

【NRCLレポート】

社会的課題に関する生活者意識調査 大阪・関西万博とSDGsに関する意識 2021年4月調査結果

2021年7月



日本リサーチセンター

Member of WIN and Gallup International Association



調査の背景・目的

私ども日本リサーチセンターでは、企業・団体様でのSDGs推進支援を目的として、各種の自主調査を実施してきました。今回は、「大阪・関西万博とSDGs」に関する生活者の意識について、調査結果をとりまとめました。

2025年に開催される大阪・関西万博は、「SDGs達成の貢献」が中心テーマの1つになっています。その5年後の2030年はSDGsの目標年限でもあり、今後も官・民間問わず、各セクターでの取り組みが拡大していくと思われます。

また、生活者へ目線を移してみても、ここ最近ではテレビや新聞、Webなどのメディア、ポスターや交通広告など、様々な場所で「SDGs」の言葉や情報を見聞きするようになったように感じます。

生活者にも浸透しつつある状況は、今回の調査データにもはっきりと表れてきています。

【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。）

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。

<これまでの調査結果>

- ・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>)
- ・2020年5月実施 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シーズ」(<https://www.nrc.co.jp/report/200626.html>)
(後編)「社会的課題意識を育て、ビジネスの原動力に ～積極層強化とともに、低関心層を取り残さないために～」
(<https://www.nrc.co.jp/report/200709.html>)
- ・2020年8月実施 SDGs・社会的課題に関する生活者意識調査
「ESG投資を支える女性の『社会的期待』」(<https://www.nrc.co.jp/report/201110.html>)
「ESG投資関心層と従来型投資関心層比較」(<https://www.nrc.co.jp/report/210210.html>)
- ・2020年11月実施 「社会課題や環境問題に取り組む企業に関する調査」(<https://www.nrc.co.jp/report/210331.html>)



国連広報センターより引用

調査概要

調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）※
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人 1,200人
- ※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付を行った

抽出方法

- 200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し個人を割当て

調査期間

- 2021年4月調査（2021年4月1日～4月13日）

調査項目

- 1) SDGsに関する認知・関心状況
- 2) 大阪・関西万博の開催認知・関心状況
- 3) 大阪・関西万博のSDGsとの関連認知
- 4) 万博への参加意向、見たい展示 など

※NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代の中、NOSでは、50年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼性の高いデータを提供しております。

NOSは、定期的を実施する乗り合い形式（オムニバス）の調査です。

ランダムに決められた200地点にて、毎回、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では回収が難しい60代以上の対象者、インターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法といえます。

↓ぜひNOSご案内ページをご覧ください

<https://www.nrc.co.jp/solution/nos/index.html>

【調査結果と考察】

【SDGsの認知・関心状況①】

**SDGsの認知率は48.7%。2020年8月からの8か月間で約2倍に。
内容認知率も19.3%に上昇。
認知率アップは、メディアによる情報発信の力が大きい模様。**

SDGsの認知率（「内容まで知っている」+「言葉は聞いたことがある」）は、2020年8月から大きくアップした。内容の認知率も8.6%から19.3%と約2割までアップ。一昨年（2019年7月）からの約1年間では+5%ほどであったが、昨年从今年にかけての8か月間で、かなり浸透が進んだといえる。（p7）

浸透した要因の1つに「メディアによる情報発信」が考えられる。

国連は、SDGsの取り組み加速のため、「SDGsメディア・コンパクト」（2018年公表）への参画を報道機関へ呼びかけ、2021年6月現在、全国の各種メディア90社が参加している。（*1）

これを受け、各社ではSDGsに関連した情報発信、コンテンツ提供を展開。最近では、テレビの報道番組や教養・バラエティ番組、特番などでもSDGsをよく見かけるようになった。

今回の調査結果では、SDGsの認知経路（SDGs認知者ベース）は、「テレビ番組」が57.0%で、2019年7月の「テレビで」（26.9%）から2倍以上アップ、「新聞記事」（34.6%）も同様に1割弱アップとなっており、今回の認知率アップはメディアの貢献が大きいと推察される。（p10）（*2）

*1：「国際連合広報センターHP SDGメディア・コンパクト 参加企業」

https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/sdg_media_compact/sdg_media_compact_members/

*2：2019年7月調査では、「テレビで」「新聞で」は、いずれも、番組とCM、記事と広告を区別せずに聴取。

【調査結果と考察】

【SDGsの認知・関心状況②】

**SDGs認知率アップの一方で、興味・関心率は34.1%と決して高くない。
SDGsへの興味・関心理由は地球環境問題が上位だが、20代では『社会的な困難さ』も。**

認知率がアップした一方で、SDGsへの興味・関心率は3割強と決して高い数値とはいえない。非興味・関心率34.3%、「どちらともいえない」（30.8%）とほぼ3分割の状況である。（p12）

SDGsに興味・関心を持つのは、どのようなことからだろうか。

今回の調査結果（p14）では、SDGsに興味・関心のある理由の上位は、「温暖化・気候変動が気になるから」「ゴミ問題・環境汚染が気になるから」「自分の子どもや孫の将来に関わるから」で、1位・2位は地球環境問題である。

そして、これらをより気にしているのは、30代以下の若年層よりも50代以上の中高年層が中心となっている。

一方、これからの社会を担う20代では、『格差による生きにくさ』『働きにくさ』を挙げる率が他の年代よりもやや高く、目の前の『社会的な困難さ』も興味・関心の背景にありそうだ。

また、20代と60代・70代では「新型コロナにより、社会のいろいろな問題が気になるようになったから」の回答率が全体に比べて高い。しかし、これまでの様々な報道・情報で「若者vs高齢者」のような構図を見聞きする場面が多々あったこと、上記のような『社会的な困難さ』が若年層でより感じられていることなどから、それぞれの年代で「気になる問題」の内容は異なると推察される。

【調査結果と考察】

【大阪・関西万博の認知・関心状況①】

2025年大阪・関西万博の開催認知率は76.6%。

一方、SDGsが中心テーマの1つであることの認知率は32.5%にとどまる。

「大阪・関西万博が2025年に開催されること」の認知率は76.6%。年代が高いほど認知率が高くなる傾向。（p16）
一方、「万博の中心テーマの1つがSDGsであること」の認知率は32.5%にとどまる。（p18）

万博来場意向率は43.7%。簡易推計来場意向者数は985万人。

見たい展示のトップは「AI関連」。

愛知万博の来場者数（2005年・2,205万人）を上回るには・・・。

大阪・関西万博への来場意向は、「ぜひ行ってみたい」が9.8%、「新型コロナが終息したら行ってみたい」が33.9%で、これらを合わせた来場意向率は43.7%である。（p20）

単純計算ではあるが住民基本台帳人口（2020年）で推計すると、現時点で約985万人に来場意向（「ぜひ行ってみたい」）があると考えられ、コロナが終息した場合はこれに3,408万人の来場意向者が加わる。

05年の愛知万博の来場者数が2,205万人（*）と考えると、これを超えるにはコロナの終息が条件の1つともいえる。

また、万博で見たい展示（来場意向者ベース）は、「AI関連」が53.2%でトップで、AIへの期待の高さがうかがえる。次いで「宇宙関連」「エンターテインメント・スポーツ・アート関連」が3割後半。（p20）

一方、非来場意向者が万博に行きたいと思う条件は、「家族や友人に行きたいと言われたら」（31.0%）が最多。特に、女性30代～50代ではこの比率が高く、家族・友人などのプッシュがあれば来場する可能性が高いと考えられる。（p25）

*：2005年愛知万博の公式最終入場者数は、22,049,544人。（http://www.expo2005.or.jp/jp/jpn/data/data_a1.html）

【調査結果と考察】

【大阪・関西万博の認知・関心状況②】

開催エリアの近畿では、万博開催関連での認知・来場意向はあるものの、SDGs自体の生活者レベルでの理解・浸透は今後に期待。

開催エリアである近畿での認知率は95.3%とほぼ全員に近い。(p17) また、SDGsが中心テーマの1つであることも他地域よりも認知率が高い。(p19)

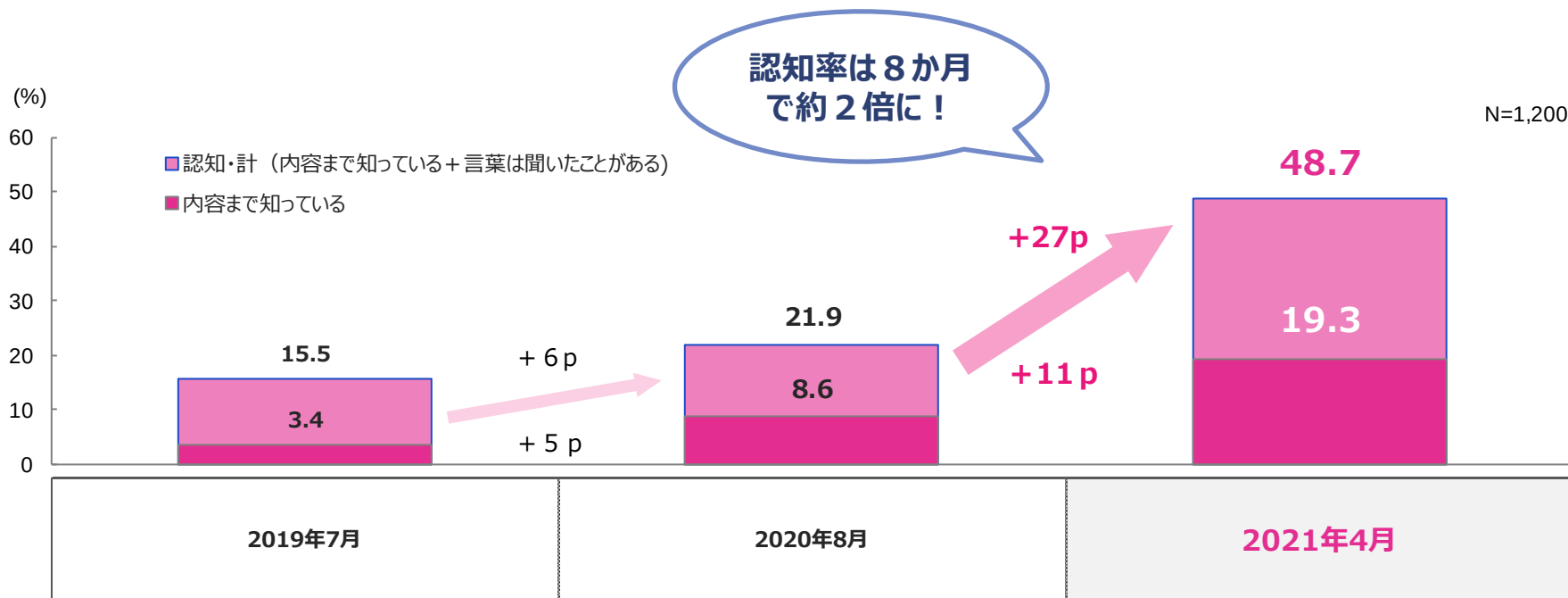
来場意向率も他地域より高く、「ぜひ行ってみたい」が21.9%となっており、近畿エリアだけでも359万人の推計来場意向者数となる。

