

報道関係各位

2021年10月22日

クラダシが「SDGsに関する意識調査」を実施
サービスや製品を購入する際、
半数以上が「その選択にSDGsが影響する」と回答

社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」を運営する株式会社クラダシ(本社:東京都品川区、代表取締役社長:関藤竜也)は、10月24日の「国連の日」に先駆けて、「KURADASHI」会員を対象に「SDGsに関する意識調査」を実施しました。

【意識調査サマリ】**SDGsを知っている人は73.9%**

もっとも多くの方が興味を持っているSDGsの目標は「2.飢餓をゼロに」
サービスや製品を購入する際、その選択にSDGsが影響する人は**57.3%**
SDGs推進のために取り組んでいることがある人は**27%**

“もったいない”を価値へ

**■意識調査実施の背景**

クラダシは、食品の賞味期限の切迫や季節商品、パッケージの汚れやキズ、自然災害による被害などの要因で、消費可能でありながら通常の流通ルートでの販売が困難な商品を買取り、社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」で販売することでフードロスの削減に取り組んでいます。

この度、10月24日の「国連の日」に先立ち「SDGs」に関する意識調査を行い、「KURADASHI」会員5,613名から回答が得られました。

■SDGsについて

「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称。

2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない(leave no one behind)」ことを誓っています。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル(普遍的)なものであり、日本としても積極的に取り組んでいます。

■「国連の日」について

国際連合が定める国際デーのひとつ。1945年10月24日に国際連合憲章が発効して国際連合が正式に発足したことにちなんで、10月24日が「国連の日」と定められています。

【本件に関するお問い合わせ】

広報担当:小平 pr@kuradashi.jp

■アンケート回答者の属性

【年齢】

19歳以下:0%／20歳～29歳:2%／30歳～39歳:8.9%／40歳～49歳:27.4%
50歳～59歳:34%／60歳～69歳:20.6%／70歳以上:7.1%／その他:0.1%

