

報道関係各位

## 社会貢献への意欲がけん引するクラウドファンディング

～健康行動と健康意識に関する調査結果 vol.2～

『“健康行動”共同調査データ』より

2015年度に発足した健康行動研究会は、様々な領域の企業とともに活動を進めてきました。

日本の生活者の健康行動の実態やメカニズムを調査研究によって把握し、その結果を参加企業の事業に活用しながら、幅広い領域で生活者の「健康」に貢献しています。このたび、2017年8月に20～70代の男女約5000人を対象に行った調査の結果からその成果の一部をご報告します。

人々の「健康」には、彼らの社会的な営みやライフスタイルが大きな影響を与えていることが私たちの研究から明らかになっています。ここでは、一つのトピックとして近年急速に拡大するクラウドファンディングを取り上げ、その市場実態とそこから見えてきた現代の人々の「社会的健康」についてご報告します。

※このリリースは2連続リリースの第2弾です。第1弾では、2015年から2017年にかけての健康行動の変化を中心に、現代の多様な健康について報告しています。そちらもぜひご覧ください。

### 今回の調査で分かった3つのポイント

#### 今後の発展が見込まれるクラウドファンディング市場

- ・現在資金提供経験者の割合は8%程度だが、関心を持っている層を含めると約4人に1人に
- ・若年ほどクラウドファンディングの資金提供経験率が高く、今後定着の傾向
- ・クラウドファンディング実施者は性別、年収、職業も多岐にわたり、裾野が広い

#### クラウドファンディングをする、2つの異なる理由

- ・クラウドファンディングでの資金提供には、「資産形成志向」と「社会貢献志向」という2つの側面が存在
- ・「資産形成志向」と「社会貢献志向」はそれぞれにクラウドファンディングを促進している

#### クラウドファンディングにおける社会貢献志向の特徴

- ・社会貢献志向は、「お金で測れない価値」を生むプロジェクトの支援につながる
- ・クラウドファンディングによって社会貢献をすることと、「健康」の関係性

#### お問い合わせ先

“健康行動”研究会事務局 株式会社応用社会心理学研究所 担当：田中

〒540-0031 大阪市中央区北浜東1-8 北浜東森田ビル5F

Tel 06-6941-2171 Fax 06-6941-2081

<http://www.aspect-net.co.jp>

## ■ “健康行動”研究会とは

健康日本21などの政府の健康政策の推進や、数々の健康関連商品・サービスの新発売など、近年ますます人々の健康への関心は高まっているようです。健康は食事や運動、あるいは趣味など、様々な領域と関連しています。健康についてよりよく理解するためには、何かひとつの領域の「健康」について考えるだけでなく、様々な領域を俯瞰して考えるべきなのではないか。

そのような考えのもと、食品・飲料、家電、日用品、化粧品、衣類、医薬品、広告・出版など、幅広い業種の企業が集まることによって、2015年より、「健康行動研究会」を発足し研究活動・情報発信を行っています。人によって捉え方の違う「健康」の正体を明らかにし、その知見を参加企業が自社のマーケティングに応用することで、さらに人々にとって必要とされる「健康商品・サービス」を提供していきます。健康行動研究会独自のアプローチで邁進しています。

2017年度には、「健康行動」に関する大規模調査を実施しました。その結果の一部をここに報告します。

- ・現在（第4期）参加企業（五十音順）
  - 株式会社 応用社会心理学研究所
  - 株式会社 学研イノベーション
  - キューサイ株式会社
  - コカ・コーラボトラーズジャパン株式会社
  - 宝ヘルスケア株式会社
  - 日清食品株式会社
  - ミサワホーム株式会社

…など（その他企業については非公開）

## ■ “健康行動”共同調査の概要

- 調査目的 : 健康行動の実施実態と、その背後にある人々の健康に対する思い・考え方を明らかにする
- 調査期間 : 調査項目のボリュームが大きいため、
  - ① 2017年8月4日（金）～ 8月6日（月）
  - ② 2017年8月19日（土）～ 8月23日（水）の2段階で実施
- 質問項目数 : ① 26問 ② 16問
- 調査対象者 : 日本全国の20代～70代の男女
- 有効回答数 : ① 4968サンプル ② 4686サンプル  
回答者の性別・年代の比率は日本の人口比率（総務省統計局/H27国勢調査人口等基本集計）に合わせた。

性・年代別サンプル数：①（②）

年代	男性	女性
20代	305(222)	316(236)
30代	407(357)	406(372)
40代	495(476)	484(478)
50代	412(402)	414(414)
60代	474(474)	500(500)
70代	344(344)	411(411)

- 調査方法 : インターネット調査
- 調査企画設計 : 株式会社応用社会心理学研究所

# (参考)クラウドファンディングとは？

## インターネット全盛の時代に適した資金調達方法

近年のテクノロジーの発展によって、社会はめまぐるしい変化を見せています。私たちの生活に欠かせないお金の使い方に関しても、新たな変化が起きています。その一つがクラウドファンディングです。

クラウドファンディングは、プロジェクトのための資金を調達したい個人・団体が、ソーシャルメディアをはじめインターネット上で企画内容と必要な金額を提示し、広く支援を呼びかける新たな資金調達の手法です。2016年の総務省の調査では、日本の20～60代で約5割の認知度に至っています\*。

