

コロナ禍で見つめ直した行動に新たな気付き ニューノーマルな暮らしにおける 意識・行動変容とSDGsとのつながり

生活者研究部

国連で2015年に採択された「SDGs」とは、「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)」のことで、暮らしと地球環境を守りながら、社会や経済の問題を解決し、豊かで幸せな未来を実現するための17の目標で構成されています。昨今、SDGsの認知や関心が大きく高まっていることが調査結果からわかりました。またコロナ禍に対応する暮らしの中で、知らず知らずのうちにSDGsにつながる行動をしている事例もみられています。SDGsの現状と、私たちのニューノーマルな暮らしがSDGsとどのようにつながるのか、報告します。

- SDGs認知度上昇の背景にはメディアの影響
- SDGs17の目標への関心も幅広く
- コロナ禍で広がった社会貢献の仕組みと意識の変化
- ニューノーマルな暮らしに見えたSDGsとのつながり
- SDGsとつながるこれからの行動選択

【調査概要】

「環境・SDGsについての意識実態」

調査期間：2019年8月、2020年10月
 調査方法：インターネット調査
 調査対象：首都圏在住20～60代既婚男女、
 20～30代未婚男女、
 学生(専門学校、短大、大学生)男女
 回答者数：各回男性800人、女性800人

「環境や暮らしについての意識実態」

調査期間：2021年6月
 調査方法：オンラインインタビュー調査
 調査対象：首都圏在住 30～60代女性
 対象者数：6人

「美の予見調査」

調査期間：2020年4月～5月
 調査方法：オンラインインタビュー調査
 調査対象：2018～19年 都内街頭インタビュー対象者
 美容や身だしなみに関心の高い20～50代女性
 対象者数：8人

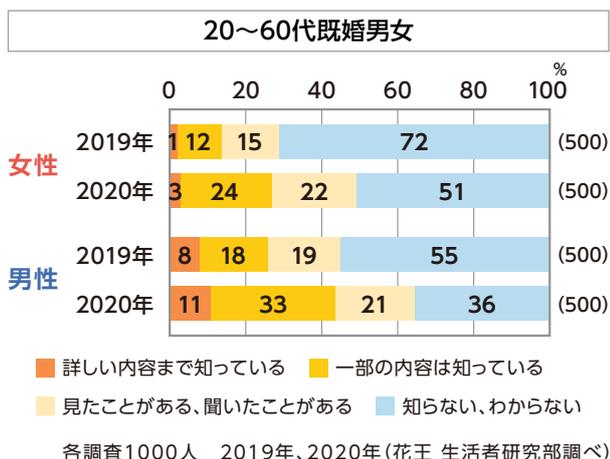
「在宅勤務の暮らしと家事」

調査期間：2020年8月
 調査方法：オンラインインタビュー調査
 調査対象：首都圏在住 30～40代既婚男女
 新型コロナをきっかけに在宅勤務経験者
 対象者数：6人

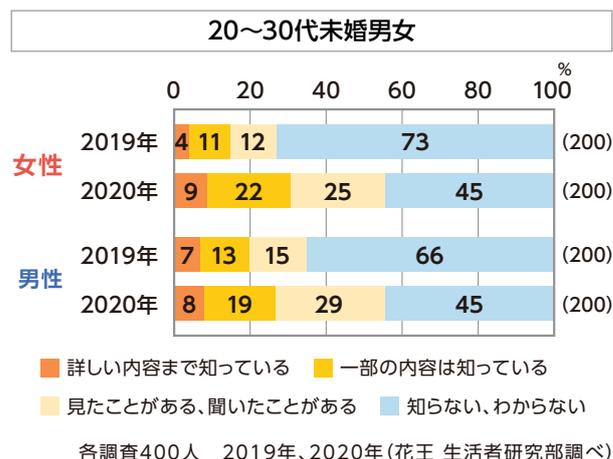
SDGs認知度上昇の背景にはメディアの影響

2019年と2020年の調査結果を比較すると、SDGsの認知度（「詳しい内容まで知っている」「一部の内容は知っている」「見たことがある、聞いたことがある」の計）は、未婚男女いずれも大幅に増加しています。既婚女性に比べ既婚男性で認知度が高い傾向にあるのは、ビジネスの場面でSDGsに関連する投資（ESG投資）などの情報や企業の取り組みについて知る機会が多いためと考えられます。

