

論 説

SDGs への支払意思額に基づく理系学部生の社会貢献意欲の検討

崔 英 靖 (産業マネジメント学科)
折 戸 洋 子 (産業マネジメント学科)
岡 本 隆 (産業マネジメント学科)
岡 本 直 之 (産業マネジメント学科)
曾 我 亘 由 (産業マネジメント学科)
橋 惠 昭 (産業マネジメント学科)

Science Undergraduates' Willingness to Contribute to Society Based on WTP of SDGs

Hidenobu SAI (Industrial Management)

Yohko ORITO (Industrial Management)

Takashi OKAMOTO (Industrial Management)

Tadayuki OKAMOTO (Industrial Management)

Nobuyuki SOGA (Industrial Management)

Yoshiaki TACHIBANA (Industrial Management)

キーワード：SDGs、大学生、仮想評価法、支払意思額

Keywords: SDGs (Sustainable Development Goals), University Students, Contingent Valuation Method (CVM), Willingness to Pay (WTP)

【原稿受付：2023年1月31日 受理・採録決定：2023年2月10日】

要旨

Z世代の特徴として「社会貢献意欲の高さ」が挙げられることが多く、社会貢献の一種でもある社会課題解決との関連ではSDGs (Sustainable Development Goals) も注目されている。これらに関する調査・研究も実施されているが、社会貢献意欲の高さは本人の内的状態であり、客観的に比較可能な形で提示することは困難である。本研究では、社会貢献とSDGsに関わる既存調査に基づく調査を地方大学の理系学部生に実施することで、既存調査結果との比較を行うことができた。環境評価手法の一種である仮想評価法 (Contingent Valuation Method) を用いて社会課題解決のためのSDGsに対する支払意思額を明らかにすることで、調査対象者間の比較も行った結果、社会貢献活動の主体的な実践の有無によって支払意思額の違いがあることが明らかになった。

Abstract

Generation Z is often described as having a “high level of willingness to contribute to society,” and the Sustainable Development Goals (SDGs) are also attracting attention in relation to solving social issues. Although related surveys have been conducted, presenting the level of willingness to contribute to society in an objective and comparable manner is difficult. This study conducted a questionnaire survey based on existing surveys related to social contribution and the SDGs conducted by other researchers. The sample included undergraduate students majoring in natural sciences at a regional university and the results were compared. Additionally, a survey of willingness to pay (WTP) for SDGs was conducted using the contingent valuation method (CVM) and differences in WTP based on the presence or absence of proactive social contribution practices were observed.

1. はじめに

現在、日本の大学に大学生（学部生）として在籍している者のほとんどは2000年以降に生まれており、社会的には「Z世代」に属していることになる。Z世代の定義には様々なものがあるが、おおよそ1990年代後半から2000年代に生まれた者がZ世代とされており、その前の世代であるミレニアル世代と同様、スマートフォンやSNSが普及している世代であるため、デジタル・ネイティブの世代であるともされている。世界人口に占めるミレニアル世代以降の割合は2020年時点で既に6割を超えており、少子高齢化が進む日本においても2035年には全体の過半を超えると予測されている¹。

これらのことから、Z世代に対しての社会的注目は高まり、様々な調査・研究が実施されている。Z世代の特徴として「他の世代よりも社会貢献意欲が高い」ということがよく挙げられる²。日経MJが2021年11月にZ世代（16～26歳）とミレニアル世代（27～38歳）のそれぞれ約5000人を対象に実施したアンケート調査（以下、日経MJ調査）は、自らの消費活動を通じて社会課題の解決に貢献したいという回答と貢献しなくていいという回答の差がZ世代では11.7%であったのに対してミレニアル世代では0.7%の差しかなく、Z世代の方が社会貢献意欲が高いとしている³。社会課題の解決に繋がるような消費活動は「エシカル消費」と呼ばれ、電通による2022年実施の調査ではエシカル消費への関心を「とても関心がある」から「まったく関心がない」までの5択で質問しており、何らかの形で関心があると回答した割合は全体平均が15.3%であったのに対して16～24歳の男性で20.9%、女性で22.7%と平均を大きく上回っている⁴。

近年、社会課題の解決はSDGs（Sustainable Development Goals）との関連で述べられることも多く、オズマピーアールと早稲田大学商学部は自身の提供講座の受講生を対象にSDGsで重視する目標や社会貢献に関する実施についてのアンケート調査（以下、早稲田大学調査）を2021年4月に実施している⁵。その調査では、回答者の86%が社会貢献意欲があるとしており、社会に貢献できるビジネスに関わりたかという質問にも70%に関わりたかと回答している。また、SDGsの17目標で関心のある目標について回答させたところ（複数回答可）、「質の高い教育をみんなに」「ジェンダー平等を実現しよう」「貧困をなくそう」が上位3位となっている。