しかし、万博の中心テーマとなるSDGsの認知率、興味・関心率は、他地域と同程度 (p9、p13) 。SDGsへの興味・関心理由も、近畿は「メディアで話題になっている」がやや高いものの、環境問題・社会問題の項目では特に高いものがない (p15) など、現時点では、SDGsに関しては、他地域に比べて特徴的な傾向はみられない。

主催者を中心に、さまざまな参加型プログラムや広報活動が進められており、鉄道での交通広告展開なども行われているが、これらが結実し、近畿エリアの生活者レベルでのSDGs理解・浸透に変化がみられるかを引き続き追ってきたい。

1. SDGsの認知状況(時系列)

- ◆ SDGsの認知率は、過去 2 回の結果と比較すると、『認知・計』（内容まで知っている + 言葉は聞いたことがある）が、19年7月⇒20年8月の1年間で伸びが+6ポイントであったのに対し、20年8月⇒今回（21年4月）の8か月間で+27ポイントと大幅増。前回比約2倍の48.7%に達している。
- ◆ 「内容まで知っている」も、19年7月ではわずか3.4%であったが、20年8月に8.6%、今回は19.3%とこの8か月で11ポイント増加。こちらも約2倍の伸びがみられた。



<過去調査結果>

- ・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8月実施 SDGs・社会的課題に関する生活者意識調査 「ESG投資を支える女性の『社会的期待』」 (<https://www.nrc.co.jp/report/201110.html>)

1. SDGsの認知状況(性×年代)

- ◆ 性・年代別でみると、『認知・計』は、男性55.7%に対して女性が41.8%と10ポイント以上の差がある。また、男性15～19才と30代～60代、女性15～19才で全体に比べて高い。男性は幅広い年代で認知率が高く、15～19才は男女ともに浸透している様子。一方、男女70代、女性40代・50代での認知率は低い。
- ◆ 「内容まで知っている」は、男女15～19才、男性30代・40代での認知率が全体に比べて高い。一方、男性70代、女性は50代～70代での認知率が低い。

							(%)
		N	内容まで知っている	言葉は聞いたことがある	全く知らない	無回答	認知・計
全体		1,200	19.3	29.4	51.1	0.3	48.7
性 × 年代	男性小計	592	23.3	32.4	44.1	0.2	55.7
	15～19才	37	35.1	35.1	29.7	0.0	70.3
	20～29才	75	18.7	32.0	49.3	0.0	50.7
	30～39才	95	29.5	25.3	44.2	1.1	54.7
	40～49才	111	28.8	34.2	36.9	0.0	63.1
	50～59才	93	23.7	37.6	38.7	0.0	61.3
	60～69才	105	20.0	34.3	45.7	0.0	54.3
	70～79才	76	10.5	28.9	60.5	0.0	39.5
	女性小計	608	15.3	26.5	57.9	0.3	41.8
	15～19才	37	45.9	21.6	32.4	0.0	67.6
	20～29才	73	20.5	26.0	52.1	1.4	46.6
	30～39才	92	17.4	28.3	54.3	0.0	45.7
	40～49才	110	18.2	20.9	60.9	0.0	39.1
	50～59才	93	8.6	24.7	66.7	0.0	33.3
	60～69才	117	10.3	35.0	54.7	0.0	45.3
	70～79才	86	5.8	24.4	68.6	1.2	30.2

全体より+10p
 全体より+5p
 全体より-10p
 全体より-5p

1. SDGsの認知状況(地域)

- ◆ 地域別でみると、北海道・東北では、全体に比べて『認知・計』『内容まで知っている』が低く、『全く知らない』が高い。他の地域では大きな差はみられない。

(%)

		N	内容まで知っている	言葉は聞いたことがある	全く知らない	無回答	認知・計
全体		1,200	19.3	29.4	51.1	0.3	48.7
地域	北海道・東北	132	13.6	25.8	60.6	0.0	39.4
	関 東	444	20.5	28.6	50.2	0.7	49.1
	中部・北陸	192	16.1	33.3	50.5	0.0	49.5
	近 畿	192	21.4	27.6	51.0	0.0	49.0
	中国・四国・九州	240	20.8	31.3	47.9	0.0	52.1

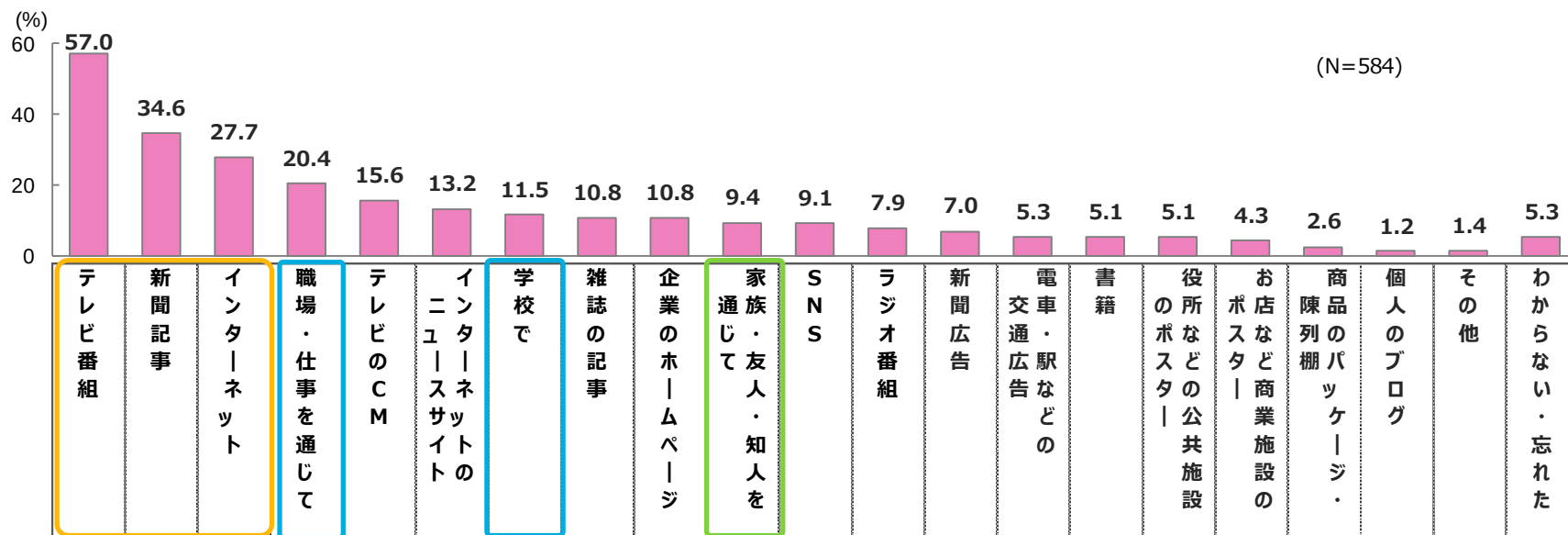
全体より+10p
 全体より+5p
 全体より-10p
 全体より-5p

2. SDGsの認知経路(時系列) SDGs認知者ベース

- ◆ 「SDGs」の認知経路（認知者ベース）については、「テレビ」（57.0%）が最多。次いで「新聞記事」「インターネット」が3割前後で、前回同様、上位は『メディア』が占める。次いで、「職場・仕事を通じて」が2割、「テレビのCM」が1割半ばとなっている。
選択肢数や内容が前回とは異なるが、「テレビ（番組）」の比率は前回から2倍以上、「新聞（記事）」は1割弱ほど増加している。

2021年4月

(SDGs認知者ベース、MA)



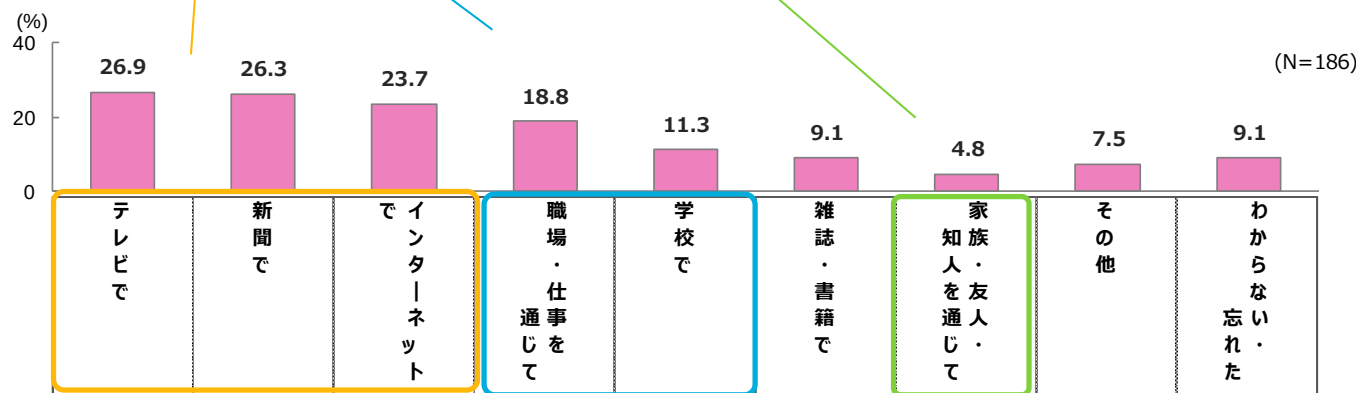
2019年7月

メディア

職場・学校

家族・友人・知人

* 2019年7月調査と選択肢内容が異なる点に注意
(同じまたは類似内容の選択肢に囲み)



