

2006年7月10日

## 日本人の価値観と企業に対する期待に関する調査 結果

- 日本人の理想と現実、最もギャップが大きいのは  
「仕事とプライベートのバランス」
- 企業に期待する社会的役割は  
「環境と経済成長と心の豊かさ、全てを重視した活動」  
～求められている、真のサステナブル社会への貢献～

博報堂研究開発局は、生活者の社会意識の広がりや企業の社会的役割の期待について、2006年3月に、首都圏と阪神圏の生活者800人に調査を実施いたしました。この度、その速報がまとまりましたのでご報告致します。

博報堂研究開発局では、得意先企業のあらゆる課題に応えるための基礎データとして、さまざまな視点の研究を進めております。今回行った「日本人の価値観と企業に対する期待」に関する調査は、企業ブランドやCSRの方向性を探るための研究プロジェクトのひとつとして実施されたものです。

本調査は、同プロジェクトですでに抽出していた「今後の社会意識の方向性」と、それに対応する「企業が社会に提供すべき価値の方向性」について、それが実際に生活者の間にどのように広がり、またどの程度期待されるかを調べ、これによって今後の企業の社会的活動に対する示唆を得ることを目的としています。

本速報では、生活者の社会意識と企業の社会的役割について、現状の意識や期待と、今後に向けた意欲や要望、およびそれらのギャップなどについてまとめたデータをご紹介します。

## &lt;調査結果トピックス&gt;

- ◇ 目指したい生き方は「心安らかな生活環境を求める」「自分らしい生き方」「仕事とプライベートのバランス」。
- ◇ 望むほどにできていないのは、「仕事とプライベートのバランス」。
- ◇ 経済的にも精神的にも、「企業」以上に役割の期待が高まる「国・自治体・役人」。
- ◇ 企業が現在果たしているのは、「日本の能力の具現化による国の活性化」。  
これから果たすべきは、それに加えて「環境と経済成長と心の豊かさの全重視」と「安全安心に暮らせる社会基盤の形成」。真のサステナブル社会や活力のある国づくりへの貢献が期待されている
- ◇理想と現実でギャップがあるのは「身近な対象への思いやりの支援」「新しい家族像形成のための寄与」。心豊かな日々の暮らしの実現も、今後の企業に期待されている。
- ◇社会的な課題への関心が最も高いのは50代男性。最も低いのは20代女性。

本件に関するお問い合わせ

博報堂 広報室

宮川・藤本 tel 03-5446-6161

< 結果詳細 >

調査概要

- 調査地域：首都圏、阪神圏
- 調査対象者：20-59歳男女 計800名 （調査エリアの人口構成比にて割付）
- 実施時期：2006年3月
- 調査方法：Hi-panelモニターによるインターネット調査

