

2023

Z世代 SDGs シューカツ 解体白書

【完全版】2023年2月22日発表



SOZOINC.JP

調査概要と回答者プロフィール

●調査方法 WEBアンケート調査

●回答者 大学生・大学院生の男女 601名
法政大学・大学院生：318名（全体の52.9%）

●収集方法 WEB・SNSでの告知
法政大学での告知（メール・学食ポスター掲示など）
プロジェクト参加学生による拡散

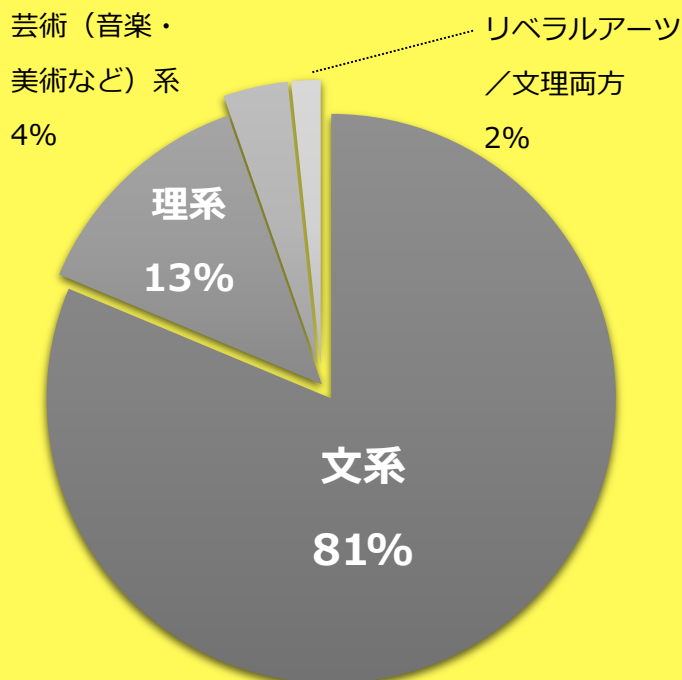
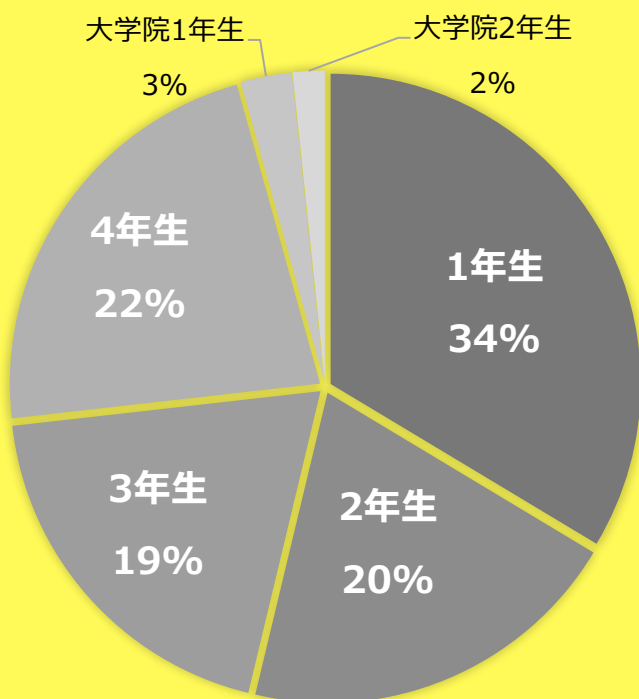
●実施時期 2022年10月30日(日)～12月9日(金)

大学エリア	回答数
東京	486
滋賀	17
京都	16
大阪	14
海外	12
愛知	6
茨城	5
神奈川	5
千葉	5
岡山	4
宮城	4
群馬	4
新潟	3
秋田	2
静岡	2
長崎	2
栃木	2
兵庫	2
沖縄	1
埼玉	1
山梨	1
石川	1
富山	1
福島	1
北海道	1
無回答	1

就職活動の常用	割合
スタートしていない	38.4%
就職先を決定済みで活動を終了	19.5%
情報収集中	16.6%
インターンなどを経験中 あるいは経験済み	14.8%
面接などが進行中	5.3%
その他	2.8%
起業準備中／起業中	1.3%
内定をもらっているが就職先は決定していない	1.0%
既に仕事をしている	0.2%

所属大学

1	法政大学	314	一橋大学	3	女子栄養大学短期大学部	Earlham College
2	明治大学	18	関西大学	3	昭和大学	James Cook University Singapore
3	成安造形大学	17	近畿大学	3	上武大学	Korea university
3	早稲田大学	17	高崎経済大学	3	桐山女学園大学	Mount Allison University
5	青山学院大学	12	神田外語大学	3	千葉商科大学	University of Guelph
6	明治学院大学	10	神奈川大学	3	千葉大学	University of South Florida
7	日本大学	9	創価大学	3	多摩美術大学	University of Szeged
8	慶應義塾大学	6	東海大学	3	大原法律公務員専門学校横浜校	York university
8	立教大学	6	東京家政大学	3	大妻女子大学	York University
8	立命館大学	6	東洋大学	3	大阪教育大学	カーディフ大学
11	関西学院大学	5	龍谷大学	3	拓殖大学	テンブル大学ジャパンキャンパス
11	中央大学	5	York University	2	筑波大学	ノースアジア大学
11	同志社大学	5	岡山商科大学	2	津田塾大学	ブリティッシュコロンビア大学
14	上智大学	4	岡山大学	2	貞静学園短期大学	亜細亜大学
14	専修大学	4	共立女子大学	2	都留文科大学	愛知学院大学
14	法政大学大学院	4	敬愛大学	2	東京医療保健大学	愛知大学
			工学院大学	2	東京家政学院大学	茨城大学
			国際基督教大学	2	東京学芸大学	宇都宮大学
			常磐大学	2	東京女子大学	宇都宮大学大学院
			新潟大学	2	東京大学	横浜市立大学
			成城大学	2	東京電機大学	沖縄国際大学
			静岡大学	2	東京都市大学	学習院大学
			大阪大学	2	東京都立大学	関東sivio
			長崎大学	2	東京農工大学	宮城学院女子大学
			帝京大学	2	東京福祉専門学校	宮城大学
			電気通信大学	2	東洋英和女学院大学	京都外国語大学
			東京外国語大学	2	南山大学	京都大学大学院
			東京薬科大学	2	日本歯科大学	金沢美術工芸大学
			東北大学	2	日本女子大	慶應義塾大学大学院
			武蔵野大学	2	白百合女子大学	公共政策サステナビリティ学
			無回答	2	富山大学	甲南大学
			名古屋学院大学	2	福岡大学	国際教養大学
			明星大学	2	文化学園大学	阪南大学
			麗澤大学	2	兵庫県立大学	埼玉大学
				2	北海道武蔵女子短期大学	桜美林大学
				2	立正大学	実践女子大学
				2	流通経済大学	淑徳大学
				2	佛教大学	
				2	國學院大學	



