

報道関係各位

2022年6月23日
株式会社クロス・マーケティング

SDGs活動は「マイボトル・エコバックを持ち歩く」など手軽にできることが中心 関連する商品やサービスの利用意向は若い年代ほど消極的

— SDGsに関する調査（2022年）評価・行動編 —

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2022年6月、全国18～69歳の男女2,500名を対象に「SDGsに関する調査（2022年）」を行い、認知、意識・消費行動について分析しました。2015年9月の国連サミットでSDGs（持続可能な開発目標）が採択されてから今年で7年目を迎えます。今回は、評価・行動編として、普段行っているSDGs行動／行いたいができている行動、SDGs関連商品・サービス利用意向や今後の目標達成などを分析しました。

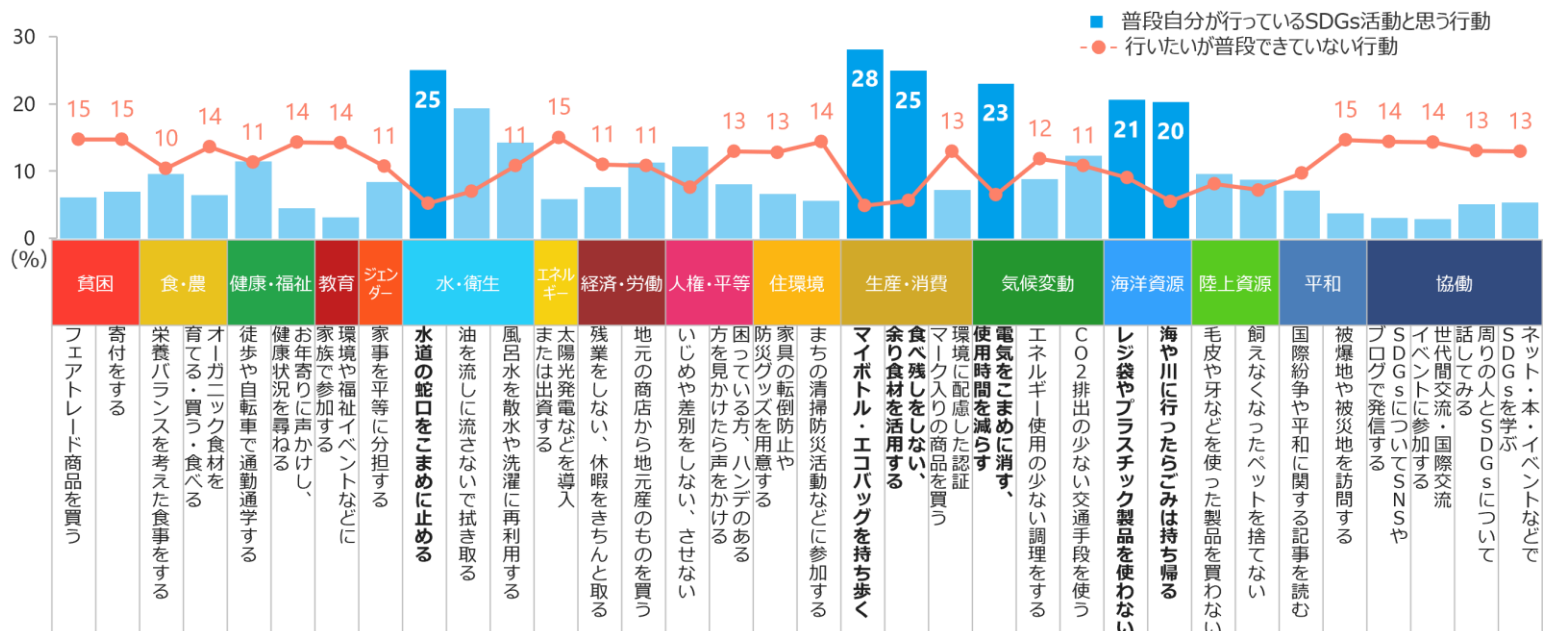
■調査結果（一部抜粋）

- ✓【**具体的なSDGs行動、関連ワード認知**】“普段行っている行動のうち、SDGsの活動と思うもの”は「マイボトル・エコバックを持ち歩く」「水道の蛇口をこまめに止める」「食べ残しをしない、余り食材を活用する」「電気をこまめに消す、使用時間を減らす」「レジ袋やプラスチック製品を使わない」「海や川に行ったらごみは持ち帰る」と意識すれば行動できるものが上位である。