

# SDGsに関するアンケート調査結果

SDGs推進課

## 1 調査目的

SDGsを原動力とした持続可能な「清流の国ぎふ」の実現への取組みを、今後さらに加速させていく上での参考とさせていただくため、県民の皆様の率直なご意見やご感想を伺いました。

## 2 調査対象等

調査対象: 県政モニター818人(郵送モニター:282人 インターネットモニター:536人)

調査方法: 郵送及びインターネット

調査期間: 令和5年10月6日～10月31日

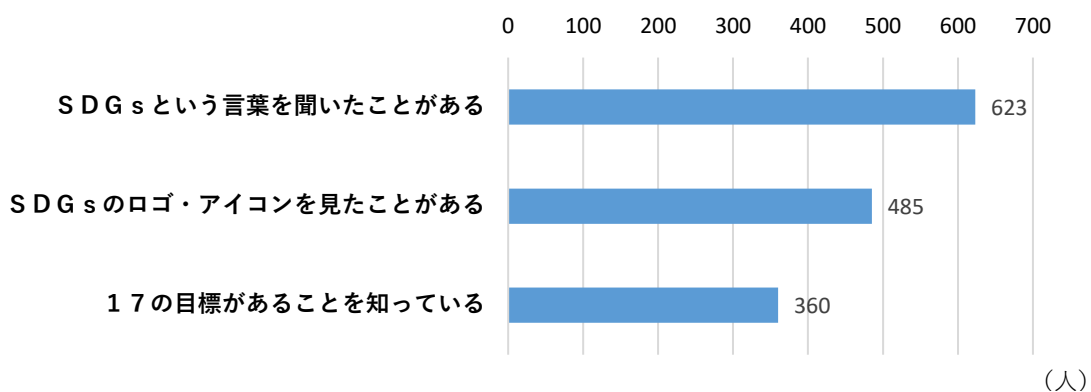
回収結果: 707人(回収率86.4%)

構成比はパーセントで表し、小数点以下第2位を四捨五入して算出しています。

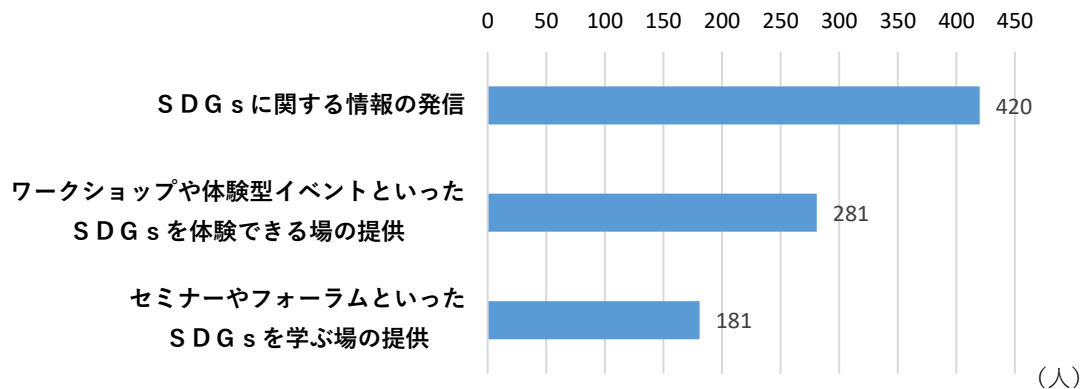
そのため、合計が100%にならない場合があります。

## 3 結果概要

### ○ SDGsの認知度について(※上位3つ)



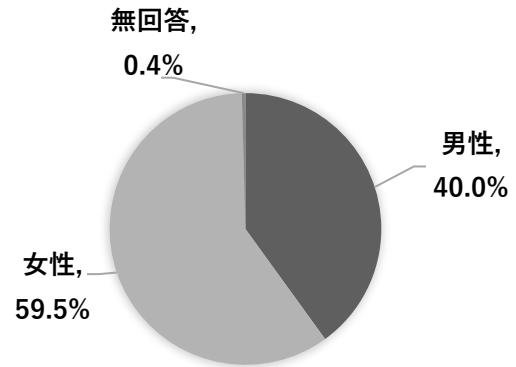
### ○ 県が行うSDGs施策について、特に必要だと思うもの(※上位3つ)