さらに、その内容まで「詳しく知っている」「一部知っている」割合も、既婚女性13%→27%、既婚男性26%→44%、未婚女性15%→31%、未婚男性20%→27%と増加しており、未婚男女共にSDGsへの理解が深まっていることを表しています（図1, 2）。

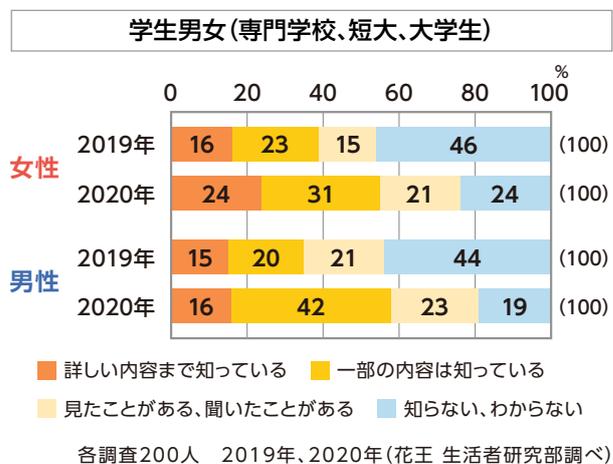


（図1）SDGs認知度（20～60代既婚男女）



（図2）SDGs認知度（20～30代未婚男女）

学生（専門学校、短大、大学生）男女の認知度は、女性が76%、男性81%と他の属性と比べても高く、「詳しく知っている」「一部知っている」割合もそれぞれ5割以上となっています（図3）。これには、小学校から大学まで教育現場でのSDGs目標達成への取り組みが広がっていることや、学生本人が大学などでの専攻や就活のための企業研究などでSDGsについて詳しく知る機会があったことが背景にあると考えられます。



（図3）SDGs認知度（学生男女）

この1年でSDGsの認知度がどの属性でも大きく上がったのは、メディア報道の影響が大きく、2018年に国連によって設立された国際アライアンス組織「SDGメディア・コンパクト」に、日本のメディア各社も加盟、テレビ各局がSDGsの目標や世界での取り組みを紹介したり、子どもと一緒に学べるクイズ形式の番組を放送するようになりました。また、普段は身近な話題を扱うファッション系女性誌がSDGsを特集するなど、ライフスタイルとしてSDGsを取り上げる情報発信も増えています。企業や団体の広告でもSDGsと結び付けた内容を多く目にするようになりました。このように、SDGsの情報が目に触れる機会が増えたことは、多くの人が関心を持つきっかけの一つになったと考えます。

朝の番組やCMでSDGsウィーク等の話題を見た。Mr.ビーン of 映画を作った人がSDGsのコミュニティ戦略を作っていると聞いた。(30代、既婚女性)

SDGsはテレビや雑誌などで見る機会が増えた。個人のブログでも月経カップ使用で生理用品のごみが減らせるなどと書いてあった。(40代、既婚女性)

YouTubeとニュース系のスマホアプリを見るようになって、ジェンダーのトイレ問題とか気になるようになった。(60代、既婚女性)

SDGs17の目標への関心も幅広く

SDGs17の目標で関心を持つ項目についての調査では、どの属性でも「①貧困をなくそう」「③すべての人に健康と福祉を」への関心度が高いことがわかりました。コロナ禍による衛生意識の高まりや世界の衛生事情を目の当たりにしたことが背景にあるのか「②飢餓をゼロに」「⑥安全な水とトイレを世界中に」「⑬気候変動に具体的な対策を」も高め、日本に住んでいるとあまり危機意識を感じないテーマも上位に見られます。地球環境に関する「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」にも高い関心がみられます。また、20～30代未婚男女では、「⑧働きがいも経済成長も」「⑩人や国の不平等をなくそう」も関心が高い傾向にあります(図4)。

