

<調査報告>

## SDGsに関する意識調査報告 —宮城学院女子大学学生のアンケートから—

佐藤 千洋

1. 調査の背景と目的
2. 調査の概要
3. 調査結果
4. まとめ

### 1. 調査の背景と目的

小中高の多くでは、SDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）をテーマとした探究学習が進められている。環境、社会、経済に関わる課題で構成された17の目標に触れ、自ら学びを深めることは、社会の仕組みを理解することにもつながる。今や多くの企業が持続的な発展に向けてSDGsへの積極的な取り組みを見せる中で、これらの探求学習を通じて学生時代にSDGsに関連する知識を身に着けることは必然のことであり、将来就業した際に役立つといったメリットがある。

SDGsへの理解度を高めた学生が多くなる一方で、企業のSDGsの取り組みは、就活生の企業選びにどのような影響を及ぼすのだろうか。

株式会社学情が2023年3月卒業（修了）予定の大学生・大学院生を対象に行ったアンケート<sup>1</sup>によれば、「就職活動において、企業がSDGsに取り組んでいることを知ると志望度が上がりますか？」という問いに対して、「志望度が上がる」と回答した学生が34.9%、「どちらかと言えば志望度が上がる」と回答した学生が39.0%となった。7割以上の学生がSDGsに取り組んでいることを知ることによって「志望度が上がる」と回答しており、就活生は企業のSDGsへの取り組みをプラスに捉えていることが分る。

さらに、企業を対象とした別の調査では、SDGsに関する取り組みを「行っている」（33.0%）、「今後行う予定である」（26.5%）と回答した企業に、その理由を聞いたところ、「人材の採用につながるから」（40.8%）が、「ブランディングの効果があるから」（62.4%）、「ステークホル

---

<sup>1</sup> 株式会社学情：あさがくナビ、<https://ferret-one.akamaized.net/files/610b54f3ad7b89319ef350ef/210806-navienq.pdf?utime=1628132595>, 2022.8.29

ダーからの評価が高まるから」(58.0%)に続く3位にランキングされており、優秀な人材の獲得を期待してSDGsに取り組んでいる企業も多いことが分かる<sup>2</sup>。

これらの社会的背景を踏まえ、宮城学院女子大学（以下、本学とする。）の学生がSDGsについてどのような意識を持っているのか、また、企業のSDGs活動をどのように理解し、どのような期待を持っているのかについて、昨年度に引き続き調査を行った。調査内容は昨年度とほぼ同じであるが、今年度はさらに企業のSDGsの取り組みが、就職活動に与える影響についても調査項目に加えている。

なお、本調査報告は、本学現代ビジネス学部佐藤千洋ゼミナールに所属する2、3年生18名とともに行ったアンケート調査をまとめたものである。

## 2. 調査の概要

本学に通う学生のSDGsに関する意識を把握するために、Googleフォームによるアンケート調査を実施し、291人から回答を得た。実施時期は、2022年7月14日（木）～7月28日（木）である。図1および図2は、回答者の属性を示したものである。

回答者は、学芸学部が約4割と一番多く、教育学部、現代ビジネス学部がともに約2割を占めている。学年別でみると、1～3年生の回答がまんべんなく得られているものの、4年生の回答が少なかった。昨年度の調査では、つながりの強い現代ビジネス学部の回答が全体の約8割を占めていたが、今回は調査方法がGoogleフォームということもあり、学部にも偏ることなくバランス良い回答を得ることができた。

