GENERAL RESEARCH

「SDGs達成に向けて私たちができること」に関する調査

2021.6.30 Wed

【SDGsアクションって実はすごく簡単！？】SDGs達成に向けて私たち一人ひとりができることとは

この度、ゼネラルリサーチ株式会社（代表取締役：五條 寿朗、本社：東京都渋谷区）は、全国の20代～60代男女を対象に、「SDGs達成に向けて私たちができること」に関する調査を実施しました。
世界78億人全ての人に共通する目標である「SDGs」。
みなさんはゴールを目指してどれだけSDGs推進に取り組んでいますか？

近年、「SDGs」という言葉を見聞きする機会が増加しました。
「SDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）」は、「誰一人取り残さない（leave no one behind）」持続可能でより良い社会の実現を目指す世界共通の目標で、2030年を達成年限とし、17のゴールと169のターゲット、232の指標から構成されています。

この世界共通目標を達成すべく、日本も国を挙げてSDGs推進に向けたさまざまな取り組みを行っており、また、多くの企業がCSRの一環としてSDGs推進に取り組んでいます。
※外務省《パンフレット》持続可能な開発目標（SDGs）と日本の取組：
https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/SDGs_pamphlet.pdf

しかしながら、2019年9月に開催された「SDGsサミット」でグテーレス国連事務総長は、「取り組みは進展したが、達成状況には偏りや遅れがあり、あるべき姿からはほど遠く、今、取り組みを拡大・加速しなければならない。2030年までをSDGs達成に向けた『行動の10年』とする必要がある」とSDGsの進捗に危機感を表明しました。

それを踏まえ日本政府も、「『行動の10年』に突入した今、私たち一人ひとりにできることをしっかりと考え、一歩踏み出す姿勢が求められる」と、消費者一人ひとりがSDGs達成に向けて行動していくことの重要性を示しています。

では、私たち消費者はSDGs達成に向けてどのようなことに取り組んでいけばいいのでしょうか。
もしかしたら、消費者のちょっとした“意識の改革”さえあれば、SDGs達成の日が近づくのかもしれません。

そこで、ゼネラルリサーチ株式会社では、全国の20代～60代男女を対象に、「SDGs達成に向けて私たちができること」に関する調査を実施しました。

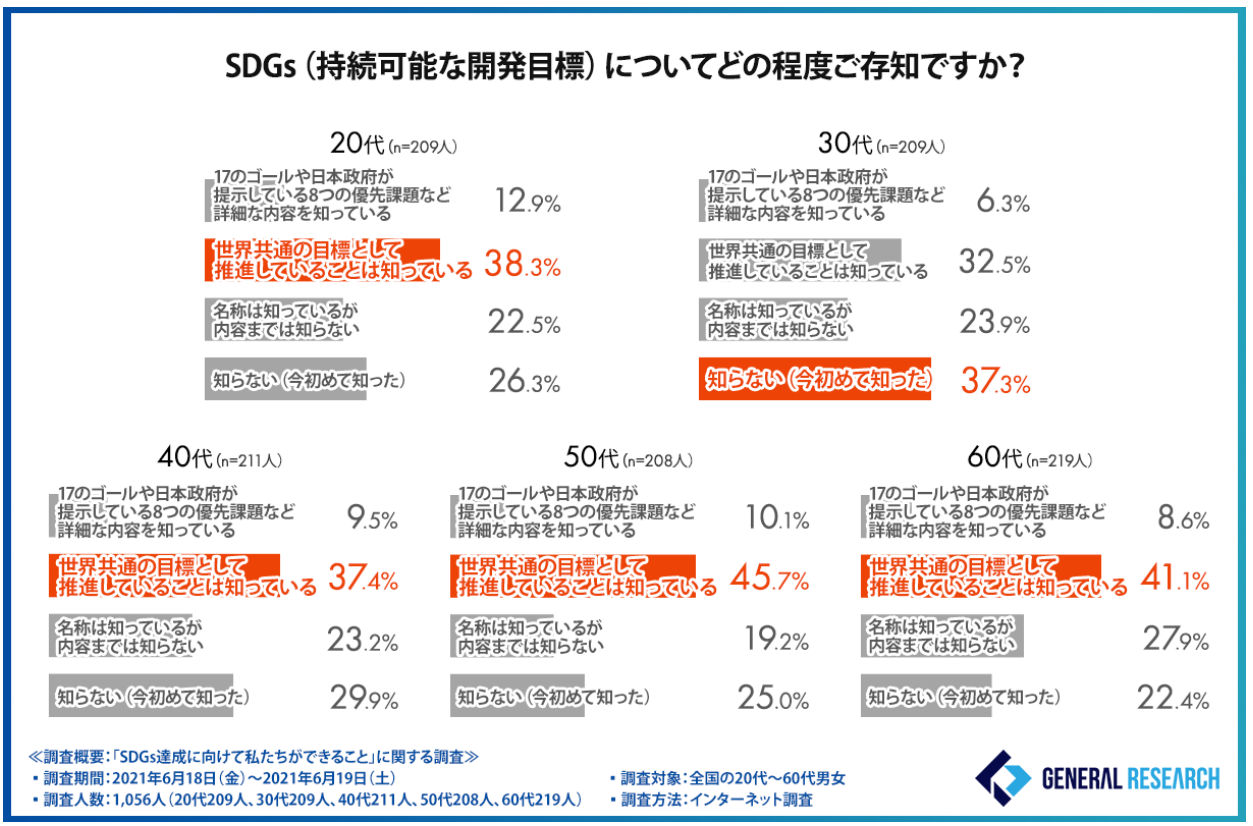
◆詳細はこちら：https://general-research.co.jp/report36/

