

JSBI 2022 Report (速報版)

Japan Sustainable Brands Index

2023.02.14 / Ver-1.0

サステナブル・ブランド ジャパン



調査目的



JSBI : Japan Sustainable Brands Index

サステナブルな社会を実現するためには、企業のみならず行政、生活者、NPO・NGO等とのコラボレーションによって、いかに課題解決に取り組むかに掛かっています。これまでありがちだった行政 vs 企業やNGO vs 企業ではなく、各々が牽引役として環境や社会の問題解決に取り組み、ステイクホルダーがこれに賛同し、共に歩むサステナブルな社会。

経済セクターである企業は産業革命以降、人々の物的な暮らしを支え、利便性を大きく高めてきました。ただし、それはターゲットである消費者や企業、行政といった顧客の獲得競争でもあり、ややもすると企業の生産活動やその商品やサービスの消費活動が生み出す外部不経済まで目が届いているとは、必ずしも言えませんでした。

これまで社会を大きく変えてきた企業が持つ技術や資金力、何よりもその努力を、社会問題や環境問題といった問題解決にまで目を向けてみるとどんな社会が生まれるのでしょうか。

JSBI(Japan Sustainable Brands Index)は、こうした活動の企業努力がどれほど生活者に伝わっているのかを調査し、評価することで、互いに学び合うサステナブルな社会の実現の一助となることを目指す調査です。

サステナビリティの実現には、企業の真摯な取り組みが求められる一方、いろいろなアイデアを生み出すクリエイティビティと実行力も重要です。今回、3回目の調査となりますが、企業規模に拘らずサステナビリティの観点から企業を評価し、それぞれの考え方や取り組み、戦略を相互に学ぶ機会となればと所望する次第です。

ジャパン・サステナブルブランド・インデックス の仕組み



JSBI : Japan Sustainable Brands Index

調査項目

インデックスの仕組み

インデックス指標

SDGs認知度

SDGsを知らない人を除く

Q:あなたは、SDGs（サステナブル・ディベロップメント・ゴール：持続可能な開発目標）をご存じですか。

企業別 SDGs貢献度（100点満点）

Q:次の企業について、「SDGs貢献度」をつけるとしたら、あなたは何点をつけますか。100点満点でお答えください。

サステナブル・アクション
重要度（30項目）

ウェイト付
変換

SDGs重要度（17目標）

Q：あなたは次に挙げることから企業が取り組むことは重要だと思いますか

サステナブル・アクション
評価（30項目）

変換

SDGs企業評価（17目標）

Q：次に挙げるそれぞれの企業は、これらに対して取り組んでいると思いますか。企業ごとにお答えください。

SDGs貢献
イメージ得点

SDGs貢献度を基準化し算出

SDGs評価得点

SDGs重要度× SDGs企業評価を基準化し算出

JSBI
Japan
Sustainable
Brands
Index

・全業種ランキング
・業種別ランキング

SDGs貢献イメージ得点+
SDGs評価得点

調査方法



JSBI : Japan Sustainable Brands Index

■調査方法 : インターネット調査

回答者は、グループ分けされた6つの企業（対象企業社数計306社）について、それぞれ30問の設問に回答しました。

■調査対象者 : 18歳-79歳の男女

スクリーニング調査で「対象企業を知らない」と回答した人を除外して本調査を実施しました。

■調査地域 : 全国47都道府県

■使用パネル : 予め登録されたクローズドモニターによって構成されたパネル

■調査期間 : 2022年11月16日～2022年12月21日

■回収数 : 15,300サンプル (1社あたりの回答者数は300サンプル)

JSBIと他のIndexとの違い

JSBI : Japan Sustainable Brands Index



JSBI : Japan Sustainable Brands Index

SDGsやサステナビリティ活動に対して、関心の高い消費者の視点を重視し、彼らのSDGsや各企業のサステナビリティ活動への認識が、実際の行動（購買や推奨など）にどのような影響を及ぼすのかを分析している点が、JSBIの特徴です。

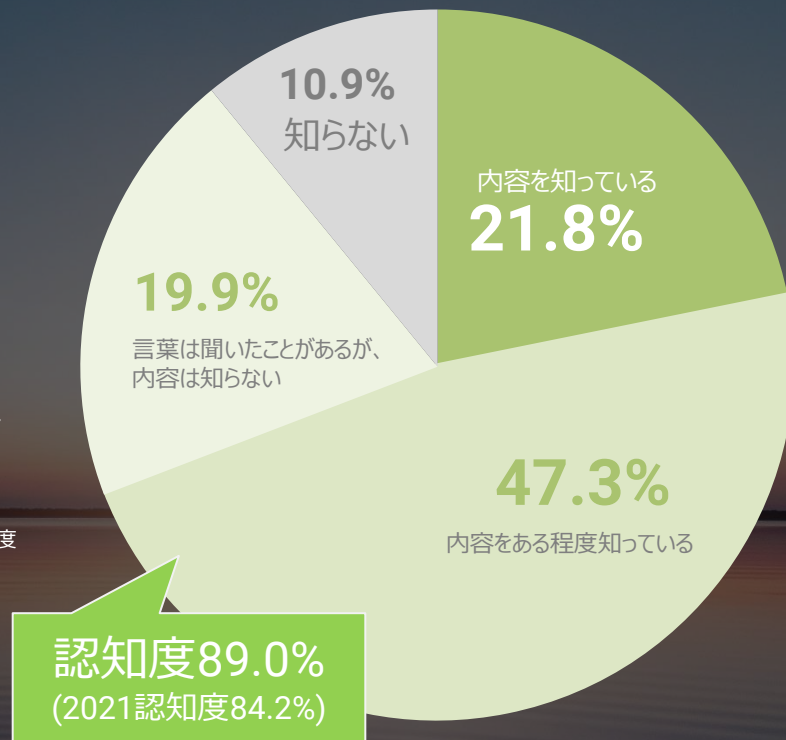
CSR調査

人材活用・雇用問題への取り組み、環境問題への基本的取り組み、社会的課題の解決に向けた取り組みなどについて、活動主体である企業に対する調査をもとに評価をしています。

ブランド調査

消費者やビジネスパーソンからのブランドイメージや魅力度などの総合的な評価をベースとしています。

あなたは、SDGs（サステナブル・ディベロップメント・ゴール：持続可能な開発目標）をご存じですか。

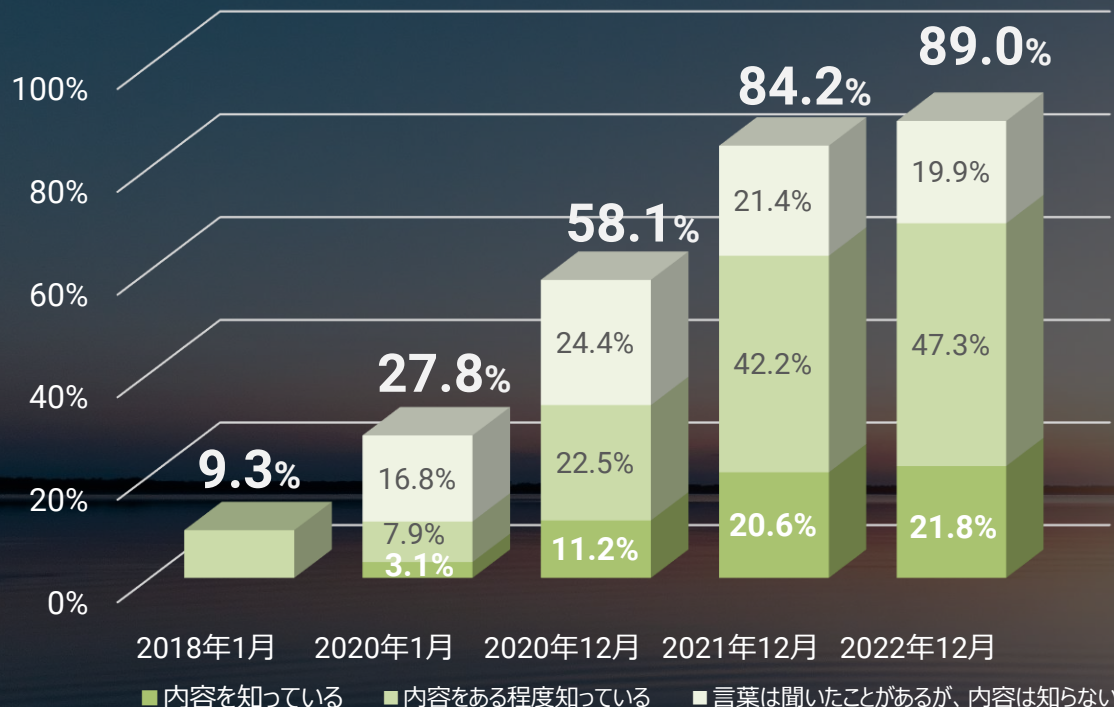


SDGs認知度の経年変化

JSBI : Japan Sustainable Brands Index



SDGsの認知度の経年変化



調査開始の2018年からSDGsの認知度はうなぎ登りとなっていました。今回は89.0%と飽和状態に近い状態となりました。企業環境の変化には様々なものがありますが、生活者の認知がこの数年でここまで大きく変化することは、通常ではあり得ないことです。

一方で、割合を見ると、昨年から2割の内容を知る人、2割の言葉だけを知っている人と変化があまり見られません。2030年のSDGsを達成するためには、企業がSDGsに配慮した製品やサービスを生み出し、認知からさらなる行動変容へと導くことが求められます。

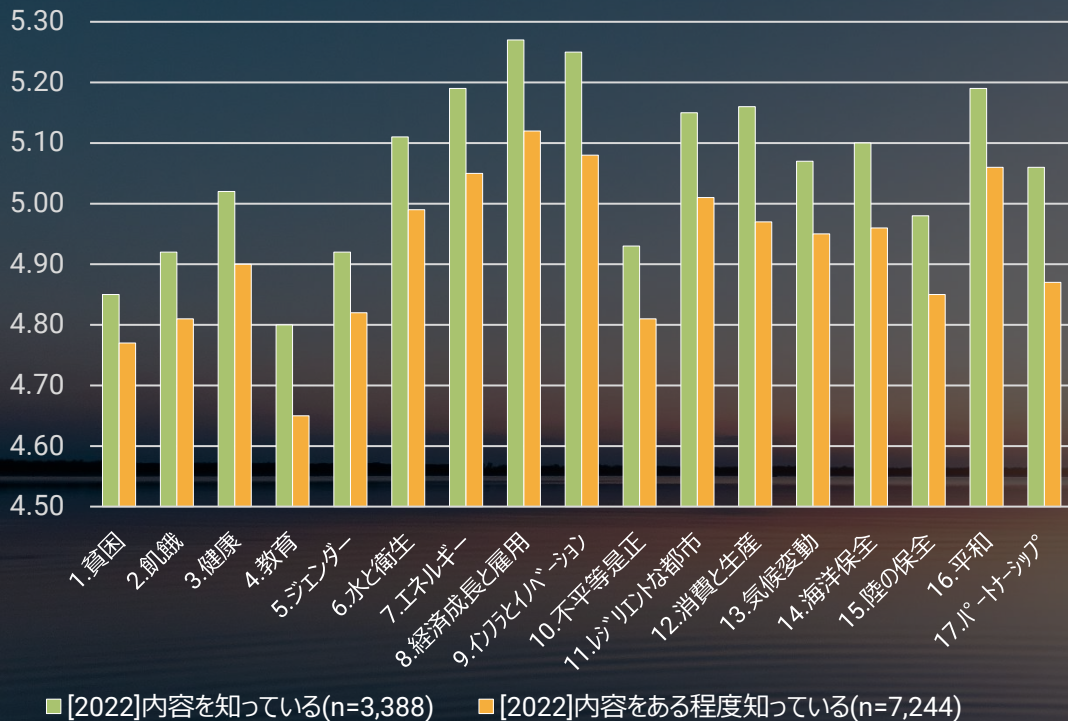
上グラフ引用) 2018年1月、2020年1月はサステナブル ブランド ジャパンと(株) インテージの調査、2020年12月、2021年12月、2022年12月はサステナブル ブランド ジャパンの調査。

調査結果 I : SDGs重要度（認知度による違い）



JSBI : Japan Sustainable Brands Index

SDGsの認知度別 17目標重要度（2022）



ここでは生活者が考えるSDGsの重要度を17目標別に整理してみましたが、**8.経済成長と雇用**や**9.インフラとイノベーション**といった経済目標が高く、次に**16.平和**、**7.エネルギー**といった目標も重視されています。

その次には、**12.消費と生産**、**11.レジリエントな都市**、**6.水と衛生**という暮らし方に関連した目標が重視されています。

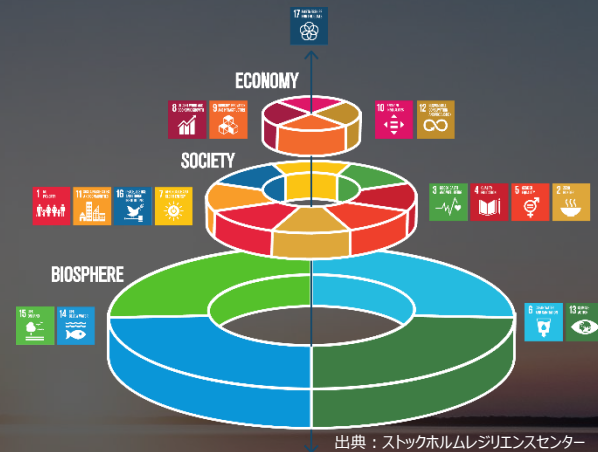
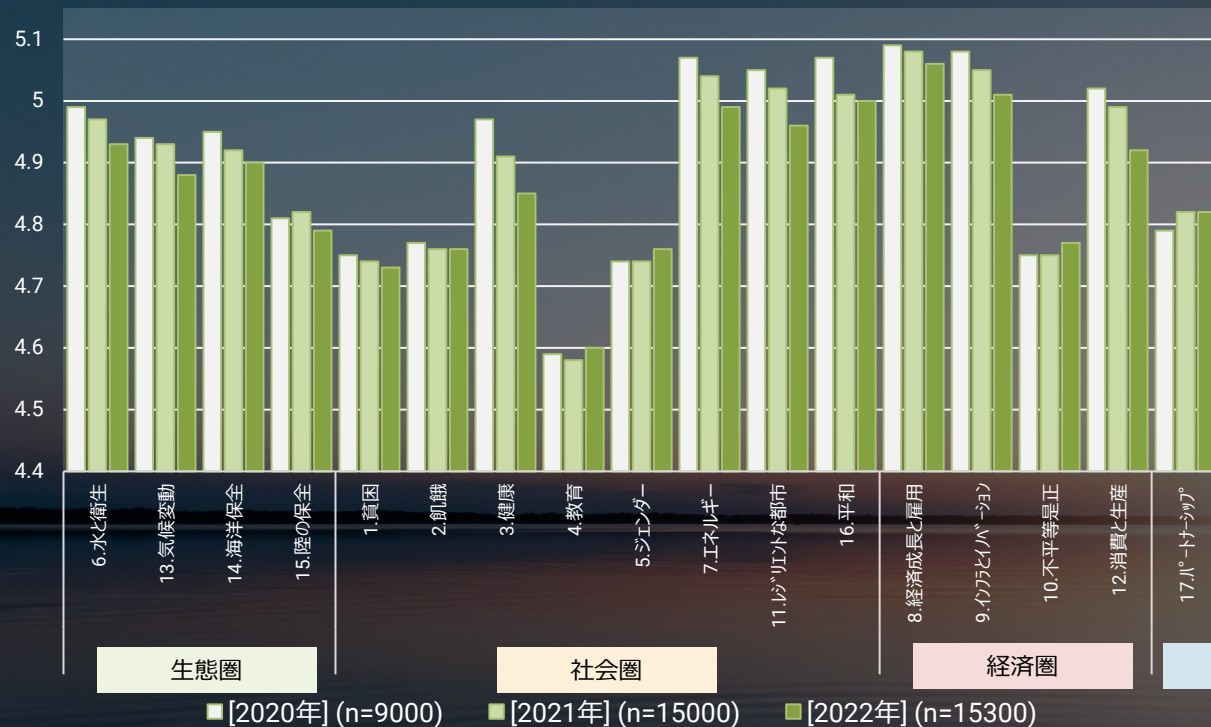
反対に最も重視度が低いのは**4.教育**となっていますが、日本ではある程度の満たされている目標なのかも知れません。**1.貧困**や**2.飢餓**、**10.不平等是正**といった社会課題の重要度が低いのは、あまり身近な問題となっていないのでしょうか。

