

JSBI 2020 Report (速報版)

Japan Sustainable Brands Index

2021.02.24 / 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

企業のサステナビリティ活動は、CSR的な社会的責任や社会貢献のみならず、事業活動そのものの柱としてマーケティングやイノベーションに取り込んでいくことが求められてきています。

一方、7割の消費者がサステナビリティに賛同しても、その内の3割しか購入してくれないという実態も聞きます。

SDGsの認知度が急速に高まる中、企業のサステナビリティ活動の何を消費者は認知・評価しているのでしょうか？

そのために、サステナブル・ブランド国際会議では**JSBI (Japan Sustainable Brands Index)**を開発し始めました。我々は、この経年的調査が企業のサステナビリティ活動の指針となることで、この分野での貢献を目指しています。

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

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）**

ウエイト付
変換

SDGs重要度（17項目）

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

**企業別 サステナブル・アクション
評価（30項目）**

変換

SDGs企業評価（17項目）

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。

**企業別 カスタマー・
エンゲージメント（25項目）**

変換

**企業別 カスタマー・
エンゲージメント（7項目）**

SDGsを知らない人を除く

**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

ジャパン・サステナブル ブランド・インデックス 考察

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、ランダムにグループ分けされた6つの企業（対象企業社数計180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

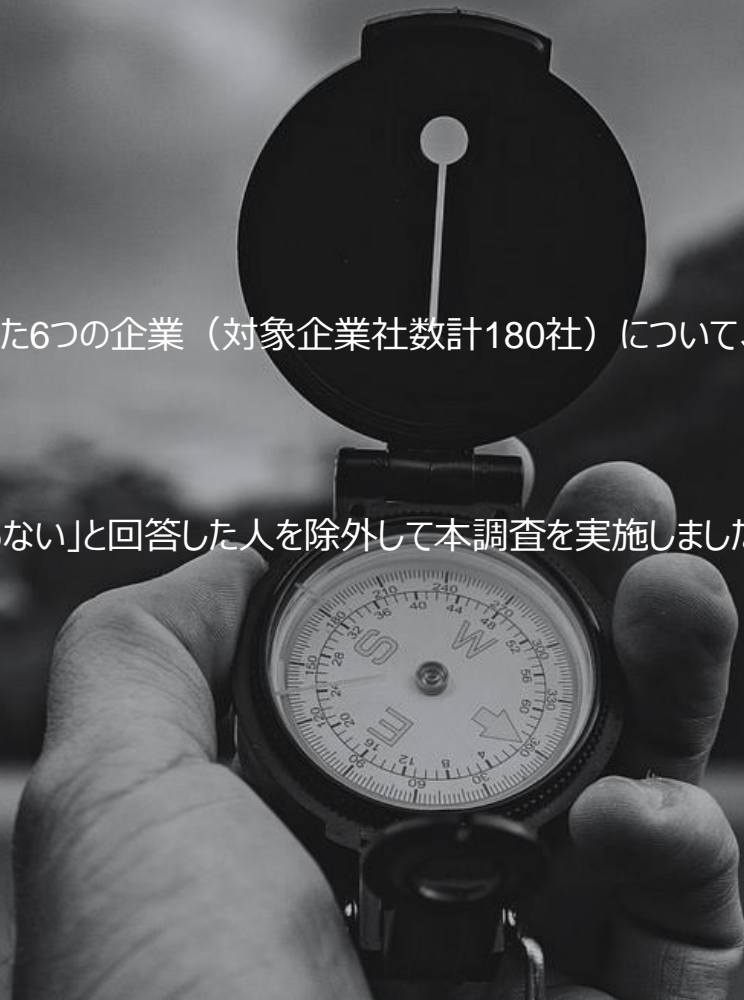
スクリーニング調査で「対象企業を知らない」と回答した人を除外して本調査を実施しました。

