

社会課題解決に取り組む企業に対する消費者意識調査

群馬経済研究所 主任研究員 櫻澤広祥

調査のポイント

本稿では、企業の社会課題解決の取り組みが、県内消費者の企業に対する評価、その企業の商品・サービスの購入行動に与える影響について、調査した結果をまとめた。

要約

- 当研究所が県内の消費者を対象に実施した調査によると、過半数の人が、環境問題、少子高齢化・人口減少問題、貧困・格差問題といった社会課題に「関心がある」とし、なかでも「環境問題」「少子高齢化・人口減少」に関心がある人が多かった。
- 社会課題解決に取り組む企業に対する印象では、過半数が「良い印象を持っている」と回答した。
- 社会課題解決に取り組む企業の商品・サービスについては、商品・サービスにより異なるが4割強～5割強の消費者が、納得・共感すれば「価格が高くても購入する」としている。また、購入行動だけでなく、自身や家族が就職する際の企業選びについても、4割弱の人が、社会課題解決の取り組みが判断材料になるとしている。
- 企業の社会課題解決の取り組みについて、より企業からの情報発信が必要であるという意見が多くみられた。現状、消費者は「テレビ・ラジオ」「インターネット記事」「SNS・動画投稿」「新聞・雑誌」「企業のホームページ」などを情報源として活用している。企業は今後もこれらのメディアを活用して、自社の取り組みについて情報発信を行うことが望まれる。