「具体的なSDGsへの取り組みがZ世代にポジティブな影響を与えるのか」「就職活動時の企業選びに影響をもたらすのか」「サービスは?」「労働環境は?」など。企業の皆さんには、本調査を読み解くことでSDGs推進や社員教育、新卒採用の在り方を議論するきっかけにしていただければ幸いです。



法政大学法学部法律学科卒業 2000年ITベンチャー入社後、結婚出産を機に一時は専業主婦に。2005年に復職。数々のメディア構築に携わる中、事業責任者を務めていたブライダルメディア事業を2012年株式会社マイナビへ売却。マイナビウエディング初代編集長に就任。2015年末にSoZo株式会社を起業。ブライダル業界初のWEBマーケターを育成するeラーニングサービス「SOZO集客大学」を展開。

2022年2月、企業研修向けeラーニング「SDGsビジネスラーニング」をローンチ。ビジネスとSDGsを効果的に継続できるカリキュラムとしてSansan株式会社、株式会社森栄太樓總本舗といった大手企業や老舗企業が導入し、ローンチから2カ月で受講者が1.6万人突破。ライブイベントでは3児の母

ツツケルはSDGs×ビジネスにおける企業事例を多数取り上げるニュースメディアです。企業のIRやサステナビリティビジョンなどから各社の特徴をツツケルらしい視点で取り上げています。



2022年2月に最後発の企業研修eラーニングとして生まれた「SDGsビジネスラーニング」は元WWFジャパン事務局長の筒井隆司氏による完全監修。受講者もすでに1.6万人に達した話題のeラーニングです。



About Media



SDGsビジネスニュース

<https://www.tsukeyaku.com/>

SDGsを「企業の取り組み事例」で 理解を深めていく新メディア

SDGsのゴールの観念は多くのメディアでも
取り上げられていますが、それでは

「明日から何をする?」
「何を生み出す?」

のアイデアを生み出すには情報が足りません。
いつも私たちがアイデアの源泉になるのは
同じような企業が何に知り組み、
どんな商品を生み出し、どんな議論を重ねて
たりん載いたかの「事例」です。

その他にも
世界のデータ、日本政府の方針、改正された法律など
ビジネスパーソン役の役に立つおもしろい面白い
有益な情報を幅広く取り取りまっています。

注目：日本のSDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場

注目：SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場



マクドナルドのSDGの取り組みとは...

「SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組」
ロードマップに登場



SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組
ロードマップに登場



楽天のSDGの取り組みとは？7項目...

「SDGsの取り組みが海外に伝わる企業家からその企業家への対話番組」
ロードマップに登場

E-learning



SDGsビジネスラーニング

企業は今、CSR→SDGs
経営への変革期

社員全体への教育
が求められる

サービス開始 2か月で **受講1.6万人** を突破！
企業研修で最も話題の eラーニング！



元 **WWE ジャパン** 事務局長
総務部長による監修



1人あたり
¥200 円 以内
（法人様のみ）

1人あたり
¥200 円 以内
（法人様のみ）

1人あたり10分

わずか10分でも学びたい方へ

手帳にお値段 400円

社員全員に受けさせられる

CSR

企業の社会的責任

利益の一部を社会に還元・投資

※ 寄付、社会貢献



CSR部

CSR部に所属するメンバー

SDGs経営

ビジョンに基づく価値創造

社会課題の解決と企業価値の向上

※ 新事業、サブプライマリーへの参入



経営層 / 社長 / 専務 / 部長 / 課長 / 課長 / 課長

全社員

- 1 **98%の学生がSDGsを認知、50%が具体的な課題以上**の知識を有する
➡ 5~7p
- 2 SDGsへのZ世代の興味関心は「**目標4：質の高い教育をみんなに**」に集中
➡ 8~13p
- 3 Z世代の働くテーマは「**ワークライフバランス**」「**自分らしく**」
➡ 14~19p
- 4 **勤続年数を長く**希望する学生であるほど「**給与はなるべく高く**」
「**社会的意義のあるサービス**」を希望！
➡ 20~22p
- 5 全体の54%を占める「**企業の将来性を重視する学生**」の関心は、
17の目標のうち**15の目標で30%超え！SDGsの関心との相関性強い**
➡ 23~25p





1



SDGsビジネスニュース

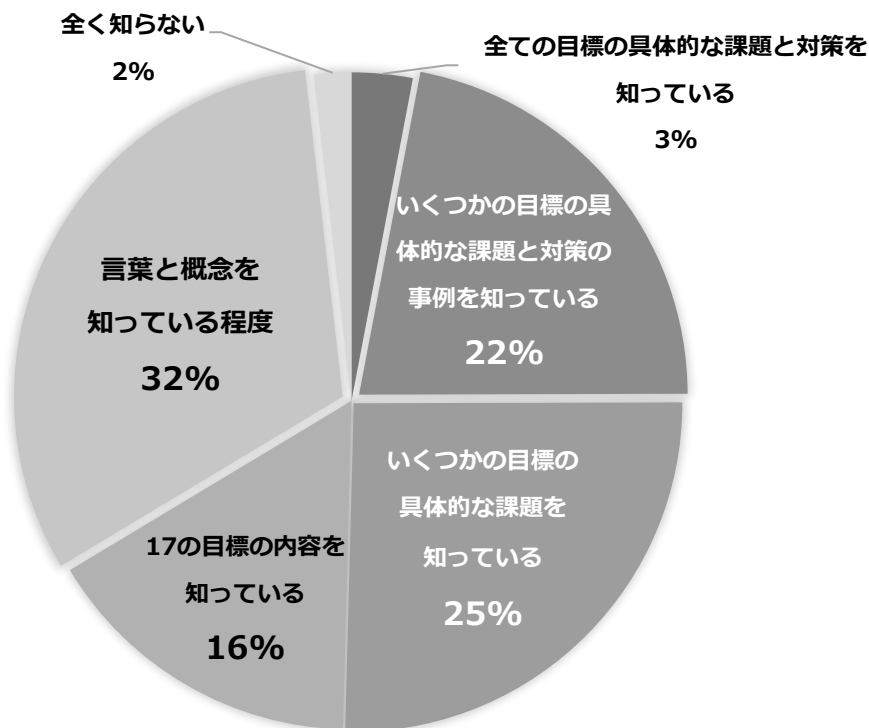
SDGsの知識 & 学習経験

■ 98%の学生がSDGsを認知、50%が具体的な課題以上の知識を有する

「自分はSDGsについて、どの程度知っていると思いますか？」という問いに対して「全く知らない」と回答した人はわずか2%、98%の学生がSDGsを認知していることがわかりました。