2. SDGsの認知経路(性別・年代別・地域別) SDGs認知者ベース

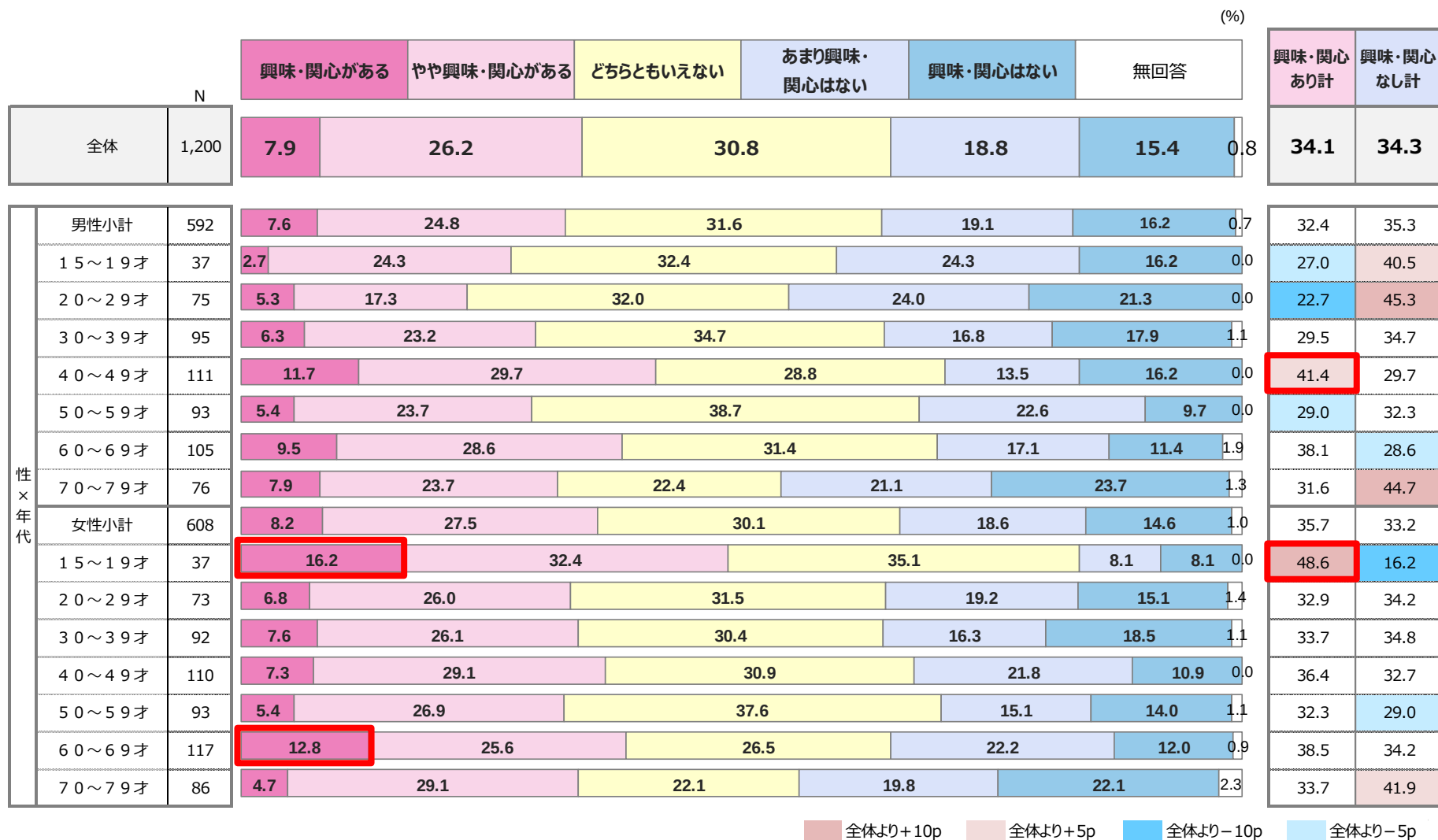
- ◆ 性別では、男性は「職場・仕事を通じて」、女性は「テレビ番組」が、全体に比べて高い。
- ◆ 年代別では、「テレビ番組」が全体に比べて30代以下の若年層で低く、40代以上が高い。「新聞記事」も若年層が低い。また、20代以下では「学校で」「SNS」が全体に比べて高く、30代～50代は「職場・仕事を通じて」が高い。
- ◆ 地域別では、近畿で「電車・駅などの交通広告」が高い。

(SDGs認知者ベース、MA)																								(%)
N			テレビ番組	新聞記事	インターネット	職場・仕事を通じて	テレビのCM	インターネットサイトの	学校で	雑誌の記事	企業のホームページ	家族・友人・知人を通じて	SNS	ラジオ番組	新聞広告	電車・駅などの交通広告	書籍	役所などの公共施設のポスター	お店など商業施設の陳列棚	商品のパッケージ・個人のブログ	その他	わからない・忘れた		
全体		584	57.0	34.6	27.7	20.4	15.6	13.2	11.5	10.8	10.8	9.4	9.1	7.9	7.0	5.3	5.1	5.1	4.3	2.6	1.2	1.4	5.3	
性別	男性	330	50.9	34.5	29.7	26.1	14.2	14.8	8.5	11.5	11.8	7.0	8.5	9.7	6.1	5.2	4.5	4.8	3.0	1.8	0.9	0.9	6.1	
	女性	254	65.0	34.6	25.2	13.0	17.3	11.0	15.4	9.8	9.4	12.6	9.8	5.5	8.3	5.5	5.9	5.5	5.9	3.5	1.6	2.0	4.3	
年代	15～19才	51	37.3	17.6	17.6	3.9	17.6	7.8	74.5	2.0	2.0	15.7	17.6	0.0	0.0	5.9	2.0	0.0	3.9	0.0	0.0	2.0	2.0	
	20～29才	72	47.2	20.8	41.7	11.1	18.1	11.1	26.4	8.3	12.5	13.9	26.4	2.8	1.4	9.7	8.3	5.6	4.2	2.8	1.4	2.8	11.1	
	30～39才	94	43.6	18.1	26.6	39.4	12.8	9.6	0.0	7.4	10.6	7.4	9.6	6.4	1.1	3.2	2.1	5.3	4.3	3.2	2.1	1.1	7.4	
	40～49才	113	63.7	38.9	36.3	27.4	16.8	23.9	6.2	12.4	16.8	11.5	6.2	15.0	8.0	5.3	5.3	9.7	3.5	4.4	2.7	0.9	3.5	
	50～59才	88	56.8	48.9	27.3	27.3	22.7	14.8	2.3	17.0	18.2	9.1	6.8	13.6	9.1	8.0	8.0	3.4	6.8	4.5	1.1	1.1	6.8	
	60～69才	110	72.7	35.5	24.5	14.5	12.7	10.9	0.0	11.8	6.4	3.6	1.8	7.3	12.7	3.6	4.5	2.7	2.7	0.0	0.0	0.9	2.7	
	70～79才	56	66.1	62.5	10.7	1.8	7.1	7.1	1.8	12.5	1.8	8.9	1.8	1.8	14.3	1.8	5.4	7.1	5.4	1.8	0.0	1.8	3.6	
地域	北海道・東北	52	65.4	40.4	32.7	25.0	17.3	13.5	5.8	15.4	13.5	3.8	15.4	9.6	3.8	0.0	5.8	5.8	0.0	1.9	1.9	0.0	5.8	
	関東	218	53.2	33.5	31.2	22.5	12.8	14.7	12.8	10.1	12.4	11.5	8.7	8.3	7.8	7.3	6.4	6.0	4.1	2.8	0.9	3.2	4.1	
	中部・北陸	95	54.7	38.9	27.4	18.9	12.6	13.7	6.3	6.3	7.4	10.5	7.4	11.6	6.3	2.1	3.2	5.3	6.3	2.1	2.1	0.0	7.4	
	近畿	94	56.4	38.3	28.7	23.4	17.0	9.6	16.0	14.9	13.8	6.4	7.4	6.4	7.4	11.7	5.3	4.3	7.4	5.3	0.0	0.0	7.4	
	中国・四国・九州	125	62.4	28.0	19.2	13.6	20.8	12.8	12.0	10.4	7.2	9.6	9.6	4.8	7.2	1.6	4.0	4.0	2.4	0.8	1.6	0.8	4.0	

全体より+10p 全体より+5p 全体より-10p 全体より-5p

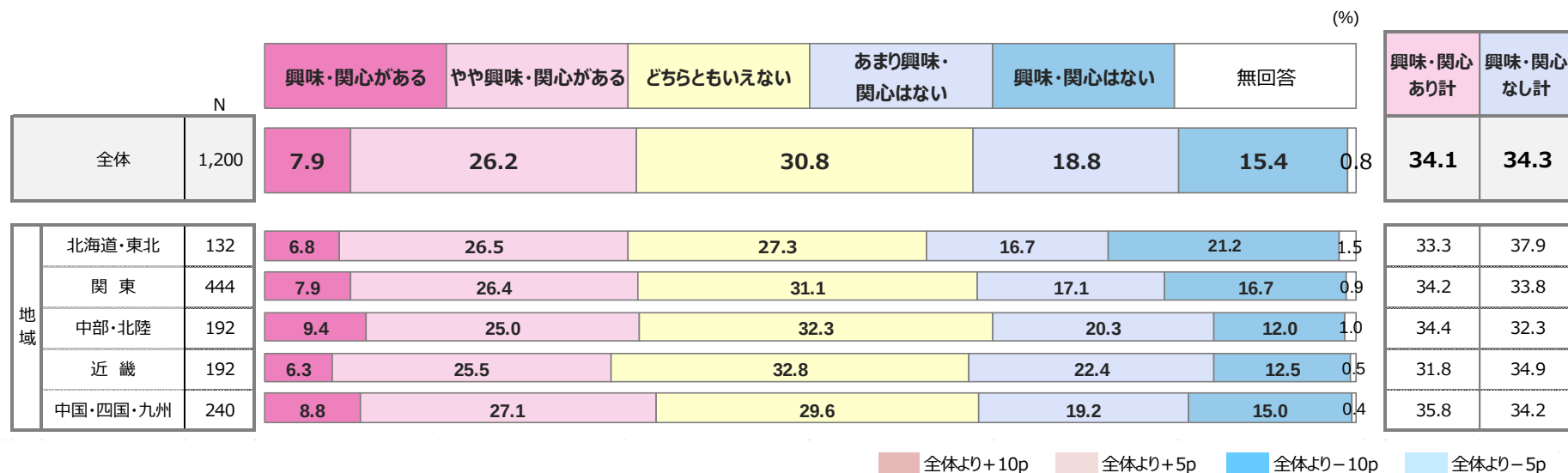
3. SDGsへの興味・関心状況（全体、性×年代）

- ◆ SDGsに対して興味・関心があるか尋ねたところ、「興味・関心がある」（7.9%）と「やや興味関心がある」（26.2%）を合わせた『興味・関心あり計』は34.1%。『興味・関心なし計』と（34.3%）、「どちらともいえない」（30.8%）とほぼ3分割の状況。
- ◆ 性・年代別でみると、『興味・関心あり計』は男性40代と女性15～19才が高い。女性15～19才と女性60代では、「興味・関心がある」が10%以上と高い。



