

2023 年度 全国鉢物類振興プロジェクト協議会受託研究

ひょうごまちなみガーデンショー来場者を対象としたイベント満足度と

SDGs における人々の認知度と行動に関するアンケート調査

2024 年 2 月 29 日

東京都市大学

総合研究所

## 目次

|            |                                            |           |
|------------|--------------------------------------------|-----------|
| <b>第1章</b> | <b>諸言</b>                                  | <b>1</b>  |
| 1-1        | 環境問題の軌跡                                    |           |
| 1-2        | 既往研究より                                     |           |
| 1-3        | 研究背景                                       |           |
| <b>第2章</b> | <b>研究方法</b>                                | <b>4</b>  |
| 2-1        | 研究フロー                                      |           |
| 2-2        | 調査対象地・日時・方法                                |           |
| 2-3        | アンケート調査項目                                  |           |
| <b>第3章</b> | <b>基本属性・公園・イベント満足度アンケート調査結果</b>            | <b>14</b> |
| 3-1        | 基本属性、公園についての調査結果                           |           |
| 3-2        | イベント満足度アンケート調査結果                           |           |
| <b>第4章</b> | <b>SDGs 全体の認知度に関する傾向</b>                   | <b>29</b> |
| <b>第5章</b> | <b>全国・兵庫県・明石市の取り組みに関する認知度や行動の傾向</b>        | <b>35</b> |
| 5-1        | 全国・兵庫県・明石市の取り組みについて                        |           |
| 5-2        | エコバッグに関する認知度や行動の傾向                         |           |
| 5-3        | ロハスミーツに関する認知度や行動の傾向                        |           |
| 5-4        | 環境体験事業に関する認知度や行動の傾向                        |           |
| 5-5        | 温暖化に関連する都市緑化等の取り組み                         |           |
| 5-6        | 取り組みの行動力や認知度、参加意欲からみる傾向分析                  |           |
| 5-6-1      | 各取り組みの行動力に関する傾向分析                          |           |
| 5-6-2      | 各取り組みの目的認知度に関する傾向分析                        |           |
| 5-6-3      | 各取り組みの参加意欲に関する傾向分析                         |           |
| 5-6-4      | 行動力や目的認知度、参加意欲の観点から見る取り組みに関する人々の興味・関心の傾向把握 |           |
| 5-6-5      | 各取り組みの情報入手手段の比較による傾向分析                     |           |
| <b>第6章</b> | <b>SDGs と全国・兵庫県・明石市の取り組みにおける認知度や行動の傾向</b>  | <b>53</b> |
| <b>第7章</b> | <b>総合考察とまとめ</b>                            | <b>59</b> |
| <b>第8章</b> | <b>結論</b>                                  | <b>62</b> |
| 謝辞         |                                            |           |
| 引用文献       |                                            |           |

## 第1章 諸言

### 1-1 環境問題の軌跡

1760年代にイギリスで産業革命が始まり、世界中にその波が広がり、人々は地球から多くの資源を採取し、エネルギーの使用が増大していった。そして、第二次世界大戦が終結すると技術開発が進み、主要先進工業国は高い経済成長を遂げた。その一方で、環境負荷となる排水や排煙、廃棄物の量が急増することにより、世界各地で人々の生命や健康、自然環境に甚大な被害を及ぼす環境破壊が発生するようになった。

世界的に環境破壊が進む中、国連が1972年に初の環境問題に関する国連人間環境会議を開催し、環境問題に関する国際協調に向けた取り組みがスタートした。

その後、1975年にワシントン条約が締結、1992年に国連環境開発会議(地球サミット)が開催、2002年に持続可能な開発に関する世界首脳会議(ヨハネスブルク)が開催、2012年に国連持続可能な開発会議が開催され、2015年に持続可能な開発のための2030アジェンダが採択され、SDGsの考え方が共有された。

しかしながら、現状、環境問題の深刻化は止まらず、新しい環境問題もうまれている。

### 1-2 既往研究より

世界中で対策がとられているのにも関わらず、環境問題の深刻化が止まらず、新しい環境問題がうまれている。この矛盾に疑問をもち、既往研究からある仮説を立てた。

その既往研究とは、白鳥(2021).と檜崎(2023).である。白鳥(2021).の研究より、SDGsについての講義をした後では、SDGsにおける意識・行動の向上が起こっているということが明らかにされている<sup>1</sup>。そのため、知識は意識と行動に影響を与えるということがわかっている。さらに、檜崎(2023).の研究より、学生に対して調査を行ったところ、SDGsの名称は9割の学生が知っているが、SDGsの取り組みの具体的な内容まで実際には理解していない学生が多かったということが明らかになっている<sup>2</sup>。

これらのことから、環境問題における認知度(=言葉・意味・内容の理解度)がまだまだ低い状況であるため、人々の意識や行動力が低くなることにつながり、環境問題の深刻化は止まらず、新たな環境問題が生まれることになってしまっているのではないかと考える。

(図1)

<仮説>

地球環境問題に対する認知度(言葉・意味・内容の理解度)が低い



地球環境問題に対する意識や行動力が低くなっている



新たな地球環境問題が生まれたり、深刻化が進んでいる

図1：仮説のイメージ化

### 1-3 研究背景・目的

以上のことから、逆に今行動されている取り組みについての傾向を知ることができれば、今後の行動指標につながるのではないかと考えた。また、その行動や認知度と情報入手手段を掛け合わせてみることでより良い広報手段を見つけることもできるのではないかと考えた。このことを明らかにすることで、今後の環境問題に関する広報や行動の提案に繋げていきたい。

加えて、SDGsに関連するような取り組みの事例の認識や行動を一般市民はとっているにもかかわらず、SDGsとのつながりに気づいていない一般市民が存在している。この点にこの研究課題の本質があるのではないかと考える。そこで本研究では全国的な取り組みであるエコバッグのみならず、都市緑化や環境学習等のイベントや政策的取り組みに熱心な兵庫県のイベント参加者を対象にSDGsの認知度や行動力に関する調査を行なった。また、SDGsを正しく理解しているかをはかるためのSDGsクイズを行なった。さらに、SDGsクイズと兵庫県で行われている取り組みの認知度や参加経験などと相互関係を見ることで、SDGsの認識の相互性からみた兵庫県の取り組みの課題を検討する。

そして、研究テーマとして環境問題では範囲が広すぎるため、最近テレビなどのマスメディアで取り上げられることが多く、世間の認知度と行動力をはかれる可能性の高い、SDGsに注目した。SDGs(持続可能な開発目標)とは、環境問題への対策が難航する中、2015年9月に開催された国際サミットで「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中で掲げられたものである。そして現在、最も注目が集まっている環境問題に関連するキーワードである。SDGsとは、17のゴール・169のターゲットで構成されており、地球上の「誰一人取り残さない」ことを誓っている、2030年までに持続可能でより良い世界を目指す国際目標である。スウェーデンの首都・ストックホルムにあるレジリエンス研究所の所長であるヨハン・ロックストローム博士によりSDGsの概念を表すSDGsウェディングケーキモデルが提唱された(図2)<sup>3</sup>。このモデルでは、生物の基盤があることで私たちの社会、そしてお金を生み出すための経済が成りたつという概念を表している。さらに、全ての目標は密接につながっており、個別に達成するものではないことも伝えている。このように、人が生活するには基盤である自然が重要ではあるが、世間的に蔑ろにされている傾向が続いている。そのため、自然が世間の人々にとって身近なものになり、共生したいと考えてもらえるようにしていきたい。また、今回の調査地である兵庫県では阪神・淡路大震災以降、公園緑地等のオープンスペースの重要性が提唱され、一人と自然、人と人、人と社会が調和する「共生社会」づくりを掲げてきた<sup>4</sup>。そのため、都市緑化や公園等のオープンスペースの確保に力を注いできた歴史を初めてとした特色ある取り組みが行われている。まさに、SDGsの中でも目標11、13、15に相当する取り組みを進めてきた歴史があるため、その3つの目標に注目した。

これらのことから、SDGsウェディングケーキモデルを参考に、以上の概念をSDGsの17のアイコンから目標11、13、15を独自に抽出し、オリジナルモデルとして表した(図3)。この考え方をもとにアンケート調査を行った。

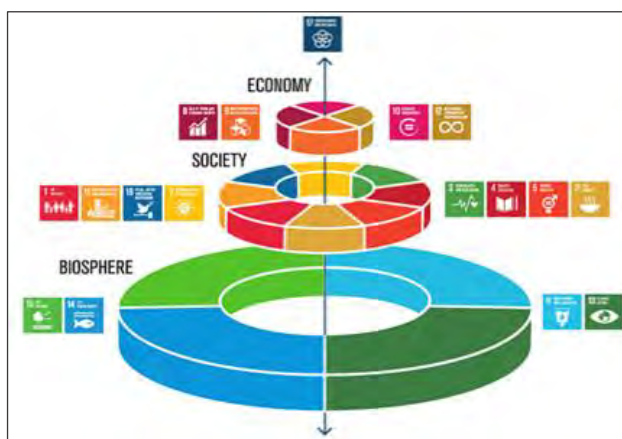


図 2 : SDGs ウェディングケーキモデル



図 3 : オリジナルモデル

## 第2章 研究方法

### 2-1 研究フロー

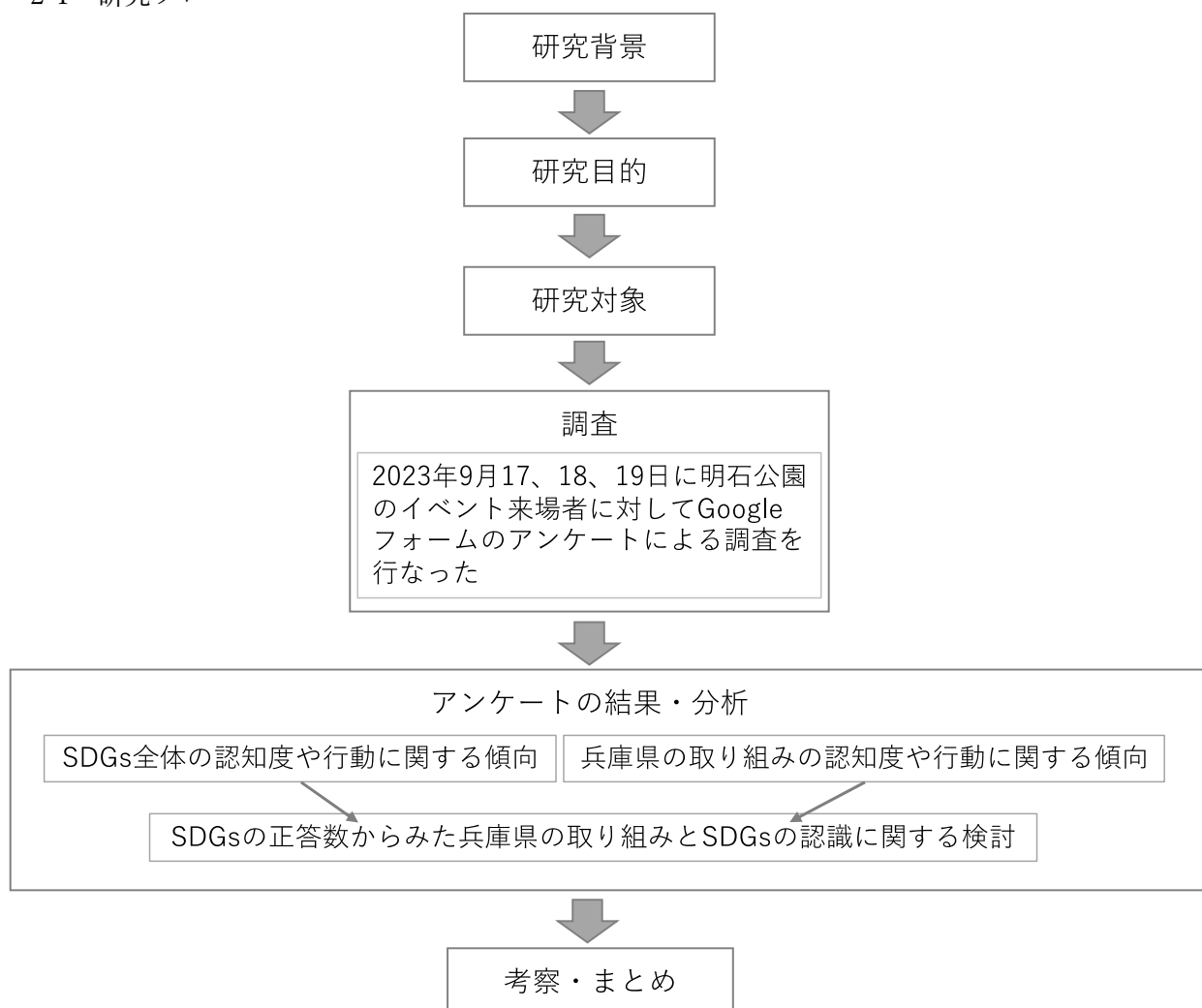


図4：研究フローの図式化

### 2-2 調査対象地・日時・方法

本研究対象地として、兵庫県明石市に位置する兵庫県立明石公園を選定した。（以下、兵庫県立明石公園を明石公園と表記する）公園の選定基準として、以下のことが挙げられる。

- ・交通アクセスがよく、年間を通じて多くの方が訪れており、イベント利用者も多くなりアンケート回答数を確保できると考えたため
- ・明石公園では、ロハスミーツなどの独自のイベントやイベント誘致を行うだけでなく、近隣小学校を招いた環境学習などの環境関連のイベントを行っているため
- ・兵庫県では緑化に力を入れた活動をしており、

#### 2-2-1 調査対象地と調査対象イベントの概要

明石公園で「花と緑に関する県民意識の向上や、花と緑あふれるまちづくりや暮らしづく

りを一層躍進し、跳躍する兵庫づくりの一翼を担う」目的で毎年開催されている「2023 ひょうごまちなみガーデンショー in 明石」を対象としてアンケート調査を行った。イベントは、2023 年 9 月 17 日(日)～2023 年 9 月 24 日(日)の 1 週間開催され、2023 年 9 月 17 日(日)・18 日(月)・19 日(火)の 3 日間で調査を行った。アンケートは Google フォームを用いて行った。



写真 1：イベント、アンケート調査の様子

### 2-3 アンケート調査項目

調査対象者はイベント利用者とし、イベントを楽しんでもらった後にアンケート回答をしてもらった。アンケート内容として回答者の基本情報に関する項目を 12 項目、開催イベントに関する項目を 17 項目、SDGs に関する項目を 39 項目設定した。本調査は Google フォームのアンケートで実施をし、有効回答数として 141 件の回答を得た。

