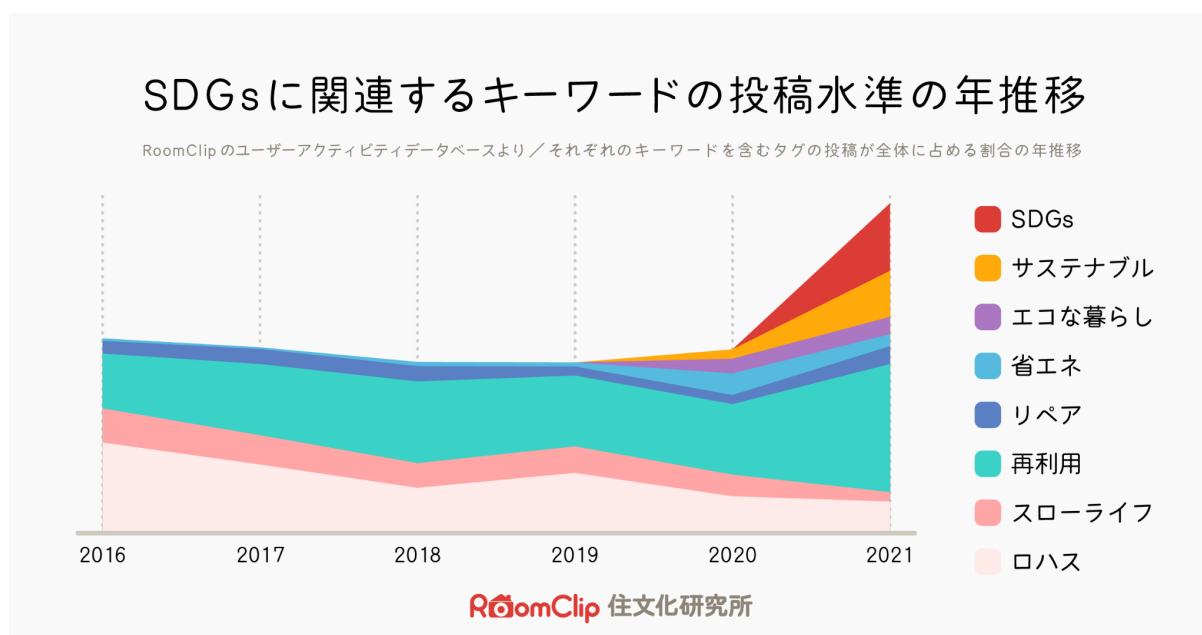


**【RoomClipの利用データから「家の中でのSDGs実態」を分析】**  
**「SDGs・エコな暮らし」関連の投稿が急増、2021年は前年比1.8倍に**  
6割がSDGsを意識して行動、家庭でのSDGs実践の主戦場は「キッチン」

<https://lab.roomclip.jp/contents/SDGs/>

- 家庭での取り組みベスト3は「再利用」「手作り」「ゴミ削減」
- イエナカSDGsアイテムは、湯たんぽ、土鍋、ペレットストーブ、鋳物、シリコンシートなどが人気

住生活の領域に特化した日本最大級のソーシャルプラットフォーム「RoomClip(ルームクリップ)」を運営するルームクリップ株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役 兼 代表執行役員 CEO:高重 正彦、以下 ルームクリップ)は、投稿写真や検索キーワードなどのデータを基に住まいや暮らしについて調査・研究をする「RoomClip住文化研究所」より、日常生活におけるSDGs(持続可能な開発目標)の受け止めと実践に関する分析レポートとして「家の中でのSDGs実態(イエナカSDGs)」をまとめました。



RoomClipは、家具や家電、雑貨など住まいと暮らしの写真を投稿・閲覧できる、住生活の領域に特化した日本最大級のソーシャルプラットフォームです。月間ユーザー数は600万人、累計写真枚数は500万枚を超えており、ユーザーが投稿した「住生活の実例写真」から、お手本になる人や情報、欲しいアイテム、好きなブランドを見つけたり繋がったりすることができます。