## 4 回答者属性

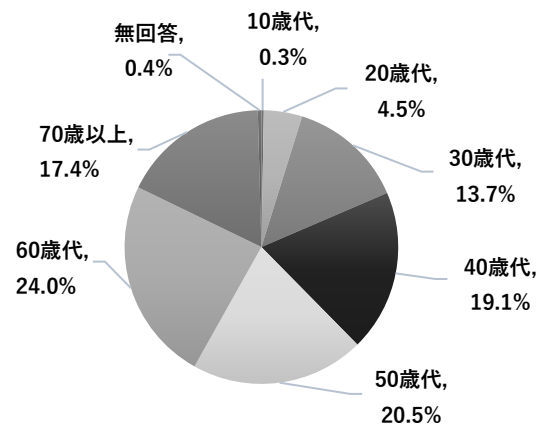
### (1) 性別

	人数	割合
男性	283	40.0%
女性	421	59.5%
無回答	3	0.4%
計	707	99.90%



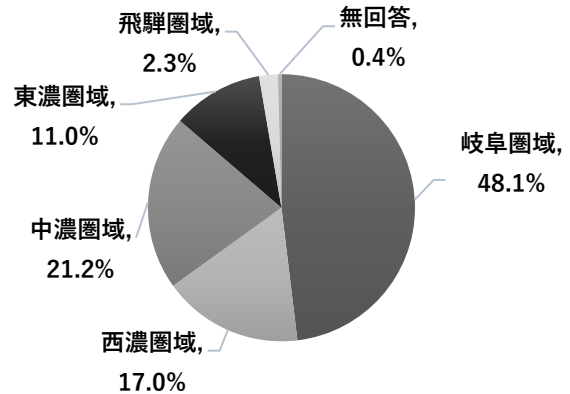
### (2) 年代別

	人数	割合
10歳代	2	0.3%
20歳代	32	4.5%
30歳代	97	13.7%
40歳代	135	19.1%
50歳代	145	20.5%
60歳代	170	24.0%
70歳以上	123	17.4%
無回答	3	0.4%
計	707	99.90%



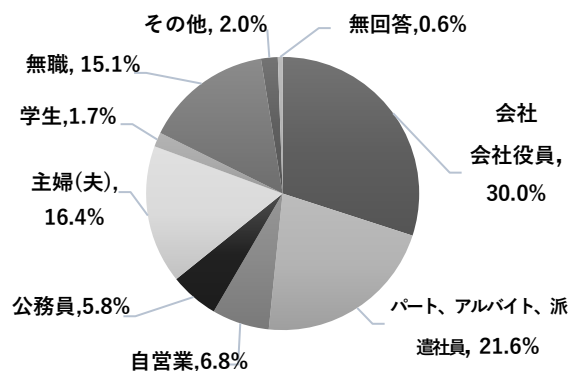
### (3) 居住圏域別

	人数	割合
岐阜圏域	340	48.1%
西濃圏域	120	17.0%
中濃圏域	150	21.2%
東濃圏域	78	11.0%
飛騨圏域	16	2.3%
無回答	3	0.4%
計	707	100.0%



### (4) 職業別

	人数	割合
会社、会社役員	212	30.0%
パート、アルバイト、派遣社員	153	21.6%
自営業	48	6.8%
公務員	41	5.8%
主婦(夫)	116	16.4%
学生	12	1.7%
無職	107	15.1%
その他	14	2.0%
無回答	4	0.6%
計	707	100.0%

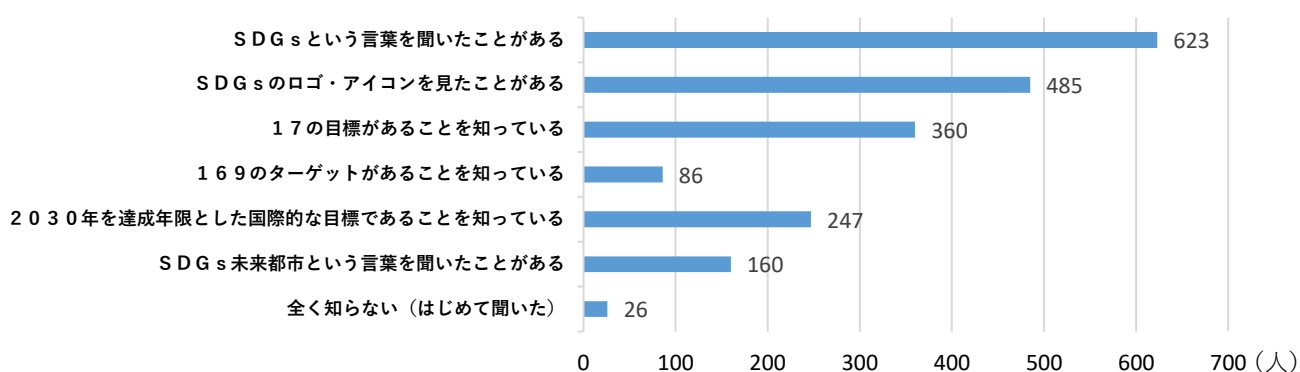


## 5 調査結果

問1 あなたは、SDGsについてどの程度知っていますか。

回答者 706 人 (複数回答)