今回の調査では回答数確保に向けて回答者に対するアンケートのお礼として花ポット(ミスティックスパイヤーブルー等 9 種類)を用意した。

なお、今回調査した内容は、個人が特定されるような分析は行わないこと、今回の調査は漏洩せず調査や分析が終わり次第、破棄することを伝えた。

表1：イベント利用者を対象としたアンケート調査項目一覧

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>&lt;アンケート協力のお願ひ&gt;</p> <p>私たちは、東京都市大学環境学部・飯島ゼミの研究グループです。</p> <p>この度、本イベント会場において、「2023 ひょうごまちなみガーデニンショーin 明石」の利用調査、環境問題や自治体の取り組みに関する認知度、SDGs の認識や行動に関するアンケートを行っております。</p> <p>全●設問で、所要時間は 15 分程度ですが、何卒ご協力のほどお願いします。</p> <p>※なお本アンケート結果は集計後、関連団体への報告、学会、研究会等で発表する可能性があります、個人が特定されることはございません。</p>                                                       |                                                                                                      |
| 1. あなたについて                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                      |
| 1-1 あなたのお住まい(都道府県&市町村)を教えてください。(例：兵庫県明石市)                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>県</span> <span>市・町・村</span> </div> |
| 1-2 あなたの性別を教えてください。<br><input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女 <input type="checkbox"/> その他                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                      |
| 1-3 あなたの年齢を教えてください。<br><input type="checkbox"/> 10 代 <input type="checkbox"/> 20 代 <input type="checkbox"/> 30 代 <input type="checkbox"/> 40 代 <input type="checkbox"/> 50 代 <input type="checkbox"/> 60 代 <input type="checkbox"/> 70 代 <input type="checkbox"/> 80 代以上                                                                                |                                                                                                      |
| 1-4 あなたの配偶者の有無を教えてください。<br><input type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                      |
| 1-5 あなたのお子様の有無を教えてください。<br><input type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                      |
| 1-6 あなたのご職業を教えてください。<br><input type="checkbox"/> 管理職 <input type="checkbox"/> 一般社員 <input type="checkbox"/> 公務員・団体職員 <input type="checkbox"/> 自営業 <input type="checkbox"/> 専業主婦・主夫 <input type="checkbox"/> 学生<br><input type="checkbox"/> アルバイト、派遣・契約社員 <input type="checkbox"/> 農業・林業・水産業 <input type="checkbox"/> 無職 <input type="checkbox"/> その他( ) |                                                                                                      |
| 1-7 あなたの住まい方のパターンを教えてください。<br><input type="checkbox"/> 戸建て住宅 <input type="checkbox"/> 戸建て住宅庭付き <input type="checkbox"/> アパート <input type="checkbox"/> マンション <input type="checkbox"/> その他( )                                                                                                                                                             |                                                                                                      |
| 1-8 あなたは本日何人でいらっしゃいましたか。(回答者であるあなた自身を含んでお答えください。)<br><input type="checkbox"/> 1 人 <input type="checkbox"/> 2 人 <input type="checkbox"/> 3 人 <input type="checkbox"/> 4 人 <input type="checkbox"/> その他( 人)                                                                                                                                               |                                                                                                      |
| 1-9 本日一緒に来られた方とのご関係を教えてください。<br><input type="checkbox"/> ご家族 <input type="checkbox"/> ご友人 <input type="checkbox"/> 恋人 <input type="checkbox"/> ご近所の方 <input type="checkbox"/> その他( )                                                                                                                                                                    |                                                                                                      |
| 1-10 今回、あなたは主にどのような交通手段で会場にいらっしゃいましたか。1 番利用(時間が長いもの)した交通機関をお答えください。<br><input type="checkbox"/> 徒歩 <input type="checkbox"/> 鉄道 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> バス <input type="checkbox"/> その他( )                                                                                                                                   |                                                                                                      |
| 1-11 所要時間はどのくらいかかりましたか。<br><input type="checkbox"/> 0 分以上～30 分未満 <input type="checkbox"/> 30 分以上～1 時間未満 <input type="checkbox"/> 1 時間以上～1 時間 30 分未満 <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                            |                                                                                                      |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 時間 30 分以上～2 時間未満 <input type="checkbox"/> 2 時間以上～2 時間 30 分未満 <input type="checkbox"/> 2 時間 30 分以上～3 時間未満 <input type="checkbox"/> 3 時間以上                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 1-12 あなたは、植物や緑に関心がありますか。<br><input type="checkbox"/> 関心がある <input type="checkbox"/> 関心がない                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 2. イベントについて                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 2-1 イベント全体の満足度<br><input type="checkbox"/> とても満足した <input type="checkbox"/> 満足した <input type="checkbox"/> どちらでもない <input type="checkbox"/> まあまあ不満がある <input type="checkbox"/> 不満がある                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 2-2 「とても満足した」、「満足した」をお答えされた方にお聞きします。「とても満足した」、「満足した」と答えられた理由を記述してください。<br>2-1 で「どちらでもない」、「まあまあ不満がある」、「不満がある」と答えられた方は、「特になし」と記述してください。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 2-3 2-1 で「不満がある」、「まあまあ不満がある」とお答えされた方にお聞きします。「不満がある」、「まあまあ不満がある」と答えられた理由を記述してください。<br>2-1 で「どちらでもない」、「とても満足した」、「満足した」と答えられた方は、「特になし」と記述してください。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2-4 この質問は、アンケートの正確性を図るためのものです。次の選択肢から「黄緑色と水色」の組み合わせの同じ選択肢を選んでください。<br><input type="checkbox"/> 赤色と黄色 <input type="checkbox"/> 黄色と橙色 <input type="checkbox"/> 黄色と緑色 <input type="checkbox"/> 黄緑色と緑色 <input type="checkbox"/> 黄緑色と青色 <input type="checkbox"/> 桃色と黄色 <input type="checkbox"/> 白色と赤色                                                                                                                                                                   |
| 2-5 あなたは、どのショップや体験を利用しましたか。(複数選択可)<br><input type="checkbox"/> ガーデンコンペ・ひょうご <input type="checkbox"/> ボルダリング体験 <input type="checkbox"/> 夢プラン <input type="checkbox"/> あかし SDGs パートナーズ <input type="checkbox"/> ワークショップ・イベント <input type="checkbox"/> 明石高校かわいい銘柄プロジェクト <input type="checkbox"/> 鎧兜試着体験 <input type="checkbox"/> 農水産系高校生による物販&各種ショップ <input type="checkbox"/> アグリハイスクールガーデン <input type="checkbox"/> 出品作品ガイドツアー <input type="checkbox"/> 花と緑のガーデニング相談 |
| 2-6 あなたが、利用したショップや体験の感想を教えてください。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 2-7 今回のようなイベントにまた参加したいと思いますか<br><input type="checkbox"/> 参加したい <input type="checkbox"/> 参加したくない <input type="checkbox"/> どちらでもない                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 2-8 今回は、イベントを目的として明石公園に来られましたか？<br><input type="checkbox"/> イベントを目的として来た <input type="checkbox"/> イベントが目的ではない                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2-9 明石公園で毎年開催され、今年 31 回目を迎えた「ひょうごまちなみガーデンショー」に過去に何回参加したことがありますか<br><input type="checkbox"/> 10 回以上(今回の参加で 11 回目以上) <input type="checkbox"/> 9 回(今回の参加で 10 回目) <input type="checkbox"/> 8 回(今回の参加で 9 回目) <input type="checkbox"/> 7 回(今回の参加で 8 回目) <input type="checkbox"/> 6 回(今回の参加で 7 回目) <input type="checkbox"/> 5 回(今回の参加で 6 回目) <input type="checkbox"/> 4 回(今回の参加で 5 回目) <input type="checkbox"/> 3 回(今回の参加で 4 回目)                                          |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 2 回(今回の参加で 3 回目) <input type="checkbox"/> 1 回(今回の参加で 2 回目) <input type="checkbox"/> 0 回(今回の参加が初めて)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p>2-10 あなたは、「ひょうごまちなみガーデンショー」の存在を何で知りましたか。</p> <p><input type="checkbox"/>花と緑のまちづくりセンター公式 HP <input type="checkbox"/>明石公園公式 HP <input type="checkbox"/>テレビ <input type="checkbox"/>新聞 <input type="checkbox"/>ラジオ <input type="checkbox"/>Instagram <input type="checkbox"/>X(元 Twitter) <input type="checkbox"/>Facebook <input type="checkbox"/>インターネット <input type="checkbox"/>子供 <input type="checkbox"/>学校 <input type="checkbox"/>行政からの広報 <input type="checkbox"/>たまたま立ち寄ったら開催していた <input type="checkbox"/>知らなかった <input type="checkbox"/>その他( )</p>                                             |
| <p>2-11 「ひょうごまちなみガーデンショー」は、「花と緑に関する県民の意識の向上や、花と緑あふれるまちづくりや暮らしづくりを一層推進し、躍進する兵庫づくりの一翼を担う」という目的があることを知っていますか。</p> <p><input type="checkbox"/>知っている <input type="checkbox"/>知らなかった</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>2-12 あなたは、「ひょうごまちなみガーデンショー」の目的を何で知りましたか。</p> <p>2-10 で「知らなかった」と答えられた方は、選択肢の「知らなかった」を選択してください。</p> <p><input type="checkbox"/>花と緑のまちづくりセンター公式 HP <input type="checkbox"/>明石公園公式 HP <input type="checkbox"/>テレビ <input type="checkbox"/>新聞 <input type="checkbox"/>ラジオ <input type="checkbox"/>Instagram <input type="checkbox"/>X(元 Twitter) <input type="checkbox"/>Facebook <input type="checkbox"/>インターネット <input type="checkbox"/>子供 <input type="checkbox"/>学校 <input type="checkbox"/>行政からの広報 <input type="checkbox"/>イベントの中で <input type="checkbox"/>知らなかった <input type="checkbox"/>その他( )</p> |
| <p>2-13 あなたは、「ひょうごまちなみガーデンショー」の存在と目的を知って来年以降も参加したいと思いますか。</p> <p><input type="checkbox"/>毎年参加したい <input type="checkbox"/>2,3 年に 1 回参加したい <input type="checkbox"/>5 年に 1 回参加したい <input type="checkbox"/>特に参加したいと思わない</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p>2-14 あなたは普段、鉢物をご購入されることはありますか。</p> <p><input type="checkbox"/>購入する <input type="checkbox"/>購入しない</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p>2-15 2-14 で「購入する」と答えられた方にお聞きます。普段、どんな植物を購入されているか教えてください(複数選択可)。</p> <p>2-14 で「購入しない」と答えられた方は、選択肢の「購入しない」を選択してください。</p> <p><input type="checkbox"/>花鉢 <input type="checkbox"/>観葉植物 <input type="checkbox"/>多肉植物(サボテン等) <input type="checkbox"/>盆栽・植木 <input type="checkbox"/>購入しない <input type="checkbox"/>購入しない</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p>2-16 今回のイベントで、鉢物などの花や緑を購入しましたか(複数選択可)。</p> <p>購入していない方は、選択肢の「購入しなかった」にチェックをお願いいたします。</p> <p><input type="checkbox"/>花鉢 <input type="checkbox"/>観葉植物 <input type="checkbox"/>多肉植物(サボテン) <input type="checkbox"/>盆栽・植木 <input type="checkbox"/>購入しなかった <input type="checkbox"/>その他( )</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>2-17 今回のイベントを通して、鉢物などのお花や緑を購入したいと思いましたか。</p> <p><input type="checkbox"/>購入したい <input type="checkbox"/>購入したいと思わなかった</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3-9 あなたは、エコバッグの存在をどの媒体をきっかけで知りましたか。</p> <p><input type="checkbox"/>テレビ <input type="checkbox"/>新聞 <input type="checkbox"/>ラジオ <input type="checkbox"/>Instagram <input type="checkbox"/>X(元 Twitter) <input type="checkbox"/>Facebook <input type="checkbox"/>インターネット <input type="checkbox"/>子供 <input type="checkbox"/>学校 <input type="checkbox"/>行政からの広報 <input type="checkbox"/>その他( )</p>                                                                                                                                                                            |
| <p>3-8 あなたは、エコバックを使う目的は「自然環境を守ること」であり、</p> <p>①レジ袋を製造する家庭と焼却する過程で発生する二酸化炭素の排出量削減</p> <p>②レジ袋による海洋プラスチックの削減</p> <p>が重視されたことを知っていますか。</p> <p><input type="checkbox"/>よく知っている <input type="checkbox"/>聞いたことはある <input type="checkbox"/>初めて聞いた</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p>3-11 3-10 で「よく知っている」、「聞いたことがある」と答えられた方にお聞きします。</p> <p>あなたは、どの媒体からエコバッグの目的のことを知りましたか。</p> <p>3-10 で「初めて聞いた」と答えられた方は、選択肢の「聞いたことない」にチェックをお願いいたします。</p> <p><input type="checkbox"/>テレビ <input type="checkbox"/>新聞 <input type="checkbox"/>ラジオ <input type="checkbox"/>Instagram <input type="checkbox"/>X(元 Twitter) <input type="checkbox"/>Facebook <input type="checkbox"/>インターネット <input type="checkbox"/>子供 <input type="checkbox"/>学校 <input type="checkbox"/>行政からの広報 <input type="checkbox"/>聞いたことない <input type="checkbox"/>その他( )</p>                                |
| <p>3-12 あなたは、明石公園でも開催されている神戸市、明石市を中心に兵庫県、大阪府の公園で開催されている「ロハスミーツ」に過去何回参加したことがありますか。</p> <p><input type="checkbox"/>10 回以上 <input type="checkbox"/>9 回 <input type="checkbox"/>8 回 <input type="checkbox"/>7 回 <input type="checkbox"/>6 回 <input type="checkbox"/>5 回 <input type="checkbox"/>4 回 <input type="checkbox"/>3 回 <input type="checkbox"/>2 回 <input type="checkbox"/>1 回 <input type="checkbox"/>一度も参加したことない</p>                                                                                                                                                  |
| <p>3-13 あなたは、「ロハスミーツ」の存在を何で知りましたか。</p> <p>知らない方は、選択肢の「知らない」を選択してください。</p> <p><input type="checkbox"/>ロハスミーツ公式 HP <input type="checkbox"/>明石公園公式 HP <input type="checkbox"/>テレビ <input type="checkbox"/>新聞 <input type="checkbox"/>ラジオ <input type="checkbox"/>Instagram <input type="checkbox"/>X(元 Twitter) <input type="checkbox"/>Facebook <input type="checkbox"/>インターネット <input type="checkbox"/>子供 <input type="checkbox"/>学校 <input type="checkbox"/>行政からの広報 <input type="checkbox"/>たまたま立ち寄ったら開催していた <input type="checkbox"/>知らない <input type="checkbox"/>その他( )</p> |
| <p>3-14 ロハスとは、「LOHAS(Lifestyles Of Health And Sustainability)」のことで、「健康と持続可能な生き方を目指す人たち」のことである。そして、「ロハスミーツ」とは、「いろいろな生き方の『ろ』、はじめから考え直してみるの『は』、住みたいまちづくりの『す』の3文字で『ロハス』とし、「さまざまな価値観の私たちが、しっかりと未来を見据えて物事を捉え直し、私たち自身の手で住みよいまち、住みたいまちづくりを目指そう」と思う住民の集まりで、『ロハス』が様々な方や地域や出店してくださるオーナーさんと『ミーツ・Meets』で会えること」を目的としていることを知っていますか。</p> <p><input type="checkbox"/>知っている <input type="checkbox"/>知らなかった</p>                                                                                                                                                                                 |
| <p>3-15 3-14 で「知っている」と答えられた方にお聞きします。あなたは、「ロハスミーツ」の目的を何で知りましたか。</p> <p>3-14 で「知らなかった」と答えられた方は、選択肢の「知らなかった」を選択してくだ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ( )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>3-23 あなたは、「環境体験事業」の存在と目的を知って、参加できるなら参加したいと思いますか。</p> <p><input type="checkbox"/>参加したい <input type="checkbox"/>参加したくない <input type="checkbox"/>どちらでもない</p>                                                                                                                                                                 |
| <p>3-24 今年から、「地球温暖化」ではなく「地球沸騰の時代」と言われるようになっていることは知っていますか。</p> <p><input type="checkbox"/>知っている <input type="checkbox"/>知らない</p>                                                                                                                                                                                              |
| <p>3-25 これまで、あなたが「地球温暖化」対策のために過去にしてきたことを教えてください。(複数選択可)</p> <p><input type="checkbox"/>節電 <input type="checkbox"/>節水 <input type="checkbox"/>緑化(花や緑を育てる) <input type="checkbox"/>車の利用を減らす <input type="checkbox"/>エアコンの温度を上げる or 下げる</p> <p><input type="checkbox"/>地球温暖化を意識した取り組みは行っていない <input type="checkbox"/>その他( )</p> |
| <p>3-26 あなたは、「地球温暖化」から「地球沸騰の時代」と言われるほど、気温上昇が起きた夏を経験して、今までと比べて「地球温暖化」への対策や行動を自分も取るべきだと思えるようになりましたか。</p> <p><input type="checkbox"/>とても思う <input type="checkbox"/>まあまあ思う <input type="checkbox"/>あまり思わない <input type="checkbox"/>全く思わない</p>                                                                                    |
| <p>3-27 この夏を経験して、これから自分が取り組んでみたいと思う取り組みを選択してください。</p> <p><input type="checkbox"/>節電 <input type="checkbox"/>節水 <input type="checkbox"/>緑化(花や緑を育てる) <input type="checkbox"/>車の利用を減らす <input type="checkbox"/>エアコンの温度を上げる or 下げる</p> <p><input type="checkbox"/>特に行いたい取り組みはない <input type="checkbox"/>その他( )</p>               |
| <p>3-28 地球温暖化の対策として、自然の力を利用していることを知っていますか。</p> <p><input type="checkbox"/>知っている <input type="checkbox"/>知らない</p>                                                                                                                                                                                                             |
| <p>3-29 地球温暖化への対策で自然の力を利用するために、様々な場所で緑を増やそうとしています。都市ではその方法として都市緑化(壁面緑化、屋上緑化、沿道緑化など)が行われていますが、その存在を知っていますか。</p> <p><input type="checkbox"/>知っている <input type="checkbox"/>知らない</p>                                                                                                                                             |
| <p>3-30 都市緑化がされていることで、地球温暖化への対策だけではなく、</p> <p>①緑化されている周辺の温度上昇の緩和につながりヒートアイランド現象への対策をすることができる</p> <p>②建物の保護につながる</p> <p>③冷暖房の節約になる</p> <p>④緑が癒し効果を持つため、集客効果や宣伝効果がある</p> <p>⑤自然を感じることで爽快感や安心感を得られるため、快適性が向上する</p> <p>これらの効果があるということを知っていますか。</p> <p><input type="checkbox"/>知っている <input type="checkbox"/>知らない</p>             |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3-31 これらの効果があることを踏まえて、都市緑化や自宅での緑化をした方がいい、してみたいと思いますか。</p> <p><input type="checkbox"/>した方がいいし、してみたいと思う <input type="checkbox"/>した方がいいとは思いますが、してみたいとは思わない <input type="checkbox"/>した方がいいとも、してみたいとも思わない <input type="checkbox"/>既に取り組んだことがある</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>3-32 兵庫県では、緑化活動を推進するために「県まちなみ緑化事業」というものを行っています。その存在を知っていますか。</p> <p><input type="checkbox"/>知っている <input type="checkbox"/>知らない</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p>3-33 3-31 で「すでに取り組んだことがある」と選択された方にお聞きします。</p> <p>あなたは、どんな機会緑化をすることになったのか教えていただけると幸いです。</p> <p>緑化をしたことがない方は、お手数ですが「したことがない」とご記入ください。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p>3-34 あなたは、「ひょうごまちなみガーデンショー」以外の目的で明石公園に訪れたことがありますか。</p> <p><input type="checkbox"/>ある <input type="checkbox"/>ない</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>3-35 3-34 で「ある」と答えた方にお聞きします。あなたは、明石公園にどのくらいの頻度で訪れていますか。</p> <p>初めて来られた方は、選択肢の「初めて」を選択してください。</p> <p><input type="checkbox"/>週 2、3 回以上 <input type="checkbox"/>週 1 回以上 <input type="checkbox"/>月 2 回程度 <input type="checkbox"/>月 1 回程度 <input type="checkbox"/>2、3 ヶ月に 1 回程度 <input type="checkbox"/>半年に 1 回程度 <input type="checkbox"/>1 年に 1 回程度 <input type="checkbox"/>数年に 1 回程度 <input type="checkbox"/>初めて</p>                                                                                                                                                         |
| <p>3-36 3-34 で「ある」と答えられた方にお聞きします。</p> <p>あなたは何の目的で明石公園に訪れていますか。</p> <p>初めてこられた方は、選択肢の「来たことが無い」を選択してください。</p> <p><input type="checkbox"/>散歩 <input type="checkbox"/>花見や雪見など季節の風物の鑑賞 <input type="checkbox"/>自然観察(鳥、植物など) <input type="checkbox"/>歴史に触れるため <input type="checkbox"/>写真撮影 <input type="checkbox"/>街に出たついでに <input type="checkbox"/>スポーツをするため <input type="checkbox"/>友達と遊ぶため <input type="checkbox"/>家族で遊ぶため <input type="checkbox"/>催し物を見に(ひょうごまちなみガーデンショーなど) <input type="checkbox"/>友人や家族に誘われて <input type="checkbox"/>来たことがない <input type="checkbox"/>その他</p> |
| <p>3-37 3-34 で「ない」と答えられた方にお聞きします。</p> <p>今までに来られなかった理由を教えてください。</p> <p>過去に訪れたことがある方は、選択肢の「過去に訪れたことがある」を選択してください。<input type="checkbox"/>行きたいが時間や機会がなかったから <input type="checkbox"/>行きたいと思う魅力がなかったから <input type="checkbox"/></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p>3-38 明石公園にはさまざまな社会的役割があると考えられます。あなたは、どのような役割が重要であると考えますか。(複数選択可)</p> <p><input type="checkbox"/>観光資源 <input type="checkbox"/>景観保全 <input type="checkbox"/>歴史的・文化的遺産 <input type="checkbox"/>兵庫県・明石市のシンボル <input type="checkbox"/>市民の憩い・安らぎの場 <input type="checkbox"/>都市中心部にある緑地 <input type="checkbox"/>多様な生物が住む自然環境 <input type="checkbox"/>自然環境教育の場 <input type="checkbox"/>スポーツ活性の場 <input type="checkbox"/>その他( )</p>                                                                                                                                                  |
| <p>3-39 その他、明石公園に関して日頃思っていること、ご意見などがあればご自由にお書</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

きください。

### 第3章 基本属性・公園・イベント満足度アンケート調査結果

#### 3-1 基本属性、公園についての調査結果

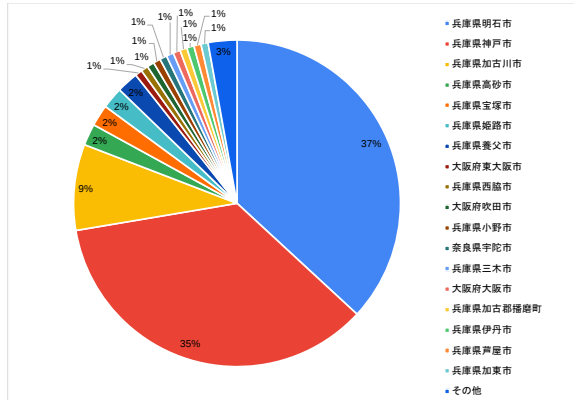


図5：来場者の住まい(1-1)

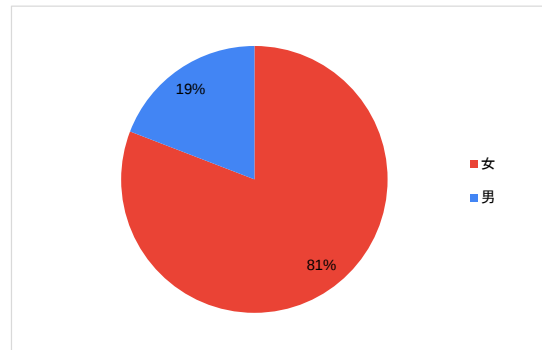


図6：来場者の性別(1-2)

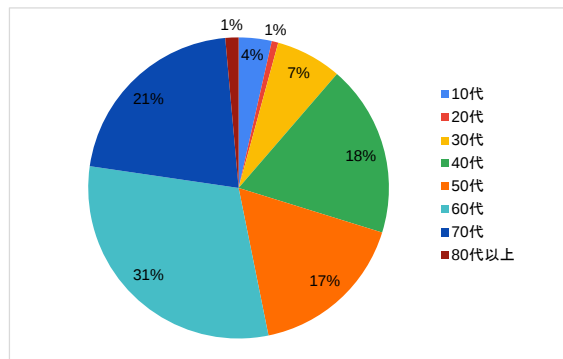


図7：来場者の年齢(1-3)

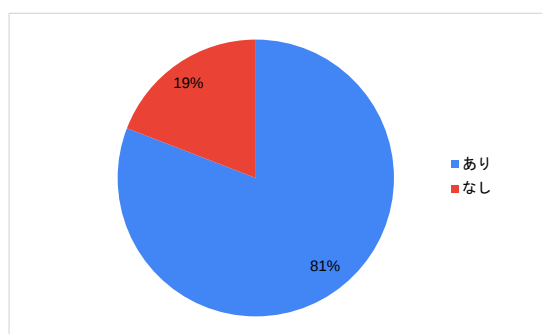


図8：来場者の配偶者の有無(1-4)

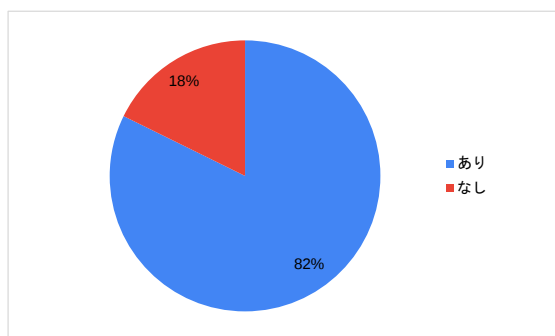


図9：来場者の子供の有無(1-5)

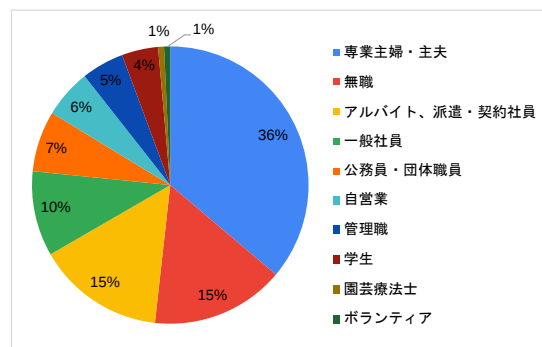
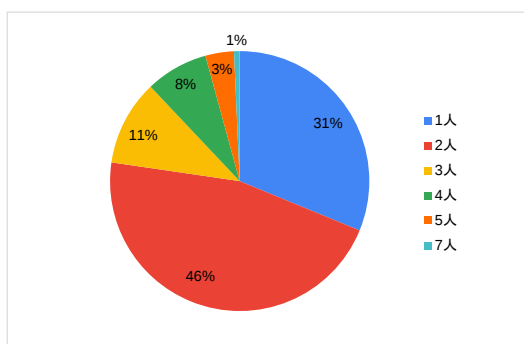
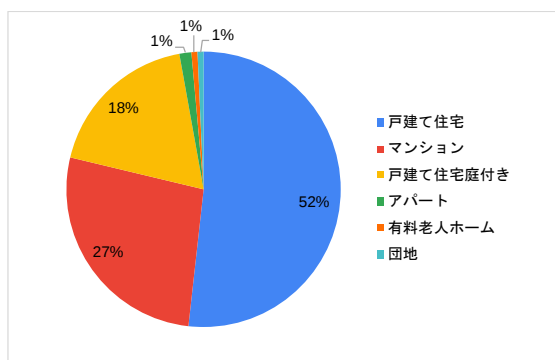


図10：来場者の職業(1-6)





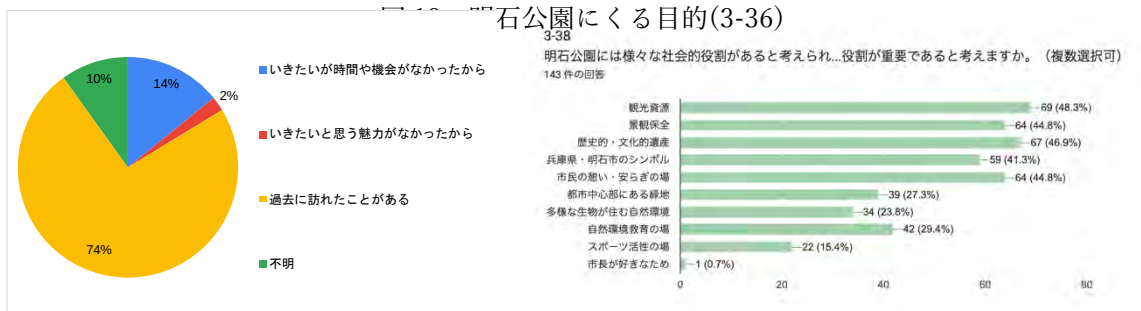


図 20：明石公園に来園しなかった理由(3-37)

図 21：明石公園の社会的役割(3-38)

1) イベント来場者の住まいは、「兵庫県明石市」37%、「兵庫県神戸市」35%、「兵庫県加古川市」9%となっており、イベント開催地である明石市周辺に住んでいる方が多い傾向がみられた(図 5)。しかし、近場だけではなく県外である大阪府や奈良県の参加者が合計 4%となっており、様々な方々にこのイベントは周知されているのではないかと考えられる。

2) イベント来場者の性別傾向は、「女性」81%、「男性」19%と女性の割合が多かった(図 6)。また、花に関連するイベントであったことから女性の割合が多い傾向になっているのでは無いかと考えられる。

3) イベント来場者の年齢は、「60 代」31%、「70 代」21%、「40 代」18%、「50 代」17%、「30 代」7%、「10 代」4%、「20 代」・「80 代以上」1%の順になっていた(図 7)。

4) イベント来場者の配偶者の有無は、「あり」81%、「なし」19%と配偶者がいらっしゃる方が多かった(図 8)。

5) イベント来場者のお子様の有無は、「あり」82%、「なし」18%とお子様がいいらっしゃる方が多かった(図 9)。

6) イベント来場者の職業は、「専業主婦・主夫」36%、「無職」15%、「アルバイト、派遣・契約社員」15%、「一般社員」10%、「公務員・団体職員」7%となっていた(図 10)。特定の職についていない方が過半数を占めていることと図 7 の年齢の傾向から、すでに現役を引退された方々が今回は多くアンケートに答えてくれたのでは無いかと考える。

7) イベント来場者の住まいのパターンは、「戸建て住宅」52%、「マンション」27%、「戸建て住宅庭付き」18%となっている(図 11)。戸建て住宅に住んでいる方が 70%とほとんどの割合を占めている。また、庭がついていない方が過半数を占めているため普段から自然と触れ合う機会が少ない人が多いのでは無いかと考えられている。

8) イベント来場者の同行来場人数は、「2 人」46%、「1 人」31%、「3 人」11%の順となっている(図 12)。

9) イベント来場者の同行者との関係として、「ご家族」50%、「1 人」31%、「ご友人」15%となっている(図 13)。

10) イベント来場者の会場までの主な交通手段は、「鉄道」36%、「車」34%、「徒歩」12%、自転車 9%、バス 7%となっている(図 14)。「鉄道」と「車」が圧倒的に多くなっていた。

11) イベント来場者の会場までの所要時間は、「0 分以上～30 分未満」45%、「30 分以上～1 時間未満」40%となっている(図 15)。図 14 より「鉄道」と「車」が他の交通手段よりも多くなっていることや図 15 の結果より、開催地の近い地域にお住まいの方がほとんどだったが、公園の近隣住民ではなく公園からは少し遠いところに住んでいる方が今回のイベントでは多く来園された傾向があるのではないかと考えられる。

12) イベント来場者の緑への関心は、「関心がある」99%、「関心がない」1%となっている(図 16)。よって、ほとんどの人が緑への関心があるということがわかった。

13) イベント来場者の明石公園に過去に訪れたことがあるかどうかを聞いたところ、「ある」81%、「ない」19%となっていた(図 17)。ほとんどの方がすでに明石公園に来られた方だったが、19%の方が初めて来られたため、ひょうごまちなみガーデンショーは明石公園に新しい人を呼ぶきっかけにもなっていると考えられる。

14) 明石公園に日常的に来られている方に明石公園への来園頻度を尋ねた。その結果、来園頻度はバラバラであり、利用頻度が少ない方が割合が高いことから日常的に明石公園を利用する頻度はあまり高くないのではないかと考えられる(図 18)。要因として、鉄道や車で来られる方が多いという基本属性から明石公園の近隣の住民の方が少ないことが影響していると考えられる。

15) 明石公園を日常的に利用される方に明石公園の来園目的を尋ねた。その結果、「催し物を見に(ひょうごまちなみガーデンショーなど)」20%、「花見や雪見など季節の風物の鑑賞」19%、「散歩」18%の順になっていた(図 19)。このことから、日常的な「散歩」で利用される方もいるが、圧倒的にイベントを目的に来られる方が明石公園には多いということがいえるのではないかと考えられる。

16) 明石公園を初めて来園された方に今まで来園されなかった理由を尋ねた。その結果、「いきたいが時間や機会がなかったから」14%、「いきたいと思う魅力がなかったから」2%となっていた(図 20)。これらのことから、今まで明石公園に来園されなかった方は、来園する機会や時間がなかったことが主な理由であるということがわかった。そのため、明石公園でイベント等を開くことは大事になってくるのではないかと考えられる。

17) 明石公園の社会的役割をイベント来場者に尋ねた。その結果、「観光資源」約 48%、「歴史的・文化的遺産」約 47%、「景観保全」約 45%、「市民の憩い・安らぎの場」約 45%、「自然環境教育の場」約 30%、「都市中心部にある緑地」約 27%、「多様な生物が住む自然環境」24%、「スポーツ活性の場」15%となっていた。明石公園には、明石城や野球場、テニスコート、明石城武蔵の庭園があるため関連のある社会的役割の項目が高くなっていると考えられる。