【性別】

男性:28.8%／女性:70.8%／その他:0.5%

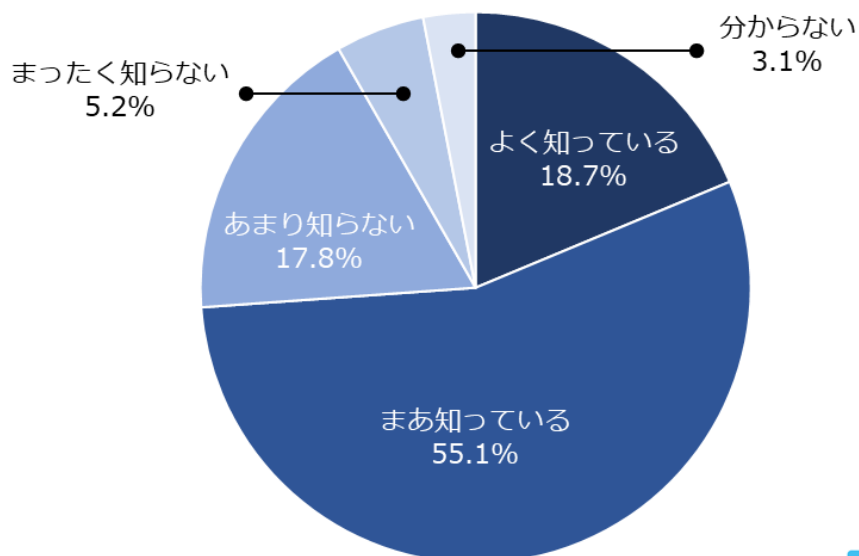
【居住地】

北海道:3.6%／東北:4.6%／関東:47%／中部:15.6%／近畿:16.9%／中国:4.5%
四国:1.5%／九州・沖縄:6.1%／その他:0.1%

■調査結果

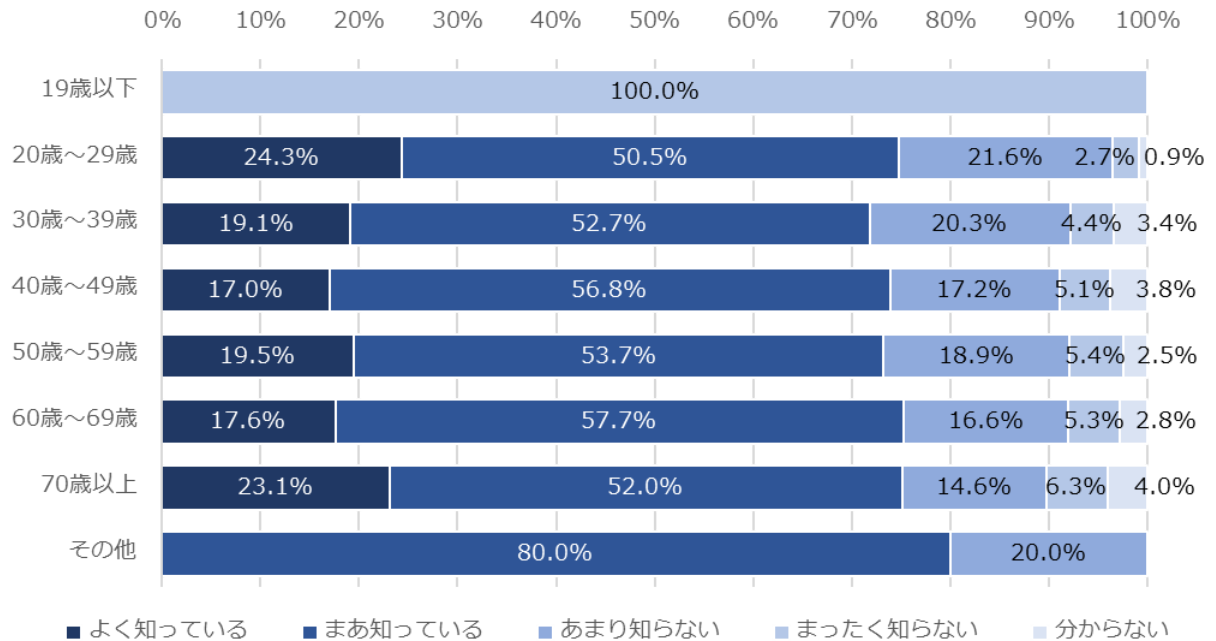
1-1. あなたは「SDGs」を知っていますか。(n=5,613/SA)