また、「内容を知っている」人の方が「内容がある程度知っている」人より、いずれの目標も高く重視しております。

*6段階評価の加重平均

調査結果 I : SDGs重要度 (経年変化)

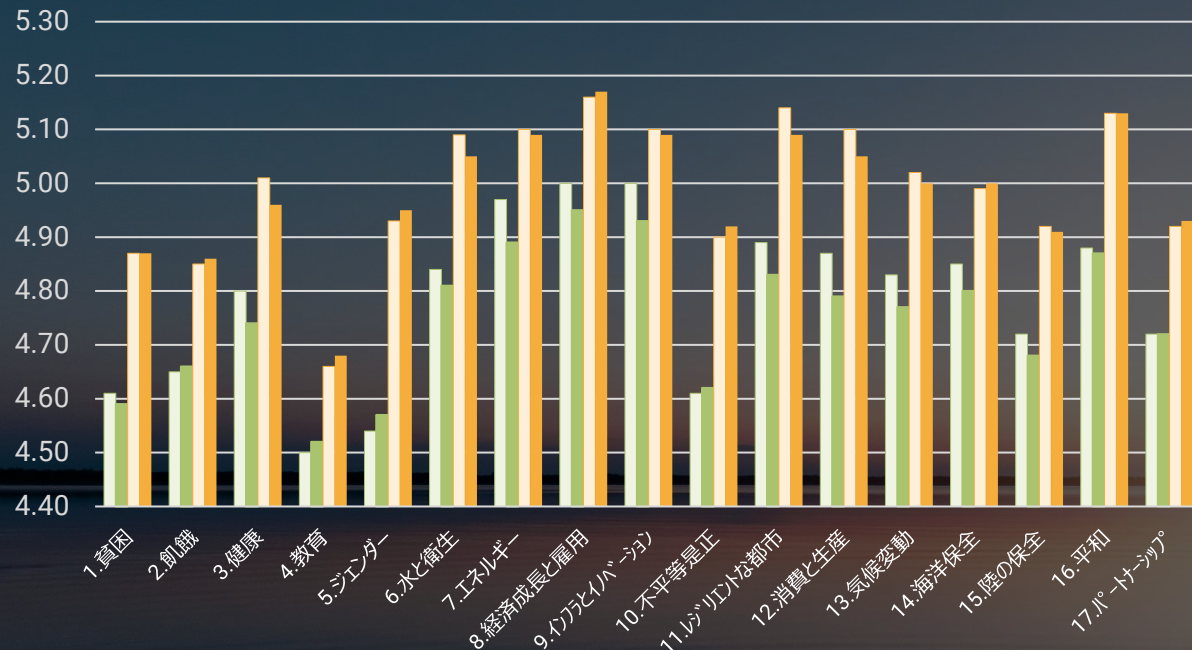
JSBI : Japan Sustainable Brands Index



調査結果 I : SDGs重要度 (男女別による違い)

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

SDGsの男女別 17目標重要度 (2022)



■ [2021]男性(n=7,492) ■ [2022]男性(n=7,650) ■ [2021]女性(n=7,508) ■ [2022]女性(n=7,650) *6段階評価の加重平均



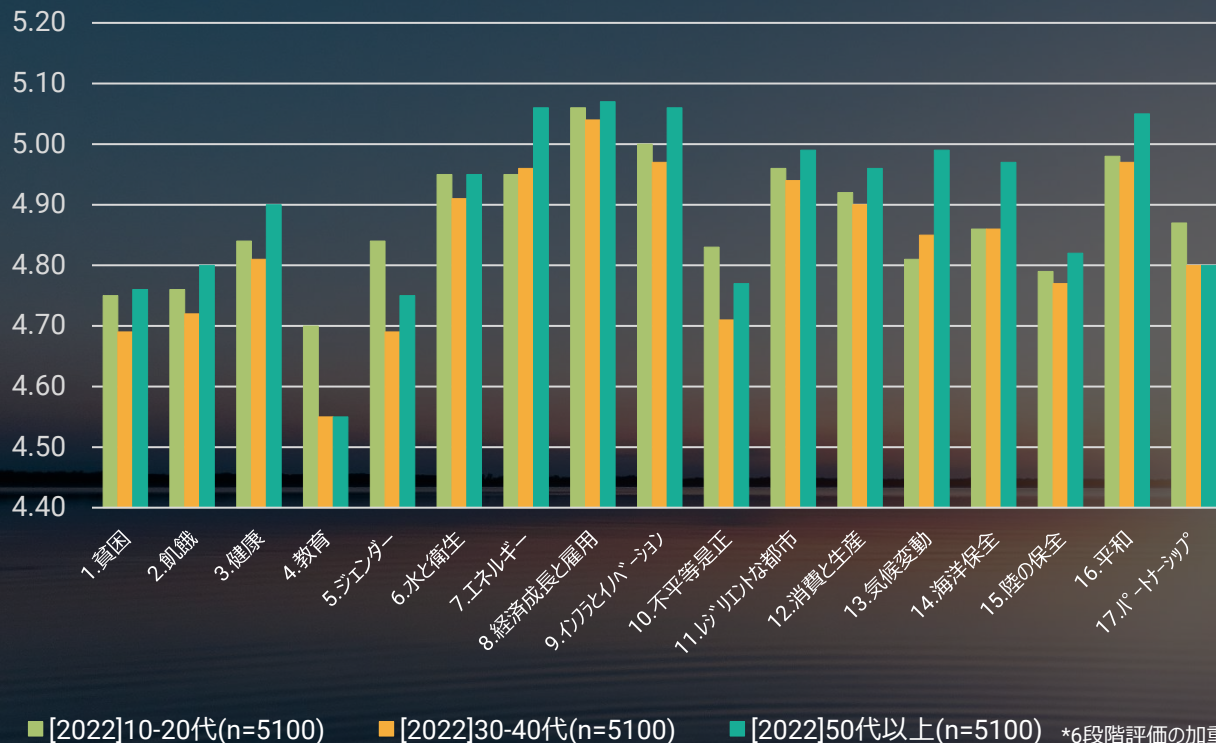
男女の差で見ると、全体として女性が、SDGsを大きく重視しています。特に、男女の差が大きいのが、**5.ジェンダー**、**10.不平等是正**、**1.貧困**といった社会問題や、**6.水と衛生**、**16.平和**も女性は重視しています。

昨年比で見ると、**8.経済成長と雇用**、**11.レジリエントな都市**、**9.インフラとイノベーション**、**7.エネルギー**といった元々重要度が高い経済指標は下がる傾向があるのに対し、**2.飢餓**、**4.教育**、**5.ジェンダー**、**10.不平等是正**などの社会指標の重視度が伸びているのが特徴的です。

調査結果 I : SDGs重要度（世代別による違い）

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

SDGsの世代別 17目標重要度（2022）



50代以上がSDGsを重視する傾向が強く、その次には10-20代が強い傾向にあります。30-40代の重要度がやや低いため、グラフはU字型にへこんでいます。この世代は仕事では中堅社員となり、家庭では子育てという現実の生活の中で、SDGsにまで意識が行かないのかも知れません。

10-20代は特に、**4.教育**、**5.ジェンダー**、**10.不平等是正**という社会問題に対しての重要度がどの世代よりも高く、**17.パートナーシップ**も重視する新しい意識を持った世代にも見えます。

The diagram illustrates the components and calculation of the JSBI Sustainable Brands Index. It is divided into two main sections: 'ESG知識' (ESG Knowledge) and 'ESG貢献' (ESG Contribution).

- ESG知識 (ESG Knowledge):**
 - Includes 'ESGの認知度' (ESG Awareness) and 'ESGを知らない人を数値で' (Number of people who don't know ESG).
 - Formula: $\text{ESG認知度} = \frac{\text{ESGを知らない人} \times 100}{\text{認知度}}$
 - Requirement: '認知度は、SDGs（サステナブル・開発目標）の17のゴールを、特徴的な取り組みを数値で示す。' (Cognition is the 17 SDG goals, with characteristic initiatives shown numerically).
- ESG貢献 (ESG Contribution):**
 - Includes 'ESG貢献度 (100点満点)' (ESG Contribution Degree (100 points)) and 'ESGを知らない人' (Number of people who don't know ESG).
 - Formula: $\text{ESG貢献度} = \frac{\text{ESGを知らない人} \times 100}{\text{貢献度}}$
 - Requirement: '貢献度は、SDGs（サステナブル・開発目標）の17のゴールを、特徴的な取り組みを数値で示す。' (Contribution is the 17 SDG goals, with characteristic initiatives shown numerically).
- ESG評価得点 (ESG Evaluation Points):**
 - Includes 'ESG企業評価 (17項目)' (ESG Company Evaluation (17 items)) and 'ESG企業評価' (ESG Company Evaluation).
 - Formula: $\text{ESG企業評価} = \frac{\text{ESG企業評価} \times 100}{\text{評価得点}}$
 - Requirement: '評価得点は、SDGs（サステナブル・開発目標）の17のゴールを、特徴的な取り組みを数値で示す。' (Evaluation points are the 17 SDG goals, with characteristic initiatives shown numerically).
- JSBI Japan Sustainable Brands Index:**
 - Formula: $\text{JSBI Japan Sustainable Brands Index} = \frac{\text{ESG認知度} \times \text{ESG貢献度} \times \text{ESG企業評価}}{100}$
 - Requirement: '認知度は、SDGs（サステナブル・開発目標）の17のゴールを、特徴的な取り組みを数値で示す。' (Cognition is the 17 SDG goals, with characteristic initiatives shown numerically).

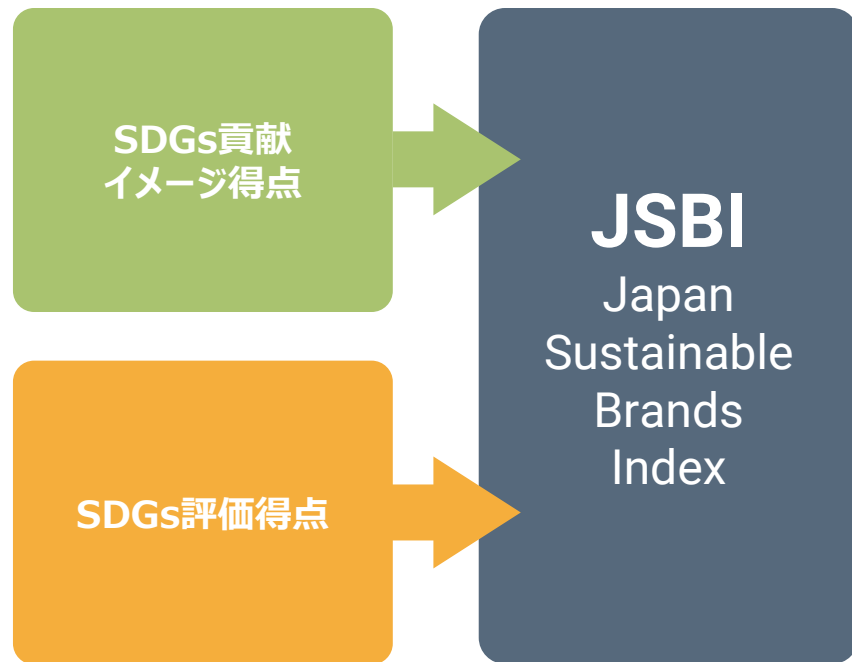
SDGs評価を業種ごとに分類してみると、多くの業種が**3.健康**、**8.経済成長と雇用**で高い評価得点を得ています。またメーカーは**9.インフラとイノベーション**で評価されているのに対し、ファッション・アクセサリー、化粧品・トイレタリー、出版＋教育、広告、印刷などの比較的女性進出が進んでいる業種に於ては**5.ジェンダー**で評価を得ています。反対に、**10.不平等是正**や**14.海洋保全**で高い評価を得ている企業は、少ないのです。前述のSDGs重視度と合わせて分析してみると、生活者は、**7.エネルギー**や**11.レジリエントな都市**、そして**16.平和**に関心を寄せているのに、これに对应している業種はわずかしき無いということがわかります。

調査結果Ⅲ：SDGsを軸としたJSBIの分析

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

SDGsに貢献しているイメージがあるかを100点満点で評価する「**SDGs貢献イメージ得点**」と、SDGsの17目標について、企業が取り組むことが重要かを測る「重要度」および実際に各企業がこれらの目標に取り組んでいると思うかを測る「**SDGs企業評価**」から成る「**SDGs評価得点**」を基準化し、評価を試みました。

「**SDGs貢献イメージ得点**」における順位と「**SDGs評価得点**」における順位の違いから、マーケティングやコミュニケーション活動への示唆が得られました。



順位	企業名	2022 JSBI	順位	企業名	2022 JSBI	順位	企業名	2022 JSBI	順位	企業名	2022 JSBI
1	良品計画(無印良品)	110.09	16	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	104.79	31	ライオン(LION)	103.81	46	グーグル(google)	103.14
2	トヨタ自動車(Toyota)	109.68	17	アップルジャパン(Apple)	104.76	32	ENEOS	103.73	47	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	103.12
3	住友林業	107.18	18	日立製作所(HITACHI)	104.59	33	ファンケル(FANCL)	103.70	48	スズキ(SUZUKI)	103.03
4	王子ネピア *ネピア他	106.96	19	日本製紙クレシア *クリネックス・スコッティ他	104.51	34	山崎製パン	103.67	49	武田薬品工業	103.02
5	味の素 A G F *ブレンディ他	106.32	20	サントリー(SUNTORY)	104.46	35	ヤクルト本社(Yakult)	103.57	50	三菱重工業	102.99
6	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	106.20	21	味の素(AJINOMOTO)	104.36	36	ダイキン工業(DAIKIN)	103.57	51	積水化学工業(SEKISUI)	102.94
7	セブン&アイ・ホールディングス *イトーヨーカ堂他	106.06	22	ハウス食品(House)	104.36	37	全日本空輸(ANA)	103.57	52	キッコーマン	102.93
8	ユニ・チャーム(unicharm)	105.65	23	クボタ(Kubota)	104.25	38	パナソニック(Panasonic)	103.46	53	サライ	102.92
9	森永乳業(morinaga)	105.62	24	東京ガス(TOKYO GAS)	104.21	39	花王(Kao)	103.45	54	キュービー	102.86
10	ウォルト・ディズニー・ジャパン	105.35	25	西日本旅客鉄道(JR西日本)	104.16	40	キリンビール(KIRIN)	103.43	55	カゴメ(KAGOME)	102.85
11	イオン(AEON)	105.22	26	ダスキン(DUSKIN) *衛生サービス	104.12	41	リクシル(LIXIL)	103.39	56	旭化成ホームズ(ヘルパルハウス)	102.82
12	旭化成(AsahiKASEI)	105.06	27	日産自動車(NISSAN)	104.07	42	マルハニチロ	103.35	57	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	102.82
13	モンベル(mont-bell)	104.97	28	大塚製薬(Otsuka)	104.03	43	岩谷産業(Iwatani)	103.17	58	東日本高速道路(NEXCO東日本)	102.66
14	TOTO	104.83	29	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	103.93	44	住友化学	103.15	59	ラッシュジャパン(LUSH)	102.66
15	楽天グループ	104.82	30	アイリスオーヤマ	103.88	45	日本コカ・コーラ	103.14	60	U R 都市機構 *UR賃貸住宅	102.65