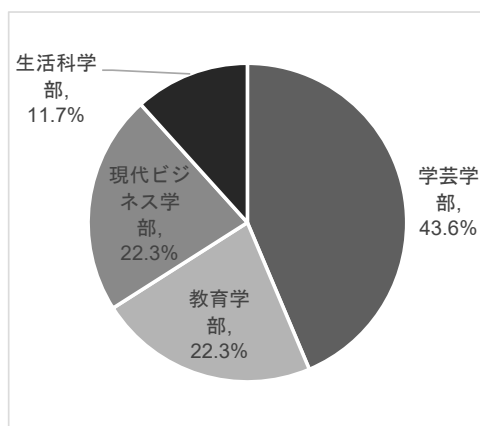


図1 学部別

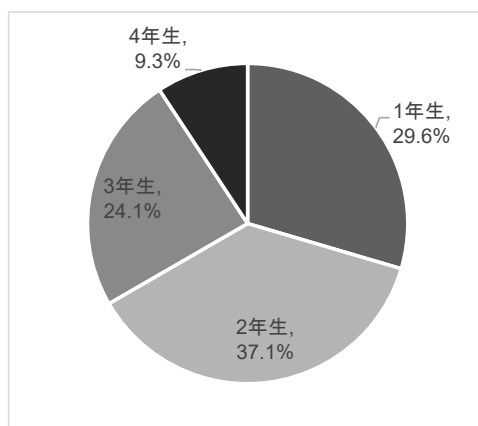


図2 学年別

<sup>2</sup> 日本の人事部：SDGs, <https://jinjibu.jp/article/detl/hakusho/2580/>, 2022.8.29

### 3. 調査結果

設問ごとに集計を行い、昨年度と同一の設問については調査結果の比較を行った。

#### Q1.SDGs 認知度

「Q1：あなたはSDGsという言葉を目にしたことがありますか」という問いに対しては、約98%の学生が目にしたことがあると回答しており、昨年度の調査より約8%上昇した（図3参照）。

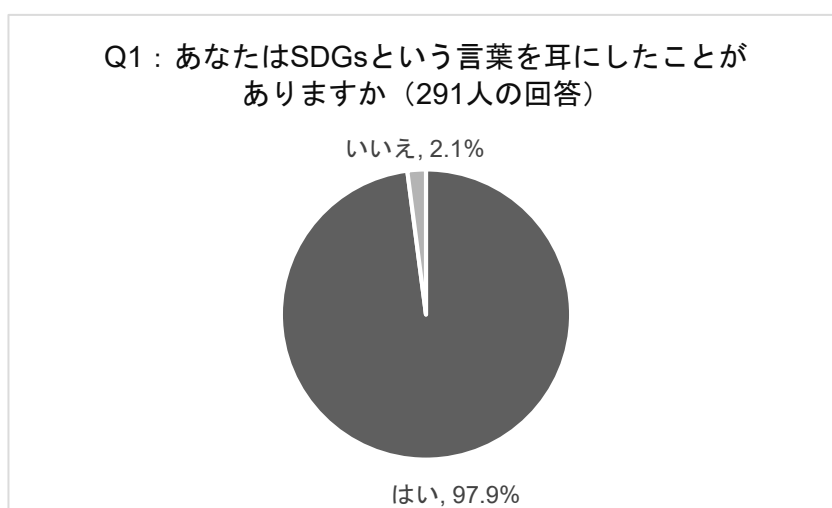


図3 SDGs 認知度

#### Q2：媒体

「Q2：SDGsをどこで知りましたか（3つまで選択可）」という問いに対しては、「テレビ番組・ニュース」で知った学生が最も多く、昨年度とほぼ同様の結果となった。SDGsに関しては、昨年度にも増して、テレビ番組やニュースで取り上げられることが多く、SDGs認知の有効な媒体となっている。

次いで、「小中高の授業」が多く、昨年度の調査結果（23%）より6.2%上昇した。SDGsについて小中高の探求学習でも取り上げる頻度が増し、大学入学前に学習の機会が増えていることが要因として考えられる。