SDGsを「よく知っている」「まあ知っている」方の合計は73.8%でした。



1-2.年代別結果

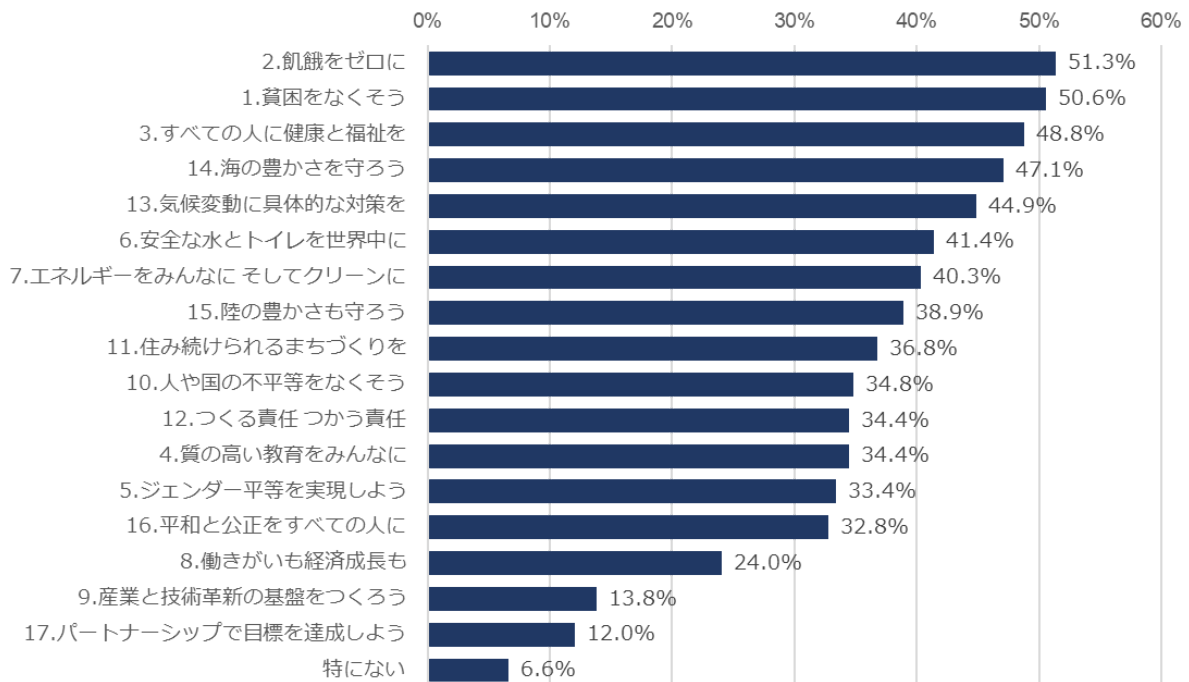
「よく知っている」方の割合が20%を超えたのは、20歳～29歳と70歳以上でした。その他は特に大きな傾向の違いは見られませんでした。19歳以下を除く各年代で「よく知っている」「まあ知っている」の合計が70%を超えていることから、「SDGs」への認識は各世代へ概ね広がっていると言えます。



2-1. あなたが興味を持っているSDGsの目標にあてはまるものを、以下からすべてお選びください。(n=35,172/MA)

50%を超える人が興味を持っているのは「2.飢餓をゼロに」「1.貧困をなくそう」の2つでした。その他の項目では「健康」「自然環境」に関する目標に興味を持っている方が多いという傾向が見られました。