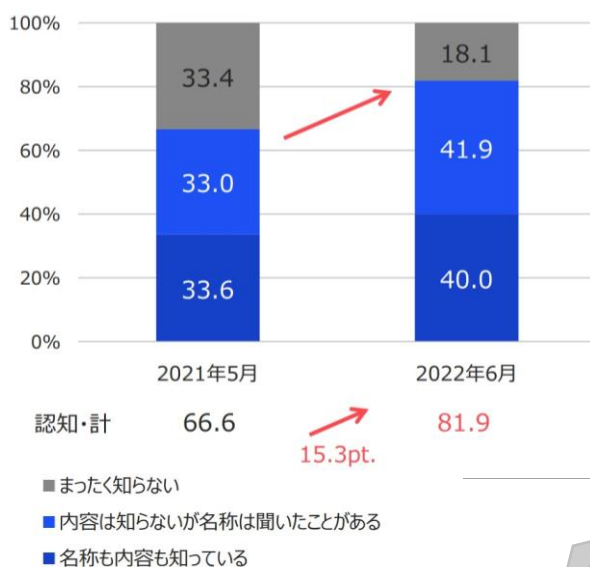
また3人に2人は「17の目標の内容を知っている」以上の知識を有しており、半数の学生が具体的な課題以上の知識を有すると回答しました。全世代を網羅して調査したクロス・マーケティングによる「SDGsに関する調査（2022年）認知・興味関心編」と比較しても、ギャップが大きいと言えます。

Q. 自分はSDGsについて、どの程度知っていると思いますか？（単一回答）



参考資料：クロス・マーケティング「SDGsに関する調査（2022年）認知・興味関心編」

調査手法	インターネットリサーチ
調査地域	全国47都道府県
調査対象	18～69歳の男女、人口構成比に応じて割付
調査期間	2022年6月1日（水）～2日（木）
有効回答数	本調査2,500サンプル



<https://www.cross-m.co.jp/report/other/20220616SDGs/>

■SDGsの学習経験ありは91% 高校・大学で50%以上が学習

■小学校で学んでいると、学習経験が多くなる

「SDGsを学習した経験を教えてください」という問いに対して最も多いのは大学で66%、次いで高校で52%となりました。「学習したことはない」と回答した人はわずか9%、91%の学生がSDGsの学習を経験していることがわかりました。

また小学校で学んだことのある人の平均学習経験は全体の1.6%を大きく上回り3.8と最も多く、次いで中学校での学習経験がある人の3となりました。また高校、大学、大学院では平均を大きく上回ることはなく、課外活動やアルバイト・インターンで学んでいる学生は学習経験が多い結果となりました。

Q. SDGsを学習した経験を教えてください（複数回答）

学習経験	回答数	全体に占める割合*	学習経験**
学習したことはない	53	9%	-
小学校	18	3%	3.8回
中学校	104	17%	3回
高校	314	52%	2.2回
大学	399	66%	2回
大学院	15	2%	2.5回
課外活動 (サークル・学生団体・イベントなど)	73	12%	2.8回
アルバイト・インターン	37	6%	2.9回
家庭内で学ぶ機会があった	10	2%	2回
その他	17	3%	1.9回
平均			1.6回

*母数を601としたときの割合
**各学習経験を1回としたときの各学習経験ありと回答した人の平均値

■小学校/課外活動/アルバイト・インターンは学習レベル高

「自分はSDGsについてどの程度知っていると思いますか?」「SDGsを学習した経験を教えてください」この2つの問いをクロス集計してみると小学校・中学校でともに上昇傾向がみられましたが、特に小学校で強い傾向が出ました。早期に学習をスタートするのは知識の定着に一定の成果がある可能性は高いと言えます。一方、大学院、課外活動、アルバイト・インターンでも上昇傾向が見られましたが、これはSDGsの知識レベルが高い人が、そうした環境を選んでいる可能性もあり、この結果をもって因果関係があるとは言えないでしょう。

Q. 【クロス集計】SDGsの知識レベル×SDGsの学習経験

	17の目標以上の知識	いくつかの具体的な課題以上の知識
学習したことはない	24.50%	20.80%
小学校	88.90%	61.10%
中学校	84.60%	58.70%
高校	75.80%	57.00%
大学	73.20%	57.90%
大学院	80.00%	66.70%
課外活動（サークル・学生団体・イベントなど）	82.20%	75.30%
アルバイト・インターン	81.10%	64.90%
家庭内で学ぶ機会があった	80.00%	40.00%
その他	82.40%	76.50%



2



SDGsビジネスニュース

Z世代の 興味関心

■興味があるSDGs目標1位は「目標4：質の高い教育をみんなに」

「興味のあるSDGsの目標を教えてください（複数回答可）」という問いに対しては49.9%という半数の学生が「目標4：質の高い教育をみんなに」と回答。続いて「目標5：ジェンダー平等を実現しよう」が45.8%「目標1：貧困をなくそう」が42.1%となりました。

Q. 興味のあるSDGsの目標を教えてください（複数回答）

順位	ゴール	投票数	割合*
1位	【目標4】 質の高い教育をみんなに	300	49.9%
2位	【目標5】 ジェンダー平等を実現しよう	275	45.8%
3位	【目標1】 貧困をなくそう	253	42.1%
4位	【目標2】 飢餓をゼロに	213	35.4%
5位	【目標10】 人や国の不平等をなくそう	213	35.4%
6位	【目標11】 住み続けられる街づくりを	205	34.1%
7位	【目標8】 働きがいも経済成長も	201	33.4%
8位	【目標14】 海の豊かさを守ろう	198	32.9%
9位	【目標13】 気候変動に具体的な対策を	197	32.8%
10位	【目標3】 すべての人に健康と福祉を	187	31.1%
11位	【目標16】 平和と公平をすべての人に	187	31.1%
12位	【目標12】 つくる責任 つかう責任	175	29.1%
13位	【目標15】 陸の豊かさを守ろう	149	24.8%
14位	【目標7】 エネルギーをみんなに そしてクリーンに	145	24.1%
15位	【目標6】 安全な水とトイレを世界中に	143	23.8%
16位	【目標17】 パートナリーシップで目標を達成しよう	100	16.6%
17位	【目標9】 産業と技術革新の基盤をつくろう	88	14.6%

*母数を601としたときの割合

■企業のサービスでポジティブな分野は、1位が「目標1：貧困をなくそう」、2位が「目標4：質の高い教育をみんなに」

「企業の商品やサービスで以下が考慮されているとポジティブに受け取るものはありますか？」という問いに対しては1位が目標1に該当する『子ども食堂』『ひとり親支援』など貧困問題への対策となる商品・サービス』と答え、次いで、目標4に該当する『男女や貧富、地域の格差なく受けられる「教育」のための事業』となり、共に50%以上が関心を寄せました。

