

2019年4月22日

第2回「SDGsに関する生活者調査」を実施 —SDGsを知らない人も含めて、SDGsに関する行動を実践している人が6割存在—

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）において全社横断でSDGs^{※1}に関するプロジェクトを推進する「電通 Team SDGs」は、全国10～70代の男女計6,576名を対象に、第2回「SDGsに関する生活者調査」（以下「本調査」）を実施しました。

本調査では「認知・理解」はもちろんのこと、「具体的な行動」に注目し、「自治体・企業に対する期待」「SDGs実践状況の実態と障壁」「情報接触経路」についての現状とその変化についても調査しました。

本調査から得られた主なファインディングスは次の5点です。

- ①SDGsの認知度は全体で16.0%。前回(14.8%)と比較^{※2}すると1.2ポイント向上した。男女別では、女性(11.6%)は2.7ポイント向上したが、男性(20.5%)には及ばなかった。職業別では、学生^{※3}の向上度合いが大きく、11.4ポイントの向上だった。
- ②自治体に対するSDGsの取り組みへの期待は全体で78.7%。同様に企業への期待も半数を超えた。特に学生は自治体やNPOの活動への参加・協力意向が62.0%と高かった。
- ③17の目標の考えに関することを何らか実践している人は全体の60.4%にのぼった。
- ④認知と実践の構造として、「意識的実行層6.5%」「知識先行層9.5%」「無意識実行層20.6%」「SDGs低関与層63.4%」という4層の存在が明らかとなった。
SDGsという単語を知らなくても、実質的に何らか実践している人（無意識実行層）は全体の20.6%存在し、単語自体の認知率（16.0%）より高い結果となった。
- ⑤勤務先の企業や通学先の学校、家庭でSDGsを実践する際の障壁は「具体的に何をしたらよいかわかりにくい」「話題にあげにくい」が上位で、特に家庭では、「具体的に何をしたらよいかわかりにくい36.5%」が突出した。

上記のファインディングスの中で、特にSDGsを知らずに実行している潜在的なポテンシャル層の存在を明らかにできたのは本調査の特色と言えます。この層に対するコミュニケーションを行うことで、SDGsのさらなる浸透を目指せると考えています。

※1 SDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標) とは、2015年9月の国連サミットで採択されたもので、国連加盟193カ国が2016～30年の15年間で達成するために掲げた目標。世界が抱える問題を解決し、持続可能な社会をつくるために世界各国が合意した17の目標と169のターゲットからなる。

※2 2018年2月に実施した第1回調査と今回の調査は、サンプル数・対象地域など条件が異なるところがあり統計上の単純な比較はできないため、参考値として比較。

※3 学生：小学生、中学生、高校生・高専生、専門学校生、短大生、大学生、大学院生、その他学生の合計と定義。

<SDGs の 17 の目標テーマと調査上の表現の対応表>

本調査では、17 の目標テーマからなる SDGs を、次の表にあるとおり、どの年齢層の方にとっても分かりやすい表現に変更した上で、調査を実施しています。

	SDGs の 17 の目標テーマ		本調査において使用した表現
1	貧困をなくそう	➔	貧困をなくすこと
2	飢餓をゼロに		飢餓をなくすこと
3	すべての人に健康と福祉を		健康であること
4	質の高い教育をみんなに		質の高い教育
5	ジェンダー平等を実現しよう		ジェンダーの平等
6	安全な水とトイレを世界中に		清潔な水と衛生
7	エネルギーをみんなにそしてクリーンに		再生可能エネルギー
8	働きがいも経済成長も		適切な良い仕事と経済成長
9	産業と技術革新の基盤をつくろう		新しい技術とインフラ
10	人や国の不平等をなくそう		不平等を減らすこと
11	住み続けられるまちづくりを		持続可能なまちと地域社会
12	つくる責任、つかう責任		責任を持って消費すること
13	気候変動に具体的な対策を		気候変動の対策
14	海の豊かさを守ろう		海のいのちを守ること
15	陸の豊かさを守ろう		陸のいのちを守ること
16	平和と公正をすべての人に		平和で公正な社会
17	パートナーシップで目標を達成しよう		目標のために協力すること

