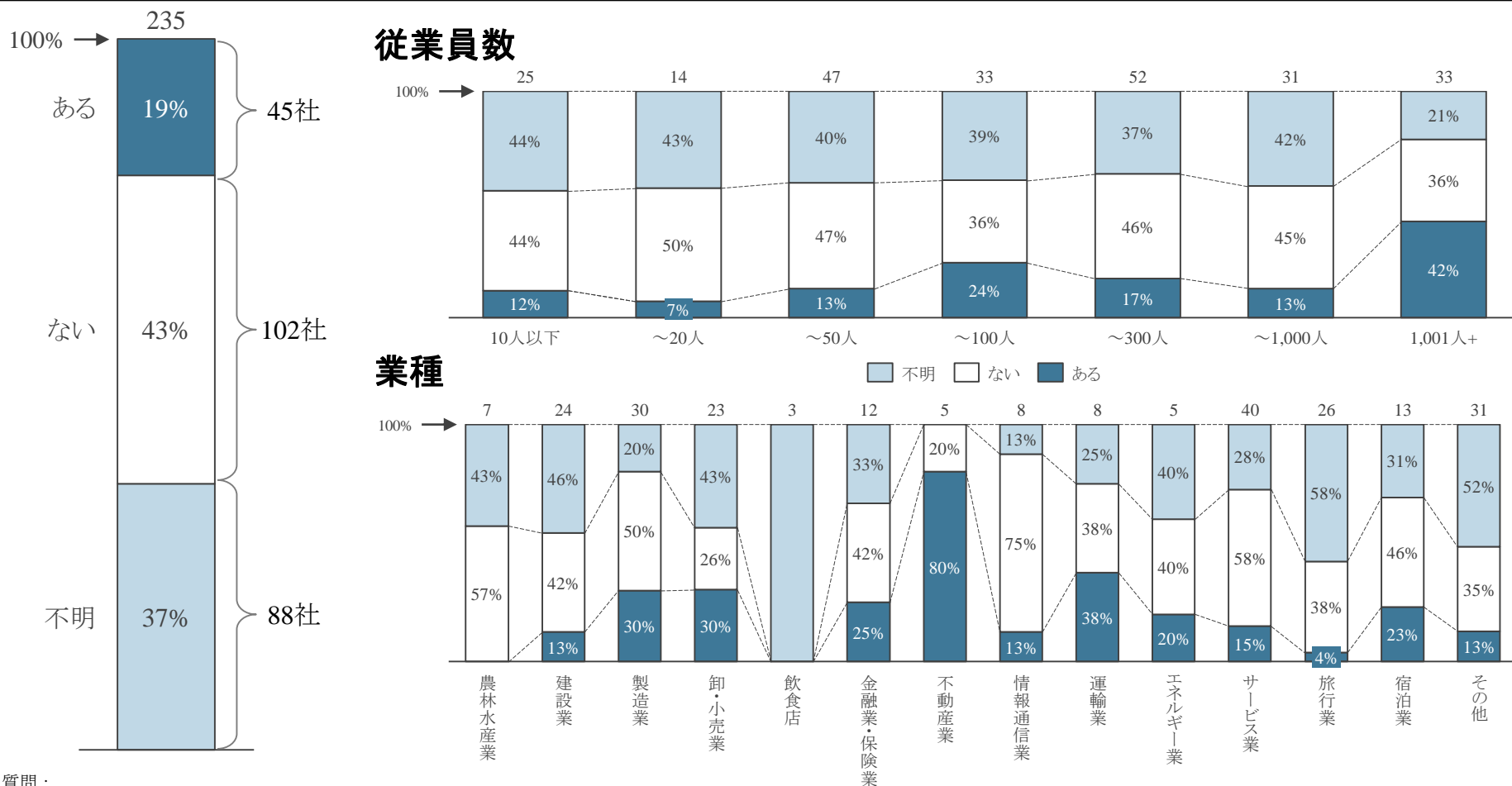
Q17. サービス提供事業者(サービスプロバイダー)との関係や地球温暖化について、取り組んでいるものをすべて選択してください。

ESG投資の増加とSDGsに関する取り組みの変化

SDGsに取り組んでいる/
検討している企業のみ

- ESG投資の増加によるSDGsに関する取り組みの変化は約4割が「ない」と回答したが、1000人以上の大企業では約4割が変化があったとしている。

Q18 : ESG投資増加によるSDGsの取り組みへの影響 (n=235, SA)



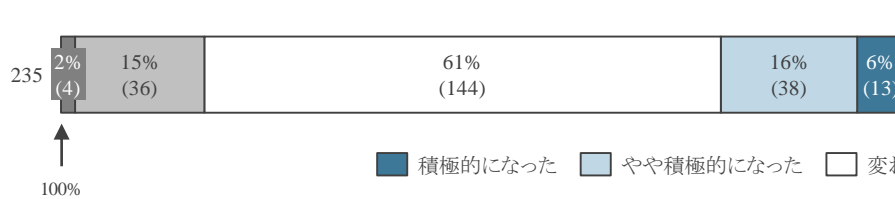
新型コロナウイルス感染症の影響によるSDGs取り組みの変化

全員回答

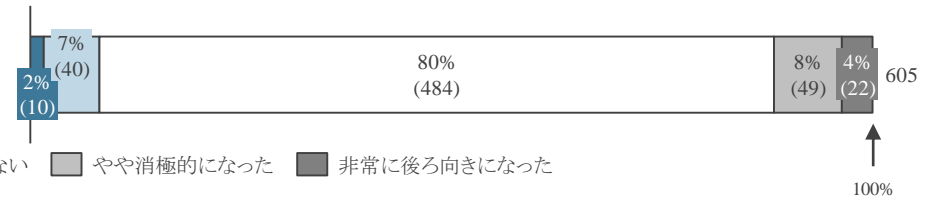
- 新型コロナウイルス感染症によるSDGsの取り組みへの影響は過半数が「変わらない」が、SDGsに取り組んでいる企業の約2割で積極的になり、規模の小さい企業においても積極的な傾向がある。

Q19：新型コロナウイルス感染症の影響によるSDGs取り組みの変化

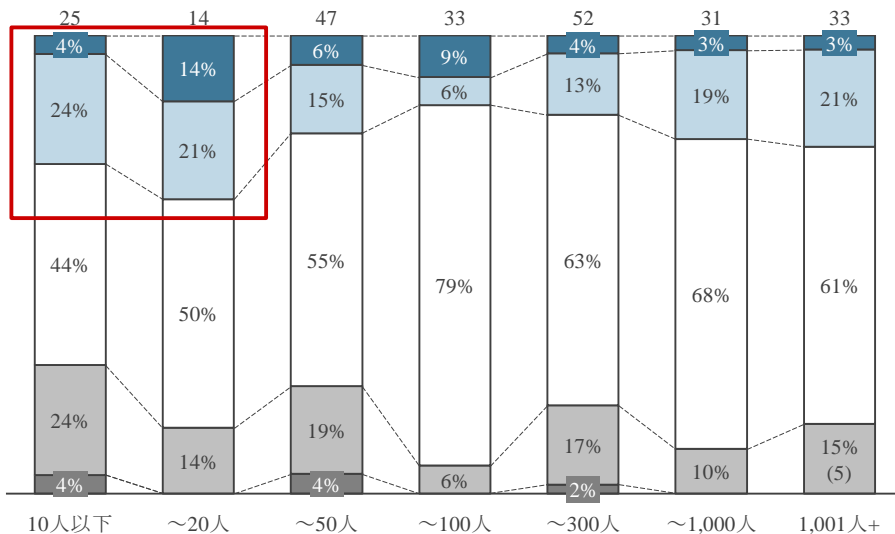
SDGsに取り組んでいる企業 (n=235, SA)



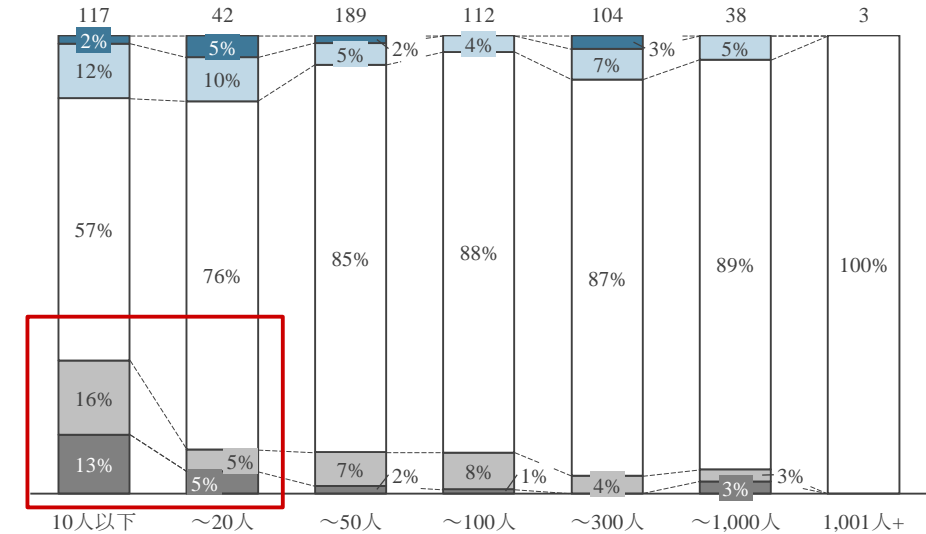
SDGsに取り組んでいない企業 (n=605, SA)



従業員数



従業員数



質問:

Q19. 新型コロナウイルスの影響によって、SDGsに関する取り組みの変化はありましたか。

新型コロナウイルス感染症の影響によるSDGs取り組みの変化

全員回答

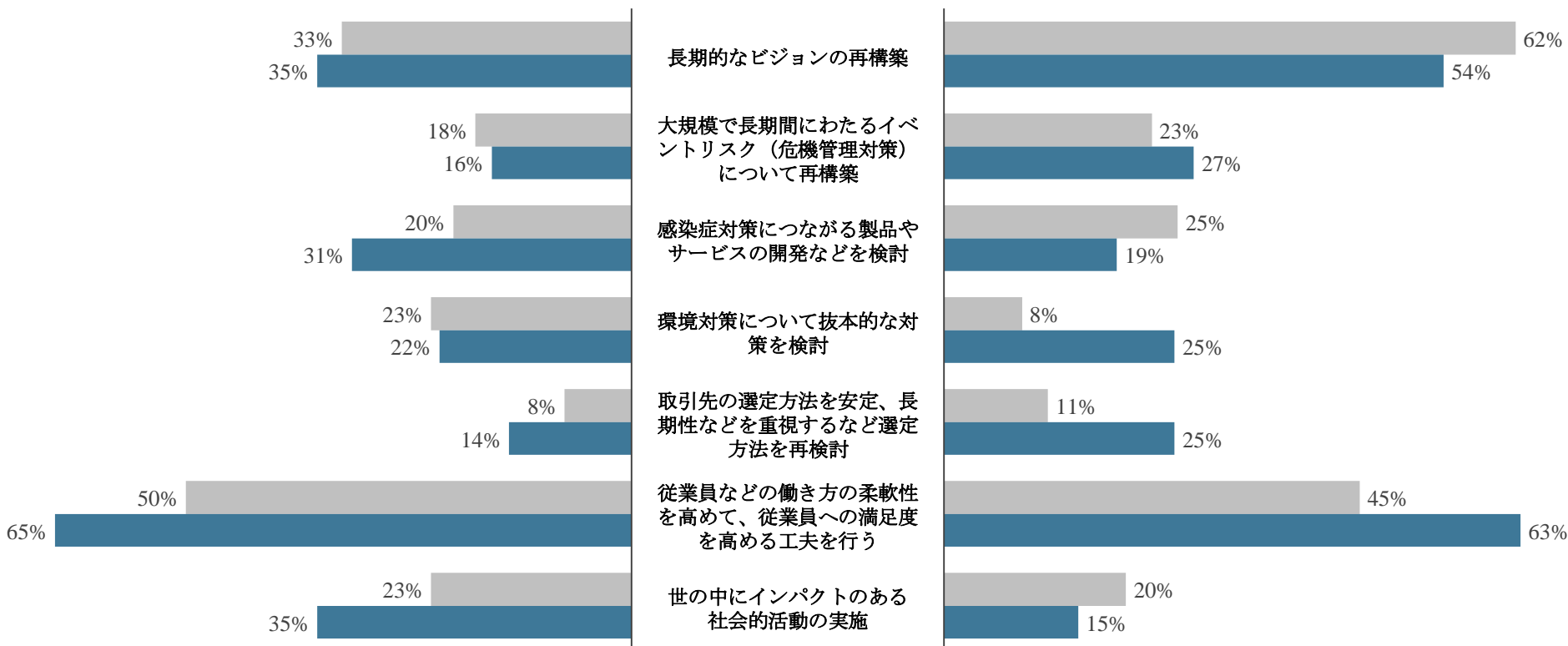
- 働き方の柔軟化が過半数の企業で取り組まれているが、取り組みに消極的な企業も少なくない。

Q20：新型コロナウイルス感染症の影響によるSDGs取り組みの変化があった項目（n=91/119, MA）

SDGsに取り組んでいる企業(n=91, MA)

SDGsに取り組んでいない企業(n=119, MA)

■ 非常に後ろ向きになった・やや消極的になった ■ やや積極的になった・積極的になった



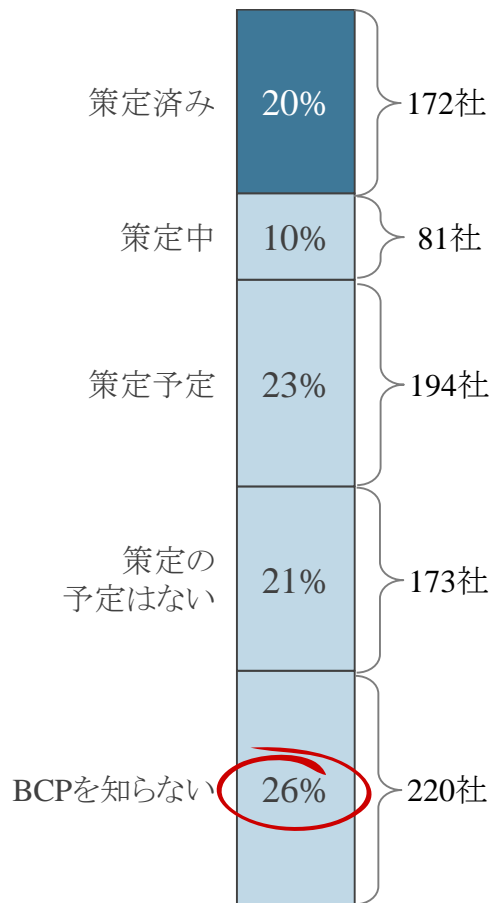
質問：
Q20. 新型コロナウイルスの影響によって、SDGsに関する取り組みに変化があった項目をあげてください(複数回答可)。

BCPの策定状況

全員回答

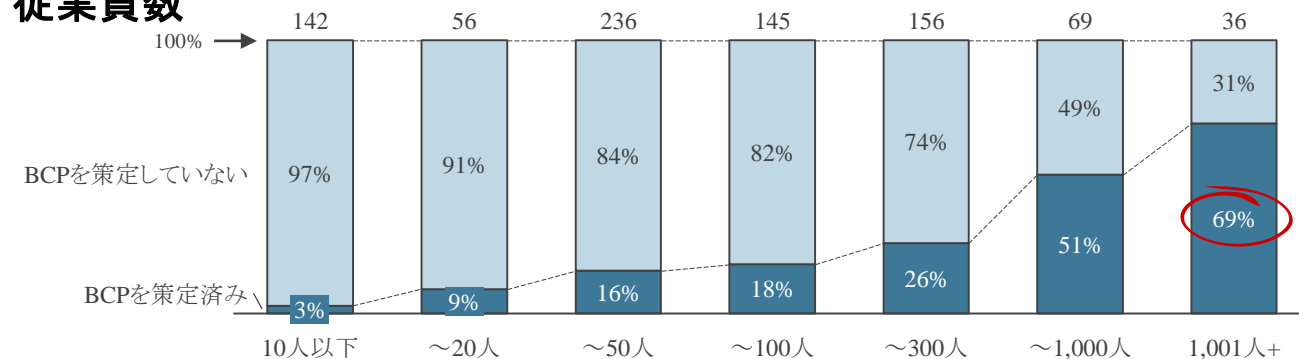
- BCPが策定されている企業は2割強にとどまり、26%の企業がBCPを知らないと回答している。

