

2025 年 9 月 11 日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

【生活者 3 千人への意識調査】SDGs の達成期限 2030 年まであと 5 年 「2030 年以降も目標の内容を見直して継続すべき」が半数以上 目標を継続する場合に、最も重視すべき社会課題は「平和」

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、生活者 3 千人に対して、SDGs に関する意識調査を行いましたので、ご報告します。SDGs の達成期限である 2030 年まで 5 年に迫る中、生活者が SDGs をどう捉えているか、またポスト SDGs として重視する社会課題などを聴取しました。

【主な調査結果】

- **SDGs が「2030 年までの目標」であることの認知度**
 - ・ 2030 年までの目標であることを「知らない」が最多で 61.0%
- **2030 年までの SDGs の達成に関する認識**
 - ・ 2030 年までの SDGs の目標達成について「一部は達成されると思う」が最多で 45.6%
- **2030 年以降、SDGs のような世界的な枠組みの在り方をどうすべきだと思うか**
 - ・ 「目標の内容を見直して継続すべき」が最多で 55.7%
- **2030 年以降、SDGs のような世界的な枠組みの在り方を継続する場合、どの社会課題を重視して目標を設定すべきだと思うか**
 - ・ 最も重視して設定すべき課題では「平和」が最多で 19.6%
- **SDGs を意識して行動しているか**
 - ・ 「たまに意識して行動している」が最多で 34.6%。次いで「意識しておらず、行動していない」が 27.2%
- **SDGs の目標に沿った行動について戸惑いや続けにくさを感じたことはあるか**
 - ・ 「特に困ったことはない」が最多で 38.2%。次いで「行動が成果につながっている実感を得られなかった」が 37.5%
- **SDGs の目標に沿った行動をしていない人の理由**
 - ・ 「特に考えたことがない」が最多で 43.8%。次いで「何をすればよいかよく分からないから」が 27.4%
- **SDGs を社会に広げるために必要だと思うこと**
 - ・ 「SDGs を意識しなくても自然に行動できる仕組み」が最多で 35.0%