■ 調査地域 : 全国47都道府県

■ 使用バ^oル : 楽天インサイト

■ 調査期間 : 2020年12月2日~12月25日

■ 回収数 : 9,000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。

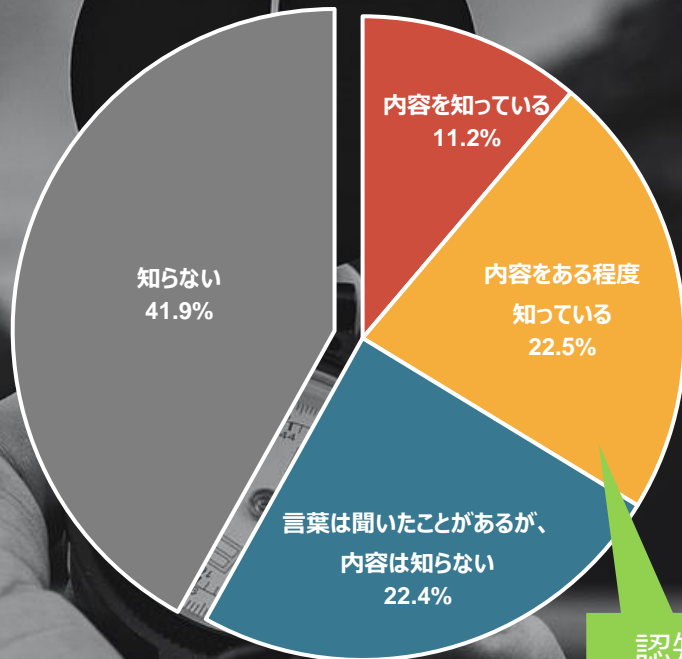
CSR調査

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。



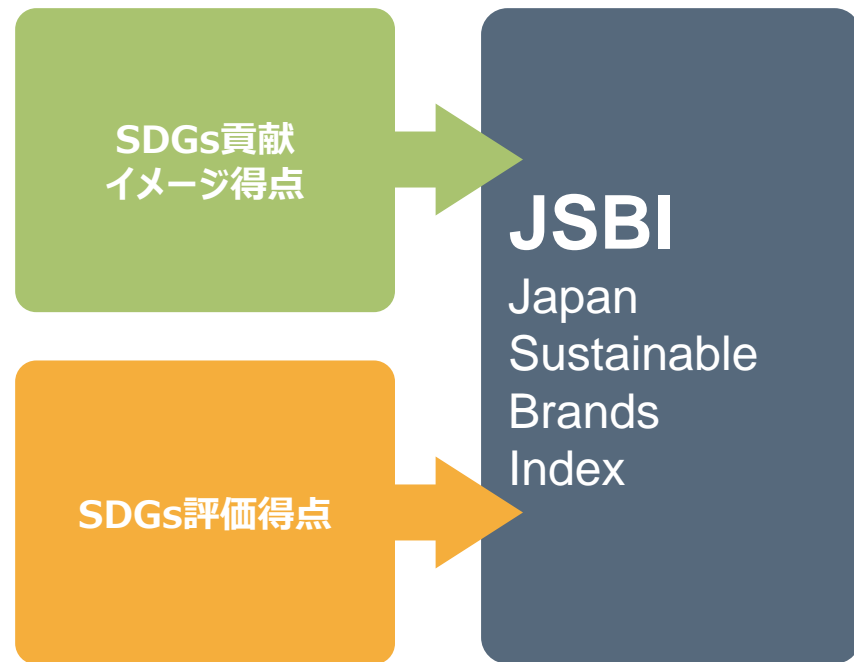
認知度
58.1%

調査結果 I : 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	得点
1	トヨタ自動車(TOYOTA)	112.86
2	良品計画(無印良品)	108.76
3	味の素(AJINOMOTO)	108.74
4	日立製作所(HITACHI)	108.60
5	住友林業	108.09
6	ライオン(LION)	106.89
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	106.62
8	ハウス食品(House)	106.16
9	富士フイルム(FUJIFILM)	105.96
10	TOTO	105.92

順位	企業名	得点
11	パナソニック(Panasonic)	105.76
12	サントリー(SUNTORY)	105.59
13	イオン(AEON)	105.59
14	キューピー	105.41
15	クボタ(Kubota)	105.38
16	東京ガス(TOKYO GAS)	105.36
17	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	105.23
18	セブン&アイ・ホールディングス (イトーヨーカ堂)	105.22
19	森永乳業(morinaga)	104.95
20	王子ホールディングス(ネピア他)	104.86

※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 TOP50企業 SDGs貢献イメージ得点+SDGs評価得点



順位	企業名	得点
21	ヤクルト本社(Yakult)	104.82
22	旭化成(AsahiKASEI)	104.74
23	ダイキン工業(DAIKIN)	104.70
24	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	104.65
25	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	104.45
26	オムロン(OMRON)	104.26
27	東日本高速道路(NEXCO東日本)	104.25
28	積水化学工業(SEKISUI)	104.09
29	生協(Co-op)	104.08
30	カゴメ(KAGOME)	104.05
31	N E C (日本電気)	103.89
32	グーグル(google)	103.84
33	ロート製薬(ROHTO)	103.83
34	ダスキン(DUSKIN)	103.76
35	京セラ(KYOCERA)	103.71

順位	企業名	得点
36	アップルジャパン(Apple)	103.64
37	ユニ・チャーム(unicharm)	103.56
38	ジョンソン・エンド・ジョンソン	103.54
39	大塚製薬(Otsuka)	103.53
40	リクシル(LIXIL)	103.52
41	西日本旅客鉄道(JR西日本)	103.51
42	日清食品(NISSIN)	103.46
43	ソニー(SONY)	103.19
44	日本マイクロソフト(Microsoft)	103.13
45	日本製紙(クリネックス他)	103.10
46	花王(Kao)	103.05
47	ファンケル(FANCL)	103.04
48	全日本空輸(A N A)	102.96
49	ネスレ(Nestle)	102.91
50	麒麟ビール(KIRIN)	102.90

SDGs貢献イメージ得点 TOP50 SDGs貢献度を基準化し算出

順位	企業名	得点
1	トヨタ自動車(TOYOTA)	56.78
2	味の素(AJINOMOTO)	55.66
3	良品計画(無印良品)	55.63
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	54.98
5	ライオン(LION)	54.49
6	富士フイルム(FUJIFILM)	53.79
7	TOTO	53.60
8	キューピー	53.53
9	日立製作所(HITACHI)	53.33
10	サントリー(SUNTORY)	53.32

順位	企業名	得点
11	住友林業	53.25
12	森永乳業(morinaga)	53.12
13	ネスレ(Nestle)	52.98
14	セブン&アイ・ホールディングス(イトーヨーカ堂)	52.89
15	ダイキン工業(DAIKIN)	52.87
16	ハウス食品(House)	52.86
17	積水化学工業(SEKISUI)	52.79
18	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	52.76
19	パナソニック(Panasonic)	52.71
20	クボタ(Kubota)	52.66

※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貢献イメージ得点 TOP50

SDGs貢献度を基準化し算出

順位	企業名	得点
21	日本製紙(クリネックス他)	52.53
22	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	52.51
23	京セラ(KYOCERA)	52.46
24	カゴメ(KAGOME)	52.44
25	生協(Co-op)	52.35
26	小松製作所(KOMATSU)	52.34
27	リクシル(LIXIL)	52.30
28	ブリヂストン(BRIDGESTONE)	52.23
29	西日本旅客鉄道(JR西日本)	52.23
30	アップルジャパン(Apple)	52.19
31	オムロン(OMRON)	52.19
32	テスラ(Tesla)	52.16
33	花王(Kao)	52.11
34	キヤノン(canon)	52.11
35	ソニー(SONY)	52.08

順位	企業名	得点
36	ダスキン(DUSKIN)	52.01
37	イオン(AEON)	52.01
38	王子ホールディングス(ネピア他)	51.98
39	麒麟ビール(KIRIN)	51.94
40	ラッシュジャパン(LUSH)	51.91
41	イケア(IKEA)	51.85
42	アディダスジャパン(adidas)	51.83
43	東京ガス(TOKYO GAS)	51.75
44	イーザイ(Eisai)	51.75
45	全日本空輸(A N A)	51.73
46	日清食品(NISSIN)	51.72
47	N E C (日本電気)	51.72
48	大塚製薬(Otsuka)	51.72
49	東レ(TORAY)	51.68
50	旭化成(AsahiKASEI)	51.65

SDGs評価得点 TOP50

SDGs重要度×SDGs企業評価を基準化し算出

順位	企業名	得点
1	トヨタ自動車(TOYOTA)	56.09
2	日立製作所(HITACHI)	55.27
3	住友林業	54.84
4	大和ハウス工業(Daiwa House)	53.98
5	東京電力(TEPCO)	53.73
6	東京ガス(TOKYO GAS)	53.61
7	イオン(AEON)	53.58
8	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	53.47
9	ヤクルト本社(Yakult)	53.34
10	ハウス食品(House)	53.30

順位	企業名	得点
11	良品計画(無印良品)	53.13
12	旭化成(AsahiKASEI)	53.09
13	味の素(AJINOMOTO)	53.08
14	パナソニック(Panasonic)	53.05
15	東日本高速道路(NEXCO東日本)	52.91
16	王子ホールディングス(ネピア他)	52.88
17	クボタ(Kubota)	52.72
18	ユニ・チャーム(unicharm)	52.55
19	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	52.46
20	ライオン(LION)	52.40

