

2018年4月4日

電通、「SDGsに関する生活者調査」を実施**— SDGsの認知度自体は低いですが、理解が進めばアクションを起こさせる力がある —**

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[※]に関するプロジェクトを推進する「team SDGs」は、全国10～70代の男女計1,400名を対象に、SDGsに関する「認知・理解」「興味・関心」「SDGs認知者のプロフィール」「情報接触経路」についての現状を把握するため、「SDGsに関する生活者調査」（以下「本調査」）を実施しました。

今後当社は、本調査結果をもとに、SDGsのさらなる浸透に向けて顧客企業へ情報提供を行っていくとともに、多様な企業団体との協働でSDGs関連のビジネス開発を推進していきます。

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. SDGsの認知度は14.8%。認知度自体はまだ低いものの、SDGsの17の目標テーマを提示した上での共感度の平均は73.1%と高く、理解が進めば今後のアクションにつながっていく可能性がある。
2. SDGsの17の目標テーマの中で、共感を呼ぶテーマ、企業に期待するテーマ、個人的に取り組みたいテーマは異なる。
 - ①「水」「海」のテーマ ⇒ 共感を呼ぶ傾向
 - ②「水」「エネルギー」「海」のテーマ ⇒ 企業に期待する傾向
 - ③「健康」「つくる責任、つかう責任」「水」のテーマ ⇒ 個人的に取り組みたい傾向
3. SDGsの認知者は情報感度・年収とも高く、新しい製品などを積極的に生活に取り入れている。

※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。

＜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. SDGsの認知度は14.8%。認知度自体はまだ低いものの、SDGsの17の目標テーマを提示した上での共感度の平均は73.1%と高く、理解が進めば今後のアクションにつながっていく可能性がある。

① SDGsの浸透状況

- ・ SDGsの認知率は全体で14.8%。男性の認知が高く、特に男性20代では3割を超える(32.0%)。女性20代は1割にも満たず(9.0%)、男女差が明らかになった(参考データ①)。
- ・ 認知者のSDGsに対する考え方では、「SDGsは今後世界的に重要になってくると思う」(33.3%)、「SDGsを取り入れている企業には信頼感・好感を持ちやすい」(30.0%)という項目が挙げられた(参考データ②)。
- ・ 当社が2018年1～2月に実施した「電通ジャパンプランド調査2018」※では、世界20カ国・地域におけるSDGsの平均認知率は51.6%。とりわけASEANにおける認知率が高く、ベトナムでは80.7%、フィリピンでは70.3%であった。最も低いフランスでも24.7%であったことから、調査自体は異なるが、日本の14.8%という認知率の低さは際立っている。

※食や観光、日本産品など「ジャパンプランド」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1月～2月に実施)。