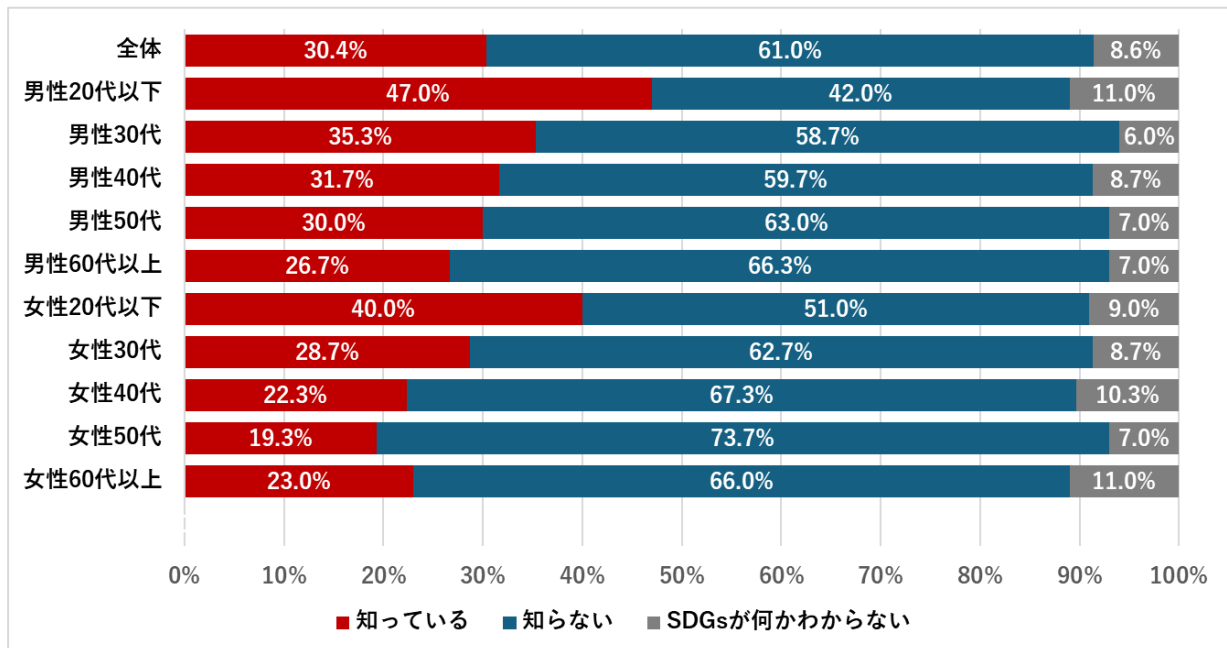
調査結果詳細

■SDGs が「2030 年までの目標」であることの認知度

2030 年までの目標であることを「知らない」が最多で 61.0%

SDGs が「2030 年までの目標」であることを知っているか聴取したところ、全体で「知らない」が最多で 61.0%、「知っている」は 30.4%、「SDGs が何か分からない」は 8.6%となった。性年代別で見ると、「知っている」と回答した割合が最も高いのは男性 20 代以下で 47.0%だった。「知らない」と回答した割合が最も高いのは女性 50 代で 73.7%だった。

▼SDGs が「2030 年までの目標」であることの認知度 | 性年代別 | 単一回答（全体 n=3,000）

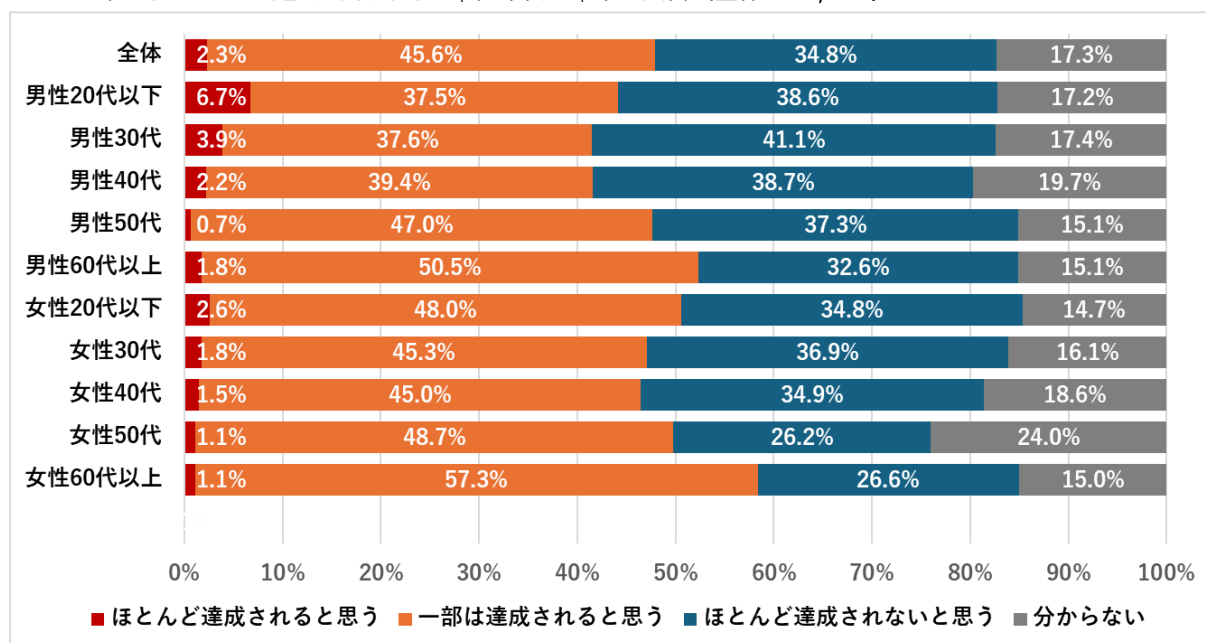


■2030 年までの SDGs の達成に関する認識

2030 年までの SDGs の目標達成について「一部は達成されると思う」が最多で 45.6%

SDGs を認識している人を対象に、2030 年までに SDGs の目標を達成できると思うか聴取した。「一部は達成されると思う」が最多で 45.6%、次いで「ほとんど達成されないと思う」が 34.8%だった。最も少なかったのは「ほとんど達成されると思う」で 2.3%だった。「一部は達成されると思う」の割合が最も多い年代は女性 60 代以上で 57.3%だった。

▼2030 年までの SDGs の達成に関する認識 | 性年代別 | 単一回答 (全体 n=2,743)



