

INDEX

アカデミーヒルズ活動レポート
チャイナ・フリー
中国製品なしで暮らす1年間
今求められる消費者の品格

六本木ライブラリー調査
自己投資に関する
意識調査結果報告

9月・10月のイベント一覧
ご取材、ご参加については
お問い合わせ下さい。
Tel. 03-6406-6649(深町)

アカデミーヒルズ 活動レポート

チャイナ・フリー 中国製品なしで暮らす1年間
今求められる消費者の品格

2008年7月10日(木)、サラ・ボンジョルニ氏、坂東 眞理子氏のお二人を迎えて
「チャイナ・フリー 中国製品なしで暮らす1年間 今求められる消費者の品格」を開催しました。
講演の中から、サラ・ボンジョルニ氏の取り組みについて語られた部分を抜粋してご紹介します。



中国製品のボイコットは事実上困難

私は家族とともに、2005年1月から1年間にわたって中国製品をボイコットする実験“チャイナフリー”を行ったが、そこには政治的な意味はない。人権問題や失業問題、環境問題に抗議するものでもない。私たち家族の生活と中国の輸出経済との繋がりを個人的な形で知りたいという思いから始めたのである。そのきっかけは、私たちの生活のなかにたくさんの中国製品があることに気づき、「1年間、中国製品を買わずに生活できるだろうか」という素朴な疑問を持ったことである。

実験を始めて、まず気づかされたのは、中国製品を生活から完全に排除することの難しさである。誕生ケーキ用のローソクはすべて中国製であり、ラップトップコンピュータや携帯電話も同様である。もしも実験期間中に携帯電話が壊れたら、実験は失敗しただろう。

出費を強いる“チャイナフリー”

次に、チャイナフリーは非常にお金がかかることに気づいた。例えば、安い子供靴はほとんど中国製であるため、やむなく高価なイタリア製を買わなければならなかった。

さらに、家族や友人との関係がこじれてしまう可能性もあった。親族や友人には中国製品のボイコットを求めなかったが、彼らが私たちに何かを買ってくるときには、自発的に中国製品を避

けてくれた。しかし、人気キャラクターの玩具はほとんど中国製であり、それを手にできない子供たちは、この実験が大いに不満であった。

「MADE IN CHINA」のラベルが付いた製品を避けたとしても、中国製品は知らない間にわが家に入り込んだ。中国は調味料や医薬品の素材に関して世界最大の輸出国である。製品に「中国製」と書かれていなくても、中国製の素材が使われた可能性は十分にある。そこまでボイコットすることは不可能だった。

「もの離れ」へと暮らしが変化

チャイナフリーの実験の間に、私たちの暮らしは変化した。実験前には予想もできず、かつプラスの変化は、中国製の安い製品を以前ほど欲しくなくなったことである。中国製品の台頭は、製品価格を下げるうえで大きな役割を果たした。安い商品が出回ったため、ショッピングは、必要な物を手に入れる行為から娯楽へと変質していった。

チャイナフリーの実験は、安い製品をボイコットする規律をわが家にもたらし、不要なもので買い込むという娯楽としてのショッピングができなくなった。しかし、そこで分かったのは、必要とされている以上に少ないもので生活できることであった。

実験直前にコーヒーマーカーが壊れたが、中国製コーヒーマーカーを買えないため、やかんで湯を沸かしてコーヒーマーカーを淹れた。そうしたスローな方法に慣れてしまえば、コーヒーマーカーは不要になった。こうした経験を通して、多くのものを持つことが以前ほど魅力的ではなくなった。

後戻りできない中国との密接な関係

『A Year Without“Made in China”』を発表して以来、「アメリカにとって中国との貿易は是か非か」という質問をしばしば受けた。それに対して私は、「非常に複雑な問題であり、明確な答えはない」と答えてきた。

鉛が入った塗料を使った玩具、有毒歯磨き粉、環境問題などは中国製品のマイナス面である。一方で、中国の工場で働く多くの従業員の生活水準が向上したこと、安価な製品を貧しい国々に供給していることは大きなプラス面である。中国が世界に与える影響は、混沌としていて整理するのが難しいのである。

私たち消費者は、中国と密接な繋がりを持っている。今や中国に背を向けることはできないし、中国との貿易関係を後戻りさせることもできない。中国との貿易にはさまざまな不安もつきまとうが、中国から離れることを考えるよりも、中国を考えつつ問題を解決していかなければならないだろう。