このようにZ世代の社会貢献意欲に関する調査は様々な実施されているが、その多くは回答者が社会貢献を重視するかどうか、あるいはどのような社会貢献

を重視するかについて質問されており、それらをどの程度重視するかについては十分に検討されていないことが多い。そこで本研究ではこの点に注目して、Z世代に属する地方大学生を対象に実施したSDGsに代表される社会課題解決の意向に関するアンケート調査の分析を通じて、Z世代の社会貢献意欲の程度について検証することを目的とする⁶。

2. 社会貢献意欲の評価方法

社会貢献意欲の有無やその程度は一種の心理（内的）状態であり、その状態を直接・客観的に測定・観測することは困難である。最終的には、その状態についての評価は本人の主観に寄るものにならざるを得ず、何らかの指標が事前または事後的に設定される。このような直接・客観的に測定・観測できないものを評価する調査手法には様々なものがあるが、その一つとして環境評価手法がある。これは価格の存在しない対象としての「環境」（環境財）の価値を貨幣単位で評価する手法であり、顕示選好法と表明選好法の二つに大別できる⁷。

顕示選好法は対象に関する人々の実際の経済活動から得られる各種のコストなどの情報に基づく間接的な評価手法であり、レクリエーション先までの旅行費用に基づくトラベルコスト法、対象となる環境財を代替する別の市場財の費用に基づく代替法などがある。顕示選好法は実際の経済活動に基づいているため、より現実に近い評価が可能である一方、実際の経済活動が未実施であったり、代替可能な市場財が想定できない場合は顕示選好法による評価を実施することは困難である。社会貢献活動への適用に関しては、内閣府による「市民の社会貢献に関する実態調査」では社会貢献活動への実際の寄付金額を質問しており⁸、このような寄附金額に基づいて社会貢献意欲の程度を顕示選好法によって評価することも可能であるが、調査目的に該当する実際の活動がなければ評価が困難であるという限界がある。

これに対して、表明選好法は評価対象の価値をそのまま尋ねることに基づく評価方法であり、特定の状況を設定した上で、その状況に対する評価を様々な形で尋ねることになる。表明選好法の一つである仮想評価法（Contingent Valuation Method; CVM）では、実際に行われていない対象についての仮想的な市場を設定し、その状況に対する回答者の支払意思額（Willingness To Pay; WTP）を質問することで、回答者の対象に対する価値を直接評価する。コンジョイント分析も表明選好法の一つであり、複数の要素（属性）を組み合わせた選択肢を設定した上で、それを回答者に評価させるものである。実際の経済活動に基づ

く顕示選好法と異なり、表明選好法は状況や選択肢を架空の設定で実施できるため、より幅広い範囲での実施が可能である。しかし、その評価や選択は実際のものではないため、その結果には各種のバイアスが存在する可能性がある。

日本総合研究所（2020）では全国の中・高・大学生を対象に環境問題や社会問題に取り組む企業の商品に支払える金額が調査されている。これは表明選好法の一種である仮想評価法であり、半数以上の若者が環境問題や社会問題に取り組む企業の商品に対して、普通よりも高い値段を支払っても良いと考えているとしている。ただし、支払っても良い金額の平均が食べ物では普通の5倍以上、電子機器では28倍弱という、通常の消費活動では考えにくい金額になっており⁹、仮想バイアスが影響している可能性がある。

河越（2021）は社会的課題に対する企業の取り組みを消費者がどのように評価しているかについてのコンジョイント分析を用いた調査であり、5分野について調査した結果、社会貢献が支払意思額に及ぼす影響は分野によって異なるとしている¹⁰。河越・小島（2022）では先の調査の個票のうち学生64人の就職先の選択についての更なる分析が行われている。ワークライフバランス、環境配慮、社会貢献、月額賃金という4つの属性の組み合わせによる調査では、学生全体では環境に対して、女子学生に限定してはワークライフバランスに対して、有意にプラスの評価をしているが、総じて高いものではなかったとしている¹¹。

3. 地方大学生への調査と既存調査の比較

これらの既存調査を参考に、筆者らは新たな質問票を作成し、愛媛大学にて2022年5月末から6月上旬にかけてMicrosoft Formsを利用して調査を行った（以下、本調査）。質問票は「あなたの属性」「社会貢献に関する意向と実践」「SDGsの17目標について」の3部構成で全15問（うち必須回答14問）である。調査対象は筆者の一人が担当した理系学部対象の共通教育科目の履修者145名であり、回答数は119名であった。具体的な質問文については末尾の質問票を参照されたい¹²。

