

「経営者は、ばれない限り消費者を利用」と 捉える人の割合が 57%

～日本の調査結果とアジア、ヨーロッパ、北米の比較～

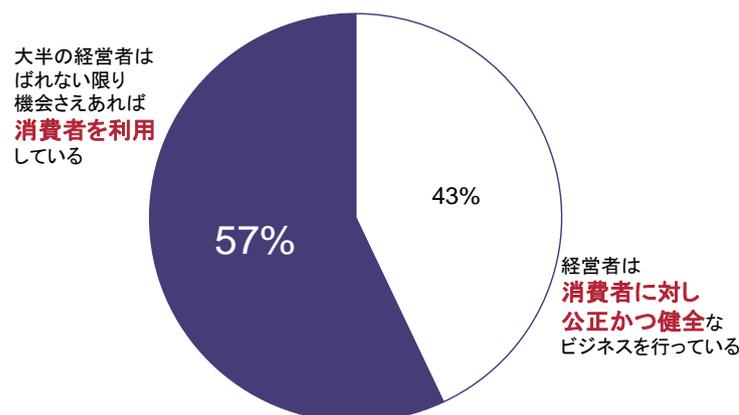
市場調査会社の株式会社カンター・ジャパン(本社:東京都渋谷区、取締役社長:大竹秀彦)は、日本を含む22カ国の市場トレンドと将来予測情報(名称:「グローバル・モニター」調査)を企業に提供しています。この調査の中で、経営者が公正かつ健全にビジネスを行っているかについて消費者に二択で聞く質問がありました。その結果についてお知らせします。

調査は、今年の2月から4月にかけて主にインターネット経由(国により対面調査)で行いました。以下で取り上げるのは14カ国(日本、中国、韓国、タイ、インドネシア、インド、アメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア)の結果です。

■ どちらかと言えば「経営者は、ばれない限り消費者を利用」と捉える日本人々

日本の消費者に次の二つの選択肢から該当するものを回答してもらいました。その選択肢とは、「大半の経営者は、ばれない限り機会さえあれば消費者を利用している」と「(わずかな例外はあるが、)経営者は、消費者に対し極めて公正かつ健全なビジネスを行っている」です。

経営者は、消費者に対し公正・健全か？



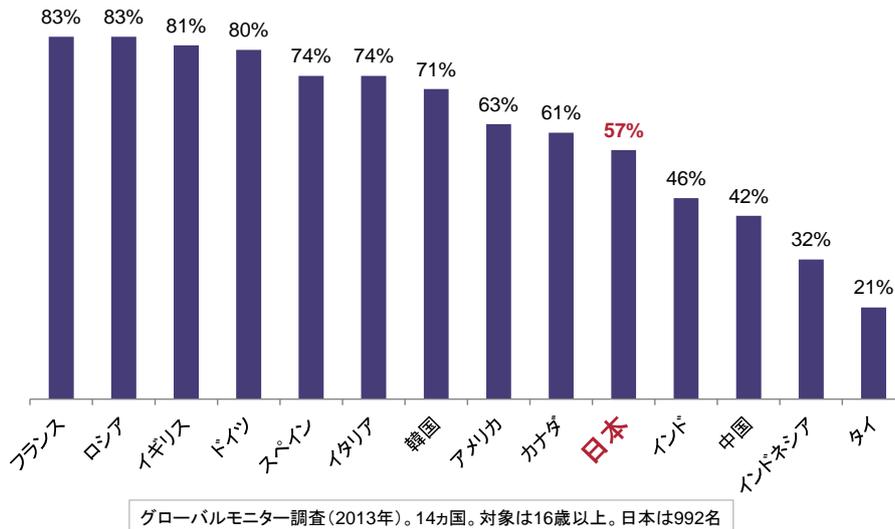
グローバルモニター調査(2013年)。日本。対象は16歳以上、992名

すると、「ばれない限り消費者を利用」と評価した人の割合は57%で、「公正かつ健全」と評価した人の割合(43%)を上回りました。

■ 「経営者は、ばれない限り消費者を利用」と評価するのは、アジア人よりヨーロッパ人

次に、同じ質問の回答で「大半の経営者は、ばれない限り機会さえあれば消費者を利用している」を選択した人の割合について、日本とそれ以外の国々の結果を比較しました。

大半の経営者は、ばれない限り機会さえあれば**消費者を利用**している



すると、日本よりも割合が高いのはヨーロッパの国々で、フランス(83%)、イギリス(81%)などは8割を超えました。一方、日本よりも割合が低いのは、タイ(21%)やインドネシア(32%)など他のアジアの国々でした。

■ まとめ

日本は、「経営者は、ばれない限り消費者を利用」と捉える人の割合が50%台と先進国の中では低い方です。しかし、経営者の行動・姿勢によっては、今後ヨーロッパの国々の高い水準に近づくことも十分に考えられます。

■ 調査概要

カンター・ジャパンは、22カ国の市場トレンドの把握と将来予測を行い、その情報・分析レポートを企業に提供しています。調査を実施しているのは、同じカンター・グループに属するザ・フューチャーズ・カンパニー社です。

- ・ 調査名称:「グローバル・モニター」
- ・ 調査頻度:年1回
- ・ 調査時期:2013年2月から4月
- ・ 調査方法:主にインターネット調査(日本含む)。国により対面調査
- ・ 調査対象:16歳以上の男女
- ・ 対象者数:22カ国でn=22,000(調整を実施)。日本は992名

the
futures
company

- 調査国：日本、中国、韓国、タイ、インドネシア、インド、アメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア(ここまでが上記 14 カ国)、オーストラリア、ポーランド、トルコ、南アフリカ、メキシコ、コロンビア、ブラジル、アルゼンチン

本文を引用される場合は、出典が「カンター・ジャパン」であることを明記してください。

■ カンター・ジャパン会社概要

カンター・ジャパンは、前身企業から数えると日本で 50 年超の歴史を持つ市場調査会社です。13 の企業(グループ)で構成されるカンター・グループに属し、日本だけでなく海外の消費者調査まで幅広く手掛けています。親会社は、世界有数の広告会社であるイギリスの WPP(ダブリュー・ピー)です。

- 社名：株式会社カンター・ジャパン
- 本社：東京都渋谷区代々木 2-1-1 新宿マインズタワー6F、7F
- 取締役社長：大竹秀彦
- 事業内容：市場調査、およびそれに付随するアドバイザリー業務
- ウェブサイト：<http://www.kantar.jp>

本件に関するお問い合わせ先

株式会社カンター・ジャパン 広報 東園 E-mail: Marketing@kantar.co.jp Tel:03-6859-3229