自己投資に関する意識調査結果報告

アカデミーヒルズでは、2008年3月に首都圏に住むビジネスパーソンを対象に『自己投資に関する意識調査』を実施しました。概要をご紹介します。

調査概要 調査対象：首都圏在住の有職者（パート・アルバイトを含む）1034名（男性476名 女性588名）
調査内容：自己投資に関する意識調査 調査時期：2008年3月 調査方法：インターネット調査

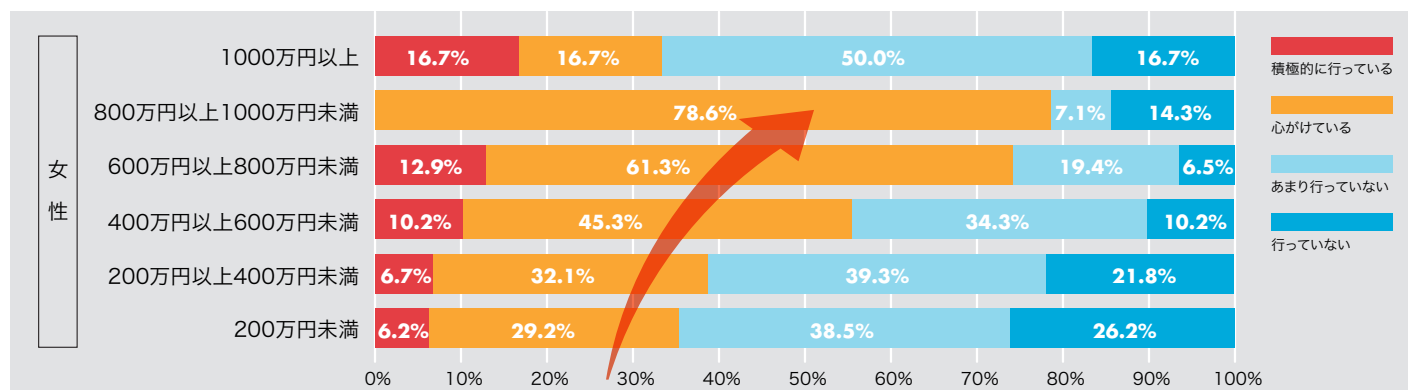
調査結果のポイント

- 男女ともに全体の約半数が自己投資を意識した活動を実施
- 男性と比較して女性は、年収が上がるにつれ自己投資への意欲が高まる **POINT①**
- 男性と比較して自己投資額が多い女性
- 年収が上がるにつれ自己投資額も顕著に増える女性 **POINT②**
- 男性は年収が上がる程、「家族と一緒に過ごす」時間を重視

POINT① 男性と比較して女性は、年収が上がるにつれ自己投資への意識が高まる

自己投資に関する意識を性別／年収別に分析したところ、男性と比較して女性は、（年収1,000万円以上では若干減少するものの）年収が上がるにつれて「積極的に行なっている」「心がけている」と回答する割合が増加しました。

