

2024年3月8日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

サステナブルに関する意識調査を実施

SDGs 認知率は約 80%と、生活者に浸透している様子が伺える
企業の SDGs への対応は「義務・配慮しないと非難されて当然」が 39.2%
～ 調査データは Web 上のダッシュボードで無料公開 ～

共通ポイントサービス「Ponta (ポнта)」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング(本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」) は、「サステナブルに関する調査」(実施期間：2023 年 10 月 6 日～10 月 11 日) の結果をご報告いたします。また、本調査の結果を、データをビジュアライズして共有するプラットフォーム「Tableau Public」にて、レポートにまとめて公開いたします。

【調査結果】

・ TOPICS 1

SDGs 認知率は前年と同水準の 80.5%。生活者の大多数に浸透している様子が伺える

・ TOPICS 2

意識して行動している SDGs 目標は、全体で「すべての人に健康と福祉を」が最も高い。
高い年代では対象の目標数が多い傾向が見られる

・ TOPICS 3

企業が SDGs に対応することについて「義務」「配慮しないと非難されて当然」が約 4 割。
高い年代において、SDGs 対応への意識が高い様子が伺える

【調査結果詳細】

■TOPICS 1

SDGs 認知率は前年と同水準の 80.5%。生活者の大多数に浸透している様子が伺える

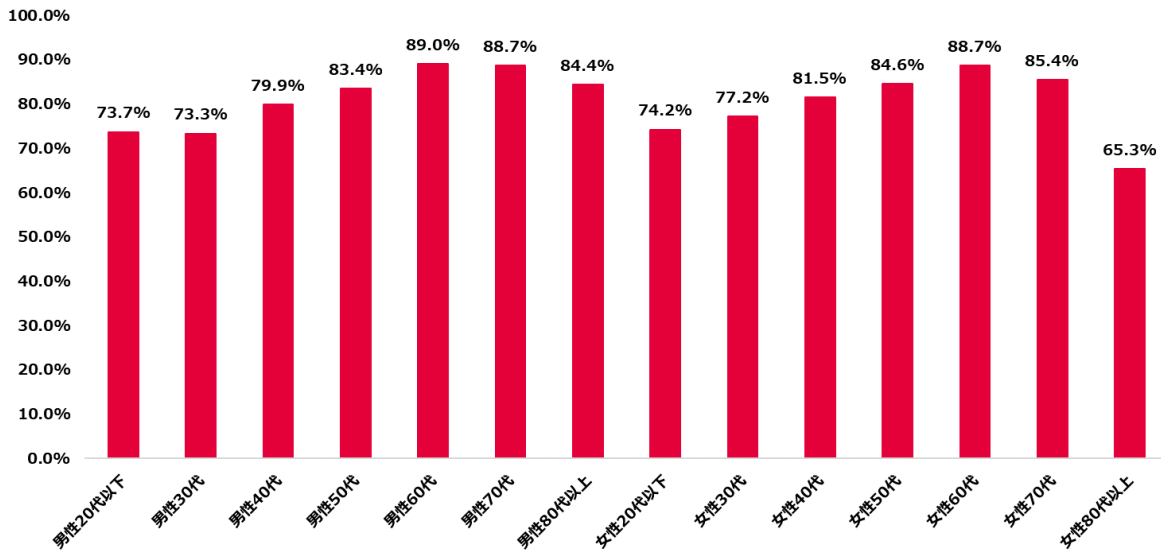
SDGs の認知率は 80.5% となり、前年（78.9%）とほぼ同水準で推移している。SDGs は、生活者の大多数に浸透しているものとなっている。また、行動率は 61.0% と、こちらも前年と同水準の結果となった。性年代別で比較すると、高い年代の方が認知率、行動率ともに高い傾向が見られた。

SDGs に関する行動率の内訳を見ると、「意識せずに行動している」が前年より 5.2 ポイント増加しており、他の項目よりも増加幅が大きかった。意識をしているかどうかに関わらず「行動している」との回答は約 6 割となり、SDGs に関する行動が日常の生活に定着している様子が伺えた。