※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 TOP50

SDGs重要度×SDGs企業評価を基準化し算出

順位	企業名	得点
21	ロート製薬(ROHTO)	52.38
22	関西電力	52.38
23	ファンケル(FANCL)	52.34
24	セブン&アイ・ホールディングス(イトーヨーカ堂)	52.33
25	TOTO	52.33
26	サントリー(SUNTORY)	52.27
27	清水建設	52.25
28	グーグル(google)	52.24
29	NEC(日本電気)	52.17
30	富士フイルム(FUJIFILM)	52.17
31	日本マイクロソフト(Microsoft)	52.11
32	オムロン(OMRON)	52.07
33	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	51.94
34	ジョンソン・エンド・ジョンソン	51.92
35	キューピー	51.88

順位	企業名	得点
36	森永乳業(morinaga)	51.83
37	パタゴニア(patagonia)	51.83
38	ダイキン工業(DAIKIN)	51.83
39	大塚製薬(Otsuka)	51.81
40	ダスキン(DUSKIN)	51.75
41	日清食品(NISSIN)	51.74
42	生協(Co-op)	51.72
43	ファーストリテイリング(ユニクロ)	51.64
44	日産自動車(NISSAN)	51.62
45	P&G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	51.62
46	カゴメ(KAGOME)	51.61
47	アップルジャパン(Apple)	51.45
48	アマゾンジャパン(amazon)	51.40
49	コスモ石油	51.34
50	積水化学工業(SEKISUI)	51.30

調査結果Ⅱ：「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」

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あります。

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」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
1	東京電力(TEPCO)	7.44
2	大和ハウス工業(Daiwa House)	5.18
3	関西電力	3.55
4	清水建設	3.21
5	日本たばこ産業(JT)	2.79
6	日本郵便	2.56
7	コスモ石油	2.44
8	三井不動産	2.34
9	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	2.29
10	ニチレイ	1.99

順位	企業名	得点
11	日立製作所(HITACHI)	1.94
12	東京ガス(TOKYO GAS)	1.86
13	ヤクルト本社(Yakult)	1.86
14	東芝(TOSHIBA)	1.79
15	三井住友信託銀行	1.78
16	ソフトバンク(SoftBank)	1.67
17	ファンケル(FANCL)	1.63
18	野村不動産	1.62
19	住友林業	1.60
20	セールスフォース・ドットコム(salesforce)	1.58

※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
21	イオン(AEON)	1.57
22	東日本高速道路(NEXCO東日本)	1.57
23	住友生命保険	1.57
24	フィリップモリス(Philip Morris)	1.56
25	ユニ・チャーム(unicharm)	1.55
26	シャープ(SHARP)	1.54
27	旭化成(AsahiKASEI)	1.44
28	佐川急便(SAGAWA)	1.40
29	日本中央競馬会(JRA)	1.38
30	ファミリーマート(FamilyMart)	1.37
31	三菱地所	1.35
32	三菱UFJ銀行(MUFG)	1.32
33	アマゾンジャパン(amazon)	1.25
34	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	1.25
35	三菱電機(MITSUBISHI ELECTRIC)	1.24

順位	企業名	得点
36	リクルートホールディングス	1.20
37	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	1.19
38	ボルボ(VOLVO)	1.17
39	ステラマッカートニー	1.15
40	日本航空(JAL)	1.14
41	大阪ガス	1.11
42	日本マイクロソフト(Microsoft)	1.10
43	森ビル(MORI)	1.08
44	ベネッセホールディングス(Benesse)	1.08
45	日本アイ・ビー・エム(IBM)	1.07
46	日本郵政(日本郵政グループ)	1.04
47	ゆうちょ銀行	1.01
48	ロート製薬(ROHTO)	0.94
49	出光昭和シェル	0.93
50	王子ホールディングス(ネピア他)	0.90

「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
1	ブリヂストン(BRIDGESTONE)	3.88
2	ファーストリテイリング(ユニクロ)	3.33
3	ネスレ(Nestle)	3.05
4	シチズン時計(CITIZEN)	2.88
5	キヤノン(canon)	2.76
6	味の素(AJINOMOTO)	2.58
7	Y K K	2.56
8	良品計画(無印良品)	2.51
9	Y K K A P	2.35
10	セイコーエプソン(EPSON)	2.25

順位	企業名	得点
11	三井住友銀行(SMBC)	2.20
12	ニコン(Nikon)	2.18
13	ライオン(LION)	2.09
14	日本製紙(クリネックス他)	1.97
15	アディダスジャパン(adidas)	1.95
16	みんな電力	1.91
17	凸版印刷	1.87
18	小松製作所(KOMATSU)	1.79
19	テスラ(Tesla)	1.74
20	モスフードサービス(モスバーガー)	1.74

※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
21	ホンダ(HONDA)	1.73
22	イケア(IKEA)	1.68
23	セイコー(SEIKO)	1.66
24	キューピー	1.65
25	コクヨ(KOKUYO)	1.64
26	富士フイルム(FUJIFILM)	1.62
27	森永製菓(MORINAGA)	1.53
28	ナイキ(NIKE)	1.53
29	積水化学工業(SEKISUI)	1.49
30	大日本印刷	1.39
31	カルビー(calbee)	1.38
32	森永乳業(morinaga)	1.29
33	TOTO	1.27
34	京セラ(KYOCERA)	1.20
35	花王(Kao)	1.18

順位	企業名	得点
36	ヤフー(YAHOO!)	1.16
37	ミツカン(mizkan)	1.09
38	リクシル(LIXIL)	1.08
39	サントリー(SUNTORY)	1.05
40	エーザイ(Eisai)	1.04
41	ダイキン工業(DAIKIN)	1.04
42	東レ(TORAY)	1.04
43	ミズノ(mizuno)	1.03
44	KDDI (au)	1.03
45	リンナイ(Rinnai)	1.01
46	麒麟ビール(KIRIN)	0.97
47	ラッシュジャパン(LUSH)	0.97
48	ソニー(SONY)	0.96
49	リコー(RICOH)	0.96
50	西日本旅客鉄道(JR西日本)	0.95

調査結果Ⅲ：業種別の傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

分析対象の180社を17の業種に分類し、各業種の特徴の分析

	企業数	平均得点
素材・化学・機械	9	103.39
薬品・医療用品	6	103.11
家電・AV機器	8	103.03
食品	11	102.30
化粧品・トイレタリー	10	101.71
エネルギー	7	101.01
不動産・建設・住宅設備	14	100.56
精密機器・事務用品	14	100.54
飲料・嗜好品	10	100.49

	企業数	平均得点
自動車・関連品	9	100.49
流通（小売）	14	100.45
ファッション・アクセサリ	13	100.09
交通・レジャー	14	98.82
出版・教育・印刷	5	98.47
IT・情報・通信	11	98.31
外食・各種サービス	7	97.90
金融・保険	18	94.58
計	180	100.31

