



D&I道場 【用語認知】

2022/7/7

1. 自己紹介と関連性

2. 認知度調査結果を見て感じることに

2021年 全国ダイバーシティ調査

第2回 ダイバーシティ認知と理解に関する調査

= 多様性のある社会づくりのための**基礎調査**

実施者:NPO法人GEWEL

調査協力:桜美林大学ビジネスマネジメント学群

ビジネス演習12名の学生

■目的

- ダイバーシティ関連用語の社会的認知度の変化を把握
- 多様性社会づくりに関連事項に対する、人々の思考や行動の傾向把握
- 調査結果を今後のD&I普及啓発事業に活かす

仮説(新たな問い)を導出し、対話・考察を深める機会に繋げる

調査A

インターネット調査会社のリサーチモニターを対象とした調査

調査対象:全国リサーチモニター 9,524名

※居住地分布は人口動態とほぼ同率

調査方法:オンラインアンケート

調査期間:2021年9月~10月

全国の一般市民の用語認知・理解の実態について明らかにすることを目的とする。

報告書は、調査Aの結果を中心にまとめる。

調査B

GEWELからの協力呼びかけによる調査

調査対象:GEWEL協力者 1,076名

※回答者は首都圏在住者が多数

調査方法:オンラインアンケート

調査期間:2021年9月~10月

回答の偏りは予想されるが、調査A(一般市民の回答傾向)と認知・理解の程度を比較するための参考データにすることを目的とする。

質問項目

Q1 用語認知

- Q1-1 **ダイバーシティ**
- Q1-2 **インクルージョン**
- Q1-3 **DEI**
- Q1-4 **SDGs**
- Q1-5 アンコンシャス・バイアス
- Q1-6 **LGBTQ**
- Q1-7 パタハラ(パタニティ
ハラメント)
- Q1-8 ジェンダー・ギャップ
- Q1-9 マイノリティ
- Q1-10 マジョリティ

Q2 考えや経験

- Q2-1 **外国籍の友人**
- Q2-2 **世代間コミュニケーション**
- Q2-3 **障がい者との関わり**
- Q2-4 **性的少数者カミングアウト**
- Q2-5 **ダイバーシティ尊重教育**
- Q2-6 生きづらさ実感
- Q2-7 **偏見・差別への考え**
- Q2-8 産休取得のためらい
- Q2-9 **多様性重視か画一性重視か**
- Q2-10 **私なりの取り組み**

