

報道関係各位

2025年7月1日
株式会社クロス・マーケティング

SDGs活動は「一過性のもので、状況は変わらない」が半数近くへ ジェンダーレスのイメージは「男らしさ女らしさにとらわれず自分らしく」

– SDGsに関する調査（2025年）評価・行動編 –

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2025年6月、全国18～69歳の男女3,000名を対象に「SDGsに関する調査（2025年）」を行いました。SDSN（持続可能な開発ソリューション・ネットワーク）が2025年に発表した「Sustainable Development Report」では、日本のSDGs達成度は167か国中19位と昨年の18位からランクを下げました。今回は、SDGsへの貢献意向、SDGs関連商品の購入意向、SDGsに取り組む企業や団体への好感度や思うこと、ジェンダーレスのイメージ、SDGsの目標達成に対しどう思うかについて、分析をしました。

■調査結果（一部抜粋）

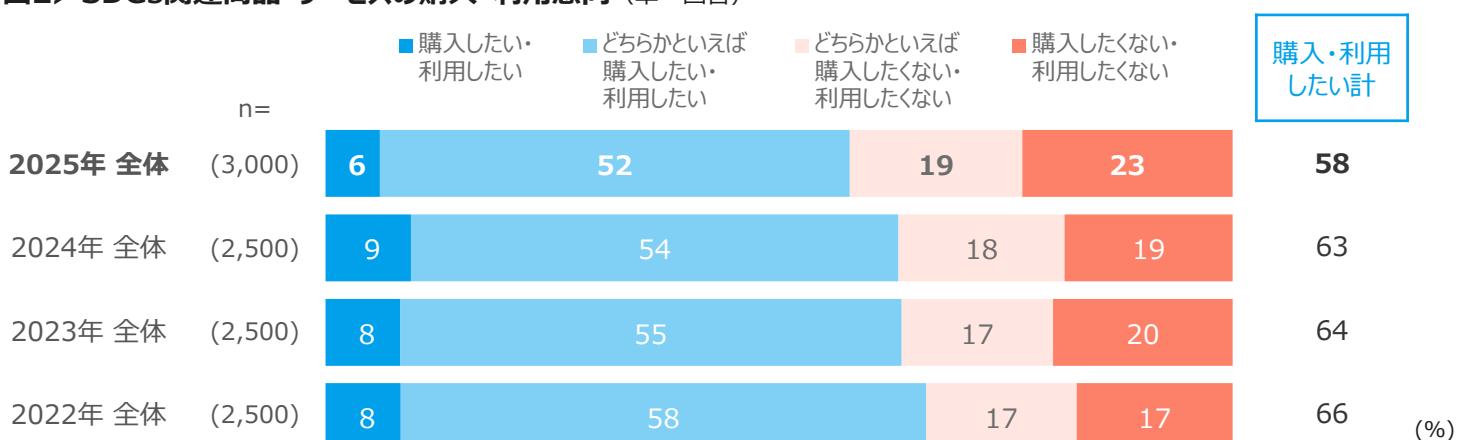
- 【SDGsへの貢献意向、商品の購入意向】 SDGs目標達成のために貢献したい（非常に+やや）は、39%で、昨年より6ptの減少。<図1>関連商品の購入や利用意向は58%で、昨年より5ptの減少。2022年をピークに減少傾向は続いており、今回は過去4年間での最低値となった。<図2>
- 【SDGsに取り組む企業・団体への好感度とジェンダーレスのイメージ】 SDGsに取り組んでいる企業・団体への好感度は37%、昨年より10ptの後退。<図3>取り組んでいる企業・団体に対しては、「取り組みの透明性や具体的な成果を報告してほしい」12%、「SDGsの取り組みが本当に効果があるのか疑問を持つ」「取り組みが自分の日常生活にどう影響するか気になる」11%とややネガティブな意見があげられた。<図4>ジェンダーレスのイメージは「男らしさ、女らしさといった枠にとらわれず、個人が自分らしくいられること」が32%、「男は仕事、女は家庭という固定的な性別役割分担が解消すること」「男性も女性も平等に家事・育児・介護などを分担すること」「LGBTQ+など多様な性が、社会全体で認知され尊重されること」が20%台。上位の項目すべてにおいて、男性より女性の方が5～15pt強いイメージを持っている結果となった。<図5>
- 【SDGs活動への考え方】 SDGs活動への考えは、「過去の同様な取り組みのように、一過性のもので終わる」が47%と半数に迫っている。「目標を達成はできないと思うが状況は少し改善されると思う」は35%であった。<図6>

