

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS

沖縄県内企業・大学生の SDGs意識調査

dentsu
DENTSU OKINAWA INC.

Team
SDGs
OKINAWA



観光産業科学部・
国際地域創造学部
観光経済・統計学
ゼミ

共同調査・分析
2021.04

目次

はじめに	3
I. ファインディングス（企業・大学生）	4-5
II. 調査概要（企業）	6
III. 調査結果（企業）	7-33
認知・取組について	8-14
SDGsへの考え方	15-18
SDGs推進の課題	19-24
企業の採用活動と大学生の就職活動	25-27
SDGs17の項目について	28-32
SDGsの推進に対する今後の展望	33
IV. 調査概要（大学生）	34-35
V. 調査結果（大学生）	36-45
まとめ	46-47

はじめに

2015年に国連サミットにおいて「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択され、5年が経過しました。沖縄県においてもSDGsの達成に向け本腰を入れるべく、2019年（令和元年）より県民および県内企業に向けて本格的な普及啓発活動に取り組み始めました。

しかしながら、ブランド総合研究所の「都道府県版SDGs調査2020」によると、沖縄県の取り組みは全国36位と積極的に取り組んでいるとは言い難い状況です。

本調査は、県内企業におけるSDGsの認知状況や、推進にあたっての課題を顕在化し、SDGsへの取り組みを推進の一助になることを目的として実施いたしました。

また、企業だけにとどまらず幅広い世代でSDGsを考え、県全体の認知・取り組みを加速させることを目的に、未来の沖縄のSDGsを中心となって担っていく県内大学生と連携し実施いたしました。

詳細な調査結果レポートもありますので、不明な点や関心の点がありましたら、担当までご連絡いただければ幸いです。

1. SDGsへ取り組んでいる企業は約8割と高水準の一方で、未登録企業のパートナー制度への認知は低い結果となった。
社会課題への取り組みも未登録企業では消極的。
2. SDGsへの印象、意義・効果など高い姿勢を示しているものの、取り組みが進まない環境要因（課題）として「地域で取り組んでいる企業が少ない、もしくはない」。「どこに相談していいかわからない」などが高い割合を示した。
3. 金融的な支援やコンサルティング支援よりも、SDGsに関連するセミナーやシンポジウムなどSDGsに関する情報やSDGsに取り組む企業同士のビジネスマッチングなど企業で取り組めることに優先順位を置いている傾向。
4. 採用活動において重要と考えている企業に比べ、遅れをとる大学生。SDGsを推進するうえで、今後中心となる世代との連携が重要。

1. SDGsに対する取組、姿勢の点で大学生は、産業界より明らかに遅れている。
2. SDGs関連の情報収集・学習の点でも大学生は、産業界より明らかに努力不足。
3. SDGsを知った経緯という点で、大学生のしているメディアと産業界のしているメディアには質の違いがある。本業である授業を通してのSDGs教育が有効である。
⇒SDGsの情報収集・学習源に「大学の授業」を挙げた割合に対して

琉大1年次0%、1・2年次小計5%（＜ 県内大学平均22% ≪ 名桜大学70%）
& 琉大1年次のSDGsに取組済大学生の割合15%（＜ 琉大生平均36%）

また、本業以外の日常でSDGsに触れる機会、考える機会をメディアやSNS等を活用し、創っていくことが次代の沖縄のSDGsを推進する上で重要。

◆ 調査目的

県内企業におけるSDGsの認知状況や、推進にあたっての課題を顕在化し、沖縄県内のSDGs取り組み推進に向けた糸口を明らかにする。

◆ 調査対象者

沖縄県内の娯楽業以外の企業121社を対象
おきなわSDGsパートナー、県内売り上げランキング上位から抽出
有効回答数64（52.9%）

◆ 調査手法

郵送による記入式アンケート
設問数10問、回答方法（5段階選択、「その他」自由記述）

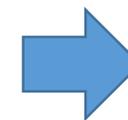
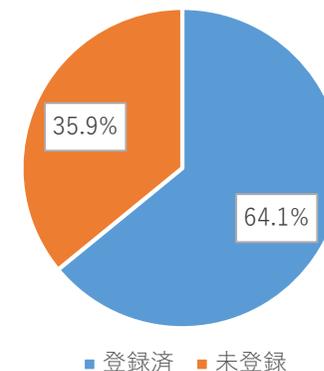
◆ 調査時期

2020年11月20日（金）～2020年12月11日（金）

◆ 調査体制

琉球大学観光経済・統計学ゼミ
電通沖縄SDGsプロジェクトチームによる協働調査

おきなわSDGsパートナーへの登録



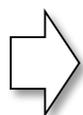
サンプルはおきなわSDGs
パートナー制度への登録に
偏りがある。

調査結果（企業）

認知・取組について

すでに取り組んでいる
と回答した企業が79.7%
と高くなった。

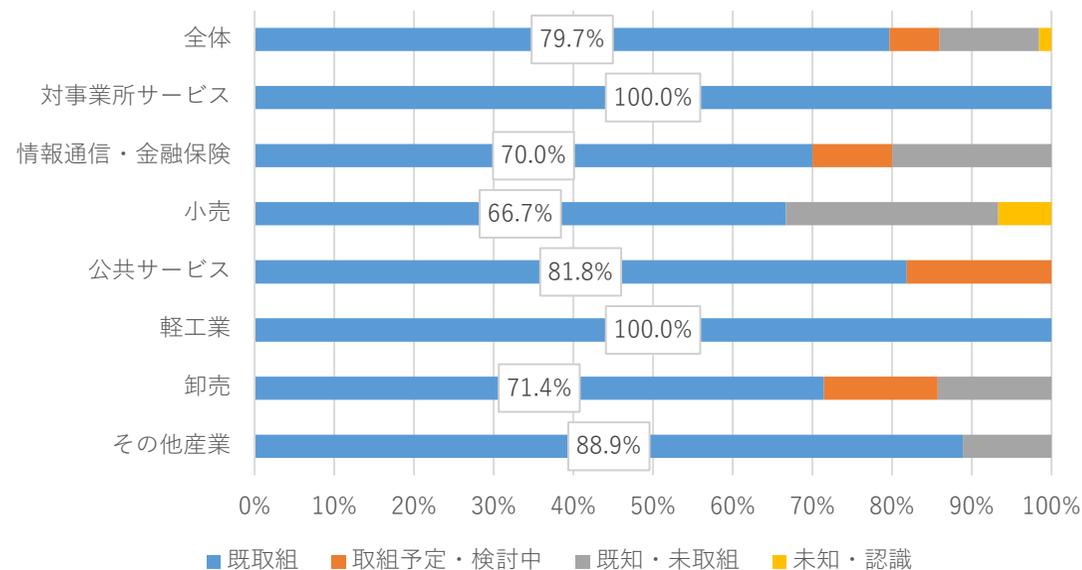
業種間での統計的有意差
はない。



SDGsに「取り組んでいる」と
回答した企業が多いが、
その実態や意識を明らかにする。

1-01. 認知・取組状況（1つお選びください）

SDGsに対する認知・取り組み状況



X-squared = 15.9557, df = 18,, p-value = 0.5956

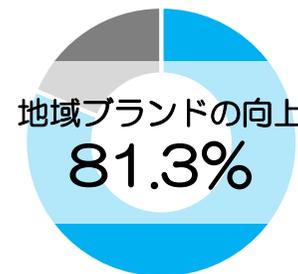
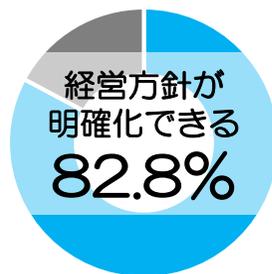
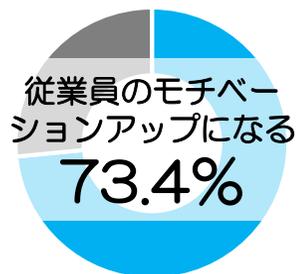
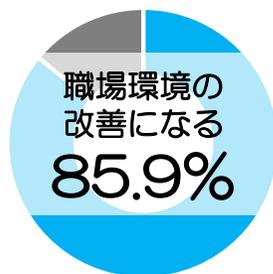
すべての項目で「そう思う」「ある程度そう思う」が70%を超え、SDGsの意義・効果についての理解度は高い結果となった。

社内より社外に向けた意義・効果の方が高いと思われる傾向。

1-05. 以下、Q1~Q9ではSDGsに対応した場合の意義・効果についてお訊ねします。
各設問に対し、5~1のうち該当する選択肢1つに「✓」をつけて下さい。

インナーブランディング

アウトーブランディング



※「そう思う」「ある程度そう思う」の計

本業関連でSDGsの情報を得た割合が高い

グループ間での取り組み要請や社員からの情報提供など本業を通しての認知が高い。

業種間での統計的な有意差はなかった。

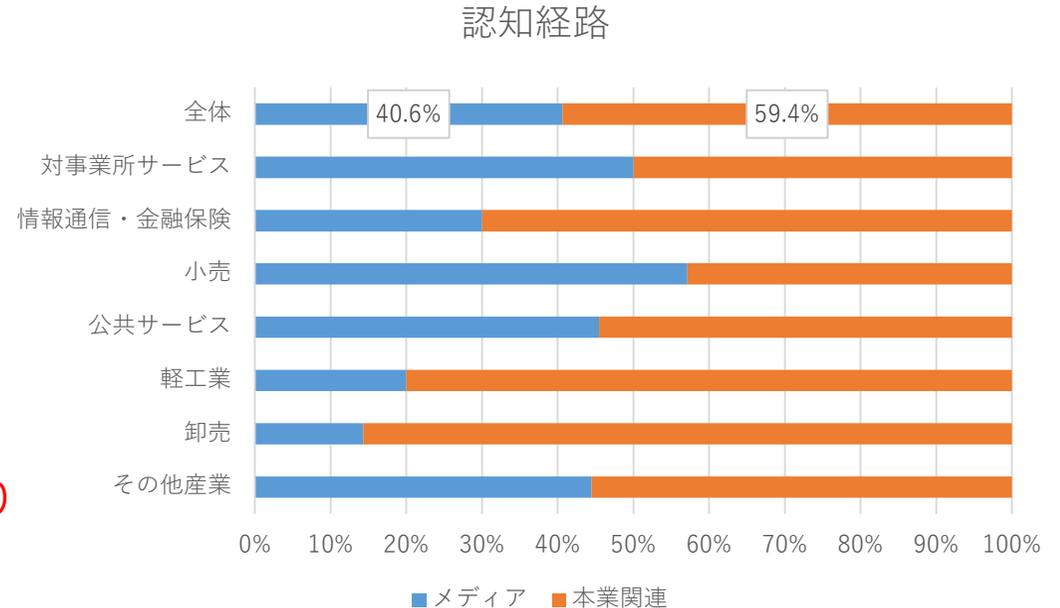


メディアで知る以前から業務の中でSDGsを知る機会、取り組む機会があり企業の積極的な姿勢が伺える。

【自由回答】

- YouTubeのビジネスチャンネルなどから検索しリサーチ
- 沖縄県より「おきなわSDGsパートナー」への参加依頼があった
- グループ一体となり、SDGsの達成に向けた取り組みを実行している
- 社内役員間での情報による
- 書籍「ファクトフルネス」で認識
- 組織として、SDGsの設定プロセスに関与
- 自社発行教科書・教育情報誌などにて、取り上げている
- 会社において、数年前より取り組みを行なっている。

