

SDGs調査



関西SDGsプラットフォーム
リサーチチーム



Kansai SDGs リサーチチームメンバー紹介 Platform



独立行政法人 国際協力機構
(関西SDGsプラットフォーム事務局)

田和 正裕 佐藤 瞳
加藤 健 長繩 真吾
宮崎 貴芳

dentsu

株式会社 電通

仁尾 和世
以西 美景

dentsu

株式会社 アド電通大阪

三森 僚

•**HAKUHODO**•

(株)博報堂

遠藤 奏央
荻洲 貞明

Hakuhodo DY
media partners

(株)博報堂DYメディアパートナーズ

上村 英樹
幟立 大樹

YOMIREN

株式会社 読売連合広告社

岸部 謙太
山西 拓磨
湯浅 朋子

関西企業調査抜粋

関西SDGsプラットフォーム「SDGsにかかる関西地域での取り組み状況調査」2019.2

関西 インターネット調査 198ss

(※) 回答企業等198社のうち146社は関西SDGsプラットフォーム会員

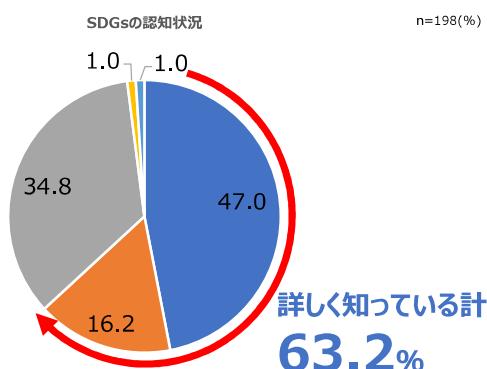
関西SDGsプラットフォーム リサーチチームメンバー
仁尾 和世（電通Team SDGs関西リーダー）



『トピックス①』

SDGsに関心の高い企業においてもSDGsを深く理解するのは6割、しかし一旦SDGsの内容を理解すると、強く意識する

SDGsに関心の高い企業（知名率99%）調査だが
SDGsの内容を深く理解しているのは、**63.2%**にとどまる



- 内容も知っており、常に意識している
- 詳しくではないが、内容をある程度知っている
- 全く知らない
- 内容を詳しく知っている
- 名前は聞いたことがある

SDGsの内容を深く理解している企業（63.2%）のうち、
7割以上は「内容も知っており、常に意識している」と高い結果

n=198(%)

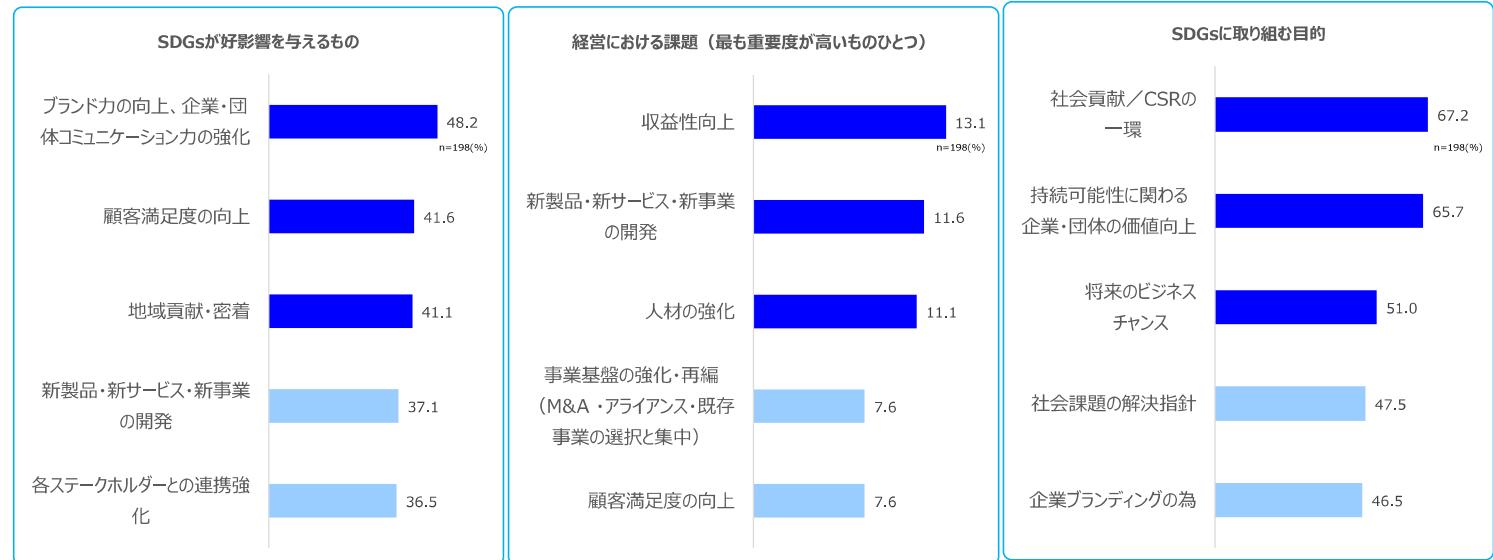
詳しく知っている企業の

74.4%

が常に意識している

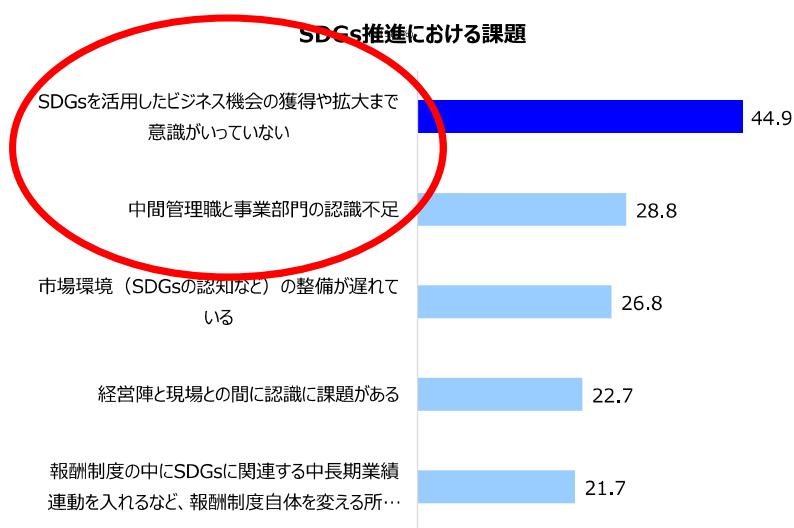
SDGsを推進する事で、市場・顧客・地域の信頼獲得・安定化が出来ると認識されており、 自社の経営資源（ヒト・モノ・カネ）を向上させるドライブとなれるかがカギとなっている

