

2025

Z世代 SDGs

シューカツ 解体白書



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 1,335名
 うち早慶上理GMARCH：22%
 関関同立産近甲龍：49%／国公立：8%
- 収集方法 WEB・SNSでの告知
 法政大学／関西学院大学での告知（メール・Slackなど）
 プロジェクト参加学生による拡散
- 実施時期 2024年9月4日(水)～12月1日(日)

都道府県	回答数	都道府県	回答数
兵庫	461	和歌山	3
東京	206	栃木	3
大阪	180	香川	3
神奈川	166	三重	2
千葉	81	富山	2
埼玉	49	山口	2
滋賀	41	徳島	2
京都	32	石川	2
奈良	18	長崎	2
愛知	11	静岡	2
福岡	10	宮崎	1
北海道	7	岐阜	1
海外	7	新潟	1
茨城	7	沖縄	1
不明	5	熊本	1
宮城	5	福井	1
岡山	4	福島	1
広島	4	長野	1
群馬	4	高知	1
鳥取	4	鹿児島	1

就職活動の状況	回答数
スタートしていない	574
情報収集中	238
就職先を決定済みで活動を終了	225
インターンなどを経験中 （あるいは経験済み）	192
面接などが進行中	53
内定をもらっているが 就職先は決定していない	24
その他	22
起業準備中／起業中	7

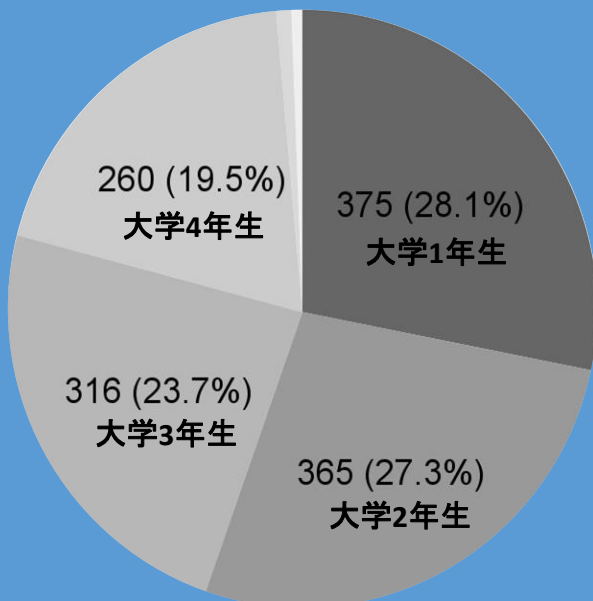
全国の大学生1,335名が回答

早慶上理GMARCH：22%／関関同立産近甲龍：49%／国公立：8%

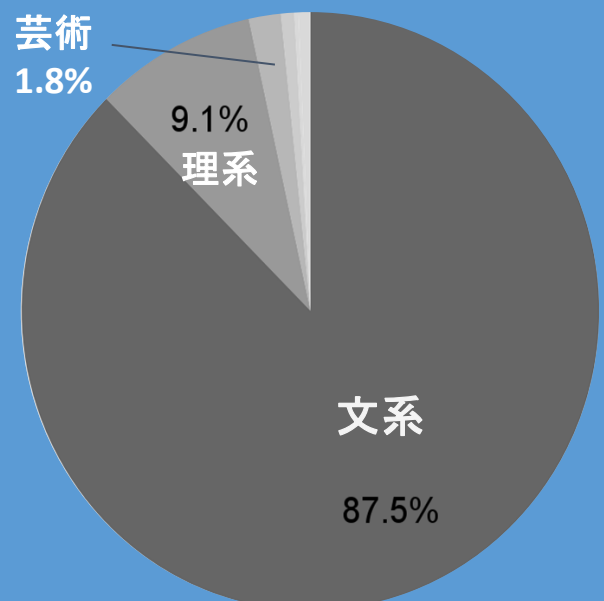
主な所属大学（五十音順）

愛知学院大学	九州大学	滋賀県立大学	名古屋大学
青山学院大学	京都大学	静岡県立大学	名古屋市立大学
跡見学園女子大学	京都外国語大学	順天堂大学	南山大学
茨城大学	京都工芸繊維大学	上智大学	新潟大学
宇都宮大学	京都産業大学	西南学院大学	日本大学
追手門学院大学	近畿大学	摂南大学	一橋大学
桜美林大学	群馬大学	専修大学	二松学舎大学
大阪大学	群馬県立女子大学	千葉大学	法政大学
大阪芸術大学	慶應義塾大学	中央大学	明治大学
大阪公立大学	恵泉女学園大学	東京大学	明治学院大学
大妻女子大学	高知大学	東京外国語大学	桃山学院大学
岡山大学	甲南大学	東京学芸大学	北海道大学
お茶の水女子大学	甲南女子大学	東京都立大学	山口大学
香川大学	神戸大学	同志社大学	山口県立大学
学習院大学	國學院大學	同志社女子大学	横浜国立大学
関西大学	国際基督教大学	徳島大学	横浜市立大学
関西外国語大学	国士舘大学	鳥取大学	立教大学
関西学院大学	駒澤大学	富山大学	立命館大学
北九州市立大学	埼玉大学	長崎大学	龍谷大学
北里大学	滋賀大学	長崎県立大学	早稲田大学

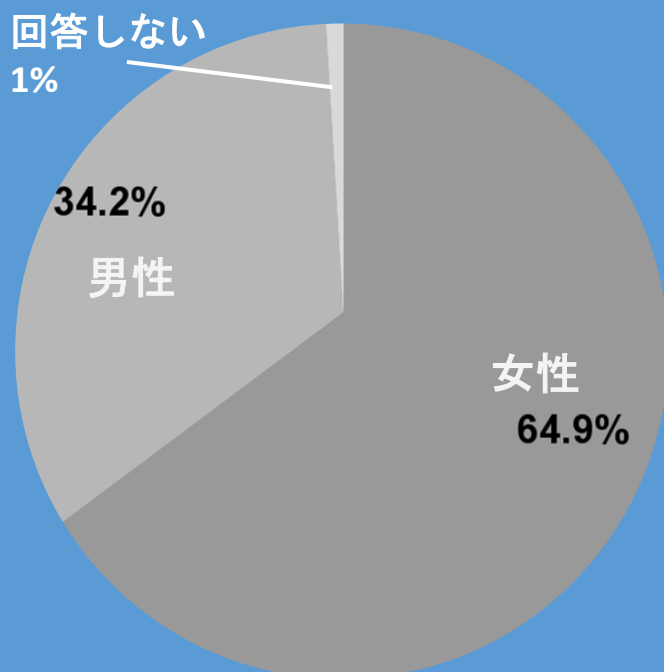
学年



学問分野



男女比



性別	人数
男性	456
女性	866
答えたくない 回答しない	13

調査データについて

9P目以降の調査データは、下記のような表を用いています。表によって答えたくないの項目がない場合は、回答者が1人以下の場合となります。

	男性		女性		答えたくない		総合ポイント
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	
回答A	41	10.3%	43	6.2%	3	18.8%	21
回答B	32	8.0%	67	9.6%	2	12.5%	20
回答C	109	27.3%	253	36.4%	5	31.3%	71
回答D	255	63.8%	527	75.7%	8	50.0%	151
回答E	233	58.3%	418	60.1%	7	43.8%	128
回答F	5	1.3%	5	0.7%	0	0.0%	2
回答G	33	8.3%	88	12.6%	2	12.5%	24
回答H	22	5.5%	43	6.2%	0	0.0%	12
回答I	3	0.8%	15	2.2%	0	0.0%	3
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0

割合)
母数を男性456、女性866、答えたくない13
としたときの割合

総合ポイント及びポイント)
性別比を一定にするため、下記の計算式を使用

(男性の割合 + 女性の割合 + 答えたくない割合 × 1%※) × 100

※1% = 13/1,335

SDGs／ESG

の推進が サステナブルな 採用を加速させる

SoZo株式会社は2023年より、SDGsと就職活動の関係性を明らかにするため、法政大学内でもSDGsリテラシーの高い有志学生たちと共に、本調査を開始しました。2024年からは関西学院大学の有志学生も加わり、プロジェクトが全国規模に拡大。調査回答数も1,000人を超えています。

「企業の具体的な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、経年観察することで、さらに興味深いものになっていると思います。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いただければ幸いです。



SoZo株式会社 代表取締役 あつみゆりか

大人の学びプロデューサー／3児の母 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。3児の母。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プ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。プライダル業界初のWEB marketerを育成するeラーニングサービス「SOZO集客大学」を展開。
また企業研修向けeラーニング「SDGsビジネスラーニング」ビジネスとSDGsを効果的に接続できるカリキュラムとしてSansan株式会社、株式会社栄太樓總本舗といった大手企業や老舗企業が導入。2024年10月よりNTTドコモグループの教育事業会社である株式会社ドコモgaccoでも配信開始。2024年12月には自身初の著書『今度こそやりたい自分になる! 1冊まるごと「完コピ」読書術』を出版。大人の学びの仕組みづくりをテーマに分野を次々広げている

オウンドメディア SDGsビジネスニュース「ツツケル」

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。



About Media

SDGsビジネスニュース
<https://www.tsudukeru.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のゴールの概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?」「何を生み出す?」のアイディアを生み出すには情報が足りません。いつも私たちのアイディアの源泉になるのは、同じような企業が何に取り組み、どんな商品を生み出し、どんな議論を重ねてたどり着いたかの「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に立ってなおかつ面白い、有益な情報を幅広く取り扱ってまいります。

企業向け研修eラーニング 「SDGsビジネスラーニング」

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1.8万人に達した話題のeラーニングです。



E-learning

SDGsビジネスラーニング

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!

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!

月額200円〜
1人あたり

10分
15分
30分
45分
60分
90分
120分
150分
180分
210分
240分
270分
300分
330分
360分
390分
420分
450分
480分
510分
540分
570分
600分

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

CSR

企業の社会的責任
利益の一部を社会に還元・投資
寄付、環境対策
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
社会課題の解決をビジネスの
活動に還元
無償、サブスクリプションの活用
SDGs部
SDGs部に所属するメンバー

日経BizGateにて前編後編の2回にわたり、本調査結果が特集されました。
また、過去には朝日新聞SDGsACTION!、NewsPicks、ITmedia、MarkeZineなど様々なメディアでも取り上げられています。

BizGateレポート／SDGs

「SDGs」が共通言語 Z世代が就活で重視すること
現役学生1000人調査を読み解く(上)

SDGs 人的資本 Z世代

2024/3/6

🔗 📄 🔗 B! X 📧

1990年代半ばから2010年代前半に生まれたZ世代。学習指導要領でSDGs(持続可能な開発目標)達成に向けた教育が打ち出されるなど、社会課題に対する関心や持続可能性への意識が高まるなかで育った「SDGsネイティブ」だ。2020年代に入り続々と社会に出る年齢を迎えるなか、Z世代は就職活動で何を重視しているのか？ 法政大学と関西学院大学と連携して、全国の現役学生を対象にSDGsと就活に関する調査を実施したSoZo(東京・千代田)代表取締役・あつみゆりか氏に、1129人から得た調査結果を解説してもらった。

「SDGs」が共通言語 Z世代が就活で重視すること 現役学生1000人調査を読み解く(上)
「ジェンダー平等」への関心に性差も Z世代の本音は 現役学生1000人調査を読み解く(下)
日経BizGate (2024年3月掲載)

SDGsACTION!

