

「日本と米国のZ世代意識調査：SDGs編」

～Y世代と比べてみる、米国と比べてみる～

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）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回、日本と米国のZ世代を中心に男女1525人を対象にインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

注目を集め続けるZ世代。ネオマーケティングでは、Z世代について様々なテーマを取り上げて調査を行ない、その実態を明らかにしていきます。日本のZ世代の特徴は、他の世代との比較、また他国比較によって見えてきます。

今回は日本のY世代とZ世代、そして日本と米国のZ世代で比較調査を行ないました。

【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」と海外パネルを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：日米共通の世代定義
Z世代：満15～25歳（1996年～2015年生まれ）
Y世代：満26～41歳（1980年～1995年生まれ）
3. サンプルサイズ：日本のZ世代465名、Y世代500名、米国のZ世代268名、Y世代292名



	男性	女性	その他	計
Z世代	215	250	-	465
Y世代	250	250	-	500



	男性	女性	その他	計
Z世代	125	137	6	268
Y世代	145	144	3	292

4. 調査実施日：日本：2022年5月16日（月）～2022年5月18日（水）
米国：2022年5月23日（月）～2022年5月24日（火）

◆「日本と米国のZ世代意識調査：SDGs編」主なトピック

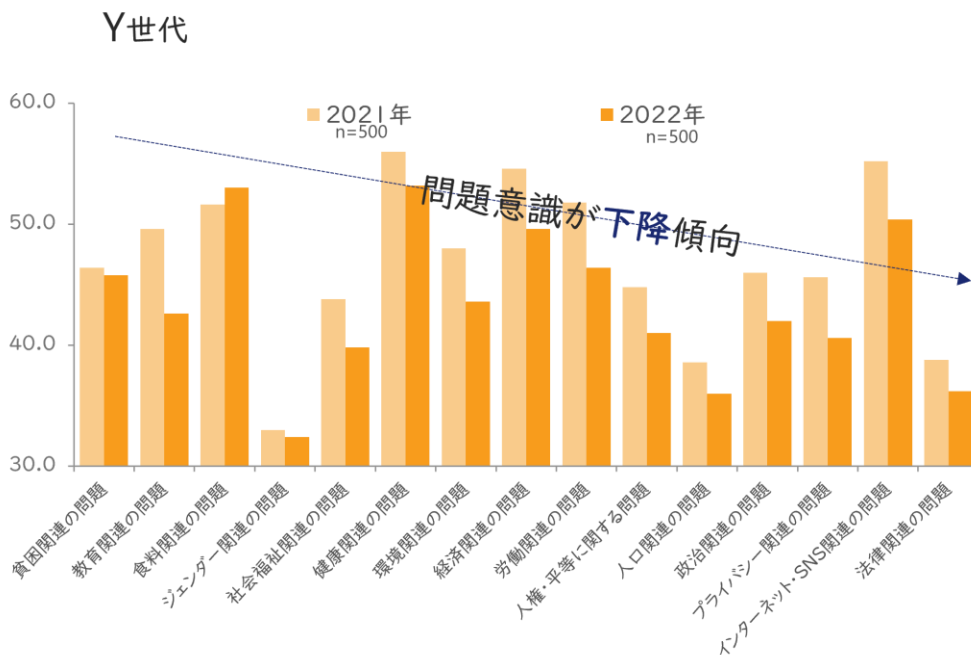
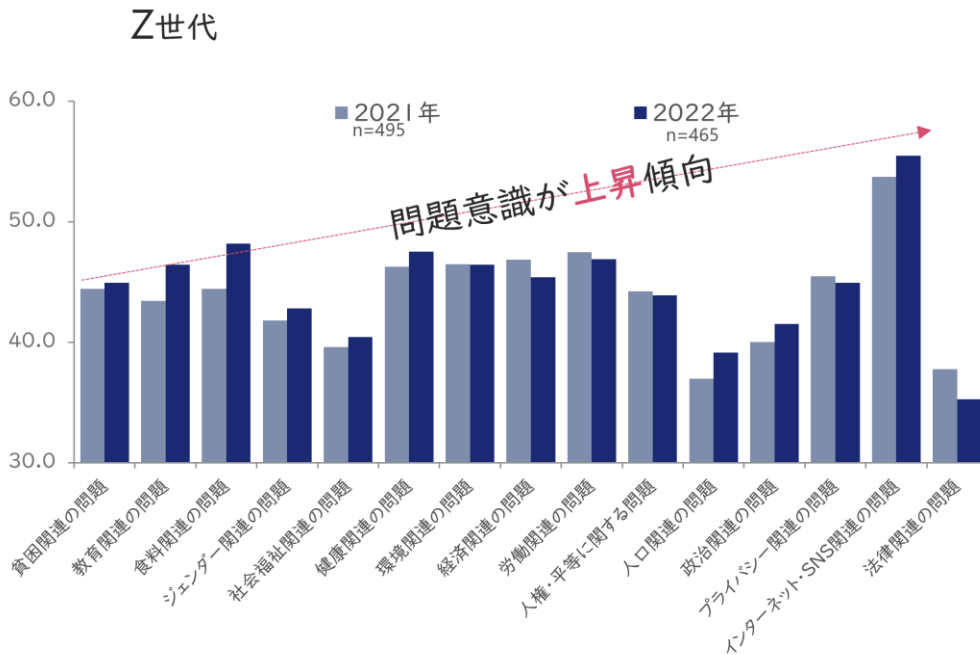
- 日本のZ世代はSDGs後進国で、その中で男性はジェンダー後進国
 1. 米国に比べて日本は浸透度が低い
 2. アメリカではジェンダー意識に男女差がない
 3. Z世代はY世代に比べてジェンダー意識が高く男女差がある
 4. Z世代はY世代に比べて、社会問題に対してアンテナを広く張っている様子