本レポートは、RoomClipの2016年から2021年までに投稿された写真に付けられたタグデータを全投稿分調査したデータのほか、2021年10月に実施した「うちのSDGs」写真を募るユーザー

イベントの全投稿写真を目視により定性分析したデータ、および2021年12月に実施したRoomClipユーザー向けアンケート(n=1625)のデータを基に分析し、一般的な生活者がどのような意識のもとでSDGsに取り組んでいるかをまとめたものです。

#### 【今回の主な調査トピックス】

1. 「SDGs・エコな暮らし」関連の投稿が急増、2021年は前年比1.8倍に
2. 6割以上(62.6%)がSDGsを意識して行動。認知は約9割(87.8%)に上る
3. 17のゴールのうち関心が高いのは「貧困をなくそう(35.1%)」「エネルギーをみんなに、そしてクリーンに(33.7%)」「人々に保健と福祉を(33.0%)」がBest3で3割超え
4. 家庭でのSDGs実践の主戦場は「キッチン(22.5%)」、次いで「机(14.6%)」「リビング(13.7%)」
5. 家庭でのSDGsのベスト3は「再利用(35.1%)」「手作り(31.0%)」「ゴミ削減(19.8%)」
  - また「長く使うこと・リペアすること」が9.3%の投稿を占め5位に  
家族のものを受け継いだり、鋳物鍋や土鍋など長く使える調理用品を選んだり、「長く使うこと自体が豊かである」というライフスタイルが支持を集めている
  - 「再利用」は各家庭で創造的に工夫しながら取り組んでいる  
履けなくなったジーンズをソファカバーへ加工、コンポストを活用し生ゴミ削減、蜜蝋ラップでラップ使用量を減らすなど
6. イエナカSDGsアイテムとしては、湯たんぽ、ペレットストーブ、シリコンシートなどの活用が目立つ

#### 【RoomClip住文化研究所所長 川本太郎 総評コメント】

2015年に国連サミットで採択された「SDGs(Sustainable Development Goals 持続可能な開発目標)」は、2021年には流行語大賞にノミネートされるなど、日本でも一般の生活者の間でよく知られる言葉になりました。SDGsでは、国際機関や政府、企業といった大きな主体だけでなく、市民社会や子どもも含めたすべての人が、それぞれの立場から目標達成のために行動することを求められています。

今回、暮らしや住まいにこだわりを持つユーザー層が集まるRoomClipでの生活者の暮らしを紐解くと、6割以上のユーザーがSDGsを意識して行動していると回答するなど、生活者目線でのSDGsの取り組みがすでに幅広く行われていることが分かりました。そして、それは何かを我慢するといった形だけでなく、楽しさや豊かさを感じることも両立しており、もともと生活者の中ですでに実践されていたり、ノウハウが蓄積されていたりしたことであることも明らかになりました。

RoomClipは「日常の創造性を応援する」というミッションを掲げており、生活者の住まいと暮らしの実例が数多く集まるサービスを運営しています。RoomClipのデータを用いた今回のレポートは、国家や企業が目線で語られることも多いSDGsを、生活者が実際に日常生活の中でどのように捉え、創造的に工夫しながら実践しているのかについての一つの同時代的な記録になるのではないかと考えています。

