

【3月17日はみんなで考えるSDGsの日】

「SDGsに関する意識と実態調査」

SDGsの認知度はシニア世代も8割超え、取り組み意向は70代がトップ
次世代への意識や反省の念などの要因から、シニアのSDGsの意識の高さが明らかに

女性誌部数 No.1 (※1) の雑誌「ハルメク」をグループで発行する(株)ハルメクホールディングス(本社：東京都新宿区、代表取締役社長：宮澤 孝夫) ハルメク 生きかた上手研究所は、20～79歳の男女1,200名を対象に「SDGsに関する意識と実態調査」をWEBアンケートにて実施いたしました。

(※1) 日本ABC協会発行社レポート 38.5万部(2021年1月～6月)

【 調査サマリ 】

■SDGsの認知は全世代で8割超え。

内容まで知っている割合は70代が最も高く、具体的な言葉の認知度もシニアが高い

⇒認知度は、言葉のみ知っているまで含めると87.6%。内容まで知っている人は64.4%。

⇒60代以上も80%以上の認知となる。「脱炭素」などの関連ワードの認知は、概ね60代以上のシニア層が高い。20～30代は「LGBTQ+」の言葉の認知が高い。

■SDGsの取り組み意向は5割超え。60代は6割以上、70代は8割弱と高く、

今あるものを活かす、今すぐ取り組む意識が高い

⇒SDGsに取り組みたい割合は全体の56.6%。60代は62.0%、70代は76.5%と他世代よりも高い。

⇒現在行っていることは、世代を問わず「詰め替え商品を買う」「電気・水の節約」「食材を使い切る」が上位。

■SDGsに関する情報を「知りたい」が約半数。70代は特に高く、次世代への意識や反省の念などが見られる

⇒SDGsに関する情報は「知りたい」が49.5%。シニアは他世代と比べて高く、特に70代女性は79.0%となる。

⇒SDGsに取り組む意識は、「自然を守りたい」「地球を次世代につなぎたい」「自分の生活を守りたい」が高い。70代は「子どもや孫を守りたい」という意識も高くなる。

⇒「一人ひとりが取り組む」「小さくてもできることを続けることが大切」という意見は全世代共通で見られた。その他、20代では、「今、ブームのように感じる」「興ざめ感がある」、70代は「便利に慣れすぎた反省」や「義務だと捉える声もあり」。

【調査背景】

ハルメク 生きかた上手研究所は、シニアのインサイトについて調査・分析を行っています。SDGsは2030年までに持続可能な世界を目指す国際目標として、日本においても取り組みが進んでいます。特にZ世代などの若者を中心に認知が進んできました。また、コロナ禍により生活者全体において、SDGsへの意識が高まっていることが言われています。そこで、シニア世代も含め、現在どのくらいSDGsが浸透してきているのか、今後どのような取り組み意向があるのかを明らかにするために、「SDGsに関する意識と実態調査」を実施いたしました。

