

「お買い物のスタイルに関するアンケート」調査分析

2008.3.28

ACEでは、企業と市民が共に児童労働の予防を目指していくCSRプロジェクトの一環として、2007年6月～7月にかけて「お買い物のスタイルに関するアンケート」と題したアンケート調査を実施しました。この調査は、企業評価が市民の買い物行動に与える影響と、CSRの認知度を把握することを目的としたものです。回答はACEが開催に携わった3つのイベント参加者ⁱと、大学の先生のご協力を得てご参加下さった学生の皆さんⁱⁱの計131名からいただきました。

本調査は回答者の主な対象がACEの関連するイベント参加者のため母集団の属性や関心に偏りがあるため、調査結果は一般化するものではなく、この前提を踏まえたうえでの傾向を示すものをご理解ください。

【アンケート結果概要】

本アンケート調査結果の分析から明らかになった主な点は以下である。

- 1) 「CSR」という言葉と概念、及び「フェアトレードラベル」の認知と理解は低く、まだまだこれからの段階である。
- 2) 金額・品質等が同条件下の場合はラベル認証商品を購入すると回答する人がほとんどで、何らかのラベルを意識して購入した経験があった。上乗せ金額については50～100円ならOKという答えが半数で、平均値は146円（推測値）だった。
- 3) 買い物の際に参考にする企業の社会的側面に関して、環境と答える人が最も多かった。労働・人権分野への関心は中程度。
- 4) CSR調達とSA8000に関心を持つ企業人は労働・人権及びステークホルダーを、その他の人々は環境をCSRとして強く連想しており、連想項目の違いが見られた。
- 5) 企業の不祥事は約半数の人が買い物の際の参考項目として挙げる一方、CSRからの連想項目としては4分の1程度しか上げられておらず、買い物の参考項目とCSRから連想することは必ずしもイコールではないことがわかった。
- 6) 企業情報の入手方法はWeb利用が最も多く、以下新聞・雑誌、TVと続く。CSRレポートの利用者は少なく、NGOからの入手は22%と比較的多いと見られる。

【調査結果の詳細データ】

1) 「CSR」・「フェアトレードラベル」の認知度

「CSR」という言葉と概念の認知及び理解は、イベントにより大きな差が見られた。CSRを1つのテーマとした2つのイベント（企業向けセミナーと児童労働セミナー）ではそれぞれ95%、77%の人々が知っているという回答したが、他の回答率は児童労働をテーマとした映画&トークイベントで42%、大学生で45%となっている。「よく知っている」の回答割合は、上記イベントの順に61%、31%、23%、14%であり、CSRへの関心は参加イベントにより大きな差があり、一般層の感覚に最も近いと思われる大学生の認知度が低いことから市民への認知

及び理解はまだまだ不十分であると考えられる。

(図表1)

「CSR」の認知度

	よく知っている	大体知っている	あまり知らない	全く知らない	計
CSRセミナー	25 61%	14 34%	2 5%	0 0%	41 100%
児童労働セミナー	4 31%	6 46%	1 8%	2 15%	13 100%
映画&トーク	10 23%	8 19%	10 23%	15 35%	43 100%
大学生	4 14%	9 31%	3 10%	13 45%	29 100%
総計	43 34%	37 29%	16 13%	30 24%	126 100%

「フェアトレードラベル」については、全体として FLO のラベルは 42%、IFAT のラベルは 38% が認知していた（図表 2）。認知度はイベントにより大きな差があり、児童労働に関心の高い市民層ほどフェアトレードラベルの認知度も比例して高い。関心の高い層にはラベルが広まりつつあるが、一般層へはまだ浸透していないといえる。

【FLO】 【IFAT】 (図表 2)