3. SDGsへの興味・関心状況(地域別)

- ◆ 地域別では、北海道で「興味・関心はない」が全体に比べてやや高い以外には、目立った違いはみられない。



4. SDGsに興味・関心を持っている理由(全体、性別・年代別) SDGs関心者ベース

- ◆ SDGsに興味を持っている理由(関心者ベース)は、「温暖化や気候変動が気になるから」(66.7%)が最も多く、次いで「ごみ問題や環境汚染が気になるから」(62.1%)、「自分の子どもや孫の将来に関わるから」(55.5%)が上位。
- ◆ 性別では、「技術や産業の発展が気になるから」は男性が高く、女性は低い。
- ◆ 年代別では、上位項目では50代以上で全体に比べて高く、20代・30代では低いものが多い、年代で二分している。20代では「経済・性別などの格差・立場などによる生きづらさを感じるから」「仕事での働きにくさを感じるから」など経済・社会環境における生きづらさが高い。また、「新型コロナにより、社会のいろいろな問題が気になるようになったから」が20代と60代・70代で高い。

(SDGs関心者ベース、MA)			(%)													
N			温暖化や気候変動が 気になるから	ゴミ問題や環境汚染が 気になるから	自分の子どもや孫の将来に 関わるから	途上国の貧困問題が 気になるから	新型コロナにより、社会の いろいろな問題が、気になる	技術や産業の発展が 気になるから	経済・性別などの格差・立場 などによる生きづらさを感じるから	新聞やテレビなど、インターネットで 話題になっているから	学校の勉強や仕事上で 関連があるから	仕事での働きにくさを感じるから	自分の資産形成や 投資に関係するから	その他	なんとなく／理由は特 にない	
全体			409	66.7	62.1	55.5	33.0	26.4	24.4	21.0	21.0	18.6	10.5	4.6	1.7	1.7
性別	男 性	192	63.0	59.9	52.1	29.2	22.4	32.3	17.7	16.1	23.4	14.6	7.3	2.6	2.1	
	女 性	217	70.0	64.1	58.5	36.4	30.0	17.5	24.0	25.3	14.3	6.9	2.3	0.9	1.4	
年代	15～19才	28	39.3	35.7	14.3	25.0	10.7	14.3	17.9	28.6	28.6	0.0	7.1	3.6	3.6	
	20～29才	41	41.5	31.7	39.0	19.5	34.1	29.3	31.7	24.4	24.4	22.0	4.9	2.4	9.8	
	30～39才	59	50.8	52.5	61.0	30.5	6.8	25.4	22.0	16.9	23.7	10.2	6.8	1.7	0.0	
	40～49才	86	64.0	61.6	60.5	25.6	20.9	31.4	24.4	19.8	27.9	12.8	5.8	2.3	2.3	
	50～59才	57	77.2	78.9	64.9	35.1	22.8	22.8	12.3	22.8	17.5	12.3	3.5	0.0	0.0	
	60～69才	85	85.9	74.1	61.2	44.7	42.4	24.7	17.6	16.5	8.2	9.4	2.4	2.4	0.0	
	70～79才	53	81.1	73.6	56.6	41.5	37.7	15.1	22.6	26.4	5.7	3.8	3.8	0.0	0.0	