BCPの策定状況 (n=840, SA)

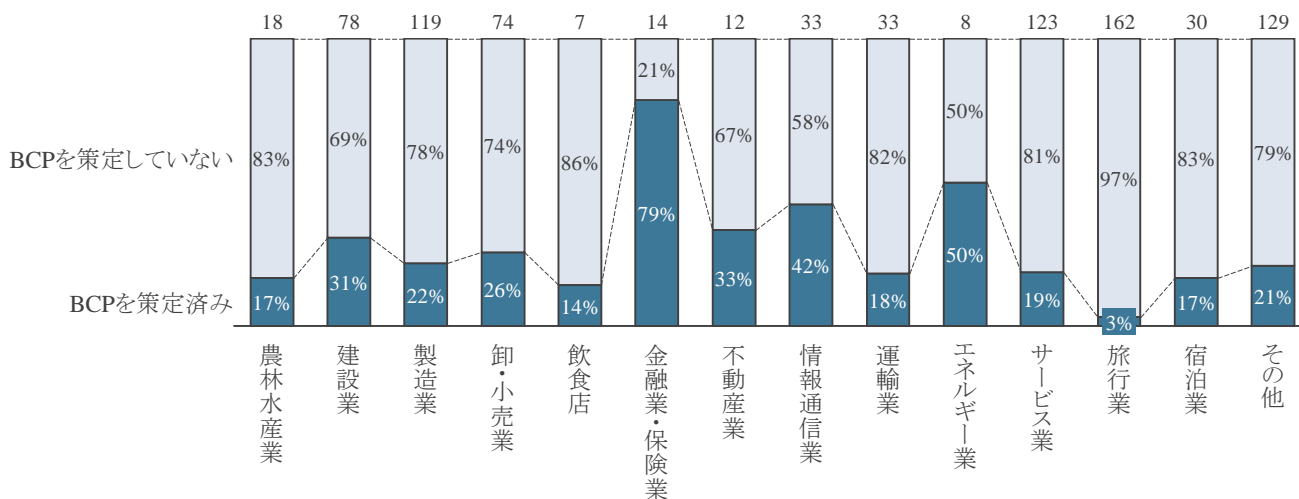


BCP策定済みの企業の属性

従業員数



業種



質問:

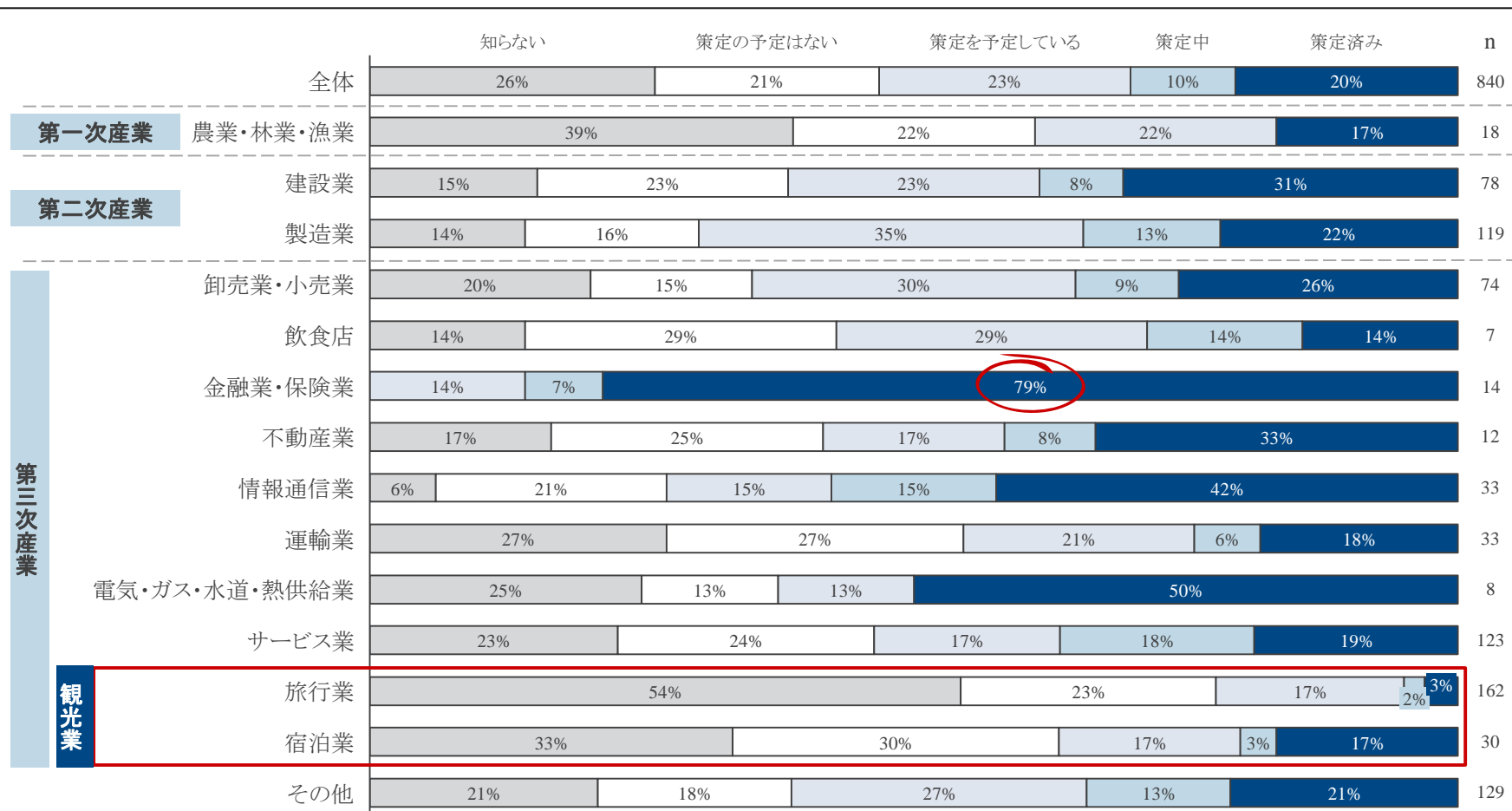
Q21. BCPの策定について以下から1つお選びください。

業種別のBCP策定状況

全員回答

- 業種別にBCPを策定している割合をみると、金融・保険業が79%と最も高く、旅行業が3%と最も低い。

BCPの策定状況×業種 (n=840, SA)



質問：

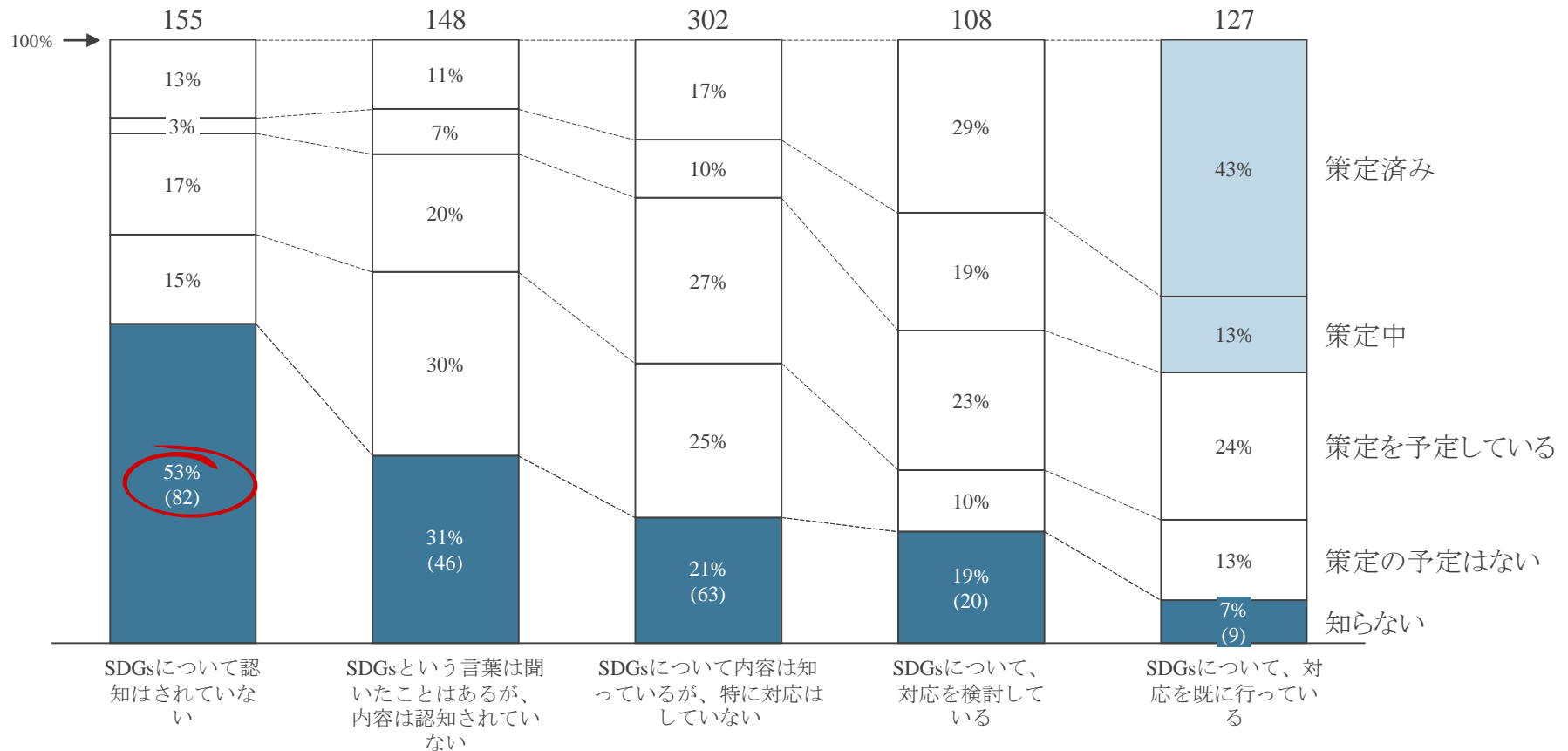
Q21. BCPの策定について以下から1つお選びください。

BCPの策定状況とSDGsの認識

全員回答

- BCP策定済みの企業の約半数がSDGsに対応している又は対応を検討している一方、BCPを知らない企業の半分以上がSDGsも認知していない。

BCPの策定状況×SDGsの認識 (n=840, SA)



質問：

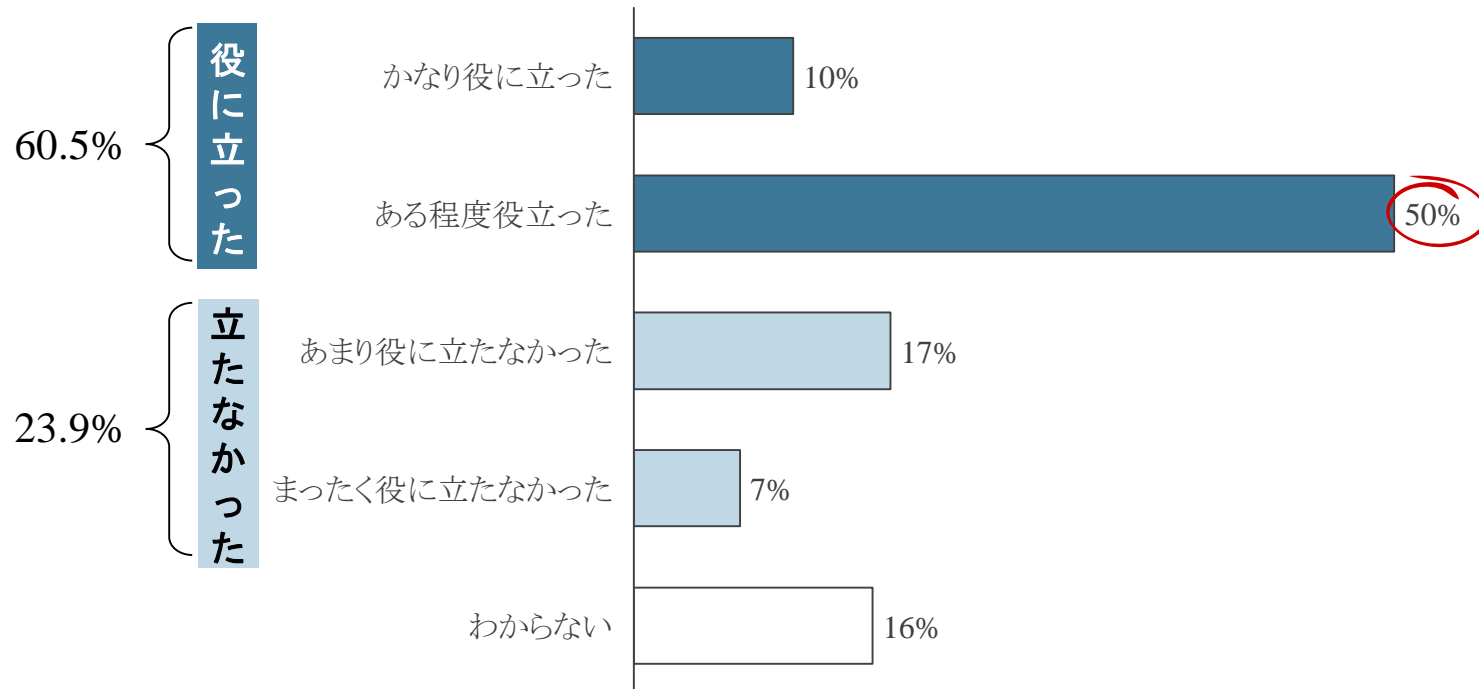
Q21. BCPの策定について以下から1つお選びください。

新型コロナウイルス感染症とBCPの貢献

BCP策定済みの企業のみ

- 新型コロナウイルス感染症に対してBCPが役に立った企業は6割以上で、内訳は「ある程度役立った」が大半を占める。

新型コロナウイルス感染症のパンデミックに対するBCPの貢献 (n=172, SA)



質問:

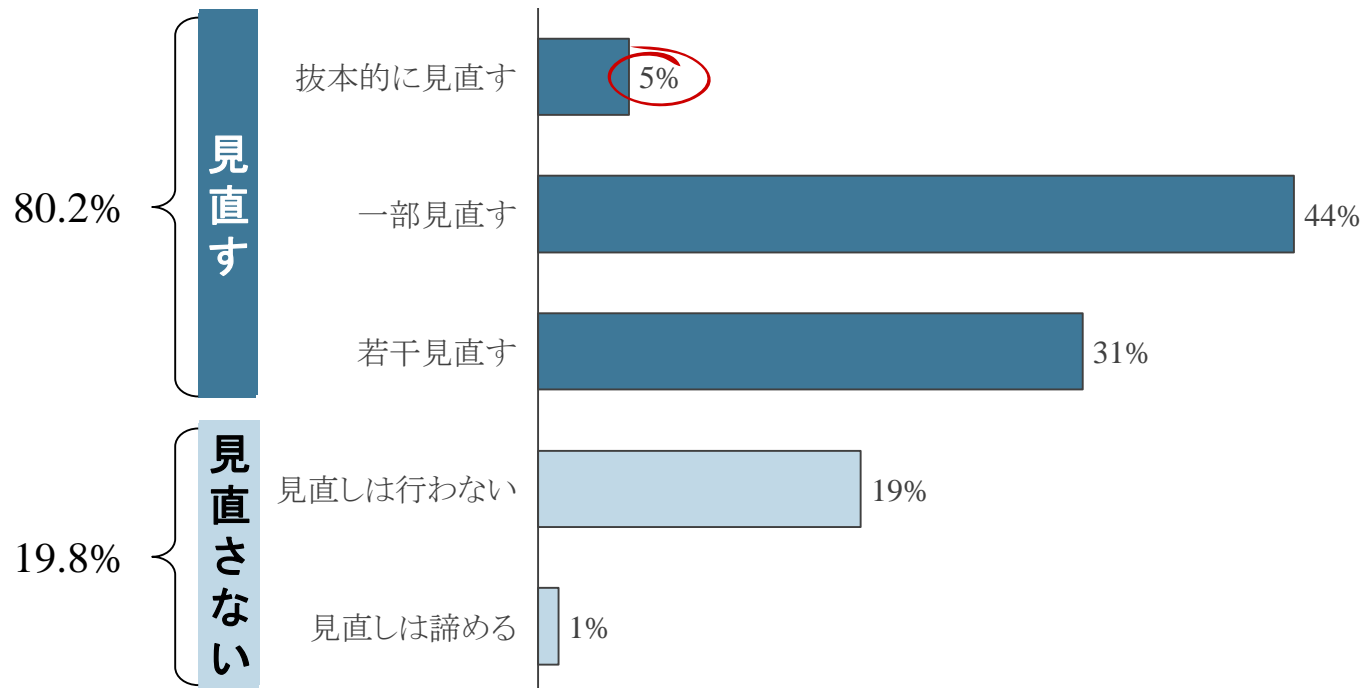
Q22. 新型コロナウイルスの感染拡大において、パンデミック（新型インフルエンザ、新型コロナウイルスなど）を想定したBCPは役に立ちましたか。

新型コロナウイルス感染症を受けたBCPの見直し意向

BCP策定済みの企業のみ

- 約8割の企業でコロナを受けてBCPを見直す意向があるが、「抜本的に見直す」企業は5%にとどまる。

新型コロナウイルス感染症をふまえたBCPの見直し意向 (n=172, SA)



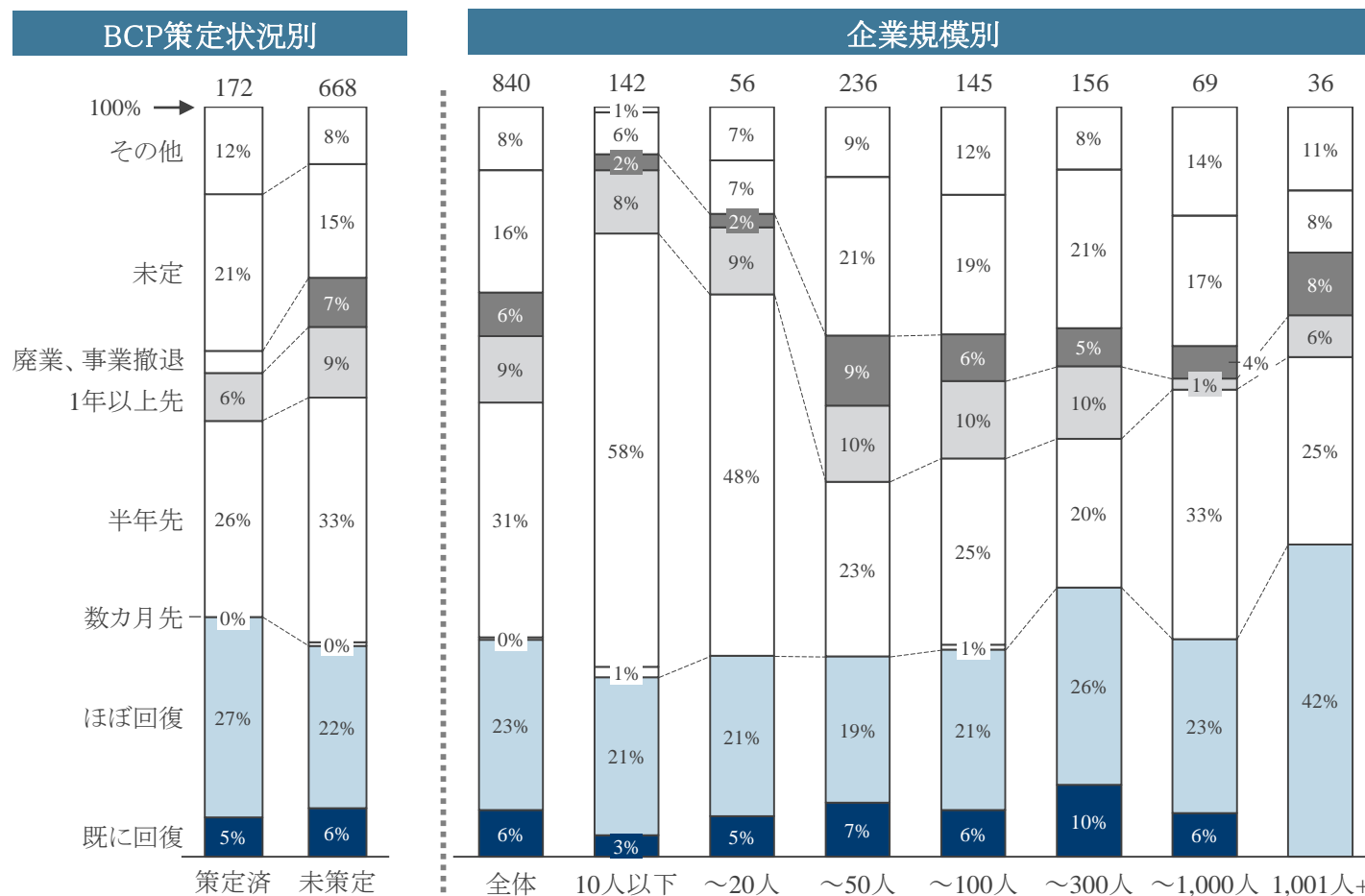
質問：
Q30. 新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、BCPに関して今後どのような改善を行う予定ですか。

新型コロナウイルス感染症からの業績回復見込み

全員回答

- BCP未策定の企業は、策定済みの企業と比べて、業績回復見込みは遅れている傾向にある。

新型コロナウイルス感染症からの業績回復見込み（SA）



アンケートの自由回答（一部抜粋）

- コロナの影響を受けなかった
- 現在のところ大きい影響はない
- 前年と変わらないか、売上増になっています。
- 現段階での影響は少ないが、今後は不透明である
- 事業縮小
- 生活様式の変化により完全に回復することは今後ないと見込んでいる
- 11月は繁忙期で、昨年比100%でしたが、これが続くかは疑問
- 感染リスクがある以上回復とは言えない 現状大きな影響はない
- 影響はない

質問:

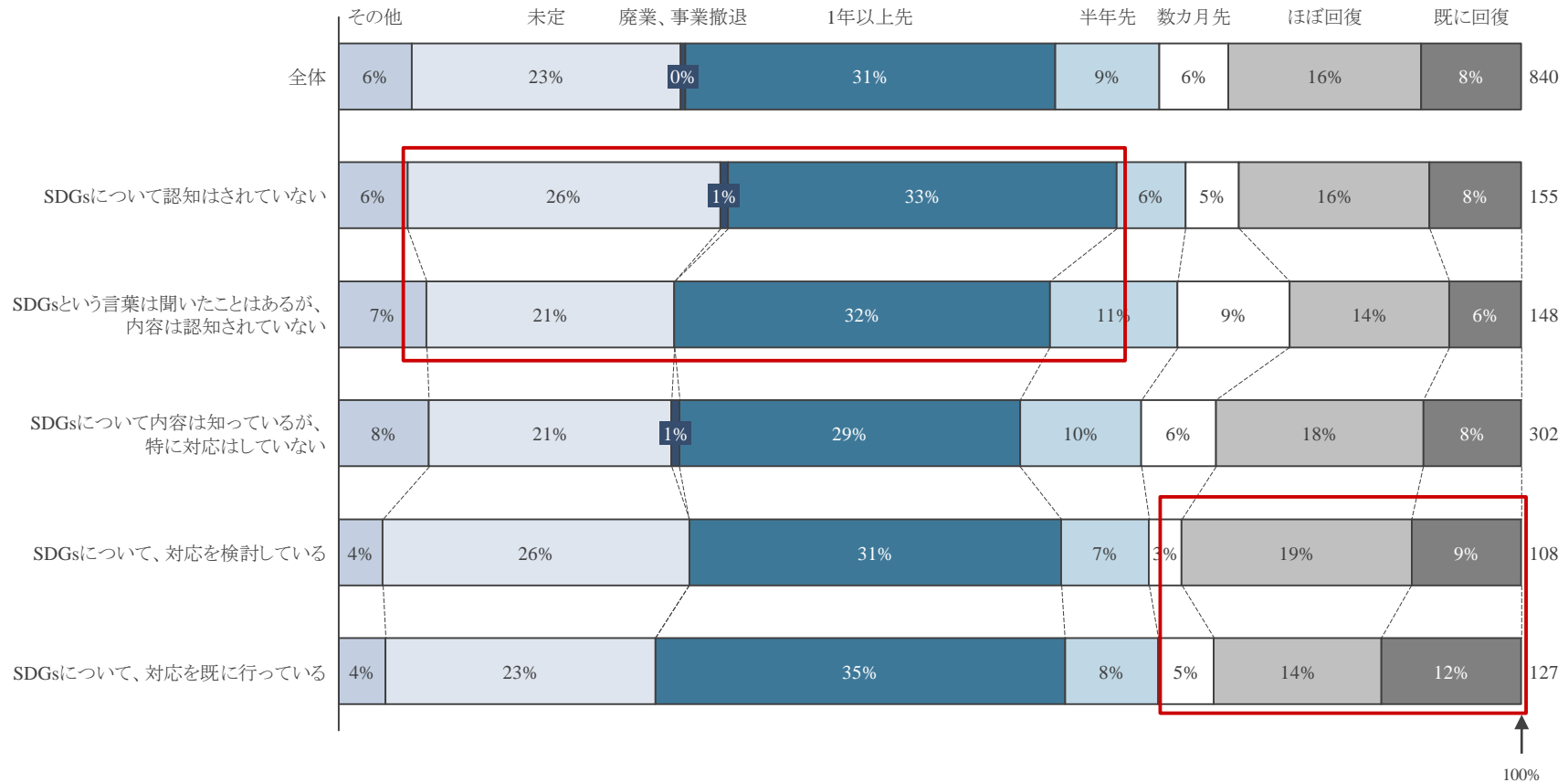
Q29.新型コロナウイルスの感染拡大による、御社の回復（見込み）状況（2019年度レベル）についてお答えください。

新型コロナウイルス感染症からの業績回復見込み

全員回答

- SDGsについて認識していない企業は、認識している企業と比べて、業績回復見込みは遅れている傾向にある。

新型コロナウイルス感染症からの業績回復見込み×SDGsの認識 (SA)



質問:

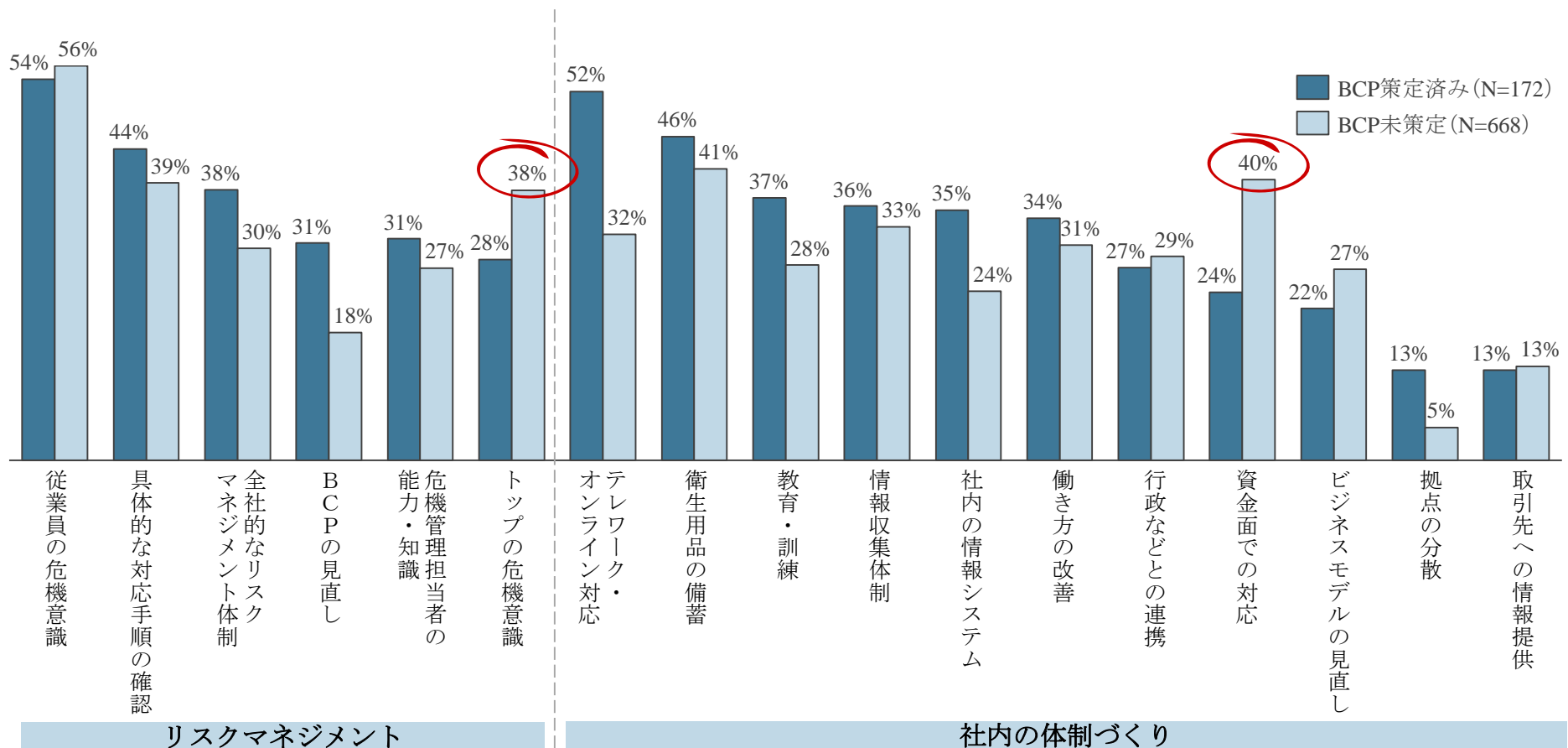
Q29. 新型コロナウイルスの感染拡大による、御社の回復（見込み）状況（2019年度レベル）についてお答えください。

コロナ禍で改善が必要になったこと

全員回答

- BCP未策定の企業では、「資金面での対応」「トップの危機意識」などが、策定済みの企業よりも多かった。

コロナ禍で改善が必要になったこと (n=172/668, MA)