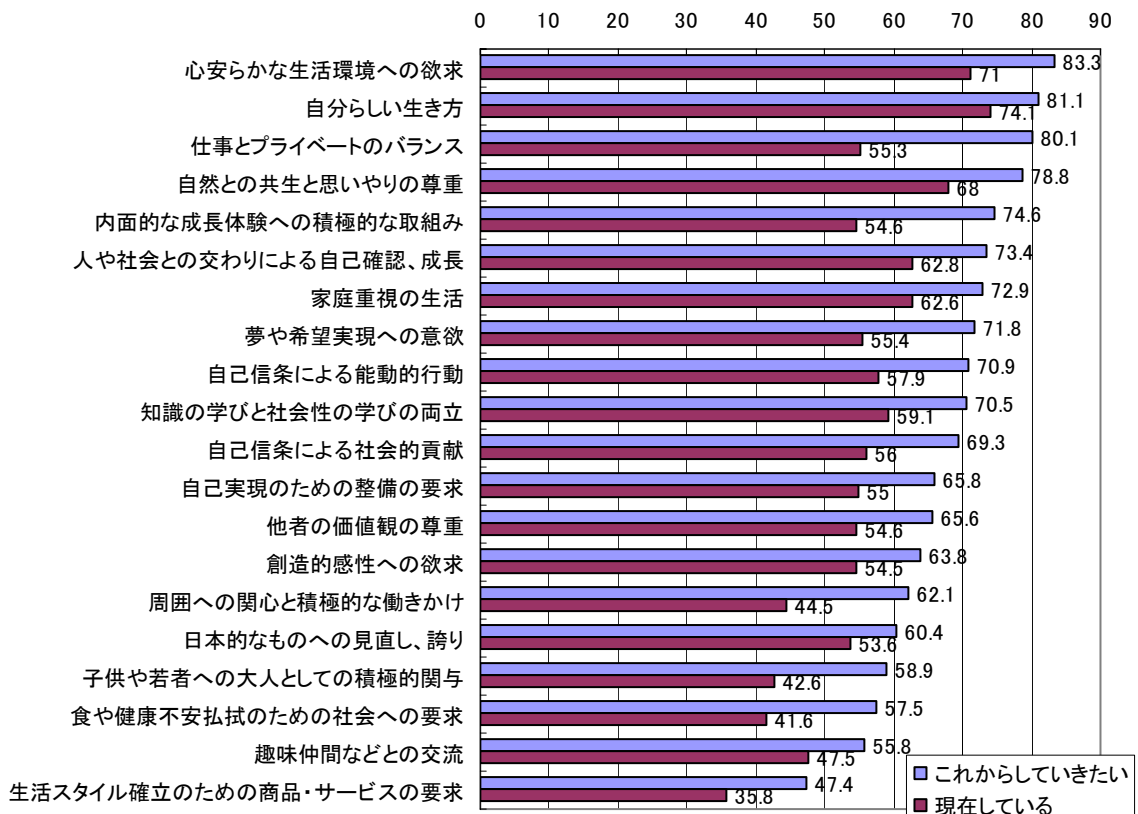
● 目指したい生き方は「心安らかな生活環境を求める」「自分らしい生き方」「仕事とプライベートのバランス」。

望むほどにできていないのは、「仕事とプライベートのバランス」。

目指したい生き方について聞いてみたところ、多くの方が「目指したい」と考えている生き方は「心安らかな生活環境を求める：83.3%」「自分らしい生き方：81.1%」「仕事とプライベートのバランス：80.1%」といった順に多くの方が答えていました。ただ、年齢別に見ると、多少の違いがあり、20代では「仕事とプライベートのバランス」と答える人のほうが多く（88.5%）、一方で女性に限ってみると、「仕事とプライベートのバランス：80.4%」よりも「自然との共生と思いやりの尊重：81.4%」の方が多くなっています。

これらの生き方について「現在実行しているかどうか」を聞いてみたところ、実行できているのは「自分らしい生き方：74.1%」「心安らかな生活環境への欲求：71.0%」「自然との共生と思いやりの尊重：68.0%」と理想とほとんど同じような順ですが、「仕事とプライベートのバランス」については、55.3%と25ポイント近くも少なく、「理想」に対する「現実」の達成度で見ても最も達成できていない生き方であることがわかりました。

