

「北九州市における SDGs 関連意識調査の総括と今後の展望について」

片岡寛之・小林敏樹

1. はじめに

1-1. 研究の背景

北九州市は 2018 年 6 月に全国で初めての SDGs 未来都市に選定されるなど、国内では先駆的に SDGs の達成に向けた取り組みを進めてきた。筆者らによる 2019 年 2 月の市民向けアンケート調査では、認知度がかなり低い状況にあった。その 2 年後の 2021 年 2 月に同様の調査を実施した結果、認知度が向上していることがわかった。さらに 2 年後の 2023 年 2 月に同様の市民向けアンケート調査を実施した結果、認知度は 9 割を超えた。

このような認知状況の変化を踏まえると、SDGs という言葉自体は一般化されたと言っても良いが、その達成のためには当然ながら具体的な行動が求められる。

だからこそ、今後はそれが実態のない単なるキャンペーンのようなものになってしまうよう、その実現に向けた示唆を得るために、全 3 回の調査結果から現時点でどのような変化の傾向が見られるのかを把握しておく必要があると考えられる。

1-2. 研究の目的

本研究の目的は、今回で 4 回目となる北九州市における SDGs に関する取り組みの認知度等に関するアンケート調査の分析、考察と今回の調査を含めこれまでに 4 回実施した同調査の総括を行い、今後より積極的に SDGs の取り組みを進めていく上での示唆を得ることである。

1-3. 研究の方法

本研究はインターネットを利用した 4 回のアンケート調査（表 1）をもとに行った。アンケート調査では、北九州市内在住の方を対象として、SDGs の認知度や、北九州市で行われている SDGs に関連した取り組みについての認知度、SDGs に対する考え方を聞いており、その結果をもとに分析、考察を行った。

表 1) 年次別アンケート調査の概要

第 1 回	調査実施期間：2019 年 02 月 22 日（金）～2019 年 02 月 26 日（火） 調査方法：インターネット調査（民間のインターネット調査会社へ委託） 回答者：北九州在住の 15 歳～74 歳までの男女 1241 名 （20～60 代は男女各 100 名、10 代と 70 代は男女各 50 名を目安に実施）	第 3 回	調査実施期間 2023 年 2 月 22 日（水）～2023 年 2 月 27 日（月） 調査方法：インターネット調査（民間のインターネット調査会社へ委託） 回答者：北九州在住の 15 歳～74 歳までの男女 1241 名 （20～60 代は男女各 100 名、10 代と 70 代は男女各 50 名を目安に実施）
第 2 回	調査実施期間：2021 年 02 月 26 日（金）～2021 年 02 月 28 日（日） 調査方法：インターネット調査（民間のインターネット調査会社へ委託） 回答者：北九州在住の 15 歳～74 歳までの男女 1,237 名 （20～60 代は男女各 100 名、10 代と 70 代は男女各 50 名を目安に実施）	第 4 回	調査実施期間 2025 年 2 月 26 日（水）～2025 年 3 月 2 日（日） 調査方法：インターネット調査（民間のインターネット調査会社へ委託） 回答者：北九州在住の 15 歳～74 歳までの男女 1241 名 （20～60 代は男女各 100 名、10 代と 70 代は男女各 50 名を目安に実施）

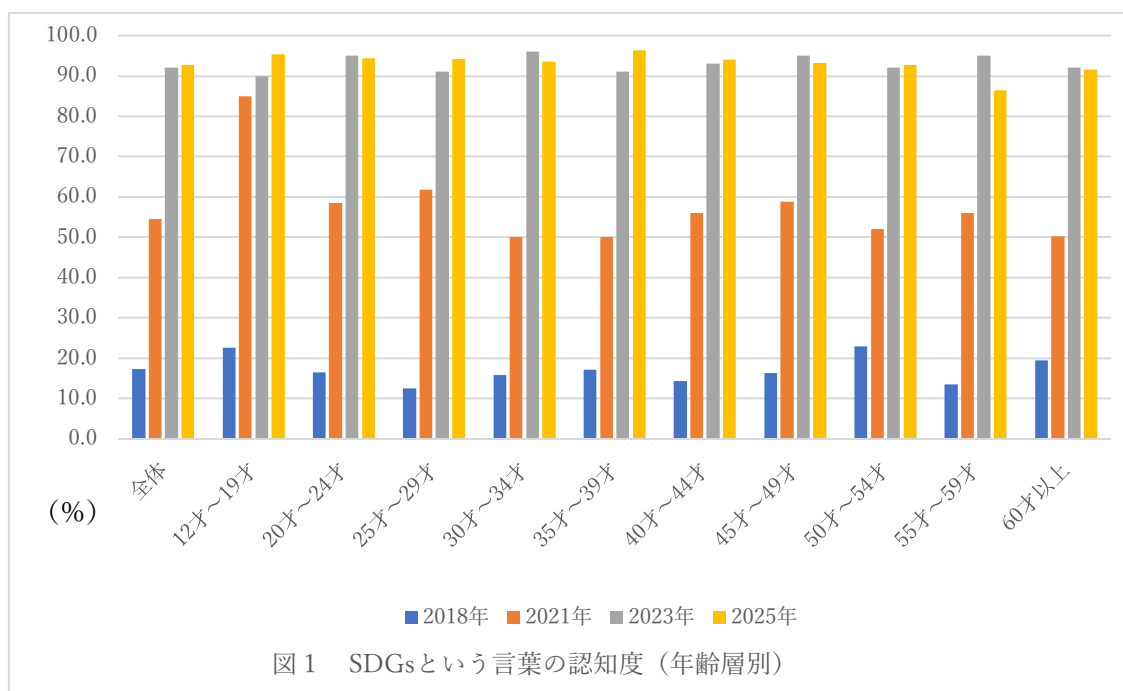
2. SDGs に関する基礎知識

2-1. SDGs という言葉について

(1) SDGs という言葉の認知度

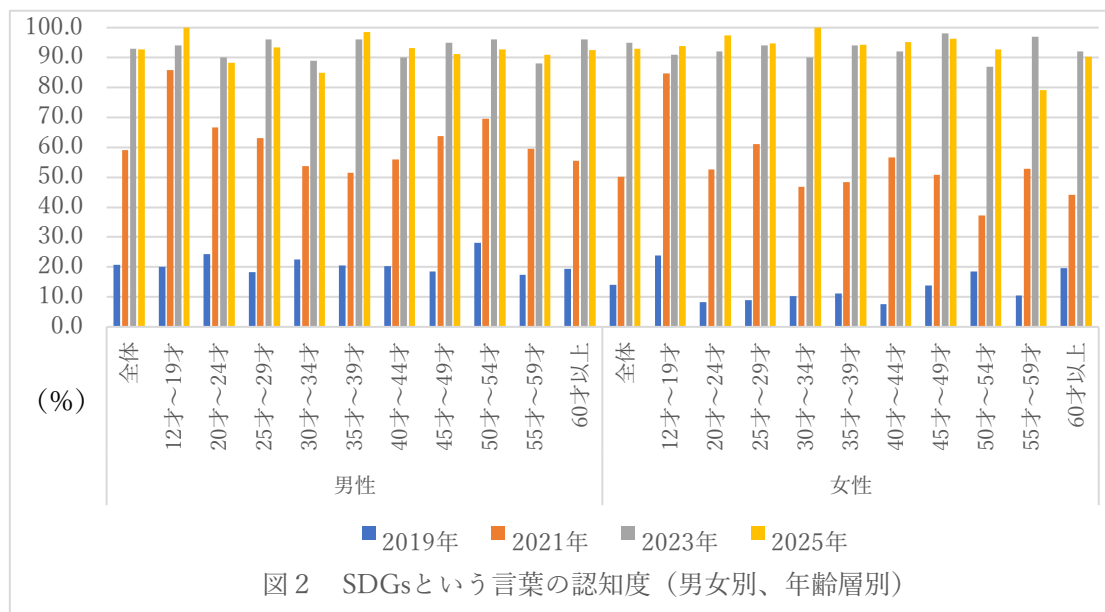
「あなたは SDGs という言葉を聞いたことがありますか？」との設問に対する今回（2025 年）の結果を見ると（図 1）、全体では 92.7%の方が知っているとの回答を得た。この数値は、前回（2023 年）の調査結果（92.6%）とほぼ変わらない。年代別にみても、すべての年齢層において 85%以上の認知度となっており、年齢層による違いは見られない。

4 回の調査の推移をみると（図 1）、全体では 17.3%（2019 年）→92.6%（2025 年）と 5 倍近く認知度が上がっている。細かく見ると 1 回目（2019 年）から 3 回目（2023 年）にかけての認知度の上昇が著しく、3 回目（2021 年）から 4 回目（2025 年）にかけてはほぼ横ばいの認知度となっている。年齢別にみると、12 才～19 才のみ、2 回目（2021 年）の調査で唯一 80%を超える認知度に達しており、早い段階での認知が進んでいたことがわかる。



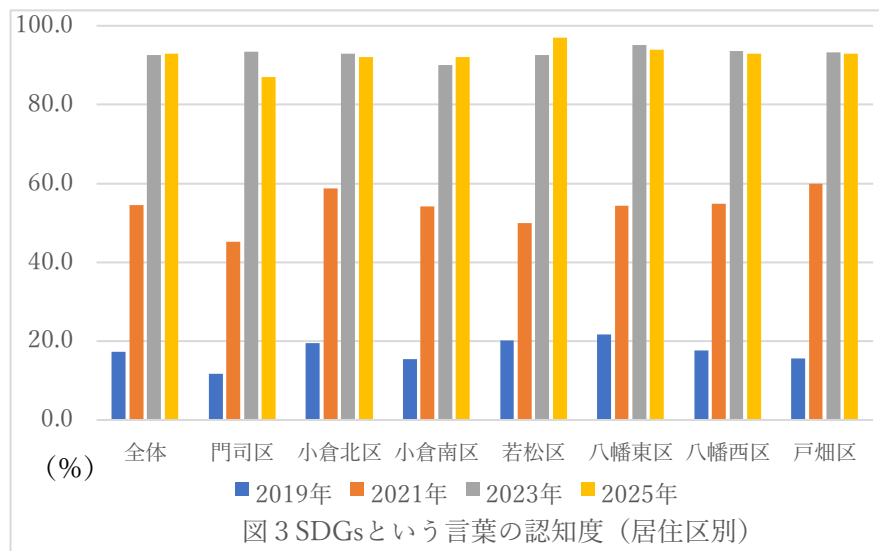
次に、男女別・年齢別に SDGs という言葉の認知度をみると（図 2）、今回（2025 年）の調査では、男性の「12 才～19 才」、女性の「30 才～34 才」において、100%の認知度となっている。男女別、年齢層別による違いはほとんど見られない。

4 回の調査を通してみると（図 2）、男女ともに、1 回目（2019 年）から 3 回目（2023 年）にかけての認知度の大幅な上昇がみられる。男女別にみると、女性のほうが男性と比べてやや認知に時間がかかったこともわかる。



居住区別に SDGs という言葉の認知度についてみると（図 3）、今回（2025 年）の結果からは、すべての区において、90%前後の認知度となっていることがわかる。

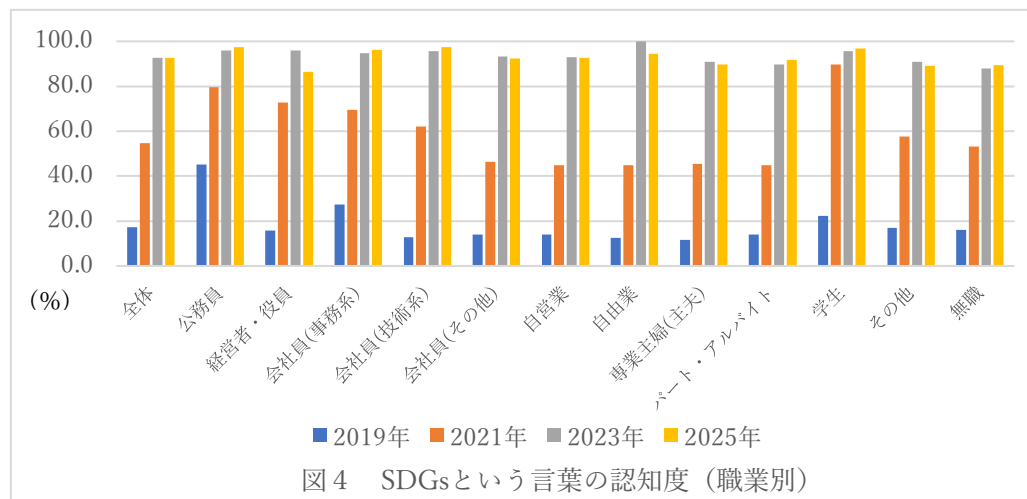
4 回の調査の推移をみると（図 3）、1 回目（2019 年）の調査では、区によっては認知度に倍近い差があったが、3 回目（2023 年）の調査では、すべての区において 90%を上回る認知度を達成している。3 回目（2023 年）から 4 回目（2025 年）にかけては、すべての区においてほぼ横ばいで認知度が推移していることもわかる。



職業別に SDGs という言葉の認知度についてみると（図 4）、今回（2025 年）の結果からは、すべての職業において 90%前後の認知度となっていることがわかる。