### 3-2 イベント満足度アンケート調査結果

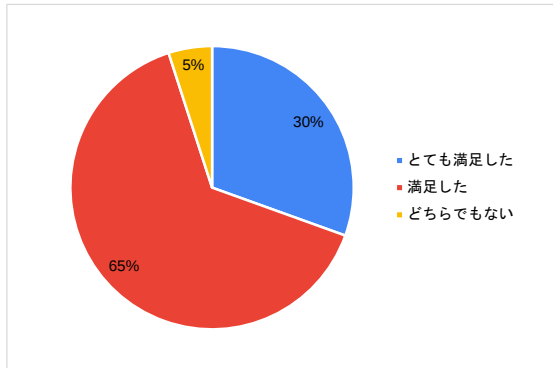


図 22：来場者のイベント満足度(2-1)

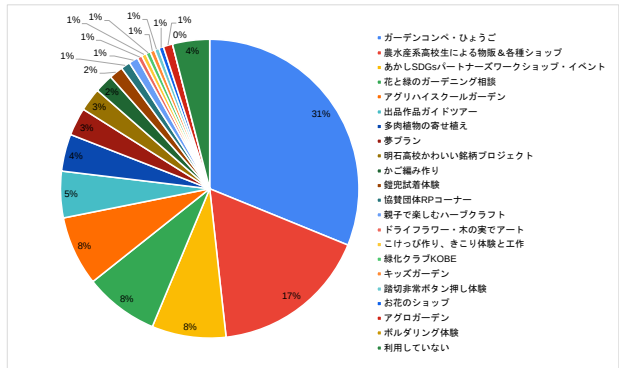


図 23：来場者の利用したショップ(2-5)

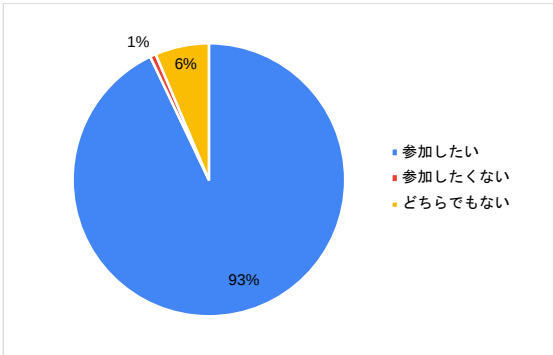


図 24：来場者のイベント参加意欲(2-7)

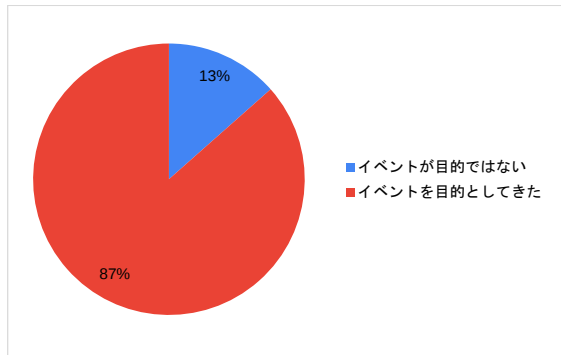


図 25：来場者のイベント目的の参加理由かどうか(2-8)

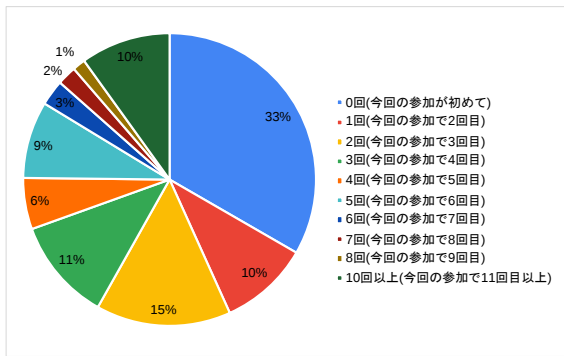


図 26：来場者のイベント過去参加回数(2-9)

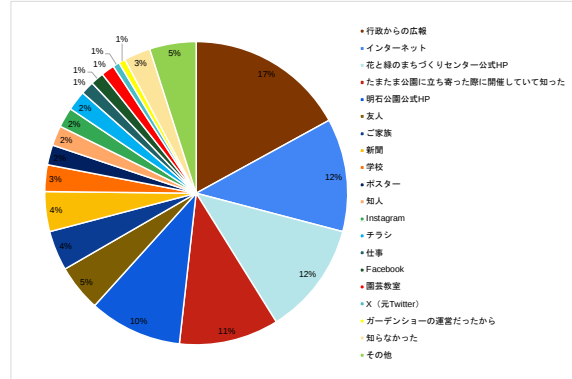


図 27：来場者のイベント知った情報媒体(2-10)

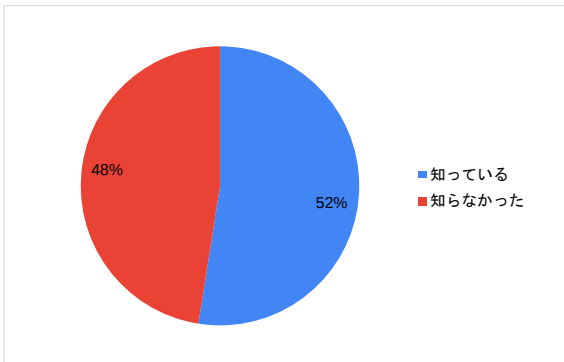


図 28：来場者のイベント目的認知度(2-11)

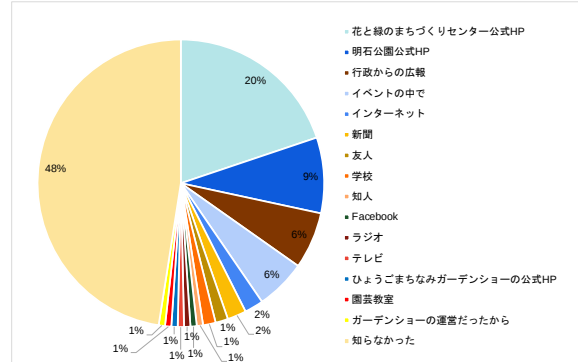


図 29：来場者のイベント目的情報媒体(2-12)

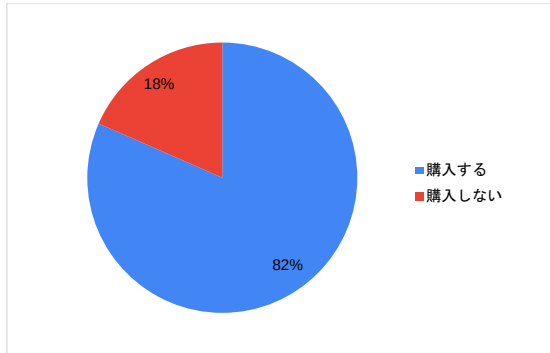
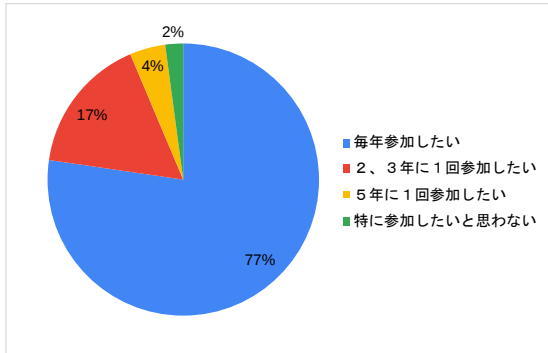


図 30：来場者のイベント参加意欲(詳細)(2-13) 図 31：来場者の日常的に鉢物購入するか(2-14)

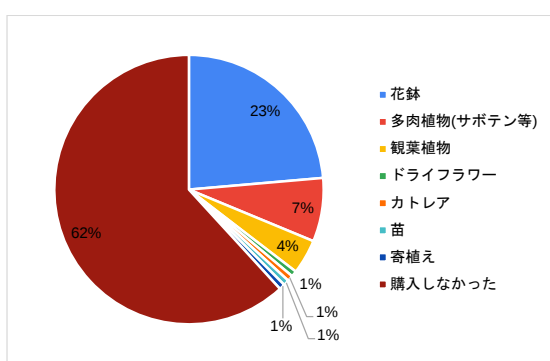
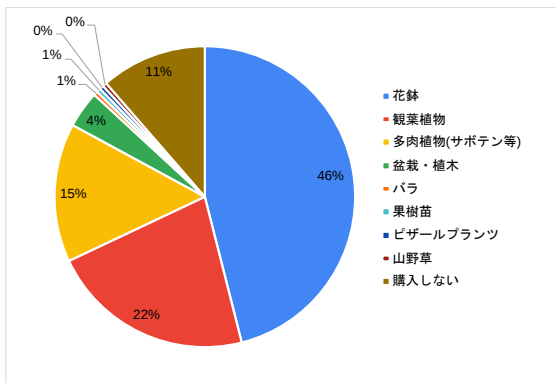


図 32：来場者の日常購入植物(2-15)

図 33：来場者のイベント購入植物(2-16)

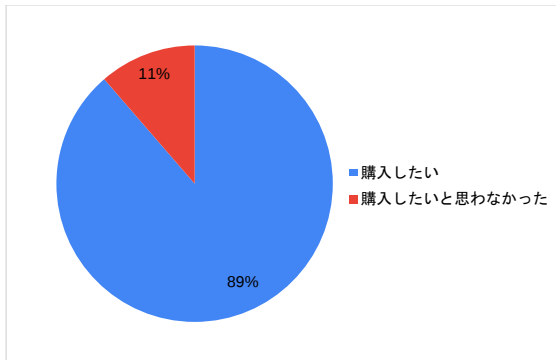


図 34：来場者のイベントでの鉢物購入意欲(2-17)

1) イベント満足度では、「とても満足した」30%、「満足した」65%、「どちらでもない」5%となっていた(図 22)。アンケートには「まあまあ不満がある」、「不満がある」という選択肢もあったが、その選択肢を回答した方はいなかった。このことから、ひょうごまちなみガーデンショーはイベントとして満足度が高いといえるのではないかと考えられる。

2) イベントで利用したショップを尋ねた。その結果、「ガーデンコンペ・ひょうご」31%、「農水産系高校生による物販&各種ショップ」17%、「あかし SDGs パートナーズワークショップ・イベント」・「花と緑のガーデニング相談」・「アグリハイスクールガーデン」8%と

なっていた(図 23)。「ガーデンコンペ・ひょうご」は、イベントに来られた方が必ず目にするものなので最も多く利用されているのではないかと考える。

3) イベント来場者の方にひょうごまちなみガーデンショーにまた参加したいかどうかを尋ねた。その結果、「参加したい」93%、「参加したくない」1%、「どちらでもない」6%となっていた(図 24)。従って、ひょうごまちなみガーデンショーは「イベントにまた来たい」と思う人が多い。3-2 の 1) で述べたことも合わせて、ひょうごまちなみガーデンショーというイベント全体の満足度が高いということがいえるのではないかと考えられる。

4) イベント来場者の方にイベントが目的で来園されたかを尋ねた。その結果、「イベントを目的としてきた」87%、「イベントが目的ではない」13%となっている(図 25)。よって、イベントは多くの方から知られているのではないかと考えられる。このことから、ひょうごまちなみガーデンショーは広い範囲に広報をすることができており、例年イベント参加者の人に満足してもらえイベントを開催することができているのではないかと考えられる。また、2007 年から開催され今年で 16 回目の開催となる歴史のあるイベントであるため地域の人に愛されよく知られているのではないのかと考えられる。

5) イベント来場者の方にひょうごまちなみガーデンショー過去参加回数を尋ねた。その結果、「0 回(今回の参加が初めて)」33%、「2 回(今回の参加で 3 回目)」15%、「3 回(今回の参加で 4 回目)」11%、「1 回(今回の参加で 2 回目)」10%の順になっており、「4 回(今回の参加で 5 回目)」以上は合わせて 31%である(図 26)。今回の参加で 2 回目となる人は合わせて 67%となっている。このことから 3-2 の 4) で述べたように「またイベントに来たい」とイベント参加者の人に思ってもらえ、満足してもらえイベントを開催することができているのではないかと考えられる。

6) イベント来場者の方にひょうごまちなみガーデンショーの存在を知った情報媒体を尋ねた。その結果、「行政からの広報」17%、「花と緑のまちづくりセンター公式 HP」12%、「インターネット」12%、「明石公園公式 HP」10%、「たまたま公園に立ち寄った際に開催していて知った」11%となっている(図 27)。その他にも多くの情報媒体から情報を得て知ったという方が 38%いらっしゃるため、様々な媒体からひょうごまちなみガーデンショーは情報を得ることができるということがわかった。また、「行政からの広報」、「花と緑のまちづくりセンター公式 HP」、「明石公園公式 HP」を利用されている方が多いことから、ひょうごまちなみガーデンショーの情報は公式広報から得ている人が多い。安定した情報を供給することができているため、イベントを目的として来られる方が多いのではないかと考えられる。

7) イベント来場者の方にひょうごまちなみガーデンショーの目的認知度を尋ねた。その結果、「知っている」52%、「知らなかった」48%となっていた(図 28)。図 27 と図 29 の傾向より、ひょうごまちなみガーデンショーは公式広報媒体から情報を入手する方が多いため、目的を目にする機会があり認知度が高くなっているのではないかと考えられる。

8) イベント来場者のイベント目的を知った経緯を尋ねた。その結果、「花と緑のまちづくりセンター公式 HP」20%、「明石公園公式 HP」9%、「行政からの広報」6%、「イベントの中で」6%となっている(図 29)。目的を知った経緯として公式 HP が上位に来ることから、3-2 の 7) で考察した通り、情報入手手段が公式の広報であるため目的を目にすることがあり目的認知度が高くなっているのではないかと考える。

9) イベント来場者の方にひょうごまちなみガーデンショーの参加頻度の意欲を尋ねた。その結果、「毎年参加したい」77%、「2、3 年に 1 回参加したい」17%、「5 年に 1 回参加したい」4%、「特に参加したいと思わない」2%となっている(図 30)。図 26 より、兵庫まちなみガーデンショーの過去参加回数を「0 回(今回が初めての参加)」と答えた方は、33%であった。また、「1 回(今回が 2 回目の参加)」以上を答えた方は 67%だった。以上のことから、10%(約 14 人)以上の新たなイベント来場者を獲得する事ができている、このことから、お客様に満足してもらえるイベントを開催する事ができているのではないかと考えられる。

10) ひょうごまちなみガーデンショーでは花や緑の普及を目的としているため、日常的に鉢物を購入されているかを尋ねた。その結果、「購入する」82%、「購入しない」18%となっている(図 31)。ほとんどの方が日常的に鉢物を購入されていた。

11) イベント来場者の方に、日常的に購入される植物の種類について尋ねた。その結果、「花鉢」46%、「観葉植物」22%、「多肉植物」15%となっている(図 32)。図 11 の住まいのパターンも含め、できるだけサイズが小さいものがよく買われているのではないかと考える。

12) イベント来場者の方に、イベント内で購入された植物について尋ねた。その結果、図 32 と同様の順になっていた(図 33)。ここでも、図 32 の傾向と同様できるだけサイズが小さいものが好まれていると考える。

13) ひょうごまちなみガーデンショーは「花と緑に関する県民の意識の向上や、花と緑あふれるまちづくりや暮らしづくりを一層推進し、躍進する兵庫づくりの一翼を担う」を目的として掲げており、花と緑の普及も目的としている。従って、今回のイベントを通して花などの鉢物を購入したいと思うようになったかを尋ねた。その結果、「購入したい」89%、「購入したいと思わなかった」11%となっている(図 34)。図 31 より、日常的に鉢物を買う方は

82%しかいなかったのが、7%増えた。この結果より、イベントの効果が出ているのではないかと考える。

表2：来場者のイベントの感想(2-2)

|                                                 |   |
|-------------------------------------------------|---|
| 1か所で色々な植物を見ることができる。高校生の作品が見れた。                  | 1 |
| イベントがある                                         | 1 |
| イベントに参加した                                       | 1 |
| いろいろな花をたくさん見れて嬉しいです。高校生が頑張っているの、毎年応援したいです。      | 1 |
| いろいろな植物を見れて楽しめた                                 | 1 |
| いろいろ体験できた                                       | 1 |
| お花がたくさんあったから                                    | 1 |
| お花がもらえた環境の勉強をしている方とお会いできた                       | 1 |
| お花が好きで見るのが好き。老人ホームでも花壇を借りている                    | 1 |
| お花が好きなので参考になります。                                | 1 |
| お花が素敵だから                                        | 1 |
| お花の種類が多いから                                      | 1 |
| お花をたくさん見ることができたから。                              | 1 |
| お花を見ると安心するから                                    | 1 |
| お友だちのお花やイベントが素晴らしかった                            | 1 |
| ガーデンショー始めに来たのでお花も生き生きしていてきれいでした。                | 1 |
| かわいい寄せ植えが出来るので                                  | 1 |
| きれいな花がたくさん見れたから                                 | 1 |
| きれいな所が多い                                        | 1 |
| たくさん作品が見られた                                     | 1 |
| たくさん展示物と即売                                      | 1 |
| たくさん見れた                                         | 1 |
| たのしい                                            | 1 |
| テナント色々工夫して楽しいし、色々な花も沢山見る事が出来て良かった。              | 1 |
| どちらでもない                                         | 1 |
| とてもきれかった                                        | 1 |
| とても暑い日なのに、皆さん頑張っておられる!                          | 1 |
| ブースがゆったりしているのでゆっくり見れる                           | 1 |
| ブースの人と話をして、思ってもないモノを購入出来た。踏切の非常ボタンを押す面白い体験が出来た。 | 1 |
| ワークショップが楽しかった                                   | 1 |
| ワークショップが楽しかった                                   | 1 |
| ワークショップでの体験が沢山あり楽しい                             | 1 |
| ワークショップの充実                                      | 1 |
| 安くでお花が買えた                                       | 1 |
| 以前は来た時は展示だけでしたが、いろんなブースがあつて良かったです。              | 1 |
| 園芸が好きで、家も沢山置いています                               | 1 |
| 可愛い苗があった                                        | 1 |
| 花がきれい、整っている                                     | 1 |
| 花がたくさん見れた                                       | 1 |
| 花が好き、個人個人がガーデニングに興味あるから                         | 1 |
| 花が好きだから植え替えの参考になります                             | 1 |
| 花が好きなので 素晴らしい寄せ植えを見られて良かったです                    | 1 |
| 花を見ることができる                                      | 1 |
| 花好きなので、毎年楽しみにしています。                             | 1 |
| 華やかで綺麗                                          | 1 |
| 皆さんの力作の作品がとてもすばらしかったから                          | 1 |
| 皆さん親切でした。                                       | 1 |
| 開放的な場所で植物が見れる事                                  | 1 |
| 街中にみどりが溢れている                                    | 1 |
| 楽しい                                             | 1 |
| 楽しかった                                           | 3 |
| 楽しかった。また、ガーデニングに励みたくなった                         | 1 |
| 楽しかったから                                         | 1 |
| 楽しく見れました                                        | 1 |
| 楽しそうな雰囲気だから。                                    | 1 |
| 楽しめた                                            | 1 |
| 鑑賞するだけでなく、参加できるイベントがあるから。                       | 1 |
| 関心のある植物だから                                      | 1 |

|                                            |   |
|--------------------------------------------|---|
| 寄せ植えがきれいだった                                | 1 |
| 寄せ植えが良かったです                                | 1 |
| 寄せ植えの展示に参加イベントが楽しかったです。                    | 1 |
| 寄せ植え体験に参加出来たから                             | 1 |
| 寄せ植えが参考になった                                | 1 |
| 寄せ植えが綺麗だった                                 | 1 |
| 気持ち良い空間でした                                 | 1 |
| 季節の植物が一同に若い一人達のガンバリに感動                     | 1 |
| 去年より参加イベントが少ないように感じたから                     | 1 |
| 近所に園芸ショップが無く、久々に色々購入できた                    | 1 |
| 好きだから                                      | 1 |
| 工夫や努力がみられる                                 | 1 |
| 酷暑の中 植物が良く管理されていること                        | 1 |
| 作品に創意工夫がある                                 | 1 |
| 私も出展したので                                   | 1 |
| 出展作品に工夫が見られた。                              | 1 |
| 暑いのに努力して感動                                 | 1 |
| 暑い時期なのに花を咲かせるのが大変なのに頑張っているところに感動した。        | 1 |
| 暑い中、丁寧に、手入れされていました。                        | 1 |
| 商品が安い                                      | 1 |
| 植物がたくさんある                                  | 1 |
| 植物が綺麗                                      | 1 |
| 植物に関心がありたまたま通りかかったので良かったです。                | 1 |
| 植物に興味があるので。                                | 1 |
| 植物の種類が多い                                   | 1 |
| 植物の販売もあるの嬉しいです                             | 1 |
| 植物を見られた                                    | 1 |
| 色々なワークショップに参加できた                           | 1 |
| 色々な体験あり.JRさんの踏切の緊急の体験とか中々できないこともできて良かったです。 | 1 |
| 色んなイベントがあつた                                | 1 |
| 色んなお花が見れました                                | 1 |
| 色んなブースがあり暑い中よく準備されて楽しませてくれた                | 1 |
| 色んな植物が見られた                                 | 1 |
| 食虫植物                                       | 1 |
| 食虫植物を間近に見られたから                             | 1 |
| 心の栄養になります                                  | 1 |
| 素敵なお花を買えたので                                | 1 |
| 素敵なブースが沢山あったから                             | 1 |
| 多肉の寄せ植えが楽しかった                              | 1 |
| 多肉植物の寄せ植えがとても嬉しかった👍👍                       | 1 |
| 知っている高校や施設などが出店していたから                      | 1 |
| 知らずに来ましたが、販売や電車イベントがあったため                  | 1 |
| 知る良いきっかけになった。                              | 1 |
| 珍しい草木、花々の寄せ植えが楽しみで毎年寄せて貰ってます               | 1 |
| 展示が充実している                                  | 1 |
| 展示だけでなく、さまざまな種類や幅広い年代に合うようなイベントがあったため。     | 1 |
| 展示には多くの工夫が感じられ、楽しめました暑い中ご苦労様です             | 1 |
| 日頃の疑問など相談できた                               | 1 |
| 入口の高校の〇`展示物が素晴らしいです。                       | 1 |
| 勉強になり、いい買い物もできた                            | 1 |
| 牧野富太郎さんをめぐる植物ツアーが良かった、花も多くてよかった            | 1 |
| 毎回 出品してるので                                 | 1 |
| 毎年しているブースが出店しているから。                        | 1 |
| 毎年大好きなイベントです                               | 1 |
| 毎年来ている                                     | 1 |
| 毎年来る。お花を自宅で栽培しているため、寄せ植えなどの参考にしているため。      | 1 |
| 無料で色々体験させて貰えた                              | 1 |
| 目にいい                                       | 1 |
| 目の保養                                       | 1 |
| 優しい人が多い                                    | 1 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 友達の作品を見学出来た。          | 1  |
| 様々な作品が今後の参考になった       | 1  |
| 様々な植物がたくさんあってとても綺麗でした | 1  |
| 様々な体験や品物かが見れた         | 1  |
| 力作がたくさん拝見できたから        | 1  |
| 緑が多く、業界の発展を感じた        | 1  |
| 緑豊かな公園の中で興味深い展示が見られた。 | 1  |
| 綺麗だったから               | 1  |
| 綺麗です                  | 1  |
| 綺麗な花が安く売ってる           | 1  |
| 特に無し                  | 1  |
| 特になし                  | 10 |

表2では、イベントの感想を自由記述で回答してもらった。その結果、「花」、「寄せ植え」、「植物」というワードが入っている回答が多くイベントの目玉である「花」や「植物」に関する肯定的な感想が多く見られていた。また、全体的に肯定的な感想を得ることができていたため、満足度の高いイベントを開催することができているのではないかと考えられる。

表 3：来場者の利用したショップの感想(2-6)