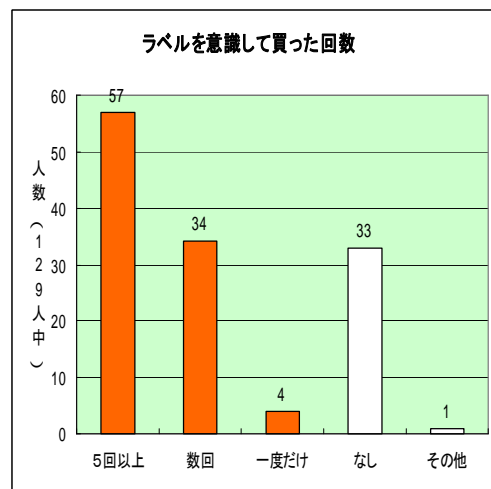
フェアトレードラベル認知度(複数回答可)

	フェアトレードラベル(FLO)	フェアトレードラベル(IFAT)	計(有効回答者数)
CSRセミナー	22 54%	14 34%	41
児童労働セミナー	11 85%	7 54%	13
映画&トーク	21 45%	25 53%	47
大学生	1 3%	4 14%	29
総計	55 42%	50 38%	130

2) ラベル認証商品

何らかの商品ラベルを意識した購入経験は、1 回以上ある人が 73%であったが、5 回以上経験している人（44%）が最も多かった（図表 3）。また、200 g 630 円のコーヒー豆を例に品質と味が同じ場合のラベル認証有無の商品選択を問うたところ、全体の 96% がラベル認証商品を選択すると回答した（図表 4）。これらの問いではラベルの種類を限定していないが、多くの人がラベル認証商品を選択すると回答し、実際に意識して購入した経験があることから、ラベルの認知と理解が広まれば実際の買い物行動によりつながると考えられる。一般市民層はフェアトレード商品を購入する潜在力を持ち合わせており、企業が取り組む効果は大きいといえる。

(図表 3)



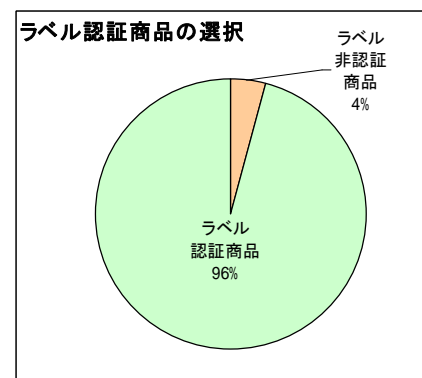
また、ラベル認証商品に対する上乗せ金額の上限は、同じコーヒー豆の前提の場合、全体の半数が 50 円又は 100 円と回答した（図表 5）。全体の平均値は「それ以上」を 400 円として試算した場合 146 円であった。参加イベントにより回答にばらつきがあり、児童労働や CSR に関心の高い市民層ほど高い金額を上限としているといえる。

(図表 5)

ラベル認証商品の上乗せ金額

	50円	100円	150円	200円	250円	300円	それ以上	計
CSRセミナー	11 31%	11 31%	4 11%	6 17%	2 6%	1 3%	0 0%	35 100%
児童労働セミナー	0 0%	4 31%	1 8%	6 46%	0 0%	1 8%	1 8%	13 100%
映画&トーク	2 5%	10 26%	11 29%	8 21%	1 3%	5 13%	1 3%	38 100%
大学生	13 54%	4 17%	0 0%	2 8%	3 13%	1 4%	1 4%	24 100%
総計	26 24%	29 26%	16 15%	22 20%	6 5%	8 7%	3 3%	110 100%

(図表 4)