N<30の場合は網掛け省略

全体より+10p

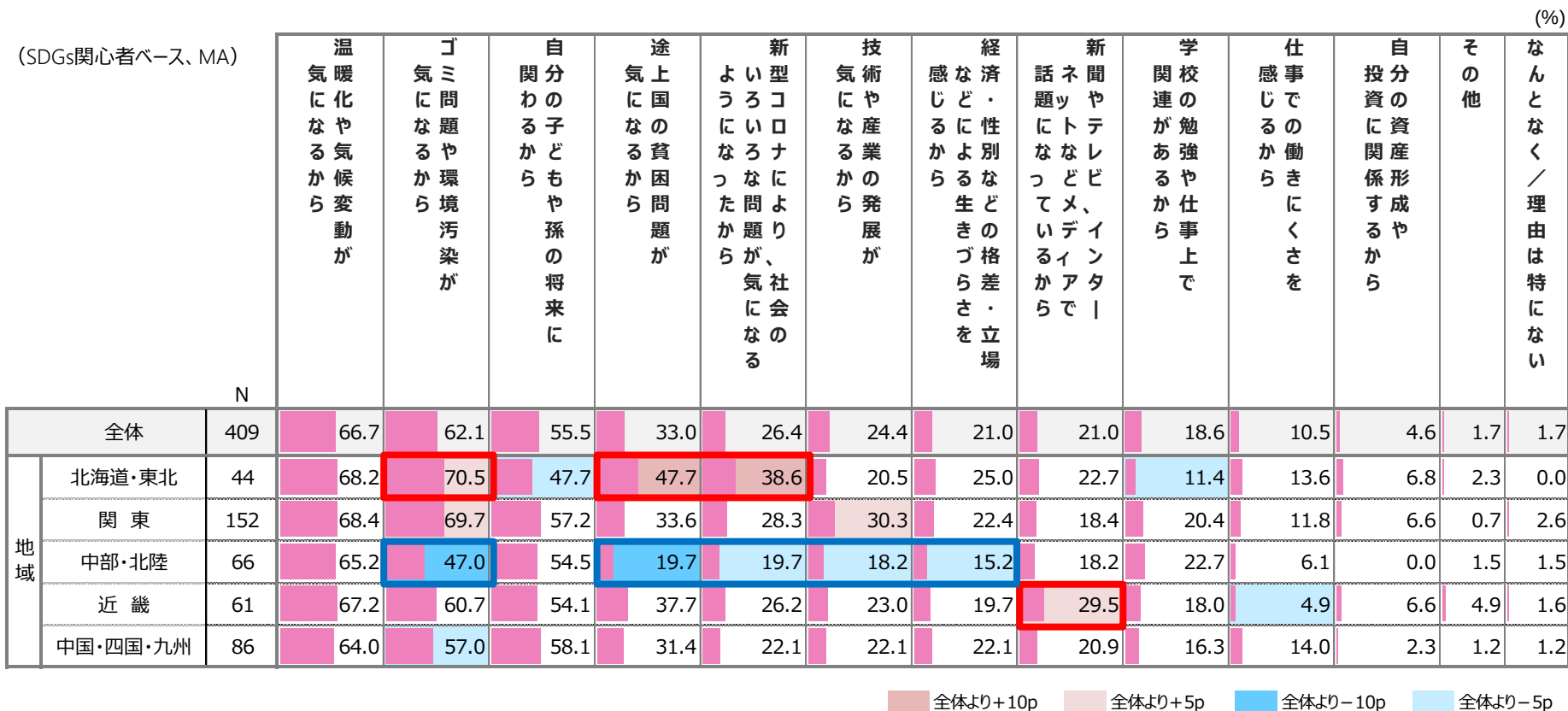
全体より+5p

全体より-10p

全体より-5p

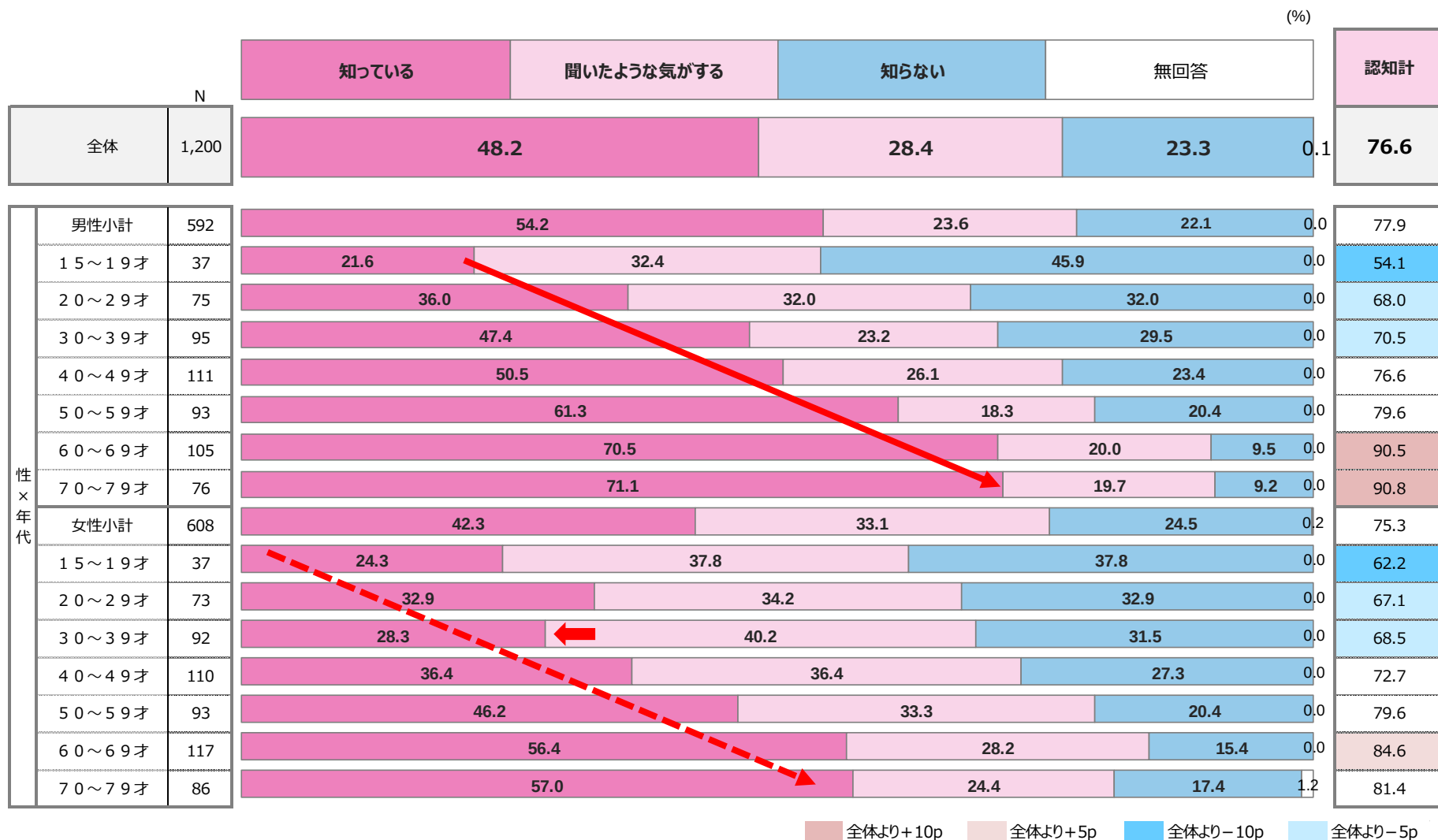
4. SDGsに興味・関心を持っている理由(地域別) SDGs関心者ベース

- ◆ 地域別では、北海道・東北で全体に比べて高い項目がいくつかみられる一方、中部・北陸では低い項目が多い。
近畿では「メディアで話題になっているから」がやや高い。



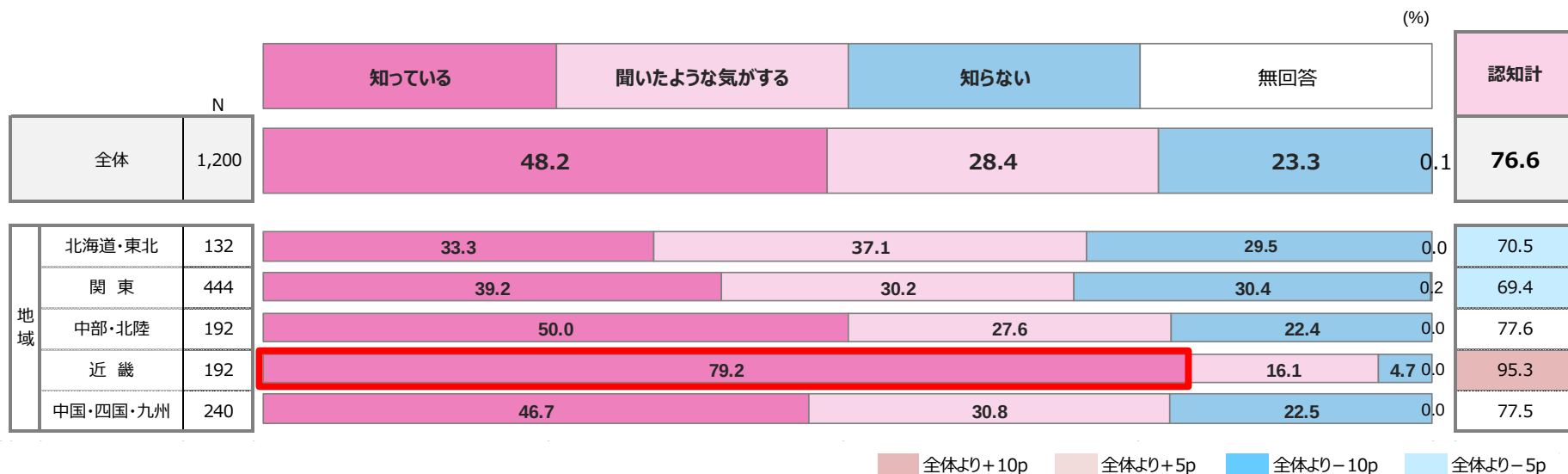
5. 「大阪・関西万博」の開催認知状況(性×年代)

- ◆ 「大阪・関西万博」の開催認知については、「知っている」(48.2%)が約半数で、「聞いたような気がする」を合わせた『認知計』は76.6%と4人に3人が認知している。
- ◆ 男性は年代が上がるにつれて「知っている」が高くなる。女性では30代で「知っている」がやや低いが、それ以外は年代が上がるにつれて高くなる。



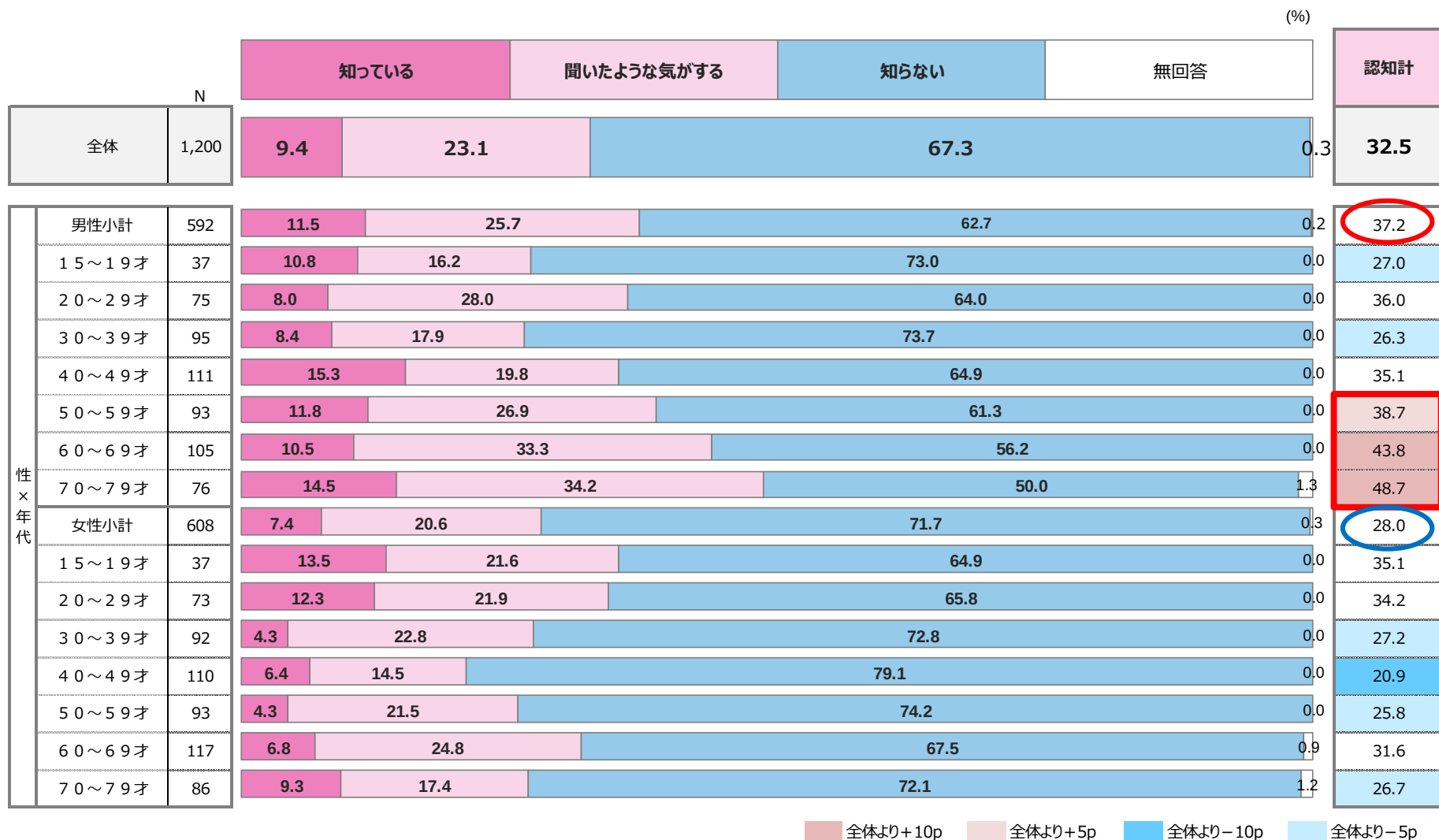
5. 「大阪・関西万博」の開催認知状況(地域別)

- 地域別では、近畿の「知っている」率が圧倒的に高い。中部・北陸、中国・四国・九州がそれに次いで高く、近畿から距離が遠くなるほど「知っている」率が低下する。



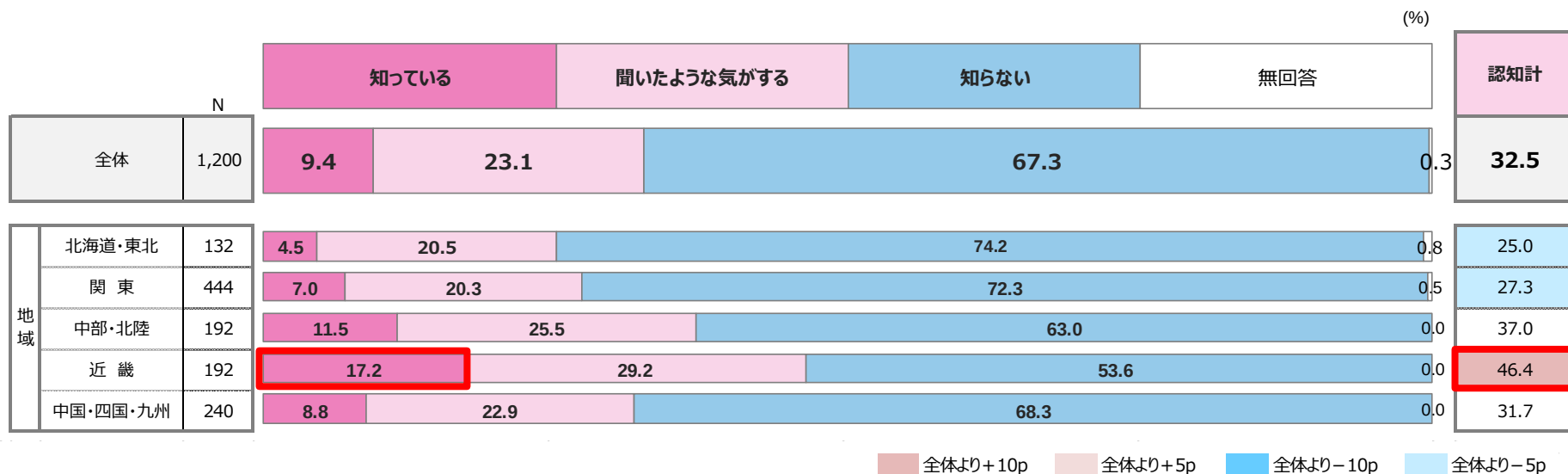
6. 大阪・関西万博の中心テーマがSDGsであることの認知(性×年代)