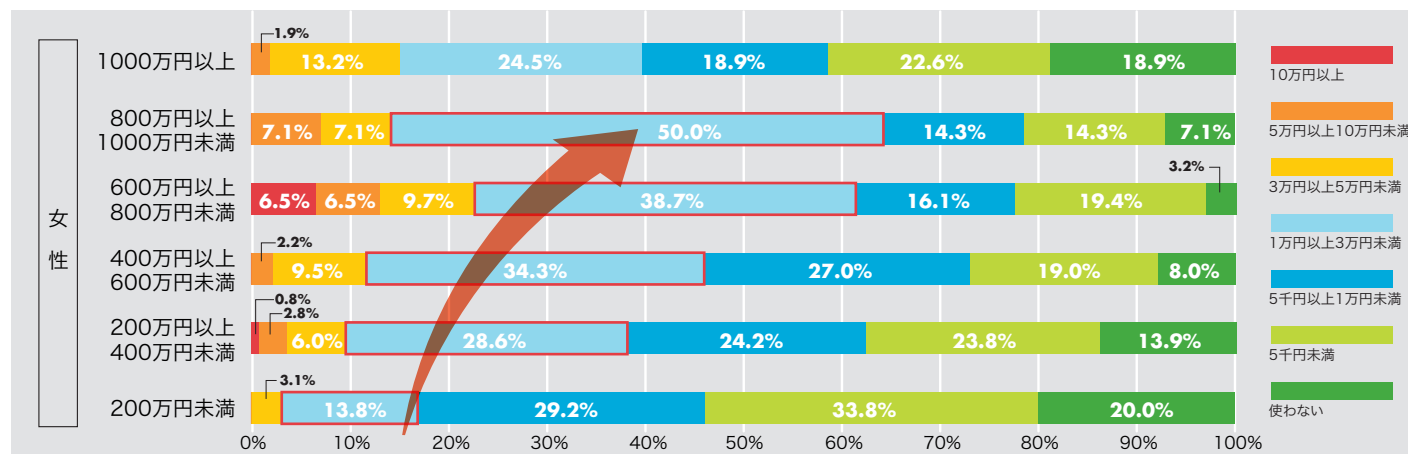
図2：自己投資への意識（男女年収別）



POINT② 年収が上がるにつれ自己投資額も顕著に増える女性。女性の自己投資額の上限は3万円程度？

さらに、自己投資額を性別／年収別に分析したところ、女性は、（年収1000万円以上では若干減少するものの）年収の増加に比例して自己投資額が多くなる傾向が顕著になりました。特に「1万円以上3万円未満」の回答割合が大きく増加することから、女性の自己投資額の上限は3万円程度ということが推測されます。

図4：1ヵ月あたりの自己投資金額（男女年収別）



その他、調査詳細は

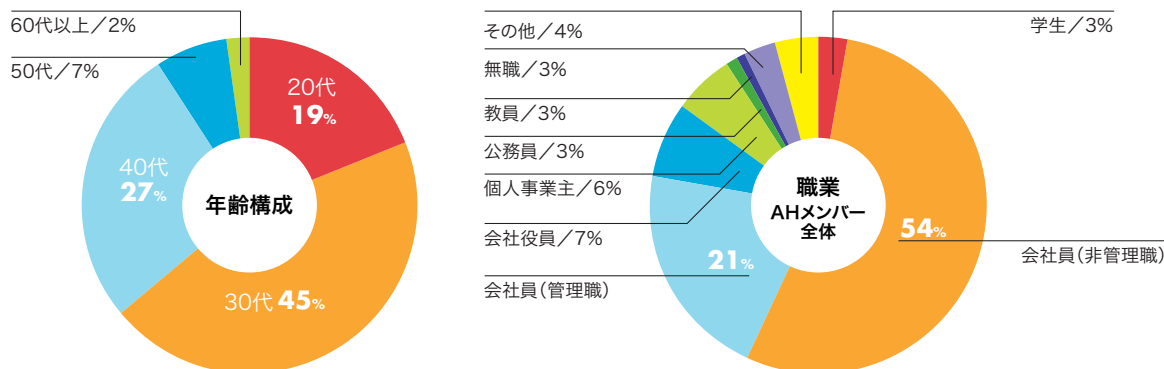
http://www.mori.co.jp/companyInfo/press/2008/0731_2008073013115615865.html に公開中です。

参考 アカデミーヒルズメールマガジン購読者の自己投資に関する実態調査

アカデミーヒルズ発行のメールマガジン「アカデミーヒルズウィークリー」購読者2,420名(男性1,119名 女性1,301名)に対して、「ビジネスパーソン自己投資に関する実態調査」と同様の調査を行ないました。

※「アカデミーヒルズウィークリー」は、アカデミーヒルズにて開催のビジネスセミナー参加者、六本木ライブラリー利用者の他、メールマガジンの購読を希望された、約5万人に配信中。

- ①サンプル数 合計44307人／回答者 ●男性 1197人(46.24%) ●女性 1301人(53.76%) ●合計 2420人(回答率 5.46%)
 ②年齢 平均年齢 ●全体 37.55歳 ●男性 39.36歳 ●女性 35.99歳