Q. 企業の商品やサービスで以下が考慮されているとポジティブに受け取るものはありますか（複数回答）

順位	企業の商品やサービス（該当ゴール）	投票数	割合*
1位	「子ども食堂」「ひとり親支援」など貧困問題への対策となる商品・サービス（目標1）	326	54.2%
2位	男女や貧富、地域の格差なく受けられる「教育」のための事業（目標4）	316	52.6%
3位	再生可能エネルギー事業もしくは再生可能エネルギーを使った商品・サービス（目標7）	244	40.6%
4位	必要な人が必要な時に「予防接種」「医療」を受けられる体制整備（目標3）	239	39.8%
5位	女性の活躍を推進するための商品・サービス（目標5）	238	39.6%
6位	脱プラスチック対策をしている商品・サービス（目標14）	226	37.6%
7位	世界の人々が安全な「水」や「トイレ」にアクセスできるための事業（目標6）	219	36.4%
8位	今までの商品の生産ラインでの環境対策、フードロス対策（目標12）	205	34.1%
9位	災害に強い街づくりに関する技術開発、商品・サービス（目標11）	191	31.8%
10位	今までの商品・サービスの中で排出される二酸化炭素（CO2）排出の削減（目標13）	178	29.6%
11位	強制労働などがない原材料・製品を使った商品・サービスであること（目標16）	178	29.6%
12位	格差を是正するような商品・サービス（目標10）	174	29.0%
13位	開発が遅れている途上国に技術的支援をする事業・サービス（目標17）	172	28.6%
14位	ペーパーレス促進につながる商品・サービス（目標15）	166	27.6%
15位	働く人の生産性向上に役立つ商品・サービス※例：IT、AIなど新しい技術を使ったもの（目標8）	163	27.1%
16位	強いインフラ（電気、ガス、道路等）作りやそれを助ける技術開発、商品・サービス（目標9）	155	25.8%
17位	「代替肉」など食糧危機に関する対策となる商品・サービス（目標2）	141	23.5%
18位	わからない	14	2.3%
19位	どれもポジティブには受け取らない	4	0.7%

*母数を601としたときの割合

■ またもや1位は「目標4：質の高い教育をみんなに」 60%超え！

「働くときに福利厚生や環境整備として対策されているとポジティブに受け取る目標があったら教えてください（複数回答可）」という問いには、1位が目標4に該当する『社員、アルバイト、契約社員など全員への質の高い研修・教育サポート』に60%以上の人が該当すると回答。次いで目標5に該当する『女性の管理職比率、役員比率』という結果となりました。

Q. 働くときに福利厚生や環境整備として対策されているとポジティブに受け取る目標があったら教えてください（複数回答）

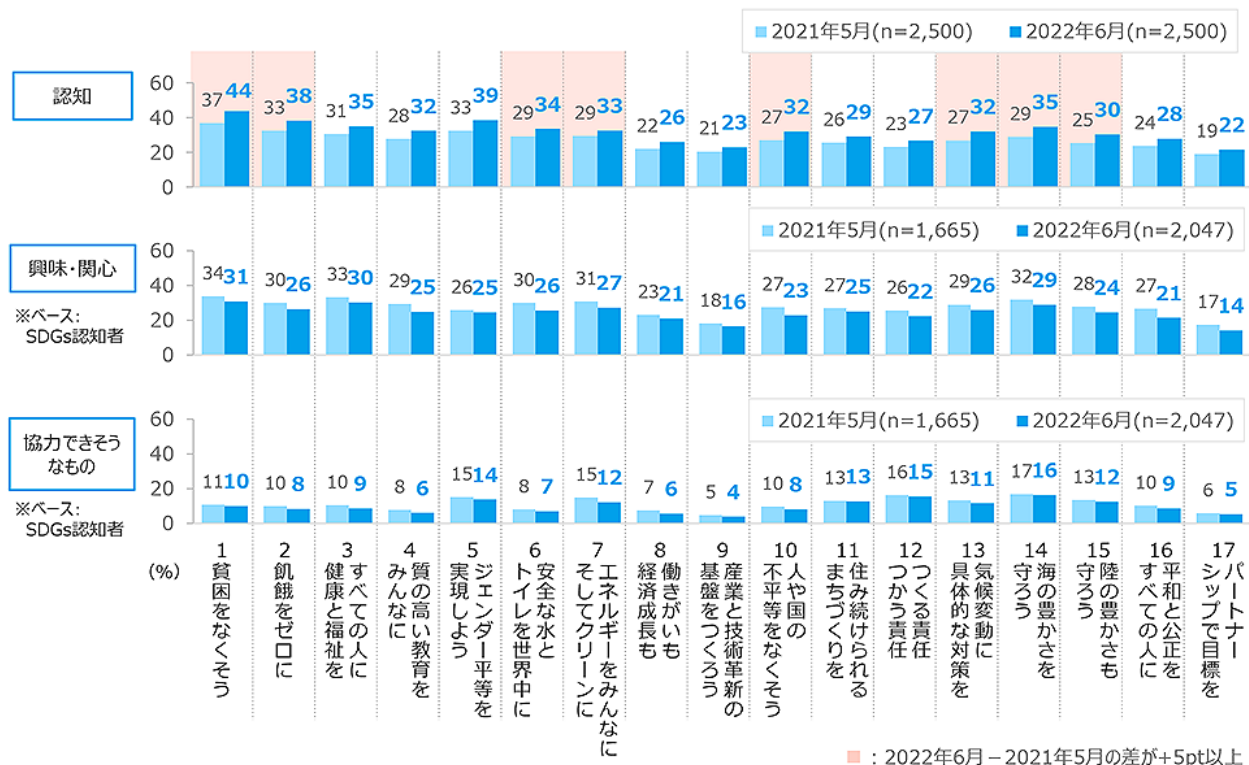
順位	福利厚生や環境整備（該当ゴール）	投票数	割合＊
1位	社員、アルバイト、契約社員など全員への質の高い研修・教育サポート（目標4）	376	62.6%
2位	女性の管理職比率、役員比率（目標5）	305	50.7%
3位	リモートワーク登用、交通費全額支給など働く環境に関する自由（目標9）	296	49.3%
4位	「予防接種」「健康診断」「メンタルケア」など法令以上に社員の健康への福利厚生（目標3）	294	48.9%
5位	LGBTQへの配慮、ユニバーサルデザインの採用（目標10）	264	43.9%
6位	「子ども食堂」「ひとり親支援」など働く社員への支援（目標1）	248	41.3%
7位	海外支社や取引先なども含めた労働環境の安全性（目標16）	195	32.4%
8位	企業のイベント、社員食堂などにおけるフードロス対策（目標12）	183	30.4%
9位	業務内でのペーパーレスの促進（目標15）	180	30.0%
10位	働く環境としての生産性向上につながるIT、AIなど新しい技術の登用（目標8）	172	28.6%
11位	働く環境の再生可能エネルギー化（目標7）	159	26.5%
12位	開発が遅れている途上国への支援（目標17）	150	25.0%
13位	オフィス内での脱プラスチック対策 ※リサイクル、リユースなど含む（目標14）	148	24.6%
14位	オフィスの二酸化炭素（CO2）排出の削減（目標13）	145	24.1%
15位	わからない	21	3.5%
16位	どれもポジティブには受け取らない	8	1.3%