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| VRで空中散歩が楽しかった。                      | 1 |
| VRで公園を空中散歩                          | 1 |
| アイデアが面白い                            | 1 |
| アイロンビーズ                             | 1 |
| いっぱい花があった                           | 1 |
| いつも通り                               | 1 |
| いろいろ考えらたブースが多い                      | 1 |
| ウキウキした                              | 1 |
| おいしそうな卵が安く買えてよかったです                 | 1 |
| おもしろかった                             | 1 |
| ガーデンコンペ                             | 1 |
| ガーデンコンペ神戸 よく準備されて素晴らしかった            | 1 |
| かご編み体験でいい物ご出来た                      | 1 |
| がんばっていると思う。応援している                   | 1 |
| きれいに咲いているのを見られて良かったです！              | 1 |
| ゴーグルの空中散歩楽しかった                      | 1 |
| コオロギ釣り初体験でびっくりしました                  | 1 |
| このアンケートが活用されるのを期待する                 | 1 |
| サバ缶を買いました。                          | 1 |
| たのしか                                | 1 |
| デジタルで空を飛ぶ                           | 1 |
| とてもよい                               | 1 |
| とても楽しかった                            | 2 |
| とても良かったです                           | 1 |
| なかなかのチャンスで良かった                      | 1 |
| はなが綺麗でした                            | 1 |
| フェニックス共済                            | 1 |
| ホビー鈴蘭園 素敵なお花が買えました                  | 1 |
| マイセラビーライフ 疲れました                     | 1 |
| また行きたい                              | 1 |
| また出展したい                             | 1 |
| まだ未体験                               | 1 |
| みなさんとても笑顔で良かったです。                   | 1 |
| むっちゃいい                              | 1 |
| やったことがない体験                          | 1 |
| やま藤とかあけびのツルに興味があった                  | 2 |
| よかった                                | 1 |
| リメ缶の寄せ植え                            | 1 |
| 安くていいものが見つかった                       | 1 |
| 安くで買えて嬉しかった                         | 1 |
| 可愛くてアドバイスもらえて良かったです                 | 1 |
| 花がかわいい                              | 1 |
| 花がたくさん見れたので良かった                     | 1 |
| 花が可愛い、好きになった                        | 1 |
| 花の種類があって良かった                        | 1 |
| 花の特性を教えていただいた                       | 1 |
| 花をもらえる                              | 1 |
| 花屋                                  | 1 |
| 過酷な熱さのなか、がんばっておられました。たねしみました。       | 1 |
| 皆さん楽しそう！                            | 1 |
| 学生さんが大切に植物を育てているのを感じれた              | 1 |
| 学生さんの作品にも個性があり楽しませていただいた。           | 1 |
| 楽しかった                               | 8 |
| 楽しかった 皆さん楽しかった                      | 1 |
| 楽しかった！                              | 1 |
| 楽しかったたにく                            | 1 |
| 楽しく過ごしました                           | 1 |
| 楽しく寄せ植え出来た                          | 1 |
| 楽しそう                                | 1 |
| 楽しそうだったから。                          | 1 |
| 頑張っている                              | 1 |
| 頑張っているなと思う                          | 1 |
| 頑張っていました                            | 1 |
| 寄せ植えの参考になった。勉強になった。                 | 1 |
| 寄せ植え前の土の処理など分かりやすくご説明していただき楽しかったです。 | 1 |
| 季節感があって良かった                         | 1 |
| 興味深かった                              | 1 |
| 空き缶を植木鉢にリメイクしているのがいい                | 1 |
| 見るものがあった楽しかった                       | 1 |
| 香りに癒された                             | 1 |
| 香住高校の方が親切でした。                       | 1 |
| 高校からの参加が多くて驚きました。                   | 1 |
| 高校生ががんばっているのがとてもいい                  | 1 |
| 高校生と話が出来て楽しかった。買い物もした。加古川と香住高校。     | 1 |
| 今から                                 | 1 |
| 今からなので楽しみです                         | 1 |
| 佐用高校。帰ってから植えます。                     | 1 |
| 子どもと土に触れることができて楽しかった                | 1 |
| 自分のイメージ通りの寄せ植えができたらいいです。            | 1 |
| 実際触れて良かったです                         | 1 |
| 篠山しのめ高校                             | 1 |

|                                                                      |   |
|----------------------------------------------------------------------|---|
| 主催者は大変そう。                                                            | 1 |
| 初めてやって楽しかった                                                          | 1 |
| 暑い中 皆さん 良く頑張って 色々 工夫されてると 思いました                                      | 1 |
| 暑さに負けず皆様頑張っておられます。                                                   | 1 |
| 商品が安くてよかった                                                           | 1 |
| 商品や蝶々🦋の詳しく説明してくれて、わかりやすかった。ワークショップの体験、また来たいと思った。                     | 1 |
| 笑顔で接してくれました。                                                         | 1 |
| 色々な花が安価で購入できた                                                        | 1 |
| 色々な草花を購入できた                                                          | 1 |
| 食虫植物がみれた                                                             | 1 |
| 新しいし、安い                                                              | 1 |
| 神戸緑化クラブ                                                              | 1 |
| 親切に教えていただいた                                                          | 1 |
| 親切に教えていただきました                                                        | 1 |
| 親切に教えて貰えたり、楽しかったです。                                                  | 1 |
| 親切に色々教えてもらった                                                         | 1 |
| 凄く楽しかった                                                              | 1 |
| 素晴らしかった                                                              | 1 |
| 孫が喜んだ                                                                | 1 |
| 多肉植物寄せ植え                                                             | 1 |
| 体験しなかった                                                              | 1 |
| 対応が良かった                                                              | 1 |
| 対応が良かったです。脚が悪かったが、きちんと椅子に案内された                                       | 1 |
| 丁寧                                                                   | 1 |
| 丁寧だった                                                                | 1 |
| 丁寧な接遇でわかりやすかったです                                                     | 1 |
| 丁寧におしえてくれた                                                           | 1 |
| 朝来ショップ                                                               | 1 |
| 鉄道制服体験 孫と                                                            | 1 |
| 展示が多いです                                                              | 1 |
| 買い物したいと思いました                                                         | 1 |
| 姫路に住まいなので 姫路植物園などで 寄せ植え体験とか 相談にも 足を運びます                              | 1 |
| 普通                                                                   | 1 |
| 満足しました                                                               | 1 |
| 明日以降、利用予定ですが、毎年楽しみにしています                                             | 1 |
| 面白い体験ができた                                                            | 1 |
| 卵買いました。一生涯命声出して良かったです。ほかのアンケートとかよく分かりませんでした。体験のんは中々お値段が高かったです。ごめんなさい | 1 |
| 良い                                                                   | 1 |
| 良いかな                                                                 | 1 |
| 良いね。続けて欲しいね。                                                         | 1 |
| 良かった                                                                 | 4 |
| 特になし                                                                 | 3 |
| なし                                                                   | 3 |
| していない                                                                | 1 |

表3では、イベントで利用したショップの感想を自由記述で尋ねた。その結果、表2と同様に全体的に肯定的な感想を得ることができていたため、それぞれのショップも満足度の高いものにすることができていたのではないのかと考えられる。また、VRなどの新しいものと触れ合える機会になっており、楽しんでいる方もいられる。そのため、環境問題に関しても新しいものと出会える場としてイベントの場を積極的に利用していけるといいのではないかと考える。

## 第4章 SDGsの全体の認知度に関する傾向

表4：来場者のSDGsについて知っていることを自由記述(3-1)

|                                               |   |
|-----------------------------------------------|---|
| 17個あり                                         | 1 |
| 2030年に達成を目指す、17個の目標のこと。                       | 1 |
| 2030年までに達成すべき17の目標                            | 1 |
| SDGsはまずしい人や全国の人のためにあります。                      | 1 |
| エコ                                            | 1 |
| エコ活動                                          | 1 |
| エコ活動?                                         | 1 |
| これからの時代、再生可能な取り組みは必要だと思います。                   | 1 |
| これからの未来のためにとっても重要                             | 1 |
| サステナブル                                        | 1 |
| サステナブルディベロップメントゴールズ。2030年までに達成したい持続可能な開発目標の事。 | 1 |
| ジェンダー 世界平和                                    | 1 |
| ぜんぜん分からないかったが、知らべてみます。                        | 1 |
| たくさんの目標指標がある                                  | 1 |
| できる限り協力したい                                    | 1 |
| とても大事な事                                       | 1 |
| マイボトルを持ち歩く                                    | 1 |
| マイボトル持って出かける                                  | 1 |
| マスコミの報道で知ってる                                  | 1 |
| みんなが意識を持って取り組んでいくことが良いと思う                     | 1 |
| むだをなくしてすごしていく                                 | 1 |
| リサイクル ゴミを減らす 再利用                              | 1 |
| リサイクルなど                                       | 1 |
| リサイクルなど持続可能なことを考えること                          | 1 |
| リユース・リサイクルなど                                  | 1 |
| 漢字で持続性のある地球環境を作る                              | 1 |
| 環境                                            | 3 |
| 環境と共存                                         | 1 |
| 環境についてのこと。人間同士の関係を多様性の尊重                      | 1 |
| 環境にやさしい。資材の再利用。                               | 1 |
|                                               | 1 |
| 環境に配慮しつつ、継続的に行うこと。                            | 1 |
| 環境に配慮して未来に続く社会を作っていくこと                        | 1 |
| 環境に良いことする                                     | 1 |
| 環境のための持続可能な取り組み                               | 1 |
| 環境への配慮                                        | 1 |
| 環境をまもる                                        | 1 |
| 環境以外にも、人権や街づくりなど、17の目標に到達するための指標              | 1 |
| 環境改善                                          | 1 |
| 環境他生きていく上で大切なことを世界全体で意識していくこと。ぐらいでしょうか？       | 1 |
| 環境配慮                                          | 1 |
| 環境保全                                          | 1 |
| 環境問題                                          | 1 |
| 気を付けてやっていきたい                                  | 1 |
| 継続できる                                         | 1 |
| 継続できるエコ                                       | 1 |
| 見切りの惣菜を買う                                     | 1 |
| 項目が多くて把握できていない                                | 1 |
| 国連が定めた、貧困の撲滅、生態系の保全など17の目標                    | 1 |
| 再現可能な資源の活用                                    | 1 |
| 再生可能                                          | 1 |
| 再利用して無駄をなくする                                  | 1 |
| 資源を大切にする為、エコに取り組む                             | 1 |
| 持続可能                                          | 4 |
| 持続可能が重要                                       | 1 |
| 持続可能な                                         | 1 |
| 持続可能な、、、、                                     | 2 |
| 持続可能なエコな社会                                    | 1 |
| 持続可能なエコロジカル                                   | 1 |
| 持続可能な開発目標                                     | 3 |
| 持続可能な開発目標                                     | 1 |
| 企業さんもここにたくさんの取り組みをされます                        | 1 |
| 持続可能な環境に対する取り組み                               | 1 |
| 持続可能な環境に配慮した行動                                | 1 |
| 持続可能な環境問題                                     | 1 |
| 持続可能な社会                                       | 1 |
| 持続可能な社会。                                      | 1 |
| 持続可能な社会の実現                                    | 2 |
| 持続可能な社会の実現に向けた目標                              | 1 |
| 持続可能な社会を目指す                                   | 1 |
| 持続可能な社会を目指すための17の目標                           | 1 |
| 持続可能な世の中                                      | 1 |
| 持続可能な生産活動                                     | 1 |
| 持続可能な展開                                       | 1 |

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 持続可能な目標                                                               | 3  |
| 持続可能な発展                                                               | 1  |
| 持続性、捨てずに再利用。                                                          | 1  |
| 持続的発展のための17のゴール                                                       | 1  |
| 自然に優しい暮らし                                                             | 1  |
| 自然の継続性                                                                | 1  |
| 自然の食べ物など無駄のないように使い切る                                                  | 1  |
| 自然を大切にすることだと思います。                                                     | 1  |
| 種まで育てる                                                                | 1  |
| 出来るだけ使えるようにする                                                         | 1  |
| 植物を守りたい！                                                              | 1  |
| 食品ロスや地球温暖化防止に二酸化炭素を出さない取組み、ジェンダー平等                                    | 1  |
| 世界のみんなで2030年までに解決していこう」という計画・目標。                                      |    |
| たけど、ただ単にリサイクルと勘違いしている場合が多く見られる。世界的に見ても日本が騒ぎ過ぎ。もっと根本的な所をしっかりと見直してするべきで | 1  |
| 世界中で守らなければならない約束                                                      | 1  |
| 全国の人の為になるもの。貧困をなくすとか。                                                 | 1  |
| 地球にやさしい                                                               | 1  |
| 地球温暖化防止につながる                                                          | 1  |
| 地球環境を守るために、再生可能なエネルギーを持続的に活用しようとする取組み                                 |    |
| sdgsを騙るうさんくさい団体もあるような                                                 | 1  |
| 土の再利用                                                                 | 1  |
| 廃棄物を減少して、今あるものを利用したい                                                  | 1  |
| 不明                                                                    | 1  |
| 物が無駄にならないように工夫すること                                                    | 1  |
| 物を大切に 長く使う                                                            | 1  |
| 平和の実現                                                                 | 1  |
| 勉強中です                                                                 | 1  |
| 未来のために今できることをする                                                       | 1  |
| 未来の環境を守るため、持続可能な取組のこと                                                 | 1  |
| 未来の地球を守る                                                              | 1  |
| 無駄がないように、上手に活用すること                                                    | 1  |
| 無駄なものを買わない                                                            | 1  |
| 無駄に消費しない 再生可能なものは再生する                                                 | 1  |
| 無駄を無くし使いきる                                                            | 1  |
| 繋ぐことの大切さ                                                              | 1  |
| わからない                                                                 | 25 |

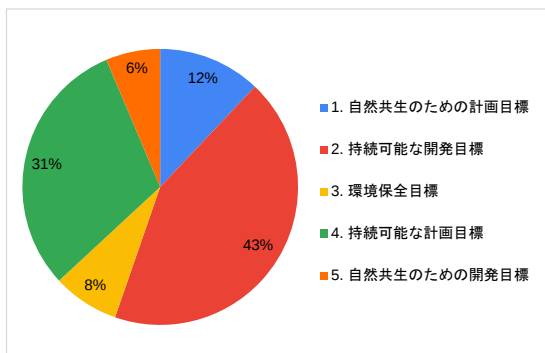


図 35：SDGs クイズ問 1 (3-2)

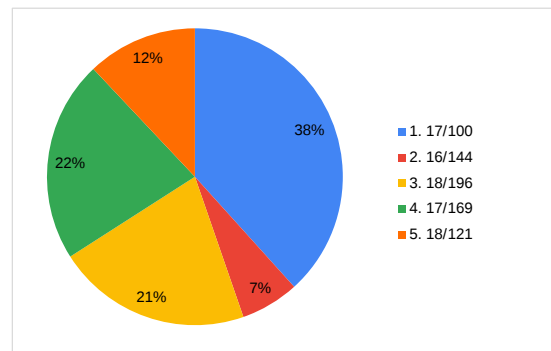


図 36：SDGs クイズ問 2 (3-2)

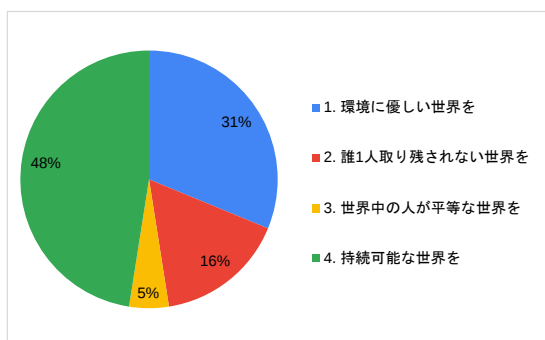


図 37：SDGs クイズ問 3 (3-2)

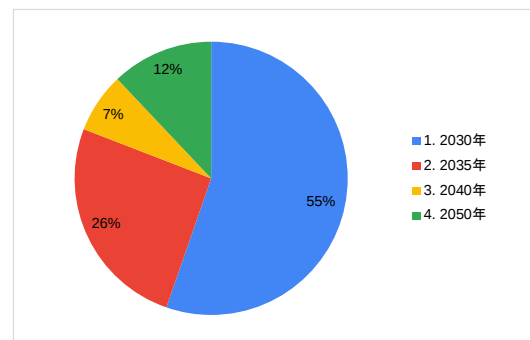


図 38：SDGs クイズ問 4(3-2)

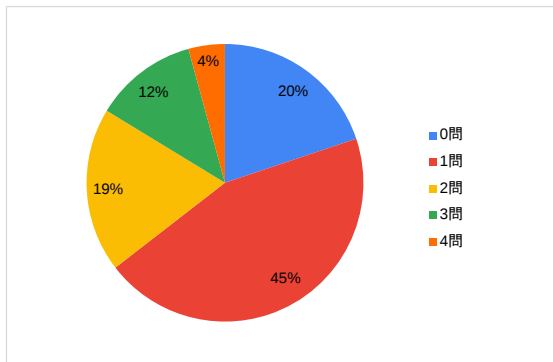


図 39：SDGs クイズ正答数

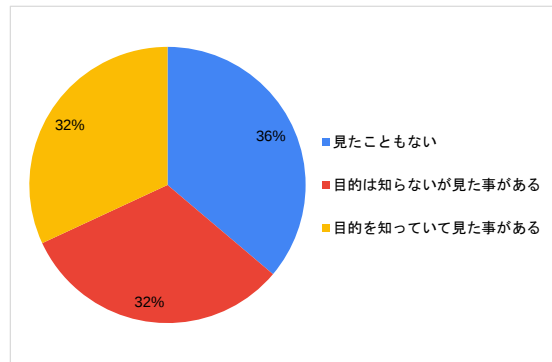


図 40：SDGs バッジ認知度(3-3)

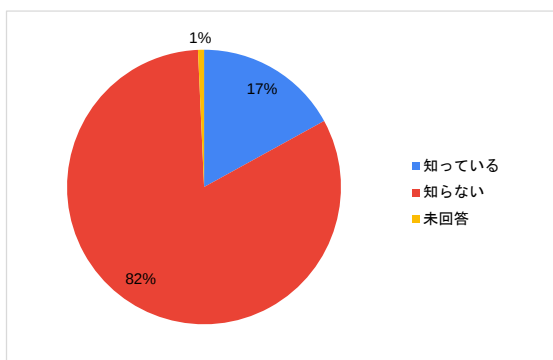


図 41：SDGs ウェディングケーキモデル認知度(3-4)

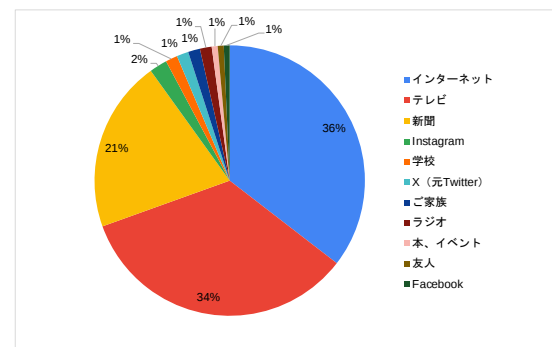


図 42：主な情報入手手段(3-5)

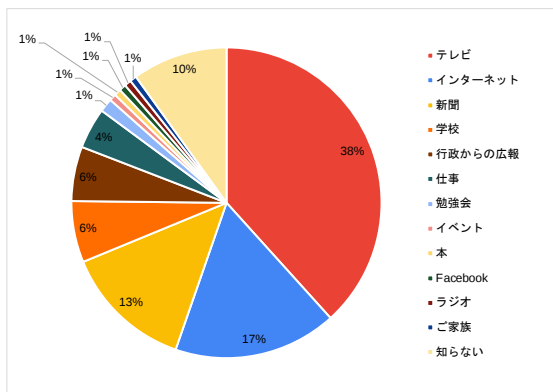


図 43：SDGs を知った情報媒体(3-6)

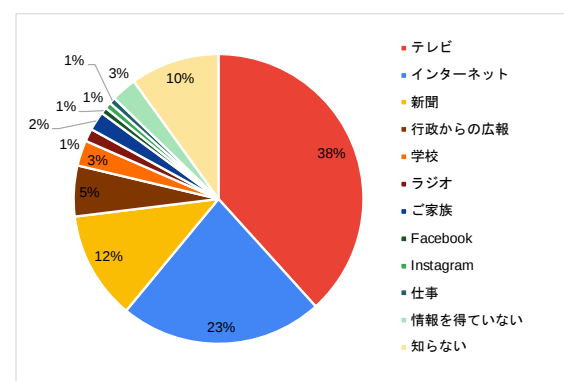


図 44：SDGs に関する情報入手手段(3-7)

1) イベント来場者の方に SDGs について知っていることを自由記述で尋ねた(表4)。全体的な印象としては、「環境」や「自然」、「リサイクル」、「エコ」などそれぞれ偏ったところだけのイメージを持っている人が多いと感じた。従って、SDGs は包括的に世界の問題を解決していこうとするものだが、その認識を持っている人はあまりいない印象を受けた。また、「持続可能」という言葉を知っている人は多かったが、その内容の深い意味まで理解している人が SDGs クイズの正答数と合わせて考えるとあまりいないのではないかと考えられる。よって、SDGs について知っていることを記述してもらったが、キーワードとして知っているだけで内容理解までできている人は少ないといえるのではないかと考えられる。

2) イベント来場者の方に独自の SDGs クイズを作成し、認知度を測った。問 1 では、SDGs の日本語訳で正しいと思うものを答えてもらった。その結果、「1. 自然共生のための計画目標」12%、「2. 持続可能な開発目標」43%、「3. 環境保全目標」8%、「4. 持続可能な計画目標」31%、「5. 自然共生のための開発目標」6%となっていた(図 35)。正解は、「2. 持続可能な開発目標」で最も割合が多く正解者が多かった。その次に、「4. 持続可能な計画目標」31%での回答が多かった。「持続可能」という言葉が入っている選択肢を選ぶ方が多かった。表 4 のことも含めると「持続可能」という言葉の認知度が高いということがいえるのではないかと考えられる。また、SDGs から連想されるものとして「持続可能」という言葉が認知されている状況はいい方向を向いているのではないかと考えられる。

3) SDGs クイズの問 2 では、SDGs の目標数とターゲット数を尋ねた。その結果、「1. 17/100」38%、「2. 16/144」7%、「3. 18/196」21%、「4. 17/169」22%、「5. 18/121」12%となっていた(図 36)。正解は、「4. 17/169」だが、最も回答数が多いのは「1. 17/100」となっていた。このことから、SDGs の 17 の目標というのは認知度が高いが、169 のターゲットというのは認知度が低い傾向にある。

4) SDGs クイズの問 3 では、SDGs の誓いとして正しいと思うものを答えてもらった。その結果、「1. 環境優しい世界を」31%、「2. 誰 1 人取り残されない世界を」18%、「3. 世界中の人が平等な世界を」5%、「4. 持続可能な世界を」48%となっている(図 37)。正解は、「2. 誰 1 人取り残されない世界を」だが、最も回答数が多いのは「4. 持続可能な世界を」であった。このことから、SDGs の誓いの認知度は低いということがわかった。そして、SDGs といえば「持続可能」という認識が強すぎるが故に、誓いも「持続可能」という言葉が入っている選択肢を選んでの方が多くなってしまっているのではないかと考えられる。

5) SDGs クイズの問 4 では、SDGs が何年までに達成する目標か正しいと思うものを答えてもらった。その結果、「1. 2030 年」55%、「2. 2035 年」26%、「3. 2040 年」7%、「4. 2050 年」12%となっている(図 38)。正解は、「1. 2030 年」で回答数も最も多かったため、達成年数に対する認知度は高い。

SDGs クイズ問 1 と問 4 での正答数は高く、問 2 と問 3 の正答数が低いという結果が得られた。問 1 は「持続可能な開発目標」、問 4 は「2030 年」と SDGs が取り上げられるときによくキーワードとして取り上げられることが多いものであるため、正答数が高いのではないかと考えられる。逆に、問 2 の「17 の目標と 169 のターゲット」では、17 の目標の認知度は高いが、169 のターゲットの認知度が低いため問 2 の正答数としては低い結果となってしまったと考えられる。また、問 3 の「誰 1 人取り残されない世界」はあまり SDGs が取り

上げられたときにも取り上げられることがないため認知度が低い傾向なのではないかと考えられる。このように、キーワードとして取り上げられる回数が多く覚えやすいものは正答数が高いが、そうではないものは正答数が低いということがわかった。そのため、「誰1人取り残されない世界を」という誓いなど重要な考え方をしっかりと覚えてもらえるような広報をしていく必要があるのではないかと考えられる。

6) SDGs クイズ全4問の正答数の割合を出した。その結果、「0問」20%、「1問」45%、「2問」19%、「3問」12%、「4問」4%となっている(図39)。1問以下の正答数だった人は、65%となっており、全体的にSDGsの内容までの理解度、認知度は低いという状況なのではないかと考えられる。また、「4問」正解者が少ないので、知識普及を受ける機会が人々には必要であるのではないかと考える。