関心を持っている社会問題 2021年調査との比較

2021年に実施した日本国内のZ世代を対象に実施したSDGsに関する意識調査※での結果と、今回の調査を比較しました。

日本のZ世代は、社会問題に対して1年前より関心度が高まっているのに対して、Y世代は下降傾向にあります。

単位：%



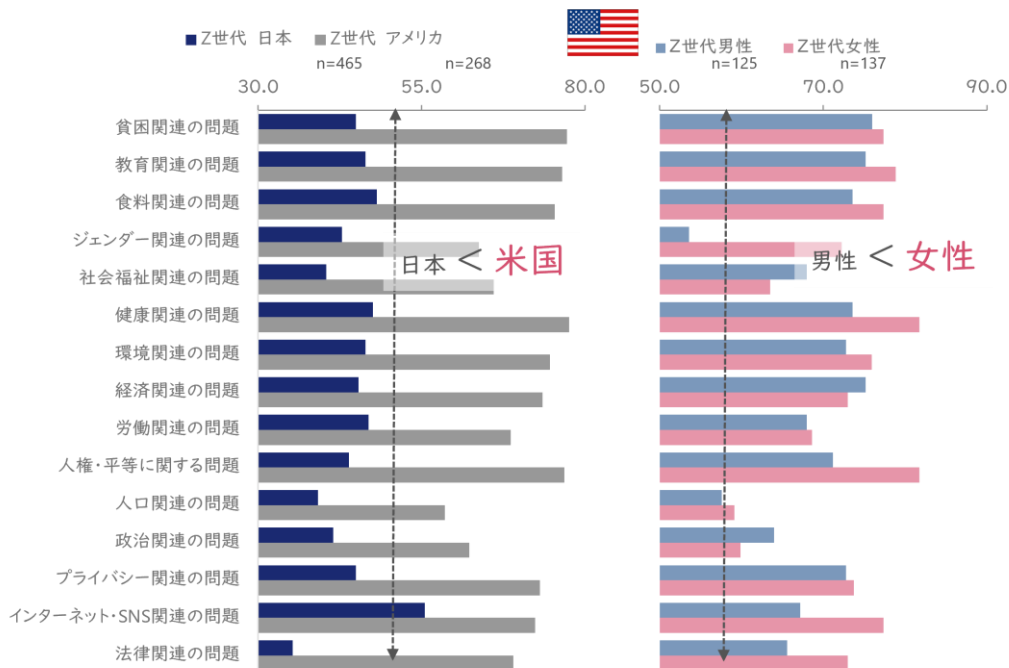
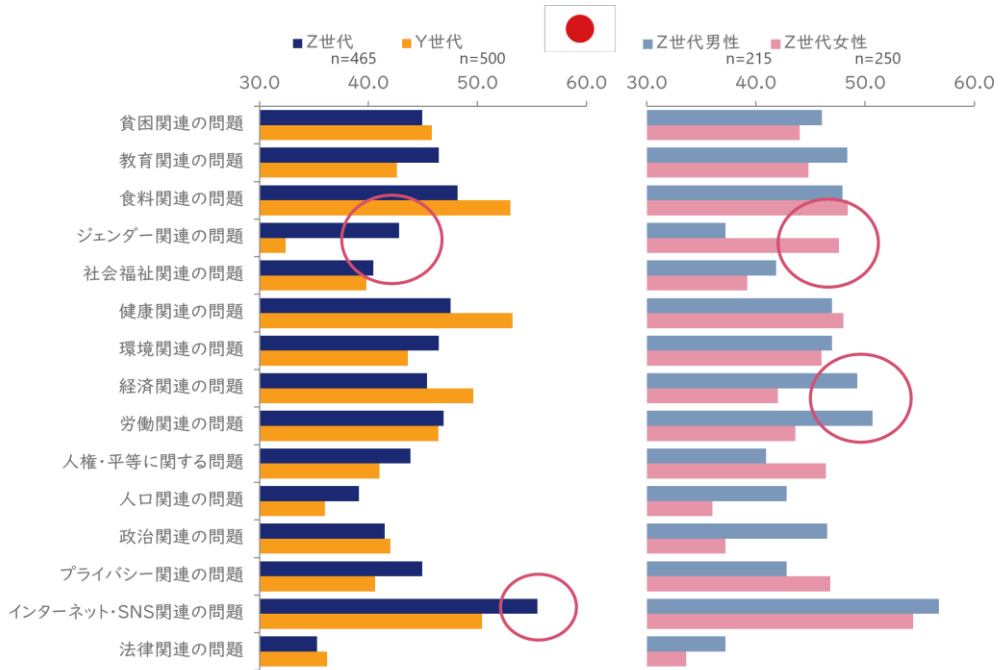
※