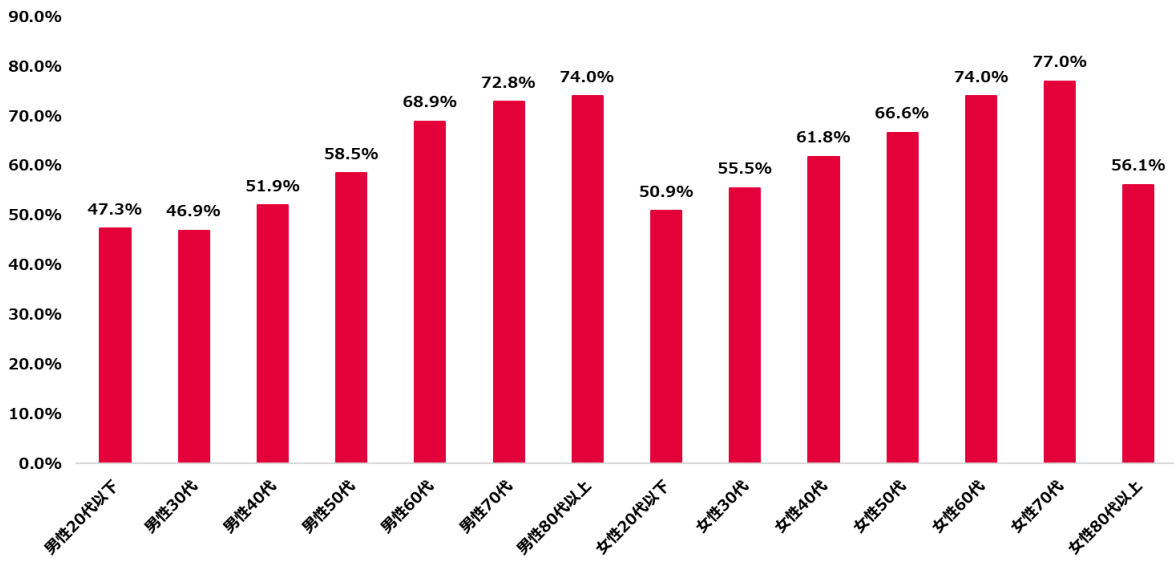
▼SDGs 認知率・行動率



▼性年代別 | SDGs 認知率



▼性年代別 | SDGs 行動率



▼SDGs 行動の詳細

SDGsの意識行動：意識して日頃から行動していますか？

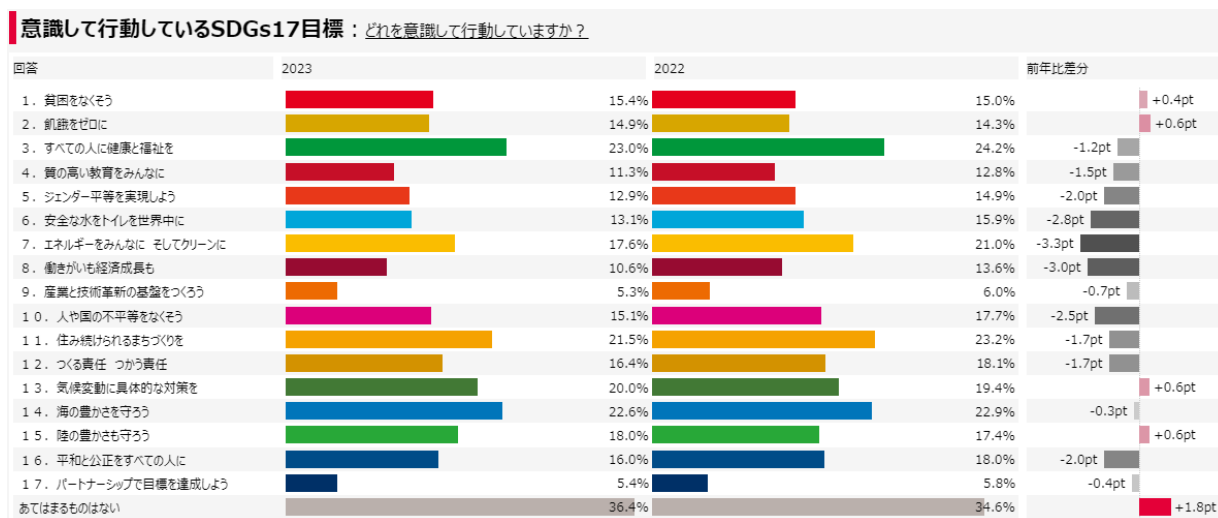
回答	2023	2022	前年比差分
意識して行動している	6.4%	8.4%	-2.0pt
時々意識して行動している	22.0%	26.7%	-4.7pt
ほとんど意識せずに行動している	16.4%	18.0%	-1.6pt
意識せずに行動している	16.2%	11.0%	+5.2pt
意識しているが行動していない	8.0%	5.9%	+2.0pt
意識しておらず行動していない	11.6%	8.9%	+2.7pt
言葉は知っているが内容は知らない	9.4%	8.6%	+0.7pt
SDGsを知らない	10.1%	12.5%	-2.4pt