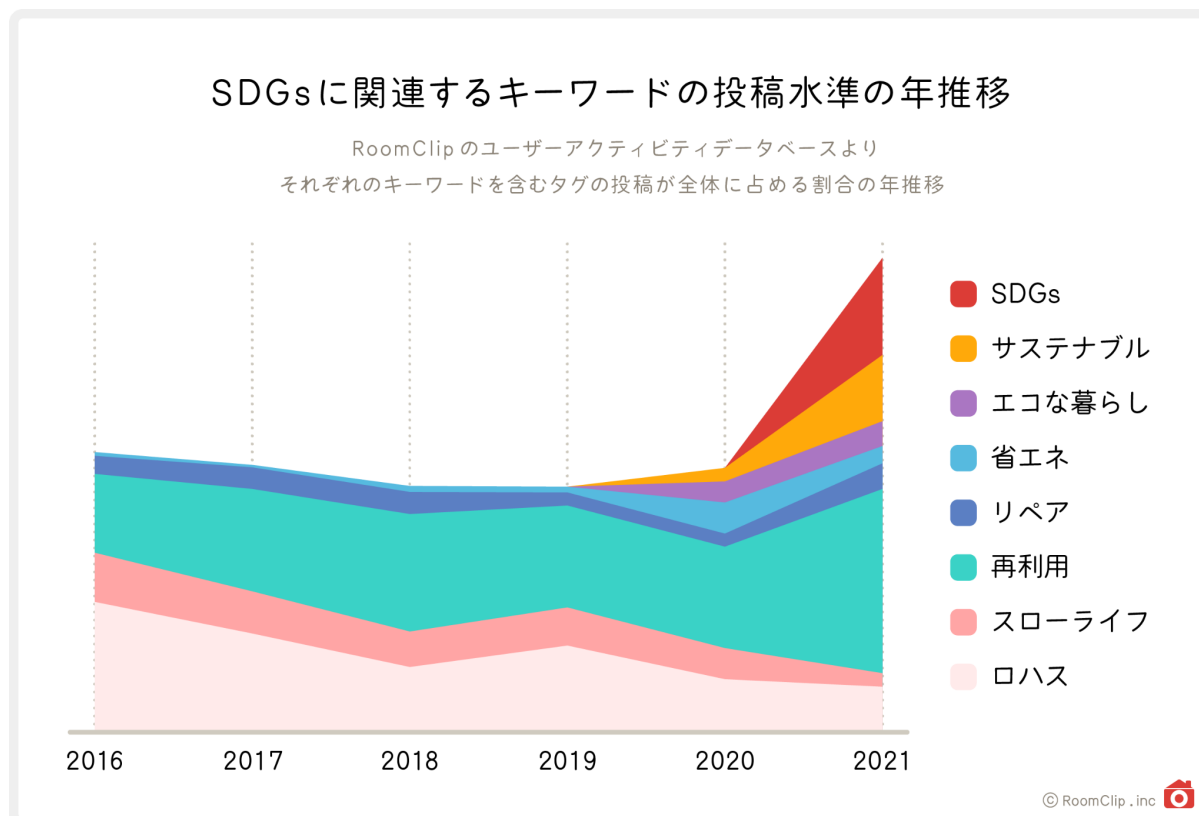
#### 【レポート詳細】

<https://lab.roomclip.jp/contents/SDGs/>

#### 【今回の調査レポート内容】

- 1) 「SDGs・エコな暮らし」関連の投稿が急増、2021年は前年比1.8倍に

RoomClipに投稿された「SDGs」や「サステナブル」「再利用」「スローライフ」といったSDGsに関連する写真は、2021年に急増し、投稿水準は2020年に比べると1.8倍に伸長しています。



上の図は2016年から2021年までのSDGsに関連するキーワードの投稿水準を年次であらわしたものです。SDGsのタグが登場するのは2020年からですが、それ以前から「ロハス」や「スローライフ」、「リペア」、「エコな暮らし」といった、サステナビリティや地球環境の配慮に関連する投稿が継続的であったことがわかります。「モノを大切に長く使う」「自然素材を活用する」「できることは手作りする」など、SDGsにも繋がる様々な生活の工夫やナレッジが生活者の間で蓄積していたのです。