アカデミーヒルズメンバーは、一般ビジネスパーソンに比べ、自己投資に対する意識が強く、時間・金額ともにより多く投資している

アカデミーヒルズメンバーの86.5%が自己投資を意識した行動について「積極的に行なっている」もしくは「心がけている」と回答しており、一般(45.5%)と比較すると、約2倍の人が何らかの自己投資を意識した行動を行なっていることが伺えます(図6)。また、1週間当たりの自己投資の時間を「5時間以上」と回答した一般の17.8%に対し、アカデミーヒルズメンバーは42.6%の人が「5時間以上」(図7)、自己投資金額についても1ヶ月当たり「1万円以上～3万円未満」の回答が45.2%、「3万円以上」の割合も28.2%となり、一般と比較して、時間・金額ともにより多くの自己投資をするメンバーの実態が明らかになりました(図8)。

図6 自己投資への意識

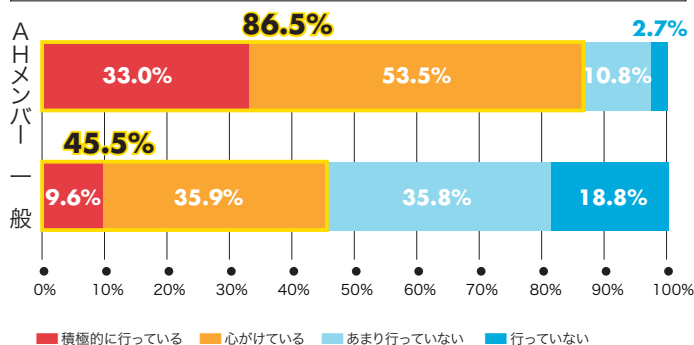


図7 1週間あたりの自己投資時間

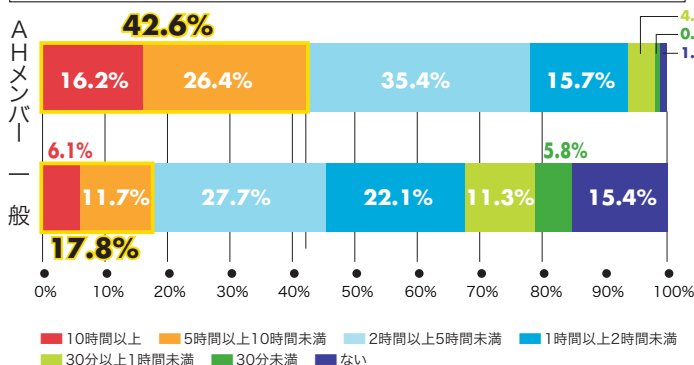
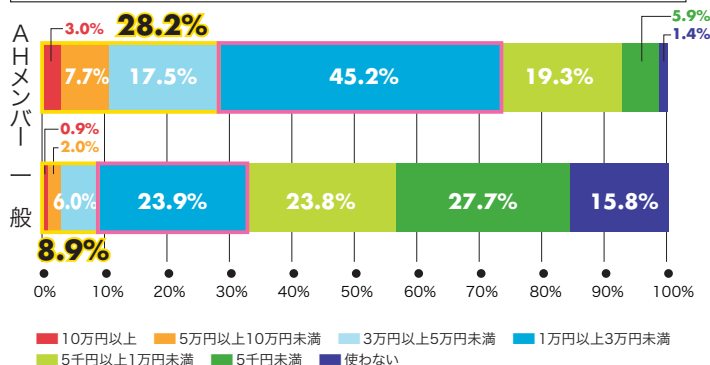


図8 1ヵ月あたりの自己投資金額



森ビル株式会社 アカデミーヒルズ事業部 マーケティングコミュニケーション 深町 友子

TEL: 03-6406-6649 FAX: 03-6406-9350 MAIL: academyhills-PR@mori.co.jp URL: www.academyhills.com

2008年9月・10月のイベントスケジュール

*ご取材、ご参加に関して詳細はお問い合わせください。 Tel: 03-6406-6649 (担当: 深町)

スクール・フォーラム ビジネスパーソンを対象にした公開イベントです。(有料プログラム)

