

2022年11月吉日

## 65dB TOKYO、SNS から見えてきた生活者の SDGs に対する 意識変化をまとめたレポート「Sustainability Action Report」を発表

株式会社 TBWA\HAKUHODO（本社：東京都港区、代表取締役社長兼 CEO: 今井明彦）のマーケティング戦略組織で、SNS 利用者の声を分析する“ソーシャルリスニング”を通じて生活者および市場の調査を行う「65dB（デシベル）TOKYO」は、企業の SDGs アクションを加速させることを目指し、SNS から見えてきた生活者の SDGs に対する意識変化をまとめたレポート「Sustainability Action Report」を発表しました。



SDGs (Sustainable Development Goals) は 2030 年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標で、2015 年に国連サミットで採択されて以来、年々その認知度は向上し、国内外で目標達成に向けて様々な取り組みが進められてきました。日本国内では、2019 年のレジ袋の有料化、2020 年からのコロナ禍によって生活が一変したことなどをきっかけに、生活者のサステナビリティや環境に関する意識が向上してきています。一方で、SDGs の目標達成に向けて、社会全体として SDGs アクションをさらに加速させていくことが必要です。

SNS 上のソーシャルボイスを分析し、企業のマーケティング支援を行う「65dB TOKYO」は、生活者は実際のところ SDGs についてどのように考えているのか、SNS を通じた「生活者の本音」に、企業の SDGs アクションを加速させるヒントがあるのではないかと考えました。そこでこの度、SNS から見えてきた生活者の生の声を、企業の SDGs アクションのヒントとして活用していただくことを目的に「Sustainability Action Report」を制作いたしました。

今回のレポートでは、SDGs に関する話題が年々どのように推移していったのか、また SDGs の 17 の目標の中で最も話題となっている「12. つくる責任、つかう責任」の中から「食品廃棄物」のトピックに焦点を絞って生活者の声を分析しました。そこから見えてきた、食品廃棄物の削減アクションの妨げとなっている要因や、逆に食品廃棄物の削減アクションを加速させるためのヒントをまとめています。

今後も 65dB ならではのメソッドを用いて、企業のニーズにあわせた様々な問題に関する生活者の生の声を分析し、SDGs 施策を検討されるプロジェクト担当者や市場の動きをより深く見極めたいマーケターに向けて、企業の SDGs アクションを加速させるための新たな視点をご提供していく予定です。

## 「Sustainability Action Report」レポートはこちら

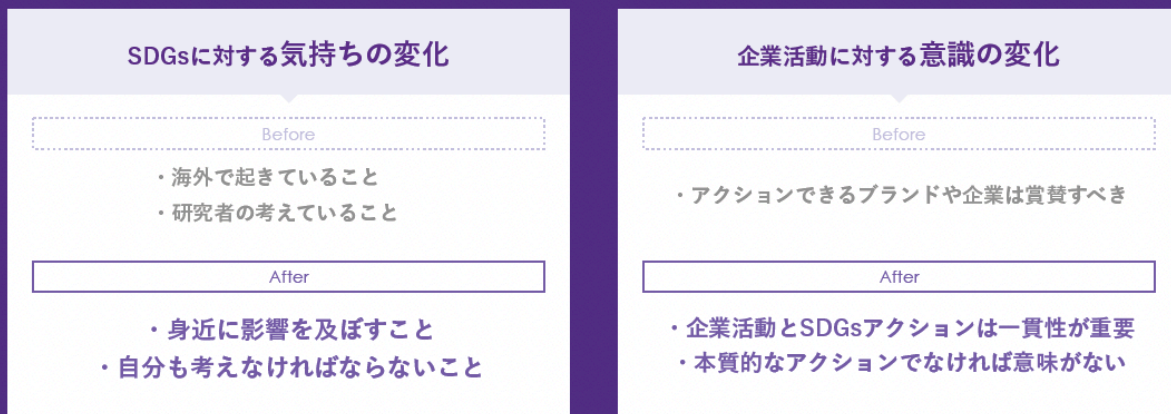
[https://www.tbwahakuhodo.co.jp/uploads/2022/11/65dbtokyo\\_sustainability\\_action\\_report\\_20221104.pdf](https://www.tbwahakuhodo.co.jp/uploads/2022/11/65dbtokyo_sustainability_action_report_20221104.pdf)

- ・レポートに関するお問い合わせはこちら：65dB Tokyo [info@65db.jp](mailto:info@65db.jp)