- ◆ 大阪・関西万博の中心テーマの1つが「SDGs」であることの認知については、「知っている」(9.4%)が1割ほどで、『認知計』は32.5%。
- ◆ 男性50代～70代の認知率が全体に比べて高い。男性全体の認知率が37.2%に対し、女性全体は28.0%と1割近くの開きがある。



6. 大阪・関西万博の中心テーマがSDGsであることの認知(地域別)

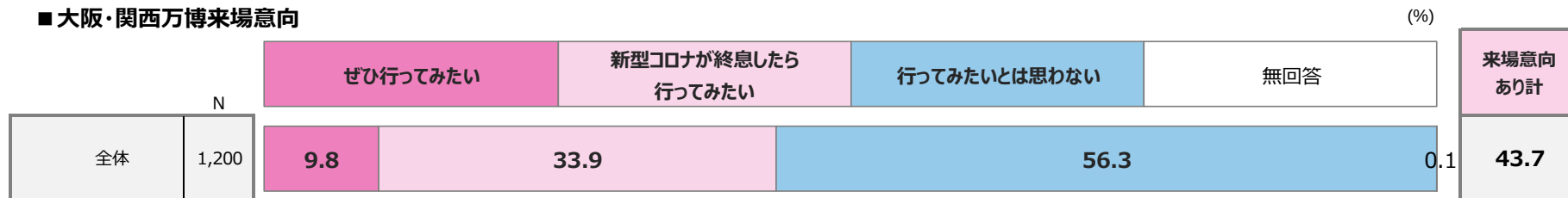
- ◆ 地域別では、近畿の認知率が46.4%と半数近くで特に高い。



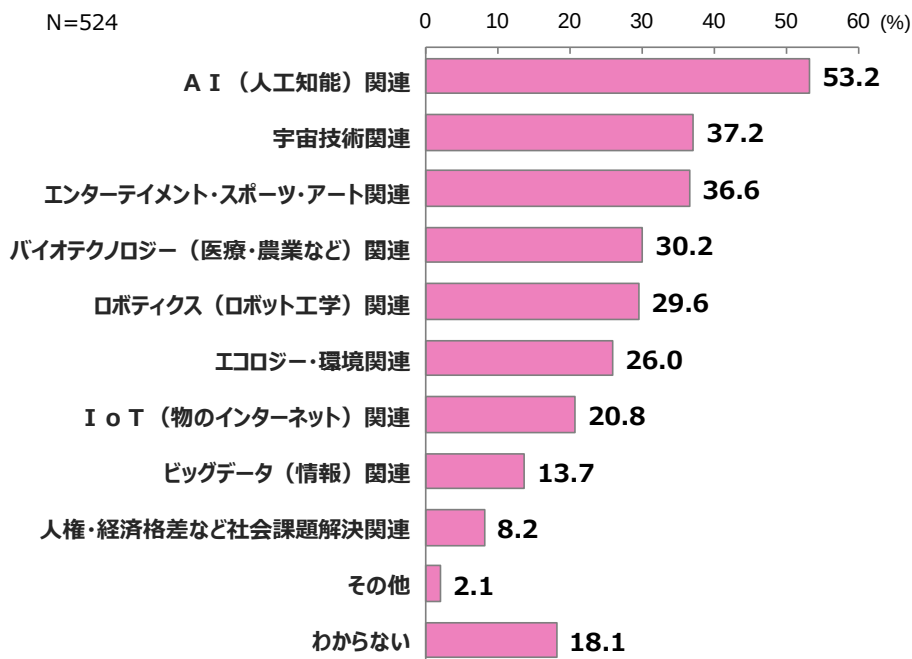
7. 大阪・関西万博来場意向など

- ◆ 万博の来場意向については、「ぜひ行ってみたい」（9.8%）、「新型コロナが終息したら行ってみたい」（33.9%）を合わせた『来場意向あり計』は43.7%。
- ◆ 大阪・関西万博で見た展示（来場意向者ベース）については、「AI関連」が（53.2%）が半数以上を占める。次いで「宇宙技術関連」「エンターテインメント・スポーツ・アート関連」が3割後半、「バイオテクノロジー関連」「ロボティクス関連」が3割前後となっている。
- ◆ 非来場意向者の行きたいと思う条件は、「家族や友人に行きたいと言われたら」（31.0%）が最も高い。次いで「会場に行きやすい方法・手段があれば」「自分の生活に役立つ展示内容があれば」が1割台。半数弱は「特にない」であった。