■TOPICS 2

意識して行動している SDGs 目標は、全体で「すべての人に健康と福祉を」が最も高い。高い年代では対象の目標数が多い傾向が見られる

SDGs の 17 の目標のうち、意識して行動しているものについて、「すべての人に健康と福祉を」が 23.0%で最も高く、次いで「海の豊かさを守ろう (22.6%)」、「住み続けられるまちづくりを (21.5%)」が続く。性年代別のリフト値を見ると、女性 20 代以下から 50 代は「ジェンダー平等を実現しよう」、男性 40 代以上は「働きがいも経済成長も」、男性 60 代以上は「人や国の不平等をなくそう」、女性 70 代以上は「すべての人に健康と福祉を」、高い年代は「気候変動には具体的な対策を」が高かった。また、男女ともに高い年代の方がリフト値の高い項目が多く、意識して行動している目標が多い傾向が見られた。

▼意識して行動している SDGs の 17 の目標



▼性年代別 | 意識して行動している SDGs の 17 の目標

	1. 貧困をなくそう	2. 飢餓をゼロに	3. すべての人に健康と福祉を	4. 質の高い教育をみんなに	5. ジェンダー平等を実現しよう	6. 安全な水とトイレを世界中に	7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに	8. 働きがいも経済成長も	9. 産業と技術革新の基盤をつくろう	10. 人や国の不平等をなくそう	11. 住み続けられるまちづくりを	12. つくる責任 つかう責任	13. 気候変動に具体的な対策を	14. 海の豊かさを守ろう	15. 陸の豊かさを守ろう	16. 平和と公正をすべての人に	17. パートナーシップで目標を達成しよう	意識して行動していない
全体	15%	15%	23%	11%	13%	13%	18%	11%	5%	15%	22%	16%	20%	23%	18%	16%	5%	36%
男性20代以下	15%	14%	13%	9%	11%	10%	11%	8%	6%	9%	10%	13%	12%	13%	10%	12%	5%	45%
男性30代	13%	11%	14%	10%	10%	7%	9%	8%	5%	6%	9%	9%	8%	12%	10%	6%	4%	52%
男性40代	13%	11%	14%	9%	9%	9%	12%	11%	5%	9%	12%	12%	10%	14%	11%	9%	4%	46%
男性50代	14%	12%	17%	9%	11%	8%	16%	12%	5%	12%	17%	13%	14%	17%	13%	13%	4%	40%
男性60代	15%	13%	25%	11%	12%	12%	23%	12%	6%	18%	24%	16%	22%	24%	18%	17%	4%	31%
男性70代	15%	18%	33%	13%	12%	18%	26%	13%	7%	23%	33%	19%	31%	29%	22%	23%	6%	28%
男性80代以上	17%	16%	41%	21%	12%	23%	31%	21%	12%	29%	36%	18%	35%	30%	26%	27%	8%	20%
女性20代以下	13%	13%	10%	8%	13%	7%	9%	9%	3%	5%	10%	12%	9%	14%	11%	8%	4%	45%
女性30代	12%	11%	15%	9%	14%	8%	11%	7%	4%	9%	16%	14%	12%	16%	13%	11%	5%	43%
女性40代	16%	12%	20%	9%	16%	11%	15%	8%	3%	13%	20%	17%	17%	23%	18%	13%	5%	37%
女性50代	15%	13%	23%	11%	15%	13%	18%	10%	4%	17%	25%	20%	23%	26%	21%	18%	5%	36%
女性60代	17%	17%	30%	13%	16%	18%	25%	10%	4%	21%	30%	25%	31%	35%	27%	23%	5%	26%
女性70代	19%	22%	41%	16%	18%	24%	28%	12%	6%	28%	38%	26%	40%	40%	29%	27%	6%	20%
女性80代以上	23%	27%	38%	16%	11%	21%	19%	11%	8%	21%	32%	16%	23%	29%	29%	24%	12%	33%