今年度の調査より回答に「企業の取り組み」を加えたが、こちらも4.2%と高い結果を示した一方で、新聞、書籍、雑誌等の紙媒体からの認知度は減少している（図4参照）。

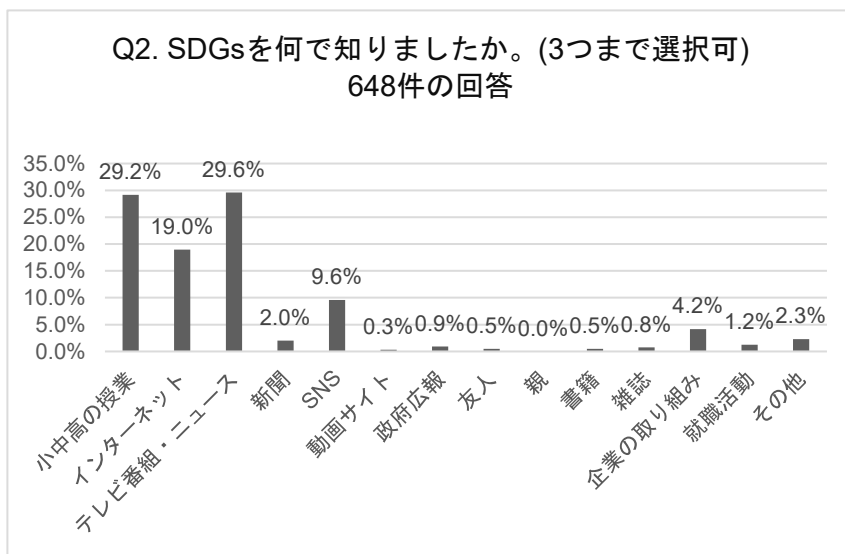


図4 媒体

**Q3：耳にしたことがある目標**

「Q3：SDGsの17の目標のうち、耳にしたことがある目標を教えてください（3つまで選択可）」という問いに対しては、昨年同様、「目標1：貧困をなくそう」が一番多く、次に「目標5：ジェンダー平等を実現しよう」の順となった。一方、最も回答数が少なかったのが「目標9：産業と技術革新の基盤をつくろう」で、昨年と同様の結果となった。

昨年度では、それぞれの目標についてまんべんなく知っているという傾向が見られたが、今年度は貧困の解消、ジェンダー平等など、いくつかの目標に集中している。これは、他の目標が漠然としていてつかみどころがないところも起因していると考えられる（図5参照）。

**Q4：大切（関心がある）だと思う目標**

SDGsの17の目標について、「大切（関心がある）だと思う目標を教えてください（3つまで選択可）」という質問に対して、「目標5：ジェンダー平等を実現しよう」、次いで「目標1：貧困をなくそう」、「目標10：人や国の不平等をなくそう」、「目標16：平和と公正をすべての人に」などの目標が上位を占めているが、昨年度と同様に、「平等」、「公正」という文言が入った目標に対して関心を示していることが分かる。

一方、「目標9：産業と技術革新の基盤をつくろう」、「目標7：エネルギーをみんなにそしてクリーンに」、「目標15：陸の豊かさを守ろう」は、関心が薄い目標となっており、これらの数値は昨年よりさらに少なくなっている。回答者の学部によるところもあるのかもしれないが、興味がある目標と興味の薄い目標との差が大きくなっていることが伺われる（図6参照）。