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

順位	企業名	2022 JSBI	順位	企業名	2022 JSBI	順位	企業名	2022 JSBI
61	富士フイルム(FUJIFILM)	102.59	76	日本水産(ニッスイ)	102.23	91	三井物産	101.96
62	テルモ	102.56	77	生協(Co-op)	102.19	92	大和ハウス工業(Daiwa House)	101.92
63	商船三井	102.52	78	任天堂	102.16	93	パタゴニア(patagonia)	101.91
64	小林製薬	102.51	79	Loop(Loopでんき)	102.15	94	三菱商事	101.88
65	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	102.50	80	大林組	102.14	95	日本マクドナルド	101.88
66	クラシエ	102.46	81	日清食品(NISSIN)	102.13	96	セブン-イレブン・ジャパン(7-Eleven)	101.86
67	アマゾンジャパン(amazon)	102.40	82	N T Tデータ	102.12	97	イケア(IKEA)	101.85
68	ジョンソン・エンド・ジョンソン	102.38	83	横河電機 *工業計器他	102.12	98	東洋水産 *マルちゃん他	101.83
69	中外製薬	102.35	84	ダイハツ工業(Daihatsu)	102.10	99	ヤマハ発動機 *輸送用機器	101.80
70	テスラ(Tesla)	102.33	85	日揮ホールディングス	102.10	100	島津製作所	101.75
71	大成建設	102.28	86	伊藤忠商事	102.07			
72	伊藤ハム	102.27	87	ネスレ(Nestle)*ネスカフェ・キットカット他	102.05			
73	モスフードサービス(モスバーガー)	102.25	88	関西電力	102.02			
74	スバル(SUBARU)	102.24	89	アマゾン ウェブ サービス ジャパン(AWS) *クラウド・サービス	101.99			
75	エステー	102.24	90	ワークマン(WORKMAN)	101.98			

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

JSBI 2022 vs JSBI 2021 TOP50企業

SDGs貢献イメージ得点+SDGs評価得点



JSBI2021調査対象企業(300社)の 経年比較

順位	前年差 (順位差)	企業名	2022 JSBI	2021 JSBI	順位	前年差 (順位差)	企業名	2022 JSBI	2021 JSBI	順位	前年差 (順位差)	企業名	2022 JSBI	2021 JSBI
1	▲ 1	良品計画(無印良品)	110.09	110.93	18	▲ 11	日立製作所(HITACHI)	104.59	104.46	35	▲ 17	ヤクルト本社(Yakult)	103.57	102.86
2	▲ 1	トヨタ自動車(TOYOTA)	109.68	111.41	19	▲ 2	日本製紙クレシア *クリネックス・スコッティ他	104.51	104.86	36	▲ 8	ダイキン工業(DAIKIN)	103.57	103.67
3	▲ 1	住友林業	107.18	107.19	20	▲ 4	サントリー(SUNTORY)	104.46	105.64	37	▲ 36	全日本空輸(ANA)	103.57	102.40
4	▲ 7	王子ネピア *ネピア他	106.96	106.09	21	▲ 20	味の素(AJINOMOTO)	104.36	103.76	38	▲ 1	パナソニック(Panasonic)	103.46	103.78
5	▲ 8	味の素 A G F *ブレンディ他	106.32	105.95	22	▲ 3	ハウス食品(House)	104.36	105.26	39	▲ 75	花王(Kao)	103.45	101.20
6	▲ 3	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	106.20	109.02	23	▲ 17	クボタ(Kubota)	104.25	107.00	40	▲ 76	キリンビール(KIRIN)	103.43	101.15
7	▲ 2	セブン&アイ・ホールディングス *イトーヨーカ堂他	106.06	107.16	24	▲ 1	東京ガス(TOKYO GAS)	104.21	104.74	41	▲ 16	リクシル(LIXIL)	103.39	104.63
8	▲ 16	ユニ・チャーム(unicharm)	105.65	104.65	25	▲ 24	西日本旅客鉄道(JR西日本)	104.16	103.16	42	▲ 2	マルハニチロ	103.35	103.76
9	▲ 17	森永乳業(morinaga)	105.62	104.59	26	▲ 5	ダスキン(DUSKIN) *衛生サービス	104.12	104.31	43	▲ 13	岩谷産業(Iwatani)	103.17	104.32
10	▲ 1	ウォルト・ディズニー・ジャパン	105.35	106.31	27	▲ 61	日産自動車(NISSAN)	104.07	101.93	44	▲ 28	住友化学	103.15	102.41
11	▲ 1	イオン(AEON)	105.22	106.27	28	▲ 7	大塚製薬(Otsuka)	104.03	104.17	45	▲ 22	日本コカ・コーラ	103.14	102.50
12	▲ 38	旭化成(AsahiKASEI)	105.06	103.10	29	▲ 14	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	103.93	105.69	46	▲ 34	グーグル(google)	103.14	106.00
13	▲ 14	モンベル(mont-bell)	104.97	104.56	30	▲ 8	アイリスオーヤマ	103.88	104.74	47	▲ 0	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	103.12	103.31
14	▲ 52	TOTO	104.83	102.51	31	▲ 29	ライオン(LION)	103.81	102.64	48	▲ 10	スズキ(SUZUKI)	103.03	103.92
15	▲ 2	楽天グループ	104.82	105.46	32	▲ 25	ENEOS	103.73	106.80	49	▲ 36	武田薬品工業	103.02	102.10
16	▲ 8	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	104.79	106.65	33	▲ 22	ファンケル(FANCL)	103.70	102.81	50	▲ 2	三菱重工業	102.99	103.23
17	▲ 3	アップルジャパン(Apple)	104.76	105.84	34	▲ 25	山崎製パン	103.67	102.71					

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

SDGs貢献イメージ得点 2022 TOP100

SDGs貢献度を基準化し算出



順位	企業名	2022 イメージ得点	順位	企業名	2022 イメージ得点	順位	企業名	2022 イメージ得点	順位	企業名	2022 イメージ得点
1	良品計画(無印良品)	56.75	16	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	52.55	31	スズキ(SUZUKI)	52.14	46	日本製紙クレシア *クリネックス・スコッティ他	51.84
2	トヨタ自動車(TOYOTA)	55.33	17	アップルジャパン(Apple)	52.52	32	全日本空輸(ANA)	52.09	47	日本コカ・コーラ	51.84
3	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	53.92	18	岩谷産業(Iwatani)	52.51	33	日立製作所(HITACHI)	52.03	48	武田薬品工業	51.83
4	王子ネピア *ネピア他	53.79	19	サントリー(SUNTORY)	52.46	34	ワークマン(WORKMAN)	52.03	49	テスラ(Tesla)	51.82
5	住友林業	53.71	20	イオン(AEON)	52.44	35	西日本旅客鉄道(JR西日本)	52.02	50	パタゴニア(patagonia)	51.82
6	味の素 A G F *ブレندي他	53.47	21	TOTO	52.41	36	ハウス食品(House)	52.01	51	ラッシュジャパン(LUSH)	51.80
7	森永乳業(morinaga)	53.21	22	ウォルト・ディズニー・ジャパン	52.38	37	ネスレ(Nestle)*ネスカフェ・キットカット他	52.00	52	キュービー	51.77
8	アイリスオーヤマ	53.14	23	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	52.37	38	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	51.99	53	カゴメ(KAGOME)	51.75
9	モンベル(mont-bell)	53.06	24	スバル(SUBARU)	52.32	39	ENEOS	51.95	54	積水化学工業(SEKISUI)	51.75
10	セブン&アイ・ホールディングス *イトーヨーカ堂他	53.06	25	ダスキン(DUSKIN) *衛生サービス	52.31	40	サラヤ	51.92	55	横河電機 *工業計器他	51.74
11	ユニ・チャーム(unicharm)	52.99	26	キッコーマン	52.30	41	エステー	51.90	56	パナソニック(Panasonic)	51.72
12	味の素(AJINOMOTO)	52.88	27	モスフードサービス(モスバーガー)	52.19	42	富士フイルム(FUJIFILM)	51.89	57	イケア(IKEA)	51.67
13	楽天グループ	52.79	28	クボタ(Kubota)	52.19	43	ダイキン工業(DAIKIN)	51.88	58	麒麟ビール(KIRIN)	51.67
14	日産自動車(NISSAN)	52.76	29	山崎製パン	52.19	44	花王(Kao)	51.86	59	ファンケル(FANCL)	51.66
15	ライオン(LION)	52.61	30	旭化成(AsahiKASEI)	52.17	45	東京ガス(TOKYO GAS)	51.85	60	大塚製薬(Otsuka)	51.64

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

SDGs貢献イメージ得点 2022 TOP100

SDGs貢献度を基準化し算出



順位	企業名	2022 イメージ得点	順位	企業名	2022 イメージ得点	順位	企業名	2022 イメージ得点
61	日清食品(NISSIN)	51.60	76	小松製作所(KOMATSU)	51.26	91	住友化学	51.00
62	伊藤ハム	51.60	77	クラシエ	51.26	92	フジパナグループ本社	50.99
63	ダイハツ工業(Daihatsu)	51.60	78	日本製紙	51.24	93	凸版印刷	50.96
64	グーグル(google)	51.57	79	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	51.20	94	日揮ホールディングス	50.93
65	ブックオフコーポレーション	51.54	80	N E C (日本電気)	51.18	95	オムロン(OMRON)	50.92
66	商船三井	51.47	81	リクシル(LIXIL)	51.17	96	ヤマハ発動機 *輸送用機器	50.91
67	小林製薬	51.44	82	星野リゾート	51.17	97	Loop(Loopでんき)	50.90
68	アディダスジャパン(adidas)	51.42	83	ゴールドウイン *ザ・ノース・フェイス他	51.15	98	ジョンソン・エンド・ジョンソン	50.90
69	テルモ	51.42	84	島津製作所	51.15	99	三菱ケミカルホールディングス	50.89
70	生協(Co-op)	51.41	85	任天堂	51.13	100	ソニー(SONY)	50.88
71	象印マホービン	51.33	86	東レ(TORAY)	51.13			
72	マルハニチロ	51.31	87	セブン-イレブン・ジャパン(7-Eleven)	51.13			
73	コクヨ(KOKUYO)	51.31	88	アマゾンジャパン(amazon)	51.07			
74	三菱重工業	51.30	89	タイガー魔法瓶	51.04			
75	東洋水産 *マルちゃん他	51.27	90	ヤクルト本社(Yakult)	51.04			

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

SDGs貢献イメージ得点 2022 VS 2021 TOP50

SDGs貢献度を基準化し算出



JSBI2021調査対象企業(300社)の 経年比較

順位	前年差 (順位差)	企業名	2022 イメージ得点	2021 イメージ得点	順位	前年差 (順位差)	企業名	2022 イメージ得点	2021 イメージ得点	順位	前年差 (順位差)	企業名	2022 イメージ得点	2021 イメージ得点
1	▲ 2	良品計画(無印良品)	56.75	56.04	18	▲ 4	岩谷産業(Iwatani)	52.51	52.79	35	▲ 15	西日本旅客鉄道(JR西日本)	52.02	51.77
2	▲ 0	トヨタ自動車(TOYOTA)	55.33	56.15	19	▲ 4	サントリー(SUNTORY)	52.46	52.98	36	▲ 8	ハウス食品(House)	52.01	52.51
3	▲ 2	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	53.92	56.37	20	▲ 6	イオン(AEON)	52.44	52.65	37	▲ 10	ネスレ(Nestle)*ネスカフェ・キットカット他	52.00	52.55
4	▲ 13	王子ネピア *ネピア他	53.79	52.90	21	▲ 52	TOTO	52.41	51.41	38	▲ 0	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	51.99	52.07
5	▲ 8	住友林業	53.71	53.13	22	▲ 13	ウォルト・ディズニー・ジャパン	52.38	53.29	39	▲ 31	ENEOS	51.95	53.32
6	▲ 2	味の素 A G F *ブレندي他	53.47	53.63	23	▲ 13	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	52.37	53.21	40	▲ 7	サライ	51.92	52.30
7	▲ 24	森永乳業(morinaga)	53.21	52.35	24	▲ 60	スバル(SUBARU)	52.32	51.18	41	▲ 15	エステー	51.90	51.62
8	▲ 3	アイリスオーヤマ	53.14	53.62	25	▲ 10	ダスキン(DUSKIN) *衛生サービス	52.31	52.24	42	▲ 49	富士フイルム(FUJIFILM)	51.89	51.02
9	▲ 2	モンベル(mont-bell)	53.06	53.19	26	▲ 3	キッコーマン	52.30	52.49	43	▲ 3	ダイキン工業(DAIKIN)	51.88	52.04
10	▲ 4	セブン&アイ・ホールディングス *イトーヨーカ堂他	53.06	53.45	27	▲ 100	モスフードサービス(モスバーガー)	52.19	50.48	44	▲ 43	花王(Kao)	51.86	51.05
11	▲ 13	ユニ・チャーム(unicharm)	52.99	52.70	28	▲ 8	クボタ(Kubota)	52.19	52.83	45	▲ 49	東京ガス(TOKYO GAS)	51.85	50.94
12	▲ 6	味の素(AJINOMOTO)	52.88	52.89	29	▲ 31	山崎製パン	52.19	51.56	46	▲ 16	日本製紙クレシア *クリネックス・スコッティ他	51.84	52.38
13	▲ 10	楽天グループ	52.79	52.74	30	▲ 42	旭化成(AsahiKASEI)	52.17	51.42	47	▲ 14	日本コカ・コーラ	51.84	51.55
14	▲ 50	日産自動車(NISSAN)	52.76	51.48	31	▲ 5	スズキ(SUZUKI)	52.14	52.21	48	▲ 26	武田薬品工業	51.83	51.37
15	▲ 17	ライオン(LION)	52.61	52.33	32	▲ 46	全日本空輸(ANA)	52.09	51.26	49	▲ 40	テスラ(Tesla)	51.82	51.03
16	▲ 4	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	52.55	53.17	33	▲ 13	日立製作所(HITACHI)	52.03	51.84	50	▲ 25	パタゴニア(patagonia)	51.82	52.67
17	▲ 3	アップルジャパン(Apple)	52.52	53.10	34	▲ 20	ワークマン(WORKMAN)	52.03	51.64					