調査結果Ⅲ：業種別の傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

顕著な傾向の見られた業種

評価の高い業種

素材・化学・機械

この業種の9社全てが得点は100を超え、順位は最高位15位、最低位81位と総じて評価が高いという結果が得られました。

薬品・医療用品

この業種の6社全てが得点は100を超え、順位も最高位33位、最低位64位と総じて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

この業種の18社全てが得点は100未満で、順位も最高位103位、最低位180位と総じて評価が低いという結果が得られました。

出版・教育・印刷

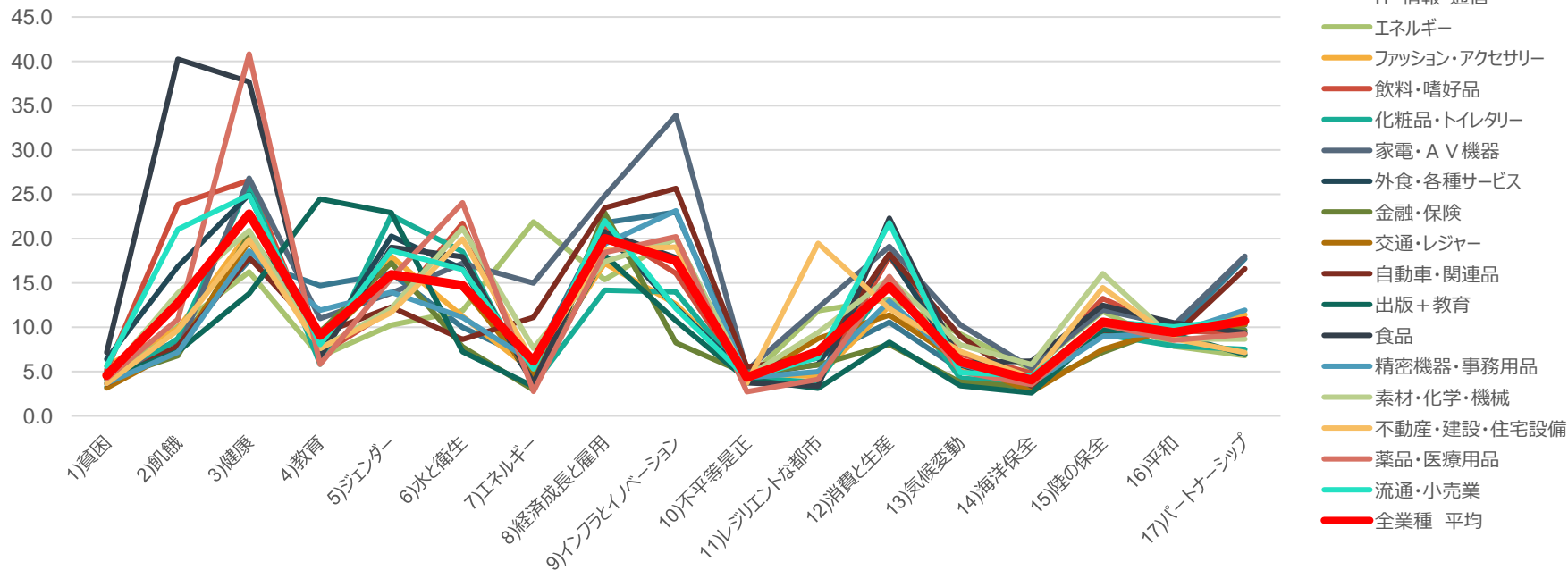
この業種の5社は1社を除き得点が100未満で、順位は最高位で85位、得点が100未満であった4社は100位以下で、最低位142位と総じて評価が低いという結果が得られました。

調査結果Ⅲ：業種別の傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

今年も、日本における全業種の平均として、**健康、持続可能な経済成長と雇用、インフラとイノベーション**に注目が集まる。一方、**海洋保全、不平等是正、貧困**には関心が低い。

業界別SDGs企業評価得点



調査結果Ⅲ：業種別の傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

	1)貧困	2)飢餓	3)健康	4)教育	5)ジェンダー	6)水と衛生	7)エネルギー	8)経済成長と雇用	9)インフラとイノベーション	10)不平等是正	11)レジリエントな都市	12)消費と生産	13)気候変動	14)海洋保全	15)陸の保全	16)平和	17)パートナーシップ
IT・情報・通信	5.0	8.5	17.5	14.7	16.1	10.0	6.3	21.8	23.0	5.1	6.5	10.6	5.2	3.5	9.2	9.5	17.7
エネルギー	4.1	10.1	16.2	6.7	10.2	11.9	21.9	15.4	20.1	4.1	11.9	13.2	9.2	5.3	11.8	7.9	6.8
ファッション・アクセサリ	5.7	9.8	20.7	8.3	18.0	11.3	5.0	17.2	12.6	4.8	4.5	12.4	5.5	3.7	10.6	9.4	11.4
飲料・嗜好品	5.2	23.9	26.6	6.9	12.0	21.7	4.1	21.1	16.1	4.0	3.7	18.0	7.0	4.8	13.3	9.7	9.3
化粧品・トイレットリー	3.3	8.7	26.1	5.8	22.6	18.5	3.5	14.2	14.0	4.3	3.8	15.3	4.3	3.7	9.2	7.9	7.5
家電・AV機器	4.8	7.3	26.8	11.0	13.9	17.2	15.0	24.8	33.9	5.2	12.2	19.1	10.3	5.4	12.0	10.2	18.0
外食・各種サービス	6.4	16.9	25.0	7.5	20.3	16.6	3.7	20.8	12.2	4.6	5.8	18.2	5.8	3.3	10.6	10.0	10.3
金融・保険	4.1	6.8	20.5	9.5	17.3	7.8	2.9	22.9	8.2	4.8	5.8	8.1	3.8	3.2	7.2	10.1	9.7
交通・レジャー	3.2	7.5	19.7	8.3	16.0	14.5	4.4	20.4	17.4	3.9	8.7	11.4	6.2	2.7	7.5	9.9	10.3
自動車・関連品	3.6	7.9	17.9	9.2	12.3	8.6	11.1	23.5	25.7	5.6	6.6	18.3	9.0	3.4	9.7	9.0	16.6
出版・教育・印刷	4.3	7.3	13.8	24.5	22.9	7.3	3.3	18.1	10.7	4.1	3.1	8.3	3.4	2.6	9.7	9.2	6.9
食品	7.2	40.2	37.7	6.7	19.0	18.0	3.7	20.7	17.9	3.7	3.4	22.3	6.0	6.2	12.5	10.5	9.4
精密機器・事務用品	3.7	7.2	18.6	11.9	14.0	11.1	6.1	19.4	23.2	4.3	5.0	13.0	5.9	3.7	9.0	9.4	11.9
素材・化学・機械	4.5	13.9	20.9	7.6	12.1	21.2	7.6	17.4	20.0	4.4	9.4	15.6	8.0	5.8	16.1	8.7	8.7
不動産・建設・住宅設備	3.7	9.7	19.9	7.6	11.7	20.0	6.1	18.8	19.0	3.7	19.5	12.1	7.3	4.3	14.5	8.7	7.1
薬品・医療用品	4.2	10.9	40.8	5.8	15.6	24.1	2.8	18.4	20.2	2.7	4.1	15.7	5.0	3.6	10.3	8.6	9.2
流通・小売業	5.6	21.1	24.9	8.0	18.7	16.5	5.3	22.0	12.1	4.3	6.6	21.8	4.9	4.5	10.6	10.0	10.9
全業種 平均	4.6	12.7	22.8	9.1	16.0	14.7	6.2	20.0	17.5	4.4	7.3	14.6	6.1	4.1	10.6	9.4	10.7

