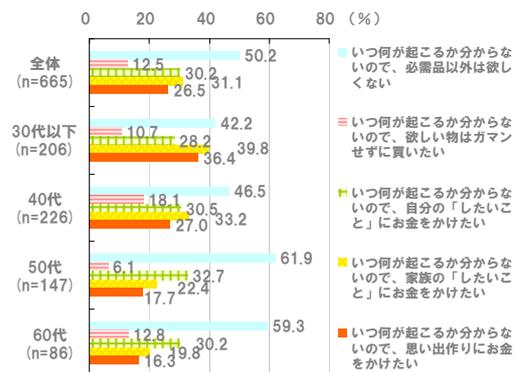


### 01 Womans' Voice

## 社会的役割に目覚めた「消費者像」とは？ 若い世代は貢献意識高く、60代は実際にお金を回す

#### ①「モノ」より「コト」にお金をかけたい？

Q. 震災をきっかけに「高まった」と思う「気持ち」は？ (n=665,MA)



「3・11」が消費価値観の転機になったと言われているが、実際に主婦の気持ちを聞いてみた。まず消費意欲は、以前に比べて変わらないとした人は5割強いたが、減退したという人もやはり4割弱はいる。

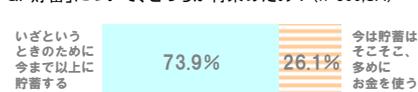
モノを所有することに空しさを感じる一方で、今のうちにしたいコトをしておこうと思ったり...揺れる消費者の気持ちを確認したのが上の年代別グラフ①。特に50代以上においてモノを買う意欲は減退傾向だが、自分のしたいコトにお金をかけた人は3割以上。若い世代は家族のしたいことや思い出作りといった、家族単位のコトに意識が向いている。

二者択一でさらに確認すると、全体に将来不安が生活防衛意識に拍車をかけ、「今まで以上に貯蓄する」人が7割強だし、「老後の備えを強化」する人が7割近く、価格も安いほうがやっぱり優先。「震災の影響で給料カットだし、ボーナスも不確定。良い消費者であるより生活を優先してしまう」(44歳/大阪)というように、背に腹は代えられない気持ち。

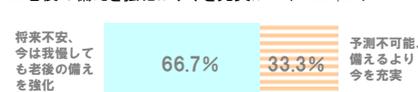
しかし、実はこれは40代以下の若い世代に顕著な傾向で、60代になると貯蓄も備えも価格感も両者が拮抗する。いい時代に蓄財のある60代は、生活に余裕があるためか、お金を社会に還元することを意識し始めている。

#### ②将来不安で生活防衛意識が勝る

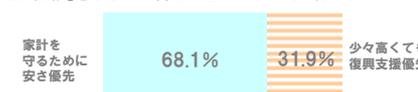
Q.「貯蓄」について、どっちが将来のため？ (n=806,SA)



Q.老後の備えを強化か、今を充実か？ (n=801,SA)

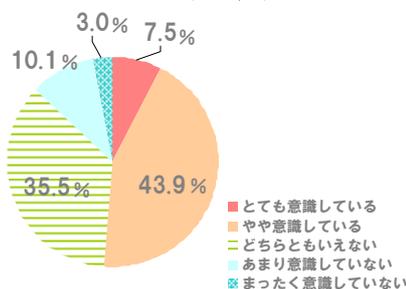


Q.「価格」感、今の気持ちはどっち？ (n=810,SA)



#### ③半数以上が「消費者」の役割意識

Q.「消費者」として、「商品選び」「お金の使い方」によって社会に貢献したいと意識しますか？ (n=811,SA)



### 所長の目

マーケティングやCSRの関係者のあいだでは、「ポスト3・11時代」のキーワードとして「消費者目線での施策」が挙げられている。もちろん「消費者目線」は以前から当然のことだが、3・11以降その目線が変わったことをきちんと捉えなければならぬ。

不便を楽しむ暮らしとか家族や近所の人との絆を強めるといった生活価値観の変化もさることながら、より明確に表れたのは、「消費者」としての役割を認識したこと。消費という行為で社会に意思表示することの重要性を主婦たちが感じたことだ。震災時の対応で見直した企業名を自由回答で求めたところ407件の回答があり、予想以上に具体的な理由も挙がってきた。それだけに、企業のCSR活動はますます重要であり、その伝え方も「消費者目線」が問われるだろう。(植田奈保子)