調査結果のポイント

1.年代別｜SDGsの認知度調査
2.年代別｜日々の生活でのSDGs
3.《身近なものからSDGs》個人レベルでの推進がSDGs達成の大きなカギを握る
4.年代別｜私たち一人ひとりのSDGsアクション
5.目標達成で未来に残せるレガシー

< 調査1 > 年代別｜SDGsの認知度調査

はじめに、SDGsについてどの程度理解・把握しているのかを伺いました。

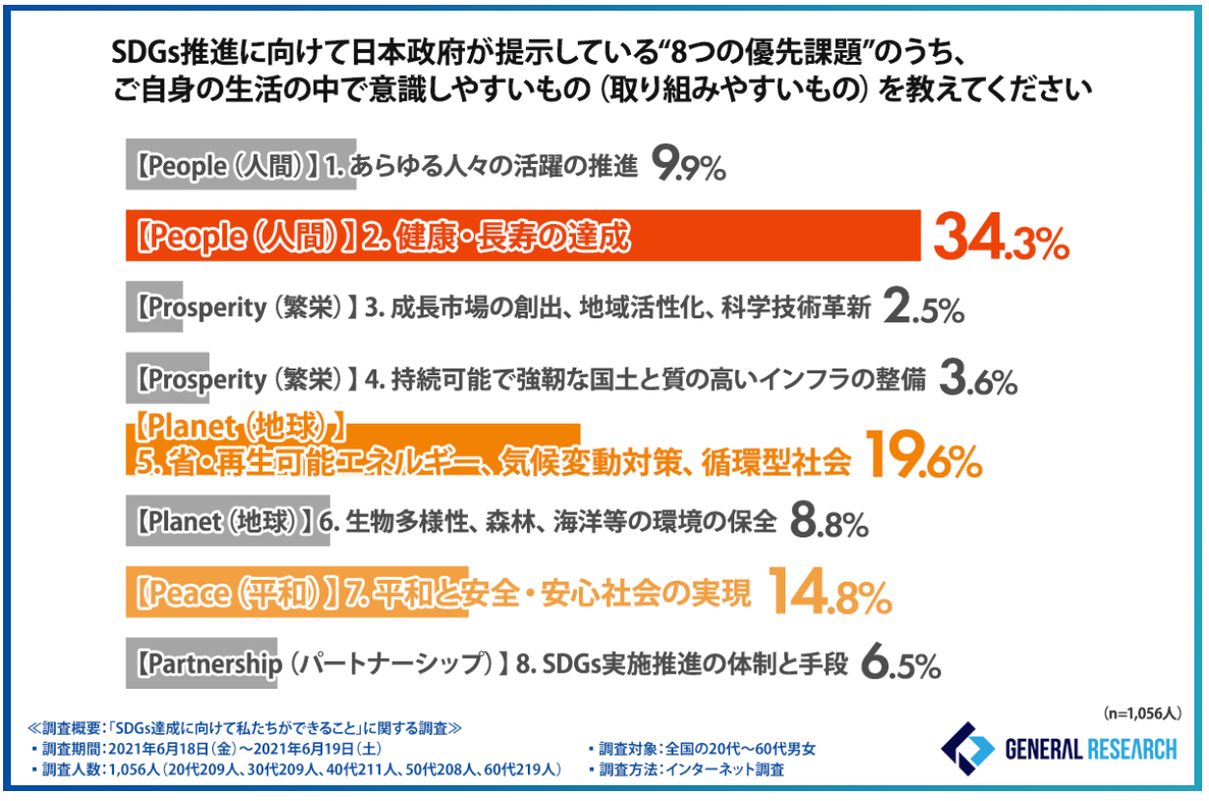


< 図 1>

「SDGs（持続可能な開発目標）についてどの程度ご存知ですか？」と質問したところ、30代の方を除き『世界共通の目標として推進していることは知っている（20代38.3%、30代32.5%、40代37.4%、50代45.7%、60代41.1%）』という回答が最も多かった一方で、30代の方は『知らない（今初めて知った）（20代26.3%、30代37.3%、40代29.9%、50代25.0%、60代22.4%）』という回答がそれを上回って最も多く、SDGsへの関心が低いことが分かりました。