	20～60代既婚女性(500人)	20～60代既婚男性(500人)	20～30代未婚女性(200人)	20～30代未婚男性(200人)
1	③すべての人に健康と福祉を 46%	①貧困をなくそう 36%	③すべての人に健康と福祉を 39%	①貧困をなくそう 36%
2	①貧困をなくそう 41%	⑭海の豊かさを守ろう 36%	⑭海の豊かさを守ろう 33%	③すべての人に健康と福祉を 30%
3	⑭海の豊かさを守ろう 41%	③すべての人に健康と福祉を 34%	⑧働きがいも経済成長も 32%	⑧働きがいも経済成長も 30%
4	⑥安全な水とトイレを世界中に 40%	⑦エネルギーをみんなにそしてクリーンに 34%	⑩人や国の不平等をなくそう 31%	②飢餓をゼロに 27%
5	⑬気候変動に具体的な対策を 39%	⑬気候変動に具体的な対策を 33%	①貧困をなくそう 30%	⑬気候変動に具体的な対策を 24%
6	⑯平和と公正をすべての人に 38%	②飢餓をゼロに 32%	②飢餓をゼロに 30%	⑩人や国の不平等をなくそう 21%
7	②飢餓をゼロに 36%	⑧働きがいも経済成長も 32%	⑥安全な水とトイレを世界中に 29%	⑭海の豊かさを守ろう 21%
8	⑮陸の豊かさを守ろう 35%	⑥安全な水とトイレを世界中に 30%	⑮陸の豊かさを守ろう 27%	⑥安全な水とトイレを世界中に 20%
9	⑦エネルギーをみんなにそしてクリーンに 34%	⑯平和と公正をすべての人に 28%	⑤ジェンダー平等を実現しよう 26%	⑪住み続けられるまちづくりを 19%
10	⑪住み続けられるまちづくりを 33%	④質の高い教育をみんなに 27%	⑯平和と公正をすべての人に 26%	⑬気候変動に具体的な対策を 19%

未婚男女 1400人(複数回答/上位10位)
2020年(花王 生活者研究部調べ)

(図4)SDGs17目標の関心度(未婚男女)

また、女子学生では「⑤ジェンダー平等を実現しよう」「⑩人や国の不平等をなくそう」、男子学生では「④質の高い教育をみんなに」も上位でした(図5)。学生にとって、ジェンダーや平等、教育の問題は就活や友人関係も含め自分の身近な課題であると思われます。

	女子学生(18歳以上)(100人)	男子学生(18歳以上)(100人)
1	①貧困をなくそう 51%	⑭海の豊かさを守ろう 42%
2	⑤ジェンダー平等を実現しよう 50%	①貧困をなくそう 39%
3	③すべての人に健康と福祉を 48%	③すべての人に健康と福祉を 39%
4	⑭海の豊かさを守ろう 45%	④質の高い教育をみんなに 36%
5	⑩人や国の不平等をなくそう 44%	⑧働きがいも経済成長も 34%
6	②飢餓をゼロに 41%	⑯平和と公正をすべての人に 34%
7	⑮陸の豊かさを守ろう 38%	②飢餓をゼロに 32%
8	④質の高い教育をみんなに 37%	⑦エネルギーをみんなにそしてクリーンに 32%
9	⑯平和と公正をすべての人に 36%	⑪住み続けられるまちづくりを 32%
10	⑪住み続けられるまちづくりを 34%	⑮陸の豊かさを守ろう 32%

学生男女 400人(複数回答/上位10位) 2020年(花王 生活者研究部調べ)

(図5)SDGs17目標の関心度(学生男女)

いずれの属性でも、自分の身近なことに関連する目標だけにとどまらず、日本では実感しにくいけれど世界全体で取り組むべき目標まで幅広く関心を持っていることがわかりました。

さらに、既婚男女で同居の子どもの有無によって関心度を見てみると、既婚女性では、子どもの有無で関心度に5%以上の差があるのは3項目にとどまりますが、既婚男性では10項目にのぼり、「④質の高い教育をみんなに」「⑩人や国の不平等をなくそう」「⑬気候変動に具体的な対策を」「⑯平和と公正をすべての人に」は、子どものいない男性よりも10%以上も高く、男性は同居の子どもがいることで、SDGs17の目標の中でも次世代に及ぶ危機感をわが子の未来に関わることとして、より身近に感じているのではないかと考えます。