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

SDGs評価得点 2022 TOP100

SDGs重要度×SDGs企業評価を基準化し算出



順位	企業名	2022 評価得点	順位	企業名	2022 評価得点	順位	企業名	2022 評価得点	順位	企業名	2022 評価得点
1	トヨタ自動車(TOYOTA)	54.35	16	森永乳業(morinaga)	52.41	31	クボタ(Kubota)	52.07	46	三菱重工業	51.69
2	住友林業	53.46	17	大塚製薬(Otsuka)	52.39	32	ファンケル(FANCL)	52.04	47	ダイキン工業(DAIKIN)	51.69
3	良品計画(無印良品)	53.34	18	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	52.38	33	楽天グループ	52.04	48	大和ハウス工業(Daiwa House)	51.65
4	王子ネピア *ネピア他	53.17	19	東京ガス(TOKYO GAS)	52.36	34	マルハニチロ	52.04	49	日本水産(ニッスイ)	51.63
5	セブン&アイ・ホールディングス *イトーヨーカ堂他	52.99	20	ハウス食品(House)	52.35	35	サントリー(SUNTORY)	52.00	50	鹿島	51.59
6	ウォルト・ディズニー・ジャパン	52.97	21	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	52.28	36	関西電力	51.99	51	花王(Kao)	51.59
7	旭化成(AsahiKASEI)	52.88	22	U R 都市機構 *UR賃貸住宅	52.25	37	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	51.92	52	グーグル(google)	51.57
8	味の素 A G F *ブレندي他	52.85	23	アップルジャパン(Apple)	52.24	38	モンベル(mont-bell)	51.91	53	中外製薬	51.53
9	イオン(AEON)	52.78	24	リクシル(LIXIL)	52.21	39	東京電力(TEPCO)	51.82	54	山崎製パン	51.49
10	日本製紙クレシア *クリネックス・スコッティ他	52.66	25	東日本高速道路(NEXCO東日本)	52.20	40	N T Tデータ	51.81	55	味の素(AJINOMOTO)	51.48
11	ユニ・チャーム(unicharm)	52.65	26	旭化成ホームズ(ヘーベルハウス)	52.15	41	ダスキン(DUSKIN) *衛生サービス	51.81	56	ジョンソン・エンド・ジョンソン	51.48
12	日立製作所(HITACHI)	52.55	27	西日本旅客鉄道(JR西日本)	52.15	42	ENEOS	51.78	57	全日本空輸(ANA)	51.48
13	ヤクルト本社(Yakult)	52.53	28	住友化学	52.14	43	麒麟ビール(KIRIN)	51.76	58	川崎重工	51.43
14	TOTO	52.42	29	大成建設	52.10	44	パナソニック(Panasonic)	51.74	59	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	51.38
15	P & G (プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	52.42	30	大林組	52.07	45	アマゾン ウェブ サービス ジャパン(AWS) *クラウド・サービス	51.70	60	コスモ石油	51.33

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

SDGs評価得点 2022 TOP100

SDGs重要度×SDGs企業評価を基準化し算出



順位	企業名	2022 評価得点	順位	企業名	2022 評価得点	順位	企業名	2022 評価得点
61	アマゾンジャパン(amazon)	51.33	76	テルモ	51.14	91	ラッシュジャパン(LUSH)	50.86
62	日産自動車(NISSAN)	51.32	77	大阪ガス	51.13	92	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	50.83
63	アストラゼネカ	51.31	78	清水建設	51.12	93	ベネッセホールディングス(Benesse)	50.79
64	日本コカ・コーラ	51.30	79	カゴメ(KAGOME)	51.10	94	生協(Co-op)	50.78
65	三井物産	51.27	80	キューピー	51.10	95	ロート製薬(ROHTO)	50.77
66	日本マイクロソフト(Microsoft)	51.26	81	小林製薬	51.07	96	ソニー・インタラクティブエンタテインメント(PlayStation)	50.74
67	Loop(Loopでんき)	51.25	82	日本マクドナルド	51.06	97	日清紡ホールディングス(NISSHINBO)	50.74
68	伊藤忠商事	51.22	83	商船三井	51.05	98	セブン・イレブン・ジャパン(7-Eleven)	50.73
69	三菱商事	51.20	84	任天堂	51.03	99	アイリスオーヤマ	50.73
70	ライオン(LION)	51.20	85	サライ	50.99	100	富士フイルム(FUJIFILM)	50.70
71	クラシエ	51.20	86	三菱電機(MITSUBISHI ELECTRIC)	50.96			
72	武田薬品工業	51.19	87	竹中工務店	50.95			
73	積水化学工業(SEKISUI)	51.19	88	ヤマハ発動機 *輸送用機器	50.90			
74	日揮ホールディングス	51.17	89	スズキ(SUZUKI)	50.89			
75	エーザイ(Eisai)	51.17	90	日本ハム	50.88			

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

SDGs評価得点 2022 VS 2021 TOP50 SDGs重要度×SDGs企業評価を基準化し算出



JSBI2021調査対象企業(300社)の 経年比較

順位	前年差 (順位差)	企業名	2022 評価得点	2021 評価得点	順位	前年差 (順位差)	企業名	2022 評価得点	2021 評価得点	順位	前年差 (順位差)	企業名	2022 評価得点	2021 評価得点
1	⇒ 0	トヨタ自動車(TOYOTA)	54.35	55.26	18	↓▲ 6	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	52.38	53.10	35	↓▲ 15	サントリー(SUNTORY)	52.00	52.65
2	↑ 2	住友林業	53.46	54.06	19	↓▲ 14	東京ガス(TOKYO GAS)	52.36	53.79	36	↑ 30	関西電力	51.99	51.45
3	↓▲ 1	良品計画(無印良品)	53.34	54.89	20	↓▲ 5	ハウス食品(House)	52.35	52.75	37	↑ 18	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	51.92	51.68
4	↑ 6	王子ネピア *ネピア他	53.17	53.19	21	↓▲ 2	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	52.28	52.65	38	↑ 34	モンベル(mont-bell)	51.91	51.37
5	↑ 1	セブン&アイ・ホールディングス *イトーヨーカ堂他	52.99	53.70	22	↑ 20	U R 都市機構 *UR賃貸住宅	52.25	52.04	39	↓▲ 25	東京電力(TEPCO)	51.82	52.84
6	↑ 7	ウォルト・ディズニー・ジャパン	52.97	53.03	23	↓▲ 7	アップルジャパン(Apple)	52.24	52.74	40	↓▲ 2	N T Tデータ	51.81	52.16
7	↑ 47	旭化成(AsahiKASEI)	52.88	51.68	24	↓▲ 1	リクシル(LIXIL)	52.21	52.59	41	↓▲ 2	ダスキン(DUSKIN) *衛生サービス	51.81	52.07
8	↑ 27	味の素 A G F *ブレンディ他	52.85	52.32	25	↑ 5	東日本高速道路(NEXCO東日本)	52.20	52.42	42	↓▲ 34	ENEOS	51.78	53.48
9	↓▲ 2	イオン(AEON)	52.78	53.62	26	↑ 23	旭化成ホームズ(ハーベルハウス)	52.15	51.80	43	↑ 109	キリンビール(KIRIN)	51.76	49.91
10	↑ 18	日本製紙クレシア *クリネックス・スコッティ他	52.66	52.48	27	↑ 44	西日本旅客鉄道(JR西日本)	52.15	51.40	44	⇒ 0	パナソニック(Panasonic)	51.74	51.97
11	↑ 35	ユニ・チャーム(unicharm)	52.65	51.95	28	↑ 20	住友化学	52.14	51.82	45	↑ 22	アマゾン ウェブ サービス ジャパン(AWS) *クラウド・サービス	51.70	51.43
12	↑ 9	日立製作所(HITACHI)	52.55	52.62	29	↑ 8	大成建設	52.10	52.25	46	↓▲ 15	三菱重工業	51.69	52.39
13	↑ 20	ヤクルト本社(Yakult)	52.53	52.32	30	↓▲ 1	大林組	52.07	52.47	47	↑ 10	ダイキン工業(DAIKIN)	51.69	51.63
14	↑ 73	TOTO	52.42	51.10	31	↓▲ 28	クボタ(Kubota)	52.07	54.17	48	↓▲ 3	大和ハウス工業(Daiwa House)	51.65	51.95
15	↓▲ 6	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	52.42	53.44	32	↑ 53	ファンケル(FANCL)	52.04	51.10	49	↑ 10	日本水産(ニッスイ)	51.63	51.56
16	↑ 20	森永乳業(morinaga)	52.41	52.25	33	↓▲ 16	楽天グループ	52.04	52.72	50	↑ 20	鹿島	51.59	51.41
17	↑ 23	大塚製薬(Otsuka)	52.39	52.07	34	↑ 7	マルハニチロ	52.04	52.04					

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

調査結果Ⅳ：「SDGs貢献イメージ得点」と「SDGs評価得点」

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

SDGs貢献イメージ得点

「SDGs貢献イメージ得点」においては、調査対象が「SDGsに貢献していそうだ」というイメージを持っている企業が高い得点を得ています。

SDGs評価得点

「SDGs評価得点」では、調査対象はSDGsの17の目標と企業が実際に行っているサステナビリティ活動とを照らし合わせて評価がなされており、具体的な活動内容が認識されている企業が高い得点を得ています。

「SDGs貢献イメージ得点」と「SDGs評価得点」の評価を比較することで、

サステナブル活動に関する消費者とのコミュニケーションの課題が見えてきます。

「SDGs貢献イメージ得点」と「SDGs評価得点」の比較

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

「SDGs貢献イメージ得点」 > 「SDGs評価得点」

消費者からSDGsの総合的なイメージは強く認められています。

一方で、残念ながら具体的な活動内容が知られていない可能性がります。

SDGsの具体的実践を伝えていく工夫が
重要になります。

「SDGs評価得点」 > 「SDGs貢献イメージ得点」

SDGs17目標の個別評価が高く、具体的なサステナビリティ活動を消費者に認知してもらえています。

一方で、残念ながら総合的なイメージが弱い傾向があります。

サステナブル・マーケティングや
サステナブル・コミュニケーションが重要になります。

「SDGs貢献イメージ得点」>「SDGs評価得点」上位50社

SDGsの具体的実践を伝えていく工夫が重要な企業

順位	企業名	得点差	JSBI 2022
1	良品計画(無印良品)	3.41	110.09
2	ブックオフコーポレーション	3.21	99.88
3	貝印	2.59	99.00
4	アイリスオーヤマ	2.41	103.88
5	スバル(SUBARU)	2.39	102.24
6	モスフードサービス(モスバーガー)	2.13	102.25
7	ワークマン(WORKMAN)	2.08	101.98
8	象印マホービン	2.01	100.65
9	タイガー魔法瓶	2.00	100.08
10	ネスレ(Nestle)*ネスカフェ・キットカット他	1.95	102.05

順位	企業名	得点差	JSBI 2022
11	岩谷産業(Iwatani)	1.85	103.17
12	ナイキ(NIKE)	1.78	97.72
13	凸版印刷	1.76	100.15
14	パタゴニア(patagonia)	1.72	101.91
15	シチズン時計(CITIZEN)	1.69	96.11
16	キッコーマン	1.66	102.93
17	ミツカン(mizkan)	1.64	99.13
18	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	1.63	106.20
19	ブリヂストン(BRIDGESTONE)	1.63	99.85
20	ダイソー	1.59	99.39

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

「SDGs貢献イメージ得点」>「SDGs評価得点」上位50社

SDGsの具体的実践を伝えていく工夫が重要な企業

順位	企業名	得点差	JSBI 2022
21	YKK *ファスナー他	1.58	97.56
22	プリンスホテル	1.58	95.44
23	エステー	1.56	102.24
24	ニコン(Nikon)	1.54	99.40
25	イケア(IKEA)	1.49	101.85
26	キーコーヒー	1.46	99.35
27	コクヨ(KOKUYO)	1.46	101.17
28	アディダスジャパン(adidas)	1.45	101.40
29	日産自動車(NISSAN)	1.44	104.07
30	セイコーエプソン(EPSON)	1.42	99.44
31	メルカリ(mercari)	1.41	93.63
32	ライオン(LION)	1.41	103.81
33	味の素(AJINOMOTO)	1.40	104.36
34	横河電機 *工業計器他	1.36	102.12
35	ドトールコーヒー	1.36	99.00

順位	企業名	得点差	JSBI 2022
36	横浜ゴム(YOKOHAMA)	1.32	98.97
37	テスラ(Tesla)	1.30	102.33
38	ガンゼ(GUNZE)	1.29	99.66
39	帝国ホテル	1.28	98.05
40	マツダ(MAZDA)	1.28	98.59
41	スズキ(SUZUKI)	1.25	103.03
42	小松製作所(KOMATSU)	1.24	101.28
43	東海旅客鉄道(JR東海)	1.24	99.75
44	富士フイルム(FUJIFILM)	1.19	102.59
45	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	1.17	103.93
46	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	1.17	102.82
47	日本通運	1.16	98.20
48	コニカミノルタ	1.16	98.44
49	モンベル(mont-bell)	1.16	104.97
50	カルビー(calbee)	1.12	98.66

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

「SDGs評価得点」>「SDGs貢献イメージ得点」上位50社

サステナブル・マーケティングやサステナブル・コミュニケーションが重要な企業

順位	企業名	得点差	JSBI 2022
1	日本放送協会(NHK)	4.85	94.18
2	ワタミグループ *和民・ワタミの宅食他	4.27	95.49
3	東京電力(TEPCO)	3.68	99.97
4	電通	3.41	91.26
5	吉本興業	2.94	91.54
6	日本たばこ産業(JT)	2.69	97.35
7	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	2.27	102.50
8	清水建設	2.21	100.03
9	鹿島	2.13	101.06
10	LVMHグループ *ルイヴィトン他	2.08	97.97

順位	企業名	得点差	JSBI 2022
11	大林組	2.01	102.14
12	ゼンショーホールディングス *すき家・なか卯他	2.00	98.13
13	関西電力	1.95	102.02
14	大成建設	1.93	102.28
15	U R 都市機構 *UR賃貸住宅	1.86	102.65
16	Meta(Facebook)	1.86	97.38
17	東日本高速道路(NEXCO東日本)	1.73	102.66
18	Netflix	1.72	93.23
19	リクルートホールディングス	1.70	96.04
20	日本マイクロソフト(Microsoft)	1.67	100.85

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

「SDGs評価得点」>「SDGs貢献イメージ得点」上位50社

サステナブル・マーケティングやサステナブル・コミュニケーションが重要な企業

順位	企業名	得点差	JSBI 2022
21	ソフトバンク(SoftBank)	1.67	97.26
22	MHD モエ ヘネシー ディアジオ *モエ・I・シャ ンドン他	1.64	99.44
23	アウディ	1.64	94.71
24	フジテレビジョン	1.60	96.56
25	三井住友信託銀行	1.54	93.83
26	N T Tデータ	1.50	102.12
27	ヤクルト本社(Yakult)	1.49	103.57
28	旭化成ホームズ(ヘーベルハウス)	1.49	102.82
29	ライフフル(LIFULL)	1.49	98.45
30	住友生命保険	1.46	92.85
31	ベネッセホールディングス(Benesse)	1.43	100.15
32	東芝(TOSHIBA)	1.43	99.16
33	アマゾン ウェブ サービス ジャパン(AWS) * クラウド・サービス	1.41	101.99
34	学研ホールディングス(Gakken)	1.40	99.37
35	コスモ石油	1.38	101.29

