

全国 20 歳～69 歳の男女 1000 人に聞いた  
「SDGs 個人での取り組みに関する調査」

**SDGs 達成のためにエコバッグやマイボトル、  
オーガニック商品の購入・使用など  
“ちょっとしたこと”なら私でもできそう 85.7%!**  
**SDGs を意識して行動している人は 1 割にとどまる**

生活者起点のリーサーチ&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）と、オーガニックコットンを通してみんなで“ちょっと（bits）”ずつ地球環境に貢献しようというプロジェクト「ORGABITS（オーガビッツ）」を展開する豊島株式会社（本社所在地：名古屋市中区）は、2020年12月1日（火）～12月2日（水）の2日間、20歳～69歳の男女1000人を対象に、「SDGs 達成のための個人での取り組み」をテーマにしたインターネットリサーチを共同で実施いたしました。

<調査背景>

SDGs（持続可能な開発目標）という言葉がメディアで耳にするものの、こういった内容なのか、自分ができることがあるのか、と疑問に思う方も多いのではないのでしょうか。そこで今回は、SDGs 達成のための個人での取り組みについて調査を行ないました。是非報道の一資料としてご活用ください。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用した WEB アンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、全国の 20 歳～69 歳の男女を対象に実施
3. 有効回答数：1000 名
4. 調査実施日：2020 年 12 月 1 日（火）～12 月 2 日（水）の 2 日間

◆「SDGs 達成のための個人での取り組みに関する調査」主な質問と回答

◆SDGs の認知行動実態は？：

51.9%と認知が半数を超えるも、SDGs を意識して行動している人は 1 割程度。

SDGs の認知調査では全体で 51.9%が「知っている」と回答した一方、「内容を知り、SDGs を意識して行動している」と回答したのはどの年代でも 1 割程度にとどまる結果になりました。また、全体の 62.6%が SDGs について具体的に何をしたら良いかわからないと回答しており、SDGs は個人で行動に移すことが難しいとの認識が、SDGs 達成は難しいと感じる要因の一つなのかもしれません。

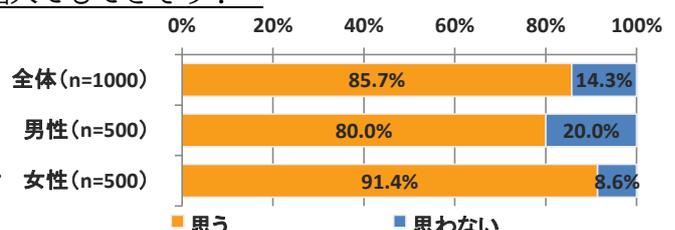
◆実はちょっとした SDGs は行っている！？：

購入使用実績で「エコバッグ」72.0%、「マイボトル」51.5%、「オーガニック商品」21.3%という結果に。一方で SDGs に関連する項目について「エコバッグ」や「マイボトル」、「オーガニック商品」などは、既に購入や使用したことがあるという結果に。これらの身近で“ちょっとしたこと”も、実は SDGs 達成のために個人でできることです。