また、全ての年代で『17のゴールや日本政府が提示している8つの優先課題など詳細な内容を知っている（20代12.9%、30代6.2%、40代9.5%、50代10.1%、60代8.7%）』という回答が最も少ない結果となり、SDGsの日本における認知度は、まだまだ低いと言わざるを得ない現状が浮き彫りとなりました。

続いて、SDGs推進に向けて日本政府が提示している8つの優先課題の中で“生活の中で意識しやすいもの”を伺いました。



< 図 2>

「SDGs推進に向けて日本政府が提示している“8つの優先課題”のうち、ご自身の生活の中で意識しやすいもの（取り組みやすいもの）を教えてください」と質問したところ、
『【People（人間）】2. 健康・長寿の達成（34.3%）』という回答が最も多く、次いで『【Planet（地球）】5. 省・再生可能エネルギー、気候変動対策、循環型社会（19.6%）』『【Peace（平和）】7. 平和と安全・安心社会の実現（14.8%）』と続きました。

WHOが発表した世界保健統計2021年版によると、平均寿命が最も長い国は日本で84.3歳（数値は2019年時点のもの）という結果が出ています。
世界的に見ても長寿命であり、また、“人生100年時代”に向けた動きも活発化している日本ですから、『【People（人間）】2. 健康・長寿の達成』は、生活の中でも意識しやすいようです。

■以降の結果
『【People（人間）】1. あらゆる人々の活躍の推進（9.9%）』
『【Planet（地球）】6. 生物多様性、森林、海洋等の環境の保全（8.8%）』
『【Partnership（パートナーシップ）】8. SDGs実施推進の体制と手段（6.5%）』
『【Prosperity（繁栄）】4. 持続可能で強靭な国土と質の高いインフラの整備（3.6%）』
『【Prosperity（繁栄）】3. 成長市場の創出、地域活性化、科学技術革新（2.5%）』

■生活の中で意識しやすい理由とは？
【People（人間）】2. 健康・長寿の達成
・食事などの生活習慣の改善で目指せる内容であり、普段の生活に一番密接した関係であると考える（20代／女性／和歌山県）
・自分のことから始められる（30代／男性／長崎県）
・高齢化の日本では、身近な問題だから（50代／女性／埼玉県）

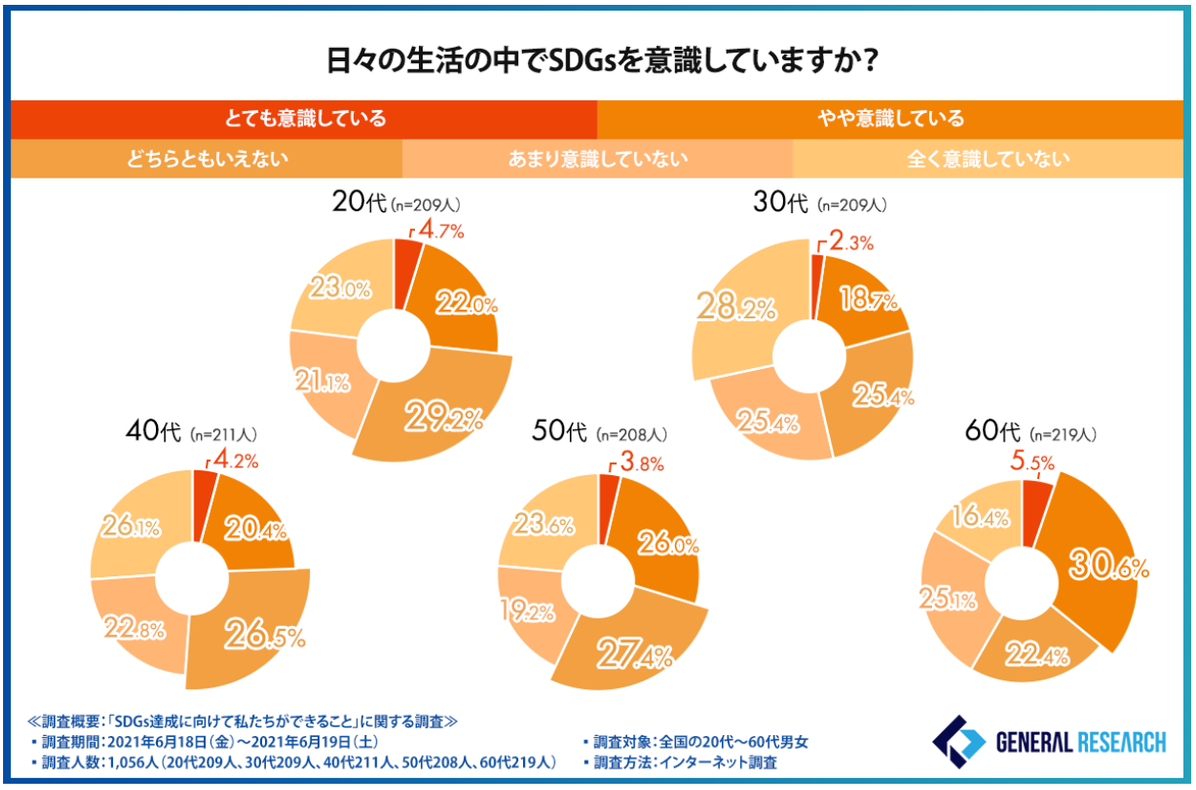
【Planet（地球）】5. 省・再生可能エネルギー、気候変動対策、循環型社会
・リサイクルやエコバッグなど、取り組みやすいかなと思う（40代／女性／兵庫県）
・個人の少しの努力で取り組める（50代／男性／愛知県）