質問：
Q32. 新型コロナウイルスの感染によって、今後どのような改善が必要だと思いますか（複数回答可）。

観光分野に対するビジネス上の期待

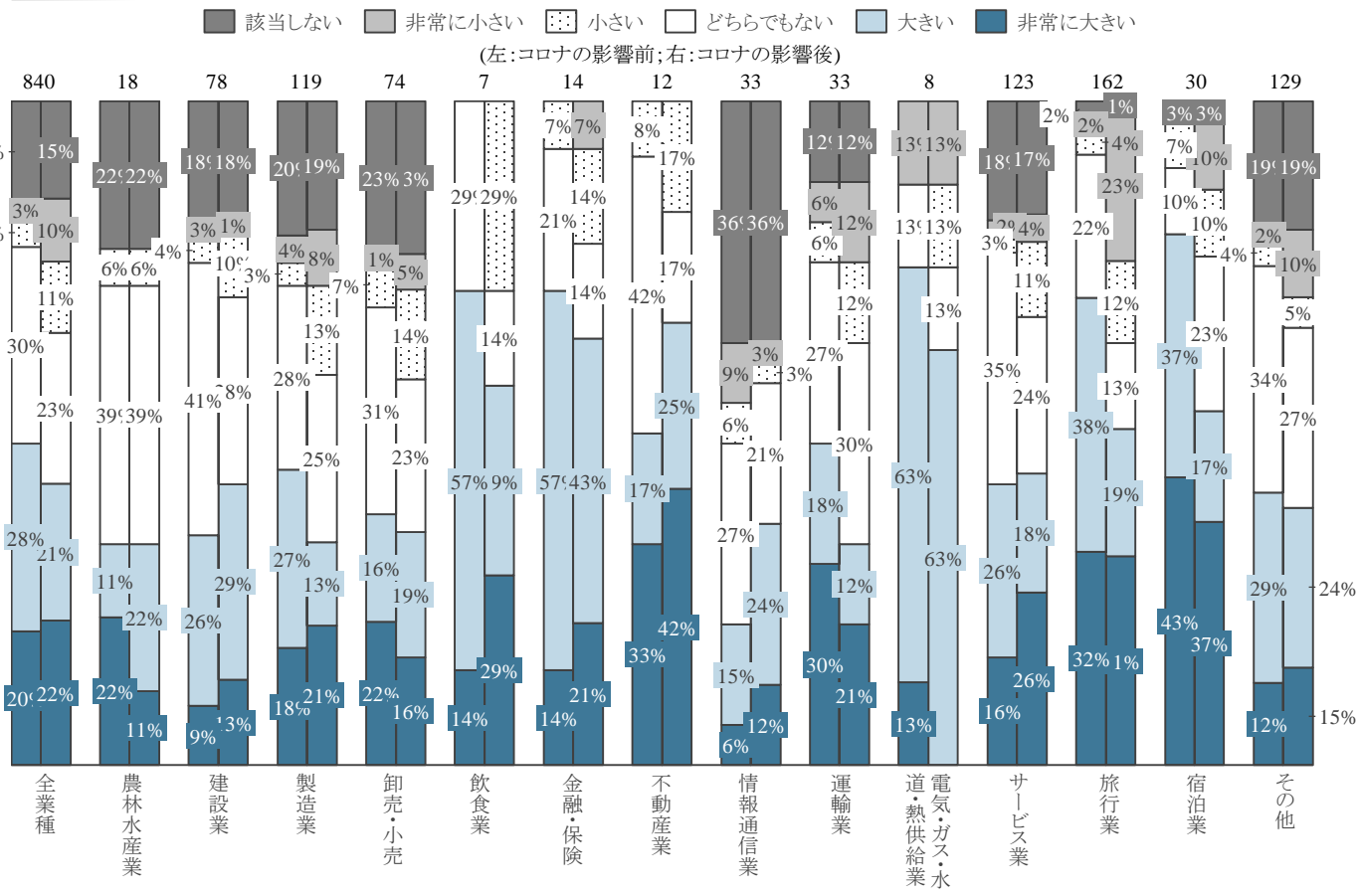
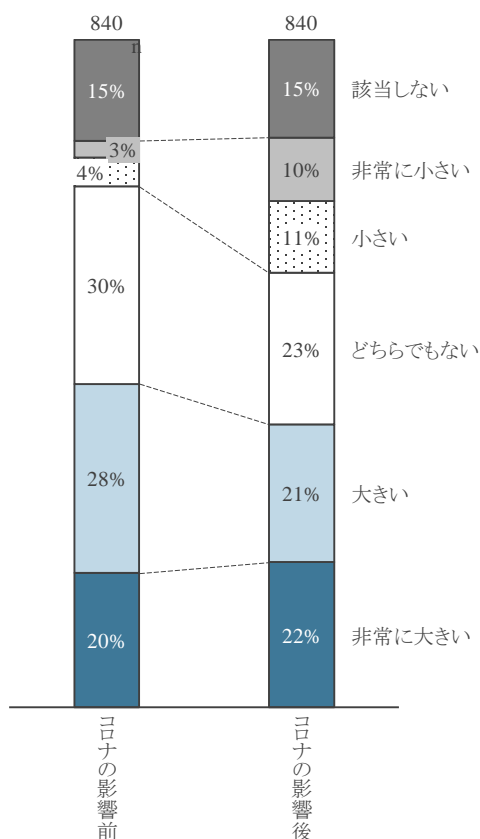
全員回答

- 観光への期待が「非常に大きい」割合は、コロナを経て2%増えたが、「小さい」「非常に小さい」割合の合計は13%大きくなった。

観光に対するビジネス上の期待

観光に対するビジネス上の期待×業種

(n=840, SA)



質問:

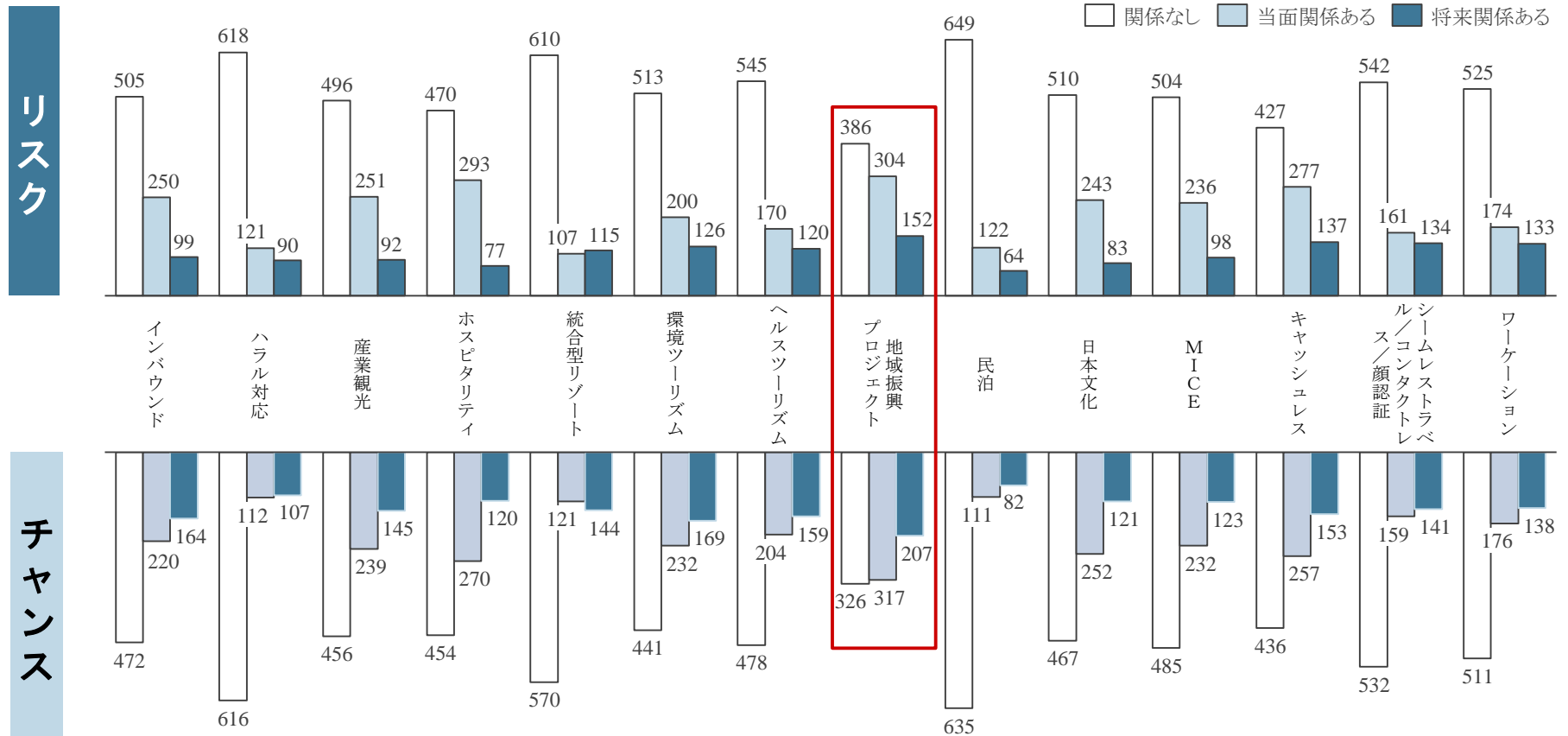
Q35. 観光分野に対するビジネス上の期待について、新型コロナウイルスの影響前と後で、それぞれお答えください。

観光のトピックスに対する関心

全員回答

- 地域振興プロジェクトへの関心が最も高く、「関係ある」割合が唯一過半数を超えた。

Q27&28：観光のトピックスに対するリスクとチャンスの認識（n=840, MA）



質問：

Q27. 近年、下記のような観光を取り巻く様々な動きがあります。こうした動きに対して、御社のビジネスにとって当面(2021年～2022年までの間)または将来において、リスクとして捉える項目にお答えください(複数回答可)。

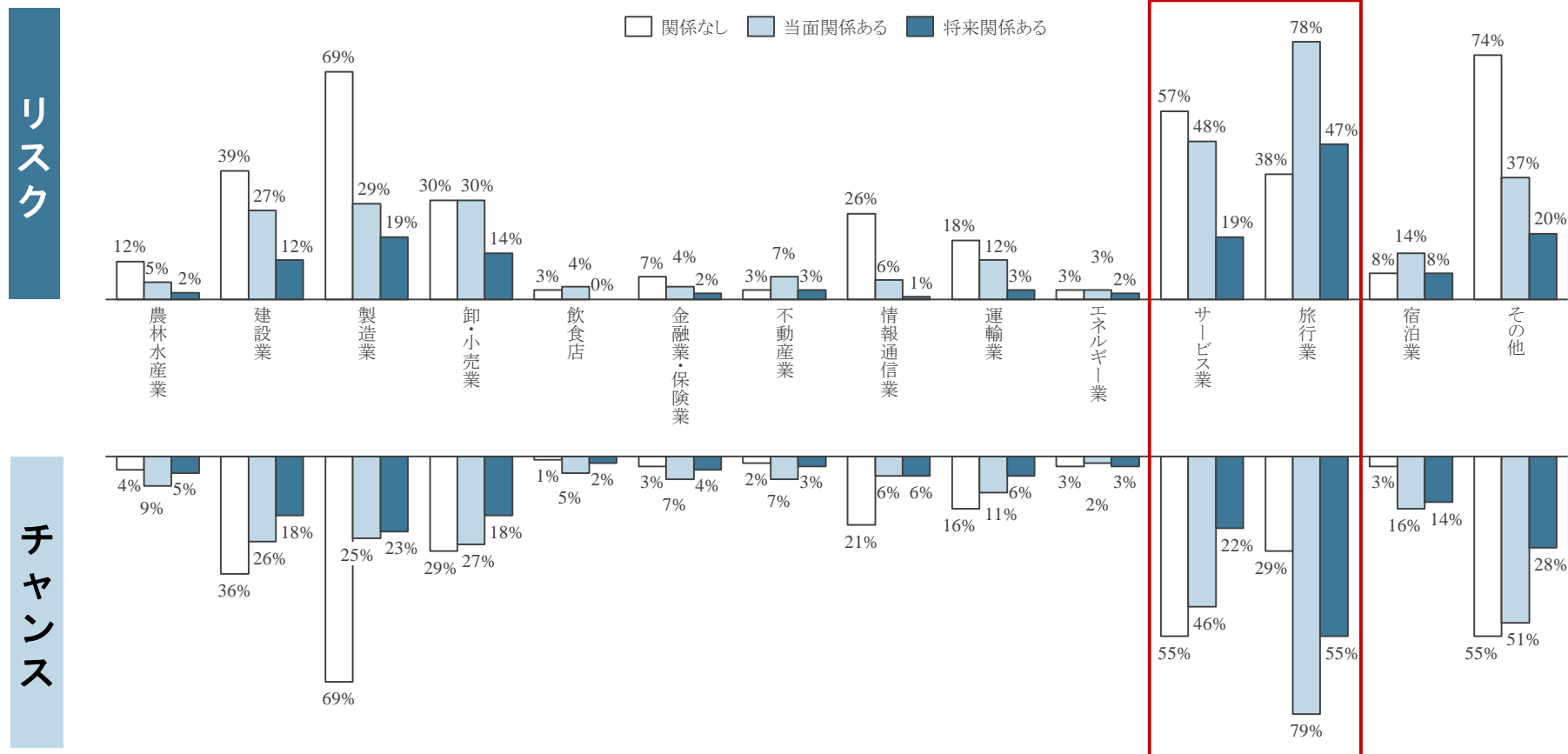
Q28. 近年、下記のような観光を取り巻く様々な動きがあります。こうした動きに対して、御社のビジネスにとって当面(2021年～2022年までの間)または将来において、チャンスとして捉える項目にお答えください(複数回答可)。

観光のトピックスに対する関心

全員回答

- 「地域振興プロジェクト」に対するリスクとチャンスの認識はサービス業と旅行業が一番高いが、同じ観光業に所属している宿泊業の認識度は低い。

Q27&28：「地域振興プロジェクト」に対するリスクとチャンスの認識×業種



質問：

Q27. 近年、下記のような観光を取り巻く様々な動きがあります。こうした動きに対して、御社のビジネスにとって当面(2021年～2022年までの間)または将来において、リスクとして捉える項目にお答えください(複数回答可)。

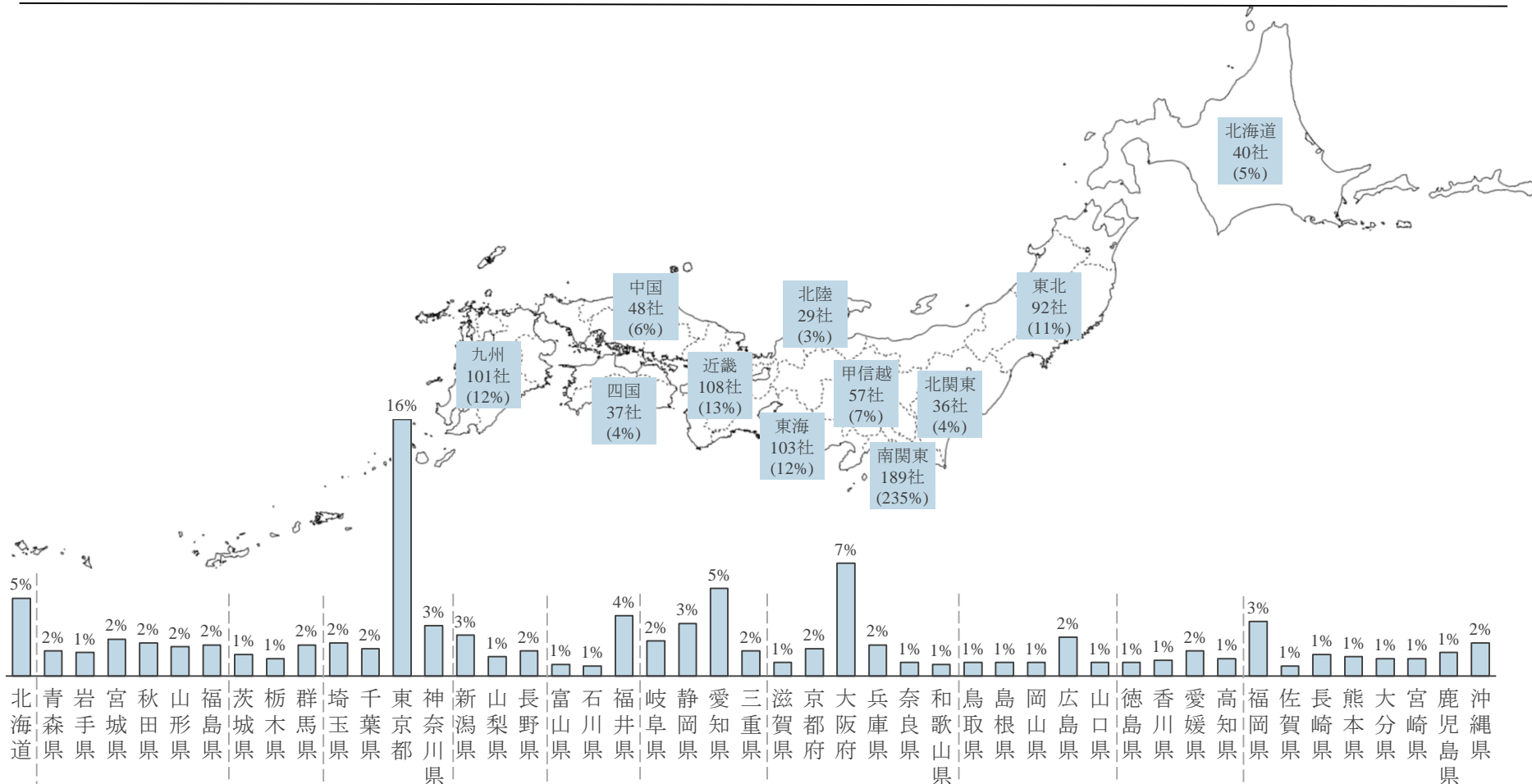
Q28. 近年、下記のような観光を取り巻く様々な動きがあります。こうした動きに対して、御社のビジネスにとって当面(2021年～2022年までの間)または将来において、チャンスとして捉える項目にお答えください(複数回答可)。

