

【NRCLレポート】

社会的課題に関する生活者意識調査結果(前編)

生活者発想からのSDGsシリーズ

2020年5月調査結果

2020年6月

 **NR** 日本リサーチセンター
Member of WIN and Gallup International Association

 **WIN**
Worldwide
Independent Network
Of Market Research

調査の背景・目的

SDGsの達成目標年限まであと10年という節目の2020年、新型コロナウイルス感染症という未曾有の事態に世界中が直面しています。

この経験から、これまで以上に、一人ひとりが経済格差、差別、環境問題などをはじめとする社会的課題に対して、何らかの実感や思いを持っているのではないのでしょうか。これらはSDGsにつながるものであり、これからの生活・ビジネスの新たなスタートにもなると考えられます。

私ども日本リサーチセンターでは、このコロナ禍がSDGsにおいても大きなターニングポイントとなると考え、今回の調査を企画しました。

本レポートでは、

①生活者がこれからどのようなことや商品・サービスに期待しているか、またそこに表れているSDGs視点
(前編：本レポート)

②最近の具体的な「社会課題解決への取り組み」に対する生活者の反応、取り組み企業に対する評価 (後編)
をみていきます。

当社では、これからも、さまざまな角度からSDGsに関する調査・サービスを展開してまいります。

【持続可能な開発目標 (SDGs) とは】

「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中で、「誰一人取り残さない」との理念の下に設定された、2030年までに達成すべき国際社会の目標です。

(右表の17項目。その下に169のターゲット、232の指標が決められています。)

<これまでの調査結果>

NOS (日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ：乗合方式の訪問留置調査) 利用の自主調査

・2019年7月実施「SDGsに関する一般生活者の認知・意識調査」

(<https://www.nrc.co.jp/report/191003.html>)

・2020年1月実施「SDGsに関する一般生活者の購買・生活行動調査」

(<https://www.nrc.co.jp/report/200403.html>)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
世界を変えるための17の目標



国連広報センターより引用

調査概要

調査方法

- WEB調査（NRCサイバーパネル）

調査対象

- 全国の15～69歳の男女個人 1,000人
※性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう
右記の割付を行った

調査期間

- 2020年5月28日～6月3日

調査項目

- 1) 社会的課題解決のために今後発展するとよいと思う商品・サービス（前編：本レポート）
 - 2) 社会的な課題に対する考えや行動
 - 3) 最近の社会的課題解決の事例についての認知・意識
 - 4) 企業が社会的課題の解決に取り組むことについての意識
など
- （後編）

(人)

| | | |
|----|--------|-------|
| 男性 | 15～19才 | 36 |
| | 20～29才 | 77 |
| | 30～39才 | 89 |
| | 40～49才 | 112 |
| | 50～59才 | 95 |
| | 60～69才 | 96 |
| 女性 | 15～19才 | 34 |
| | 20～29才 | 73 |
| | 30～39才 | 86 |
| | 40～49才 | 109 |
| | 50～59才 | 94 |
| | 60～69才 | 99 |
| 計 | | 1,000 |

・「NRCサイバーパネル」会員募集中

本調査は、日本リサーチセンターの自社パネル「サイバーパネル」を利用しています。

サイバーパネル会員に興味のある方は、以下の「モニター募集ページ」をご覧ください。

<https://www.nrc.co.jp/monitor/cyber/index.html>

社会的課題解決のために今後発展するとよいと思う商品・サービス①

社会的課題解決のために今後どのような商品・サービスが発展するとよいか（自由回答）を尋ねたところ、全体（1000s）の6割以上となる647人が何らかのアイデアを回答しており、日常生活の中にも様々な社会的課題解決のニーズが多く存在しているようだ。
 具体的には、コロナに直接関連する「感染対策・健康維持」の内容はもとより、**コロナ対応で浮き彫りになった「物流・配送」「オンライン」などの課題に対するもの、「ドローン」「自動運転」など新しい技術力での社会的課題解決**という意見も多くみられた。