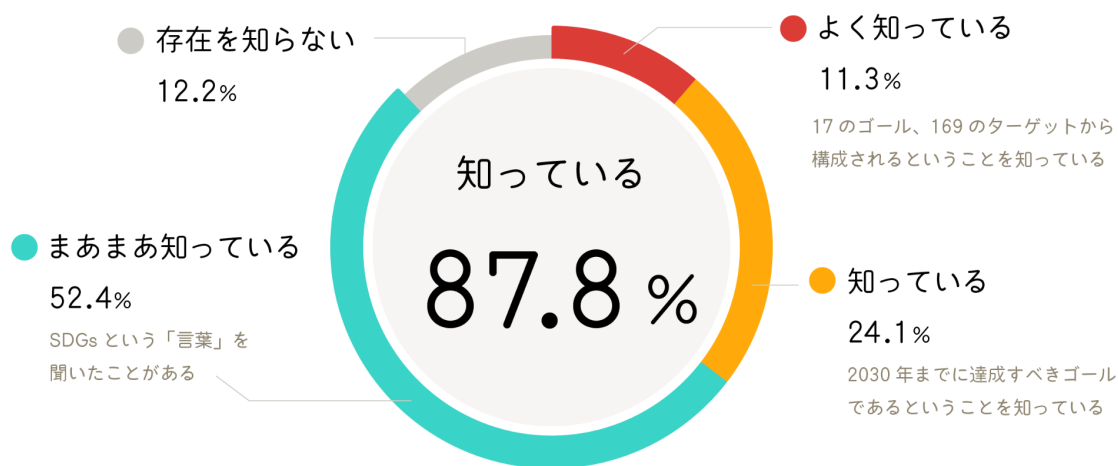
「ロハス」や「スローライフ」といったキーワードは2016年に比べると減少している一方で、「再利用」や「省エネ」などは増加。さらに「エコな暮らし」「サステナブル」「SDGs」といったキーワードが新たに登場し、全体としてSDGsに関連するライフスタイルが多様化し、盛り上がっていることが分かります。

RoomClipでは日々、創意工夫をしながらポジティブに暮らす生活者の生の声が多く共有され続けています。SDGsが注目を集めるずっと前から「SDGsな生活習慣」がコミュニティに根づいていたことが、RoomClipユーザー層が他の層に比べてSDGsの実践割合が高い主要因といえるでしょう。

2) 6割以上(61.6%)がSDGsを意識して行動。認知は約9割(87.8%)に上る

## Q. あなたはSDGsについてどの程度知っていますか？

RoomClipのユーザーへのアンケートより（2021年12月実施 / n=1625）

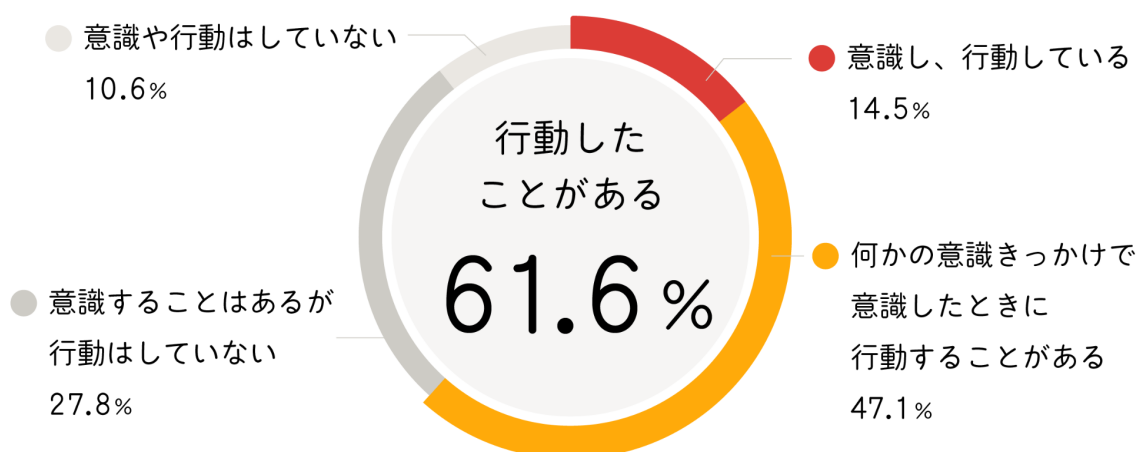


© RoomClip, inc 

SDGsに対する認知度としては、88%のユーザーが「SDGsについて知っている」と回答。30～40歳代の女性が中心ユーザーであるRoomClipにおいては、9割近くにのぼることが分かりました。比較として、損保ジャパンが2021年8月に全世代を対象とした調査(n=1204)(※1)を参照すると、「よく知っている(28.3%)」と「まあまあ知っている(48.1%)」をあわせて76.4%が知っていると回答しています。

## Q. 日常生活で「SDGs」や「社会問題」を意識して行動していることはありますか？

RoomClipのユーザーへのアンケートより（2021年12月実施 / n=1625）



© RoomClip, inc. 