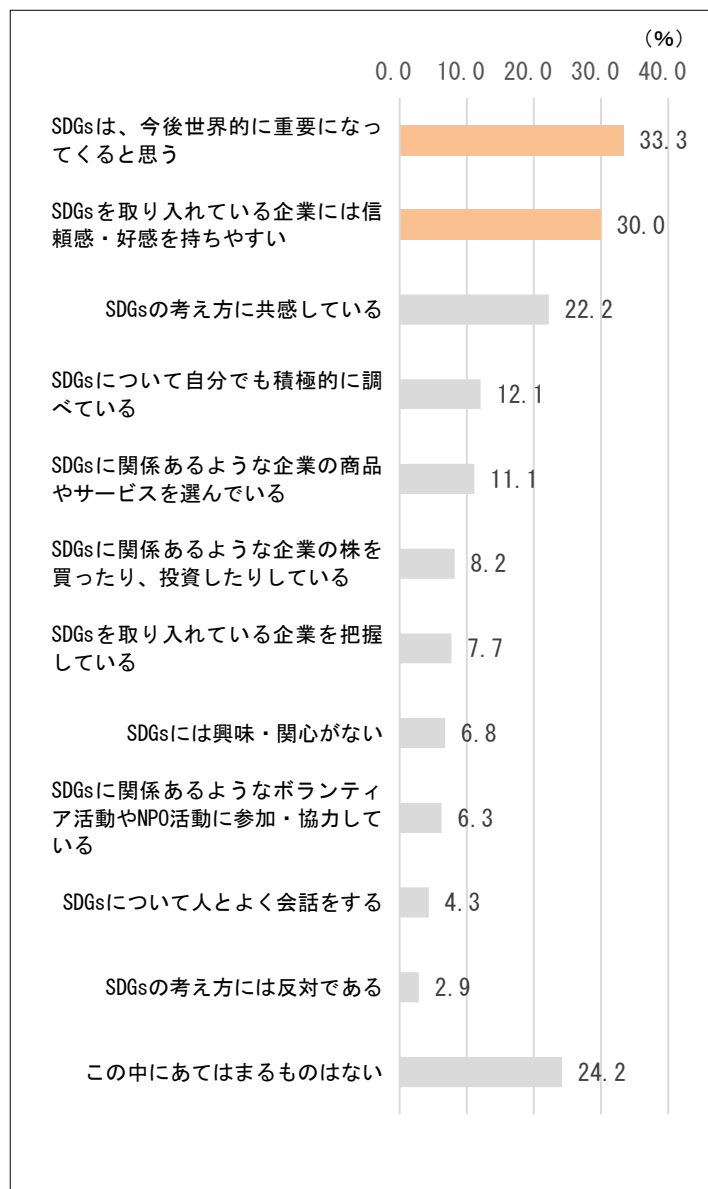
(参考データ①)
性年代別のSDGs認知率

問)
 「SDGs (エスディーゼズ)」についてお伺いします。あなたは「SDGs (エスディーゼズ)」という言葉をご存知ですか。

		性年齢層別の認知率 (%)
全体平均 (n=1400)		14.8
性 × 年代別 (各 n=100)	男性 10代	16.0
	男性 20代	32.0
	男性 30代	22.0
	男性 40代	19.0
	男性 50代	18.0
	男性 60代	14.0
	男性 70代以上	24.0
	女性 10代	10.0
	女性 20代	9.0
	女性 30代	11.0
	女性 40代	3.0
	女性 50代	11.0
	女性 60代	9.0
	女性 70代以上	9.0

(参考データ②)
SDGsへの考え方 [SDGs認知者 n=207]

問)
 あなたのSDGsとの関わりについて、下記の中からあなたご自身に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)



② SDGsへの共感度

- ・17の目標テーマの共感度の平均値は73.1%と、非常に高いスコアとなった。また、「これから（これからも）SDGsに関係があるような企業の商品やサービスを選んでいきたい」と回答した人は4割を超え、男性70代以上と女性60代以上では5割にも及んだ。「これから（これからも）SDGsに関係があるようなことを個人的に実践していきたい」という人も、60代と70代に多い傾向となった（参考データ③④）。
- ・「ふるさと納税をするとしたら、積極的にSDGsに取り組んでいる地域を選びたい」「将来、転居するとしたら、SDGsに積極的に取り組んでいる地域に住みたい」「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」は6~7割を超えており、地方のSDGsへの取り組みが、地方への関心に影響を及ぼすことが分かった（参考データ⑤）。

（参考データ③）
SDGsの17の目標テーマ「共感ランキング」

問)
（17の目標テーマを個別に提示して）あなたの考え方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。：選択肢「この考え方に共感する」（複数回答）

本調査での SDGs テーマ	(%)
6. 清潔な水と衛生	81.8
3. 健康であること	79.2
11. 持続可能なまちと地域社会	76.5
14. 海のいのちを守ること	76.5
16. 平和で公正な社会	75.7
7. 再生可能エネルギー	75.5
2. 飢餓をなくすこと	75.4
15. 陸のいのちを守ること	75.1
8. 適切な良い仕事と経済成長	73.7
4. 質の高い教育	73.1
9. 新しい技術とインフラ	72.7
17. 目標のために協力すること	71.4
1. 貧困をなくすこと	70.1
10. 不平等を減らすこと	69.6
12. 責任を持って消費すること	66.0
13. 気候変動の対策	65.2
5. ジェンダーの平等	64.6
上記 17 テーマ全ての平均値	73.1