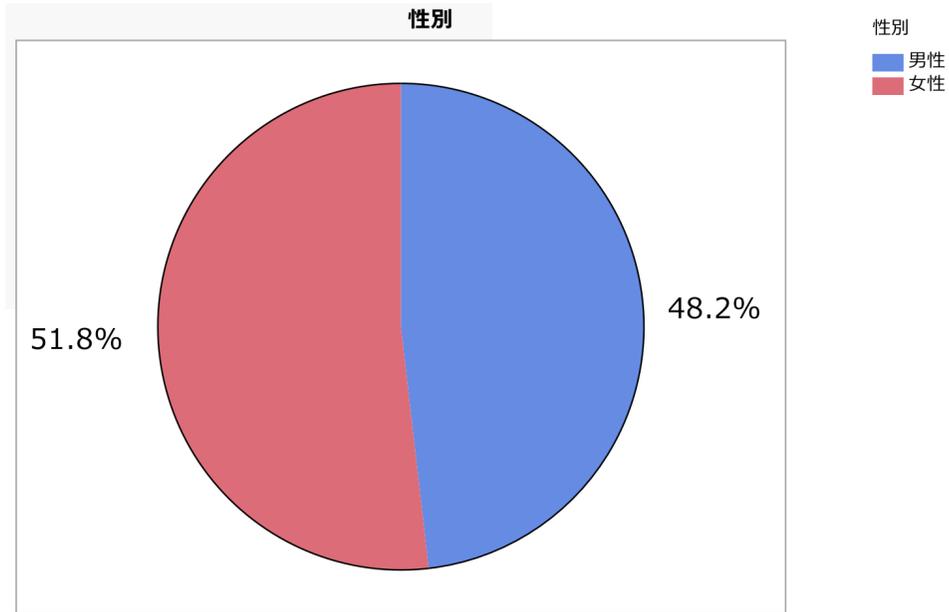
Q3 自由記述

お互いの違いや個性を活かしあう社会づくりの妨げになっているもの

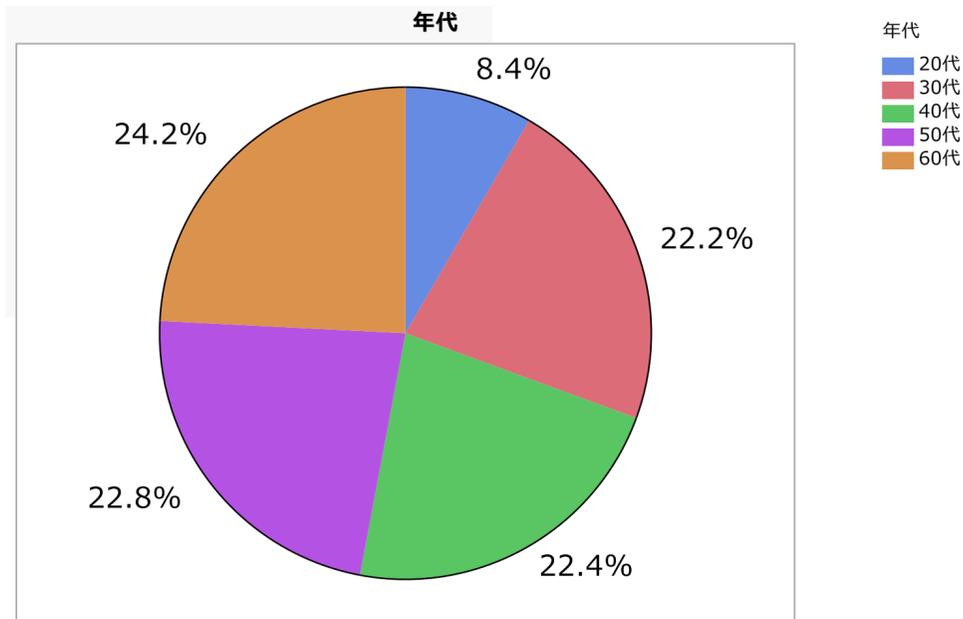
太字:2019年の調査項目

※ 一部修正項目

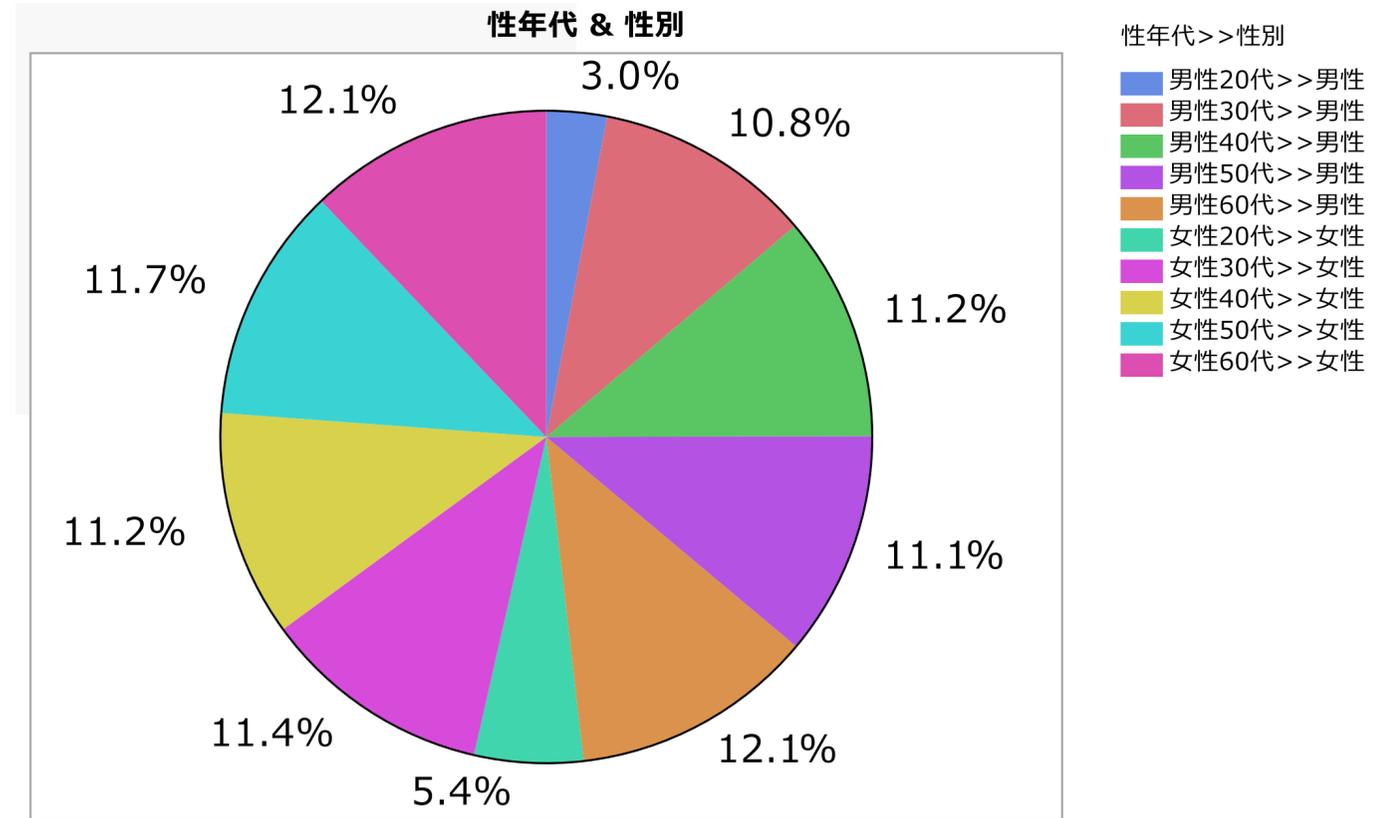
回答者のプロフィール【性別】



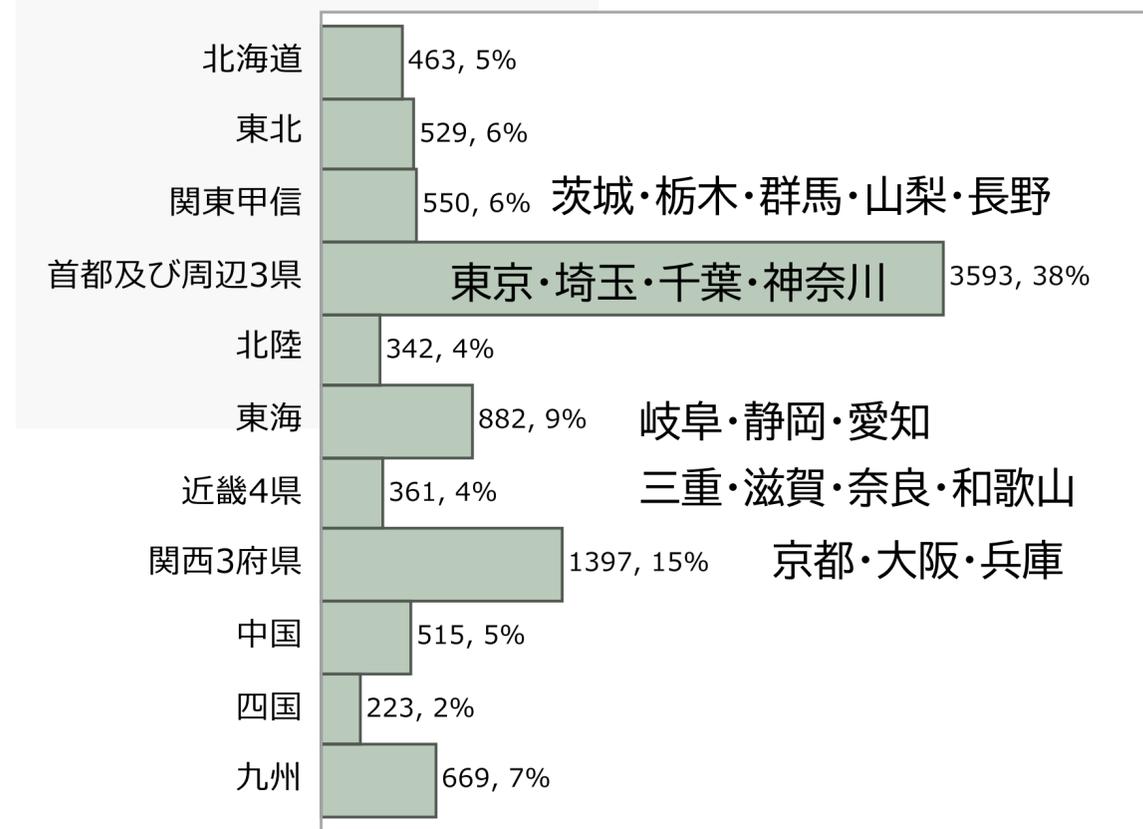
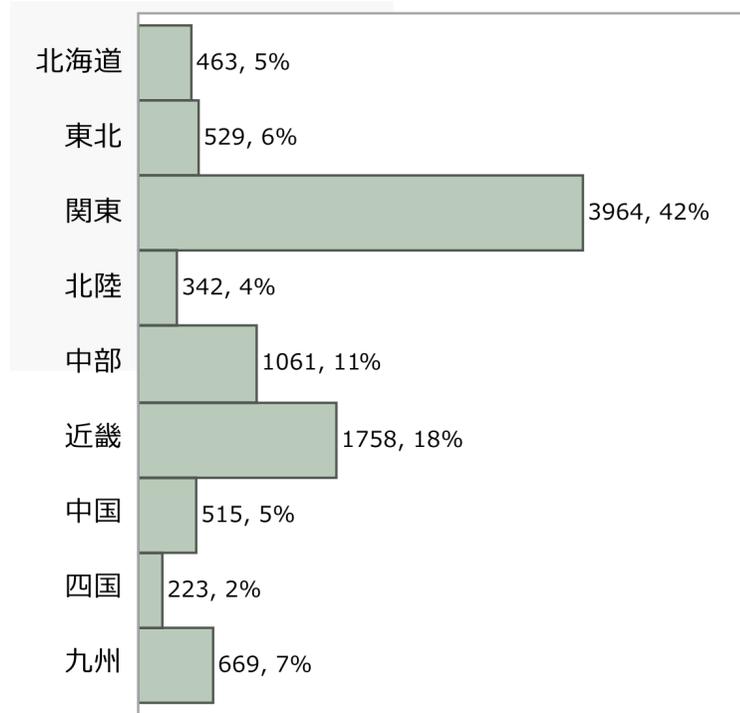
【年代】



【性年代】



回答者のプロフィール【地域】



【学歴】

属性	人数	割合
大学院	576	6.0%
大学	4427	46.5%
短大・高専	1091	11.5%
専門学校	1050	11.0%
高校	2129	22.4%
その他	251	2.6%
合計	9524	100.0%

【婚姻】

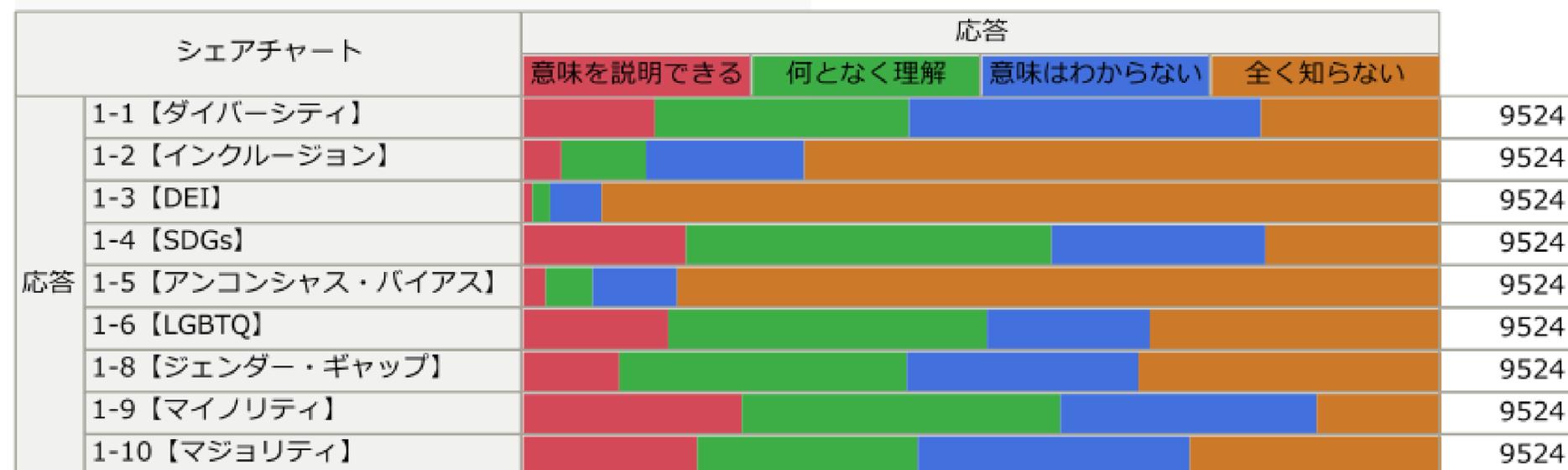
属性	人数	割合
未婚	3844	40.4%
既婚	5680	59.6%
合計	9524	100.0%