また、日常生活でSDGsや社会問題を意識して行動している人の割合は62.6%という結果になりました。同様に、損保ジャパンの調査結果(※2)を参照すると「意識し、行動している(12.2%)」と「何かのきっかけで意識したときに、行動することがある(27.9%)」をあわせて40.1%が実践していると回答。

これらの調査結果の比較から、住まい・暮らし領域のこだわり層、イノベーター～アーリーアダプター層が多いRoomClipにおいてはSDGsの認知度も、実践している人も、一般的な傾向より割合が高いといえそうです。

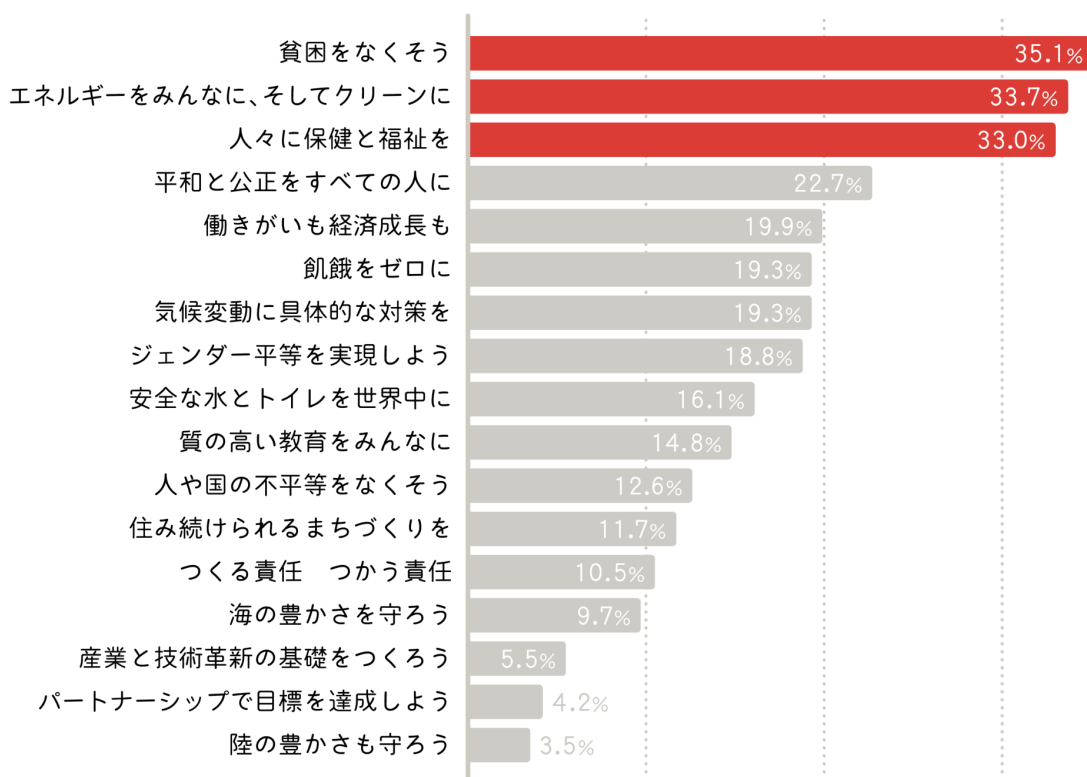
※(1)(2) 参考: 損保ジャパン「SDGs・社会課題に関する意識調査」

[https://www.sompo-japan.co.jp/-/media/SJNK/files/news/2021/20210802\\_1.pdf](https://www.sompo-japan.co.jp/-/media/SJNK/files/news/2021/20210802_1.pdf)