※2011.6/16～19調査。全国の既婚女性817人回答  
詳細はくらしHOWへ問い合わせを

### Real Voice

「消費者」としての意識は？

◆「購入額の一部を復興の支援にします」などの商品が目に行くようになった (23歳/大阪) ◆スーパーで産地や復興支援のコーナーを見るようにしている (38歳/神奈川) ◆メディア等で社会貢献をしている企業を知ると購入時に意識する (37歳/東京) ◆以前から、途上国を支援しているHPなどで報告している企業の商品は多少高くても購入している (49歳/埼玉) ◆社長が多額の義援金を出したので、衣料を買うならユニクロを利用したいと以前より思う (46歳/長崎) ◆エコ商品や国産のものを意識して買っている (33歳/愛媛)

### 02 HOW's View

## 法律の基礎理解と実践を重視 「薬事広告表現セミナー・全2回」

少子高齢化が進む中、健康・美容関連は成長著しいマーケットだが、各種法律の運用が厳しく、法律に触れることなく消費者の心にささる広告表現が求められる。広告制作に携わる場合、まずは薬事法・健康増進法・景品表示法など各種法律の基礎をきちんと理解することが必要だ。

LETS (リビング・エディターズ・トレーニング・システム) では、毎回好評の「薬事広告表現セミナー」を今期も、7月20日・27日 (水) に開催する。

全2回構成で、1回目は、健康食品・化粧品にまつわる、薬事法・健康増進法・景品表示法の基礎をレクチャー。そして2回目は、実際の広告事例を見ながら広告表現の「落とし穴」を具体的に解説した後、適切かつクリエイティブな表現を制作するワークも。法律を体系的に理解した上で、実践的な知識が習得できるカリキュラムになっ

ている。講師は、薬事法広告研究所副代表の稲留万希子さん。薬事法広告コンサルタントとして活躍中で、具体的に実践に即した講義内容と明快な語り口が好評だ。

#### ●「薬事法広告表現セミナー」(全2回)

7/20 (水)、27 (水)  
いずれも18:30～  
受講料: 6000円 (2回分)  
詳細・お申し込みは、  
http://seminar.kurashihow.co.jp/letsへ。  
(西桂子/グループ事業開発室長)

リビング・エディターズ・トレーニング・システム

# LETS

Living Editor's Training System

### 03 Group Eyes

## 「シティスマイル☆ナイト」開催 東北の食文化を楽しんで日本を元気に

毎年読者を対象とした夏祭りイベントを実施してきたシティリビング。今年行なわれる「シティスマイル☆ナイト」は昨今の情勢に鑑み、これまでのイベントとネーミングもコンセプトも変えて実施される。

まず、会場である日本橋ならではの江戸文化が体験できる「和」、職場や個人がつながる「輪」など、参加者に本当に笑顔になってもらえるコンテンツを中心に据えた。節電をテーマに、涼を演出する江戸の粋を体験できたり、玉ひでや板倉屋、千疋屋などの日本橋老舗の味を気軽に楽しめるコーナーがあったり、東北の地酒とチーズのセミナーや、宮城県蔵王産高級とうもろこし「ビューアホワイ」などが入った野菜の詰め合わせをお土産で付けるなど、被災地の食文化を楽しみながら、さりげなく経済支援につながる仕掛けを入れ込んでいる。おいしく楽しい体験をして、なおかつそ



昨年ロイヤルパークホテルで開催された日本橋イベントの様子は、今年も楽しみたい。

れが被災地の支援につながる、シティリビングらしいオリジナリティが溢れるイベントになりそうだ。ぜひ注目してほしい。(岸野順子/リビング新聞グループコーポレートコミュニケーション室室長)

■「シティスマイル☆ナイト」開催概要  
日時: 2011年8月5日 (金) 18時～21時半 / 会場: ロイヤルパークホテル (水天宮) / 協賛社ブース: 20社を予定 / 参加者数: 500組1000人 (女性読者限定) / 参加費: 1000円 (うち500円は野菜の詰め合わせのお土産、500円をホテル提供飲食費に充当の予定)