順位	企業名	得点差	JSBI 2022
36	大和ハウス工業(Daiwa House)	1.38	101.92
37	フィリップモリス(Philip Morris)	1.36	96.65
38	川崎重工	1.35	101.51
39	メルセデス・ベンツ	1.35	94.65
40	パーソル *テンプスタッフ 他	1.32	96.86
41	三菱電機(MITSUBISHI ELECTRIC)	1.32	100.61
42	TBSテレビ	1.31	95.84
43	日本生命保険(NISSAY)	1.29	94.98
44	アフラック生命(Aflac)	1.27	95.43
45	パソナ	1.26	96.45
46	みずほ銀行(MIZUHO)	1.26	93.76
47	三井不動産	1.23	96.16
48	三菱UFJ銀行(MUFG)	1.18	94.76
49	住友化学	1.14	103.15
50	アストラゼネカ	1.10	101.52

※同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

調査結果 V : 業種別順位とその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

分析対象の306社を19の業種に分類し、各業種の特徴の分析

順位	前年比 順位	業種	企業数	JSBI2022 平均得点
1	↑ 3	化粧品・トイレタリー	17	102.13
2	↓ 1	薬品・医療用品	12	102.10
3	↑ 4	食品	21	101.93
4	↓ 2	エネルギー	11	101.73
5	↑ 6	家電・A V 機器	12	101.35
6	↑ 8	不動産・建設・住宅設備	19	101.10
7	↓ 5	素材・化学・機械	24	101.05
8	↓ 7	流通・小売業	22	100.81
9	↑ 10	飲料・嗜好品	15	100.34
10	↓ 9	ファッション・アクセサリ	17	100.03

順位	前年比 順位	業種	企業数	JSBI2022 平均得点
11	= 11	自動車・関連品	18	99.95
12	↑ 13	精密機器・事務用品	18	99.54
13	↑ 14	外食・各種サービス	12	99.54
14	↓ 12	IT・情報・通信	17	99.19
15	= 15	運輸・交通・レジャー	25	98.92
16	= 16	専門サービス	6	98.60
17	↑ 18	出版 + 教育、広告、印刷	7	97.26
18	↓ 17	放送・エンターテインメント	12	97.16
19	= 19	金融・保険	21	95.73

※個別企業のJSBIの分布 90.65 ~ 110.09

調査結果 V : 業種別順位とその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

JSBIに顕著な傾向の見られた業種

評価の高い業種

化粧品・トイレタリー

この業種に該当するのは17社ですが、高い評価を得たのはトイレタリー部門の企業です。トイレタリー部門の企業12社のうち、11社が100位以内に入りました。

薬品・医療用品

対象12社のうち11社においてJSBI得点が100点を超え、最高位は8位でした。業種内ギャップは7.90と低めであり、この業種は概ね評価が高いという結果が得られました。

評価の低い業種

金融・保険

12社のうちJSBI得点が100点を超えたのは3社にとどまりました。業種内の最高位は9位であったものの、200番代以降の企業が9社あり、相対的に低い評価となりました。

放送・エンターテインメント

12社のうちJSBI得点が100点を超えたのは3社にとどまりました。業種内の最高位は10位であったものの、200番代以降の企業が9社あり、相対的に低い評価となりました。

コロナ禍では素材・化学・機械や薬品・医療用品が高かったのですが、今回は化粧品・トイレタリーが首位となりました。他にも食品など日用品関連業種の評価が高くなっています。一方、金融・保険、放送・エンターテインメントはこの3年間下位ですが、海外ではユニークな事例も見られてきています。

調査結果 V : 業種別順位とその傾向



JSBI : Japan Sustainable Brands Index

×「SDGs貢献イメージ得点」vs.「SDGs評価得点」

業種	企業数	SDGs貢献 イメージ得点 平均得点		SDGs 評価得点 平均得点	得点差	JSBI2022 平均得点
精密機器・事務用品	18	50.12	>	49.43	0.69	99.54
流通・小売業	22	50.73	>	50.08	0.66	100.81
自動車・関連品	18	50.25	>	49.70	0.55	99.95
食品	21	51.22	>	50.71	0.51	101.93
化粧品・トイレタリー	17	51.29	≒	50.84	0.44	102.13
ファッション・アクセサリー	17	50.22	≒	49.81	0.42	100.03
家電・A V 機器	12	50.86	≒	50.49	0.37	101.35
運輸・交通・レジャー	25	49.54	≒	49.38	0.17	98.92
素材・化学・機械	24	50.60	≒	50.46	0.14	101.05
飲料・嗜好品	15	50.22	≒	50.12	0.10	100.34

業種	企業数	SDGs貢献 イメージ得点 平均得点		SDGs 評価得点 平均得点	得点差	JSBI2022 平均得点
薬品・医療用品	12	50.96	≒	51.14	0.18	102.10
外食・各種サービス	12	49.65	≒	49.89	0.25	99.54
専門サービス	6	49.08	≒	49.52	0.44	98.60
金融・保険	21	47.63	≒	48.10	0.46	95.73
エネルギー	11	50.58	<	51.15	0.58	101.73
IT・情報・通信	17	49.26	<	49.93	0.67	99.19
出版・教育、広告、印刷	7	48.22	<	49.04	0.83	97.26
放送・エンターテインメント	12	48.05	<	49.11	1.06	97.16
不動産・建設・住宅設備	19	49.97	<	51.12	1.15	101.10

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果 V : 業種別順位とその傾向



JSBI : Japan Sustainable Brands Index

×「SDGs貢献イメージ得点」vs.「SDGs評価得点」

「SDGs評価得点」より
「SDGs貢献イメージ得点」が高い業種

精密機器・事務用品、自動車・関連品

SDGs評価得点が50点より低いため、JSBIが100点を切っており、この改善が望めます。

流通・小売業、食品

SDGs評価得点も50点を上回って良好です。

小売店頭やCM、パブリシティなどでサステナビリティのイメージが形成されていると思われます。

「SDGs貢献イメージ得点」より
「SDGs評価得点」が高い業種

不動産・建設・住宅設備、エネルギー

SDGs貢献イメージを上げると業種の評価はさらに良くなります。

放送・エンターテインメント

出版+教育、広告、印刷、IT・情報・通信

SDGs貢献イメージ得点も低く、JSBIが100点を切っており、この改善が望めます。

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

1. 化粧品・トイレタリー（17社）

17社中12社のJSBI得点が100点を超え、業種のJSBI得点
平均値は102.13点と全体で最も高くなりました（昨年は3位）。
また、SDGs貢献イメージ得点平均値は51.29点と全業種におい
てトップ、SDGs評価得点の平均値は50.84点と全業種において
4位となりました。

化粧品業界の5社はいずれもJSBI得点が100点に届かず、化粧
品業界に比べてトイレタリー業界の企業のJSBI評価が相対的に
高いという傾向が今年も見られました。

トイレタリー業界の12社のうち11社がJSBIランキングトップ100
（全体的上位1/3）にランクインしています。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	王子ネピア *ネピア他	106.96	4
2	P & G (プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	104.79	16
3	日本製紙クレシア *クリネックス・スコティ他	104.51	19
4	ライオン(LION)	103.81	31
5	ファンケル(FANCL)	103.70	33

平均値	102.13	
最高値	106.96	4
最低値	97.44	240
業種内ギャップ（最高値-最低値）	9.52	

SDGs貢献イメージ得点

SDGs評価得点

51.29

≡

50.84

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≡ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

2. 薬品・医療用品 (12社)

12社のうち11社においてJSBI得点が100点を超え、業種のJSBI平均値は102.10点と、19業種の中で2番目でした。上位11社は全体順位で150位以内にランクインしています。

業種内ギャップの値は7.90と低めで、業種内にバラツキがないことを示しています。

また、SDGs評価得点（51.14点）は全体の2位、SDGs貢献イメージ得点（50.96点）は全体の3位と、バランスが取れた業種でもあります。

業種内の順位も昨年と変動がなく、安定的に総じて高い評価を得ているといえます。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	ユニ・チャーム(unicharm)	105.65	8
2	大塚製薬(Otsuka)	104.03	28
3	武田薬品工業	103.02	49
4	テルモ	102.56	62
5	小林製薬	102.51	64

平均値	102.10	
最高値	105.65	8
最低値	97.75	229
業種内ギャップ（最高値-最低値）	7.90	

SDGs貢献イメージ得点

SDGs評価得点

50.96

≡

51.14

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≡ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

3. 食品 (21社)

21社のうち、17社がJSBI得点で100点以上を獲得し、業種としてのJSBI得点平均値も101.93点を獲得し、昨年からワンランクアップとなる全体として3番目の水準でした。対象となる企業が21社ある中で、業種内ギャップの値は8.97と高くなく、業種内でのバラツキが大きいといえます。

SDGs評価得点の業種平均値は50.71点（昨年50.68点）、同SDGs貢献イメージ得点は51.22点（昨年51.13点）でした。昨年と比較して、SDGs評価得点とSDGs貢献イメージ得点の差が開いています。

21社のうち16社においてSDGs評価得点よりSDGs貢献イメージ得点が高いという結果になりました。これらの企業においては、生活者からSDGsのイメージが認められたと評価できます。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	森永乳業(morinaga)	105.62	9
2	味の素(AJINOMOTO)	104.36	21
3	ハウス食品(House)	104.36	22
4	山崎製パン	103.67	34
5	ヤクルト本社(Yakult)	103.57	35

平均値	101.93	
最高値	105.62	9
最低値	96.64	258
業種内ギャップ（最高値-最低値）	8.97	

SDGs貢献イメージ得点

51.22

>

SDGs評価得点

50.71

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果 V : 業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

4. エネルギー (11社)

対象となる11社のうち、10社が100点以上を獲得し、業種としてのJSBIの平均値は101.73点となりました。これは全業種の中で4番目の水準です。

業種内ギャップが4.24と全業種中最も低く、この業種の企業に対する評価のバラツキが小さいことがわかります。

SDGs評価得点の業種平均値は51.15点で、昨年に引き続き全業種のトップでした。一方、SDGs貢献イメージ得点は50.58点と全業種中7位となりました。

昨年と比較して、業種としての順位は下がりましたが（昨年は2位）、SDGs貢献イメージ得点の順位は上がっています（昨年は11位）。この業種の企業の多くが、安定的に高い評価を得られていると言えるでしょう。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	東京ガス(TOKYO GAS)	104.21	24
2	ENEOS	103.73	32
3	岩谷産業(Iwatani)	103.17	43
4	Looop(Looopでんき)	102.15	79
5	関西電力	102.02	88

平均値	101.73	
最高値	104.21	24
最低値	99.97	159
業種内ギャップ（最高値-最低値）	4.24	

SDGs貢献イメージ得点

50.58

<

SDGs評価得点

51.15

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果 V : 業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

5. 家電・A V機器 (12社)

12社中9社のJSBI得点が100点を超えました。業種としてのJSBI得点平均値は101.35点と全体の5番目の水準です。

業種内ギャップの値が5.42と低く、昨年に引き続き、この業種のすべての企業が200位以上にランキングしました。JSBIの高い業種であるといえます。

個別の企業について昨年の調査と比較してみると、約40位程度ランクアップした企業が1社、30位程度ランクダウンした企業が2社ある他は落ち着いており、12社中9社は約10位程度以内の変化しかありませんでした。

他の業種と比較して低い評価ではありませんが、マンネリを打破する次の一手に期待します。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	日立製作所(HITACHI)	104.59	18
2	アイリスオーヤマ	103.88	30
3	ダイキン工業(DAIKIN)	103.57	36
4	パナソニック(Panasonic)	103.46	38
5	ソニー(SONY)	100.77	135

平均値	101.35	
最高値	104.59	18
最低値	99.16	192
業種内ギャップ (最高値-最低値)	5.42	

SDGs貢献イメージ得点

50.86

÷

SDGs評価得点

50.49

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ÷ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

6. 不動産・建設・住宅設備 (19社)

昨年と同様に、19社のうち13社がJSBI得点で100点以上を獲得しました。業種としてのJSBI得点平均値は101.10点となり、昨年から2ランクアップの6位という結果でした。

業種内ギャップの値が11.90と高めで、業種内に評価のバラツキがあることがわかります。

今回もこれまでと同様に、住宅設備業界は総じて高い評価を得た一方で、デベロッパーや不動産業界の評価は芳しくないという傾向が見られました。

19社中17の企業において、SDGs貢献イメージ得点よりもSDGs評価得点の方が高いという結果となりました。具体的なサステナビリティ活動を消費者に認知してもらえているといえます。サステナブル・マーケティングやサステナブル・コミュニケーションに注力することにより、SDGsの総合的なイメージアップが期待されます。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	住友林業	107.18	3
2	TOTO	104.83	14
3	リクシル(LIXIL)	103.39	41
4	旭化成ホームズ(ヘーベルハウス)	102.82	56
5	U R 都市機構 *UR賃貸住宅	102.65	60

平均値	101.10	
最高値	107.18	3
最低値	95.28	283
業種内ギャップ(最高値-最低値)	11.90	

SDGs貢献イメージ得点

SDGs評価得点

49.97

<

51.12

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

7. 素材・化学・機械 (24社)

24社中18社がJSBI得点100点以上を獲得しました。業種としてのJSBI得点平均値は、101.34点で、全業種で7位です。

昨年（5位）と比べて、業種としてのランキングが低下傾向にあります。

個別の企業の結果を見ても、24社中15社において、昨年度よりもJSBI順位が下がっています。

一方で、JSBI順位が40位以上上がった企業が1社、同30位以上が1社、20位以上が2社あったことは明るい兆しといえるでしょう。これら4社においては、SDGs貢献イメージ得点、SDGs評価得点ともに上昇しました。

消費者の生活からは少し離れた業種だけに、難しい点も多いと考えられますが、これをいかに乗り越えていくか、今後に期待がもてます。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	旭化成(AsahiKASEI)	105.06	12
2	クボタ(Kubota)	104.25	23
3	住友化学	103.15	44
4	三菱重工業	102.99	50
5	積水化学工業(SEKISUI)	102.94	51

平均値	101.05	
最高値	105.06	12
最低値	93.88	296
業種内ギャップ（最高値-最低値）	11.18	

SDGs貢献イメージ得点

50.60

SDGs評価得点

50.46

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

8. 流通・小売業 (22社)

22社のうち11社がJSBI得点で100点以上を獲得し、業種のJSBI得点平均値は100.81点、全業種の中で7位となりました。

全体順位トップテンに入る企業が2社ある一方で、最下位の企業は299位であり、業種内ギャップの値は16.45と大きいことから、評価に大きなバラツキがあることがわかります。

全19業種の中で、昨年度調査と比較した場合のSDGs評価得点の下がり幅はこの業種が最大の値でした。個別の企業を見ても、22社のうち16社においてSDGs評価得点が下がったという結果が出ています。また、昨年度よりもJSBI順位が下がった企業は14社に及びました。

一部の企業においては、40位程度ランクアップした事例もありましたが、この業種全体の傾向としては、今一度、SDGsの具体的な取り組みについて周知を工夫するタイミングであるといえます。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	良品計画(無印良品)	110.09	1
2	セブン&アイ・ホールディングス *イトーヨーカ堂他	106.06	7
3	イオン(AEON)	105.22	11
4	楽天グループ	104.82	15
5	アマゾンジャパン(amazon)	102.40	67

平均値	100.81	
最高値	110.09	1
最低値	93.63	299
業種内ギャップ (最高値-最低値)	16.45	

SDGs貢献イメージ得点

50.73

>

SDGs評価得点

50.08

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

9. 飲料・嗜好品 (15社)

