



# JSBI 2024 Report (速報版)

Japan Sustainable Brands Index

2025.03.17 Ver-1.0 | サステナブル・ブランド ジャパン アカデミックチーム



# INDEX

I.	JSBIについて	.....	p.03
II.	JSBI 2024 Ranking	.....	p.10
III.	JSBI 2024 Ranking (属性別)	.....	p.17
IV.	「SDGs貢献イメージ得点」と「SDGs評価得点」	.....	p.21
V.	業種別順位とその傾向	.....	p.24
VI.	SDGs認知調査	.....	p.28
VII.	Appendix	.....	p.32
	a. 生活者のサステナビリティに関する取り組みの調査		
	b. 企業不祥事に対する生活者の反応調査 (JSBI2024 限定調査)		
VIII.	まとめ	.....	p.41





## I. JSBI について

# 調査目的

## JSBI : Japan Sustainable Brands Index

アメリカがトランプ政権に変わり、サステナビリティへの進捗が不安視される一方で、国際協調や各国の政策とは別に、欧州を中心に個々の企業としてはこれを推進していくとの意見も強く示されています。

SDGsが採択され10年が経ち、2030年までの残りは5年…。その認知度は約9割となり、環境や社会問題への対応の必要性が企業、自治体、教育機関などの間に浸透したことを考えると、この制度を評価できるのではないのでしょうか。しかし、本調査において、生活者からの「企業が取り組むべきSDGs17目標」（企業への期待）は全体として下がっており、企業努力が生活者からの重要度とは繋がっていないことがわかります。

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、互いに学び合い、創造する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のはもちろん、社会にインパクトのあるアイデアやクリエイティビティ、実行力も重要です。

今回は5回目の調査であり、いくつかの企業について経年的変化も公開しました。

着実にその評価を上げている企業もあれば、何らかの問題でその評価を下げた企業もありました。

これはサステナビリティに関わる戦略の差にあると言っても良いと思います。

各社のパーパスを事業内容やコミュニケーション&広報戦略に浸透させ、伝えていくことの重要性を改めて感じています。

また、企業において何かしらの問題が起きた際の生活者の反応も今回は追加調査しました。

無反応でも過剰反応でもなく、メディアが多様化する中で冷静かつスピーディな戦略体制が求められています。

今後とも、皆さまの努力が指標として結果に現れ、さらに今後の戦略決定に寄与できるように分析手法を提案して参ります。

サステナブル・ブランド ジャパン アカデミックチーム  
(駒澤大学経営学部教授・SB国際会議 アカデミックプロデューサー)  
青木 茂樹

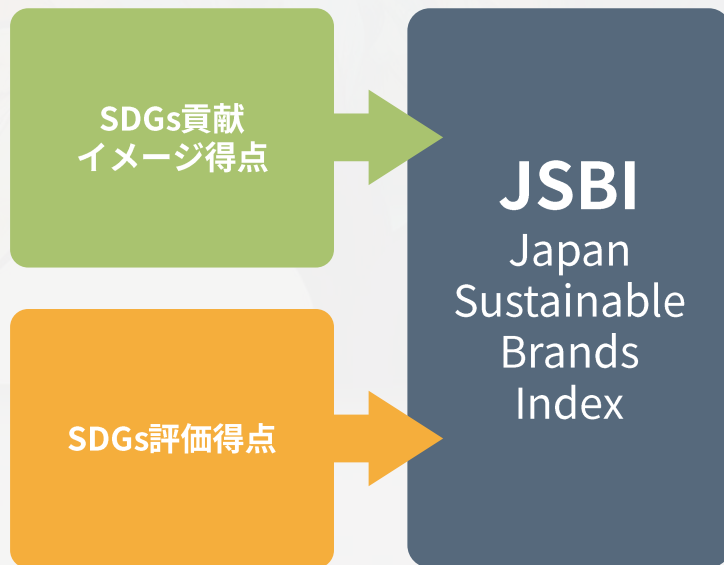


# SDGsを軸としたJSBIの分析

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。



# 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、関心の高い生活者の視点を重視し、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。

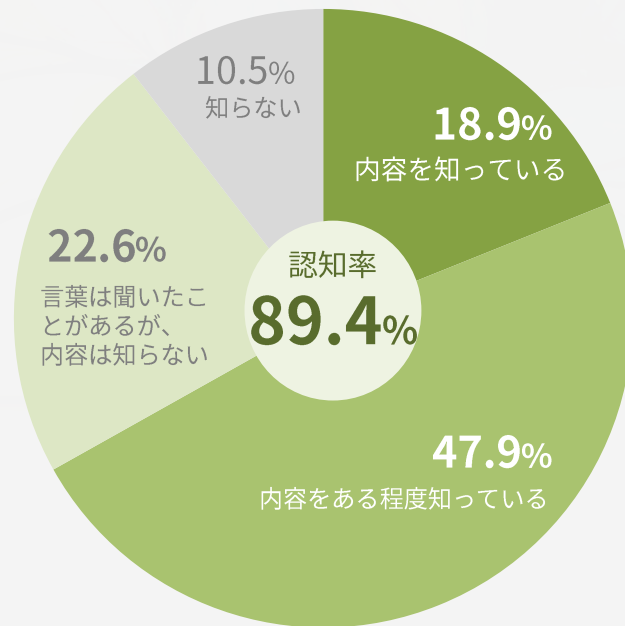
### CSR調査

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

生活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。



JSBI (Japan Sustainable Brands Index) は、企業（ブランド）のサステナビリティに対する取り組みの促進を目的に、独自のアルゴリズムで調査・分析を行う指標です。生活者視点でのSDGs貢献イメージ（ブランド全体の包括的な評価）と、SDGs評価得点（個別のサステナブルな活動に対する客観的な評価）の両方を組み合わせることで、企業のサステナビリティ活動の伝わり方を多角的に可視化します。

### 01 大規模な調査データによる客観的な評価

- 1ブランドあたり300サンプル、国内最大規模である総数15,600サンプルを集計（JSBI2024実績）
- 定量データをもとに、ブランドのサステナビリティ評価を可視化
- 2020年から調査を開始し、経年でのデータ分析も可能

### 02 SDGsを軸とした生活者視点からの多角的なサステナビリティ評価

- 生活者（全国18歳~79歳）がブランド価値をSDGsの観点からどう評価しているかを測定
- 企業のサステナビリティへの取り組みが購買や推奨に与える影響を分析
- 世代別・男女別・世帯年収別などの属性ごとに分析し、戦略立案に活用可能
- 生活者がSDGsのどの要素を重視しているかを経年で分析
- 価値観の変化を捉え、企業戦略の策定に活用可能

### 03 業界内のポジショニング把握

- 同業他社との比較を通じて、ブランドの立ち位置や市場での評価を明示化
- 19業界の動向を把握し、自社の強みや課題の分析が可能

### 04 ブランド戦略・コミュニティ形成に活用

- サステナビリティ活動を通じてのファン拡大、コミュニティ構築に活用
- 自社のサステナビリティ評価指数（KPI）としての活用



# 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312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。

属性：年齢・地域・最終学歴・世帯収入



### 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

2024年11月18日 - 12月10日



### 回収数

15,600サンプル

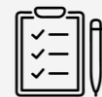
1社あたりの回答者数は300サンプル



### 実施調査機関

株式会社サーベイリサーチセンター

- 本報告書の見方  
各調査結果については、原則として、調査数【調査に回答した全体数】を基数 (n) とした百分率 (%) で表しています。  
なお、回答比率は四捨五入している関係上、百分率の合計が100%にならない場合があります。



# 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





## II. JSBI2024 Ranking



# JSBI 2024 Top 10 企業



## JSBI 2024 (SDGs貢献イメージ得点+SDGs評価得点)

順位	企業名	JSBI 2024	SDGs貢献イメージ得点		SDGs評価得点
1	良品計画(無印良品)	108.60	1	55.84	7 52.76
2	王子ネピア *ネピア他	107.07	5	53.76	2 53.31
3	クボタ(Kubota)	107.04	6	53.68	1 53.36
4	イオン(AEON)	106.48	9	53.29	4 53.19
5	トヨタ自動車(TOYOTA)	106.31	13	53.01	3 53.30
6	味の素A G F *ブレンディ他	106.10	4	53.91	20 52.18
7	住友林業	106.02	11	53.20	6 52.82
8	アップルジャパン(Apple)	105.66	20	52.53	5 53.13
9	キッコーマン	105.51	3	54.12	61 51.40
10	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	105.46	8	53.39	25 52.07

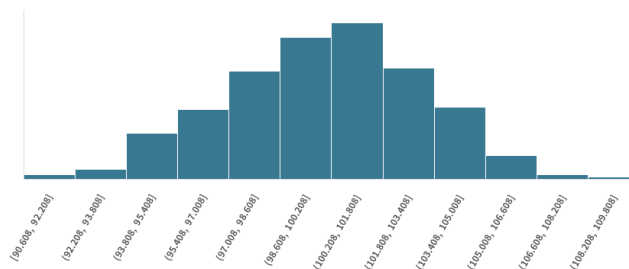
「良品計画（無印良品）」が、3年連続で1位となりました。良品計画は、SDGs評価得点よりもSDGs貢献イメージ得点の方が相対的に高いという特長を持っています。

昨年度8位だった「王子ネピア\*ネピア他」が2位に大躍進し、3位には「クボタ（Kubota）」がランクインしました。2位の王子ネピアから5位の「トヨタ自動車（TOYOTA）」までの企業は、SDGs評価得点・SDGs貢献イメージ得点の両方でバランスよく高得点を獲得しています。

今年度のトップ10にランクインした企業には、SDGs評価得点よりもSDGs貢献イメージ得点が相対的に高い企業、または両指標でバランスよく高得点を獲得している企業が多いという傾向が見られました。

また、今回の調査でもクボタや住友林業がトップ10入りを果たしており、JSBIでは第1次産業に関わる企業も着実に評価されていることがわかります。

JSBIのヒストグラム（2024）



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

# JSBI 2024 Ranking | TOP 100

## SDGs貢献イメージ得点+SDGs評価得点



良品計画（無印良品）が3年連続首位をキープし盤石。トップ5には常連企業がランクインしました。※順位のみには捕らわれず、業種・自社の状況や特性を知ることが重要です。