回答者属性について、早稲田大学調査と比較するために性別を二択で質問しており、この質問のみが必須回答ではないが、有効回答に占める割合は男性：女性は77.3%：22.7%であった。これまでの教育で重要だと思ふ科目の割合は理系科目：文系科目で81.5%：18.5%であった。学年（年齢）は質問していないが、調査対象となった科目の履修者割合では1年生が51.0%、3年生が45.5%、4年生が3.4%であった。

SDGsに関する情報（報道、投稿）の接触頻度は「5

日に1回程度」が47.1%で最多であり、「2日に1回程度」が32.8%、「毎日1回以上接触する」は10.1%程度であった。これに対して、報道に関連する検索・投稿を行ったり、投稿へのコメントやRT（リツイート）などを行う反応頻度は、「反応することはない」が52.1%で最多であり¹³、「1週間に1回あるかどうか」が27.7%、「毎日1回くらい」は1.7%であった。総じて、SDGsに関する情報に接する頻度はそれなりにあっても、それに対して主体的に反応する頻度はそれほど高くないと言えよう。

質問項目「社会貢献に関する意向と実践」は早稲田大学調査と日経MJ調査を参考にして質問を設計している。まず社会貢献に関する意向として、社会に貢献したいという意識についての質問（4択）では「とてもある」と「どちらかと言えばある」の合計で91.6%であり、これは早稲田大学調査よりも約5%高い結果であるが、社会に貢献できるビジネスに関わりたいかという質問（2択）では「関わりたい」が61.3%であり、早稲田大学調査よりも8%程度低いという結果になった。価格が高くなったり、不自由になったりしても自らの消費活動を通じて社会貢献に貢献したいかという質問に対しては、「貢献したい」と「どちらかといえば貢献したい」の合計が54.6%で、その逆との差は28.5%であり、日経MJ調査におけるZ世代における差が11.7%であったことと比較すると、消費を通じての社会貢献意欲が高いと考えられる。

社会貢献の実践については、早稲田大学調査における実施経験についての質問（「その他」を含む11項目、複数回答可）を修正して、「その他」を含む7項目（複数回答可）と「該当なし」（こちらの場合は単一回答）という形式で質問した。早稲田大学調査では「授業、ゼミなどで学んでいる」が120名で最多であり、「ゴミ拾い・清掃活動に参加した」（91名）「困窮する人に物資を提供した、募金を行った」（51名）「地域のコミュニティ活動に参加した」（50名）と続いているが（有効回答数は不明）、本調査では「授業などで学んだ」（85.7%）、「地域のコミュニティ活動などに参加した」（34.5%）、「フェアトレードの商品を購入した」（20.2%）、「各種の社会貢献活動に物資を提供したり、募金を行った」（16.8%）の順であった（有効回答数は119名）。両調査とも授業などの教育に関する実践経験が1位であるが、これは各自の自発的な活動ではない可能性があるため、非自発的要素の強い活動（「授業」「該当なし」（6.7%）「その他」（3.4%））のみの回答者を「受動的」回答者群とし、それ以外の活動の一つでも実施している回答者を「主体的」回答者群として新たな属性を追加したところ、それぞれの割合は「受動的」が42.9%（68名）、「主体的」が

57.1% (51名) となった。

質問項目「SDGsの17目標について」は、早稲田大学調査では関心のあるSDGs目標を複数回答可で質問し、回答数順で順位を付けている。本調査ではSDGsの17目標の全てに順位を付けることは回答者の負担が大きいと、その重要度の大小に応じて3つのカテゴリーに分類するよう質問し、各カテゴリーに重みを付けた上で合計することで順位を付けた。早稲田大学調査では「質の高い教育をみんなに」「ジェンダー平等を実現しよう」「貧困を無くそう」が上位3位であったのに対して、本調査では「飢餓をゼロに」「すべての人に健康と平和を」「平和と公正をすべての人に」が上位3位であった。この違いは回答者の属性の違いもあるだろうが、早稲田大学調査が2021年4月実施であるのに対して、本調査が2022年2月のウクライナ侵攻以後に実施されていることに影響されている可能性がある。

4. SDGs 目標への支払い意思額の分析

「SDGsの17目標について」では、重要度に応じて3つのカテゴリーに分けたSDGs目標のうち、最も重要だと考えるもの（最重要SDG）と重要度がちょうど真ん中くらいと考えるもの（中位SDG）を選ばせた上で、それぞれについてWTPを選択形式で回答させた。WTPについては、購入価格の増加という形と収入金額の減少という形では同じ金額ベースでも価値が異なる可能性を考慮して、両方の条件について回答させているため、1名につき最重要SDGのWTP2種類と中位SDGのWTP2種類の計4種類のWTPを質問する形になっている。また、WTP自体は各SDGへの貢献度の高低以外は同じ条件で貢献度の高い方を選ぶ場合の差額という形でWTPを選択させている。

