

県民が企業に期待するSDGsの取組みとは

～県民SDGs意識調査～

はじめに

消費予報調査に合わせ、対象に男性を追加し、SDGsの認知度、普段の消費行動の際に意識していること、および企業に求める取組みに関する調査を実施した。

【調査の概要】

1. 調査対象：熊本県在住の20歳以上の男女
2. 調査期間：2022年11月2日(水)～11月4日(金)
3. 調査方法：調査会社登録モニターへのネット調査（調査会社：(株)マクロミル）
4. 有効回答：1,039人

年代	実数(人)		構成比(%)	
	男性	女性	男性	女性
20代	70	104	6.7%	10.0%
30代	114	104	11.0%	10.0%
40代	112	104	10.8%	10.0%
50代	112	104	10.8%	10.0%
60代以上	111	104	10.7%	10.0%
合計	519	520	50.0%	50.0%

(小数第2位を四捨五入)

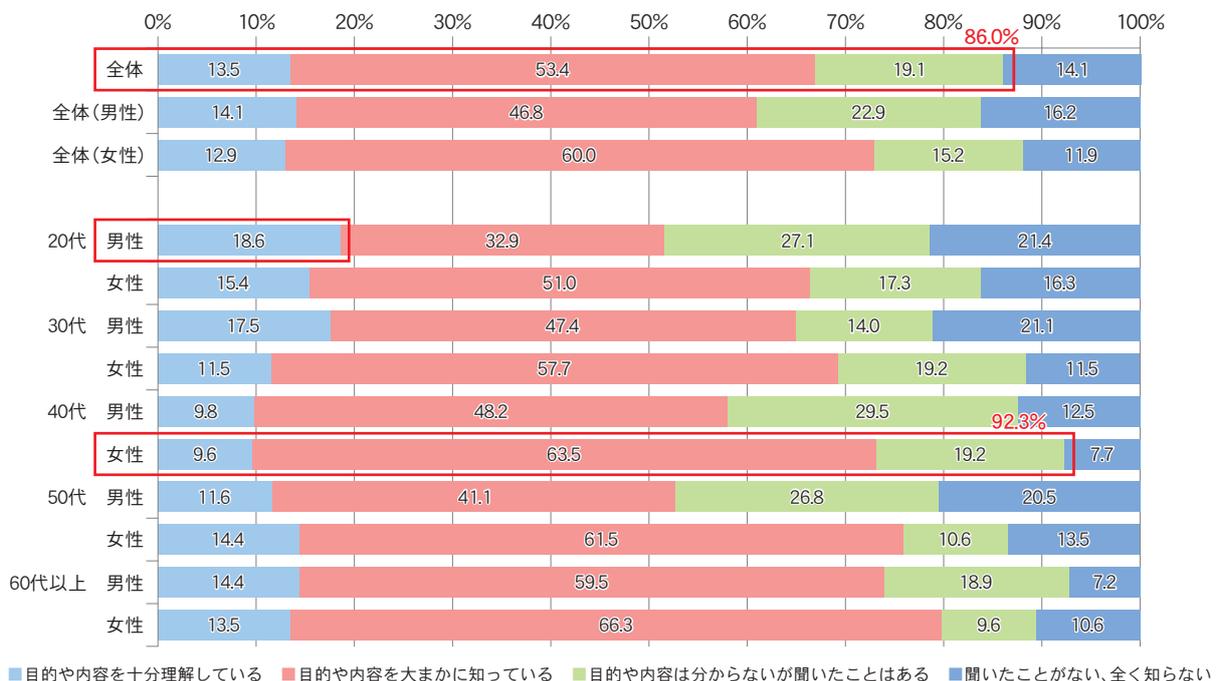
1 SDGsの認知度

- SDGsの認知度は、全体で86.0%と高水準。
- 一方、「目的や内容を十分理解している」割合は13.5%と低い水準。

SDGsの認知度について尋ねたところ、認知度は86.0%（「聞いたことがない、全く知らない」を除いた割合）と非常に高い水準となっている。一方、「十分理解している」割合は13.5%と水準は低い（図表1）。

性別・年代別にみると、「十分理解している」割合は20代男性の18.6%で最大となっている。認知度については、40代女性が92.3%で全年代を通じてトップとなっており、「60代以上」を除くすべての年代で、女性の認知度が高い傾向にある。