【職業】

属性	人数	割合
会社員・役員	3830	40.2%
自営業	574	6.0%
専門職	415	4.4%
公務員	415	4.4%
学生	132	1.4%
専業主婦・主夫	1565	16.4%
パート・アルバイト	1500	15.7%
無職・定年退職	936	9.8%
その他	157	1.6%
合計	9524	100.0%

認知度一覧

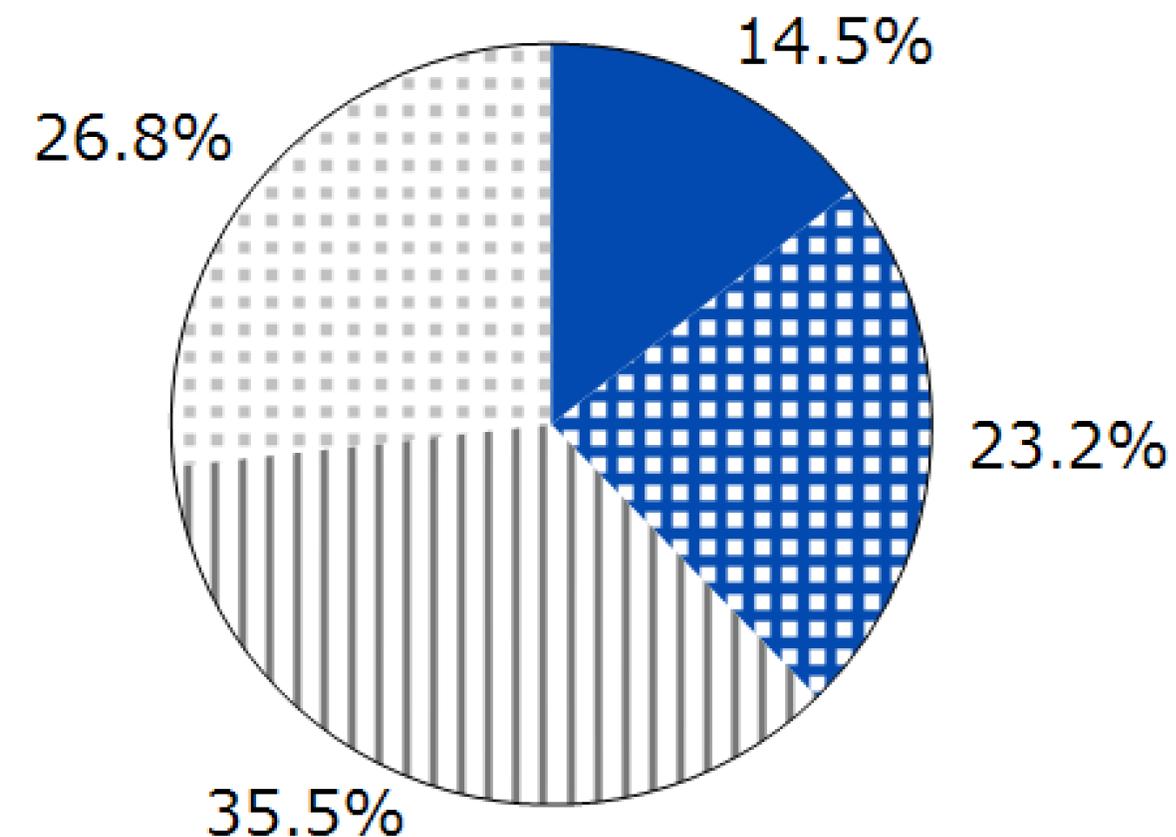
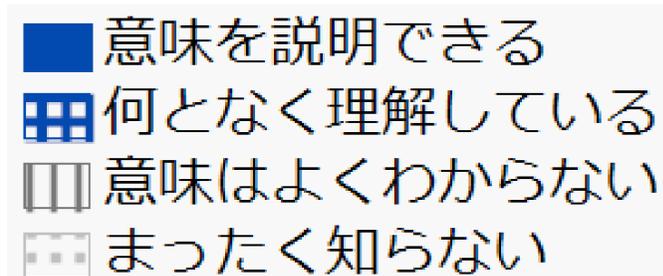
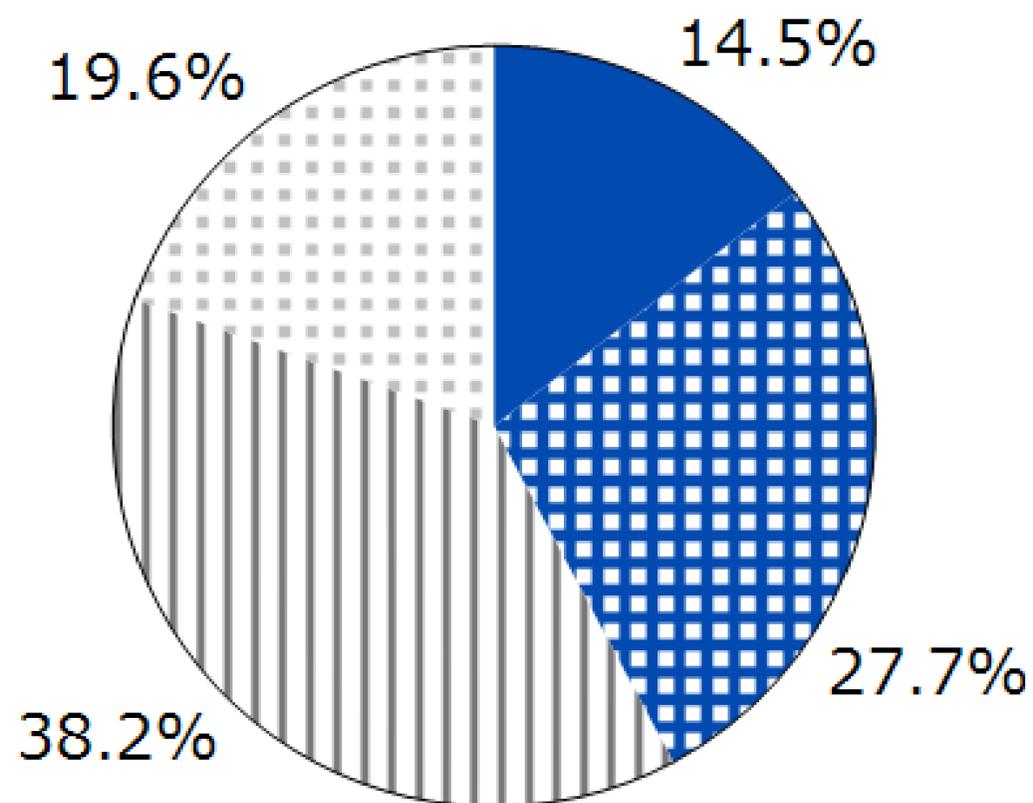
	度数 シェア	応答				応答の合計数
		意味を説明できる	何となく理解	意味はわからない	全く知らない	
応答	1-1 【ダイバーシティ】	1382 14.5%	2636 27.7%	3638 38.2%	1868 19.6%	9524
	1-2 【インクルージョン】	414 4.3%	866 9.1%	1641 17.2%	6603 69.3%	9524
	1-3 【DEI】	93 1.0%	203 2.1%	533 5.6%	8695 91.3%	9524
	1-4 【SDGs】	1710 18.0%	3776 39.6%	2229 23.4%	1809 19.0%	9524
	1-5 【アンコンシャス・バイアス】	232 2.4%	497 5.2%	878 9.2%	7917 83.1%	9524
	1-6 【LGBTQ】	1517 15.9%	3310 34.8%	1689 17.7%	3008 31.6%	9524
	1-8 【ジェンダー・ギャップ】	1001 10.5%	2990 31.4%	2396 25.2%	3137 32.9%	9524
	1-9 【マイノリティ】	2277 23.9%	3312 34.8%	2644 27.8%	1291 13.6%	9524
	1-10 【マジョリティ】	1821 19.1%	2286 24.0%	2826 29.7%	2591 27.2%	9524



Q1-1 ダイバーシティ

2021年 (N=9,524)