購入価格の増加については、SDGへの貢献度の高低以外はほぼ同じ企業（店舗）が2つある場合に貢献度が高い方を選ぶ平日の昼食先（外食またはテイクアウト）のランチ代の差という形で、「同程度なら」か

ら「10%以上高くても」までの1%刻みの選択式（11択）でWTPを回答させた（以下、ランチ代WTP）。その際、ランチ代としては750円を想定するように依頼している。もう一方の収入の減少については、新卒時の就職先としてSDGへの貢献度の高低以外はほぼ同じ企業が2つある場合に貢献度が高い方を選ぶ月額賃金の差という形で、「同程度なら」から「10000円以上安くても」までの2000円刻みの選択式（7択）でWTPを回答させた（以下、賃金WTP）。その際の想定として大卒の初任給は月給の額面で20万円を提示しており、こちらも選択肢間の差はランチ代と同じ1%となっている。

これらの結果、最重要SDGの賃金WTP（図1a：横軸の値は各選択肢の階級値を記載。以下の賃金WTPの図も同様）では、WTPが0の「同程度なら」が21.0%で2位であり、「2000から4000円安い程度なら」が24.4%で1位であった。最下位は負担の最も大きい「10000円以上安くても」の4.2%であり、基本的に負担が減るにつれて回答割合が大きくなっている。最重要SDGのランチ代WTP（図1b：横軸の値は高くても支払うランチ代の差のパーセントを記載。以下のランチ代WTPの図も同様）については、WTPが0の「同程度なら」が26.1%で1位であり、2位が「5%高い程度なら」で24.4%であった。これらを除けば、3位「3%高い程度なら」（16.0%）、4位「2%高い程度なら」（10.9%）、5位「1%高い程度なら」（6.7%）と回答割合は徐々に減少している。それ以外の選択肢はいずれも5%以下であった。中位SDGの賃金WTP（図2a）は、WTPが0の「同程度なら」が36.1%で1位であり、「2000から4000円安い程度なら」が29.4%で2位、その中間の「2000円安い程度なら」が21.8%で3位であり、それらより負担の大きい回答割合はいずれも5%以下であった。中位SDGのランチ代WTP（図2b）についてはWTPが0の「同程度なら」が37.0%で1位であり、「1%高い程度なら」が17.6%で2位、「5%高い程度なら」