Home > 取り組み事例 > Z世代が選ぶSDGs企業は？ 理想の働き方も調査 法政大生らのプロジェクト

2023.03.14 (最終更新: 2023.03.14)

Z世代が選ぶSDGs企業は？
理想の働き方も調査 法政大生らのプロジェクト

#Z世代 #大学・研究機関 #調査・統計
#パートナーシップ



発表！Z世代が選ぶ「SDGs 企業！大賞 2023」「女性活躍企業！大賞 2023」「Z世代」SDGsシューカツ解体白書 | 調査レポート

2023/2/28 16:00
プレスリリース

PR TIMES

SoZo株式会社
Z世代が選ぶ「SDGs 企業！大賞 2023」



BtoC 商材を持っている大学生に身近なメーカーが多い傾向だが、同業界・同業種でもランクインしていないケースも！

1位 スターバックスコーヒージャパン	12位 パナソニック
2位 トヨタ自動車	16位 エイチ・アンド・エム
3位 ファーストリテイリング	ホネス・アンド・マフリッツ・ジャパン(H&M)
4位 サントリー	16位 JERA
5位 セブン&アイ・ホールディングス	16位 ネスレ日本

ITmediaビジネス ONLINE

企業選びで重視するポイント 2位「サービスや商品の将来性」、1位は？

© 2023年02月14日 10時13分 公開 [コラムマガジン, ITmedia]

仕事に役立つ調査データ！
消費者の傾向、企業の本音、Z世代の本音——このコーナーでは、ビジネスパーソンが企業選びや就職活動に役立つようなさまざまな調査データを紹介します。

SDGsの企業向けeラーニングを展開するSoZo(東京都千代田区)は、大学生・大学院生の男女学生を対象に、「[Z世代] SDGs シューカツ解体白書」をWEBアンケートにて実施した。「働く場所に重視するポイント」について聞いたところ、1位は「ワークライフバランス」(63.2%)だった。



SoZoは、大学生・大学院生の男女学生を対象に、「[Z世代] SDGs シューカツ解体白書」をWEBアンケートにて実施した。(画像はイメージ)

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	サービスや商品の好きさ	271	45.1%
4位	女性の海外勤務率	191	31.8%

初年度の調査結果掲載実績

1 97.5%の学生がSDGsを認知、1/3以上が具体的な課題以上の知識を有する
また女性は95%、男性も90%以上が何らかのSDGs学習経験を持つ
➡ 8~10p

2 SDGsへのZ世代の関心は3年連続「目標4：質の高い教育をみんなに」！
➡ 11~15p

➡深掘り調査2025

目標4の関心の中身は「教育費」と「小中の教育の中身と格差」…16p

学生メンバーとの
ブレスト会議

教育格差や教育費に不満を感じてきたZ世代。
「企業研修を重視する」関連性をどう考える？…17p

学生メンバーとの
ブレスト会議

「目標3 すべての人に健康と福祉を」「目標8 働きがいも
経済成長も」のランキングアップはなぜ起こった？…18p

➡深掘り調査2025

今年の仮説：ジェンダー不平等は学生生活では撲滅されているのか？…19p

学生メンバーとの
ブレスト会議

ジェンダーギャップを感じたことがない女性55%。
でも、感じたことがある女性は77%。なぜ？…20p

3 Z世代が働くときに求めるものは「ワークライフバランス」
「サービスが好きか&将来性」特に「将来性」は就活オンタイムに
どんどん関心が増す！
➡ 21~26p

4 勤続年数を長く希望する男性は「成長分野と言われる分野で働きたい」
女性は「なるべく人と接する環境で働きたい」
➡ 27~31p

5 「社会的意義あるサービス」を選択した人はSDGsの環境関連、 人的資本を推進するサービスで数値がUP

➡ 32~33p

6 Z世代が選ぶ SDGs企業！大賞2025 女性活躍企業！大賞2025

➡ 34~36p

【総括】3年間の調査の結論！優秀で、長く勤める学生を獲得するにはSDGsの取組みと発信強化が必要…37p

【学生メンバー紹介】Z世代シューカツ解体白書の活動を支えた法政大学／関西学院大学の学生メンバー…38p





1



SDGsビジネスニュース

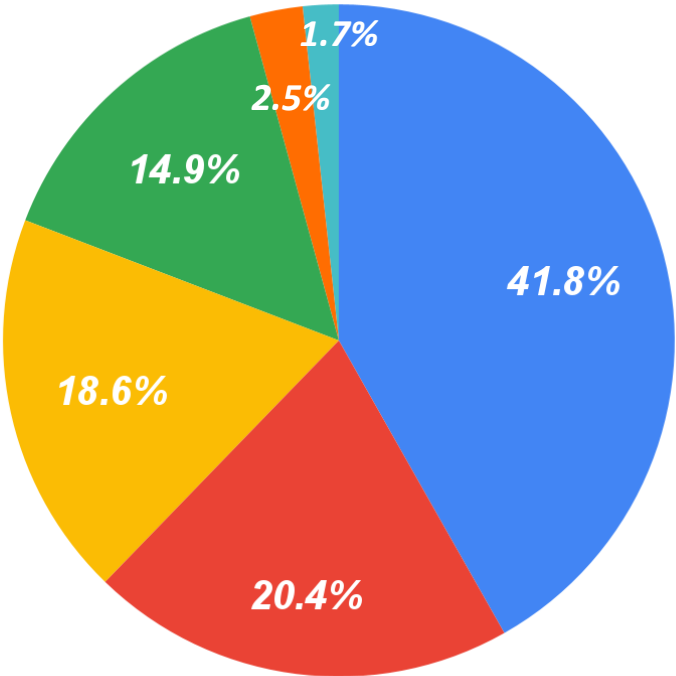
SDGsの知識 & 学習経験

■ 97.5%の学生がSDGsを認知、55%が17の項目を把握。 35%以上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2.5%、97.5%の学生がSDGsを認知していることがわかりました。
また55%が「17の目標の内容を知っている」以上の知識を有しており、35%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（2024年）認知・興味関心編」と比較すると、依然として開きがあり、Z世代、とりわけ今回の対象となった大学生の知識は深いと言えます。

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）

- 言葉と概念を知っている程度
- いくつかの目標の具体的な課題を知っている
- 17の目標の内容を知っている
- いくつかの目標の具体的な課題と対策の事例を知っている
- 全く知らない
- 全ての目標の具体的な課題と対策を知っている

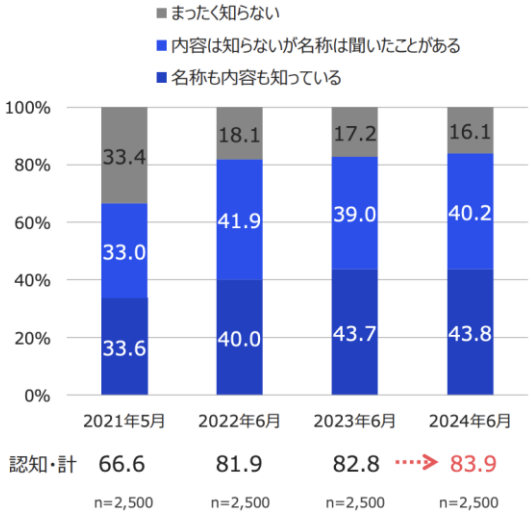


参考資料：クロス・マーケティング 「SDGsに関する調査（2024年） 認知・興味関心編」

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	・性別：男女 ・年齢：18～69歳 ・地域：全国
調査期間	2024年6月1日（土）～3日（月）
有効回答数	本調査2,500サンプル

<https://www.cross-m.co.jp/report/other/20240618SDGs/>

SDGsの認知



■SDGsの学習経験ありは女性の方が多く95%。男性でも90%となっている

「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高校で男女ともに60%超え。次いで大学となりました。「学習したことはない」と回答した人は男性でわずか9.6%、女性ではさらに少なく4.4%という形になりました。

また**全体的に女性の方がSDGsを学んだ割合はどのフェーズでも高く**、特に女性は中学でも3分の1以上が学んでいるという結果になりました。中高一貫の女子高校ではよりSDGsの学びを強化している傾向があることが推測されます。

Q. SDGsを学習した経験を教えてください（複数回答）

	男性		女性		答えたくない		総合 ポイント
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	
学習したことはない	44	9.6%	38	4.4%	1	7.7%	14
小学校	46	10.1%	113	13.0%	2	15.4%	23
中学校	163	35.7%	388	44.8%	4	30.8%	81
高校	313	68.6%	701	80.9%	9	69.2%	150
大学	254	55.7%	533	61.5%	6	46.2%	118
大学院	2	0.4%	5	0.6%	0	0.0%	1
課外活動 ※	22	4.8%	64	7.4%	2	15.4%	12
アルバイト/インターン	15	3.3%	36	4.2%	2	15.4%	8
その他	4	0.9%	5	0.6%	2	15.4%	2

※サークル・学生団体・イベントなど

■早期で学べば学ぶほど、学習経験は多くなる傾向

学習経験において、小学校で学んだ人は3.49回、中学校では2.84回、高校では2.38回など早期で学ぶことで学習経験が多くなる相関関係が見えました。しかし高校と大学ではその回数が逆転しているところを見ると、大学では自分の意思でSDGsの学びに触れている層が増えていると推測できます。