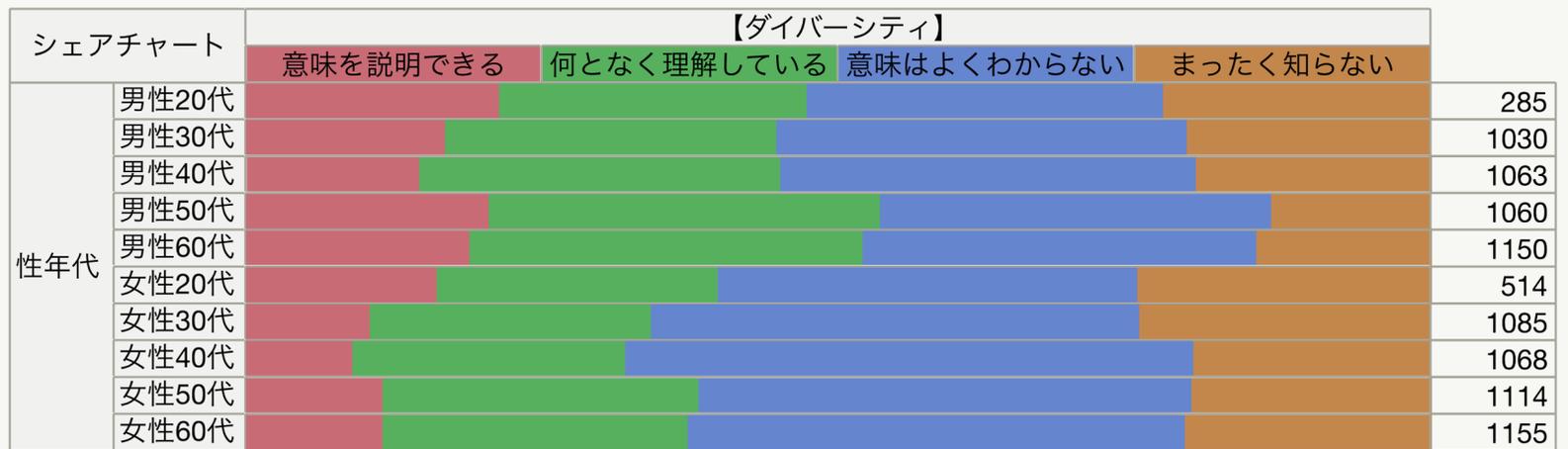
2019年 (N=9,663)



全体で見ると、ダイバーシティの認知度合いはわずかに増加。
50代の認知度がやや高く、20代は認知有無が二分される傾向にある。
関東の認知度が突出して高い。

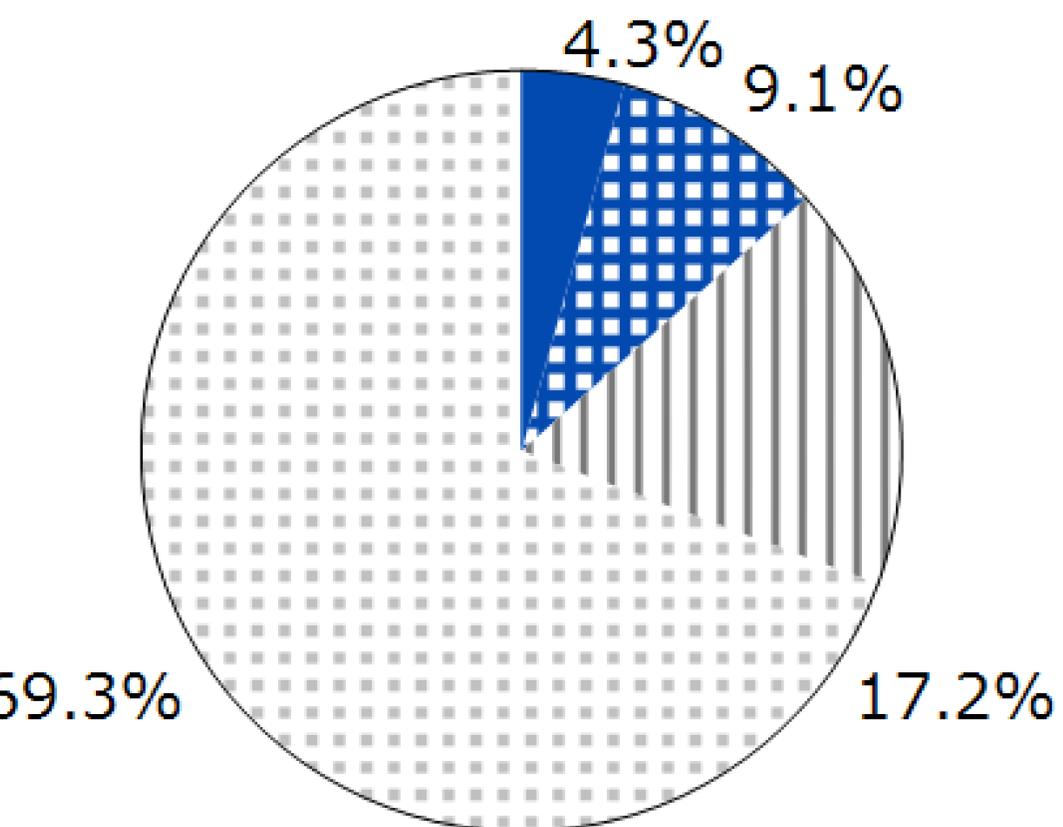
3. 調査結果

		【ダイバーシティ】 By 性年代				
度数 シェア セルのカイ2乗p値	性年代	【ダイバーシティ】				応答の合計数
		意味を説明できる	何となく理解している	意味はよくわからない	まったく知らない	
	男性20代	61 21.4% 0.00225	74 26.0% 0.58264	86 30.2% 0.02842	64 22.5% 0.27856	285
	男性30代	174 16.9% 0.04472	287 27.9% 0.90936	358 34.8% 0.07397	211 20.5% 0.52753	1030
	男性40代	157 14.8% 0.82469	324 30.5% 0.08244	371 34.9% 0.08199	211 19.8% 0.86214	1063
	男性50代	218 20.6% 2.27e-7	350 33.0% 0.00095	349 32.9% 0.00547	143 13.5% 6.75e-6	1060
	男性60代	217 18.9% 0.0001	382 33.2% 0.00036	383 33.3% 0.00725	168 14.6% 0.00013	1150
	女性20代	83 16.1% 0.32987	122 23.7% 0.08936	182 35.4% 0.30615	127 24.7% 0.00911	514
	女性30代	113 10.4% 0.0004	259 23.9% 0.01716	447 41.2% 0.10986	266 24.5% 0.00027	1085
	女性40代	96 9.0% 2.17e-6	246 23.0% 0.00392	512 47.9% 2.59e-7	214 20.0% 0.75446	1068
	女性50代	130 11.7% 0.0128	295 26.5% 0.44788	465 41.7% 0.05569	224 20.1% 0.70961	1114
	女性60代	133 11.5% 0.00753	297 25.7% 0.20473	485 42.0% 0.037	240 20.8% 0.37107	1155

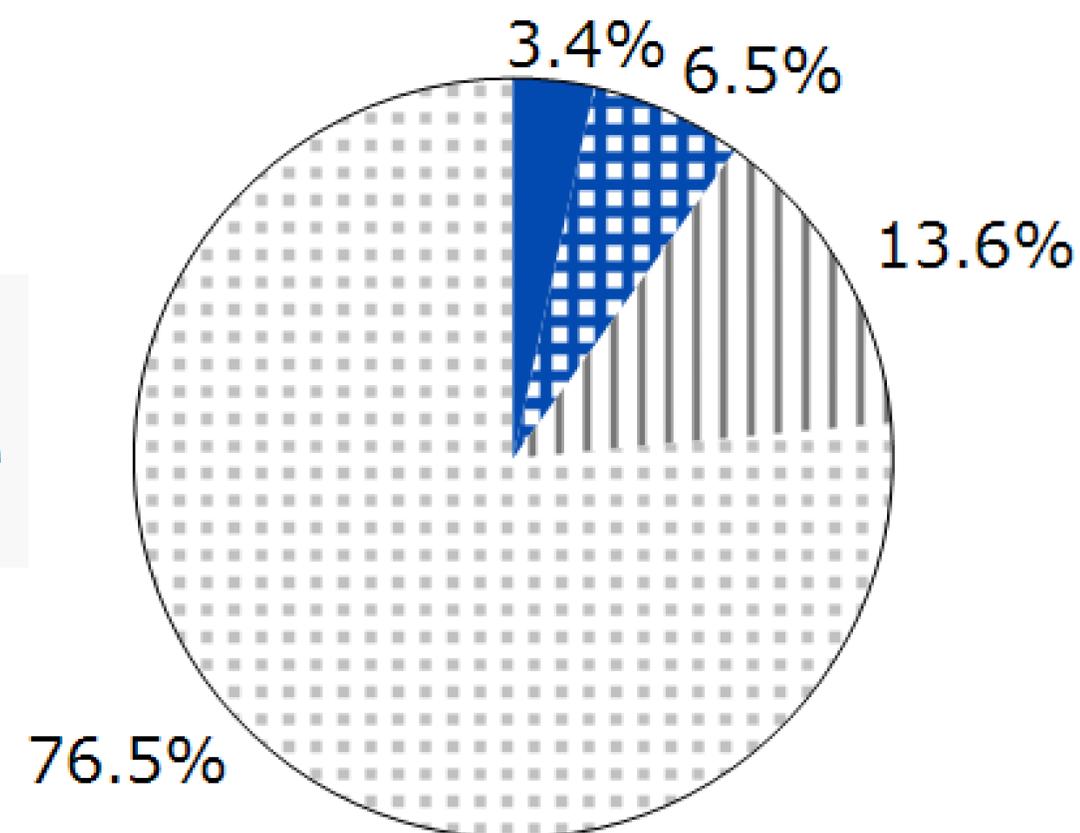


Q1-2 インクルージョン

2021年 (N=9,524)