*母数を601としたときの割合

参考資料：クロス・マーケティング

「SDGsに関する調査（2022年）認知・興味関心編」

＜図2＞「SDGs17の目標」 認知／興味・関心／協力できそうなもの（複数回答）※「あてはまるものはない」を除いてグラフ化



SDGsの17の目標で認知率の高いものは、「貧困をなくそう」「ジェンダー平等を実現しよう」「飢餓をゼロに」であった。昨年と比較し目標の認知率は、いずれも上昇しているものの、「貧困をなくそう」（44%）以外は4割に満たず、小幅の上昇にとどまっている。

調査手法	インターネットリサーチ
調査地域	全国47都道府県
調査対象	18～69歳の男女、人口構成比に応じて割付
調査期間	2022年6月1日（水）～2日（木）
有効回答数	本調査2,500サンプル

<https://www.cross-m.co.jp/report/other/20220616SDGs/>

「目標1：貧困をなくそう」「目標5：ジェンダー平等を実現しよう」はZ世代の突出した関心ではなく、社会全体の興味関心である可能性大

今回の調査で、「目標1：貧困をなくそう」「目標5：ジェンダー平等を実現しよう」に関して、目標としての興味関心についての問いや、企業にサービス、働くときの福利厚生や環境整備においていずれも高い反応を得ました。しかしこれらはマーケティング調査会社クロスマーケティング株式会社による「SDGsに関する調査（2022年）認知・興味篇」にもあるように、全世代の関心ごとである可能性が高く、Z世代特有の特徴ではないと考えられます。

Q. なぜ「目標4：質の高い教育をみんなに」にZ世代の関心が集まるのか？

A. 私たちは失敗したくない

【Z世代】SDGsシューカツ解体白書のプロジェクトメンバーたちとのミーティングで、メンバーに「どうして目標4にZ世代の関心が集まると思う？」と質問しました。するとメンバーの中から「教育は私たちの中で一番身近なテーマではあります」という意見が出ました。確かに、興味関心や、企業が展開するサービスや興味という点では、「**身近さ**」ということが**一つの理由**とも考えられます。

また別のメンバーからは「ゆとり世代とは言われていますが、学校教育の中で私たちは正解が比較的環境にありました。だけど社会に出てからは、それでは通用しないと言われている。**私たちは不安なんだ**と思います」という意見も出ました。これは「企業の福利厚生や環境整備でポジティブに受け取れる目標」という問いに関して説得力がある意見でした。

実際に賛同するメンバーも多く、「実際に企業に勤めたときにも短期で結果を出さない！はきつい。数年間で結果が出る状況まで育成してくれる企業ありがたい」という意見も。ガツガツ結果を求められるよりも、徐々に成果が出して認められる環境で働きたいという意見も出て、「同じ意見の人は？」挙手をさせると約半数という結果でした。こうしたプロジェクトに有志として参加する学生の中の半数という点では、非常に意外な結果であると思います。

一方で、ガツガツ最初から裁量権を持って働きたい！という学生メンバーも半数いました。ただいずれも、「失敗はしたくない。だから既にわかっている正解があるなら知りたい」という意見が多く、**リモートが増える中で、企業の研修への期待と不安の声**が聞かれました。

編集部





3



SDGsビジネスニュース

Z世代の 働き方

「私らしく」の中身

■働くときに求めるものは「ワークライフバランス」が60%以上、次いで「サービスや商品の将来性」で50%超え

SDGsとは少し離れて「働く場所に重視するポイント」について聞いてみたところ、最も多く回答を集めたのが「ワークライフバランス」で63.2%、次いで「サービスや商品の将来性」が54.6%と半数以上が重視するという結果になりました。また「サービスや商品が好きか」が45.1%で3位になっていて、学生が企業を多角的に評価し、判断していることが伺えました。

Q. あなたが働く場所に重視するポイントを教えてください（複数回答）

順位	重視するポイント	投票数	割合*
1位	ワークライフバランス	380	63.2%
2位	サービスや商品の将来性	328	54.6%
3位	サービスや商品が好きか	271	45.1%
4位	女性の育休取得率	191	31.8%
5位	労働環境が良い企業と取引しているか	183	30.4%
6位	募集職種	174	29.0%
7位	社員の勤続年数	174	29.0%
8位	若手社員がどれくらい活躍しているか	172	28.6%
9位	サービスや商品の環境などへの配慮	140	23.3%
10位	OJTなど教育制度の充実	126	21.0%
11位	男性の育休取得率	125	20.8%
12位	社員の男女比	122	20.3%
13位	LGBTQなどへの配慮	95	15.8%
14位	管理職の男女比	84	14.0%
15位	寄付や社会貢献の有無	70	11.6%
16位	外国人の就労割合	66	11.0%
17位	クリーンエネルギーへの対策	58	9.7%
18位	障害者雇用がなされているか	26	4.3%

*母数を601としたときの割合

■働き方のイメージの1位は「自分らしく働ける環境」 2位が「ライフステージによって仕事量を調節したい」

働き方についてさらに具体的に答えてもらう形式の問い「働き方のイメージに近いもの」については1位が多くの調査でもZ世代のキーワードとして出てくる「自分らしく働ける環境」で53.7%、そしてほぼ僅差で「ライフステージによって仕事量を調整したい」という、先ほどのワークライフバランスに通じる選択肢が選ばれました。また回答数が3割を超える選択肢に統一性はなく、多様な価値観が伺える結果となっています。