15社中7社がJSBI得点で100点を超えました。業種のJSBI得点平均値は100.34点で全業種内9位となり、昨年よりワンランクアップしました。

これまでの調査と同様に、たばこのような嗜好品を扱う企業は評価が芳しくありませんでした。

業種としての平均値を見ると、昨年度の調査とあまり変化がないように見えますが、個別の企業を見ると、大きな変化がありました。この業種の企業15社のうち、昨年度の調査と比較してJSBIの順位が20位以上変化した企業は5社、10位以上変化した企業は3社もありました。昨年度よりも76ランクアップした企業もありました。消費者にとって身近な消費財を扱っているだけに、企業の動向がダイレクトに伝わり易いと推測されます。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	味の素 A G F *ブレンディ他	106.32	5
2	サントリー(SUNTORY)	104.46	20
3	麒麟ビール(KIRIN)	103.43	40
4	日本コカ・コーラ	103.14	45
5	ネスレ(Nestle)*ネスカフェ・キットカット他	102.05	87

平均値	100.34	
最高値	106.32	5
最低値	96.65	257
業種内ギャップ（最高値-最低値）	9.67	

SDGs貢献イメージ得点

50.22

SDGs評価得点

50.12

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

10. ファッション・アクセサリー (17社)

17社中8社がJSBI得点で100点以上を獲得しました。業種のJSBI得点平均値は100.03となり全業種の中で10位とちょうど真ん中に位置しています。

この業種の11社の企業において、SDGs評価得点よりもSDGs貢献イメージ得点が高いという結果が示されました。業種内の上位7社にもこの傾向が見られます。

昨年と比較すると、業種全体の平均点および順位が少し下がっています。

また、アウトドア系のファッションブランドが依然として高い評価を得ています。しかしながら、この分野のいずれの企業においても、SDGs貢献イメージ得点が昨年度調査と比較して下がっています。イメージ先行型であったところが一旦落ち着き、実践的な取り組みが伝わっているか否かで結果が分かれたといえます。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	モンベル(mont-bell)	104.97	13
2	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	103.93	29
3	ワークマン(WORKMAN)	101.98	90
4	パタゴニア(patagonia)	101.91	93
5	ゴールドウイン *ザ・ノース・フェイス他	101.48	111

平均値	100.03	
最高値	104.97	13
最低値	95.62	276
業種内ギャップ（最高値-最低値）	9.35	

SDGs貢献イメージ得点

50.22

SDGs評価得点

49.81

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

11. 自動車・関連品 (18社)

この業種の18社のうち、8社がJSBI得点で100点以上を獲得し、7社が100位以内にランクインしました。

一方で、業種内ギャップが15.10と全体の2番目に高く、評価にバラツキがあることが分かります。

ほとんどの日本車メーカーは好位置につけ、関連品が続き、ラグジュアリーなイメージのある外国車メーカーは苦戦しているという状況です。

高評価を得た日本車メーカー（業種内上位7社）においてはSDGs評価得点よりもSDGs貢献イメージの方が高いという結果となった一方、ラグジュアリーなイメージのある外国車メーカーにおいては、SDGs貢献イメージ得点よりもSDGs評価得点の方が高い傾向がしめされました。後者のような企業においては、サステナブル・マーケティング／コミュニケーションへの取り組みが必要といえるでしょう。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	トヨタ自動車(TOYOTA)	109.68	2
2	日産自動車(NISSAN)	104.07	27
3	スズキ(SUZUKI)	103.03	48
4	テスラ(Tesla)	102.33	70
5	スバル(SUBARU)	102.24	74

平均値	99.95	
最高値	109.68	2
最低値	94.58	290
業種内ギャップ（最高値-最低値）	15.10	

SDGs貢献イメージ得点

50.25

>

SDGs評価得点

49.70

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果 V : 業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

12. 精密機器・事務用品 (18社)

この業種の18社のうち、7社がJSBI得点で100点以上となり、それらの企業は150位以内にランクインしました。業種としてのランクは昨年（13位）より上がりましたが、JSBI得点の平均値は99.54点と今年も全体の平均点を少し下回る結果となりました。

SDGs評価得点よりもSDGs貢献イメージ得点の方が高いという傾向が、この業種の企業の8割以上にあたる15社において見受けられます。これらの企業では、SDGsの具体的な実践について伝えていくことが必要といえます。

さて、アップルジャパンはなぜ強いのでしょうか。この業種の他の企業と比べて、貢献評価得点が高いのです。この業種の18社の中で、イメージ得点の順位が2桁の企業が5社あるのに対し、貢献評価得点の順位が2桁順位となるのはアップルジャパンのみです。SDGsの具体的な取り組みが伝わっていることが、アップルジャパンの高評価の理由と言えるでしょう。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	アップルジャパン(Apple)	104.76	17
2	富士フイルム(FUJIFILM)	102.59	61
3	N E C (日本電気)	101.75	101
4	オムロン(OMRON)	101.25	120
5	コクヨ(KOKUYO)	101.17	124

平均値	99.54	
最高値	104.76	17
最低値	96.11	269
業種内ギャップ（最高値-最低値）	8.64	

SDGs貢献イメージ得点

50.12

>

SDGs評価得点

49.43

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果 V : 業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

13. 外食・各種サービス (12社)

昨年の調査と同様に、この業種の12社のうち、JSBI得点が100点を超えたのは4社に留まりました。業種としてのランクは昨年よりワンランクアップしています。

個別の企業について昨年度の調査と比較してみると、JSBI順位について、12社中7社がランクアップしており、また20位以上順位が下がった企業は1社もありませんでした。

昨年度調査からの躍進という観点において特筆すべきは、モスフードサービスの貢献イメージ得点が大きく上昇したことです。貢献イメージ得点の順位で100位のランクアップで、これは全企業において2番目の上昇率となりました。

スターバックスジャパンは今年も高評価でした。スターバックスジャパンはサステナブル・マーケティングの好事例として昨年度の速報で紹介しました。この業種の企業のうち、今年度の上位3社はいずれもSDGs評価得点よりSDGsイメージ得点の方が高いという結果が出ています。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	106.20	6
2	ダスキン(DUSKIN) *衛生サービス	104.12	26
3	モスフードサービス(モスバーガー)	102.25	73
4	日本マクドナルド	101.88	95
5	サイゼリア	99.74	168

平均値	99.54	
最高値	106.20	6
最低値	94.46	291
業種内ギャップ (最高値-最低値)	11.74	

SDGs貢献イメージ得点

49.65

÷

SDGs評価得点

49.89

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果 V : 業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

14. IT・情報・通信 (17社)

17社のうちJSBI得点が100点を超えたのは6社に留まり、昨年の調査より2ランクダウンした14番目の水準となりました。

業種最高位が46位となり、業種内では上位に位置する企業が評価を下げています。このため、業種内ギャップは7.25となり、昨年（10.25）は大きかったバラツキが縮まったといえます。

総じて評価が芳しくない状況にあります。

昨年の調査と比較して、SDGs貢献イメージ得点の評価が大きく下がりました。今回の調査では17社中14社において、SDGs貢献イメージ得点よりもSDGs評価得点の方が高いという傾向が示されています。

SDGs活動を推進するために、IT・情報・通信の分野は非常に重要です。SDGsの取り組みのために、この業種がどのような役割を担っているのかを消費者に分かり易く伝え、サステナブル・コミュニケーションにすると良いでしょう。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	グーグル(google)	103.14	46
2	N T Tデータ	102.12	82
3	アマゾン ウェブ サービス ジャパン(AWS) *クラウド・サービス	101.99	89
4	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ	101.19	123
5	日本マイクロソフト(Microsoft)	100.85	134

平均値	99.19	
最高値	103.14	46
最低値	95.89	273
業種内ギャップ（最高値-最低値）	7.25	

SDGs貢献イメージ得点

SDGs評価得点

49.26

<

49.93

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

15. 運輸・交通・レジャー(25社)

JSBI得点平均値は98.92点となり、昨年同様に全体で15番目の水準となりました。JSBI得点が100点を超える企業は11社となり、昨年（7社）よりも増加しました。

昨年の調査と比較して、順位が大きく（20位以上）変動した企業が多く見受けられます。新型コロナウイルスの影響を大きく受けた業種であるだけに、消費者の生活様式が激変する中で、改めて見直される機会が多かったのではないかと推測されます。

相対的に旅行業界（ツーリスト）の評価が芳しくない傾向が見受けられます。

新型コロナウイルスの終息が見込まれる中、この分野を取り巻く環境が落ち着くとともに、サステナブルな取り組みが増加していくと見込んでいます。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	西日本旅客鉄道(JR西日本)	104.16	25
2	全日本空輸(ANA)	103.57	37
3	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	103.12	47
4	東日本高速道路(NEXCO東日本)	102.66	58
5	商船三井	102.52	63
平均値		98.92	
最高値		104.16	25
最低値		93.12	302
業種内ギャップ（最高値-最低値）		11.05	

SDGs貢献イメージ得点

49.54

÷

SDGs評価得点

49.38

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ÷ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

16. 専門サービス (6社)

昨年と同様に、6社のうち1社を除くすべての企業においてJSBI得点が100未満となりました。この業種のJSBI得点の平均値は98.60点と大きく平均値を下回り、業種全体として16番目の水準となりました。

総じて評価が芳しくないという結果になりましたが、昨年（97.99点）と比べると若干ながらJSBI得点が上がっていることは良い兆しかもしれません。

対象企業が最も少ない6社であることもありますが、業種内ギャップの値は4.25と全業種の中で2番目に小さく、業種の中で評価にバラツキがありません。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	PwC Japanグループ	100.70	137
2	EY Japan	99.82	163
3	KPMG ジャパン	99.38	186
4			
5			

平均値	98.60	
最高値	100.70	137
最低値	96.45	262
業種内ギャップ（最高値-最低値）	4.25	

SDGs貢献イメージ得点

SDGs評価得点

49.08

÷

49.52

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ÷ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

17. 出版+教育、広告、印刷 (7社)

業種内最高値が100.15点、全体順位で151位と今回も芳しい結果ではありませんでした。

しかしながら、昨年はJSBI得点が100点を超える企業がありましたが、今回の調査では7社中2社が100点を超え、業種としての平均値や順位が上がりました。

対象となる企業の数が少ないため、業種としての傾向を図りにくいところではありますが、SDGs貢献イメージ得点に比べてSDGs評価得点の方が高いという結果がでました。今後はサステナブル・マーケティング、およびサステナブル・コミュニケーションに一層の注力が求められるでしょう。

印刷業界は評価の上昇傾向が見られましたが、今回の調査においても、これまでと同様に広告業界が苦戦している傾向が見られました。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	ベネッセホールディングス(Benesse)	100.15	151
2	凸版印刷	100.15	152
3	学研ホールディングス(Gakken)	99.37	188
4	大日本印刷	97.10	251
5	博報堂	96.75	256

平均値	97.26	
最高値	100.15	151
最低値	91.26	305
業種内ギャップ（最高値-最低値）	8.89	

SDGs貢献イメージ得点

48.22

<

SDGs評価得点

49.04

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果 V : 業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

18. 放送・エンターテインメント (12社)

12社のうちJSBI得点が100点を超えたのは3社にとどまりました。業種内ギャップが13.81と大変高いように見えますが、業種内最高位の企業が全体順位で10位、次点の企業が78位であることから、最高位の企業だけが突出していることを考慮すると、実質的なバラツキは業種内ギャップの数値で表されているより低く、この業種の評価が概ね芳しくないことが分かります。

昨年の調査と比較して、業種としてのSDGs評価得点は高くなった一方で、SDGs貢献イメージ得点は低くなり、その差が大きくなりました。残念ながら消費者から「SDGsに貢献していそうだ」と思ってもらえていない可能性があります。総合的なイメージを抱かせることができるように、サステナブル・マーケティングに注力しましょう。

これまでと同様に放送業界が苦戦しています。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	ウォルト・ディズニー・ジャパン	105.35	10
2	任天堂	102.16	78
3	ソニー・インタラクティブエンタテインメント (PlayStation)	101.26	118
4	LEGO	97.66	235
5			

平均値	97.16	
最高値	105.35	10
最低値	91.54	304
業種内ギャップ（最高値-最低値）	13.81	

SDGs貢献イメージ得点

SDGs評価得点

48.05

<

49.11

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下

調査結果Ⅴ：業種内ランキングとその傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

金融・保険（21社）

これまでの調査と同様に、業種全体として評価が芳しくありませんでした。最高位は160位で、最高位の企業の得点が100点に届きませんでした。SDGs評価得点・SDGs貢献イメージ得点・JSBI得点のにおいて、全業種の中で最下位となりました。

業種全体の傾向として、未だSDGsとの結びつきを見出すのが難しい状況ですが、今後の伸びしろに期待するところです。

業種内の傾向として、今回の調査では損害保険業界の企業が少しずつ評価を上げてきていることが分かりました。一方で、クレジットカード業界は下降気味、生命保険業界の中には順位を上げた企業もありましたが、全体としては大きな変化がありませんでした。金融業界が相対的に下位であるという状況が依然として続いています。

	企業名	JSBI2022 得点	全体 順位
1	損害保険ジャパン(SOMPO)	99.91	160
2	東京海上日動	99.00	199
3	VISA(VISA Card)	98.70	206
4	ジェーシービー(JCB Card)	98.33	217
5	オリックス(ORIX)	97.66	234

平均値	95.73	
最高値	99.91	160
最低値	90.65	306
業種内ギャップ（最高値-最低値）	9.26	

SDGs貢献イメージ得点

SDGs評価得点

47.63

<

48.10

※ <> : 得点差1.5pt.以上 <> : 得点差0.5pt.~1.5pt. ≒ : 得点差0.5pt.以下



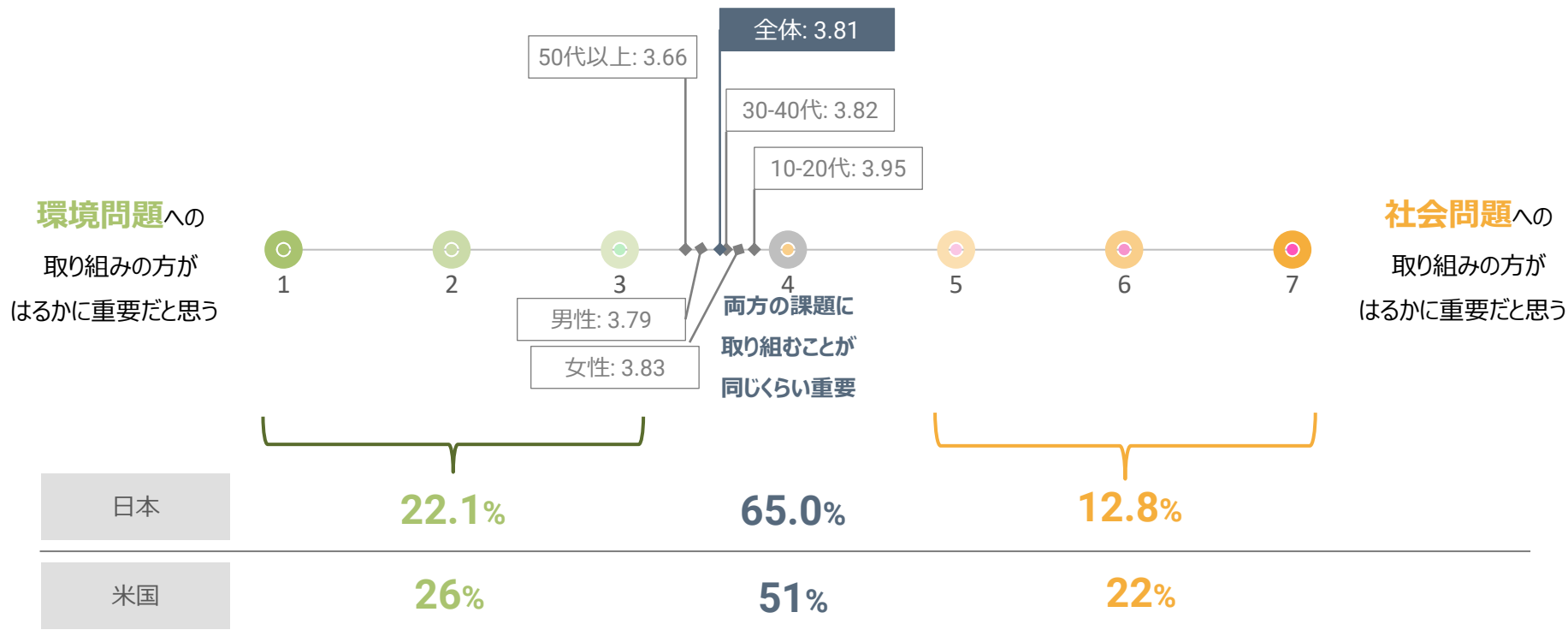
Appendix: Socio Culture Trend Tracker 2022