また学習経験では女性の方が多く出ているものの、男女ともに2回前後学習経験を持つという点では、Z世代の思想を読み解く上で大きなカギとなりそうです。

Q. SDGsの学習回数（クロス集計）

男性	1.89
女性	2.17
答えたくない	2.15

小学校	3.49
中学校	2.84
高校	2.38
大学	2.47



2



SDGsビジネスニュース

Z世代の 興味関心

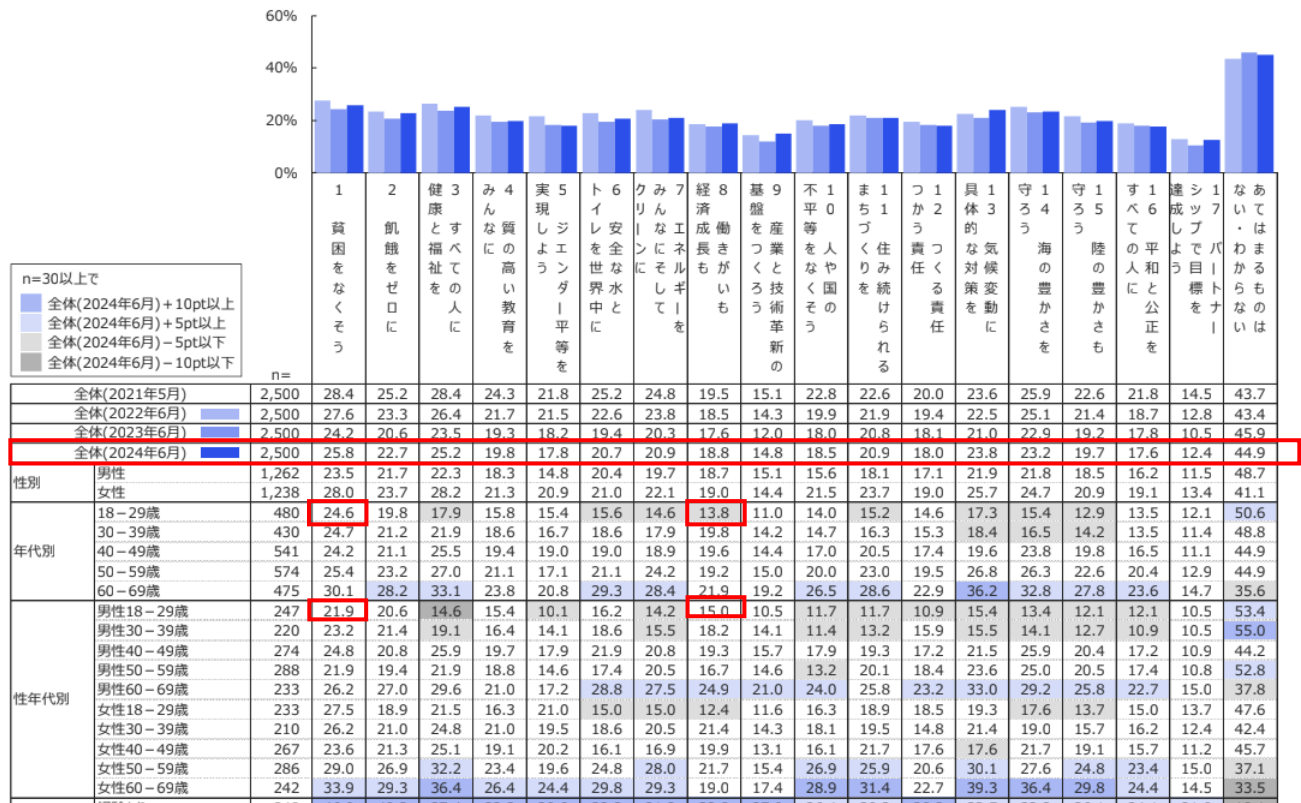
■興味があるSDGs目標1位は「目標4：質の高い教育をみんなに」

「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男女ともに40%以上という高いポイントで、目標4が3年連続1位となりました。またもっとも性差が表れたのは目標5で、27%近くも開きがある結果となりました。昨年に引き続きジェンダー平等は女性にとって最も高い関心ごとですが、男性にとってはそれほどでもない様子が透けて見えます。さらに今年の傾向としては、「扶養の壁」など時事ニュースの影響なのか、目標8が大幅にラインクアップ。また目標3が大幅にランクアップしているところも興味深いポイントです。

Q. 興味のあるSDGsの目標を教えてください（複数回答）

						男性		女性		答えたくない		
順位	目標	2024	2023	24比	23比	人数	割合	人数	割合	人数	割合	ポイント
1	【目標4】質の高い教育をみんなに	1	1	-	-	199	43.6%	398	46.0%	5	38.5%	90
2	【目標1】貧困をなくそう	3	3	↑	↑	186	40.8%	351	40.5%	5	38.5%	82
3	【目標8】働きがいも経済成長も	7	7	↑	↑	182	39.9%	253	29.2%	4	30.8%	69
3	【目標3】すべての人に健康と福祉を	10	10	↑	↑	143	31.4%	321	37.1%	6	46.2%	69
5	【目標16】平和と公平をすべての人に	4	11	↓	↑	127	27.9%	332	38.3%	8	61.5%	67
6	【目標5】ジェンダー平等を実現しよう	2	2	↓	↓	83	18.2%	391	45.2%	9	69.2%	64
6	【目標10】人や国の不平等をなくそう	4	5	↓	↓	118	25.9%	324	37.4%	6	46.2%	64
8	【目標2】飢餓をゼロに	11	4	↑	↓	139	30.5%	280	32.3%	2	15.4%	63
8	【目標11】住み続けられる街づくりを	6	6	↓	↓	143	31.4%	268	30.9%	5	38.5%	63
10	【目標14】海の豊かさを守ろう	9	8	↓	↓	163	35.7%	212	24.5%	5	38.5%	61
11	【目標6】安全な水とトイレを世界中に	12	15	↑	↑	135	29.6%	234	27.0%	3	23.1%	57
11	【目標13】気候変動に具体的な対策を	8	9	↓	↓	137	30.0%	228	26.3%	5	38.5%	57
13	【目標15】陸の豊かさを守ろう	14	13	↑	-	128	28.1%	168	19.4%	5	38.5%	48
14	【目標12】つくる責任 つかう責任	13	12	↓	↓	103	22.6%	201	23.2%	4	30.8%	46
15	【目標7】エネルギーをみんなにそしてクリーンに	15	14	-	↓	119	26.1%	126	14.5%	3	23.1%	41
16	【目標9】産業と技術革新の基盤をつくろう	17	17	↑	↑	106	23.2%	67	7.7%	0	0.0%	31
17	【目標17】パートナーシップで目標を達成しよう	16	16	↓	↓	60	13.2%	116	13.4%	4	30.8%	27
18	興味のあるものはない	18	設問なし	-	-	21	4.6%	3	0.3%	0	0.0%	5

参考資料：クロス・マーケティング
「SDGsに関する調査（2024年）認知・興味関心編」



この調査におけるSDGsの17の目標で興味関心の高いものは全体では「目標1 貧困をなくそう」「目標3 すべての人に健康と福祉を」「目標13 気候変動に具体的な対策を」の順番となる。

一方で「目標5 ジェンダー平等」においては女性全体では数値はさほど高くないものの、<18～29歳の女性>というセグメントでは3位となり優先順位が高くなっている傾向が見られた。

また<18～29歳の男性>では「目標4 質の高い教育をみんなに」4位となっていて他の年代や全体平均より高い傾向となっている。

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	・性別：男女 ・年齢：18～69歳 ・地域：全国
調査期間	2024年6月1日（土）～3日（月）
有効回答数	本調査2,500サンプル

<https://www.cross-m.co.jp/report/other/20240618SDGs/>

「目標4：質の高い教育をみんなに」は昨年同様、大学生に突出した関心。また「目標8」にも関心が集まる。一方「目標5」は例年と比べ順位を落とした

今回の調査で、「目標4：質の高い教育をみんなに」は男女ともに高い関心を寄せ、2位に8ポイントの差をつけ圧倒的1位でした。これ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（2024年）認知・興味篇」と比較しても、非常に特異な結果となっています。一方、2位の「目標1：貧困をなくそう」はクロスマーケティングの調査とも共通していました。「目標8：働きがいも経済成長も」は昨年から大きく飛躍して全体で3位に。クロスマーケティングの調査では12位だったことから、大学生は最低賃金の引き上げや扶養の壁など、働き方に関するニュースにも敏感であると言えます。

■ 3年連続1位は「目標4：質の高い教育をみんなに」。次いで「目標9」がランクアップして2位に！

「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』で3年連続の結果となりました。目標9の働く環境に関する自由は、昨年よりも1ランクアップとなっています。

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）

						男性		女性		答えたくない		
順位	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な目標	2024	2023	24比	23比	人数	割合	人数	割合	人数	割合	ポイント
1	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）	1	1	-	-	242	53.1%	562	64.9%	9	69.2%	119
2	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）	3	3	↑	↑	194	42.5%	425	49.1%	10	76.9%	92
3	「健康診断」「メンタルケア」など社員の健康に対する法令より踏み込んだ制度（目標3）	2	4	↓	↑	174	38.2%	426	49.2%	6	46.2%	88
4	「子ども食堂」「ひとり親支援」など働く社員への支援（目標1）	5	6	↑	↑	147	32.2%	390	45.0%	3	23.1%	77
5	女性の管理職比率、役員比率（目標5）	4	2	↓	↓	85	18.6%	474	54.7%	10	76.9%	74
6	LGBTQへの配慮、ユニバーサルデザインの採用（目標10）	6	5	-	↓	77	16.9%	336	38.8%	9	69.2%	56
7	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）	9	10	↑	↑	152	33.3%	178	20.6%	5	38.5%	54
8	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）	7	7	↓	↓	102	22.4%	245	28.3%	8	61.5%	51
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）	9	8	↑	-	100	21.9%	248	28.6%	4	30.8%	51
10	働く環境の再生可能エネルギー化（目標7）	12	11	↑	↑	104	22.8%	178	20.6%	2	15.4%	44
11	業務内でのペーパーレスの促進（目標15）	8	9	↓	↓	79	17.3%	197	22.7%	3	23.1%	40
12	オフィスの二酸化炭素（CO2）排出の削減（目標13）	14	14	↑	↑	76	16.7%	185	21.4%	2	15.4%	38
13	リサイクルなどオフィス内での脱プラスチック対策（目標14）	13	13	-	-	74	16.2%	182	21.0%	3	23.1%	37
14	開発が遅れている途上国への支援（目標17）	11	12	↓	↓	68	14.9%	173	20.0%	2	15.4%	35
15	「代替肉」など食糧危機対策となる商品・サービス（目標2）	設問なし	設問なし	設問なし	設問なし	39	8.6%	59	6.8%	1	7.7%	15
16	わからない	15	16	-	-	17	3.7%	14	1.6%	0	0.0%	5
17	どれもポジティブには受け取らない	16	15	-	-	9	2.0%	4	0.5%	0	0.0%	2

■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」が3冠

「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・2位は3年連続同様の結果となりました。一方、目標3は昨年より大幅にランクアップして3位に。また全体を通して女性・答えたくないの方がポジティブに感じるサービスが多い結果となりました。

