

生活者の「社会貢献意識・行動調査」結果を発表

～企業の社会的取り組みへの期待に、アベノミクスが影響！？～

「企業は社会的取り組みをする余裕があれば、もっと商品価格の引き下げを」は2割にとどまり、
「商品の価格の引き下げだけでなく、社会的取り組みも」という人が7割を超える。

株式会社ヤラクス館 SoooooS.カンパニー(本社:大阪市、カンパニー長:中間 大維)では、震災から2年が経った3月に、一般生活者の社会貢献意識や行動がどのようになっているのかを探るためのアンケート調査を実施しました。

【調査結果概要】

(1) 価格の引き下げだけでなく、社会的取り組みを企業に求める人は76.0%

企業の社会的取り組みに対して、「社会的取り組みをする余裕があれば、もっと商品の価格を下げたい」とした人は24.0%にとどまり、「商品の価格の引き下げだけでなく、社会的取り組みも行って欲しい」とした人が76.0%に達しました。年代別では、20代の60.0%に対して、30代以上は80.0%が後者を支持しており、アベノミクス効果を感じやすい世代でその数値が高くなっていました。

(2) 企業の社会的取り組みは、本業と別に行うのではなく、本業の中で行った方がよいと思う人が7割

企業に求める社会的取り組みについて聞いたところ、「社会的課題の解決につながる商品やサービスの開発・販売など、企業本来の業務の中で行った方がよい」が7割、「社員ボランティアや寄付など、企業の本来の業務とは別の形で行った方がよい」が3割という結果になりました。生活者自身が今後行っていきたいこと(社会的取り組み)としても「日常生活の延長線上でできること」が約8割となっており、日常の中で気軽に参加できる、社会性を持った商品・サービス(ソーシャルプロダクト)への期待が高いことが分かりました。

(3) 商品の社会的取り組みが、購入の検討やイメージアップなどにつながる人は8割強

商品の社会的取り組みに対する評価では、それだけで「購入につながる」という人は1割に満たなかったものの、そうした取り組みがあることで「購入の検討につながる」という人は6割を超え、「ファンになったり、イメージアップにつながる」という人も2割強に達しました。積極的に消費をする人が減っていると言われる中、社会的取り組みを通じた心理的満足の提供には、消費を後押しする可能性があることが分かりました。

(4) ソーシャルプロダクトの中でも、フェアトレード商品の購入・利用意向が最多

人や地球にやさしい商品であるソーシャルプロダクトには、エコ(環境配慮)やオーガニック、フェアトレード、寄付つき、地域や伝統に根ざしたものなどがありますが、そういった商品の現在の購入状況と将来の購入意向を聞いたところ、フェアトレード商品は現在の購入こそ6.2%にとどまるものの、将来の購入意向は36.8%と最も高くなっていました。最近のフェアトレードの拡がりによるニーズの高まりを裏付ける結果と言えます。

■調査概要

調査方法: インターネット調査

調査地域: 全国

調査対象: 20代～60代の男女500人

調査期間: 2013年3月10日(日)～3月11日(月)

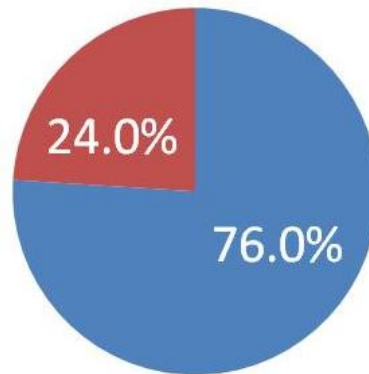
【調査結果 詳細】

(1) 価格の引き下げだけでなく、社会的取り組みを企業に求める人は 76.0%

企業の社会的取り組みに対して、「社会的取り組みをする余裕があれば、もっと商品の価格を下げたい」とした人は 24.0%にとどまり、「商品の価格の引き下げだけでなく、社会的取り組みも行って欲しい」とした人が 76.0%に達しました。