・地球温暖化が重要課題と考えている。孫など未来に負債を残さないため（60代／男性／鳥取県）

【Peace（平和）】7. 平和と安全・安心社会の実現
・相手に対して優しい気持ちを持っていれば実現するから（20代／女性／宮城県）
・平和が一番の基盤になるから（40代／男性／岩手県）
・全世界で共通でありたい（60代／女性／広島県）

＜調査2＞年代別｜日々の生活でのSDGs

SDGsの認知度、そして日本の優先課題の中でご自身が取り入れやすいものが分かりました。
では、普段の生活の中でSDGsを意識している方はどれくらいいるのでしょうか。



＜図 3＞

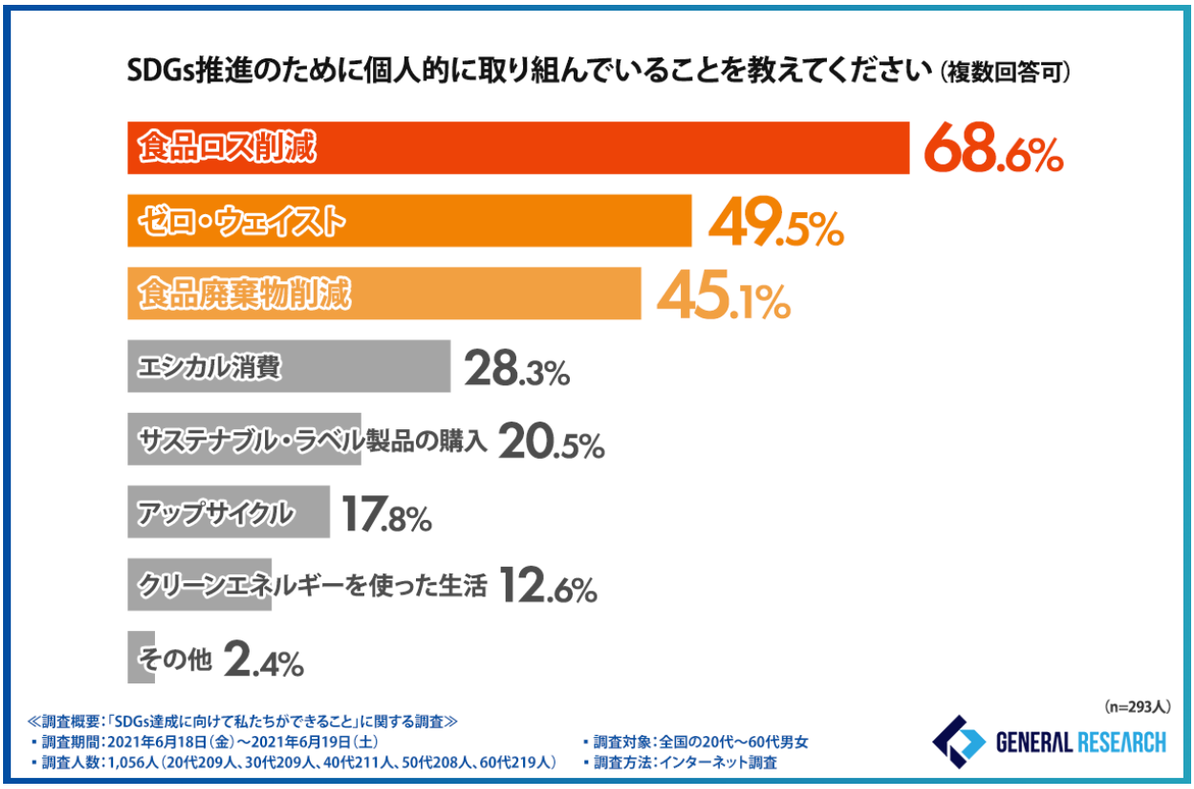
そこで、「日々の生活の中でSDGsを意識していますか？」と質問したところ、20代、40代、50代の方は『どちらともいえない（20代29.2%、30代25.4%、40代26.5%、50代27.4%、60代22.4%）』という回答が最も多かった一方で、30代の方は『全く意識していない（20代23.0%、30代28.2%、40代26.1%、50代23.6%、60代16.4%）』という回答が最も多い結果となりました。

また、全ての年代で『とても意識している（20代4.7%、30代2.3%、40代4.2%、50代3.8%、60代5.5%）』という回答は最も少なかったものの、50代・60代の方は『やや意識している（20代22.0%、30代18.7%、40代20.4%、50代26.0%、60代30.6%）』という回答の割合が高く、若い世代よりも日々の生活の中でSDGsを意識している方が多い傾向が見られました。