一方、行動したいができていることは、「太陽光発電などを導入または出資する」「寄付をする」「フェアトレード商品を買う」「被爆地や被災地を訪問する」などお金や時間のかかる活動ものがあがった。＜図1＞SDGsに関連するワードの認知率（“名称も内容も知っている”+“名称は聞いたことがある”）は、「食品ロス」「再生可能エネルギー」「地産地消」がTOP3である。＜図2＞
- ✓【**消費行動への影響**】SDGs関連商品の購入や利用意向は、「購入・利用したい」が8%、「どちらかといえば購入・利用したい」は58%、合わせて66%である。18-29歳、30代は「購入・利用したくない」が目立つ。＜図3＞商品やサービスに、SDGs関連商品とわかる表記がある“場合”ない“場合、どちらを購入するか聞いたところ、「品質・機能も価格も同じなら」「品質・機能も価格も高いなら」SDGs関連商品を購入するとした人は2割台。SDGs関連商品の表記よりも価格重視の傾向がみとれる。＜図4＞
- ✓【**目標達成**】「SDGs」活動が進むことに対する考えを聴取した結果は、「目標を達成はできないと思うが状況は少し改善されると思う」39%と「過去の同様な取り組みのように、一過性のもので終わる」40%が拮抗。昨年調査から大きな動きはない。＜図5＞

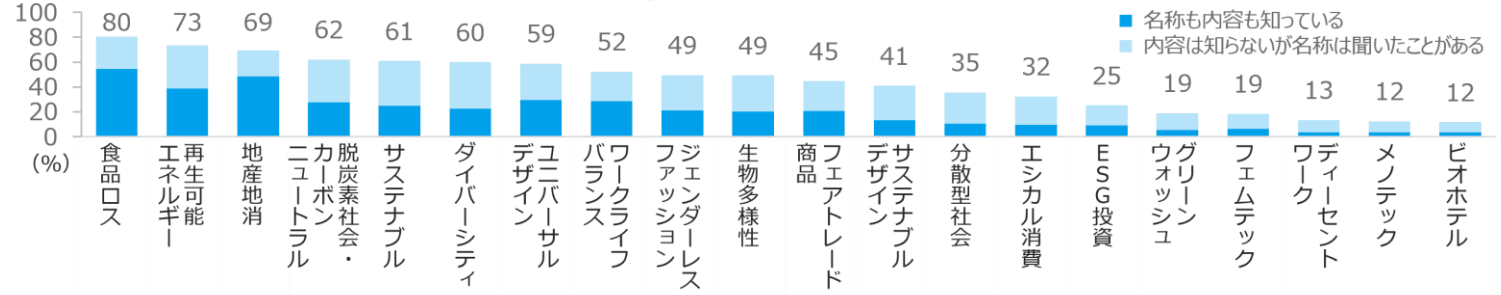
1人1人が意識すれば取り組めるものも多いSDGs活動を行っている人は多くはない。誰もが参加しやすいSDGs活動の選択幅を広げることも、今後は大切と思われる。