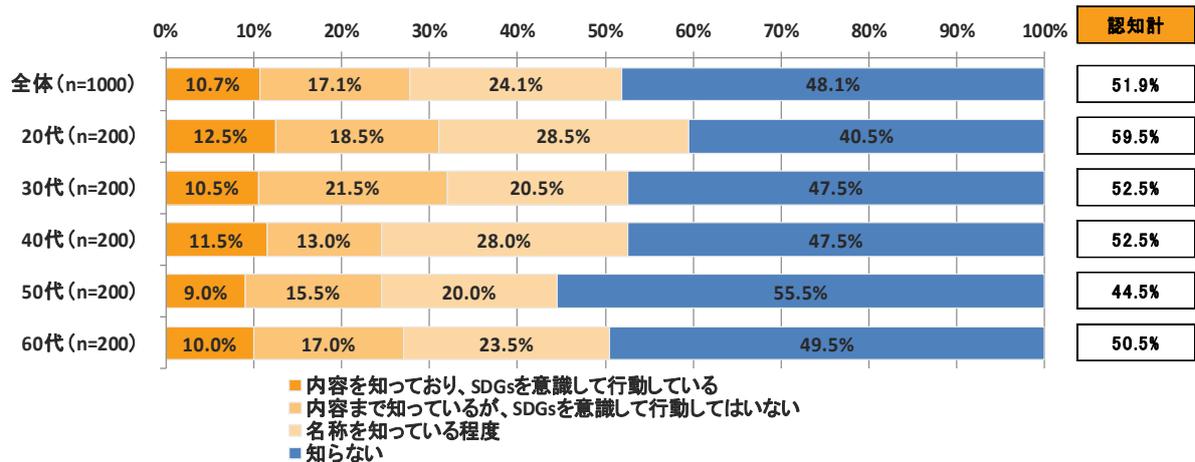
◆SDGs 達成のための“ちょっとしたこと”なら個人でもできそう？：

85.7%ができそうと回答！

SDGs 達成のためにエコバッグやマイボトル、オーガニック商品の購入・使用などの“ちょっとしたこと”ならできそうだと「思う」と回答したのは、性別で比較をすると男性は 80.0%、女性は 91.4%となっています。

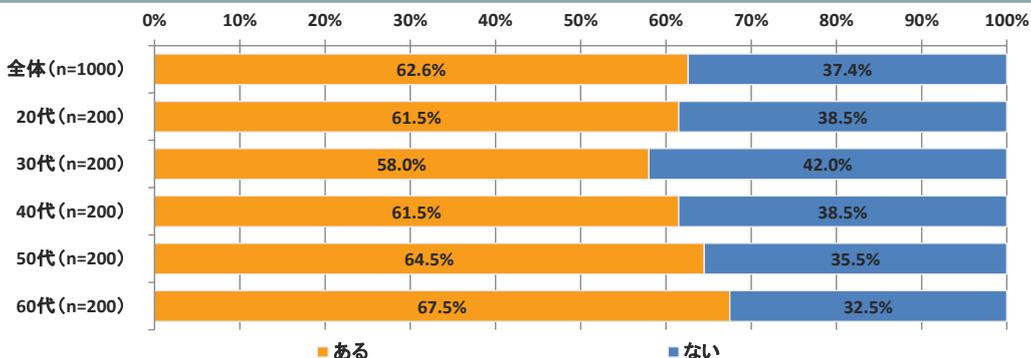


**Q1. あなたは、「SDGs(エスディーゼーズ)」を知っていますか。(単数回答)【n=1000】**



2015年9月の国連サミットで採択された、国連加盟193カ国が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた目標SDGs。「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略称ですが、認知をお聞きすると、計51.9%が「知っている」と回答しました。ただし「内容を知っており、SDGsを意識して行動している」と回答したのはどの年代でも1割程度という結果になっており、SDGsという言葉の認知はあるものの、内容の理解不足や、内容を知っていても個人では行動に移せてはいない、という実態が明らかになりました。

**Q2. あなたは、SDGsを達成するために具体的に何をしたら良いかわからないと感じることがありますか。(単数回答)【n=1000】**



SDGsを達成するために具体的に何をしたら良いかわからないと感じることが「ある」と全体の62.6%が回答しました。年代で比較をすると、どの年代も半数を超える結果となっており、60代は67.5%と最も高い結果になりました。SDGsを身近なものだと捉えられず、具体的に個人でどうしたら良いかわからないと感じている方が多いのかもしれませんが。