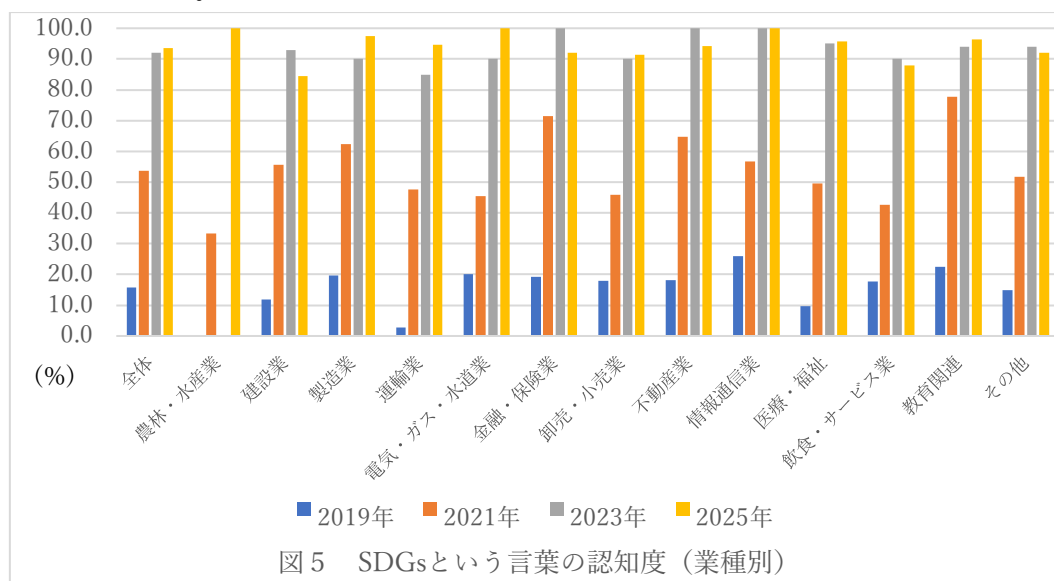
4 回の調査の推移をみると（図 4）、1 回目（2019 年）から 2 回目（2021 年）にかけては、

職業によってかなり認知度にバラつきがあったが、3 回目（2023 年）以降の調査では、ほとんどの職業において 90% の認知度を達成している。「学生」、「公務員」、「会社員（事務系）」は、比較的早期に認知度が向上している。一方、「自由業」、「専業主婦（主夫）」、「自営業」など、企業、団体などの組織に属すケースが少ない職業における認知については、当初は遅れ気味であったが、3 回目（2021 年）の調査以降、急速に認知が進んだことがわかる。



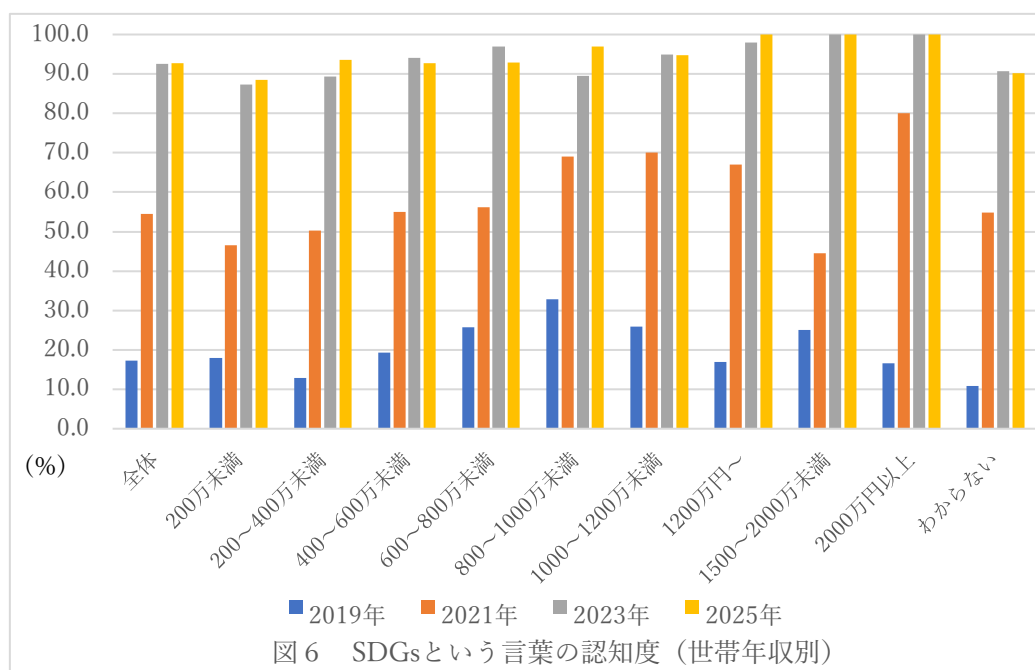
業種別に SDGs という言葉の認知度についてみると（図 5）、今回（2025 年）の調査からは、業種ごとの認知度に比較的バラつきがみられる。前述の性別、年齢層、居住区、職業別の認知度よりも業種による認知度の差は大きいことがわかる。

4 回の調査を通してみると（図 5）、1 回目（2019 年）から 2 回目（2021 年）にかけては、業種による認知度の差がかなり大きかったが、3 回目（2023 年）以降はその差が縮まってきていることがわかる。特に早期に認知度が上がった業種としては、「教育」、「金融・保険業」などがあげられる。



世帯年収別に SDGs という言葉の認知度についてみると（図 6）、今回の調査（2025 年）からは、ほとんどの年収の層において 90%以上の認知度に達していることがわかる。若干ではあるものの、年収が上がるにつれて認知度も上がる傾向にある。

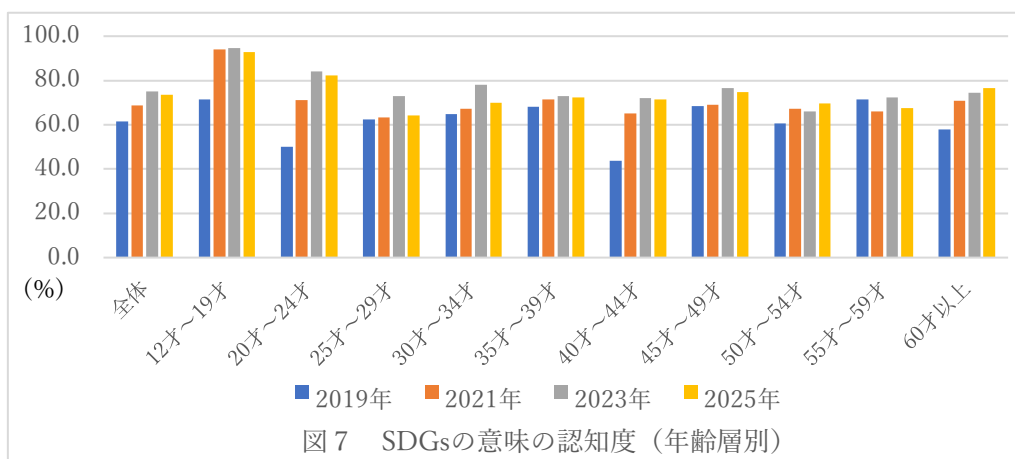
4 回の調査の推移をみると（図 6）、1 回目（2019 年）、2 回目（2021 年）の調査では比較的認知度にバラつきが見られたが、3 回目（2023 年）以降の調査では、ほとんどの層において 90%以上の認知度を達成していることがわかる。また、年収が低い層ほど認知に時間がかかったこと、また回を追うごとにその差は縮まってきているものの、年収があがるにつれて認知度もあがる傾向にあることもわかる。



（２）SDGs の意味を知っているか

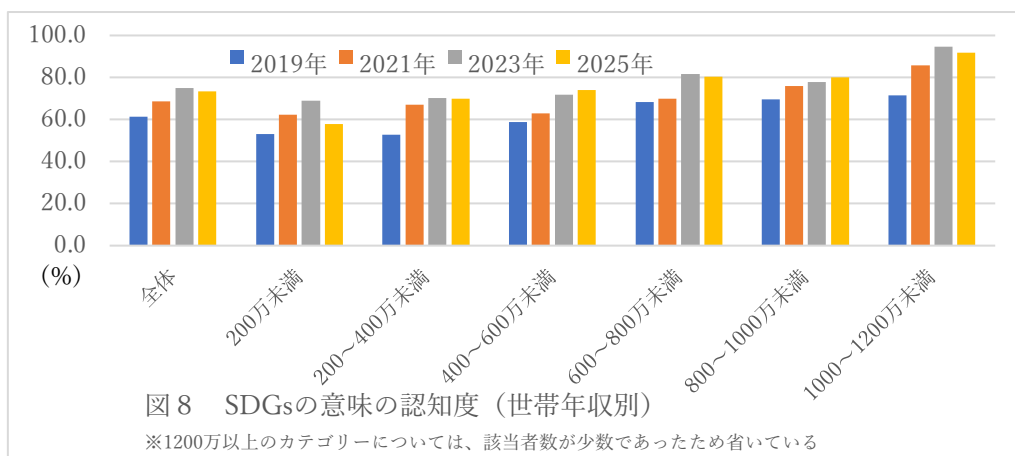
前節（１）の設問（SDGs という言葉の認知度）において、SDGs という言葉を「聞いたことがある」と回答した方を対象に、SDGs の意味の認知度について聞いた（図 7）。今回（2025 年）の調査では、全体では 73.4%の方が SDGs の意味を知っていると回答している。前回（2025 年）の認知度と比べても認知度の伸びはあまり見られない。年齢層別にみると「12 才～19 才」は 92.9%ともっとも認知度が高く、次いで「20 才～24 才」が 82.4%と続いている。その他は 60～70%の認知度となっている。やはり、「12 才～19 才」、「20 才～24 才」の多くを占める学生（中学生、高校生、大学生）の認知度が高いことがわかる。

4 回の調査の推移をみると（図 7）、SDGs という言葉の認知度（図 1）と比べて、年齢層での認知度に差があり、その差が 4 回の調査を通してあまり埋まっていないことがわかる。年齢層によるこの差を埋めていくことが今後の課題といえる。



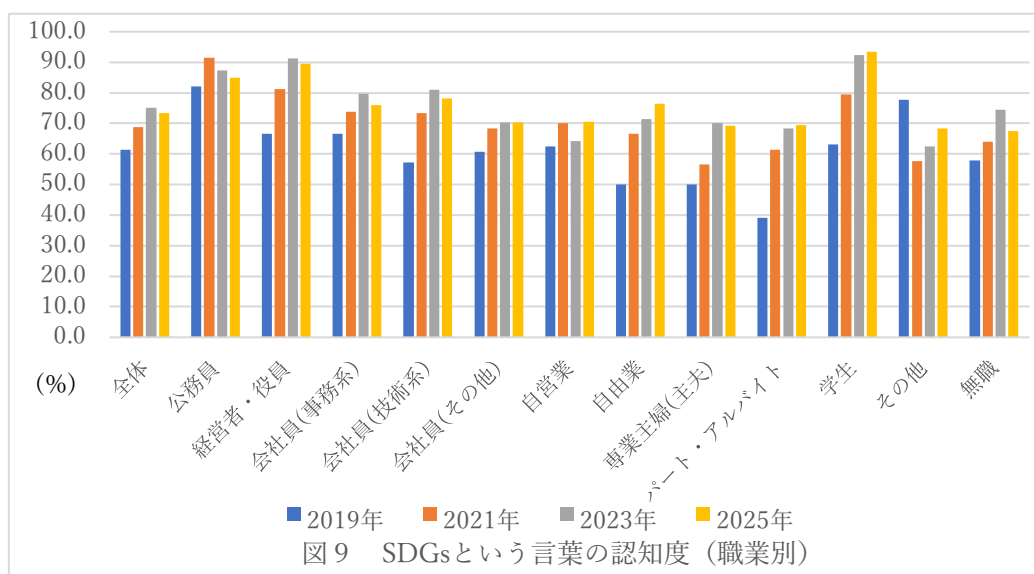
世帯年収別に SDGs の意味の認知度についてみると（図 8）、今回（2025 年）の調査からでは、前回（2023 年）の調査とほぼ同様の認知度となっていることがわかる。また、SDGs の言葉の認知度（図 6）とは違い、所得層によってかなり認知度に差があることもわかる。さらに、SDGs の言葉の認知度よりも鮮明に、年収が上がるほど SDGs の意味の認知度の数値も上がる傾向にあることもわかる。

4 回の調査の推移をみると（図 8）、SDGs の言葉の認知度（図 6）に比べると、年収の違いによるバラつきは小さいものの、一貫して、年収が高い層ほど SDGs の意味の認知度が高くなる傾向にあることがわかる。



職業別に SDGs の意味の認知度についてみると（図 9）、今回（2025 年）の調査からは、すべての職業において約 70～90%前後の認知度に達しているが、各職業で認知度に比較的バラつきがあることがわかる。職業別にみると「学生」、「経営者・役員」、「公務員」の認知度が高い。

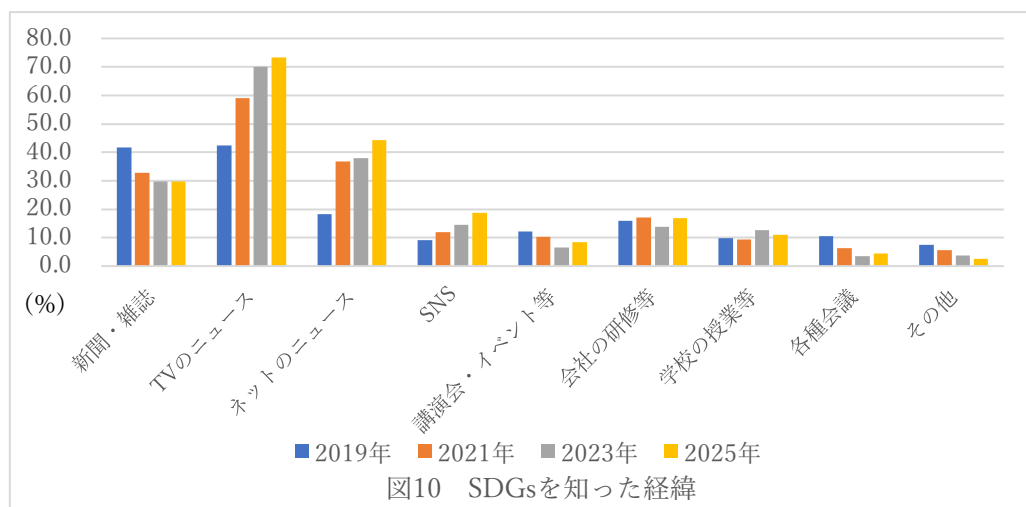
4 回の調査の推移をみると（図 9）、職業による認知度の差が大きかったが、回を追うごとにその差が縮まってきていることがわかる。