生き方・暮らし方の理想と現実 %

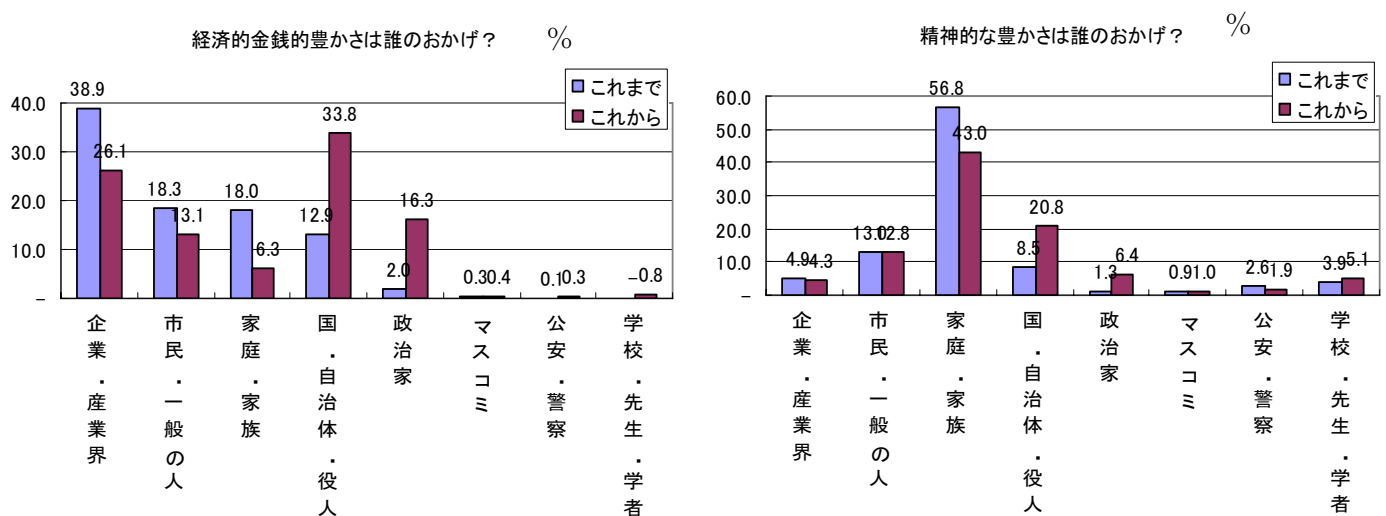


## ●経済的にも精神的にも、「企業」以上に役割の期待が高まる「国・自治体・役人」。

「今、人々が経済的・金銭的に豊かな暮らしを送れるのはどれのおかげか？」という質問をしてみると、「これまで」の豊かさを支えてきたのは「企業・産業界」と答える人が最も多かったのですが（38.9%）、「これから」この役割の期待は、「企業」を抜いて「国・自治体・役人」がトップでした（33.8%）。特に、女性の「国」に対する期待度は高く、女性の40.1%の人が、「国・自治体・役人」に期待していました。

「国」に対する期待は「精神的な豊かさ」という設問についても見られ、「これまで」も「これから」も精神的な豊かさを支えるのは「家庭・家族」という回答が多かったものの、「これから」については2割以上の人（20.8%）、「国・自治体・役人」と回答していました。

「経済的な豊かさ」について評価も期待も高かった「企業・産業界」ですが、「精神的な豊かさ」については、「家族・家庭」や「国・自治体・役人」には評価も期待も及ばないようでした。



## ●企業が現在果たしているのは、「日本の能力の具現化による国の活性化」。

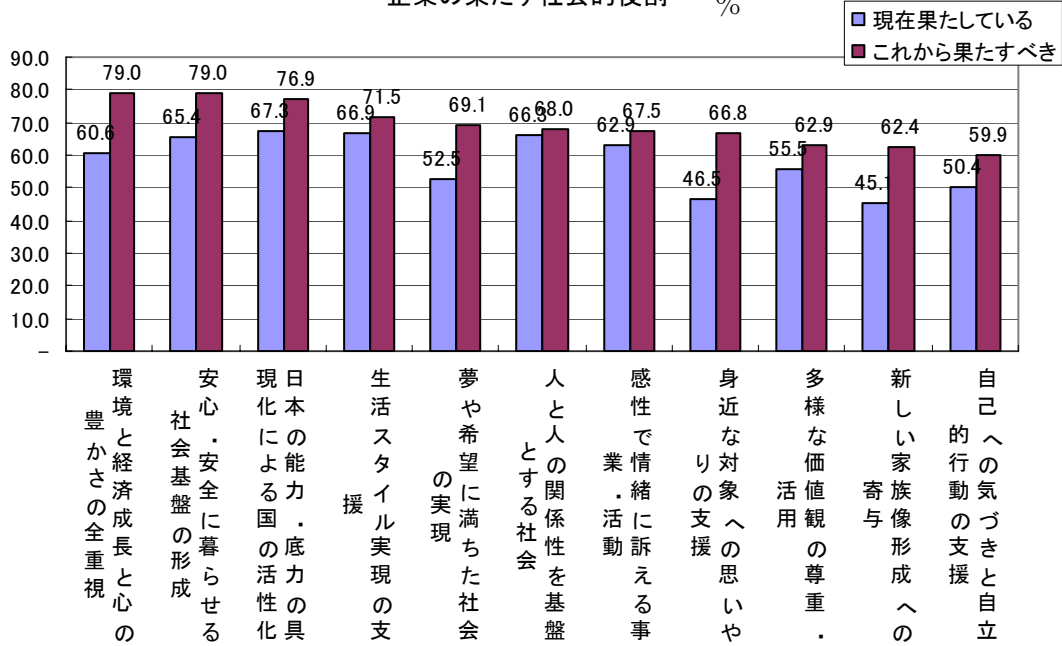
これから果たすべきは、それに加えて「環境と経済成長、心の豊かさの全重視」と「安全安心に暮らせる社会基盤」。