※調査主体の「(株)ハルメクホールディングス ハルメク 生きかた上手研究所」所長への取材、コメント提供も可能です。

【調査概要】

調査の方法：WEBアンケート

調査の対象：20～79歳の全国の男女

有効回答数：1,200名

調査実施日：2022年2月10日～2月15日

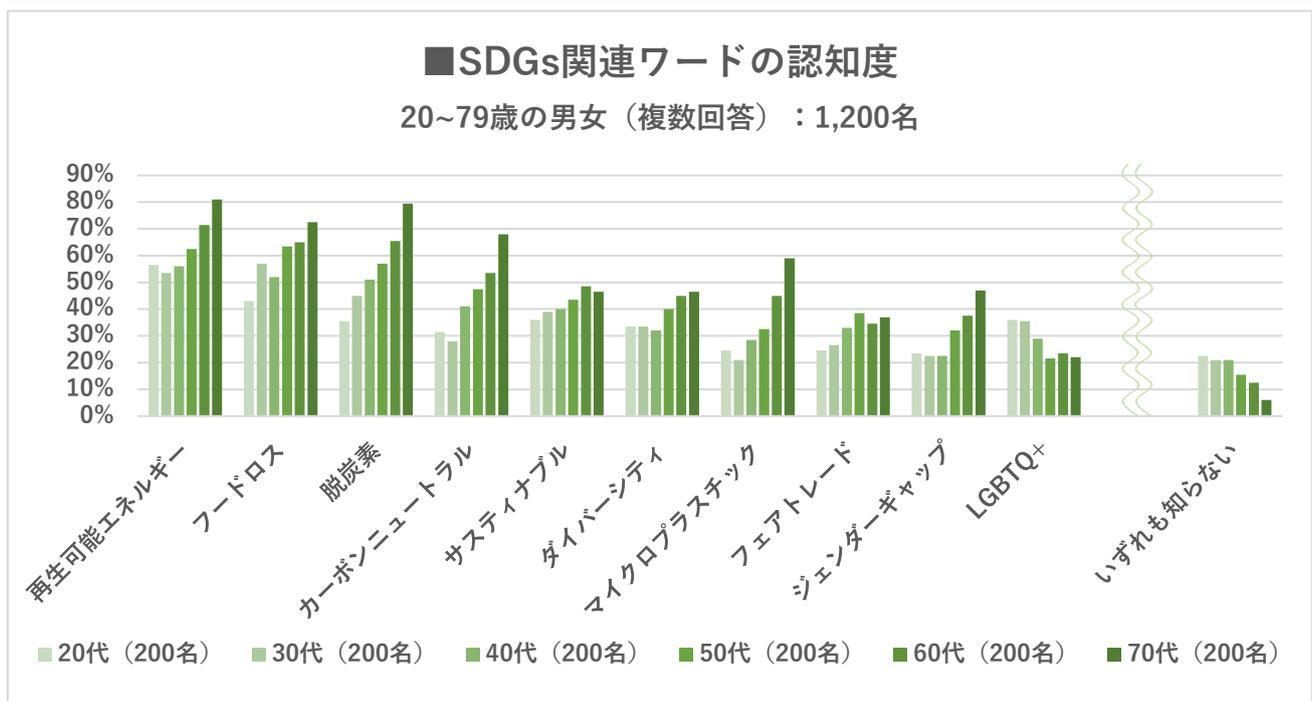
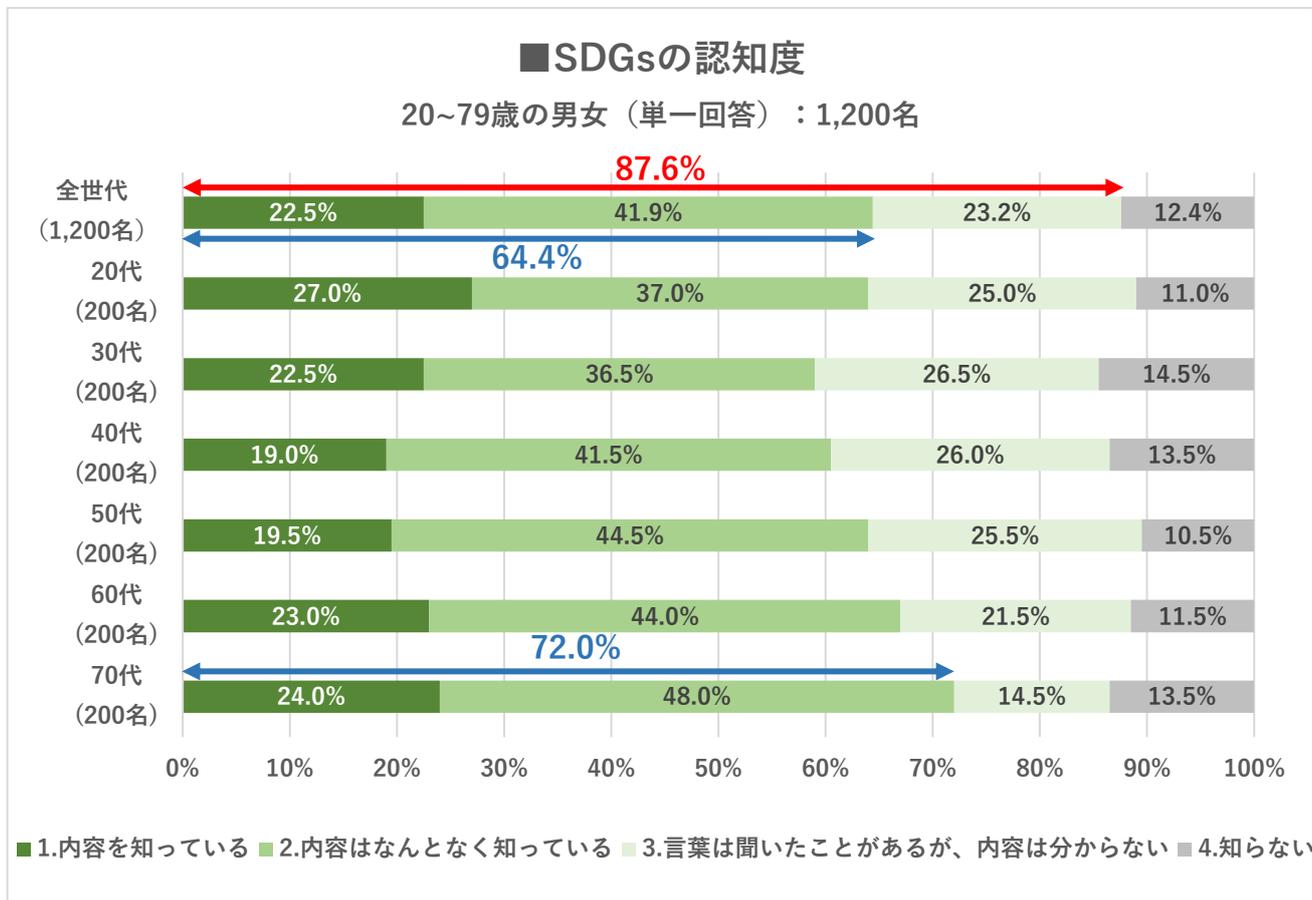
調査主体：(株)ハルメクホールディングス ハルメク 生きかた上手研究所