（３）SDGs を知った経緯

前節（１）の設問（SDGs という言葉の認知度）において、SDGs という言葉を「聞いたことがある」と回答した方を対象に、こういった手段で SDGs のことを知ったのかを聞いた（図10）。今回（2025 年）の調査では、「TV のニュース」が最も多く、次いで「ネットのニュース」、「新聞・雑誌」の順となっており、これは前回（2023 年）の調査とほぼ同じ傾向を示している。

4 回の調査を通してみると、「TV のニュース」、「ネットのニュース」、「SNS」が増加傾向にあり、一方で、「新聞・雑誌」は減少傾向にあることがわかる。さらに、「会社の研修等」、「学校の授業等」は数値は低いものの、横ばいの傾向を示していることから、企業や学校においては継続した取り組みが行われていることがうかがえる。一方で「講演会・イベント等」、「各種会議」については、SDGs の取り組みがはじまってからある程度時間が経ったこともあり、徐々に数値を下げていることがわかる。

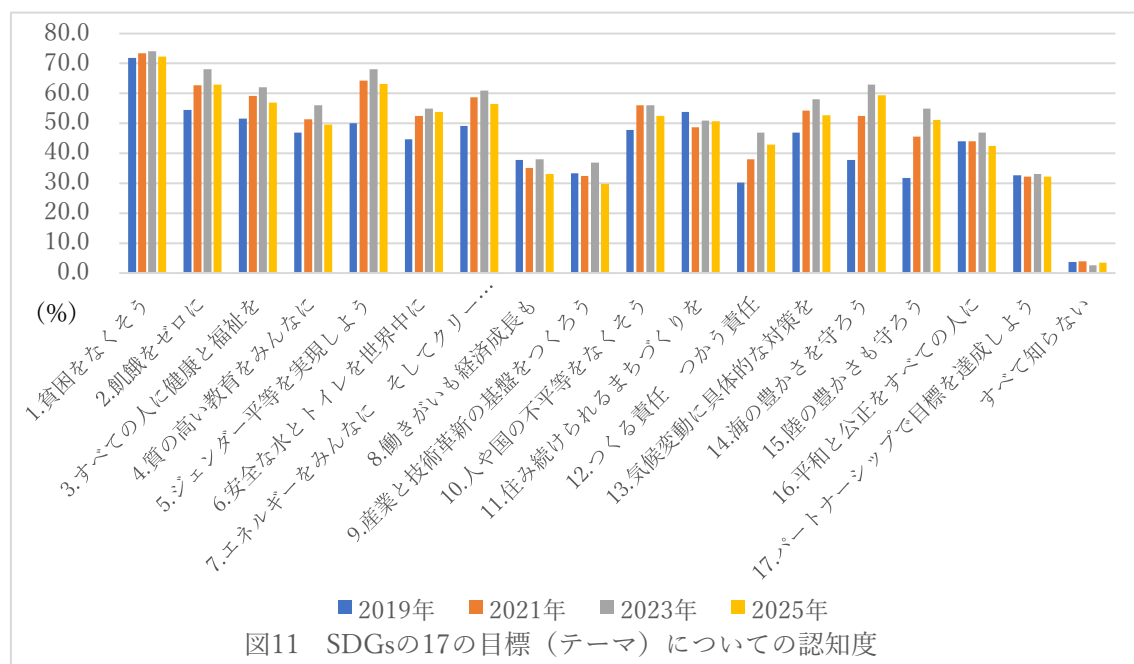


2-2. SDGs の 17 の目標について

(1) SDGs の 17 の目標についての認知度

SDGs の 17 の目標のなかで知っているものを聞いた (図 11)。今回 (2025 年) の調査では、最も認知度が高い目標が「1. 貧困をなくそう」で、次いで「5. ジェンダー平等を実現しよう」、「2. 飢餓をゼロに」となっており、上位の順位は前回 (2023 年) の調査と変わっていない。また、これまでの各回の調査結果と同様に、目標によってかなり認知度にバラつきがあることがわかる。また、各目標の認知度の数値が、前回 (2023 年) の調査よりも低い数値を示している目標がほとんどとなっていることも今回の調査結果の特徴といえる。

4 回の調査結果の推移をみると (図 11)、目標によって、認知度にバラつきがあることがわかる。また、どの目標も大方毎回似た認知度を示していることもわかる。さらに、多くの目標が、1 回目 (2019 年) から 3 回目 (2023 年) までの調査で認知度が上昇し、4 回目 (2025 年) で認知度が下がる傾向を示していることも特徴といえる。



(2) SDGs の 17 の目標についての興味・関心

SDGs の 17 の目標のなかで、興味・関心があるもの (3 つまで) を聞いた (図 12)。今回 (2025 年) では、最も興味・関心がある目標として「1. 貧困をなくそう」があげられ、次いで「3. すべての人に健康と福祉を」、「11. 住み続けられるまちづくりを」の順となっている。目標についての興味・関心についても、前述の目標の認知度と同様に、前回 (2023 年) の数値を下回る目標が多くなっていることがわかる。

年齢層別にみると (図 13)、10 代、20 代は全年齢層の興味・関心と比較して、「ジェンダー平等を実現しよう」や「8. 働きがいも経済成長も」など (図中の赤の網掛けの項目) の数値がかなり高く、逆に「7. エネルギーをみんなに そしてクリーンに」のようにかなり

低い数値の項目があるなど、興味・関心が明確であることがわかる。一方、その他の年齢層は比較的満遍なくすべての目標に興味・関心を示していることがわかる。職業別にみると（図 14）、公務員は「11. 住み続けられるまちづくりを」、「13. 気候変動に具体的な対策を」が高い数値を示しているが、多くの年齢層で比較的高い数値を示している「2. 飢餓をゼロに」、「3. すべての人に健康と福祉を」の興味・関心の度合いが低いことなど、職業による違い、偏りも見えて取れる。年収別にみると（図 15）、年収が高くなるにつれて、10 代、20 代の興味・関心と同様に数値が高い目標、低い目標が明確になっていることがわかる。

4 回の調査の推移をみると（図 12）、前述の目標の認知度（図 11）以上に、全体的に数値が低く、興味・関心が低い状況が続いており、また、各目標の数値も横ばい、あるいは減少傾向にある目標がほとんどであることも気になりな点といえる。

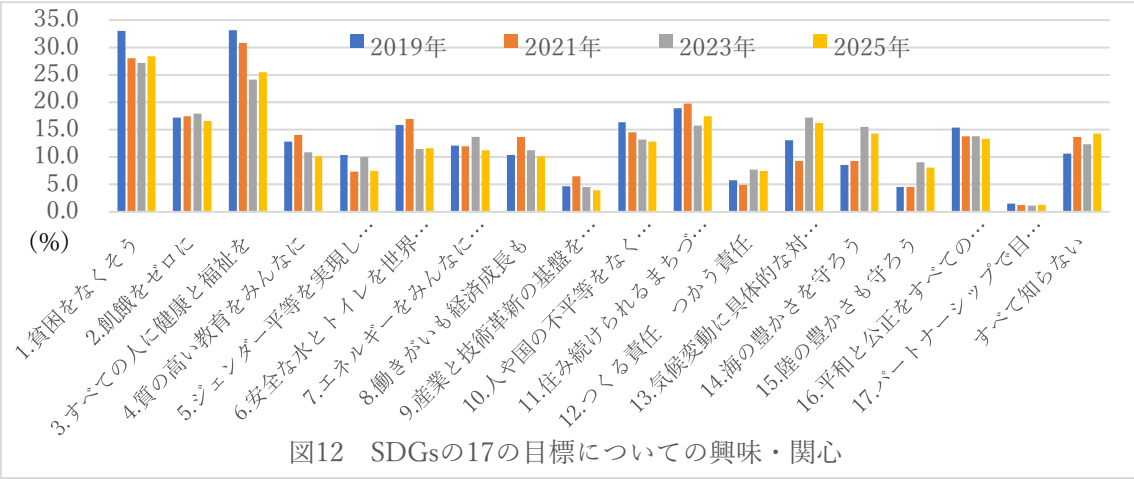


図12 SDGsの17の目標についての興味・関心

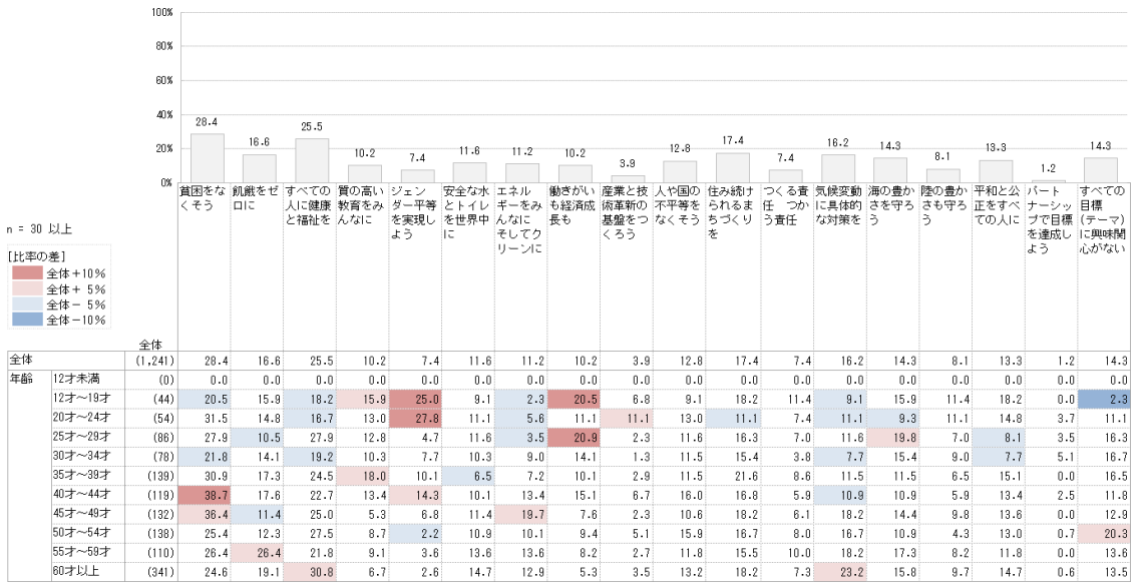


図 13 SDGs の 17 の目標についての興味・関心 (2025 年調査・年齢層別)

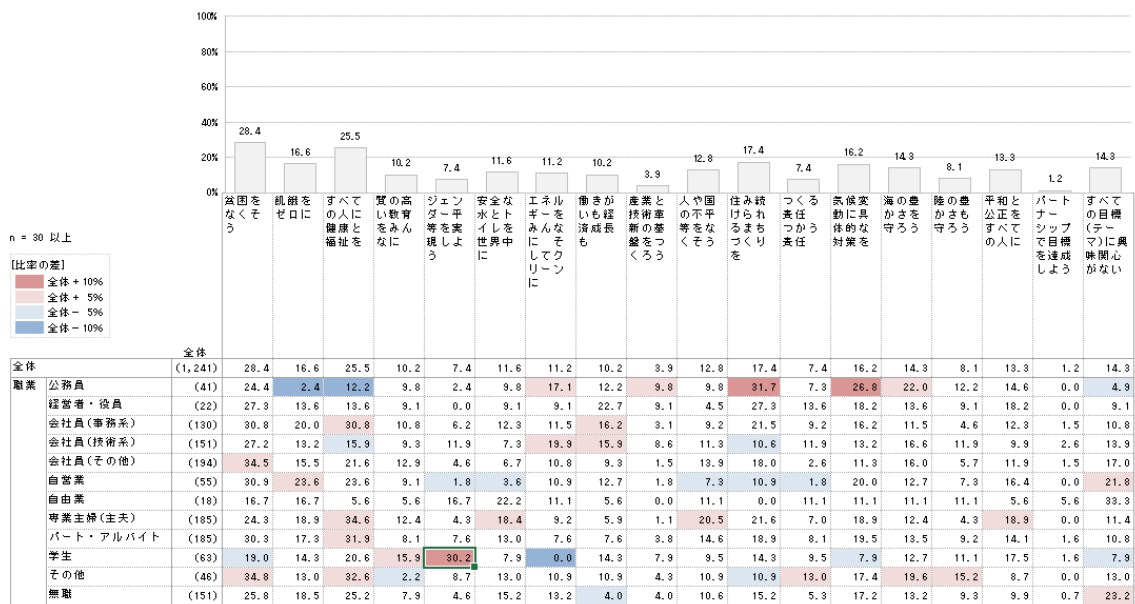


図 14 SDGs の 17 の目標についての興味・関心 (2025 年調査・職業別)