真のサステナブル社会や活力のある国づくりへの貢献が期待されている。

企業が果たすべき社会的役割について、現状とこれからの期待を聞いてみたところ、現在果たしている役割では「日本の能力の具現化による国の活性化：67.3%」「生活スタイル実現の支援：66.9%」「人と人の関係性を基盤とする社会作り：66.3%」といったものが上位に上がり、企業がこれまで活躍してきた中で、提供してきた経済的な意義についてはかなり評価されているようです。

また、これから期待する役割としては「環境と経済成長と心の豊かさの全重視：79.0%」「安全安心に暮らせる社会基盤の形成：79.0%」「日本の能力具現化による国の活性化：76.9%」が上位に来ています。経済活動による直接的な役割だけでなく、環境や安全、心の豊かさなどもう少し広い形での貢献が求められているといえそうです。企業のCSRの目指す方向として、サステナブル（持続可能な）社会や活力ある日本社会の実現が期待されているようです。

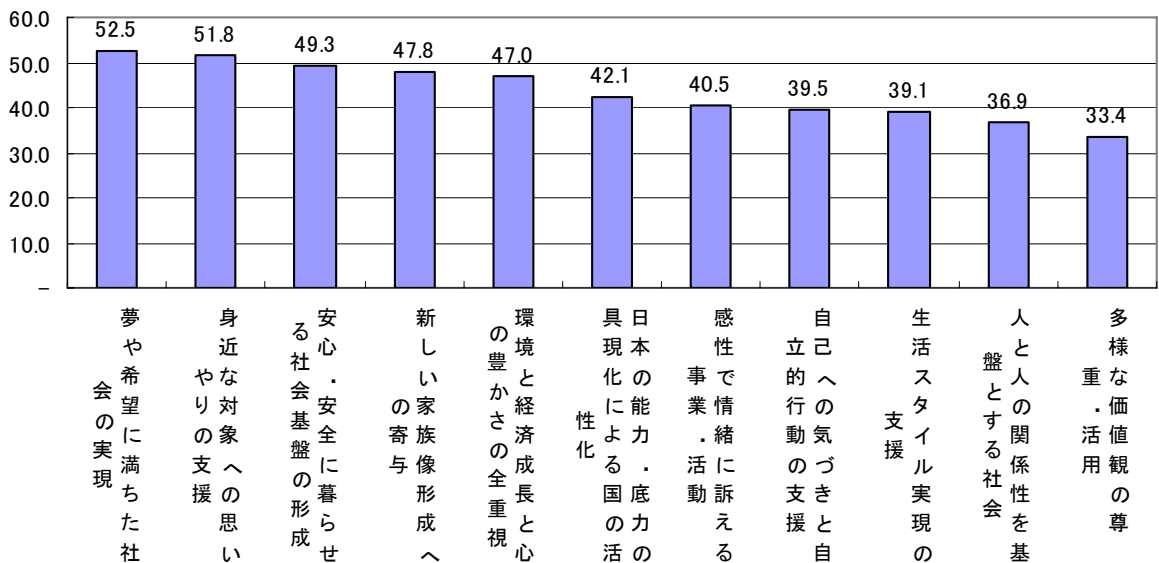
企業の果たす社会的役割 %



●理想と現実でギャップがあるのは「身近な対象への思いやりの支援」「新しい家族像形成のための寄与」。心豊かな日々の暮らしの実現も、今後の企業に期待されている。

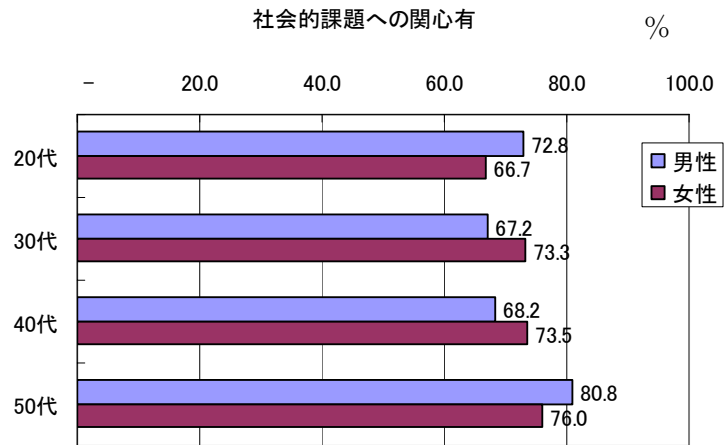
一方で、期待されている割に、現在の評価があまり高くないものとしては、「身近な対象への思いやり支援：現在 46.5%→期待 66.8%」「新しい家族像形成への寄与：現在 45.1%→期待 62.4%」「夢や希望に満ちた社会の実現：現在 52.5%→期待 69.1%」といったものがあがってきました。これらは、「従業員として企業に求める役割（そのような会社で働きたいか、もしくは働き続けてみたいか）」について質問した項目でも、上位に上がってきているものです。今後のCSRの方向性として、このような従業員などに対する施策は、うまく成果が上がっていない分野だけに、取り組む価値のある分野ともいえそうです。

従業員として企業に求める役割 %