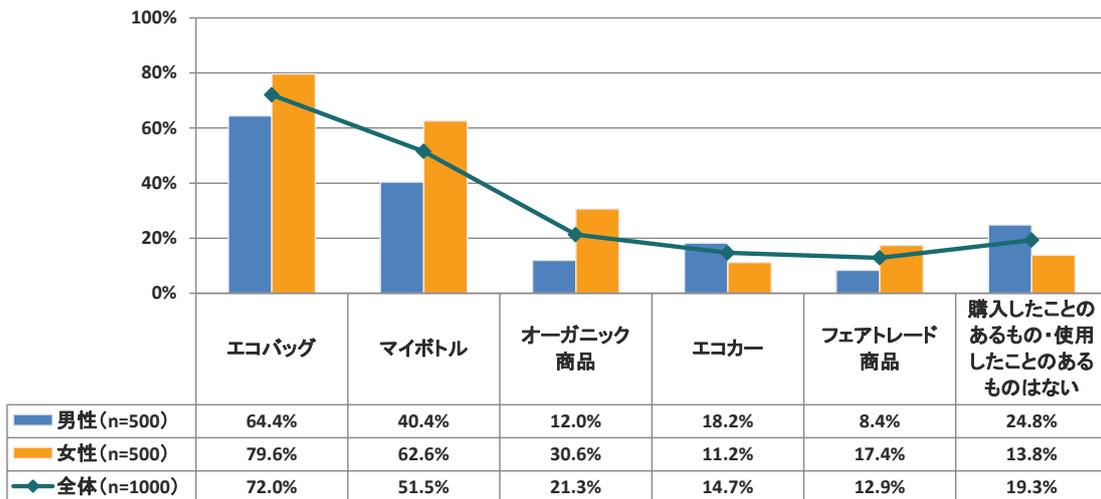
**Q3. あなたは、SDGsを達成することは難しいと思いますか。(単数回答)【n=1000】**



SDGs を達成することは難しいと全体の 72.5%が回答しました。年代で比較をすると、40代 76.0%、50代は 75.0%、60代は 79.0%と 7割を超える結果になっています。

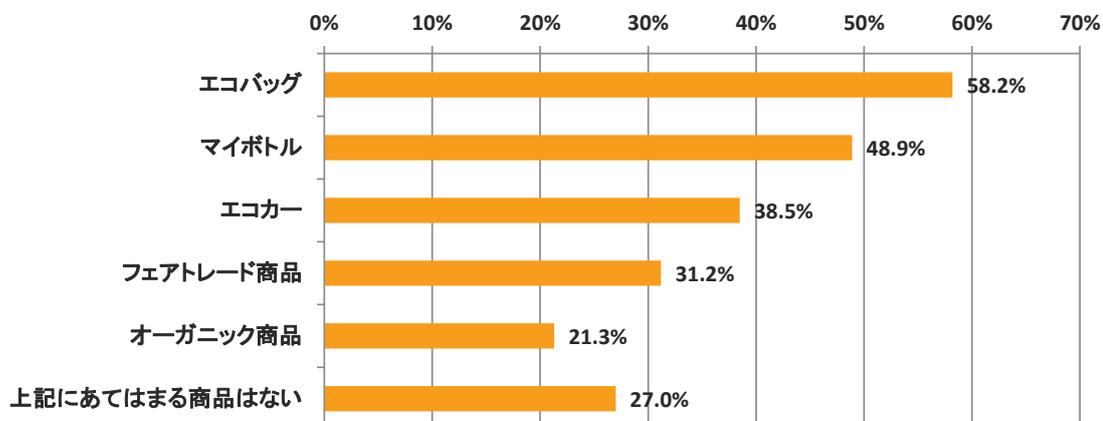
前問では SDGs は個人で行動に移すことが難しいと感じている方が多いことが明らかになりましたが、SDGs 達成についても難しいと思っている方が多いことが分かりました。

**Q4. あなたが、購入したことのあるモノ、使用したことのあるモノをお答えください。(複数回答)**  
**【n=1000】**



SDGs に関連する各項目のモノについて、購入したことがあるか、使用したことがあるか、をお聞きしました。その結果、「エコバッグ」が 72.0%、「マイボトル」が 51.5%、「オーガニック商品」が 21.3%、という比較的高い結果となりました。性別で比較をすると、男性は「エコカー」と回答した方が女性より多く、女性は「エコバッグ」、「マイボトル」、「オーガニック商品」、「フェアトレード商品」が男性よりも多い結果となりました。