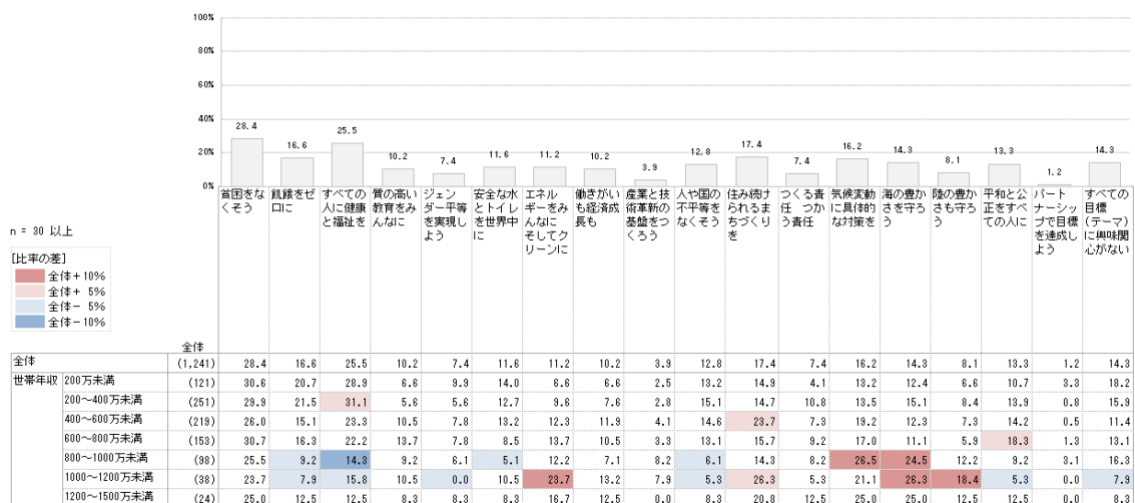
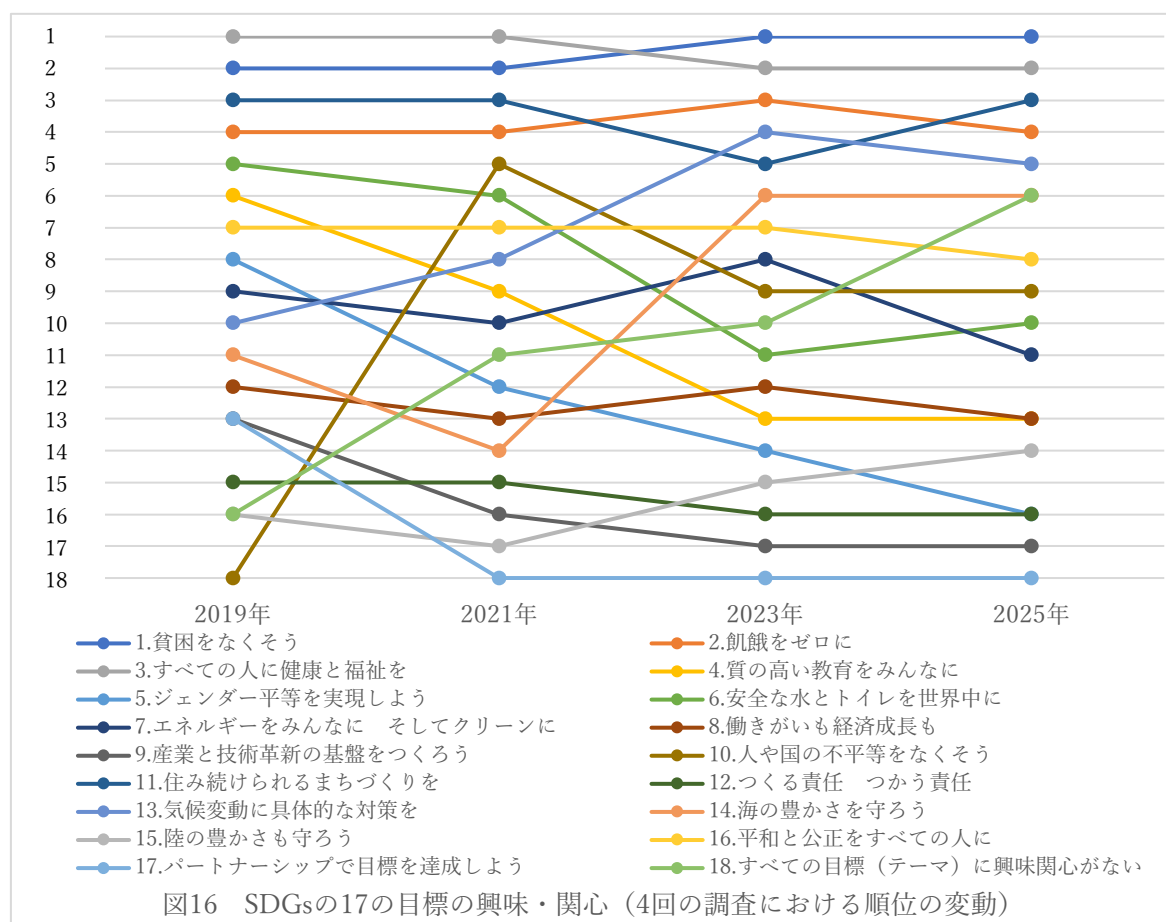


図 15 SDGs の 17 の目標についての興味・関心 (2025 年調査・年収別)

次に、3 回の調査を通しての各目標の順位の推移をみると(図 16)、上位 2 つの目標(「3. すべての人に健康と福祉を」、「1. 貧困をなくそう」)は変わっていないことがわかる。また、「9. 産業と技術革新の基盤をつくろう」、「12. つくる責任 つかう責任」「15. 陸の豊かさを守ろう」、「17. パートナリシップで目標を達成しよう」の 4 つの目標は、4 回の調査を通して、13～18 位の下位に位置していることもわかる。

順位を上げている目標としては、「13. 気候変動に具体的な対策を」(12 位 (2019 年) → 5 位 (2025 年))、「14. 海の豊かさを守ろう」(11 位 (2019 年) → 6 位 (2025 年))がある。一方で、順位を大きく下げた目標としては、「6. 安全な水とトイレを世界中に」(5 位 (2019 年)

→10 位 (2025 年))、「4. 質の高い教育をみんなに」(6 位 (2019 年) →13 位 (2025 年))、「5. ジェンダー平等を実現しよう」(8 位 (2019 年) →16 位 (2025 年))がある。気になる項目として、SDGs の目標ではないが、「18. すべての目標 (テーマ) に興味関心がない」が 4 回の調査を通じて順位を上げてきている (17 位 (2019 年) →6 位 (2025 年)) 点については注視していく必要があると考える。



(3) 北九州市における SDGs に関する取り組みの認知度

北九州市などが行っている SDGs に関する取り組みについて、その認知度を聞いた (図 17)。今回は、2025 年 2 月時点で実際に動いている取り組みについて聞いている。その結果、最も認知度が高い取り組みは「北九州 SDGs ステーション」の 16.2%であり、次いで「北九州市 SDGs 協議会」、その他の取り組みは、約 5%以下の認知度にとどまっており、70%超える方が、「この中に知っていることはない」を選択していることがわかる。上位 2 つの取り組み (「北九州 SDGs ステーション」、「北九州 SDGs 協議会」) は北九州市が SDGs に積極的に取り組み始めた当初からある施設、組織であるが、認知度は低い状況にある。認知度が低い取り組みの中には、事業者、大学生などの対象者が限定される取り組みも含まれるが、それを加味しても、認知度は相当低い状況にあり、広報等のテコ入れを図る必要性が指摘できる。

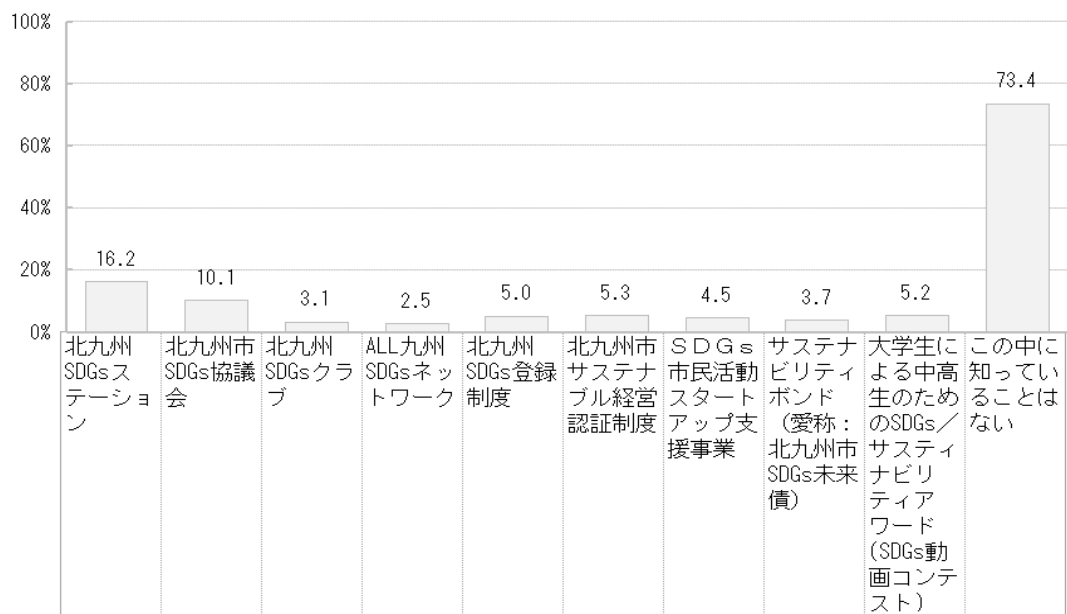


図 17 北九州市における SDGs に関する取り組みの認知度（複数選択可）

2-3. 2 章のまとめ

SDGs という言葉の認知度について、今回の調査では前回同様に約 90%の認知度となっており、ほとんどの方に認知されている。4 回の調査を通してみると、2019 年から 2023 年までの間に広く認知が進んだことがわかる。性別、年齢層別にみると、女性の周知にやや時間がかかったこと、また 10 代から 20 代の学生の周知がかなり早くすすんだことが特徴としてあげられる。さらに当初は、職業や業種によって認知度に差があったが、2023 年の段階で大方その差は見られなくなった。

SDGs の意味についての認知度について、今回の調査では、約 70%の認知度となっている。この数値は前回の調査とあまり変わっておらず、伸び悩んでいる状況といえる。年齢層、職業、世帯収入による認知度に差があり、その差は、これまでの 4 回の調査を通していてもあまり埋まっていないことがわかる。特徴的な点としては、10 代から 20 代の学生の認知度がかなり高いこと、世帯収入に比例して認知度が高まる傾向にあることあげられる。

SDGs という言葉を知った手段は、4 回の調査を通してみると、「TV のニュース」、「ネットのニュース」、「SNS」が増加傾向にあり、一方で、「新聞・雑誌」は減少傾向にあることがわかる。

SDGs の 17 の目標についての認知度および各目標の興味関心については、4 回の調査を通してみると、目標のうち「1. 貧困をなくそう」、「3. すべての人に健康と福祉を」が認知度、興味関心ともに常に高い数値を示している。一方で、特定の目標が常に下位に位置していることもわかる。今回の調査結果からは、SDGs の言葉や意味の認知度が高い学生や比較的高所得な世帯の方々が、より明確に各目標に興味関心を示している点が新たにわかった。問題点としては、SDGs の意味の認知度と同様に、各目標の認知度が横ばい、あるいは減少傾向にある点があげられる。

北九州市における SDGs に関する取り組みの認知度は、70%を超える方々が取り組みを全く知らない状況にあることがわかり、広報等のテコ入れが改めて必要であることが明らかになった。

これらの 4 回の調査を通して、SDGs の言葉自体はほぼ認知、周知が進んだといえる。しかし、その意味、各目標についての理解はあまり進んでいない状況にあり、現状その熱すら冷めつつある。SDGs という言葉はメディア等で聞く機会が増え認知されたが、その先の SDGs の本質的な部分、深い理解までには至っていない状況にある方々が多い実態が明らかになったといえる。おそらく、本質的な理解に至る方法、手段が現状あまりなく、学生や公務員などの SDGs の学びや理解するプログラムが充実している方々や年収が比較的高い層を中心とした社会問題等への意識の高い方々が、現状の SDGs の深い理解をけん引していると考ええる。そのため、SDGs の広報、周知だけでなく、教育や学習プログラムの整備、さらにはその担い手の育成などが今後重要になってくると考える。

3. 勤務先や学校等における実施状況とその変化

ここでは、勤務先や学校等における SDGs に関する取り組みの実施状況および、その具体的な取り組み内容を調査時点別に整理し、その推移について考察する。

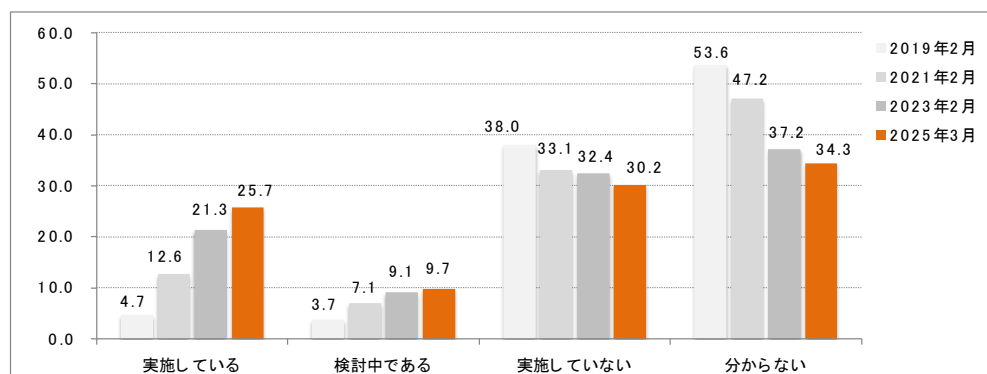
3-1 取り組みの実施状況

まず、勤務先等での取り組み実施状況（図 18）については、2025 年調査で最も多いのが「分からない(34.3%)」で、「実施していない(30.2%)」がそれに次ぐ結果となった。

次に、2019 年から 2025 年にかけての変化についてみると、「実施している」という回答の比率が毎回増加しており、6 年間で 20 ポイント以上増加した点、「分からない」という回答の比率は毎回減少し、6 年間で 20 ポイント近く減少している点が特徴的だといえる。また、「実施していない」は減少し、「検討中である」は増加する傾向もみられる。

これらのことから、SDGs の認知度の上昇とともに、勤務先等での取り組み状況の把握率が高まっていることが分かる。そして、SDGs に関する取り組みの実施という面で、実際の企業や学校におけるポジティブな変化の様子が伺える。