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）

						男性		女性		答えたくない		
順位	商品やサービスで考慮されているとポジティブな目標	2024	2023	24比	23比	人数	割合	人数	割合	人数	割合	ポイント
1	「子ども食堂」「ひとり親支援」など貧困対策となる商品・サービス（目標1）	1	1	-	-	230	50.4%	606	70.0%	8	61.5%	121
2	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）	2	2	-	-	132	28.9%	403	46.5%	8	61.5%	76
3	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）	3	7	-	↑	147	32.2%	306	35.3%	8	61.5%	68
4	健康的な暮らしを守る商品・サービス（目標3）	8	4	↑	-	153	33.6%	291	33.6%	6	46.2%	68
4	再生可能エネルギー事業or再生可能エネルギーを使った商品・サービス（目標7）	4	3	-	↓	142	31.1%	311	35.9%	5	38.5%	67
6	災害に強い街づくりに関する技術、商品・サービス（目標11）	7	9	↑	↑	140	30.7%	310	35.8%	4	30.8%	67
7	二酸化炭素（CO2）排出の削減につながる技術、商品・サービス（目標13）	6	10	↓	↑	137	30.0%	279	32.2%	3	23.1%	62
8	女性の活躍を推進するための商品・サービス（目標5）	9	5	↑	↓	80	17.5%	346	40.0%	7	53.8%	58
9	脱プラスチック対策をしている商品・サービス（目標14）	5	6	↓	↓	110	24.1%	276	31.9%	6	46.2%	56
9	IT、AIなど新しい技術を使った生産性向上に役立つ商品・サービス（目標8）	15	15	↑	↑	153	33.6%	191	22.1%	4	30.8%	56
11	今までの商品の生産ラインでの環境対策、フードロス対策となる商品・サービス（目標12）	10	8	↓	↓	100	21.9%	284	32.8%	3	23.1%	55
12	強制労働などがない原材料・製品を使った商品・サービス（目標16）	11	11	↓	↓	102	22.4%	278	32.1%	6	46.2%	55
13	強いインフラ（電気、ガス、道路等）作りや技術、商品・サービス（目標9）	12	16	↓	↑	133	29.2%	186	21.5%	2	15.4%	51
14	ペーパーレス促進につながる商品・サービス（目標15）	14	14	-	-	93	20.4%	221	25.5%	3	23.1%	46
14	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）	13	13	↓	↓	93	20.4%	219	25.3%	5	38.5%	46
16	格差を是正するような商品・サービス（目標10）	16	12	-	↓	94	20.6%	202	23.3%	4	30.8%	44
17	「代替肉」など食糧危機対策となる商品・サービス（目標2）	17	17	-	-	80	17.5%	142	16.4%	3	23.1%	34
18	わからない	18	設問なし	-		14	3.1%	14	1.6%	1	7.7%	5
19	どれもポジティブには受け取らない	19	設問なし	-		7	1.5%	10	1.2%	0	0.0%	3
20	その他	20	設問なし	-		0	0.0%	1	0.1%	0	0.0%	0

■ 3年連続1位は「目標4：質の高い教育をみんなに」。Z世代の関心は教育費と小中学校の義務教育全般

3年連続1位となった目標4。Z世代が感じる課題や興味関心について深掘りしてみました。特に教育格差に対して興味関心を持っており、女性は半数以上が教育費に関して課題を感じていることが明らかになりました。また、小中学校時代の義務教育に対して、男女ともに水準の向上や格差の是正をもとめているようです。

Q. 「目標4 質の高い教育をみんなに」で課題に感じたり興味があるものを教えてください。（複数回答）

	男性		女性		答えたくない		
「目標4 質の高い教育をみんなに」の課題・興味関心	人数	割合	人数	割合	人数	割合	ポイント
奨学金など教育費に関する問題	157	34.4%	456	52.7%	8	61.5%	88
小中学校の義務教育における教育全般	199	43.6%	369	42.6%	9	69.2%	87
小中学校時の地域や収入による教育格差	157	34.4%	368	42.5%	6	46.2%	77
高校大学時の地域や収入による教育格差	145	31.8%	332	38.3%	8	61.5%	71
高校大学における教育全般	146	32.0%	245	28.3%	4	30.8%	61
入試制度などの在り方	116	25.4%	231	26.7%	4	30.8%	52
海外と比較したときの日本の教育水準	90	19.7%	232	26.8%	4	30.8%	47
オンライン授業、ペーパーレスなどITを活用した教育環境	91	20.0%	146	16.9%	5	38.5%	37
LGBTQやジェンダー平等についての教育	43	9.4%	207	23.9%	6	46.2%	34
社会人になってから就職先での研修や教育	60	13.2%	141	16.3%	4	30.8%	30
男女における教育の格差	50	11.0%	140	16.2%	5	38.5%	28
アルバイトなどでの研修を含む教育体制	44	9.6%	96	11.1%	3	23.1%	21

Q. 「目標4」であなたが達成すべきだと考える【質の高い教育】について当てはまるものを選んでください。（複数回答）

	男性		女性		答えたくない		
達成すべきだと考える「目標4 質の高い教育をみんなに」	人数	割合	人数	割合	人数	割合	ポイント
教育費の無償化	205	45.0%	479	55.3%	9	69.2%	101
小中学校の義務教育の教育水準の向上	181	39.7%	337	38.9%	6	46.2%	79
小中学校時の地域や収入による教育格差是正	145	31.8%	364	42.0%	6	46.2%	74
高校大学時の地域や収入による教育格差是正	151	33.1%	350	40.4%	6	46.2%	74
高校・大学における教育水準の向上	171	37.5%	283	32.7%	4	30.8%	70
入試制度などの見直し	126	27.6%	212	24.5%	6	46.2%	53
海外のようなディスカッションベースの教育の実現	88	19.3%	211	24.4%	7	53.8%	44
オンライン授業、ペーパーレスなどITを活用した教育環境の改善	78	17.1%	132	15.2%	4	30.8%	33
LGBTQやジェンダー平等についての教育の拡充	32	7.0%	201	23.2%	6	46.2%	31
男女における教育の格差の是正	44	9.6%	136	15.7%	8	61.5%	26
社会人になってから就職先での研修や教育	53	11.6%	114	13.2%	5	38.5%	25
アルバイトなどでの研修を含む教育体制の向上	40	8.8%	81	9.4%	4	30.8%	18



Q. 教育格差や教育費に不満を感じてきたZ世代。 「企業研修を重視する」関連性をどう考える？

A. やっぱり私たちは失敗したくない！

毎年、圧倒的人気を集める目標4。この原因については2023年、2024年のメンバーと仮説を立ててきましたが、今回、細かくアンケートをとることでその輪郭が見えてきました。

Z世代は、成長する過程の中で教育において最も不平等を感じてきたという事実です。

「中学受験、高校受験では塾に行かないと、確実に解けない問題がある」

「学校教育の中では受験対策はできない」

「塾に行けるお金がある家庭の子が進学実績が高まる仕組み」

「地方だと学校の選択肢が少なすぎる。一番上か県外に行くか。そういう選択を迫られる」

不平等を感じたことはあるか聞くと、次々と学生メンバーからも実体験やZ世代が不満に思う背景への示唆的意見が出てきました。

一方で、年代が上がるにしたがって自分が環境を選べる立場になれば、そこまで不平等を感じなくなっていくという意見も。高校や大学の教育への不満よりも、小中学校の義務教育への課題感はそのためであろうという仮説が出てきました。またこうした不平等を感じてきた世代が、企業の研修に対してどんな想いを持つのか？昨年までの仮説を元に話し合いました。

✓学校教育の中で私たちは正解がある環境にいた。だけど社会に出てからは、ゆとり世代とか、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！（2023）

✓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（2023）

✓新入社員時の研修の質や量で、その後のキャリアに影響があると直感的に学生は感じているのでは？会社の中で落ちこぼれてしまうと、仕事を持ち帰る必要性が出たり、ワークライフバランスが築けなくなる（2024）

一部の学生からは「就職においては自分次第で教育が充実している場所を選ぶ。だから不平等は感じないのでは？」という意見が出ました。しかし働くときの福利厚生や環境整備としてポジティブに受け取る目標は？の問いには目標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」が毎年1位になっている事から鑑みても当てはまらないであろうという意見でもとまりました。また「教育の有無は失敗へのリスクヘッジ。しっかり転ばぬ先の杖を学んでいれば、自分の失敗確率が低くなる」等の意見も出て、引き続き、教育に不満を抱えてきたZ世代だからこそ、企業の教育への関心は高く、2023年、2024年に出た仮説を支持する声が聞かれました。



Q. 「目標3 すべての人に健康と福祉を」 「目標8 働きがいも経済成長も」 のランキングアップはなぜ起こった？

A. 「退職代行」「過労死」 など時事ニュースで課題と認識

2024年12月。法政大学、関西学院大学のプロジェクトメンバーと「**今年はなぜ目標3と目標8がランキングアップしたのか？**」というテーマについてディスカッションを実施しました。

そこで出てきたのが2024年の春ごろニュースをにぎわせた「**退職代行サービス**」について。就職活動を必死でやって、納得して入社したはずなのにわずか1か月で「退職サービス」を使って退職をしていく先輩のインタビューなどを目の当たりにして、

「社会出るって、こんなにギャップあるの？」

と怖くなったという意見がでました。「働きがい」をしっかり追求して、納得のいく就活をしたいと思う学生に支持されたからでは？という仮説が出てきました。

一方、働きがいより「経済成長」に目を向けた学生もいたのでは？という意見も出ました。

物価上昇や円安など日本の経済成長に課題を持つきっかけとなったニュースが多かったことに起因しているという仮説です。

そして目標3については、「コロナが落ち着いて、今年、再浮上した理由は？」という問いに、就職活動の際、企業説明会でこの話題が出ることが多いという指摘があがりました。

過労死やメンタルケアへの対策をアピールする企業が増え、元々は関心がなかった学生も意識が顕在化するきっかけになっている、という仮説が上がりました。

いずれにせよ、時事ニュースを敏感に察知して、その項目への関心が高くなるのは毎年の調査ながら驚かされる点です。



■女性に特に興味の高い「目標5ジェンダー平等を実現しよう」 女性の3割が自分や別の人の性別に不平等を感じていた

3年連続女性から強い関心を集めている目標5についても深掘りをしました。自分は性別による不平等を感じたことがないと答えた人（A+C）は男性で約70%、女性で55%となり半数以上が感じたことがないという答えでした。一方、自分含む何かしらのジェンダー不平等を感じたことがある人（A+B+D）は男性で約65%、女性では77%と高い水準となっています。

Q. 「目標5ジェンダー平等を実現しよう」について実際に不平等を感じた経験はありますか？

	男性		女性		答えたくない		
実際に不平等を感じた経験はありますか？	人数	割合	人数	割合	人数	割合	ポイント
自分はないが、別の性別の人の不平等を感じたことはある（A）	159	34.9%	291	33.6%	2	15.4%	69
自分もあるし、別の性別の人の不平等を感じたこともある（B）	108	23.7%	319	36.8%	9	69.2%	61
自分もないし、別の性別の人の不平等を感じたこともない（C）	158	34.6%	198	22.9%	2	15.4%	58
自分はあるが、別の性別の人の不平等を感じたことはない（D）	31	6.8%	58	6.7%	0	0.0%	13

Q. 「目標5ジェンダー平等を実現しよう」について自分が不平等を感じた時を教えてください（複数回答）

	男性		女性		答えたくない		
自分が不平等を感じた時を教えてください	人数	割合	人数	割合	人数	割合	ポイント
感じたことはない	190	41.7%	295	34.1%	2	15.4%	76
高校	101	22.1%	207	23.9%	8	61.5%	47
中学校	73	16.0%	182	21.0%	6	46.2%	37
日常生活の中で	56	12.3%	212	24.5%	7	53.8%	37
大学	95	20.8%	139	16.1%	5	38.5%	37
小学校	49	10.7%	127	14.7%	5	38.5%	26
アルバイト先	43	9.4%	127	14.7%	5	38.5%	24
就職活動時	23	5.0%	58	6.7%	1	7.7%	12
入試	28	6.1%	43	5.0%	4	30.8%	11
家庭	12	2.6%	60	6.9%	3	23.1%	10