図表1 県民のSDGsに関する認知度



2 日常で積極的に取り組んでいること

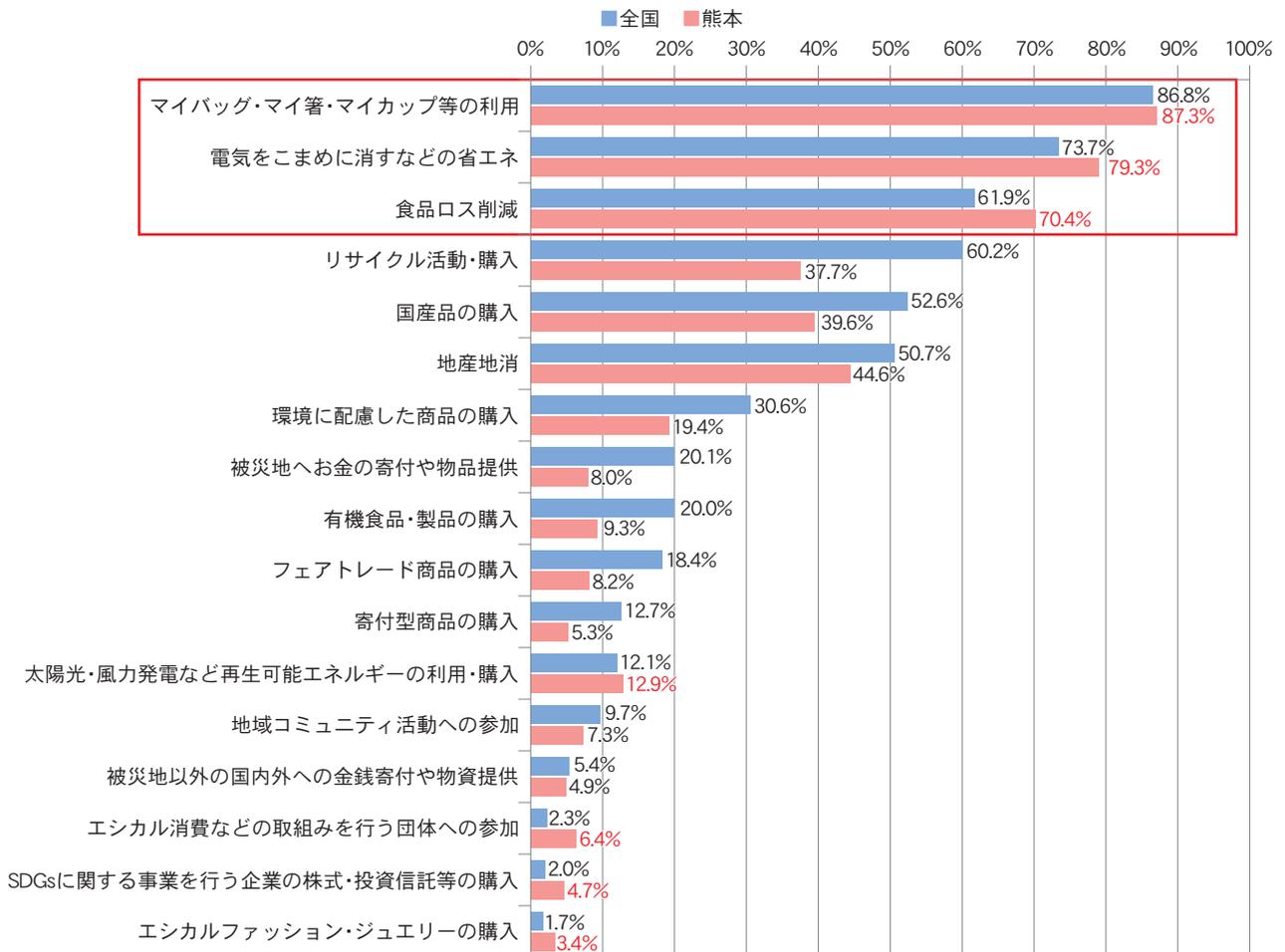
- 「マイバッグ・マイ箸・マイカップ等の利用」は全国平均を上回る。
- 生活の一部として取組める項目は、比較的实施割合が高い。

消費者庁が2020年2月に実施した『「エシカル消費」に関する消費者意識調査』の調査項目を参考に、全国と熊本における日常的な取組みの違いについて調査した。なお、SDGsについては聞いたことがない場合でも、日常的にSDGs的な取組みをしている層もいると思われるため、調査時には右図を表示し、そのような層の意見も収集している。