順位	企業名	JSBI 得点	順位	企業名	JSBI 得点	順位	企業名	JSBI 得点	順位	企業名	JSBI 得点
1	良品計画(無印良品)	108.60	26	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	104.19	51	カナカ(kaneka)	102.96	76	村田製作所(muRata)	102.19
2	王子ネピア*ネピア他	107.07	27	山崎製パン	104.03	52	ユニ・チャーム(unicharm)	102.95	77	グーグル(google)	102.16
3	クボタ(Kubota)	107.04	28	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	104.03	53	クラシエ	102.86	78	任天堂	102.14
4	イオン(AEON)	106.48	29	味の素(AJINOMOTO)	103.95	54	大阪ガス	102.82	79	サラヤ	102.14
5	トヨタ自動車(TOYOTA)	106.31	30	岩谷産業(Iwatani)	103.91	55	ヤクルト本社(yakult)	102.81	80	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ	102.08
6	味の素 A G F *ブレندي他	106.10	31	ENEOS	103.87	56	住友化学	102.75	81	花王(Kao)	102.05
7	住友林業	106.02	32	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	103.79	57	大成建設	102.73	82	武田薬品工業	102.02
8	アップルジャパン(Apple)	105.66	33	リクシル(LIXIL)	103.77	58	生協(Co-op)	102.70	83	東レ(TORAY)	102.00
9	キッコーマン	105.51	34	パナソニック(Panasonic)	103.76	59	ロート製薬(ROHTO)	102.70	84	大林組	101.99
10	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	105.46	35	モンベル(mont-bell)	103.68	60	星野リゾート	102.64	85	三菱ケミカルホールディングス	101.94
11	ファーストリテイリング*ユニクロ・GU他	105.33	36	FOOD&LIFE COMPANIES*スシロー他	103.67	61	U R 都市機構*UR賃貸住宅	102.59	86	YKK AP*アルミサッシ・窓 他	101.94
12	三井化学	105.14	37	東京ガス(TOKYO GAS)	103.59	62	全日本空輸(ANA)	102.57	87	ジョンソン・エンド・ジョンソン	101.89
13	ダイキン工業(DAIKIN)	105.14	38	TOTO	103.56	63	アイリスオーヤマ	102.55	88	ヤマハ発動機*輸送用機器	101.82
14	ウォルト・ディズニー・ジャパン	104.82	39	カゴメ(KAGOME)	103.56	64	パタゴニア(patagonia)	102.55	89	雪印メグミルク	101.81
15	ライオン(LION)	104.81	40	積水化学工業(SEKISUI)	103.54	65	東洋水産*マルちゃん他	102.51	90	ネスレ(Nestle)*ネスカフェ・キットカット他	101.78
16	キュービー	104.78	41	商船三井	103.53	66	N E C (日本電気)	102.45	91	ダイソー	101.75
17	日立製作所(HITACHI)	104.76	42	楽天グループ	103.51	67	Loop(Loopでんき)	102.42	92	モスフードサービス(モスバーガー)	101.75
18	マルハニチロ	104.74	43	東日本高速道路(NEXCO東日本)	103.46	68	日本水産(ニッスイ)	102.42	93	小松製作所(KOMATSU)	101.73
19	日本製紙クレシア*クリネックス・スコッティ他	104.72	44	伊藤ハム	103.20	69	ヤンマー(YANMAR)	102.41	94	大和ハウス工業(Daiwa House)	101.72
20	旭化成(AsahiKASEI)	104.51	45	三菱重工業	103.16	70	旭化成ホームズ(ヘーベルハウス)	102.35	95	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	101.68
21	セブン&アイ・ホールディングス*イトーヨーカ堂他	104.50	46	ファンケル(FANCL)	103.10	71	コクヨ(KOKUYO)	102.34	96	日清食品(NISSIN)	101.65
22	森永乳業(morinaga)	104.45	47	キリンビール(KIRIN)	103.09	72	エステー	102.29	97	ヤマハ(YAMAHA)*楽器	101.56
23	ダスキン(DUSKIN)*衛生サービス	104.35	48	西日本旅客鉄道(JR西日本)	103.02	73	ラッシュジャパン(LUSH)	102.26	98	N T T データ	101.52
24	ハウス食品(House)	104.26	49	テルモ	103.00	74	江崎グリコ	102.25	99	エーザイ(Eisai)	101.51
25	サントリー(SUNTORY)	104.23	50	大塚製薬(Otsuka)	102.98	75	スズキ(SUZUKI)	102.25	100	サンスター	101.50

※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 2024 Ranking | TOP 100



## SDGs貢献度を基準化し算出

順位	企業名	イメージ得点	順位	企業名	イメージ得点	順位	企業名	イメージ得点	順位	企業名	イメージ得点
1	良品計画(無印良品)	55.84	26	TOTO	52.28	51	江崎グリコ	51.73	76	大阪ガス	51.17
2	ファーストリテイリング*ユニクロ・GU他	54.47	27	ENEOS	52.24	52	ワークマン(WORKMAN)	51.70	77	ロート製薬(ROHTO)	51.17
3	キッコーマン	54.12	28	モンベル(mont-bell)	52.23	53	キリンビール(KIRIN)	51.68	78	ジョンソン・エンド・ジョンソン	51.15
4	味の素A G F *ブレندی他	53.91	29	森永乳業(morinaga)	52.19	54	パナソニック(Panasonic)	51.59	79	任天堂	51.12
5	王子ネピア*ネピア他	53.76	30	FOOD&LIFE COMPANIES*スシロー他	52.17	55	ブックオフコーポレーション	51.59	80	NECネットエスアイ	51.12
6	クボタ(Kubota)	53.68	31	東京ガス(TOKYO GAS)	52.14	56	クラシエ	51.58	81	モスフードサービス(モスバーガー)	51.11
7	三井化学	53.49	32	イケア(IKEA)	52.14	57	エステー	51.56	82	三菱ケミカルホールディングス	51.10
8	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	53.39	33	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	52.14	58	東洋水産*マルちゃん他	51.56	83	住友化学	51.07
9	イオン(AEON)	53.29	34	サントリー(SUNTORY)	52.11	59	ユニ・チャーム(unicharm)	51.53	84	大塚製薬(Otsuka)	51.05
10	ダイキン工業(DAIKIN)	53.24	35	マルハニチロ	52.10	60	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	51.52	85	ラッシュジャパン(LUSH)	51.03
11	住友林業	53.20	36	コクヨ(KOKUYO)	52.09	61	スズキ(SUZUKI)	51.50	86	ヤンマー(YANMAR)	51.03
12	ライオン(LION)	53.16	37	パタゴニア(patagonia)	52.09	62	YKK AP*アルミサッシ・窓 他	51.47	87	日本製紙	51.03
13	トヨタ自動車(TOYOTA)	53.01	38	ダスキン(DUSKIN)*衛生サービス	52.06	63	生協(Co-op)	51.47	88	東日本電信電話(NTT東日本)	51.01
14	キユーピー	52.91	39	日立製作所(HITACHI)	52.02	64	Loop(Loopでんき)	51.45	89	日清食品(NISSIN)	51.00
15	日本製紙クレシア*クリネックス・スコッティ他	52.59	40	積水化学工業(SEKISUI)	52.02	65	ファンケル(FANCL)	51.41	90	N E C (日本電気)	51.00
16	ウォルト・ディズニー・ジャパン	52.58	41	カネカ(kaneka)	51.98	66	村田製作所(muRata)	51.40	91	象印マホービン	50.99
17	セブン&アイ・ホールディングス*イトーヨーカ堂他	52.58	42	西日本旅客鉄道(JR西日本)	51.98	67	商船三井	51.40	92	セイコーエプソン(EPSON)	50.99
18	旭化成(AsahiKASEI)	52.56	43	テルモ	51.97	68	ネスレ(Nestle)*ネスカフェ・キットカット他	51.37	93	東日本高速道路(NEXCO東日本)	50.99
19	味の素(AJINOMOTO)	52.54	44	カゴメ(KAGOME)	51.93	69	東レ(TORAY)	51.35	94	サンスター	50.99
20	アップルジャパン(Apple)	52.53	45	星野リゾート	51.93	70	サラヤ	51.33	95	小松製作所(KOMATSU)	50.98
21	楽天グループ	52.44	46	全日本空輸(ANA)	51.91	71	ダイソー	51.33	96	東日本旅客鉄道(JR東日本)	50.98
22	山崎製パン	52.44	47	三菱重工業	51.88	72	ヤマハ(YAMAHA)*楽器	51.30	97	京セラ(KYOCERA)	50.95
23	アイリスオーヤマ	52.41	48	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	51.86	73	花王(Kao)	51.26	98	帝人(TEIJIN)	50.95
24	伊藤ハム	52.35	49	ハウス食品(House)	51.81	74	雪印メグミルク	51.20	99	タイガー魔法瓶	50.93
25	岩谷産業(Iwatani)	52.31	50	リクシル(LIXIL)	51.79	75	スバル(SUBARU)	51.18	100	大成建設	50.91

\*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 2024 Ranking | TOP 100



## SDGs重要度×SDGs企業評価を基準化し算出

順位	企業名	評価得点	順位	企業名	評価得点	順位	企業名	評価得点	順位	企業名	評価得点
1	クボタ(Kubota)	53.36	26	東京電力(TEPCO)	52.00	51	FOOD&LIFE COMPANIES*スシロー他	51.50	76	テルモ	51.04
2	王子ネピア*ネピア他	53.31	27	リクシル(LIXIL)	51.98	52	武田薬品工業	51.50	77	任天堂	51.02
3	トヨタ自動車(TOYOTA)	53.30	28	旭化成(AsahiKASEI)	51.95	53	N E C(日本電気)	51.46	78	アマゾン ウェブ サービス ジャパン(AWS)*クラウド・サーバ	51.00
4	イオン(AEON)	53.19	29	大塚製薬(Otsuka)	51.93	54	東京ガス(TOKYO GAS)	51.45	79	カナカ(kaneka)	50.98
5	アップルジャパン(Apple)	53.13	30	セブン&アイ・ホールディングス*イトーヨーカ堂他	51.92	55	モンベル(mont-bell)	51.45	80	Loop(Loopでんき)	50.98
6	住友林業	52.82	31	ダイキン工業(DAIKIN)	51.90	56	コスモ石油	51.44	81	伊藤忠商事	50.95
7	良品計画(無印良品)	52.76	32	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	51.89	57	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ	51.43	82	東洋水産*マルちゃん他	50.95
8	日立製作所(HITACHI)	52.73	33	UR都市機構*UR賃貸住宅	51.88	58	ユニ・チャーム(unicharm)	51.43	83	ヤマハ発動機*輸送用機器	50.91
9	マルハニチロ	52.64	34	キユーピー	51.87	59	味の素(AJINOMOTO)	51.41	84	日本マイクロソフト(Microsoft)	50.91
10	東日本高速道路(NEXCO東日本)	52.47	35	大成建設	51.82	60	麒麟ビール(KIRIN)	51.40	85	ファーストリテイリング*ユニクロ・GU他	50.86
11	ハウス食品(House)	52.45	36	ファンケル(FANCL)	51.69	61	キッコーマン	51.40	86	伊藤ハム	50.85
12	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	52.33	37	住友化学	51.68	62	エーザイ(Eisai)	51.39	87	三菱ケミカルホールディングス	50.84
13	ダスキン(DUSKIN)*衛生サービス	52.29	38	日本水産(ニッスイ)	51.67	63	ヤンマー(YANMAR)	51.37	88	富士フイルム(FUJIFILM)	50.84
14	大和ハウス工業(Daiwa House)	52.29	39	三井化学	51.65	64	テスラ(Tesla)	51.32	89	サラヤ	50.81
15	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	52.27	40	ライオン(LION)	51.65	65	クラシエ	51.28	90	N T Tデータ	50.80
16	森永乳業(morinaga)	52.26	41	大塚ガス	51.64	66	三菱重工業	51.28	91	花王(Kao)	50.79
17	大林組	52.25	42	ENEOS	51.64	67	TOTO	51.28	92	村田製作所(muRata)	50.79
18	ウォルト・ディズニー・ジャパン	52.24	43	旭化成ホームズ(ヘーベルハウス)	51.64	68	関西電力	51.25	93	ノボルディスクファーマ	50.76
19	ヤクルト本社(Yakult)	52.21	44	カゴメ(KAGOME)	51.63	69	生協(Co-op)	51.23	94	スズキ(SUZUKI)	50.75
20	味の素A G F*ブレんティ他	52.18	45	岩谷産業(Iwatani)	51.60	70	ラッシュジャパン(LUSH)	51.23	95	竹中工務店	50.75
21	パナソニック(Panasonic)	52.16	46	山崎製パン	51.59	71	清水建設	51.22	96	小松製作所(KOMATSU)	50.75
22	商船三井	52.13	47	鹿島	51.57	72	アストラゼネカ	51.14	97	ジョンソン・エンド・ジョンソン	50.74
23	日本製紙クレシア*クリネックス・スコッティ他	52.13	48	グーグル(google)	51.53	73	楽天グループ	51.06	98	エステー	50.73
24	サントリー(SUNTORY)	52.13	49	ロート製薬(ROHTO)	51.53	74	オリエンタルランド(東京ディズニーリゾート)	51.06	99	日本ハム	50.71
25	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	52.07	50	積水化学工業(SEKISUI)	51.53	75	西日本旅客鉄道(JR西日本)	51.04	100	星野リゾート	50.71