図1a: 最重要・賃金WTP

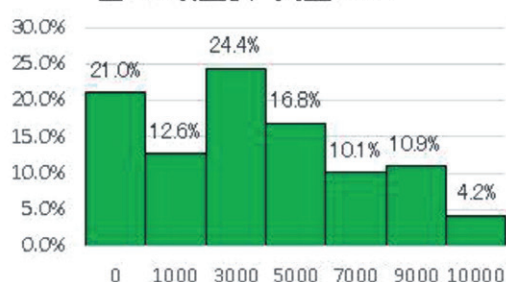


図2a: 中位・賃金WTP

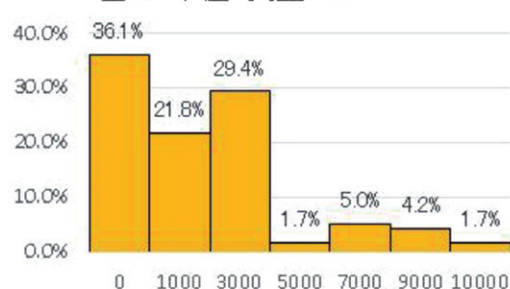


図1b: 最重要・ランチ代WTP

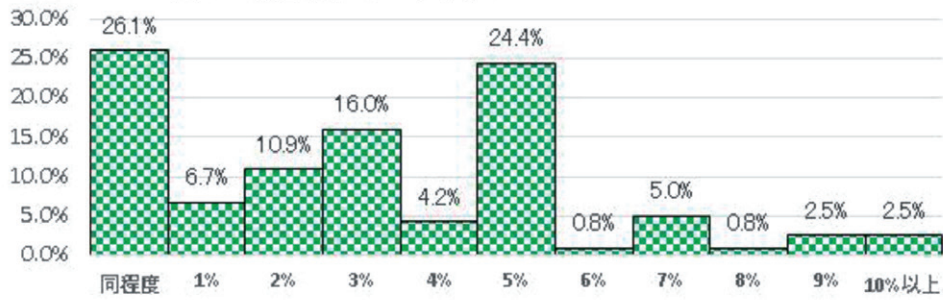


図2b: 中位・ランチ代WTP

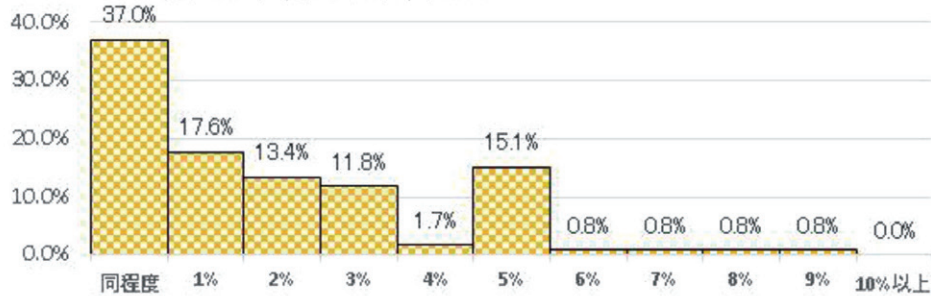


図3a: 回答者群別 最重要・賃金WTP

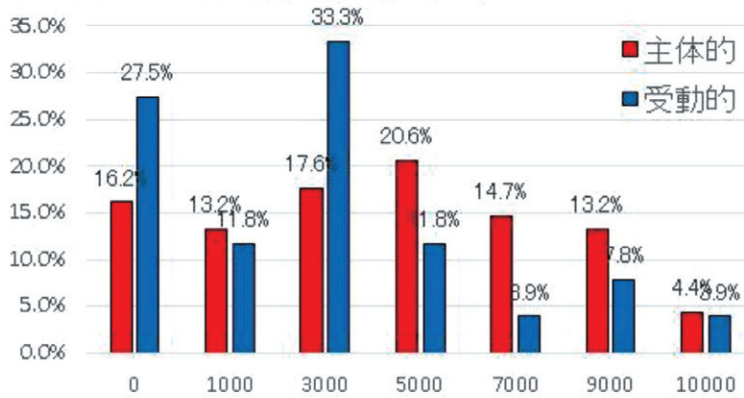
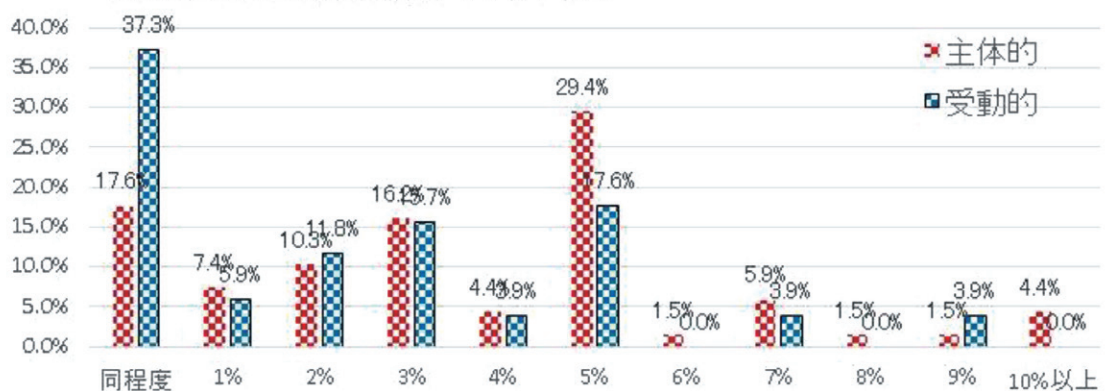


図3b: 回答者群別 最重要・ランチ代WTP



が15.1%で3位であるが、負担がそれ以上となる回答割合についてはいずれも1%以下であった。

この4種類のWTPについて、最重要SDGと中位SDGで比較すると、賃金WTP(7択)ではWTPの高い回答上位3つの回答率合計は最重要SDGの25.2%に対して中位SDGでは10.9%であり、ランチ代WTP(11択)ではWTPの高い回答上位5つの回答率合計は最重要SDGで11.8%、中位SDGで3.4%であった。最重要SDGと中位SDGのWTPの違いをより明確にするため、各選択肢の階級値からWTPの平均値を計算すると、最重要SDGの賃金WTPの平均値は3804円となり、中位SDGの賃金WTPの平均値は2084円となった。ランチ代WTPについても平均値を算出したが、賃金WTPが月額負担額そのものであるのに対してランチ代は1回(日額)あたりのランチ代の差のパーセントであるため、想定するランチ代を30倍した上で負担するパーセントを掛けて月額換算にしたところ、最重要SDGでは598円、中位SDGでは422円となり、やはり最重要SDGの方が中位SDGよりも高くなっている。これらの回答が想定するSDGは回答者ごとに違っても各回答内では同じSDGであるため、月額換算したWTPの平均値も同じになるはずであるが、実際にはかなり違いがある。これは収入の減少と支出の増加という負担形態の違いに由来するものか、あるいは回答時の想定に由来するものかは不明である。