（参考データ④）
SDGsに対する意識

問)
あらためて、これまでのSDGsの説明をお読みになった上で、今後のあなたの考え方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）

各 n=100		これから（これからも）SDGsに関係があるような企業の商品やサービスを選んでいきたい	これから（これからも）SDGsに関係があるような企業の株を買ったり、投資をしたりしたい	これから（これからも）SDGsに関係があるようなボランティア活動やNPO活動に参加・協力したい	これから（これからも）SDGsに関係があるようなことを個人的に実践していきたい	これから（これからも）SDGsに関係があるような自治体に住みたい、もしくは何かしらの支援をしたい（ふるさと納税など）
性×年齢別 (%)	男性10代	40.0	11.0	13.0	20.0	15.0
	男性20代	38.0	19.0	10.0	24.0	14.0
	男性30代	27.0	15.0	13.0	26.0	20.0
	男性40代	35.0	13.0	5.0	22.0	12.0
	男性50代	37.0	9.0	6.0	21.0	12.0
	男性60代	42.0	9.0	10.0	33.0	14.0
	男性70代以上	50.0	11.0	10.0	41.0	16.0
	女性10代	41.0	5.0	23.0	30.0	24.0
	女性20代	45.0	2.0	17.0	28.0	22.0
	女性30代	35.0	1.0	15.0	28.0	21.0
	女性40代	39.0	1.0	2.0	27.0	11.0
	女性50代	40.0	4.0	4.0	22.0	10.0
	女性60代	53.0	10.0	14.0	40.0	17.0
	女性70代以上	47.0	10.0	9.0	39.0	18.0
全体平均 (%)		40.6	8.6	10.8	28.6	16.1

(参考データ⑤)
自治体の取り組みについて

問) 次の17の目標テーマについて、ご意見をお知らせください。(複数回答)

		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。	ふるさと納税をしたら、積極的にSDGsに取り組んでいる地域を選びたい。	将来、転居するとしたら、SDGsに積極的に取り組んでいる地域に住みたい。
各n=100				
性 × 年 齢 別 (%)	男性10代	74.0	62.0	59.0
	男性20代	72.0	56.0	59.0
	男性30代	65.0	44.0	53.0
	男性40代	68.0	55.0	56.0
	男性50代	77.0	56.0	64.0
	男性60代	78.0	59.0	60.0
	男性70代以上	89.0	62.0	74.0
	女性10代	87.0	73.0	58.0
	女性20代	84.0	62.0	52.0
	女性30代	79.0	64.0	60.0
	女性40代	72.0	61.0	60.0
	女性50代	82.0	58.0	67.0
	女性60代	88.0	77.0	77.0
	女性70代以上	88.0	71.0	73.0
全体平均 (%)		78.8	61.4	62.3

2. SDGsの17の目標テーマの中で、共感を呼ぶテーマ、企業に期待するテーマ、個人的に取り組みたいテーマは異なる。

①共感度の高いテーマ

- ・「(この)考え方に共感する」に関しては、「目標6. 安全な水とトイレを世界中に」「目標3. すべての人に健康と福祉を」「目標11. 住み続けられるまちづくりを」「目標14. 海の豊かさを守ろう」など多くのテーマで7~8割を超えた。「水」や「海」に関連するものが共通して上位に挙がっており、周りを海に囲まれ自然を大切にする日本人ならではの関心の傾向をうかがわせるものとなった(参考データ③ 調査上の表現の対応表を参照)。