Q. あなたの働き方のイメージに近いものを選択してください（複数回答）

順位	働き方のイメージ	割合*
1位	自分らしく働ける環境を選びたい	53.7%
2位	結婚、出産、育児などライフステージによって仕事量を調節したい	53.1%
3位	給与がなるべく高い企業で働きたい	44.1%
4位	社会的に意義のあるサービスに携わりたい	39.9%
5位	残業が少ない方がよい	35.8%
6位	なるべく人と接する環境で働きたい	34.3%
7位	バリバリと第一線で働きたい	32.1%
8位	フラットなコミュニケーションが取れる環境で働きたい（年功序列ではない）	31.8%
9位	優秀な人に囲まれて仕事がしたい	28.1%
10位	圧倒的に成長できる環境で働きたい	24.6%
11位	副業など社外でも稼げる場所を開拓したい	21.5%
12位	成果が給与に反映される企業で働きたい	19.3%
13位	お金や地位よりやりがい大切	18.1%
14位	なるべく出世していきたい	17.3%
15位	リモートワーク中心が希望。働く場所に縛られたくない	17.1%
16位	仕事は楽な方がよい	13.3%
17位	成長産業と言われる分野で働きたい	12.8%
18位	出世欲はない	11.8%
19位	年齢によって自動的に給与が上がる企業で働きたい	7.5%
20位	とにかくたくさん仕事をしたい（残業はいとわない）	5.2%

*母数を601としたときの割合

■「自分らしく」を選択した人は「ワークライフバランス」「育休」と「自身の活躍の機会」に関連する項目で数値が上昇

自分らしくを深掘りするためにまずは「働く場所に重視するポイント」とのクロス集計を実施しました。すると、「ワークライフバランス」で7%も数値が上昇。70%以上の学生がワークライフバランスを重視する結果になりました。続いて上昇率が高かったものでは「女性の育休取得率」で6.9%の上昇が見られました。また30%を超える項目の幅が広がり、特に自身の活躍に関連する項目も3割超えが目立ちました。

Q. 【クロス集計】働く場所に重視するポイント（p15）× 働き方のイメージ（p16）で「自分らしく働きたい」と回答した人の差分

あなたが働く場所に重視するポイントを教えてください	投票数	割合*	自分らしく働きたいと回答した人	割合**	【差分】
ワークライフバランス	380	63.2%	227	70.3%	7.1%
サービスや商品の将来性	328	54.6%	186	57.6%	3.0%
サービスや商品が好きか	271	45.1%	152	47.1%	2.0%
女性の育休取得率	191	31.8%	125	38.7%	6.9%
労働環境が良い企業と取引しているか	183	30.4%	107	33.1%	2.7%
募集職種	174	29.0%	107	33.1%	4.1%
社員の勤続年数	174	29.0%	97	30.0%	1.0%
若手社員がどれくらい活躍しているか	172	28.6%	97	30.0%	1.4%
サービスや商品の環境などへの配慮	140	23.3%	88	27.2%	3.9%
OJTなど教育制度の充実	126	21.0%	89	27.6%	6.6%
男性の育休取得率	125	20.8%	82	25.4%	4.6%
社員の男女比	122	20.3%	71	22.0%	1.7%
LGBTQなどへの配慮	95	15.8%	63	19.5%	3.7%
管理職の男女比	84	14.0%	54	16.7%	2.7%
寄付や社会貢献の有無	70	11.6%	41	12.7%	1.1%
外国人の就労割合	66	11.0%	35	10.8%	-0.2%
クリーンエネルギーへの対策	58	9.7%	36	11.1%	1.4%
障害者雇用がなされているか	26	4.3%	17	5.3%	1.0%

*母数を601としたときの割合 / **母数を「自分らしく働きたい」と回答した323としたときの割合

■ 「自分らしく」を選択した人と働く環境のSDGs目標の 相関性はあらゆる項目で高くなる

働くときに重視するポイントと「自分らしく働く」の掛け合わせよりも数値の上昇に顕著な相関性が現れたのが、福利厚生や環境整備に関する目標です。目標4の社員教育に関する項目には11.7%の上昇が見られ、74.3%のものが選択しています。また平等な機会を示す「目標5」「目標10」に関しても10%前後の上昇が見られました。また働く場所への自由を示す「目標9」に関しては12%の上昇、メンタルヘルスや健康診断に関する「目標3」でも50%を超える学生が重視する結果となっています。

Q. 【クロス集計】働くときに福利厚生や環境整備としてポジティブに受け取る 目標（p11）×働き方のイメージ（p16）で「自分らしく働きたい」と回答した人の差分

働くときに福利厚生や環境整備として対策されているとポジティブに受け取る目標があったら教えてください	割合*	自分らしく働きたい	【差異】
社員、アルバイト、契約社員など全員への質の高い研修・教育サポート（目標4）	62.6%	74.3%	11.7%
女性の管理職比率、役員比率（目標5）	50.7%	59.8%	9.1%
リモートワーク登用、交通費全額支給など働く環境に関する自由（目標9）	49.3%	61.3%	12.0%
「予防接種」「健康診断」「メンタルケア」など法令以上に社員の健康への福利厚生（目標3）	48.9%	57.3%	8.4%
LGBTQへの配慮、ユニバーサルデザインの採用（目標10）	43.9%	55.1%	11.2%
「子ども食堂」「ひとり親支援」など働く社員への支援（目標1）	41.3%	46.4%	5.1%
海外支社や取引先なども含めた労働環境の安全性（目標16）	32.4%	41.2%	8.8%
企業のイベント、社員食堂などにおけるフードロス対策（目標12）	30.4%	39.0%	8.6%
業務内でのペーパーレスの促進（目標15）	30.0%	37.8%	7.8%
働く環境としての生産性向上につながるIT、AIなど新しい技術の登用（目標8）	28.6%	36.2%	7.6%
働く環境の再生可能エネルギー化（目標7）	26.5%	32.8%	6.3%
開発が遅れている途上国への支援（目標17）	25.0%	31.3%	6.3%
オフィス内での脱プラスチック対策 ※リサイクル、リユースなど含む（目標14）	24.6%	31.0%	6.4%
オフィスの二酸化炭素（CO2）排出の削減（目標13）	24.1%	29.7%	5.6%
わからない	3.5%	2.5%	-1.0%
どれもポジティブには受け取らない	1.3%	0.6%	-0.7%

*母数を601としたときの割合

Q. Z世代が重視する「自分らしくって」

一体、何なんだろう？

A. 私たちは「自分のメリット」だけでなく、 他人が「自分らしくいられる環境」も守りたい

Z世代を語るときに多くのメディアなどで取り上げられる特徴に「自分らしさを求める」というものがあります。しかし「自分らしさ」の中身は実はあまり解明されていません。そこで本調査で出てきた傾向を学生メンバーに共有し、「自分らしさって何？」について議論してみました。
まず働く環境の目標4に相当する立場によらない等しい社員教育については「なんでも自分らしいフリースタイルを求めているわけではない。型がある上で個性を発揮したいと思っている」という意見が出て、多くの学生が同意していました。