【各ファインディングスの詳細】

① SDGs の認知度は全体で 16.0%。前回(14.8%)と比較^{※2}すると 1.2 ポイント向上した。男女別では、女性(11.6%)は 2.7 ポイント向上したが、男性(20.5%)には及ばなかった。職業別では、学生^{※3}の向上度合が大きく、11.4 ポイントの向上だった。

・男性の認知が高い傾向は前回同様となったが、職業別での内訳では学生^{※3}の認知度が 11.4 ポイント向上した。(参考データ①)

・職業別では経営者が特に高く(32.7%)、次いで公務員(25.3%)、学生(24.8%)の順に認知度が高い。(参考データ①)

・都道府県別では、認知率 20%以上となったのは岡山県、山梨県、愛媛県、兵庫県、新潟県、大阪府。

・認知経路は、WEB メディア (39.6%)、新聞 (35.8%)、テレビ (25.2%)、勤務先の業務や学校の授業 (18.0%)、雑誌 (15.5%) の順。(参考データ②)

・当社が 2018 年 12 月に実施した「電通ジャパンプランド調査 2019」^{※4}では、世界 20 カ国・地域における SDGs の平均認知率は 60.3%。認知率上位は、イタリア (94%)、インド(81.3%)、インドネシア・ベトナム(いずれも 80.7%)。最も低いロシアでも 36.3%となり、昨年に引き続

き、日本での SDGs 認知率は世界のなかで際立って低い状況であるといえる。

※4 食や観光、日本産品など「ジャパブランド」全般に関する海外消費者の意識と実態を把握することを目的とし、20カ国・地域の20～59歳男女の中高所得者以上を対象（計6,600サンプル）に行ったインターネット調査（2018年12月に実施）。

（参考データ①）

性別・職業別の SDGs 認知率の経年比較

問)「SDGs（エスディージーズ）」についてお聞きします。あなたは「SDGs（エスディージーズ）」という言葉をご存知ですか。

第1回調査

	n	認知計(%)
全体	1400	14.8
男性	700	20.7
女性	700	8.9
学生	216	13.4
公務員	30	23.3
経営者・役員	—	—

第2回調査（今回）

	n	認知計(%)
全体	6576	16.0
男性	3290	20.5
女性	3286	11.6
学生	1026	24.8
公務員	260	25.3
経営者・役員	88	32.7

※ 第1回調査では「経営者・役員」項目でのアンケートを行っていないため、空欄での記載。

（参考データ②）

SDGs 認知経路

問)「SDGs について知っている」とお答えになった人にお伺いします。あなたが「SDGs」について見たり聞いたりしたのは、どのようなところからでしょうか。右記の中からあてはまるものをいくつでもお知らせください。

（複数回答）

	認知計(%)
WEBメディア	39.6
新聞	35.8
テレビ	25.2
勤務先の業務や学校の授業	18.0
雑誌	15.5

②自治体に対する SDGs の取り組みへの期待は全体で 78.7%。同様に企業への期待も半数を超えた。特に学生は自治体や NPO の活動への参加・協力意向が 62.0%と高かった。

・「自分が住んでいる自治体(地域)でも、積極的に SDGs に取り組んで欲しい」(78.7%)、「SDGs への取り組みを宣言し、活動している地域を応援したい」(77.4%)など、自治体における SDGs

への取り組みに対する高い期待がうかがえる。(参考データ③)

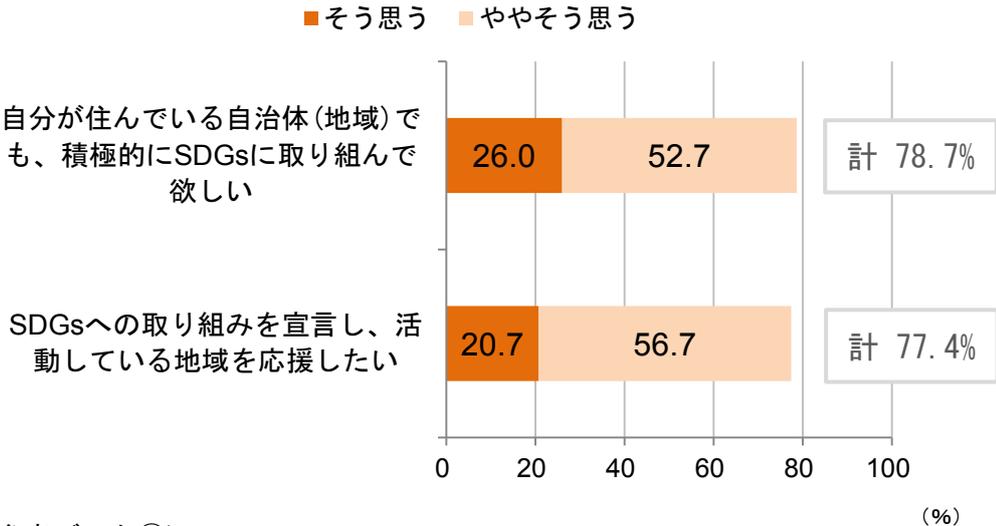
- ・国や企業に対しては、「取り組みば、国や企業の経済やビジネスは成長する」(58.3%)となり、半数を超えた。なかでも学生は63.9%と期待の高さがうかがえる。(参考データ④)