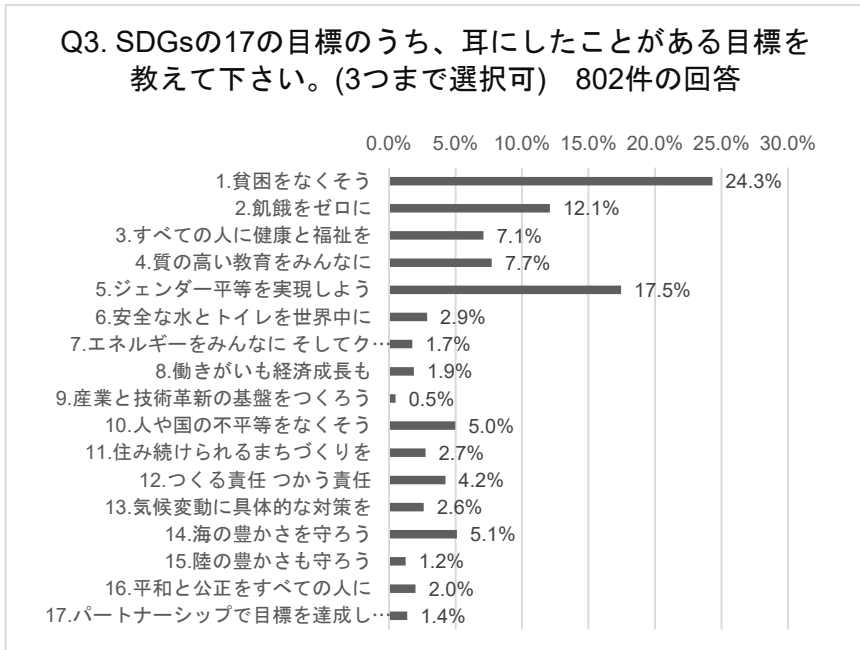


図5 耳にしたことがある目標

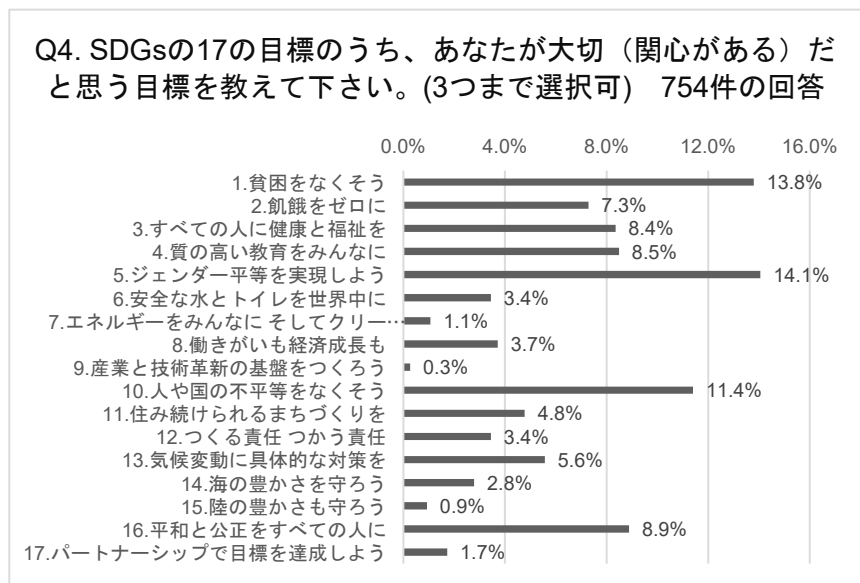


図6 大切（関心がある）だと思う目標

#### Q5：誰が積極的に取り組むべきか

「Q5：SDGsについて、「誰が積極的に取り組むべき」だと思いますか（3つまで選択可）」という問いに対しては、昨年同様、「国・自治体」と回答した学生が最も多かったが、中には目標のテーマが壮大なものもあり、SDGsの取り組みは国・自治体レベルでなければ達成が難しいと判断しての回答と推測される。

顕著な傾向として、昨年度の調査では「企業」と回答した学生が15%だったのに対して、本年度は20.6%と増加している。一方、NPOが8%から5.1%に低下するなど、企業のSDGsへの取り組みへの期待は大きくなっていると考えられる（図7参照）。

#### Q6：取り組んでいること<sup>3</sup>

「Q6：SDGs達成のためにあなたが取り組んでいるものはありますか（複数選択可）」という問いに対しては、昨年同様「エコバッグ・マイボトルなど」が最も多く、次いで「食べ残しをしない」、「ポイ捨てをしない」の順であった。昨年度の「Q8：普段の生活の中でSDGsを意識して取り組めそうな“ちょっとしたこと”のアイデアを教えてください（自由記述）」という設問に対して回答の多かった、「ゴミを減らす」、「リサイクル」、「ポイ捨てしない」、「差別をしない」を今回の選択肢に入れたが、「ポイ捨てしない」（昨年5%）、「差別をしない」（昨年4%）への積極的な取り組みが見られる。また、昨年同様「フェアトレード」、「オーガニック商品」に取り組んでいる学生が少ないという結果になった（図8参照）。

#### Q7：企業に取り組んで欲しい目標

「Q7：企業に取り組んで欲しいSDGsの目標は何ですか（3つまで選択可）」という問いに対しては、昨年同様「目標8：働きがいも経済成長も」が一番多く、次いで「目標5：ジェンダー平等を実現しよう」、「目標12：つくる責任つかう責任」となった。「目標8：働きがいも経済成長も」、「目標5：ジェンダー平等を実現しよう」は、持続可能で働きがいのある雇用を求める現れであり、働き方におけるジェンダーバランスやジェンダー平等が重要視されていることが伺われる（図9参照）。

---

<sup>3</sup> 昨年度の調査では、「Q7：SDGs達成のためにあなたが取り組んでいるものはありますか（複数選択可）」、「Q8：普段の生活の中でSDGsを意識して取り組めそうな“ちょっとしたこと”のアイデアを教えてください（自由記述）」と別々な設問としていたが、回答が重複するところもあったため、今年度からはこれらを合わせて「Q6：SDGs達成のためにあなたが取り組んでいるものはありますか（3つまで選択可）」とした。