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20250701SDGs>

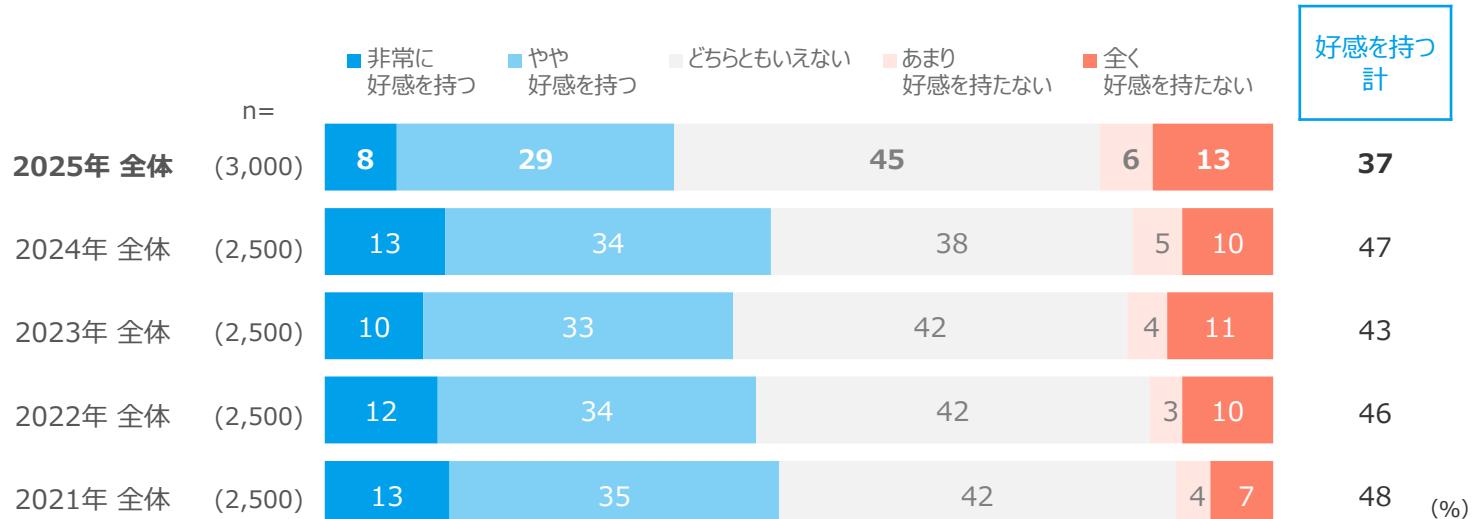
<図1> SDGs目標達成のための貢献意向（単一回答）