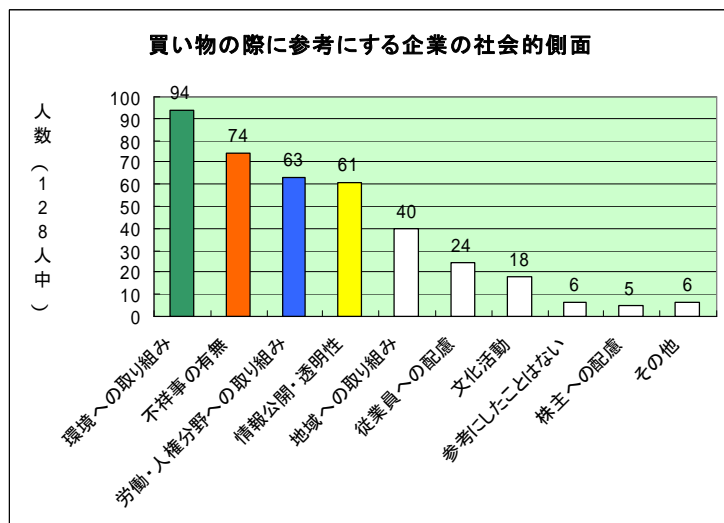
3) 買い物の際に参考にする企業の社会的側面

8項目を挙げて問うたところ「環境への取組み」との回答が全体で73%と最も多かった(図表6)。以下、「不祥事の有無」(58%)、「労働・人権分野への取組み」(49%)、「情報公開・透明性」(48%)と続く。イベントごとの傾向としては、CSRセミナーと大学生は不祥事の有無の回答が最も多く(それぞれ85%、69%)、環境への取組みは4イベント一貫して関心が高い。労働・人権分野への取組みに関しては全体の約半数が選択したが、イベントごとに見てみると、CSRセミナー(46%)、児童労働セミナー(64%)、映画&トーク(64%)、大学生(24%)となっている。児童労働をテーマにしたセミナー参加者はやや関心が高い一方で大学生は約4分の1の選択にとどまっており、関心の高い層と一般市民層の姿勢には乖離があると考えられる。

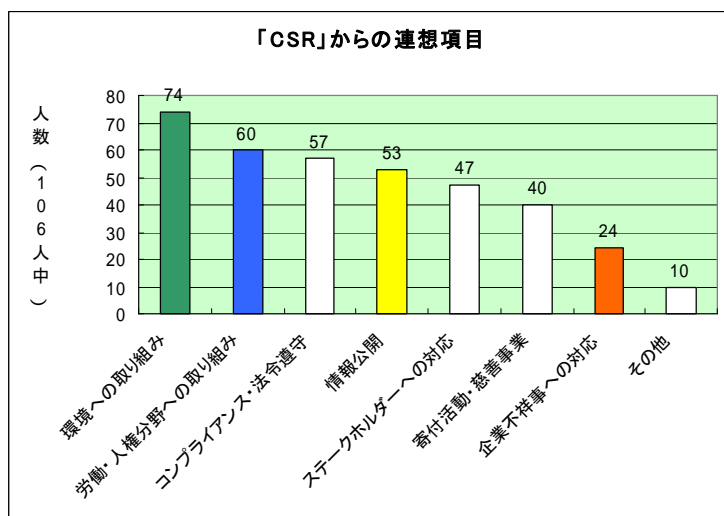
4) 「CSR」から連想する項目

CSRセミナー参加者とその他の層で大きな差が見られた。全体傾向としては「環境への取組み」が70%と最も高い(図表7)が、CSRセミナーにおいては「労働・人権分野への取組み」(83%)、「ステークホルダーへの対応」(78%)に続く70%の回答率となっている。他イベントでのこれらの項目の選択はそれぞれ36~50%、19~42%であり、企業と市民層の連想項目には差があることがわかる。これは日本では市民ではなく企業がCSRを牽引していることを示しているといえる。

(図表6)



(図表7)