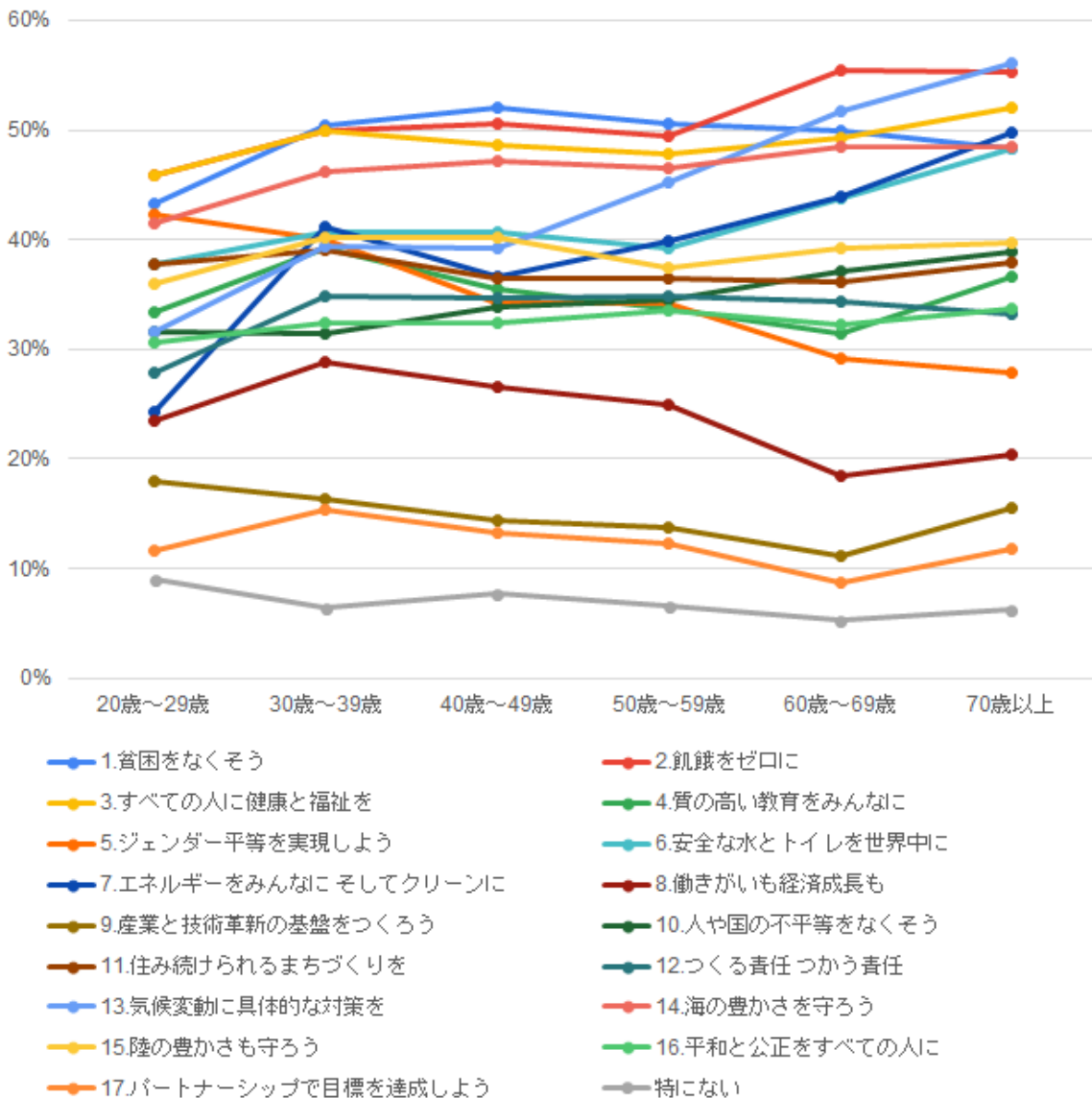
また、17の目標の中で興味を持っている人が一番多い「2.飢餓をゼロに」と、一番少ない「17.パートナーシップで目標を達成しよう」には、約40%もの差がありました。17の目標の中でも、興味の偏りが大きくなっていると言えます。



2-2.年代別結果

年代別では「7.エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「13.気候変動に具体的な対策を」の2つの目標は、年代が上がるにつれて興味を持っている割合が高くなっています。また、興味を持っている割合がもっとも低い20歳～29歳の結果と、興味を持っている割合がもっとも高い70歳以上の結果に、約25%もの差が出ています。年代が高い人ほど、エネルギーや環境問題に対しての問題意識が強いと推察されます。

一方で「5.ジェンダー平等を実現しよう」は20歳～29歳の42.3%が興味を持っており、もっとも高い数値となっていました。年代が上がるにつれて興味を持っている割合は低くなっていき、70歳以上では27.9%という結果となりました。若い世代ほど「ジェンダー問題」を自分事として捉え、問題意識を持っていると言えます。



※19歳以下はn=1、その他はn=5のため、上記のグラフでは割愛しています。結果は下記の「※2-2.詳細」をご覧ください。

※2-2.詳細

	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
19歳以下	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20歳～29歳	43.2%	45.9%	45.9%	33.3%	42.3%	37.8%
30歳～39歳	50.5%	49.9%	49.9%	39.2%	40.0%	40.6%
40歳～49歳	52.1%	50.6%	48.6%	35.6%	34.3%	40.8%
50歳～59歳	50.7%	49.4%	47.8%	33.7%	34.2%	39.2%
60歳～69歳	50.0%	55.5%	49.3%	31.5%	29.2%	43.8%
70歳以上	48.2%	55.3%	52.0%	36.7%	27.9%	48.2%
その他	60.0%	40.0%	80.0%	40.0%	40.0%	80.0%