年代別では、20 代の 60.0%に対して、30 代以上は 80.0%が後者を支持しており、アベノミクス効果を感じやすい世代でその数値が高くなっていました。

また、年齢が上がるほど後者を支持する傾向が高くなり、特に 60 代は、男性で 92.0%、女性で 86.0%が後者を支持する結果となりました。

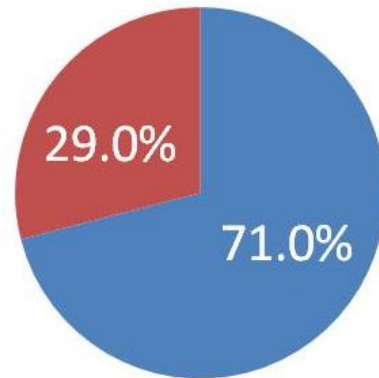


- 企業には、商品の価格の引き下げだけでなく、社会的取り組みも行ってほしい
- 企業には、商品の価格の引き下げだけでいい

(2)-1 企業の社会的取り組みは、本業と別に行うのではなく、本業の中で行った方がよいと思う人が 7 割

企業に求める社会的取り組みについて聞いたところ、「社会的課題の解決につながる商品やサービスの開発・販売など、企業本来の業務の中で行った方がよい」が 71.0%、「社員ボランティアや寄付など、企業の本来の業務とは別の形で行った方がよい」が 29.0%という結果になりました。

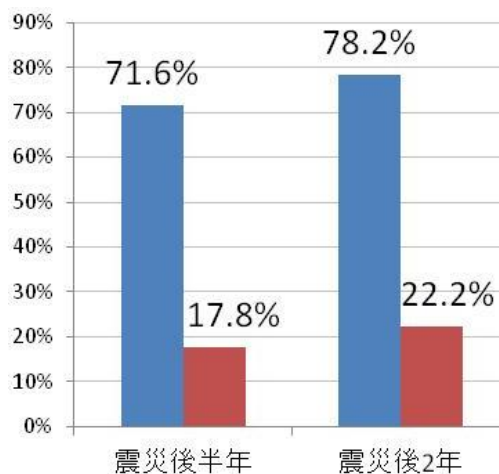
なお、性年代別では 30 代女性の 80.0%、40 代女性の 82.0%が「本業を通じた社会的取り組み」を支持しており、特に高くなっていました。



- 企業による社会的取り組みは、社会的課題の解決につながる商品やサービスの開発・販売など、企業の本来の業務の中で行った方がよい
- 企業による社会的取り組みは、社員ボランティアや寄付など、企業の本来の業務とは別の形で行った方がよい

(2)-2 生活者が行いたいのは「日常生活の延長線上でできる範囲のこと」。震災以降変わらず高い傾向。

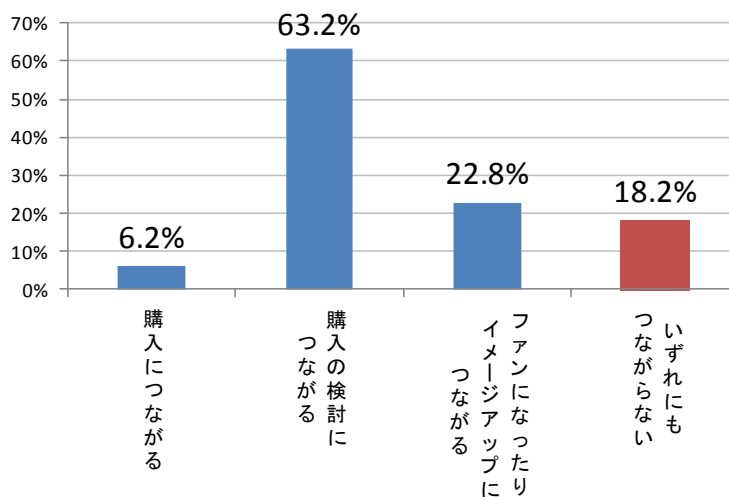
生活者自身が今後行っていきたい社会的取り組みについて聞いたところ、「特別な費用や時間はあまりかけずに、日常生活の延長線上でできる範囲のことをしたい」人が 78.2%と、SoooooS.で過去に行った「震災後半年の消費、社会貢献に関する意識変化」調査との比較では 6.6%上昇し、震災から 2 年が経った今も変わらず高い数値となりました。この数値は、行いたい人が 20%~30%台にとどまるボランティアや寄付とは大きな差になっており、負担の大きい活動より、社会性を持った商品・サービス（ソーシャルプロダクト）の購入など、気軽に無理なく日常生活の延長線上でできることを求めている人が多いことが分かりました。