## ●社会的な課題への関心が最も高いのは50代男性。最も低いのは20代女性

社会課題（環境・人権・文化・福祉など）に対する関心度について、性年代別に見てみると、「関心がある」人が最も多いのは「50代男性」で80.8%と8割以上もいました。一方で、「感心がある」人の比率が最も低いのが「20代女性」で66.7%。20代と50代では男性の関心が高く、30代40代では女性の関心の方が高いのが特徴的です。



### <参考> 企業の社会的役割ワード について

博報堂研究開発局で行った「企業に対する社会・ステークホルダーの価値観研究」により、以下の11項目を、「今後企業が社会的に提供すべき価値」として抽出いたしました。

- 1. 自己への気づきと自立的行動の支援**  
人々が自分の価値観や個性、能力を発見・確認し、それに沿った自立的な生き方や働き方に取り組むことをサポートする
- 2. 多様な価値観の尊重・活用**  
人々が、周囲や世の中の多様な個性・価値観に影響を受け、変化・成長しようとする動きをサポートする
- 3. 新しい家族像形成への寄与**  
家庭を大切にしたい、という人々の思いを応援し、個々人の考え方にあった家庭・家族のあり方をサポートする
- 4. 生活スタイル実現の支援**  
個々人の価値観に根ざした生活スタイルの実現に関わる様々なニーズに、積極的に応える
- 5. 身近な対象への思いやりの支援**  
家族など身近な人や日々の暮らしに対する人々の強い思いを受け止めて、思いやりややさしさに満ちた社会づくりに貢献する
- 6. 夢や希望に満ちた社会の実現**  
人々に人生の夢や目標の選択肢を提示し、気づきを与えたり、その実現を支援したりして、夢と希望に満ちた社会に貢献する
- 7. 日本の能力・底力の具現化による国の活性化**  
日本を元気にしようとする気概を持ち、革新的な技術や商品・サービスによって日本の底力や能力を形にする
- 8. 人と人の関係性を基盤とする社会**  
人と人が交流し、つながることができる（現実やネット上の）「場」の創造や活性化をサポートする
- 9. 環境と経済成長と心の豊かさの全重視**  
環境保全と経済成長を両立させ、さらに人々に精神的な充実感や幸福感をもたらすことに貢献する
- 10. 感性で情緒に訴える事業・活動**  
その企業らしい感性やセンスをもって、人々に心の豊かさや大きな感動を与えるような事業や活動を行う
- 11. 安心・安全に暮らせる社会基盤の形成**  
生活の安心・安全に対応・配慮した商品・サービスや社会的活動を通じて、不安のない社会づくりに貢献する