しかしながら、20代は『とても意識している』と回答した方の割合が60代に次いで高く、また、『やや意識している』と回答した方の割合も30代・40代より高く、SDGsを意識しながら生活を送っている若い世代の方も少なくないことが分かりました。

『行動の10年』へと入った今、これからの世の中を引っ張っていく若い世代が、SDGsに関心を寄せ、日々の生活でも意識していることは、SDGs推進に向けての明るい兆しと言えるかもしれません。

では、具体的にどのようなことを意識的に取り組んでいるのでしょうか。



＜図 4＞

前の質問で『とても意識している』『やや意識している』と回答した方に、「SDGs推進のために個人的に取り組んでいることを教えてください（複数回答可）」と質問したところ、
『食品ロス（可食部の廃棄）削減（68.6%）』という回答が最も多く、次いで『ゼロ・ウェイスト（ごみをどう処理するかではなく、ごみ自体を出さないようにする考え方）（49.5%）』『食品廃棄物（不可食部を含む廃棄）削減（45.1%）』『エシカル消費（環境や社会問題の解決に貢献できる商品・サービスへの消費）（28.3%）』『サステナブル・ラベル製品の購入（20.5%）』『アップサイクル（不用品や古くなったものを加工し新たな価値を生み出すこと）（17.8%）』『クリーンエネルギーを使った生活（12.6%）』と続きました。

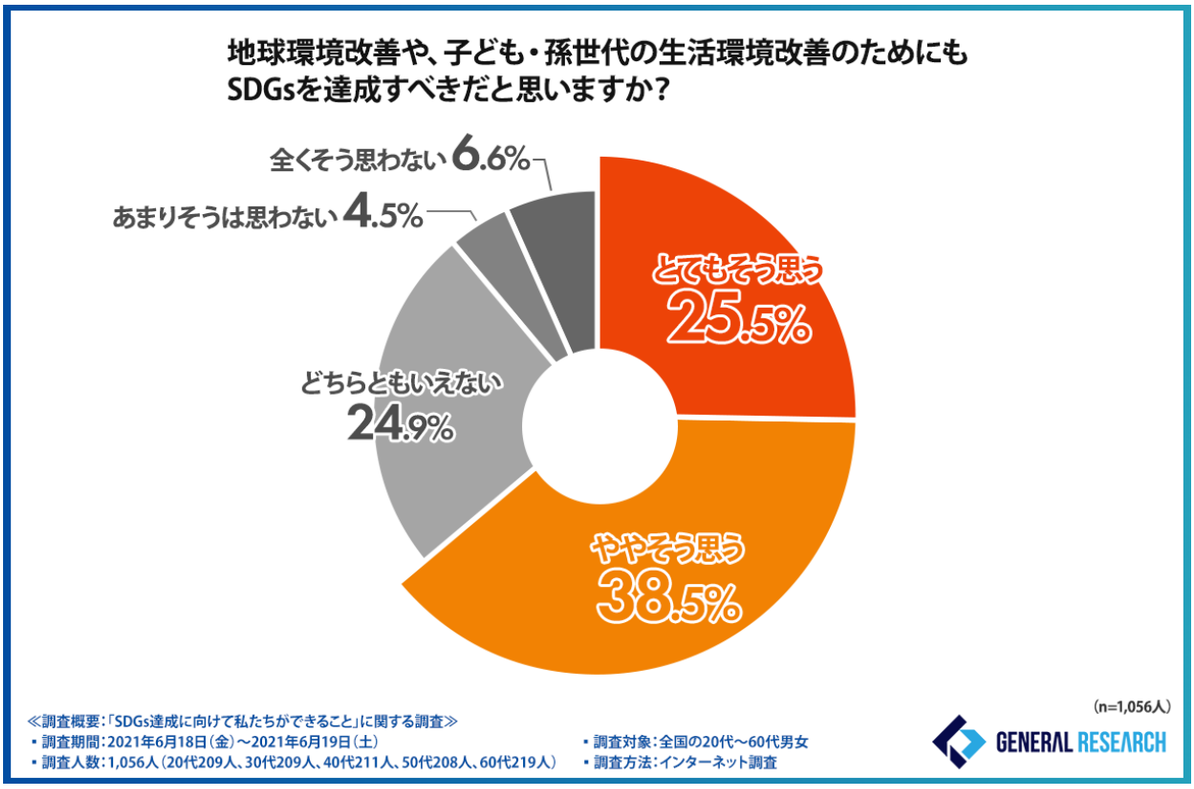
多くの方が、社会問題にもなっている『食品ロス削減』に取り組んでいるようです。
また、半数近くの方が、ごみ自体を出さないようにする『ゼロ・ウェイスト』、さらには、可食部だけでなく不可食部も含めた『食品廃棄物削減』に努めている方も多いことが分かりました。