7) SDGs 認知度を測る一環として、「SDGs バッチ」の認知度を測った。その結果、「見たこともない」36%、「目的は知らないが見た事がある」32%、「目的を知っていて見た事がある」32%となっている(図40)。従って、「SDGs バッチ」の認知度は低いと考えられる。そのため、「SDGs の普及」が目的である「SDGs バッチ」の役割を果たすことはできていないのではないかと考える。

8) また、SDGs 認知度を測る一環として、「ウェディングケーキモデル」の認知度を測った。その結果、「知っている」17%、「知らない」82%となっている(図41)。このことから、「ウェディングケーキモデル」の認知度は低いという事がわかった。「ウェディングケーキモデル」は、SDGs の大事な概念を表しているモデルになるので、その概念の認知度も低い状況になってしまっている。この状況は改善していく必要性が高いと考える。

9) 日常生活における情報入手手段をイベント来場者に尋ねた。その結果、「インターネット」36%、「テレビ」34%、「新聞」21%となっている(図42)。

10) SDGs を知った情報入手手段をイベント来場者に尋ねた。その結果、「テレビ」38%、「インターネット」17%、「新聞」13%となっている。(図43)

11) SDGs における日常的情報入手手段をイベント来場者に尋ねた。その結果、「テレビ」38%、「インターネット」23%、「新聞」12%となっている。(図44)

図42、43、44より、日常生活とSDGsで情報入手手段の傾向が違うという事がわかった。日常生活の情報入手手段としては、「インターネット」の方がやや多く、ついで「テレビ」となっている。しかし、SDGsにおける日常的情報入手手段としては、「テレビ」、「イ

ンターネット」の順で2つの情報入手手段の利用には差があるということがわかっている。また、「インターネット」は主体的な姿勢で情報を得る媒体であり、「テレビ」は受動的な姿勢で情報を得る媒体だと筆者は考える。このことから、日常生活における情報は主体的・受動的の2つの側面をうまく利用して情報を得ているのではないかと考える。逆に、SDGsに関する情報は受動的な面が少し強く、最近関心を持たれ始めたため少しずつ主体的な面でも情報を得られ始めているのではないかと考える。従って、これからさらに主体的な面での情報入手を人々が必要としてくると考えられるので、「インターネット」で得られる情報をさらに充実させていく必要があるのではないかと考える。

また、SDGsを知った情報入手手段は「テレビ」が圧倒的に多かった。このことから、人々の知るきっかけになるのが「テレビ」であると考え。しかし、「テレビ」は受動的な面を持つ情報入手手段なので、人々の目に留まりやすい情報の伝え方をしていくことで更に人々のきっかけの情報媒体として働く事ができるのではないかと考える。

## 5 章 全国・兵庫県・明石市の取り組みに関する認知度や行動の傾向

### 5-1 全国・兵庫県・明石市の取り組みについて

今回、全国・兵庫県・明石市の取り組みとして、ひょうごまちなみガーデンショー、エコバッグ、ロハスミーツ、環境体験事業、地球温暖化に関連する都市緑化等の取り組みを取り上げた。また、全国・兵庫県・明石市の各取り組みにおいて認知度や行動の傾向を測るため、一連の流れでアンケート問題を構成した(図 45)。

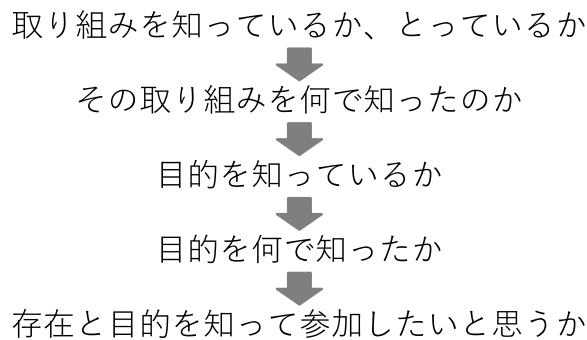


図 45：各取り組みにおいて認知度や行動の傾向をはかるためのアンケート調査項目の流れ  
この流れを用いることで認知度と行動力、行動意欲、広報の影響力について明らかにできるのではないかと考えた。

### 5-2 エコバッグに関する認知度や行動の傾向

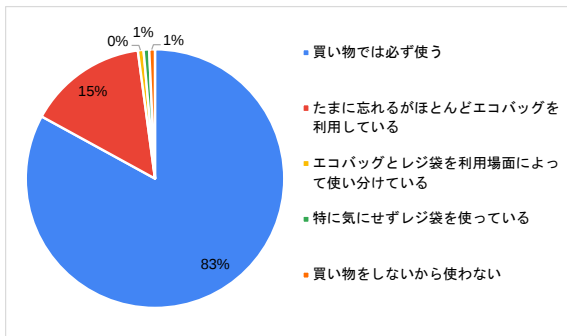


図 46：エコバッグ利用頻度(3-8)

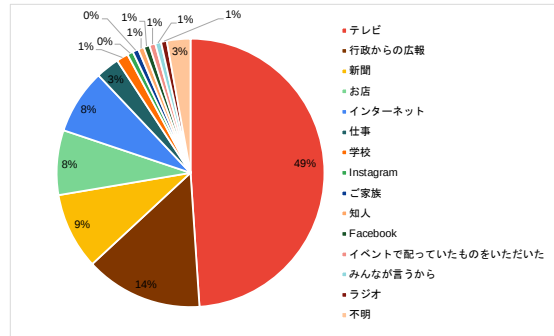


図 47：エコバッグを認知経緯 (3-9)

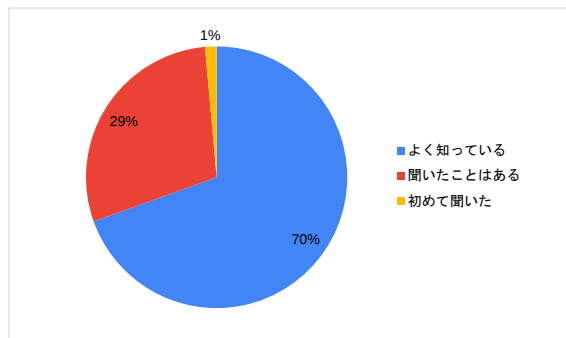


図 48：エコバック目的認知度(3-10)

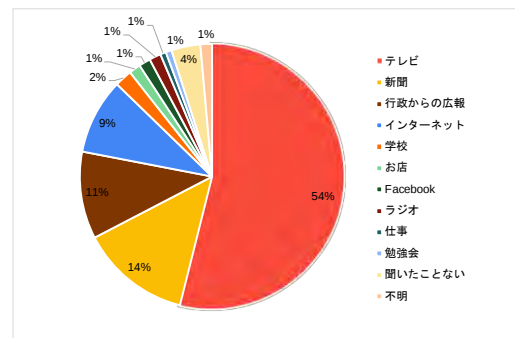


図 49：エコバッグ目的認知経緯 (3-11)

1) イベント来場者の方にエコバッグの普段の利用頻度を尋ねた。その結果、「買い物では必ず使う」83%、「たまに忘れるがほとんどエコバッグを利用している」15%となっている(図 46)。このように、エコバッグの参加率は 98%となっており、ほとんどの人が行動している。

2) イベント来場者の方にエコバッグを知った情報入手手段を尋ねた。その結果、「テレビ」49%、「行政からの広報」14%、「新聞」9%、「お店」・「インターネット」8%となっている(図 47)。このように、ほとんどの人が「テレビ」がきっかけで「エコバッグ」を知った。

3) イベント来場者の方にエコバッグの目的認知度を尋ねた。その結果、「よく知っている」70%、「聞いたことはある」29%、「初めて聞いた」1%となっている(図 48)。このように、エコバッグの目的認知度は高いということがわかった。

4) イベント来場者の方にエコバッグの目的を知った情報入手手段を尋ねた。その結果、「テレビ」54%、「新聞」14%、「行政からの広報」11%、「インターネット」9%となっている(図 49)。図 47 のエコバッグを知った情報媒体と同様「テレビ」で目的を知った人が多い。従って、「エコバッグ」に関する情報はほとんどの人が「テレビ」から情報を得ている。また、エコバッグについての情報入手手段としてはエコバッグを知った経緯と目的を知った経緯で順番は異なるが利用されている媒体が一緒である。

5-3 ロハスミーツに関する認知度や行動の傾向

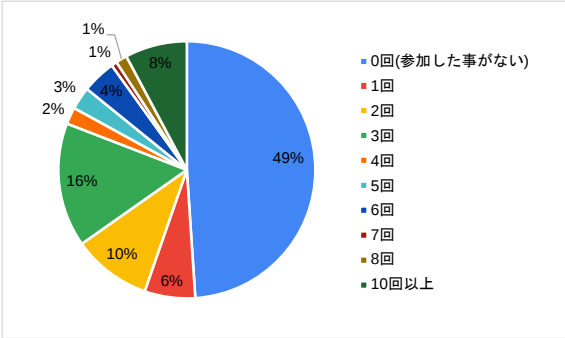


図 50：ロハスミーツ過去参加回数 (3-12)

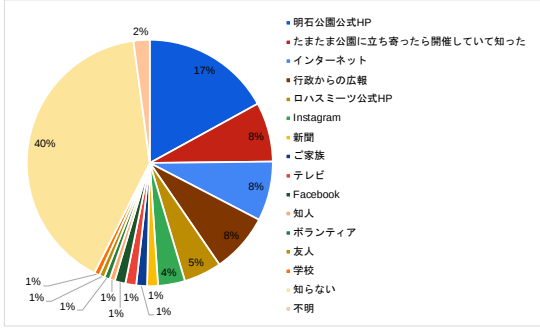


図 51：ロハスミーツ認知経緯 (3-13)

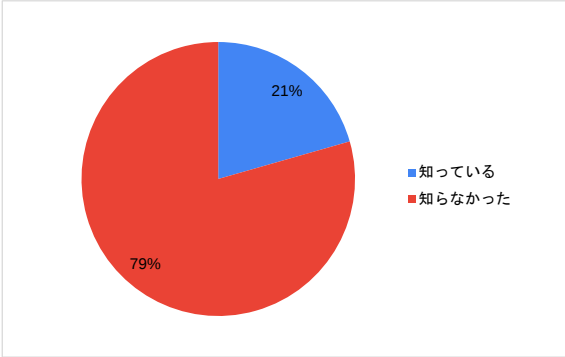


図 52：ロハスミーツ目的認知度 (3-14)

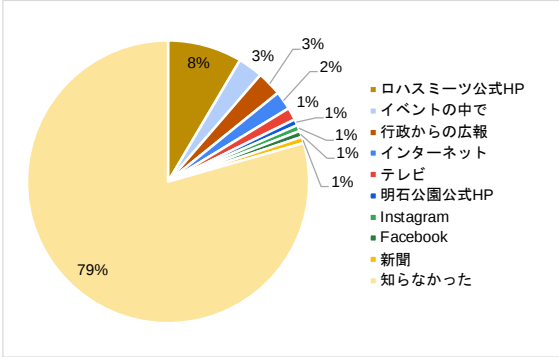


図 53：ロハスミーツ目的認知経緯 (3-15)

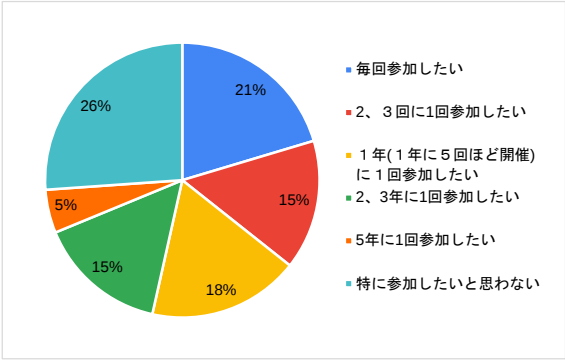


図 54：ロハスミーツ参加意欲 (3-16)

1) イベント来場者の方にロハスミーツの過去参加回数を尋ねた。その結果、「0 回」49%、「1 回」6%、「2 回」10%、「3 回」16%、「4 回」2%、「5 回」3%、「6 回」4%、「7 回」1%、「8 回」1%、「10 回以上」8%となっている(図 50)。このように、51%の人がロハスミーツに参加した事があり、49%の人がロハスミーツに参加したことがない状況である。

2) イベント来場者の方にロハスミーツを知った情報入手手段を尋ねた。その結果、「明石公園公式 HP」17%、「たまたま公園に立ち寄ったら開催していて知った」・「インターネット」・「行政からの広報」8%、「ロハスミーツ公式 HP」5%となっている(図 51)。しかしながら、ロハスミーツを知ったきっかけの情報入手手段はばらつきがあるため確立した情報入手手段はないということがいえるのではないかと考える。

3) イベント来場者の方にロハスミーツの目的認知度を尋ねた。その結果、「知っている」21%、「知らなかった」79%となっている(図 52)。従って、ロハスミーツに参加した事がある人は 51%でありながら目的認知度は半分を切る 21%であったため、ロハスミーツの目的認知度は低いといえるのではないかと考える。

4) イベント来場者の方にロハスミーツの目的を知った情報入手手段を尋ねた。その結果、「ロハスミーツ公式 HP」8%、「イベントの中で」・「行政からの広報」3%、「イベントの中で」2%となっている(図 53)。

5) イベント来場者の方にロハスミーツの存在と目的を知った上で今後参加したいか参加意欲を尋ねた。その結果、「毎年参加したい」21%、「2、3 回に 1 回参加したい」15%、「1 年(1 年に 5 回ほど開催)に 1 回参加したい」18%、「2、3 年に 1 回参加したい」15%、「5 年に 1 回参加したい」5%、「特に参加したいと思わない」26%となっている(図 54)。

#### 5-4 環境体験事業に関する認知度や行動の傾向

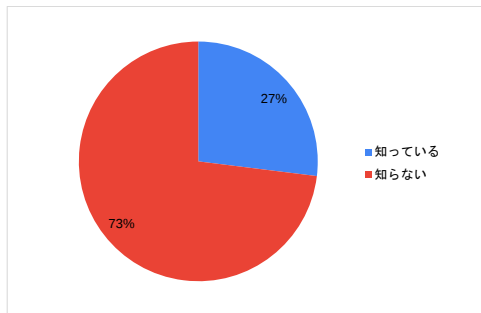


図 55：環境体験事業認知度 (3-17)

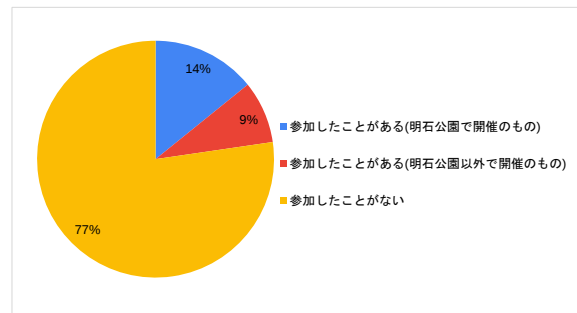


図 56：環境体験事業参加経験 (3-18)

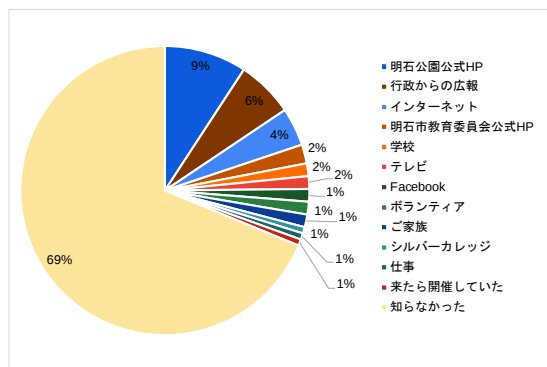


図 57：環境体験事業認知経緯 (3-19)

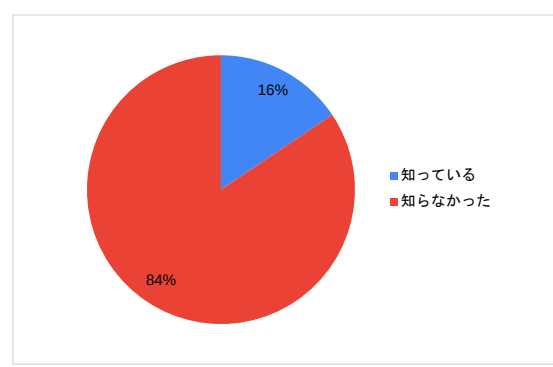


図 58：環境体験事業目的認知度 (3-20)

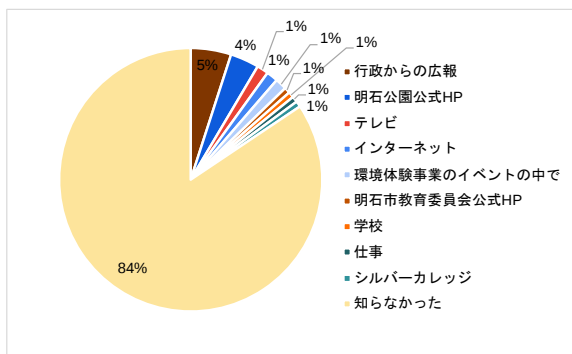


図 59：環境体験事業目的認知経緯(3-21)

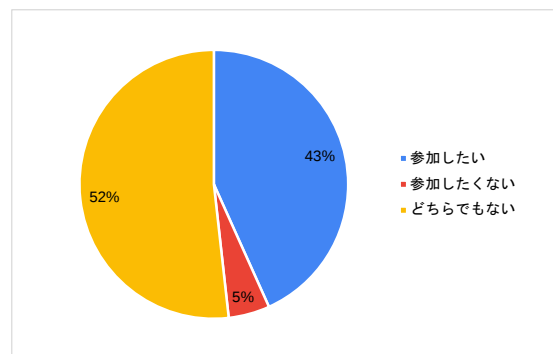


図 60：環境体験事業参加意欲(3-22)

1) イベント来場者の方に環境体験事業の認知度を尋ねた。その結果、「知っている」27%、「知らない」73%となっている(図 55)。明石公園の環境体験事業は、地域の小学生を対象としたものであるため、その観点から考えると認知度は高いといえるのではないかと考えられる。

2) イベント来場者の方に環境体験事業の参加経験を尋ねた。その結果、「参加した事がある(明石公園で開催のもの)」14%、「参加した事がある(明石公園以外で開催のもの)」9%、「参加した事がない」77%となっている(図 56)。また、5-4 の 1) で記述した通り、明石公園の環境体験事業は地域の小学生を対象としたものであるため、その観点から考えると参加率も高いのではないのかと考えられる。さらに、明石公園以外で開催のものに参加されている方もいらっしゃるため、各環境教育のイベントの認知度をもっと上げれば参加してくれる人々も増え、環境知識等の普及につながっていくのではないかと考えられる。

3) イベント来場者の方に環境体験事業を知った情報入手手段を尋ねた。その結果、「明石公園公式 HP」9%、「行政からの広報」6%、「インターネット」4%となっている(図 57)。上記で記述している通り、明石公園の環境体験事業は小学生が対象となっているので、「ご家族」から聞く方が最も多いと予想していたが、公式 HP や行政からの広報で知っている方が多かった。これらのことから、環境問題の取り組みなどに関心がある人が自分で調べて情報を得たから環境体験事業を知っているのではないかと考える。そのため、関心が薄い人たちにもしっかりと情報が届くようにしていく必要があるのではないかと考えられる。また、環境体験事業などの環境教育に関心があるわけではなく、地元や明石公園の取り組みに関心のある方々が情報を積極的に受け取ろうとしているため、「公式 HP」や「行政からの広報」から認知しているのではないかと考えられる。

4) イベント来場者の方に環境体験事業の目的認知度を尋ねた。その結果、「知っている」16%、「知らなかった」84%となっている(図 58)。環境体験事業が小学生を対象としながら、環境体験事業自体の認知度が 27%であり、過半数以上の人が知っている状態であるため、目的の認知度も高いといえるのではないかと考えられる。

5) イベント来場者の方に環境体験事業の目的を知った情報入手手段を尋ねた。その結果、「行政からの広報」5%、「明石公園公式 HP」4%となっている(図 59)。目的を知っている人は、日常的に地元の取り組みを熱心に確認されている方や明石公園自身に関心を持たれて積極的に調べられている方なのではないかと考えられる。

6) イベント来場者の方に環境体験事業の存在と目的を知ってもらった上で参加意欲を尋

ねた。その結果、「参加したい」43%、「参加したくない」5%、「どちらでもない」52%となっている(図 60)。存在と目的を知って、43%の人が「参加したい」と思ってくれることから、環境に対する関心や興味がイベント来場者の方々は高い傾向があるのではないかと考えられる。また、「どちらでもない」と答えられている方々は、興味はあるが実際に環境体験事業などの環境教育をすることがどんなことにつながるのかということのイメージなどがついておらず、「やった方がいいこと」という認識はありつつもあと一歩踏み出せない状況なのではないかと考えられる。そのため、興味を持ってもらえた後の参加することで何ができるのか何につながるのか環境教育などのイベントは伝えていく必要があるのではないかと考える。

## 5-5 温暖化に関連する都市緑化等の取り組み

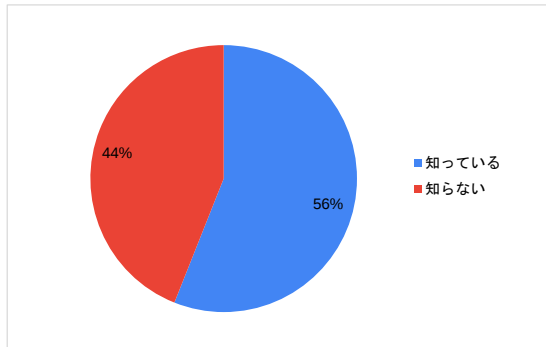


図 61: 「地球沸騰の時代」認知度(3-24)

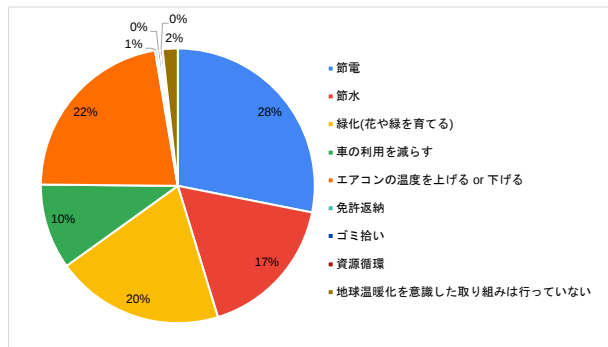


図 62: 地球温暖化のために過去してきた対策(3-25)

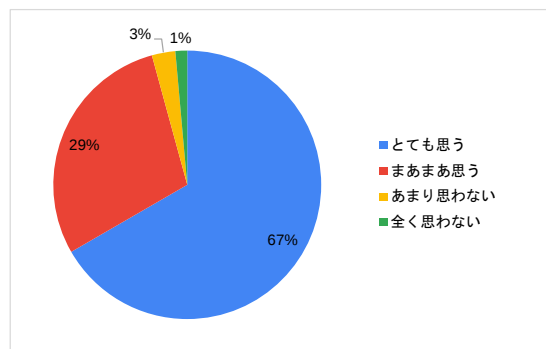


図 63: 「地球沸騰の時代」を経験して地球温暖化対策を取るべきだと考えるようになったか(3-26)

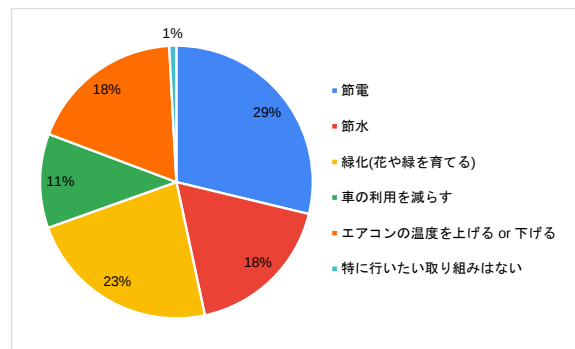


図 64: 地球温暖化のためにこれからしたい対策(3-27)

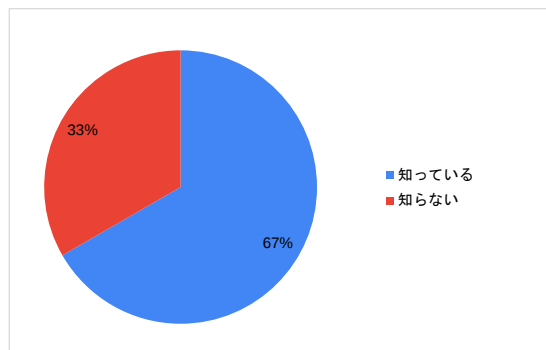


図 65: 地球温暖化対策自然利用認知度(3-28)