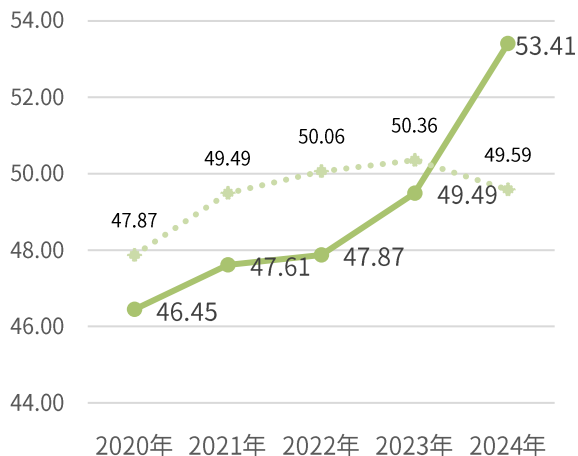
\*同得点の場合は、小数第3位を比較してランキングへ反映しています。

# 個社のSDGs貢献度 5年間の推移

Q: 「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。

## SDGs貢献度(100点満点)

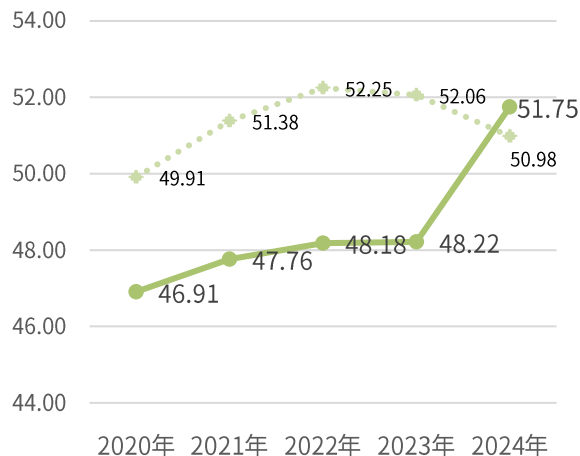
(不動産・建築 A社)



※...は不動産・建設・住宅設備業種（14社）の平均

## SDGs貢献度(100点満点)

(流通・小売業 B社)



※...は流通・小売業業種（14社）の平均



SDGs貢献度の平均を見ると、全体として2023年までは微増し、2024年は下がりました。そのなかでも不動産・建築業のA社、流通・小売業者B社は短期間でその評価を上げております。

**JSBI個別報告レポート**では、各社について年代や世帯年収などの属性別の分析データも抽出可能です。よって自社のサステナビリティ戦略を誰に向けて、どのように展開すべきかのヒントを得ることができます。

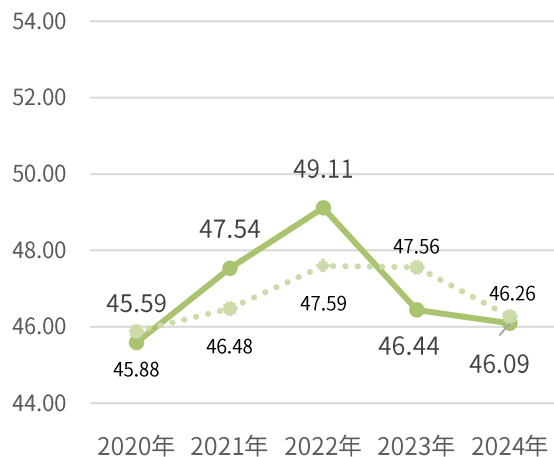
※ SDGs貢献度は、JSBIの貢献イメージ得点を算出するための基準化前のローデータの為、実施のJSBIの得点とは異なる場合がございます。

# 個社のSDGs貢献度 5年間の推移

Q: 「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。

## SDGs貢献度(100点満点)

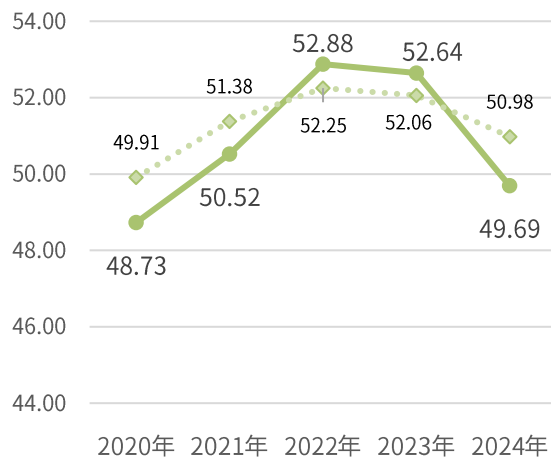
(金融・保険業 C社)



※...は金融・保険業種（18社）の平均

## SDGs貢献度(100点満点)

(流通・小売業 D社)



※...は流通・小売業種（14社）の平均



金融・保険業のC社、流通・小売業者D社は2022年まで評価を上げてきましたが、ここ2年で評価を下げる結果となっています。

**JSBI個別報告レポート**では、各社について年代や世帯年収などの属性別の分析データも抽出可能です。よって自社のサステナビリティ戦略を誰に向けて、どのように展開すべきかのヒントを得ることができます。

※ SDGs貢献度は、JSBIの貢献イメージ得点を算出するための基準化前のローデータの為、実施のJSBIの得点とは異なる場合がございます。





### III. JSBI2024 Ranking (属性別)

# JSBI 2024 Ranking | 男女別 TOP 20



SDGs貢献イメージ得点+SDGs評価得点

## 男性 (n=7,800)

順位	全体 順位	企業名	JSBI 得点
1	(5)	トヨタ自動車(TOYOTA)	108.23
2	(3)	クボタ(Kubota)	107.44
3	(8)	アップルジャパン(Apple)	106.63
4	(6)	味の素A G F *ブレندی他	106.38
5	(17)	日立製作所(HITACHI)	106.30
6	(12)	三井化学	106.20
7	(9)	キッコーマン	105.93
8	(25)	サントリー(SUNTORY)	105.58
9	(13)	ダイキン工業(DAIKIN)	105.57
10	(24)	ハウス食品(House)	105.47
11	(15)	ライオン(LION)	105.41
12	(1)	良品計画(無印良品)	105.26
13	(20)	旭化成(AsahiKASEI)	104.86
14	(18)	マルハニチロ	104.81
15	(27)	山崎製パン	104.76
16	(19)	日本製紙クレシア *クリネックス・スコッティ他	104.74
17	(2)	王子ネピア *ネピア他	104.74
18	(30)	岩谷産業(Iwatani)	104.68
19	(37)	東京ガス(TOKYO GAS)	104.59
20	(49)	テルモ	104.58

## 女性 (n=7,800)

順位	全体 順位	企業名	JSBI 得点
1	(1)	良品計画(無印良品)	112.17
2	(4)	イオン(AEON)	109.45
3	(2)	王子ネピア *ネピア他	109.43
4	(7)	住友林業	108.29
5	(10)	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	108.24
6	(11)	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	107.97
7	(14)	ウォルト・ディズニー・ジャパン	107.34
8	(3)	クボタ(Kubota)	106.64
9	(46)	ファンケル(FANCL)	106.08
10	(6)	味の素A G F *ブレندی他	105.81
11	(28)	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	105.66
12	(36)	FOOD&LIFE COMPANIES *スシロー他	105.53
13	(16)	キユーピー	105.49
14	(29)	味の素(AJINOMOTO)	105.33
15	(21)	セブン&アイ・ホールディングス *イトーヨーカ堂他	105.26
16	(9)	キッコーマン	105.05
17	(53)	クラシエ	104.95
18	(22)	森永乳業(morinaga)	104.83
19	(19)	日本製紙クレシア *クリネックス・スコッティ他	104.71
20	(13)	ダイキン工業(DAIKIN)	104.70



男女で顕著な違いが見られました。  
男性は高価格で購買頻度の低い商品を扱う企業や  
BtoB企業を、女性は低価格で購買頻度の高い商品を  
扱う企業や、日常生活を彩るサービスを提供する企業を  
高く評価する傾向があります。

※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 2024 Ranking | 世代別 TOP 20

SDGs貢献イメージ得点+SDGs評価得点



10代から40代で特に評価の高い良品計画やスターバックスは、50代では異なる傾向が見られました。また、家や車を扱う企業は30代以降で評価が高くなる傾向があります。全体では169位の東京電力が、10代~20代では10位にランクインし、特にSDGsイメージ得点が高い点が注目されます。



## 10代 - 20代 (n=5,200)

順位	全体 順位	企業名	JSBI 得点
1	(1)	良品計画(無印良品)	108.21
2	(10)	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	106.96
3	(2)	王子ネピア *ネピア他	106.62
4	(3)	クボタ(Kubota)	106.48
5	(6)	味の素 A G F *ブレンディ他	105.93
6	(77)	グーグル(google)	105.77
7	(11)	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	105.53
8	(22)	森永乳業(morinaga)	105.10
9	(25)	サントリー(SUNTORY)	105.03
10	(169)	東京電力(TEPCO)	104.99
11	(21)	セブン&アイ・ホールディングス *イトーヨーカ堂他	104.88
12	(9)	キッコーマン	104.84
13	(15)	ライオン(LION)	104.78
14	(78)	任天堂	104.75
15	(91)	ダイソー	104.66
16	(7)	住友林業	104.65
17	(5)	トヨタ自動車(TOYOTA)	104.54
18	(42)	楽天グループ	104.23
19	(13)	ダイキン工業(DAIKIN)	104.16
20	(8)	アップルジャパン(Apple)	104.10