Socio Culture Trend Trackerでは、
サステナビリティに対する生活者の価値観、行動を評価し、その間にあるギャップを測定します。
意識と行動をつなぐ鍵が、Brands for Goodで定義した 9つのサステナブル・アクションです。

Appendix: 環境問題と社会問題、どちらを優先するか

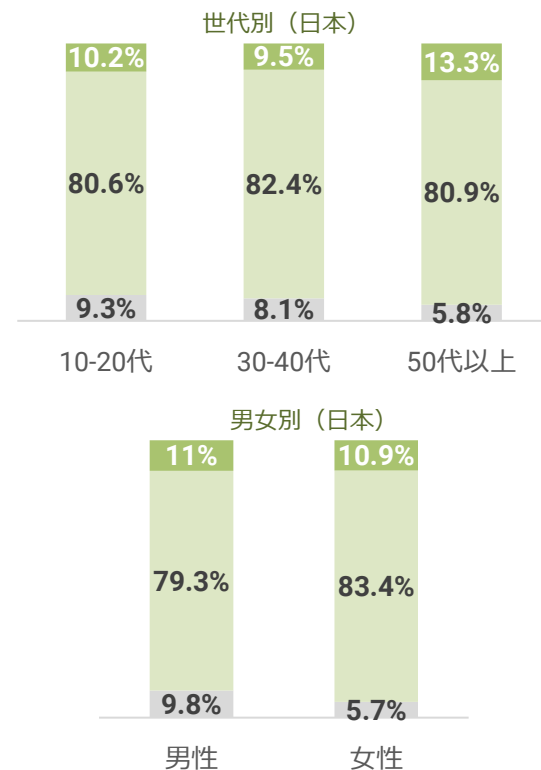
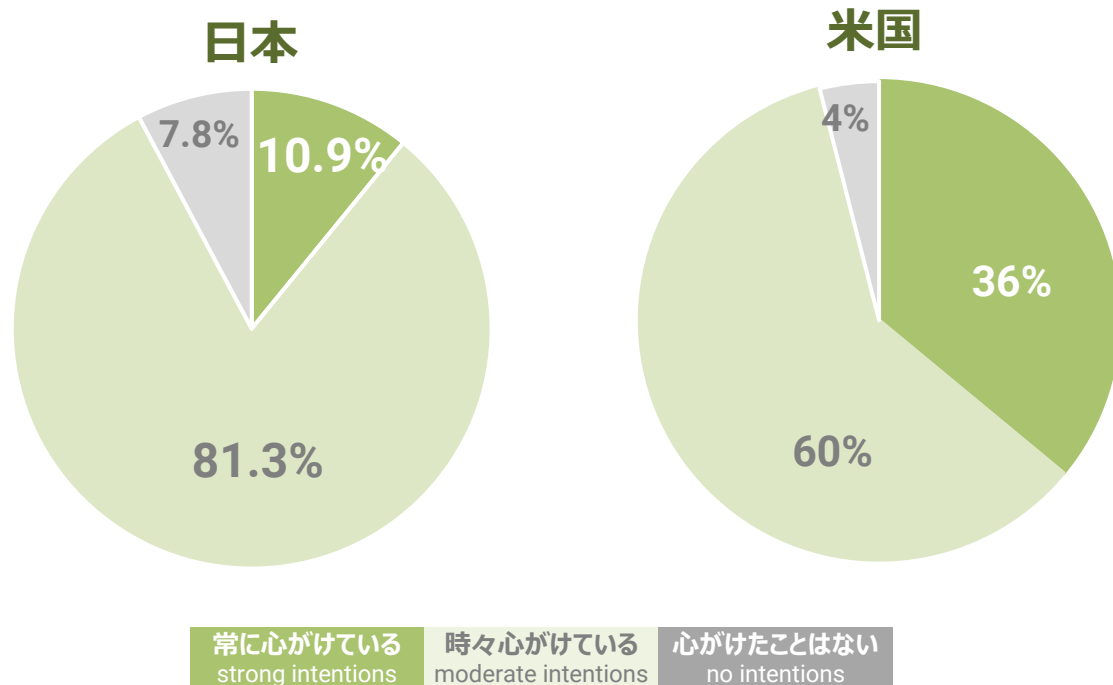
Socio Culture Trend Tracker 2022



Q 気候変動や汚染などの環境問題と人種や男女の不平等などの社会問題について、どちらが社会が取り組むべき重要な課題だと思いますか？ 両方の課題に取り組むことが、同じくらい重要／環境問題への取り組みの方がはるかに重要／社会問題への取り組みの方がはるかに重要
n=15,300

Appendix: 持続可能な取り組みに関する行動

Socio Culture Trend Tracker 2022



Q地球、人々、資源を守るための行動をどの程度心がけているか、教えてください。

n=15,300 Strong intentions (T2B): 1,677, Moderate intentions (M3B): 12,439, No intentions (B2B): 1,184

Q: Please rate how often you try to behave in ways that protect the planet, its people and its resources. Base: 3005, Strong intentions (T2B): 1089, Moderate intentions (M3B): 1782, No intentions (B2B): 134

ブランドと生活者が一緒にできる、 最もインパクトのある9つのサステナブル・アクション



THE 9 MOST IMPACTFUL SUSTAINABLE BEHAVIORS

気候変動への対応 ADDRESS CLIMATE CRISIS



野菜中心の食習慣を EAT MORE PLANTS

植物由来の食品を中心とした食生活を送る
Eat mostly plant-based foods

くらしの中での資源保持 PRESERVE RESOURCES FOR LIFE



水と食品廃棄を減らす REDUCE WATER + FOOD WASTE

水や食品廃棄を最小限に抑える
Minimize water or food waste

しなやかで多様な社会の促進 FOSTER RESILIENT SOCIETIES



女性活躍の支援 SUPPORT WOMEN & GIRLS

女性が主体となって行うビジネスをサポートする
商品や活動を応援する
Support causes and products that support women and girls, that includes purchasing from women-owned businesses



再生可能エネルギーを選ぶ BE ENERGY SMART

可能な限りエネルギーを節約し、
再生可能エネルギーを使用する
Conserve energy and use renewable energy sources
where possible



より循環型に GO CIRCULAR

可能な限りリサイクルに努め、リサイクル素材を使用し
た製品を選択する
Recycle or choose products made with recycled content
whenever possible



公平さと機会の拡大 EXPAND EQUITY & OPPORTUNITY

インクルーシブかつ公平なスタンス、行動、
製品を提供するブランドを支持する
Support brands offering inclusive and equitable products, policies
and practices



長く使うことを前提に THINK DURABLE

使い捨てを減らし、長く繰り返し利用可能な製品を選ぶ
Purchase durable, reusable products or use fewer
disposable ones



自然に優しいものを選ぶ CHOOSE NATURE FRIENDLY

環境や生物多様性を配慮した製品を選ぶ
Choose nature friendly products that protect habitats and
biodiversity

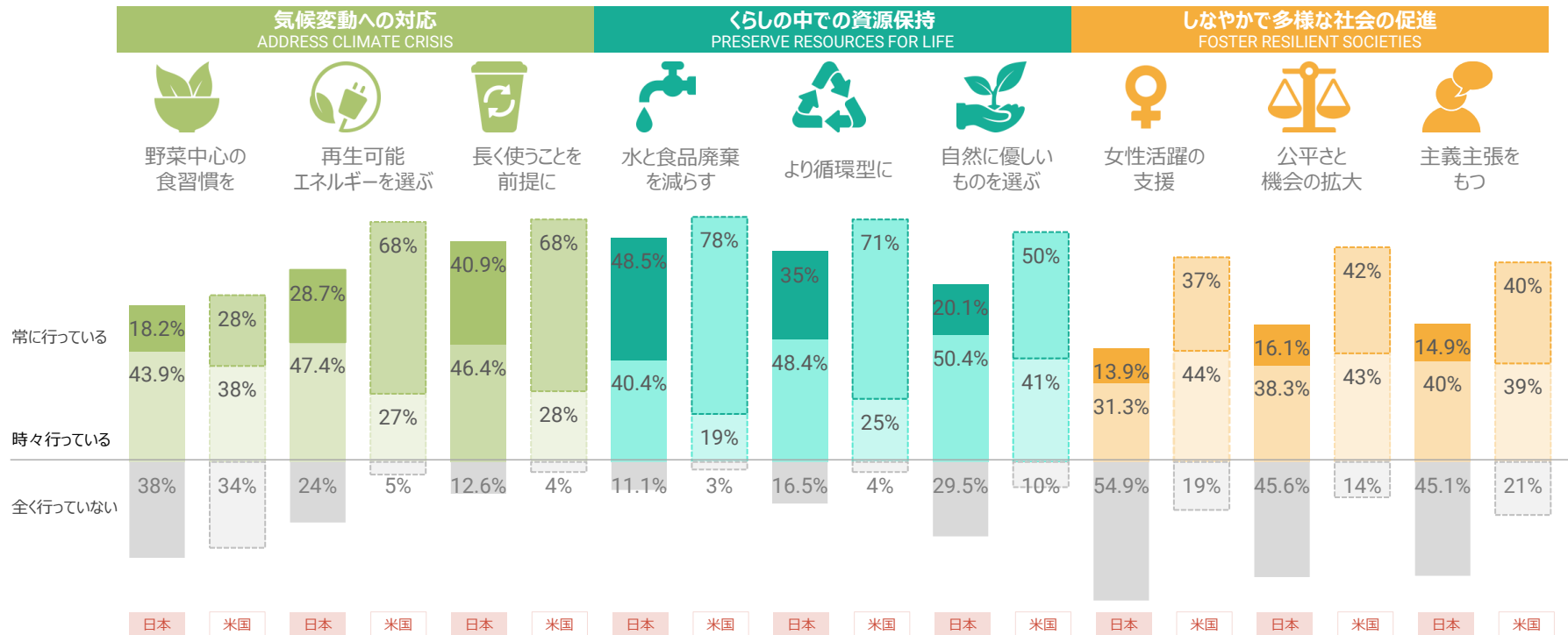


主義主張をもつ SHOW UP

意思を持って活動に積極的に参加し、持続可能な生
活を支援する企業の製品を購入し、支持を表明する
Actively participate in organizations, buy from companies that
support sustainable living, and vote

Appendix: 過去1年に行ったサステナブル・アクション (日米比較)

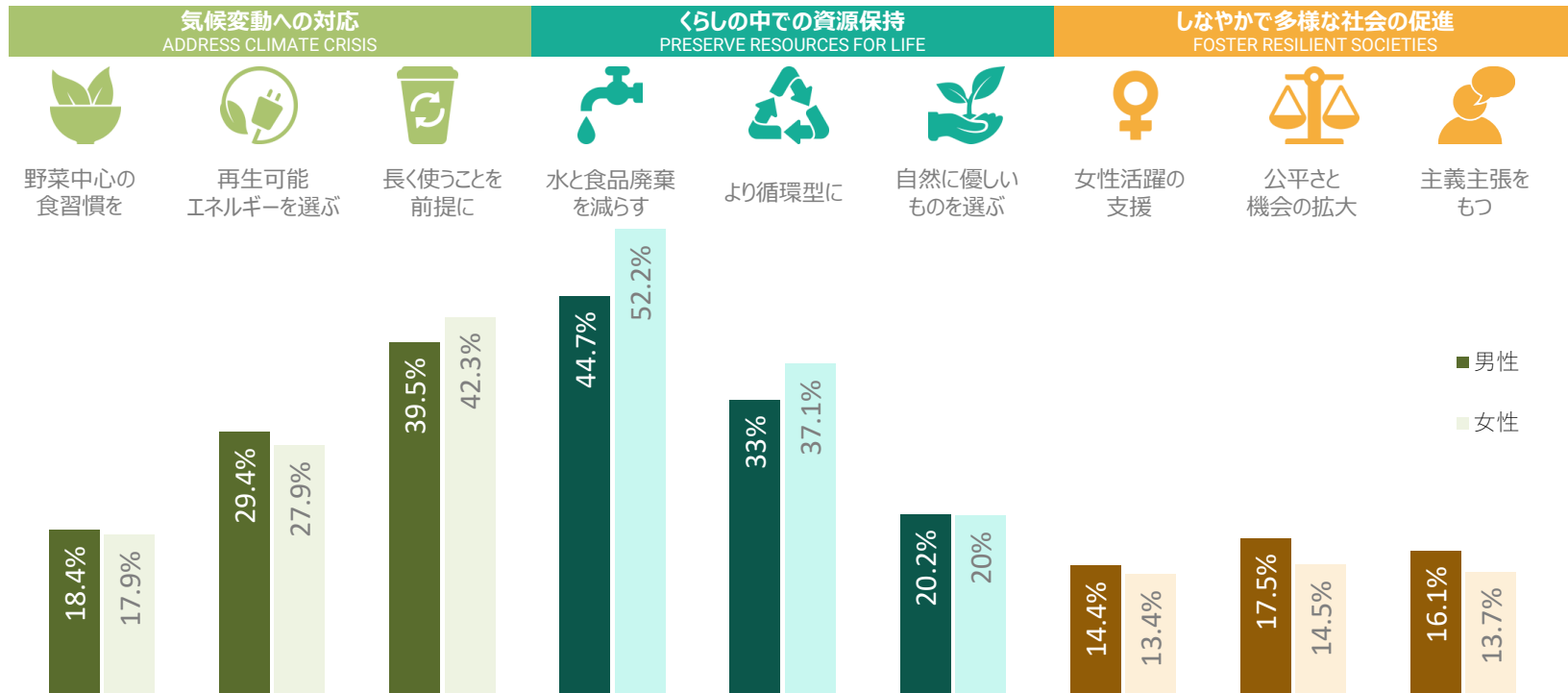
Socio Culture Trend Tracker 2022



Q過去12か月の間に、どのくらいの頻度で 次の行動をとったか教えてください。
n=15,300

Appendix: 過去1年に行ったサステナブル・アクション (男女別)