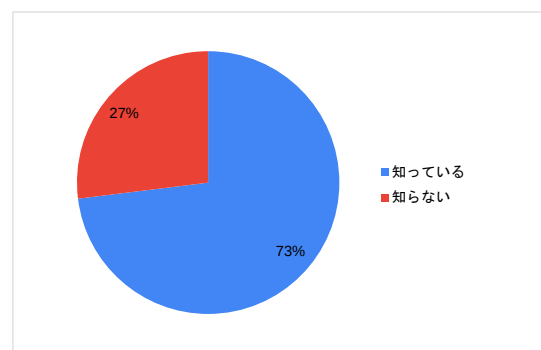


図 66: 都市緑化認知度(3-29)

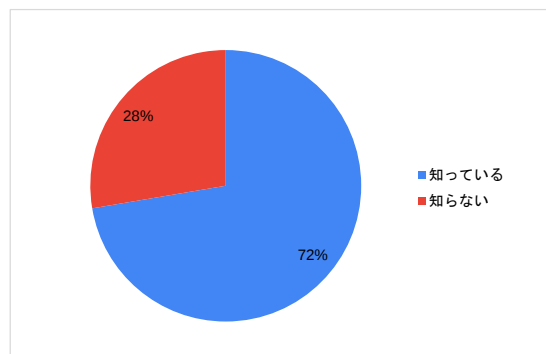


図 67: 都市緑化効果の認知度(3-30)

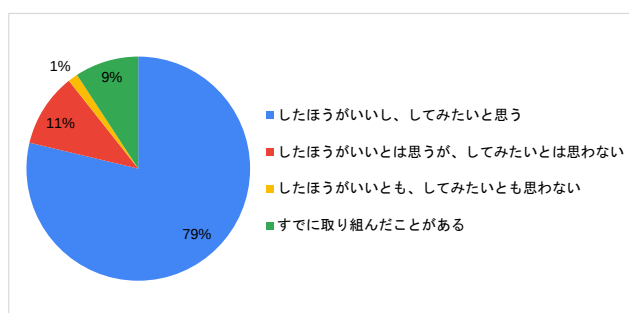


図 68: 都市緑化参加意欲(3-31)

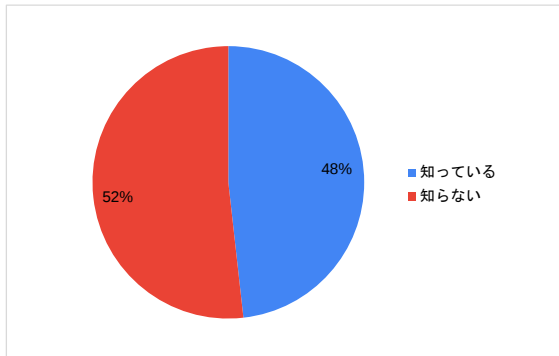


図 69：「町まちなみ緑化」認知度(3-33)

表 4：緑化をしたことがある機会(3-1)

|                                         |   |
|-----------------------------------------|---|
| オープンガーデン参加で沢山の方に見てほしかった                 | 1 |
| お花が好きだから                                | 1 |
| お花が好きだから、暑かったからグリーンカーテンの設置をした           | 1 |
| お店の、グリーン担当になってから                        | 1 |
| ガーデニング                                  | 1 |
| ガーデニングをしている                             | 1 |
| グリーンカーテン                                | 3 |
| ゴーヤなどの家庭栽培を行っている                        | 1 |
| できる範囲で植物を育てる                            | 1 |
| テレビやネットでみて                              | 1 |
| ベランダで花を育てる                              | 1 |
| ボランティア活動                                | 1 |
| ローメンテナンスでお花を育てる                         | 1 |
| 以前から自然や植物には興味があり、神戸市のガーデニング教室などでも学んだ    | 1 |
| 以前から緑化自体をしているから                         | 1 |
| 屋上緑化                                    | 1 |
| 屋敷林                                     | 1 |
| 家に花を植える                                 | 1 |
| 家の前の花壇を作ってる                             | 1 |
| 家の鉢植え等を育てる                              | 1 |
| 花が好きだから                                 | 1 |
| 花が好きなのところから                             | 1 |
| 花をうえる                                   | 1 |
| 花を育ててみなさんへ差し上げてます。                      | 1 |
| 花を植え                                    | 1 |
| 寄せ植えなどで植物を育てゴーヤガーデンなども作った。              | 1 |
| 季節の植物が好きなおこと、木のつくる木漏れ日がすき。自然素材がすきなことかな。 | 1 |
| 景観園芸学校に行ったのをきっかけに！                      | 1 |
| 県民まちなみ緑化事業に関わっている                       | 1 |
| 公園のイベント                                 | 1 |
| 好きだから                                   | 3 |
| 子どもが学校で植物を育てていたの                        | 1 |
| 市民ボランティア                                | 1 |
| 自治会の活動                                  | 1 |
| 自然の素晴らしさ                                | 1 |
| 自然の緑が好きだから。                             | 1 |
| 自宅の庭の利用                                 | 1 |
| 自宅を新築し、庭を作った                            | 1 |
| 自宅壁面緑化                                  | 1 |
| 小野市全体で力入れているから                          | 1 |
| 植物が好きだから                                | 1 |
| 植木を植える                                  | 1 |

|                |    |
|----------------|----|
| 地域に 花苗を育てている   | 1  |
| 地元での緑化活動       | 1  |
| 町をキレイにしたい      | 1  |
| 庭に植物を植えた       | 1  |
| 庭に木を植えたりしています。 | 1  |
| 庭に緑を植えた        | 1  |
| 日差しを避ける植物のカーテン | 1  |
| 年々夏が暑くなっているの   | 1  |
| 緑のカーテン         | 1  |
| 緑を植える          | 1  |
| 緑を豊かに          | 1  |
| したことがない        | 84 |

1) イベント来場者の方に「地球温暖化」が「地球沸騰の時代」と呼ばれるようになったことについて認知度を尋ねた。その結果、「知っている」56%、「知らない」44%となっている(図 61)。「地球沸騰の時代」が話題になったのが 2023 年の夏であり、このアンケートをとった時期が 2023 年の 9 月であるため、56%の方が知っているのは認知度が高いといえるのではないかと考える。また、今回は「地球沸騰の時代」というキーワードを知った情報入手手段をアンケートで聞いていないが筆者は「テレビ」で聞いたため、「テレビ」で知った人が多いのではないかと考えられる。さらに、「テレビ」などの大きなマスメディアで取り上げられたからこそ認知度が高くなっているのではないかと考えられる。

2) イベント来場者の方に地球温暖化の対策のために過去自分がしてきた対策を尋ねた。こちらで用意した選択肢は、「節電」、「節水」、「緑化(花や緑を育てる)」、「車の利用を減らす」、「エアコンの温度を上げる or 下げる」である。結果、「節電」28%、「エアコンの温度を上げる or 下げる」22%、「緑化(花や緑を育てる)」20%、「節水」17%、「車の利用を減らす」10%となっている(図 62)。用意した選択肢の中で節電やエアコン、緑化は多くの人が取り組んできた傾向がみえる。しかしながら、「車の利用を減らす」対策は取り組まれてきていない傾向がある。この傾向は、現代社会の車が当たり前の生活であり、都心でないと電車なしの生活は実現できないため実現できた方は少なかったのではないかと考える。また、緑化に関しては都市緑化や公園等のオープンスペースの確保を積極的に行ってきた兵庫県の歴史があるからこそ対策として多くの人に取り組まれてきた傾向があるのではないかと考える。

3) イベント来場者の方に「地球沸騰の時代」と呼ばれるようになるまで気温上昇した今年の夏を経験して、今までと比べて「地球温暖化」への対策や行動を自分も取るべきだと思えるようになったかを尋ねた。その結果、「とても思う」67%、「まあまあ思う」29%、「あまり思わない」3%、「全く思わない」1%となっている(図 63)。「とても思う」、「まあまあ思う」と答えられた方を合わせると 96%の人が対策や行動を自分も取るべきだと思うようになった。

ているという結果を得た。この図 63 の傾向から、今まで対策に取り組んでこなかった人はもちろんのこと、今まで対策に取り組んできた人々もより一層対策に参加するようになっていくのではないのかと考える。対策に参加する人が増え、より一層熱心に対策に取り組む人が増えることにより、地球温暖化も緩和の方面に少しずつ進んでいくのではないかと考える。しかし、今年の夏を経験しても 33%の人は「まあまあ思う」以下の回答をしていたため、希望的観測になってしまう可能性も十分に高いと考えられる。

4) イベント来場者の方に地球温暖化のためにこれからしたい対策を尋ねた。また、こちらで用意した選択肢はアンケート設問の 3-25 と同様、「節電」、「節水」、「緑化(花や緑を育てる)」、「車の利用を減らす」、「エアコンの温度を上げる or 下げる」である。結果、「節電」29%、「緑化(花や緑を育てる)」23%、「節水」・「エアコンの温度を上げる or 下げる」18%、「車の利用を減らす」11%となっている(図 64)。1%の差は差として換算せず、図 62 と比較すると「緑化(花や緑を育てる)」では 3%増えており、「エアコンの温度を上げる or 下げる」が 4%減っていた。この割合の変化は、緑化をしたいと思う人が増えたためエアコンの割合が減り、起きたのではないかと考えられる。また、図 62 の 3-23 の設問と図 63 の 3-25 の設問は複数選択としていたが、複数選択総数が 3-23 では 340、3-25 では 358 となっていた。そのため、少しずつではあるが積極的な姿勢になっているのではないかと考える。

5) イベント来場者の方に地球温暖化の対策のために自然の力を利用していることを尋ねた。その結果、「知っている」67%、「知らない」33%という結果を得られた(図 65)。地球温暖化のために自然の力を利用していることを知っている人が多いということがわかった。この傾向は緑地と公園等のオープンスペースの確保という兵庫県の歴史があるからではないかと考える。

6) イベント来場者の方に地球温暖化の対策のために自然の力を利用するために都市緑化が行われていることを知っているかを尋ねた。その結果、「知っている」73%、「知らない」27%という結果を得られた(図 66)。このことから、都市緑化の認知度が高いという事がわかった。この傾向も緑地と公園等のオープンスペースの確保という兵庫県の歴史があるからではないかと考える。

7) イベント来場者の方に都市緑化の効果を知っているかを尋ねた。その結果、「知っている」72%、「知らない」28%という結果を得られた(図 67)。このことから、都市緑化の目的の認知度も高いという事がわかった。この傾向も緑地と公園等のオープンスペースの確保という兵庫県の歴史があるからこそ、目的の認知度も広まっているのではないかと考える。

8) イベント来場者の方に都市緑化や自宅での緑化をした方がいい、してみたいと思うかを

尋ねた。その結果、「した方がいいし、してみたいと思う」79%、「した方がいいとは思いますが、してみたいとは思わない」11%、「した方がいいとも、してみたいとも思わない」1%、「すでに取り組んだ事がある」9%という結果を得られた(図 68)。この傾向も、兵庫県からの昔ながらの取り組みがあるからこそ都市緑化や自宅緑化の導入を前向きに検討してくれている人が多かったのではないかと考えられる。また、すでに自宅での緑化に取り組まれている方もいるため、やはり兵庫県は緑化という観点では積極的な姿勢をみせている方々が多いのではないかと考える。

9) イベント来場者の方に兵庫県が独自で行なっている「県まちなみ緑化事業」を知っているかを尋ねた。その結果、「知っている」48%、「知らない」52%という結果を得られた(図 69)。今までの緑化に関連する傾向からすると、認知度が低い傾向にあった。「県まちなみ緑化事業」は 2006 年から行われている一種の取り組みである。兵庫県の緑化や公園等のオープンスペースの確保は 1995 年に発生した阪神・淡路大震災以降大事にされてきた概念とも呼ばれるものである。取り組みが始まってからの年月と手法と概念の違いというところにこの 2 つの認知度の差があるのではないかと考える。

10) イベント来場者の方の中で緑化に取り組んだ事がある方にどんな機会緑化をしたのか尋ねた(図 70)。その結果、みなさん都市緑化などの環境問題の対策としていうよりは趣味の部分で行われている方がほとんどであるという傾向がみられた。これらのことから、趣味でお花を植えたりしている方々に、その行動が環境問題対策につながっているということを周知させていくだけでも環境問題やその対策がもっと人々の身近なものになっていくのではないかと考える。そして、環境問題対策が人々の身近なものになればなるほど対策は進んでいき、環境問題の緩和に繋げることや社会の動きにも影響を与える事ができるのではないかと考える。

## 5-6 取り組みの行動力や認知度、参加意欲からみる傾向分析

### 5-6-1 各取り組みの行動力に関する傾向分析

取り組みの過去参加回数や経験などから取り組みの行動力を測った。行動力を測ることで、人々の興味・関心がどんな取り組みに向けられているのかを調査した。温暖化に関連する都市緑化等の取り組みでは、過去参加回数を聞いた設問を用意しなかったため、行動力の項目では比較対象とはしなかった。

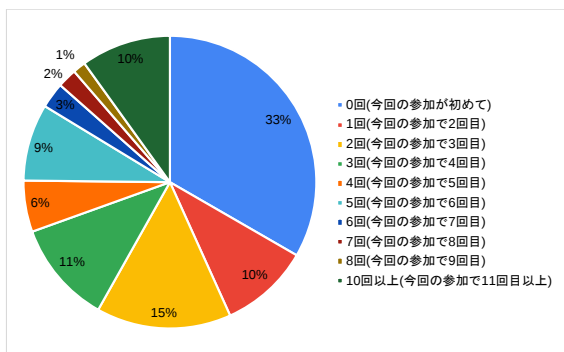


図 26：来場者のイベント過去参加回数(2-9)

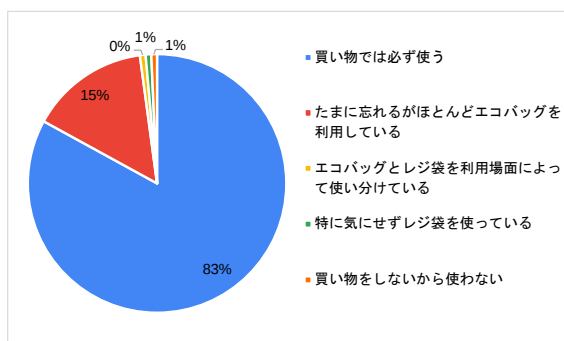


図 46：エコバッグ利用頻度(3-8)

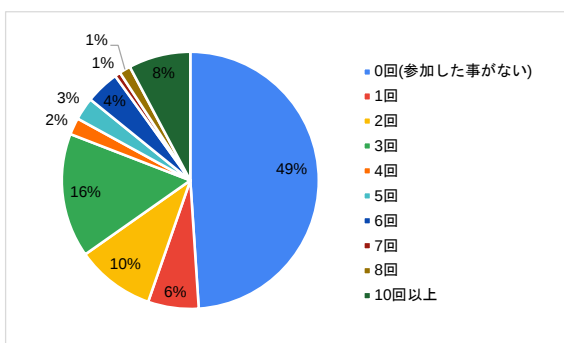


図 50：ロハスミーツ過去参加回数 (3-12)

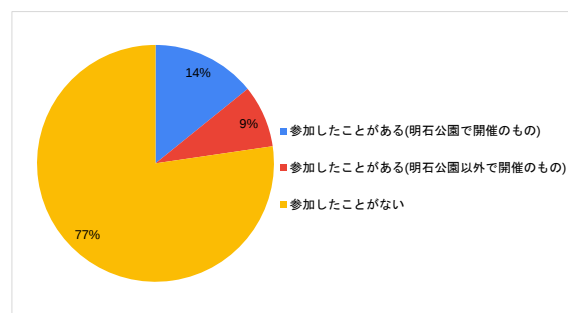


図 56：環境体験事業参加経験 (3-18)

過去参加回数としては、1回以上参加している人たちが「行動力がある」とみなした。その結果、「ひょうごまちなみガーデンショー」67%、「エコバッグ」83%、「ロハスミーツ」51%、「環境体験事業」21%（明石公園開催と明石公園以外で開催のものを合わせて）という結果を得られた。このことから、行動されている取り組み順に並べると「エコバッグ」、「ひょうごまちなみガーデンショー」、「ロハスミーツ」、「環境体験事業」となった。

### 5-6-2 各取り組みの目的認知度に関する傾向分析

取り組みの目的認知度からその取り組みの認知度を測ると同時に行動力とは別の認知度という観点から人々の興味・関心がどんな取り組みに向けられているのか調査した。

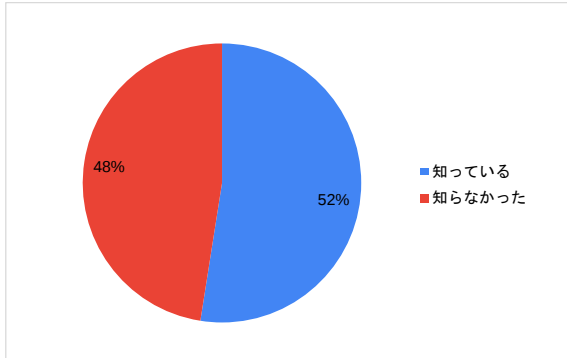


図 28：来場者のイベント目的認知度(2-11)

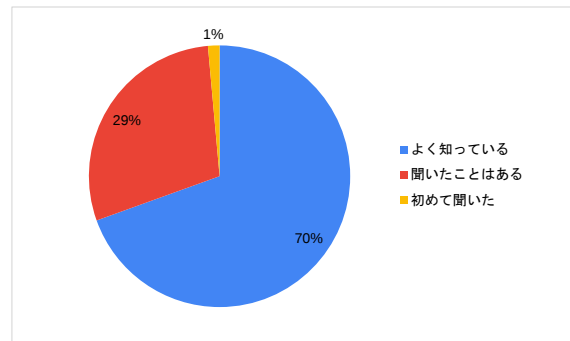


図 48：エコバック目的認知度(3-10)

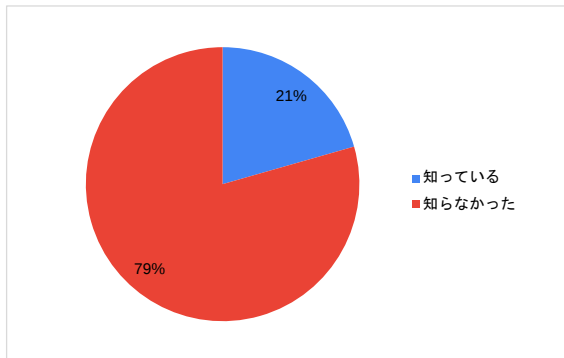


図 52：ロハスミーツ目的認知度 (3-14)

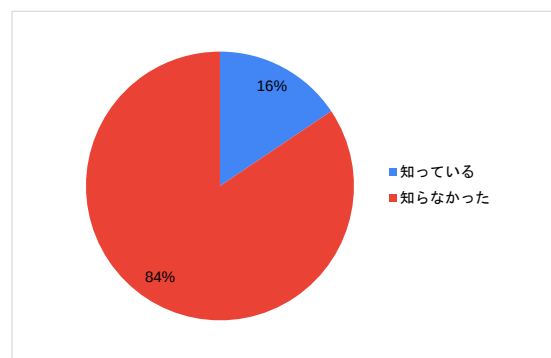


図 58：環境体験事業目的認知度 (3-20)

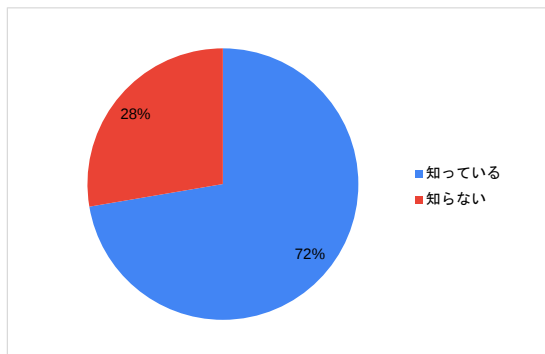


図 67：都市緑化効果の認知度(3-30)

その結果、「ひょうごまちなみガーデンショー」52%、「エコバッグ」70%、「ロハスミーツ」21%、「環境体験事業」18%、「都市緑化」72%という結果が得られた。目的または効果認知度を順番に並べると、「都市緑化」、「エコバッグ」、「ひょうごまちなみガーデンショー」、「ロハスミーツ」、「環境体験事業」となっていた。

### 5-6-3 各取り組みの参加意欲に関する傾向分析

アンケートをとる上で各取り組みの存在と目的を周知したため、その存在と目的を知った上でイベント来場者の方に参加意欲を尋ねることで、人々の興味・関心がどんな取り組みに向けられているのか調査した。エコバッグでは、参加意欲の設問を用意しなかったため、参加意欲の観点での比較は行わなかった。

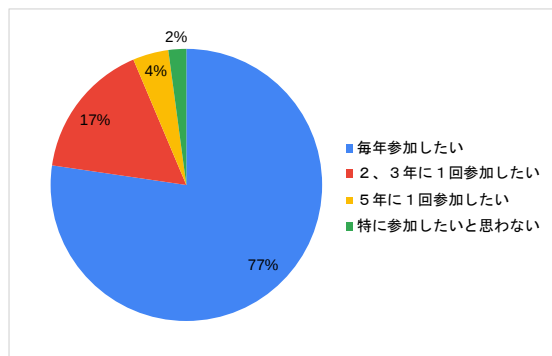


図 30：来場者のイベント参加意欲(2-13)

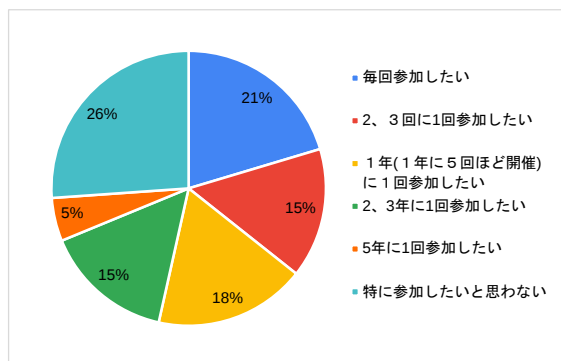


図 54：ロハスミーツ参加意欲 (3-16)

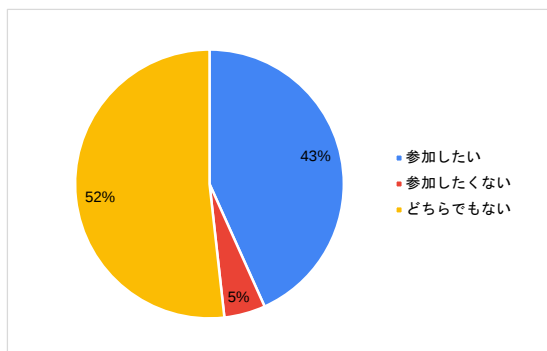


図 60：環境体験事業参加意欲(3-22)

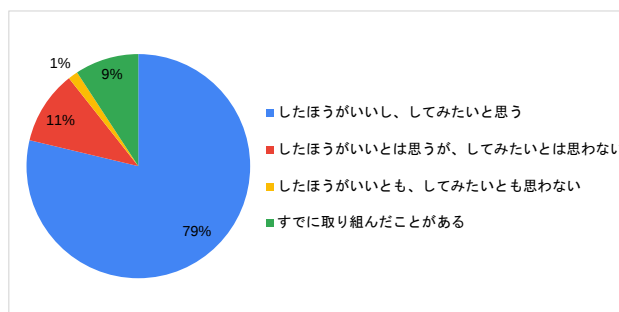


図 68：都市緑化参加意欲(3-31)

「ひょうごまちなみガーデンショー」と「ロハスミーツ」の参加意欲に関しては、他の取り組みと比較するために参加意欲が高いとする基準を筆者が設定した。「ひょうごまちなみガーデンショー」では、「毎年参加したい」と答えられた方とし、「ロハスミーツ」では、「毎回参加したい」、「2、3回に1回参加したい」と答えられた方を参加意欲が高いとみなした。また、「都市緑化」においては「すでに取り組んだことがある」と答えられた方も参加意欲が高いとみなした。その結果、「ひょうごまちなみガーデンショー」77%、「ロハスミーツ」36%、「環境体験事業」43%、「都市緑化」88%という結果が得られた。参加意欲が高い順に並べると、「都市緑化」、「ひょうごまちなみガーデンショー」、「環境体験事業」、「ロハスミーツ」となった。