3) SDGsの17のゴールのうち関心が高いのは「貧困をなくそう(35.1%)」「エネルギーをみんなに、そしてクリーンに(33.7%)」「人々に保健と福祉を(33.0%)」がBest3で3割超え

## Q.「社会課題」と聞いて興味のあることを3つまで選んでください

RoomClipのユーザーへのアンケートより（2021年12月実施 / n=1625）



© RoomClip, inc. 

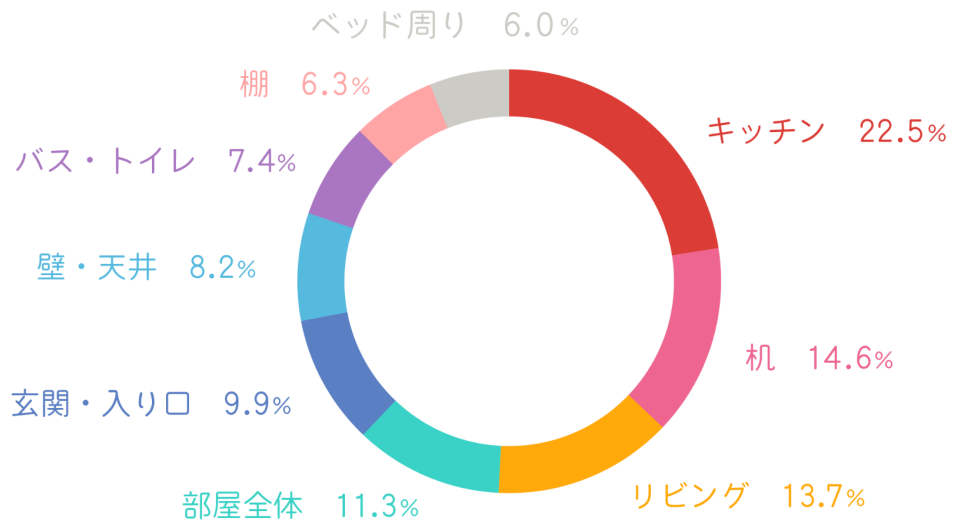
RoomClipユーザーに、SDGsの17のゴールのうち興味のあるものを複数回答で聞いたところ、「貧困をなくそう(35.1%)」、「エネルギーをみんなに、そしてクリーンに(33.7%)」、「人々に保健と福祉を(33.0%)」が3割を超えてベスト3となりました。ファミリー層が多いRoomClipでは、これらの3つは自分の家族や子ども達の未来に直結する課題として「自分ごと」として捉えやすいのかと推測します。

### 4) 家庭でのSDGs実践の主戦場は「キッチン(22.5%)」次いで「机(14.6%)」「リビング(13.7%)」

RoomClipでは、定期的に運営側が提供するテーマに合わせてユーザー投稿を募る「投稿イベント」を実施しています。2021年10月～12月にかけて実施した投稿イベント「教えて！おうちで見つけたSDGsなこと」の投稿内容を見ると、暮らし・住まいにこだわりを持っている層が、SDGsを意識して実際に実践している行動や、どのようなことを人に伝えているのかがよく分かります。

## 投稿イベント「教えて！おうちでつけたSDGsなこと」の投稿場所

投稿イベント「教えて！おうちでつけたSDGsなこと」より（2021年10月25日～12月5日開催）  
イベントに投稿された写真のうち、場所のタグがついている写真の場所ごとの割合



© RoomClip, inc. 