これらのWTPは回答者全体では傾向が掴みにくいいため、社会貢献の実践の回答内容に応じて分類した「主体的」回答者群と「受動的」回答者群に分割して分析した。ウィルコクソンの順位和検定を用いて、回答者群間で最重要SDGと中位SDGの賃金WTPに差があるかを検証した¹⁴。その結果、最重要SDGの賃金WTP(図3a)では回答者群間で5%水準で有意差が認められた($Z=2.2441$, $p=0.02453$)。一方の中位SDGの賃金WTPでは有意差はなかった($Z=1.4077$, $p=0.16$)。なお、有意差のある最重要SDGの賃金WTPの平均は「主体的」回答者群の4353円に対して「受動的」回答者群では3078円であり、やはり「主体的」回答者群の方が高負担の意味があるとの結果となった。ランチ代WTPについても同様の分析を行ったところ、こちらも中位SDGでは有意差はなかった($Z=1.895$, $p=0.05809$)が、回答者群別の最重要SDG(図3b)では5%の有意差($Z=2.5266$, $p=0.01122$)があり、「主体的」回答者群の平均は811円、「受動的」回答者群の平均は547円と、賃金WTPと同じ傾向を示している。

5. 考察と今後の課題

本研究ではZ世代の社会貢献意欲の程度を検証するため、Z世代に属する地方大学生を対象に実施したSDGsに代表される社会課題解決の意向に関するアンケート調査の分析と考察を行った。社会貢献に関する意向については早稲田大学調査の86%に対して本調査は91.6%であり、どちらも高い数値を示している。一方、ビジネスへの関与意欲については早稲田大学調査の70%に対して本調査は61.3%であり、対象を限定しない社会貢献意欲に比べるとどちらも低い結果であった。消費を通じて社会貢献を行うエシカル消費の意向では、電通調査の結果に比べて本調査はかなり高い結果だが、こちらも対象を限定しない(ある意味で抽象的な)社会貢献意欲に比べて低い結果であった。

社会貢献に関する実践についても早稲田大学調査を参考に作成した質問を行ったところ、本調査では何らかの形で実践経験があるという回答が全体の93.3%であった。両調査とも実践経験が最も多いのは教育に関する活動であるが、教育については自発的に選択していない可能性があるため、非自発的要素の強い活動のみを選択した回答者群を「受動的」回答者群、それ以外を「主体的」回答者群として分割したところ、全体の42.9%は「受動的」回答者群となった。先の調査結果と合わせて考えると、社会貢献全般に対する貢献意向はあるものの、具体的な活動の実践との間で乖離が存在する可能性がある。

社会貢献全般ではなく、より対象を限定した上で貢献意欲の程度を客観的に分析するため、SDGsの17目標から最重要SDGと中位SDGを選択させ、それぞれのWTPを仮想評価法を用いて質問した。購入価格の増加と収入金額の減少という異なる2つの形で質問したが、どちらも最重要SDGの方が中位SDGよりも平均WTPは大きくなっており、重要だと考える社会貢献に対してより大きな負担をすることが確認できた。しかし、同じ重要度のSDGに対して購入価格の増加と収入金額の減少では月単位のWTPが大きく違うという結果になった。これは収入減少と支出増加で金額に対する価値判断が異なることに由来しているのかもしれないが、質問時の想定条件に左右されている可能性も高い。前者に由来する場合、対象を限定した比較的現実的な社会貢献意欲の方が低いことと合わせて考えると、大卒時の月額賃金という回答者の現状から比較的離れた想定よりも日々のランチ代という現実に近い想定のために意欲が低下し、付随してWTPも低くなっているのかもしれない。

社会貢献活動の実践によって回答者群を分けた上でWTPを比べたところ、最重要SDGでは「主体的」回答者群の平均WTPがどちらも高く(5%有意)、

中位SDGでも購入価格の増加では5%有意差があった。これらから判断すると、主体的活動者の方が受動的活動者よりも社会貢献意欲が高いといえる。しかし、今回の調査ではこれらの因果関係、つまり「主体的活動の実施が社会貢献意欲の上昇をもたらす」のか、「社会貢献意欲が高い者が主体的活動を実施している」のかを解明できなかった。

上記のように、本研究では既存調査との比較や貢献意欲の比較可能な形での把握については一定の成果があった。しかし、本調査の対象は地方大学の一部学生に限定されており、本研究の結論を単純に一般化することはできない。また、WTPと社会貢献活動実践の間に関係が認められたが、その因果関係は不明のままであり、どのようにすれば社会貢献意欲を高めることができるのか、あるいは社会貢献活動の実践につなげることができるのかは不明なままである。これらについては今後の研究の課題としたい。