※本リリース内容を掲載いただく際は、出典「ハルメク 生きかた上手研究所調べ」と明記をお願いいたします。

SDGsの認知は全世代で8割超え。

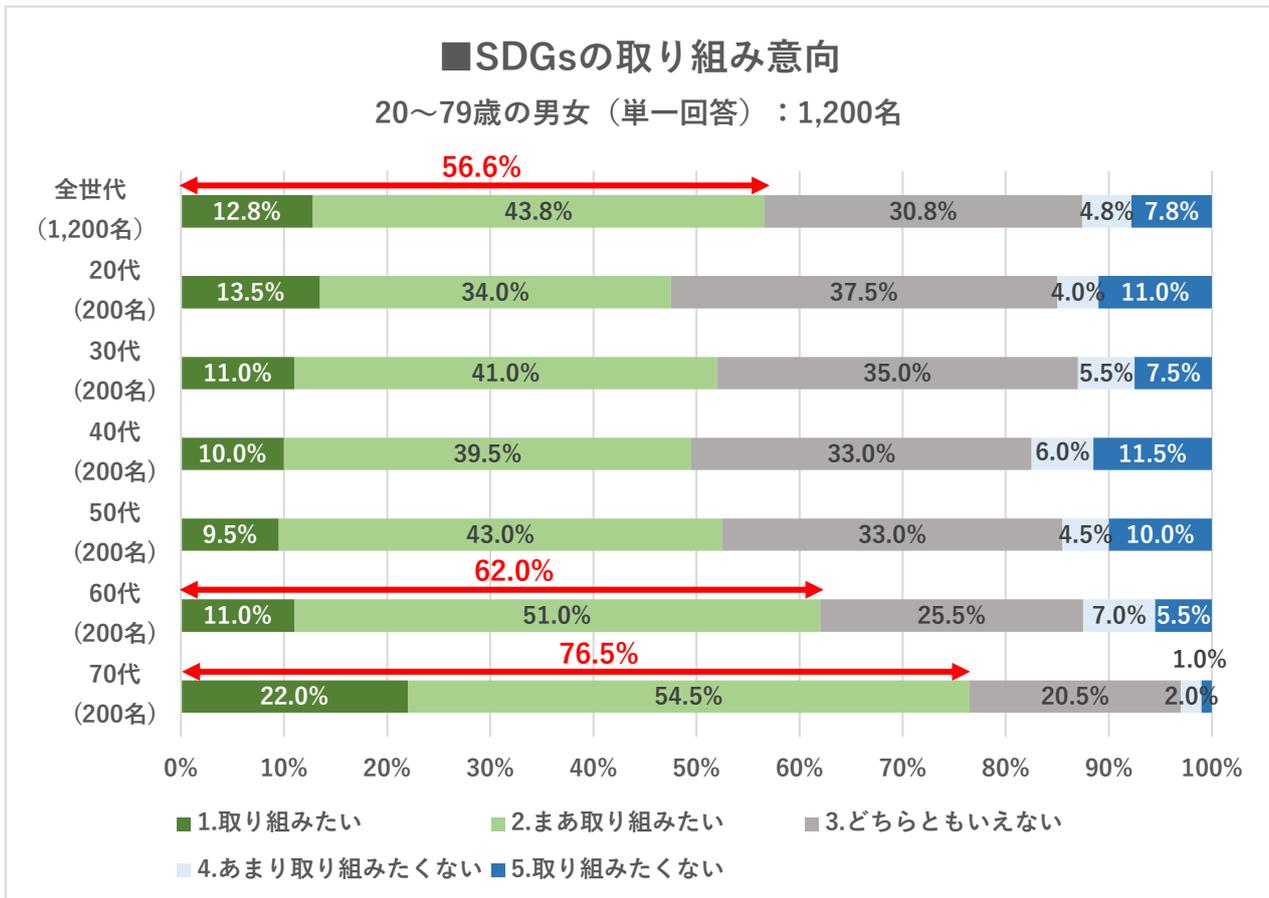
内容まで知っている割合は70代が最も高く、具体的な言葉の認知度もシニアが高い

- ・SDGsの認知度は、「言葉は聞いたことがあるが、内容は分からない」まで含めると全世代で87.6%。
- ・内容まで知っている人は64.4%。70代では72.0%と他世代よりも高い。
- ・「脱炭素」などの関連ワードの認知も、概ね60代以上のシニア層が高い。20~30代は「LGBTQ+」の言葉の認知が高い。



