

平成 28 年 1 月 8 日
株式会社リサーチ・アンド・ディベロップメント

R&D 年始企画：年代によって異なる「ニッポン・バリュー」

「平和」の価値と、グローバル化により再認識される「和食」「アニメ」

～ 生活者総合ライフスタイル調査システム『Web-CORE』より ～

株式会社リサーチ・アンド・ディベロップメント(所在地:東京都新宿区、代表取締役:五十嵐幹)は、2015 年 10 月に 18～79 歳の全国の一般生活者を対象に「あなたが考える、世界に主張できるニッポン」についての調査を実施いたしました。

調査は、自主調査「生活者総合ライフスタイル調査システム『Web-CORE』」の一環として実施したもので、「あなたが考える、世界に主張できるニッポンは？」という質問に対する自由回答をデータマイニングし分析を行いました。

※「見える化エンジン」(株式会社プラスアルファ・コンサルティングの登録商標)を使用

“年代別に異なる「ニッポン・バリュー」”

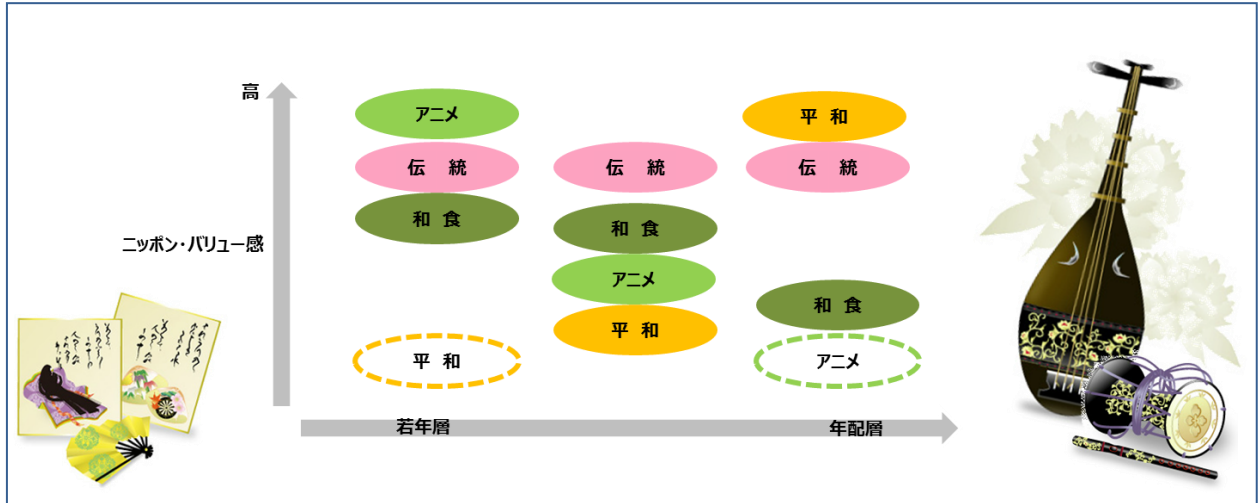
■ 年代差が大きいニッポン・バリューは「アニメ」「和食」「平和」

- 39 才までの若年層は、「アニメ」が 4 位、一方 40～50 代では 19 位、60 代以上では 111 位と年代によって差が大きい。若年層は、「伝統」「和食」といったワードも 10 位以内と、40 代以上と比較して上位に位置しており、海外からの評価によって、若年層が日本の価値を再認識している可能性が伺える。今後、世界からの注目がより高まるにつれて、日本国内でも新たな「価値」が生み出される、あるいは再認識される可能性が考えられる。

■ 「平和」の価値を考える

- 60 代以上では、「平和」が 10 位に入る。年代が下がるごとに「平和」の順位が下がり、若年層では 31 位。昨年は安全保障関連法の可決など、国内では「平和」「戦争」「憲法」などに対して関心が集まったと思われるが、高齢層にとっては、「平和」は日本の誇るべき価値として認識されている一方で、若年層にとっては「平和＝あたりまえ」で 価値としての認識が薄く、温度差が見られる。