②今後のアクションにつながるテーマ

- ・「これから(これから)このことに関係があるような企業の商品やサービスを選んできたい」に関しては、「目標6. 安全な水とトイレを世界中に」「目標7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「目標14. 海の豊かさを守ろう」の3つが高かった。共感度の高かった「水」と「海」に加え、ここでは「エネルギー」といった経済的なテーマも挙がり、企業やサービスの選択意向に影響を与え得ることがうかがえた(参考データ⑥)。
- ・「個人的に実践したい」に関しては、「目標3. すべての人に健康と福祉を」「目標12. つくる責任、つかう責任」「目標6. 安全な水とトイレを世界中に」が上位に挙がり、自分でも取り組める身近なテーマに反応する傾向がうかがえた(参考データ⑦)。
- ・全体的に「商品やサービスを選びたい」と答える人は女性が多く、年齢層では60代・70代にその傾向が多く見られたが、「これから(これから)SDGsに関係があるようなボランティア活動やNPO活動に参加・協力をしたい」は10代に多く見られた(参考データ④)。

(参考データ⑥)

SDGsの17の目標テーマ

「商品やサービスを選んでいきたい」
TOP5 [全年齢男女]

問)

(17の目標テーマを個別に提示して) 今後のあなたの考え方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。: 選択肢「これから(これからも) このことに関係があるような企業の商品やサービスを選んでいきたい」(複数回答)

本調査での SDGs テーマ	(%)
6. 清潔な水と衛生	36.6
7. 再生可能エネルギー	36.6
14. 海のいのちを守ること	35.8
15. 陸のいのちを守ること	34.8
9. 新しい技術とインフラ	34.6

(参考データ⑦)

SDGsの17の目標テーマ

「個人的に実践していきたい」TOP5
[全年齢男女]

問)

(17の目標テーマを個別に提示して) 掲げられている17の目標テーマについて、今後のあなたの考え方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。: 選択肢「これから(これからも) このことに関係があるようなことを個人的に実践していきたい」(複数回答)

本調査での SDGs テーマ	(%)
3. 健康であること	43.2
12. 責任を持って消費すること	35.5
6. 清潔な水と衛生	30.5
17. 目標のために協力すること	27.1
11. 持続可能なまちと地域社会	27.0

3. SDGsの認知者は情報感度・年収とも高く、新しい製品などを積極的に生活に取り入れている。

① SDGs認知者プロフィール

- ・特に男性20代、30代、70代が高い（参考データ①）。
- ・認知者は年収が高めで、特に「年収1,000万円以上」世帯では約3割がSDGsを知っている、という結果になった（参考データ⑧）。

（参考データ⑧）

SDGs認知率：世帯年収別

		(%)
世帯 年 収 別 の 認 知 率	100万円未満	12.8
	100-200万円未満	9.4
	200-300万円未満	13.0
	300-400万円未満	13.6
	400-500万円未満	14.6
	500-600万円未満	14.5
	600-700万円未満	17.0
	700-800万円未満	25.7
	800-900万円未満	14.6
	900-1000万円未満	22.9
	1000-1200万円未満	30.9
	1200-1500万円未満	28.0
	1500-2000万円未満	21.4
	2000-3000万円未満	20.0
	3000万円以上	50.0
	収入なし	22.2
わからない/答えたくない	10.0	
1000万円以上世帯の平均	29.1	

②SDGsに対する意識

- ・本調査の対象者全員によるスコアと、すでにSDGsという言葉を知っていた対象者だけのスコアでは、17の目標テーマに対する意識において差が出る結果となった。
- ・SDGs認知者による共感度で上位に入った「目標15. 陸の豊かさを守ろう」、企業支援意向でトップになった「目標8. 働きがいも経済成長も」、個人的な取り組み意向で上位に入った「目標17. パートナーシップで目標を達成しよう」の3つの目標テーマについては、いずれも調査対象者全員によるスコアでは上位に入っていないことから、SDGs認知者は世界的な課題や経済的なテーマを重視する傾向にあると言える（参考データ⑨⑩⑪）。