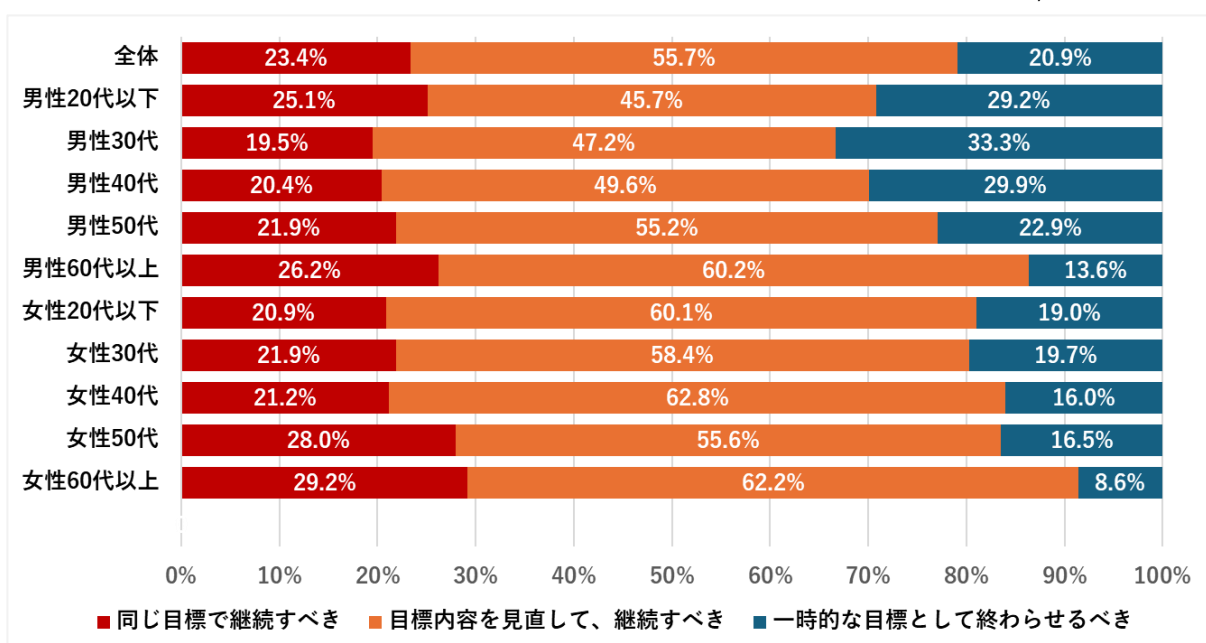
■2030 年以降、SDGs のような世界的な枠組みの在り方をどうすべきだと思うか

「目標の内容を見直して継続すべき」が最多で 55.7%

SDGs を認識している人を対象に、SDGs の達成期限を迎える 2030 年以降、SDGs のような世界的な枠組みの在り方をどうすべきか聴取したところ、「目標内容を見直して、継続すべき」が最多で 55.7% となった。次いで、「同じ目標で継続すべき」が 23.4% となり、何らかの形で継続することを望む人が 79.1% となった。「一時的な目標として終わらせるべき」は 20.9% だった。

性年代別で見ると、「一時的な目標として終わらせるべき」の割合が最も高かった男性 30 代が 33.3% で、最も低い女性 60 代以上と比較すると、24.7 ポイントの差があった。

▼2030 年以降、SDGs のような世界的な枠組みの在り方をどうすべきだと思うか | 単一回答 (全体 n=2,743)