- ・さらに、学生は「積極的にSDGsに取り組んでいる地域の自治体や、NPOの活動に、何らかのかたちで参加・協力したい」のスコアが比較的高く(62.0%)、SDGs実践意欲の高さがうかがえる。(参考データ⑤)

(参考データ③)

自治体に対するSDGs取り組み期待

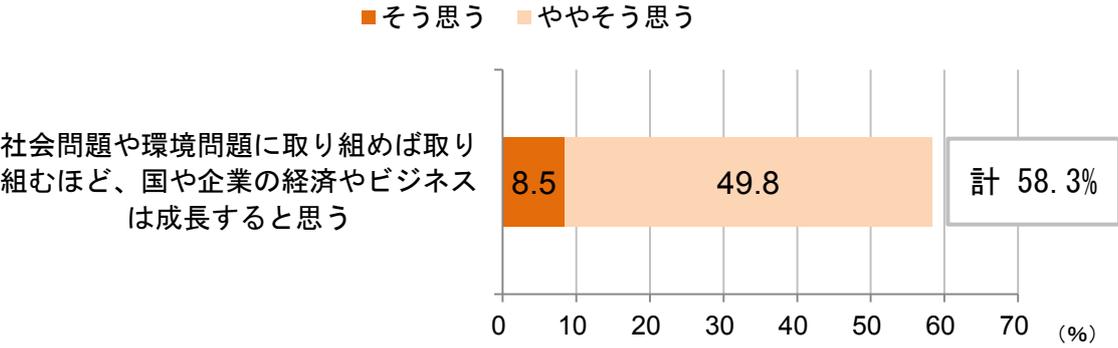
問) 自治体によっては、既にSDGsに関わる地域独自の目標を公表し、何らかの取り組みを始めています。そのことをお知りになって、あなたは以下のような意見について、どの程度賛同されますか？あてはまるものをお知らせください。



(参考データ④)

企業に対するSDGs取り組み期待

問) あなたの考えに近いものをお知らせください。(複数回答)



(参考データ⑤)

職業別 自治体に対する SDGs 取り組み期待

問) 自治体によっては、既に SDGs に関わる地域独自の目標を公表し、何らかの取り組みを始めています。そのことをお知りになって、あなたは以下のような意見について、どの程度賛同されますか？

・積極的に SDGs に取り組んでいる地域の自治体や、NPO の活動に、何らかのかたちで参加・協力したい

	(n)	そう思う (%)	ややそう思う (%)	あまりそう思わない (%)	全くそう思わない (%)	そう思う、ややそう思う 計 (%)
全体	6576	9.8	43.3	36.8	10.1	53.1
公務員	260	11.6	43.7	32.5	12.3	55.3
経営者・役員	88	14.4	32.0	36.3	17.3	46.4
会社員	1853	6.6	41.0	40.2	12.3	47.5
自営業	320	10.2	33.6	44.5	11.7	43.9
自由業	81	13.1	44.1	34.9	7.9	57.2
パート・アルバイト	794	7.4	46.1	35.6	10.9	53.5
学生	1026	20.6	41.4	29.9	8.1	62.0
専業主婦	1105	8.4	48.0	38.5	5.1	56.4
無職	824	9.7	46.6	33.3	10.4	56.3
その他	225	9.2	40.2	36.1	14.5	49.4

③17 の目標の考えに関することを何らか実践している人は全体の 60.4%にのぼった。

・「関係する企業の商品を購入・投資」、「関係するボランティア・NPO 活動に参加・協力」、または「関係することを個人的に実践している」という回答を「実践」と定義。1 個以上実践している人は全体の 60.4%。(参考データ⑥)