「マイバッグ・マイ箸・マイカップ等の利用」、「電気をこまめに消すなどの省エネ」、「食品ロス削減」といった日常生活の中で比較的容易に取り組める項目は、実施している割合が高く、全国を上回っている（図表2）。コロナ禍や物価上昇で、これらの行動が加速していることも一因と考えられる。一方、「リサイクル活動・購入」、「国産品の購入」など取組むことに費用が発生するものは、全国と比べて実施割合は低い。



図表2 全国と熊本の実際の取組状況の違い
(赤字は熊本が全国の割合を上回っている項目)



3 企業に取組んでほしいこと

- 企業が既に取り組んでいる事業と県民が企業に期待する取組みにはギャップがある。
- 県民の期待が高く、企業の取組み割合が低い項目はビジネスチャンスとなりうる。

(1) 年代別・性別による期待する取組みの違い

年代・性別ごとにどのようなSDGsの取組みを企業に期待するのか整理した(図表3)。「1. 貧困層や弱い立場にある人々の支援や商品・サービスの提供」については全年代の男女において期待が高い。「3. 従業員の健康に配慮した健康経営の実践」は20~40代の男女で期待が高い一方、「8. 地元雇用を推進する取組み」は50~60代以上の男女で割合が高く、年代による差がはっきりと表れている。また、20~30代女性は「5. 女性の活躍を推進し、出産・育児へのサポートを実践」に期待する割合が最も高いなど、年代・性別に応じたSDGsの新規事業を展開する際の参考になると思われる。

図表3 年代別・性別の企業に期待する取組み

	20代		30代		40代		50代		60代以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
1. 貧困層や弱い立場にある人々の支援や商品・サービスの提供	27.1	32.7	27.2	33.7	30.4	44.2	21.4	45.2	34.2	52.9
2. 原材料調達に際しての生産や採取が現地の生物多様性に悪影響を与えていないかの確認	17.1	13.5	21.1	14.4	19.6	25.0	17.9	31.7	22.5	42.3
3. 従業員の健康に配慮した健康経営の実践	24.3	34.6	23.7	28.8	29.5	37.5	18.8	30.8	34.2	36.5
4. 地域教育推進への協力	17.1	10.6	18.4	18.3	16.1	19.2	9.8	14.4	13.5	26.9
5. 女性の活躍を推進し、出産・育児へのサポートを実践	18.6	51.0	18.4	42.3	15.2	30.8	10.7	25.0	20.7	32.7
6. 資源・水使用量の削減・効率化	21.4	19.2	32.5	20.2	20.5	35.6	23.2	47.1	36.0	52.9
7. 環境負荷の低減に寄与する商品・サービスの提供、ものづくり	21.4	17.3	14.9	13.5	10.7	19.2	17.0	24.0	24.3	32.7
8. 地元雇用を推進する取組み	14.3	14.4	20.2	19.2	29.5	34.6	20.5	40.4	27.9	43.3
9. 産学官連携の推進	14.3	4.8	6.1	3.8	7.1	5.8	7.1	6.7	5.4	12.5
10. 外国人・女性・高齢者・社会的弱者への雇用環境整備や社会参画への配慮	8.6	19.2	8.8	14.4	6.3	24.0	8.9	24.0	17.1	30.8
11. 災害発生時の事業復旧・継続のための計画や準備	11.4	17.3	14.0	14.4	9.8	28.8	10.7	29.8	18.9	41.3
12. 廃棄物の排出量や最終処分量の把握と削減に向けた取組み	18.6	14.4	15.8	13.5	11.6	26.9	14.3	31.7	27.0	45.2
13. カーボン・オフセットの取組みやカーボン・オフセットの商品やサービスの購入・使用	18.6	9.6	14.9	6.7	10.7	13.5	13.4	21.2	21.6	21.2
14. 調達する原材料等におけるフェアトレードやオーガニック、森林認証や漁業認証等への指向	11.4	12.5	10.5	6.7	8.0	14.4	6.3	23.1	11.7	20.2
15. 間伐材等の未利用資源を利用した製品の開発、積極的な購入・使用	12.9	6.7	10.5	6.7	7.1	23.1	13.4	26.9	23.4	40.4
16. 防災活動や環境活動、地域コミュニティへの参加などの活動(CSR活動)の実践	7.1	14.4	13.2	5.8	12.5	18.3	6.3	23.1	18.9	19.2
17. 国際交流の促進	2.9	4.8	7.0	2.9	6.3	5.8	0.9	11.5	6.3	13.5