年代別に見ると、30代、50代、60代の方は『食品ロス削減（20代57.1%、30代75.0%、40代57.7%、50代77.4%、60代73.4%）』の割合が7割を超え、また、30代、60代の方は『食品廃棄物削減（20代32.1%、30代50.0%、40代44.2%、50代43.6%、60代53.2%）』の割合が半数を超えました。

その一方で、20代の方は『ゼロ・ウェイスト（20代55.4%、30代36.4%、40代48.1%、50代51.6%、60代51.9%）』の割合が他の年代よりも高く、そもそも廃棄物となり得るものを作らない考え方が浸透している様子が伺えます。

＜調査3＞《身近なものからSDGs》個人レベルでの推進がSDGs達成の大きなカギを握る

これからの地球環境、そして私たちの子や孫の世代の生活環境を改善するためにも、SDGs達成は責務と考える方もいるでしょう。



< 図 5>

そこで、「地球環境改善や、子ども・孫世代の生活環境改善のためにもSDGsを達成すべきだと思いますか？」と質問したところ、6割以上の方が『とてもそう思う（25.5%）』『ややそう思う（38.5%）』と回答しました。

多くの方が、将来の地球環境や生活環境改善のためには、SDGsを達成すべきと考えているようです。

では、SDGs達成のために個人レベルでできることとは一体どのようなことなのでしょうか。

■SDGs達成のために個人レベルでもできること
・リサイクルに協力する、食べ物を残さない、人を差別しない（20代／女性／東京都）
・環境に優しい行動を知る、実行する。自分と違う立場の人に目を向けて、感じたことを発信する（30代／女性／神奈川県）
・地球温暖化などについてもっとよく知ることや、資源などの無駄遣いをやめるよう意識する（40代／女性／広島県）
・まずSDGsを理解して自分にできることを考える（50代／男性／兵庫県）
・無理せずに身の回りの無駄をなくすこと（60代／男性／愛知県）

などの回答が寄せられました。

食品ロスや食品廃棄物の削減、ゼロ・ウェイストなどはもちろん、これまでSDGsについてあまり知らなかった方々は、まずはSDGsや地球環境のことを知るところから始めることも非常に大切と言えそうです。