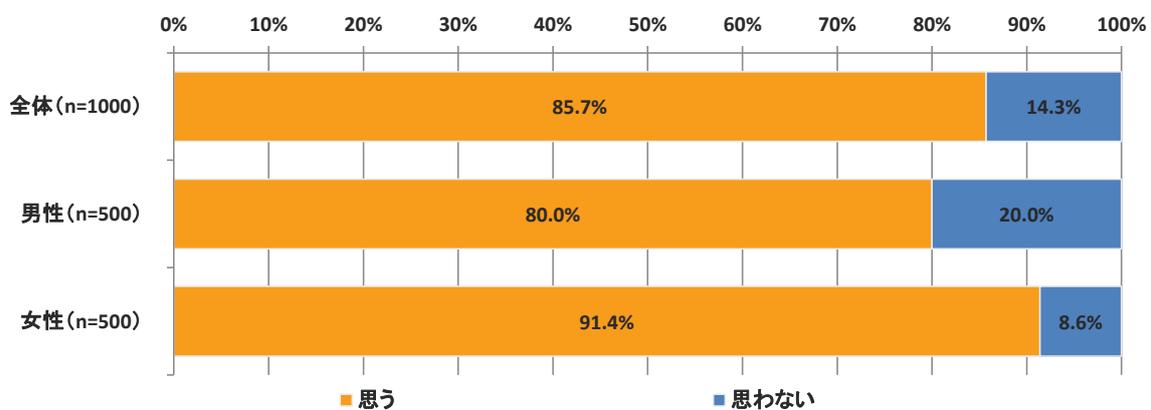
**Q5. 【Q4.】の項目の中で SDGs 達成のためのモノ・取り組みだと思えるものをお答えください。(複数回答)**  
**【n=1000】**



Q4.の項目で、SDGs 達成のためのモノ・取り組みだと思えるものをお聞きしました。その結果、最も多い回答は「エコバッグ」となり58.2%となりました。実際に「エコバッグ」や第2位の「マイボトル」はSDGsの【目標7：エネルギーをみんなにそしてクリーンに】、【目標12：つくる責任 つかう責任】、【目標14：海の豊かさを守ろう】、【目標15：陸の豊かさを守ろう】などにアプローチすることができます。また、第3位の「エコカー」は【目標7：エネルギーをみんなにそしてクリーンに】、【目標11：住み続けられるまちづくりを】などに、フェアトレードは【目標1：貧困をなくそう】、【目標2：飢餓をゼロに】、オーガニック商品は、【目標12：つくる責任 つかう責任】、【目標14：海の豊かさを守ろう】、【目標15：陸の豊かさを守ろう】などにアプローチが可能です。こうした“ちょっとしたこと”も、SDGs 達成につながります。

#### Q6. 前問までのような“ちょっとしたこと”ならばあなたもできそうだと思いますか。(単数回答)

【n=1000】



前問までのような“ちょっとしたこと”ならば、できそうだと「思う」と回答したのは全体で85.7%となりました。性別で比較をすると、男性は80.0%、女性は91.4%となっています。

Q2.では、SDGs 達成のために具体的に個人で何をしたら良いかわからないという方が6割を超える結果となりましたが、SDGs 達成のための“ちょっとしたこと”であればさらに加速できるのかもしれませんが。