	既婚女性		既婚男性	
	同居あり (337人)	同居なし (163人)	同居あり (352人)	同居なし (148人)
① 貧困をなくそう	41%	40%	39%	30%
② 飢餓をゼロに	36%	38%	33%	29%
③ すべての人に健康と福祉を	47%	44%	35%	30%
④ 質の高い教育をみんなに	34%	28%	31%	17%
⑤ ジェンダー平等を実現しよう	21%	24%	14%	16%
⑥ 安全な水とトイレを世界中に	42%	37%	32%	26%
⑦ エネルギーをみんなにそしてクリーンに	36%	31%	36%	29%
⑧ 働きがいも経済成長も	24%	26%	34%	28%
⑨ 産業と技術革新の基盤をつくろう	12%	11%	16%	17%
⑩ 人や国の不平等をなくそう	31%	31%	27%	14%
⑪ 住み続けられるまちづくりを	33%	33%	27%	23%
⑫ つくる責任 つかう責任	21%	21%	16%	13%
⑬ 気候変動に具体的な対策を	39%	38%	36%	26%
⑭ 海の豊かさを守ろう	40%	43%	39%	30%
⑮ 陸の豊かさを守ろう	34%	37%	26%	27%
⑯ 平和と公正をすべての人に	38%	38%	32%	21%
⑰ パートナーシップで目標を達成しよう	9%	12%	9%	9%

■ : 同居子の有無で5%以上差がある項目

既婚男女 1000人(複数回答)
2020年(花王 生活者研究部調べ)

(図6)SDGs17目標の関心度(既婚男女 子どもの有無別)

コロナ禍で広がった社会貢献の仕組みと意識の変化

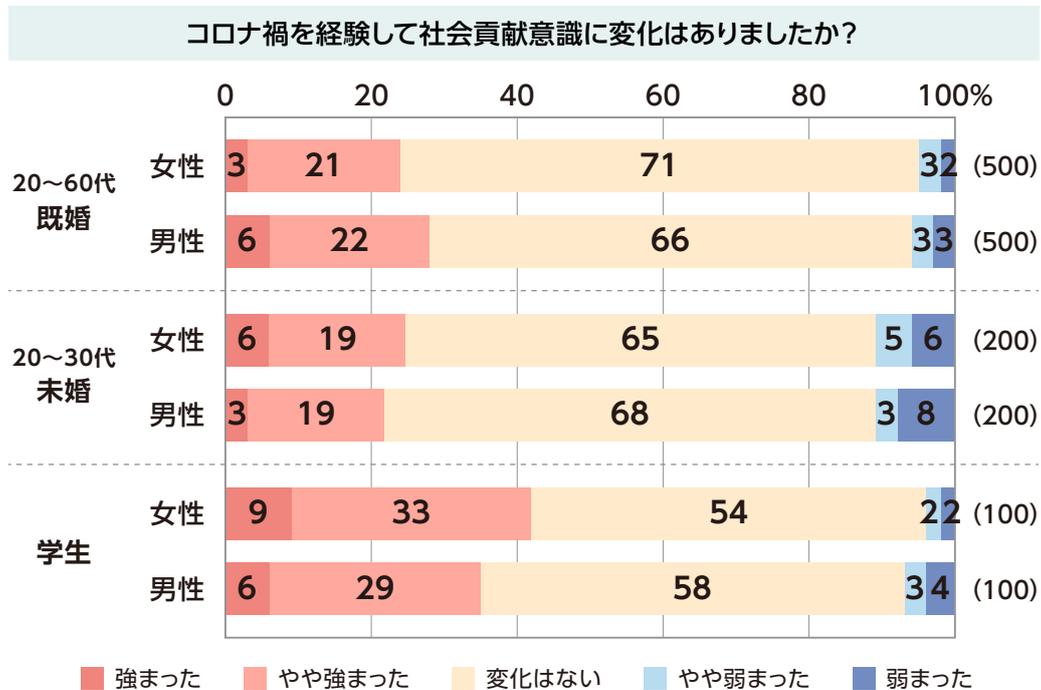
コロナ禍では、支援や寄付の形も大きく変化しました。例えば、感染症と戦う医療従事者にエールを送るアクションの広がりや、営業自粛により経済的な打撃を大きく受けた飲食業や生産業者、音楽や映画などのエンターテインメント業者に対する「応援消費」などが注目されました。

またコロナ禍によるオンライン化・リモート化で、インターネットを介したさまざまな支援や寄付の仕組みも増えました。なかでも、個人少額型クラウドファンディングは、一人では少額の寄付でも、力を合わせることで支援が実現できる行動として広がりを見せました。こうした社会貢献の動きからは、オンラインを活用することで「誰かの役に立ちたい」「困っている人を助けたい」というおもいを行動に移しやすくなったことや、コロナ禍で支援への意識や社会貢献意識が高まったと考えます。

