

2020年4月27日

### 第3回「SDGsに関する生活者調査」を実施

学生の4割以上がSDGsを認知。

#### “ミニマリスト” “シェアリングエコノミー” 意向など、生活行動の見直しも

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：五十嵐 博）において全社横断でSDGs<sup>\*1</sup>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1,400名を対象に、第3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、SDGsの認知度、共感度、行動意向については前回調査からの変化を見るとともに、生活者の今後の行動を予測するために、生活者が望む「今後増えるもの」についても調査を行いました。

本調査から得られた主なファインディングスは次の3点です。

#### ① 「脱プラ」に続き、「ミニマリスト」「シェアリングエコノミー」「サーキュラーエコノミー」に高い関心

SDGs実現に関連する生活行動について聞いたところ、約7割の生活者がプラスチック素材を控える「脱プラ」を認知（70.3%）。購入・所有にこだわらず必要最低限のもので生活する「ミニマリスト」が約5割（54.0%）、もの・場所・技能などを貸し借りする「シェアリングエコノミー」が約4割（40.7%）、最初から「捨てない」ことを意識する「サーキュラーエコノミー」が約3割（33.9%）で、いずれも「SDGs」の認知率（29.1%）より高い結果となった。

#### ② 今後増えそうなものは「在宅ワーク」「自動運転」

個人的に「増える」とされ、社会的にも反対が少ないとされたのは「エコバッグ」。一方で、個人的に望まれていて、社会的に増えそうだとされているものは「在宅ワーク」と「自動運転」。ただし「在宅ワーク」は“個人的には増えた方がいいけど増やせない”ものの上位で、「自動運転」は社会的な反対がありそうという意見も。いずれも国が進める「SDGs アクションプラン 2020<sup>\*2</sup>」の3つの柱に関連が強い。

#### ③ 生活者のSDGs認知率は29.1%と大きく増加。若い世代の認知率が高い

SDGsという言葉の認知率は29.1%、前回調査<sup>\*3</sup>から13.1ポイント上昇。男性10代、女性20代など、若い世代で認知の伸び率が高くなっている。「学生<sup>\*4</sup>」はおよそ2人に1人が認知（45.1%）しており、前回調査（24.8%）から約20.3ポイント上昇。

なお、「在宅ワーク」と「シェアリングエコノミー」については、本調査終了後に新型コロナウイルスの感染拡大がみられたため、現時点では大きく変化していると予想される。

※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 出典：<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/actionplan2020.pdf>

※3 2019年2月に実施した第2回調査と本調査は、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。

※4 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	陸の豊かさも守ろう		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 生活行動の考え方に関する認知は、「脱プラ」がトップ。続いて「ミニマリスト」「シェアリングエコノミー」「サーキュラーエコノミー」に高い関心

下記の通り SDGs に関する生活行動を 8 つ提示し、認知・共感・実践意向を質問した。

- SDGs に連なる 8 つの考え方
- ①モノやサービスを買うときには、利便性や価格だけではなく、社会や環境に良いものを重視して選ぶ（例：エシカル消費）
  - ②あまりたくさんモノを購入・所有せず、あえて必要最低限の物だけで生活する（例：ミニマリスト）
  - ③自分が所有する、使っていないモノ・場所・技能などをお互いに貸し借りすることで、世の中にモノを過剰に出さないようにする（例：シェアリングエコノミー）
  - ④使用済みの製品をリサイクルする際に、元の製品よりも価値の高いモノにする（例：破棄された防水カバーをデザイン性の高いバッグにする・アップサイクル）
  - ⑤廃棄されてからリサイクルを考えるのではなく、はじめの設計段階から再利用を念頭にしていたり、ゴミや廃棄物が出ないように工夫する（例：サーキュラーエコノミー）
  - ⑥使い捨てプラスチック（ストロー・容器・レジ袋など）をなくしたり、プラスチック素材を用いた製品（用具・玩具など）の購入を抑える（例：脱プラ）
  - ⑦健全な地球環境や社会環境を保ちながらの産業や開発に対して、その企業の商品を買ったり投資したりする（例：ESG 投資）
  - ⑧地球環境や社会環境に良い影響を与えることを目的とした製品を購入したり、そのような活動に参加する（例：ソーシャルグッド）

認知率が高いのは「脱プラ」（70.3%）、「ミニマリスト」（54.0%）、「シェアリングエコノミー」（40.7%） [図 1-1]。

共感率が高いのは「脱プラ」（57.6%）、「ミニマリスト」（48.6%）、「サーキュラーエコノミー」（44.4%） [図 1-2]。

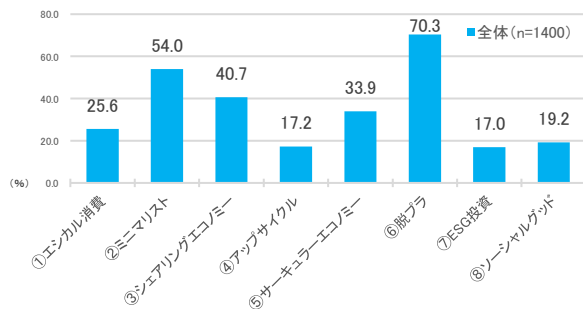
実践意向は「脱プラ」（54.2%）と「ミニマリスト」（49.7%）が高い [図 1-3]。