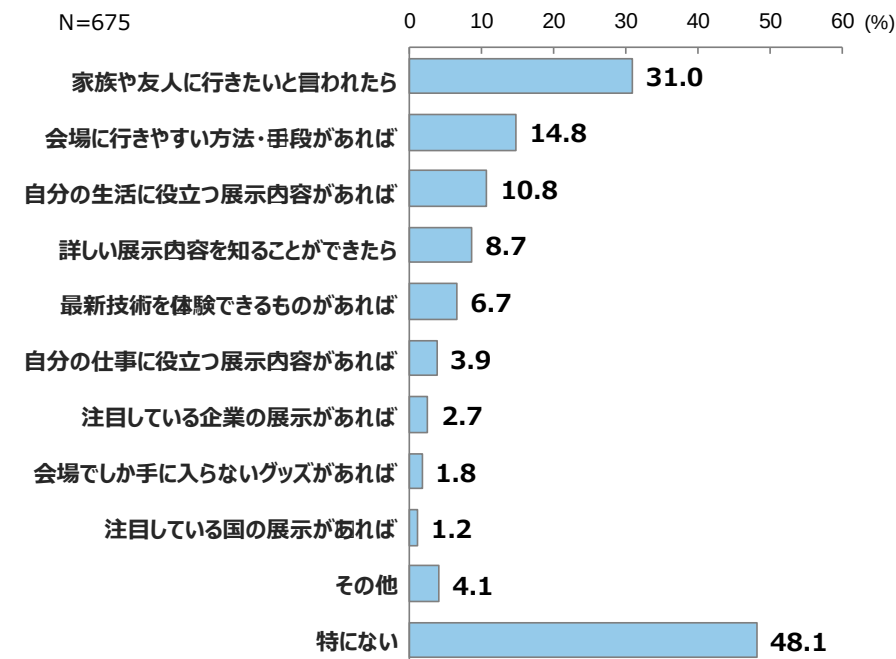
■大阪・関西万博来場意向



■見たい展示（来場意向者ベース、MA）

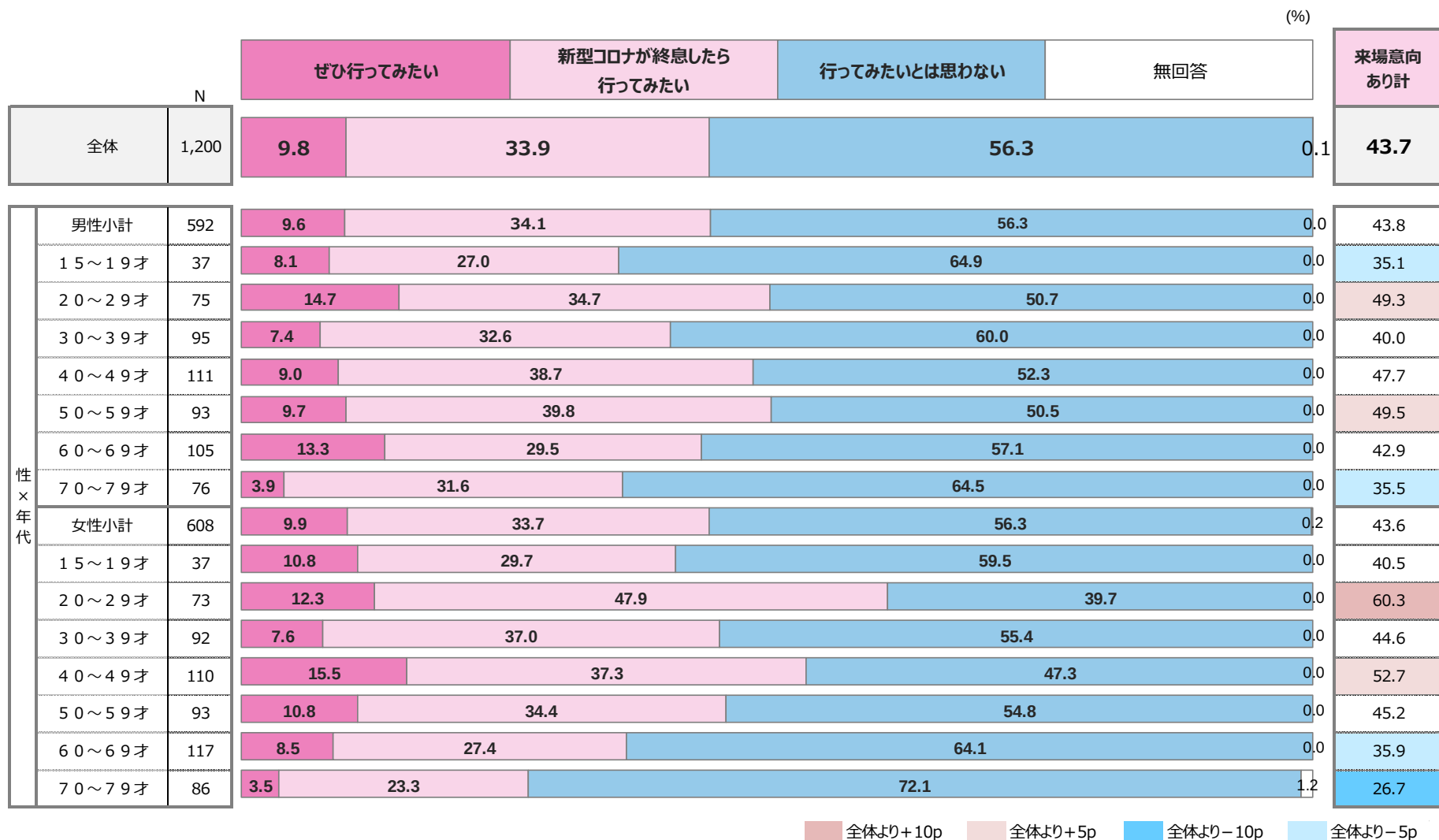


■行きたい条件（非来場意向者ベース、MA）



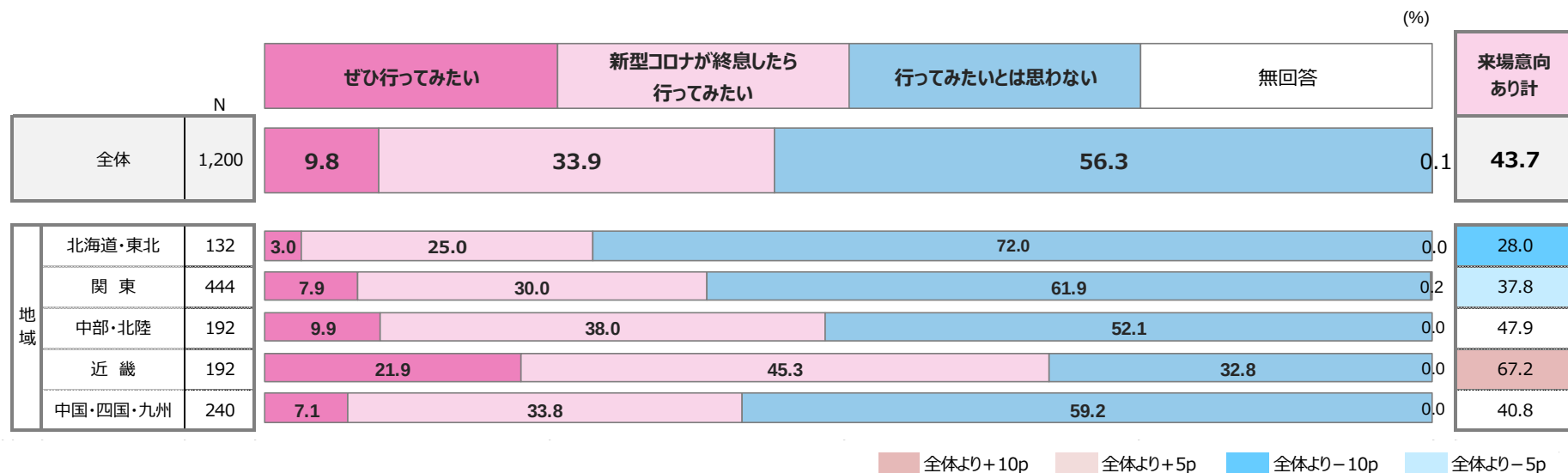
8. 大阪・関西万博来場意向(性×年代)

- ◆ 万博の来場意向については、「ぜひ行ってみたい」(9.8%)、「新型コロナが終息したら行ってみたい」(33.9%)を合わせた『来場意向あり計』は43.7%。
- ◆ 性・年代別では、男女ともに20代が全体に比べてやや高く、男性50代、女性40代も高い。男性70代、女性60代・70代といった高齢層では意向が低い。



8. 大阪・関西万博来場意向(地域別)

- 地域別では、近畿で「ぜひ行ってみたい」が21.9%、『来場意向あり計』が67.2%と、他地域に比べて突出している。
また、近畿から遠くなるほど来場意向率が低下。



9. 大阪・関西万博で见たい展示(性×年代) 来場意向者ベース

- ◆ 大阪・関西万博で见たい展示(来場意向者ベース)については、「AI関連」が(53.2%)が半数以上を占める。次いで「宇宙技術関連」「エンターテインメント・スポーツ・アート関連」が3割後半、「バイオテクノロジー関連」「ロボティクス関連」が3割前後となっている。
- ◆ 男性20代～50代で高い項目が多い傾向にあり、女性で高い項目は「エンターテインメント・スポーツ・アート」「バイオテクノロジー」「エコロジー」など限られる。

(来場意向者ベース)		(%)											
N		A I (人工知能) 関連	宇宙技術 関連	エンターテインメント・スポーツ・アート関連	バイオテクノロジー (医療・農業など) 関連	ロボティクス (ロボット工学) 関連	エコロジー・環境関連	I o T (物のインターネット) 関連	ビッグデータ (情報) 関連	人権・経済格差など社会課題解決関連	その他	わからない	
全体	524	53.2	37.2	36.6	30.2	29.6	26.0	20.8	13.7	8.2	2.1	18.1	
性×年代	男性小計	259	58.3	45.9	37.5	30.9	37.8	24.7	28.2	20.5	10.4	1.5	14.7
	15～19才	13	46.2	38.5	30.8	23.1	38.5	23.1	30.8	23.1	0.0	0.0	15.4
	20～29才	37	67.6	48.6	43.2	21.6	29.7	5.4	37.8	21.6	2.7	0.0	13.5
	30～39才	38	47.4	50.0	39.5	26.3	26.3	21.1	31.6	26.3	7.9	2.6	28.9
	40～49才	53	64.2	54.7	47.2	35.8	45.3	22.6	45.3	24.5	17.0	3.8	9.4
	50～59才	46	58.7	50.0	41.3	32.6	39.1	30.4	28.3	23.9	13.0	0.0	13.0
	60～69才	45	53.3	35.6	35.6	31.1	44.4	33.3	11.1	11.1	11.1	0.0	13.3
	70～79才	27	63.0	33.3	7.4	40.7	37.0	37.0	3.7	11.1	11.1	3.7	11.1
	女性小計	265	48.3	28.7	35.8	29.4	21.5	27.2	13.6	7.2	6.0	2.6	21.5
	15～19才	15	53.3	40.0	46.7	26.7	33.3	13.3	20.0	6.7	20.0	6.7	20.0
	20～29才	44	36.4	25.0	34.1	13.6	9.1	11.4	6.8	2.3	4.5	0.0	22.7
	30～39才	41	48.8	36.6	51.2	19.5	24.4	22.0	22.0	4.9	2.4	2.4	19.5
	40～49才	58	51.7	25.9	34.5	34.5	25.9	31.0	15.5	12.1	5.2	0.0	17.2
	50～59才	42	50.0	26.2	40.5	35.7	23.8	31.0	16.7	9.5	7.1	4.8	31.0
	60～69才	42	59.5	33.3	33.3	52.4	21.4	45.2	9.5	9.5	4.8	2.4	9.5
	70～79才	23	34.8	17.4	4.3	13.0	17.4	26.1	4.3	0.0	8.7	8.7	39.1

N<30の場合は網掛け省略

全体より+10p

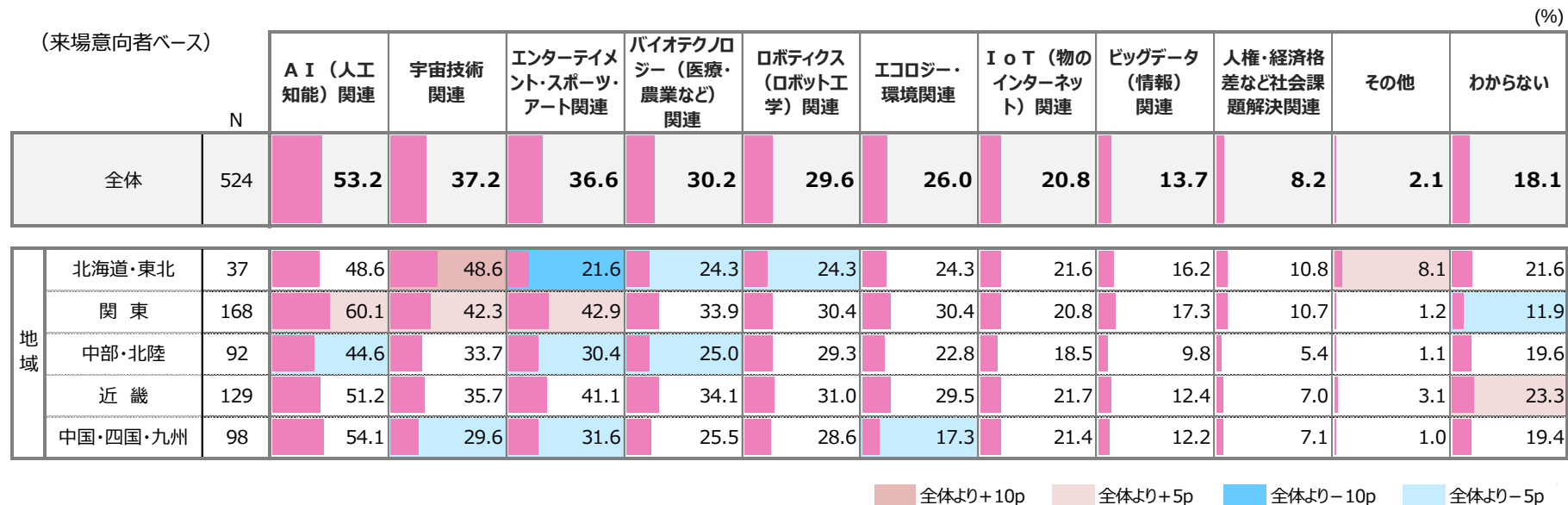
全体より+5p

全体より-10p

全体より-5p

9. 大阪・関西万博で見た展示(地域別) 来場意向者ベース

- ◆ 地域別では、関東で高い項目がいくつかみられるが、開催エリアの近畿では「わからない」がやや高い。



10. 大阪・関西万博に行きたいと思う条件(性×年代) 非来場意向者ベース

- ◆ 非来場意向者の行きたいと思う条件は、「家族や友人に行きたいと言われたら」(31.0%)が最も高い。次いで「会場に行きやすい方法・手段があれば」「自分の生活に役立つ展示内容があれば」が1割台。半数弱は「特にない」であった。
- ◆ 性・年代別では、女性30代～50代では「家族や友人に行きたいと言われたら」が全体に比べて高く、女性30代では「会場に行きやすい方法があれば」「自分の生活に役立つ展示内容があれば」も高い。男性は、30代で「最新技術を体験できるものがあれば」が高い。