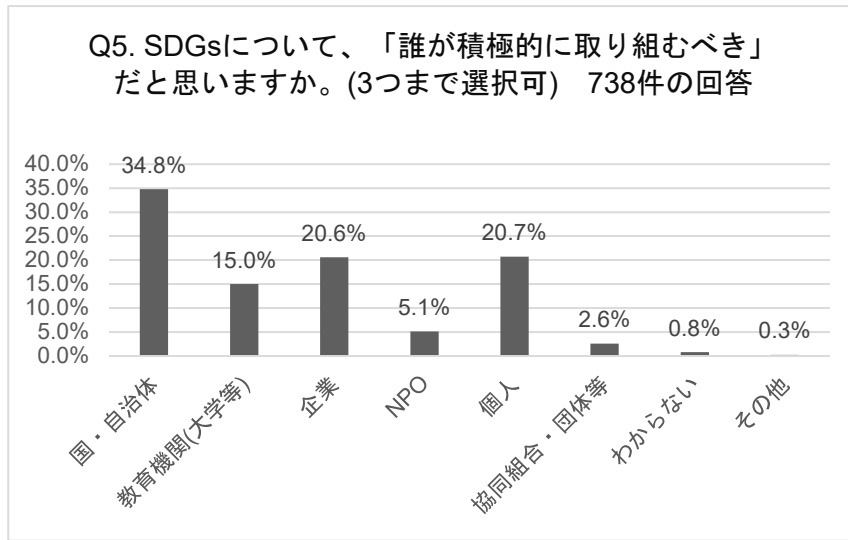


図7 誰が積極的に取り組むべきか

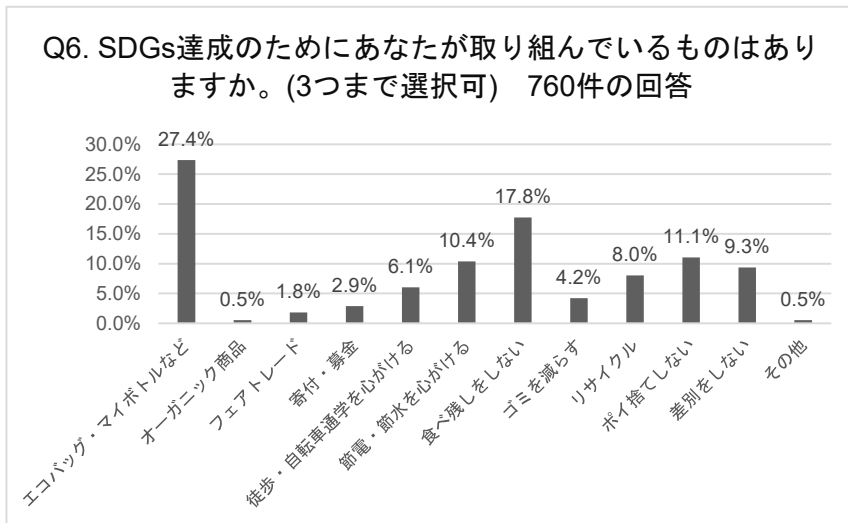


図8 取り組んでいること

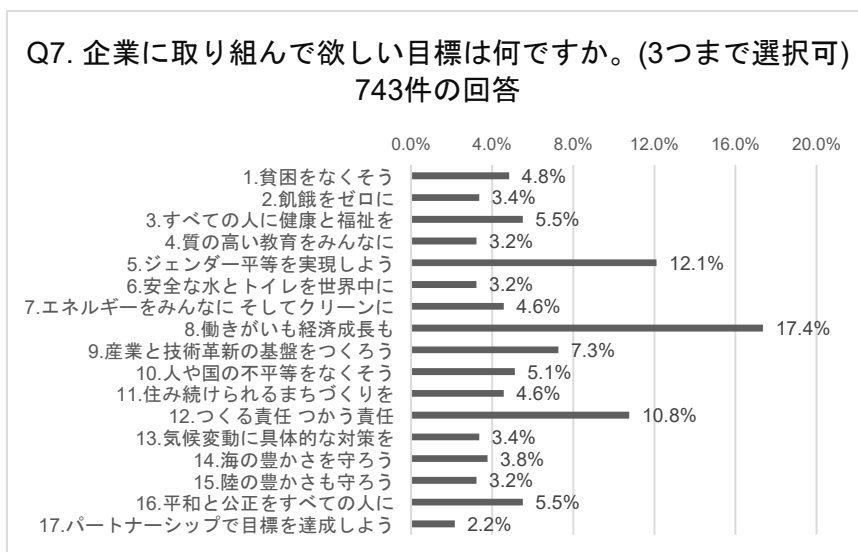


図9 企業に取り組んで欲しい目標

#### Q8：企業の取り組みについての認知手段

「Q8：企業が行っているSDGsの取り組みについてどのようにして知りましたか（3つまで選択可）」という問いに対しては、昨年度の調査では選択肢に「広告（チラシ、CM含む）」を設けていたが、この選択肢と「企業が直接発信する情報」の区別がつきにくいことから、今年度からは「企業が直接発信する情報（企業広告を含む）」とした。

昨年同様、「番組や記事などのメディア（新聞、テレビ、ウェブニュース、雑誌など）」が多く、次いで「企業が直接発信する情報（企業広告を含む）」の順となっている。

また、昨年度と比較して様々な媒体から情報を得ており、情報収集の方法が広がりを見せていることが分かる（図10参照）。

以降、今年度から新たに追加した設問である。