開催日	講座タイトル	ゲスト(敬称略)
4日[木] 18日[木] 19:00～	伊藤 守の 自立した部下を育てるリーダーシップ・コーチング	講師: 伊藤 守 [株式会社コー・トゥエンティワン 株式会社コー・エイ代表取締役会長]
6日[土] 13:00～	ファシリテーション・スキル トレーニング講座 ～1回の会議・打ち合わせで必ず結論を出す技術～	講師: 斉藤 岳 [ビームコンサルティング株式会社 戦略事業部 シニアマネージャー]
10日[水] 19:00～	2時間で学ぶ、初めてのプレゼンテーション ～目的を達成するためのコミュニケーション手法を学ぶ～	講師: 柴田 正幸 [Jacky Marketing Office(柴田正幸事務所)代表]
10日[水] 17日[水] 19:00～	実践・不動産バリューアップシリーズ ビルコストマネジメントの実務と積算演習	講師: 青木 邦啓 [(株)鈴木エステートサービス 社長] 信田 直昭 [Shidaインベストメント&マネジメント]
19日[金] 19:00～	雑誌出版を凌駕するブログ・メディアのパワー ～メディアゾーンに聞く『日米ブログ・メディア最新事情』～	講師: 今田 素子 [株式会社メディアゾーン代表取締役社長]
30日[火] 19:00～	『東京オンリーピック』が出来るまで(仮)	講師: 亀田 卓 [広告会社勤務/映画プロデューサー/デジタルハリウッド大学大学院教授] 真島 理一郎 [東京オンリーピック総監督]
10月2日[木] 19:00～	おもてなしの天才(仮)	講師: ダニー・マイヤー [ユニオンスクエアカフェ] ※同時通訳による講座となります
4日[土] 13:00～	速習プロジェクト・マネジメント ～プロジェクトを成功させる推進力を身につける～(仮)	講師: 上窪 政久 [(株)アブランドル 講師]
8日[水] 19:00～	2時間で学ぶ、初めてのマーケティング ～仕事に活かすマーケティングの基礎を学ぶ～	講師: 柴田 正幸 [Jacky Marketing Office(柴田正幸事務所)代表]
8日[水] 19:00～	ブルックスブラザーズに見るプレミアム戦略	講師: 水野 敏広 [(株)ブルックスブラザーズジャパンマーケティング統括部長] 田中 洋 [中央大学大学院戦略経営研究科教授]
11日[土] 10:00～	1日で学ぶ決算書の読み方演習講座	講師: 國貞 克則 [ボナ・ヴィータコーポレーション代表取締役]
11日[土] 10:00～	1日で学ぶPR入門・演習講座 ～PR活動の基礎知識とスキルを身につける～	講師: 山見 博康 [山見インテグレーター(株)代表取締役、バリュー・インテグレーター]
30日[木] 19:00～	縄文の思想(仮)	講師: 小林 達雄 [考古学者/國學院大学名誉教授]

Library Talk 六本木ライブラリー会員対象のコミュニティ イベントです。

*開催時間は全講座 19:15～20:45

開催日	講座タイトル	ゲスト(敬称略)
10日[水]	ビジネス・エクセレンスシリーズ 理論を超える現場マーケティング「通念への疑問」	スピーカー: 奥井 俊史 [ハーレーダビッドソン ジャパン株式会社 代表取締役]
19日[金]	サイエンスシリーズ 「深くて美しい宇宙と科学のお話」	スピーカー: 横山 広美 [東京大学大学院理学系研究科 広報・科学コミュニケーション准教授]
25日[木]	「トップ・プロデューサーの仕事術 ～プロデューサーに学ぶクリエイティブ思考～」	スピーカー: 梶山 寿子 [ジャーナリスト/ノンフィクション作家] 『トップ・プロデューサーの仕事術』(2008/6日本経済新聞社)著者
26日[金]	シリーズ「Think'Pro-age」 第3回 プロエイジ的美的観	ファシリテーター: 飯野 晴子 [フリーPRプロデューサー] (協力:ユニリーバ・ジャパン)
10月3日[金]	サイエンスシリーズ 「天文学最前線 もっともっと宇宙を楽しもう」	スピーカー: 高梨 直紘 [国立天文台]
8日[水]	「幻の『源氏物語絵巻』を求めて」①(仮)	スピーカー: 稲本 万里子 [恵泉女学園大学教授]
15日[水]	ビジネス・エクセレンスシリーズ(ファーストプレス) 「会議で『うたた寝』できない仕掛け」(仮)	スピーカー: 鳥海 耕二 [ライター/専門学校講師]
28日[火]	「幻の『源氏物語絵巻』を求めて」②(仮)	スピーカー: 小嶋 菜温子 [立教大学教授]
29日[水]	Western-Style Painting in Japan(仮)	スピーカー: 姜徳熙(かん・とくひ) [著者]