- 特別な費用や時間はあまりかけずに、日常生活の延長線上でできる範囲のことをしたい
- 多少の費用や時間を負担してでも、ボランティア活動に参加したい

(3) 商品の社会的取り組みが、購入の検討やイメージアップなどにつながる人は 8 割強

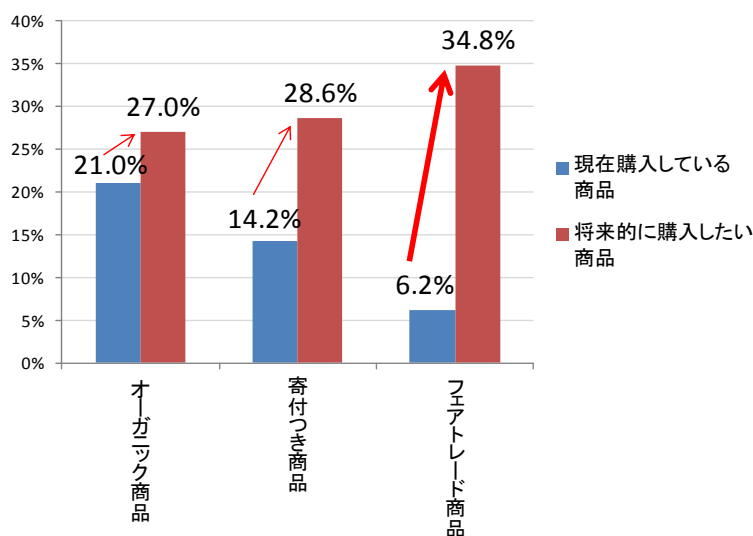
商品の社会的取り組みに対する評価では、それだけで「購入につながる」という人は 6.2%しかいなかったものの、そうした取り組みがあることで「購入の検討につながる」という人は 63.2%に達し、「ファンになったり、イメージアップにつながる」という人も 22.8%いました。



積極的に消費をする人が減っていると言われる中で、社会的取り組みを通じた心理的満足を提供には消費を後押しする大きな可能性があることが分かりました。

(4) ソーシャルプロダクツの中でも、フェアトレード商品の購入・利用意向が最多

人や地球にやさしい商品であるソーシャルプロダクツには、エコ(環境配慮)やオーガニック、フェアトレード、寄付つき、地域や伝統に根ざしたものなどがありますが、そういった商品の現在の購入状況と将来の購入意向を聞いたところ、いずれの商品も「将来」の購入意向が「現在」よりも高くなっていました。



中でもフェアトレード商品は、将来の購入意向が 36.8%となり、現在との差が最大となりました。これは、最近のフェアトレードの拡がりによるニーズの高まりを裏付ける結果と言えます。

■株式会社ヤラクス館 SoooooS.カンパニー

ソーシャルな領域におけるマーケティングのコンサルティング、プロモーションプランニング、商品ならびにコミュニケーションの開発支援、インターネットを活用したソーシャルプロダクツの販売支援(SoooooS.の企画・運営)を行っております。

所在地(本社) : 大阪市中央区瓦町 2 丁目 6 番 6 号

(東京) : 東京都中央区銀座 5 丁目 12 番 5 号 白鶴ビルディング 3 階

代表者 : カンパニー長 中間 大維

■「SoooooS.」(スース) <http://soooooos.com>

エコ、オーガニック、フェアトレード、寄付つき、地域や伝統に根ざしたものなど、人や地球にやさしい商品・サービスである「ソーシャルプロダクツ」の購入・発見サイト。ソーシャルプロダクツのマーケットの拡大と、それによる持続可能な社会の実現を目的に、2010 年にソーシャルプロダクツの情報を発信するサイトとしてスタートし、2012 年 10 月より、ソーシャルプロダクツ専門のショッピングモールに。

【本件に関する問い合わせ先】

株式会社ヤラクス館 SoooooS.カンパニー 担当: 美濃部・中間

Tel : 03-3542-2531 mail: info@soooooos.com