	回答数	割合
SDGsという言葉聞いたことがある	623	88.2%
SDGsのロゴ・アイコンを見たことがある	485	68.7%
17の目標があることを知っている	360	51.0%
169のターゲットがあることを知っている	86	12.2%
2030年を達成年限とした国際的な目標であることを知っている	247	35.0%
SDGs未来都市という言葉聞いたことがある	160	22.7%
全く知らない(はじめて聞いた)	26	3.7%
計	1,987	-



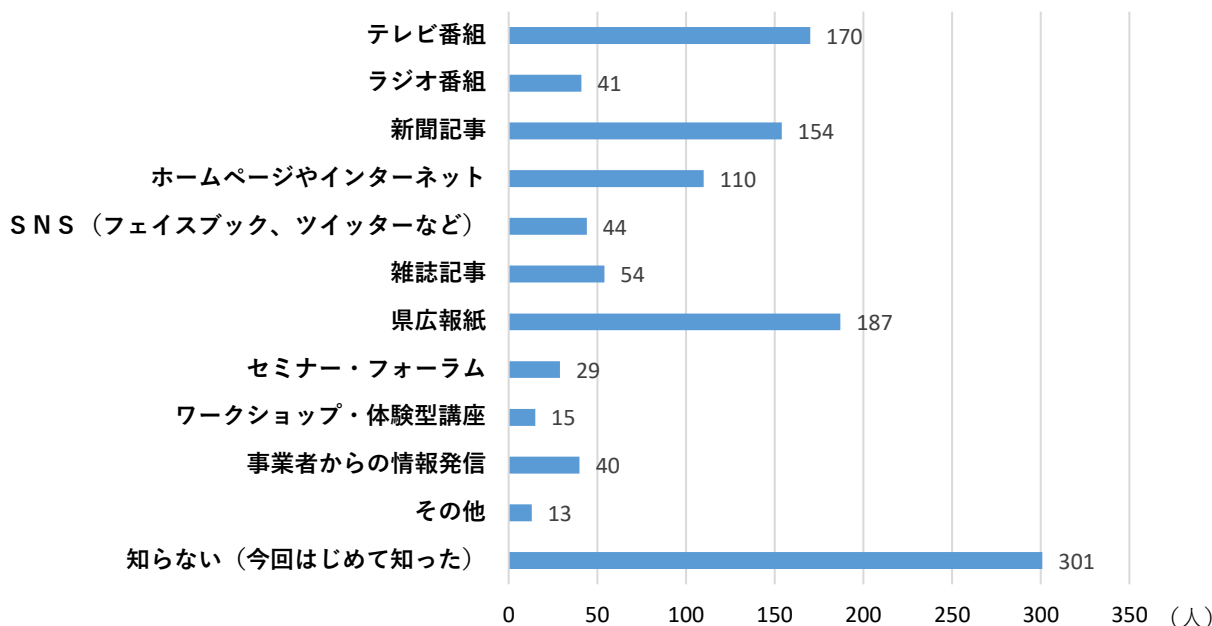
問2 (問1で「全く知らない(はじめて聞いた)」以外をお答えの方)

あなたは、「清流の国ぎふ」SDGs推進ネットワークを知っていますか。

知っている場合は、どのように知りましたか。

回答者 661 人 (複数回答)

	回答数	割合
テレビ番組	170	25.7%
ラジオ番組	41	6.2%
新聞記事	154	23.3%
ホームページやインターネット	110	16.6%
SNS(フェイスブック、ツイッターなど)	44	6.7%
雑誌記事	54	8.2%
県広報紙 (市町村広報紙や地域情報誌(フリーペーパー)に掲載)	187	28.3%
セミナー・フォーラム	29	4.4%
ワークショップ・体験型講座	15	2.3%
事業者からの情報発信	40	6.1%
その他	13	2.0%
知らない(今回はじめて知った)	301	45.5%
計	1,158	-