洋服を寄付するサイトを見つけ、「送料は自己負担でも、困っている国のワクチン代とかになった」という利用した人の声を見て、誰かの役に立つならいいかなと思い、やってみた。
(30代、既婚女性)

寄付やクラウドファンディングは、お小遣いに余裕がある範囲でやっていこうと。家計からの支出を考えるよりは、自分のできるところでやっていきたい。
(30代、既婚男性)

実際花王の調査でも、「コロナ禍を経験して、社会に貢献したい気持ちの変化」について聞いたところ、「強くなった」(「強まった」「やや強まった」の計)と感じているのは、20～60代既婚女性の24%、男性の28%、20～30代未婚女性の25%、男性の22%でした。学生では、男女共に他の属性より社会貢献意識は高まっており、女子学生の42%、男子学生の35%が、「強くなった」と感じています(図7)。



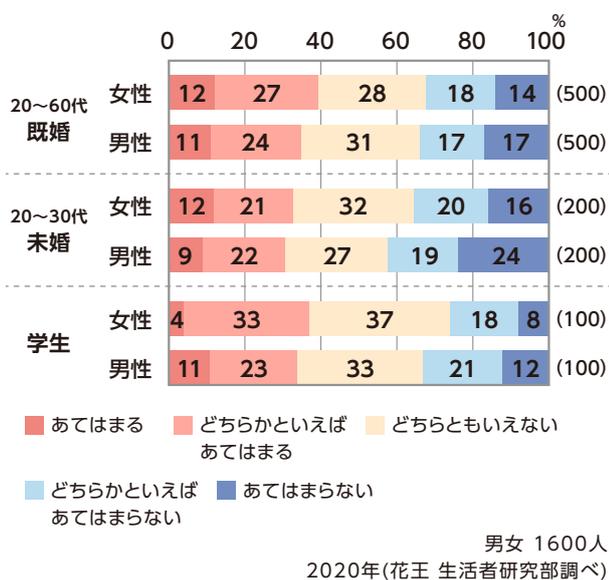
(図7) コロナ禍を経験したことによる社会貢献意識の変化

男女 1600人
2020年(花王 生活者研究部調べ)

ニューノーマルな暮らしに見えたSDGsとのつながり

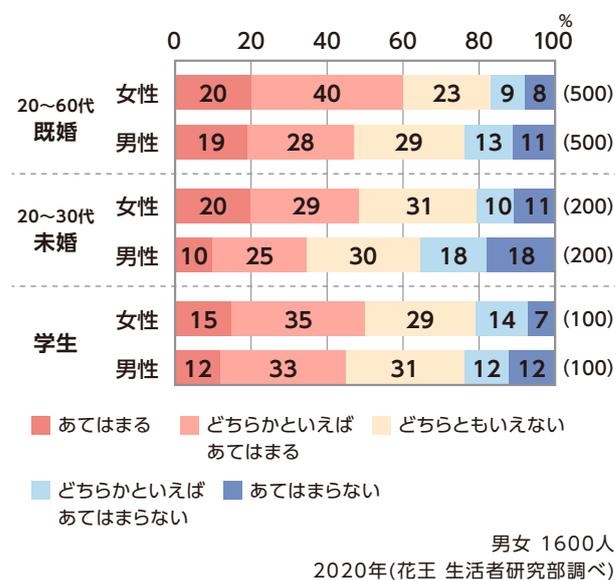
ニューノーマルな暮らしでは、新型コロナ感染予防のためにマスクや除菌シートを多用したり、外食の代わりにテイクアウトやデリバリーを使うようになりました。その一方で「マスクや除菌シートなどの衛生用品の使い捨ては、環境によくないのではないかと気になっている」割合（「あてはまる」「ややあてはまる」の計）は、いずれの属性でも4人に1人が気にしていました（図8）。また、「テイクアウトやデリバリーなどの使い捨て容器は、環境によくないのではないかと気になっている」割合（「あてはまる」「ややあてはまる」の計）は、20～60代既婚女性が60%と非常に高く、20～60代既婚男性は47%、20～30代未婚女性は49%、20～30代未婚男性は35%、女子学生50%、男子学生45%となっており、幅広い世代で気になっていることがわかりました（図9）。