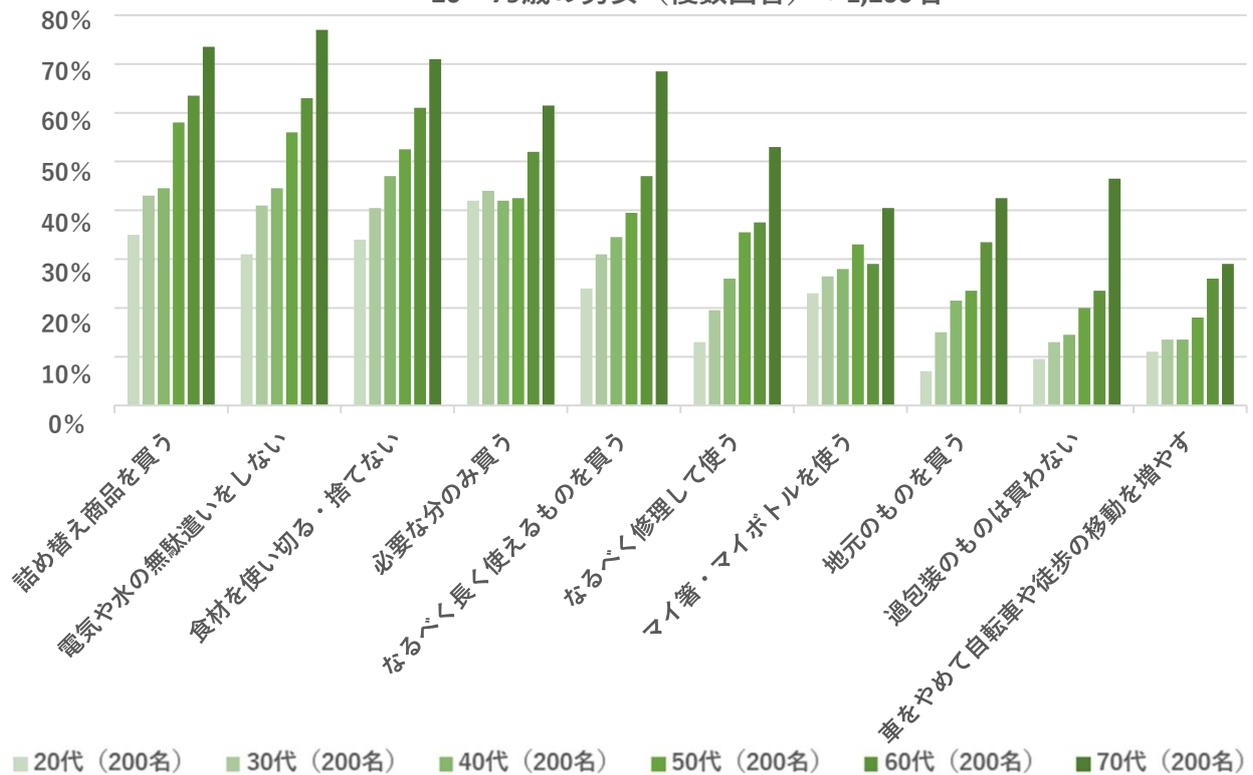
**SDGsの取り組み意向は5割超え、60代は6割以上、70代は8割弱と高く、
今あるものを活かす、今すぐ取り組む意識が高い**

- ・SDGsに取り組みたい割合は全体で56.6%。60代は62.0%、70代は76.5%と他世代よりも高い。
- ・現在行っていることは、世代を問わず「詰め替え商品を買う」「電気・水の節約」「食材を使い切る」が上位に。70代は「なるべく長く使えるものを買う」「なるべく修理して使う」なども高い。
- ・年代が高くなるほど、今すぐ取り組む意識が高くなり、70代では63.0%となる。