また他のメンバーからは「自分らしく働きたい人が伸びている項目を考えると、自分たちのメリットを重視しているのではないか。例えばリモートワーク、ワークライフバランスや育休など。自分たちが働きやすい環境を求めている傾向が見える」という意見が出ました。一方で「それだと、LGBTQやひとり親支援などで40%を超える人が重視するという割合の説明がつかない」という鋭い指摘が。「私たちは、自分たちのメリットについてももちろん主張しているかもしれないけれど、他人が自分らしくあれる環境にも敏感で、守っていきたいと考えているのではないか」という意見が出て、これには多くのメンバーが、賛同していました。

Z世代とSDGs、そして企業選びにおいて、非常に重要なキーワードと言えそうです。

編集部





4



SDGsビジネスニュース

Z世代の 働き方

勤続年数との関係

■ 勤続年数の希望の1位は「3年～5年」

一方、5年以上同じ会社で働きたい人が44.7%

大学生・大学院生の勤続年数に対する勤続年数の希望の1位は「3年～5年」で41.3%でした。一方で5年以上を希望する学生も44.7%、10年以上も29.6%となっていて、圧倒的に多くの学生が安定志向であると考えられます。

Q. あなたは就職した企業に長く勤めたいと思いますか？（単一回答）

勤続年数	回答数	割合*
同じ会社に長く勤めたいとは思わず、1～2年程度で転職すると思う	38	6.3%
1～3年程度勤めたら起業したい	46	7.9%
3年～5年は少なくとも同じ企業で働きたい	248	41.3%
5年～10年くらい働きたい	91	15.1%
10年以上同じ会社で働きたい	93	15.5%
終身雇用を希望している	85	14.1%

*母数を601としたときの割合

Q. 【クロス集計】働き方のイメージ（p16）×勤続年数の希望

	自分らしく働ける環境を選びたい	結婚、出産育児などライフステージによって仕事量を調節したい	給与がなるべく高い企業で働きたい	社会的に意義のあるサービスに携わりたい	残業が少なくてよい	なるべく人と接する環境で働きたい	バリバリと第一線で働きたい	フラットなコミュニケーションが取れる環境で働きたい（年功序列ではない）	優秀な人に囲まれて仕事がしたい	圧倒的に成長できる環境で働きたい	副業など社外でも稼げる場所を開拓したい
総合	53.7%	53.1%	44.1%	39.9%	35.8%	34.3%	32.1%	31.8%	28.1%	24.6%	21.5%
1～2年程度で転職すると思う	42.1%	47.4%	36.8%	36.8%	21.1%	26.3%	42.1%	26.3%	39.5%	21.1%	28.9%
1～3年程度勤めたら起業したい	52.2%	34.8%	34.8%	23.9%	21.7%	30.4%	37.0%	30.4%	32.6%	28.3%	37.0%
3年～5年は同じ企業で働きたい	58.9%	52.0%	45.6%	40.3%	36.7%	39.9%	13.7%	34.3%	31.9%	29.4%	23.4%
5年～10年くらい働きたい	53.8%	56.0%	49.5%	45.1%	39.6%	31.9%	35.2%	38.5%	26.4%	25.3%	24.2%
10年以上同じ会社で働きたい	54.8%	64.5%	39.8%	43.0%	37.6%	39.8%	30.1%	26.9%	20.4%	17.2%	7.5%
終身雇用	43.5%	52.9%	47.1%	40.0%	41.2%	20.0%	29.4%	25.9%	20.0%	17.6%	16.5%

	成果が給与に反映される企業で働きたい	お金や地位よりやりがい大切	なるべく出世していきたい	リモートワーク中心が希望。働く場所に縛られたくない	仕事は楽しい方がよい	成長産業と言われる分野で働きたい	出世欲はない	年齢によって自動的に給与が上がる企業で働きたい	とにかくたくさん仕事をしたい（残業はいいわない）
総合	19.3%	18.1%	17.3%	17.1%	13.3%	12.8%	11.8%	7.5%	5.2%
1～2年程度で転職すると思う	10.5%	13.2%	13.2%	28.9%	10.5%	7.9%	7.9%	2.6%	7.9%
1～3年程度勤めたら起業したい	21.7%	19.6%	23.9%	19.6%	15.2%	23.9%	8.7%	2.2%	6.5%
3年～5年は同じ企業で働きたい	22.6%	21.8%	15.7%	18.5%	11.3%	14.5%	12.9%	3.2%	5.2%
5年～10年くらい働きたい	18.7%	16.5%	22.0%	19.8%	12.1%	13.2%	11.0%	7.7%	6.6%
10年以上同じ会社で働きたい	19.4%	15.1%	15.1%	6.5%	9.7%	8.6%	7.5%	8.6%	2.2%
終身雇用	12.9%	14.1%	17.6%	15.3%	24.7%	8.2%	17.6%	23.5%	4.7%

勤続年数の希望に関わらず、強い希望があるのは「自分らしく働きたい」と「結婚や育児を踏まえたワークライフバランス」

考察1

勤続年数を長く希望する学生であるほど「給与はなるべく高く」「社会的意義のあるサービス」を希望！

今回のクロス集計では、勤続年数を長く希望する学生であればあるほど、「給与はなるべく高く」の項目で上昇傾向が見られました。浮き彫りになったのは、長く務めることで、給与的メリットを享受したいという、やや年功序列型の思考。一方で、「社会的意義のあるサービス」という部分においても「3年以上」を希望する学生が軒並み40%を超える結果に。**なるべく長く勤めてくれる学生を採用したい企業にとっては、社会的正義に叶っているか？の発信が重要になる可能性**があります。

考察2

勤続年数を短く希望する学生であるほど「第一線でバリバリ働きたい」「優秀な人に囲まれて仕事がしたい」

勤続年数を短く希望する学生は、40%を超える項目が少なくなる傾向があるが、その分、5年以上を希望する学生では数値が低かった「**優秀な人に囲まれて仕事がしたい**」で**30%超え**となりました。また「バリバリ第一線で働きたい」「フラットなコミュニケーションが取れる環境」でも比較的高い傾向が見られ、勤続年数を長く希望する学生とは違ったキャラクター像が浮き彫りとなりました。



5



SDGsビジネスニュース

商品や サービスの 将来性

■企業の将来性を重視する学生の関心は、17の目標のうち15の目標で30%超え。SDGsの関心との相関性強い

「企業の商品やサービスでポジティブに受け取るもの」の問いで全体では2位だった、目標4に相当する男女や貧富、地域の格差なく受けられる「教育」のための事業。「あなたが働く場所に重視するポイントを教えてください（p15）」の問いで「サービスや商品の将来性」と回答した学生のみに絞ると、**目標4は1位という結果に。目標1に該当する商品サービスと順位が逆転しました。**また多くのゴールに対しての興味関心が広がり30%以上の学生が興味があると回答する目標数が9個から15個と飛躍的に伸びています。