図 18) 勤務先等における SDGs 関連の取り組み実施状況



3-2 具体的な取り組み

まず、勤務先等における具体的な取り組み状況（図 19）のうち、今回調査の結果について把握する。最も多かった回答が「勉強会・報告会の実施もしくは参加」で 57.8%を占めるなど、他と比べて圧倒的に多い。次に多かったのが「17 の目標と事業内容のひも付け（32.4%）」「CSR や広報の一環で言葉を利用（22.2%）」「経営理念や経営戦略に SDGs を実装（21.8%）」などであった。

次に、2019 年調査からの変化について把握したい。結果をみると、ほとんどの項目において 2019 年調査時点よりも実施率が低下していることが分かる。その一方で、「経営理念や経営戦略に SDGs を実装」という回答のみ 2019 年調査結果より 2025 年調査結果の方が微増しているものの、2021 年調査時点からは毎年減少している。

これらのことから、現時点では意識啓発レベルの取り組みが多く、企業経営に SDGs の考え方を取り入れる動きをしているケースも一定数見られるものの、事業化等の具体的な動きは少ないままで、全般的な取り組み状況は減少傾向にある。

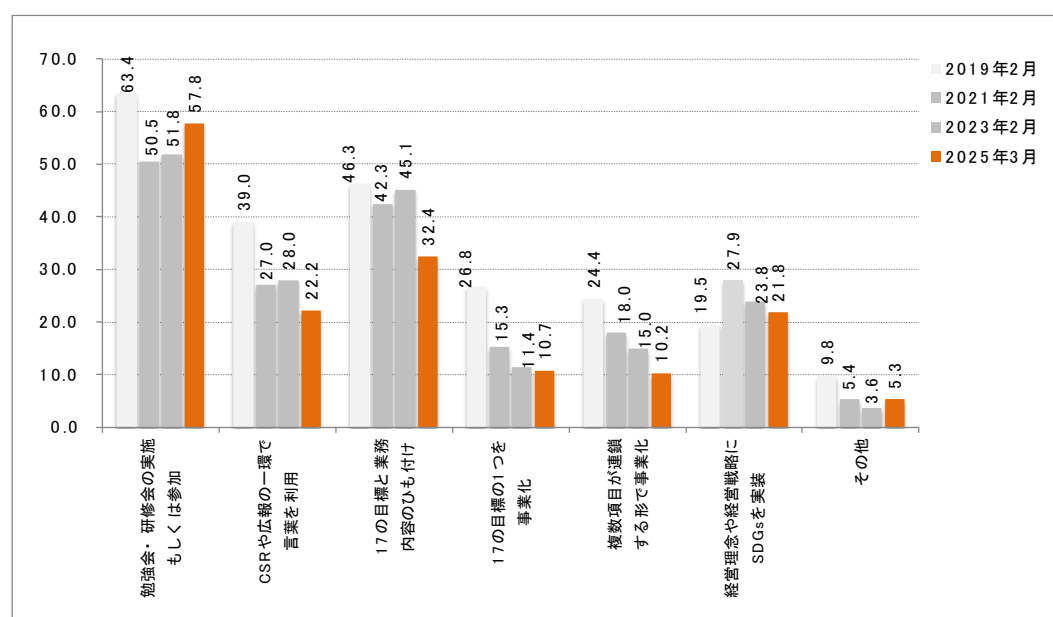


図 19) 勤務先等における具体的な取り組み

3-3 まとめ

本章では、企業等における取り組みの実施状況とその認知度の経年変化について把握した。その結果、勤務先等における取り組み状況の把握率は上昇傾向にあり、取り組みの実施についてはポジティブな変化が見られた。しかし、その多くは意識啓発レベルの取り組みであり、SDGs 経営を軸とした本格的な事業化のレベルまでは至っていない状況にあることが分かった。

4. SDGs に対する考え方や関わり方の推移

4-1 全体的な考え方の傾向

SDGs に対する個人の考え方や関わり方についての質問に対する回答結果を図 20 に示す。

まず、2025 年調査の結果をみると、具体的な回答で最も多かったのが「共感(28.0%)」で、「考えている(18.9%)」「行動(15.1%)」などがそれに次ぐ結果となった。

次に、経年変化についてみてみると、2019 年から 2025 年の間にポジティブな回答は全て増加し、無関心層（「関心なし」「特になし」）が減少していることが分かる。なかでも「行動(4.1%→7.0%→13.5%→15.1%)」や「選択(1.5%→3.8%→7.4%→9.5%)」などは少ないながらも毎回増加している点が特徴的である。その一方で、「反対」がほんのわずかではあるが、毎回増加している点は、やや気になるところである。

以上のことから、個人レベルでは、年々SDGs に対するポジティブな意識変容の傾向があるといえる。加えて、具体的な行動に移す人が着実に増え始めていることを踏まえると、本格的な普及の兆しともいえるような変化が確認できた。

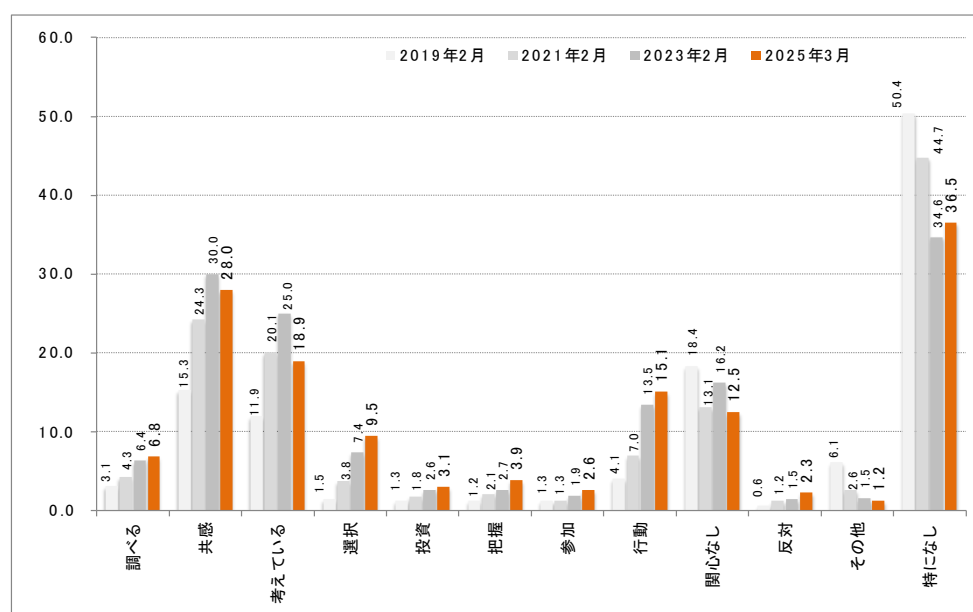


図 20) SDGs に対する考え方や関わり方

4-2 属性別にみた考え方の傾向

(1) 年齢と考え方について

SDGs に関する年齢別の考え方について、経年変化をまとめたのが表 2 である。

まず、2025 年調査の結果をみてみると、「共感」と答えた割合が 10 代 (34.1%) と 60 代以上 (33.7%) で多い点が特徴的であり、そのほか「特になし」という回答が 20 代以上で全て 3 割を超えている点が目立っている。

次に、調査年ごとの変化について把握する。2019～2021 年については、特に 10 代におい

て「特になし」が30ポイント以上減少し、「考えている」「共感」をはじめとする4項目が10ポイント以上増加するなど、考え方の明確化とポジティブな意識変容が顕著となった。また、この2年間で、全体的に多くの変化が見られたことが調査結果から分かった。

2021～2023年では30代以上の年齢層において「特になし」という考え方を明確にしている層に減少傾向が見られ、40代で40ポイント以上減少した点が特徴的であった。また、20代における「選択」「行動」が10ポイント以上増加している点も目立っている。

直近の2023～2025年については、10代において「考えている」が約20ポイント減少し、「行動」が10ポイント以上減少している点が若干気になる点である。

(2) 個人年収と考え方について

まず、個人年収とSDGsに対する考え方の関係（表3）について、2025年調査の結果をみると、年収600～1,000万の層において「共感」の回答率が3割を超えている点が特徴的である。その一方で、他のすべての層では、「特になし」の回答率が3割を超えている点が気になる点である。

次に、調査年ごとの変化についてみると、2019年から2021年にかけては、年収1,000万以上の層において、「特になし」が20ポイント以上減少し、多くのポジティブな項目が10ポイント以上増加した一方で、ネガティブな項目も増加するなど、考え方の明確化とその内容の二極化という傾向が見られた。

2021年から2023年にかけての変化については、年収800未満のすべての層で「特になし」という反応が概ね10ポイント以上減少していること、年収1,000万以上の層で「関心なし」という反応が約15ポイント減少していることなどが目立つ結果となった。

直近の2023年から2025年では、年収1,000万以上の層で「共感」の回答率が25ポイント近く減少している一方で、「調べる」「選択」「把握」などは約10ポイント増加するなど、2019-2021の変化と同様に二極化の傾向が見られた。

(3) 職業と考え方について

まず、職業別の考え方に関するクロス集計結果（表4）のうち、2025年調査の結果をみると、目立っていたのが「共感」を選んだ比率の高さで、最も高いのが会社員（46.0%）で、公務員（31.7%）や自営業・自由業（30.1%）がそれに次ぐ結果となった。その一方で、公務員と経営者と学生以外はすべて「特になし」を選んだ比率が4割前後と高くなっていた。

次に、調査年ごとの変化について整理する。2019年から2021年にかけて、「共感」と「考えている」の回答率が多くの職業で10ポイント以上増加している点が目立っており、特筆すべき点として、「考えている」と回答した経営者の割合が約35ポイント増加していることが挙げられる。また、学生については「共感」「考えている」がいずれも20ポイント以上増加し、「関心なし」「特になし」が10ポイント以上減少している点も特徴的だといえる。

2021年から2023年にかけては、公務員と経営者において10ポイント以上の増加と減少

が見られた項目が多かった。その中でも、経営者の反応で、「考えている」が約 20 ポイント減少し、「関心なし」が約 20 ポイント増加している点が特徴的であった。

2023 年から 2025 年にかけては、会社員の変化が目立っており、「共感」「選択」「行動」を選択した比率が 10 ポイント以上増加しており、それ以外のポジティブな項目も全て増加している点が特徴的である。その一方で、経営者層において「調べる」「共感」が、学生において「共感」「考えている」がそれぞれ 10 ポイント以上減少している点が気になる点である。

表 2) クロス集計結果 (年齢*SDGs に対する考え方)

		「調べる」「共感」を考えている「選択」「投資」「把握」「参加」「行動」「関心なし」「反対」												
年代別		SDGsに興味を持ち、自ら積極的に調べている	SDGsの考え方に共感している	今後、SDGsが重視される世の中になると考えている	SDGsに関係のあるような商品やサービスを選んでいる	SDGsに関係のあるような企業の株を買ったり、投資している	SDGsに力を入れている企業を把握している	SDGsをテーマとした講演会等のイベントに積極的に参加している	日常生活においてSDGsを意識した行動をとっている	SDGsにはあまり興味・関心がない	SDGsの考え方には反対だ	その他	特になし	
2019年調査	2019_10代	6.5	21.0	16.1	1.6	0.0	0.0	3.2	4.8	14.5	1.6	3.2	51.6	
	2019_20代	3.0	8.0	5.0	2.5	2.0	1.5	0.5	2.5	30.5	0.5	5.5	46.0	
	2019_30代	4.3	17.4	9.4	1.7	1.7	2.6	0.9	3.0	23.8	0.9	4.7	48.1	
	2019_40代	1.8	9.3	9.7	0.4	0.0	0.9	1.8	1.8	18.9	0.9	6.2	57.3	
	2019_50代	3.6	16.4	12.9	1.3	1.8	1.3	1.3	7.1	15.6	0.4	9.8	47.1	
	2019_60代以上	2.4	21.2	18.8	1.4	1.4	0.3	1.4	5.5	8.2	0.3	5.5	52.1	
2021年調査	2021_10代	20.0	45.0	45.0	0.0	5.0	10.0	5.0	10.0	5.0	0.0	0.0	20.0	
	2021_20代	3.2	23.3	24.3	3.2	2.1	3.7	1.1	7.4	13.8	0.5	2.6	36.5	
	2021_30代	5.4	23.6	17.8	3.7	2.1	2.1	1.7	6.2	16.5	2.5	2.1	43.0	
	2021_40代	5.8	31.6	26.3	5.3	2.3	2.9	1.8	8.2	18.7	1.8	4.7	80.1	
	2021_50代	4.5	25.1	17.5	4.0	1.3	1.8	1.8	9.4	13.5	0.4	2.7	46.2	
	2021_60代以上	3.4	27.3	22.9	4.8	1.7	1.0	0.7	6.8	11.3	1.4	2.7	46.4	
2023年調査	2023_10代	12.9	41.9	40.3	17.7	6.5	6.5	4.8	22.6	8.1	1.6	0.0	22.6	
	2023_20代	10.9	25.7	23.4	5.7	2.9	2.3	1.7	8.0	15.4	0.6	2.3	35.4	
	2023_30代	8.2	30.0	24.7	8.2	3.4	3.0	1.9	15.0	20.6	1.1	1.5	30.3	
	2023_40代	4.5	22.7	26.4	6.4	1.4	3.2	2.3	10.5	15.9	2.7	1.4	38.2	
	2023_50代	3.9	27.2	18.9	4.4	1.0	1.0	1.5	13.1	19.9	2.9	1.5	36.9	
	2023_60代以上	3.9	37.0	26.0	8.4	2.9	2.6	1.3	15.8	12.2	0.3	1.6	36.3	
2025年調査	2025_10代	13.6	34.1	20.5	11.4	4.5	11.4	4.5	11.4	6.8	0.0	2.3	25.0	
	2025_20代	8.6	25.0	14.3	10.0	5.0	6.4	5.0	10.0	14.3	1.4	0.0	34.3	
	2025_30代	7.4	22.6	18.4	10.1	3.7	3.2	4.1	16.1	15.2	2.3	1.8	35.0	
	2025_40代	6.8	27.9	22.3	5.6	1.6	3.6	1.6	13.9	17.9	2.8	0.0	31.1	
	2025_50代	4.8	25.4	12.1	11.7	2.0	3.6	2.8	10.9	12.9	2.4	1.6	44.8	
	2025_60代以上	6.5	33.7	23.5	10.0	3.5	2.6	0.9	20.8	6.5	2.3	1.8	37.8	
比率の差	2021-2019													
	差_10代	13.5	24.0	28.9	-1.6	5.0	10.0	1.8	5.2	-9.5	-1.6	-3.2	-31.6	
	差_20代	0.2	15.3	19.3	0.7	0.1	2.2	0.6	4.9	-16.7	0.0	-2.9	-9.5	
	差_30代	1.1	6.1	8.4	2.0	0.4	-0.5	0.8	3.2	-7.3	1.6	-2.6	-5.1	
	差_40代	4.1	22.3	16.6	4.8	2.3	2.0	0.0	6.4	-0.2	0.9	-1.5	22.8	
	差_50代	0.9	8.7	4.6	2.7	-0.4	0.5	0.5	2.3	-2.1	0.0	-7.1	-0.9	
	差_60代以上	1.0	6.1	4.0	3.4	0.3	0.7	-0.7	1.3	3.0	1.0	-2.7	-5.6	
	2023-2021													
	差_10代	-7.1	-3.1	-4.7	17.7	1.5	-3.5	-0.2	12.6	3.1	1.6	0.0	2.6	
	差_20代	7.7	2.4	-0.9	2.5	0.7	-1.4	0.7	0.6	1.7	0.0	-0.4	-1.1	
	差_30代	2.9	6.4	7.0	4.5	1.3	0.9	0.2	8.8	4.1	-1.4	-0.6	-12.6	
	差_40代	-1.3	-8.9	0.0	1.1	-1.0	0.3	0.5	2.3	-2.8	1.0	-3.3	-41.9	
	差_50代	-0.6	2.1	1.4	0.3	-0.4	-0.8	-0.3	3.7	6.4	2.5	-1.2	-9.3	
	差_60代以上	0.4	9.7	3.2	3.6	1.2	1.5	0.6	8.9	1.0	-1.0	-1.1	-10.1	
	2025-2023													
	差_10代	0.7	-7.8	-19.8	-6.3	-2.0	4.9	-0.3	-11.2	-1.3	-1.6	2.3	2.4	
	差_20代	-2.3	-0.7	-9.1	4.3	2.1	4.1	3.3	2.0	-1.1	0.9	-2.3	-1.1	
	差_30代	-0.9	-7.4	-6.3	1.9	0.3	0.2	2.3	1.1	-5.4	1.2	0.3	4.7	
	差_40代	2.2	5.2	-4.1	-0.8	0.2	0.4	-0.7	3.5	2.0	0.1	-1.4	-7.1	
	差_50代	1.0	-1.8	-6.8	7.3	1.0	2.7	1.4	-2.2	-7.0	-0.5	0.2	7.9	
	差_60代以上	2.6	-3.3	-2.5	1.6	0.6	0.0	-0.4	5.0	-5.7	2.0	0.2	1.5	