※約半数がSDGsを将来のビジネスチャンスとみており、大企業の3分の2が「新規事業開発に資する」とみている。



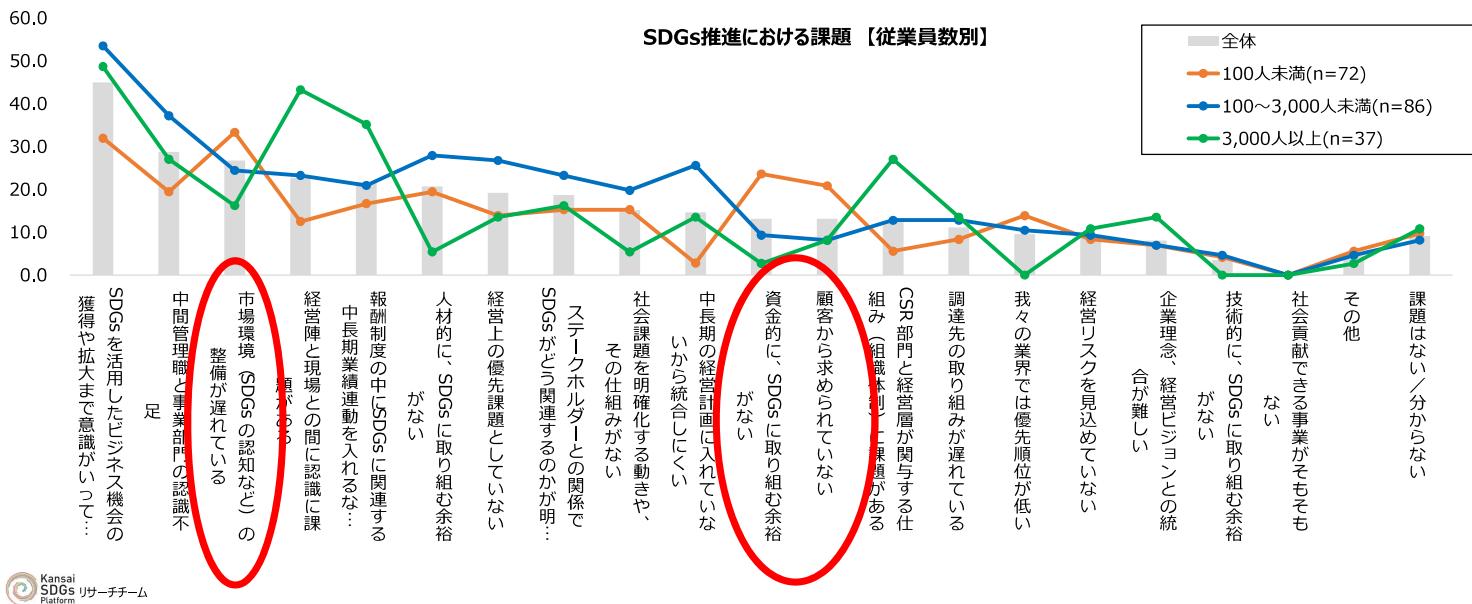
『トピックス②』さらに深堀してみると

SDGsにおける課題は、
「SDGsを活用したビジネス機会の獲得や拡大まで意識がいっていない」が突出して高い。
次いで「中間管理職と事業部門の認識不足」。



『トピックス②』 さらに深堀してみると

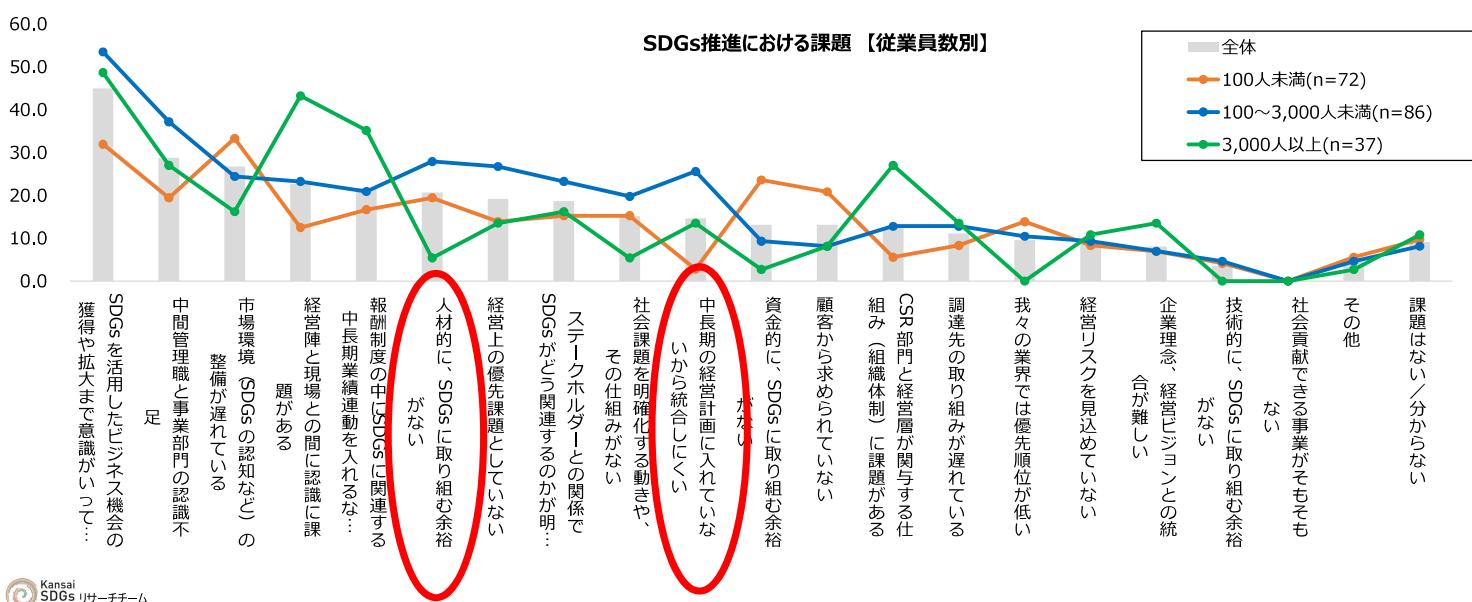
従業員規模の違いによっても課題意識が異なり、
・小規模企業では「そもそもの土台」