#### Q9：SDGsに積極的に取り組んでいる企業

「Q9：SDGsに積極的に取り組んでいると思われる企業を教えてください。（自由記述、3社まで）」という問いに対しては、ユニクロを展開するファーストリテイリングが1位、2位がトヨタ自動車、3位がスターバックスコーヒーとなった<sup>4</sup>（図11参照）。

ユニクロは、企業広告の中で「服のチカラを、社会のチカラに。」と訴え、服のチカラを通

<sup>4</sup>「その他」、「わからない」を除く。



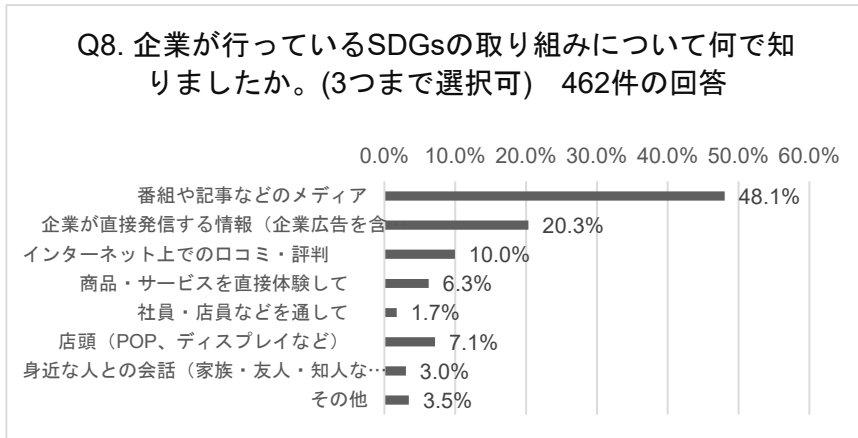


図10 企業の取り組みについての認知手段

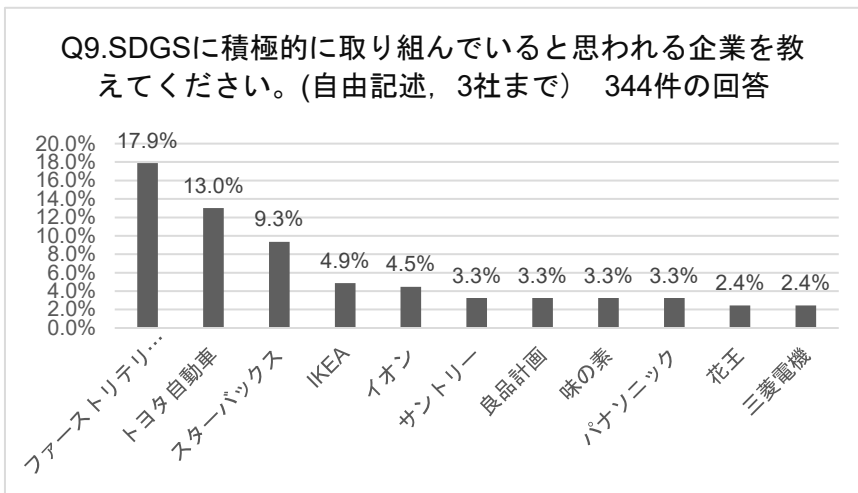


図11 SDGsに積極的に取り組んでいる企業

して社会との調和と、持続的な発展を目指し、事業を通じた社会課題の解決に取り組んでいることをアピールしている。例えば、世界中で使用しなくなったユニクロのダウン商品を回収し、最新のアイテムへ進めていくダウンリサイクルをはじめ、販売後の商品についても、全商品を回収しリサイクル、リユースする取り組み「RE.UNIQLO」（リユニクロ）を進めており、このような自社の商品に対する責任ある取り組みが若者に支持された結果と言える。