※各調査年の比率が30%以上の欄に着色。比率の差については±10ポイント以上の欄に着色。

表3) クロス集計結果 (個人年収*SDGs に対する考え方)

		「調べる」	「共感」	考えている	「選択」	「投資」	「把握」	「参加」	「行動」	「関心なし」	「反対」		
年収別		SDGsに興味を持ち、自ら積極的に調べている	SDGsの考え方に共感している	今後、SDGsが重視される世の中になると考えている	SDGsに関係のあるような商品やサービスを選んでいる	SDGsに関係のあるような企業の株を買ったり、投資したりしている	SDGsに力を入れている企業を把握している	SDGsをテーマとした講演会等のイベントに積極的に参加している	日常生活においてSDGsを意識した行動をとっている	SDGsにはあまり興味・関心がない	SDGsの考え方は反対だ	その他	特になし
2019調査	200万未満	3.3	14.8	11.2	1.4	1.4	1.4	1.2	5.9	18.7	0.2	5.9	49.4
	200-400万未満	2.7	12.9	12.5	1.7	1.0	0.7	1.4	3.7	16.9	1.4	6.8	53.6
	400-600万未満	2.1	18.5	8.9	1.4	1.4	2.1	0.7	3.4	19.2	1.4	7.5	45.9
	600-800万未満	4.2	25.0	19.4	2.8	5.6	1.4	5.6	4.2	18.1	1.4	6.9	44.4
	800-1000万未満	18.5	25.9	22.2	3.7	3.7	11.1	7.4	7.4	7.4	0.0	3.7	44.4
	1000万以上	0.0	15.8	21.1	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	5.3	0.0	10.5	47.4
2021調査	200万未満	2.6	22.8	18.4	2.6	0.5	1.9	1.2	7.1	12.5	1.2	3.8	46.6
	200-400万未満	3.5	21.1	18.5	3.8	1.9	1.3	0.6	5.1	13.1	1.0	2.6	47.9
	400-600万未満	7.0	24.1	21.5	6.3	5.1	3.8	2.5	7.0	13.3	1.9	2.5	42.4
	600-800万未満	5.5	31.5	16.4	2.7	0.0	0.0	1.4	4.1	20.5	0.0	1.4	38.4
	800-1000万未満	15.2	33.3	33.3	0.0	0.0	3.0	0.0	12.1	9.1	0.0	0.0	30.3
	1000万以上	12.0	36.0	32.0	8.0	4.0	4.0	8.0	16.0	24.0	4.0	4.0	24.0
2023調査	200万未満	3.3	31.1	22.7	6.6	1.6	2.1	0.9	15.5	16.2	1.9	1.9	36.1
	200-400万未満	6.0	27.9	24.7	7.1	2.5	2.1	2.1	10.6	18.0	0.7	1.1	37.5
	400-600万未満	11.8	27.8	25.4	9.5	4.7	4.7	1.2	13.0	14.8	2.4	1.8	33.7
	600-800万未満	13.4	29.9	25.4	6.0	1.5	3.0	4.5	17.9	20.9	1.5	3.0	23.9
	800-1000万未満	12.5	37.5	21.9	6.3	0.0	3.1	3.1	9.4	12.5	3.1	0.0	34.4
	1000万以上	8.7	43.5	30.4	4.3	0.0	4.3	0.0	8.7	8.7	0.0	0.0	30.4
2025調査	200万未満	4.0	29.1	18.5	10.5	1.5	2.8	1.3	17.0	11.3	2.8	1.8	37.1
	200-400万未満	7.6	25.8	15.6	9.8	4.4	3.3	3.3	13.1	13.5	2.9	0.7	40.7
	400-600万未満	9.2	27.5	17.6	7.8	5.2	5.2	3.9	13.1	15.0	1.3	0.0	35.3
	600-800万未満	9.6	36.1	26.5	4.8	1.2	3.6	1.2	14.5	13.3	1.2	3.6	22.9
	800-1000万未満	15.8	31.6	28.9	13.2	7.9	10.5	5.3	18.4	18.4	5.3	0.0	23.7
	1000万以上	19.0	19.0	23.8	14.3	4.8	14.3	0.0	9.5	4.8	0.0	0.0	33.3
比率の差	2021-2019												
	差_under200	-0.7	8.1	7.1	1.2	-0.9	0.5	0.0	1.2	-6.3	0.9	-2.1	-2.8
	差_under400	0.8	8.2	6.0	2.1	0.9	0.6	-0.7	1.4	-3.9	-0.4	-4.2	-5.6
	差_under600	4.9	5.6	12.6	5.0	3.7	1.7	1.8	3.5	-5.9	0.5	-5.0	-3.5
	差_under800	1.3	6.5	-3.0	0.0	-5.6	-1.4	-4.2	-0.1	2.5	-1.4	-5.6	-6.1
	差_under1000	-3.4	7.4	11.1	-3.7	-3.7	-8.1	-7.4	4.7	1.7	0.0	-3.7	-14.1
	差_over1000	12.0	20.2	10.9	8.0	4.0	4.0	8.0	10.7	18.7	4.0	-6.5	-23.4
	2023-2021												
	差_under200	0.7	8.3	4.4	4.0	1.2	0.2	-0.2	8.4	3.7	0.7	-1.9	-10.5
	差_under400	2.5	6.8	6.2	3.2	0.6	0.8	1.5	5.5	4.9	-0.3	-1.5	-10.5
	差_under600	4.9	3.8	3.9	3.1	-0.3	0.9	-1.3	6.1	1.5	0.5	-0.8	-8.7
	差_under800	8.0	-1.7	8.9	3.2	1.5	3.0	3.1	13.8	0.3	1.5	1.6	-14.5
	差_under1000	-2.7	4.2	-11.5	6.3	0.0	0.1	3.1	-2.7	3.4	3.1	0.0	4.1
	差_over1000	-3.3	7.5	-1.6	-3.7	-4.0	0.3	-8.0	-7.3	-15.3	-4.0	-4.0	6.4
	2025-2023												
	差_under200	0.7	-2.0	-4.2	3.9	-0.1	0.7	0.4	1.5	-4.9	0.9	-0.1	1.0
	差_under400	1.6	-2.1	-9.1	2.7	1.9	1.2	1.2	2.5	-4.5	2.2	-0.4	3.2
	差_under600	-2.6	-0.3	-7.8	-1.7	0.5	0.5	2.7	0.1	0.2	-1.1	-1.8	1.6
	差_under800	-3.8	6.2	1.1	-1.2	-0.3	0.6	-3.3	-3.4	-7.6	-0.3	0.6	-1.0
	差_under1000	3.3	-5.9	7.0	7.0	7.9	7.4	2.2	9.0	5.9	2.2	0.0	-10.7
	差_over1000	10.4	-24.4	-6.6	9.9	4.8	9.9	0.0	0.8	-3.9	0.0	0.0	2.9

※各調査年の比率が30%以上の欄に着色。比率の差については±10ポイント以上の欄に着色。

表4) クロス集計結果(職業*SDGs に対する考え方)