投稿された「場所」に関しては、もっとも割合が高かったのがキッチンでした。暮らしのコミュニティにおいて、まさに生活の根幹ともいえる場所がSDGs実践の主戦場であるという結果です。

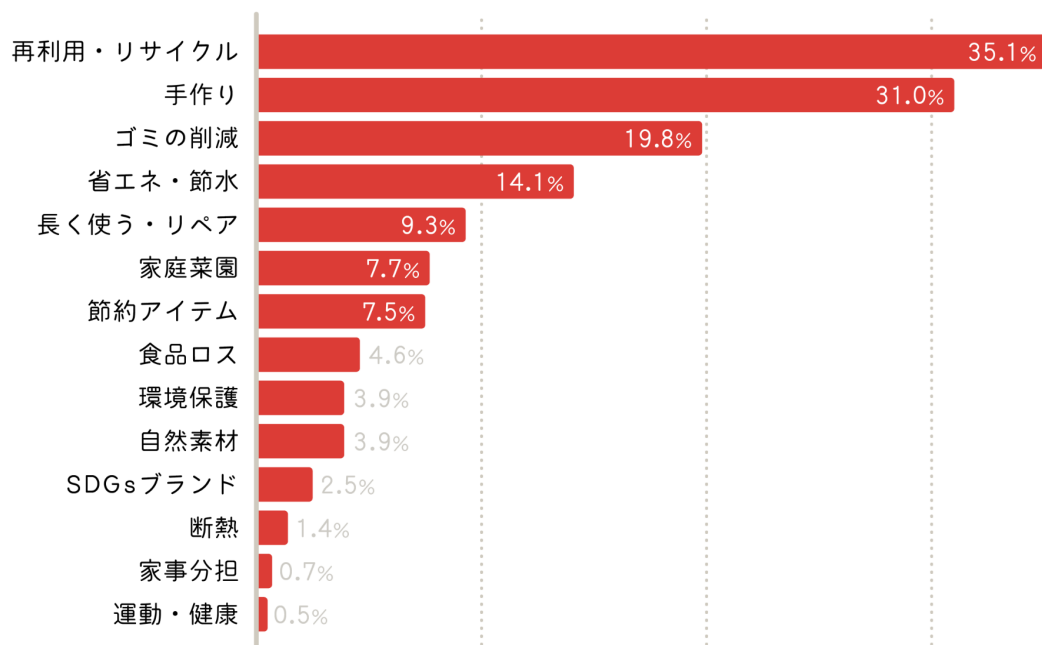
**5) 家庭でのSDGsの取り組みベスト3は「再利用(35.1%)」「手作り(31.0%)」「ゴミ削減(19.8%)」**

「教えて！おうちでつけたSDGsなこと」に投稿された全写真439枚を、14のテーマごとに分類しました。

## 投稿イベント「教えて！おうちで見つけたSDGsなこと」の投稿内容

投稿イベント「教えて！おうちで見つけたSDGsなこと」より（2021年10月25日～12月5日開催）

イベントに投稿された全写真439枚を目視し、投稿テーマごとに分類



© RoomClip, inc 

### ■「再利用」は各家庭で創造的に工夫しながら取り組んでいる実態

家庭の中のSDGsで最も意識されているのは「再利用すること」という結果で、全体の35.1%がモノを再利用している様子の写真でした。家の中で気軽に実践しやすいことや、ノウハウや工夫を他人にシェアしたくなるのが理由だと考えられます。古い衣類を使って手作りしたチェアカバーなど、再利用したもので何かを手作りした写真、布の端切れを使って作ったミツロウラップ、コンポストの実践など、ゴミの削減につながっていることを意識した投稿も見られました。

※投稿された実例画像はレポート本編をお読みください。

<https://lab.roomclip.jp/contents/SDGs/>

### ■「長く使うこと・リペアすること」が約10%の投稿を占め5位に

また、住まいや暮らしにこだわりを持つRoomClipユーザーらしいSDGsな取り組みとして、約10%の投稿を占めたのが「長く使うこと・リペアすること」でした。家族のものを受け継いだり、鋳物鍋や土鍋など長く使える調理用品を選んだり、「長く使うこと自体が豊かである」というライフスタイルが支持を集めているといえます。