■現在行っていること（上位10項目）

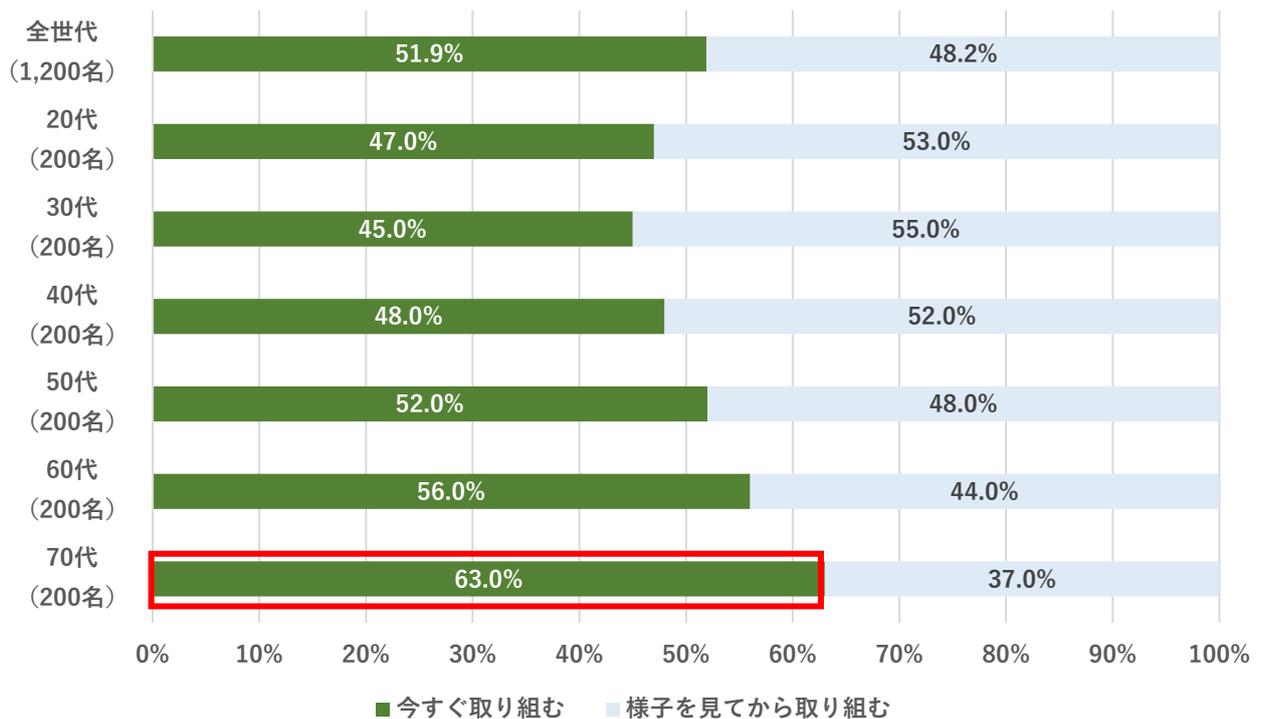
20～79歳の男女（複数回答）：1,200名



■SDGsについてどちらの考えに近いか

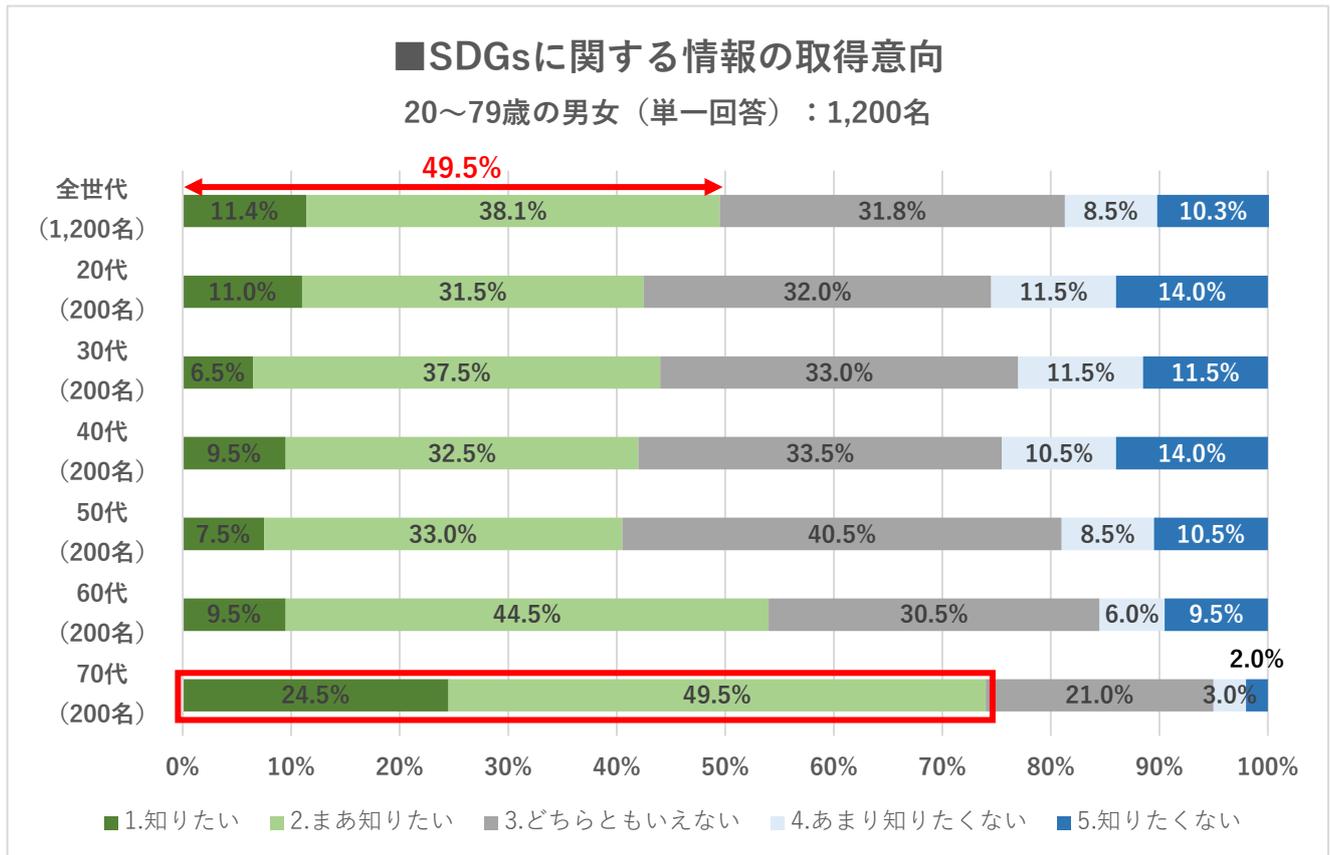
（今すぐ取り組むか、様子を見てから取り組むか）

20～79歳の男女（単一回答）：1,200名



SDGsに関する情報を「知りたい」が約半数。 70代は特に高く、次世代への意識や反省の念などが見られる

- ・SDGsに関する情報は「知りたい」が49.5%。シニアは他世代と比べて高く、特に70代女性は79.0%で全性年代の中で最も高い。
- ・SDGsに取り組む意識は、「自然を守りたい」「地球を次世代につなぎたい」「自分の生活を守りたい」が高い。70代は「子どもや孫を守りたい」という意識も高くなる。
- ・「一人ひとりが取り組む」「小さくてもできることを続けることが大切」という意見は全世代共通で見られた。その他、若者世代では、「今、ブームのように感じる」「興ざめ感がある」、70代は「便利に慣れすぎた反省」や「義務」だと捉える声もあり。



自身がSDGsに取り組む意識 20～79歳の男女（複数回答）：1,200名

	20代 (200名)	30代 (200名)	40代 (200名)	50代 (200名)	60代 (200名)	70代 (200名)
1位	何をすればよいのかよく分からない (28.5%)	自然を守りたい (37.0%)	自然を守りたい (36.0%)	自然を守りたい (40.5%)	自然を守りたい (55.5%)	自然を守りたい (76.0%)
2位	自分の生活を 守りたい (24.5%)	何をすればよいのかよく分からない (28.0%)	自分の生活を 守りたい (28.5%)	自分の生活を 守りたい (35.0%)	地球を次世代に つなぎたい (41.5%)	地球を次世代に つなぎたい (62.5%)