1-03. SDGsを知った経緯について（1つお選びください）



X-squared = 5.399, df = 6, p-value = 0.4938

取り組んでいるのに登録していない？

パートナー制度への登録は
64社中41社となった。

認知・取組状況では約8割が
取り組んでいると答えたが
登録はしていない企業が3割近く
存在。

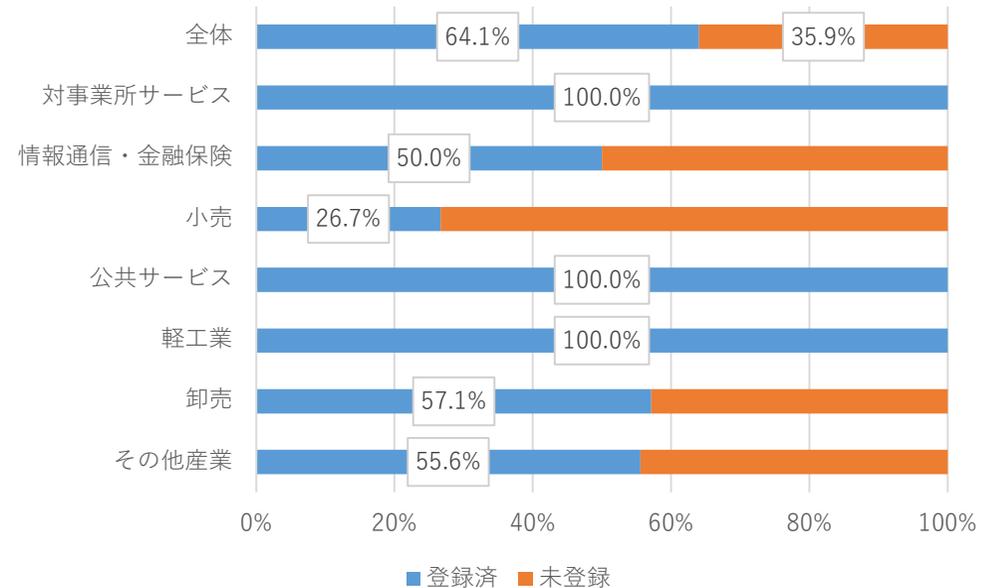
業種間では小売り、情報通信・金
融保険が全体と比べ未登録が
多い割合となった。



日常業務の忙しさ（人手不足）や自社の
SDGsパートナー制度があることが要因？
パートナー制度の認知が低い？

1-07. 沖縄県のSDGsへの取り組みの一環として
「おきなわSDGsパートナー制度」があることを知っていますか？
(1つお選びください。)

おきなわSDGsパートナー



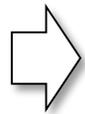
X-squared = 23.3013, df = 6, p-value= 0.0007016

人手不足がおきなわSDGsパートナー未登録の原因？

1-08. 以下、Q1~Q10ではSDGsに取り組まない理由についてお訊ねします。各設問に対し、5~1のうち該当する選択肢1つに、✓をつけて下さい。

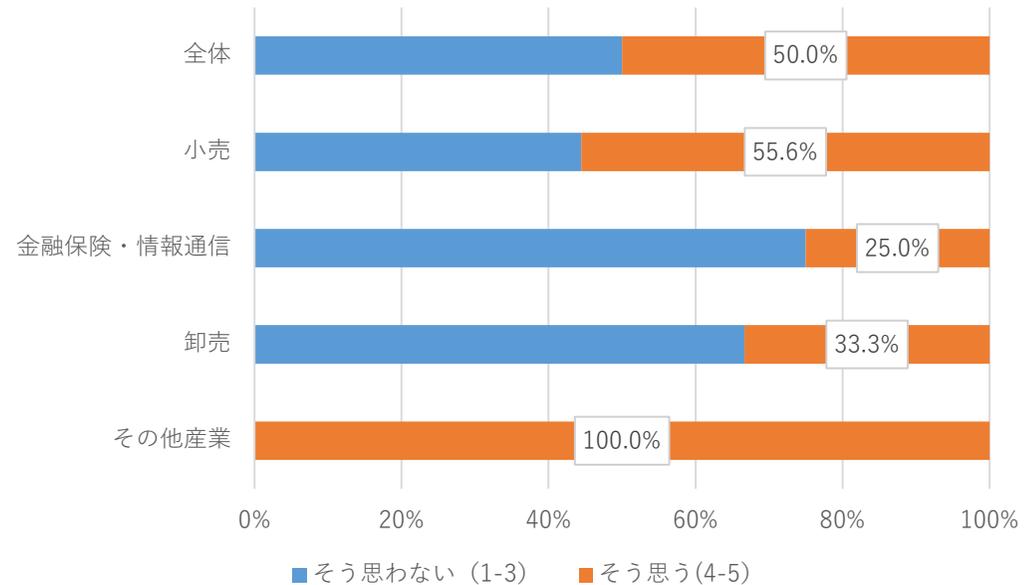
未登録の23社のうち、
半分の企業が「対応できる人材がいない」に「そう思う」「ある程度そう思う」と答えた。
NA=5社

業種間による統計的有意差は
なかった。



人手不足が原因とはいえない？

人材不足



X-squared = 3.4444, df = 3, p-value = 0.328

選択肢

- 5：そう思う
- 4：ある程度そう思う

- 1：全くそう思わない
- 2：あまりそう思わない
- 3：どちらでもない

おきなわSDGsパートナー制度の認知が原因？

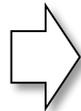
1-07. 沖縄県のSDGsへの取り組みの一環として「おきなわSDGsパートナー制度」があることを知っていますか？（1つお選びください。）

未登録の企業の中でおきなわSDGsパートナーを「知らない」と回答した企業が7割



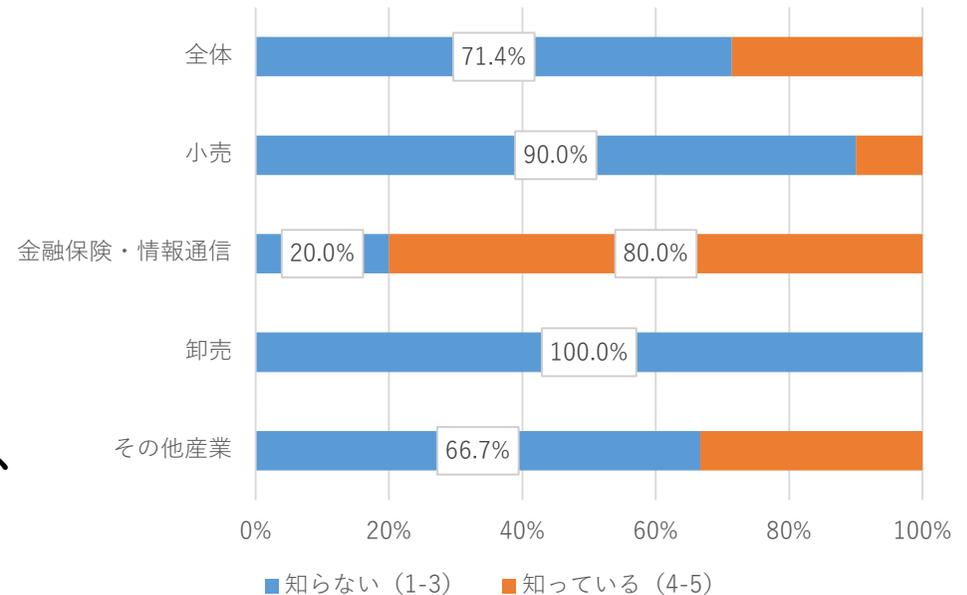
おきなわSDGsパートナー制度の認知が要因のひとつと考えられる。

業種間でみると金融保険・情報通信は「知っている」割合が高いにも関わらず、登録していない企業が多い。



あえて“登録しない”理由として自社（独自）のSDGsパートナー制度を設けていたり、別組織で活動していることなどが要因である可能性が考えられる。

おきなわSDGsパートナー認知



X-squared = 9.4033, df = 3, p-value = 0.02438

SDGsへの考え方

高い意識をもつ企業

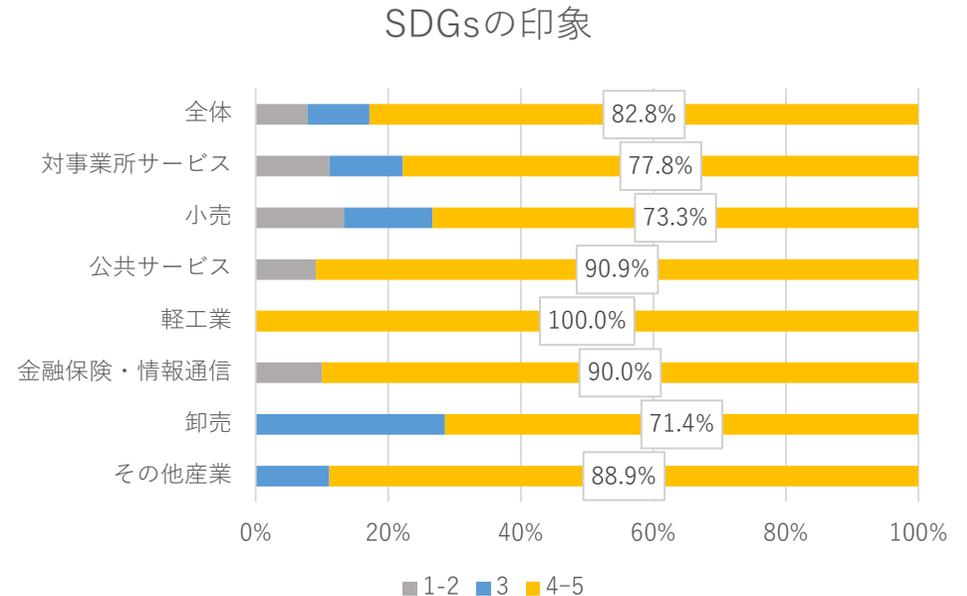
SDGsの既取組&経営上のメリットを期待する企業は82.8%

取り組みを重要と考えるが、「経済活動に比べると優先度は下がる」と回答した企業も9.4%

合わせて92.2%の企業がSDGsの取り組みを重要と考えている。

業種間での統計的有意差はなかった。

1-02. 以下、SDGsの印象について（1つお選びください）



X-squared = 8.1857, df = 12, p-value = 0.7705

選択肢

6：その他 → 知らない or 無関係

5：事業拡大や経営方針、CSRの明確化など、経営上のメリットが期待される

4：目新しさはなく、すでに自社で取り組んでいるものである

3：取り組みは重要と考えるが、経済活動に比べると、優先度は下がる

2：自社には関係がない

1：そもそも知らない

} 既取組 or ブランディングメリット期待

→ 取組重視 but 優先度低

} 知らない or 無関係

※度数不足のため統合

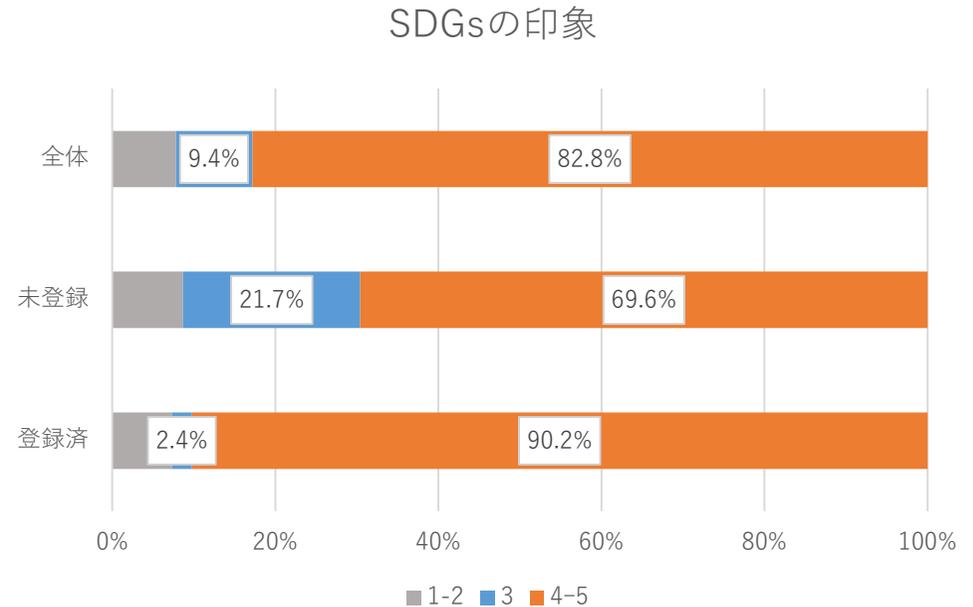
パートナー制度への登録と未登録で違いあり

パートナー制度の登録別に見ると登録している企業が未登録の企業よりSDGsが事業の経営上メリットにつながることを期待している。

未登録の企業においても重要であると理解していることから、取り組み姿勢に差はないと考える。

⇒ SDGsを実行するうえで障壁となる環境要因があるかもしれない。

1-02. 以下、SDGsの印象について（1つお選びください）



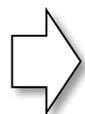
X-squared = 6.651, df = 2, p-value = 0.03595