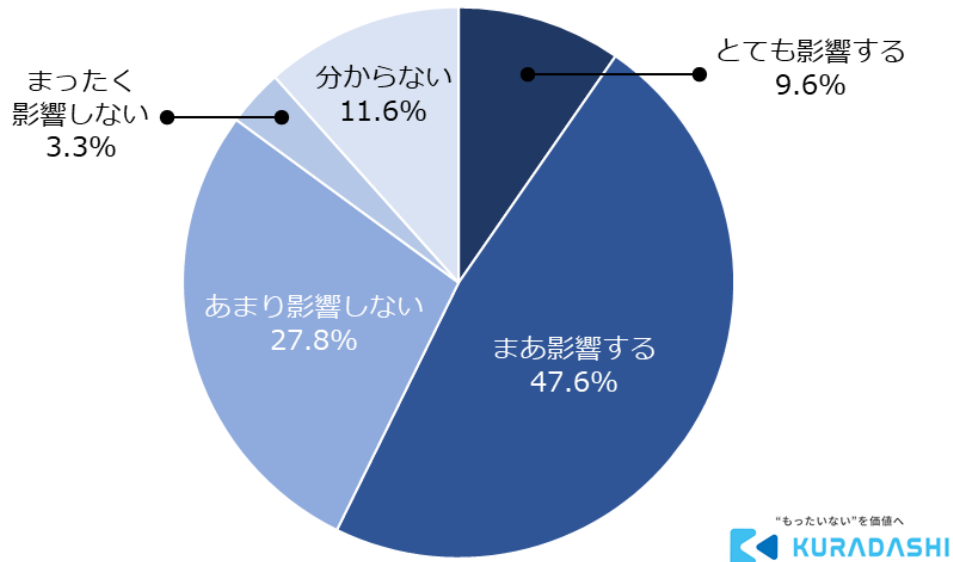
	7.エネルギーをみんなにそしてクリーンに	8.働きがいも経済成長も	9.産業と技術革新の基盤をつくろう	10.人や国の不平等をなくそう	11.住み続けられるまちづくりを	12.つくる責任 つかう責任
19歳以下	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20歳～29歳	24.3%	23.4%	18.0%	31.5%	37.8%	27.9%
30歳～39歳	41.2%	28.8%	16.3%	31.4%	39.0%	34.8%
40歳～49歳	36.7%	26.6%	14.4%	33.8%	36.5%	34.7%
50歳～59歳	39.9%	24.9%	13.7%	34.6%	36.5%	34.9%
60歳～69歳	43.9%	18.5%	11.2%	37.1%	36.2%	34.4%
70歳以上	49.7%	20.4%	15.6%	38.9%	37.9%	33.2%
その他	40.0%	20.0%	20.0%	40.0%	40.0%	20.0%

	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	特になし
19歳以下	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
20歳～29歳	31.5%	41.4%	36.0%	30.6%	11.7%	9.0%
30歳～39歳	39.4%	46.3%	40.2%	32.4%	15.3%	6.4%
40歳～49歳	39.2%	47.1%	40.2%	32.4%	13.2%	7.7%
50歳～59歳	45.2%	46.5%	37.5%	33.5%	12.4%	6.5%
60歳～69歳	51.6%	48.4%	39.3%	32.3%	8.7%	5.3%
70歳以上	56.0%	48.5%	39.7%	33.7%	11.8%	6.3%
その他	40.0%	20.0%	20.0%	40.0%	20.0%	0.0%

