

生活者の「社会貢献意識・行動調査」結果を発表

女性・シニア層の消費を取り込む鍵は、社会性！？

女性にとっては「社会性のあるものを買う」＝「素敵なお買い物」

商品の「安さ」より、「社会性」を評価する 50・60代は7割超

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、2014年2月28日～3月2日にかけて、一般生活者の社会貢献意識や行動を探るためのアンケート調査を実施しました。

【調査結果 概要とポイント】

(1) 5割前後の女性が、「社会性のあるものを買う」＝「素敵なお買い物」と認識

30代を除く各年代の女性では、5割前後が、「自分だけでなく、他の誰かや環境のためにもなるものを買う」ことを「素敵なお買い物」と回答。この値は、平均が26.0%の男性とは大きな差があり、社会性のある商品は女性のほうがより評価しやすいことが明らかとなりました。

(2) 50代、60代にとっては、「安いもの」より「自分以外の誰かのためにもなるもの」のほうがうれしい

「安いもの」より、「自分が買う商品が、東北や途上国の生産者など、自分以外の誰かのためにもなっているもの」のほうがうれしいと答えた人が50代、60代とも7割を超えました。これは該当者が5割前後となっている他の年代と比べても高く、この世代には特に、商品の「社会性」が価値として評価されることが分かりました。

(3) 商品の社会的な取り組みが購入や購入の検討につながる人は、女性の7割強

商品の社会的取り組みが購入や購入の検討につながると回答した人は全体でも6割強でしたが、女性は7割と高く、中でも20代女性は8割に達するなど、特定の層の商品購入の後押しには、商品の社会的取り組みが効果的である可能性が示唆されました。

(4) 社会性のある商品で、これからのニーズが最も高いのは「フェアトレード商品」

「フェアトレード」、「オーガニック」、「エコ(環境配慮型)」等の商品について、現在の購入の有無と将来的な購入意向を聞いたところ、現在「フェアトレード」商品を購入している人は7.2%と一番低いものの、将来の購入意向は一番高い31.6%となり、環境だけでなく生産者への配慮に対する意識の高まりが見られました。

(5) 積極的な情報発信で社会性のある商品のマーケットはさらに拡大

「現在は社会性のある商品の購入をしていないが将来的に買いたい」と思っている人の43.0%が「どれが社会性のある商品なのか分からない」ことを現在買っていない理由に挙げており、全回答者の66.4%が「企業による社会的取り組みは企業自らが積極的に情報発信してほしい」と回答していることと合わせて、企業自らがそうした情報を積極的に発信していくことが、同マーケットの拡大には重要であることが分かりました。

■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: 2014年2月28日～3月2日

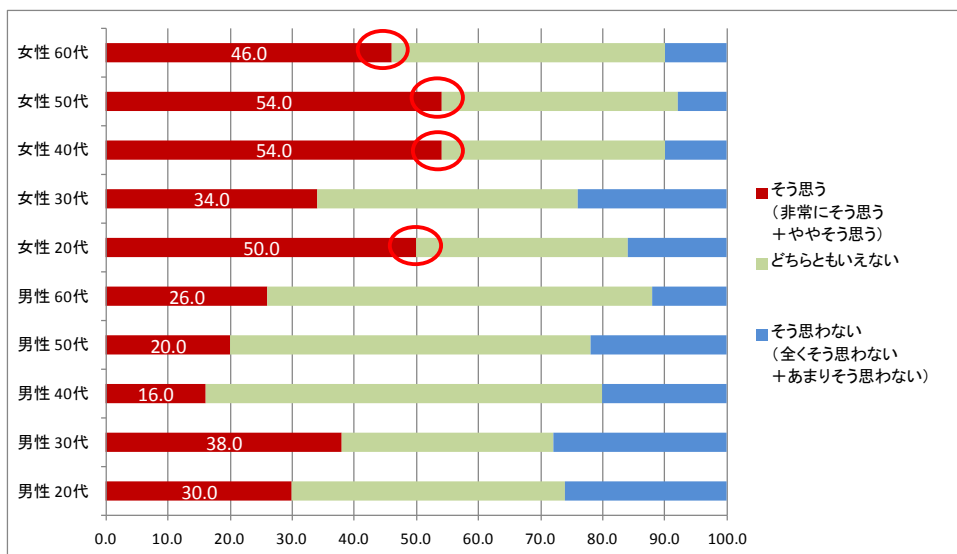
【調査結果 詳細】

(1) 5割前後の女性が、「社会性のあるものを買う」＝「素敵なお買い物」と認識

30代以外の女性は5割前後が、「自分だけではなく、他の誰かや環境のためにもなるものを買う」ことを「素敵なお買い物」と考えていることが分かりました。30代女性も、子どものいる人に限定すると44.4%となっています。