Q. 「目標5ジェンダー平等を実現しよう」について今後社会に出るにあたって不安はありますか（複数回答）

	男性		女性		答えたくない		
今後社会に出るにあたって不安はありますか	人数	割合	人数	割合	人数	割合	ポイント
ややある	105	23.0%	388	44.8%	7	53.8%	68
どちらとも言えない	120	26.3%	208	24.0%	1	7.7%	50
あまりない	113	24.8%	181	20.9%	3	23.1%	46
まったくない	94	20.6%	36	4.2%	0	0.0%	25
非常にある	37	8.1%	78	9.0%	2	15.4%	17

**Q. ジェンダーギャップを経験していない女性55%。
でも感じたことがある人は77%！なぜ？**

**A. 私たちSNS等を通じて他人の不平等を
受け取りやすい世代**

「目標5 ジェンダー平等を実現しよう」では女性の関心が圧倒的に高く、男性の関心が低いことに対して、昨年は「学生時代に女性であることで不利益を感じたことはない」とプロジェクトメンバーの女性全員が答えたことによって、「**学生時代にはジェンダーギャップは存在しないのではないかな？**」という衝撃的な仮説が生まれました。今年のアンケートではそれを明らかにするべく、詳細な質問項目を設けました。結果、ジェンダーギャップを自分として経験していない女性は55%、男性は70%と去年の仮説をある程度、裏付けるものとなりました。生徒会長をはじめとしたリーダー経験についても男女の偏りはないことなど、学校の教育現場では、特に年代が低い頃における不平等は解消されている様子がうかがえます。

一方、数値が上がっているのは「日常生活」と「高校時代」。特に高校では男性も含めて、ジェンダー不平等を感じたケースも多く、学校教育の現場においても校則や制服などまだまだ差別を感じるケースも実態としてある様子がうかがえます。特に、**進路選択の時には男性だから、女性だからという価値観で指導をされたケース**もあったという学生メンバーの声もありました。

「日常生活」においても、家庭の中で「たとえば正月など親戚が集まる機会において女性ばかりが家事をやっている」様子を目の当たりにし、**日常にしみ込んだジェンダー不平等の様子に疑問を持つ**、という意見が出ました。

また、自分ではなくても他人の不平等について感じたことがある人を含めると女性で77%、男性で65%とジェンダー不平等を感じるケースは高いパーセンテージを示します。これについては「**SNSで他人の不平等の様子を見ることが多い**」

「**自分は思っていなくても、ちょっとしたことで生きづらさを感じる人もいる事を知る機会になる**」

等という意見もあり、日常生活の中でジェンダー不平等に関する観点が養われているという指摘もありました。これは昨年と同様、女性であることを理由にキャリアアップを阻まれている様子を見ることで「そうなったら怖い」という漠然とした恐怖感がこの目標に対する関心になっているのではないかと昨年同様の意見が出ました。

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」が男女ともに50%越え、次いで「サービスが好きか」「将来性」が続く

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」、次いで昨年同様「サービスや商品が好きか」「サービスや商品の将来性」が続き、上位に全く順位変動は見られませんでした。一方「社員の勤続年数」が昨対比4ランクアップと、定着率に注目が集まっています。

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）

						男性		女性		答えたくない		
順位	働く場所に重視するポイント	2024	2023	24比	23比	人数	割合	人数	割合	人数	割合	ポイント
1	ワークライフバランス	1	1	-	-	238	52.2%	594	68.6%	6	46.2%	121
2	サービスや商品が好きか	2	3	-	↑	143	31.4%	338	39.0%	5	38.5%	71
3	サービスや商品の将来性	3	2	-	↓	153	33.6%	301	34.8%	4	30.8%	69
4	募集職種	4	6	-	↑	124	27.2%	260	30.0%	3	23.1%	57
4	社員の勤続年数	8	7	↑	↑	120	26.3%	263	30.4%	2	15.4%	57
6	若手社員がどれくらい活躍しているか	5	8	↓	↑	112	24.6%	200	23.1%	2	15.4%	48
7	女性の育休取得率	6	4	↓	↓	29	6.4%	304	35.1%	4	30.8%	42
7	労働環境が良い企業と取引しているか	7	5	-	↓	90	19.7%	189	21.8%	2	15.4%	42
9	男性の育休取得率	9	11	-	↑	83	18.2%	146	16.9%	2	15.4%	35
10	OJTなど教育制度の充実	9	10	↓	-	70	15.4%	157	18.1%	3	23.1%	34
11	社員の男女比	12	12	↑	↑	47	10.3%	172	19.9%	4	30.8%	30
12	サービスや商品の環境などへの配慮	11	9	↓	↓	50	11.0%	102	11.8%	3	23.1%	23
13	管理職の男女比	15	14	↑	↑	29	6.4%	101	11.7%	5	38.5%	18
14	クリーンエネルギーへの対策	16	17	↑	↑	38	8.3%	54	6.2%	1	7.7%	15
15	寄付や社会貢献の有無	13	15	↓	-	29	6.4%	65	7.5%	2	15.4%	14
16	LGBTQなどへの配慮	14	13	↓	↓	16	3.5%	68	7.9%	5	38.5%	12
17	外国人の就労割合	17	16	-	↓	9	2.0%	44	5.1%	1	7.7%	7
18	障害者雇用がなされているか	18	設問なし	-		6	1.3%	13	1.5%	2	15.4%	3

**Q. 【クロス集計】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）
×就職活動歴**

		ワーク ライフ バランス	サー ビス や商 品が 好き か	サー ビス や商 品の 将来 性	募集 職種	社員 の勤 続年 数	若手 社員 がど れく らい 活躍 して いる か	女性 の育 休取 得率	労働 環境 が良 い企 業と 取引 して いる か	男性 の育 休取 得率	OJTな ど教 育制 度の 充実	社員 の男 女比	サー ビス や商 品の 環境 など への 配慮	管理 職の 男女 比	クリ ー ンエ ネ ル ー への 対策	寄付 や社 会貢 献の 有無	LGBT Qなど への 配慮	外国 人の 就労 割合	障 碍 者雇 用が な さ れて いる か
総合	男性	238	143	153	124	120	112	29	90	83	70	47	50	29	38	29	16	9	6
		52.2%	31.4%	33.6%	27.2%	26.3%	24.6%	6.4%	19.7%	18.2%	15.4%	10.3%	11.0%	6.4%	8.3%	6.4%	3.5%	2.0%	1.3%
	女性	594	338	301	260	263	200	304	189	146	157	172	102	101	54	65	68	44	13
		68.6%	39.0%	34.8%	30.0%	30.4%	23.1%	35.1%	21.8%	16.9%	18.1%	19.9%	11.8%	11.7%	6.2%	7.5%	7.9%	5.1%	1.5%
	答えた くない	6	5	4	3	2	2	4	2	2	3	4	3	5	1	2	5	1	2
		46.2%	38.5%	30.8%	23.1%	15.4%	15.4%	30.8%	15.4%	15.4%	23.1%	30.8%	23.1%	38.5%	7.7%	15.4%	38.5%	7.7%	15.4%
	ポイ ント	121	71	69	57	57	48	42	42	35	34	30	23	18	15	14	12	7	3
就活前	男性	93	70	66	46	46	44	18	41	43	21	27	25	10	22	9	6	3	2
		44.9%	33.8%	31.9%	22.2%	22.2%	21.3%	8.7%	19.8%	20.8%	10.1%	13.0%	12.1%	4.8%	10.6%	4.3%	2.9%	1.4%	1.0%
	女性	235	159	101	95	102	80	138	84	76	47	85	43	42	26	24	38	17	3
		64.7%	43.8%	27.8%	26.2%	28.1%	22.0%	38.0%	23.1%	20.9%	12.9%	23.4%	11.8%	11.6%	7.2%	6.6%	10.5%	4.7%	0.8%
	答えた くない	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	3	2	1	1	2	3	1	2
		25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%	25.0%	25.0%	25.0%	75.0%	50.0%	25.0%	25.0%	50.0%	75.0%	25.0%	50.0%
	ポイ ント	110	78	60	48 (5)	51 (4)	44 (7)	47 (5)	43	42	23 (12)	37 (10)	24 (11)	17 (14)	18 (13)	11 (16)	14 (15)	6	2
情報収集中	男性	38	19	26	19	20	22	5	22	12	13	11	8	7	4	6	5	4	3
		57.6%	28.8%	39.4%	28.8%	30.3%	33.3%	7.6%	33.3%	18.2%	19.7%	16.7%	12.1%	10.6%	6.1%	9.1%	7.6%	6.1%	4.5%
	女性	122	84	74	59	52	37	66	53	34	27	33	26	19	16	14	15	16	4
		72.2%	49.7%	43.8%	34.9%	30.8%	21.9%	39.1%	31.4%	20.1%	16.0%	19.5%	15.4%	11.2%	9.5%	8.3%	8.9%	9.5%	2.4%
	答えた くない	3	2	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
		100%	66.7%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%
	ポイ ント	131	79 (3)	83 (2)	64 (5)	61 (6)	55 (7)	47	65 (4)	38	36	36 (10)	28	22	16 (16)	17 (14)	17 (14)	16 (16)	7
就活～内定	男性	104	52	58	57	52	44	4	27	24	35	9	17	9	11	14	2	1	1
		59.4%	29.7%	33.1%	32.6%	29.7%	25.1%	2.3%	15.4%	13.7%	20.0%	5.1%	9.7%	5.1%	6.3%	8.0%	1.1%	0.6%	0.6%
	女性	227	92	121	100	106	81	94	52	29	83	49	33	34	12	26	14	9	4
		70.7%	28.7%	37.7%	31.2%	33.0%	25.2%	29.3%	16.2%	9.0%	25.9%	15.3%	10.3%	10.6%	3.7%	8.1%	4.4%	2.8%	1.2%
	答えた くない	2	2	2	2	1	1	1	0	1	2	1	0	3	0	0	1	0	0
		40.0%	40.0%	40.0%	40.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%	40.0%	20.0%	0.0%	60.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%
	ポイ ント	131	59 (5)	71 (2)	64 (3)	63 (4)	51	32 (8)	32 (8)	23 (10)	46 (7)	21	20	16	10 (15)	16 (13)	6	3	2

●TOP3は就活本番のクラスタに変動あり

「ワークライフバランス」「サービスや商品が好きか」「サービスや商品の将来性」は【就活前】【情報収集中】【就活中～内定】のどのフェーズであっても重視するポイント上位です。が、【就活中～内定】のフェーズは「サービスや商品が好きか」が5位となり、好きよりも現実的なことを重視する傾向が見られました。

●就活本番になるほど重視されるもの

「サービスや商品の将来性」は【就活前】では約20ポイント差があつて3位であつたのに対して、【情報収集中】【就活中～内定】では2位に浮上していました。

また「募集職種」は【就活前】【情報収集中】では5位に対し、【就活中～内定】では3位に浮上。【社員の勤続年数】は【情報収集中】では6位ですが、【就活中～内定】では4位と就活前になると上昇していきます。「OJTなど教育制度の充実」も、【就活前】【情報収集中】では10位以下に対し【就活中～内定】では7位に上昇しています。