枚数は少なかったものの、興味深い事例もありました。まずは「家事分担や自動化によってジェンダー平等を意識している」という工夫。SDGsの中でも環境問題にまつわる実践が注目を集めがちなか中で、RoomClipならではの視点だと言えます。フードロスに着目した工夫は、収納などRoomClipでも人気のトピックに関連しています。



6) イエナカSDGsアイテムとしては、湯たんぽ、ペレットストーブ、シリコンシートなどが人気、食品ストックを賞味期限の見える化しフードロスを防ぐ収納術なども

#### ■人気のイエナカSDGsアイテム

RoomClipでは、家の中でのSDGsのことを「イエナカSDGs」と呼び、今回の調査でわかったイエナカSDGsとして人気を集めているアイテムを紹介します。

##### ・湯たんぽ／ペレットストーブ

サステナブルなエネルギーを意識しているユーザーを中心に、冬場の寒さをしのぐ方法として、昔ながらの湯たんぽはもちろん、最近ではペレットストーブも人気を集めています。

##### ・シリコンシート／シリコンマット

耐熱性があり、汚れても洗ってくり返し使えることから、オーブンシートやアルミホイルの代わりに代用してゴミを削減する使い方が注目されています。

#### 【RoomClip住文化研究所について】

RoomClip住文化研究所は、RoomClipに投稿された膨大な写真やコメント、タグなどの実例データ、検索や保存、いいねなどのアクティビティデータ、ユーザーアンケートやインタビューなどを基に、住まい・暮らし領域のトレンドや消費性向などについて調査・分析する研究機関です。2021年4月に設立し、毎月様々なテーマで分析レポートを発表しています。

<https://lab.roomclip.jp/>

#### ■直近の調査レポート

・RoomClip Award 2021開設 今年の傾向は「ニューノーマルの定着」と「映えから心地よさへ」(2021/12/6)

[https://lab.roomclip.jp/contents/award\\_2021/](https://lab.roomclip.jp/contents/award_2021/)

・価値観の再構築へ。現代のライフスタイルに最適化していく「掃除」の習慣と、住まいづくりへの影響(2021/11/22)

<https://lab.roomclip.jp/contents/cleaning/>

・キッチン家電の多様化が加速中。新定番と、変化に迫られるその周辺(2021/10/26)

[https://lab.roomclip.jp/contents/kitchen\\_appliances/](https://lab.roomclip.jp/contents/kitchen_appliances/)

## ■所長プロフィール

川本太郎 ルームクリップ株式会社執行役員CBO／RoomClip住文化研究所所長



2007年日本経済新聞社入社。大阪社会部を経て、消費産業部（現企業報道部）にて小売業・インターネット産業の取材を担当。2013年Tunnel株式会社（現・ルームクリップ株式会社）にコミュニティマネージャーとして参画。2015年にセールスチームを立ち上げ、セールス担当役員に就任。2021年にRoomClip住文化研究所を立ち上げ。同年執行役員CBO（Chief Branding Officer）に就任。

twitterアカウント：@taro\_kawa\_RC

## 【ルームクリップ株式会社について】

<https://roomclip.jp/>

代表者：高重 正彦

設立：2011年11月24日

所在地：東京都渋谷区千駄ヶ谷1-28-1

URL：<https://corp.roomclip.jp/>

事業内容：「RoomClip」「RoomClipビジネス」「RoomClipショッピング」の企画・開発・運営

RoomClip iOSアプリ

<https://itunes.apple.com/jp/app/id520802798>

RoomClip Androidアプリ

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tunnel.roomclip>

RoomClip Webサイト

<https://roomclip.jp/>

RoomClipビジネス

<https://roomclip.jp/business/>

RoomClipショッピング

<https://roomclip.jp/shopping/>

RoomClip住文化研究所

<https://lab.roomclip.jp/index.html>

## 【報道関係からの問い合わせ先】

ルームクリップ株式会社 広報担当

mail：[brand@roomclip.jp](mailto:brand@roomclip.jp)

問い合わせフォーム：<http://corp.roomclip.jp/contact/corp>

電話：03-3405-2500