認知率、共感率、実践意向率をポイントとして合算すると、高い順に「脱プラ」（182.2pt）、「ミニマリスト」（152.3pt）、「サーキュラーエコノミー」（107.2pt） [図 1-4]。

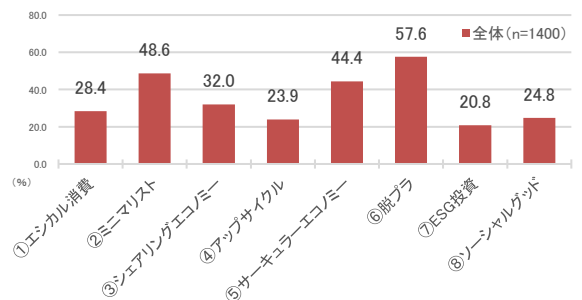
「脱プラ」が認知率、共感率、実践意向率のいずれもトップ。認知・共感率と実践意向率に差がある項目については、実践に向けた商品やサービスが整っていない可能性があり、今後の環境整備が期待される分野と考えられる。

[図 1] SDGs に連なる 8 つの考え方に対する 1.認知率 2.共感率 3.実践意向率 4.総合得点

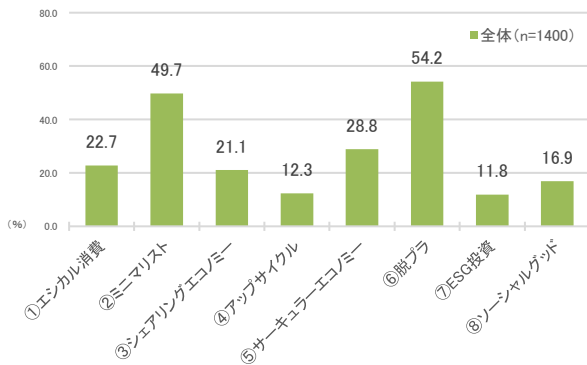
1.認知率（聞いたことがある）



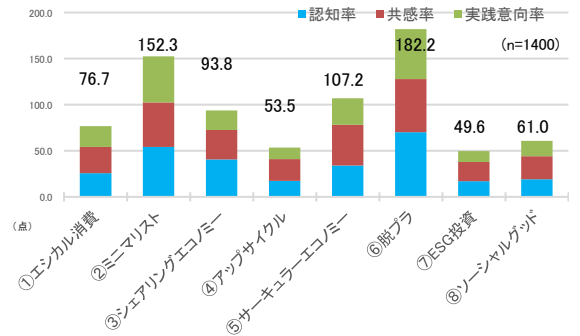
2.共感率（共感する）



3.実践意向率(生活に取り入れたい)



4.総合得点(1+2+3)



② 今後、増えそうな「在宅ワーク」「自動運転」。生活の仕方に変化か

グローバル・コンパクトの「SDG Industry Matrix」(産業別SDGの手引き)の産業区分に基づき、それぞれの産業に関連するキーワードを48項目提示し、「この先増えるだろうと思うもの」を社会と個人、それぞれの視点で選んでもらった。

- ・社会的に増えそうなものは、「エコバッグ」(48.2%)、「自動運転」(47.9%)、「在宅ワーク」(40.3%)、「電子カルテ」(39.1%)、「副業」(37.3%)が上位 [図 2-1]。
- ・その中で反対意見や抵抗が「少なそう」と思うものは、「エコバッグ」(42.6%)、「電子カルテ」(31.6%)、「在宅ワーク」(29.3%) [図 2-2]。
- ・逆に反対意見や抵抗が「多そう」なものは、「移民受け入れ」(15.2%)、「公共空間での監視カメラ」(14.6%)、「環境税」(12.3%)の順となった [図 2-3]。