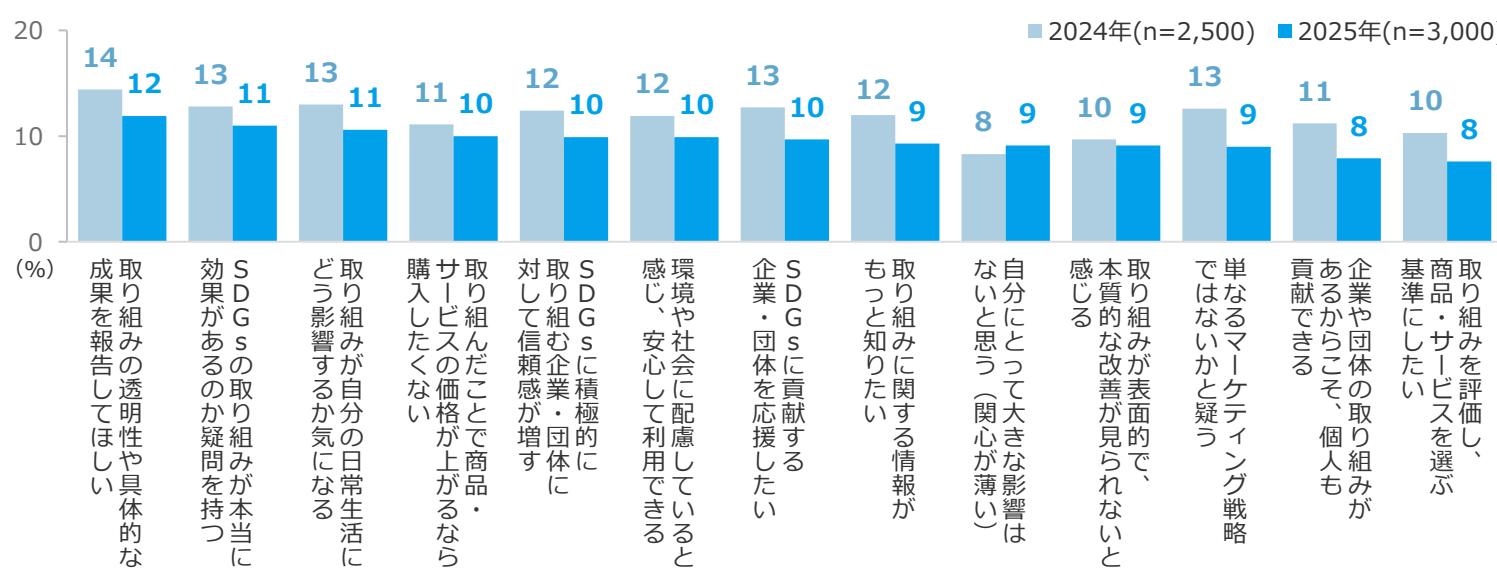
<図2> SDGs関連商品・サービスの購入・利用意向（単一回答）



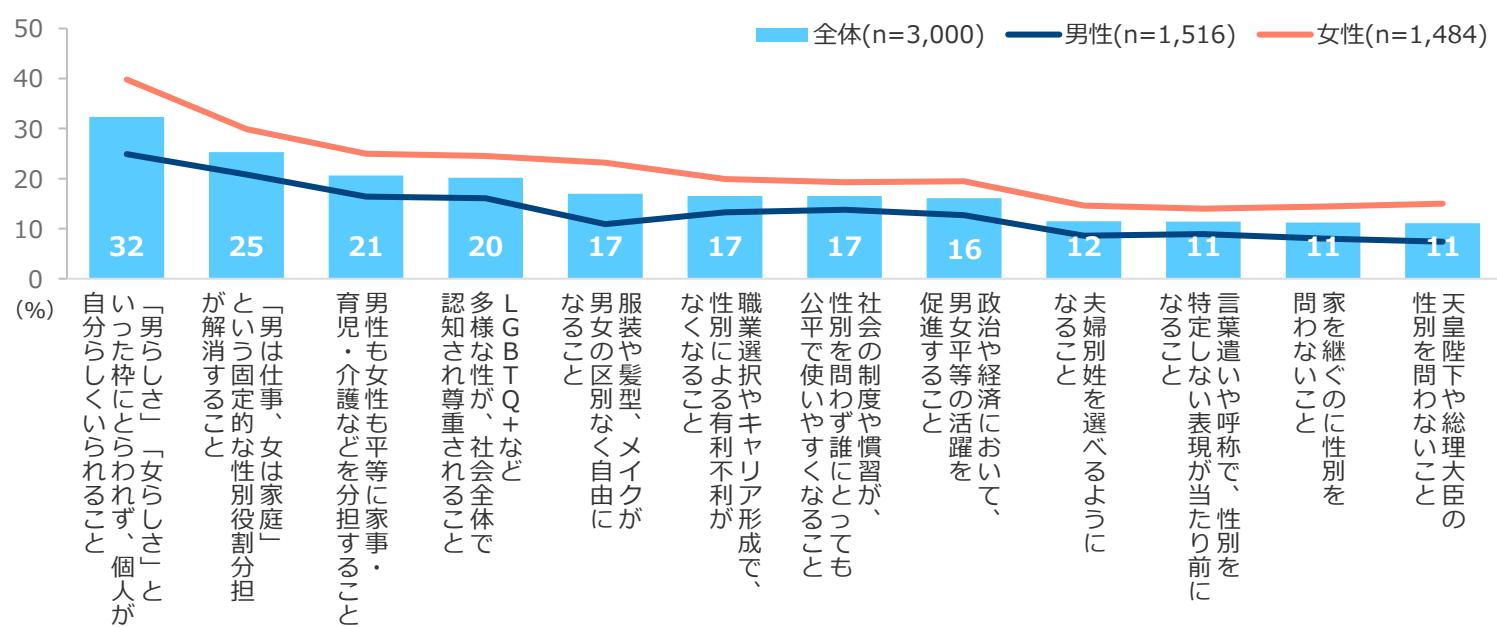
<図3> SDGsに取り組んでいる企業・団体への好感度 (単一回答)