(非来場意向者ベース)		(%)											
N		家族や友人に行きたいと言われたら	会場に行きやすい方法・手段があれば	自分の生活に役立つ展示内容があれば	詳しい展示内容を知ることができたら	最新技術を体験できるものがあれば	自分の仕事に役立つ展示内容があれば	注目している企業の展示があれば	会場でしか手に入らないグッズがあれば	注目している国の展示があれば	その他	特にない	
全体	675	31.0	14.8	10.8	8.7	6.7	3.9	2.7	1.8	1.2	4.1	48.1	
性×年代	男性小計	333	26.1	11.1	9.6	6.3	8.7	4.5	4.2	1.8	1.2	3.9	51.7
	15～19才	24	25.0	12.5	12.5	12.5	12.5	4.2	8.3	8.3	8.3	4.2	29.2
	20～29才	38	23.7	15.8	15.8	18.4	15.8	5.3	10.5	2.6	2.6	2.6	52.6
	30～39才	57	28.1	14.0	10.5	5.3	12.3	8.8	3.5	0.0	0.0	5.3	50.9
	40～49才	58	29.3	13.8	8.6	6.9	8.6	3.4	0.0	0.0	1.7	1.7	53.4
	50～59才	47	34.0	6.4	6.4	4.3	10.6	6.4	0.0	0.0	0.0	4.3	42.6
	60～69才	60	28.3	8.3	8.3	1.7	1.7	3.3	6.7	1.7	0.0	3.3	51.7
	70～79才	49	12.2	8.2	8.2	2.0	4.1	0.0	4.1	4.1	0.0	6.1	69.4
	女性小計	342	35.7	18.4	12.0	11.1	4.7	3.2	1.2	1.8	1.2	4.4	44.7
	15～19才	22	45.5	36.4	18.2	27.3	13.6	18.2	4.5	0.0	0.0	4.5	31.8
	20～29才	29	37.9	20.7	24.1	17.2	6.9	6.9	0.0	3.4	0.0	3.4	37.9
	30～39才	51	49.0	27.5	17.6	13.7	5.9	2.0	0.0	3.9	0.0	0.0	35.3
	40～49才	52	44.2	13.5	5.8	7.7	7.7	3.8	1.9	0.0	3.8	1.9	42.3
	50～59才	51	41.2	13.7	5.9	15.7	3.9	0.0	0.0	0.0	2.0	3.9	43.1
	60～69才	75	26.7	17.3	10.7	9.3	2.7	1.3	1.3	1.3	1.3	5.3	49.3
	70～79才	62	19.4	12.9	11.3	1.6	0.0	1.6	1.6	3.2	0.0	9.7	58.1
N<30の場合は網掛け省略													
全体より+10p 全体より+5p 全体より-10p 全体より-5p													

N<30の場合は網掛け省略

全体より+10p

全体より+5p

全体より-10p

全体より-5p

10. 大阪・関西万博に行きたいと思う条件(地域別) 非来場意向者ベース

◆ 地域別では、北海道・東北で「会場に行きやすい方法・手段があれば」が全体に比べて高い。

(非来場意向者ベース)

(%)

N		家族や友人に行きたいと言われたら	会場に行きやすい方法・手段があれば	自分の生活に役立つ展示内容があれば	詳しい展示内容を知ることができたら	最新技術を体験できるものがあれば	自分の仕事に役立つ展示内容があれば	注目している企業の展示があれば	会場でしか手に入らないグッズがあれば	注目している国の展示があれば	その他	特にな
全体	675	31.0	14.8	10.8	8.7	6.7	3.9	2.7	1.8	1.2	4.1	48.1

地域	北海道・東北	95	27.4	24.2	10.5	9.5	7.4	5.3	1.1	2.1	0.0	5.3	50.5
	関 東	275	33.5	13.1	14.5	10.5	9.5	4.4	3.6	1.5	2.2	2.9	44.7
	中部・北陸	100	33.0	13.0	10.0	8.0	1.0	2.0	0.0	2.0	0.0	6.0	43.0
	近 畿	63	34.9	12.7	6.3	6.3	4.8	0.0	3.2	4.8	0.0	3.2	50.8
	中国・四国・九州	142	25.4	14.1	6.3	6.3	5.6	4.9	3.5	0.7	1.4	4.9	55.6

全体より+10p

全体より+5p

全体より-10p

全体より-5p

調査票

テーマ:「社会的課題」についてお伺いします

【すべての方へ】

問1 あなたは、「SDGs(エス・ディ・ジーズ、Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)」という言葉を知っていますか。(○は1つだけ)

- 1 内容まで知っている 2 言葉は聞いたことがある 3 全く知らない

【問1で「1 内容まで知っている」または「2 言葉は聞いたことがある」とお答えの方へ】

問2 あなたは、「SDGs」という言葉をどこで見聞きしたことがありますか。(○はいくつでも)

- | | |
|-------------------|---------------------------|
| 1 新聞記事 | 11 SNS(ソーシャル・ネットワーク・サービス) |
| 2 雑誌の記事 | 12 個人のブログ |
| 3 書籍 | 13 電車・駅などの交通広告 |
| 4 テレビ番組 | 14 役所などの公共施設のポスター |
| 5 ラジオ番組 | 15 お店など商業施設のポスター |
| 6 インターネット | 16 商品のパッケージ・陳列棚 |
| 7 新聞広告 | 17 職場・仕事を通じて |
| 8 テレビのCM | 18 学校で |
| 9 インターネットのニュースサイト | 19 家族・友人・知人を通じて |
| 10 企業のホームページ | 20 その他 |
| | 21 わからない・忘れた |

【すべての方へ】

問3 「SDGs」とは、国連加盟国が2030年までに達成を目指す国際社会の目標です(下記の17項目)。世界的に取り組まれており、日本でも官・民間問わず取り組みが進められています。

あなたは、「SDGs」にどのくらい興味・関心がありますか。(○は1つだけ)

- 1 興味・関心がある 2 やや興味・関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり興味・関心はない 5 興味・関心はない

(参考)SDGs 17の目標

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| ① 貧困をなくそう | ⑩ 人や国の不平等をなくそう |
| ② 飢餓をゼロに | ⑪ 住み続けられるまちづくりを |
| ③ すべての人に健康と福祉を | ⑫ つくる責任 つかう責任 |
| ④ 質の高い教育をみんなに | ⑬ 気候変動に具体的な対策を |
| ⑤ ジェンダー平等を実現しよう | ⑭ 海の豊かさを守ろう |
| ⑥ 安全な水とトイレを世界中に | ⑮ 陸の豊かさを守ろう |
| ⑦ エネルギーをみんなに そしてクリーンに | ⑯ 平和と公正をすべての人に |
| ⑧ 働きがいも経済成長も | ⑰ パートナリシップで目標を達成しよう |
| ⑨ 産業と技術革新の基盤をつくろう | |

【問3で「1」または「2(興味・関心がある)」とお答えの方へ】

問4 あなたが、「SDGs」に興味・関心をお持ちの理由をお知らせください。(○はいくつでも)

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------------|
| 1 温暖化や気候変動が気になるから | 8 学校の勉強や仕事上で関連があるから |
| 2 途上国の貧困問題が気になるから | 9 自分の資産形成や投資に関係するから |
| 3 ゴミ問題や環境汚染が気になるから | 10 新聞やテレビ、インターネットなどメディアで話題になっているから |
| 4 技術や産業の発展が気になるから | 11 新型コロナにより、社会のいろいろな問題が気になるようになったから |
| 5 仕事での働きにききを感じるから | 12 その他 |
| 6 経済・性別などの格差・立場などによる生きづらさを感じるから | 13 などとなく／理由は特になし |
| 7 自分の子どもや孫の将来に関わるから | |

テーマ:「大阪・関西万博」についてお伺いします

【すべての方へ】

問1 2025年に「大阪・関西万博」が開かれます。あなたはこのことをご存じですか。(○は1つだけ)

- 1 知っている
2 聞いたような気がする
3 知らない

問2 2025年の「大阪・関西万博」は、「SDGs(持続可能な開発目標)達成への貢献」が中心テーマの1つとなっています。あなたはこのことをご存じですか。(○は1つだけ)

- 1 知っている
2 聞いたような気がする
3 知らない

問3 あなたは、「大阪・関西万博」に行ってみたいですか。(○は1つだけ)

- 1 ぜひ行ってみたい
2 新型コロナウイルス感染症が終息したら行ってみたい
3 行ってみたいとは思わない

} = 問4へ

【問3で「1」または「2(行ってみたい)」とお答えの方へ】

問4 あなたは、「大阪・関西万博」でどのような展示を見たいと思いますか。(○はいくつでも)

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| 1 IoT(物のインターネット)関連 | 7 宇宙技術関連 |
| 2 AI(人工知能)関連 | 8 エンターテインメント・スポーツ・アート関連 |
| 3 ロボティクス(ロボット工学)関連 | 9 人権・経済格差など社会課題解決関連 |
| 4 ビッグデータ(情報)関連 | 10 その他 |
| 5 バイオテクノロジー(医療・農業など)関連 | 11 わからない |
| 6 エコロジー・環境関連 | |

【問3で「3 行ってみないとは思わない」とお答えの方へ】

問5 どのようなことがあれば、「大阪・関西万博」に行ってみたいと思いますか。(○はいくつでも)

※入場料や旅費などお金関連以外のことでお考えください。

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1 詳しい展示内容を知ることができた | 7 会場でしか手に入らないグッズがあれば |
| 2 自分の生活に役立つ展示内容があれば | 8 会場に行きやすい方法・手段があれば |
| 3 自分の仕事に役立つ展示内容があれば | 9 家族や友人に行きたいと言われたら |
| 4 最新技術を体験できるものがあれば | 10 その他 |
| 5 注目している企業の展示があれば | 11 特になし |
| 6 注目している国の展示があれば | |

◆NRCレポート

日本リサーチセンター(NRC)では、全国15～79歳男女1,200人を対象に、訪問留置のオムニバス調査（NOS）を、定期的に実施しております。対象者の数は、エリア・都市規模と性年代が日本の人口構成に合致するよう設定していますので、全体結果は、日本全国15～79歳男女の実態や意識をバランスよく反映したものとしてご覧になれます。

《 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部 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。**