## 30代 - 40代 (n=5,200)

順位	全体 順位	企業名	JSBI 得点
1	(1)	良品計画(無印良品)	109.43
2	(4)	イオン(AEON)	106.97
3	(10)	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	106.91
4	(5)	トヨタ自動車(TOYOTA)	106.57
5	(7)	住友林業	106.30
6	(9)	キッコーマン	106.24
7	(19)	日本製紙クレシア *クリネックス・スコッティ他	106.18
8	(6)	味の素 A G F *ブレンディ他	105.99
9	(35)	モンベル(mont-bell)	105.84
10	(32)	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	105.84
11	(8)	アップルジャパン(Apple)	105.81
12	(2)	王子ネピア *ネピア他	105.77
13	(11)	ファーストリテイリング *ユニクロ・GU他	105.69
14	(3)	クボタ(Kubota)	105.53
15	(17)	日立製作所(HITACHI)	105.41
16	(26)	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	104.97
17	(20)	旭化成(AsahiKASEI)	104.94
18	(27)	山崎製パン	104.70
19	(39)	カゴメ(KAGOME)	104.69
20	(12)	三井化学	104.46

## 50代以上 (n=5,200)

順位	全体 順位	企業名	JSBI 得点
1	(4)	イオン(AEON)	109.91
2	(3)	クボタ(Kubota)	109.14
3	(14)	ウォルト・ディズニー・ジャパン	108.98
4	(2)	王子ネピア *ネピア他	108.81
5	(1)	良品計画(無印良品)	108.14
6	(5)	トヨタ自動車(TOYOTA)	107.85
7	(16)	キユーピー	107.76
8	(18)	マルハニチロ	107.70
9	(7)	住友林業	107.18
10	(29)	味の素(AJINOMOTO)	107.09
11	(8)	アップルジャパン(Apple)	107.05
12	(12)	三井化学	107.04
13	(23)	ダスキン(DUSKIN) *衛生サービス	107.02
14	(51)	カネカ(kaneka)	106.82
15	(13)	ダイキン工業(DAIKIN)	106.53
16	(6)	味の素 A G F *ブレンディ他	106.37
17	(49)	テルモ	106.33
18	(40)	積水化学工業(SEKISUI)	106.18
19	(20)	旭化成(AsahiKASEI)	106.15
20	(17)	日立製作所(HITACHI)	106.05

※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 2024 Ranking | 世帯年収別 TOP 20



全体で4位、世帯年収1,000万円以下では5位以内にランキングしていたイオンは、年収1,000万円以上の世帯では17位となりました。一方、年収1,001万円以上の世帯ではテスラがランキングしました。



## SDGs貢献イメージ得点+SDGs評価得点

### ~600万円 (n=9,445)

順位	全体 順位	企業名	JSBI 得点
1	(1)	良品計画(無印良品)	109.46
2	(2)	王子ネピア*ネピア他	107.70
3	(7)	住友林業	106.82
4	(6)	味の素A G F*ブレンドィ他	106.19
5	(4)	イオン(AEON)	106.11
6	(3)	クボタ(Kubota)	105.76
7	(14)	ウォルト・ディズニー・ジャパン	105.63
8	(23)	ダスキン(DUSKIN)*衛生サービス	105.62
9	(22)	森永乳業(morinaga)	105.62
10	(15)	ライオン(LION)	105.57
11	(8)	アップルジャパン(Apple)	105.50
12	(5)	トヨタ自動車(TOYOTA)	105.30
13	(25)	サントリー(SUNTORY)	105.27
14	(11)	ファーストリテイリング*ユニクロ・GU他	105.25
15	(10)	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	105.10
16	(9)	キッコーマン	105.01
17	(28)	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)	104.99
18	(13)	ダイキン工業(DAIKIN)	104.99
19	(29)	味の素(AJINOMOTO)	104.95
20	(18)	マルハニチロ	104.65

### 601~1,000万円 (n=4,305)

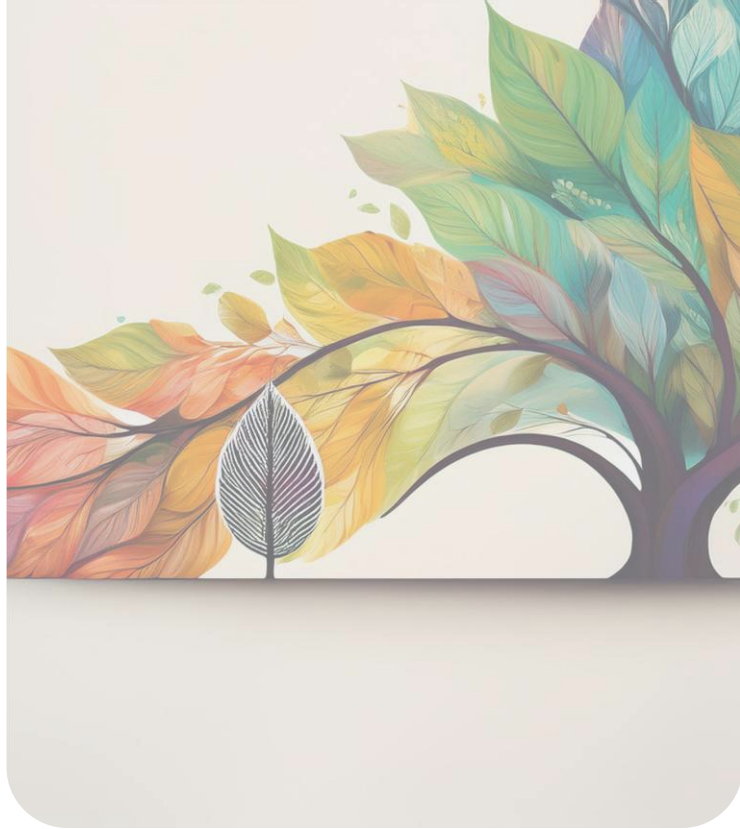
順位	全体 順位	企業名	JSBI 得点
1	(3)	クボタ(Kubota)	108.51
2	(10)	スターバックスジャパン(STARBUCKS)	108.04
3	(4)	イオン(AEON)	107.57
4	(1)	良品計画(無印良品)	107.22
5	(9)	キッコーマン	106.66
6	(43)	東日本高速道路(NEXCO東日本)	106.46
7	(5)	トヨタ自動車(TOYOTA)	106.39
8	(8)	アップルジャパン(Apple)	106.13
9	(6)	味の素A G F*ブレンドィ他	106.08
10	(16)	キュービー	106.02
11	(12)	三井化学	105.93
12	(20)	旭化成(AsahiKASEI)	105.71
13	(19)	日本製紙クレシア*クリネックス・スコッティ他	105.62
14	(11)	ファーストリテイリング*ユニクロ・GU他	105.60
15	(21)	セブン&アイ・ホールディングス*イトーヨーカ堂他	105.40
16	(32)	積水ハウス(SEKISUI HOUSE)	105.36
17	(62)	全日本空輸(ANA)	105.26
18	(30)	岩谷産業(Iwatani)	105.08
19	(41)	商船三井	104.96
20	(26)	P & G(プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン)	104.85

### 1,001万円~ (n=1,850)

順位	全体 順位	企業名	JSBI 得点
1	(5)	トヨタ自動車(TOYOTA)	112.32
2	(3)	クボタ(Kubota)	109.78
3	(2)	王子ネピア*ネピア他	108.79
4	(38)	TOTO	108.50
5	(17)	日立製作所(HITACHI)	108.38
6	(1)	良品計画(無印良品)	108.24
7	(35)	モンベル(mont-bell)	106.97
8	(25)	サントリー(SUNTORY)	106.86
9	(12)	三井化学	106.78
10	(30)	岩谷産業(Iwatani)	105.93
11	(9)	キッコーマン	105.79
12	(18)	マルハニチロ	105.71
13	(6)	味の素A G F*ブレンドィ他	105.65
14	(8)	アップルジャパン(Apple)	105.52
15	(129)	テスラ(Tesla)	105.49
16	(21)	セブン&アイ・ホールディングス*イトーヨーカ堂他	105.48
17	(4)	イオン(AEON)	105.45
18	(106)	東日本電信電話(NTT東日本)	105.37
19	(20)	旭化成(AsahiKASEI)	105.36
20	(96)	日清食品(NISSIN)	105.18

※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。





#### IV. 「SDGs貢献イメージ得点」と 「SDGs評価得点」

# 「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」

生活者から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」

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生活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」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」

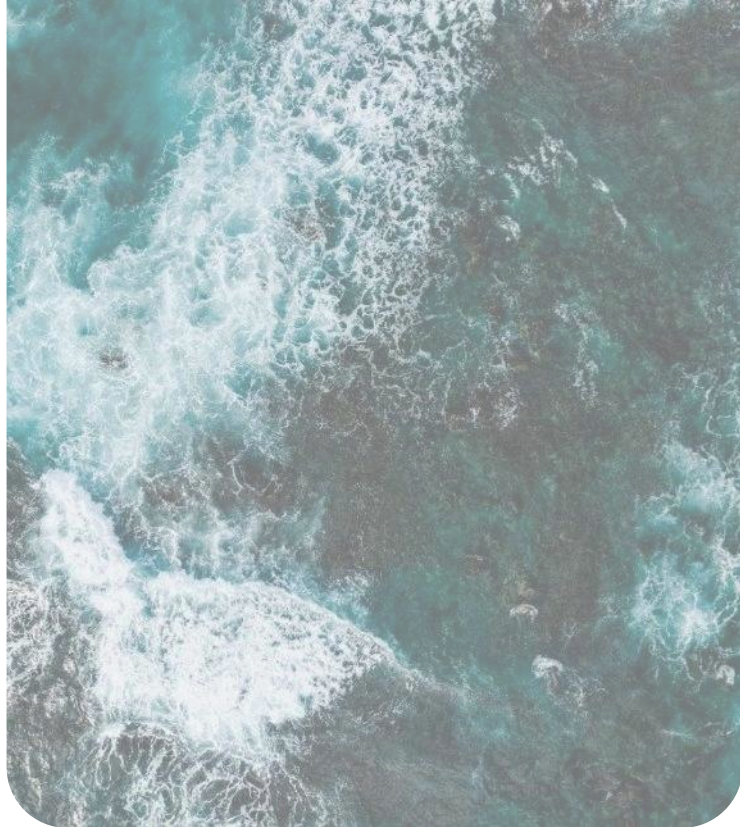
順位	企業名	得点差	JSBI 2024
1	ファーストリテイリング*ユニクロ・GU他	3.61	105.33
2	ブックオフコーポレーション	3.10	100.08
3	良品計画(無印良品)	3.08	108.60
4	イケア(IKEA)	2.96	101.32
5	キッコーマン	2.72	105.51
6	キヤノン(Canon)	2.56	99.26
7	ワークマン(WORKMAN)	2.38	101.02
8	アイリスオーヤマ	2.26	102.55
9	ヤマト運輸	2.09	98.27
10	ニコン(Nikon)	2.06	99.56