## 【SNS から見えてきた SDGs に対する意識変化を示した「Sustainability Action Report」主要ページ】

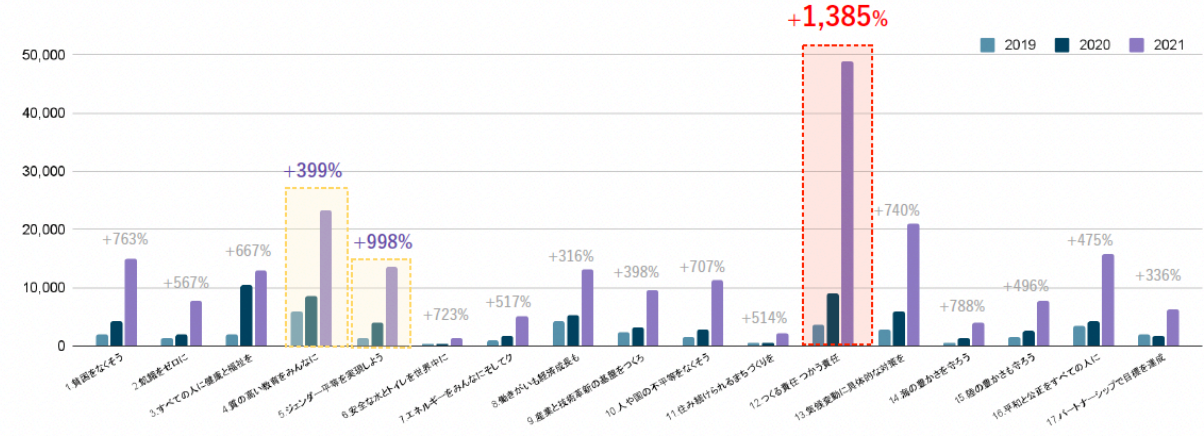
### ● 生活者のSDGs意識変化 サマリー

SDGsが身近に浸透すればするほど、企業アクションに対する期待値も上がっている。



17の目標に関する話題量の推移 (2021年)

「つくる責任、つかう責任」の話題が、話題量・変化率もダントツ1位。



65dB Tokyo ※Organic Mention

## 食品廃棄物に対する生活者の声から見えてきた10のヒント

食品廃棄物に関連する生活者の話題を探ることで見えてきたのは、「ポジティブな共感」と「ネガティブな批判」でした。この2つの視点から分析を行うことで、食品廃棄物の行動を阻害する/加速する10のヒントを導きだしました。

「ネガティブな批判」から探る  
食品廃棄物アクションの課題

### 6 アクションハードル

1 映え文化	2 選択肢の少なさ	3 とりあえず買い
4 家庭での教育	5 季節風習離れ	6 意味ない感

65dB Tokyo

「ポジティブな共感」から探る  
食品廃棄物アクションのさらなる機会

### 4 アクションブスター

1 お得感	2 健康
3 可視化	4 ライフハック

【担当者コメント：65dB TOKYO Brand Strategist 足立 紗希】

「SDGs」という言葉自体は一般化し社会の取り組みも増えてきている一方で、リアルな日常会話では、個々人の意識に大きな変化を感じなかったり、SDGsのネガティブな話題に遭遇することも多いです。社会全体でSDGsアクションを

加速させるためには、このような個々の等身大なインサイトをきちんと拾い、社会と個人との意識ギャップを埋めていく必要があるという想いから、本プロジェクトをスタートさせました。レポート内でもご紹介している通り、ソーシャルボイスには一般的なアンケートやグループインタビューでは見つけづらい「本音」が詰まっています。今後SDGsのプロジェクトを強化する多くの企業さまに、生活者に向けたプロジェクトリリースやコミュニケーションを考える上でお役立ていただけると大変嬉しいです。

## ■65dB について



「65dB」は、2018年にTBWAグループに加入した、フランスを拠点とするマーケティングカンパニーです。人々が通常の会話で発する音声の強さ（65デシベル）をグループ名とするこの組織は、ソーシャルボイスの分析結果を元にした企業のマーケティング支援を展開することを主力事業としており、パリ、東京、上海、ニューヨーク、ムンバイ、サンパウロ、ジャカルタおよびドーハに拠点を置いています。65dB TOKYOはTBWA\HAKUHODO傘下に組織を置く事で、TBWA\HAKUHODOのグローバル

レベルのクリエイティブチームとも連携し、マーケティングプロセスをワンストップで支援することも可能です。

65dB TOKYO: <http://65db.jp/>

## ■ TBWA\HAKUHODO (TBWA 博報堂) について

2006年に博報堂、TBWAワールドワイドのジョイントベンチャーとして設立された総合広告会社です。博報堂のフィロソフィーである「生活者発想」「パートナー主義」とTBWAがグローバル市場で駆使してきた「DISRUPTION®」メソッドを中心とした独自のノウハウを融合。質の高いソリューションを創造し、クライアントのビジネスの成長に貢献します。「DISRUPTION®」は既成概念に縛られず、常識を壊し、新しいヴィジョンを見いだすTBWA\HAKUHODOの哲学です。マーケティングに限らず、ビジネスにおけるすべての局面でディスラプションという新しい視点を武器に事業やブランドを進化させるアイデアを生み出します。

<https://www.tbwahakuhodo.co.jp>