3-1. あなたがサービスや製品を購入する際、SDGsはその選択に影響しますか。

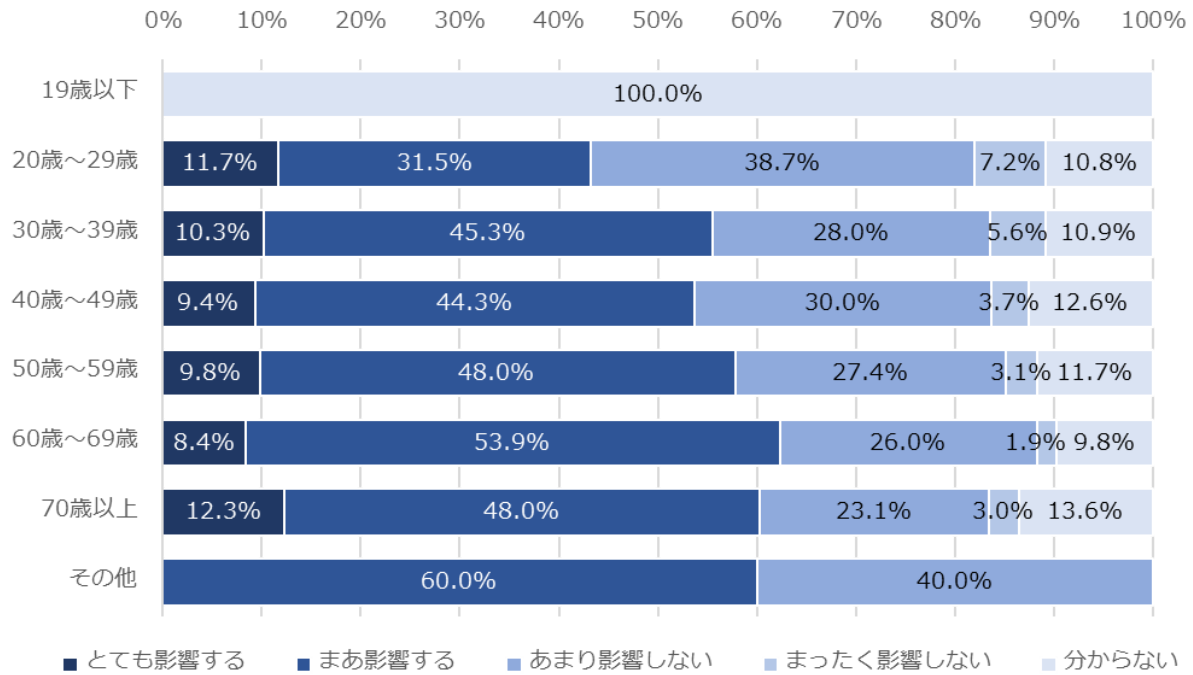
(n=5,613/SA)

「とても影響する」「まあ影響する」方の合計は57.2%と、半数以上の方がSDGsは製品やサービスの購入に影響すると答えています。また、「あまり影響しない」「まったく影響しない」方の合計は31.1%であり、日常の消費行動の選択にも企業やサービスのSDGsへの取組みが影響を及ぼしていると考えられます。



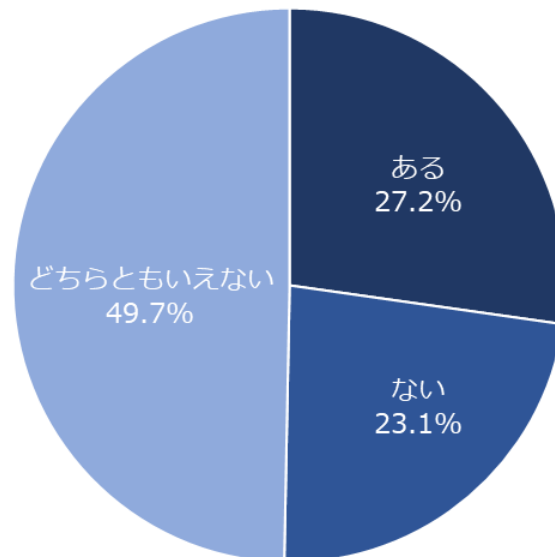
3-2.年代別結果

「とても影響する」「まあ影響する」の合計が50%を下回ったのは19歳以下と20歳～29歳であることから、若い世代ほどSDGsは製品やサービスの購入には影響しない傾向にあると言えます。しかし、年代が上がるにつれて「まあ影響する」方が増えており、年代が上がるほどSDGsが製品やサービスの購入に与える影響が大きくなると推察されます。