個人の生活の質を高めるために社会の仕組みそのものが大きく変化することへの期待が高い結果となっている。

[図 2] 社会的に、この先、増えそうなもの

1. この先、増えるだろうと思う (%)	2. 増えることへの反対が少ないと思う (%)	3. 増えることへの反対が多いと思う (%)
エコバッグ 48.2	エコバッグ 42.6	移民受け入れ 15.2
自動運転 47.9	電子カルテ 31.6	公共空間での監視カメラ 14.6
在宅ワーク 40.3	在宅ワーク 29.3	環境税 12.3
電子カルテ 39.1	自動運転 26.4	尊厳死 9.1
副業 37.3	訳あり商品のお店の利用 26.4	男性の長期育休(半年以上) 7.6
公共空間での監視カメラ 37.2	副業 25.6	自動運転 6.4
ドローンを使った物の配送 35.7	予防医療 22.8	ロボットによる介護サービス 5.9
ロボットによる介護サービス 34.0	ゴミ再利用 19.7	ドローンを使った物の配送 5.4
訳あり商品のお店の利用 30.4	ロボットによる介護サービス 19.3	代替食(大豆ミート、昆虫タンパクなど) 4.3
オンライン診療 30.0	ドローンを使った物の配送 18.2	ロボットが作る農作物 4.3

- ・一方で、個人的に「この先、増えた方がいいと思うもの」のトップは「エコバッグ」(45.9%)、「売れ残りなどの訳あり商品のお店」(34.6%)、「在宅ワーク」(33.1%)、「ゴミ再利用」(32.9%)、「予防医療」(30.6%)の順となった [図 3-1]。
- ・自分が積極的に増やす行動がとれるものを聞くと、「エコバッグ」(43.9%)、「訳あり商品のお店の利用」(30.7%)、「ゴミ再利用」(27.5%)、「地産地消」(24.6%)、「予防医療」(21.0%)の順となった [図 3-2]。
- ・積極的に増やす行動が取れないのは、「休日」(5.9%)、「男性の長期育休」(5.2%)、「在宅ワーク」(4.8%)が挙げられた [図 3-3]。個人と企業それぞれの行動や取り組みがかみ合えば、一気に普及する可能性があると思われる。

[図 3] 個人的に、この先、増えた方がいいもの

1. 増えた方がいいと思う (%)	2. 積極的に増やす行動がとれる (%)	3. 積極的に増やす行動がとれない (%)
エコバック	エコバック	休日
45.9	43.9	5.9
訳あり商品のお店の利用	訳あり商品のお店の利用	男子の長期育休（半年以上）
34.6	30.7	5.2
在宅ワーク	ゴミ再利用	在宅ワーク
33.1	27.5	4.8
ゴミ再利用	地産地消	公共空間での監視カメラ
32.9	24.6	2.7
予防医療	予防医療	自動運転
30.6	21.0	2.6
地産地消	在宅ワーク	防災に優れた商品やサービスの利用
28.7	18.4	2.6
自動運転	尊厳死	水素自動車
26.7	17.3	2.5
休日	長く使われてきたものが良い価値観	教育の多様化
26.0	16.5	2.3
防災に優れた商品やサービス、施設	防災に優れた商品やサービスの利用	副業/オンライン診療/
24.7	15.7	2.2
男子の長期育休（半年以上）	副業	職業に性別が関係なくなる/予防医療
24.6	15.3	2.2

また、本調査で明らかになった、社会的に増えるもの [図 2-1] と個人的に増やしたいもの [図 3-1] を、政府の行動指針「SDGs アクションプラン 2020<sup>※5</sup>」の 3 本柱に当てはめると、社会的に増えるもの、個人的に増やしたいもの共に上位である「在宅ワーク」や、社会的に増えるものの上位である「自動運転」は「ビジネスとイノベーション」「地方創生、まちづくり」「次世代・女性のエンパワーメント」の 3 つすべてに関連しています。

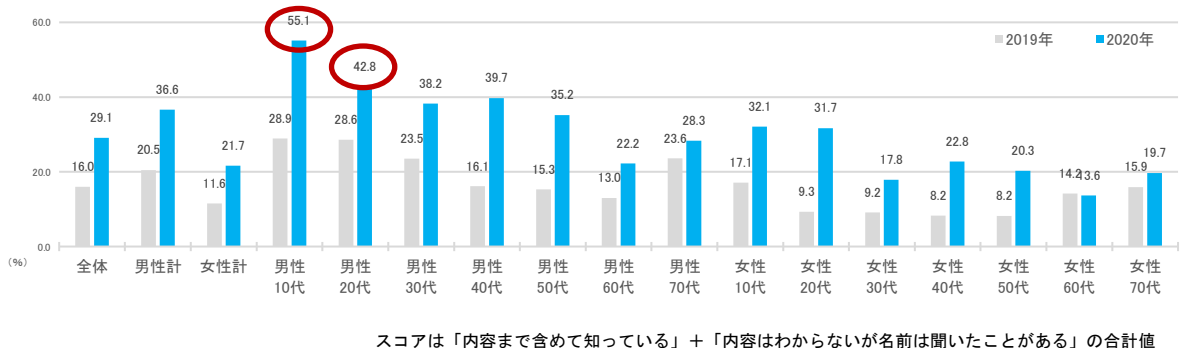
※5 「SDGs アクションプラン 2020」では、「①ビジネスとイノベーション SDGs と連動する『Society 5.0』の推進」「②SDGs を原動力とした地方創生 強靱かつ環境に優しい魅力的なまちづくり」「③SDGs の担い手としての次世代・女性のエンパワーメント」が三本柱となっている。