回答企業の所在地

全員回答

- 東京都が16%を占めて最も多く、大阪府(7%)、愛知県(5%)と続く。

Q30 : 回答企業の所在地 (n=840, SA)



質問:

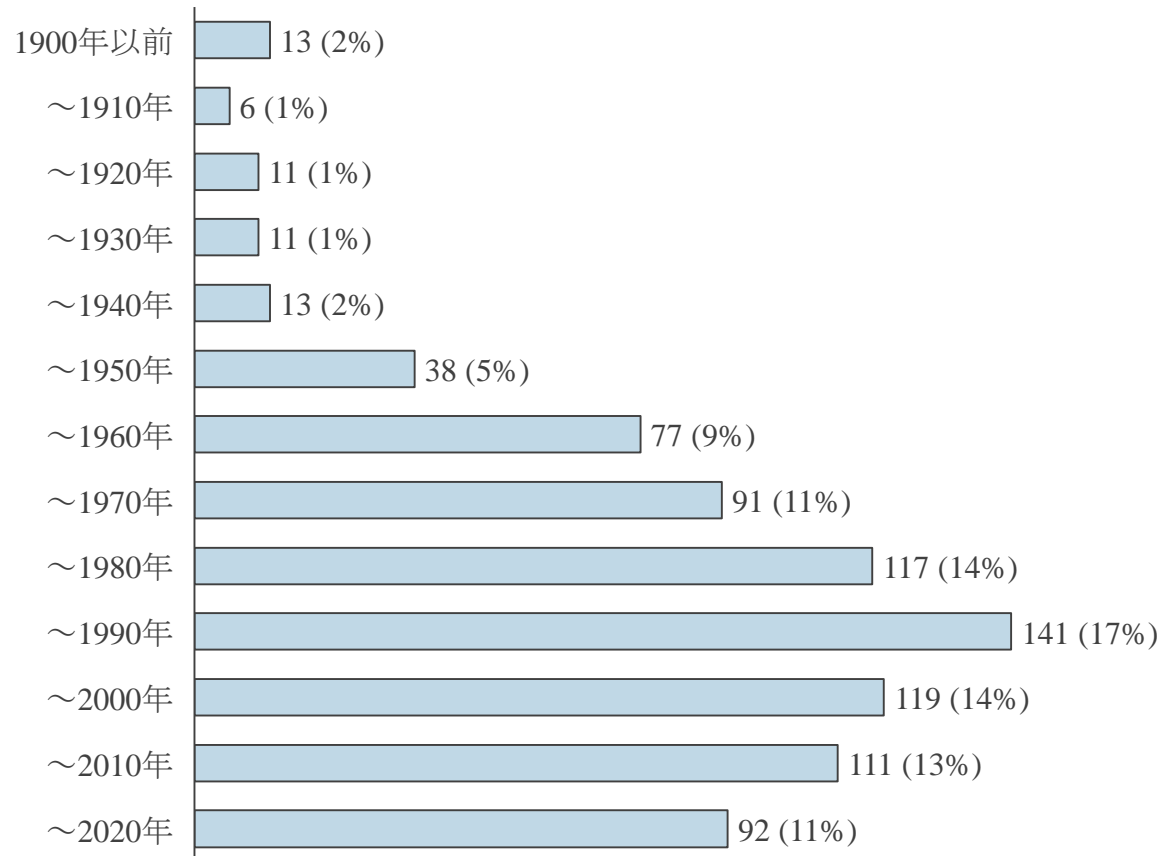
Q30. 御社の本社の所在地をご記入ください。

回答企業の設立年

全員回答

- 10年ごとにみると1981～1990年が最も多く、中央値は1984年であった。

Q31：回答企業の設立年（n=840, 半角数字記入）



質問：

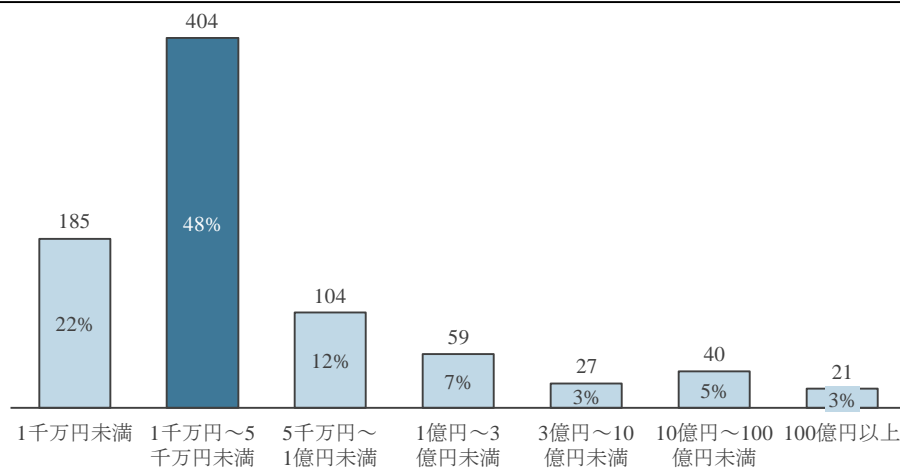
Q31. 御社の設立年（西暦）を半角数字でご記入ください。

回答企業の資本金と従業員数

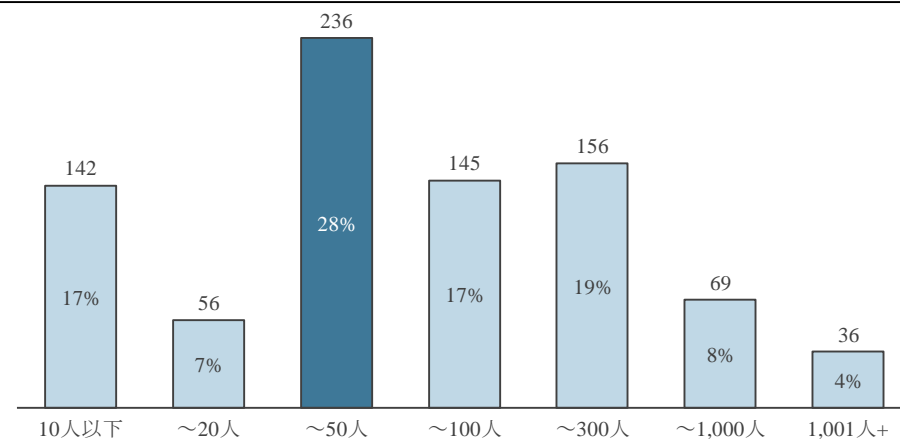
全員回答

- 資本金は1千万～5千万円に半数弱が集中する。

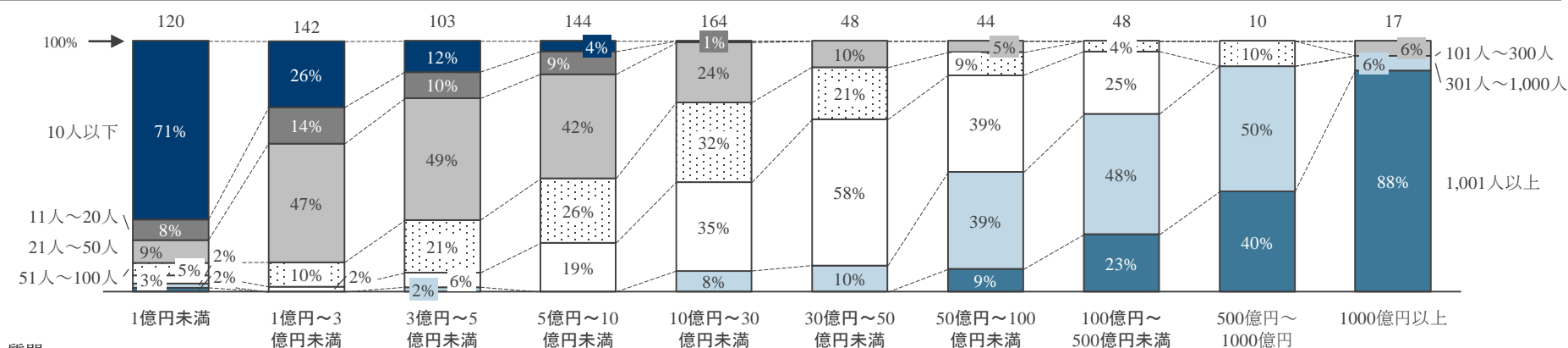
Q35：回答企業の資本金（n=840, SA）



Q37：回答企業の従業員数（n=840, SA）



回答企業の資本金×従業員数



質問：

Q35. 御社の資本金をお選びください。

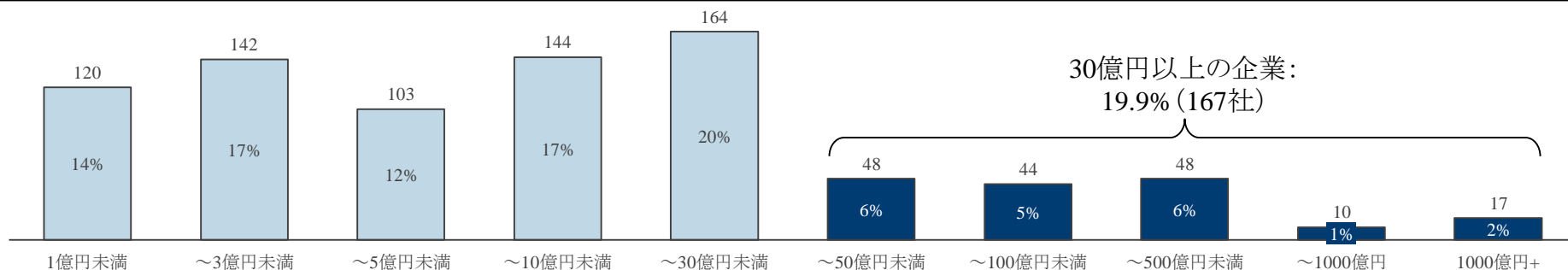
Q37. 御社の2019年度の従業員数（正社員、派遣社員、アルバイトを含む）をお選びください。

回答企業の2019年度の売上高

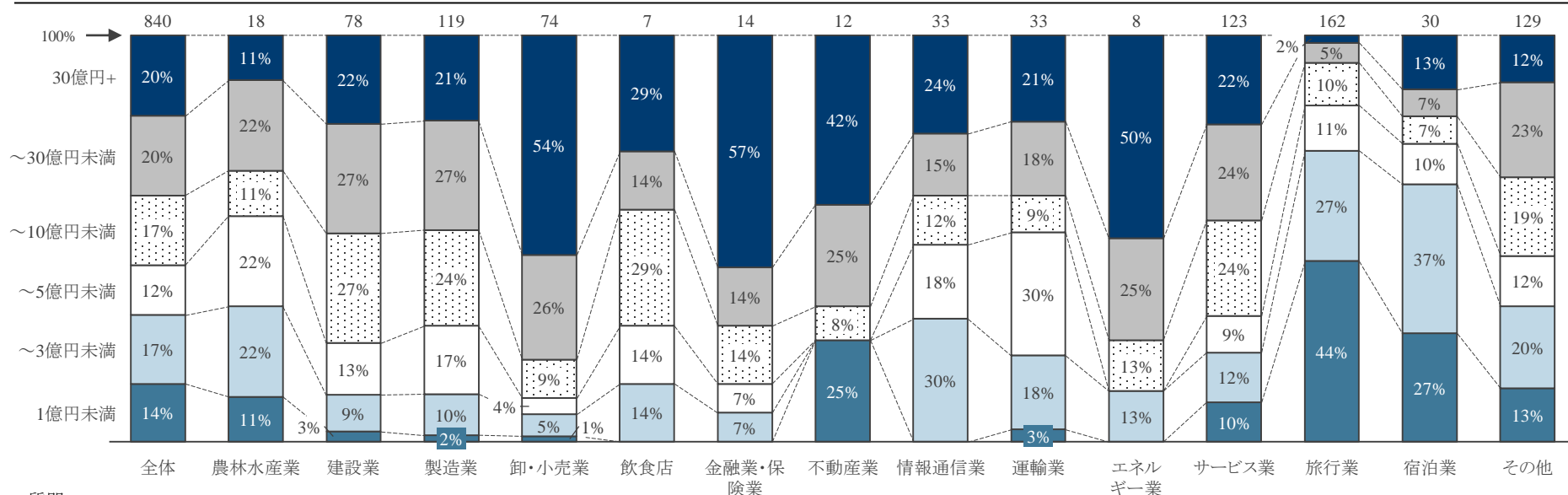
全員回答

- 売上高は30億円未満の企業が多いが、30億円以上の企業も2割程度ある。

Q36：回答企業の2019年度の年間売上高（n=840, SA）



回答企業の2019年度の年間売上高×業種



質問：

Q36. 御社の2019年度（注）の年間売上高をお選びください。（注）2019年度のデータが出ていない企業はその前期のデータでお答えください。以下の設問も同様です。