2019年 (N=9,663)

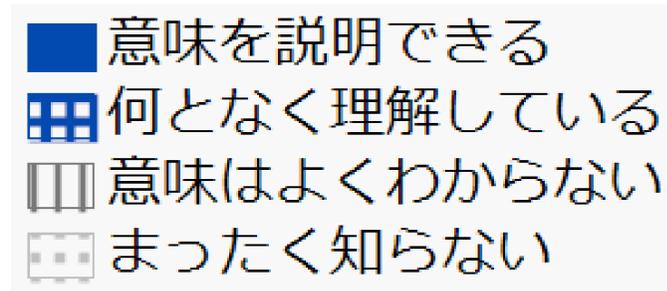
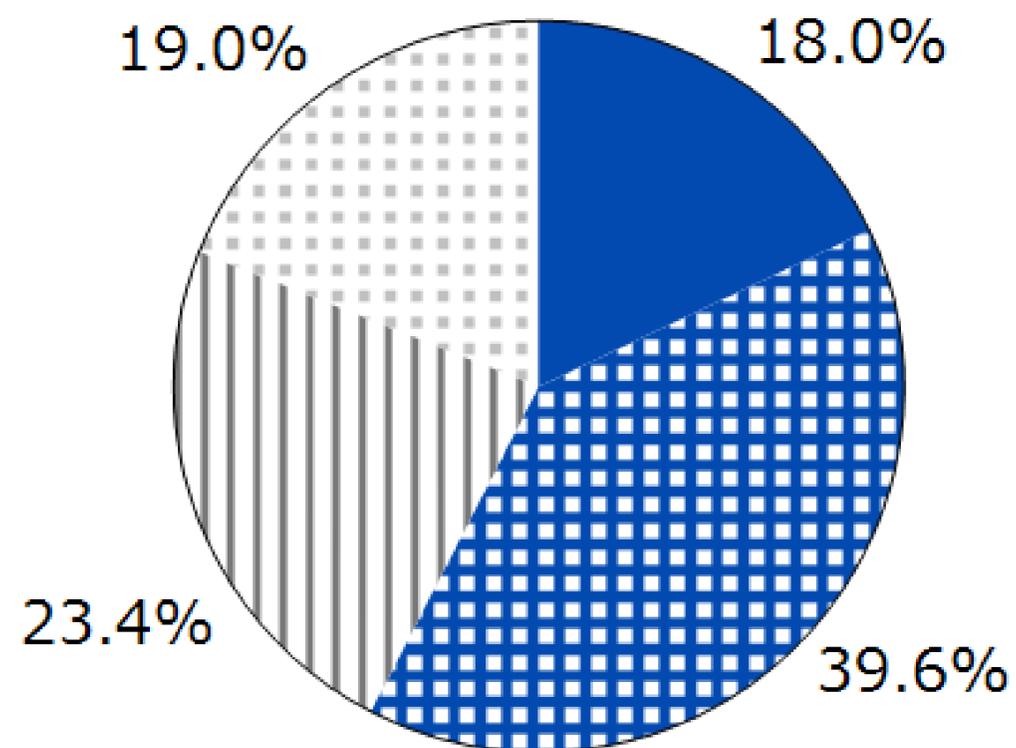


- 意味を説明できる
- ▤ なんとなく理解している
- ▨ 意味はよくわからない
- ▩ まったく知らない

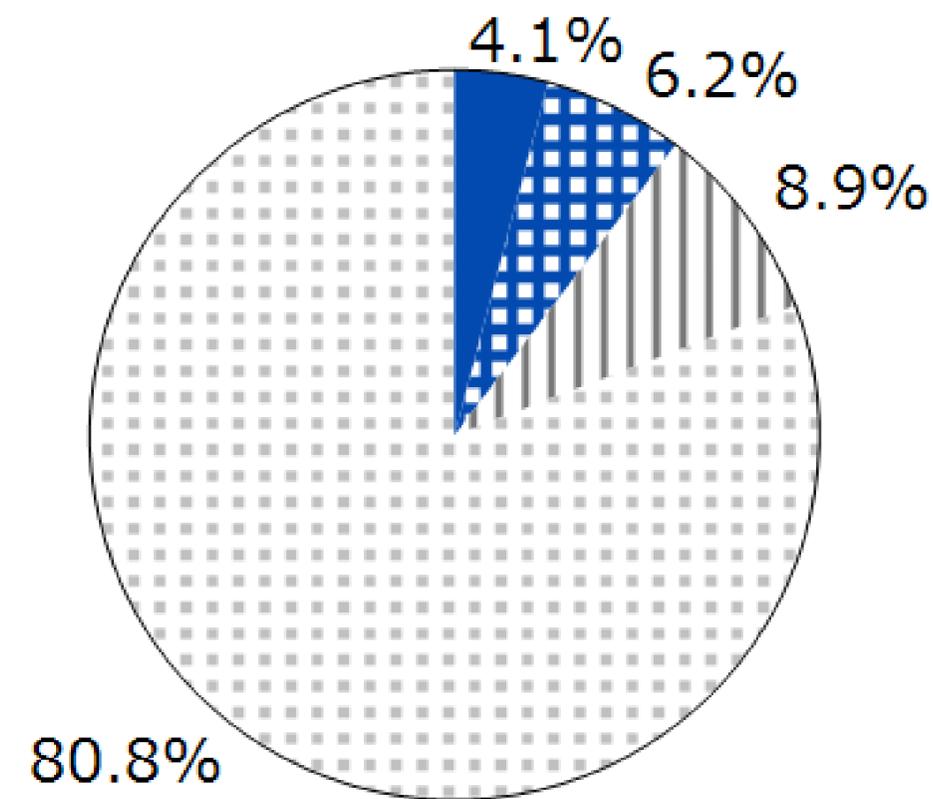
一般社会での認知度は低い。
意味を説明できる人は大卒以上に多く、学校教育や会社での研修により認知する機会が多いためではないかと考えられる。地域では関東の認知度が高い。

Q1-4 SDGs

2021年 (N=9,524)



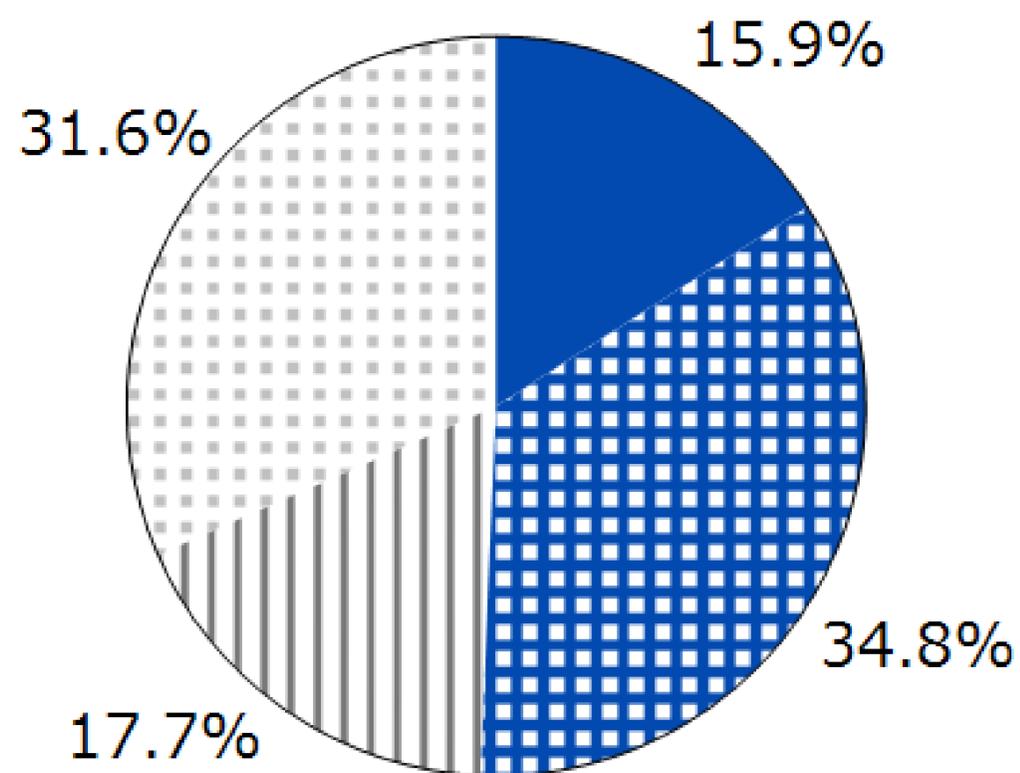
2019年 (N=9,663)