Q. 【クロス集計】働き方のイメージ（p16）×

働く場所に重視するポイント（p15）で「サービスや商品の将来性」と回答した人の差分

順位	企業の商品やサービスで以下が考慮されているとポジティブに受け取るものはありますか	割合*	サービスや商品の将来性と回答した人の割合**	【差分】
1位	「子ども食堂」「ひとり親支援」など貧困問題への対策となる商品・サービス（目標1）	54.2%	55.5%	1.3%
2位	男女や貧富、地域の格差なく受けられる「教育」のための事業（目標4）	52.6%	57.3%	4.7%
3位	再生可能エネルギー事業もしくは再生可能エネルギーを使った商品・サービス（目標7）	40.6%	44.5%	3.9%
4位	必要な人が必要な時に「予防接種」「医療」を受けられる体制整備（目標3）	39.8%	42.7%	2.9%
5位	女性の活躍を推進するための商品・サービス（目標5）	39.6%	43.9%	4.3%
6位	脱プラスチック対策をしている商品・サービス（目標14）	37.6%	41.2%	3.6%
7位	世界の人々が安全な「水」や「トイレ」にアクセスできるための事業（目標6）	36.4%	37.2%	0.8%
8位	今までの商品の生産ラインでの環境対策、フードロス対策（目標12）	34.1%	36.9%	2.8%
9位	災害に強い街づくりに関する技術開発、商品・サービス（目標11）	31.8%	34.1%	2.3%
10位	今までの商品・サービスの中で排出される二酸化炭素（CO2）排出の削減（目標13）	29.6%	34.5%	4.9%
11位	強制労働などがない原材料・製品を使った商品・サービスであること（目標16）	29.6%	35.1%	5.5%
12位	格差を是正するような商品・サービス（目標10）	29.0%	34.1%	5.1%
13位	開発が遅れている途上国に技術的支援をする事業・サービス（目標17）	28.6%	33.2%	4.6%
14位	ペーパーレス促進につながる商品・サービス（目標15）	27.6%	34.1%	6.5%
15位	働く人の生産性向上に役立つ商品・サービス※例：IT、AIなど新しい技術を使ったもの（目標8）	27.1%	33.8%	6.7%
16位	強いインフラ（電気、ガス、道路等）作りやそれを助ける技術開発、商品・サービス（目標9）	25.8%	29.9%	4.1%
17位	「代替肉」など食糧危機に関する対策となる商品・サービス（目標2）	23.5%	27.7%	4.2%
18位	わからない	2.3%	1.8%	-0.5%
19位	どれもポジティブには受け取らない	0.7%	0.6%	-0.1%

*母数を601としたときの割合／ **母数を「サービスや商品の将来性」と回答した328としたときの割合

社会課題と向き合い 教育に力を注ぐ企業に 注目が集まる

SDGs Z世代 就職活動 商品サービス 労働環境

法政大学と産学連携で進めてきた【Z世代】SDGsシューカツ解体白書は、今回が初年度でした。「SDGs」と「Z世代（大学生・大学院生）」、そして「働く」という少し離れたテーマを掛け合わせた意欲的な調査を実施したことにより分かったことは、**Z世代は非常に敏感だ**ということです。大人世代の我々よりも時代の空気を読み、それをしっかりとした価値観として積みあげています。例えば「**目標4：質の高い教育をみんなに**」が**多くの調査項目で上位にランクイン**していましたが、これは「**リスキリング**」に代表されるように日本が、今まさに教育に予算を傾け、力を入れていく流れとも重なります。またSDGsに関しても「**企業の将来性**」を重視し判断する時に、目標の合致を考えている傾向がありました。こうした結果からも、Z世代が今後、いわゆるSDGsネイティブとして感性を発揮し、企業力アップの力になる頼もしさを備えていると言えます。

一方で、多くの調査でも言われる「**保守性**」を示すデータが本調査結果でも得られ、**Z世代の自主性に任せた運用では彼らも不安であり、かつ危うい傾向も**明らかになりました。リモートワークの推進など直接見て学んでもらう機会が減少する中、テクノロジーや仕組みの構築など含め、Z世代に力を発揮してもらう環境整備のために、企業側が取り組むべき課題は多いように思います。今後、Z世代の特性をどうキャッチアップし活かしていくか、本調査を通じて議論の一助にしていただければ幸いです。

ツツケル 編集部



学生コアメンバー



阿久津慶太

法政大学
経済学部国際
経済学科 2年

来年度の代表



大石昌人

法政大学
グローバル教
養学部 1年

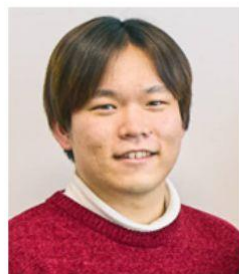
Instagram
担当



掛谷桜子

法政大学
キャリアデザ
イン学部 3年

Instagram
／レポート記
事担当



木田一

法政大学
経営学部経営
学科 4年

レポート記事
担当



齊藤真尋

法政大学
グローバル教
養学部 1年

Instagram
担当



薛嘉儀

法政大学
国際文化学部
国際文化学科
2年



守部玲音

法政大学
文学部英文字
科 3年

レポート記事
担当



山本葵

法政大学
人間環境学部
2年

次年度の副代表



山本汐莉

法政大学
人間環境学部
1年

レポート記事
担当

WANTED!

2023年4月からのメンバー募集

大学は問いません！全国どこからでも参加可能

あなたも大学生の声を届ける【Z世代】SDGsシューカツ解体白書の制作メンバーとして活動しませんか？



InstagramのDM
からご応募下さい

【主な活動内容】

- 本アンケートの調査マーケティング勉強会への参加（4月～7月）
- 調査の戦略企画策定の会議参加（週1回1時間程度：8月～12月）
- 調査の広報記事作成
- 調査アンケートの収集作業（9月中旬～12月初旬）
- 調査結果のSNS広報活動（調査結果発表後）

興味のある方はInstagramのDMからお問合せください！



planning

●編集長／あつみゆりか

●企画編集／SoZo株式会社

谷口千佳・奈良岡崇子

●協力／法政大学SDGS+プロジェクト

●カメラマン／

大畑陽子・矢野拓実



お問い合わせ

東京都千代田区九段南 1-6-5

九段会館テラス 1F

SoZo株式会社

03-3222-0870

info@sozoinc.jp

●引用・転載時のクレジット表記のお願い

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記の上、WEBの場合<https://www.tsudukeru.com/>内の該当記事へのリンクを設定いただきますようお願いいたします。

<表記例>

SDGsビジネスニュース「ツヅケル」 | 【Z世代】SDGs
シュूカツ解体白書2023 | データ名