#### Q7. 世の中の人それぞれが、普段の生活の中でSDGsを意識して取り組みそうな“ちょっとしたこと”のアイデアを教えてください。(自由回答)【n=1000】

- ・プラスチックのスプーンやフォークの使用を控える。(北海道 31 歳男性)
- ・マイバッグを持ち、レジ袋はもらわない。割り箸はもらわない。フリーザーバッグは洗ってリユースする。もったいない、の意識はSDGsにつながっているように思う。(東京都 60 歳女性)
- ・テレビを消すときは主電源を消す。(茨城県 45 歳男性)
- ・大学で女性学をやっていたので、「ジェンダー平等を実現しよう」には取り組みたい。男性だから女性だからという考えを取っ払って、お茶くみも、電話取りも、受付もどちらもやろうと思う。(大阪府 51 歳女性)
- ・手洗い・うがいをするときは水を出しっぱなしにしない。(滋賀県 36 歳男性)
- ・過剰包装の商品でなく、極力シンプルな包装の商品を買う。(東京都 48 歳男性)
- ・服や靴、バッグなど安いものをたくさん買い替えるのではなく、少し高くても丈夫なものを長く愛用する。(群馬県 27 歳男性)

SDGs を意識して取り組みそうな“ちょっとしたこと”についてお聞きしたところ、多くの意見が集まりました。SDGs 達成のための“ちょっとしたこと”であれば実は多くあるのかもしれませんが。

■この調査で使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「生活者起点の研究&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■株式会社ネオマーケティング、SDGs の取り組みについて

URL：[neo-m.jp](https://neo-m.jp)

ネオマーケティングは、SDGs の理念ならびに目標に賛同し、課題解決に向けた事業を積極的に推進しています。多様なサービスを展開していますが、そのすべての根底にあるのは「情報を取り扱う事業を通じて企業や生活者の情報格差をなくし、社会的弱者のいない世の中を目指す。すべての人に活躍する機会を提供し、人々が安心して豊かに暮らせる社会をつくる。」という想いです。SDGs の「世界を変えるための17の目標」には当社の事業を通じて貢献できる多くの目標があります。

弊社ではSDGsの考え方を地方創生の文脈の中で体感・理解するワークショップ型研修「SDGs de 地方創生」の公認ファシリテーター資格を持つ社員による、企業向けSDGsワークショップのサービス事業も展開しています。また全国約1600万人のモニターと約20年の調査実績を活かし、様々な企業とメディアの架け橋として、企業のSDGs活動に生活者のエビデンスデータを加えることにより具体性・ストーリー性をもたせて発信をする「Social Impact Survey PRサービス」もおこなっています。

■豊島株式会社、「ORGABITS(オーガビッツ)」プロジェクトについて

URL：[orgabits.com](https://orgabits.com)

オーガニックコットンは地球にも人にも優しい農法で生産されますが、通常の栽培方法に比べて大変な手間がかかり比較的高価になるため、世界中の綿花生産量のわずか1%にも満たないのが現状です。綿屋を祖業として創業以来およそ180年綿花に携わってきた豊島株式会社は、この現状を「ちょっと」でも変えることはできないかと2005年から「オーガビッツ」プロジェクトを始めました。

「オーガビッツ」プロジェクトの目標はコットン全体の1%にも満たないオーガニックコットンの割合を10%にしようというもの。そのため「オーガビッツ」プロジェクトはオーガニックコットンをもっと手軽にたくさんの人に届けることが大切だと考え、様々なアイテムの中で使われやすくなるよう、100%オーガニックコットンにはこだわらず、オーガニックコットンの混率を10%から設定可能としました。100%オーガニックコットンの商品を1人に使ってもらうより、オーガニックコットンを10%使用した商品を100人、1000人に使ってもらうことで「地球のために、ちょっと良いこと」の輪を広げることを目指します。

プロジェクトに共感頂けるブランドの商品に「オーガビッツ」の下げ札をつけて販売しており、現在約130ブランドが参加、約800万点(2020年6月末時点)の商品を生産しています。

また「オーガビッツ」商品の売上の一部は、生産者であるオーガニックコットン農家の支援や、環境や社会をよくするために活動する国内外のNGO・NPOに役立てられるなど、「オーガビッツ」商品を手にとって頂くことで、持続可能な社会の実現に向けて貢献することを目指しています。