注

- 1 経済産業省（2021）、p.134.
- 2 経済産業省（2021）、pp.137-138.
- 3 日経MJ（2022）、p.1.
- 4 電通（2022）、図2.
- 5 オズマピーアール（2021）
- 6 本稿は崔ら（2022）に大幅な加筆修正および考察を加えたものであり、これらの研究は愛媛大学 社会共創学部 令和4年度 学部長裁量経費等によるプロジェクトの支援を受けて実施されたものである。
- 7 表明選好法については柘植・栗山（2011）第1章、顕示選好法については柘植・栗山（2011）第4章を参照している。
- 8 内閣府（2020）、pp.15-17.
- 9 日本総合研究所（2020）、p.19.
- 10 河越（2021）、pp.7-8.
- 11 河越・小島（2022）、pp.5-8.
- 12 掲載にあたり体裁は変更したが、構成や文言（句読点を含む）には変更を加えていない。
- 13 実際の質問票では「反応することはない」となっていたが、前後関係から「反応することはない」として回答していると見なした上で分析している。
- 14 検証にはR4.2.2、coin1.4-2、wilcox_test、distribution = "exact"を用いた。

参考文献

- オズマピーアール（2021）、「Z世代の早大生、約9割が社会貢献意欲持つ ～コロナ禍で半数以上が新たなチャレンジ、窮する周辺商店街への貢献も～」<<https://prt-times.jp/main/html/rd/p/000000029.000043449.html>>、2021年7月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 河越正明（2021）、「消費者は社会的課題の解決のためにいくら払う用意があるのだろうか？：『意思決定に社会課題が及ぼす影響に関する意識調査』の実施について」<https://iess.or.jp/pdf/rep_analysis/20211121kwg.pdf>、社会経済システム研究所、IESS分析レポートNo.3、pp.1-18、2021年11月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 河越正明・小島明子（2022）、「企業の社会的課題への取組みは労働市場でどのように評価されるのか」<https://iess.or.jp/pdf/rep_analysis/20220401kwg_koj.pdf>、社会経済システム研究所、IESS分析レポートNo.4、pp.1-12、2022年4月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 経済産業省（2021）、「『通商白書2021』」<https://www.meti.go.jp/report/tsuhaku2021/pdf/2021_zentai.pdf>、2021年6月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 崔英靖・折戸洋子・岡本隆・岡本直之・曾我亘由・橘恵昭（2022）、「SDGsのWTPに基づくZ世代の社会貢献意欲についての検討」『経営情報学会2022年全国研究発表大会要旨集』。
- 柘植隆宏・栗山浩一（2011）、「『環境評価の最新テクニク』、勁草書房、2011年11月。
- 電通（2022）、「電通、「エシカル消費 意識調査2022」を実施」<<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0620-010527.html>>、2022年6月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 内閣府（2020）、「令和元年度 市民の社会貢献に関する実態調査 報告書」<https://www.npo-homepage.go.jp/uploads/r-1_houkokusyo.pdf>、2020年6月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 日経MJ（2022）、「Zが消費を変えていく、日経MJ5000人アンケート、「世のため」意識、声高は嫌。」、2022年1月1日、p.1.
- 日本総合研究所（2020）、「若者の意識調査（報告）— ESGおよびSDGs、キャリア等に対する意識—」<<https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/column/opinion/detail/200813report.pdf>>、日本総合研究所、pp.1-58、2020年8月（2023年1月4日最終閲覧）。

質問票

あなたの属性

社会課題解決に関する意向と利用者属性の関係について検討するための、回答者(あなた)の属性についてお聞きします。

回答結果を教育・研究のために利用する際には、匿名化した上で個人と連動しない形での利用となりますので御協力ください。

問1. あなたの性別は？

他の調査結果との比較のためにお聞きしますが、違和感がある方は回答しなくてもOKです。

男性／女性

問2. これまであなたが受けてきた教育で重要だと思うのはどちらの科目ですか？

理系科目／文系科目

問3. SDGsに関する情報(報道, 投稿)に接する頻度はどのくらいですか？

ここでいう「接する」とは、メディアからの情報を見たり聞いたりすることです。

毎日10回以上／毎日5～9回／毎日5回未満／2日に1回程度
／5日に1回程度／接することはない

問4. SDGsに関する情報(報道, 投稿)に反応する頻度はどのくらいですか？

ここでいう「反応する」とは、投稿へのコメント・いいね・RTなどを行うことや、報道に関連する検索・投稿を自分で行うことです。

毎日複数回／毎日1回くらい／2日に1回程度／5日に1回程度
／1週間に1回あるかどうか／反応することはない

社会貢献に関する意向と実践

問5. 身の周りの環境や人々を含め、社会に貢献したいという意識はありますか？

とてもある／どちらかと言えばある／どちらかと言えばない／全くない

問6. 社会に貢献できるビジネスに関わりたいと思いますか？

関わりたい／関わりたくない／特に意識していない

問 7. 価格が高くなったり，不自由になったりしても，自らの消費行動を通じて社会の課題解決に貢献したいと思いますか？

貢献したい／どちらかといえば貢献したい／どちらかといえば貢献しなくていい
／貢献しなくていい／何とも言えない

問 8. 社会貢献に関する下記の事柄について，実施している（したことがある）ものがあれば全て選んでください。（複数回答可）

どれも実施したことがない場合は「該当なし」のみを選んでください。

授業などで学んだ／社会貢献に関する情報を SNS などで発信した
／地域のコミュニティ活動やボランティア活動などに参加した
／各種の社会貢献活動に物資を提供したり，募金を行った
／リユース・リサイクルを促す活動に関わった
／フェアトレードの商品を購入した／その他／該当なし