上場状況について

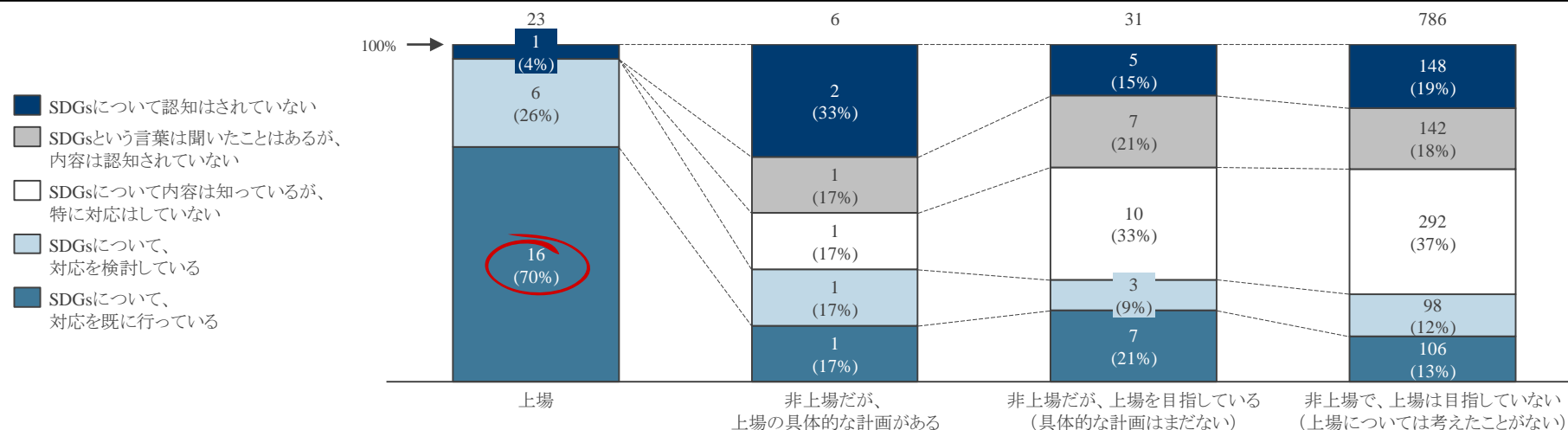
全員回答

- 非上場企業は全体の97%を占め、上場企業のSDGsの認識度が高い。

Q38：回答企業の上場状況（n=840, SA）



回答企業の上場状況×SDGsの認識



質問：
Q38. 御社の上場状況についてお答えください。

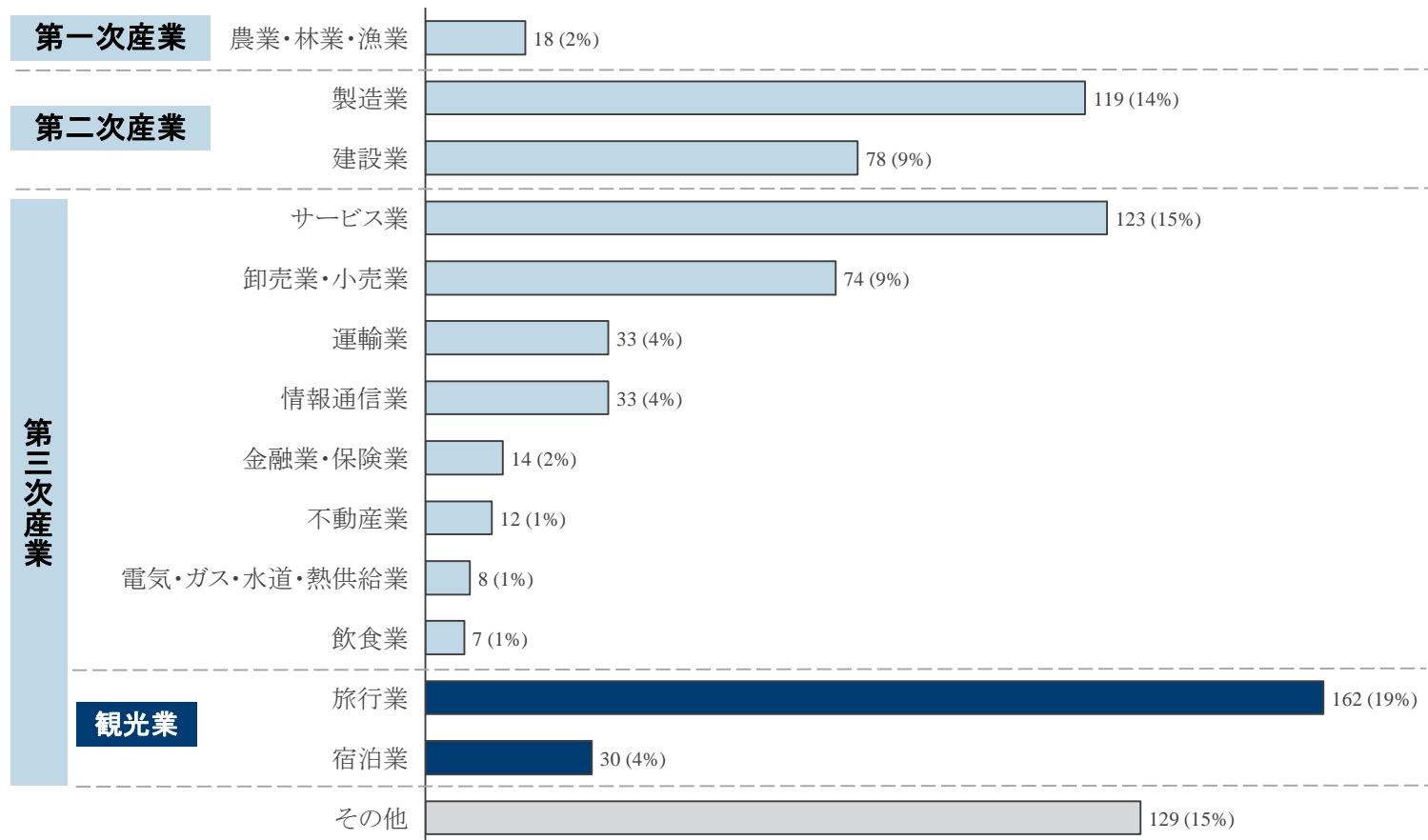
注：本クロス集計において、属性ごとのサンプル数が少ないため、参考値として掲載する

回答企業の業種

全員回答

- 回答企業の約6割が第三次産業で、旅行業・宿泊業は23%を占める。

Q31：回答企業の業種（n=840, SA）



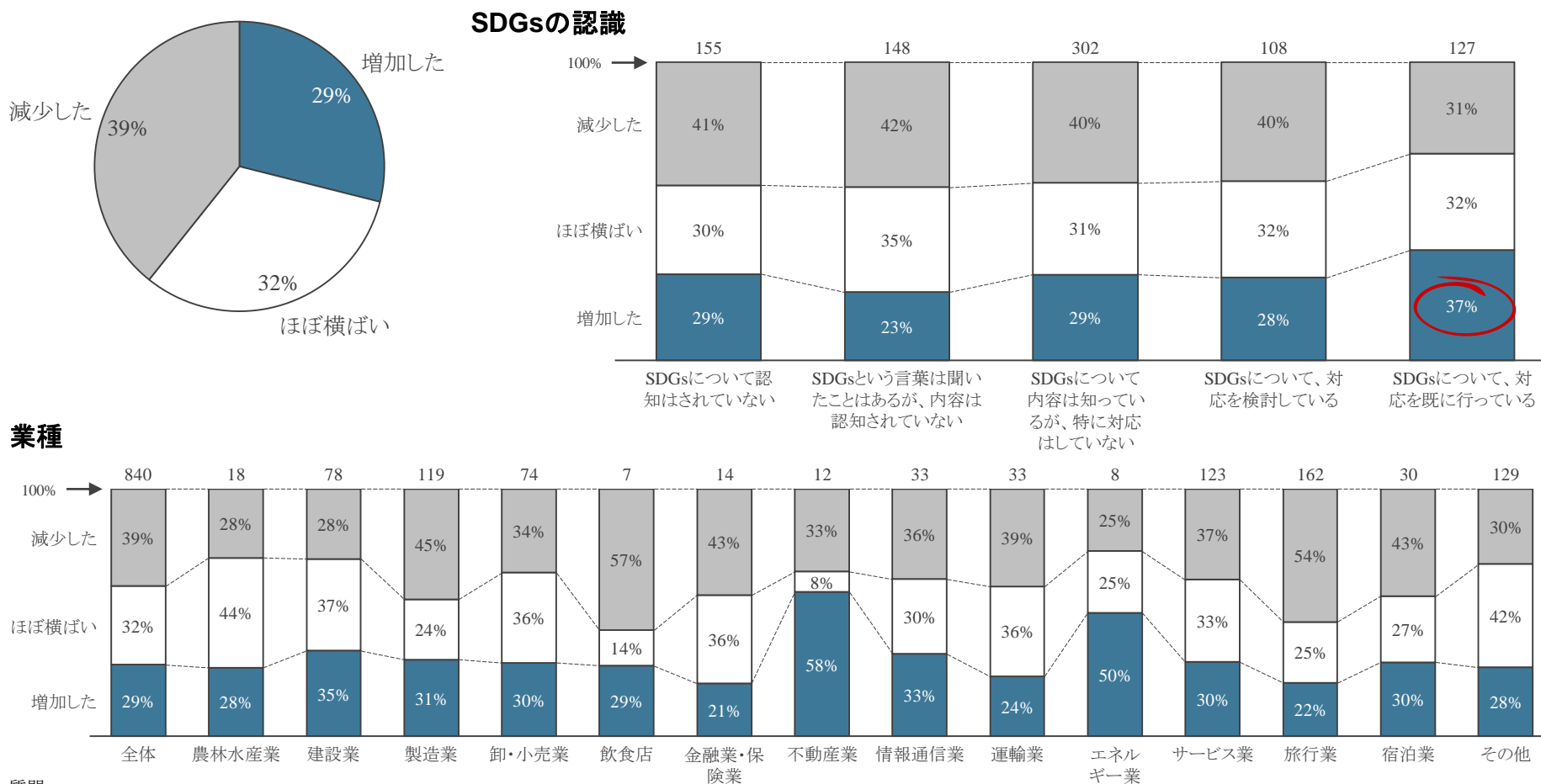
質問：
Q39. 御社の業種をお選びください。

2019年度の最終利益(3期前との比較)について

全員回答

- 各企業2019年度の最終利益(3期前との比較)の増減について、SDGsを既に行っている企業は他の企業より利益を増加させた。

Q40 : 2019年度の最終利益 (3期前との比較) (n=840, SA)



質問:

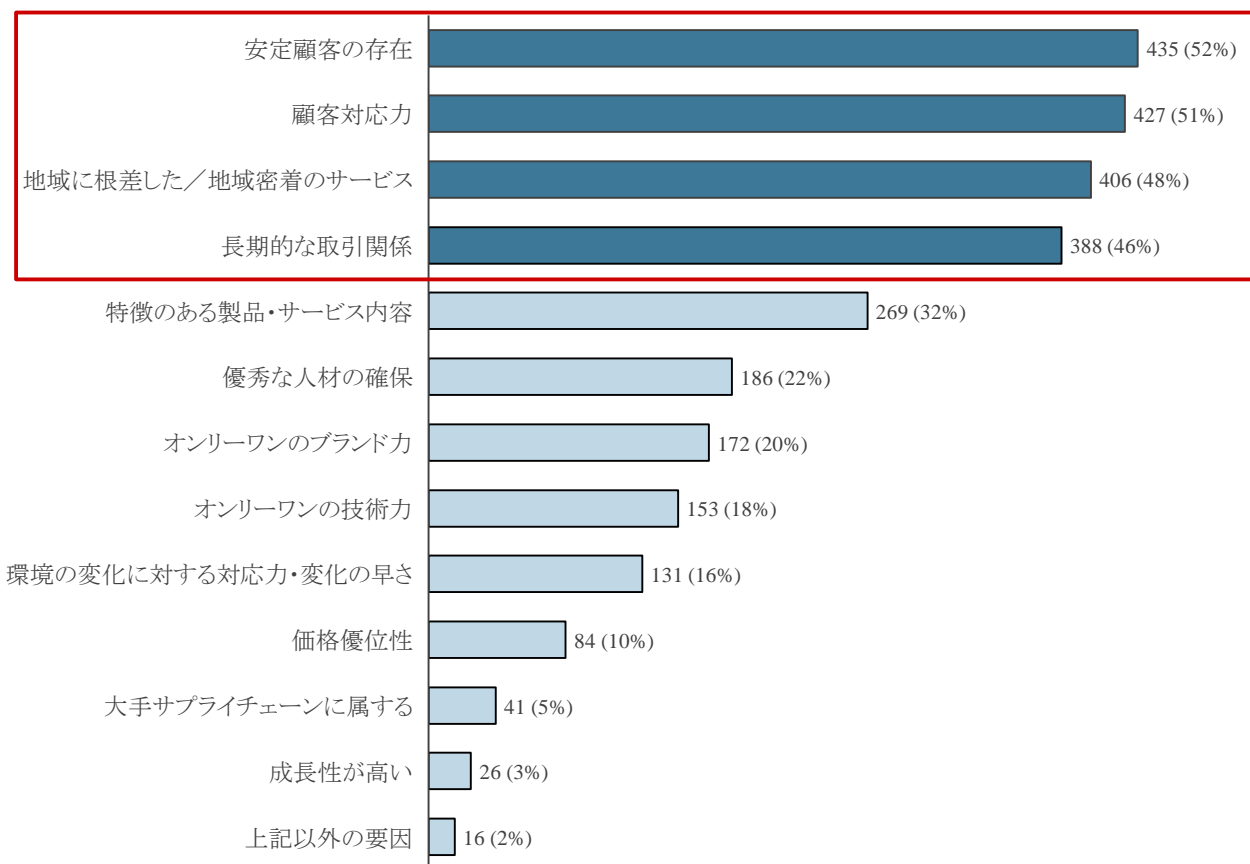
Q40. 御社の2019年度の最終利益(3期前との比較)について、お選びください。

競争力の源泉

全員回答

- 「安定顧客の存在」が最も多く、「顧客対応力」「地域に根差した／地域密着のサービス」「長期的な取引関係」が5割前後で続き、顧客との関係性に関する項目が多く挙げられている。

Q42：競争力の源泉（n=840, MA）



アンケートの自由回答（一部抜粋）

- なし
- 必要性
- グループ会社にラボ機関（海事コンサル、造船技術の研究、IT専門会社等）がある
- 与信・審査ノウハウ
- 創業65年の信用
- 特に無い事が源泉
- 指定管理及び周辺の駐車場運営
- 特にありません
- 難病障害当事者が実践するユニバーサルツーリズム及び障害支援
- ハイブリッド車、燃料電池車、電気自動車の部品を手掛けている
- 社会福祉学者であること