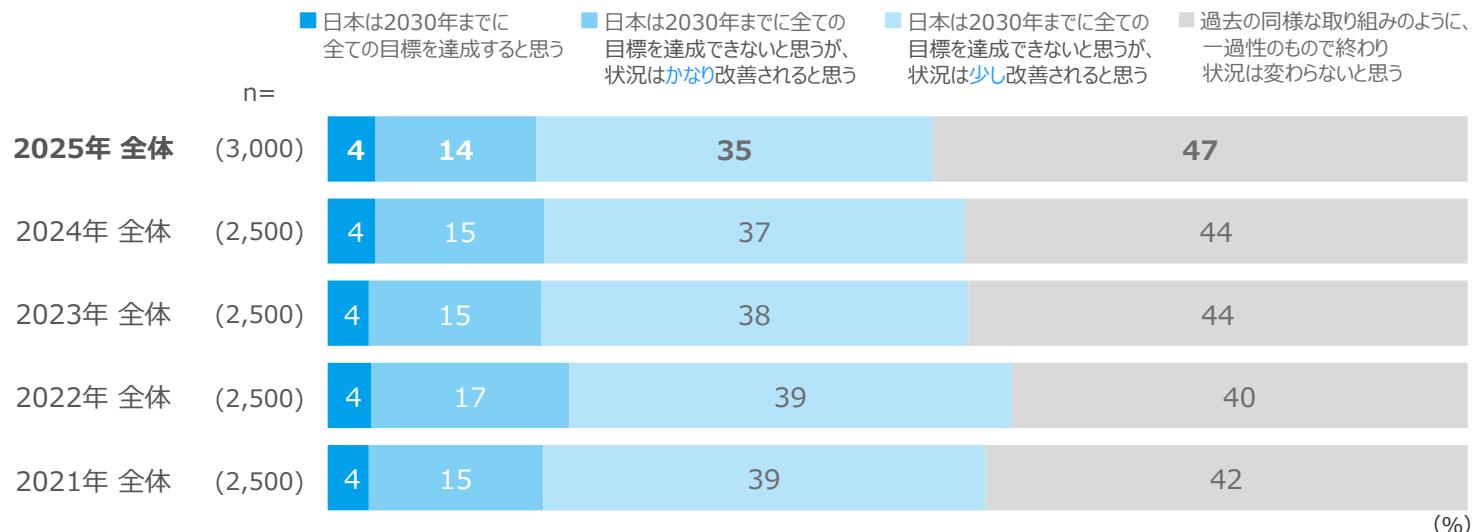
<図4> SDGsに取り組んでいる企業・団体に対して思うこと (複数回答) ※上位13項目を抜粋



<図5> ジェンダーレスのイメージ (複数回答) ※上位12項目を抜粋



<図6> SDGs目標達成についてどう思うか (単一回答)



■ 調査概要

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 : 2025年6月4日 (水) ~6日 (金)
 有効回答数 : 本調査3,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関するコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

『引用・転載時のクレジット表記のお願い』

本リースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると…」