SDGs の 17 目標について

問 9. SDGs の 17 の目標をその重要度の大小で 3 つに分類してください。

重要度の各カテゴリーに 6 個程度が属するように意識してください。

貧困をなくそう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
飢餓をゼロに	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
すべての人に健康と福祉を	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
質の高い教育をみんなに	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
ジェンダー平等を実現しよう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
安全な水とトイレを世界中に	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
エネルギーをみんなに。そしてクリーンに	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
働きがいも経済成長も	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
産業と技術革新の基盤を作ろう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
人や国の不平等をなくそう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
住み続けられるまちづくりを	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
つくる責任、つかう責任	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
気候変動に具体的な対策を	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
海の豊かさを守ろう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
陸の豊かさも守ろう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
平和と公正をすべての人に	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)

パートナーシップで目標を達成しよう 重要度大 (1~6位) /重要度中 (7~12位) /重要度小 (13~17位)

問 10. SDGs の 17 の目標の中で**最も重要だと考えるもの (最重要 SDG)** を選んでください。

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

問 11. 新卒時の就職先として上記の「**最重要 SDG** への貢献度の高低以外はほぼ同じ企業」が 2 社ある場合、**月額賃金の差がどれくらいまでなら最重要 SDG への貢献度の高い企業** を選びますか？

大卒の初任給は月給の額面で **20 万円と想定**してください。

同程度なら / 2000 円安い程度なら / 2000~4000 円安い程度なら
／4000~6000 円安い程度なら / 6000~8000 円安い程度なら
／8000~10000 円安い程度なら / 10000 円以上安くても

問 12. 平日の昼食先 (外食またはテイクアウト) として上記の「**最重要 SDG** への貢献度の高低以外はほぼ同じ企業 (店舗)」が 2 つある場合、**ランチ代の差がどれくらいまでなら最重要 SDG への貢献度の高い企業 (店舗)** を選びますか？

3 大都市圏の有職者対象の調査だと自炊を除くランチ代は 400~1200 円と幅があるのですが、**ここでは 750 円と想定**してください。

同程度なら / 1%高い程度なら / 2%高い程度なら / 3%高い程度なら
／4%高い程度なら / 5%高い程度なら / 6%高い程度なら / 7%高い程度なら
／8%高い程度なら / 9%高い程度なら / 10%以上高くても

問 13. SDGs の 17 の目標の中で**重要度がちょうど真ん中くらいだと考えるもの (中位 SDG)** を選んでください。

貧困をなくそう / 飢餓をゼロに / すべての人に健康と福祉を
／質の高い教育をみんなに / ジェンダー平等を実現しよう
／安全な水とトイレを世界中に / エネルギーをみんなに。そしてクリーンに

／働きがいも経済成長も／産業と技術革新の基盤を作ろう
／人や国の不平等をなくそう／住み続けられるまちづくりを
／つくる責任、つかう責任／気候変動に具体的な対策を／海の豊かさを守ろう
／陸の豊かさも守ろう／平和と公正をすべての人に
／パートナーシップで目標を達成しよう

問 14. 新卒時の就職先として上記の「**中位 SDG** への貢献度の高低以外はほぼ同じ企業」が 2 社ある場合、**月額賃金の差がどれくらいまでなら中位 SDG への貢献度の高い企業**を選びますか？

大卒の初任給は月給の額面で **20 万円と想定**してください。

同程度なら／2000 円安い程度なら／2000～4000 円安い程度なら
／4000～6000 円安い程度なら／6000～8000 円安い程度なら
／8000～10000 円安い程度なら／10000 円以上安くても

問 15. 平日の昼食先（外食またはテイクアウト）として上記の「**中位 SDG** への貢献度の高低以外はほぼ同じ企業（店舗）」が 2 つある場合、**ランチ代の差がどれくらいまでなら中位 SDG への貢献度の高い企業（店舗）**を選びますか？

3 大都市圏の有職者対象の調査だと自炊を除くランチ代は 400～1200 円と幅があるのですが、**ここでは 750 円と想定**してください。

同程度なら／1%高い程度なら／2%高い程度なら／3%高い程度なら
／4%高い程度なら／5%高い程度なら／6%高い程度なら／7%高い程度なら
／8%高い程度なら／9%高い程度なら／10%以上高くても