※選択肢の1~17は、SDGsのゴールに対応。



(2) 県民の期待と企業の取組状況のギャップ

経済産業省九州経済産業局が2018~2019年にかけて実施した「2020年以降における九州の持続可能な成長に向けた調査」にみる九州内の企業が既に取り組んでいる内容と、本調査で明らかになった、県民が企業に期待していることを比較した(図表4)。2019年の調査であることから、その後の3年で企業の取組みは積極化しており、県民の期待とのギャップが縮まっていると考えられるが、両者を比較することで、今後の企業側の取組みの参考になる可能性が高いと考え、紹介させていただく。

県民の期待が高い項目をみると、「1. 貧困層や弱い立場にある人々の支援や商品・サービスの提供」、「6. 資源・水利用量の削減・効率化」が上位となっており、企業の取組み状況とのギャップも大きい。熊本の誇りでもある水や資源の利用について、半導体関連企業の進出が相次ぐ中、企業に対する県民の意識が高まっているものと考えられる。

その他では、「2. 原材料の調達に際しての生産や採取が現地の生物多様性に影響を与えていないかの確認」、「15. 間伐材等の未利用資源を利用した製品の開発、積極的な購入・使用」もギャップが大きく、調達や材料といった製品になる前のプロセスにまで県民の関心・注目が集まっていることがうかがわれる。

図表4 県民が企業に期待することと企業の取組状況のギャップ

	県民の期待 (今回調査)	(県民の期待) － (企業の取組み) (単位：ポイント)	企業の取組み (2019年調査)
1. 貧困層や弱い立場にある人々の支援や商品・サービスの提供	34.9%	19.4	15.5%
6. 資源・水使用量の削減・効率化	31.1%	8.5	22.6%
3. 従業員の健康に配慮した健康経営の実践	29.9%	▲18.8	48.7%
8. 地元雇用を推進する取組み	26.8%	▲31.2	58.0%
5. 女性の活躍を推進し、出産・育児へのサポートを実践	26.5%	▲18.6	45.1%
2. 原材料調達に際しての生産や採取が現地の生物多様性に悪影響を与えていないかの確認	22.6%	16.8	5.8%
12. 廃棄物の排出量や最終処分量の把握と削減に向けた取組み	21.8%	▲7.4	29.2%
11. 災害発生時の事業復旧・継続のための計画や準備	19.7%	▲5.1	24.8%
7. 環境負荷の低減に寄与する商品・サービスの提供、ものづくり	19.3%	▲8.1	27.4%
15. 間伐材等の未利用資源を利用した製品の開発、積極的な購入・使用	17.1%	12.2	4.9%
4. 地域教育推進への協力	16.4%	▲15.0	31.4%
10. 外国人・女性・高齢者・社会的弱者への雇用環境整備や社会参画への配慮	16.3%	▲21.8	38.1%
13. カーボン・オフセットの取組みやカーボン・オフセットの商品やサービスの購入・使用	15.0%	8.8	6.2%
16. 防災活動や環境活動、地域コミュニティへの参加などの活動（CSR活動）の実践	14.1%	▲13.8	27.9%
14. 調達する原材料等におけるフェアトレードやオーガニック、森林認証や漁業認証等への指向	12.4%	9.3	3.1%
9. 産学官連携の推進	7.1%	▲41.6	48.7%
17. 国際交流の促進	6.3%	▲10.1	16.4%

※県民の期待の割合が高い順に掲載。

※選択肢の1～17は、SDGsのゴールに対応。

おわりに

年代別・性別の県民のニーズを捉え、自社の事業領域のサービスを適応して提供することは、地域課題解決、ひいては自社の持続可能性の向上につながり得る。また、県民からの期待が高い一方で、企業の取組みが進んでいない、ギャップが大きい項目には改善の余地があり、そこにはビジネスチャンスが隠されていると言えるのではないだろうか。

2015年に採択されたSDGsもそのゴールとされる2030年に向けて折り返しのタイミングを迎える。ゴール達成に向け、認知のフェーズから実践のフェーズへ進んでいくことから、企業としても自社で出来るSDGsの取組みを進めることが重要となってくる。