平均が26.0%の男性と比べるとその違いは大きく、社会性のある商品は、女性のほうがより評価しやすいと言えます。

Q.あなたが、よいお買い物だな／素敵なお買い物だと思うお買い物について教えてください。
－自分だけではなく、他の誰かや環境のためにもなるものを買う

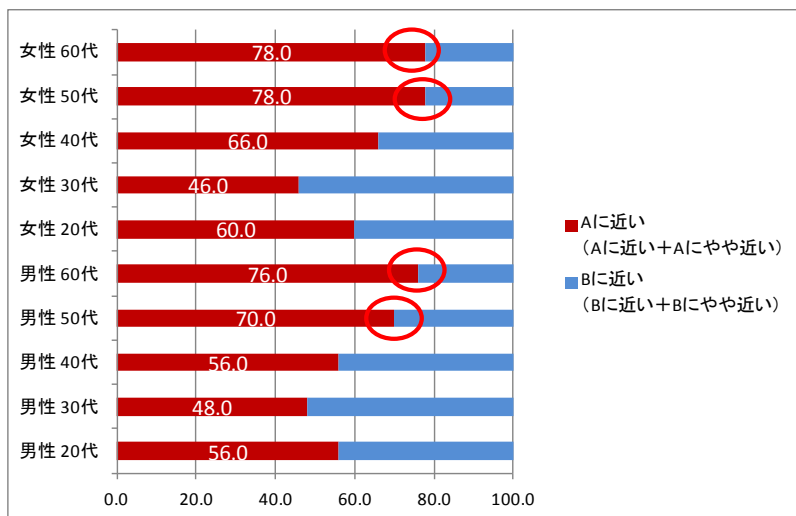


(2) 50代、60代にとっては、「安いもの」より「自分以外の誰かのためにもなるもの」のほうがうれしい

「安いもの」より、「自分が買う商品が、東北や途上国の生産者など、自分以外の誰かのためにもなっている」ほうがうれしいと答えた人は50代、60代女性で78.0%と高い割合になっています。また、この質問では男女で大きな差が見られず、男性の50代、60代も7割を超えました。

こうしたことから、シニア層には特に、商品の「社会性」が価値として評価されるということが分かりました。

Q.あなたの意識はAとBのどちらに近いですか。
A.自分が買う商品が、東北や途上国の生産者など、自分以外の誰かのためにもなっていたらうれしい
B.安いものを見つけた時はうれしい

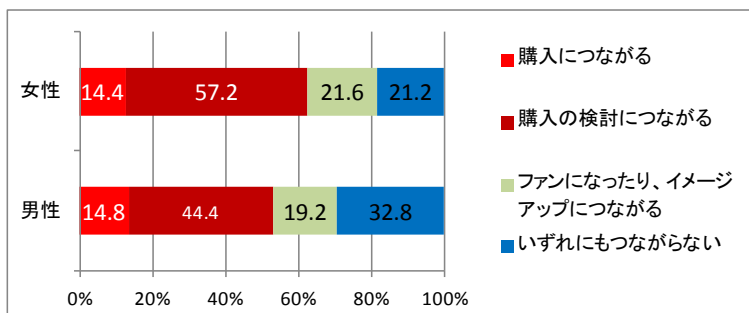


(3) 商品の社会的な取り組みが購入や購入の検討につながる人は、女性の7割強

フェアトレードやオーガニック、環境配慮等、商品の社会的取り組みが購入や購入検討につながると回答した人は全体で65.4%。女性は7割強とその割合が高く、中でも20代女性は8割に達しました。