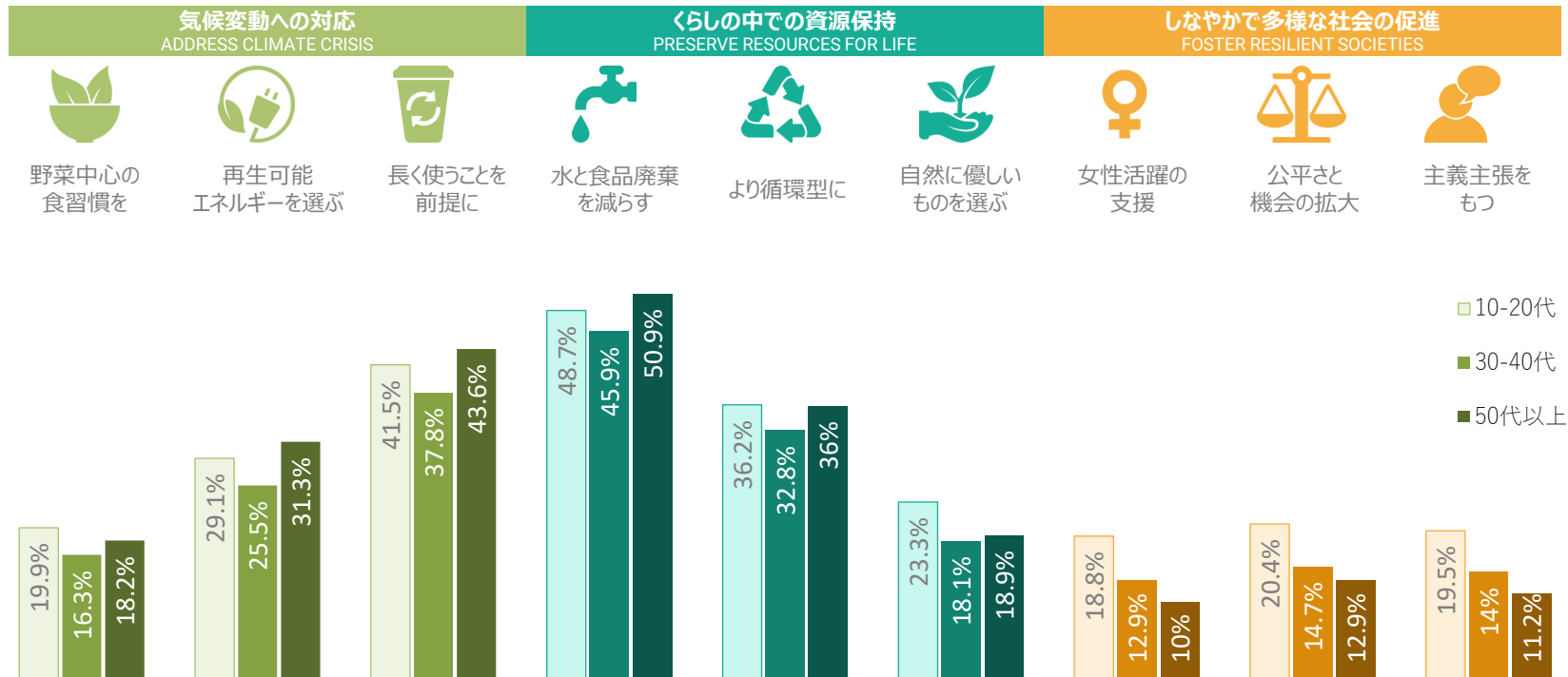
常に行っている & 行っていた



Q過去12か月の間に、どのくらいの頻度で 次の行動をとったか教えてください。
n=15,300 T2B

Appendix: 過去1年に行ったサステナブル・アクション (世代別)

常に行っている＆行っていた



Q過去12か月の間に、どのくらいの頻度で 次の行動をとったか教えてください。
n=15,300 Strong intentions (T2B):

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

SDGs重要度は過去3年間に於いて全体としてやや下がってきている傾向にあります。ただし教育、ジェンダー、不平等是正といった社会的指標においては数値の絶対値としては低いものの上昇傾向が見られます（調査結果Ⅰ）。

多くの業種が3.健康、8.経済成長と雇用で高い評価得点を得ています。生活者は、7.エネルギーや11.レジリエントな都市、そして16.平和に関心を寄せているのに、これに込んでいる業種はわずかしか無いということがわかります（調査結果Ⅱ）。

JSBIのランキングについては、一般的に広く認知された企業だけではなく、サステナビリティの評価の高い企業がランキングされていることが特徴です。（調査結果Ⅲ）。

「SDGs貢献イメージ得点」>「SDGs評価得点」の企業は、サステナブル・マーケティングやプロモーションが必要です。「SDGs評価得点」>「SDGs貢献イメージ得点」の企業は、SDGsの具体的実践を伝えていく工夫が重要です。なお「SDGs評価得点」>「SDGs貢献イメージ得点」の差が大きい企業には、JSBIが100点を下回り、SDGs貢献イメージ得点が大きく毀損している企業が多い傾向にありました（調査結果Ⅳ）。

業種別の傾向として コロナ禍では素材・化学・機械や薬品・医療用品が高かったのですが、今回は化粧品・トイレタリーが首位となりました。他にも食品など日用品関連業種の評価が高くなっています。一方、金融・保険、放送・エンターテインメントはこの3年間下位のままです。（調査結果Ⅴ）。

今回は、調査企業数を306社に限定しました。3回目の調査を経て、ある程度、信頼できる指標となってきたようで、常に高い評価を得ている企業、その評価を得るのに苦労されている企業、妥当な戦略によって正当な評価を得た企業と、様々な企業戦略の姿が見えてきております。今後も、調査対象社数を検討し、さらに調査手法を精査しながら、経年的に調査を続けることで、JSBIを皆様のサステナブル活動にとって有用な指標にして参ります。

また、今回はSDGsの認知度が89.0%と飽和状態に近い状態となってきました。ただし、その中身を見ると、昨年から2割の内容を知る人、4割強の内容をある程度知る人、2割の言葉だけを知っている人と、その割合に変化があまり見られません。2030年のSDGsを達成するためには、企業がSDGsに配慮した製品やサービスを生み出し、認知からさらなる行動変容へと導くことが求められます。

それぞれの企業が個々の経営資源を効率的・効果的に活用しながら、未来への方向性を見定め、生活者をサステナブルな暮らしに巻き込むことで、日本のサステナビリティを世界へと広げて頂けることを願っております。

今後とも皆様のご支援をよろしくお願い申し上げます。

個々の企業における結果については、

お問い合わせ先：

サステナブル ブランド ジャパン (info@sustainablebrands.jp)

調査対象企業一覧（五十音順 / 306社）



JSBI : Japan Sustainable Brands Index

アイリスオーヤマ	ウォルト・ディズニー・ジャパン	オリックス(ORIX)	KDDI(au)	シャープ(SHARP)	ソニー・インタラクティブエンタテインメント(PlayStation)
アウディ	内田洋行 *オフィス機器・家具他	オリンパス	KPMG ジャパン	商船三井	ソフトバンク(SoftBank)
旭化成(AsahiKASEI)	エイチ・アイ・エス(HIS)	貝印	ケリン・グループ *グッチ他	ジョンソン・エンド・ジョンソン	損害保険ジャパン(SOMPO)
旭化成ホームズ(ヘーベルハウス)	H&M	花王(Kao)	コーセー(KOSE)	すかいらーく *ガスト他	第一生命
アサヒビール(Asahi)	エーザイ(Eisai)	カゴメ(KAGOME)	ゴールドウイン *ザ・ノース・フェイス他	スズキ(SUZUKI)	タイガー魔法瓶
味の素(AJINOMOTO)	江崎グリコ	カシオ計算機(CASIO)	コクヨ(KOKUYO)	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	ダイキン工業(DAIKIN)
味の素 A G F *ブレندی他	S A P ジャパン	鹿島	コスモ石油	ステラマッカートニー	大成建設
アシックス(ASICS)	エスター	学研ホールディングス(Gakken)	コニカミルタ	スノーピーク(snow peak)	ダイセル
アスクル(ASKUL)	N E C (日本電気)	カネカ(kaneka)	小林製薬	スバル(SUBARU)	ダイソー
アストラゼネカ	NECネットエスアイ	カルビー(calbee)	小松製作所(KOMATSU)	住友化学	ダイソン(dyson)
UPDATER(みんな電力)	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ	川崎重工	コメダ(珈琲所コメダ珈琲店)	住友ゴム工業 *ダンロップ	大日本印刷
アップルジャパン(Apple)	N T T データ	関西電力	サイゼリア	住友生命保険	ダイハツ工業(Daihatsu)
アディダスジャパン(adidas)	N T T ドコモ(docomo)	かんぽ生命保険	佐川急便(SAGAWA)	住友林業	大和証券
アフラック生命(Aflac)	ENEOS	キーコーヒー	サッポロビール(SAPPORO)	生協(Co-op)	大和ハウス工業(Daiwa House)
アマゾン ウェブ サービス ジャパン(AWS) *クラウド・サービス	MHD モーエ・ヘネシー デビアジオ *モエ・エ・シャンドン他	キッコーマン	サラヤ	セイコー(SEIKO)	武田薬品工業
アマゾンジャパン(amazon)	LVMHグループ *ルイヴィトン他	キャノン(canon)	サンスター	セイコーエプソン(EPSON)	竹中工務店
EY Japan	王子ネピア *ネピア他	キュービー	サントリー(SUNTORY)	セールスフォース・ドットコム(salesforce)	ダスキン(DUSKIN) *衛生サービス
イオン(AEON)	王子ホールディングス	QVC	三和酒類 *いちいこ他	積水化学工業(SEKISUI)	中外製薬
イケア(IKEA)	大阪ガス	京セラ(KYOCERA)	JTB	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	ディー・エヌ・エー(DeNA)
出光昭和シェル	大塚製薬(Otsuka)	キリンビール(KIRIN)	ジェシービー(JCB Card)	セブン&アイ・ホールディングス *イトーヨーカ堂他	TBSテレビ
伊藤園(ITOEN)	大林組	近畿日本ツーリスト	JERA	セブン・イレブン・ジャパン(7-Eleven)	帝国ホテル
伊藤忠商事	オカムラ *オフィス機器・家具他	グーグル(google)	資生堂(SHISEIDO)	ゼンショーホールディングス *すき家・なか卯他	帝人(TEIJIN)
伊藤ハム	小田急電鉄(odakyu)	クボタ(Kubota)	シチズン時計(CITIZEN)	全日本空輸(ANA)	帝人フロンティア
イトーキ *オフィス機器・家具他	オムロン(OMRON)	クラレ	島津製作所	象印マホービン	テスラ(Tesla)
岩谷産業(Iwatani)	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	グンゼ(GUNZE)	清水建設	ソニー(SONY)	テルモ

調査対象企業一覧（五十音順 / 306社）



JSBI : Japan Sustainable Brands Index

テレビ朝日	日清紡ホールディングス(NISSHINBO)	野村證券	ブラザー工業 *ミシン・プリンター他	三菱ふそうトラック・バス	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)
デロイト トーマツ グループ	ニトリ	野村不動産	ブリヂストン(BRIDGESTONE)	三菱UFJ銀行(MUFG)	横河電機 *工業計器他
デンソー	日本アイ・ビー・エム(IBM)	パーソル *テンプスタッフ 他	プリンスホテル	三菱UFJ信託銀行	横浜ゴム(YOKOHAMA)
電通	日本航空(JAL)	ハウス食品(House)	ベネッセホールディングス(Benesse)	村田製作所(muRata)	吉野家
東海旅客鉄道(JR東海)	日本コカ・コーラ	博報堂	ポーラ(POLA)	明治(meiji)	古本興業
東急電鉄(TOKYU)	日本水産(ニッスイ)	パナ	星野リゾート	明治安田生命保険	ライオン(LION)
東京海上日動	日本製紙	パタゴニア(patagonia)	堀場製作所 *計測機器	Meta(Facebook)	ライフフル(LIFULL)
東京ガス(TOKYO GAS)	日本製紙クレシア *クリネックス・スコティ他	パナソニック(Panasonic)	ボルボ(VOLVO)	メルカリ(mercari)	LINE
東京地下鉄(東京メトロ)	日本製鉄	バンダイナムコエンターテインメント	ホンダ(HONDA)	メルセデス・ベンツ	楽天グループ
東京電力(TEPCO)	日本生命保険(NISSAY)	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	マツダ(MAZDA)	モスフードサービス(モスバーガー)	ラッシュジャパン(LUSH)
東芝(TOSHIBA)	日本たばこ産業(JT)	BASF	丸井グループ	森永製菓(MORINAGA)	リクシル(LIXIL)
東洋水産 *マルちゃん他	日本中央競馬会(JRA)	B MW	マルハニチロ	森永乳業(morinaga)	リクルートホールディングス
東レ(TORAY)	日本通運	PwC Japanグループ	ミズノ(mizuno)	森ビル(MORI)	リコー(RICOH)
TOTO	日本ハム	東日本高速道路(NEXCO東日本)	みずほ銀行(MIZUHO)	モンベル(mont-bell)	良品計画(無印良品)
凸版印刷	日本放送協会(NHK)	東日本電信電話(NTT東日本)	三井住友海上(MS&AD)	ヤクルト本社(Yakult)	リンナイ(Rinnai)
ドールコーヒ	日本マイクロソフト(Microsoft)	東日本旅客鉄道(JR東日本)	三井住友銀行(SMBC)	ヤフー(YAHOO!)	Loop(Loopでんき)
トヨタ自動車(TOYOTA)	日本マクドナルド	VISA(VISA Card)	三井住友信託銀行	山崎製パン	LEGO
トリールホールディングス *丸亀製麺他	日本郵政(日本郵政グループ)	日立製作所(HITACHI)	三井物産	ヤマト運輸	ローソン(LAWSON)
トリンプ・インターナショナル(Triumph)	日本郵船	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	三井不動産	ヤマハ(YAMAHA) *楽器	ローテ製菓(ROHITO)
ナイキ(NIKE)	日本郵便	ファミリーマート(FamilyMart)	ミツカン(mizkan)	ヤンマー(YANMAR)	ワークマン(WORKMAN)
ニコン(Nikon)	日本旅行	ファンケル(FANCL)	三越伊勢丹ホールディングス	U R 都市機構 *UR賃貸住宅	YKK *ファスナー他
西日本旅客鉄道(JR西日本)	日本ロレアル(LOREAL)	フィリップモリス(Philip Morris)	三菱ケミカルホールディングス	ユー・エス・ジェイ(ユニバーサル・スタジオ・ジャパン)	YKK AP *アルミサッシ・窓 他
ニチレイ	任天堂	フジテレビジョン	三菱地所	UCC上島珈琲	ワコー(Wacoal)
日揮ホールディングス	ネスレ(Nestle)*ネスカフェ・キットカット他	フジパルグループ本社	三菱重工業	ゆうちょ銀行	ワタミグループ *和民・ワタミの宅食他
日産自動車(NISSAN)	Netflix	富士フィルム(FUJIFILM)	三菱商事	雪印メグミルク	
日清食品(NISSIN)	ノボルデイスファーマ	ブラックオプーボレーション	三菱電機(MITSUBISHI ELECTRIC)	ユニ・チャーム(unicharm)	

RESEARCH PROJECT TEAMS

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

調査実施者	: サステナブル・ブランド ジャパン（株式会社博展）
監修	: 青木茂樹（駒澤大学経営学部教授・サステナブル・ブランド国際会議 アカデミックプロデューサー）
調査設計	: 江戸克栄（県立広島大学大学院教授）
調査設計補佐	: 落原大治（法政大学大学院院生）
CSRアドバイザー	: 小山巖也（関東学院大学学長）
報告書作成	: 矢崎陽子（駒澤大学社会連携センタースタッフ）