### 「その他」のうち主なもの

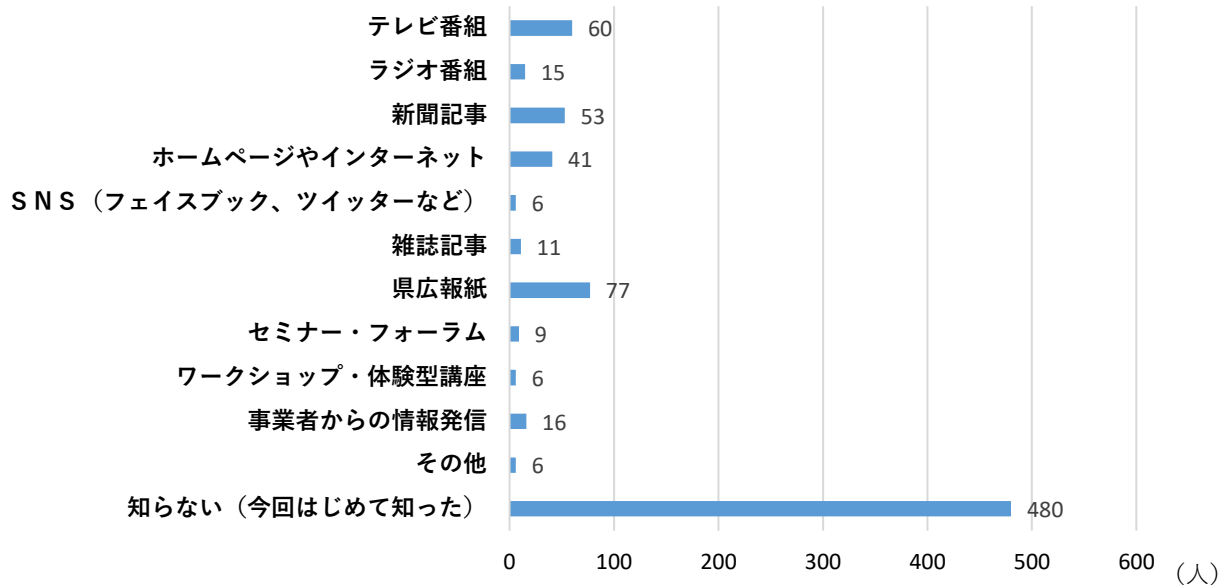
- ・ 勤務先での取組み
- ・ 子どもが通う学校での取組み
- ・ 商業施設にある立ち見看板等の広報物

### 問3 (問1で「全く知らない(はじめて聞いた)」以外をお答えの方)

あなたは、本年7月に岐阜県が創設した、県内事業者のSDGsの取組みを見える化させ、その取組み度合いに応じて「シルバーパートナー」「ゴールドパートナー」として登録する「ぎふSDGs推進パートナー登録制度」を知っていますか。  
知っている場合は、どのように知りましたか。

回答者 643 人 (複数回答)

	回答数	割合
テレビ番組	60	9.3%
ラジオ番組	15	2.3%
新聞記事	53	8.2%
ホームページやインターネット	41	6.4%
SNS(フェイスブック、ツイッターなど)	6	0.9%
雑誌記事	11	1.7%
県広報紙 (市町村広報紙や地域情報誌(フリーペーパー)に掲載)	77	12.0%
セミナー・フォーラム	9	1.4%
ワークショップ・体験型講座	6	0.9%
事業者からの情報発信	16	2.5%
その他	6	0.9%
知らない(今回はじめて知った)	480	74.7%
計	780	-



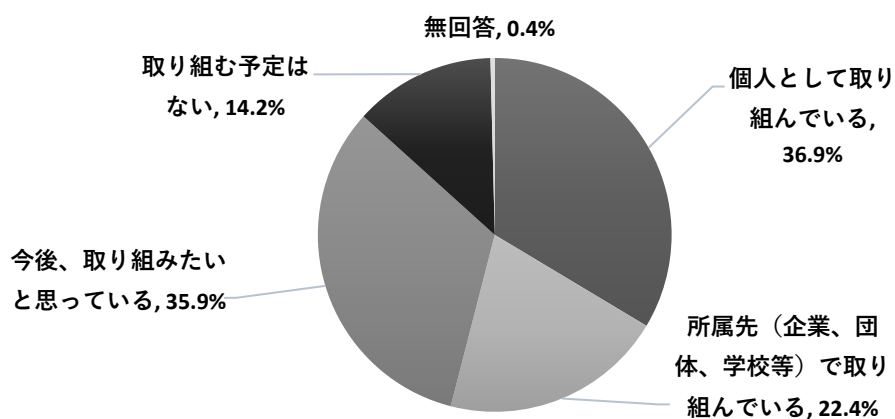
「その他」のうち主なもの

- ・ 大学の授業
- ・ 勤務先での周知
- ・ 登録事業者のロゴマークを見かけた。

問4 あなたは、SDGsを意識して、日頃何らかの活動に取り組んでいますか。

回答者 704 人 (複数回答)