またランキングがもともと低い中で上昇しているものでは、「寄付や社会貢献の有無」で【情報収集中】で14位【就活中～内定】では13位と微増しました。

●就活本番になるほど下降するもの

「労働環境が良い企業と取引しているか」は【就活前】では8位であつたのに【情報収集中】では4位と浮上するも【就活中～内定】では8位と順位を下げています。また「女性の育休取得率」は【就活前】では5位であつたのに【情報収集中】【就活中～内定】で8位となっていて、他の優先順位が上回っている傾向が見えます。

●その他、横ばいで人気のもの

「若手社員がどのくらい活躍しているか」は【就活前】は7位、【情報収集中】では7位、【就活中～内定】では6位とTOP5には入らないものの、人気となっています。

19Pの表 注釈) 各フェーズごとのポイントの算出方法

各フェーズごとの男性・女性・答えたくない別に項目をチェックした総数÷各フェーズごとの男性・女性・答えたくないの人数

【表の見方】

赤字→総合ポイントよりも順位を上げた項目

青字→総合ポイントよりも順位を下げた項目

黒字→順位変動なし

(○)→ポイントから算出した順位

未就活	答えたくない	1	1	1	0	1	1
		25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%
ポイント		110	78	60	48 (5)	50 (4)	43 (7)



■働き方のイメージの全体1位は2年連続「ライフステージによって仕事量を調整したい」。男女で2倍近い差がある結果に

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「ライフステージによって仕事量を調整したい」。注目すべきは男性でも30%を越えていることです。2位の「給与がなるべく高い企業で働きたい」は昨年より1ランクアップ。男性の1位は「給与がなるべく高い会社で働きたい」で2位が「バリバリと第一線で働きたい」でした。

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	2024	2023	24比	23比	男性		女性		答えたくない		総合 ポイント
						人数	割合	人数	割合	人数	割合	
1	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	1	2	-	↑	140	30.7%	519	59.9%	4	30.8%	91
2	給与がなるべく高い企業で働きたい	3	3	↑	↑	169	37.1%	368	42.5%	5	38.5%	80
3	自分らしく働ける環境を選びたい	2	1	↓	↓	139	30.5%	414	47.8%	8	61.5%	79
4	社会的に意義のあるサービスに関わりた	4	4	-	-	132	28.9%	291	33.6%	7	53.8%	63
5	残業が少ない方がよい	7	5	↑	-	112	24.6%	295	34.1%	2	15.4%	59
6	バリバリと第一線で働きたい	5	7	↓	↑	153	33.6%	199	23.0%	6	46.2%	57
7	なるべく人と接する環境で働きたい	5	6	↓	↓	118	25.9%	254	29.3%	5	38.5%	56
8	上司や先輩には優しく接してもらった方がモチベーションが維持できる	8	設問なし	-	設問なし	80	17.5%	275	31.8%	4	30.8%	50
9	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）	9	8	-	↓	69	15.1%	239	27.6%	5	38.5%	43
10	優秀な人に囲まれて仕事がしたい	10	9	-	↓	75	16.4%	163	18.8%	4	30.8%	36
11	副業など社外でも稼げる場所を開拓したい	12	11	↑	-	98	21.5%	121	14.0%	0	0.0%	35
12	圧倒的に成長できる環境で働きたい	11	10	↓	↓	69	15.1%	159	18.4%	3	23.1%	34
13	なるべく出世していきたい	14	14	↑	↑	84	18.4%	119	13.7%	2	15.4%	32
14	成果が給与に反映される企業で働きたい	13	12	↓	↓	64	14.0%	147	17.0%	4	30.8%	31
15	リモートワーク中心が希望。働く場所に縛られたくない	16	15	↑	-	61	13.4%	119	13.7%	4	30.8%	27
15	お金や地位よりやりがいの方が大切	15	13	-	↓	57	12.5%	125	14.4%	4	30.8%	27
17	仕事は楽な方がよい	17	16	-	↓	60	13.2%	110	12.7%	0	0.0%	26
18	出世欲はない	18	18	-	-	37	8.1%	110	12.7%	4	30.8%	21
19	成長産業と言われる分野で働きたい	18	17	↓	↓	53	11.6%	61	7.0%	4	30.8%	19
20	年齢によって自動的に給与が上がる企業で働きたい	20	19	-	↓	27	5.9%	57	6.6%	0	0.0%	13
21	上司や先輩には厳しく指導してもらうことで、成長したい	21	設問なし	-	設問なし	25	5.5%	34	3.9%	0	0.0%	9
21	とにかくたくさん仕事をしたい（残業はいいとわない）	22	20	-	↓	21	4.6%	37	4.3%	1	7.7%	9

■「自分らしく」を選択した人は、福利厚生においてSDGs ゴール達成を求める傾向

自分らしくを深掘りするために今年も「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」とのクロス集計を実施しました。「女性の管理職比率、役員比率（目標5）」は総合と比べると1ランクアップでしたが、5位と10ポイント以上の差をつけています。多くの項目で総合と20ポイント近い差が見られ、SDGsゴール達成を求める傾向が強くでています。

**Q. 【クロス集計】働くときの福利厚生や環境整備（p）×
働き方のイメージ（p）で「自分らしく働きたい」と回答した人の差分**

		全体集計							自分らしく働きたい							
順位	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な目標	男性		女性		答えたくない		ポイント	男性		女性		答えたくない		ポイント	順位
		人数	割合	人数	割合	人数	割合		人数	割合	人数	割合	人数	割合		
1	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）	242	53.1%	562	64.9%	9	69.2%	119	99	71.2%	303	73.2%	7	87.5%	145	1
2	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）	194	42.5%	425	49.1%	10	76.9%	92	81	58.3%	241	58.2%	7	87.5%	117	2
3	「健康診断」「メンタルケア」など社員の健康に対する法令より踏み込んだ制度（目標3）	174	38.2%	426	49.2%	6	46.2%	88	73	52.5%	245	59.2%	5	62.5%	112	3
4	「子ども食堂」「ひとり親支援」など働く社員への支援（目標1）	147	32.2%	390	45.0%	3	23.1%	77	43	30.9%	196	47.3%	3	37.5%	79	5
5	女性の管理職比率、役員比率（目標5）	85	18.6%	474	54.7%	10	76.9%	74	40	28.8%	254	61.4%	7	87.5%	91	4
6	LGBTQへの配慮、ユニバーサルデザインの採用（目標10）	77	16.9%	336	38.8%	9	69.2%	56	41	29.5%	190	45.9%	7	87.5%	76	6
7	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）	152	33.3%	178	20.6%	5	38.5%	54	63	45.3%	109	26.3%	5	62.5%	72	8
8	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）	102	22.4%	245	28.3%	8	61.5%	51	49	35.3%	154	37.2%	6	75.0%	73	7
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）	100	21.9%	248	28.6%	4	30.8%	51	46	33.1%	151	36.5%	4	50.0%	70	9
10	働く環境の再生可能エネルギー化（目標7）	104	22.8%	178	20.6%	2	15.4%	44	42	30.2%	100	24.2%	2	25.0%	55	11
11	業務内でのペーパーレスの促進（目標15）	79	17.3%	197	22.7%	3	23.1%	40	42	30.2%	120	29.0%	3	37.5%	60	10
12	オフィスの二酸化炭素（CO2）排出の削減（目標13）	76	16.7%	185	21.4%	2	15.4%	38	39	28.1%	107	25.8%	2	25.0%	54	12
13	リサイクルなどオフィス内での脱プラスチック対策（目標14）	74	16.2%	182	21.0%	3	23.1%	37	37	26.6%	108	26.1%	3	37.5%	53	13
14	開発が遅れている途上国への支援（目標17）	68	14.9%	173	20.0%	2	15.4%	35	34	24.5%	105	25.4%	2	25.0%	50	14
15	「代替肉」など食糧危機対策となる商品・サービス（目標2）	39	8.6%	59	6.8%	1	7.7%	15	12	8.6%	32	7.7%	1	12.5%	16	15
16	わからない	17	3.7%	14	1.6%	0	0.0%	5	5	3.6%	6	1.4%	0	0.0%	5	16
17	どれもポジティブには受け取らない	9	2.0%	4	0.5%	0	0.0%	2	0	0.0%	2	0.5%	0	0.0%	0	17



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位は今年も「3年～5年」

一方、5年以上同じ会社で働きたい人が男性は53.3%
女性では41.6% 男性の方が保守的な傾向

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」で男性で25.2%、女性で40.5%でした。一方で5年以上を希望する学生は男性で53.3%、10年以上も33.6%となっています。一方で、女性は5年以上同じところで働きたい人は41.6%と男性よりも低く、男性の方が保守的な傾向が見られました。また昨年は、5年以上同じ会社で働きたい人が男性は48.3%、女性では39.8%。保守的な傾向が強まっていると言えます。

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）

	男性		女性		答えたくない		
勤続年数	人数	割合	人数	割合	人数	割合	ポイント
同じ会社に長く勤めたいとは思わず、3年以内に転職すると思う	48	10.5%	65	7.5%	3	23.1%	18
3年以内に起業したい	30	6.6%	18	2.1%	1	7.7%	9
3年～5年は少なくとも同じ企業で働きたい	115	25.2%	351	40.5%	4	30.8%	66
5年～10年くらい働きたい	90	19.7%	139	16.1%	1	7.7%	36
10年以上同じ会社で働きたい	83	18.2%	121	14.0%	1	7.7%	32
終身雇用を希望している	70	15.4%	100	11.5%	0	0.0%	27
結婚や子育てのタイミングで専業主婦・主夫になりたい	1	0.2%	46	5.3%	1	7.7%	6
その他	19	4.2%	26	3.0%	2	15.4%	7



■ 勤続年数希望が長い男性は「成長分野と言われる分野ではたらきたい」 女性は「なるべく人と接する環境で働きたい」 ■ 勤続年数希望が短い男女共に「バリバリ働きたい」 & 副業希望率上昇。 女性は「給与が高い会社で、自分らしく働きたい」

勤続年数の希望と、働き方のイメージをクロス集計した結果、Z世代の求めるものがより浮き彫りになりました。詳しくは次ページ以降の表をご確認ください。

考察

【勤続3年以内に起業・転職したい】

「バリバリ働きたい」が「給与はなるべく高く」よりも上位であるのは特筆すべきポイント。また「副業」は共通して総合より高い数値を示し、起業志望では「成果が給与に反映」「なるべく出世していきたい」が上昇していた。転職志望でも「なるべく出世していきたい」は高数値。加えて「成長産業で働きたい」というニーズが総合よりも高めにでていた。

【社会的意義あるサービス】

総合では4位となったが、5年以上の勤務を希望している学生以外ではランクを下げる結果となった。

【なるべく人と接する環境で働きたい】

勤務年数の希望が長くなると、上位5位以内に入る傾向が見られた。一方で、終身雇用を希望する学生群では総合から順位を2つ下げており、限られた時間だからこそ、人と接することを望んでいる傾向が出るのかもしれない。