### ③生活者の SDGs 認知率は 29.1%と大きく増加。若い世代の認知率が高い

本調査では、全体の 29.1%が SDGs という言葉を聞いたことがあると答えている [図 4-1]。前回の 2019 年調査では 16.0%であったことから、この 1 年で 13.1 ポイント上昇。前回調査では 2018 年の第 1 回調査の認知率 (14.8%) から 1.2 ポイント増にとどまったのに比べ、この 1 年で SDGs が社会的な関心事として多く取り上げられたことがうかがえる。

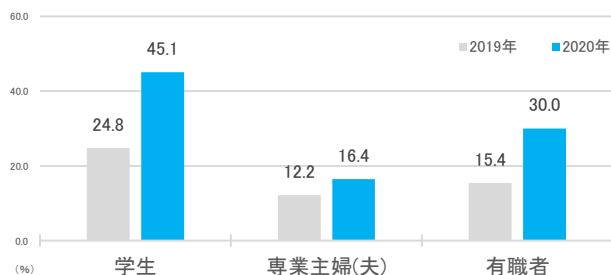
・性・年代別に見ると、女性 60 代を除くすべての年代で認知率が上昇している。中でも男性 10 代 (19 年 28.9%→20 年 55.1%、+26.2pt)、女性 20 代 (19 年 9.3%→20 年 31.7%、+22.4pt) など、若年層において急激な認知の高まりがみられる。

[図 4-1] 性別・年代別の SDGs 認知率の経年比較



・職業別に SDGs の言葉の認知率を比較すると、最も高いのは「学生」で、45.1%と約半数が認知。前回調査 24.8%から 20.3 ポイントも高くなっている [図 4-2]。年代的に見ても、職業的に見ても、これからの将来を担う世代の SDGs への関心の高さがうかがえる結果となった。学生の認知率の高さは、「学校の授業」が情報源になっていることが理由のひとつであると考えられる [図 4-3]。

[図 4-2] 職業別の SDGs 認知率の経年比較



[図 4-3] SDGs を認知した情報源 (基数 : SDGs 認知者)

		情報 WEB	新聞	TV	勤務先の 業務や学 校の授業	オウンド WEB	雑誌	ラジオ
横%								
全体		42.8	30.6	29.3	20.5	14.4	12.4	3.3
職業別	学生	37.7	12.3	23.2	39.4	15.6	5.3	2.5
	専業主婦	33.3	44.3	36.4	2.5	5.7	6.1	1.8
	有職計	46.2	29.8	23.5	23.3	16.3	17.7	2.5
	無職	45.3	42.3	53.2	1.6	13.8	7.6	9.2
	その他	35.1	57.5	40.9	0.0	6.3	6.3	0.0

【国連グローバル・コミュニケーション局 持続可能な開発担当チーフ  
マルチナ・ドンロン氏のコメント】

今回の調査結果にはとても勇気づけられています。40%以上もの学生が SDGs を認知してくれているということは、日本の学校カリキュラムに SDGs が大きく反映されていることを意味しているものと思われます。若い世代の人々は私たちにとって重要なステークホルダーですので、日本の例にならい、ほかの国でも学校で SDGs について教えてくれるようになることを期待しています。

また調査回答者の多くが、既に日々の生活習慣において SDGs を実践に移されていることにも希望を感じます。脱プラ、再利用可能なエコバッグの活用、在宅ワークなど、すべて環境負荷の低減に貢献するものと思います。同時に、ジェンダー平等、移民など排除されがちなコミュニティへの支援といった SDGs の社会的な構成要素も同様に喫緊の課題として認識すべきものです。

2030 年という SDGs のターゲット期限まであと 10 年になりました。公平で持続可能な世界を実現するために、誰もが果たせる役割があると信じています。

<SDGsに関する生活者調査の概要>

- 目的： 日本におけるSDGsの「認知・理解」や「興味・関心」などについて現状を把握し、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： 性年代各100名ずつ、計1,400名を人口構成比に応じてウエイトバック集計
- 調査手法： インターネット調査
- 調査期間： 2020年1月18日～1月19日
- 調査機関： 株式会社電通マクロミルインサイト

※構成比(%)は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%にならない場合があります。

【本リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 広報部 山口、中島、坂梨 TEL:03-6216-8041

Email : [koho@dentsu.co.jp](mailto:koho@dentsu.co.jp)

【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](mailto:team-sdgs@dentsu.co.jp)

Dentsu Team