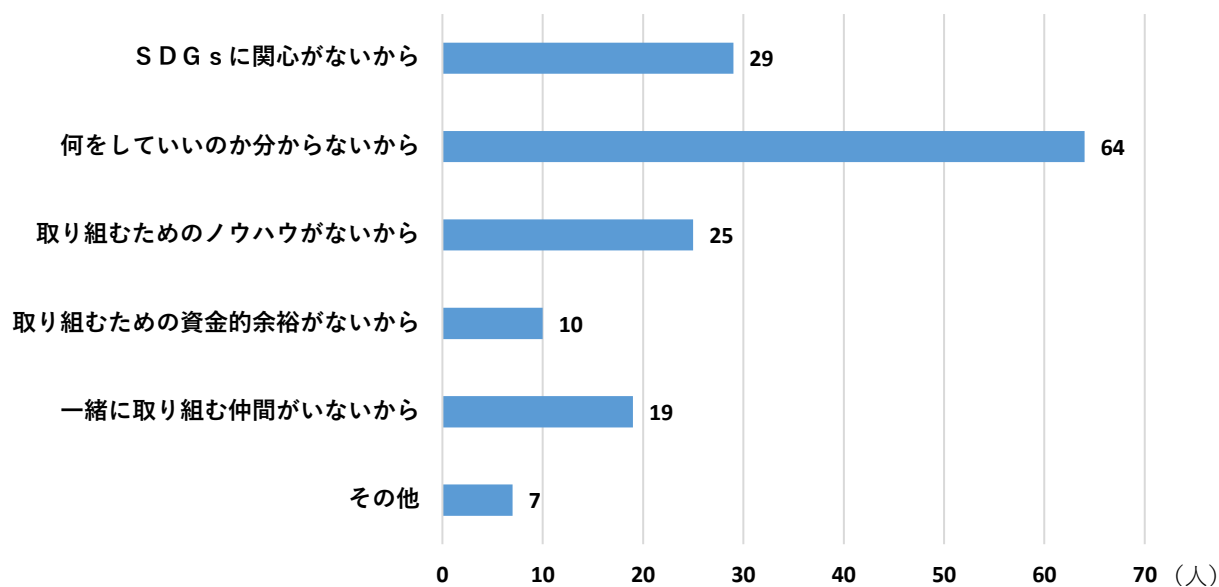
	人数	割合
個人として取り組んでいる	260	36.9%
所属先(企業、団体、学校等)で取り組んでいる	158	22.4%
今後、取り組みたいと思っている	253	35.9%
取り組む予定はない	100	14.2%
無回答	3	0.4%
計	774	—



問5 (問4で「取り組む予定はない」と答えた方)  
その理由は何ですか。

回答者 100 人 (複数回答)

	回答数	割合
SDGsに関心がないから	29	29.0%
何をしているのか分からないから	64	64.0%
取り組むためのノウハウがないから	25	25.0%
取り組むための資金的余裕がないから	10	10.0%
一緒に取り組む仲間がないから	19	19.0%
その他	7	7.0%
計	154	-