【とにかくたくさん仕事をしたい（残業をいとわない）】

勤務年数の希望が長くなると、上位5位以内に入る傾向が見られた。一方で、終身雇用を希望する学生群では総合から順位を2つ下げており、限られた時間だからこそ、人と接することを望んでいる傾向が出るのかもしれない。

【仕事は楽な方が良い】

勤務年数の希望が長くなると、順位をあげる傾向が見られた。3年以内転職・起業グループでは総合より順位を下げ、5～10年以上の勤務を希望している学生群では順位を徐々にあげ、終身雇用を希望する学生群では、総合順位から7ランクアップの10位になった。

27・28Pの表 注釈) 各働き方のイメージごとのポイントの算出方法

各働き方のイメージごとの男性・女性・答えたくない別に項目をチェックした総数÷各働き方のイメージの男性・女性・答えたくないの人数

イメージ	答えたくない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
総合	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ポイント	110	78	60	46	50	43	43	43	43	43	43
				(5)	(4)	(7)					

【表の見方】

赤字→総合ポイントよりも順位を上げた項目

青字→総合ポイントよりも順位を下げた項目

黒字→順位変動なし (○) →総合ポイントから算出した順位

どんな新卒を採用したいのか、それによって整えるべき環境が変わる

本調査からわかるのは、Z世代を大きくとらえて、何でも世の中で良いとされている労働環境を整えればよいわけではないということです。採用したい学生のペルソナを明確にし、そうした学生はどのようなニーズがあるのかを見極めることが重要です。

社内の勤続年数が長く、ゆっくり育成していく社風なのか。それとも、ある程度の入れ替わりは想定して早く成長したいと願う学生を採用するのか。戦略立案に活かしていただければ幸いです。



Q. 【クロス集計】働き方のイメージ (p) ×勤続年数の希望

		順位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		働き方	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	自分らしく 働ける環境 を選びたい	社会的に意 義のあるサ ービスに携 わりたい	残業が少な い方がよい	バリバリと 第一線で働 きたい	なるべく人 と接する環 境で働きた い	上司や先輩 には優しく 接してもら った方がモ チベーション が維持でき る	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	副業など 社外でも稼 げる場所を 開拓したい
総合	男性	人数	140	169	139	132	112	153	118	80	69	75	98
		割合	30.7%	37.1%	30.5%	28.9%	24.6%	33.6%	25.9%	17.5%	15.1%	16.4%	21.5%
	女性	人数	519	368	414	291	295	199	254	275	239	163	121
		割合	59.9%	42.5%	47.8%	33.6%	34.1%	23.0%	29.3%	31.8%	27.6%	18.8%	14.0%
	答えたくない	人数	4	5	8	7	2	6	5	4	5	4	0
		割合	30.8%	38.5%	61.5%	53.8%	15.4%	46.2%	38.5%	30.8%	38.5%	30.8%	0.0%
総合ポイント			91	80	79	63	59	57	56	50	43	36	35
3年以内 転職	男性	人数	11	7	6	6	7	19	8	4	4	3	13
		割合	22.9%	14.6%	12.5%	12.5%	14.6%	39.6%	16.7%	8.3%	8.3%	6.3%	27.1%
	女性	人数	31	30	24	19	18	20	14	15	17	16	15
		割合	47.7%	46.2%	36.9%	29.2%	27.7%	30.8%	21.5%	23.1%	26.2%	24.6%	23.1%
	答えたくない	人数	1	1	2	0	2	1	1	1	0	0	0
		割合	33.3%	33.3%	66.7%	0.0%	66.7%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
ポイント			71	61(3)	50(4)	42(7)	43(6)	71(1)	39(8)	32(10)	34	31(11)	50(4)
3年以内 起業	男性	人数	4	9	4	9	5	12	7	2	2	6	12
		割合	13.3%	30.0%	13.3%	30.0%	16.7%	40.0%	23.3%	6.7%	6.7%	20.0%	40.0%
	女性	人数	11	6	7	4	5	6	3	5	3	5	3
		割合	61.1%	33.3%	38.9%	22.2%	27.8%	33.3%	16.7%	27.8%	16.7%	27.8%	16.7%
	答えたくない	人数	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0
		割合	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
ポイント			74	63(3)	52(5)	52(5)	44(10)	73(2)	40(13)	34(14)	23(16)	48(8)	57(4)
3～5年 働きたい	男性	人数	31	40	41	31	29	38	34	21	20	16	25
		割合	27.0%	34.8%	35.7%	27.0%	25.2%	33.0%	29.6%	18.3%	17.4%	13.9%	21.7%
	女性	人数	209	152	178	114	122	85	107	111	111	60	59
		割合	59.5%	43.3%	50.7%	32.5%	34.8%	24.2%	30.5%	31.6%	31.6%	17.1%	16.8%
	答えたくない	人数	1	2	3	3	0	2	3	1	2	2	0
		割合	25.0%	50.0%	75.0%	75.0%	0.0%	50.0%	75.0%	25.0%	50.0%	50.0%	0.0%
ポイント			87	79(3)	87(1)	60(5)	60	58(7)	61(4)	50	50(8)	31(14)	39(10)
5～10年 働きたい	男性	人数	42	34	31	28	19	27	23	15	14	16	18
		割合	46.7%	37.8%	34.4%	31.1%	21.1%	30.0%	25.6%	16.7%	15.6%	17.8%	20.0%
	女性	人数	85	53	69	45	44	24	47	51	32	25	14
		割合	61.2%	38.1%	49.6%	32.4%	31.7%	17.3%	33.8%	36.7%	23.0%	18.0%	10.1%
	答えたくない	人数	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
		割合	100%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ポイント			109	76(3)	84(2)	64	53(6)	47(8)	59(5)	53(6)	39	36	30(12)
10年以上 同じ会社 で働きた い	男性	人数	24	40	26	25	24	28	22	18	14	14	11
		割合	28.9%	48.2%	31.3%	30.1%	28.9%	33.7%	26.5%	21.7%	16.9%	16.9%	13.3%
	女性	人数	79	49	44	42	41	28	33	30	25	24	11
		割合	65.3%	40.5%	36.4%	34.7%	33.9%	23.1%	27.3%	24.8%	20.7%	19.8%	9.1%
	答えたくない	人数	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
		割合	0%	100%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
ポイント			94	90	68	65	63	58	54	46	38	37	22 (17)
終身雇用 を希望し ている	男性	人数	23	28	22	25	19	20	17	13	8	14	13
		割合	32.9%	40.0%	31.4%	35.7%	27.1%	28.6%	24.3%	18.6%	11.4%	20.0%	18.6%
	女性	人数	55	52	52	39	40	25	25	39	27	19	11
		割合	55.0%	52.0%	52.0%	39.0%	40.0%	25.0%	25.0%	39.0%	27.0%	19.0%	11.0%
ポイント			87 (2)	92 (1)	83	75	67	54 (7)	49 (8)	58 (6)	38 (12)	39 (11)	30 (16)
結婚後は 専業主婦 主夫にな りたい	男性	人数	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
		割合	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	女性	人数	36	17	25	16	19	2	19	15	16	8	4
		割合	78.3%	37.0%	54.3%	34.8%	41.3%	4.3%	41.3%	32.6%	34.8%	17.4%	8.7%
	答えたくない	人数	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
		割合	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
ポイント			79(2)	37(6)	54	35(8)	41(4)	104(1)	41(4)	33(9)	36(7)	17(15)	9(16)

		順位	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	21
		働き方	圧倒的に成長できる環境で働きたい	なるべく出世していききたい	成果が給与に反映される企業で働きたい	リモートワーク中心が希望。働く場所に縛られない	お金や地位よりやりがいが大切	仕事は楽な方が良い	出世欲はない	成長産業と言われる分野で働きたい	年齢によって自動的に給与が上がる企業で働きたい	上司や先輩には厳しく指導してもらうことで、成長したい	とにかくたくさん仕事をしたい(残業はいとわない)
総合	男性	人数	69	84	64	61	57	60	37	53	27	25	21
		割合	15.1%	18.4%	14.0%	13.4%	12.5%	13.2%	8.1%	11.6%	5.9%	5.5%	4.6%
	女性	人数	159	119	147	119	125	110	110	61	57	34	37
		割合	18.4%	13.7%	17.0%	13.7%	14.4%	12.7%	12.7%	7.0%	6.6%	3.9%	4.3%
	答えたくない	人数	3	2	4	4	4	0	4	4	0	0	1
		割合	23.1%	15.4%	30.8%	30.8%	30.8%	0.0%	30.8%	30.8%	0.0%	0.0%	7.7%
	総合ポイント		34	32	31	27	27	26	21	19	13	9	9
3年以内 転職	男性	人数	5	4	3	5	5	3	2	6	0	2	2
		割合	10.4%	8.3%	6.3%	10.4%	10.4%	6.3%	4.2%	12.5%	0.0%	4.2%	4.2%
	女性	人数	8	12	9	10	10	8	7	7	2	2	0
		割合	12.3%	18.5%	13.8%	15.4%	15.4%	12.3%	10.8%	10.8%	3.1%	3.1%	0.0%
	答えたくない	人数	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0
		割合	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	ポイント		23(15)	27(12)	20(17)	26(13)	26(13)	19(18)	15(19)	23(15)	3(22)	7(20)	4
3年以内 起業	男性	人数	6	6	7	6	4	0	1	5	0	6	4
		割合	20.0%	20.0%	23.3%	20.0%	13.3%	0.0%	3.3%	16.7%	0.0%	20.0%	13.3%
	女性	人数	4	5	5	4	3	1	1	1	0	0	1
		割合	22.2%	27.8%	27.8%	22.2%	16.7%	5.6%	5.6%	5.6%	0.0%	0.0%	5.6%
	答えたくない	人数	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
		割合	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	ポイント		42(11)	48(8)	51(7)	42(11)	30(15)	6(21)	9(20)	22(17)	0(22)	20(18)	19(19)
3～5年 働きたい	男性	人数	22	19	15	14	15	12	7	14	3	3	3
		割合	19.1%	16.5%	13.0%	12.2%	13.0%	10.4%	6.1%	12.2%	2.6%	2.6%	2.6%
	女性	人数	66	53	67	48	58	38	37	26	15	14	11
		割合	18.8%	15.1%	19.1%	13.7%	16.5%	10.8%	10.5%	7.4%	4.3%	4.0%	3.1%
	答えたくない	人数	1	0	2	1	2	0	1	3	0	0	0
		割合	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%	50.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	ポイント		38(11)	32	33(12)	26(16)	30(15)	21	17(19)	20(18)	7	7	6
5～10年 働きたい	男性	人数	10	18	15	17	10	16	9	10	2	2	3
		割合	11.1%	20.0%	16.7%	18.9%	11.1%	17.8%	10.0%	11.1%	2.2%	2.2%	3.3%
	女性	人数	26	11	17	16	15	13	18	9	6	5	8
		割合	18.7%	7.9%	12.2%	11.5%	10.8%	9.4%	12.9%	6.5%	4.3%	3.6%	5.8%
	答えたくない	人数	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		割合	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3
	ポイント		31(11)	28(15)	29	30(12)	22(18)	27(16)	23(17)	18	7(21)	6(22)	9(20)
10年以上 同じ会社 で働きたい	男性	人数	10	16	10	10	11	11	5	12	9	6	4
		割合	12.0%	19.3%	12.0%	12.0%	13.3%	13.3%	6.0%	14.5%	10.8%	7.2%	4.8%
	女性	人数	19	11	25	17	15	15	14	7	9	6	5
		割合	15.7%	9.1%	20.7%	14.0%	12.4%	12.4%	11.6%	5.8%	7.4%	5.0%	4.1%
	答えたくない	人数	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
		割合	0%	100%	0%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%
	ポイント		28 (13)	29 (12)	33 (11)	26	27 (14)	26 (15)	19 (19)	20 (18)	18	12	10 (22)
終身雇用 を希望している	男性	人数	11	16	7	6	6	13	11	5	10	5	4
		割合	15.7%	22.9%	10.0%	8.6%	8.6%	18.6%	15.7%	7.1%	14.3%	7.1%	5.7%
	女性	人数	16	19	14	11	11	21	17	5	20	4	6
		割合	16.0%	19.0%	14.0%	11.0%	11.0%	21.0%	17.0%	5.0%	20.0%	4.0%	6.0%
	ポイント		32 (15)	42 (9)	24 (17)	20 (18)	20 (18)	40 (10)	33 (14)	12 (20)	34 (13)	11 (22)	12 (20)
結婚後は 専業主婦 主夫になりたい	男性	人数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		割合	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	女性	人数	10	4	3	10	9	10	13	2	2	1	4
		割合	21.7%	8.7%	6.5%	21.7%	19.6%	21.7%	28.3%	4.3%	4.3%	2.2%	8.7%
	答えたくない	人数	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
		割合	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
	ポイント		22 (11)	9 (16)	7 (19)	22 (11)	20 (14)	22 (11)	29 (10)	4 (20)	4	2 (22)	9 (16)