Kansai SDGsリサーチチーム

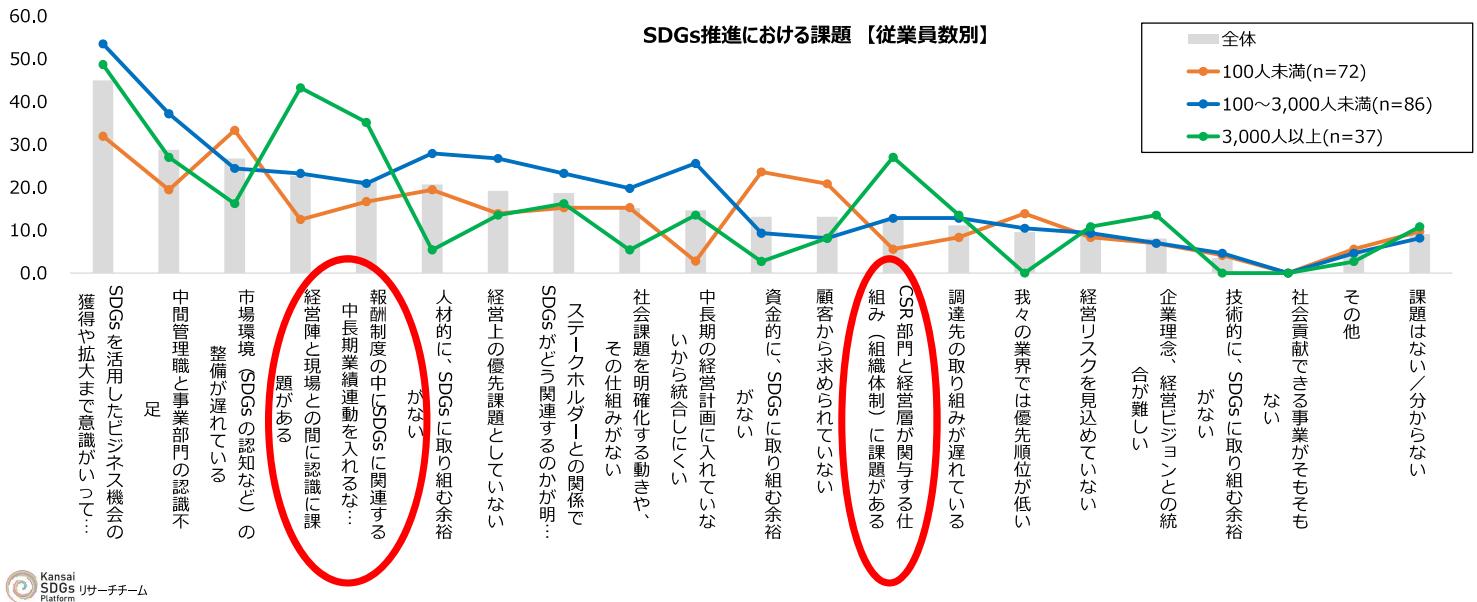
『トピックス②』 さらに深堀してみると

従業員規模の違いによっても課題意識が異なり、
・中規模企業では「マネタイズ」



Kansai SDGsリサーチチーム

従業員規模の違いによっても課題意識が異なり、 ・大規模企業では「体制」



SDGsのメリットは、会社の規模が大きくなるにつれ、強く認識される傾向にあるが、中小企業でも、ブランド向上がメリットとの回答が半数近くも存在。

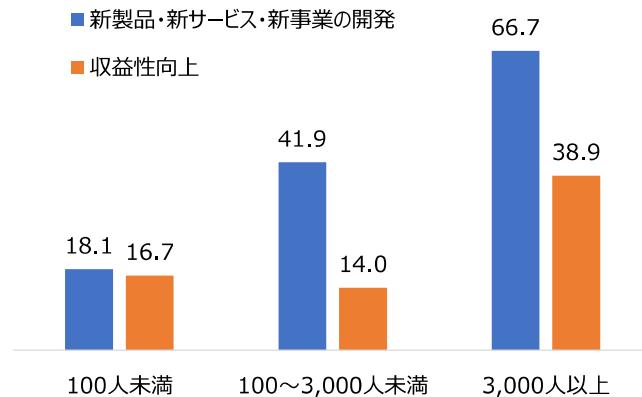
ブランド力の向上、 企業・団体コミュニケーション力の強化



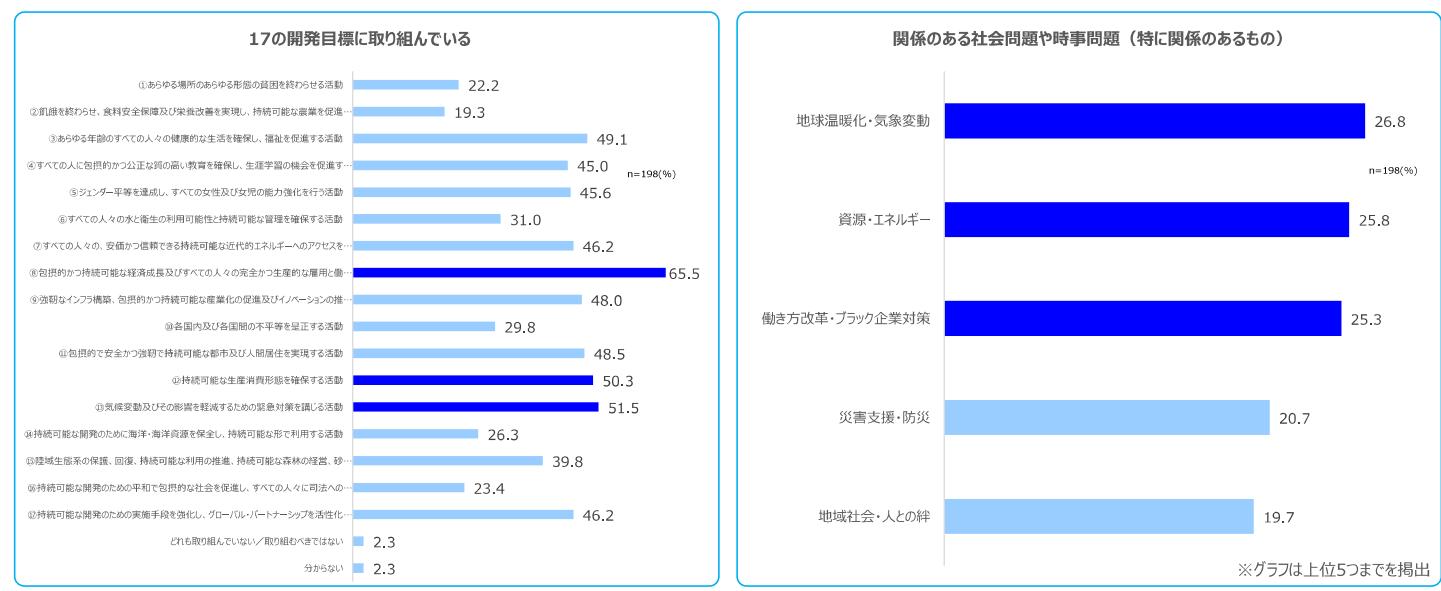
従業員数が

- 100人未満の企業では