#### 5-6-4 行動力や目的認知度、参加意欲の観点から見る取り組みに関する人々の興味・関心の傾向把握

行動力の観点において、人々の興味・関心を持った取り組みの順は、「エコバッグ」、「ひょうごまちなみガーデンショー」、「ロハスミーツ」、「環境体験事業」となっている。

目的または効果の認知度の観点において、人々の興味・関心を持った取り組みの順は、「都市緑化」、「エコバッグ」、「ひょうごまちなみガーデンショー」、「ロハスミーツ」、「環境体験事業」となっている。

参加意欲の観点において、人々の興味・関心を持った取り組みの順は、「都市緑化」、「ひょうごまちなみガーデンショー」、「環境体験事業」、「ロハスミーツ」となっている。

以上のことをまとめたのが図 69 である。

|                                          |
|------------------------------------------|
| 行動力高い順                                   |
| エコバッグ＞ひょうごまちなみガーデンショー＞ロハスミーツ＞環境体験事業      |
| 目的認知度高い順                                 |
| 都市緑化＞エコバッグ＞ひょうごまちなみガーデンショー＞ロハスミーツ＞環境体験事業 |
| 参加意欲順                                    |
| 都市緑化＞ひょうごまちなみガーデンショー＞環境体験事業＞ロハスミーツ       |

図 69：取り組みの行動力、目的認知度、参加意欲の高い順

項目によって、取り上げている取り組みの種類に差があるが、イベント来場者の方々の中で「都市緑化」の取り組みが興味・関心が強いと言えるのではないかと考えられる。「都市緑化」が最も多い理由としては、取り組みの重要性がイベント来場者の方々にしっかりと伝わっているからなのではないかと考える。また、「都市緑化」の次に人々の興味・関心が高いのは「エコバッグ」となっている。「エコバッグ」もテレビなどの大きなマスメディアに取り上げられる事が多いため、「都市緑化」同様「なぜ取り組むのか」ということがしっかりと伝わっているからではないかと考えられる。このことから、人々の行動に影響を与えるためにはその取り組みの理由と必要性を周知させることが大事になってくるのではないかと考える。

さらに、行動力と目的認知度では「ロハスミーツ」の方が人々の興味・関心が強かったが、参加意欲になると「環境体験事業」の方が興味・関心が強くなる傾向がみられた。この要因としては、逆に今まで行動されてなかったり、認知度が低かったことによって存在やその目的を知ったことでイベント来場者の方々の興味・関心を惹くことになったのではないかと考える。このことから、取り組みを周知させていくことは人々の行動の選択肢が増えることに繋がり、環境問題対策としても行動してくれる人が増えることに繋がるため今後とも大事なことなのではないかと考える。

各取り組みの存在と目的を知った情報入手手段を比較することによって、情報入手手段の傾向を測り、状況によって最適な広報媒体を導き出す事ができるのではないかと考え分析した。

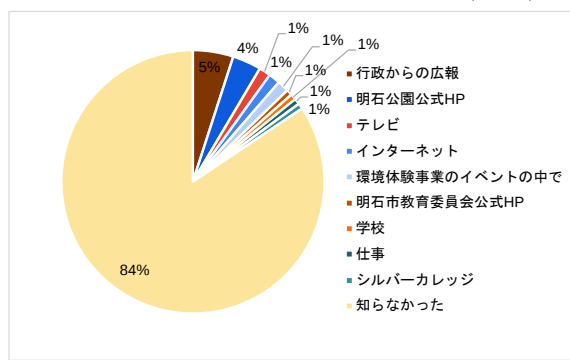
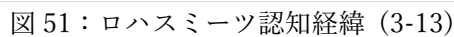
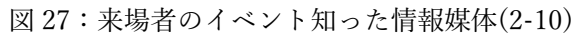


図57：環境体験事業認知経緯(3-19) 図58：環境体験事業認知経緯(3-20) 図59：環境体験事業目的認知経緯(3-21)

ハスミーツ、環境体験事業は主に「公式 HP」や「行政からの広報」、「イベント会場」、「インターネット」などの多種多様な媒体から存在や目的を知る傾向がある。全国的な取り組みであるエコバッグは「テレビ」が過半数をしめ、ついで「新聞」や「行政からの広報」で存在や目的を知っている。図 69 の行動力や目的認知度と合わせると、「公式 HP」などよりも「テレビ」などの大きなマスメディアの方が行動力にも認知度にも影響を与えやすいのではないかと考えられる。しかし、地域独自の取り組みは公式 HP などの公式広報媒体から情報を得ている人が多い。だが、図 69 の行動力に関する点を踏まえても行動力としての影響力は公式広報媒体は低いのではないかと考えられる。また、認知度の観点でもエコバッグより低いことから公式広報媒体では情報の届く範囲が狭くなっている事が考えられる。

このような公式広報媒体の行動力と認知度に与える影響の弱さは、届けたい情報が人々の目に触れる回数も関係してくるのではないかと考えられる。受動的な情報媒体である「テレビ」は伝えたいことがある場合、観点を多種多様に変え、定期的に伝え続け人の目に触れる回数が多い傾向がある。しかし、「公式 HP」などが載っている主体的な情報媒体である「インターネット」は自分で探しに行かなければ情報を目にする事すらできない傾向がある。従って、届けたい情報がある場合には多種多様な観点や媒体を用いて人の目に触れる機会を増やしていく事が大事になってくるのではないかと考えられる。

また、上記のようなマスメディアのそれぞれの特徴を理解して使い分けられている人が多くいないため、限られた狭い情報の中で生きている人が現代は多くなっているのではないかと考えられる。さらに、情報をいろんな媒体から取ることを手間だと思えるようになってきているのではないかと考えられる。そのため、世の中は簡単に情報を得られる X(元 Twitter)などの SNS が人気になってきており、キャッチコピーのような情報が伝わりやすいのではないかと考えられる。キャッチコピーのような情報が伝わりやすいため、深い内容まで理解できている人がどんどん減っていくことにつながっていくのではないかと考えられる。深い内容まで理解できていないため、全ての物事に対して浅い知識だけを持つことになり、深く考えられる人も減ることにつながってしまうのではないかと考えられる。そして、更なる環境問題の深刻化を助長することにつながってしまうのではないかと考えられる。このことから、世間の情報との向き合い方というのもこれから改善していかなければ環境問題の対策も進みにくいのではないかと考えられる。