■2030 年以降、SDGs のような世界的な枠組みの在り方を継続する場合、どの社会課題を重視して目標を設定すべきだと思うか

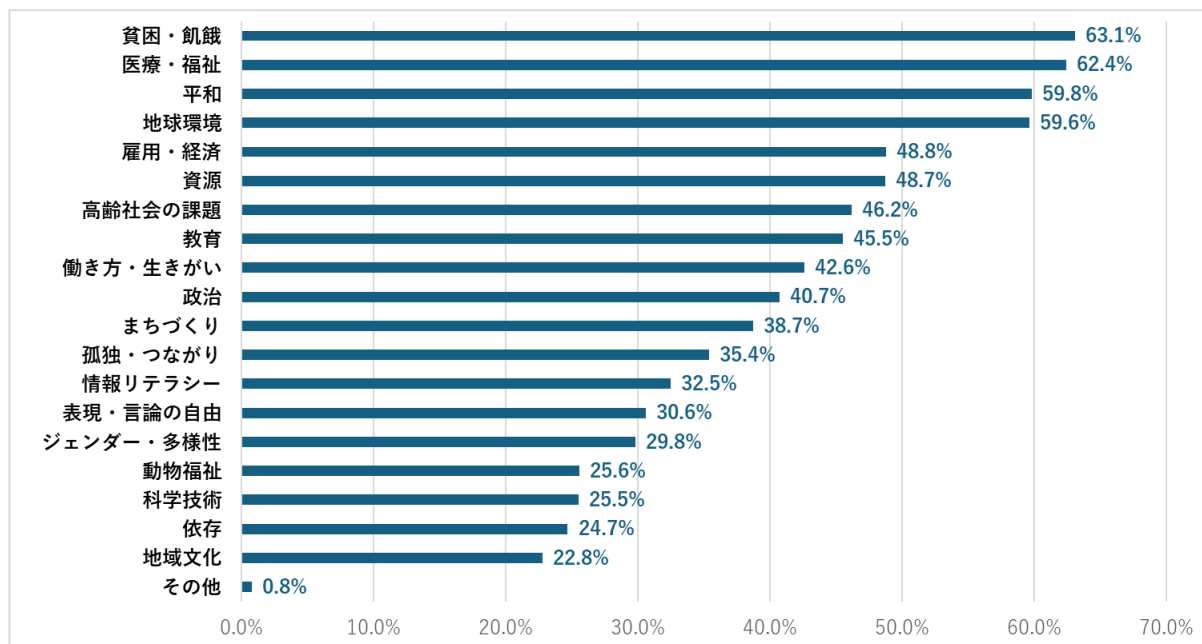
最も重視して設定すべき課題では「平和」が最多で 19.6%

2030 年以降の世界的な枠組みの在り方について「同じ目標で継続すべき」「目標内容を見直して継続すべき」と回答した人に、どの社会課題を重視して目標を設定すべきかを聴取した。重視すべき社会課題を複数選ぶ設問と、その中で最も重視すべき課題を一つ選ぶ設問をそれぞれ用意した。

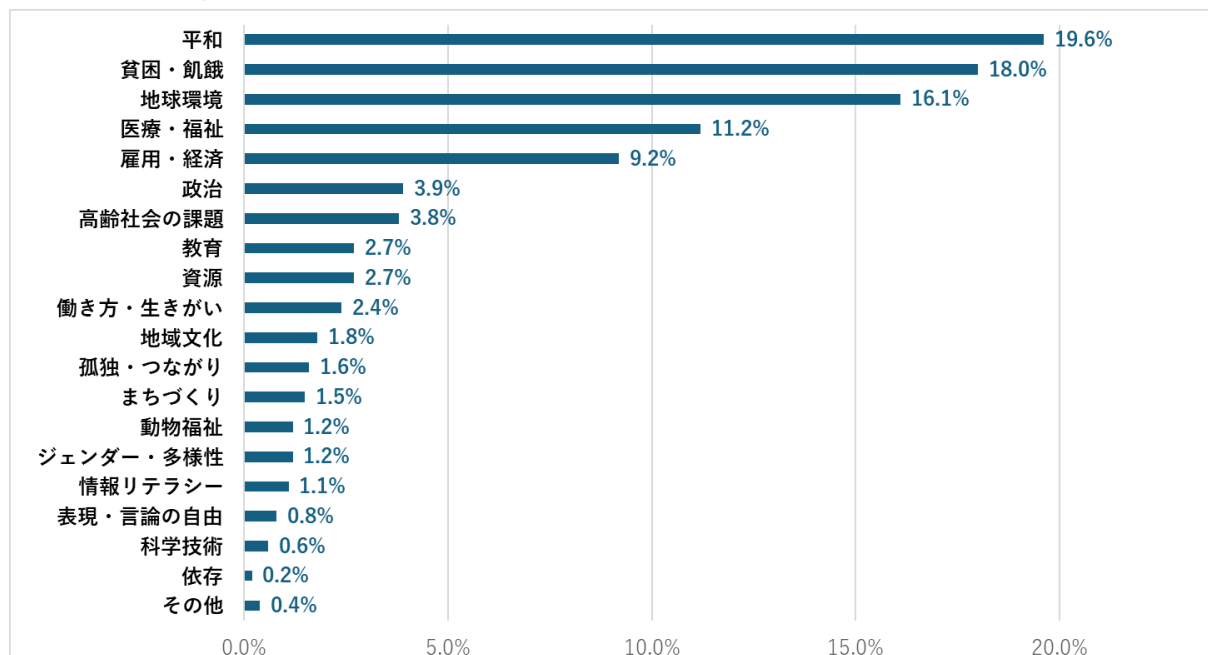
重視すべき課題を複数回答で聴取した結果は、「貧困・飢餓」が最多で、回答した人の割合は 63.1%だった。次いで、「医療・福祉」が 62.4%、「平和」が 59.8%だった。最も回答が少なかった「地域文化」でも 22.8%となり、幅広い社会課題に関心が集まっていることが伺える。