質問：

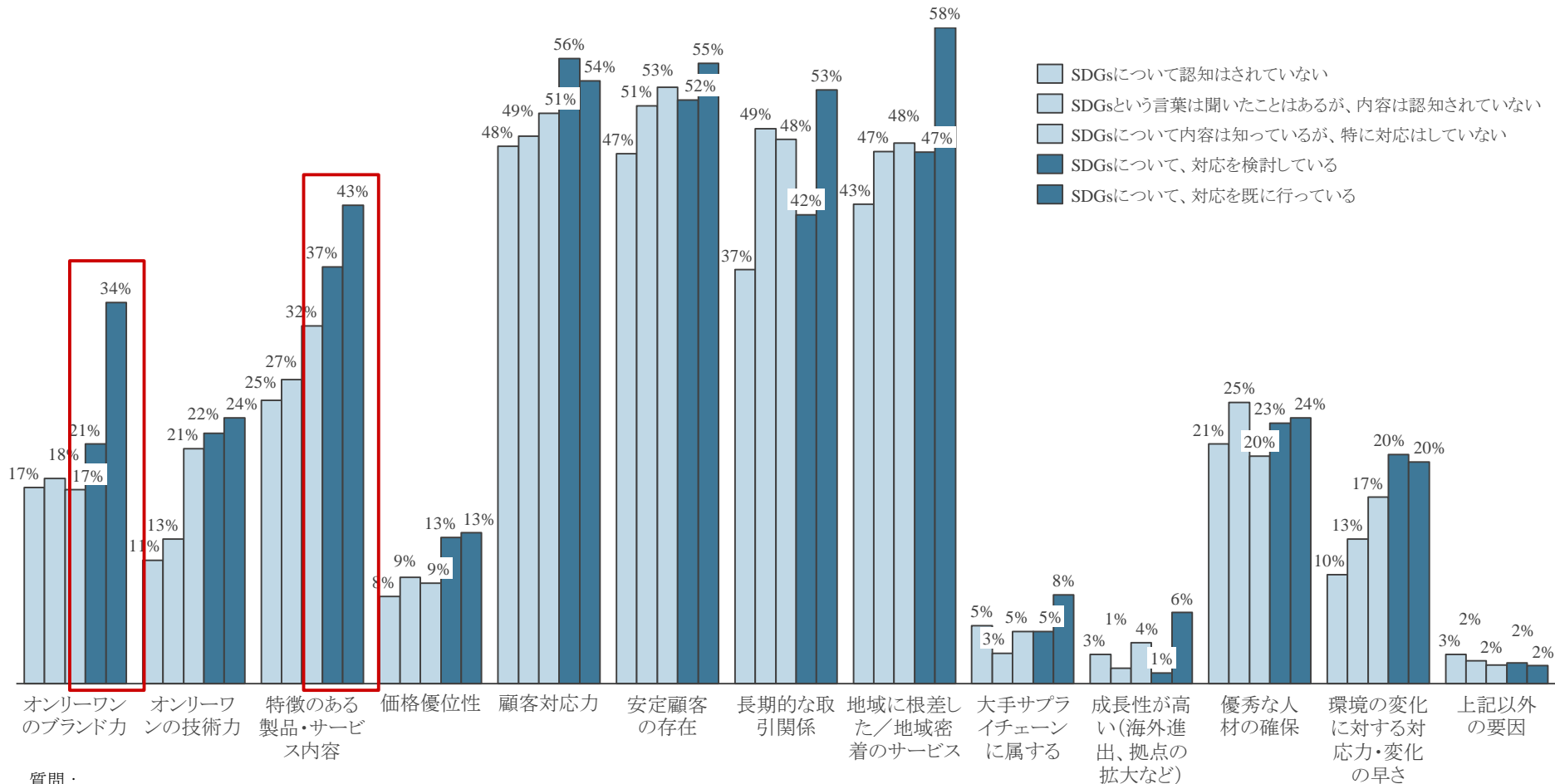
Q42. 御社の競争力の源泉と考えるものをすべて選択してください。

競争力の源泉

全員回答

- SDGsの意識が高い企業の場合、「オンリーワンのブランド力」と「特徴のある製品・サービス内容」との関係が強い。

競争力の源泉×SDGsの認識



質問：

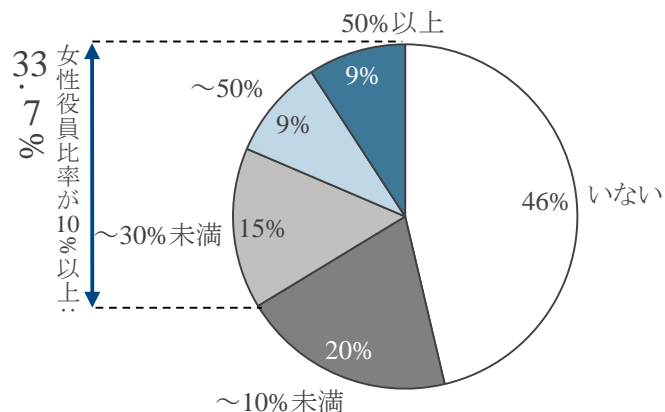
Q42. 御社の競争力の源泉と考えるものをすべて選択してください。

女性役員比率について

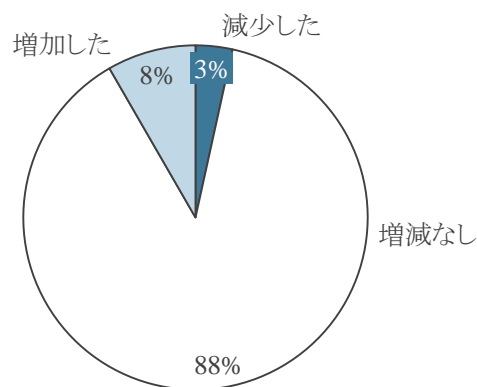
全員回答

- 女性役員がいない割合は46%にのぼり、過去3期で女性役員数が増加した企業は8%にとどまる。

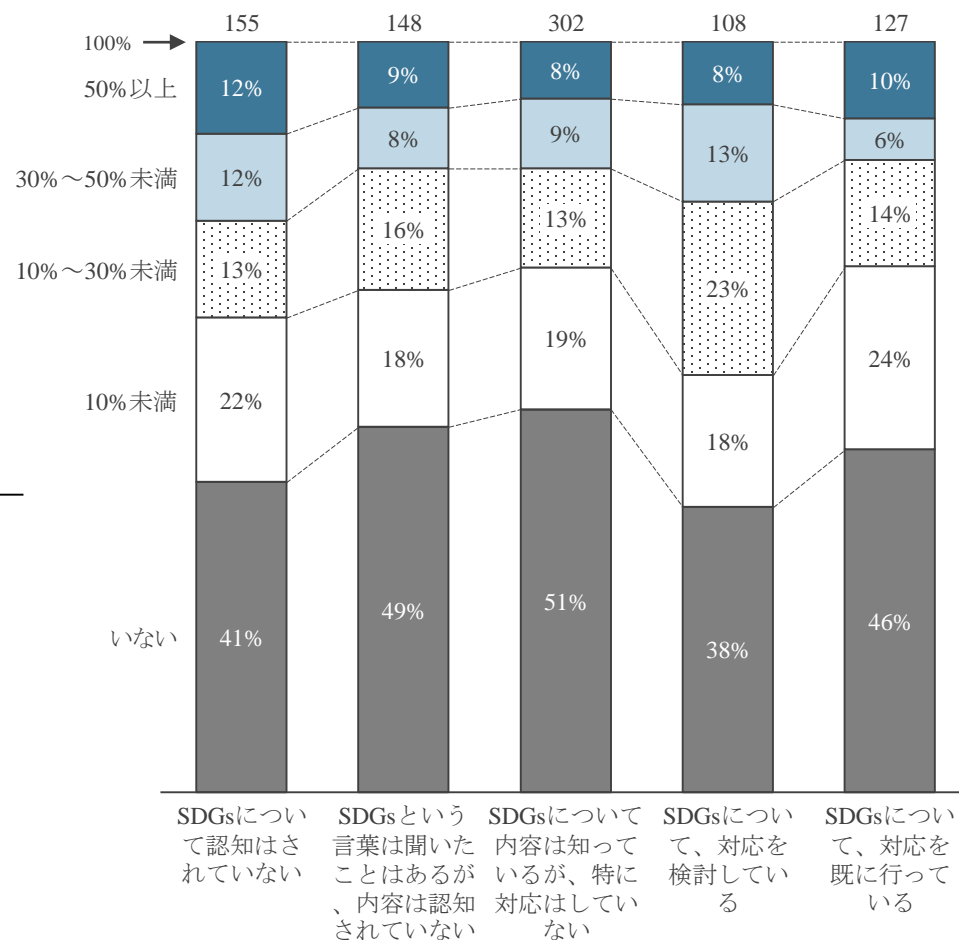
Q43：女性役員比率（n=840, SA）



Q44：3期前と比較した女性役員の状況（n=840, SA）



女性役員比率×SDGsの取り組み（n=840, SA）



質問：

Q43. 御社の2019年度本社の女性役員の人数について、お選びください。

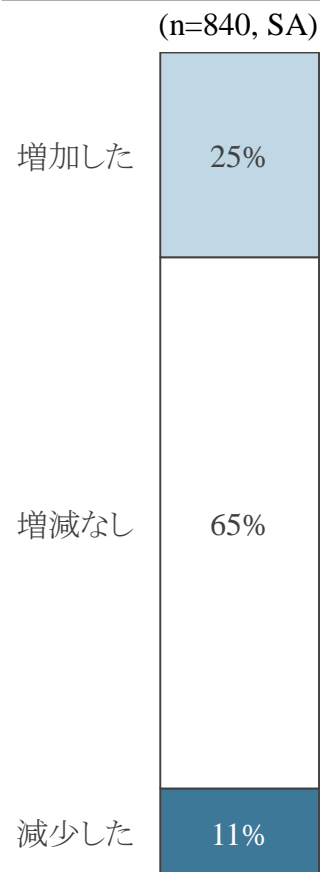
Q44. 御社の2019年度女性役員の人数について、3期前と比較した現在の状況をお選びください。

人材育成の投資について

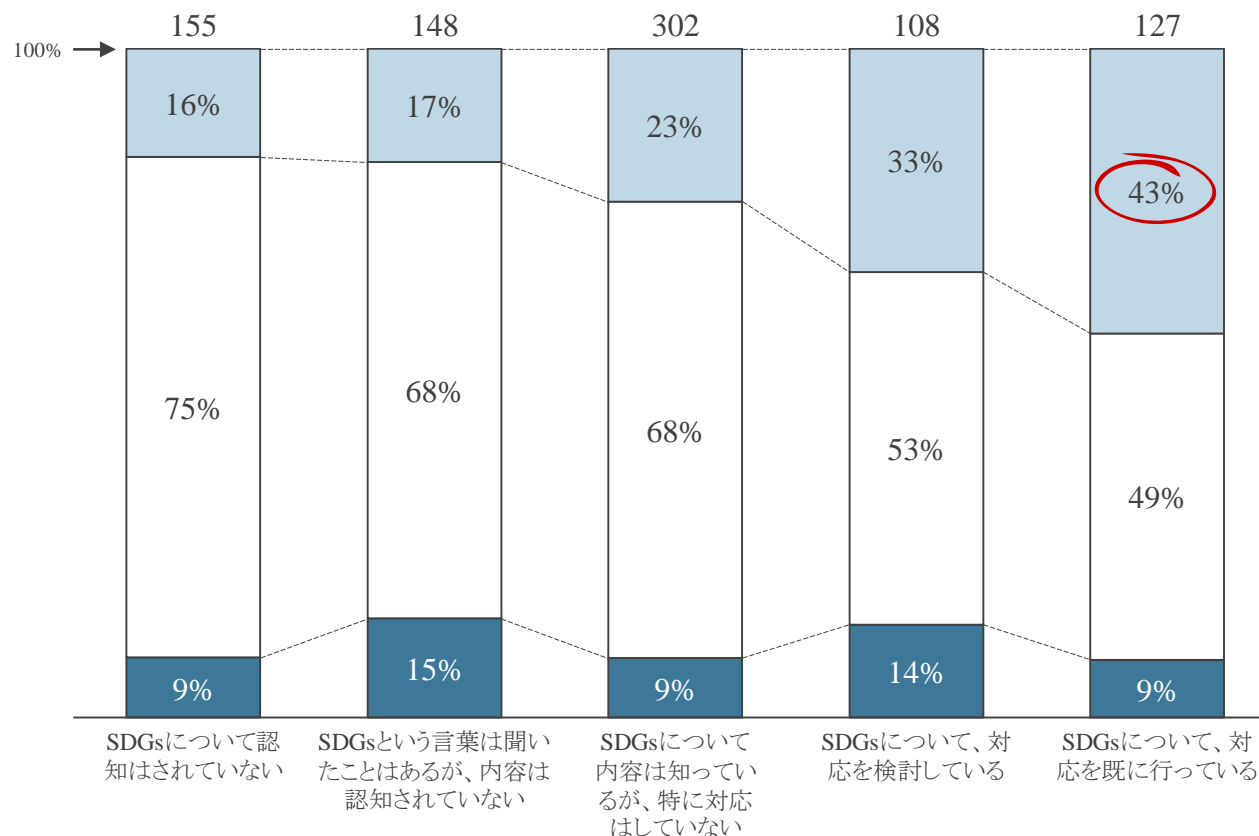
全員回答

- 3期前と比較すると、人材育成投資が増加した割合は4分の1弱にとどまる一方、SDGsについて既に対応している企業の人材育成への投資が拡大している。

Q45：人材育成投資金額の増減



人材育成投資金額の増減×SDGsの取り組み



質問：

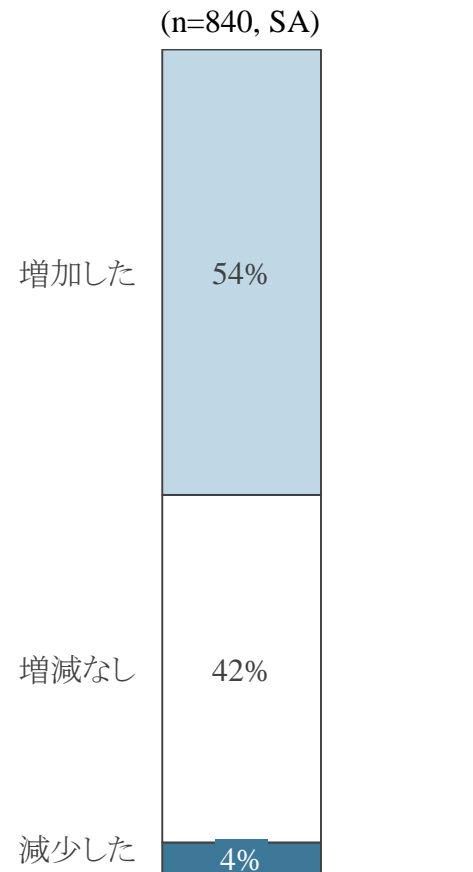
Q45. 御社の2019年度人材育成投資金額（社員の研修、資格の取得奨励・補助、外部講習、大学院派遣など）について3期前と比較してどう変化したか。

ITの投資について

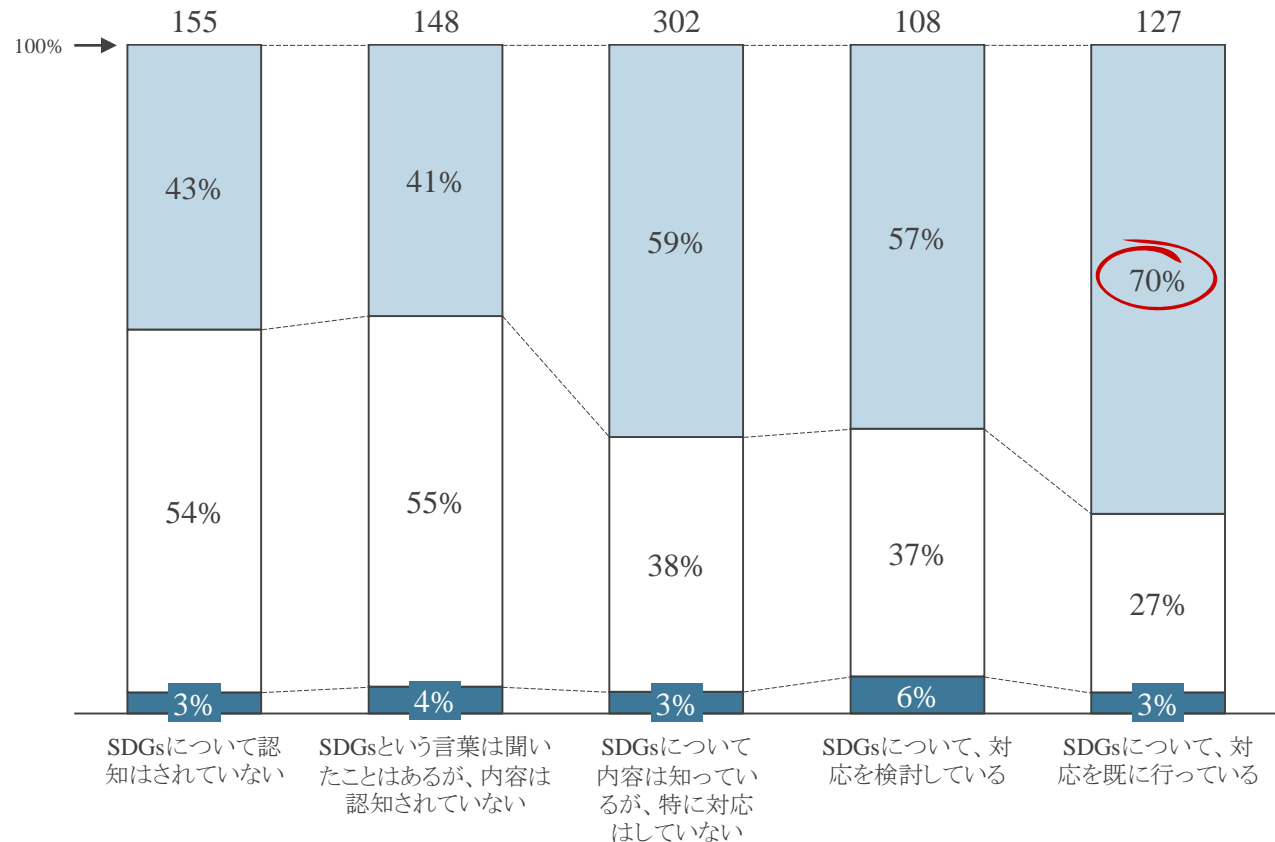
全員回答

- 3期前と比較すると、IT投資は過半数で増加した。SDGsについて既に対応している企業では7割がITの投資を拡大している。

Q46：IT投資金額の増減



IT投資金額の増減×SDGsの取り組み



質問：

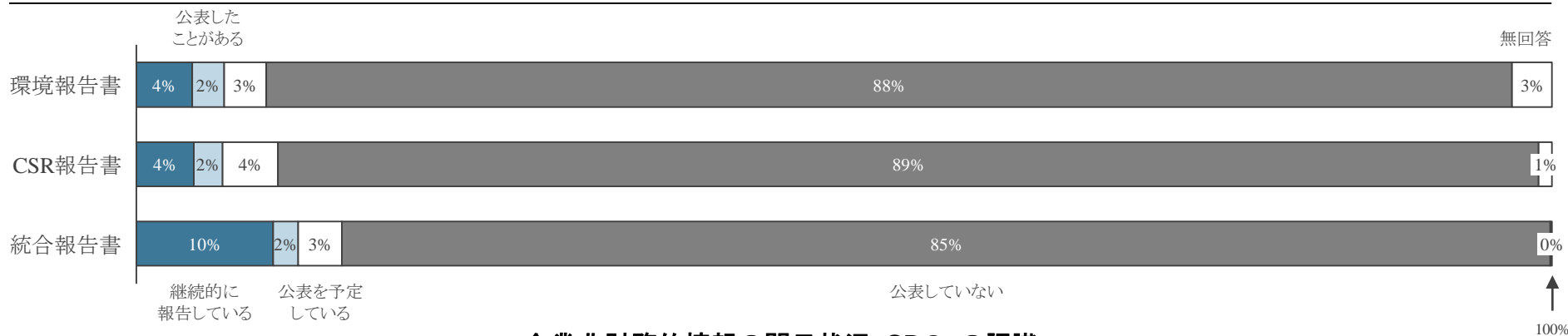
Q46. 御社の2019年度IT投資の金額（コンピュータなどハード、ソフト、ネットワーク、クラウドなどへの投資）の状況、3期前と比較してどう変化したか。