関心を持っている社会問題

日本国内の Z 世代と Y 世代の比較、Z 世代の男女の比較、更に日本と米国の Z 世代の比較を行ないました。

全体的にアメリカの Z 世代と比較すると、日本の Z 世代の社会問題への関心度は低いと言えます。Z 世代と Y 世代を比較すると、日本の Z 世代ではジェンダー・SNS 問題に対する関心の高さが顕著です。ジェンダー問題は女性の方が、関心度は高いことがわかります。

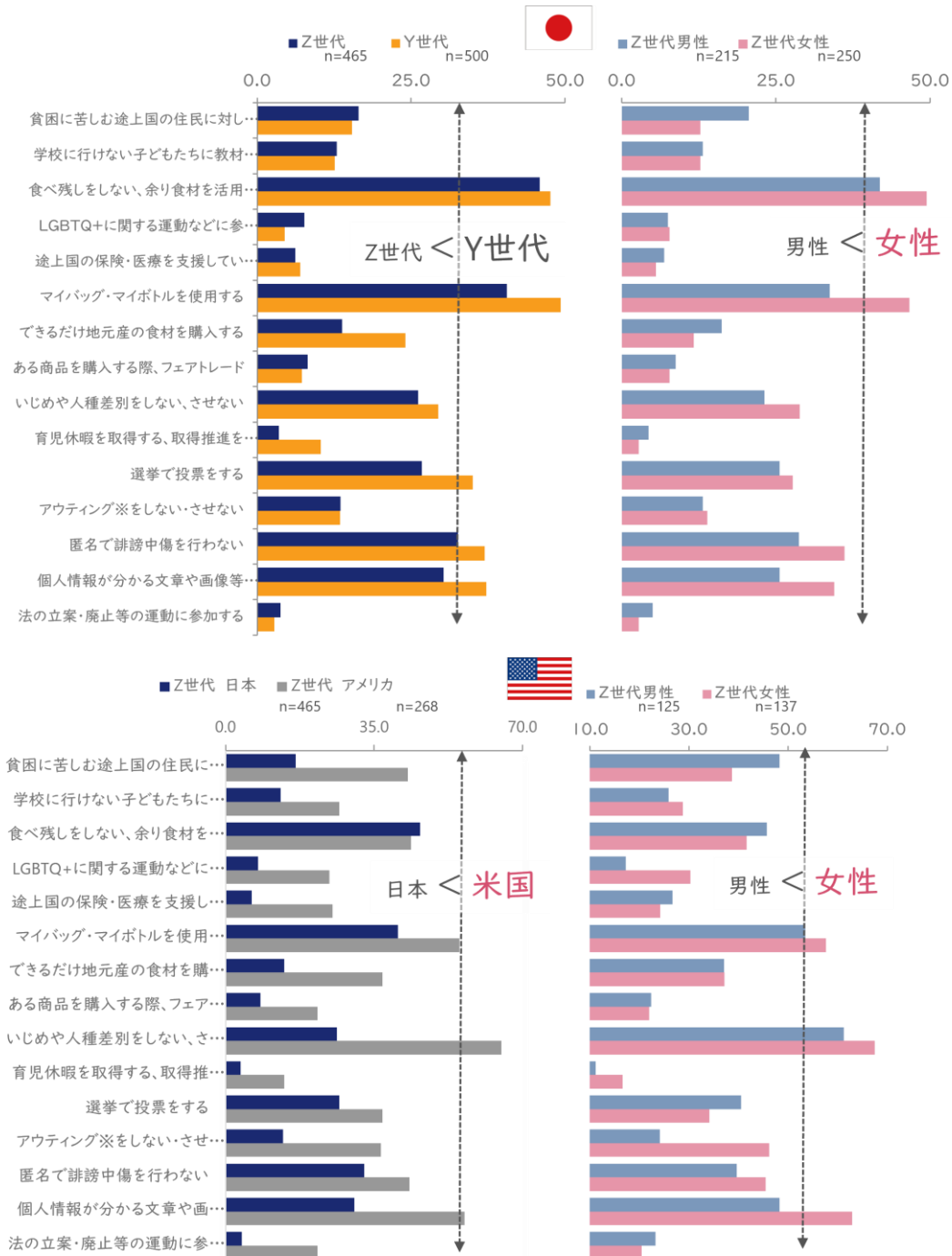
単位：%



過去に取り組んだことのある社会問題

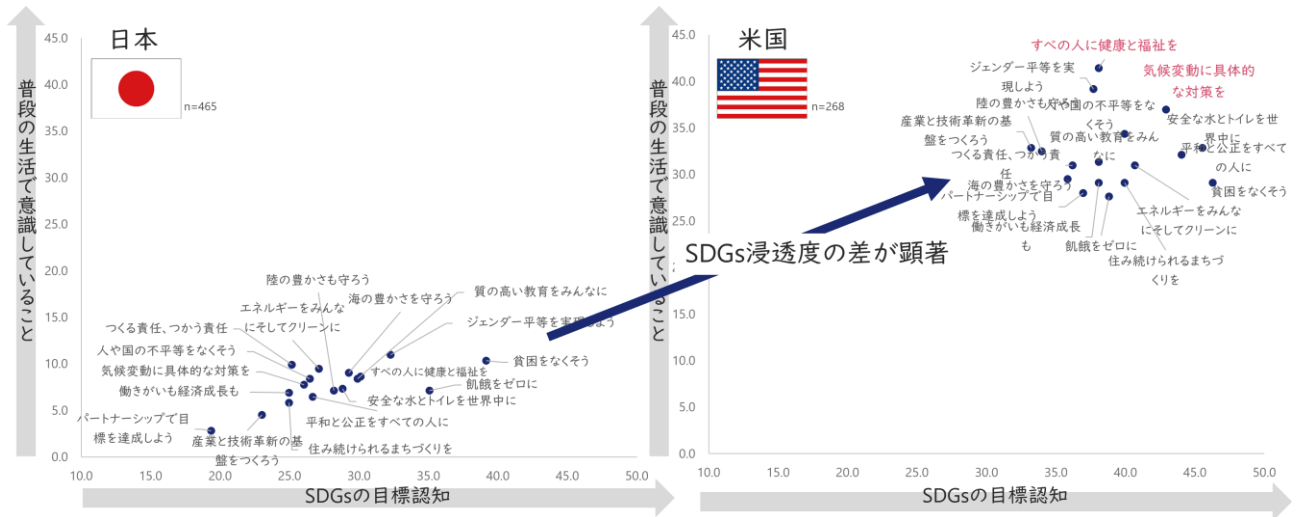
日本のZ世代は、Y世代に比べると取り組み意識が低く、アメリカに比べて大きな開きがあります。また、日米ともにZ世代では女性の方が取り組み意識が高いことがわかります。