5



SDGsビジネスニュース

社会的意義ある
商品
サービス

■ 「社会的意義あるサービス」を選択した人はポジティブにSDGsの環境面、人的資本を推進するサービスで数値がUP

ポジティブに受け取る商品やサービスと「社会的意義あるサービス」の掛け合わせでは、多くのゴールで、総合よりも数値の大幅な上昇が見られました。「強制労働などがない原材料・製品を使った商品・サービス（目標16）」「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）」「格差を是正するような商品・サービス（目標10）」が上昇していることから、ビジネスの表面的なところではなく、多面的な部分で商品サービスの社会貢献を判断している傾向が伺えます。

Q. 【クロス集計】 ポジティブに受け取る商品やサービス目標（p）× 働き方のイメージ（p）で「社会的意義あるサービス」と回答した人の差分

		全体集計							社会的意義のあるサービス							
		男性		女性		答えたくない		ポイント	男性		女性		答えたくない		ポイント	
順位	ポジティブなサービス	人数	割合	人数	割合	人数	割合		人数	割合	人数	割合	人数	割合		順位
1	「子ども食堂」「ひとり親支援」など貧困対策となる商品・サービス（目標1）	230	50.4%	606	70.0%	8	61.5%	121	77	58.3%	219	75.3%	4	57.1%	134	1
2	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）	132	28.9%	403	46.5%	8	61.5%	76	59	44.7%	160	55.0%	5	71.4%	100	2
3	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）	147	32.2%	306	35.3%	8	61.5%	68	61	46.2%	129	44.3%	4	57.1%	91	6
3	健康的な暮らしを守る商品・サービス（目標3）	153	33.6%	291	33.6%	6	46.2%	68	58	43.9%	105	36.1%	2	28.6%	80	9
5	再生可能エネルギー事業or再生可能エネルギーを使った商品・サービス（目標7）	142	31.1%	311	35.9%	5	38.5%	67	64	48.5%	145	49.8%	4	57.1%	99	3
5	災害に強い街づくりに関する技術、商品・サービス（目標11）	140	30.7%	310	35.8%	4	30.8%	67	63	47.7%	140	48.1%	2	28.6%	96	4
7	二酸化炭素（CO2）排出の削減につながる技術、商品・サービス（目標13）	137	30.0%	279	32.2%	3	23.1%	62	57	43.2%	142	48.8%	2	28.6%	92	5
8	女性の活躍を推進するための商品・サービス（目標5）	80	17.5%	346	40.0%	7	53.8%	58	37	28.0%	133	45.7%	4	57.1%	74	13
9	脱プラスチック対策をしている商品・サービス（目標14）	110	24.1%	276	31.9%	6	46.2%	56	47	35.6%	129	44.3%	4	57.1%	80	9
9	IT、AIなど新しい技術を使った生産性向上に役立つ商品・サービス（目標8）	153	33.6%	191	22.1%	4	30.8%	56	63	47.7%	88	30.2%	4	57.1%	79	11
11	今までの商品の生産ラインでの環境対策、フードロス対策となる商品・サービス（目標12）	100	21.9%	284	32.8%	3	23.1%	55	46	34.8%	136	46.7%	3	42.9%	82	7
11	強制労働などがない原材料・製品を使った商品・サービス（目標16）	102	22.4%	278	32.1%	6	46.2%	55	49	37.1%	129	44.3%	4	57.1%	82	7
13	強いインフラ（電気、ガス、道路等）作りや技術、商品・サービス（目標9）	133	29.2%	186	21.5%	2	15.4%	51	55	41.7%	92	31.6%	2	28.6%	74	13
14	ペーパーレス促進につながる商品・サービス（目標15）	93	20.4%	221	25.5%	3	23.1%	46	37	28.0%	104	35.7%	2	28.6%	64	16
14	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）	93	20.4%	219	25.3%	5	38.5%	46	47	35.6%	112	38.5%	4	57.1%	75	12
16	格差を是正するような商品・サービス（目標10）	94	20.6%	202	23.3%	4	30.8%	44	46	34.8%	98	33.7%	3	42.9%	69	15
17	「代替肉」など食糧危機対策となる商品・サービス（目標2）	80	17.5%	142	16.4%	3	23.1%	34	28	21.2%	69	23.7%	2	28.6%	45	17
18	わからない	14	3.1%	14	1.6%	1	7.7%	5	3	2.3%	3	1.0%	1	14.3%	3	18
19	どれもポジティブには受け取らない	7	1.5%	10	1.2%	0	0.0%	3	1	0.8%	1	0.3%	0	0.0%	1	19
20	その他	0	0.0%	1	0.1%	0	0.0%	0	0	0.00%	0	0	0	0	0	20



6



SDGsビジネスニュース

SDGs企業！大賞2025
女性活躍企業！大賞2025



- 1位 トヨタ自動車株式会社
2位 パナソニック株式会社
3位 株式会社ファーストリテイリング

- 4位 スターバックス コーヒー ジャパン株式会社
5位 株式会社ベネッセコーポレーション
6位 サントリーホールディングス株式会社
7位 日本航空（JAL）株式会社
7位 株式会社良品計画
9位 Apple Japan合同会社
10位 公益社団法人 ユニセフ協会
10位 日本マクドナルド株式会社
12位 伊藤忠商事株式会社
13位 味の素株式会社
13位 株式会社クボタ
15位 株式会社 公文教育研究会
16位 パタゴニア・インターナショナル・インク日本支社
17位 株式会社セブン&アイ・ホールディングス
18位 イオン株式会社
18位 ソニー株式会社
18位 日清食品ホールディングス株式会社
18位 花王株式会社



1位 株式会社資生堂

2位 株式会社ファーストリテイリング

3位 アクセンチュア株式会社

4位 日本航空（JAL）株式会社

5位 全日本空輸（ANA）株式会社

6位 スターバックス コーヒー ジャパン株式会社

7位 花王株式会社

8位 株式会社ワコール

9位 株式会社りそなホールディングス

9位 株式会社コーセー

11位 グーグル合同会社

11位 楽天グループ株式会社

13位 株式会社ディー・エヌ・エー

14位 イオン株式会社

14位 サントリーホールディングス株式会社

16位 日本生命保険相互会社

17位 アマゾンジャパン合同会社

17位 パナソニック株式会社

17位 プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン（P&G）株式会社

3年間の調査の結論！

優秀で、長く勤める学生を獲得するには SDGsの取組みと発信強化が必要

SDGs Z世代 就職活動

法政大学と関西学院大学の学生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、今回で3年目。いわゆるZ世代全般を括った調査とは違って、企業が採用したいと考える大学生を中心に回答を集めている本調査では、そのキャラクターが年々くっきりと浮き彫りになっています。

例えば「目標4：質の高い教育をみんなに」が毎年、多くの調査項目で上位にランクインしていましたが、2024年はその課題意識を反映するように選挙では103万円の壁や教育費無償化が争点となりました。またこうした学生たちは企業の福利厚生においても「質の高い教育」つまり企業研修を重視しています。

また採用難が叫ばれる昨今、1つの企業で長く勤めたいと考える学生を獲得することは企業にとって喫緊の課題となっています。そんな中、彼らの特性は「サービスや商品の将来性」を重視する傾向が強い。また「社会的意義あるサービス」に魅力を感じる学生はSDGsのゴールの中でも私たちの生命を脅かす可能性がある「目標13」や「目標7」といった環境面、そして昨今、ニュースをにぎわす社会インフラに関する「目標11」などより広い視野に立って関心を寄せています。

企業のSDGsへの対策、及び発信はそうした新卒の獲得に大いに役立つことはこの調査からもお分かりいただけるはずです。2030年まであと5年にもかかわらず、企業のSDGsへの取り組みはまだまだ始まったばかり。その歩みを少しでも早く前に進める一助に本調査を活用いただけたら幸いです。



年間プロジェクトメンバー（五十音順）

法政大学



経済学部 3年
小野 凌平



経営学部 2年
君官 宙



社会学部 1年
小泉 桃子



国際文化学部 2年
斎藤 日向子



国際文化学部 2年
佐々木 美澪



経営学部 1年
笹原 瑞月



社会学部 1年
佐藤 愛



キャリアデザイン学部1年
壽原 実侑



商学部 3年
中西 麻友



経済学部 3年
橋本 一冴



社会学部 3年
畑森 彩乃



総合政策学部 2年
北条 冴弥香



経済学部 2年
安田 泰央



文学部 3年
山田 梨央

関西学院大学

1期・2期 法政大学メンバー（五十音順）

現代福祉学部3年 齋藤翔太

グローバル教養学部2年 辻航士郎

人間環境学部4年 山本葵

1期・2期 関西学院大学メンバー

法学部3年 今井遙



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+（プラス）推進特設部会
法政大学 サークルSMP
関西学院大学 KG SDGsキャンパスサポーター 有志学生
- カメラマン／ 矢野拓実（法政大学側のみ）



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1階
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2024 | データ名