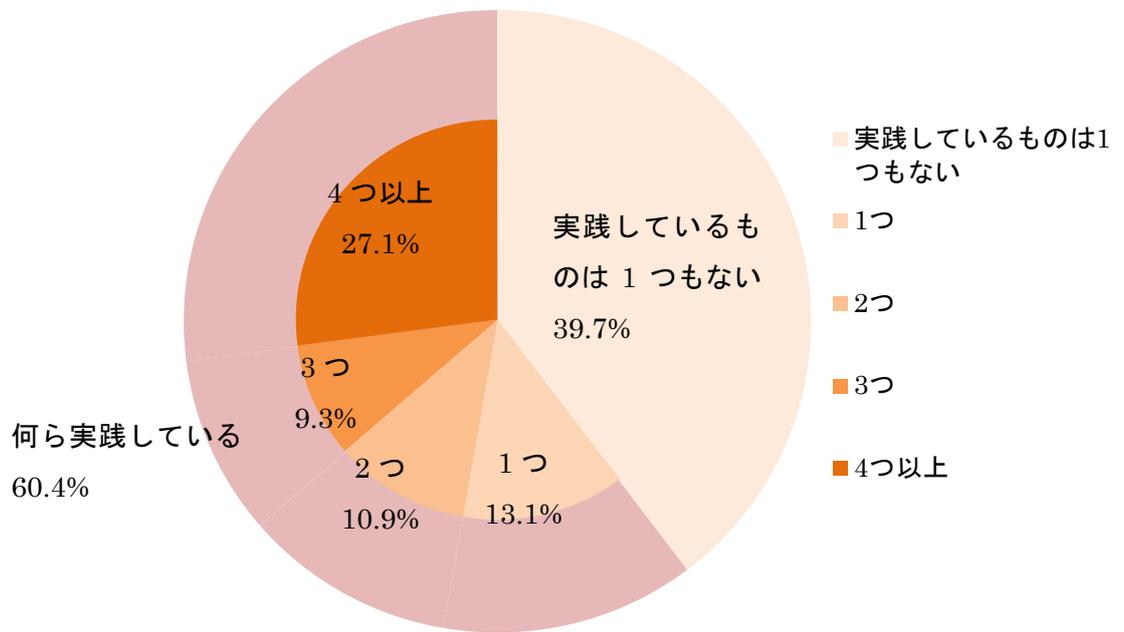
・目標別実践度では、特に「3. 健康であること」(35.5%)が高かった。(参考データ⑦)

(参考データ⑥)

SDGs 実践数の合計

問) SDGs には全国連加盟国で達成するものとして、具体的に 17 の目標が掲げられています。これらについて、あなたの考えや行いに近いものを下記の中からいくつでもお知らせください。

- このような考えに関係があるような企業の商品を買ったり、投資をしたりしている
- このような考えに関係があるようなボランティア活動や NPO 活動に参加・協力している
- このような考えに関係があるようなことを個人的に実践している、のいずれかを選択した人



(参考データ⑦)

目標別実践度

問) SDGs の説明をお読みになった上で、あなたの考えや行いに近いものを下記の中からいくつでもお知らせください。(複数回答)

- このような考えに関係があるような企業の商品を買ったり、投資をしたりしている
- このような考えに関係があるようなボランティア活動や NPO 活動に参加・協力している
- このような考えに関係があるようなことを個人的に実践している、のいずれかを選択した人

	実践計 (%)
この中にあてはまるものはない	39.7
3. 健康であること	35.5
6. 清潔な水と衛生	21.0
2. 飢餓をなくすこと	20.0
1. 貧困をなくすこと	19.3
7. 再生可能エネルギー	18.7
12. 責任を持って消費すること	17.3
4. 質の高い教育	14.1
14. 海のいのちを守ること	13.7
15. 陸のいのちを守ること	12.7
16. 平和で公正な社会	12.2
10. 不平等を減らすこと	11.3
9. 新しい技術とインフラ	10.6
8. 適切な良い仕事と経済成長	10.6
17. 目標のために協力すること	10.6
11. 持続可能なまちと地域社会	10.6
13. 気候変動の対策	10.5
5. ジェンダーの平等	9.5

