

【生活者の SDGs 意識実態】**コロナ禍で変わった暮らしに SDGs につながる行動も**

花王 生活者研究部 「くらしの研究」にて、9月7日公開

花王株式会社「生活者研究部」(※1)では、2018年より生活者のSDGs意識実態について、継続的に調査を実施しています。新型コロナウイルス流行前の2019年と流行後の2020年における、SDGsの意識実態の調査結果を2021年9月7日に公開いたします。

2015年国連サミットで採択されたSDGs(持続可能な開発目標:Sustainable Development Goalsの略)の目標達成のゴールとされた2030年まで、残すところ10年を切りました。現在の、生活者のSDGs認知と関心の変化や、新型コロナウイルスの流行を経験した私たちのニューノーマルな暮らしにみられたSDGsにつながる行動などをレポートします。

【主な調査結果のポイント】

- メディアの影響で、SDGsの認知度が上昇
- SDGsの17目標への関心も幅広く
- ニューノーマルな日常とSDGsのつながり
- SDGsを意識して暮らしを見直してみる

【調査概要】**「環境・SDGsについての意識実態」**

◎2019年8月/インターネット調査/首都圏在住20~60代既婚男女、20~30代未婚男女/男性700人、女性700人

◎2020年10月/インターネット調査/首都圏在住20~60代既婚男女、20~30代未婚男女/男性700人、女性700人

「環境や暮らしについての意識実態」

◎2021年6月/オンラインインタビュー調査/首都圏在住30~60代女性/6人

「美の予見調査」

◎2020年4~5月/オンラインインタビュー調査/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/8人

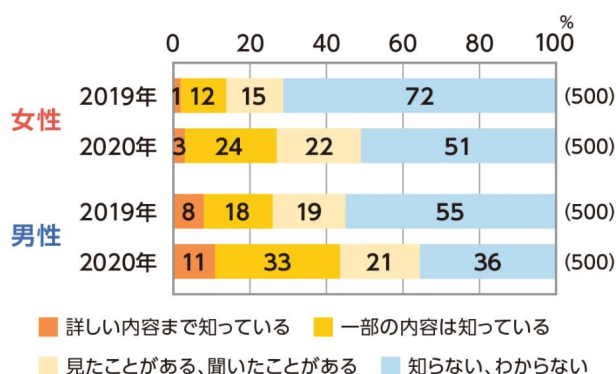
「在宅勤務の暮らしと家事」

◎2020年8月/オンラインインタビュー調査/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/6人

●メディアの影響で、SDGsの認知度が上昇

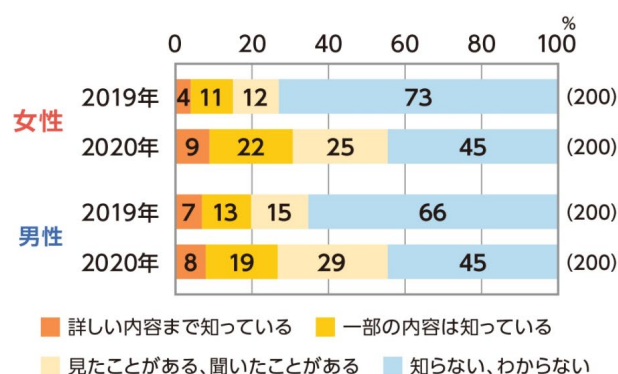
SDGsの認知度（「詳しい内容まで知っている」「一部の内容は知っている」「見たことがある、聞いたことがある」の計）について、2019年と2020年の調査結果を比べると、未既婚男女いずれでも増加しています。特に20～30代未婚女性の認知度は、27%から55%へと上昇幅が大きいことが目を引きます。また、既婚男性の認知度が65%と高いのは、ビジネスなどでSDGsにふれる機会が多いであろうことが理由に考えられます。さらに、その内容まで「詳しく知っている」「一部知っている」割合も、未既婚男女それぞれで上昇していることから、SDGsへの理解も深まっていることがうかがえます。

■SDGsを知っていますか？（20～60代既婚男女）



各調査 1000人
2019年、2020年 花王 生活者研究部調べ

■SDGsを知っていますか？（20～30代未婚男女）



各調査 400人
2019年、2020年 花王 生活者研究部調べ

SDGs認知度の上昇には、メディア報道の影響も大きいようです。2018年に国連が設立した「SDGメディア・コンパクト」という国際アライアンス組織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したりするようになりました。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の情報に触れる機会が増えたことは、多くの人がSDGsを知り、関心を持つきっかけの一つになったようです。

朝の番組やCMでSDGsウィーク等の話題を見た。Mr.ビーン映画を作った人がSDGsのコミュニケーション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ゴミが減らせるなど書いてあった。(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)