調査結果Ⅲ：業種別の傾向 ×「SDGs貢献イメージ得点」-「SDGs評価得点」

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

「SDGs貢献イメージ得点」より
「SDGs評価得点」が高い業種

エネルギー

この業種に分類された7社のうち、「SDGs貢献イメージ得点」より「SDGs評価得点」が高い企業は6社（85.7%）ありました。

金融・保険

この業種に分類された18社のうち、「SDGs貢献イメージ得点」より「SDGs評価得点」が高い企業は15社（83.3%）ありました。

「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

この業種に分類された14社のうち、「SDGs評価得点」より「SDGs貢献イメージ得点」が高い企業は12社（85.7%）ありました。

業種によって、SDGs活動の取り組みの程度や内容について、消費者の評価が異なっていることが推測されます。

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

1. エネルギー

業種7社のうち、最も規模の大きい1社は105.36点を
得て全体16位となりましたが、他6社は得点：99.46
点～101.20点、全体での順位：74位～102位と
業種として全体の中盤に位置しているように見受けられ
ました。

SDGsの目標にエネルギーの分野に直結する項目が
あるため、消費者に具体的な取り組みが分かり易いと
いう特徴があると考えられます。

企業名	得点	全体 順位
1 東京ガス(TOKYO GAS)	105.36	16
2 関西電力	101.20	74
3 大阪ガス	100.67	83
4 コスモ石油	100.24	90
5 出光昭和シェル	100.14	93
平均値	101.01	
最高値	105.36	16
最低値	99.46	102
業界内ギャップ（最高値-最低値）	5.90	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

2. 金融・保険

業種全体として評価が芳しくありませんでした。

金融業界より保険業界の方が相対的に上位の評価となりました。

	企業名	得点	全体 順位
1	東京海上日動	99.43	103
2	損害保険ジャパン	98.98	109
3	オリックス(ORIX)	97.78	126
4	第一生命	96.00	151
5	三井住友銀行(SMBC)	95.93	153
	平均値	94.58	
	最高値	99.43	103
	最低値	86.51	180
	業界内ギャップ（最高値-最低値）	12.92	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

3. ファッション・アクセサリー

業種内で評価にバラツキがあります。

企業規模が小さくても、独自のサステナビリティ活動を展開しているニッチな企業が上位にランクインしました。

	企業名	得点	全体 順位
1	ファーストリテイリング(ユニクロ)	106.62	7
2	パタゴニア(patagonia)	102.82	53
3	モンベル(mont-bell)	102.79	54
4	スノーピーク(snow peak)	102.35	59
5	アディダスジャパン(adidas)	101.72	65
	平均値	100.09	
	最高値	106.62	7
	最低値	94.92	161
	業界内ギャップ (最高値-最低値)	11.70	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

4. 飲料・嗜好品

業種内で評価にバラツキがあります。

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。

飲料業界の中では、アルコール飲料のイメージよりもソフトドリンクのイメージが強めの企業の評価が相対的に上位になりました。

	企業名	得点	全体 順位
1	サントリー(SUNTORY)	105.59	12
2	森永乳業(morinaga)	104.95	19
3	ネスレ(Nestle)	102.91	49
4	麒麟ビール(KIRIN)	102.90	50
5	日本コカ・コーラ	101.47	68
	平均値	100.49	
	最高値	105.59	12
	最低値	96.36	147
	業界内ギャップ (最高値-最低値)	9.23	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

5. 化粧品・トイレタリー

業種内で評価にバラツキがあります。

化粧品のイメージよりもトイレタリーのイメージが強い企業がより上位にランクインしました。

	企業名	得点	全体 順位
1	ライオン(LION)	106.89	6
2	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	105.23	17
3	花王(Kao)	103.05	46
4	ファンケル(FANCL)	103.04	47
5	ラッシュジャパン(LUSH)	102.85	52
	平均値	101.71	
	最高値	106.89	6
	最低値	97.51	129
	業界内ギャップ (最高値-最低値)	9.38	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

6. 家電・AV機器

業種全体として相対的に高い評価を得ています。

	企業名	得点	全体 順位
1	日立製作所(HITACHI)	108.60	4
2	パナソニック(Panasonic)	105.76	11
3	ダイキン工業(DAIKIN)	104.70	23
4	ソニー(SONY)	103.19	43
5	ダイソン(dyson)	101.37	70
	平均値	103.03	
	最高値	108.60	4
	最低値	99.28	106
	業界内ギャップ (最高値-最低値)	9.32	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

7. 外食・各種サービス

業種内で評価にバラツキがあります。

外食業界は総じて高い評価を得ました。一方で、宅配・郵便サービス業界は評価が芳しくありませんでした。

	企業名	得点	全体 順位
1	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	104.45	25
2	ダスキン(DUSKIN)	103.76	34
3	モスフードサービス(モスバーガー)	101.13	77
4	日本マクドナルド	100.28	88
5	ヤマト運輸	96.47	143
	平均値	97.90	
	最高値	104.45	25
	最低値	89.00	178
	業界内ギャップ(最高値-最低値)	15.45	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

8. 交通・レジャー

業種内で評価にバラツキがあります。

交通業界は比較的に評価が高かった一方で、
レジャー業界は評価が芳しくありませんでした。

	企業名	得点	全体 順位
1	東日本高速道路(NEXCO東日本)	104.25	27
2	西日本旅客鉄道(JR西日本)	103.51	41
3	全日本空輸(A N A)	102.96	48
4	小田急電鉄(odakyu)	101.21	73
5	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	101.05	78
	平均値	98.82	
	最高値	104.25	27
	最低値	89.80	177
	業界内ギャップ(最高値-最低値)	14.44	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