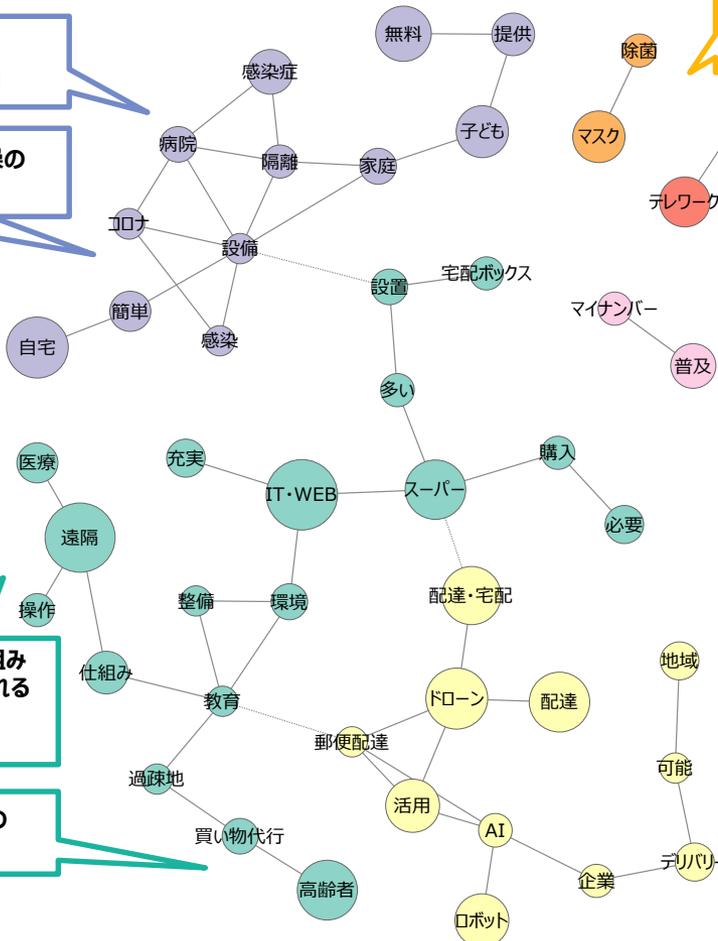
【キーワードの共起（結びつき）イメージと回答者のコメント一部紹介】（有効回答647s KH Coder使用）

| 【参考】 | 頻出ワード | (件) |
|------|--------|-----|
| | オンライン | 70 |
| | IT・WEB | 28 |
| | 遠隔 | 27 |
| | サービス | 24 |
| | ドローン | 21 |
| | 自宅 | 21 |
| | スーパー | 20 |
| | 高齢者 | 20 |
| | 配達 | 20 |
| | 配達・宅配 | 19 |
| | 自動運転 | 18 |
| | 利用 | 18 |
| | 無料 | 17 |
| | ロボット | 16 |
| | 活用 | 16 |
| | すべて | 15 |
| | マスク | 15 |
| | 子ども | 15 |
| | 買い物 | 15 |
| | テレワーク | 14 |
| | 仕事 | 14 |
| | 授業 | 14 |
| | システム | 11 |
| | 感染症 | 11 |
| | 普及 | 11 |
| | 良い | 11 |
| | 仕組み | 10 |
| | 提供 | 10 |

感染対策・健康維持

- ・感染症専門の病院
- ・家庭内で簡単に隔離できる設備

- ・自宅において、ストレッチや簡単な体操の指導をしてほしい



- ・マスクの色が変わる（使用できる・できないかを色でわかるようにする）
- ・透明なマスク

新機能マスク

- ・自宅以外でのテレワーク専門のレンタルスペースの拡充

テレワークの充実

あらゆることをオンラインで解決

- ・オンラインで、世界中の人と話ができる（言語が同時通訳される）システム
- ・子どもが自宅で自主学習ができるオンライン授業
- ・オンラインでの受験
- ・在宅でのオンライン診察
- ・オンラインで市役所の手続き等を進められる
- ・賞味期限の迫っている商品を割安でオンラインで予約や購入できるサービス

社会的距離の解消

- ・遠隔でも物事を共有し感動できる仕組み
- ・遠隔でも自分からだの痛みなどがとれるサービス
- ・遠隔でバンドセッション

- ・過疎地での高齢者、弱者向けの買い物代行

技術力で物流・配送対応

- ・ドローンで配達
- ・AIやロボットを活用して配達をしてもらう
- ・配達の代行業者がもっと増えたい
- ・自動運転車によるデリバリー

※円の大きさはワードの出現頻度に応じて

社会的課題解決のために今後発展するとよいと思う商品・サービス②

さらに、コロナに直接関連しないものも含めると、実にさまざまなアイデアが出ており、生活者の間では、SDGsとの関連性が高い「社会に役立つアイデア」があふれている。

SDGsをこれまで知っていた人も、知らなかった人も、「社会に役に立つ」ことを少し意識するだけで、いろいろなアイデアが生まれてくる。図らずも、コロナが一人ひとりにとって「社会的課題」を考える機会となったようだが、これは**企業にとっても生活者とともにSDGsを進めるまたとないチャンス**にあるともいえる。