選択肢

- 6：その他 → 知らない or 無関係
- 5：事業拡大や経営方針、CSRの明確化など、経営上のメリットが期待される } 既取組 or ブランディングメリット期待
- 4：目新しさはなく、すでに自社で取り組んでいるものである } → 取組重視 but 優先度低
- 3：取り組みは重要と考えるが、経済活動に比べると、優先度は下がる } 知らない or 無関係 ※度数不足のため統合
- 2：自社には関係がない
- 1：そもそも知らない

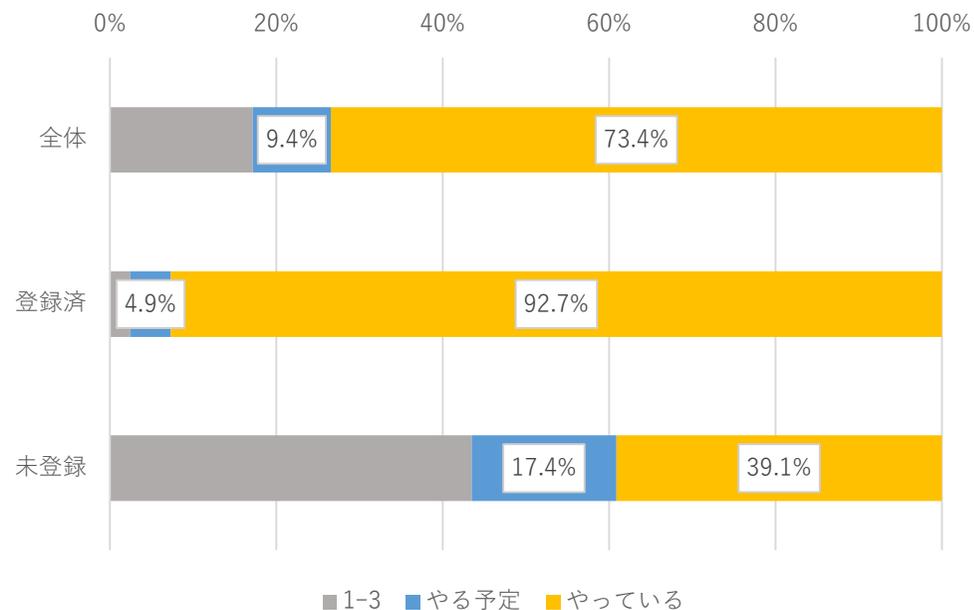
1-04. 以下、Q1～Q9では、御社のSDGsへの取組姿勢についてお訊ねします。各設問に対し、5～1のうち該当する選択肢1つに「✓」をつけて下さい。

パートナー制度に登録済の企業では92.7%が本業を通じた社会課題解決の取り組みを行っていると答えた。



意識では大きな差がなかったが
取り組みでみると
登録している企業と未登録の企業で
差がある。

本業を通じた社会課題解決の取り組み



X-squared = 22.6533, df = 2, p-value = 0.00001205

【選択肢】 3：未定 2：やらない予定 1：やっていない

SDGs推進の課題

他人事とは思っていないが、自分ゴト化もできていない

「地域で取り組んでいる企業が少
ない、もしくはない」が
産業全体の最頻値として
「4：ある程度そう思う」と高く
なった。

企業全体として「自社には関係な
い」とは思っていない。一方で、
「社会的な認知度が高まってな
い」など、周りの関心や取組みが
SDGs推進を妨げている可能性が
高い。

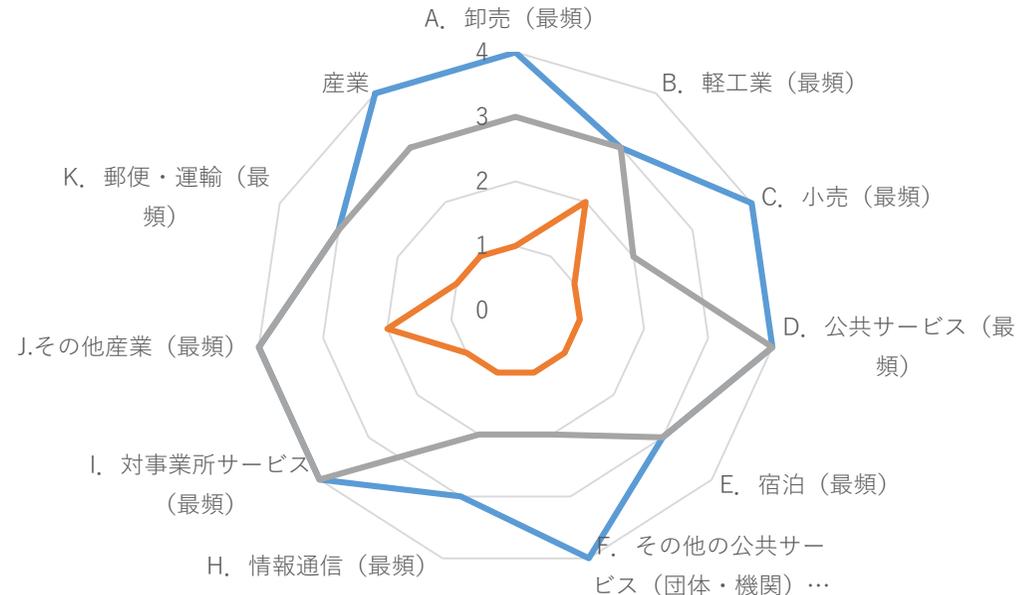


地域環境が影響している？

1-08. 以下、Q1~Q10ではSDGsに取り組まない理由についてお訊ねし
ます。各設問に対し、5~1のうち該当する選択肢1つに、✓をつけて下さ
い。

環境要因

- 地域で取り組んでいる企業が少ない、もしくはない
- 大企業など一部の企業が取組むものであり、自社には関係ない
- 社会的な認知度が高まっていない



選択肢

4：ある程度そう思う
3：どちらでもない

2：あまりそう思わない
1：全くそう思わない

地域環境が悪循環をもたらす可能性

1-08. 以下、Q1~Q10ではSDGsに取り組まない理由についてお訊ねします。各設問に対し、5~1のうち該当する選択肢1つに、✓をつけて下さい。

取り組まない理由を回答した
45社のうち
「ある程度そう思う」が
「そう思わない」、「全くそう思
わない」を上回った。

業種間による統計的有意差はな
かった。

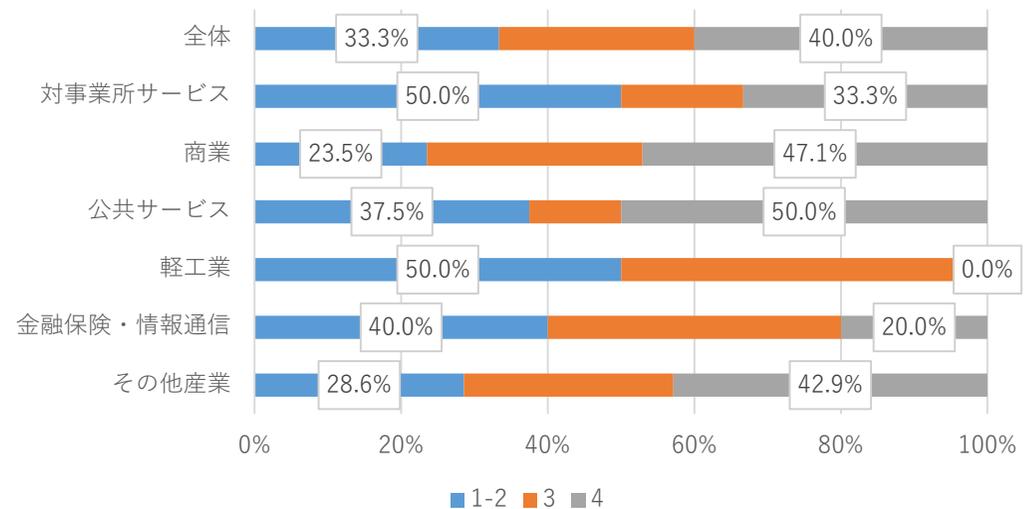
➡ 周りがやってないから、という理由で
取り組まない企業が増えれば
沖縄におけるSDGsは進まない可能性も。

【自由回答】

- 経営者のやる気がない
- SDGsの知識、理解を社内に浸透させることは課題と言える。

※対応中の企業の回答については周りの企業からの声や
取り組む中での課題をもとに回答

地域で取り組んでいる企業が少ない、もしくはない



X-squared = 4.7318, df = 10, p-value = 0.9084

選択肢	
4 : ある程度そう思う	2 : あまりそう思わない
3 : どちらでもない	1 : 全くそう思わない

周りに相談する人がいないことが取り組みを遅らせている

1-08. 以下、Q1~Q10ではSDGsに取り組まない理由についてお訊ねします。
各設問に対し、5~1のうち該当する選択肢1つに、✓をつけて下さい。

【選択肢共通】

5：そう思う

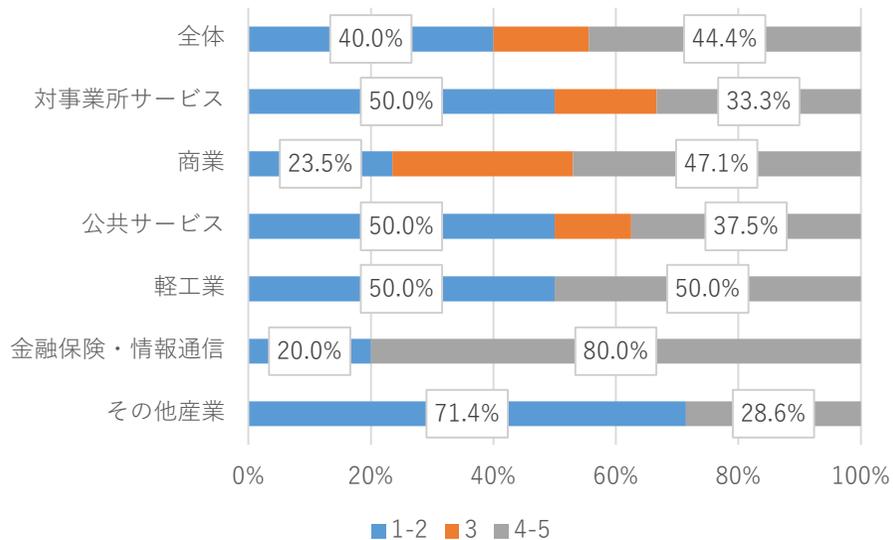
2：あまりそう思わない

4：ある程度そう思う

1：全くそう思わない

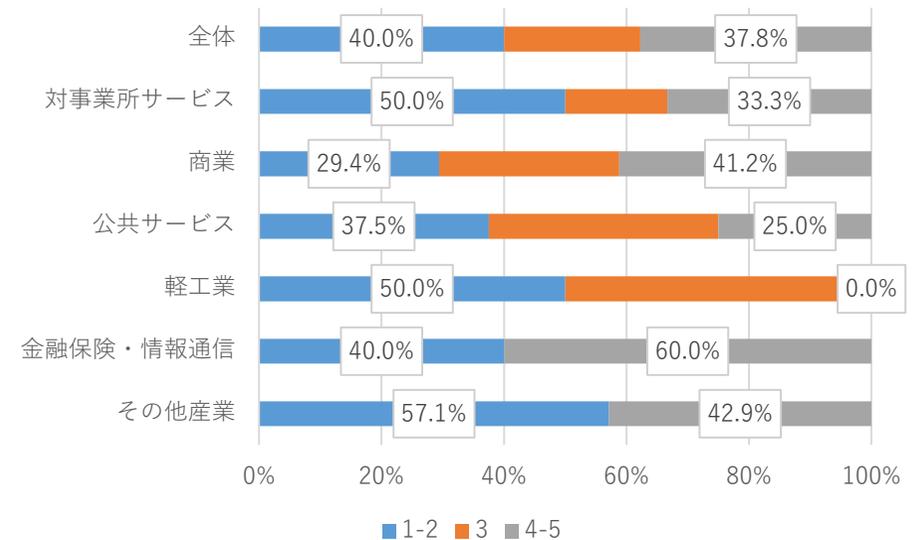
3：どちらでもない

具体的な推進方法がわからない

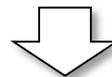


X-squared = 10.2228, df = 10, p-value = 0.4212

どこに相談していいかわからない



X-squared = 7.7695, df = 10, p-value = 0.6513



具体的な推進方法がわからないことや相談する場所がないことも、課題となっている。
業種間で統計的な差はなく、産業全体の問題。
わからない、を減らすために地域で協力することが重要。