4-1.あなたがSDGs推進のために取り組んでいることはありますか。(n=5,613/SA)

SDGs推進のために取り組んでいることの有無については、「どちらともいえない」方が全体の約半数を占めました。1-1でSDGsを「よく知っている」「まあ知っている」方の合計が70%以上いましたが、SDGs推進のために取り組んでいることが「ある」方は27%にとどまりました。SDGsを「知っている」が「そのために取り組めていない」方が多く、今後はその方々に「取り組んでもらう」ための仕掛けや工夫が必要になってくると言えます。

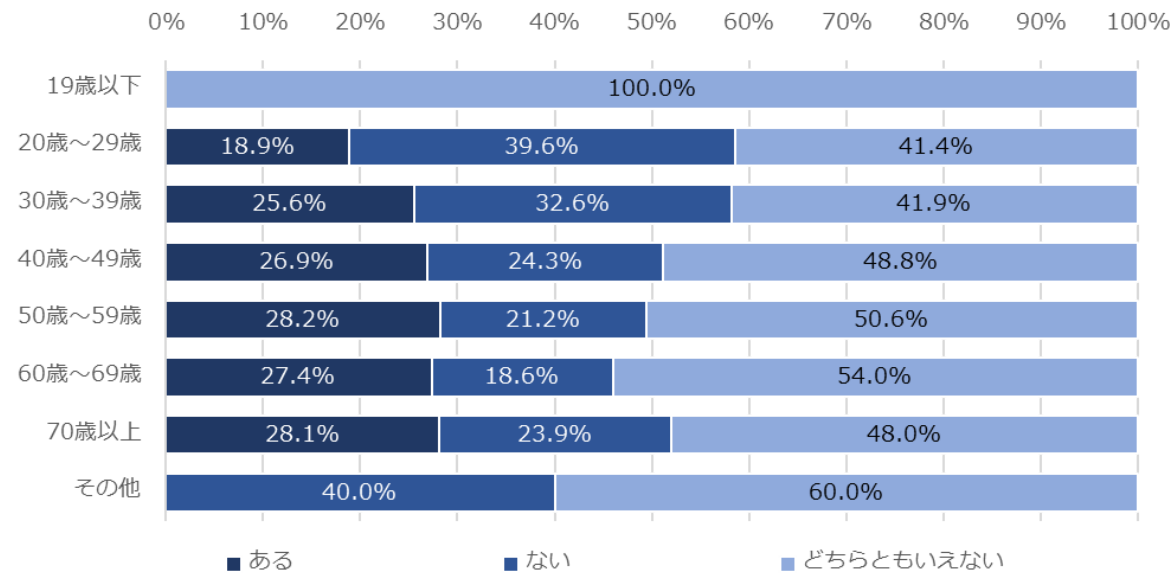


4-2.年代別結果

【本件に関するお問い合わせ】
 広報担当: 小平 pr@kuradashi.jp

年代が上がるにつれて、SDGs推進のために取り組んでいることが「ある」方の割合が多くなる傾向がみられました。一方で「どちらともいえない」方の割合も20歳～29歳から60歳～69歳にかけて多くなっています。

また、20歳～29歳でSDGs推進のために取り組んでいることが「ない」と回答した方の割合は、60歳～69歳の約2倍となっています。問1によると、「SDGs」への認知は世代間で大きな差はないにもかかわらず、その取り組みには大きな差があると言えます。