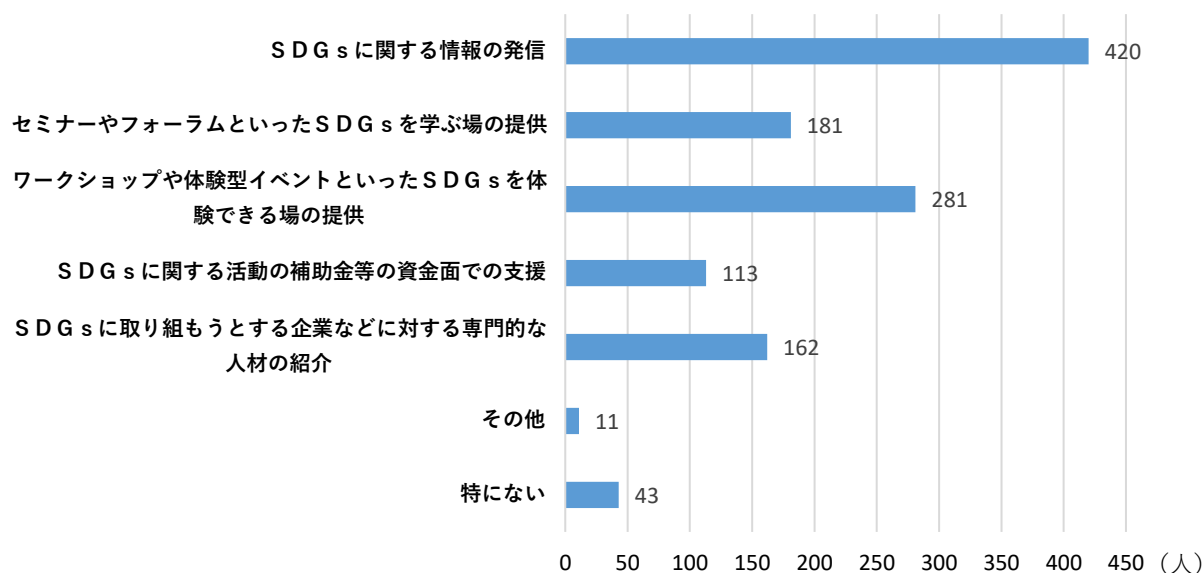
「その他」のうち主なもの

- ・ 「SDGs」という言葉そのものを知らないから。
- ・ 意識して取り組むことではないから。
- ・ 高齢で取り組むのが難しいから。

問6 県が行うSDGs達成に向けた施策について、あなたが特に必要だと思うものは何ですか。

回答者 702 人 (複数回答)

	回答数	割合
SDGsに関する情報の発信	420	59.8%
セミナーやフォーラムといったSDGsを学ぶ場の提供	181	25.8%
ワークショップや体験型イベントといったSDGsを体験できる場の提供	281	40.0%
SDGsに関する活動の補助金等の資金面での支援	113	16.1%
SDGsに取り組もうとする企業などに対する専門的な人材の紹介	162	23.1%
その他	11	1.6%
特にない	43	6.1%
計	1,211	-



「その他」のうち主なもの

- ・ 「SDGs」という言葉にとらわれず、具体的な施策を指し示していくこと。
- ・ ただのスローガンやイベントと思わせないこと。生活の一部に思わせること。
- ・ 高齢者や子どもにも分かりやすいよう、SDGsを分野ごとに分けてアピールすること。
- ・ 企業等を具体的に勧誘して参加を集めること。リーダーを募って参加を広げること。
- ・ SDGsに取り組む理由(目的)を身近に感じられるよう、県民への動機づけが急務。
- ・ 日本独自の取組みを行うこと。
- ・ 企業、行政の本気度が必要。
- ・ 日本語で分かりやすい表示をすること。

問7 その他、SDGsに関する県の施策に対してご意見などがございましたら、お聞かせください。（主な意見）

○広報について

- ・ 市町村などを通じて、県の取り組みをもっと積極的に広報してほしい。
- ・ 公共交通を活用してはどうか(バス・電車のラッピング広告、車内広告など)。
- ・ 高齢者にもわかりやすい言葉で情報発信をしてほしい。
- ・ 身近な場所で一般消費者が日常的に取り組めるものを具体的に表示してほしい。
- ・ 気軽に参加できるアプリやSNSを活用して、プレゼントがもらえるキャンペーンなどを実施すれば周知が進むのでは。
- ・ 「SDGs」という言葉だけではなく、今後は具体的な内容を広げる必要がある。
- ・ 様々な社会活動において、活動がSDGsに繋がっていることをPRするとよい。

○学びの機会確保に関する施策について

- ・ 親子で簡単に取り組めるものを体験型イベントなどを通して教えてほしい。
- ・ 県民参加の啓発イベントをもっと開催してほしい。
- ・ 色々なイベントや教育現場等でSDGsを周知する機会があればよい。
- ・ 学校や子ども向けイベントでもっとSDGsに接する機会が増えれば、周囲の大人へと広まっていくと思う。

○その他

- ・ 個人の意識、行動の積み重ねが大切。達成感を感じることができる仕組みがあるとよい。
- ・ 「SDGs」というワードが先行している。実際のアクションを起こす後押し(動機付け)をする施策が必要。