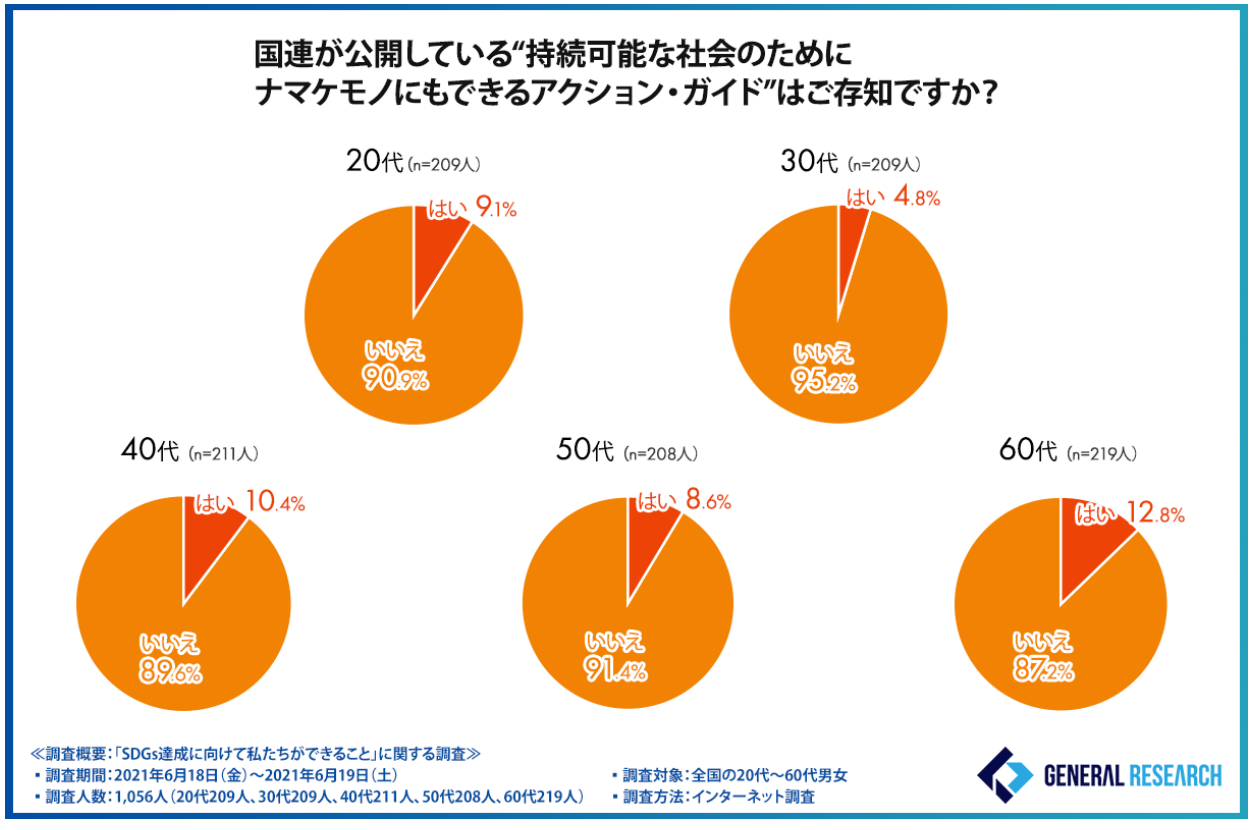
< 調査4 > 年代別｜私たち一人ひとりのSDGsアクション

SDGs推進と聞くと、何か特別なことをしなければならないと思う方もいるかもしれませんが、普段の生活にも取り入れられるちょっとした行動の変化で、世界を変えることは十分可能です。
実は、国連が『持続可能な社会のために ナマケモノにもできるアクション・ガイド』を公開しており、そのガイドの中では、

レベル1：ソファに寝たままできること（電気を節約しよう。いいね！するだけじゃなく、シェアしよう。など）
レベル2：家にいてもできること（短時間のシャワーを利用しよう。エアコンの温度を、冬は低め、夏は高めに設定しよう。など）
レベル3：家の外でできること（詰め替え可能なボトルやコーヒーカップを使おう。買い物にはマイバッグを持参しよう。など）
レベル4：職場でできること（若者の相談相手になろう。声を上げよう。など）
の4つのレベルに分けて、“私たちが日常生活ですごく簡単に取り入れられる行動”の例を紹介しています。

※国際連合広報センター「持続可能な社会のために ナマケモノにもできるアクション・ガイド（改訂版）」
https://www.unic.or.jp/news_press/features_backgrounders/24082/

では、この国連が公開している『ナマケモノにもできるアクション・ガイド』をご存知の方はどれくらいいるのでしょうか。

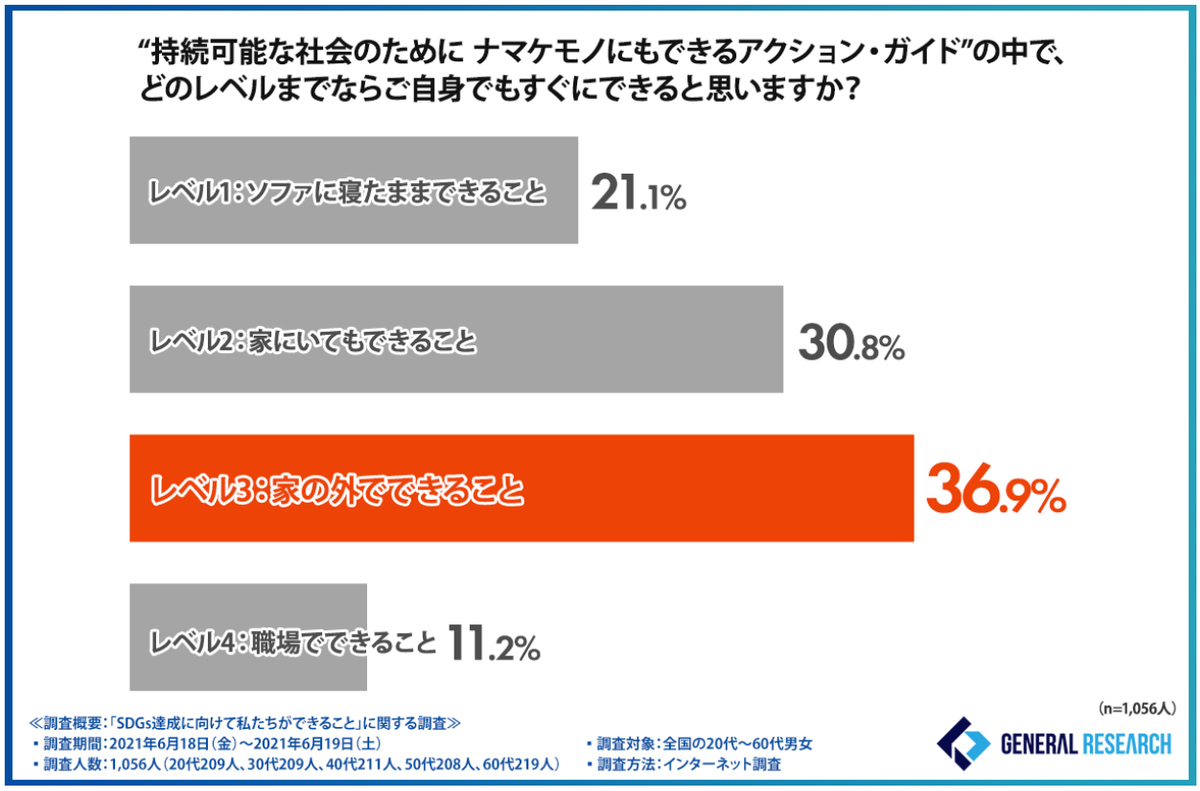


＜図 6＞

上記の国連広報センターのサイトをご覧いただいた上で、「国連が公開している“持続可能な社会のためにナマケモノにもできるアクション・ガイド”はご存知ですか？」と質問したところ、全ての年代で8割以上の方が『いいえ（20代90.9%、30代95.2%、40代89.6%、50代91.4%、60代87.2%）』と回答しました。