5. 4で「ある」と答えた方は、取り組んでいることの内容をご記入ください。(自由記述)
以下、回答内容を一部抜粋。

- エコバッグを持ち歩く。
- 家庭内フードロスを減らすために冷凍したり、賞味期限の近い商品を購入する。
- 衣類は必要なものだけ購入し、着なくなったものはリサイクルショップ等へ持ち込む。
- フェアトレード商品を積極的に購入する。
- 使い捨てのプラスチック製のストローやフォーク、包装の使用を減らす。
- NPO等の団体へ寄付を行う。
- 電力やガスの消費を抑え、節水をする。

■調査概要

調査名：フードロス・SDGsに関するアンケート
 調査目的：「KURADASHI」会員の「フードロス」や「SDGs」についての認識や
 関心度合いを知り、フードロスに関する情報発信やサービス改善等に役立てる。
 調査方法：インターネット調査
 調査期間：2021年9月2日(木)～2021年9月10日(金)

【本件に関するお問い合わせ】
 広報担当：小平 pr@kuradashi.jp

調査項目：

- 1.あなたは「SDGs」を知っていますか。(SA)
 - 2.あなたが興味を持っているSDGsの目標にあてはまるものを、以下からすべてお選びください。(MA)
 - 3.あなたがサービスや製品を購入する際、SDGsはその選択に影響しますか。(SA)
 - 4.あなたがSDGs推進のために取り組んでいることはありますか。(SA)
 - 5.4で「ある」と答えた方は、取り組んでいることの内容をご記入ください。(自由記述)
- 有効回答:5,613名

※補足

百分率(%)は小数第二位で四捨五入し、小数点第一位までを算出しています。
百分率の合計値が100%とならない場合があります。

■社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」について

KURADASHI(<https://www.kuradashi.jp/>)は、フードロス削減への賛同メーカーより協賛価格で提供を受けた商品を最大97%OFFで消費者(会員)へ販売し、売り上げの一部を社会貢献活動団体へと寄付する日本初・最大級の社会貢献型ショッピングサイトです。環境保護や動物保護の団体、クラダシ基金など、様々な団体を支援しています。

【SNS公式アカウント】

Twitter: https://twitter.com/kuradashi_jp

Instagram: <https://www.instagram.com/kuradashi.jp/>

LINE: <https://page.line.me/307ghimw>

【2021年9月末現在の主な累計実績】

- ・フードロス削減数: 16,313トン
- ・経済効果: 50億5,692万円
- ・CO₂削減数: 41.76kt-CO₂
- ・寄付総額: 65,683,615円

【受賞歴】

▶2017～2019年

- ・「ソーシャルプロダクツ・アワード2017」優秀賞
- ・東京都環境局「チームもったいない」の「Saving Food」部門代表に抜擢
- ・環境省主催「第6回グッドライフアワード」環境大臣賞
- ・品川区「社会貢献製品支援事業」選定・認定

▶2020年

- ・第7回「食品産業もったいない大賞」審査委員会委員長賞
- ・「環境白書」「消費者白書」に掲載
- ・第3回「日本サービス大賞」農林水産大臣賞
- ・令和2年度「気候変動アクション環境大臣表彰」
- ・第21回「グリーン購入大賞」農林水産大臣賞
- ・第55回「社会貢献者表彰」
- ・「食品ロス削減推進大賞」消費者庁長官賞

【本件に関するお問い合わせ】

広報担当:小平 pr@kuradashi.jp

▶2021年

- ・「Japan Venture Awards 2021」JVA審査委員会特別賞
- ・「High-Growth Companies Asia-Pacific 2021」ランクイン
- ・「第4回エコプロアワード」優秀賞



■会社概要

社名：株式会社クラダシ

代表者氏名：関藤竜也

設立：2014年7月

本社所在地：〒141-0021 東京都品川区上大崎3丁目2-1 目黒センタービル 5F

事業内容：社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」の運営

URL：<https://www.corp.kuradashi.jp/>

【本件に関するお問い合わせ】
 広報担当：小平 pr@kuradashi.jp