単位：%



SDGs 浸透度 日米比較

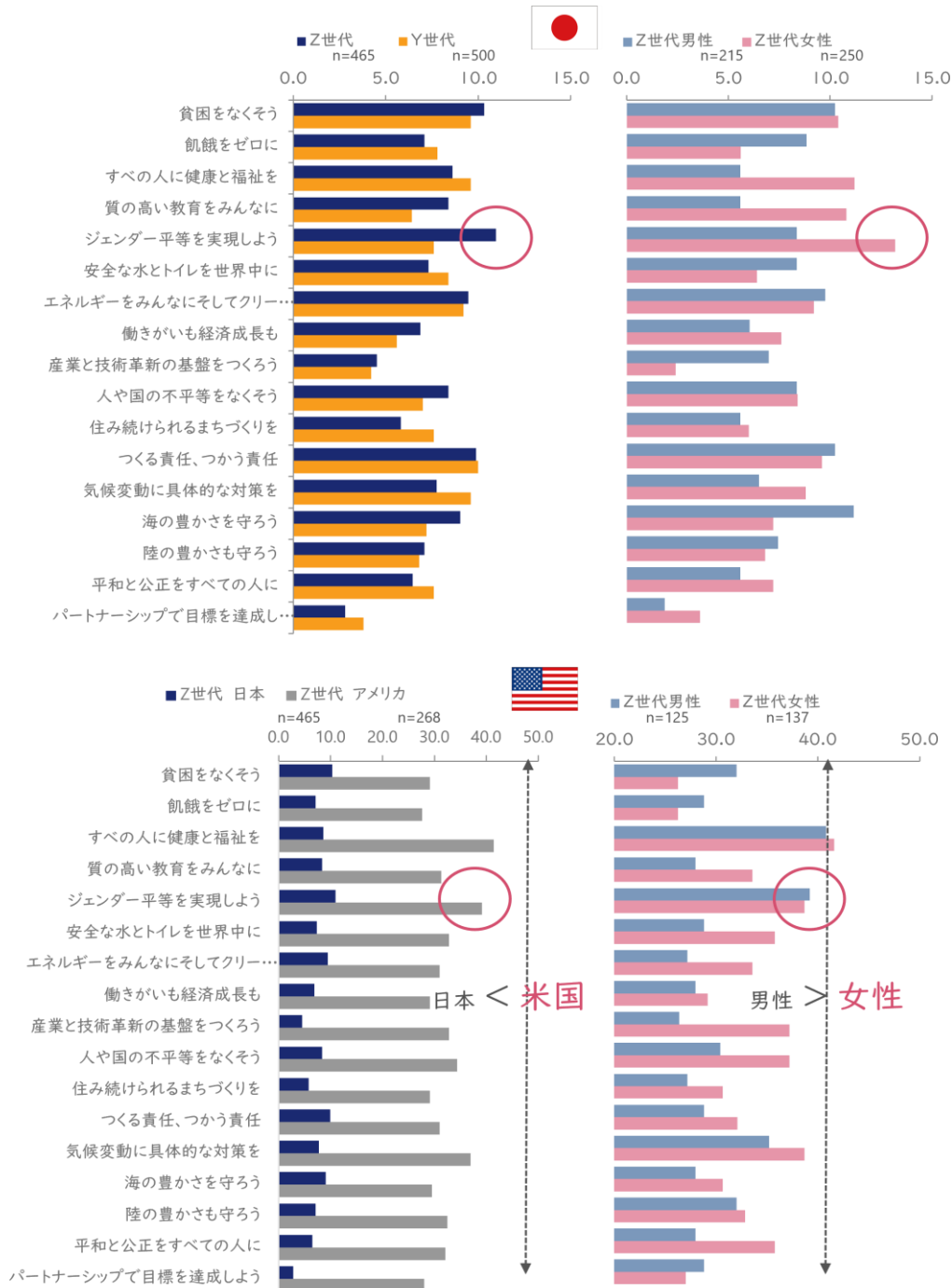
米国に比べて日本は浸透度が低く、SDGs 後進国と言えます。



SDGs 目標で普段から意識していること

日本の Z 世代は Y 世代に比べてジェンダー意識が高く、特に女性で顕著だが、アメリカに比べると低い水準です。アメリカではジェンダー意識に男女差がないことも、日本との違いです。

※単位 (%)



■この調査でを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/>

海外オンラインリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/oversea/>

■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>「生活者起点のリサーチ&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……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>