非財務的情報の開示状況

全員回答

- 非財務的情報は、環境報告書、CSR報告書、統合報告書のいずれにおいても、約9割の企業で開示されていないが、SDGsについて対応を行っている企業の開示率は比較的高い。

Q47：企業非財務的情報の開示状況（n=840, SA）



企業非財務的情報の開示状況×SDGsの認識

	環境報告書				CSR報告書				統合報告書			
	継続的に報告している	公表したことがある	公表を予定している	公表していない	継続的に報告している	公表したことがある	公表を予定している	公表していない	継続的に報告している	公表したことがある	公表を予定している	公表していない
SDGsについて認知はされていない	1.3%	2.0%	2.0%	94.8%	0.6%	0.6%	1.9%	96.8%	7.7%	0.6%	1.3%	90.3%
SDGsという言葉は聞いたことはあるが、内容は認知されていない	2.1%	2.1%	0.7%	95.2%	0.7%	0.7%	2.1%	96.6%	7.5%	2.0%	2.0%	88.4%
SDGsについて内容は知っているが、特に対応はしていない	1.7%	1.4%	1.4%	95.5%	1.0%	1.3%	2.0%	95.7%	6.6%	1.7%	2.0%	89.7%
SDGsについて、対応を検討している	6.6%	1.9%	6.6%	84.9%	6.5%	3.7%	10.3%	79.4%	7.4%	2.8%	8.3%	81.5%
SDGsについて、対応を既に行っている	13.2%	5.8%	8.3%	72.7%	17.7%	5.6%	8.1%	68.5%	23.6%	2.4%	4.7%	69.3%

質問：

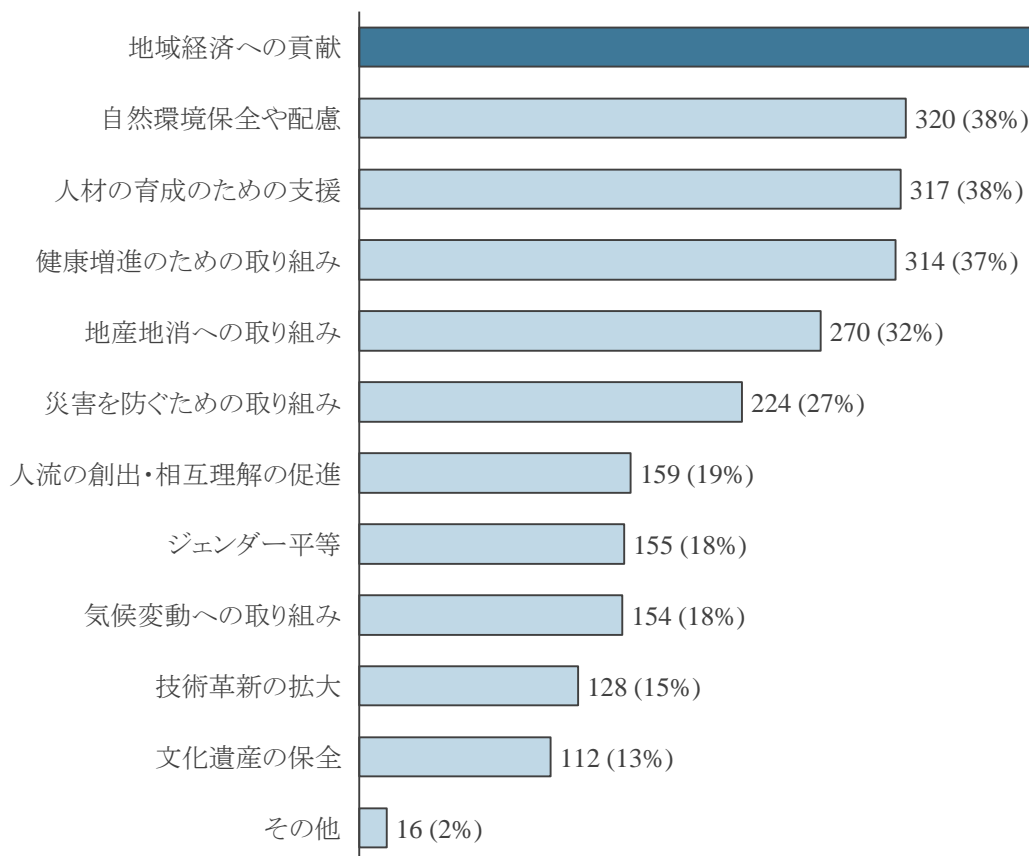
Q47. 御社の情報開示について。（注）CSR：Corporate Social Responsibility（企業の社会的責任）：企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方。（参考資料）

会社活動による社会貢献について

全員回答

- 「地域経済への貢献」が79%と圧倒的に多く、「自然環境保全や配慮」「人材の育成のための支援」「健康増進のための取り組み」がいずれも4割弱で続く。

Q48：会社活動による社会貢献について（n=840, MA）



アンケートの自由回答なし

- 特になし
- 旅行に参加された方々同志の親睦
- 地域農業の支援
- 少子高齢化による労働不足の解消
- 情報セキュリティ対策
- 資産形成や資産承継等、地域の皆さまのライフステージを支える取り組みを通じ、地域の課題を解決
- 芸術文化の振興
- 地域の高齢者福祉の増進
- 地域医療の支援
- 楽しい旅行を提案、税金を支払う
- その他

質問：

Q48. 御社の活動で以下に貢献できると考えている分野をすべてお選びください。

SDGsの取り組みについて

- SDGsに取り組む企業と取り組んでいない企業を比較し、取り組む上での課題を分析した。

SDGsに取り組む企業は.....

- ✓ 大企業の割合が高い。
 - 従業員1,000人以上の企業は92%がSDGsに取り組む一方、従業員100人未満では20%にとどまる。
- ✓ 金融業・エネルギー業の割合が高い。
 - SDGsに取り組む企業が過半数の業種はこの2つだけ。

- ✓ まずは情報収集と自社の取り組みの整理から。
 - 新事業や人材戦略への統合の意向も4割前後。
- ✓ 4割強の企業で目標期間の設定がない。
- ✓ 各ゴールとも過半数の企業で指標が設定されていない。
 - ゴール7・8・13は約3割の企業で設定されている。

- ✓ NPO等との関係強化、社内コミュニケーションに着目。

- ✓ 「定量的な測定が難しい」が57%と最多。
 - 社内の認識や人材の不足も4割弱で課題。
- ✓ 認証・補助金・情報の支援を過半数の企業が期待。

SDGsに取り組んでいない企業は.....

- ✓ 全企業の18%で、経営陣がSDGsを認知していない。
 - SDGsに取り組んでいない企業は72%
- ✓ 旅行業はSDGsに取り組む割合が業種別で最低の16%。
 - 一方で、宿泊業は43%がSDGsに取り組んでいる。

- ✓ 32%の企業はSDGsへの取組が「特に予定ない」。
 - 「まずは情報収集と自社の取組整理」は同じ傾向。

- ✓ SDGsへの取組は企業規模との相関が大きい。
 - SDGsに積極的な業界は企業規模が大きい傾向も。
 - SDGsに取り組む企業は「従業員の意識の向上」、
「ブランド力が向上」の認識が高い。
- ✓ SDGsは測定が難しく、指標が設定されない傾向。

属性

取り組み

成果

課題

SDGsへの取り組みにおける4つの課題

P SDGsを認識していないため、導入できない

中小企業に浸透していない

D いっそう効果的な施策を
実践する方法がわからない

経営への統合がわからない

C 取り組みを評価する方法が
わからない

定量的な測定が難しい

A 取り組みを改善・発展させる
方向性がわからない。

経済的な効果が見えにくい

SDGsの認識とサステナブルな取り組みについて

- SDGsに取り組む企業と取り組んでいない企業を比較し、SDGs浸透における課題を分析した。

SDGsの認識

- ✓ SDGsに取り組む企業でも、社員への浸透は1/3程度。
 - 経営層は8割、担当部門や管理職は浸透率は5割ほど
 - アルバイトやステークホルダーへの浸透は1割ほど

- ✓ ゴール別では産業・雇用・気候変動への関心が高く、貧困や飢餓など途上国中心の課題への関心が低い。
 - SDGsに取り組む企業でその傾向が顕著。
 - リスクよりもチャンスの認識がやや高い傾向。
- ✓ 観光業は、環境やまちづくりへの関心がやや高い。

- ✓ SDGsの取り組みの有無にかかわらず、地域への貢献は多くの企業が行っている。
- ✓ SDGsのリスク・チャンス認識は経済・環境でやや強い。
- ✓ SDGsの取組へのコロナの影響は限定的

SDGsに
取り組む企業

全企業
の現状

全企業
の今後

サステナブルな取り組み

- ✓ 半数前後の企業が実施している項目は、地域への社会・経済的貢献、研修、内部通報制度。

- ✓ 「顧客との安定した関係」や「地域密着のサービス」が半数前後の企業で競争力の源泉。
 - SDGsに取り組む企業は、「オンリーワンのブランド力」や「特徴ある製品・サービス内容」が高い傾向
- ✓ 「地域経済への貢献」を通じた社会貢献の可能性を79%の企業が考えている。
- ✓ コロナの影響で働き方の柔軟化が二極化
- ✓ SDGsに取り組んでいない企業で戦略見直しの動きが強い
 - SDGsに取り組む企業は、社会貢献の意向が高まる
 - SDGsへの取組はコロナを経ても過半数が変わらない

「SDGs」と企業の価値を結びつけるために

「SDGs=途上国の問題」のイメージを払拭し、企業の問題として捉える

慈善活動的な社会貢献だけでなく、経済的な地域への貢献をサステナビリティの文脈で読み直す

サステナビリティの重要性を実感し、SDGsと橋渡しする

その他

- SDGsに取り組む企業と取り組んでいない企業を比較し、取り組む上での課題を分析した。

BCPについて

- ✓ BCP策定済み企業は20%、26%がBCPを知らない。
- ✓ 中小企業の策定率が低く、業種別では旅行業が最低（SDGsへの取り組みと同じ傾向）
- ✓ SDGsとBCPの認知・取り組みには相関関係がある。
 - SDGsを認知していない企業の過半数がBCPを知らない。
- ✓ BCP未策定企業ではコロナによって「トップの危機意識」と「資金面での対応」が課題に

企業規模等について

- ✓ SDGsに取り組む企業はIT投資や人材育成に積極的であるが、女性役員の登用との関係は明確でない。

参考文献

- GSTC-Industry-Criteria-for-Tour-Operators-with-indicators-Dec-2016.
- GSTC-Industry-Criteria-for-Hotels-with-indicators-Dec-2016.
- UNWTO (2017) Tourism and the Sustainable Development Goals –Journey to 2030.
- World Economic Forum (2020) Measuring Stakeholder Capitalism Towards Common Metrics and Consistent Reporting of Sustainable Value Creation Prepared in collaboration with Deloitte, EY, KPMG and PwC.
- 一般財団法人企業活力研究所(2017)「社会課題 (SDGs 等) 解決に向けた取り組みと 国際機関・政府・産業界の連携 のあり方に関する 調査研究報告書」.
- GCNJ・IGES (2018) 「未来につながるSDGs とビジネス～日本における企業の取り組み現場から～」一般社団法人グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン、公益財団法人地球環境戦略研究機関.
- 経済産業省 (2018) 「中小企業のSDGs認知度・実態等調査結果 (WEBアンケート調査)」経済産業省関東経済産業局 一般財団法人日本立地センター.
- 野田健太郎 (2019a) 「大規模災害から企業経営を守るためには何が必要か」『地銀協月報』705:9-17.
- 野田健太郎 (2019b) 「ESG情報の開示効果を巡る論点について」『ディスクロージャー&IR』11: 115-123.
- 野田健太郎・浜口伸明・家森信善 (2019) 「事業継続計画 (BCP) に関する企業意識調査の結果と考察」『RIETI Policy Discussion Paper Series』19-P-007, 2019.
- 湯山智教 (2019) 「ESG投資のパフォーマンス評価を巡る現状と課題」『東京大学公共政策大学院ワーキング・ペーパーシリーズ』J-19-001.

持続可能な開発目標(SDGs)とは？

- 持続可能な開発目標(SDGs)、通称「グローバル・ゴールズ」は、貧困に終止符を打ち、地球を保護し、すべての人が平和と豊かさを享受できるようにすることを目指す普遍的な行動を呼びかけている。

持続可能な開発目標(SDGs)は17のゴール・169のターゲットから構成される

社会	1 貧困をなくそう 	2 飢餓をゼロに 	3 すべての人に健康と福祉を 	4 質の高い教育をみんなに 	5 ジェンダー平等を実現しよう 	6 安全な水とトイレを世界中に
経済	7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 	8 働きがいも経済成長も 	9 産業と技術革新の基盤をつくろう 	10 人や国の不平等をなくそう 	11 住み続けられるまちづくりを 	12 つくる責任 つかう責任
環境	13 気候変動に具体的な対策を 	14 海の豊かさを守ろう 	15 陸の豊かさも守ろう 			
プラットフォーム	16 平和と公正をすべての人に 	17 パートナーシップで目標を達成しよう 				

詳しい内容について、国連開発計画(UNDP)ホームページをご覧ください。
<https://www.jp.undp.org/content/tokyo/ja/home/sustainable-development-goals.html>

執筆者一覧

立教大学観光学部 教授 野田健太郎
教授 橋本俊哉
教授 麻生憲一
教授 斎藤明
助教 西川亮

JTB総合研究所 コンサルティング事業部
ツーリズム戦略部 グローバルマーケティング室
主席研究員 熊田順一
主任研究員 Temesgen Assefa
研究員 カン イボ
研究員 岡田美奈子

(2021年3月現在)

お問い合わせ

立教大学観光学部

野田 健太郎 kenoda@rikkyo.ac.jp

JTB総合研究所

熊田 順一 kumada@tourism.jp

カン イボ y_kang234@tourism.jp