【年代によるニッポン・バリュー感】



【ニッポン・バリュー：年代別ランキング】

ワードランキング上位20位

■「Q.あなたが考える、世界に主張できるニッポンは？」という問いに関して、「見える化エンジン」にて解析

全体 (n=13384)		18～39才 (n=3910)		40～59才 (n=4770)		60～79才 (n=4704)					
単語	件数	単語	件数	単語	件数	単語	件数				
1	日本	1,435	1	日本	304	1	日本	439	1	日本	692
2	もてなす	699	2	文化	224	2	もてなす	267	2	世界	352
3	世界	664	3	もてなす	207	3	文化	206	3	もてなす	225
4	文化	599	4	アニメ	156	4	世界	192	4	国	225
5	技術	528	5	技術	145	5	安全	189	5	日本人	218
6	安全	469	6	伝統	131	6	技術	188	6	技術	195
7	伝統	438	7	安全	120	7	伝統	184	7	文化	169
8	日本人	425	8	世界	120	8	日本人	139	8	安全	160
9	国	412	9	和食	104	9	心	135	9	ノーベル賞	130
10	心	342	10	心	93	10	国	120	10	平和	130
11	和食	281	11	食	80	11	和食	106	11	伝統	123
12	良い	258	12	良い	78	12	思いやり	92	12	心	114
13	アニメ	229	13	和	77	13	良い	87	13	トヨタ	96
14	トヨタ	220	14	日本人	68	14	食	76	14	良い	93
15	思いやり	216	15	国	67	15	トヨタ	69	15	オリンピック	91
16	平和	214	16	礼儀	60	16	和	64	16	安全だ	78
17	食	194	17	漫画	58	17	安心	63	17	思いやり	78
18	和	180	18	トヨタ	55	18	礼儀	60	18	持つ	71
19	ノーベル賞	178	19	良さ	54	19	アニメ	57	19	和食	71
20	安心	173	20	思いやり	46	20	平和	53	20	安心	70
			31	平和	31				111	アニメ	16

※WEB-CORE2016（2015年10月実施）より

R&D 発 生活者インサイト

◇世界からの目が「ニッポン・バリュー」の尺度

高齢層よりも若年層の方が「和食」に価値を感じているようですが、世界が「和食」を認めたから、若年層での注目度が上がっていると思われます。

このように世界の目が向けられると話題になることで、日本国内でも新たな価値として再認識される可能性が高いのではないかと考えられます。

もしかすると皆さまの製品・サービスの中にもすでにそうした潜在的な価値を持っているものがあるかもしれません。

◇私たち日本人の誇りは・・・

「和食」や「伝統」、「アニメ」等、若年層があげている価値はそこまでの自信を持つての「ニッポン・バリュー」なのでしょう？

自由回答を通して感じるのは、実は「世界が注目しているから」「みんながいいと言ってくれるから」的な、ちょっと危うい感じの印象を筆者は受けています。

本当に日本人が持つべき誇りは、人から評価されるからではなく、価値であることを自覚できる強い意志かもしれません。

しかし、人から言われたものにしか自信が持てないのは、恥ずかしい部分ばかりを若者に見せてきてしまった、私たち先輩陣の結果なのかもしれないとも感じます。

新年だからこそ気を引き締めて、スタートしましょう！

2016 年も、引き続き R&D をよろしく願いいたします。

詳細につきましては、研究レポート『R&D 年始企画：輝け、ニッポン・バリュー！ ニッポンの価値は、心・技術・文化 自らの価値を自ら見直すべきとき』をご覧ください。

(弊社 HP より無料でダウンロードいただけます)

■生活者総合ライフスタイル調査システム『Web-CORE』■

- 調査エリア 全国
- 調査手法 Web 調査
- 調査対象 18～79 歳男女個人
- サンプル設計 13,384 サンプル(回収ベース)
- 調査時期 2015 年 10 月実施

※『CORE』は、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメントの登録商標です。

■会社概要■

会社名： 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント
所在地： 〒163-1424 東京都新宿区西新宿 3-2 0-2
代表者： 代表取締役社長 五十嵐 幹
資本金： 30,000 千円
設立： 1968 年 1 月 17 日
URL： <http://www.rad.co.jp>
事業内容： マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション
経営・マーケティング活動の評価及びコンサルテーション

〈引用・転載時のクレジット表記のお願い〉

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「(株)リサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」

■本資料に関するお問い合わせ先■

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント セールスプランニング部 坂根
TEL：03-6859-2281 e-mail：radnews@rad.co.jp

■調査内容に関するお問い合わせ先■

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント カスタマーサービス部 水野
TEL：03-6859-2281 e-mail：radnews@rad.co.jp