「ブランド向上（33.3%）」が最も高く、「地域貢献」「人材の強化」も高い。
- 100～3,000人未満の企業は
「ブランド向上（48.8%）」が最も高く、「顧客満足」「新製品等の開発」も高い。
- 3,000人以上の企業は
「ブランド向上（75.0%）」が最も高く、「ステークホルダー連携」「企業ミッション等の見直し」も高い。

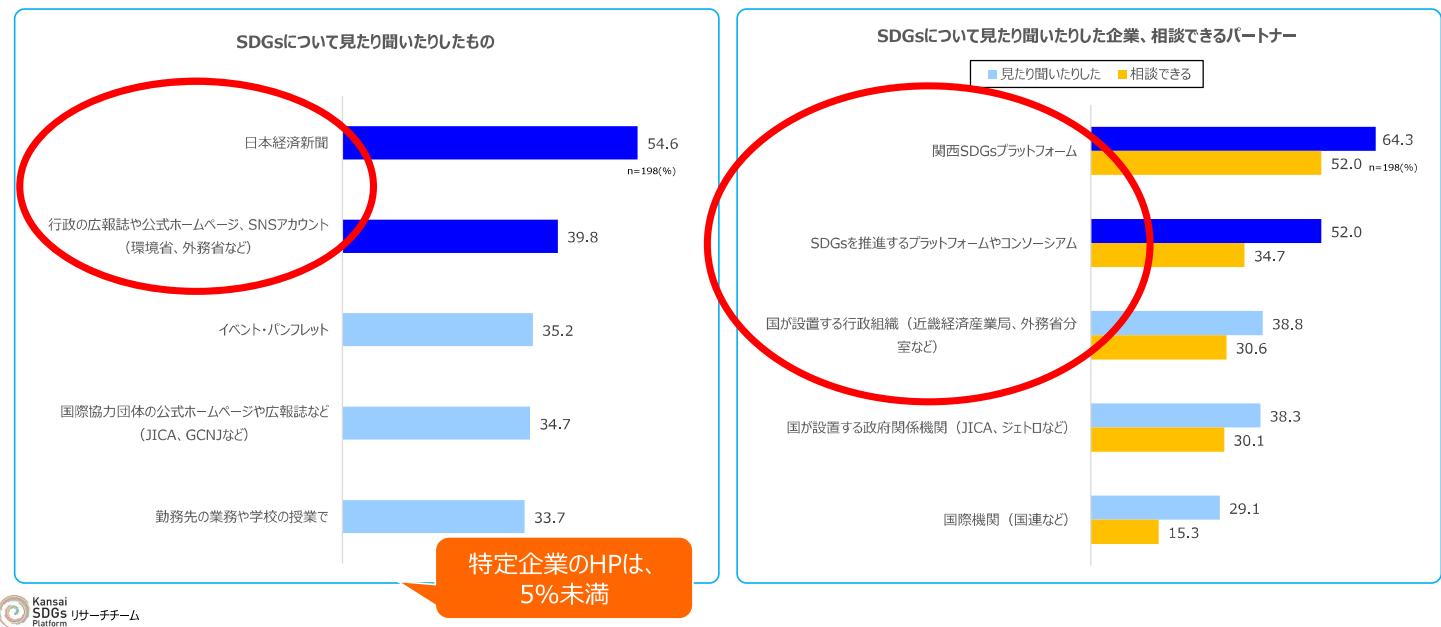
規模の大きな企業ほど「新製品などの開発」への期待が高い一方で
「収益性」については、規模の大きい企業でも時間がかかると認識されている。



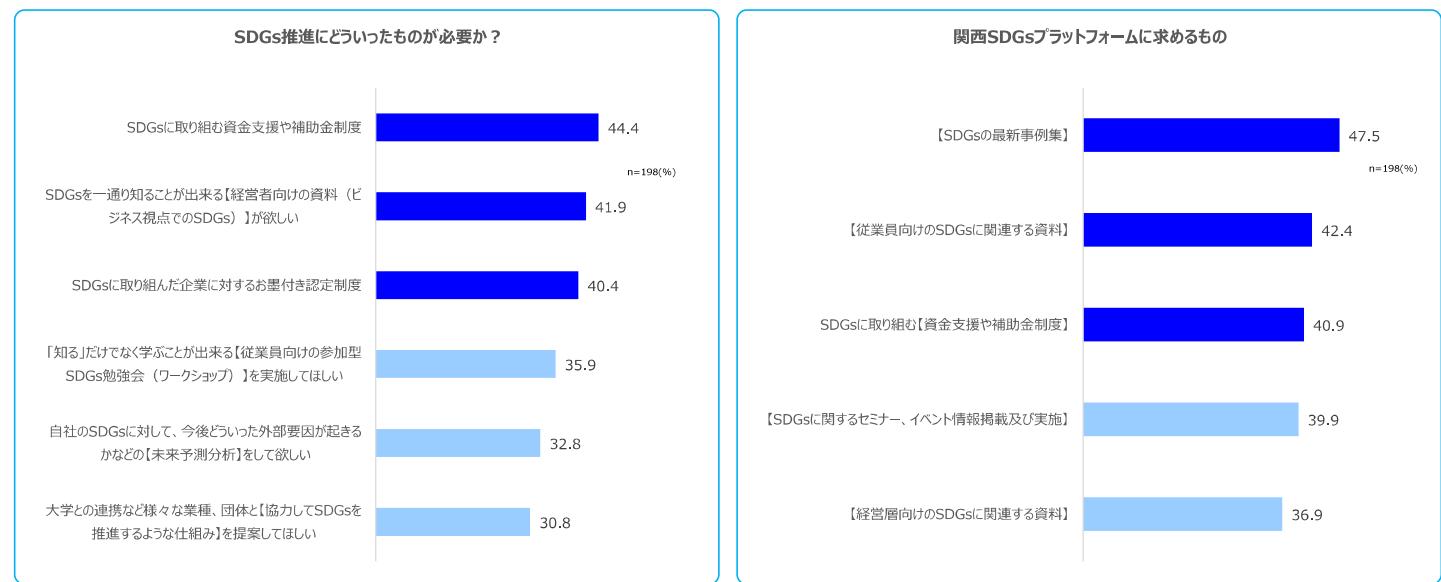
SDGsの取組状況は、右記の3つが特に高い
それらが高い理由は、自社に関係する社会課題として強く認識されているからと推測される