SDGsの認知度は、この2年間で大きく上昇。
メディアでの露出、企業でのSDGs活動の推進、学校教育においても触れる機会が増えている。一般社会で過半数を超える認知度になることが浸透率の目安。

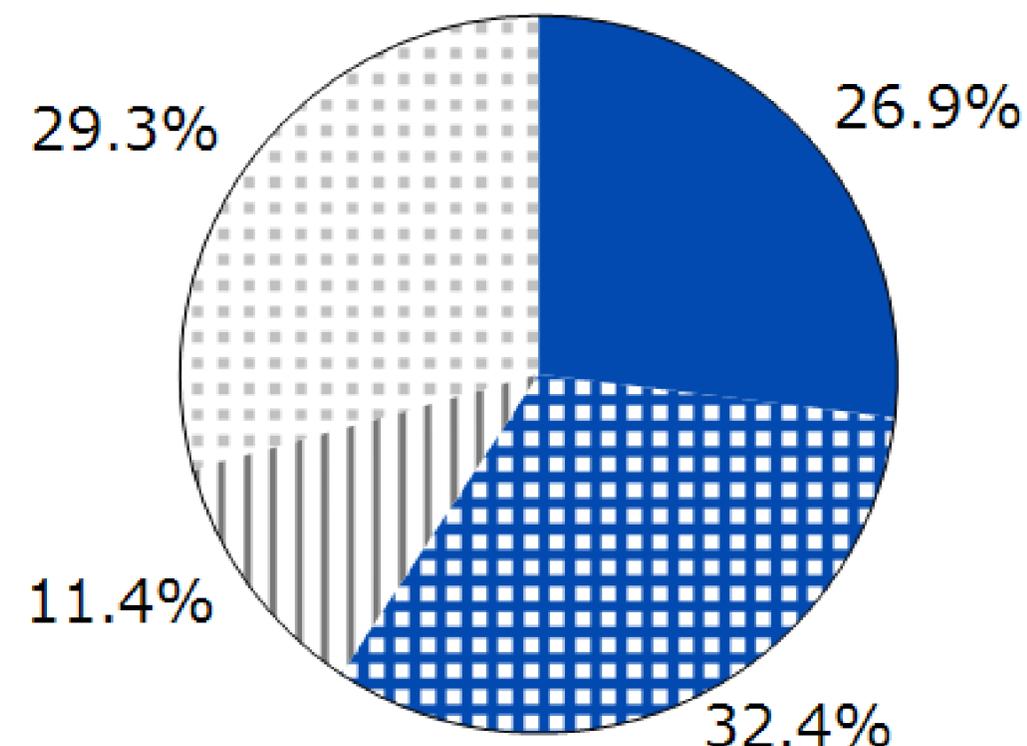
Q1-6 LGBTQ

2021年 (N=9,524)



- 意味を説明できる
- なんとなく理解している
- 意味はよくわからない
- まったく知らない

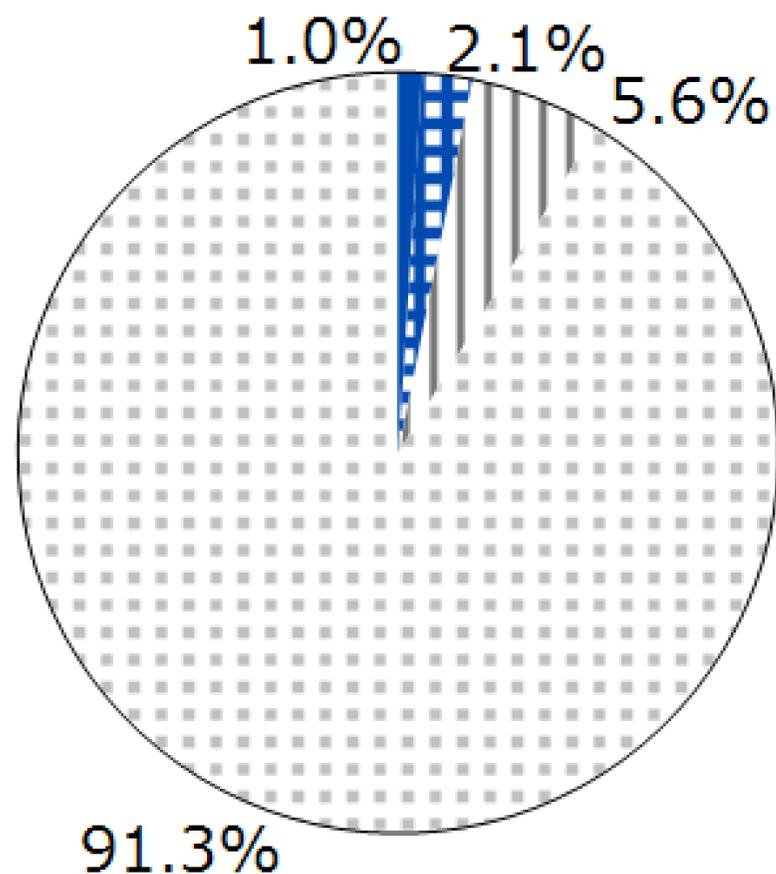
2019年 (N=9,663) LGBT



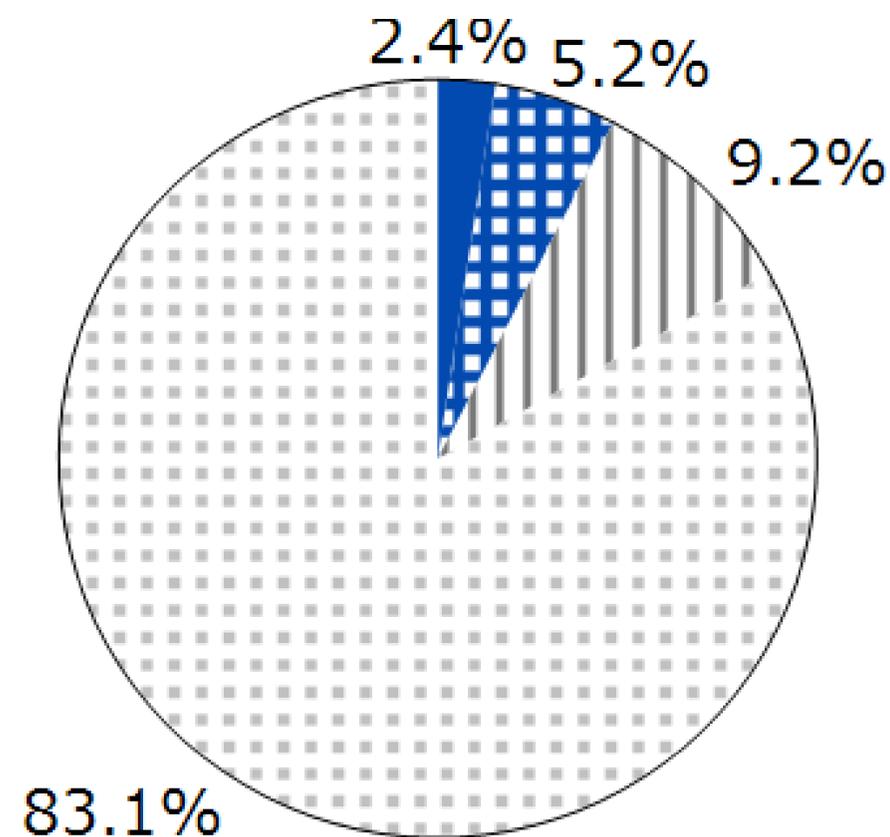
2019年のLGBTは約6割、2021年のLGBTQは約5割の人が認知。
特に20代女性の認知率が高い。地域で見ると東海地方の認知度が低い。

