

SDGs（持続可能な開発目標）を推進する企業のための 従業員満足度+SDGs浸透度調査

ES : Employee Satisfaction + SDGs : Sustainable Development Goals

SDGs
持続可能な
開発目標
とは

2015年9月の国連サミットで採択されたもので、国連加盟193か国が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた目標です。日本政府もアクションプランを作成し、政官民一体となって取り組みを実施しています。学校教育でも積極的にカリキュラムが実施されており、企業のSDGsへの取り組みが、今後の顧客の企業選択・商品選択に大きな影響を与えることが予想されます。

従業員満足度 + SDGs浸透度調査とは

通常のES調査にプラスして、社内のSDGsや社会的な課題に対する取り組みへの理解や浸透を聴取することにより、自社のSDGsへの取り組みを社外にアピールするだけでなく、**従業員のモチベーションアップと新たな商品サービスの開発、新たなパートナーシップの構築**につなげます。

通常のES調査	×	SDGs浸透度	=	今後の施策
<ul style="list-style-type: none">●総合満足度●職務や社内環境に関する個別満足度●要望・改善点●仕事に対するモチベーション		<ul style="list-style-type: none">●SDGsや社会的課題に対する考えや行動●SDGs取り組み認知●SDGs取り組み評価●SDGs取り組み認知後のモチベーション		<ul style="list-style-type: none">●SDGs社内浸透施策●モチベーションアップ施策●SDGs視点を用いた商品・サービスの開発・改善★SDGs理解とモチベーション向上

POINT1

従業員のSDGsや社会的課題への理解や意識を把握します

POINT2

SDGsの浸透が従業員のモチベーションをアップさせます

POINT3

SDGs視点を用いた商品・サービスの開発・改善を考えます

POINT 1

従業員のSDGsや社会的課題への理解や意識を把握します

社会的課題に対する考えや行動
(社会課題意識レベル・性年代別)

N		積極的活動意向層	バックアップ層	意識・関心層	低関心層	(%)
勤め人・自営業 全体	488	32.6	23.8	23.6	20.1	
職 種	経営・社業全般	41.5		36.6	19.5	2.4
	総務・人事	40.0	15.6	17.8	26.7	
	財務・経理	46.7		33.3	20.0	0.0
	営業・販売	33.3	19.3	23.7	23.7	
	企画・マーケティング・デザイン・編集	21.4	21.4	35.7	21.4	
	技術研究・開発	31.5	27.8	16.7	24.1	
	教員・公務	40.0	20.0	22.9	17.1	
	その他	24.8	24.1	27.7	23.4	

[STEP1]

従業員の社会的課題に対する意識を把握。

[STEP2]

SDGsに対する理解や意識を把握。

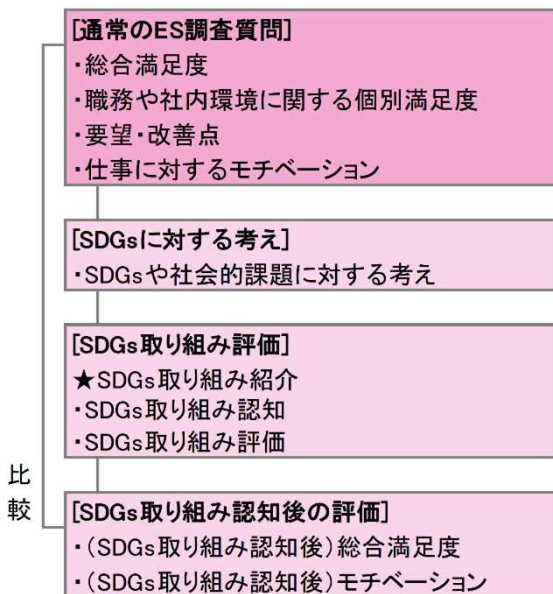
※日本リサーチセンター調べ
WEB調査で全国の15～69才男女1000名に実施（うち、勤め人・自営業は488名。調査期間は2020年5月28日～6月3日）

①積極的活動意向層（「社会的な課題の解決のために自ら積極的に活動していきたい」で「非常に」＋「ややあてはまる」の回答者）
②バックアップ層（社会的な課題の解決の必要性を他者に伝えたいと思う、「社会的な課題の解決を推進している団体や企業を支援・応援したい」のいずれかで「非常に」＋「ややあてはまる」の回答者（①除く））
③意識・関心層（「社会的な課題に関するニュースや記事に注目している」、「社会的な課題を解決しなければいけないと感じる」、「社会的な課題の解決のために自分でも何かの役に立てると思う」のいずれかで「非常に」＋「ややあてはまる」の回答者（①②除く））
④低関心層（①～③の項目のいずれにも「非常に」＋「ややあてはまる」の回答がない者）

POINT 2

SDGsの浸透が従業員のモチベーションをアップさせます

調査項目の流れ



[STEP1]

(通常の)顧客満足度と(SDGs取り組み認知後の)顧客満足度を比較することにより、SDGs取り組みの効果把握。

[STEP2]

企業(自社)のSDGsへの取り組みに対する顧客の認知と評価を聴取。

[STEP3]

SDGs取り組み認知後の顧客満足度の変化を確認し、満足度が上昇した顧客が評価しているSDGs取り組みを把握します。その取り組みを顧客に周知させるための広報を考えます。

POINT 3

SDGs視点を用いた商品・サービスの開発・改善を考えます

[STEP1] 自由回答質問

<顧客の体験>

Q. これまでの仕事を通じて、素晴らしい・良かったと感じた体験は？

→現状での仕事の価値

Q. 自社が取り組むべき社会課題、どのようなことに取り組むべき？

→今後提供すべき価値

[STEP2] ワークショップ

<価値マップの作成>

下記の価値をマップ化することによって、自社の現在の価値と今後に創造すべき価値を発見します。

①現時点での価値

②今後提供すべき価値(SDGs視点)

[STEP3] アイデア発想

<商品・サービスの開発・改善>

今後、自社が提供すべき価値をどのように商品・サービスに反映させるべきかをアイデア発想法によって考えます。

ワークショップの詳細に関しては、お問い合わせください。