		「調べる」	「共感」	考えている	「選択」	「投資」	「把握」	「参加」	「行動」	「関心なし」	「反対」			
職業別		SDGsに興 味を持ち、 自ら積極的 に調べてい る	SDGsの考 え方に共感 している	今後、 SDGsが重 視される世 の中になる と考えてい る	SDGsに関 係のあるよ うな商品や サービス を選んでい る	SDGsに関 係のあるよ うな企業 株を買った り、投資し たりしてい る	SDGsに力 を入れてい る企業を把 握している	SDGsを テーマとし た講演会等 のイベント に積極的に 参加してい る	日常生活に SDGsを意 識した行動 をとってい る	SDGsには あまり興 味・関心が ない	SDGsの考 え方には反 対だ	その他	特になし	
2019 調査	公務員	11.3	25.8	17.7	0.0	1.6	0.0	6.5	3.2	24.2	0.0	3.2	35.5	
	経営者・役員	0.0	10.5	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	10.5	0.0	5.3	63.2	
	会社員	2.5	13.2	10.0	1.6	1.1	1.4	1.1	3.2	20.0	1.1	6.1	51.4	
	自営業・自由業	1.4	13.7	6.8	1.4	1.4	4.1	0.0	1.4	11.0	0.0	13.7	56.2	
	専業主婦・主夫	3.6	15.6	14.7	0.9	0.9	0.9	0.9	4.5	14.3	0.4	6.7	51.3	
	パート・アルバイト	2.4	10.8	10.8	1.8	1.2	0.6	1.2	7.8	22.9	1.2	4.2	49.4	
	学生	5.9	17.6	11.8	1.2	1.2	1.2	2.4	4.7	18.8	0.0	4.7	51.8	
無職・その他	1.7	20.9	15.1	2.3	2.3	1.2	0.6	3.5	16.9	0.0	5.8	48.3		
2021 調査	公務員	18.2	22.7	29.5	11.4	0.0	4.5	0.0	2.3	27.3	2.3	2.3	27.3	
	経営者・役員	9.1	18.2	40.9	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	4.5	9.1	4.5	27.3	
	会社員	4.1	23.2	18.9	4.3	2.9	2.7	1.6	7.2	13.6	0.8	2.3	44.1	
	自営業・自由業	2.3	27.6	19.5	3.4	2.3	1.1	0.0	9.2	17.2	1.1	2.3	43.7	
	専業主婦・主夫	1.5	25.6	19.7	1.5	0.5	0.5	1.0	6.9	10.3	0.5	3.4	49.8	
	パート・アルバイト	2.2	20.0	18.4	4.3	0.5	1.1	0.0	6.5	10.3	0.5	4.3	50.3	
	学生	10.2	38.8	32.7	0.0	2.0	10.2	6.1	8.2	8.2	0.0	0.0	26.5	
無職・その他	5.6	25.6	17.5	4.4	1.9	1.3	1.9	6.9	15.0	3.1	1.3	46.9		
2023 調査	公務員	8.2	34.7	28.6	10.2	2.0	2.0	2.0	20.4	14.3	0.0	0.0	22.4	
	経営者・役員	16.7	33.3	20.8	4.2	4.2	8.3	0.0	8.3	25.0	0.0	0.0	37.5	
	会社員	8.4	26.6	25.2	6.6	2.7	2.7	2.0	10.9	15.8	1.6	1.4	37.1	
	自営業・自由業	7.1	28.6	25.0	5.4	3.6	3.6	1.8	10.7	16.1	5.4	1.8	33.9	
	専業主婦・主夫	1.1	30.5	23.2	9.0	3.4	2.3	0.6	22.6	15.3	0.6	1.1	34.5	
	パート・アルバイト	4.9	30.6	23.0	7.1	1.1	1.6	1.6	11.5	18.6	1.6	2.2	34.4	
	学生	11.6	40.0	34.7	12.6	6.3	5.3	4.2	15.8	10.5	1.1	1.1	25.3	
無職・その他	2.4	31.4	22.5	5.9	0.6	1.8	1.8	11.8	18.3	1.2	2.4	36.7		
2025 調査	公務員	17.1	31.7	24.4	7.3	9.8	4.9	4.9	19.5	17.1	2.4	2.4	19.5	
	経営者・役員	4.5	22.7	22.7	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0	22.7	4.5	4.5	22.7	
	会社員	12.0	46.0	29.0	21.0	6.0	11.0	10.0	22.0	18.0	2.0	1.0	40.0	
	自営業・自由業	8.2	30.1	13.7	6.8	1.4	2.7	1.4	21.9	15.1	4.1	0.0	42.5	
	専業主婦・主夫	2.2	25.4	19.5	9.7	0.5	0.5	0.5	21.6	8.6	0.5	0.0	42.7	
	パート・アルバイト	2.2	26.5	20.5	10.3	2.2	2.2	1.6	13.5	14.1	2.2	1.1	35.1	
	学生	12.7	28.6	20.6	11.1	4.8	7.9	6.3	15.9	9.5	1.6	1.6	27.0	
無職・その他	7.1	29.4	15.2	8.6	2.0	3.0	1.0	11.2	10.2	3.6	3.6	42.1		
2021-2019														
比率の差	差_公務員	6.9	-3.1	11.8	11.4	-1.6	4.5	-6.5	-1.0	3.1	2.3	-1.0	-8.2	
	差_経営者・役員	9.1	7.7	35.6	0.0	0.0	0.0	0.0	-0.7	-6.0	9.1	-0.7	-35.9	
	差_会社員	1.6	10.0	8.9	2.7	1.7	1.3	0.5	4.0	-6.4	-0.3	-3.9	-7.2	
	差_自営業・自由業	0.9	13.9	12.7	2.1	0.9	-3.0	0.0	7.8	6.3	1.1	-11.4	-12.5	
	差_専業主婦・主夫	-2.1	10.0	5.0	0.6	-0.4	-0.4	0.1	2.4	-3.9	0.0	-3.2	-1.6	
	差_パート・アルバイト	-0.2	9.2	7.5	2.5	-0.7	0.5	-1.2	-1.3	-12.6	-0.7	0.1	0.9	
	差_学生	4.3	21.1	20.9	-1.2	0.9	9.0	3.8	3.5	-10.7	0.0	-4.7	-25.2	
	差_無職・その他	3.9	4.7	2.4	2.0	-0.5	0.1	1.3	3.4	-1.9	3.1	-4.6	-1.4	
	2023-2021													
	差_公務員	-10.0	12.0	-1.0	-1.2	2.0	-2.5	2.0	18.1	-13.0	-2.3	-2.3	-4.8	
	差_経営者・役員	7.6	15.2	-20.1	4.2	4.2	8.3	0.0	3.8	20.5	-9.1	-4.5	10.2	
	差_会社員	4.3	3.4	6.3	2.2	-0.2	0.0	0.4	3.7	2.2	0.8	-0.8	-7.1	
	差_自営業・自由業	4.8	1.0	5.5	1.9	1.3	2.4	1.8	1.5	-1.2	4.2	-0.5	-9.7	
	差_専業主婦・主夫	-0.3	4.9	3.5	7.6	2.9	1.8	-0.4	15.7	4.9	0.1	-2.3	-15.3	
	差_パート・アルバイト	2.8	10.6	4.6	2.8	0.6	0.6	1.6	5.0	8.3	1.1	-2.1	-15.8	
	差_学生	1.4	1.2	2.1	12.6	4.3	-4.9	-1.9	7.6	2.4	1.1	1.1	-1.3	
	差_無職・その他	-3.3	5.7	5.0	1.5	-1.3	0.5	-0.1	5.0	3.3	-1.9	1.1	-10.2	
	2025-2023													
	差_公務員	8.9	-3.0	-4.2	-2.9	7.8	2.9	2.9	-0.9	2.8	2.4	2.4	-2.9	
	差_経営者・役員	-12.2	-10.6	1.9	4.9	-4.2	0.8	0.0	-8.3	-2.3	4.5	4.5	-14.8	
	差_会社員	3.6	19.4	3.8	14.4	3.3	8.3	8.0	11.1	2.2	0.4	-0.4	2.9	
	差_自営業・自由業	1.1	1.6	-11.3	1.5	-2.2	-0.8	-0.4	11.2	-1.0	-1.2	-1.8	8.5	
	差_専業主婦・主夫	1.1	-5.1	-3.7	0.7	-2.9	-1.8	-0.1	-1.0	-6.7	-0.1	-1.1	8.2	
	差_パート・アルバイト	-2.7	-4.1	-2.5	3.2	1.1	0.6	0.0	2.0	-4.5	0.6	-1.1	0.7	
	差_学生	1.1	-11.4	-14.1	-1.5	-1.5	2.6	2.1	0.1	-1.0	0.5	0.5	1.7	
	差_無職・その他	4.7	-1.9	-7.3	2.7	1.4	1.3	-0.8	-0.7	-8.2	2.4	1.2	5.4	

(※1)会社員・事務系と会社員・技術系と会社員・その他の数値を合算 (※2)自営業と自由業の数値を合算 (※3)その他と無職の数値を合算

※各調査年の比率が30%以上の欄に着色。比率の差については±10ポイント以上の欄に着色。

4-3 SDGs に対する考え方の傾向

本章では、SDGs に対する現在の考え方や関わり方にどのような傾向があるのか、全4回にわたる調査結果を比較しながら把握した。直近の変化を中心にその傾向をまとめると以下のようなことが言える。

まず、SDGs に対する考え方や関わり方についての全般的な特徴としては、個人レベルで年々ポジティブな意識変容の傾向がみられるなど、本格的な普及の兆しを予感させる変化が確認できた。

次に属性別に分析した結果、年齢別では、2019年から2021年にかけて10代において考え方の明確化とポジティブな意識変容が顕著となった点、2021年から2023年にかけて多くの年代で考え方の明確化の傾向が見られた点、直近の2023年から2025年にかけて10代において一部ネガティブな意識変容の傾向が見られた点などが特徴的であった。

年収別では、概ね年収の高い層から順番に考え方の明確化の傾向がみられた点が特徴的であり、年収1,000万以上の層において考え方が二極化しやすい傾向にあることも分かった。

職業別では、経営者の考え方の変化が目立っていたものの、その変化の方向性に規則性がない点が特徴的だといえる。また、近年における会社員のポジティブな意識変容が目立つ結果となった。

5. SDGs に関する今後のアクションについて

5-1 アクション意向に関する全体的な傾向

まず、「あなたは、今後、SDGs に関して何らかのアクションを起こしたいと思いますか。」という設問に対する年次別回答結果（図21）を見てみると、2025年調査では「はい」という肯定的な回答の比率が33.4%となり、2019年の初回調査以降、毎回増加していることが分かった。その一方で「分からない」という回答の比率も毎回減少していることから、アクション意向は年々明確化する傾向にあるといえる。

次に、「17の目標のうち、どの目標についてのアクションを起こしたいですか。」という設問に対する2025年調査の結果（表5）をみてみると、最も回答率が高かったのが前回調査同様に「海の豊かさを守ろう（36.6%）」で、「住み続けられるまちづくりを（29.6%）」「陸の豊かさを守ろう（29.6%）」がそれに次ぐ結果となった。また、調査年別の変化に着目してみると、一部の項目を除いて概ね優先度の大きな変化は見られなかったが、「住み続けられるまちづくりを」の回答率が全ての調査時点でトップ3に入っており、「貧困をなくそう」は3位→1位→4位→4位と推移していることから、これらの項目に対するアクション意向の強いことが分かった。その一方で、ワースト3の「パートナーシップで目標を達成しよう（全て17位）」「産業と技術革新の基盤を作ろう（全て16位）」「働きがいも経済成長も（2019年調査以外全て15位）」という項目については、アクション意向としての優先度が低い状況にあることが分かった。また、トップ5の内容から、基本的な自然環境や生活環境を維持す

さらに、「具体的にはどのようなアクションですか。」という設問に対する年次別回答結果（表6）を見てみると、全ての調査時点で「行動」の回答率が最も高く、いずれも5割を超えていることが分かった。また、「投資」の回答率が2021年調査以降毎回減少している点が特徴的で、それ以外の項目についての目立った変化は見られなかった。

2019年2月 2021年2月 2023年2月 2025年3月

回答	2019年2月	2021年2月	2023年2月	2025年3月
はい	21.8	25.6	31.0	33.4
いいえ	19.6	19.2	18.5	20.8
分からない	58.6	55.1	50.5	45.8

[illegible]

	「参加」	「協力」	「選択」	「投資」	「行動」	「はじめる」		
	SDGs関連書籍の購入 やSDGsに関する講演 会への参加を通じて理 解を深めたい	SDGsに関係のある ような活動に参加・ 協力したい	SDGsに関係のある ような商品やサービス を選びたい	SDGsに関係のあるよ うな企業の株を買ったり、 投資しだりしたい	日常生活において SDGsを意識した 行動をとりたい	勤務先や学校等に おいてSDGsに 関する取り組みを はじめたい	その他	計
2019年2月	64 (23.6)	107 (39.5)	101 (37.3)	28 (10.3)	160 (59.0)	32 (11.8)	7 (2.6)	271 (100)
2021年2月	71 (22.4)	101 (31.9)	138 (43.5)	43 (13.6)	180 (56.8)	35 (11.0)	5 (1.6)	317 (100)
2023年2月	81 (21.0)	112 (29.1)	148 (38.4)	45 (11.7)	223 (57.9)	43 (11.2)	3 (0.8)	385 (100)
2025年3月	95 (22.9)	134 (32.3)	148 (35.7)	35 (8.4)	230 (55.4)	42 (10.1)	5 (1.2)	415 (100)

※ () 内は%

5-2 アクション意向に関する属性別の傾向

(1) 年齢とアクションについて

年齢別の SDGs に関するアクション意向について調査年次別にまとめたものが表 7 である。

まず、2025 年調査結果についてみると、「はい」と回答した比率は 10 代が最も多く 5 割を超えている点が特徴的だといえる。その一方で、「いいえ」と回答した比率が 20 代以上のほとんどの年代で 2 割を超えている点が気になるところである。

次に、調査時点ごとの変化について把握する。2019 年から 2021 年にかけての変化で目立っていたのは、10 代と 30 代のアクション意向が高まっている点である。2021 年から 2023 年の変化としては、10 代と 40 代において「はい」という回答が 10 ポイント近く増加して、「いいえ」という回答が減少していることが特徴的である。2023 年から 2025 年にかけては目立った特徴はみられないが、ほとんどの年代において「分からない」という回答が減少し、「はい」と「いいえ」のどちらも増加していることから、10 代以外の年代ではアクション意向の面で二極化の傾向が伺える。

表 7) クロス集計結果 (年齢*アクション意向) ※左が各年度の比率、右が比率の差

		%	はい	いいえ	分からない	計					
2019年	比率（%）	2019_10代	30.6	11.3	58.1	100.0	比率の差	2023-2019			
		2019_20代	22.0	21.5	56.5	100.0		差_10代	29.0	-6.5	-22.6
		2019_30代	19.6	21.3	59.1	100.0		差_20代	11.1	-2.6	-8.5
		2019_40代	16.3	20.7	63.0	100.0		差_30代	14.5	0.4	-15.0
		2019_50代	20.4	18.7	60.9	100.0		差_40代	11.9	-2.1	-9.8
		2019_60代以上	27.1	18.5	54.5	100.0		差_50代	4.8	-0.2	-4.6
2021年	比率（%）	2021_10代	50.0	15.0	35.0	100.0		差_60代以上	0.3	-0.5	0.2
		2021_20代	30.3	13.3	56.4	100.0		2023-2021			
		2021_30代	32.2	19.0	48.8	100.0		差_10代	9.7	-10.2	0.5
		2021_40代	19.9	24.7	55.4	100.0		差_20代	2.8	5.6	-8.4
		2021_50代	24.2	17.5	58.3	100.0		差_30代	1.9	2.7	-4.6
		2021_60代以上	21.8	19.8	58.4	100.0		差_40代	8.3	-6.1	-2.2
2023年	比率（%）	2023_10代	59.7	4.8	35.5	100.0		差_50代	1.0	1.0	-2.0
		2023_20代	33.1	18.9	48.0	100.0		差_60代以上	5.5	-1.8	-3.7
		2023_30代	34.1	21.7	44.2	100.0		2025-2023			
		2023_40代	28.2	18.6	53.2	100.0		差_10代	-5.1	2.0	3.2
		2023_50代	25.2	18.4	56.3	100.0		差_20代	1.9	4.7	-6.6
		2023_60代以上	27.3	18.0	54.7	100.0		差_30代	0.9	-5.6	4.7
2025年	比率（%）	2025_10代	54.5	6.8	38.6	100.0		差_40代	6.9	5.7	-12.5
		2025_20代	35.0	23.6	41.4	100.0		差_50代	4.2	4.1	-8.3
		2025_30代	35.0	16.1	48.8	100.0		差_60代以上	3.5	2.5	-6.0
		2025_40代	35.1	24.3	40.6	100.0					
		2025_50代	29.4	22.6	48.0	100.0					
		2025_60代以上	30.8	20.5	48.7	100.0					

(2) 個人年収とアクションについて

個人年収別に SDGs に関するアクション意向を年次別に比較した結果を表 8 に示す。

まず、2025 年調査結果をみると、年収 1,000 万以上の層において、「はい」と答えた比率が 57.1%と最も多く、「いいえ」の比率は 9.5%と極端に低いことがわかる。また、「はい」という回答の比率は、概ね年収が低いほど低くなる傾向にある。