Q1-3 DEI / Q1-5 アンコンシャス・バイアス

2021年 (N=9,524) DEI



2021年 (N=9,524) アンコンシャス・バイアス



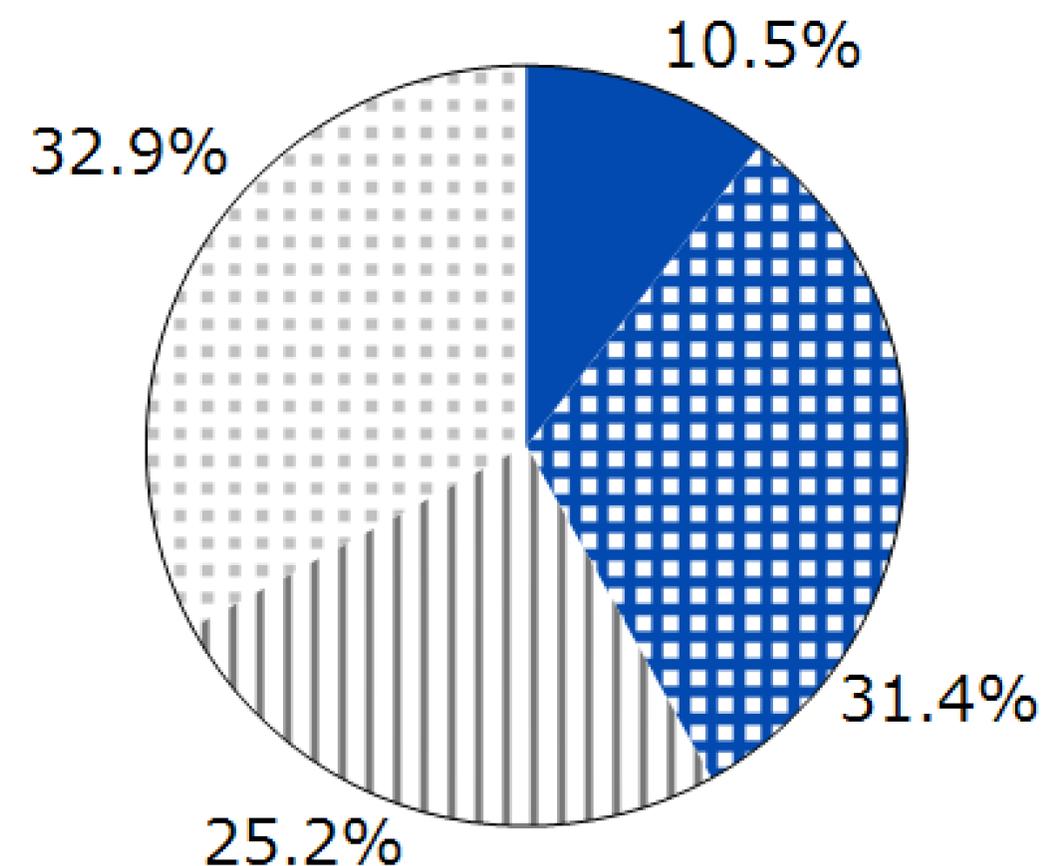
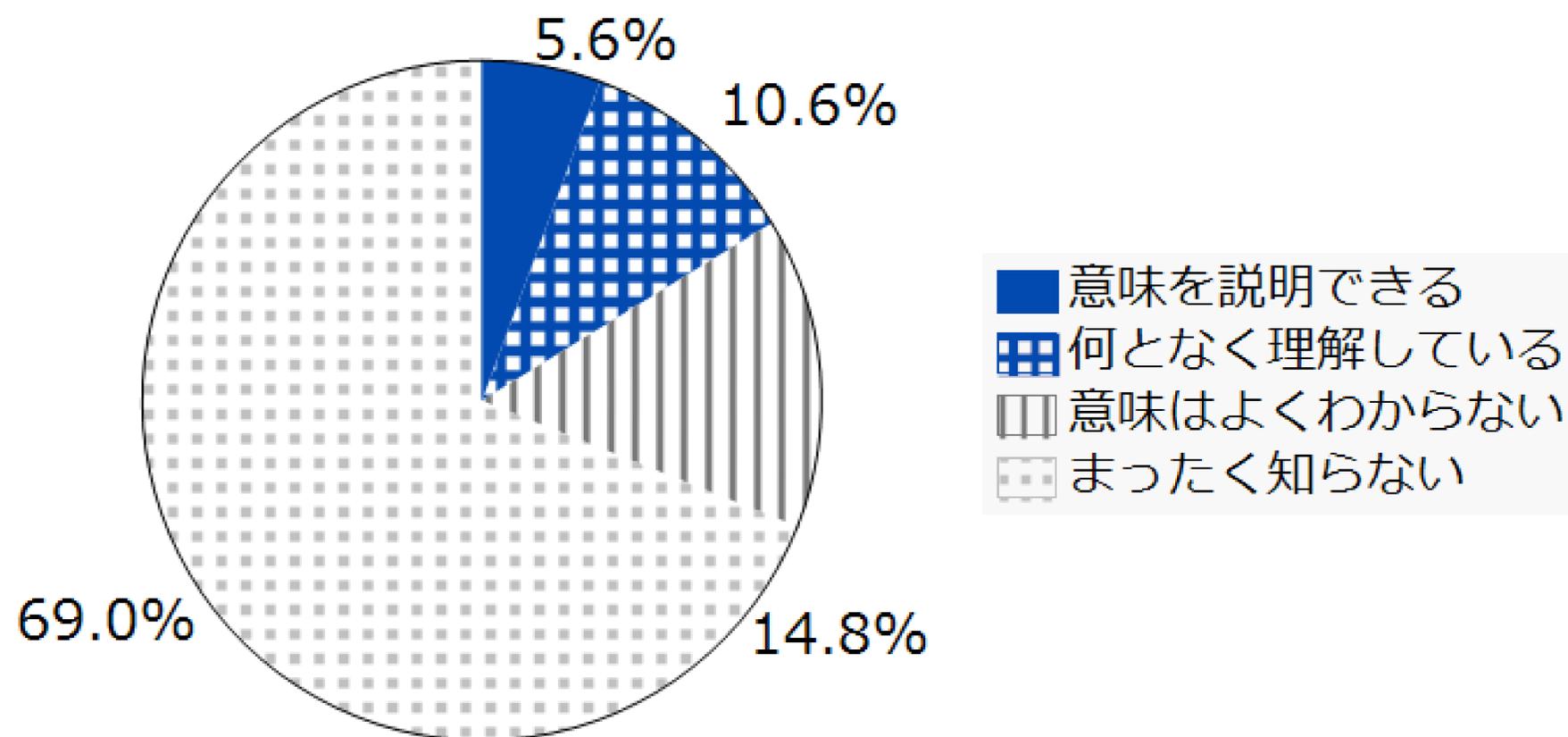
- 意味を説明できる
- ▤ なんとなく理解している
- ▨ 意味はよくわからない
- ▩ まったく知らない

DEI(diversity, equity, and inclusion)、アンコンシャス・バイアス共に、全国での用語認知は低い。

Q1-7 パタハラ / Q1-8 ジェンダー・ギャップ

2021年 (N=9,524) パタハラ

2021年 (N=9,524) ジェンダー・ギャップ

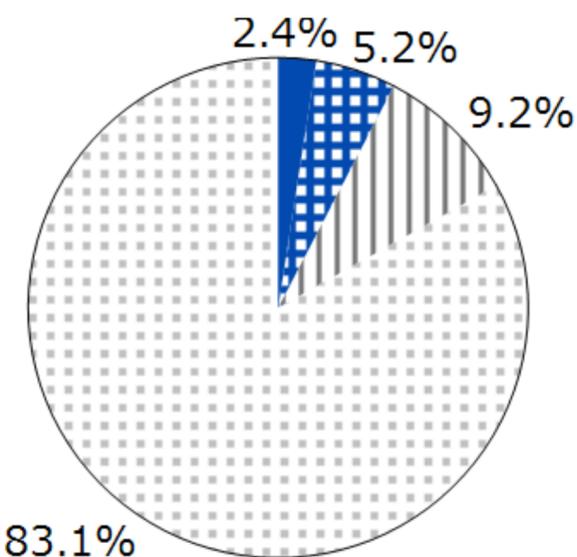


パタハラは、若い年代層の認知度が高い。
一方、ジェンダー・ギャップは50代、60代の男性の認知度が高い。

全国調査と独自調査の比較

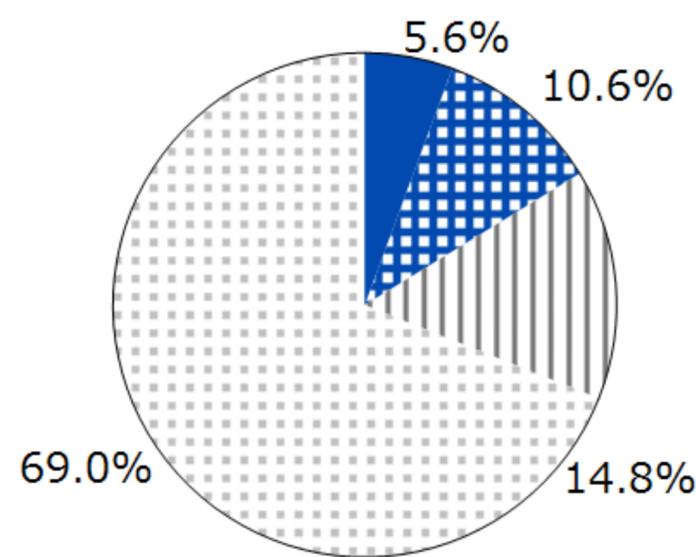
2021年
(N=9,524)