3位	自然を守りたい (23.0%)	生き物を守りたい (27.5%)	いいお金の使い方を したい (27.0%)	生き物を守りたい (35.0%)	子どもや孫を 守りたい (39.0%)	子どもや孫を 守りたい (52.0%)
4位	お金がかかる (22.5%)	自分の生活を 守りたい (26.0%)	地球を次世代に つなぎたい (25.0%)	地球を次世代に つなぎたい (31.0%)	自分の生活を 守りたい (35.5%)	生き物を守りたい (44.5%)
5位	いいお金の使い方を したい (20.5%)	地球を次世代に つなぎたい (22.0%)	何をすればよいのかよく分からない (24.5%)	子どもや孫を 守りたい (28.0%)	生き物を守りたい (35.0%)	自分の生活を 守りたい (37.0%)

■SDGsに対する意見（抜粋） 20～79歳の男女（自由回答）：1,200名

全体的な意見

概要	記述内容の一例
一人ひとりが 取り組む	<ul style="list-style-type: none"> ・ひとりひとりが意識的に取り組まないと社会を変えるのは難しいと思う。(27歳女性・北海道) ・個人一人ひとりがよく考えなければいけない大事な問題だと思う。(73歳女性・千葉県)
できることを 継続する	<ul style="list-style-type: none"> ・まずできることから始めていき無理なく続けられれば良い。(41歳女性・兵庫県) ・自分1人ができることは少ないが、小さなことから始めることで社会全体がSDGsに取り組めると良いと思う。(23歳女性・山梨県)
社会全体で取 り組む	<ul style="list-style-type: none"> ・流行のようなものを感じることもあるが、一過性のもではなく世界規模で取り組む大事なことだと思う。(62歳女性・北海道) ・具体的な取り組みや取り組んでいる企業等の情報が、全くと言っていいほど一般人・消費者には伝わっていないと思う。(56歳男性・兵庫県)