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」

順位	企業名	得点差	JSBI 2024
1	日本放送協会(NHK)	5.42	93.88
2	ワタミグループ*和民・ワタミの宅食他	4.58	96.33
3	東京電力(TEPCO)	4.02	99.99
4	吉本興業	3.53	90.61
5	電通	3.20	93.30
6	大和ハウス工業(Daiwa House)	2.86	101.72
7	小林製薬	2.55	96.53
8	大林組	2.51	101.99
9	フジテレビジョン	2.28	94.40
10	かんぼ生命保険	2.26	95.98

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。



## V. 業種別順位とその傾向

# JSBI 2024 業種別順位とその傾向

分析対象の312社を19の業種に分類し、各業種の特徴を分析

業界 順位	前年比 (順位差)	業種	企業数	JSBI2024 平均得点
1	↑ 1	食品	21	102.29
2	↑ 3	化粧品・トイレタリー	18	101.78
3	→ 0	エネルギー	11	101.68
4	→ 0	家電・AV機器	12	101.53
5	↑ 1	素材・化学・機械	26	101.34
6	↑ 1	不動産・建設・住宅設備	19	101.30
7	↓▲ 6	薬品・医療用品	12	101.09
8	↑ 1	飲料・嗜好品	15	100.51
9	↑ 2	外食・各種サービス	13	100.38
10	↓▲ 2	流通・小売業	23	100.25
11	↑ 2	精密機器・事務用品	18	99.83
12	↓▲ 2	ファッション・アクセサリ	18	99.62
13	↑ 1	IT・情報・通信	17	99.37
14	↓▲ 2	自動車・関連品	18	99.32
15	→ 0	運輸・交通・レジャー	25	98.95
16	→ 0	専門サービス	6	98.73
17	→ 0	出版+教育、広告、印刷	7	97.66
18	→ 0	放送・エンターテインメント	12	96.58
19	→ 0	金融・保険	21	96.01



昨年トップであった薬品・医療用品が、6ランクダウンし、化粧品・トイレタリーが3ランクアップしました。今回トップとなった業種は前回から1ランクアップした食品です。  
金融・保険、放送・エンターテインメントは調査始まって以来下位に位置づけられています。  
大きな変動のあった薬品・医療用品以外のランキングは、定着してきたといえるでしょう。

## JSBI 評価の高い業種

### 食品

この業種の21社のうち17社がJSBI得点で100点以上を獲得し、1位にランクアップしました。

前回と比較して業種内ギャップが7.31と広がりましたが、この業種の企業は概ね評価が高いといえます。

### 化粧品・トイレタリー

18社のうち14社がJSBI得点で100点以上を獲得し、2位にランクアップしました。業種内ギャップの大きさから、業種内上位3社の躍進が、この業種のランクアップに影響したと考えられます。

## JSBI 評価の低い業種

### 金融・保険

昨年度の調査に引き続き、この業種には今回もJSBI得点が100点に達した企業がありませんでした。

また、今年もSDGs評価得点及びJSBI得点において、全業種の中で最下位となりました。

### 放送・エンターテインメント

12社のうちJSBI得点が100点を超えたのは前回と同じ3社にとどまり、3社すべて、前回よりランクを落とす結果となりました。また残る9社は、下位20%に相当する250位以降にランキングしました。



# 業種別の傾向 × 「SDGs貢献イメージ得点」 vs. 「SDGs評価得点」

## JSBI : Japan Sustainable Brands Index

業種	得点差	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	JSBI2024 平均得点
精密機器・事務用品	0.78	13	50.30	>	49.52	99.83
ファッション・アクセサリ	0.57	6	50.09	>	49.53	99.62
流通・小売業	0.51	18	50.38	>	49.87	100.25
素材・化学・機械	0.39	21	50.87	≒	50.48	101.34
食品	0.38	18	51.33	≒	50.95	102.29
家電・AV機器	0.37	26	50.95	≒	50.58	101.53
飲料・嗜好品	0.37	18	50.44	≒	50.07	100.51
化粧品・トイレタリ	0.30	18	51.04	≒	50.74	101.78
運輸・交通・レジャー	0.06	11	49.50	≒	49.44	98.95
自動車・関連品	0.01	17	49.67	≒	49.65	99.32
外食・各種サービス	0.01	25	50.19	≒	50.19	100.38
専門サービス	0.16	12	49.29	≒	49.45	98.73
金融・保険	0.48	12	47.77	≒	48.25	96.01
IT・情報・通信	0.49	21	49.44	≒	49.93	99.37
エネルギー	0.50	23	50.59	≒	51.09	101.68
薬品・医療用品	0.62	15	50.23	<	50.85	101.09
不動産・建設・住宅設備	0.83	12	50.23	<	51.06	101.30
出版+教育、広告、印刷	1.09	19	48.29	<	49.37	97.66
放送・エンターテイメント	1.27	7	47.65	<	48.93	96.58

イメージ  
優位

バランス

評価優位

**イメージ優位** 「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、ファッション・アクセサリ

SDGs評価得点の低さが課題となる企業が多数見受けられます。

SDGsの具体的な活動内容が伝わっていない可能性があります。

### 流通・小売業

業種内の企業で、SDGs貢献イメージ得点に大きなバラツキがあります。

業種内下位の企業においては、必ずしもイメージ優位とは言えません。

サステナブル・コミュニケーションにも注力しましょう。

**評価優位** 「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、薬品・医療

具体的なSDGs活動は生活者に認知されています。総合的なイメージを上げることが次の目標となります。サステナブル・コミュニケーションを工夫してみましょう。

### 放送・エンターテイメント、出版+教育、広告、印刷

SDGs貢献イメージ得点も低く、JSBIが100点を切っています。

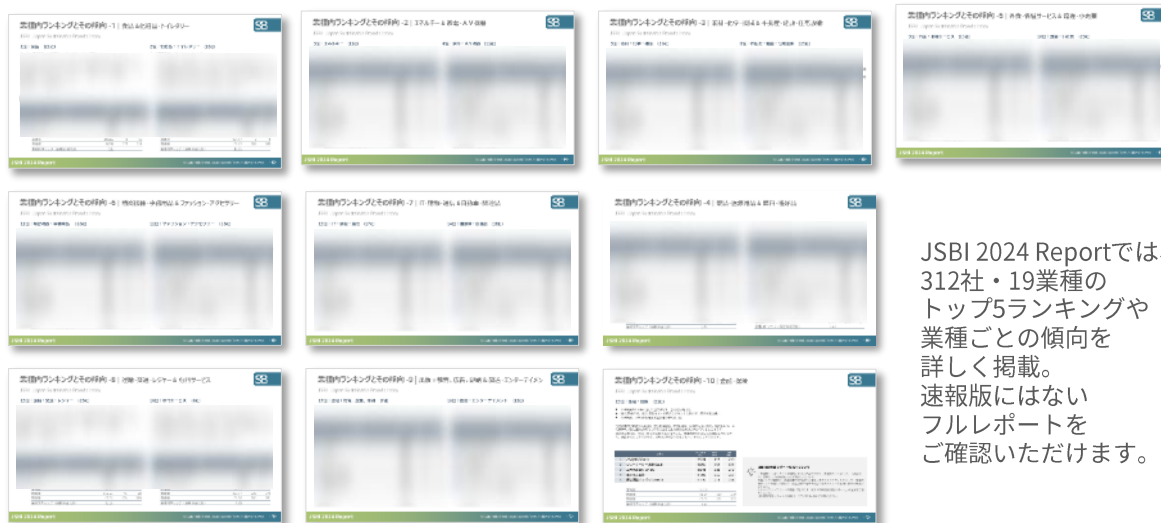
抜本的な改善策の策定と実行が望まれます。

JSBI個別報告レポートでは業種・自社の状況や特性の分析も可能です。

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

# JSBI 2024 Report

業種調査対象の312社を19の業種に分類し、各業界内でのランキングを分析しました。  
この業種別ランキングを通じて、自社の業界内でのポジションや特有の傾向を確認できます。  
詳細はJSBI 2024 Reportでご覧いただけます。



JSBI 2024 Reportでは、  
312社・19業種の  
トップ5ランキングや  
業種ごとの傾向を  
詳しく掲載。  
速報版にはない  
フルレポートを  
ご確認いただけます。

ランキングフルデータで市場の全体像を把握  
JSBI 2024 ランキング 全312社  
SDGs貢献イメージ得点 2024 全312社  
SDGs企業評価得点 2024 全312社  
JSBI2023調査対象企業(312社)の 昨対比較

業種別の傾向分析で業界のポジションを確認

企業不祥事に対する生活者の反応調査  
(JSBI2024 限定調査)

JSBI 2024 Report

10万円 (税別)



【お問合せ】 サステナブル・ブランドジャパン(株式会社Sinc):info@sustainablebrands.jp



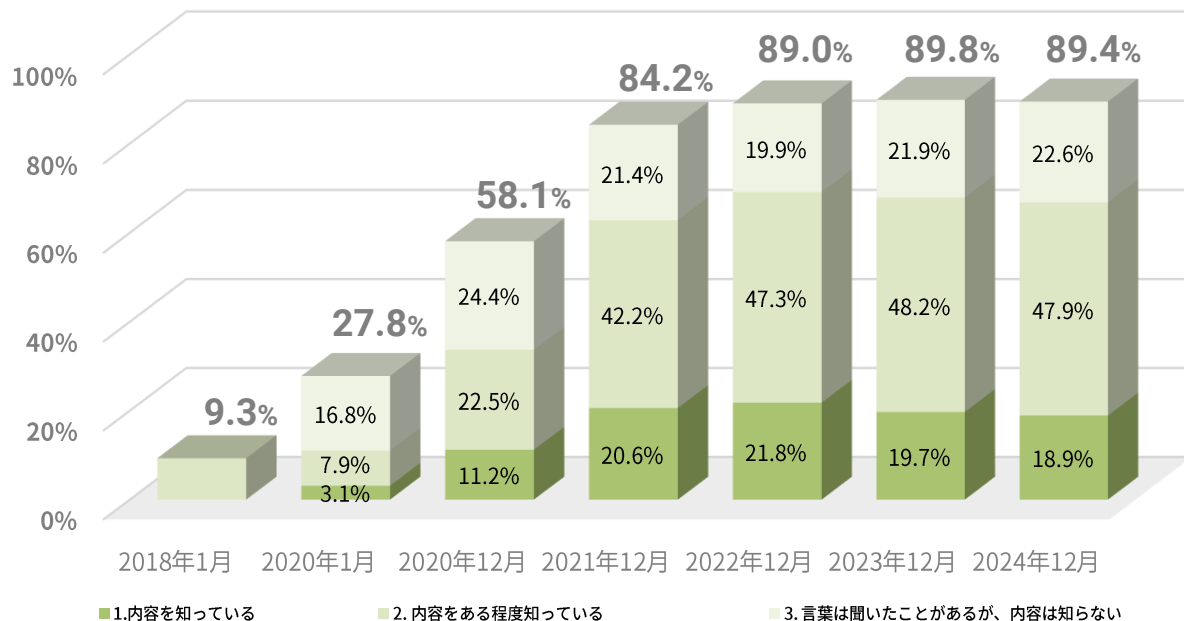
## VI. SDGs認知調査

# 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年以來4年間、SDGsの認知度はうなぎ登りとなっていました。89.8%と一昨年から飽和状態になっています。

一方で、その中の割合を見ると、内容を知ると言葉だけ知っている人がそれぞれ約2割ですが、内容を知ることが微減し、言葉だけ知っている人が微増となっており、サステナビリティが停滞状態にあるとも言えます。