▼性年代別 | 意識して行動している SDGs の 17 の目標 (リフト値*)

	1. 貧困をなくそう	2. 飢餓をゼロに	3. すべての人に健康と福祉を	4. 質の高い教育をみんなに	5. ジェンダー平等を実現しよう	6. 安全な水とトイレを世界中に	7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに	8. 働きがいも経済成長も	9. 産業と技術革新の基盤をつくろう	10. 人や国の不平等をなくそう	11. 住み続けられるまちづくりを	12. つくる責任つかう責任	13. 気候変動に具体的な対策を	14. 海の豊かさを守ろう	15. 陸の豊かさを守ろう	16. 平和と公正をすべての人に	17. パートナリーシップで目標を達成しよう	意識して行動していない
男性20代以下	0.9	0.9	0.5	0.8	0.9	0.8	0.6	0.8	1.2	0.6	0.5	0.8	0.6	0.6	0.6	0.7	0.9	1.2
男性30代	0.8	0.8	0.6	0.9	0.8	0.6	0.5	0.8	0.9	0.4	0.4	0.6	0.4	0.5	0.5	0.4	0.7	1.4
男性40代	0.9	0.8	0.6	0.8	0.7	0.7	0.7	1.0	0.9	0.6	0.6	0.7	0.5	0.6	0.6	0.6	0.7	1.3
男性50代	0.9	0.8	0.8	0.8	0.8	0.6	0.9	1.1	1.0	0.8	0.8	0.8	0.7	0.8	0.7	0.8	0.8	1.1
男性60代	1.0	0.9	1.1	0.9	1.0	0.9	1.3	1.2	1.1	1.2	1.1	1.0	1.1	1.1	1.0	1.1	0.7	0.9
男性70代	1.0	1.2	1.4	1.2	1.0	1.4	1.5	1.3	1.3	1.5	1.6	1.1	1.6	1.3	1.2	1.4	1.0	0.8
男性80代以上	1.1	1.1	1.8	1.9	0.9	1.8	1.8	1.9	2.2	1.9	1.7	1.1	1.8	1.3	1.4	1.7	1.5	0.5
女性20代以下	0.8	0.9	0.4	0.7	1.0	0.5	0.5	0.8	0.6	0.4	0.5	0.8	0.5	0.6	0.6	0.5	0.8	1.2
女性30代	0.8	0.7	0.7	0.8	1.0	0.6	0.6	0.7	0.7	0.6	0.7	0.9	0.6	0.7	0.7	0.7	0.9	1.2
女性40代	1.1	0.8	0.9	0.8	1.2	0.8	0.8	0.8	0.6	0.9	0.9	1.0	0.8	1.0	1.0	0.8	0.9	1.0
女性50代	1.0	0.8	1.0	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	0.8	1.2	1.1	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1	1.0	1.0
女性60代	1.1	1.2	1.3	1.1	1.2	1.3	1.4	1.0	0.8	1.4	1.4	1.5	1.6	1.6	1.5	1.5	0.9	0.7
女性70代	1.2	1.5	1.8	1.4	1.4	1.8	1.6	1.1	1.2	1.9	1.8	1.6	2.0	1.7	1.6	1.7	1.2	0.5
女性80代以上	1.5	1.8	1.6	1.4	0.9	1.6	1.1	1.1	1.5	1.4	1.5	1.0	1.2	1.3	1.6	1.5	2.3	0.9