最も重視すべき課題では、「平和」が最多で 19.6%、次いで「貧困・飢餓」が 18.0%、「地球環境」が 16.1%となり、国内外での対応が求められる課題が上位を占めた。

▼2030 年以降、SDGs のような世界的な枠組みの在り方を継続する場合、どの社会課題を重視して目標を設定すべきか
複数回答 (n=2,169)



▼2030 年以降、SDGs のような世界的な枠組みの在り方を継続する場合、どの社会課題を最も重視して目標を設定すべきか
単一回答（n=2,169）



社会課題（具体例）
貧困・飢餓（生活困窮、食料不足など）
医療・福祉（病気、介護、支援の不足など）
平和（戦争、犯罪、ヘイトなど）
地球環境（気温上昇、森林減少、生物多様性など）
雇用・経済（物価高、賃上げ、企業の競争力強化など）
資源（フードロス、過剰包装、リサイクルなど）
高齢社会の課題（年金制度、人材不足、認知症支援など）
教育（機会の不平等、奨学金など）
働き方・生きがい（過労、仕事の満足度、精神的健康など）
政治（政治不信、選挙制度の問題など）
まちづくり（災害、空き家、水道設備の管理など）
孤独・つながり（高齢者の独居、ひきこもりなど）
情報リテラシー（フェイクニュース、SNSとの距離感など）
表現・言論の自由（メディア規制、誹謗中傷など）
ジェンダー・多様性（男女の格差、性的少数者への配慮など）
動物福祉（虐待、殺処分など）
科学技術（AI倫理、仕事の自動化など）
依存（飲酒、薬物、ネット依存など）
地域文化（方言の消失、伝統行事の担い手不足など）
その他

■SDGs を意識して行動しているか

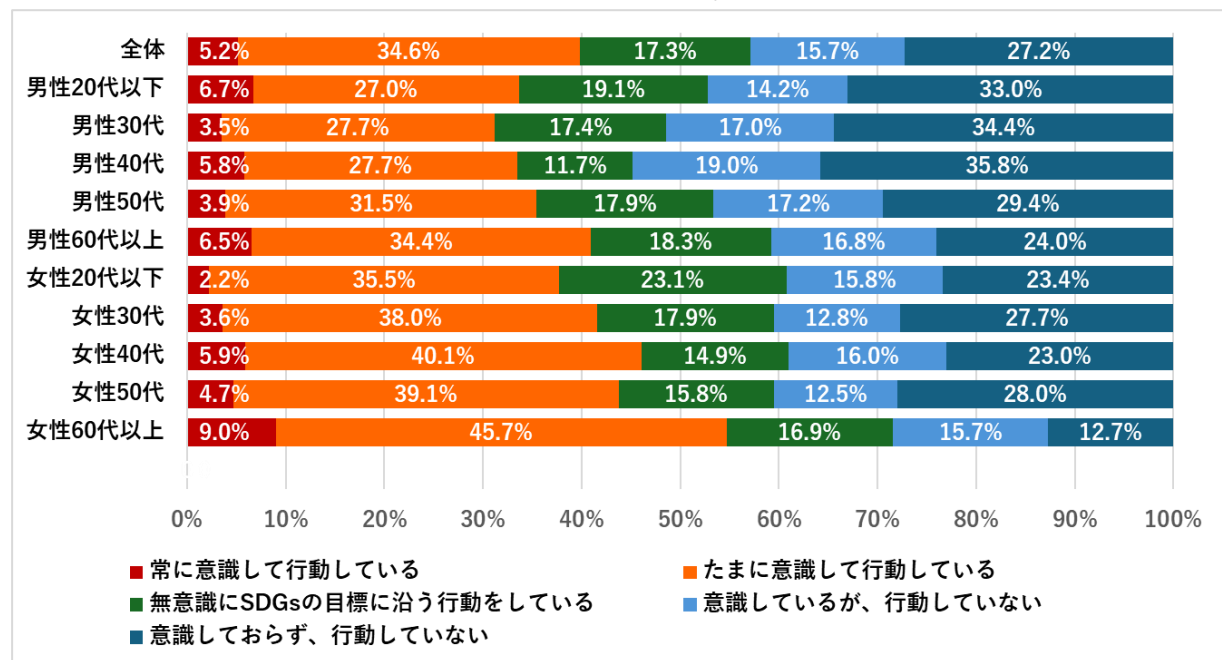
「たまに意識して行動している」が最多で 34.6%。次いで「意識しておらず、行動していない」が 27.2%