このアクション・ガイドは2019年1月に改訂版が公開されていますが、その存在をご存知の方は、日本では非常に少ないのが現状のようです。

では、これらレベル1～レベル4の『できること』の中で、どのレベルまでならご自身でもすぐに取り入れられると感じたのでしょうか。



＜図 7＞

そこで、「“持続可能な社会のために ナマケモノにもできるアクション・ガイド”の中で、どのレベルまでならご自身でもすぐにできると思いますか？」と質問したところ、
『レベル3：家の外でできること（詰め替え可能なボトルやコーヒーカップを使おう。買い物にはマイバッグを持参しよう。など）（36.9%）』という回答が最も多く、次いで『レベル2：家にいてもできること（短時間のシャワーを利用しよう。エアコンの温度を、冬は低め、夏は高めに設定しよう。など）（30.8%）』『レベル1：ソファに寝たままできること（電気を節約しよう。いいね！するだけじゃなく、シェアしよう。など）（21.1%）』『レベル4：職場でできること（若者の相談相手になろう。声を上げよう。など）（11.2%）』と続きました。

『レベル3：家の外でできること』までなら、すぐにでも取り入れられるという方が多いようです。

マイバッグやマイボトルの持参は、既に実践している方も多いと思います。
このように、私たちにもできる“SDGsアクション”は、実は意外と身近に多く存在していると言えます。

＜調査5＞目標達成で未来に残せるレガシー

ここまでの調査で、SDGsの認知度や個人としての取り組み、そしてSDGsアクションは身近なことでも十分可能であることが見えてきました。
では、SDGsを達成した暁には、どのような遺産（レガシー）を後世に残すことができるのでしょうか。

最後に、「SDGsの達成によって私たちが未来に残せるレガシー（遺産）は何だと思いますか？具体的に教えてください」と質問したところ、以下のような回答が寄せられました。

■SDGs達成で未来に残せるレガシー
・安全な環境を子孫に残せる（20代／女性／東京都）
・みんなが少し貧乏になること。多様性を認め互いに成長しながら共存すること（30代／男性／神奈川県）
・誰一人取り残すことのない暮らしやすい社会を作ることができると思う（40代／女性／兵庫県）
・全ての生物が豊かに生きる地球が残せる（50代／女性／岐阜県）

・先人たちの残してくれたものを次世代に引き継いでゆくことで明るい未来を残す（60代／男性／京都府）

SDGsの達成によって、後世に残せるレガシーはかけがえのないものと言えそうです。

< 総括 > 私たち一人ひとりのちょっとした行動でSDGs達成の日は近づく

今回の調査で、SDGsの認知度や個人的な取り組みなどが明らかになりました。
世界共通の目標であるSDGsですが、日本における認知度は決して高いとは言えないのが現状のようです。
達成年限の2030年まで10年を切った今、国や企業だけでなく、私たち一人ひとりがSDGs推進に向けて取り組んでいかなければ、達成は難しいと言わざるを得ません。

ですが、別に「SDGsを推進しなくちゃ！」と身構えなくとも、日々の生活でのちょっとしたことがSDGsアクションとなり、達成に繋がるとも言えます。
もちろん、私たち消費者がより意識的にSDGs推進に取り組めば、達成への道のりも短縮できるでしょう。

50年後、100年後の地球、そして子どもたちのためにも、私たちのちょっとした意識の“改革”で、未来へのレガシーを残せるのではないでしょうか。

ゼネラルリサーチでは、今後も引き続き調査を継続してまいります。

調査概要：「SDGs達成に向けて私たちができること」に関する調査

調査期間	2021年6月18日（金）～2021年6月19日（土）
調査方法	インターネット調査
調査人数	1,056人（20代209人、30代209人、40代211人、50代208人、60代219人）
調査対象	全国の20代～60代男女
調査主体	ゼネラルリサーチ

ゼネラルリサーチとは

■ 国内最大規模のモニター数：1,538 万人以上
■ 5000 種類以上の属性データでセグメント設定可能
■ 調査形式 8 種類 ×5 種類のカスタマイズ機能
　調査目的に対して、最適な調査形式・機能をご提案致します。

その他関連情報

■WEB サイト：https://general-research.co.jp/
■公式 Twitter：https://twitter.com/_GRinfo

本調査に関するお問合せ先

ゼネラルリサーチ株式会社
電話：03-6418-2803
Mail：contact@general-research.co.jp

本件に関する報道関係者からのお問合せ先

ゼネラルリサーチ株式会社　広報担当：武居（たけすえ）
電話：03-6418-2803
Mail：pr@general-research.co.jp