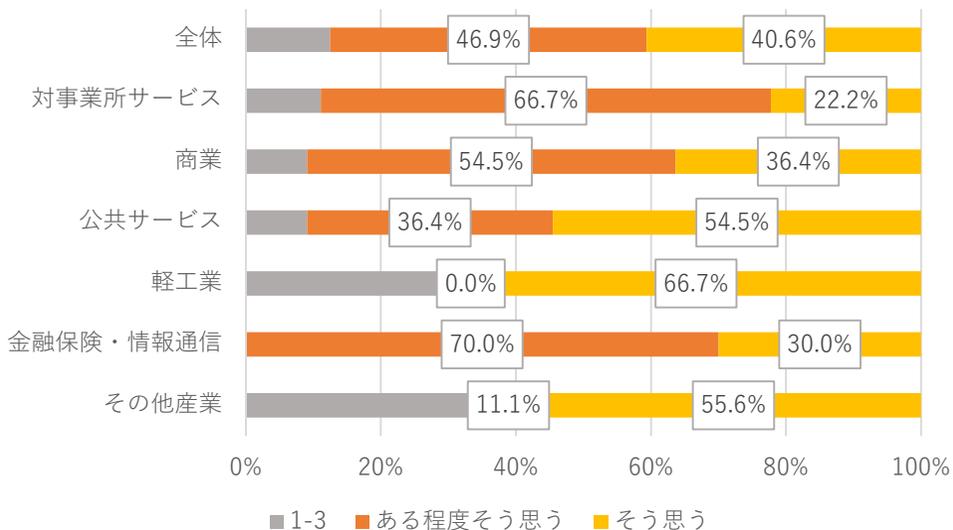
SDGs推進のために求められる支援策（1）

1-06. 以下、SDGsを推進する上で有効と思われる支援策についてお訊ねします。各設問に対し、5~1のうち該当する選択肢1つに、✓をつけて下さい。

【選択肢共通】

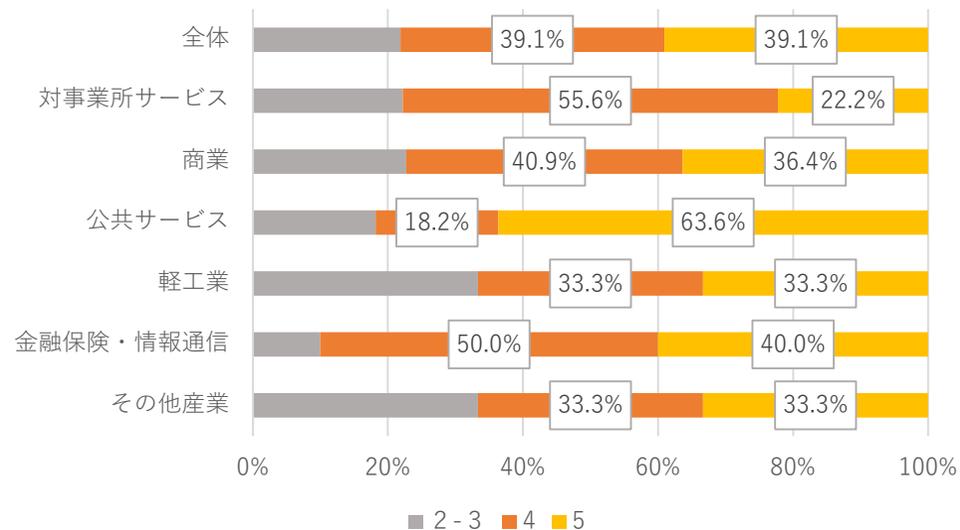
- 5：そう思う
- 4：ある程度そう思う
- 3：どちらでもない
- 2：あまりそう思わない
- 1：全くそう思わない

セミナーやシンポジウムの開催

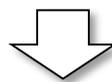


X-squared = 14.674, df = 10, p-value = 0.1444

ビジネスマッチング



X-squared = 6.2201, df = 10, p-value = 0.7964



SDGsをテーマにしたセミナーやシンポジウムを開催の需要は産業全体で高く、企業の学ぶ姿勢は高い。取組に先進的な企業とのビジネスマッチングが良い循環をつくるかもしれない。

SDGs推進のために求められる支援策（2）

情報支援を求める声が高く、次いで、SDGsを取り組む企業同士のビジネスマッチングとなった。融資制度やコンサルティングは相対的に低く、資金調達や外部のノウハウを活用する優先度は低い結果となった。

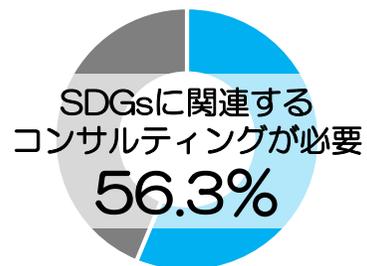
情報支援



ネットワーク構築サポート



資金援助



発信とブランディング



※「そう思う」「ある程度そう思う」の計

企業の採用活動と 大学生の就職活動

SDGsの取り組みは採用活動においてアピールになる？

1-08. SDGsへの取り組みが自社の採用活動においてアピールポイントになると感じますか。

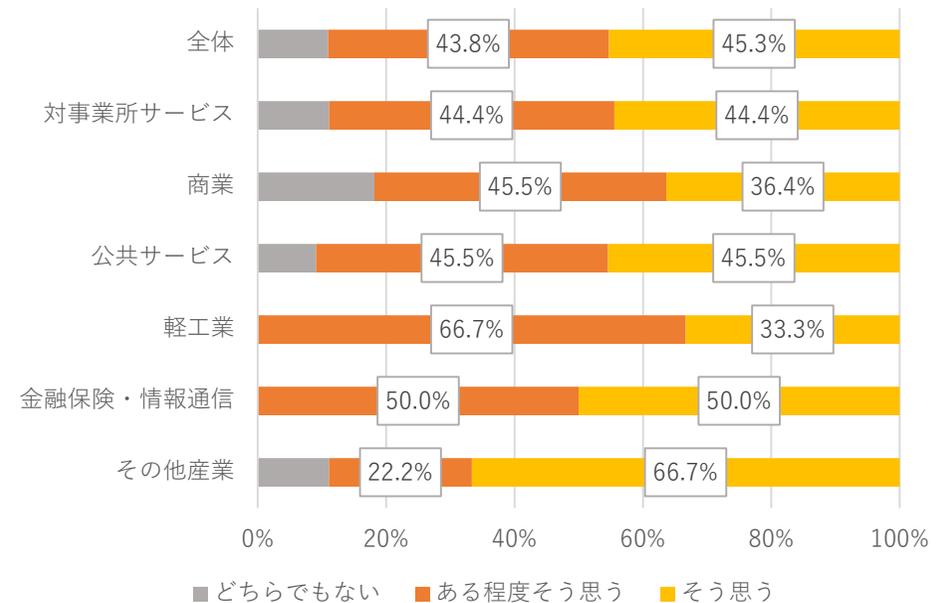
産業全体で89.1%が「ある程度そう思う」「そう思う」と答えた。

業種間による統計的有意差は見られなかった。



アピールになると考える企業と今後SDGs推進を中心的に担っていく世代（大学生）で差はあるのだろうか。

SDGsが学生へのアピールとなる



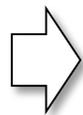
X-squared = 5.3775, df = 10, p-value = 0.8646

大学生と企業の間ギャップがあるSDGs

1-05. 企業、団体がSDGsに取り組んでいることは、就職先を決める上で優位になるとお考えですか。

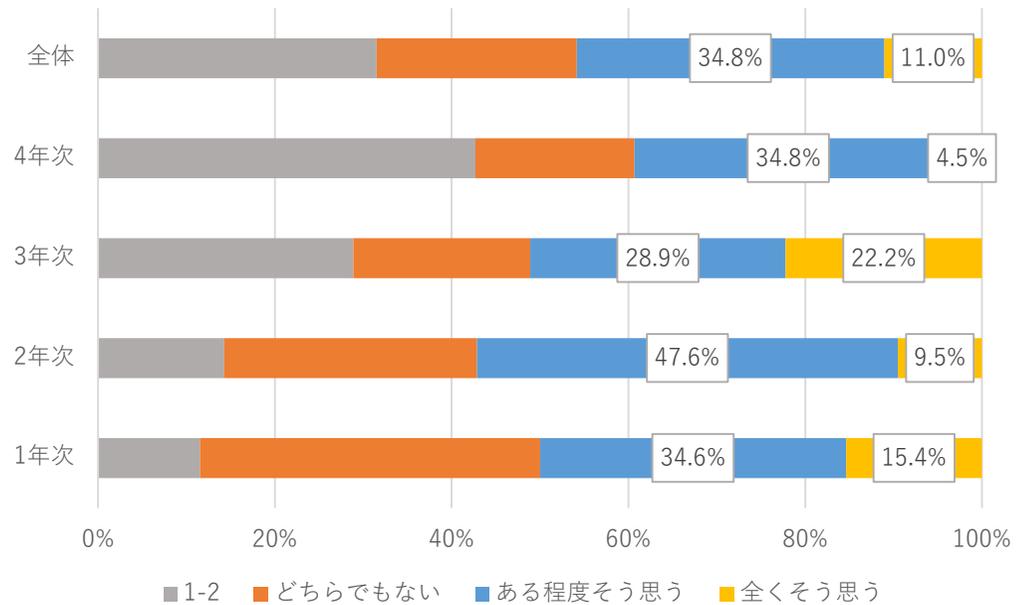
大学生全体としては「全くそう思う＋ある程度そう思う」が45.8%にとどまりアピールしたいと思う企業との差が大きくなった。