SDGs を認識している人を対象に、SDGs を意識して行動することがあるか聴取したところ、最多は「たまに意識して行動している」が 34.6%だった。次いで「意識しておらず、行動していない」が 27.2%で、最も少なかったのは「常に意識して行動している」で 5.2%となった。

「常に意識して行動している」「たまに意識して行動している」「無意識に SDGs を意識して行動している」の合計は 57.1%で、半数以上が何らかの形で SDGs に沿った行動をしていることが明らかになった。また「意識しているが行動はしていない」と回答した人は 15.7%で、SDGs への関心はあるものの、実際の行動に結びついていない層の存在も見取れた。

性年代別に見ると、全年代で男性よりも女性の方が「行動している」と回答した割合が高く、特に 60 代以上の女性では「行動している」割合が 71.6%だった。

▼SDGs を意識して行動しているか | 性年代別 | 単一回答 (全体 n=2,743)



■SDGs の目標に沿った行動について戸惑いや続けにくさを感じたことはあるか

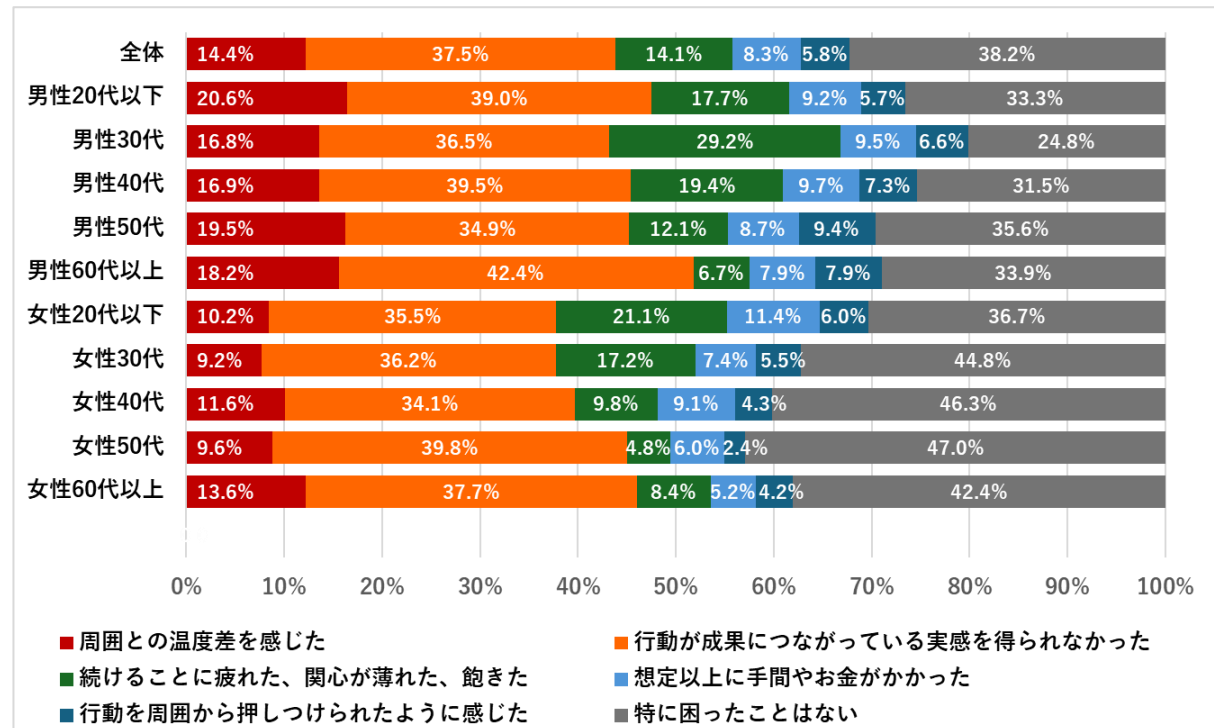
「特に困ったことはない」が最多で 38.2%。次いで「行動が成果につながっている実感を得られなかった」が 37.5%