*リフト値：対象性年代の割合／全体の割合

赤で強調している数値は、各性年代で上位3位の項目(リフト値1.0未満は除く)です

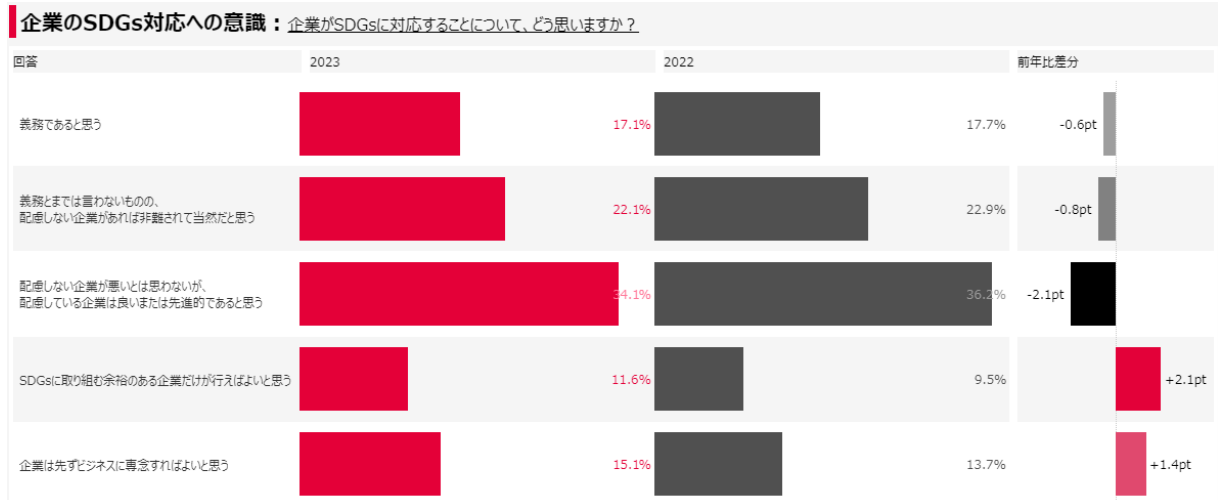
■TOPICS 3

企業がSDGsに対応することについて「義務」「配慮しないと非難されて当然」が約4割。高い年代において、SDGs対応への意識が高い様子が伺える

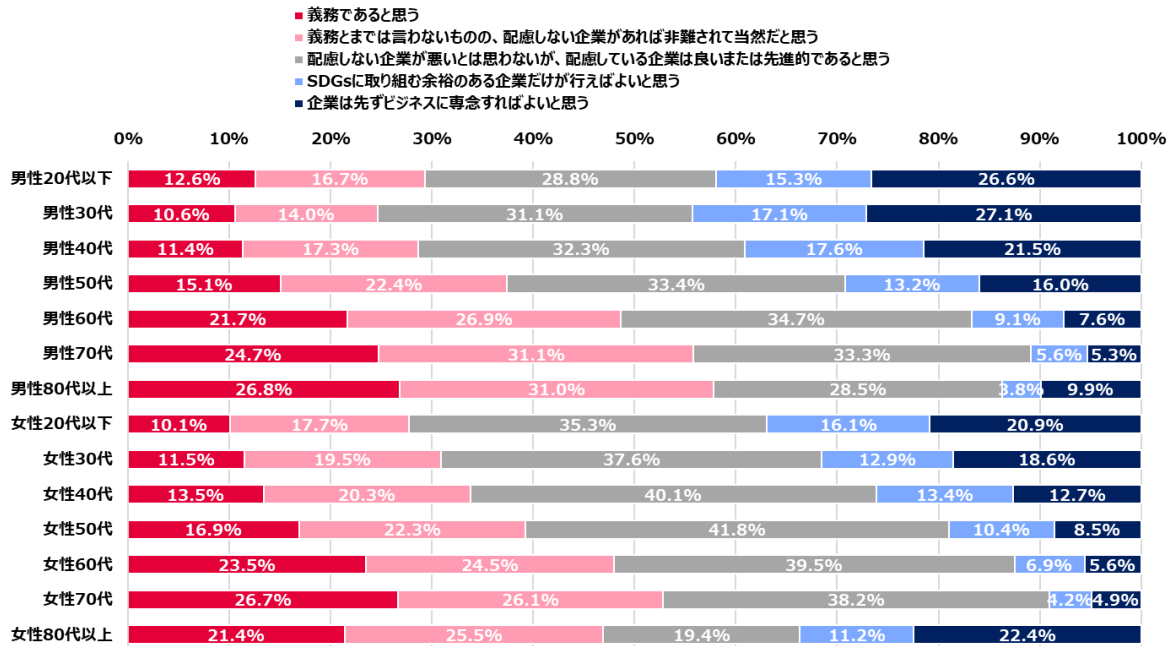
企業がSDGsに対応することへの意識について、「義務であると思う(17.1%)」「義務とまでは言わないものの、配慮しない企業があれば非難されて当然だと思う(22.1%)」を合わせた、SDGsへの対応を当たり前と捉える人が39.2%となった。「企業はまずビジネスに専念すればよいと思う(15.1%)」「SDGsに取り組む余裕のある企業だけが行えばよいと思う(11.6%)」を合わせた、ビジネスが優先だと考える人が26.7%となった。