学年別で見ると1、2年次では「1：全くそう思わない＋2：あまりそう思わない」の割合は低く



現時点で企業とのギャップはありつつも、今後の就職活動で重要視されていく可能性が高い。

就職先として優位になる

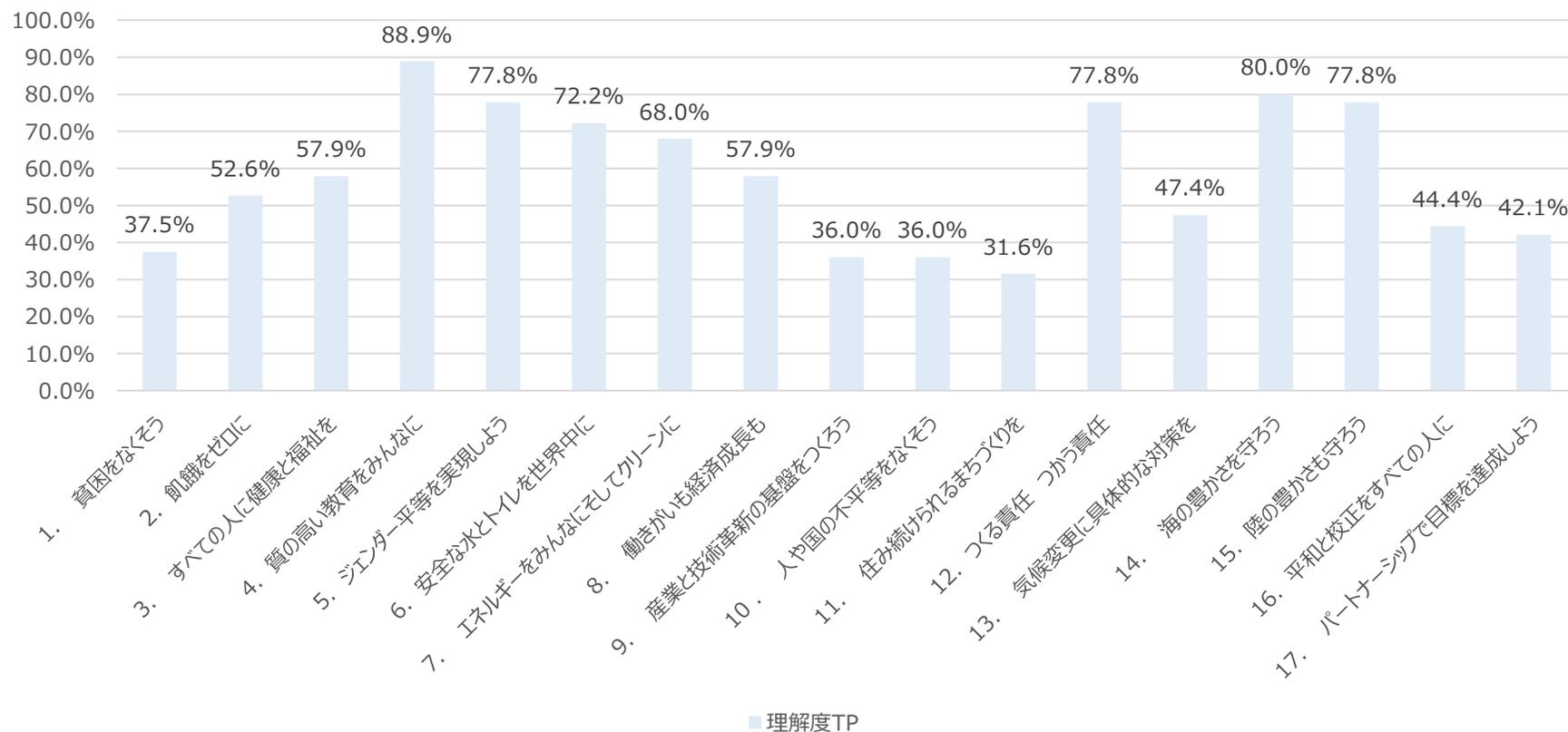


X-squared = 23.5727, df = 9, p-value = 0.00503

選択肢
2：あまりそう思わない
1：全くそう思わない

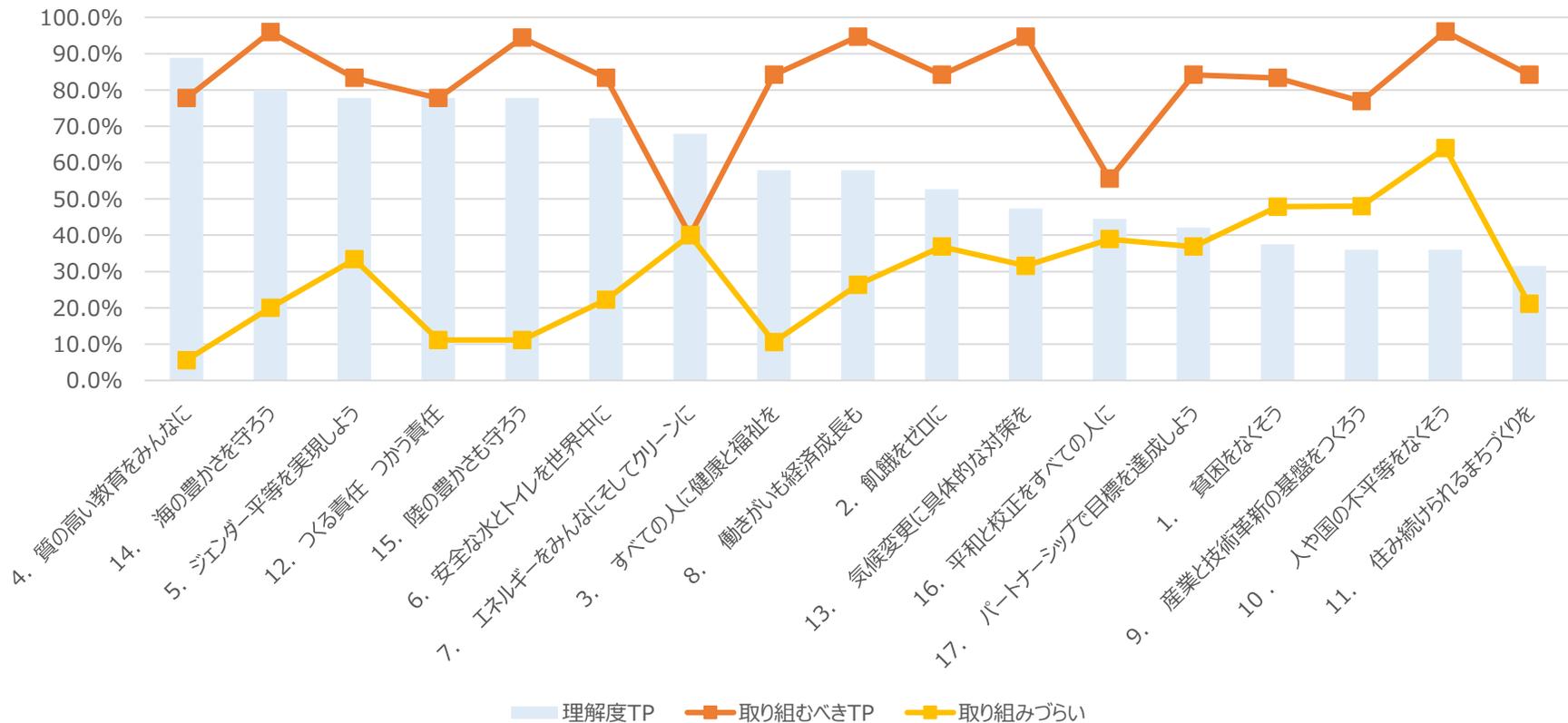
SDGs17の項目について

「質の高い教育をみんなに」が最も理解度が高く、次いで「海の豊かさを守ろう」となった。一方で「貧困をなくそう」の理解度は相対的に低くとどまった。



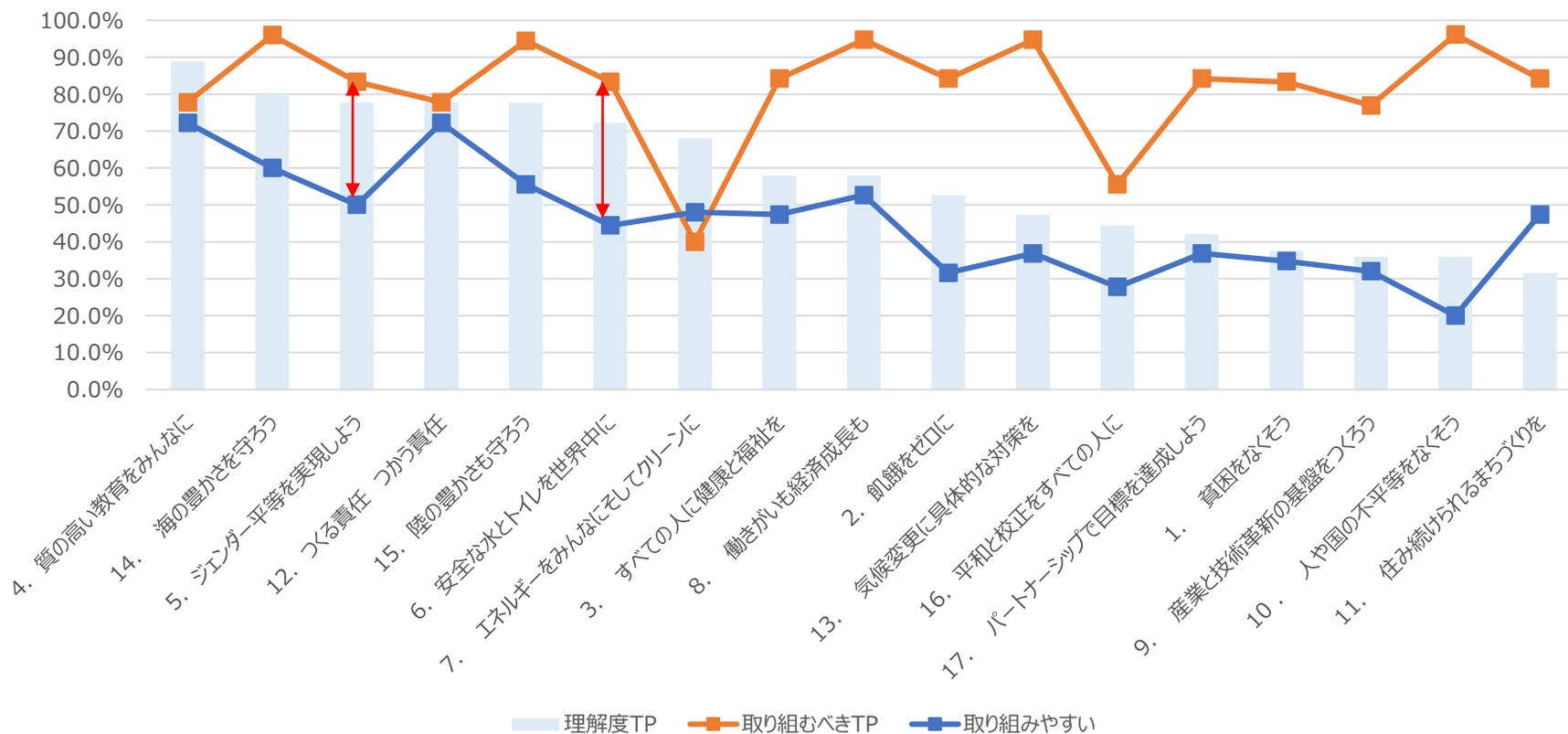
※「そう思う」「ある程度そう思う」の計

「質の高い教育をみんなに」は理解度、必要性ともに高い。
「エネルギーをみんなそしてクリーンに」は理解度は68%となったが、取り組むべきと答えた企業は少なく、取り組みづらさも相対的に高くなった。



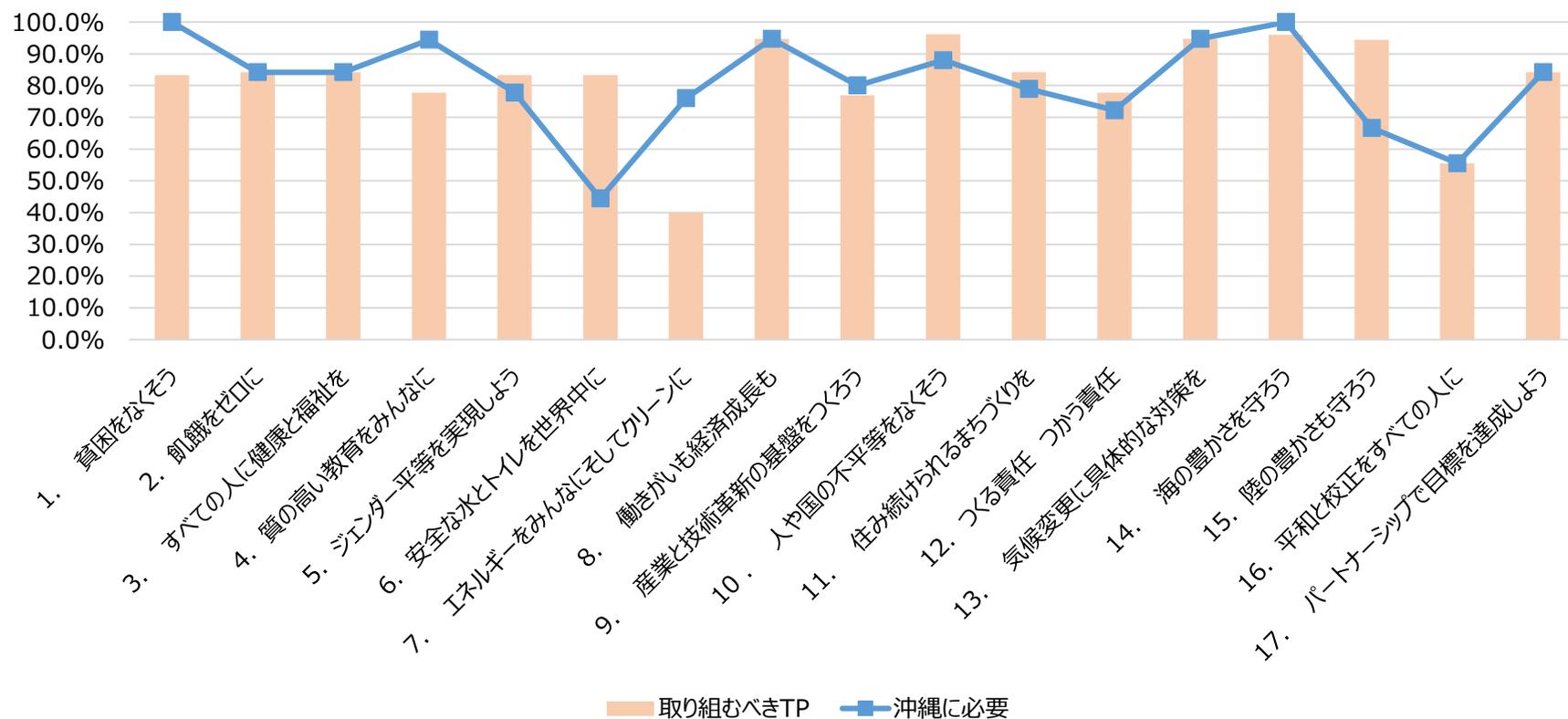
※「そう思う」「ある程度そう思う」の計

理解度と取り組みやすさに一定の相関は見られるものの、「ジェンダー平等を実現しよう」「安全な水とトイレを世界中に」は差が見られた。「住み続けられるまちづくりを」は理解度は低いが、取り組みやすいと感じられている。