まだ大手企業も含めて情報発信はあまりされておらず、今後の情報発信が課題



SDGsを更に推進していくためには、**・資料などの整備** **・補助金制度** **・お墨付き認定制度** が必要とされている。
自治体や政府機関などが既に提供している制度を活用することもひとつ



トピックス
①

SDGsの内容を深く理解している企業は6割にとどまるが、**一旦理解すると強く意識する**

トピックス
②

SDGsを推進する事で、市場・顧客・地域の信頼獲得・安定化が出来ると認識されており、
自社の経営資源（ヒト・モノ・カネ）を向上させるドライブとなれるかがカギとなっている
※約5割がSDGsを将来のビジネスチャンスとみており、大企業の3分の2が既に「新規事業開発に資する」とみている。

トピックス
③

SDGsの取組状況は、**右記の3つが特に高い**
それらが高い理由は、**自社に関する社会課題として**
強く認識されているからと推測される

トピックス
④

SDGsの情報入手は、行政HPや新聞が多く、**特定企業のHPなどからの情報入手はまだ低い**
つまり、まだ大手企業も含めて情報発信はあまりされておらず、**情報発信が課題である**

トピックス
⑤

SDGsを更に推進するに必要なのは **・資料などの整備（SDGs理解ツール）** **・補助金制度**
(特に経営者からの意向高い) **・お墨付き認定制度** (経営者からの意向高い)

「**SDGsの考え方**に自分たちのやりたいことをはめる」と発信力が強くなる」

「社内規則・ルールは**SDGs視点で作る**と優秀な人材が自然と集まる」

「条件(給料)で採用決める優秀人材は、条件で去っていく。」

理念(SDGs)で来る優秀人材は流出しない

「社会課題**(SDGs)**は、人々のニーズ」

「シェアの奪い合いではなく、**新しい価値観で新しい需要を作る**ことができる」

「企業理念を見るよりSDGsの取り組みを見たほうが**企業の素顔が見えてくる**」

「SDGsは**旧来型の社内体制・制度を変えなければ**スピーディに実現できない」

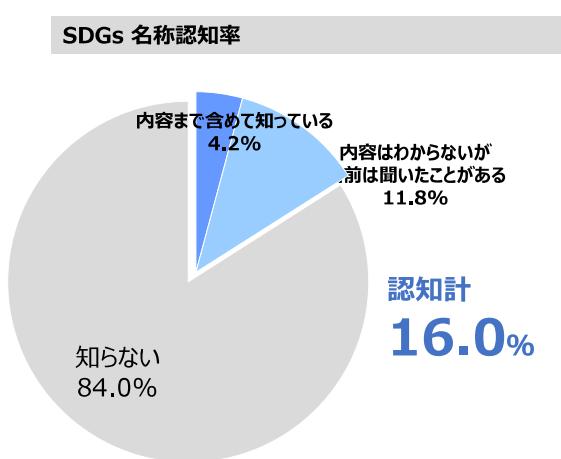
「社内の**若者世代を巻き込む**ことがカギ」

生活者調査抜粹

株式会社電通「第二回生活者調査」
全国47都道府県 インターネット調査 19年2月実施 6,580ss

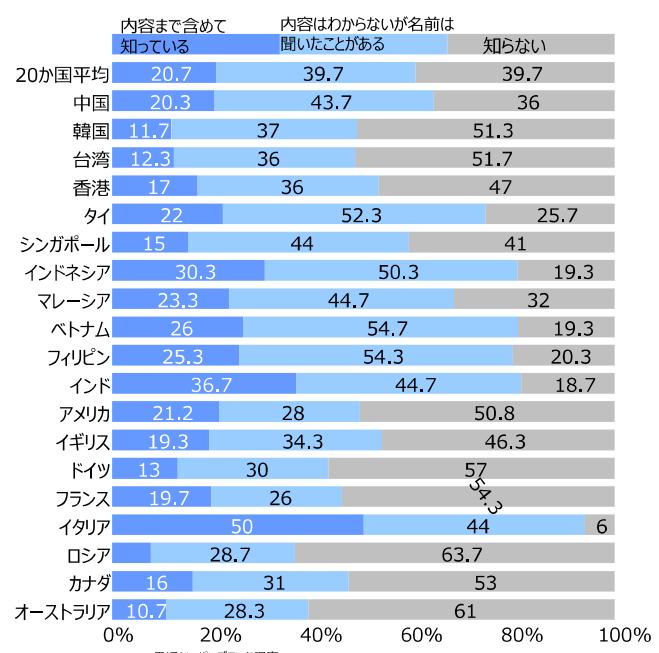
第2回SDGsに関する生活者調査より（2019電通）

日本でのSDGs名称認知率は16.0%で、
前年とほぼ変わらず、他国と比較すると低い傾向。



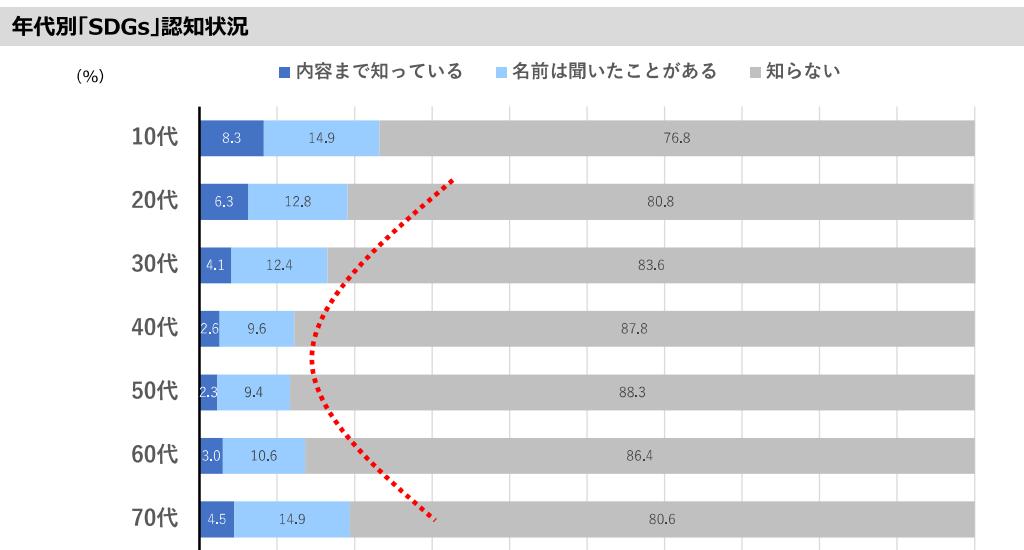
第1回電通SDGs生活者調査
対象エリア：全国 対象者条件：10-70代男女 サンプル数1400 （ウェイトバックなし）
調査手法 インターネット調査 調査期間2018年2月