マスクや除菌シートなどの衛生用品の使い捨ては、環境によくないのではないかと気になっている。



(図8) マスクや除菌シートなどの使い捨ての意識

テイクアウトやデリバリーなどの使い捨て容器は、環境によくないのではないかと気になっている。



(図9) テイクアウトやデリバリーなどの使い捨て容器の意識

感染予防としての使い捨てマスク利用、外食替わりのデリバリーやテイクアウトの利用など、ニューノーマルな暮らしに対応するための行動には、一方で環境に悪影響を及ぼす事実もあり、そのジレンマが生活者に自分の身近にある環境問題をより意識するきっかけにもなったようです。

オンラインインタビューで、コロナ禍での暮らしの変化について聞いてみると、家族みんなでの衛生対策、外出自粛要請で始まった在宅勤務や、増えたお家時間で行った断捨離や家事シェアといった、ニューノーマルに対応して変化させた暮らしの中にも、知らず知らずのうちにSDGsにつながるような行動が見られました。

<コロナ禍で変化させた暮らしとSDGsにもつながる行動>

<p>コロナで落ち込んで仕方がない。困っている人の助けになればと思い、断捨離で出た不用品をリサイクルに出し、収益を寄付しようと思っている。 (40代、既婚女性)</p> 	<p>感染症は、1人がかかるとみんながかかってしまうので、こまめに手洗い、うがいをし、「小さなことでもやらなければいけない」と子どもにも前より強く言うようになった。 (20代、既婚女性)</p> 	<p>コロナになって、外出は車中心。お見舞いにも行けないし、外出も減った。でも、お風呂の時間が伸びた。一人になれる時間が増え、免疫力も上がる。 (40代、既婚女性)</p> 
<p>コロナになり自炊するようになり、ミールキットの利用が増えた。コープだと栄養士監修と付いていたり、国産の野菜の取り扱いも多いし、オーガニックも多い。 (30代、既婚女性)</p> 	<p>コロナで、きれい好きの夫が、気になるところは徹底的に掃除してくれるようになり、夫がいろいろと家事をしてくれるようになった。 (30代、既婚女性)</p> 	<p>在宅勤務だと昼休みをちゃんと取れる、自由に時間を使えるので家事もこなせる。昼休みをもっと家事や健康維持のための時間にしたい。 (30代、既婚男性)</p> 
<p>一番気になるのは、使い捨てマスク。洗えるマスクにしようかと思う。見かけるのは使い捨ての方が多いので、どうしようか考えている。 (40代、既婚女性)</p> 	<p>デリバリーを利用すると容器のごみが気になるので、紙の容器や環境を意識した容器などがあつたらそっちを選ぶ。 (30代、既婚女性)</p> 	<p>外出自粛で出かけられない分、花、野菜を育てている。何か楽しみを見つかる努力をしないとけない。 (60代、既婚女性)</p> 

SDGsとつながるこれからの行動選択

新型コロナウイルスの感染拡大による影響は負の側面だけでなく、「衛生観念の定着」や「働き方改革の推進、リモートワークの拡大」などは、目指すべき方向に前進もしました。また、社会課題が顕在化されたことで、「社会貢献への参加」を一人ひとりが考えるきっかけとなり、問題意識が共有されやすくなったことも考えられます。最近では、「サステナブル」や「環境」に配慮した商品やサービスもよく目にするようになりました。これからはいっそうSDGsの目標達成に向けて、公的な施策や企業の取り組みも進んでいくと思われれます。

コロナ禍によって変化を余儀なくされた私たちの日常生活は、最初は戸惑いもあり、慣れる工夫も必要でしたが、行動を変えたことで「家事シェアが進んだ」「環境を意識した選択が増えた」など、知らず知らずのうちにSDGsにもつながる変化も多く見られました。これまで「SDGsのために生活や行動を変えることを先延ばし」にしていた人にとっては、「生活や行動を変えてみた先のメリット」を経験する機会にもなりました。毎日の身近なことを入口に連想してみると、私たちの行動は、SDGsの目標のいずれかにつながっていることがわかります。一人ひとりが1つでもSDGsが目標とする未来を目指した行動を心がけていくことが、今、私たちができる大切なことと考えます。

●お問い合わせ・ご意見は **花王株式会社 生活者研究部**

〒131-8501 東京都墨田区文花 2-1-3 TEL. 03-5630-9963(月～金 9:00～17:00) FAX. 03-5630-9584

くらしの研究 www.kao.co.jp/lifei/

※掲載の記事・写真の無断掲載・複写を禁じます。