世代での特徴的な意見

20代の意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ここにきて急に口にしだす人が増えたと感じる。ちょっと興ざめ感がある。(24歳男性・千葉県) ・今までさんざん消費したりないがしろにしてきたものを、今更焦って巻き返そうとしているだけに思える。(24歳女性・山形県)
70代の意見	<ul style="list-style-type: none"> ・便利に慣れ過ぎることへの反省がある。(70歳女性・神奈川県) ・次世代のために自分達の責任を果たすべきだと思う。(70歳女性・北海道)

【専門家の見解】

ハルメク 生きかた上手研究所 所長 梅津 順江（うめづ ゆきえ）

2016年3月から現職。主に年間約900人のシニアを対象にインタビューや取材、ワークショップを実施



世代を問わず、気づいたその瞬間から、できることから始めよう

「国や世代を超え、持続可能な社会をみんなで作る」ことを目標としたSDGs。このテーマでは、必ずと言っていいほど世代間ギャップの視点が浮上します。

今回2月に実施した調査では、60代以上も認知率8割を超えました。言葉の認知が遅れたことは否めませんが、「社会貢献意識は若者が高く、高齢者は低い」という解釈は早計です。60代以上は元々「自然との共生」や「ものを大切にする」意識を持っています。そして今回の調査で「SDGsの情報を知りたい」「今あるものを活かしたい」「(余命が限られている影響も考えられますが)今すぐ取り組みたい」という意識が若年層よりも高いと証明されました。さらに驚いたのは、70代がSDGsへの取り組みに最も意欲的であるという事実。70代は、高度経済成長やバブル景気を経験してきた方々です。20代から「今までさんざん消費して、ないがしろにしてきたものを、今更焦って巻き返そうとしているだけに思える（※自由回答から抜粋）」と見られている世代です。本人たちからは「便利に慣れ過ぎることへの反省がある」「次世代のために自分達の責任を果たすべき」というコメントがありました。

今という瞬間、社会課題に向き合おうとしているのは誰もが一緒。世代を問わず、「小さくてもできることを続けることが大切」というマインドで、一人ひとりが取り組み、持続不可能を持続可能にすることはできるはずです。

■女性誌部数 No.1！ 50代からの生きかた・暮らしかた応援雑誌「ハルメク」

50代からの女性が前向きに明るく生きるための価値ある情報をお届けしています。健康、料理、おしゃれ、お金、著名人のインタビューなど、幅広い情報が満載です。また、雑誌「ハルメク」の定期購読者には、本誌とともに提供するカタログと、オンラインでの通信販売を行っています。販売している商材は、ファッション・インナー・コスメ・美容・健康など多岐にわたり、独自のシンクタンクである「ハルメク 生きかた上手研究所」を通じて利用者の声を徹底的に調査、反映した商品開発で、多くの女性から支持を得ています。



誌面情報

ハルメク4月号(3月10日発売)は「顔たるみ、老け手、首のしわをまとめて解消！顔・手・首の簡単ケアで元気に若々しく！」の特集です。「これは本当に効く」と編集部員が実感した厳選のケアを詳しく解説します。その他にも、「育てる楽しみ、過ごす幸せ—ようこそ！春の花と緑あふれる庭へ」や「知っておきたい認知症のこと」などもご紹介しています。

■ハルメク 生きかた上手研究所のシニアリサーチデータは、「ハルメク シニアマーケティング LAB」で掲載しています。

「ハルメク シニアマーケティング LAB」は、ハルメク世代(シニア)を顧客とする企業にとって有益な情報をお届けしている情報サイトです。ハルメクグループが提供する定期購読誌や通販等を通じて得たマーケティングデータや記事、シンクタンク「ハルメク 生きかた上手研究所」の調査レポートなど豊富な情報が満載です。