商品の社会的取り組みが購入やイメージに対して一切プラスに働かないという人は男女それぞれ2~3割しかおらず、商品

Q.商品の社会的取り組みは、以下の行動や気持ちの変化につながりますか。

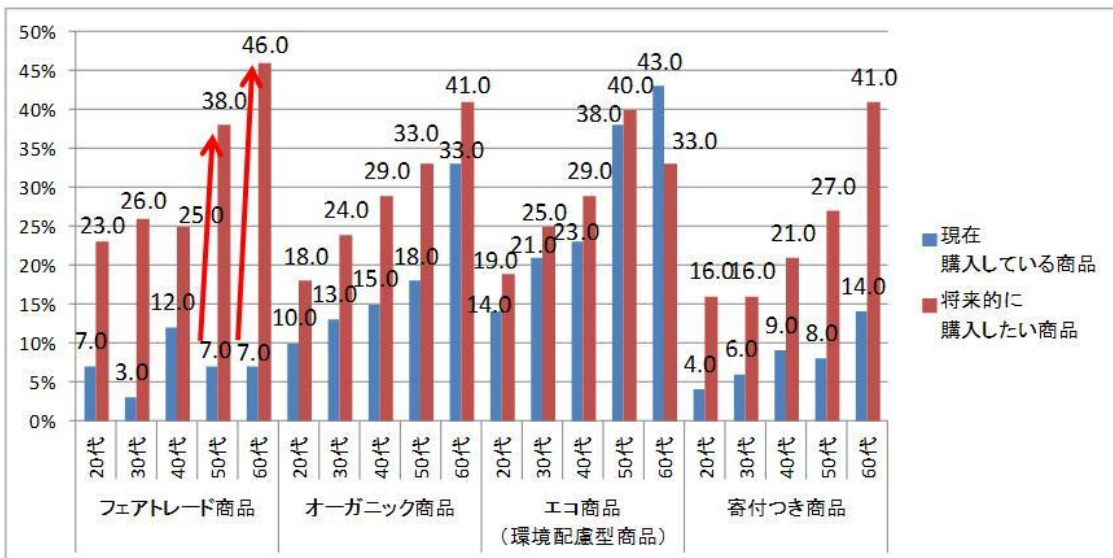


購入の後押しには、商品の社会的取り組みが効果的である可能性が示唆されました。

(4) 社会性のある商品で、これからのニーズが最も高いのは「フェアトレード商品」

現在、社会性のある商品を購入している人は、最も高いエコ（環境配慮型）商品で 27.8%、続くオーガニック商品で 17.8%、フェアトレード商品は 7.2%となっています。

また、そうした商品を今は購入していないものの、将来的には購入したいと考えている人が最も買いたいと思っているのは「フェアトレード商品」で、60代女性については、現在の購入者が 7.0%、将来購入したいと考えている人が 46.0%とその開きが特に大きく、今後の市場拡大が予想されます。

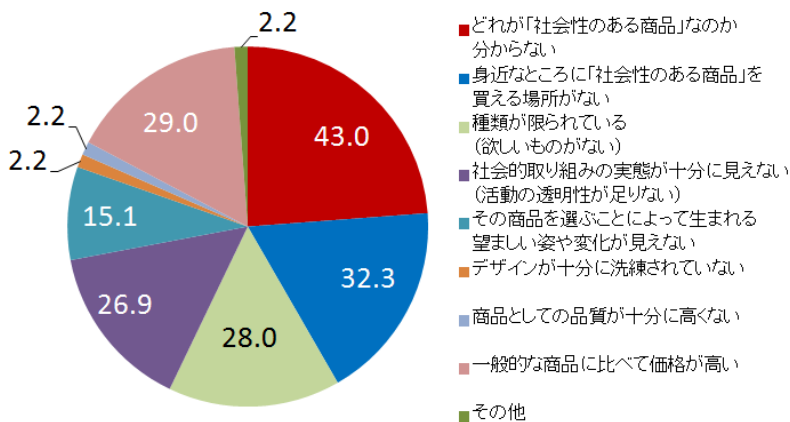


(5) 積極的な情報発信で社会性のある商品のマーケットはさらに拡大

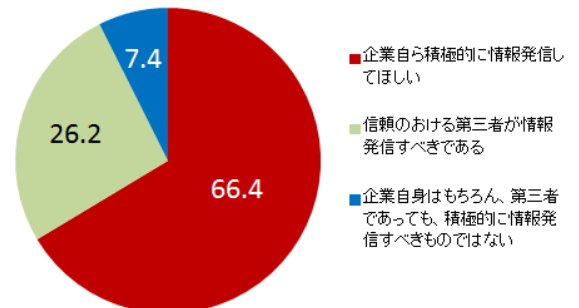
「現在は社会性のある商品の購入をしていないが将来的に買いたい」と思っている人の 43.0%が、「どれが社会性のある商品なのか分からない」ことを現在買っていない理由に挙げています。

全回答者の 66.4%が「企業による社会的取り組みは企業自らが積極的に情報発信してほしい」と回答していることと合わせて、企業自らがそうした情報を積極的に発信していくことが、社会性のある商品のマーケットの拡大には重要であることが分かりました。

q.社会性のある商品を将来的に買いたいと思っているが、現在は買っていない理由は何ですか。



q.企業の社会的取り組みの情報発信について



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・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) : 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>

フェアトレード、オーガニック、エコ、寄付つきなど、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した、日本最大級の品揃えを誇るソーシャルプロダクツ専門のオンライン・ショッピングモール。

【本件に関する問い合わせ先】

株式会社ヤラカス館 SoooooS.カンパニー 担当: 中間・美濃部

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