●SDGsの17目標への関心も幅広く

SDGsの17目標で関心を持つ項目を調査したところ、いずれの属性でも「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などもあり、「②飢餓をゼロに」「⑥安全な水とトイレを世界中に」「⑩平和と公正をすべての人に」も含め、日本に住んでいるとあまり危機意識を感じなかった目標も上位に挙がりました。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。自分の身近なことに関連する目標から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、関心の幅が広がっている様子が見えます。

■SDGs17目標の関心度

	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%	⑯平和と公正をすべての人に 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%


未既婚男女 1400人
2020年 花王 生活者研究部調べ

●ニューノーマルな日常とSDGsのつながり

新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言下では、外出自粛が要請され、手洗い・マスク着用の励行、三密を避ける、仕事ではテレワーク・在宅勤務の推奨など、私たちもさまざまな対応を強いられました。オンラインインタビューでコロナ禍の暮らしについて聞いてみると、「自分の感染対策がまわりの人のためになる」「在宅勤務で家事や健康管理に時間を使える」「デリバリーの利用で出たごみをきっかけに環境を意識するようになった」など、新たな気付きを得ている声もありました。コロナ禍のニューノーマルな暮らしへ対応するために生活を見直した結果、自分でも気付かないうちに、SDGsにもつながる行動を実践し始めている様子が見られました。


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)

3 すべての人に健康と福祉を




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、夫がいろいろ家事をしてくれるようになった。(30代、既婚女性)

5 ジェンダー平等を実現しよう




在宅勤務だと昼休みをちゃんと取る、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)

8 働きがいも経済成長も




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)

12 つくる責任 つかう責任



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たらそっちを選ぶ。(30代、既婚女性)

14 海の豊かさを守ろう



また、コロナ禍では、支援や寄付の形も大きく変化しました。医療従事者にエールを送る活動が広がったり、営業自粛により経済的に大きな打撃を受けた飲食業や生産業者に対する「応援消費」など、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が生まれました。オンラインを活用することで、おもいを共有しやすく、さらに行動に移しやすくなりました。例えば、個人少額型クラウドファンディングでは、一人では少額の寄付でもみんなの力を合わせることで支援が実現できるなど、自分一人の力が目に見える形で社会貢献につながる体験になったようです。

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、自分のできることやっていきたい。(30代、既婚男性)

コロナで落ち込んでも仕方がない。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)

● SDGs を意識して暮らしを見直してみる

新型コロナウイルスの流行によって、さまざまな対応を余儀なくされた経験は、負の側面ばかりだけでなく、私たちの暮らしにプラスの変化ももたらしたようです。感染予防対策やテレワーク、外出自粛などの大きな変化を伴うニューノーマルな暮らしの中で、私たちはあらためて「大切なのは何か」を考える必要に迫られました。主に自分や家族など身近な人を守るために変えた行動の中には、SDGs の目標につながるものが多くありました。SDGs の実現のために何ができるか？と考えるとハードルが高く見えますが、日常の身近なことを入り口にして暮らしを少し変えてみるのはそれほど難しいことではないのかもしれない。SDGs で守ろうとしているのは、私たちや子どもたちが暮らす未来の地球。一人ひとりが1つでもSDGs の目標実現につながることを意識して、行動を心がけていきたいですね。

詳しくは以下 URL をご確認ください。

▶ 暮らしの研究「暮らしの現場レポート」

www.kao.co.jp/lifei/life/report-65/

www.kao.co.jp/content/dam/sites/kao/www-kao-co-jp/lifei/report/pdf/65.pdf

(2021年9月掲載)

始めてみよう！SDGsにつながるエシカルな暮らし

SDGsに関心はあっても、自分一人の力ではどうしようもないと感じる方もいるかもしれません。そこで、「人や地球環境、社会、地域に配慮した考え方や行動」＝「エシカル」の普及に尽力されている末吉里花さんに、誰でも簡単に始められるSDGsアクションとしてエシカルを意識した暮らし方についてうかがいました。



▶ 暮らしの研究「達人コラム」

www.kao.co.jp/lifei/life/column-63/

※1 花王株式会社「生活者研究部」 www.kao.co.jp/lifei/about/

「生活者研究部」では、花王グループの使命である「よきモノづくりを通じて人々の豊かな生活文化へ貢献すること」の実現をめざし、生活者一人ひとりの暮らしを見つめた生活者研究をおこなっています。生活現場での観察と対話を重ねながら、行動に表れない本音、説明できないこだわりなど、行動の裏にひそむ「おもい」まで読み解いて、課題を発掘し、商品やコミュニケーション開発に活かすとともに、生活者研究のウェブサイト、花王「暮らしの研究」から、広く社会に発信しています。

花王「暮らしの研究」 www.kao.co.jp/lifei/