（参考データ⑨）

SDGsの17テーマ

「共感」TOP5 [SDGs認知者]

問)

（17の目標テーマを個別に掲示して）あなたの考え方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。：選択肢「この考え方に共感する」（複数回答）

本調査での SDGs テーマ	(%)
11. 持続可能なまちと地域社会	81.2
15. 陸のいのちを守ること	80.7
6. 清潔な水と衛生	80.2
3. 健康であること	79.2
14. 海のいのちを守ること	79.2

（参考データ⑩）

SDGsの17テーマ

「今後のアクション」TOP5 [SDGs認知者]

問)

（17の目標テーマを個別に掲示して）今後のあなたの考え方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：選択肢「これから（これからも）このことに関係があるような企業の商品やサービスを選んでいきたい」（複数回答）

本調査での SDGs テーマ	(%)
8. 適切な良い仕事と経済成長	44.9
7. 再生可能エネルギー	44.0
9. 新しい技術とインフラ	44.0
2. 飢餓をなくすこと	43.5
1. 貧困をなくすこと	42.5

（参考データ⑪）

SDGsの17テーマ「個人的に実践していきたい」TOP5 [SDGs認知者]

問)

（17の目標テーマを個別に提示して）掲げられている17の目標テーマについて、今後のあなたの考え方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。：選択肢「これから（これからも）このことに関係があるようなことを個人的に実践していきたい」（複数回答）

本調査での SDGs テーマ	(%)
3. 健康であること	44.0
12. 責任を持って消費すること	41.1
17. 目標のために協力すること	33.8
4. 質の高い教育	32.9
11. 持続可能なまちと地域社会	32.9

② SDGs認知者の普段の生活意識

- ・「様々な情報をもとに、新しい発見をすることが好きだ」と考える人は、SDGs認知者で38.2%、SDGsを知らない人で26.7%と、前者が10ポイント以上高い結果となった（参考データ⑫）。
- ・SDGs認知者には、「様々なタイプの人と幅広く付き合う」「自分が使って良いと思った商品は、人に教えたり、ネットで発言したりする」という人が多く、実際に、話題になった商品やサービスを生活に積極的に取り入れているなど、市場をけん引するインフルエンサーになり得ることがうかがえる。
- ・SDGs認知者は、普段の情報源として新聞やニュースサイトを重視している。

（参考データ⑫）

普段の生活意識

問)

あなたご自身の普段の意識・行動についてお聞きします。あなたの普段の意識・行動に近いものをいくつかもお知らせください。（複数回答）

		様々なタイプの人と幅広く付き合う	話題を広めたり物事を人に勧めたりするタイプの友人や知人が多い	様々な情報をもとに、新しい発見をすることが好きだ	自分が使って良いと思った商品は、人に教えたり、ネットで発言したりする
認知の有無別 (%)	有り (n=207)	29.5	17.9	38.2	28.5
	無し (n=1193)	16.5	5.6	26.7	14.9
全体平均 (%)		23.0	11.8	32.5	21.7

主なファインディングスは以上ですが、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 かつお氏から、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。

【根本かつお氏のコメント】

認知度は15%程度ですが、SDGsを理解すれば共感しアクションにつながる可能性が調査結果からうかがえました。女性より男性の認知が高いのは、現状ではSDGsがビジネスの文脈で語られることが中心で、まだ暮らしやライフスタイルに浸透していないためかもしれません。SDGsを理解すれば「それに貢献する商品やサービスを選びたい」という人が女性に多いこと、関連する分野で「ボランティア活動やNPO活動に参加・協力をしたい」人が10代に多いことなど、今後についても勇気づけられます！

<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 : 性年代各100名ずつ、計1,400名
- ・ 調査手法 : インターネット調査
- ・ 調査期間 : 2018年2月6日～2月7日
- ・ 調査機関 : 株式会社電通マクロミルインサイト

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
 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