SDGs を認識しており、SDGs の目標について「常に意識して行動している」「たまに意識して行動している」「無意識に SDGs に意識して行動している」と回答した人に対し、行動をする中で戸惑いや続けにくさを感じたことはあるかを聴取した。「特に困ったことはない」が最多で 38.2%となった一方、「行動が成果につながっている実感が得られなかった」(37.5%)、「周囲との温度差を感じた」(14.4%)、「続けることに疲れた、関心が薄れた、飽きた」(14.1%)と感じる人もいることが分かった。

性年代別で見ると、「特に困ったことはない」の割合がすべての年代で女性の方が高く、男性よ

りも前向きに取り組んでいることが伺える。また「続けることに疲れた、関心が薄れた、飽きた」の割合が最も高い男性 30 代は 29.2%と全体から 15.1 ポイント高かった。

▼SDGs の目標に沿った行動について戸惑いや続けにくさを感じたことはあるか | 性年代別 | 単一回答 (全体 n=1,566)



■SDGs の目標に沿った行動をしていない人の理由

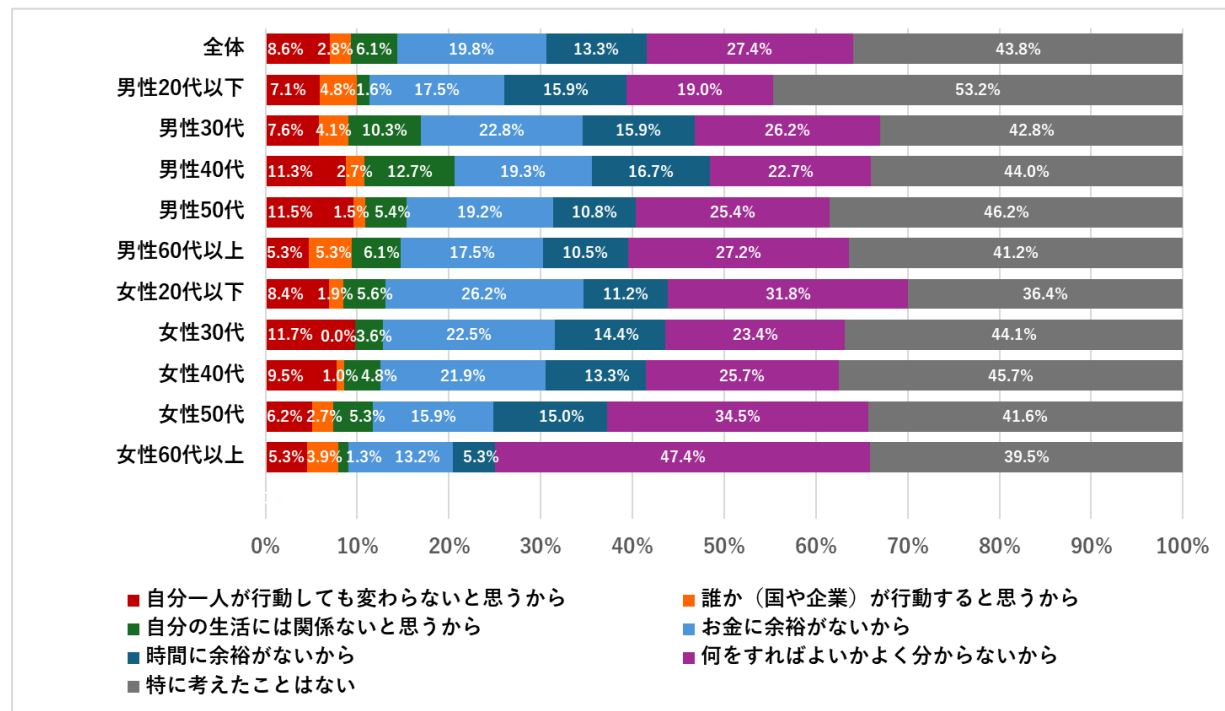
「特に考えたことがない」が最多で 43.8%。次いで「何をすればよいかよく分からないから」が 27.4%

SDGs を認識しており、SDGs の目標について「意識しているが、行動していない」「意識しておらず、行動していない」と回答した人に、行動していない理由を調査した。「特に考えたことがない」が最多で 43.8%となり、次いで「何をすればよいかよく分からないから」が 27.4%だった。

性年代別で見ると、「特に考えたことがない」は男性 20 代以下の割合が最も高く、全体よりも 9.4 ポイント高い 53.2%だった。また「何をすればよいかよく分からないから」は女性 60 代以上の割合が最も高く、全体よりも 20 ポイント高い 47.4%だった。

