

## 「価値観や伝統が、国際的な影響により 損なわれることを懸念」する人の割合では、 日本がドイツに次いで 2 番目に低い

～22カ国の価値観調査～

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、自国の価値観や伝統が外部の影響を受けることを懸念しているかどうかを消費者に聞きました。

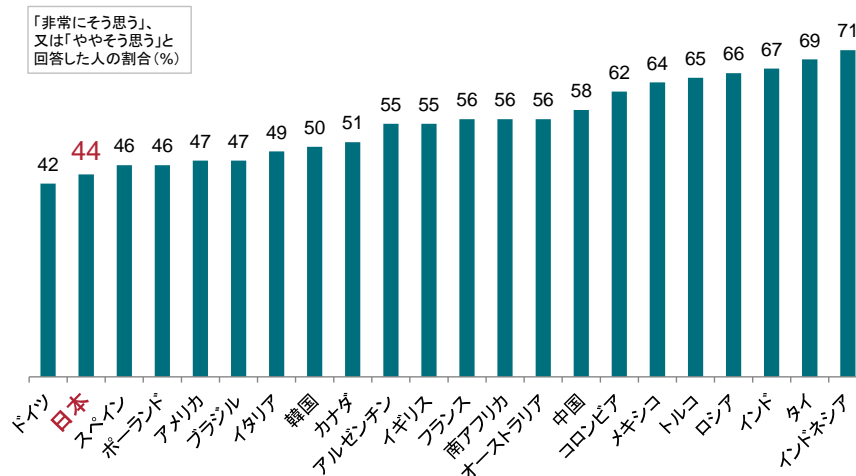
この調査は、今年の2月から4月にかけて主にインターネット経由(国により対面調査)で行いました。

### ■ 日本は22カ国中2番目に低い

質問の内容は、「自国の価値観や伝統が、他の文化や国際的な影響により損なわれつつあることを懸念している」かどうかです。各国の消費者には、「非常にそう思う」、「ややそう思う」、「どちらとも言えない」、「ややそう思わない」、「決してそうは思わない」の5つから自分の意見を選択してもらいました。

すると、「非常にそう思う」又は「ややそう思う」と回答した人の割合を合計すると、ドイツが42%で最も低く、その次が日本の44%でした。

自国の価値観や伝統が、他の文化や国際的な影響によって  
損なわれつつあることを懸念している



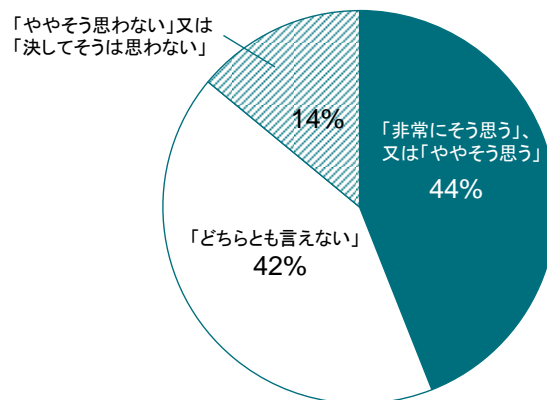
グローバルモニター調査(2013年)。22カ国。対象は16歳以上。日本は992名

## ■ 懸念していない、という回答は少ない

ただし、「非常にそう思う」又は「ややそう思う」と回答した人の割合が低い国でも、「自国の価値観や伝統が、損なわれつつあることを懸念していない」人が多いわけではありません。

例えば、日本では、「ややそう思わない」又は「決してそうは思わない」と回答した人の割合は14%に過ぎず、残りの42%は「どちらとも言えない」と回答しました。

自国の価値観や伝統が、他の文化や国際的な影響によって損なわれつつあることを懸念している



グローバルモニター調査(2013年)。日本。対象は16歳以上、992名

## ■ まとめ

この調査から、自国の価値観や伝統が外部の影響を受けることに対する人々の意識の違いが見えます。企業が海外に進出する際には、このような各国の人々の意識の違いを踏まえておく必要があります。

## ■ 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
- 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、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

the  
futures  
company

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](mailto:Marketing@kantar.co.jp) Tel: 03-6859-3229