※「そう思う」「ある程度そう思う」の計

「取り組むべき」と「沖縄に必要」はほぼ一致しているが「貧困をなくそう」においては沖縄に必要と理解されていることがわかった。安全な水とトイレは、沖縄の問題ではないととらえているものの、取り組みとしては必要と考えられている。



※「そう思う」「ある程度そう思う」の計

●おきなわSDGsパートナー制度の認知を高めると同時に、
加盟している企業向けSDGsセミナーや企業マッチング、などを推進していく

●**地域を巻き込んだ理解、協力が重要。** 大学と連携しての授業やプロジェクト
地域住民を巻き込んだイベントなどで全県民の意識づくり

Ex) SDGs推進 TGC しずおか 2020 テーマは“LET’ S TAKE ACTION”

金沢工業大学と株式会社リバースプロジェクトが共同開発したカードゲーム「X（クロス）」



民間企業・政府・地方公共団体・教育機関・研究機関、誰一人取り残さない！

環境づくりで沖縄全体のSDGsを底上げ。

地域住民が住み続けたいくなる、県外から訪れたいくなる、持続可能な島づくりを推進。

IV. 調査概要（大学生）

◆ 調査目的

SDGs県内企業と大学生のSDGsに対する認識の違いを顕在化し、
琉球大学の今後のSDGs認知・取り組みに向けた改善案を提案する。

◆ 調査対象者

沖縄キリスト教学院大学、沖縄キリスト教短期大学、沖縄国際大学、沖縄女子短期大学、
沖縄県立看護大学、沖縄県立芸術大学、沖縄大学、名桜大学、琉球大学（※50音順）

◆ 調査手法

Webアンケート

◆ 調査時期

2020年12月3日（木）～2020年12月16日（水）

◆ 調査体制

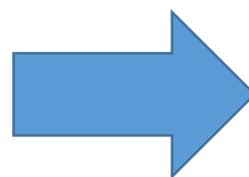
琉球大学観光経済・統計学ゼミ
電通沖縄SDGsプロジェクトチームによる協働調査

IV. 調査の概要（大学生） / 回収結果

〈図表1〉 Webアンケートの回答者概要

区分		サンプル	母集団
大学	沖縄キリスト教学院大学	1.6	2.4
	沖縄キリスト教学院短期大学	1.0	1.9
	沖縄国際大学	14.8	28.5
	沖縄女子短期大学	0.0	2.6
	沖縄県立看護大学	8.8	1.7
	沖縄県立芸術大学	1.6	2.9
	沖縄大学	8.2	11.7
	名桜大学	15.4	10.7
	琉球大学	48.4	37.5

区分		サンプル	母集団
学年	1年次	14.3	25.3
	2年次	11.5	25.3
	3年次	24.7	23.2
	4年次	48.9	24.8
	5年次以上	0.5	1.3



サンプルは、母集団と比べ、
大学区分では**琉球大学生**に、
学年区分では**4年次**に偏りがある

調査結果（大学生）

(取組・認知)
進む “産業”
遅れる “大学”

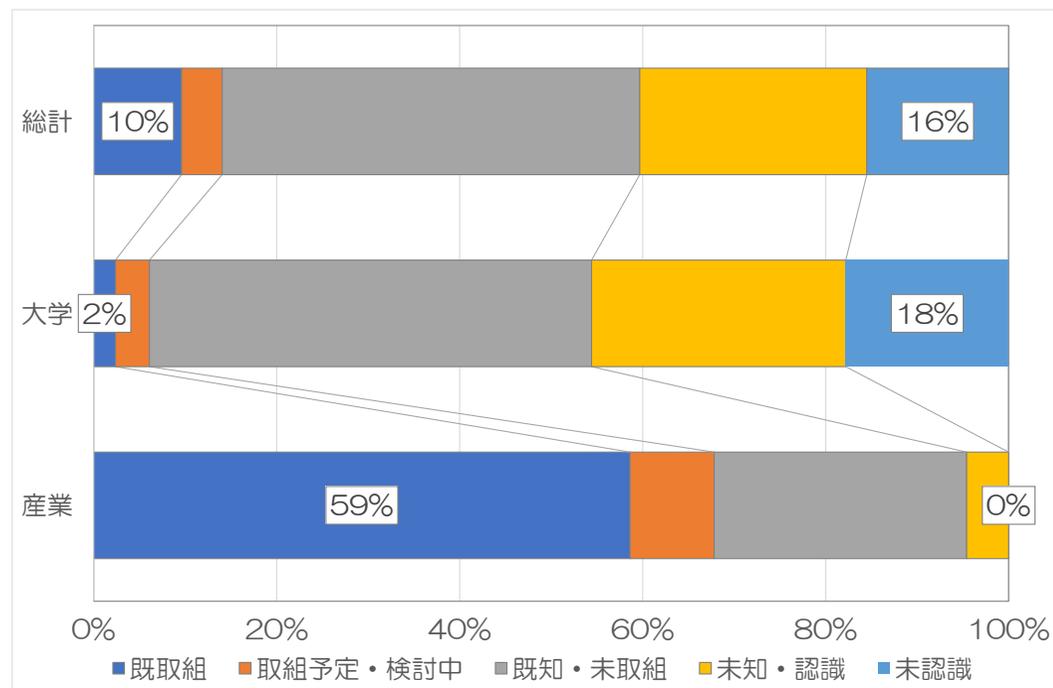
(取組中)
大学 (2 %) vs 産業 (59 %)

(SDGs未認知)
大学 (18 %) vs 産業 (0 %)

⇒ SDGs教育には、
大学と産業間の連携を
強化すべき!?

〈質問1-01〉 SDGsの認知 (1つ選んでください)

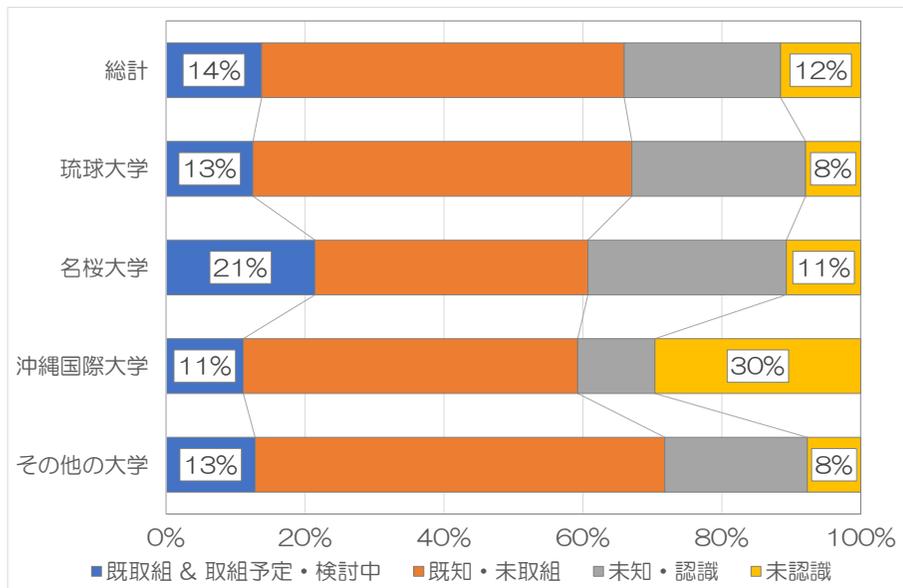
〈図表2〉 SDGsに対する認知度と取り組み状況



X-squared = 130.28, df = 4, p-value < 2.2e-16

〈質問1-01〉 SDGsの認知（1つ選んでください）

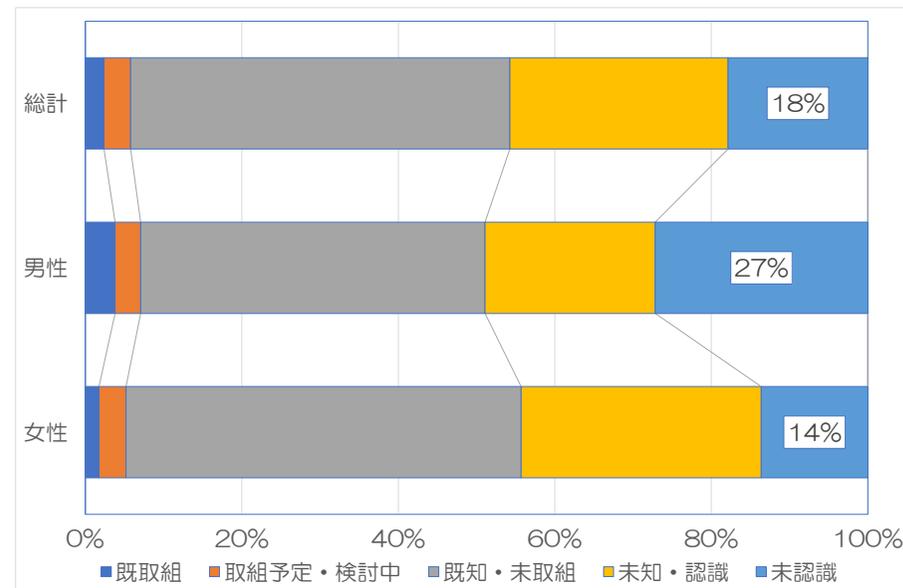
〈図表3〉 SDGsに対する認知度と
取り組み状況（大学別）



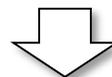
X-squared = 14.358, df = 9, p-value = 0.1101

