

世界中の誰もが持続可能な開発目標を支持するために実行できる個人行動。

グッド・ライフ 目標

グッド・ライフ目標のご紹介

グッド・ライフ目標は、今日よりも、より良い明日を作るための役割をすべての人に与えます。それは世界中の誰もが持続可能な開発目標を支持するために実行できる個人行動を提案するものです。グッド・ライフ目標は、各SDGsについて5つのライフスタイルの「要請」を個人に行います。これら85の個々の要請はSDGsの169の目標と指標に整合するよう入念に考案されたものです。

概要

グッド・ライフ目標によって、SDGsは魅力的な形にパーソナライズされ、人間的なものになります。つまり、それは政府、NGOまたはあらゆるセクターの企業がSDGsを人々の生活と活動に結びつけ、人々が実行できるシンプルな集団行動について効果的にコミュニケーションを行う上でのエントリーポイントを提供するものです。

一連の行動はそれぞれが、以下を含め、特定の基準に基づいて選定されています

- 大規模に採用された場合、SDGsの達成に明らかに影響する。
- 世界中の過少消費者および過剰消費者の両方がアクセスできる。
- 明確な言語表現により、誰もが理解できる。

日本政府、スウェーデン政府、IGES、SEI、ユネスコ、国連環境計画、WBCSDの支援を受け、持続可能なライフスタイルおよび教育に関する国連10年計画枠組とFuterraにより策定されたグッド・ライフ目標(Good Life Goals)は、政策立案者、企業、市民社会、クリエイティブおよび教育者を対象に、その構成メンバーによるSDGsの理解と行動への取り組み方法を向上させることを主たる目的としています。

グッド・ライフ目標の構造

各グッド・ライフ目標は、一貫性をもたせ、できるだけ広範囲の対象者を得るよう、類似した構造を使用しています。非常に簡潔な見出しの後に、5つの行動を設定しています。

- 最初の行動は「学習」の要請です。これは最もアクセスしやすい行動であり、子供や、自らのライフスタイルを選ぶ可能性が限られた人々にとっても関連性のあるものです。
- 続く3つの行動はライフスタイルの変更/コスト/習慣上の障壁という点において、ますます困難になっている行動です。少なくとも1つの行動が(可能な場合)前向きで/喜ばしく/陽気で/楽しいものであるよう努めます。最後から2番目の行動は中流階級/過剰消費者に最も関連性があるもので、最も困難な要請といえます。
- 最後の行動は(政治、ビジネス、地域社会の)リーダーからの変化を要求するものです。

**個人の行動の選択方法についての詳細など、
情報全容は www.sdghub.com/goodlifegoals
に掲載の「マニュアル」でご覧いただけます。**



グッド・ライフ 目標

利用可能なマテリアル

以下のマテリアルがwww.SDGhub.com/goodlifegoalsでご利用いただけます。

1. グッド・ライフ目標のマニュアルには、作業の概要、17のグッド・ライフ目標すべてと各目標に対する5つの行動、および政策立案者(UNEP)、ビジネス(WBCSD)、教育者(UNESCO)およびクリエイティブ(Futerra)など、特定のステークホルダーへの要点が記載されています。
2. 集団行動の力を呼び起こす短いビデオ(1分または30秒のInstagramバージョン)。
3. 17のグッド・ライフ目標を絵文字で示す動画と17の個々の絵文字の動画。
4. メディアツールキットとソーシャルメディアアセット。
5. 17のグッド・ライフ目標すべての絵文字を表示した単一の郵便はがきなどの印刷可能なファイル、およびグッド・ライフ目標とそれに関連した行動を記載したグッド・ライフ目標の「カード一式」。

ビジネスへの関連性

グッド・ライフ目標はSDGsと持続可能性についての斬新な考え方をビジネスに提供します。それは企業が作り出すもの、製品・サービス・業務の持続可能性改善のために取る行動、および顧客の生活におけるブランドのあり方との間にあるつながりを提供します。

顧客のエンゲージメント:グッド・ライフ目標は、企業が顧客の行動とライフスタイルがどのようにSDGsと関連しているかを理解する上で役立ちます。これを理解することで、ブランドは前向きなSDGsの影響を推進するために、製品やサービスに関連付いた行動を巡り、顧客とのより効果的な関わり合いを持つことができますようになります。

社員のエンゲージメント:またグッド・ライフ目標は、広範囲にわたる社内活動に社員を関与させ、SDGsへの意識向上や大きな目標に沿った行動文化を促進する上で使用できる、シンプルなツールを企業に提供します。

製品とサービスのイノベーション:グッド・ライフ目標は、より持続可能なライフスタイルを支援する新しい製品開発につながるよう活用することができます。それにより企業は、製品が人々のライフスタイルにどのように関わっているかを理解し、イノベーションの潜在的機会を特定することができますようになります。企業はグッド・ライフ目標を使って、人々に「より良い」ものを提供する方法を特定できます。

利用規約

グッド・ライフ目標は「クリエイティブ・コモンズ」の下に登録されています。これは、出所を明記することにより、誰にでも利用できることを意味します。悪用からの保護目的で、著作権も使用されます。利用者は適切なクレジット表記を行い、ライセンスへのリンクを提供し、変更した場合には、それを示す必要があります。合理的などのような形式でもこれを行うことはできますが、ライセンサーが利用者またはその利用を支持しているかのような示唆をすることはできません。

派生品は許可されません。マテリアルを再編集、変換または発展させた場合、変更されたマテリアルを配付することはできません。