## 第6章 SDGs と全国・兵庫県・明石市の取り組みにおける認知度や行動の傾向

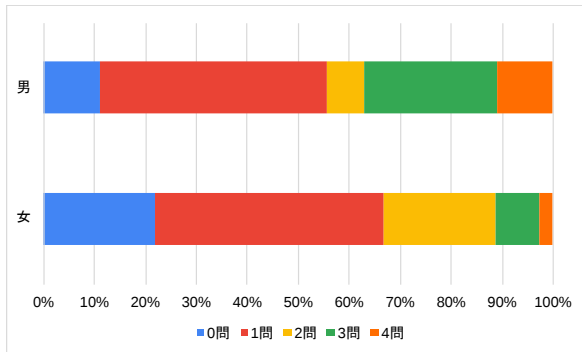


図70: SDGs クイズ正答数×性別

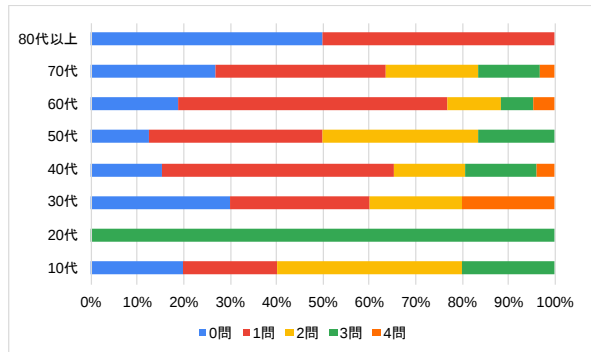


図71: SDGs クイズ正答数×年齢

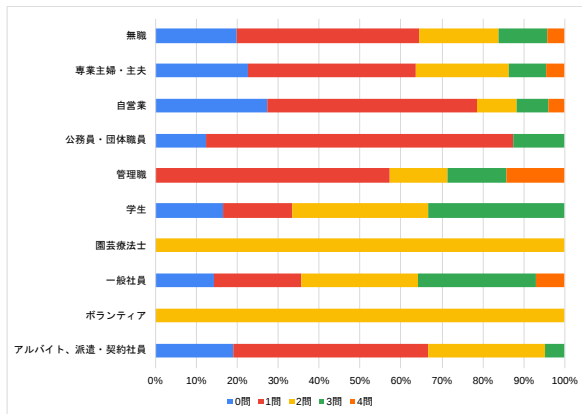


図72: SDGs クイズ正答数×職業

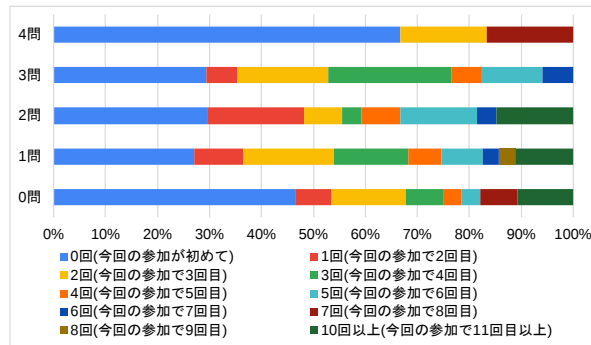


図73: SDGs クイズ正答数×ひょうごまちなみガーデンショー過去参加回数

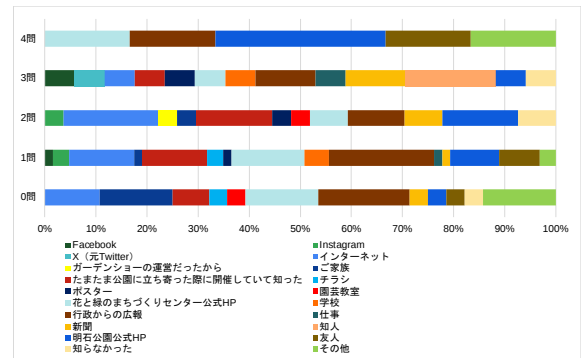


図74: SDGs クイズ正答数×ひょうごまちなみガーデンショー知った情報媒体

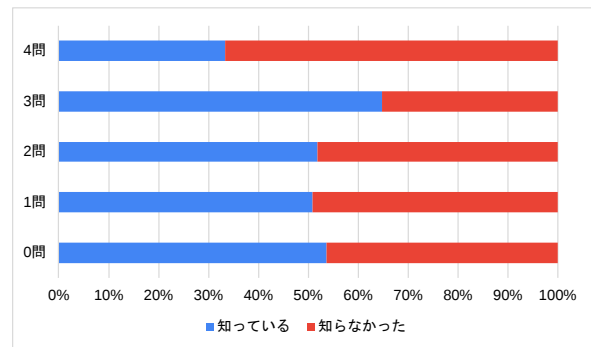


図75: SDGs クイズ正答数×ひょうごまちなみガーデンショー目的認知度

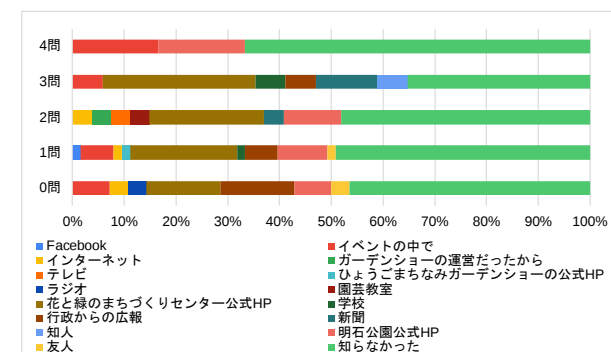


図76: SDGs クイズ正答数×ひょうごまちなみガーデンショー目的知った情報媒体

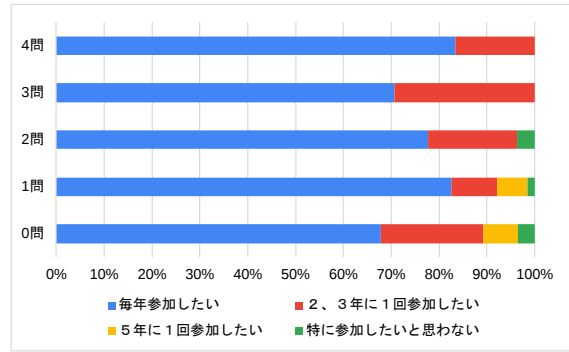


図77: SDGs クイズ正答数×ひょうごまちなみガーデンショー参加意欲

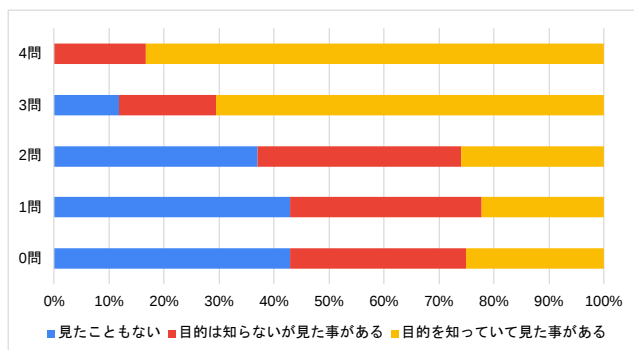


図 78：SDGs クイズ正答数×SDGs バッチ認知度

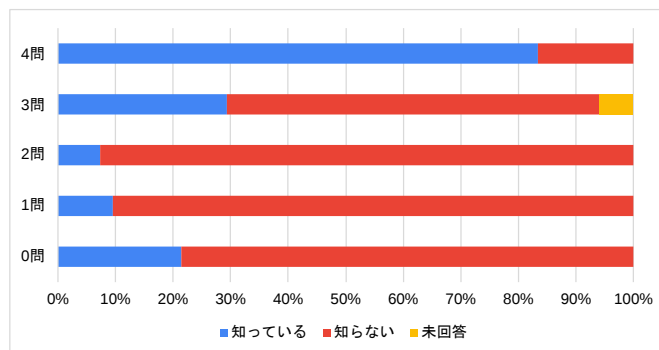


図 79：SDGs クイズ正答数×ウェディングケーキモデル認知度

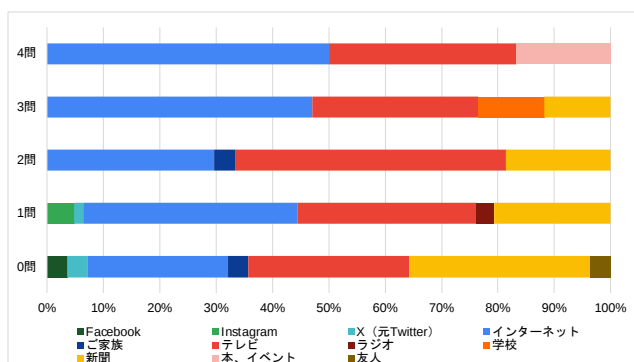


図 80：SDGs クイズ正答数×主な情報入手手段

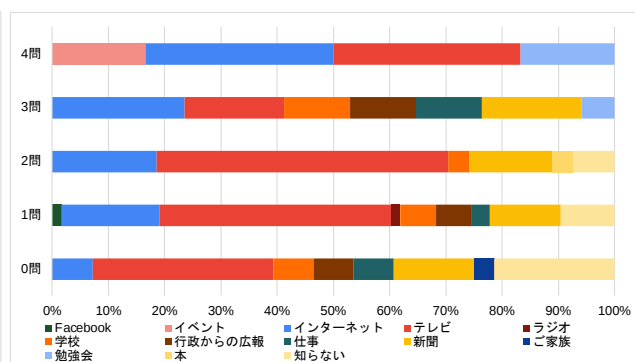


図 81：SDGs クイズ正答数×SDG を知った情報媒体

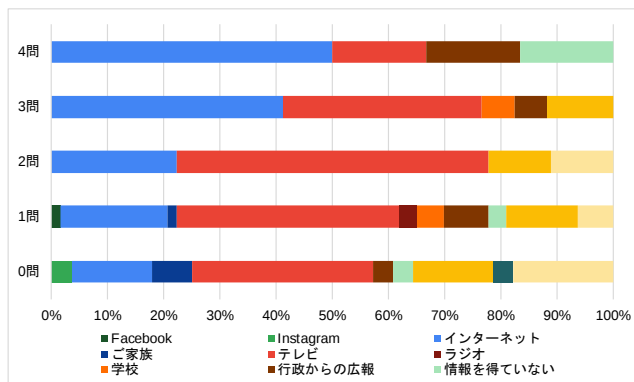


図 82：SDGs クイズ正答数×SDGs における主な情報入手手段

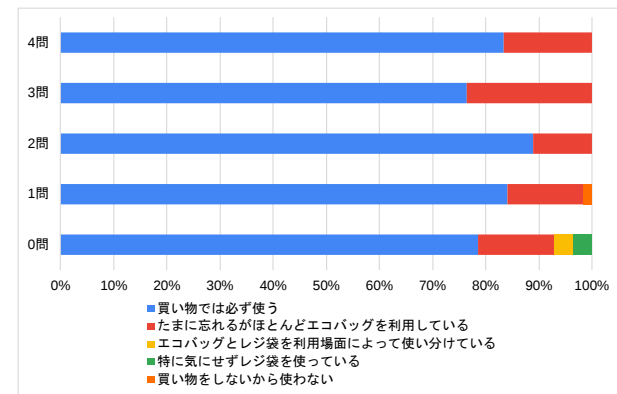


図 83：SDGs クイズ正答数×エコバッグ利用頻度

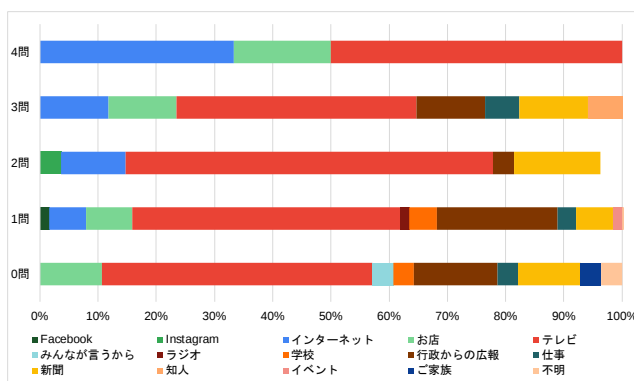


図 84：SDGs クイズ正答数×エコバッグを知った情報入手手段

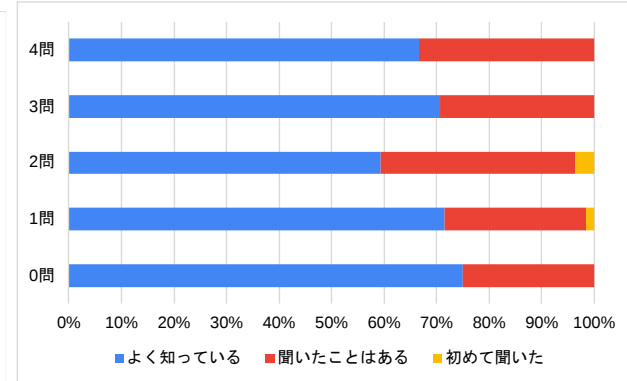


図 85：SDGs クイズ正答数×エコバッグ目的認知度

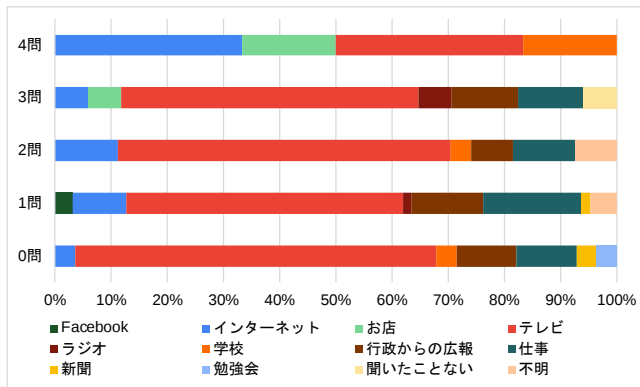


図 86：SDGs クイズ正答数×エコバッグ目的知った情報媒体

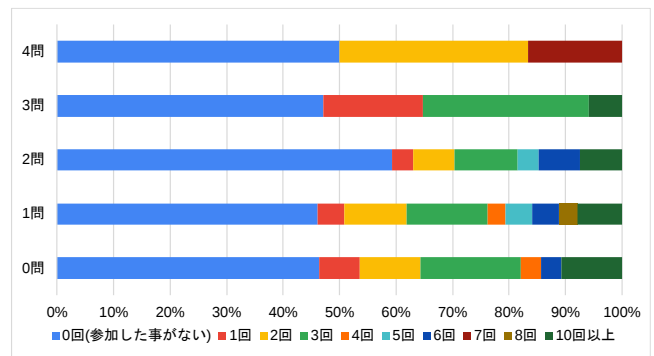


図 87：SDGs クイズ正答数×ロハスミーツ過去参加回数

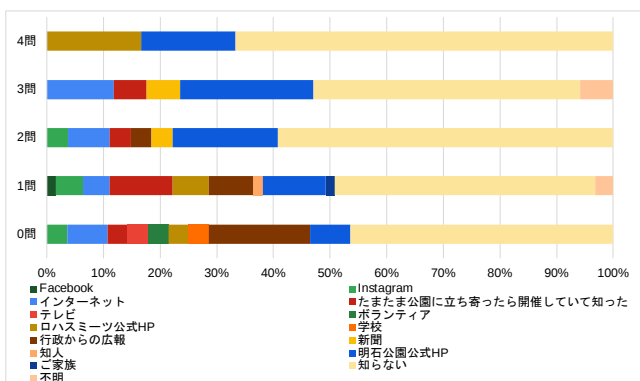


図 88：SDGs クイズ正答数×ロハスミーツ知った情報入手手段

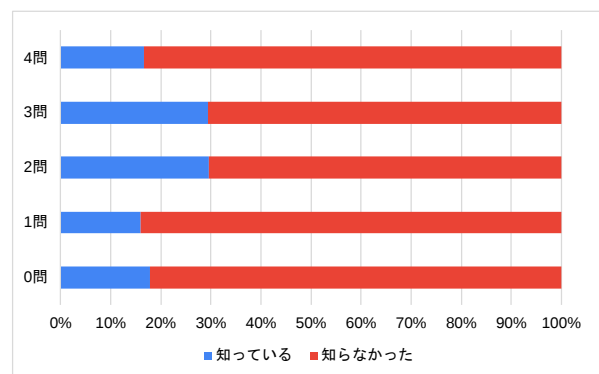


図 89：SDGs クイズ正答数×ロハスミーツ目的認知度

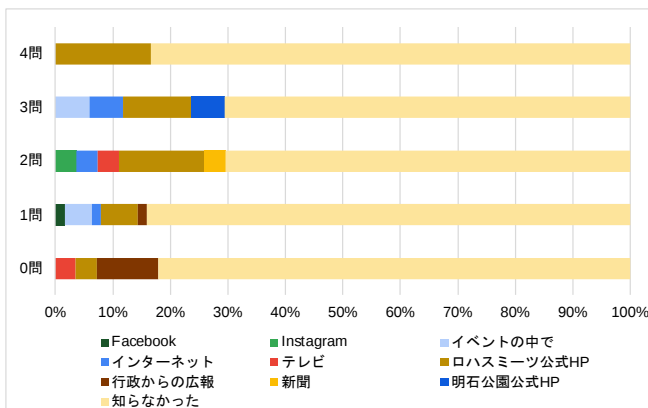


図 90：SDGs クイズ正答数×ロハスミーツ目的知った情報媒体

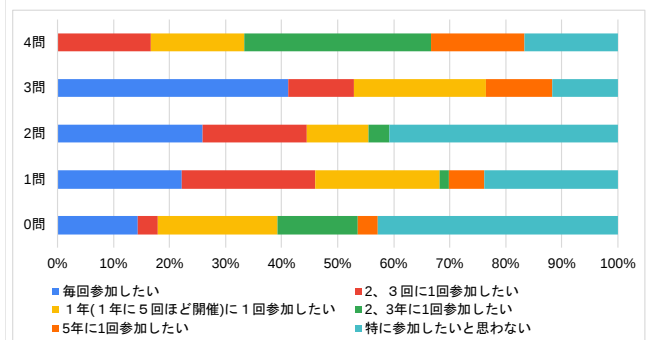


図 91：SDGs クイズ正答数×ロハスミーツ参加意欲

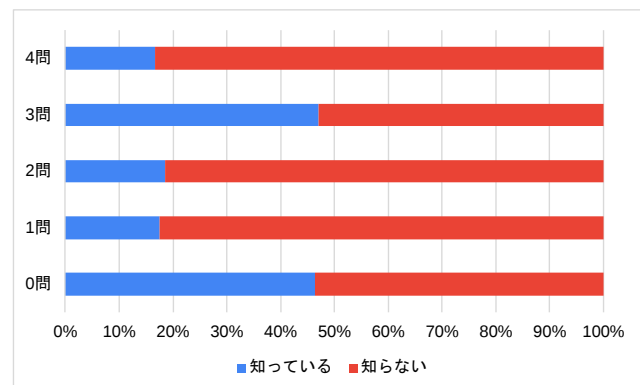


図 92：SDGs クイズ正答数×環境体験事業認知度

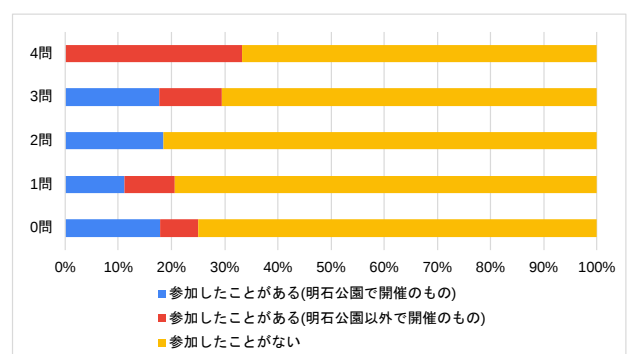


図 93：SDGs クイズ正答数×環境体験事業参加経験

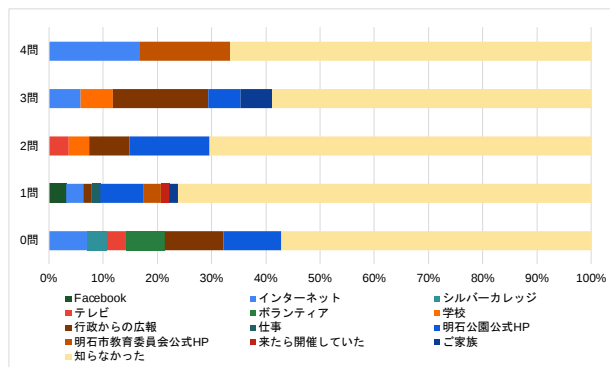


図 94：SDGs クイズ正答数×環境体験事業知った情報入手手段

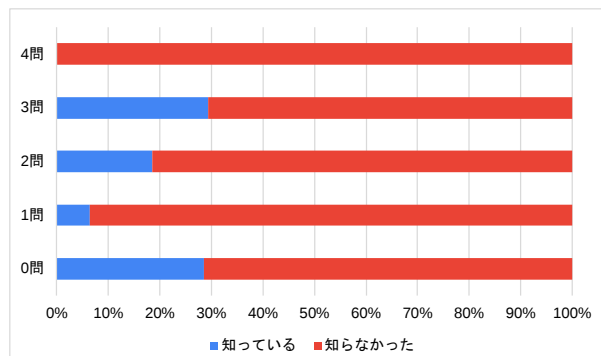


図 95：SDGs クイズ正答数×環境体験事業目的認知度

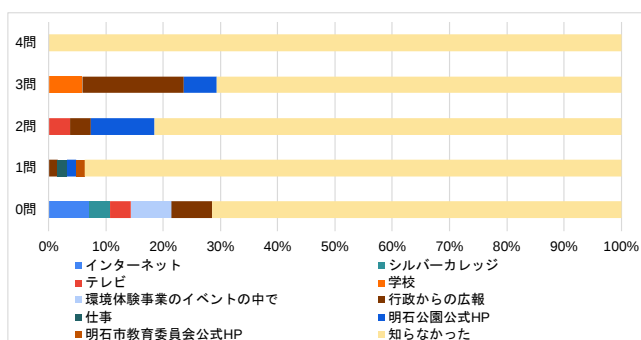


図 96：SDGs クイズ正答数×環境体験事業目的知った情報媒体

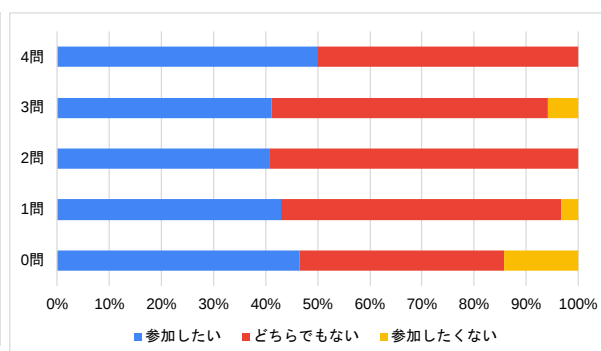


図 97：SDGs クイズ正答数×環境体験事業参加意欲

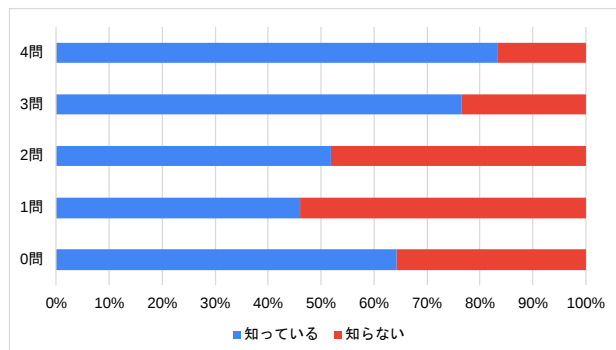


図 98：SDGs クイズ正答数×「地球沸騰の時代」認知度

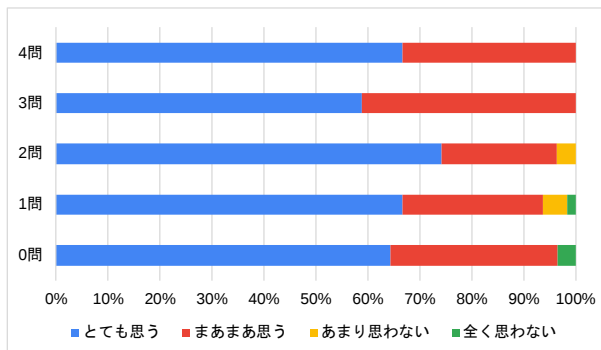


図 99：SDGs クイズ正答数×地球温暖化参加意欲意識

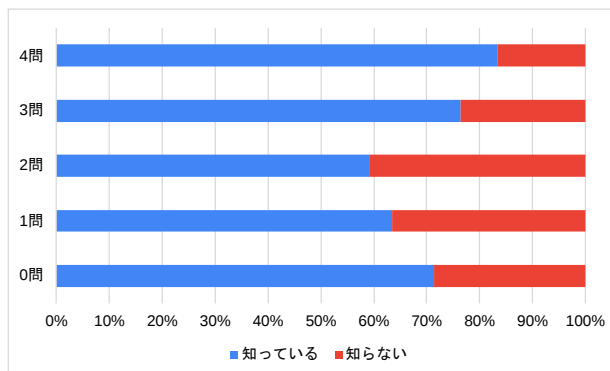


図 100：SDGs クイズ正答数×地球温暖化対策自然利用認知度

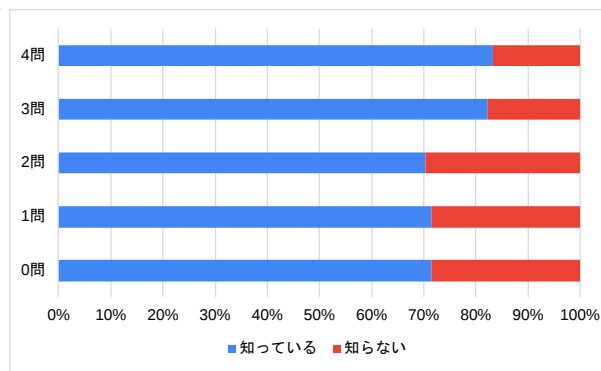


図 101：SDGs クイズ正答数×都市緑化認知度

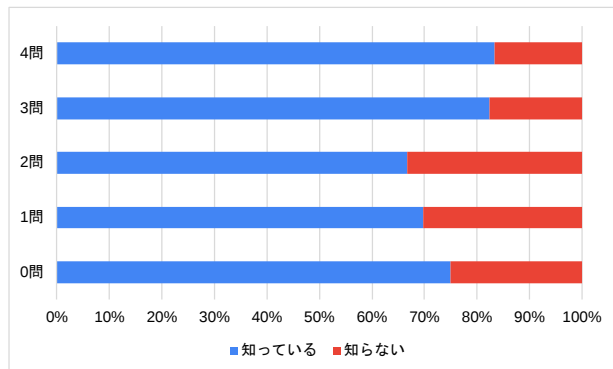


図 102 : SDGs クイズ正答数×都市緑化目的認知度

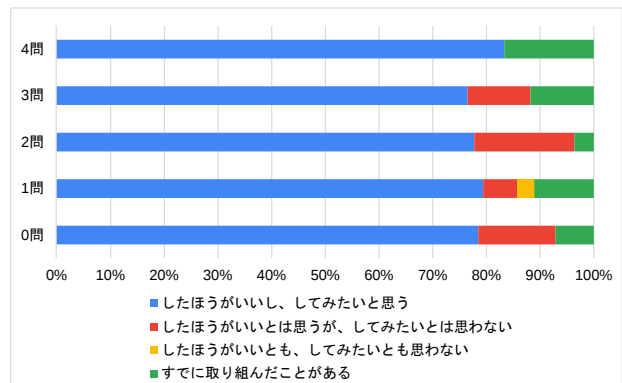


図 103 : SDGs クイズ正答数×都市緑化参加意欲

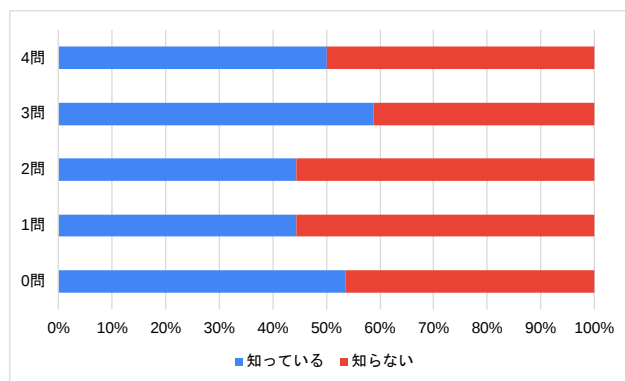


図 104 : SDGs クイズ正答数×「県まちなみ緑化」認知度

SDGs クイズの正答数で「4 問正解者」、「3 問正解者」、「2 問正解者」、「1 問正解者」、「0 問正解者」でグループ分けをし、各設問とクロス集計をかけることで SDGs の認知度と行動力に関する傾向を把握し、今後の環境問題に関する行動や広報指標としていく分析を行った。

分析をする上で、SDGs クイズの正答数が高く SDGs の内容まで理解している人という基準は 3 問、4 問正解者とした。

また、図 70～図 104 の中で図 70、図 71、図 72、図 78、図 83、図 88、図 91、図 98 で SDGs クイズ正答数との傾向がみえたため取り上げる。

1) 女性よりも男性の方が SDGs クイズの正答数が高く内容まで理解しているという傾向がみられた(図 70)。

2) それぞれの年代の母数が異なるため年代の傾向をはかるのには正確ではない上で傾向把握を行なった(表 5)。

表 5 : イベント来場者の年齢

| 年齢 | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代 | 80代以上 |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 人数 | 5人  | 1人  | 10人 | 26人 | 24人 | 43人 | 30人 | 2人    |

その結果、SDGs の理解度が高い順は割合としては

「20 代」、「30 代」、「10 代」、「40 代」、「70 代」、「50 代」、「60 代」、「80 代以上」

となっている(図 71)。この結果からは、若い年代ほど SDGs の理解度が高いといえるのではないかと考えられる。

表 6：イベント来場者の SDGs クイズ 3 問、4 問正解者

| 年齢        | 10代   | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   | 60代   | 70代   | 80代以上 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 人数(3問/4問) | 1人/0人 | 1人/0人 | 0人/2人 | 4人/1人 | 4人/0人 | 3人/2人 | 4人/1人 | 0人/0人 |

さらに正確に比較をするため、正確な人数を割り出した(表 6)。その結果、「60 代」、「30 代」、「70 代」・「40 代」、「20 代」・「10 代」、「80 代以上」の順になった。この結果から、会社員に勤めていた、勤めている世代の方々ほど SDGs の理解度が高いのではないかと考えられる。この理由は、企業の社会的責任によって会社で環境問題に力を入れなければいけない状況になっているため、この結果が得られたのではないかと考えられる。

3) 職業ごとでみると、「一般社員」、「学生」、「管理職」、「無職」、「専業主婦・主夫」、「公務員・団体職員」、「自営業」、「アルバイト、派遣・契約社員」の順になっている(図 72)。この結果より、会社で働いている人の SDGs の理解度が高いという傾向が得られた。この要因は、年齢でもいえた企業の社会的責任によって会社で環境問題に力を入れなければならない状況になっているため、この結果が得られたのではないかと考えられる。また、学生も環境教育が進められている効果が出ているのではないかと考えられる。さらに、「無職」の人が 4 番目に入ってきたのは、表 6 より現役をつい最近引退されたと考えられる 60 代、70 代の正答数が高いため多いのではないかと考えられる。

4) SDGs バッチの認知度では、正答数が低くなればなるほどみた事がない人が増えている傾向がみられた(図 78)。

5) エコバッグの利用頻度では、4 問から 2 問まではほとんど 100%の方が常々使っており、1 問以降はどんどん利用頻度が減っている(図 83)。このことから、エコバッグにおいては SDGs の理解度が高い人ほど行動しているということがわかった。

6) ロハスミーツの参加意欲では、4 問正解者を除いて正答数が高くなればなるほど高くなっている傾向がみられた(図 91)。逆に、4 問正解者の参加意欲が低かった原因としては、他の正答数グループよりもロハスミーツの認知度が低かった(図 88)からではないかと考えられる。このことから、認知度は行動だけではなくその後の行動意欲にも影響を与えるということが考えられる。

7) 「地球沸騰の時代」の認知度は、0 問正解者を除いて正答数が高くなればなるほど高くなっている傾向がある(図 98)。

## 7章 総合考察とまとめ

以下では、本研究でわかったことをまとめた。

第一に、SDGs の認知度と行動力に関する傾向である。SDGs クイズの結果より 4 問正解者が全体の 4% しかいなかった。3 問正解者まで含めても 16% しかいなかった。しかも、3 問以上の正解者はクロス集計の結果より、会社に勤めている人や勤めていたとされる人であった。また、SDGs のキーワードを問う設問では正答数が高かったが、SDGs の大事な概念である誓いを問う設問では正答数が低く、ウェディングケーキモデルの認知度も低かった。このことから、SDGs の内容までの一般的な理解度は低いという結果が得られた。このような状況であるため、今後とも SDGs に関する知識普及は大事になってくると考える。加えて、SDGs バッチは「SDGs の普及」が目的であるが、その目的も存在も知らない人が 68% もいた。このように、SDGs や環境問題に関する取り組みの中にはその役割を十分に発揮できていない状況に陥っているものが多く存在すると考えられる。この原因として、周知の仕方に問題があるのではないかと考えられる。SDGs を知ったきっかけとして「テレビ」と答えられる方が多かったため、人の目に留まりやすい広報やそれぞれの取り組みの役割を伝えられる広報をするなど「テレビ」の広報の工夫をしていく必要があると考える。広報の仕方を工夫していくことで、人々が知るきっかけの広報としての役割を果たせるのではないかと考える。しかし、「テレビ」には決められた枠があるため載せられる情報には限りがある。かつ、これから IT 社会として「インターネット」がさらに活用されていく社会になっていくと考えられる。それにより、現状日常生活の中でインターネットが多く使われ始めていることから、SDGs についてもインターネットで調べる人も増えるのではないかと考えられる。従って、インターネットで得られる情報も今後は充実させたり整えたり工夫していく必要があるのではないかと考える。

第二に、全国・兵庫県・明石市の各取り組みの認知度と行動力に関する傾向である。今回取り上げた 5 つの取り組みのうちひょうごまちなみガーデンショー、エコバッグ、都市緑化の認知度が高いという傾向を得られた。その理由として、ひょうごまちなみガーデンショーは今回の調査地のイベントであり、イベント満足度も高かったことから認知度や行動力が高い傾向がみられたのではないかと考えられる。エコバッグでは、認知度の面では全国的な取り組みで様々なメディアに取り上げられることが多いからだと考えられる。また、都市緑化の認知度の面では、兵庫県は阪神・淡路大震災以降、緑地や公園等のオープンスペースの確保や都市緑化を積極的に行ってきた歴史があるからだと考えられる。そして、エコバッグも都市緑化もその取り組みが取り組まれる理由や必要性が人々に伝わっているから行動力においても高い傾向がみられたのではないかと考えられる。従って、「なぜ取り組むのか」やその必要性をアピールした広報をしていくのは大事なことだと考える。逆に、5 つの取り組みのうち、ロハスミーツと環境体験事業の認知度と行動力は低いという傾向が得られた。この理由として、ロハスミーツじゃ様々な情報媒体から人々が情報を得ている傾向が

みられた。ゆえに、「公式 HP」はあるものの人々にとって確立した情報入手手段がロハスミーツにはないため、認知度が低くなってしまったのではないかと考えられる。加えて、認知度が低いと過去参加回数などの行動力も低くなってしまっていると考えられる。また、ロハスミーツの参加意欲が低い傾向がみえたのは、存在や目的を知っても複雑な考え方を持った取り組みであるため理解するまでに時間と説明が必要だからだと考えられる。環境体験事業では、認知度が低い傾向はあったものの取り組み自体が小学生を対象としたものであるため認知度としては高くはないものの低いともいえないのではないかと考えられる。しかし、環境体験事業を知った経緯が「ご家族」ではなく「公式 HP」等が一番多かったことから、取り組みの対象である小学生から聞いて認知した人が多いわけではないということがわかった。従って、環境体験事業を知っている人は自分でインターネット等を使って調べた人である事がわかった。ということは、逆に自分から調べる習慣がない人や環境問題に関連する情報に関心が薄い人には情報が届かないのではないかと考えられる。また一方で、今回環境体験事業を認知している人は環境問題や環境体験事業に関心があつたのではなく、地域や明石公園の取り組みに関心のある方が知っていた可能性がある。だからこそ、「公式 HP」や「行政からの広報」で環境体験事業を認知したのではないかと考えられる。そのため、今回環境体験事業を認知していた人たちがどのような経緯で環境体験事業を知ったのかは明らかではないが、環境体験事業のような自分で調べないと辿り着けない状態になってしまっている、知ってほしい情報を人々に届くようにしていく必要がある。さらに、環境体験事業の参加意欲において、52%の人が「どちらでもない」と回答されていることから、現状やった方がいいことだとは認識しつつもあと一歩が踏み出せない状況にあるのではないかと考えられる。よって、参加したところで何ができるのか何につながるのかを環境教育等の参加型の取り組みで伝えていくことも大事になってくるのではないかと考えられる。加えて、環境体験事業は元々の認知度が低かったため、存在と目的を人々が知ったことで参加意欲がロハスミーツを上回った。このことから、取り組みを周知させることは人々の興味・関心を惹くだけでなく、行動の選択肢を増やすことに繋がり、対策に取り組もうと思ってくれる人を増やすことにつながる、大事なことだと考えられる。また、都市緑化において緑化をされた経験がある方にその経緯を自由記述で回答を得ていた。その結果、趣味で行なっている方がほとんどであった。従って、趣味のものも環境問題対策につながっていることを周知するだけで環境問題に対する認知は上がるのではないかと考えられる。加えて、対策の身近さを知るため対策に参加してくれる人も増え、環境問題の緩和につながったり、社会の動きにも影響を与えたりすることになるのではないかと考える。

第三に、広報に関する傾向である、公式広報媒体は正しい情報を確実に得る事ができる。加えて、公式広報媒体を見て情報を得ている人は目的の認知度も高かった。そして、地域独自の取り組みは公式広報媒体から情報を得ている人が多い傾向がみられた。しかし、「テレビ」と比較すると情報の届く範囲が公式広報倍多は狭くなってしまっているため行動力、認知度が低い傾向がみられる。この公式広報媒体の弱さの一因として、人の目に触れる機会の

少なさが影響しているのではないかと考えられる。そのため、届けたい情報がある場合、多種多様な観点や媒体を用いて人の目に触れる機会を増やしていくことが大事になってくると考えられる。また、最近の傾向として各メディアの特徴を理解して使い分けられている人は多くなのではないかと考えられる。そのため、限られた情報の中で生きている人が現代では多くなっているのではないかと考えられる。加えて、情報をいろんな媒体から得ることを手間だと思えるようになってきているのではないかと考えられる。これにより、世間的に簡単に情報を得られる X(元 Twitter)などの SNS から情報を得る人が増えているのではないかと考えられる。ゆえに、キャッチコピーのような情報の方が伝わりやすくなってしまっている状況が生まれていると考えられる。キャッチコピーのような情報のみが伝わってしまうと物事の内容の知識を知っている人が少なくなり、理解できる人も少なくなっていくのではないかと考えられる。そうすると、知識を利用した考え方ができる人が減ることになり、環境問題の深刻化を助長することにつながるのではないかと考える。従って、世間の情報との向き合い方というのもこれから改善していかなければ環境問題の対策も進みにくいのではないかと考えられる。

## 第8章 結論

本研究より、改めて SDGs はキャッチコピーになるようなキーワード(2030 年、持続可能な開発目標)の認知度が高い傾向がみられた。しかし、SDGs の誓いや役割、ウェディングケーキモデルのような SDGs の大事な概念の認知度は低いということが明らかとなった。かつ、SDGs と関連した行動として認知されないまま行動を取られていたり、行動自体があまり認知されていなかったり、取られていない現状があるということが明らかになった。さらに、都市緑化のように取り組みにおける認知度と行動力はその土地の特徴に大きな影響を受けるということが明らかとなった。また、兵庫県の取り組みと SDGs の認識の相互性はほとんどみられなかった。これは、兵庫県の取り組みと SDGs がつながっているという広報ができていないことが要因だと考えられる。今回の調査のみならず、実際に SDGs と関連性があるのに示していない取り組みもある。このような状況では、SDGs もその取り組み自身も周知されにくいのではないかと考えられる。よって今後は、SDGs に関連性がある取り組みは積極的に繋がりをアピールしていくことも広報として大事だと考えられる。

さらに、兵庫県の取り組みは全国的な取り組みであるエコバッグや兵庫県で昔から行われていた都市緑化よりも認知度が低いことから行動力も低い結果になってしまっている。よって、もっと周知していく必要があるが、兵庫県の取り組みのメインの広報媒体は「公式 HP」になっている。そのため、情報の伝わる範囲が狭いので、多くの人に伝わるように広報媒体の改善や広報の仕方の工夫をしていく必要があるのではないかと考えられる。

今後の広報の方針としては、様々な媒体を用いて人の目に触れる機会を増やすために使い分けていくことも大事ではあるがもっとも大事なはその広報の仕方である。人の目に留まりやすい広報、それぞれの取り組みの役割が伝わるような内容まで伝わる広報など見栄えやキャッチコピーなどに惑わされず情報が伝わる広報をしていく事が大事であると考ええる。このように、情報を伝える広報を大事にしていくことで様々な取り組みはより発展していき、環境問題など様々な問題も解決の方向へと導いていけるのではないかと。

## 謝辞

本研究は全国鉢物普及プロジェクト協議会からの受託研究により実施した。調査にあたり、赤井治さま、廣津一步さまをはじめとした株式会社 JF 兵庫県生花の関係者の方々には多大なご協力をいただきました。ここにあらためて感謝申し上げます。

#### 引用文献

- 1) 白鳥和彦(2021). SDGs 意識・行動変容調査:(その1)学習効果によるコンピテンシーの変化. 武蔵野大学しあわせ研究所紀要, 2021, 4, p.58-74.
- 2) 檜崎久美子(2023): 教員養成課程学生に対する SDGs 教育の実践、広島女学院大学人間性格学部紀要、第10号 p.73-77
- 3) SDGs メディア編集部
- 4) 中瀬勲・上甫木昭春・赤澤宏樹(1998). 緑地分野での復旧・復興の歩み. 公益社団法人日本造園学会 ランドスケープ研究, 62 巻 第3号 p.239-247