9. 自動車・関連品

トヨタ自動車が圧倒的な高評価を得ました。

市場規模としては小さなテスラが2位を占めることとなりました。

高級・高価格なイメージのある外資系企業の評価が相対的に芳しくありませんでした。

業界内格差は一番大きくなっています。

	企業名	得点	全体 順位
1	トヨタ自動車(TOYOTA)	112.86	1
2	テスラ(Tesla)	102.58	56
3	日産自動車(NISSAN)	102.41	58
4	ホンダ(HONDA)	101.13	76
5	ブリヂストン(BRIDGESTONE)	100.58	84
	平均値	100.49	
	最高値	112.86	1
	最低値	92.07	174
	業界内ギャップ (最高値-最低値)	20.80	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

10. 出版・教育・印刷

一社を除き、業種全体として相対的に評価が芳しくありませんでした。

企業名	得点	全体順位
1 ベネッセホールディングス(Benesse)	100.55	85
2 学研ホールディングス(Gakken)	99.50	100
3 凸版印刷	99.14	108
4 リクルートホールディングス	96.70	138
5 大日本印刷	96.47	142
平均値	98.47	
最高値	100.55	85
最低値	96.47	142
業界内ギャップ（最高値-最低値）	4.07	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

1.1. IT・情報・通信

業種内で評価にバラツキがありますが、相対的に評価が芳しくない業界が見受けられました。

通信業界は総じて評価が芳しくありませんでした。

企業名	得点	全体順位
1 グーグル(google)	103.84	32
2 日本マイクロソフト(Microsoft)	103.13	44
3 富士通(FUJITSU)	99.69	97
4 セールスフォース・ドットコ(salesforce)	99.57	98
5 日本アイ・ビー・エム(IBM)	98.81	113
平均値	98.31	
最高値	103.84	32
最低値	94.80	163
業界内ギャップ(最高値-最低値)	9.04	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

12. 食品

業種内で評価にバラツキがありますが、業種は総じて、
評価が高くなりました。

企業名	得点	全体 順位
1 味の素(AJINOMOTO)	108.74	3
2 ハウス食品(House)	106.16	8
3 キューピー	105.41	14
4 ヤクルト本社(Yakult)	104.82	21
5 カゴメ(KAGOME)	104.05	30
平均値	102.30	
最高値	108.74	3
最低値	96.44	145
業界内ギャップ (最高値-最低値)	12.30	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

1 3. 精密機器・事務用品

業種内で評価にバラツキがあります。

業種14社のうち、「SDGs評価得点」より「SDGs貢献イメージ得点」が高い企業は12社ありました。

	企業名	得点	全体 順位
1	富士フイルム(FUJIFILM)	105.96	9
2	オムロン(OMRON)	104.26	26
3	N E C (日本電気)	103.89	31
4	京セラ(KYOCERA)	103.71	35
5	アップルジャパン(Apple)	103.64	36
	平均値	100.54	
	最高値	105.96	9
	最低値	96.19	149
	業界内ギャップ (最高値-最低値)	9.77	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

1 4. 素材・化学・機械

業種全体として高い評価を得ました。

業種内格差は小さくなっています。

	企業名	得点	全体 順位
1	クボタ(Kubota)	105.38	15
2	王子ホールディングス(ネピア他)	104.86	20
3	旭化成(AsahiKASEI)	104.74	22
4	積水化学工業(SEKISUI)	104.09	28
5	日本製紙(クリネックス他)	103.10	45
	平均値	103.39	
	最高値	105.38	15
	最低値	100.73	81
	業界内ギャップ (最高値-最低値)	4.65	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

1 5. 不動産・建設・住宅設備

業種内で評価にバラツキがあり、業種内格差は大きく
なっています。

住宅設備部門は総じて高い評価を得ました。

一方で、デベロッパーや不動産部門の評価は芳しくあ
りませんでした。

	企業名	得点	全体 順位
1	住友林業	108.09	5
2	TOTO	105.92	10
3	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	104.65	24
4	リクシル(LIXIL)	103.52	40
5	大和ハウス工業(Daiwa House)	102.77	55
	平均値	100.56	
	最高値	108.09	5
	最低値	92.44	173
	業界内ギャップ（最高値-最低値）	15.65	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

16. 薬品・医療用品

業種全体として高い評価を得ました。

業種内格差は最も小さくなっています。

	企業名	得点	全体 順位
1	ロート製薬(ROHTO)	103.83	33
2	ユニ・チャーム(unicharm)	103.56	37
3	ジョンソン・エンド・ジョンソン	103.54	38
4	大塚製薬(Otsuka)	103.53	39
5	エーザイ(Eisai)	102.45	57
	平均値	103.11	
	最高値	103.83	33
	最低値	101.73	64
	業界内ギャップ (最高値-最低値)	2.10	

調査結果Ⅳ：業種内の典型的な傾向

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

17. 流通（小売）

業種内格差は大きく、業種内で評価に大きなバラツキがあります。

GMSやスーパー、百貨店、コンビニ、外資系流通、e-commerceが混在している状況です。

	企業名	得点	全体順位
1	良品計画(無印良品)	108.76	2
2	イオン(AEON)	105.59	13
3	セブン&アイ・ホールディングス(イトーヨーカ堂)	105.22	18
4	生協(Co-op)	104.08	29
5	イケア(IKEA)	102.02	62
	平均値	100.45	
	最高値	108.76	2
	最低値	91.50	175
	業界内ギャップ（最高値-最低値）	17.26	

調査結果 V : SDGs貢献イメージ得点と7つのカスタマー・エンゲージメント

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

カスタマー・エンゲージメントとは、顧客と企業ブランドとの感情的な繋がりを言います。高いエンゲージメントを持った消費者は、より多くの商品やサービスを購入し、そのプロモーションに貢献し、高いロイヤリティを示します。そのため高いクオリティの**顧客体験**や**カスタマージャーニー**を提供することが企業の重要な戦略となります。特にサステナブルな消費者は、受動的な態度を示す消費者像から**積極的な行動をする消費者像**へと変化してきています。