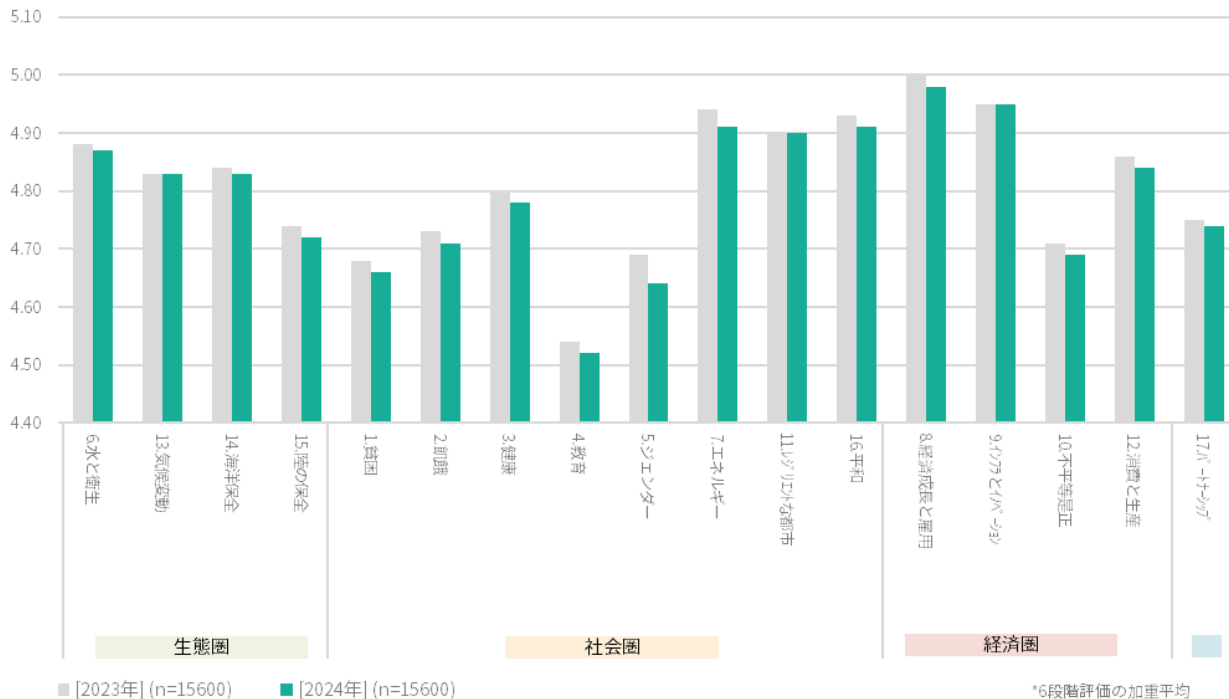
2030年のSDGsを達成するためには、企業がSDGsに配慮した製品やサービスを生み出し、生活者の認知からさらなる行動変容へと導くことが求められます。

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、2023年12月、2024年12月 はサステナブル ブランド ジャパンの調査。

# 生活者が考える「企業が取り組むべきSDGs17目標」

SDGs 17目標重要度 | JSBI : Japan Sustainable Brands Index

SDGs17目標重要度（前年比較）

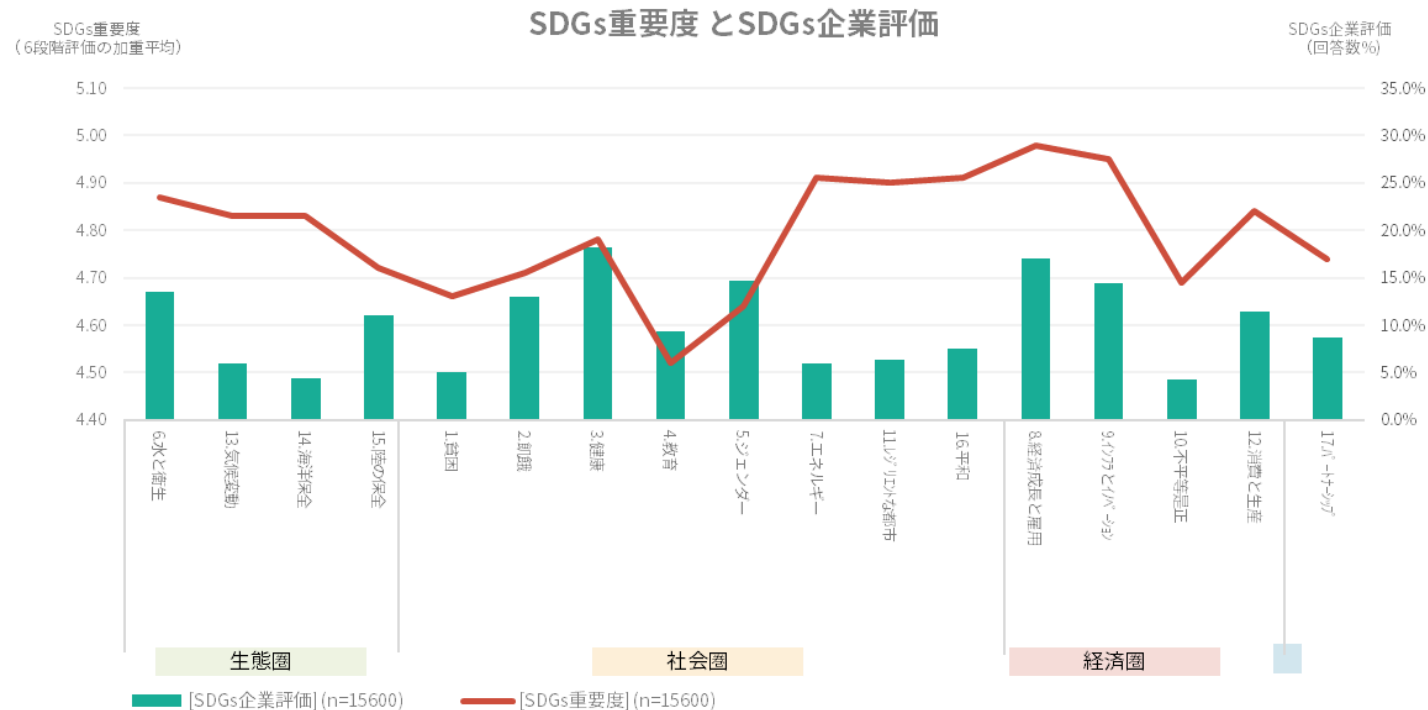


SDGsの認知度が9割近くと飽和状態になった一方で、重要度は全体的に低下しています。ただ、気候変動、レジリエント（強靱）な都市、インフラとイノベーションに関しては、昨年と変わらず企業への期待があるようです。天災や災害への対応が求められるなか、さらに一歩進めて、サステナビリティの行動変容を促す商品やサービスの開発が企業には求められています。



# 生活者が企業に期待する「SDGs17目標」とそれに対する評価

## SDGs 17目標企業評価 | JSBI : Japan Sustainable Brands Index



SDGs重要度と企業評価のギャップにこそ、生活者のサステナビリティへのニーズが隠されています。

エネルギー、レジリエントな都市、平和、気候変動、海洋保全などについては、生活者が重要度を感じているのに、企業としては解決できていないことがわかります。

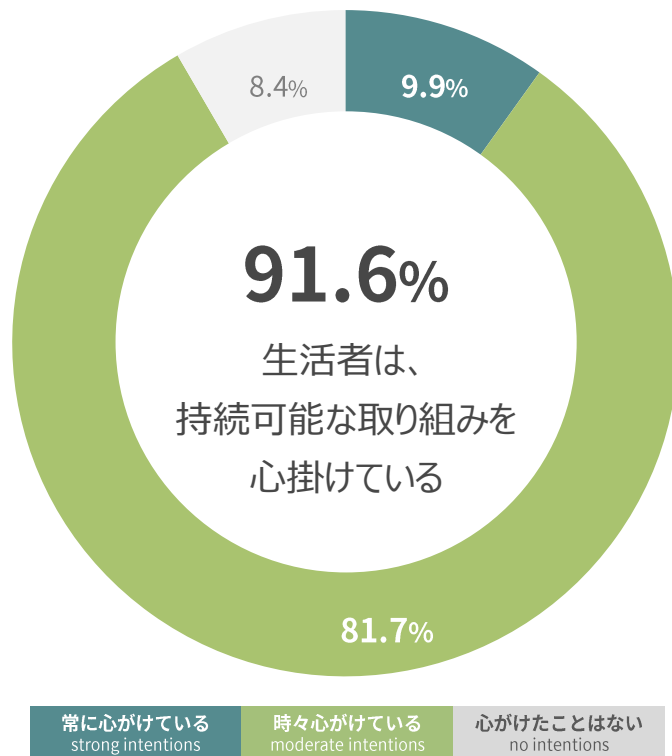
ここにこそ、サステナブル・マーケティングを展開する必要があるのではないのでしょうか。

## VII. Appendix

### 生活者のサステナビリティに関する取り組みの調査



# サステナブルな取り組みに関する生活者の意識



Q地球、人々、資源を守るための行動をどの程度心にかけているか、教えてください。n=15,600 Strong intentions (T2B): 1,534, Moderate intentions (M3B): 12,753, No intentions (B2B): 1313