〈質問1-01〉 SDGsの認知（1つ選んでください）

〈図表4〉 SDGsに対する認知度と
取り組み状況（ジェンダー別）



X-squared = 6.1385, df = 4, p-value = 0.189

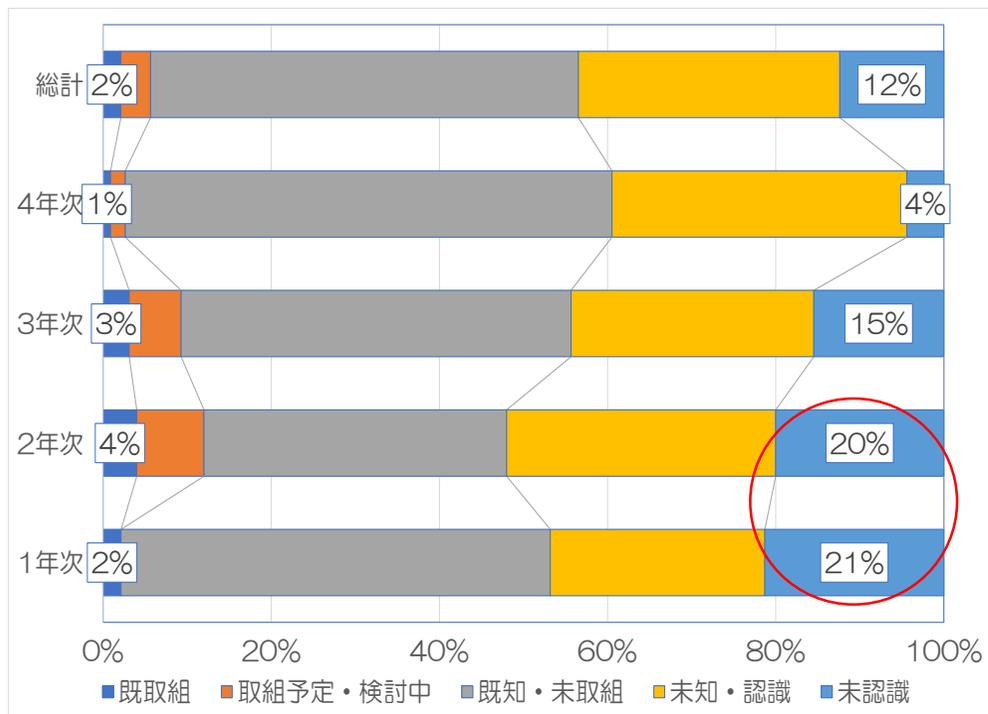


大学やジェンダー間に差異なし

大学生のSDGsの認知度・取り組み状況（2）

〈質問1-01〉 SDGsの認知（1つ選んでください）

〈図表5〉 SDGsに対する認知度と取り組み状況（学年別）



X-squared = 7.9677, df = 12, p-value = 0.7877

2, 3年次既取組：高

⇒ 授業に関連あり！？

1, 2年次のSDGsへの認知に遅れ

⇒ 改善の余地あり

SDGsの情報収集や学習に対する姿勢は？

〈質問1-04〉 SDGsへの取組姿勢
Q1. SDGs理解のための情報収集・勉強

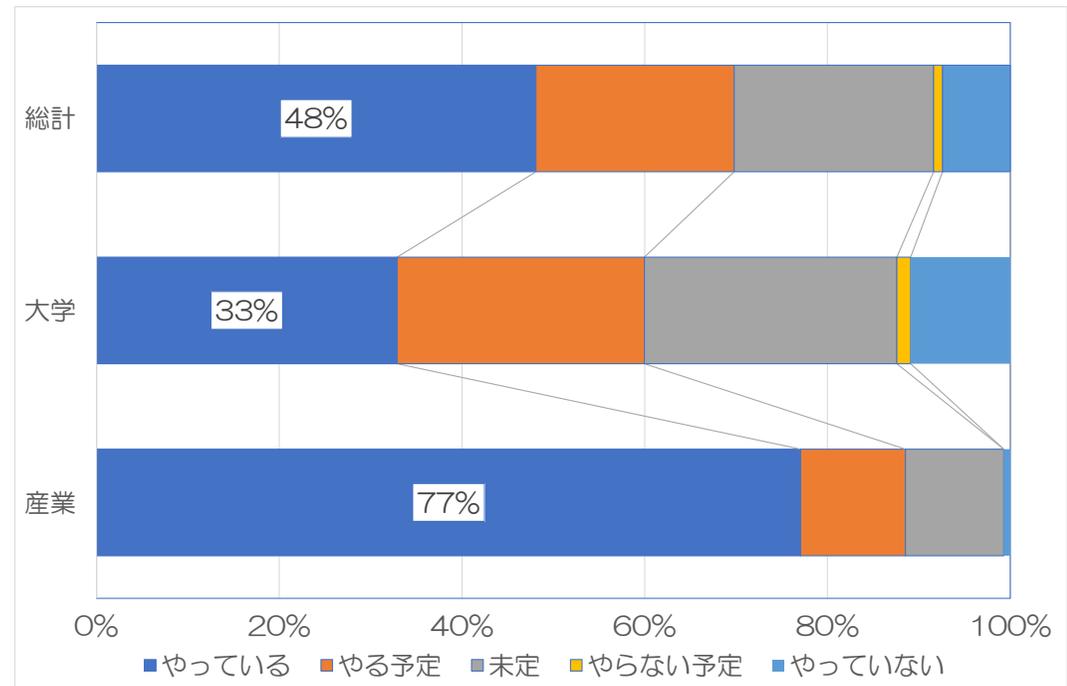
(情報収集・学習)
積極的な産業と
消極的な大学生

(やっている)
大学 (33%) VS 産業 (77%)



大学生の個人的な
情報収集・学習の不足が
認知・取組の結果に影響
しているのでは？

〈図表6〉 SDGsの理解のための
情報収集・学習の取り組み状況

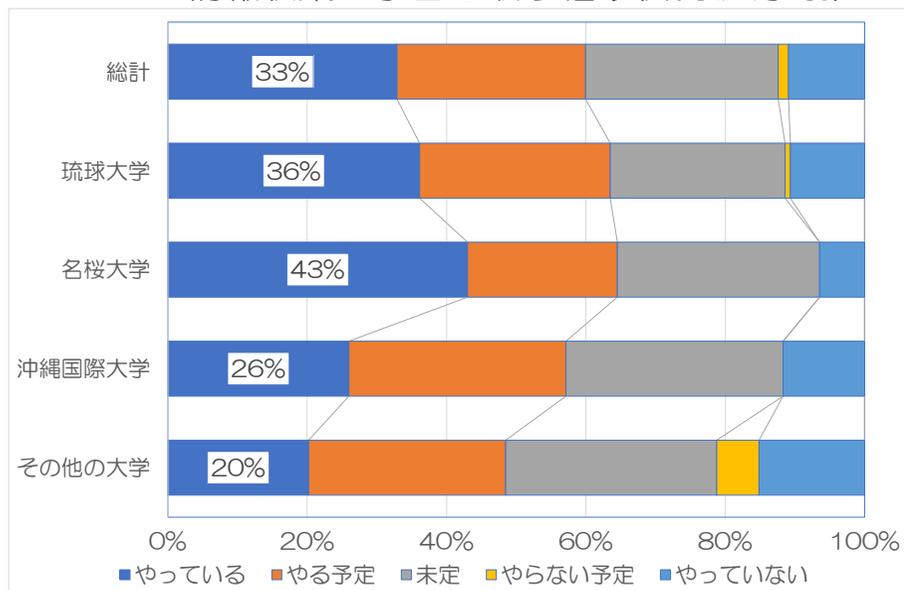


X-squared = 56.126, df = 4, p-value = 1.887e-11

〈質問1-04〉 SDGsへの取組姿勢
Q1. SDGs理解のための情報収集・勉強

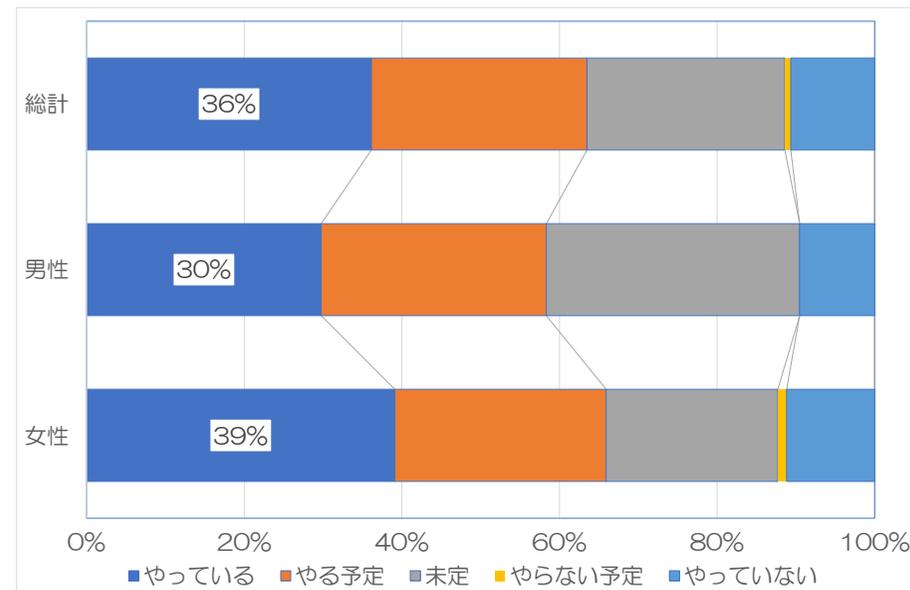
〈質問1-04〉 SDGsへの取組姿勢
Q1. SDGs理解のための情報収集・勉強

〈図表7〉 SDGs理解のための
情報収集・学習の取り組み状況(大学別)

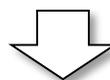


X-squared = 12.679, df = 12, p-value = 0.3928

〈図表8〉 SDGs理解のための
情報収集・学習の取り組み状況(ジェンダー別)