参考：電通ジャパンブランド調査 SDGs認知率

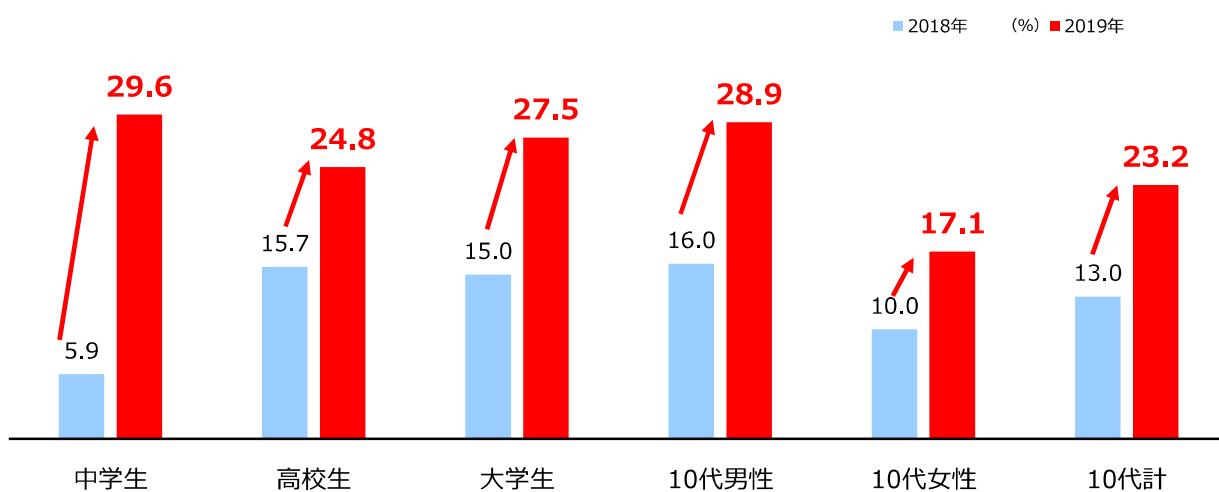


電通ジャパンブランド調査
20か国・地域の20～59歳男女の中高所得者以上を対象
(計6,600サンプル) にしたインターネット調査。2018年12月に実施

一方で、働き盛り世代は依然としてSDGsへの関心が薄め。
40代、50代が少なく認知状況は曲線を描く。

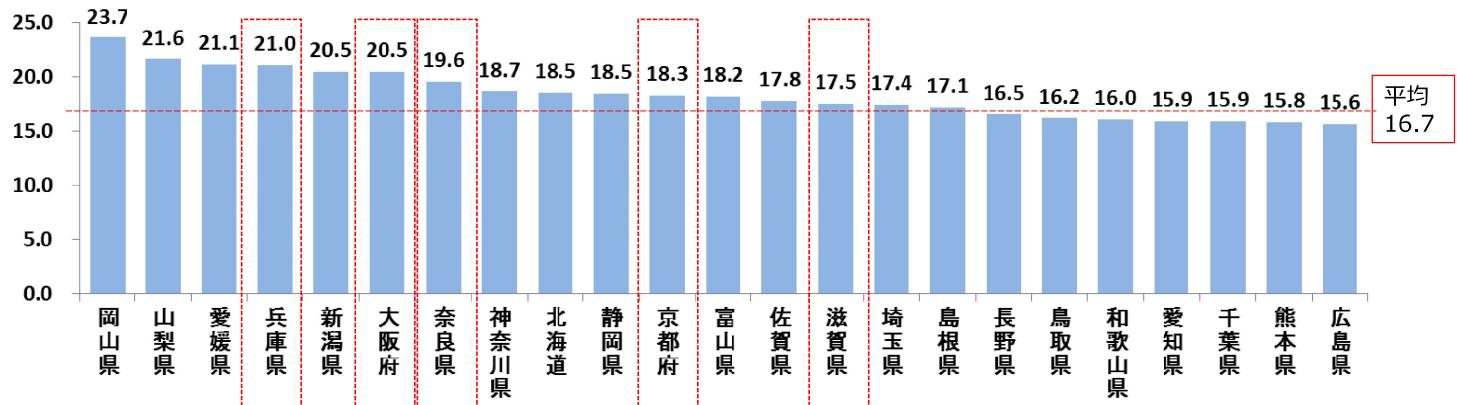


認知率がアップしたのは10代のみ。
学校教育は確実に浸透。10代の間で急速に普及。



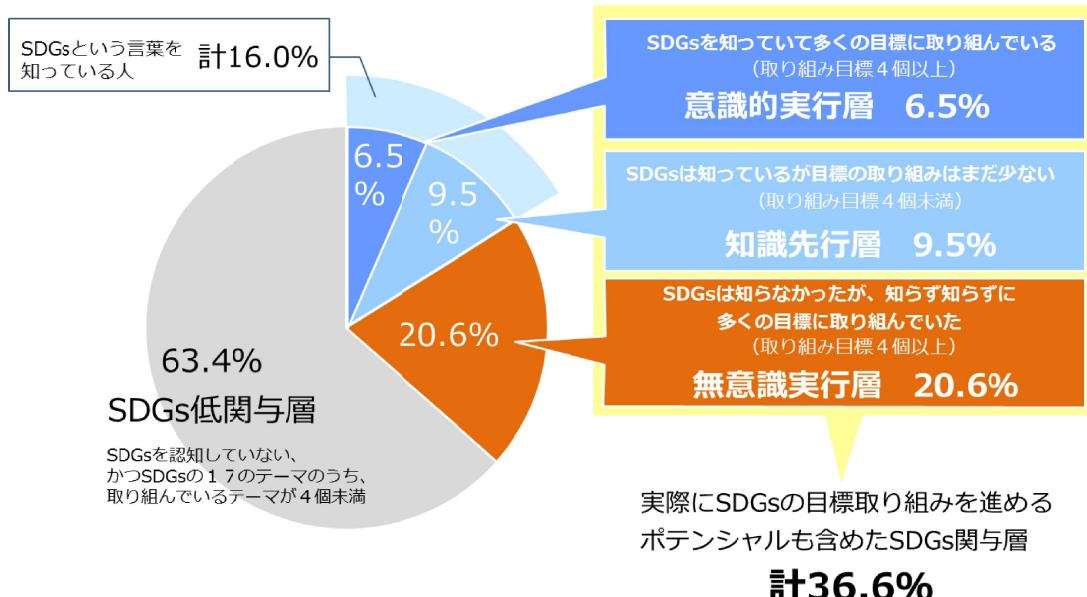
認知率20%を超えた都道府県

「新潟県」「山梨県」「大阪府」「兵庫県」「岡山県」「愛媛県」



出典：第2回SDGsに関する生活者調査（2019年2月）

しかし、認知有無に関わらず、
SDGsに関連する取り組みを何かしら実践している人は約4割存在する。

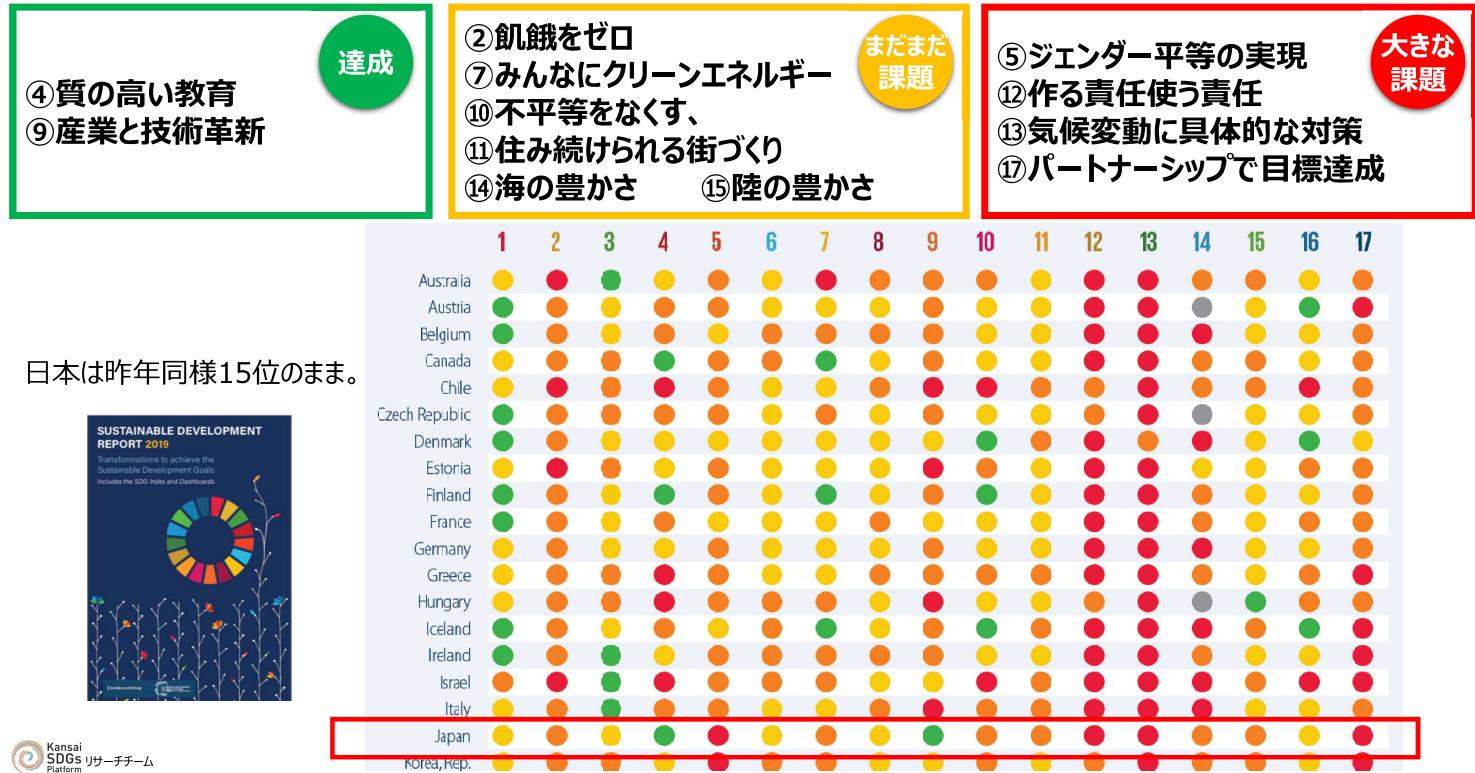


**SDGs認知が高まり、意識が顕在化すれば
より明確なアクション（消費の基準のひとつ）につながる可能性が高い！**

順位	SDGsを知って、今後の考え方や行い	(%) 全国平均
1位	これから（これからも）SDGsに関係あるような企業の商品やサービスを選んでいきたい	36.9
2位	これから（これからも）SDGsに関係あるようなことを個人的に実践していきたい	31.6
3位	これから（これからも）SDGsの考え方をほかの人にも伝えるようにしたい	19.8