2位のトヨタ自動車については、株式会社ブランド総合研究所が公表した「企業版 SDGs 調査 2022」においても、SDGsの取り組みを消費者に最も評価された企業として位置づけられている。電気自動車や燃料電池車の開発に力を入れる等、顧客の環境ニーズに対応することでカーボンニュートラルの実現を目指している。さらに、車の製造過程においても、2035年の「生産現場におけるカーボンニュートラル達成」を目指し、生産工場のCO2排出削減に向けて、再生可能エネルギーの活用、IoTやAIを活用した先進技術などを駆使した取り組みを進めている。

3位のスターバックスでは、国内店舗で、使い捨てのプラスチック製のストローから、FSC® 認証紙ストローでの提供の開始を2020年1月より段階的にスタートさせ、2021年からはシリコン製の「MYストロー」を販売する等、プラスチック問題解決に向けた取り組みを積極的に行っている。さらに、マイカップ・マイタンブラーの推進等、日々の取り組みが評価された結果と言える。

#### Q10：就活への影響

「Q9：企業のSDGsへの取り組みは、就活の企業選びに影響しますか。（自由記述）」という問いに対しては、「迷ったときの比較材料」が約6割と最も多く、次に「影響する」と回答した学生が約25%を占めた（図12参照）。8割以上の学生が何かしらの影響があると回答しており、「影響する」と回答した主な理由として、「SDGsという世界的な目標に取り組んでいるか否かから、会社の柔軟性やスピード感が分かる」、「SDGsに取り組まない企業は、時代の波に乗り遅れ社会から取り残されると思うから」、「高い目標を求められても、それを達成できる体力があると判断でき、余裕のある企業だと判断できる」、「国で目標としているものを何か一つでも達成できるよう取り組んでいる企業が望ましいと感じる」等が挙げられる。

「迷ったときの比較材料」と回答した主な理由として、「最重要要素とまでは言えないが、これからの社会でSDGsはさらに重要視されていくべき項目だと感じる。積極的に取り組んでいる企業は魅力的に思う」、「やらないよりはやった方がいいが、それが優先順位1番にはならない」、「直接的には就活に影響しないが、SDGsに取り組んでいない企業より取り組んでいる企業の方が印象が良く感じるため、迷った時には取り組んでいる企業を選ぶと思った」等が挙げられる。

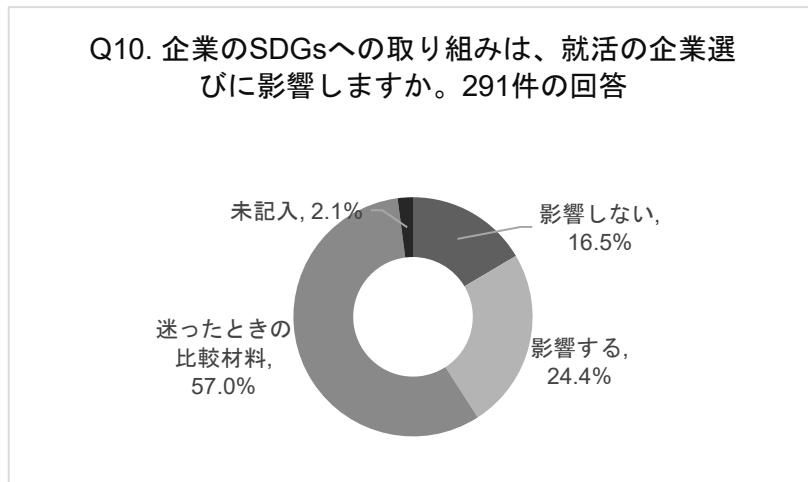


図12 就活への影響

「影響しない」と回答した主な理由は、「SDGsに取り組むことは大切だが、就活の企業選びの際に、自分がやりたいことができる企業を選択すると思うため、影響はしない」、「企業は自分のやりたいこと、好きなことで選びたい」、「給料や職場の雰囲気が第一優先となるため」等が挙げられる。