さらに「お金に余裕がないから」が 19.8%、「時間に余裕がないから」が 13.3%となり、生活上の制約が SDGs に関する行動の阻害要因になっていることが伺えた。

▼SDGsの目標に沿った行動をしていない人の理由 | 性年代別 | 単一回答 (全体 n=1,177)

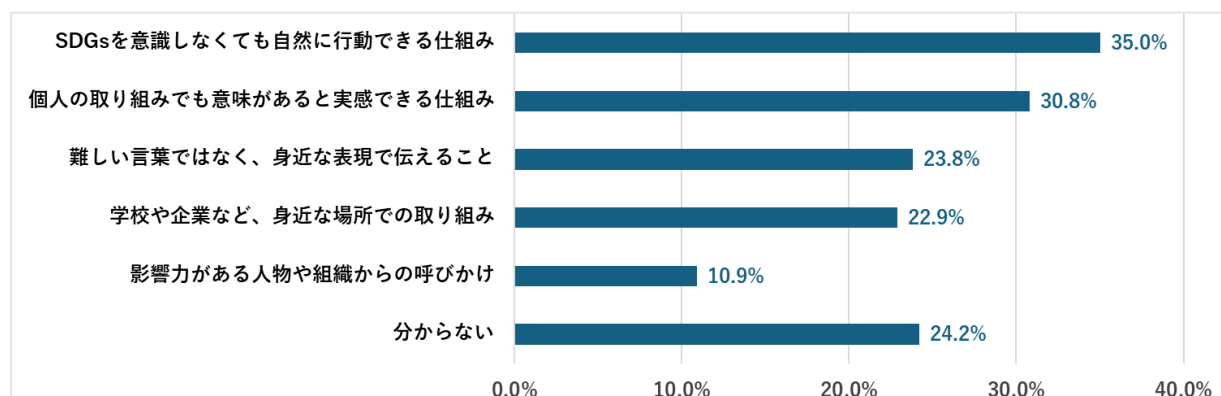


■SDGsを社会に広げるために必要だと思うこと

「SDGsを意識しなくても自然に行動できる仕組み」が最多で35.0%

SDGsを認識している人を対象に、SDGsを社会に広げるために必要だと思うことを複数回答で聴取した。「SDGsを意識しなくても自然と行動できる仕組み」が最多で35.0%、次いで「個人の取り組みでも意味があると実感できる仕組み」が30.8%だった。この結果から、SDGsを社会に浸透させるためには、行動が自然に促される構造を社会に組み込むことや、成果を感じられる仕組みの構築が求められていることが伺える。

▼SDGsを社会に広げるために必要だと思うこと | 性年代別 | 複数回答 (n=2,743)



【参考】

■Green Ponta Project について (<https://www.ponta.jp/c/greenponta/>)



LM は 2019 年 12 月から、SDGs の達成に向けた活動として、「Green Ponta Project」を展開しています。「ムダのないシアワセに包まれた社会へ」をビジョンに掲げ、無駄な消費をなくすことでさまざまな社会課題を解決し、グリーンでクリーンな地球を維持・存続させること、そのシアワセの循環を生み出し、誰もが晴れやかな笑顔で暮らせる社会に変えていくことを目指しています。

■Green Ponta Action について

Green Ponta Action は、「今日することで、未来を変えてゆく」をコンセプトに、日常生活の中で気軽に取り組めるアクションを積み重ねることで、持続可能な未来に向けた活動を応援できるスマートフォンアプリです。「知る」「宣言する」「振り返る」「あるく」「すいみん」など、日常生活の中にあるアクションを通じて“イイコト”をためると、ステージが上がります。ステージに応じて、Ponta ポイントがたまる特典があります。

2021 年 4 月に提供を開始し、これまでに 130 万ダウンロードを突破しました。1 日あたり 11 万人以上、月間 20 万人以上のユーザーが、アプリを利用して SDGs アクションに取り組んでいます。

・関連 URL

Green Ponta Action ダウンロードページ (<https://greenponta.net/redirect.html>)

Green Ponta Action 情報発信ブログ (note) (<https://note.com/gpa/>)

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2025 年 6 月 24 日～7 月 4 日

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をされている方)

調査対象 : 国内在住の Ponta リサーチ会員

有効回答数 : 3,000 名 男性、女性×年代別 (20 代以下・30 代・40 代・50 代・60 代以上)
の各 10 セルで 300 サンプル

※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています。合計しても 100%にならない場合があります

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

以上