4位	これから（これからも）SDGsに関係があるような自治体に住みたい、もしくは何かしらの支援をしたい	12.5

日本の達成具合

日本の課題～SDGsインデックス＆ダッシュボード2019～



2025年 大阪・関西万博 開催決定！

- 開催期間：2025年5月3日(土)～11月3日(月) 185日間
- 開催場所：大阪 夢洲(ゆめしま)
- 会場面積：155ha
- 想定来場者数：約2,800万人
- 経済波及効果(試算値)：約2兆円



メインテーマ

いのち輝く未来社会のデザイン “Designing Future Society for Our Lives”



Kansai
SDGs リサーチチーム

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



2025年 大阪・関西万博が目指すもの

大阪・関西万博が
めざすもの

- ① 国連が掲げる持続可能な開発目標(SDGs)が達成される社会
- ② 日本の国家戦略Society5.0の実現

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



<経団連 横原前会長 談>

「Society 5.0」とは、IoT、AI、ロボット、Big Dataなどの革新技術を最大限活用することによって、人々の暮らしや社会全体が最適化された未来社会の実現を目指すものです。私たちが目指すこの未来社会とは、健康・医療、農業・食料、環境・気候変動、エネルギー、安全・防災、人やジェンダーの平等など、グローバルな課題を解決した姿。