性年代別に見ると、男女ともに20代以下は「ビジネス専念」「余裕のある企業が行えばよい」が40%前後と他の年代よりも高く、ビジネス優先の傾向が見られた。また、男女ともに70代は「義務」「配慮しないと非難されて当然」が50%超となった。高い年代において、SDGsへの対応を優先して考えている傾向が見られた。

▼企業のSDGs対応への意識



▼性年代別 | 企業のSDGs対応への意識



【調査概要】

- 調査方法 : インターネット調査
- 調査期間 : 2023年10月6日～10月11日
- パネル : 「Pontaリサーチ」会員
(Ponta会員で「Pontaリサーチ」の会員登録をされている方)
- 調査対象 : 国内在住15歳以上男女
- 有効回答数 : 21,871名

※総務省統計局「令和2年国勢調査」の性年代別人口構成比を基にウェイトバックを実施

※調査結果は小数点第2位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

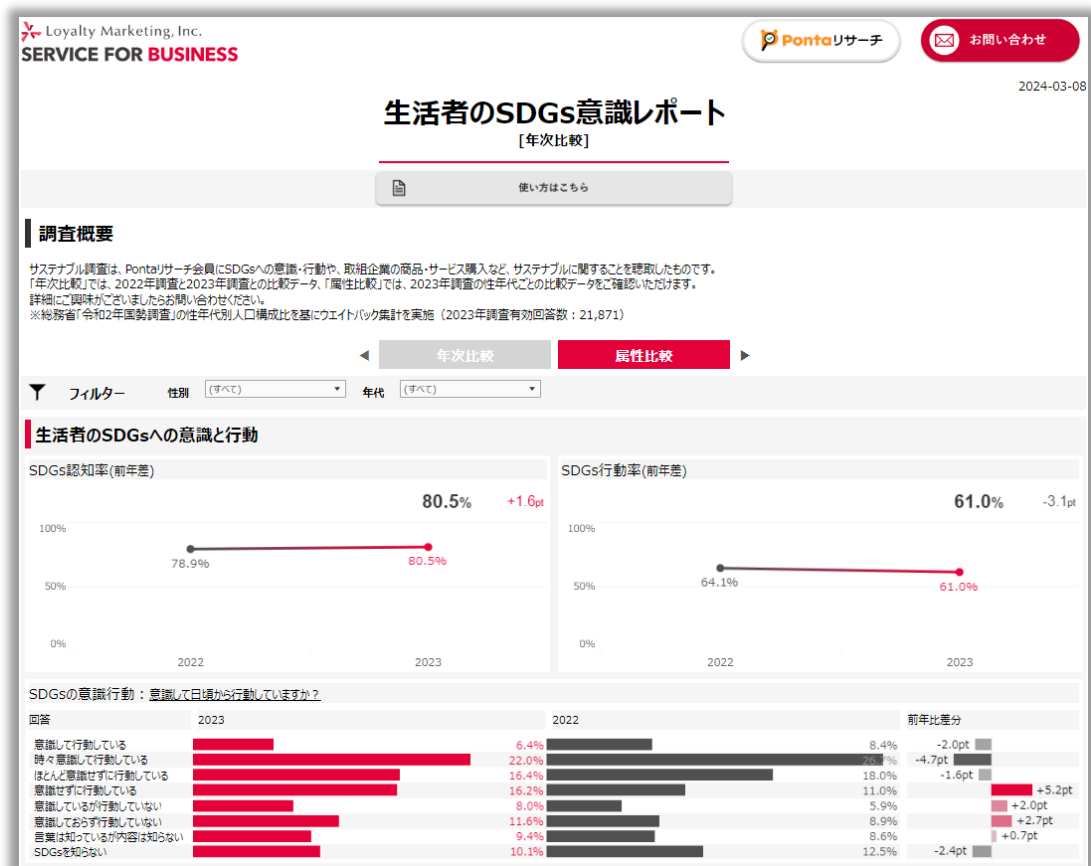
【公開データのご案内】

本調査結果はデータをビジュアライズして共有するプラットフォーム「Tableau Public」で無料公開します。SDGsの認知率や行動率、SDGsに取り組む企業の商品購入意向、企業の取り組みに期待するSDGsの17の目標などについて、前年データとの年次比較や性年代の比較をご覧いただけます。

URL：

https://public.tableau.com/app/profile/loyaltymarketing/viz/SDGs_17047938343610/sheet0

▼ダッシュボードイメージ



以上

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。