④認知と実践の構造として、「意識的実行層 6.5%」「知識先行層 9.5%」「無意識実行層 20.6%」

「SDGs 低関与層 63.4%」という4層の存在が明らかとなった。

SDGs という単語を知らなくても、実質的に何らか実践している人（無意識実行層）は全体の20.6%存在し、単語自体の認知率（16.0%）より高い結果となった。

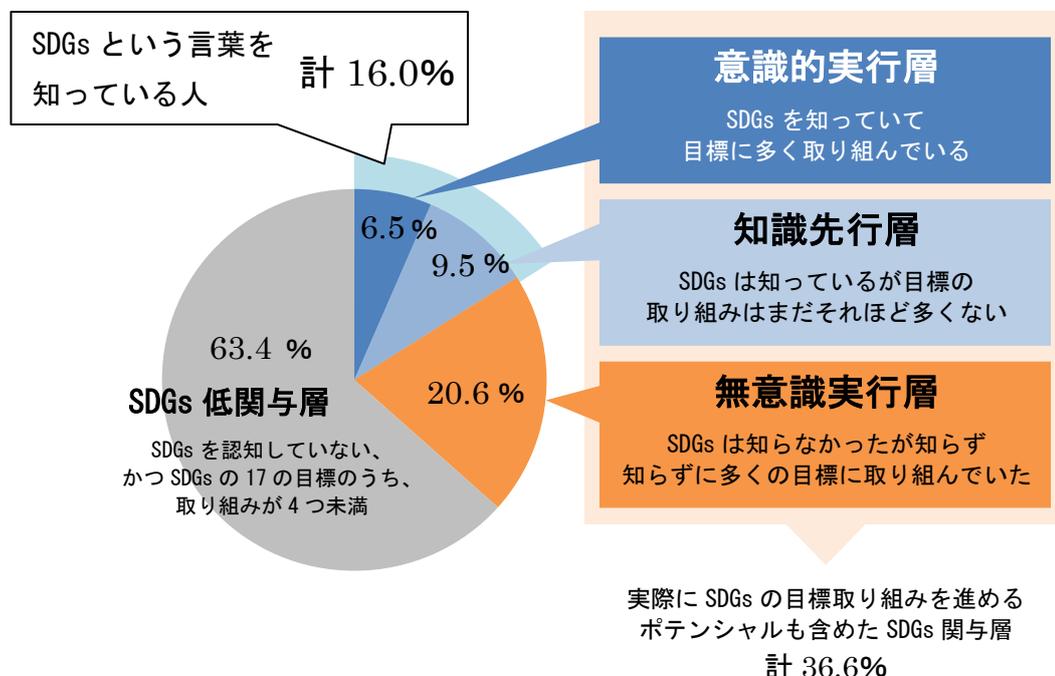
・SDGs を認知していて、目標4つ以上について実践している「意識的実行層」は6.5%。

3つ以下の「知識先行層」は9.5%。

一方で、SDGs という単語は非認知でありながら、4つ以上の目標を実践している「無意識実行層」は20.6%。（参考データ⑧）

(参考データ⑧)