Kansai
SDGs リサーチチーム

2025年 大阪・関西万博 コンセプト

コンセプト

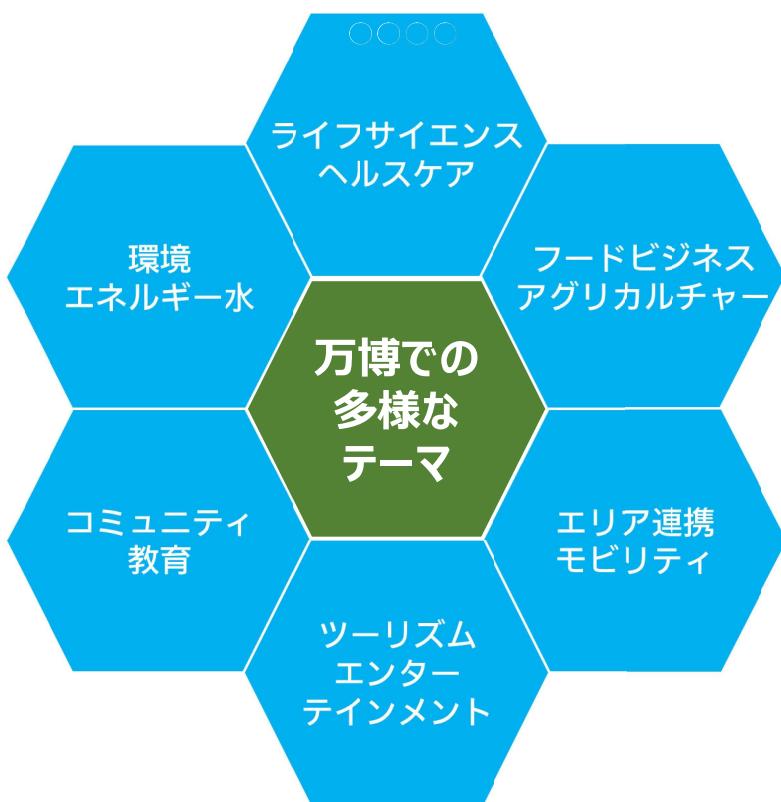
重要!!

未来社会の実験場 People's Living Lab

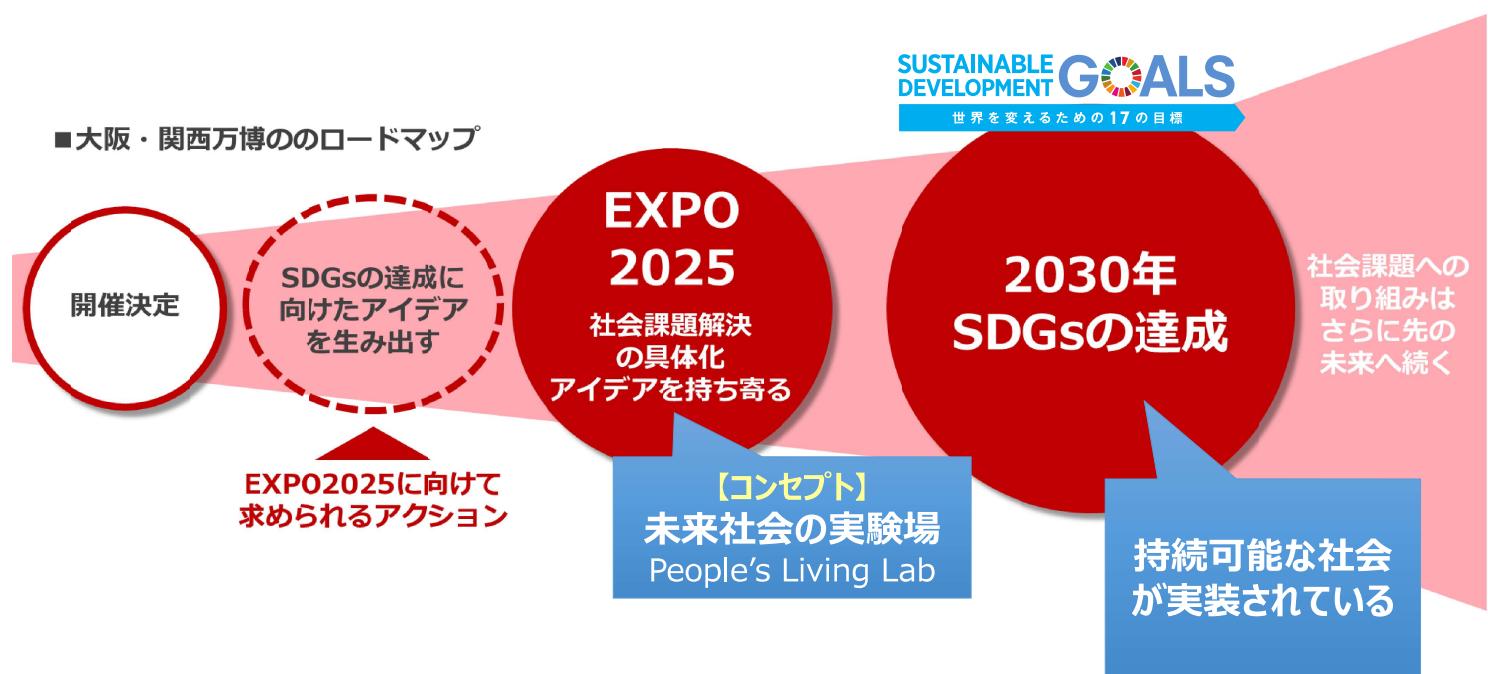
- 展示を見るだけでなく、世界80億人がアイデアを交換し、未来社会を「共創」(co-create)。
- 開催前から、世界中の課題やソリューションを共有できるオンラインプラットフォームを立ち上げ。
- 人類共通の課題解決に向け、先端技術など世界の英知を集め、新たなアイデアを創造・発信。

「見せる・見る万博」から「参加する・関わる（共創する）万博」へ
**EXPO2025はオープンイノベーション
を創発する“機会”と“場”**

Kansai
SDGs リサーチチーム
Platform



Kansai
SDGs リサーチチーム
Platform



2030年のありたき姿 を実現するための活動。

SDGsは、待ったなし！出来る事から始めることも大切。
今日から何を始めますか？