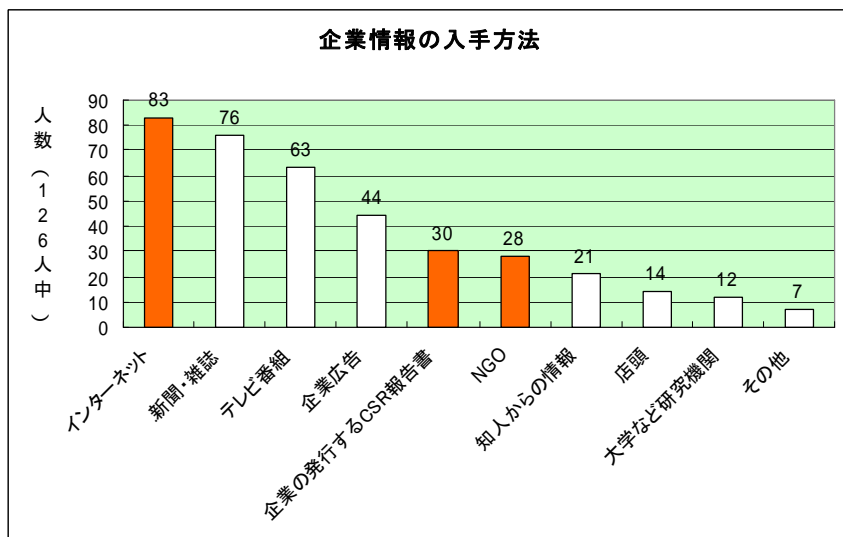
5) 企業を見る視点

上記3) 4) を踏まえた全体傾向を見てみると、環境への取組みに関してはほぼ同割合だが、**企業不祥事**の項目で回答に大きな差が見られる(図表6,7)。買い物の際に参考にするという回答は全体の58%だったのに対し、CSRからの連想項目にその対応を挙げたのは全体の23%である。また**労働・人権分野への取組み**についても、前者が49%、後者が57%と少し差が見られる。これらより、消費者が買い物の際に参考にする企業行動と、CSRの取組みとして考える項目は必ずしも一致しておらず、**企業を見る視点は状況により異なる**という傾向が見られる。

6) 企業情報の入手方法

全体としてインターネットの利用が66%と最も多く、以下新聞・雑誌(60%)、テレビ番組(50%)と続く。利用ツールのイベント毎の傾向としては、大学生はテレビ番組が86%と最も多く、インターネットの利用は48%であった。**CSR報告書**については、CSRセミナー参加者は41%が利用していたが、他では10~21%と利用率は低かった。**NGO**から情報を入手する人は全体の22%で、企業に関する情報を提供するNGOの数はそう多くはない中で健闘だといえる。CSRセミナー参加者は27%であり、企業のCSR担当者もNGOを情報入手のために利用することがあるといえる。

(図表8)



- ⁱ 「児童労働反対世界デー・キャンペーン2007 メインイベント映画&トーク」
2007年6月17日開催、有効回答者47人
「児童労働反対世界デー・キャンペーン2007 児童労働セミナーin大阪」
2007年6月9日開催、有効回答者29人
「CSR調達とSA8000セミナー」2007年7月4日開催、有効回答者41人
- ⁱⁱ 近畿大学経済学部学生 6月23日~7月6日アンケート記入、有効回答者29人

ACEのCSRプロジェクト

経済のグローバル化の中で、私たちが使う商品は誰がどのような労働環境で作ったものなのかを把握することは簡単ではありません。児童労働をなくしていくには、世界的に禁止されている児童労働がサプライチェーンの中にあることを、企業と市民が共に許さない環境作りが必要です。

ACEはCSRプロジェクトで、企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility, CSR)により児童労働がないこと・させないことが良いとする考え方を広め、児童労働を予防することを目指しています。

Action against Child Exploitation
-子どもが笑顔でいられる社会へ-

特定非営利活動法人

ACE (エース)

〒110-0015
東京都台東区東上野1丁目20番
9号セリジェ・メゾン・瀬上401
TEL: 03-3835-7555
FAX: 03-3835-7601
E-MAIL: info@acejapan.org
(CSRプロジェクトに関するお問い合わせは csr@acejapan.org まで)
WEB: http://www.acejapan.org