認知と実践の構造



※ 意識的実行層とは、SDGs という単語を認知しており、かつ 17 の目標のうち 4 つ以上について取り組んでいる層。

※ 知識先行層とは、SDGs という単語を認知しているものの、17 の目標のうち取り組みが 4 つ未満の層。

※ 無意識実行層とは、SDGs という単語は認知していないものの、17 の目標のうち 4 つ以上について取り組んでいる層。

※ SDGs 低関与層とは、SDGs という単語を認知しておらず、17 の目標のうち取り組みが 4 つ未満の層。

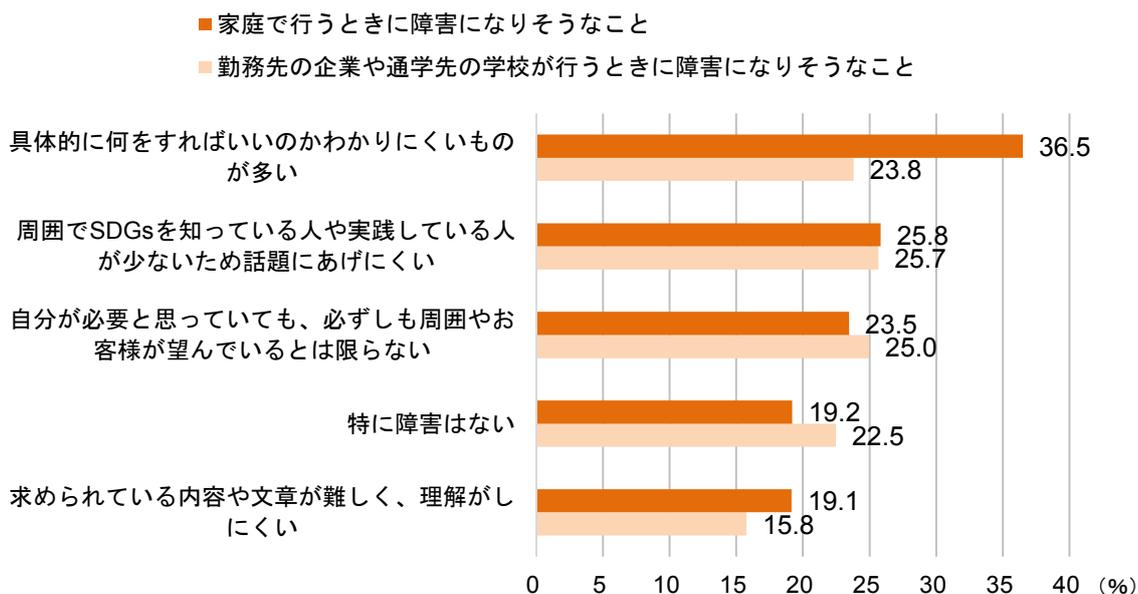
⑤勤務先の企業や通学先の学校、家庭で SDGs を実践する際の障壁は「具体的に何をしたらよいかわかりにくい」「話題にあげにくい」が上位で、特に家庭では、「具体的に何をしたらよいかわかりにくい 36.5%」が突出した。

・家庭および勤務先・学校における障壁について、「具体的に何をしたらよいかわかりにくい」、「認知・実践者が少ないため話題にあげにくい」がそれぞれ上位。目標と行動に関する情報を提供することが行動喚起につながることを示唆された。(参考データ⑨)

(参考データ⑨)

SDGs 実践の障壁

問) SDGs についての取り組みを「ご家庭で行うとき」に障害になりそうなこととして、あなたの考えに近いものをすべてお知らせください。また「勤務先の企業や通学先の学校が行うとき」に障害になりそうなこととして、あなたの考えに近いものをすべてお知らせください。(複数回答)



主なファインディングスは以上ですが、前回に引き続き、日本で SDGs の普及を推進している国際連合広報センター所長の根本かおる氏から、本調査結果に対するコメントをいただきましたのでご紹介します。

【根本かおる氏のコメント】

認知率全般では前回と大差無い結果となっていますが、勇気づけられることは、若年層、特に学生の認知が顕著に上昇していることです。子どもたちへの SDGs に関する教育機会の充実を機に、家庭内の会話で SDGs が話題になるような日も遠くないと感じています。

また SDGs というワードを知らずに、実際のアクションをしている人が 20.6%という点に潜在的なポテンシャルを感じています。私たちの今後の課題は、こうした層に SDGs を理解してもらい、ビジネス先行の現状から、さらなる日常行動を喚起することかと考えています。また、ジェンダーの平等(Goal 5) への実践度が低いことが気になります。その重要性について人々の関心や意識改革が求められることが、今回の調査からもうかがえました。

<第2回 SDGs に関する生活者調査の概要>

- ・ 目 的 : 日本における SDGs に関する「認知・理解」や「興味・関心」などについての現状を把握した上で、今後の浸透策を検討していくため。
- ・ 対象エリア : 日本全国
- ・ 対象者条件 : 10～70 代の男女
- ・ サンプル数 : 計 6,576 名
分析にあたっては、都道府県ごとの人口比および日本の性年齢構成比に基づいてウェイトバック集計した。
- ・ 調査手法 : インターネット調査
- ・ 調査期間 : 2019 年 2 月 7 日～2 月 18 日
- ・ 調査機関 : 株式会社電通マクロミルインサイト

※本資料内グラフにおける数値は、表示単位未満を四捨五入して表示しているため、計算値が一致しない場合があります

以 上

【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレートコミュニケーション局 広報部
山口、溪、竹村 TEL : 03-6216-8041

【本調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 Team SDGs
Email : team-sdgs@dentsu.co.jp