この企業で、働きたいと思う

この企業に、自分の子供等を就職させたいと思う

この企業の、株を買ってみたいと思う

この企業の、評判を上げたい（クチコミやSNSを通じて）

この企業を、応援したい（商品・サービスの購入を通じて）

この企業の、商品・サービスを人に勧めたい

この企業は、企業自体が好きだ

この企業の、姿勢、志、想いに共感できる

この企業の、パーパス（ミッション）を知っている

この企業は、社会的責任を果たしている

この企業は、社会になくはならない企業だ

この企業は、社会貢献・地域貢献に取り組んでいる

この企業は、商品・サービス選びに迷ったときに選ぶ企業だ

この企業は、私が一番を選ぶブランドである

この企業は、社会のサステナビリティ（持続可能性）に貢献している

この企業は、リサイクル活動に取り組んでいる

この企業は、環境に配慮した製品を提供している

この企業は、働き方改革に取り組んでいる

この企業は、女性活躍の推進に取り組んでいる

この企業は、障害者雇用に取り組んでいる

この企業は、シニア雇用に取り組んでいる

この企業は、LGBT（性的少数者）施策に取り組んでいる

この企業は、従業員を大切にしている



参加

評判

パーパス

社会性

ブランド

エコ

労働環境

調査結果 V : SDGs貢献イメージ得点と7つのカスタマー・エンゲージメント

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

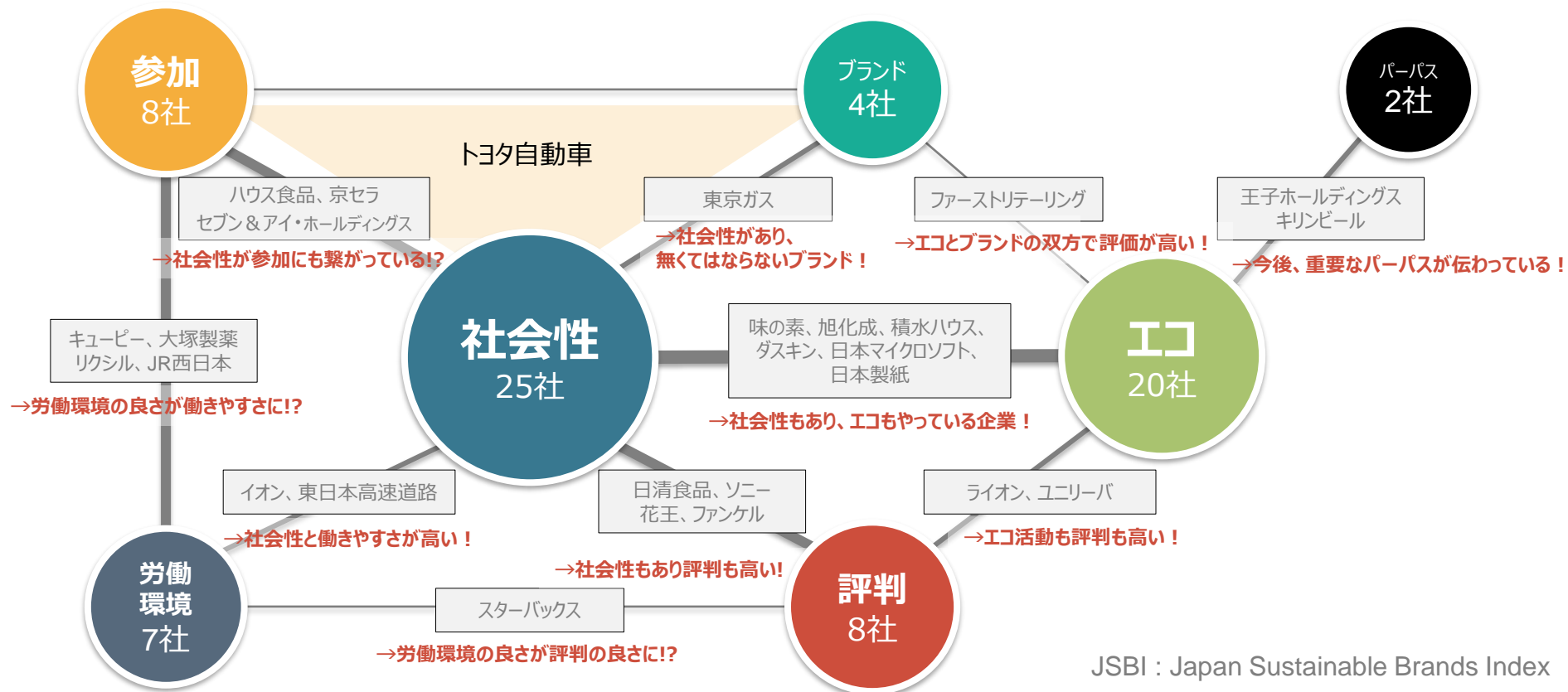
参加	トヨタ	ハウス食品	キュービー	7&i	京セラ	大塚製薬	リクシル	JR西日本					
評判	ライオン	富士フィルム	ユニリーバ	スターバックス	日清食品	ソニー	花王	ファンケル					
パーパス	王子ホールディングス	キリンビール											
社会性	トヨタ	味の素	ハウス食品	サントリー	イオン	東京ガス	7&i	旭化成	積水ハウス	東日本高速道路	積水化学工業	カゴメ	グーグル
	ロート製薬	ダスキン	京セラ	アップルジャパン	ユニチャーム	日清食品	ソニー	日本マイクソフト	日本製紙	花王	ファンケル	全日本空輸	
ブランド	トヨタ	ファーストリテリング	Panasonic	東京ガス									
エコ	良品計画	味の素	日立	住友林業	ライオン	ファーストリテリング	TOTO	クボタ	ユニリーバ	王子ホールディングス	旭化成	ダイキン工業	積水ハウス
	生協	NEC	ダスキン	ジョンソン・エンド・ジョンソン	日本マイクソフト	日本製紙	キリンビール						
労働環境	イオン	キュービー	スターバックス	東日本高速道路	大塚製薬	リクシル	JR西日本						

JSBIの高い上位50社において、SDGs貢献イメージ得点に影響を与えているカスタマー・エンゲージメントの7因子との関係を各企業ごとに検証しました。

それぞれの企業において、0-3つの因子が影響していることが検証されました。

サステナブルな消費者の評価として、**社会性因子**が25社、**エコ因子**が20社において強く影響しています。また、世界で注目されている**パーパス因子**は2社のみで確認され、日本では始まったばかりのようです。**ブランド因子**も4社のみで確認され、サステナビリティとブランディングの結びつきはこれからの課題です。**労働環境因子**が影響している7社中4社において、企業への**参加因子**も強く影響しています。

調査結果 V : SDGs貢献イメージ得点と7つのカスタマー・エンゲージメント



JSBI : Japan Sustainable Brands Index

まとめ

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

企業活動において、サステナビリティが求められる中、
これに関心の高い消費者からの評価をJSBIとしてランキングしました（調査結果Ⅰ）

「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（調査結果Ⅱ）

業種別の傾向として「素材・化学・機械」「薬品・医療用品」「家電・A V 機器」のメーカー系の評価が高く、
「IT・情報・通信」「外食・各種サービス」「金融・保険」のサービス系が低くなっています（調査結果Ⅲ）

カスタマー・エンゲージメントとして、エコや社会性は多くの企業で評価されていました。
サステナビリティにおいて、パーパスの強化やブランディングとの連動は、今後の企業の課題となります（調査結果Ⅴ）

今後の課題と提言

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

今回は、試行調査として企業数を180社に限定しました。また、各企業のSDGs活動やカスタマーエンゲージメントについて、現状では消費者からの回答数が必ずしも多く得られたとは言えませんでした。しかし、今後はさらに消費者の関心が高くなると考えられ、企業もこれらに重みをおいたマーケティングやコミュニケーションを展開して行くこととなるかと思えます。