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

## 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

## 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



限りあるエネルギー利用をより効率的に  
**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



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



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



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



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



主義主張をもつ  
**SHOW UP**

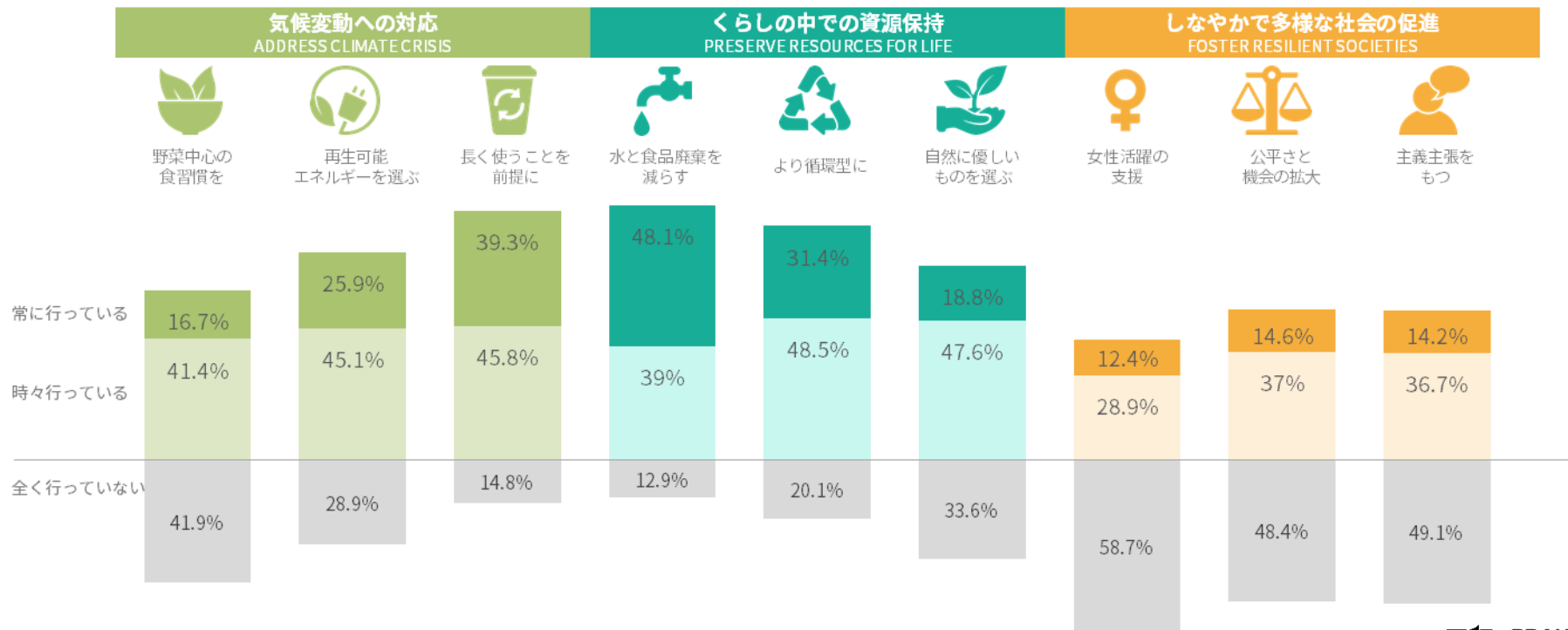
意思を持って活動に積極的に参加し、  
持続可能な生活を支援する企業の製品を購入し、  
支持を表明する



# 生活の中で行ったサステナブル・アクション (過去1年)



## THE 9 MOST IMPACTFUL SUSTAINABLE BEHAVIORS



Q過去12カ月の間に、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=15600





# 日常的に実施してる人の特徴

## THE 9 MOST IMPACTFUL SUSTAINABLE BEHAVIORS

### 気候変動への対応 ADDRESS CLIMATE CRISIS


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

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



野菜中心の食習慣を  
**EAT MORE PLANTS**

10代-20代の男子学生
世帯年収800万円以上で50代以上の女性



水と食品廃棄を減らす  
**REDUCE WATER + FOOD WASTE**

10-20代の女子学生
50代以上の女性



女性活躍の支援  
**SUPPORT WOMEN & GIRLS**

10-20代の男子学生
-------------



限りあるエネルギー利用をより効率的に  
**BE ENERGY SMART**

世帯年収600万円以上で50代以上の女性
10-20代の男子学生



より循環型に  
**GO CIRCULAR**

世帯年収1200万円以上の50代以上女性
10-20代の女子学生



公平さと機会拡大  
**EXPAND EQUITY & OPPORTUNITY**

10-20代の男子学生
-------------



長く使うことを前提に  
**THINK DURABLE**

世帯年収800万円以上で50代以上女性
学生



自然に優しいものを選ぶ  
**CHOOSE NATURE FRIENDLY**

10-20代の男子学生
世帯年収1000万円以上



主義主張をもつ  
**SHOW UP**

10-20代の男子学生
-------------

## IX. Appendix

### 企業不祥事に対する 生活者の反応調査(JSBI2024 限定調査)



# 企業不祥事に対する生活者の反応調査

本調査では、企業の不祥事や問題発生時における生活者の行動傾向を分析しました。  
生活者がどのように反応し、どの行動を選択するかを、カテゴリー別に比較しました。(n=15600)

## 調査対象カテゴリー

### 倫理・社会的責任の問題

- ・ 児童労働や劣悪な労働環境、動物虐待
- ・ 地域社会への貢献不足・  
災害時の支援不足
- ・ 特定の政治・宗教団体の支持が  
倫理的に問題視

### 製品・サービスの問題

- ・ 品質の欠陥・サービスの不備
- ・ 有害成分の含有



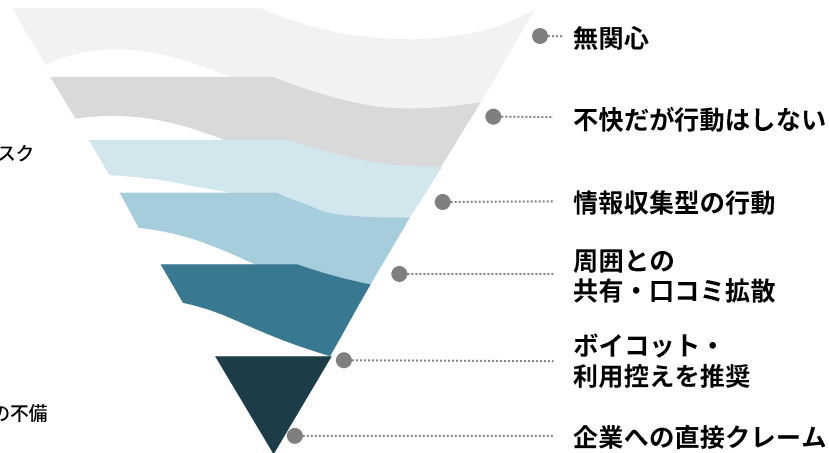
### 環境関連の問題

- ・ 環境対応の虚偽・データ改ざん
- ・ 製造・廃棄過程での環境汚染リスク

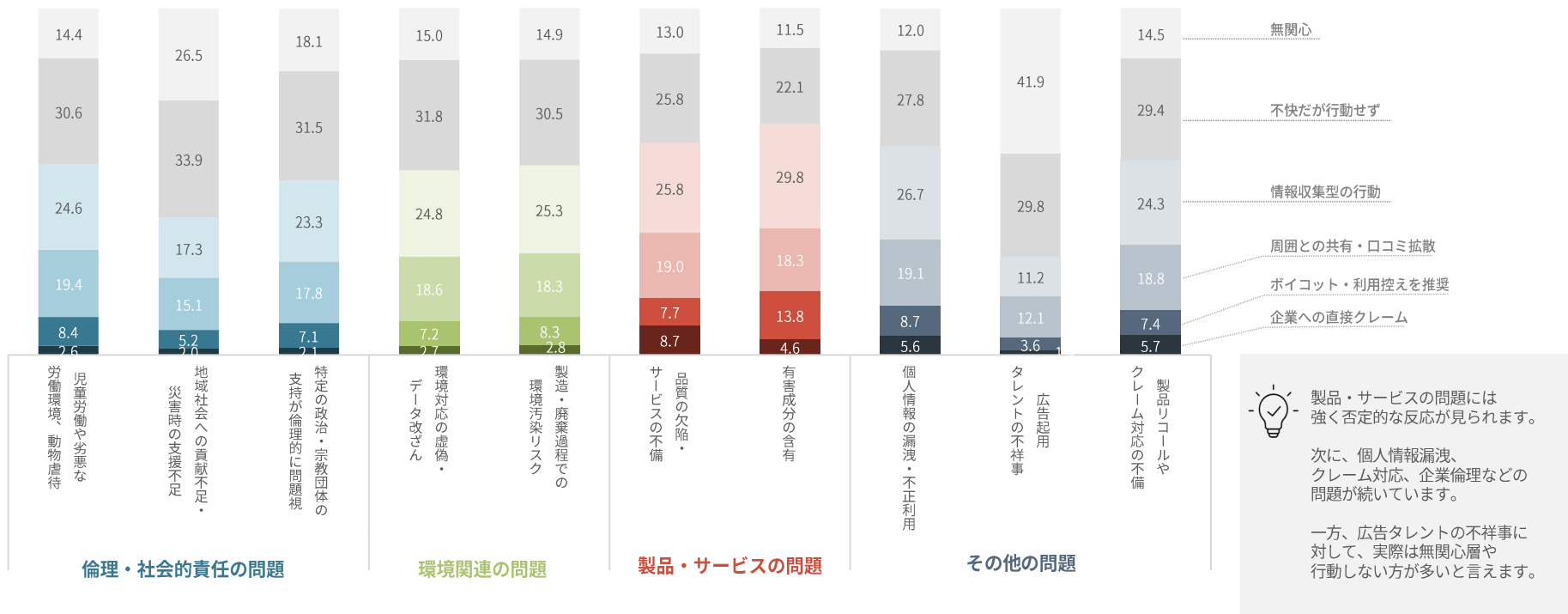
### その他の問題

- ・ 個人情報の漏洩・不正利用
- ・ 広告起用タレントの不祥事
- ・ 製品リコールやクレーム対応の不備

## 主な行動パターン



# 企業不祥事に対する生活者の反応調査



## 最も行動を引き起こす問題

### ● 「製品が人体に有害な成分を含むことが判明した場合」

88.5%の生活者が不快に感じ、行動を起こす。

- 18.3%が口コミを拡散
- 13.8%がボイコットを推奨
- 4.6%が企業に直接クレーム

### ● 「個人情報の漏洩・不正利用」

88.0%が行動を起こし、口コミ拡散（19.1%）や企業クレーム（5.6%）の割合が高い。

### ● 「製品の品質不良やサービス不足」

87.0%が行動を起こし、口コミ拡散（19.0%）やボイコット（7.7%）に繋がる。

## 比較的寛容な問題

### ● 「広告で起用したタレントが不祥事を起こした場合」

58.1%の生活者が不快に感じるが、41.9%が無関心。  
影響はブランドイメージに留まり、  
消費者行動には直結しにくい。



- 製品の安全性・品質、個人情報の管理は、最も生活者の行動を引き起こす要因であり、企業のリスク管理が不可欠。
- 環境問題や社会的責任に対する生活者の関心は高い。ただボイコットやクレームまでに発展する割合は比較的低い。
- ブランドイメージの毀損（広告タレントの不祥事など）は不快感を持たれやすいが、行動には直結しにくい

## JSBI : Japan Sustainable Brands Index

調査開始の2018年からの4年間はSDGsの認知度はうなぎ登りとなっていました。しかし、89.8%と昨年からと一昨年から飽和状態に近い状態となってきました。また、その割合を見ると、「内容を知る人」と「言葉だけを知っている人」がそれぞれ約2割を占めていますが、昨年と比較すると「内容を知る人」が微減し、「言葉だけを知っている人」が微増しています。SDGsに飽きた、またはSDGs疲れとなっているのかも知れません。商品やサービスを購入することによるSDGsへの貢献が、生活者にとって快適であったり、心地良いものとして設計されていないと、その広がりには限界があるのではないのでしょうか。