次に、調査時点別の変化について整理する。2019 年から 2021 年にかけての変化で目立っていたのは、年収 800 万以上の層におけるアクション以降の大幅な増加である。特に年収

1,000 万以上の層ではその傾向が顕著に現れていた。

2021 年から 2023 年にかけては、年収 600-800 万未満の層と年収 1,000 万以上の層において「いいえ」が 10 ポイント以上減少して「はい」が増加するなど、アクション意向の面でポジティブな変化が見られた。反対に、年収 800-1,000 万未満の層は、「はい」が減少して「いいえ」が増加するというネガティブな変化を示した。

2023 年から 2025 年にかけては大きな変化は見られなかったが、年収 400 万以上のほとんどの層で「はい」が増加、「いいえ」が減少、「分からない」が減少という変化をしていることから、アクション意向が明確かつポジティブに変化していると言えそうだ。

表 8) クロス集計結果 (個人年収*アクション意向) ※左が各年度の比率、右が比率の差

		はい	いいえ	分からない	計			はい	いいえ	分からない
2019 年	200万未満	23.7	20.4	56.0	100.0	比率の差	2023-2019			
	200-400万未満	21.7	16.6	61.7	100.0		差_under200	2.1	-3.3	1.2
	400-600万未満	21.2	18.5	60.3	100.0		差_under400	8.3	5.7	-14.0
	600-800万未満	31.9	23.6	44.4	100.0		差_under600	11.9	5.2	-17.1
	800-1000万未満	29.6	18.5	51.9	100.0		差_under800	3.9	-1.2	-2.7
	1000万以上	10.5	42.1	47.4	100.0		差_under1000	11.0	9.6	-20.6
2021 年	200万未満	21.6	18.1	60.2	100.0		差_over1000	41.6	-29.1	-12.6
	200-400万未満	25.6	19.2	55.3	100.0		2023-2021			
	400-600万未満	26.6	21.5	51.9	100.0		差_under200	4.1	-1.0	-3.1
	600-800万未満	27.4	34.2	38.4	100.0		差_under400	4.5	3.1	-7.6
	800-1000万未満	48.5	18.2	33.3	100.0		差_under600	6.6	2.1	-8.7
	1000万以上	48.0	24.0	28.0	100.0		差_under800	8.4	-11.9	3.4
2023 年	200万未満	25.8	17.1	57.1	100.0		差_under1000	-7.9	9.9	-2.1
	200-400万未満	30.0	22.3	47.7	100.0		差_over1000	4.2	-11.0	6.8
	400-600万未満	33.1	23.7	43.2	100.0		2025-2023			
	600-800万未満	35.8	22.4	41.8	100.0		差_under200	5.8	4.7	-10.5
	800-1000万未満	40.6	28.1	31.3	100.0		差_under400	-1.7	1.4	0.3
	1000万以上	52.2	13.0	34.8	100.0		差_under600	5.4	-1.4	-4.0
2025 年	200万未満	31.6	21.8	46.6	100.0		差_under800	3.9	0.5	-4.4
	200-400万未満	28.4	23.6	48.0	100.0		差_under1000	6.7	-4.4	-2.3
	400-600万未満	38.6	22.2	39.2	100.0		差_over1000	5.0	-3.5	-1.4
	600-800万未満	39.8	22.9	37.3	100.0					
	800-1000万未満	47.4	23.7	28.9	100.0					
	1000万以上	57.1	9.5	33.3	100.0					

(3) 職業とアクションについて

まず、職業別の SDGs に関するアクション意向の年次別調査結果 (表 9) のうち、2025 年調査についてみると、「はい」という回答率が最も高かったのが学生 (49.2%) で、経営者 (40.9%) や会社員 (38.1%) がそれに次ぐ結果となった。

次に、調査時点別の変化について把握する。2019 年から 2021 年にかけての変化として、特筆すべきは、経営者の反応である。集計結果をみると、回答率で「はい」が 25.8 ポイント増加し、「分からない」が 29.9 ポイント減少していることから、経営者層のアクション意向が明確かつポジティブに変化していることが分かる。

2021 年から 2023 年にかけては、公務員の「はい」という回答率が 22.6 ポイント増加し、「いいえ」が 15 ポイント減少するなど、ポジティブなアクション意向に変化している点が特徴的である。また、これと同様の傾向が専業主婦・主夫や学生にもみられた。その一方で、経営者層については、「はい」も「いいえ」も 10 ポイント以上減少し、「分からない」が 30

ポイント近く増加するなど、上述した状況とは逆の傾向がみられた。

2023 年から 2025 年の変化としては、経営者の「はい」という回答率が 15.9 ポイント増加し、「分からない」が 13.6 ポイント減少している点が目立つ結果となった。

また、会社員と自営業・自由業については、調査のたびに「はい」という回答の比率が増加していることから、他と比べて着実にポジティブなアクション意向へと変化していることが分かる。なお、会社員については「分からない」という回答も毎回少しずつ減少しているため、着実にアクション意向が明確化していることが伺える。

表 9) クロス集計結果（職業＊アクション意向）※左が各年度の比率、右が比率の差

		はい	いいえ	分からない	計
2019 年	公務員	29.0	12.9	58.1	100.0
	経営者・役員	10.5	36.8	52.6	100.0
	会社員	20.0	21.4	58.6	100.0
	自営業・自由業	17.8	31.5	50.7	100.0
	専業主婦・主夫	16.5	17.4	66.1	100.0
	パート・アルバイト	23.5	19.3	57.2	100.0
	学生	34.1	15.3	50.6	100.0
2021 年	無職・その他	26.2	15.7	58.1	100.0
	公務員	18.2	27.3	54.5	100.0
	経営者・役員	36.4	40.9	22.7	100.0
	会社員	28.7	19.1	52.2	100.0
	自営業・自由業	20.7	25.3	54.0	100.0
	専業主婦・主夫	20.7	15.8	63.5	100.0
	パート・アルバイト	22.7	14.1	63.2	100.0
2023 年	学生	36.7	18.4	44.9	100.0
	無職・その他	24.3	22.6	53.0	100.0
	公務員	40.8	12.2	46.9	100.0
	経営者・役員	25.0	25.0	50.0	100.0
	会社員	31.6	21.9	46.5	100.0
	自営業・自由業	21.4	21.4	57.1	100.0
	専業主婦・主夫	31.6	9.6	58.8	100.0
2025 年	パート・アルバイト	27.3	15.8	56.8	100.0
	学生	48.4	10.5	41.1	100.0
	無職・その他	24.3	24.9	50.9	100.0
	公務員	31.7	17.1	51.2	100.0
	経営者・役員	40.9	22.7	36.4	100.0
	会社員	38.1	21.3	40.6	100.0
	自営業・自由業	30.1	21.9	47.9	100.0
2025 年	専業主婦・主夫	28.1	16.2	55.7	100.0
	パート・アルバイト	29.2	19.5	51.4	100.0
	学生	49.2	12.7	38.1	100.0
	無職・その他	26.9	27.9	45.2	100.0

比率の差	2023-2019			
		はい	いいえ	分からない
	差_公務員	11.8	-0.7	-11.1
	差_経営者・役員	14.5	-11.8	-2.6
	差_会社員	11.6	0.6	-12.1
	差_自営業・自由業	3.6	-10.1	6.5
	差_専業主婦・主夫	15.1	-7.8	-7.3
	差_パート・アルバイト	3.8	-3.4	-0.4
	差_学生	14.3	-4.8	-9.5
	差_無職・その他	-1.9	9.2	-7.3
	2023-2021			
		はい	いいえ	分からない
	差_公務員	22.6	-15.0	-7.6
	差_経営者・役員	-11.4	-15.9	27.3
	差_会社員	2.8	2.8	-5.6
	差_自営業・自由業	0.7	-3.9	3.1
	差_専業主婦・主夫	10.9	-6.2	-4.8
	差_パート・アルバイト	4.6	1.8	-6.4
	差_学生	11.7	-7.8	-3.8
	差_無職・その他	-0.1	2.2	-2.2
	2025-2023			
		はい	いいえ	分からない
	差_公務員	-9.1	4.8	4.3
	差_経営者・役員	15.9	-2.3	-13.6
	差_会社員	6.5	-0.7	-5.9
	差_自営業・自由業	8.7	0.5	-9.2
	差_専業主婦・主夫	-3.5	6.6	-3.1
	差_パート・アルバイト	1.9	3.6	-5.5
	差_学生	0.8	2.2	-3.0
	差_無職・その他	2.6	3.1	-5.7

5-3 今後のアクションについての傾向

まず、全体的な傾向として、アクション意向は年々明確かつポジティブに変化していることがわかった。また、近年では基本的な自然環境や生活環境を維持することへの意識が強くなる傾向がみられた。

次に、アクション以降に関する属性別の結果を分析した結果、年齢別では、2025 年調査において 10 代のみ半数以上がポジティブなアクション意向を示している点が特徴的であった。また調査時点ごとの変化については、10 代のアクション意向にポジティブな変化と明確化の傾向が見られ、他の年代ではアクション意向の面で二極化の傾向が伺えた。

年収別では、2025 年調査において、年収 1,000 万以上の層のアクション意向が非常に強

いことが特徴的で、概ね年収に比例してアクション意向が強くなる傾向にあることが分かった。

職業別にみると、2025 年調査において、学生や経営者のアクション意向が他の職業よりも強いことが分かった。また、調査時点ごとの特徴的な変化として、会社員と自営業・自由業が着実にポジティブなアクション意向へと変化している点が挙げられる。

6. おわりに

6-1 調査結果のまとめ

各章で得られた知見は以下のとおりである。

2 章では SDGs に関する基礎知識に着目して分析を行った。その結果、まず、全 4 回の調査を通じて広く言葉の認知が進み、職業等による認知度の差も無くなったことが分かった。次に、意味の認知度については前回調査から伸び悩んでいる状況にあり、学生の認知度が高いこと、世帯収入に比例して認知度が高まることなどが特徴として挙げられる。また、17 の目標についての認知度や興味関心については、「貧困をなくそう」「すべての人に健康と福祉を」が常に高い数値を示していること、言葉の意味や認知度が高い学生や高所得者層の方がより明確に興味関心を示す傾向にあることなどが分かった。

3 章では、企業等における取り組みの実施状況及びその認知度の経年変化について把握した。その結果、取り組みの把握率が上昇傾向にあり、取り組みの実施についてはポジティブな変化が見られたものの、その多くが SDGs 経営を軸とした本格的な事業展開のレベルには至っていないことが分かった。

4 章では、SDGs に対する考え方の傾向について分析した。その結果、まず、全般的には普及の兆しを予感させる変化を確認することができた。次に、年齢別では、10 代の反応が目立っており、考え方の明確化とポジティブな意識変容が顕著であった。また、多くの年代で考え方が明確化する傾向も見られた。さらに、年収別には概ね年収が高くなるほど考え方が明確化する傾向が見られた。そして、職業別では、近年における会社員のポジティブな意識変容が目立つ結果となった。

5 章では、今後のアクション意向について考察を行った。その結果、まず、全体的な傾向として、アクション意向が年々明確かつポジティブに変化していることが分かった。次に、年齢別では、10 代のアクション意向がポジティブな変化と明確化の傾向が見られ、他の年代では二極化の傾向が伺えた。さらに、年収別では、概ね年収に比例してアクション意向が強くなる傾向が伺えた。また、職業別では、学生や経営者のアクション意向が特に強いこと、会社員と自営業・自由業が着実にポジティブなアクション意向へと変化している点が特徴的であった。

6-2 今後に向けて

これまでの一連の調査結果を踏まえると、SDGs という言葉の認知はかなり進んだとい

え、その要因の一つとして、行政をはじめとした認普及啓発の取り組みが功を奏したと考えられる。しかし、その一方で、本質的な部分に対する深い理解には至っておらず、単なる普及啓発活動だけでは、それ以上のことが望めないことは容易に想像がつく。

したがって、今後、企業等による SDGs 経営への本格的なシフトチェンジや様々な分野における SDGs の社会実装を進めていくためには、いくつかの兆しに着目した、様々な方向からのアプローチが必要だと考えられる。その中でも高い効果が予想されるのが、10 代～20 代の学生（中学生、高校生、大学生など）へのアプローチである。本研究を通して、当該世代の認知度や興味関心が他の世代よりも高く、アクション意向が強いことが分かった。そのため、今後は教育や学習プログラムの整備とその担い手の育成などが重要になると考えられる。

以上を踏まえ、今後の展開として、学校教育の現場において、どのように SDGs に関する教育が行われているのか、その実態把握のための調査を行いたいと考えている。また、それと同時に、教員の SDGs に対する意識についての調査も実施したい。これら学校教育の現場における調査の結果は、SDGs の本質的な理解や周知がまだ十分ではない 30 代以降の世代における、教育、普及啓発等にも応用できると考えている。

参考文献

- 1) 片岡寛之、小林敏樹「北九州市内における SDGs の認知度に関する調査」2018 年度地域戦略研究所地域課題研究報告書, pp. 17-55, 2019 年 3 月
- 2) 片岡寛之、小林敏樹「北九州市における SDGs に関する取り組みの認知度とその変化に関する調査」2020 年度地域戦略研究所年報第 1 号, pp. 15-46, 2021 年 3 月
- 3) 片岡寛之、小林敏樹「北九州市における SDGs に関する取り組みについての認知度の変化」2021 年度地域戦略研究所年報第 2 号, pp. 31-62, 2022 年 3 月
- 4) 片岡寛之、小林敏樹「北九州市における SDGs に関する取り組みの認知度と SDGs に対する考え方についての調査」2022 年度地域戦略研究所年報第 3 号, pp. 35-68, 2023 年 3 月
- 5) 片岡寛之、小林敏樹「北九州市における SDGs に関する取り組みの認知度と SDGs に対する考え方の経年変化」2023 年度地域戦略研究所年報第 4 号, pp. 35-60, 2024 年 3 月
- 6) 外務省HP
- 7) 北九州市HP