国連広報センターより引用



コロナの先へ ソーシャルグッドで、ユニークなアイデアが生活者の中に

- ・開発途上国に再生エネルギーを広めたい
- ・寄付つきベーシックインカム（寄付とセットになったベーシックインカム）
- ・昆虫食の普及（これから慢性的な食料不足になる事が予想される為、その解決策として昆虫食が広がるのでは）
- ・一緒に外出口ボット
（閉じこもりがちな人、特に年寄りが感染の心配なく、話相手になり、買い物で重たい物も持ってもらえるロボット）
- ・タクシーでGO（社会的弱者が気軽に無料でタクシーを利用できる仕組み）
- ・全自動ハウス（家事を自動でしてくれる家）
- ・子育て24時間カフェ（子育てしてる人たちが使える24時間カフェ）
- ・助け合いセール（余利物資の優先優遇ネット販売）
- ・誰でも農場（ひきこもりの人や、障害のある人、年をとった人、誰でも働ける農場）
- ・配達で地産地消（地元で生産された農作物を自宅まで配送してくれるサービス）
- ・野菜など多く出荷 採れたのを価格調整のために捨てるのではなく無料で提供
- ・災害時の避難場所の確保のために、ホテルなどの提供
- ・商品のナイロン、ビニール梱包廃止
- ・家庭内暴力に苦しんでいる子供への対応としての、ホテル活用

それぞれのアイデアは、どのSDGsの目標と親和性が高いだろうか？

SDGsの目標（例）

| | 1 | 7 | 17 |
|-------|----|----|----|
| 男性60代 | 1 | 7 | 17 |
| 男性50代 | 1 | 2 | 3 |
| 男性40代 | 2 | 12 | |
| 女性60代 | 3 | 9 | 11 |
| 男性50代 | 3 | 11 | |
| 男性10代 | 5 | 9 | 10 |
| 女性30代 | 5 | 10 | |
| 男性50代 | 12 | | |
| 女性40代 | 8 | 10 | |
| 女性10代 | 11 | 12 | |
| 女性40代 | 12 | | |
| 男性60代 | 11 | 13 | |
| 男性30代 | 13 | 14 | 15 |
| 女性20代 | 16 | | |

社会的課題解決のアイデアからのインスピレーション

生活者のさまざまなアイデアからインスパイアされた、当社スタッフのSDGsアイデア。SDGsを媒介にアイデアから次なるアイデアが誕生！こんなものがこれから発展するといいいなという、スタッフからのコメントとそれに対応するSDGsの目標です。プレストやワークショップでのブラッシュアップも！当社ではワークショップ運営にも対応しております。ぜひご相談ください。

・友達が同時に楽しめるVR旅行+現地料理の宅配サービス（若者はオンライン飲み会・会話やオンラインゲームがコミュニケーションの中心になっている。高齢者向けにオンラインで楽しめるレジャーが必要）
(チーフリサーチャー N・H / リサーチ設計・分析担当)

3 7 17

・リサーチ de SDGs（毎回異なる複数企業主催のソーシャルグッド商品開発のためのアンケート実施、結果を複数企業間でも共有、企業間コラボして消費者も参加したソーシャルグッド商品の開発）
(チームリーダー K・I / リサーチ・編集・プロモーション統括)

9 17

・バーコードを読み取るだけで、その商品や企業の「社会貢献活動」「SDGsの項目」が確認できるアプリ。（消費者の選択的購買をサポート。アプリ内で共感した取り組みをシェアしたり、募金ができる）
(リサーチャー Y・N / リサーチ設計・分析担当)

12 17

・お手軽！オンラインカルチャーセンター（生花が届いて活け花教室、旬の魚が届いて料理教室など売上が困難な商材を活用した、自宅でできるプロのレッスン付きオンライン授業）
(プランナー T・T / リサーチプロモーション担当)

8 9 12



・DV加害者が被害者の半径100m以内に近づくと磁石のS極とN極のように反発して物理的に近づけなくなるシステム
・どんな汚染水、海水も一滴たらずだけで真水になる薬剤。安価であること！
・国民皆保険制度のすべての国・地域への普及
(チーフエディター S・I / 社内報・年史制作担当)

3 6 16

・バーチャル商店街（八百屋やお肉屋など複数のお店の商品をサイトで一緒に購入し、まとめて配送してくれるサービス。買い物弱者救済と、地域経済の活性化を両立！）
・人手が余っている職場・足りない職場とで、スタッフを融通し合うマッチングサービス
(シニアエディター M・K / 広報物制作担当)

8 9 11

・サイレント楽器（その場では消音、オンライン上では音が出る。自宅が楽器演奏不可でも心置きなく練習でき、オンライン上で合奏可能）
・訪問・WEB調査にもアクセスできない人たちの声を集める仕組み
(チーフリサーチャー Y・I / リサーチ設計・分析担当)

9 10 16

・オンラインによる3密情報の提示（電車、外食店…）
・オンラインでアフリカの奥地でも質の高い教育を提供
・在庫に関する効率的なシステム運用で廃棄減少（給食とかで作りすぎた→シングルマザー・ファザーの家族の夕食に渡せるようにする など）
(チーフリサーチャー N・T / リサーチ関連開発担当)

3 4 12

※各異見において、実際の商品・サービスの開発・発売状況は不問としています

《 引用・転載時のお願い 》

本レポートの外部への引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

- ✿ 連絡先：日本リサーチセンター広報室 (information@nrc.co.jp)
- ✿ 担当：マーケティング事業開発チーム 井嶋

**掲載では必ず当社クレジットを明記していただき、
調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。**