世代別に見ると50代以上がSDGsを重要視していることがわかります。

一方、教育、ジェンダー、不平等是正といった社会課題には10-20代が強い関心を示しており、さらにパートナーシップによる解決を希求しています。

「良品計画（無印良品）」が、3年連続で1位、昨年度8位だった「王子ネピア \*ネピア他」が2位に大躍進し、3位には「クボタ（Kubota）」がランクインしました。一般的なブランド調査とは違い、サステナビリティに関心のある生活者からの評価が高い企業を選ばれており、第1次産業や自然資源に関わる企業も着実に評価されていることがわかります。今年度のトップ10にランクインした企業には、SDGs評価得点よりもSDGs貢献イメージ得点が相対的に高い企業、または両指標でバランスよく高得点を獲得している企業が多いという傾向が見られました。

今回は一部の企業について、SDGs貢献度について5年間の推移を調べてみました。5年間で上昇した企業もあれば、上昇から下降へと転じる企業もありました。まさに戦略性を持って環境変化に対応していく必要性が読み取れました。

生活者のサステナビリティへのニーズを明確にするために、SDGs重要度と企業評価のギャップを抽出しました。

エネルギー、レジリエントな都市、平和、気候変動、海洋保全などについては、生活者が重要度を感じているのに、企業では解決できていないことがわかります。ここにこそ、サステナブル・マーケティングを展開する必要があるのではないのでしょうか。

今回は、企業不祥事に関する生活者の反応を調査しました。「製品が人体に有害な成分を含むことが判明した場合」「個人情報の漏洩・不正利用」「製品の品質不良やサービス不足」は特に8割強の方が不快感を示し、6-7割の方がクレームから情報検索といった何らかの否定的な反応を示しました。また世代が上がるほど、不快感や否定的な反応を示す傾向にありました。



# 今後の課題と提言

## JSBI : Japan Sustainable Brands Index

今回は、調査企業数を312社に限定しました。5回目の調査を経ましたが、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います。

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を皆さま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、昨年からSDGsの認知度が飽和状態となってきました。しかし、その17目標に対する重要度は昨年より下がっており、その割合を見てみると、  
「内容を知る人（2割）」、「内容のある程度知る人（4割）」、「言葉だけを知っている人（2割）」と昨年と比べても変化があまり見られません。  
2030年にSDGsの17目標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。

今後とも皆さまの企業活動を支援できるような指標を提供して参ります。

個々の企業における結果についてのお問い合わせ先：

サステナブルブランド ジャパン(株式会社Sinc)：[info@sustainablebrands.jp](mailto:info@sustainablebrands.jp)

# 調査対象企業一覧（五十音順 / 312社）



## JSBI : Japan Sustainable Brands Index

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

# 調査対象企業一覧（五十音順 / 312社）



## JSBI : Japan Sustainable Brands Index

デンソー	日本アイ・ピー・エム(I B M)	パーソル*テンブスタッフ 他	ブラザー工業*ミシン・プリンター他	三菱電機(MITSUBISHI ELECTRIC)	雪印メグミルク
電通	日本航空(JAL)	ハウス食品(House)	ブリヂストン(BRIDGESTONE)	三菱ふそうトラック・バス	ユニ・チャーム(unicharm)
東海旅客鉄道(JR東海)	日本コカ・コーラ	博報堂	プリンスホテル	三菱UFJ銀行(MUFG)	ユニリーバ・ジャパン(Unilever)
東急電鉄(TOKYU)	日本水産(ニッスイ)	パナソ	ベネッセホールディングス(Benesse)	三菱UFJ信託銀行	横河電機*工業計器他
東京海上日動	日本製紙	パタゴニア(patagonia)	ポーラ(POLA)	村田製作所(muRata)	横浜ゴム(YOKOHAMA)
東京ガス(TOKYO GAS)	日本製紙クレシア*クリネックス・スコッティ他	パナソニック(Panasonic)	星野リゾート	明治(meiji)	吉野家
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	堀場製作所*計測機器	明治安田生命保険	吉本興業
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)	ボルボ(VOLVO)	Meta(Facebook)	ライオン(LION)
東芝(TOSHIBA)	日本たばこ産業(JT)	BASF	ホンダ(HONDA)	メルカリ(mercari)	ライフフル(LIFULL)
東洋水産*マルちゃん他	日本中央競馬会(JRA)	B MW	マツダ(MAZDA)	メルセデス・ベンツ	LINE
東レ(TORAY)	日本通運	PwC Japanグループ	丸井グループ	モスフードサービス(モスバーガー)	楽天グループ
TOTO	日本ハム	東日本高速道路(NEXCO東日本)	マルハニチロ	森永製菓(MORINAGA)	ラッシュジャパン(LUSH)
凸版印刷	日本放送協会(NHK)	東日本電信電話(NTT東日本)	ミズノ(mizuno)	森永乳業(morinaga)	リクシル(LIXIL)
ドトールコーヒー	日本マイクロソフト(Microsoft)	東日本旅客鉄道(JR東日本)	みずほ銀行(MIZUHO)	森ビル(MORI)	リクルートホールディングス
トヨタ自動車(TOYOTA)	日本マクドナルド	VISA(VISA Card)	三井化学	モンベル(mont-bell)	リコー(RICOH)
トリド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)	三井住友海上(MS&AD)	ヤクルト本社(Yakult)	良品計画(無印良品)
トリumpf・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	三井住友銀行(SMBC)	ヤフー(YAHOO!)	リンナイ(Rinnai)
ナイキ(NIKE)	日本郵便	ファミリーマート(FamilyMart)	三井住友信託銀行	山崎製パン	Loop(Loopでんき)
ニコン(Nikon)	日本旅行	ファンケル(FANCL)	三井物産	ヤマト運輸	LEGO
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)	三井不動産	ヤマハ(YAMAHA)*楽器	ローソン(LAWSON)
ニチレイ	任天堂	FOOD&LIFE COMPANIES*スシロー他	ミツカン(mizkan)	ヤマハ発動機*輸送用機器	ロート製薬(ROHTO)
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	富士通(FUJITSU)	三越伊勢丹ホールディングス	ヤンマー(YANMAR)	ワークマン(WORKMAN)
日産自動車(NISSAN)	Netflix	フジテレビジョン	三菱ケミカルホールディングス	U R都市機構*UR賃貸住宅	YKK*ファスナー他
日清食品(NISSIN)	ノボルディスクファーマ	フジパンググループ本社	三菱地所	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
日清紡ホールディングス(NISSHINBO)	野村證券	富士フィルム(FUJIFILM)	三菱重工業	UCC上島珈琲	ワコール(Wacoal)
ニトリ	野村不動産	ブックオフコーポレーション	三菱商事	ゆうちょ銀行	ワタミグループ*和民・ワタミの宅食他

# RESEARCH PROJECT TEAMS

JSBI : Japan Sustainable Brands Index

- 調査実施者 : サステナブル・ブランドジャパンアカデミックチーム
- 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)
- 発売元 : 株式会社 Sinc

# JSBI 2024 Report 販売のご案内

販売中!

## JSBI 2024 Report

JSBI 2024 Reportでは、速報版には掲載されていないフルレポートを確認できます。

ランキングフルデータで市場の全体像を把握

- JSBI 2024 ランキング 全312社
- SDGs貢献イメージ得点 2024 全312社
- SDGs企業評価得点 2024 全312社
- JSBI2023調査対象企業(312社)の 昨対比較

業種別の傾向分析で  
業界のポジションを確認

企業不祥事に対する生活者の反応調査  
(JSBI2024 限定調査)

### □ JSBI 2024 Report

10万円 (税別)



【お問合せ】  
サステナブル・ブランド ジャパン (株式会社Sinc): [info@sustainablebrands.jp](mailto:info@sustainablebrands.jp)

4月中旬  
より  
販売開始予定

## JSBI 2024個別報告レポート (カスタマイズレポート)

SDGsの17目標において、どこに差別化しながらどのような特徴を出してサステナブル・マーケティングを展開するべきかを考えるヒントとなります。

SDGs 17目標における競合との差別化ポイントを分析

どこで強みを発揮し、どう特徴を出せるかを可視化

属性データ (性別・年齢・所得層) からターゲットを明確化

- 個別報告書 (自社+任意の比較対象:3社) 40万円 (税別)
- 個別報告書 + 対前年比較レポート 60万円 (税別)
- 比較対象企業の追加 8万円 (税別) / 1企業
- 報告会 (1時間/オンライン) 10万円 (税別)

# JSBI 2024 Report

JSBI 2024 Reportでは、  
速報版には掲載されていないフルレポートを確認できます。



- ✔ ランキングフルデータで市場の全体像を把握
  - JSBI 2024 ランキング 全312社
  - SDGs貢献イメージ得点 2024ランキング 全312社
  - SDGs企業評価得点 2024ランキング 全312社
  - JSBI2023調査対象企業(312社)の昨対比較

✔ 業種別の傾向分析で業界のポジションを確認

✔ 企業不祥事に対する生活者の反応調査  
(JSBI2024 限定調査)

## □ JSBI 2024 Report

10万円 (税別)

※JSBI 2024 Reportは、お申し込みから3営業日以内に、PDF形式で納品いたします。

※JSBI 2024 Reportの解説は行っておりません。

※ 自社の個別報告書をご希望の場合は、JSBI個別報告書をご購入ください。

【お問合せ】

サステナブル・ブランドジャパン(株式会社Sinc):info@sustainablebrands.jp



# JSBI 2024

## 個別報告レポート

(有料カスタマイズレポート)

- ✔ SDGs 17目標における競合との差別化ポイントを分析
- ✔ どこで強みを発揮し、どう特徴を出せるかを可視化
- ✔ 属性データ（性別・年齢・所得層）からターゲットを明確化
- ✔ 貴社のサステナブル・マーケティング戦略を強化するヒントに！

SDGsの17目標において、どこに差別化しながらどのような特徴を出してサステナブル・マーケティングを展開するべきかを考えるヒントとなります。



- 個別報告書（自社+任意の比較対象:3社） 40万円（税別）
- 個別報告書 + 対前年比較レポート 60万円（税別）
- 比較対象企業の追加 8万円（税別） / 1企業
- 報告会（1時間/オンライン） 10万円（税別）

※個別報告書は、お申し込みから10営業日以内に、PDF形式で納品いたします。

※個別報告書の解説は行っておりません。必要な場合は、報告会もセットでお申し込みください。

※報告会はオンラインで60分間（Q&A含む）実施し、本レポートの内容についてご説明いたします。

※比較対象企業を3社以上追加希望の場合は、別途ご相談ください。

【お問合せ】  
サステナブル・ブランドジャパン(株式会社Sinc):info@sustainablebrands.jp