X-squared = 7.7999, df = 8, p-value = 0.4533

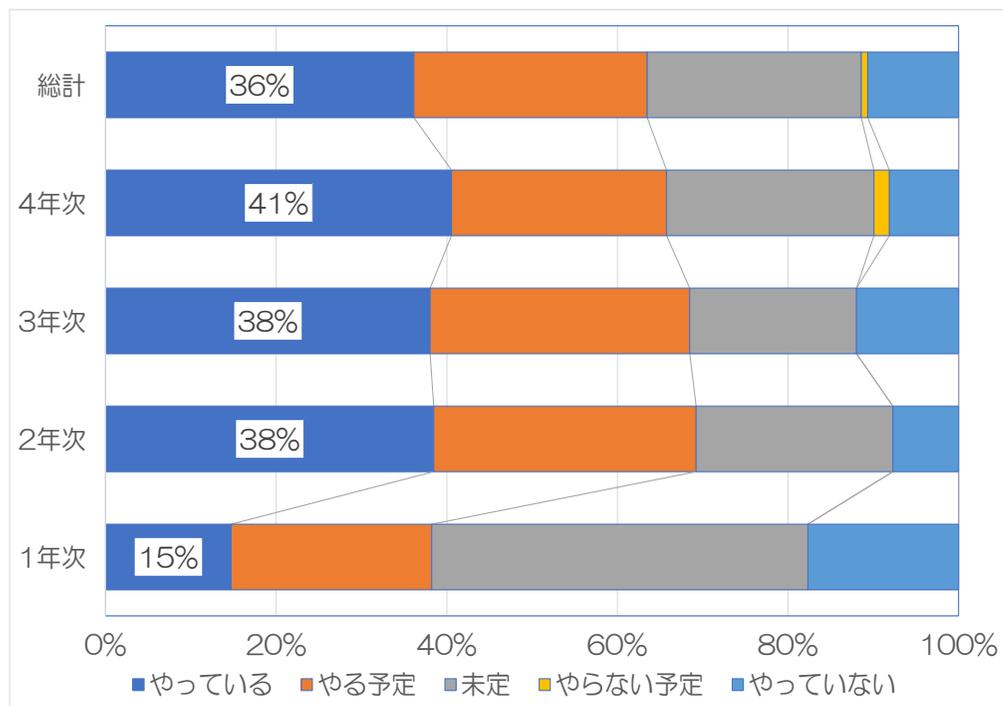


統計学的な差異は大きい

〈質問1-04〉 SDGsへの取組姿勢

Q1. SDGs理解のための情報収集・勉強

〈図表9〉 SDGs理解のための
情報収集・学習の取り組み状況（学年別）



情報収集・学習の積極性は
大学・ジェンダー・学年間に
関係していない

⇒ 個人の責任ではなく、
環境に問題があるのでは？

X-squared = 5.8529, df = 12, p-value = 0.9233

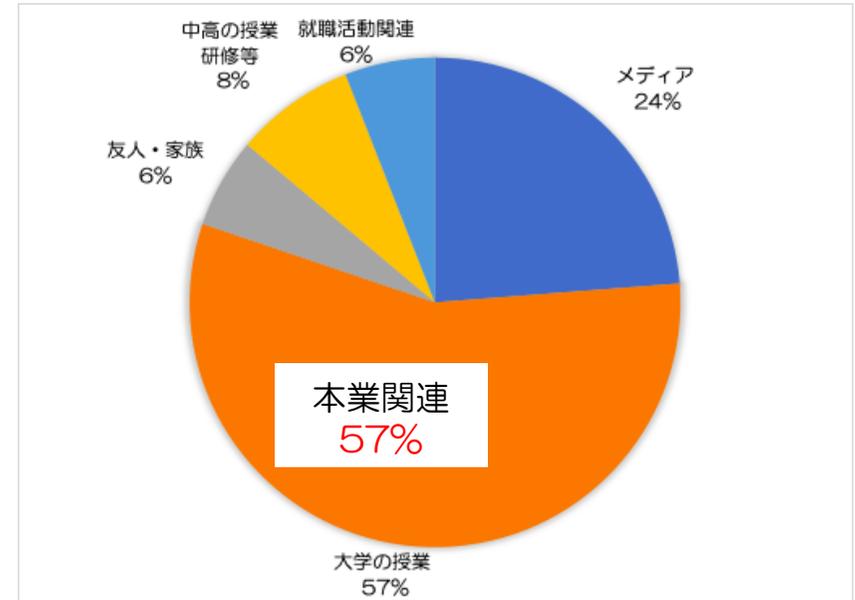
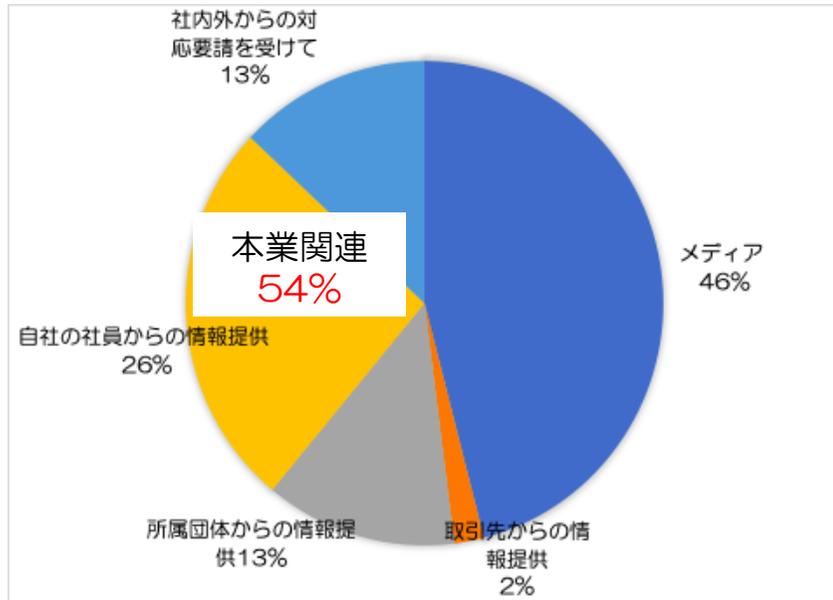
本業から知るSDGs

〈質問1-03〉 SDGsを知った経緯（1つ選んでください）

〈質問1-03〉 SDGsを知った経緯（1つ選んでください）

〈図表10〉 産業のSDGsを知った経緯

〈図表11〉 大学生のSDGsを知った経緯



X-squared = 37.102, df = 5, p-value = 0.0000005715

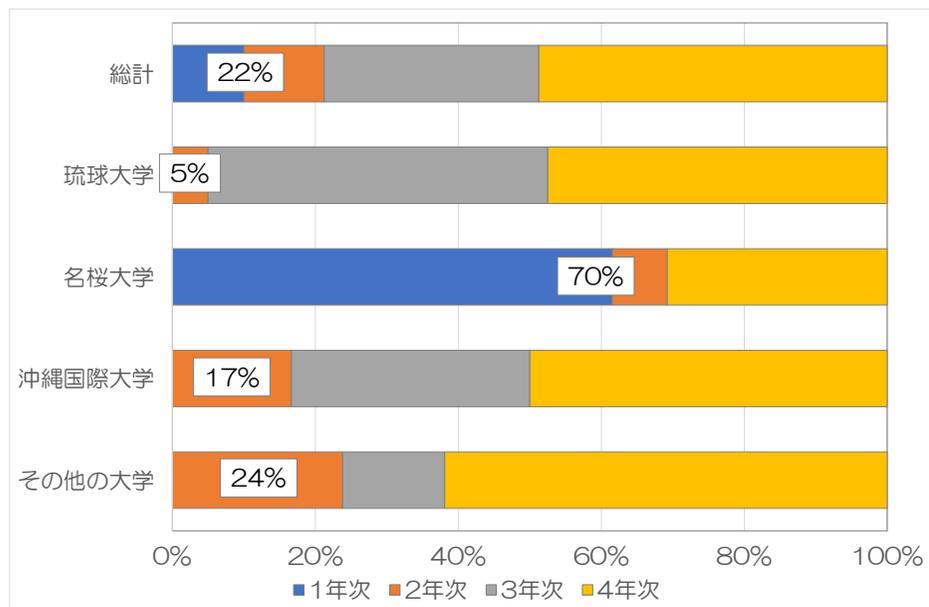
X-squared = 115.75, df = 4, p-value < 2.2e-16

⇒ 産業のSDGsを知った経緯は産業・大学生ともに本業関連が半数以上

〈質問1-03〉 SDGsを知った経緯（1つ選んでください）

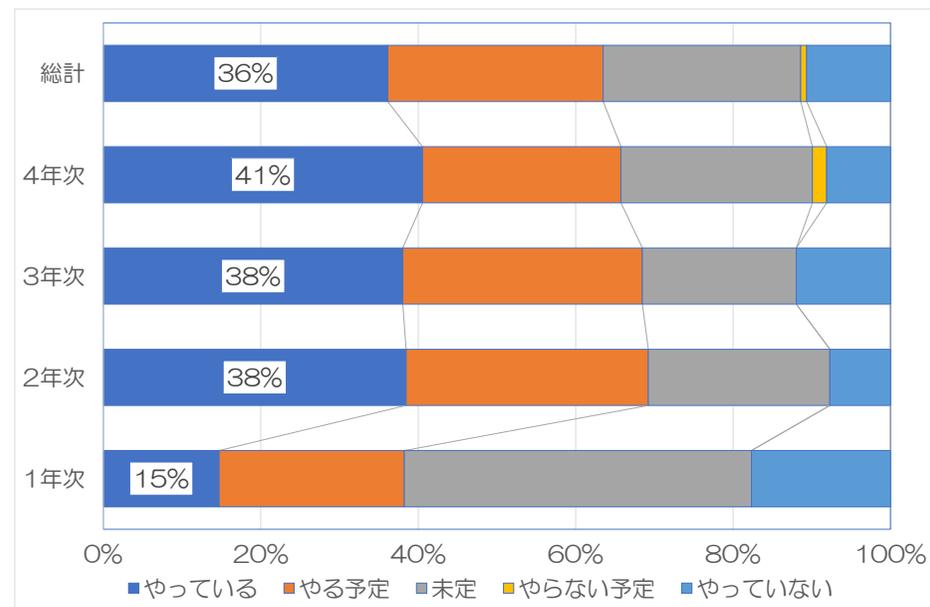
〈質問1-04〉 SDGsへの取組姿勢
Q1. SDGs理解のための情報収集・勉強

〈図表12〉 認知経緯が「大学授業」であると答えた大学別の割合

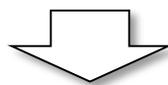


X-squared = 57.223, df = 9, p-value = 0.000000004579

〈図表13〉 SDGs理解のための情報収集・学習の取り組み状況（学年別）



X-squared = 5.8529, df = 12, p-value = 0.9233



1・2年次向けのSDGs教育の拡充を!?

共通の必須科目にSDGsの授業を「認知」と「取組」の2つに分けて行う

大学と産業間の連携の強化により、大学での取組を企業と一緒に取り組む

Ex) 既存の授業をSDGsに絡める：「海洋の科学」→ 6安全な水とトイレを、14海の豊かさを守ろう

「ベンチャー実践」や「お題解決プログラム」→ 企業と取り組む実践型

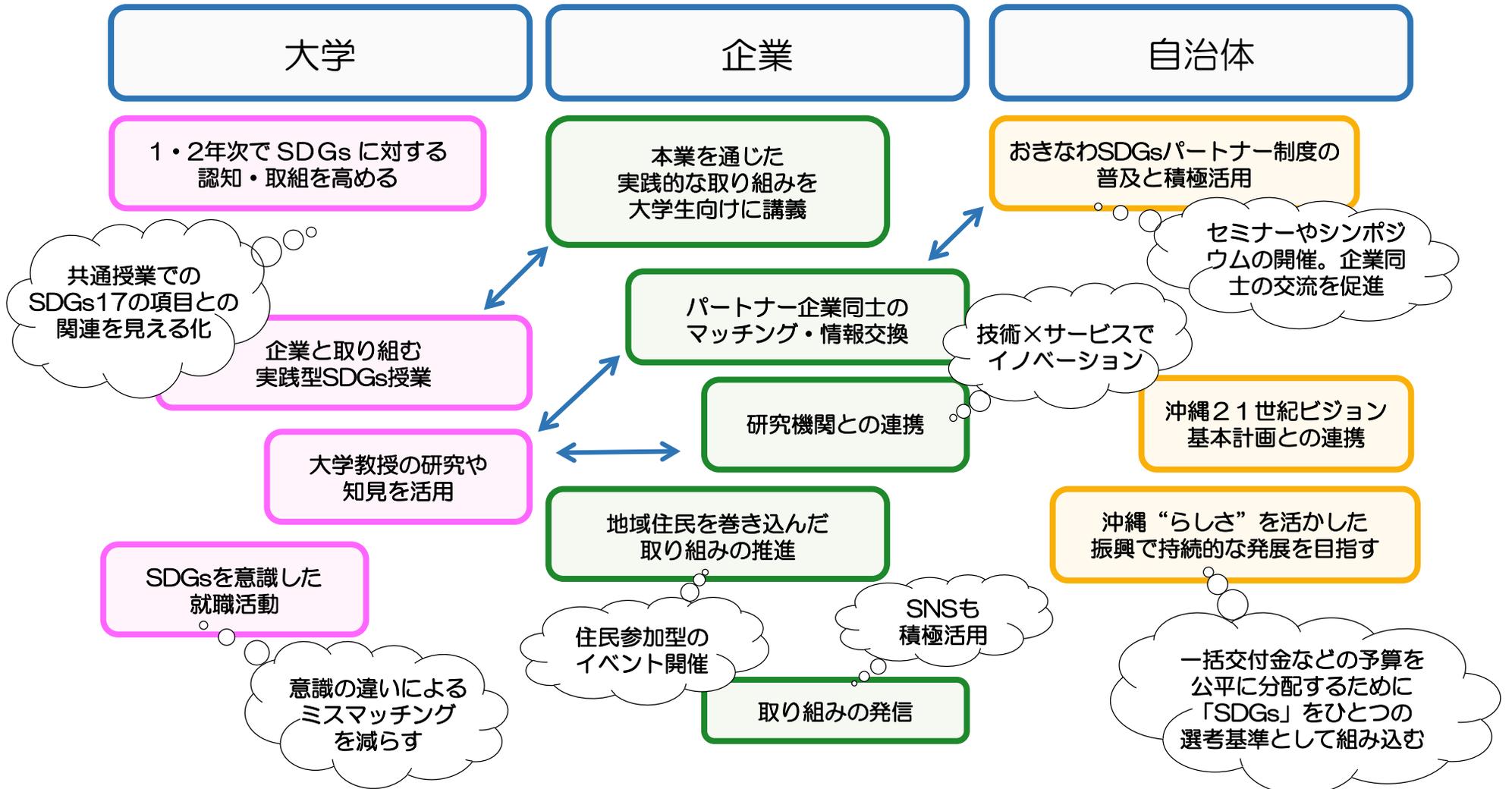


1・2年次でSDGsに対する認知・取組を高めることで

3・4年次ではSDGsを意識した就職活動に繋げ、産業間との意識のギャップを埋める！

まとめ

それぞれの取り組みを推進しつつ 産・学・官一丸となって沖縄のSDGsを加速！





株式会社 電通沖縄

(Team SDGs OKINAWA)

協働調査・分析：

観光産業科学部・国際地域創造学部 観光経済・統計学ゼミ

お問い合わせ先：株式会社電通沖縄 Team SDGs OKINAWA Tel 098-862-0013