今後、調査対象社数を増やし、さらに調査手法を再考しながら、経年的に調査を続けることで、JSBIを有用な指標にして参ります。

皆様のご支援をよろしくお願い申し上げます。

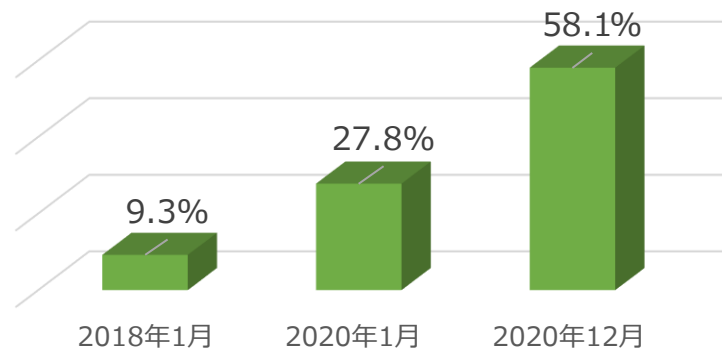
個々の企業における結果については、

お問い合わせ先：

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

右グラフ引用) 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月はサステナブル ブランド ジャパンの調査。

SDGsの認知度の経年変化



調査対象企業一覧 (五十音順 / 180社)

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

アサヒビール(Asahi)	カシオ計算機(CASIO)	住友ゴム工業(ダンロップ)	東京海上日動	ハウス食品(House)	メルカリ(mercari)
アシックス(ASICS)	カネカ(kaneka)	住友生命保険	東京地下鉄(東京メトロ)	パタゴニア(patagonia)	メルセデス・ベンツ
アスクル(ASKUL)	カルビー(calbee)	住友林業	東京電力(TEPCO)	パナソニック(Panasonic)	明治(meiji)
アップルジャパン(Apple)	花王(Kao)	セイコー(SEIKO)	東芝(TOSHIBA)	P & G (プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	明治安田生命保険
アディダスジャパン(adidas)	関西電力	セイコーエプソン(EPSON)	東日本高速道路(NEXCO東日本)	ファーストリテイリング(ユニクロ)	モスフードサービス(モスバーガー)
アフラック生命(Aflac)	学研ホールディングス(Gakken)	セールスフォース・ドットコム(salesforce)	東日本旅客鉄道(J R 東日本)	ファミリーマート(FamilyMart)	モンベル(mont-bell)
アマゾンジャパン(amazon)	キヤノン(canon)	セブン - イレブン・ジャパン(7-Eleven)	凸版印刷	ファンケル(FANCL)	森ビル(MORI)
旭化成(AsahiKASEI)	キュービー	セブン・アイ・ホールディングス(イトーヨーカ堂)	ナイキ(NIKE)	フィリップモリス(Philip Morris)	森永製菓(MORINAGA)
味の素(AJINOMOTO)	キリンビール(KIRIN)	生協(Co-op)	ニコン(Nikon)	ブリヂストン(BRIDGESTONE)	森永乳業(morinaga)
イオン(AEON)	京セラ(KYOCERA)	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	ニチレイ	富士フイルム(FUJIFILM)	ヤクルト本社(Yakult)
イケア(IKEA)	グーグル(google)	積水化学工業(SEKISUI)	ニトリ	富士通(FUJITSU)	ヤフー(YAHOO!)
伊藤園(ITOEN)	クボタ(Kubota)	全日本空輸(ANA)	西日本旅客鉄道(JR西日本)	ベネッセホールディングス(Benesse)	ヤマト運輸
出光昭和シェル	KDDI(au)	ソニー(SONY)	日産自動車(NISSAN)	ポーラ(POLA)	ゆうちょ銀行
H&M	ケリング・グループ(グッチ他)	ソフトバンク(SoftBank)	日清食品(NISSIN)	ボルボ(VOLVO)	ユニ・チャーム(unicharm)
LVMHグループ(ルイヴィトン他)	コーセー(KOSE)	損害保険ジャパン	日本アイ・ピー・エム(I B M)	ホンダ(HONDA)	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)
N E C (日本電気)	コクヨ(KOKUYO)	ダイキン工業(DAIKIN)	日本コカ・コーラ	マツダ(MAZDA)	L I N E
N T T ドコモ(docomo)	コスモ石油	ダイソン(dyson)	日本たばこ産業(JT)	丸井グループ	ライオン(LION)
S A P ジャパン	小松製作所(KOMATSU)	ダスキン(DUSKIN)	日本マイクロソフト(Microsoft)	ミズノ(mizuno)	ライフフル(LIFULL)
エイチ・アイ・エス(HIS)	サッポロビール(SAPPORO)	竹中工務店	日本マクドナルド	みずほ銀行(MIZUHO)	ラッシュジャパン(LUSH)
エーザイ(Eisai)	サントリー(SUNTORY)	武田薬品工業	日本航空(J A L)	ミツカン(mizkan)	リクシル(LIXIL)
オカムラ	佐川急便(SAGAWA)	大和ハウス工業(Daiwa House)	日本生命保険(NISSAY)	みんな電力	リクルートホールディングス
オムロン(OMRON)	シチズン時計(CITIZEN)	大和証券	日本製紙(クニネックス他)	三井住友海上(MS&AD)	リコー(RICOH)
オリエントランド(東京ディズニーリゾート)	シャープ(SHARP)	第一生命	日本中央競馬会(JRA)	三井住友銀行(SMBC)	リンナイ(Rinnai)
オリックス(ORIX)	ジョンソン・エンド・ジョンソン	テスラ(Tesla)	日本郵政(日本郵政グループ)	三井住友信託銀行	良品計画(無印良品)
王子ホールディングス(ネピア他)	資生堂(SHISEIDO)	T O T O	日本郵便	三井不動産	ローソン(LAWSON)
小田急電鉄(odakyu)	清水建設	トヨタ自動車(TOYOTA)	日本旅行	三越伊勢丹ホールディングス	ロート製薬(ROHTO)
大阪ガス	J T B	東レ(TORAY)	日立製作所(HITACHI)	三菱UFJ銀行(MUFG)	ロレアル(L'OREAL)
大塚製薬(Otsuka)	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	東海旅客鉄道(JR東海)	ネスレ(Nestle)	三菱UFJ信託銀行	Y K K
大日本印刷	ステラマカーニー	東急電鉄(TOKYU)	野村不動産	三菱地所	Y K K A P
カゴメ(KAGOME)	スノーピーク(snow peak)	東京ガス(TOKYO GAS)	野村證券	三菱電機(MITSUBISHI ELECTRIC)	ウコー

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 (関東学院大学教授)
- 報告書作成 : 矢崎陽子 (山梨学院大学非常勤講師)