#### 4. まとめ

本調査は、現代ビジネス学部佐藤千洋ゼミナールの「ビジネス研究演習」の一環として、本学学生を対象に行ったSDGsに関する意識調査（回答者数291人）の結果をまとめたものである。

昨年度の調査結果と比較すると、目標達成に向けた企業に対する期待の大きさが伺えた。

また、今年度新たに加えた設問では、SDGsに積極的に取り組んでいると思われる企業には知名度の高い大手企業が名を連ねる結果となり、企業のSDGsへの取り組みが就活に何らかの影響を与えていると回答している学生が約8割を占めた。SDGsに積極的に取り組んでいると思われる企業の多くは、自社製品そのもの、あるいはCM、メディア等で自社のSDGsに対する取り組みを積極的に訴求することで、自ずと認知度も高くなり、消費者に与えるインパクトも大きくなる。身近なものに影響されやすいという消費者特性を考えると、これらのツールを活用し自社のSDGsへの取り組みを訴求できる機会の多い企業ほど、就活生に与える影響は大きくなることから、今後は大手に限らず中小企業もSDGsに対する積極的な取り組みをアピールしていかなければ、優秀な人材の確保や定着はより難しくなるであろう。

本調査は、宮学生を対象に行った SDGs 意識調査の結果を迅速に報告するためにまとめたものであり、今後も調査を重ね本学学生の意識の経年変化を調査していく予定である。

**【謝辞】**

この報告書を作成するにあたり、アンケート調査にご協力いただきました皆さまには心より感謝申し上げます。

参考 Web サイト

トヨタ自動車株式会社, <https://toyota.jp/index.html>

スターバックス コーヒー ジャパン株式会社, <https://www.starbucks.co.jp/>

**SDGs Awareness Survey**  
**—From a Questionnaire Survey of Students at Miyagi Gakuin**  
**Women’s University—**

SATO Chihiro

This study is an analysis of a survey on the awareness of sustainable development goals (SDGs) among students at Miyagi Gakuin Women’s University. It attempts to investigate how this generation perceives corporate SDGs initiatives and their expectations as of the last fiscal year. This year, it attempts to investigate further whether companies’ SDGs initiatives influenced students’ choices of companies in their job searches.

The survey deduced that awareness of the SDGs was high, with 98% of students (8% higher than previous year) responding that they had heard of the SDGs.

Regarding which goals they considered to be important (or were interested in), the most common were “Goal 5: Achieve gender equality,” “Goal 1: End poverty,” and “Goal 10: Reduce inequality within and among countries,” just as the previous year, indicating that there was a high level of interest in goals focused on “equality” and “fairness.”

Simultaneously, the goals with the least interest included “Goal 9: Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation,” and “Goal 7: Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all,” indicating that there was a low level of interest in the areas of science and technology, just as previous year, as epitomized by the terms “industry,” “technological innovation,” and “energy.”

The result in response to the question of who should be actively engaged with respect to the SDGs was the same as the last fiscal year, with “national and local governments” garnering the greatest number of responses, followed by individuals. However, while 15% of the students responded “companies” in the last fiscal year’s survey, this rose to 20.6% in this year’s survey, meaning that companies are now expected to take a more proactive effort in terms of contributing to the SDGs.

With respect to the goals companies should strive toward, the top-ranked responses were the same as those of last year: “Goal 8: Meaningful work, as well as economic growth,” followed by “Goal 5: Try to achieve gender equality.”

In response to the question of which companies are considered proactively working on the SDGs, Uniqlo founder Fast-Retailing, the Toyota Motor Corporation, and Starbucks Coffee were ranked high. These companies were admired for their initiatives to recycle and reuse products, for developing technology that responds to the environmental needs of customers, for initiatives aimed at resolving the plastics problem, and for other initiatives that consumers can easily comprehend.

The most frequent response to the question of whether companies' SDG initiatives influence students' choices of companies in their job searches, at approximately 60%, was "it is a judgment factor when making decisions," followed by "it is an influence," at 25%. With more than 80% of students responding that such initiatives have some degree of influence, companies' SDG initiatives can be conjectured to be viewed as a positive factor.