アンコンシャス・バイアス

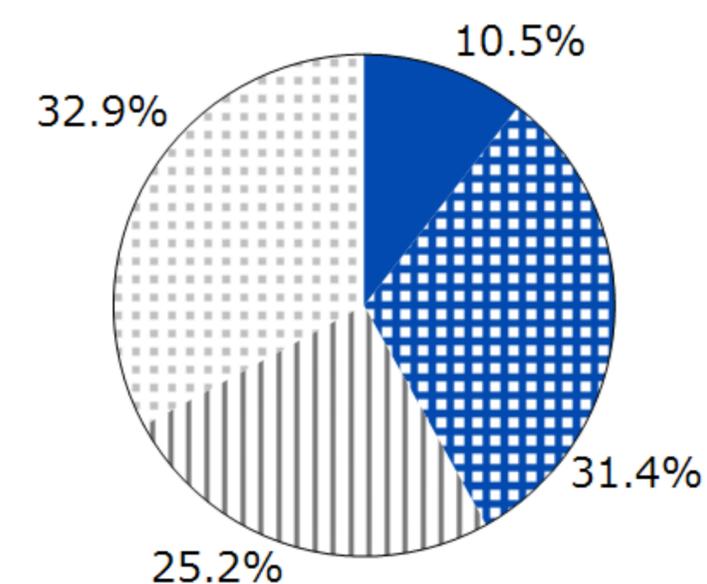


- 意味を説明できる
- 何となく理解している
- 意味はよくわからない
- まったく知らない

パタハラ

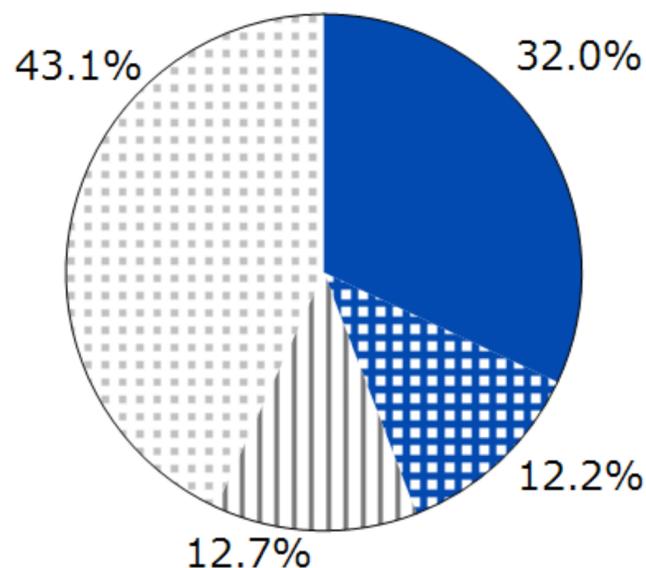


ジェンダー・ギャップ



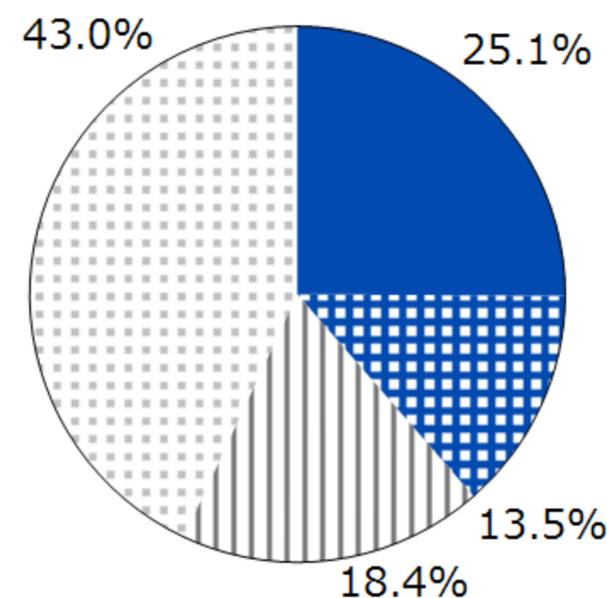
2021年
(N=1,076)

アンコンシャス・バイアス

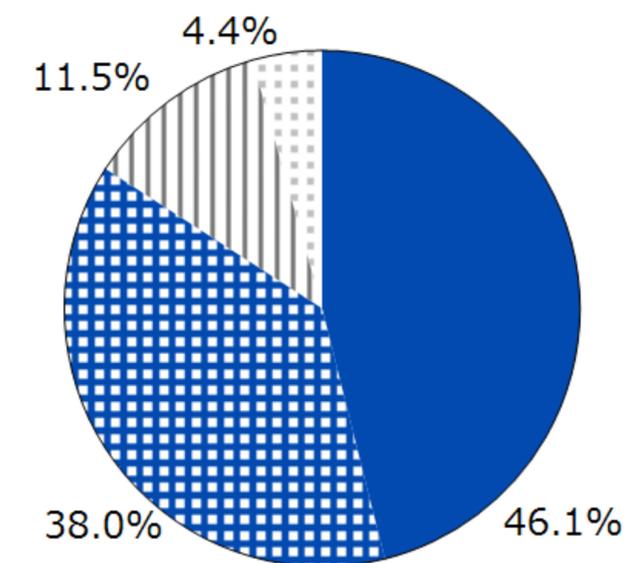


- 意味を説明できる
- 何となく理解している
- 意味はよくわからない
- まったく知らない

パタハラ



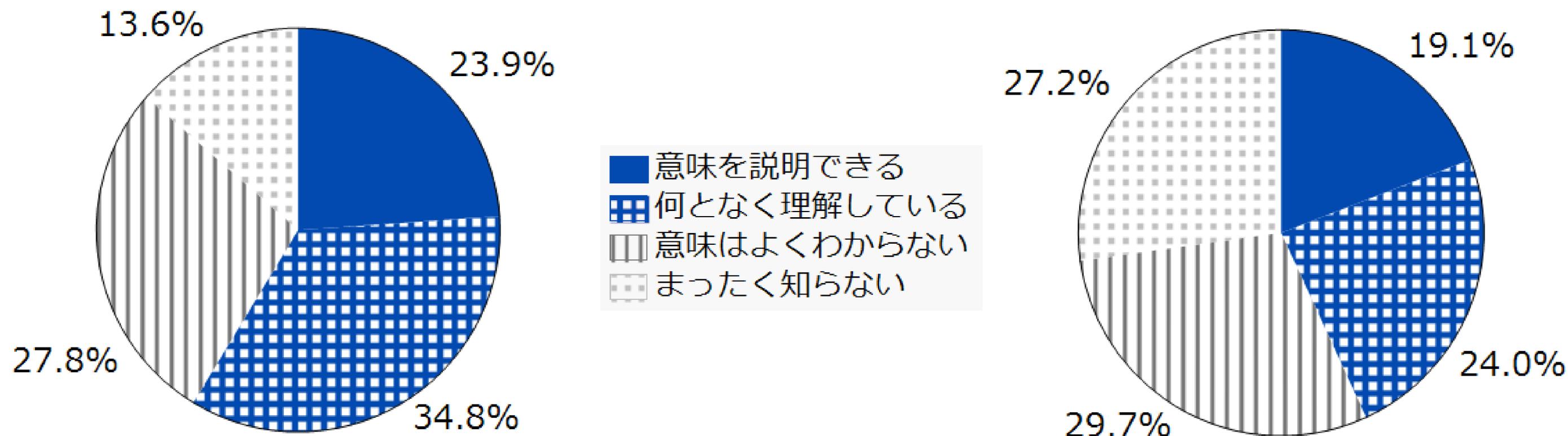
ジェンダー・ギャップ



Q1-9 マイノリティ / Q1-10 マジヨリティ

2021年 (N=9,524) マイノリティ

2021年 (N=9,524) マジヨリティ



表裏一体の用語であるマイノリティ(少数派)とマジヨリティ(多数派)は、マイノリティのほうが認知度が高い。マジヨリティの認知度は若者世代において高く、その背景には2016年にヒットしたアイドルグループの曲名の影響がある可能性。

ダイバーシティ関連の用語認知傾向の変化のまとめ

- 調査対象者(母集団)の違いにより、それぞれの特徴を把握する必要がある。
- 一般のリサーチモニター(一般市民層)とダイバーシティの啓発活動に近い調査協力者層では、アンコンシャス・バイアス、パタハラ、ジェンダー・ギャップなどの用語認知に大きな差がある。
- ダイバーシティやインクルージョンの認知度は2年前よりやや増加、SDGsは認知度大躍進。
- 首都圏ビジネスパーソンのダイバーシティ用語認知は、2008年から2021年にかけて、男女差は縮まったものの、全体では7ポイント上昇に留まり、大きな伸びはみられなかった。
- 一般社会において、過半数(2人に1人)が認知している状態が、用語浸透率のひとつの目安。

認知度を上げるには、どうしたらいいのでしょうか？

認知度が上がるとどんなことが変わるのでしょうか？

感想

V1