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/other/20220623SDGs/>

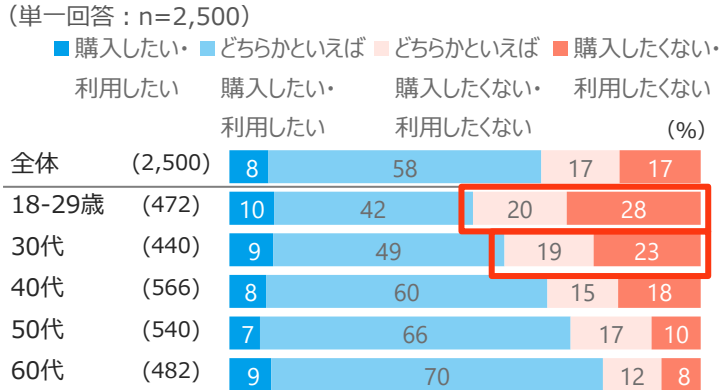
＜図1＞具体的なSDGs行動（複数回答：n=2,500）※「その他」・「あてはまるものはない」を除いてグラフ化



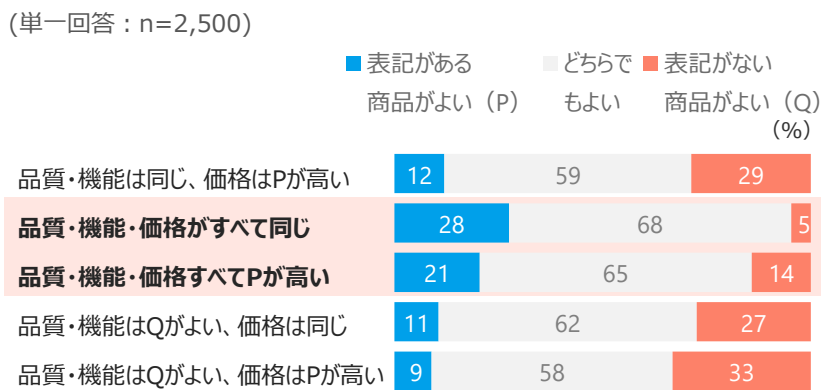
<図2> SDGs関連ワード認知状況 (各単一回答：n=2,500) ※数値は認知計を表記



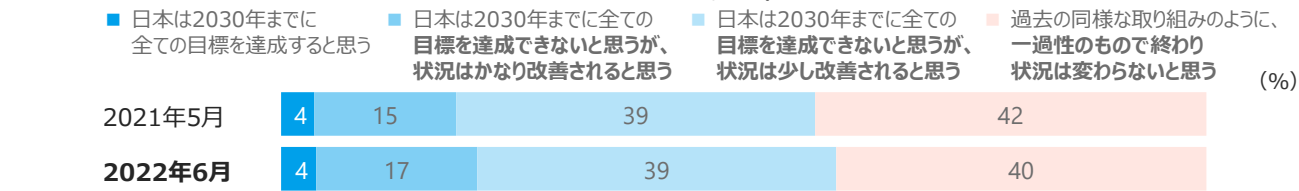
<図3> SDGs関連商品・サービスの購入・利用意向 (単一回答：n=2,500)



<図4> SDGs関連表記のある商品に対して、消費行動への影響 (単一回答：n=2,500)



<図5> SDGs目標達成についてどう思うか (単一回答：n=2,500)



■ レポート目次

- 調査概要
- 回答者プロフィール (性別・年代・居住地・婚姻状況・職業・都市規模・同居家族・PNCL構成比・性年代別PNCL構成比・接触メディア・生活意識)
- ポテンシャルニーズクラスター(PNCL)について
- 調査結果サマリー
- 調査結果詳細
 - SDGs関連ワードの認知
 - 普段の活動・SDGsの活動・活動したいができていないこと
 - SDGs活動している企業の印象
 - SDGs関連商品のサービスの購入・利用意向
 - SDGs関連商品の印象・SDGs商品購入後の残余感
 - SDGs活動への考え

◆ レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/other/20220623SDGs/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 18～69歳の男女、人口構成比に応じて割付
 調査期間 : 2022年6月1日(水)～2日(木)
 有効回答数 : 本調査2,500サンプル
 ※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆
 広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

「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・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」