今回、我々「健康行動研究会」は、この新しい手法が社会や人々の生活に大きな影響を与えてくるだろうことを踏まえ、広く社会の中での「人々の健康」を考える「健康行動研究会」の独自の視点から、クラウドファンディングを行う人々の特徴に関する分析を行いました。

※（出典）総務省「IoT時代における新たなICTへの各国ユーザーの意識の分析等に関する調査研究」（平成28年）

### どのような団体が募集しているの？

→営利企業だけではなく地方公共団体、NPOや大学、個人が募集しています。現在では企画段階の製品を販売予定価格より安く購入出来る、投資に近い要素と社会貢献の要素を持つプロジェクトが存在します。

### どのくらいの金額を集めることができるの？

→プロジェクト開始時に自由に決めることができ、10万円程度から1000万円以上まで幅広く設定できます。現在では目標額に達しなくてもお金を受け取れる方式も導入されています。

### どんな種類があるの？

→日本ではプロジェクト実現時に一定のリターンがある購入型が中心でしたが、ここ2、3年は貸付型のものが増えてきています。

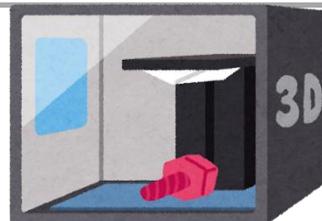
### 成長性は？

→クラウドファンディングで提供された金額の総額は、2016年度に前年度からほぼ倍増し、745億円に。(国内クラウドファンディング市場の調査を実施、矢野経済研究所)

## クラウドファンディングのプロジェクト例



映画製作の費用  
(リターン:エンドロールクレジットに  
資金提供者の名前を掲載など)



卓上用3Dプリンターの開発  
(リターン:製品の割引購入など)

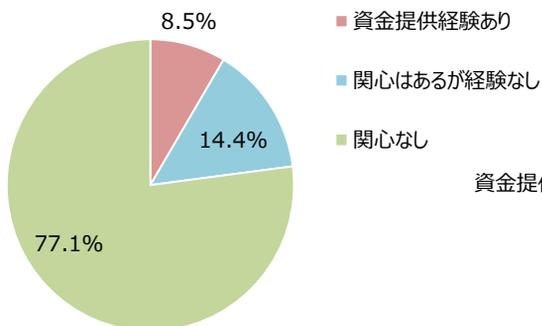
# 今後の発展が見込まれるクラウドファンディング市場①

現在資金提供経験者の割合は8%程度だが、関心を持っている層を含めると約4人に1人に

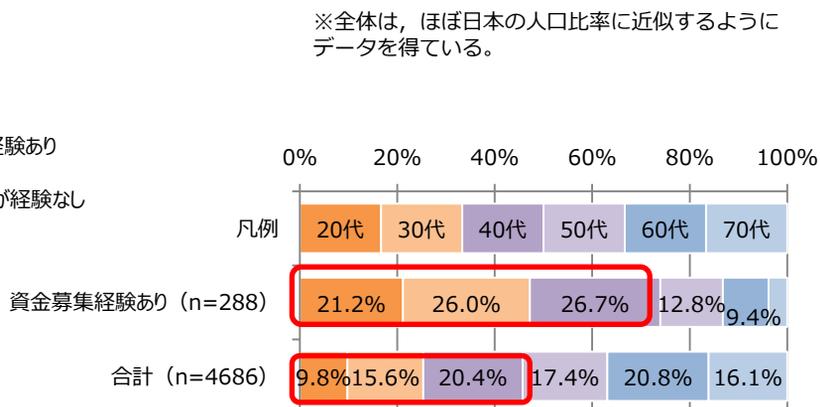
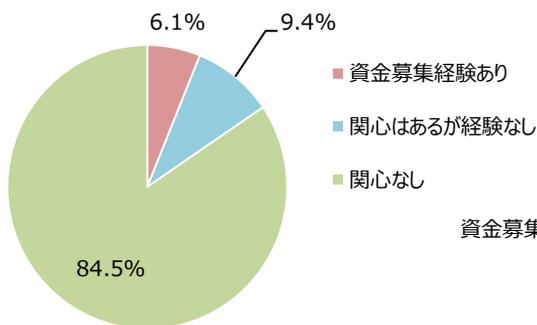
クラウドファンディングに資金提供した経験がある人は8%程度ですが、関心のある人を含めると約25%にまで広がります。また資金を募集したことがある人も6%程度ですが、関心のある人を含めると約15%になります。

クラウドファンディングで資金提供や資金募集の経験がある人に限ってみると、20代・30代・40代で約70%程度を占めています。その割合が、日本の人口比率に比して高い若年層が現在のクラウドファンディングの中心と言えます。

## 資金提供経験



## 資金募集経験



※全体は、ほぼ日本の人口比率に近似するようにデータを取得している。

※「他の人や組織のクラウドファンディングに賛同し、資金を提供する」  
 「クラウドファンディングを自ら企画し、資金を募る」  
 という問いに対して、「よくする」「ときどきする」  
 「たまにすることがある」と回答した人を「資金提供あり」「資金募集経験あり」、  
 「関心はあるが、していない」と回答した人を「関心はあるが経験なし」、  
 「関心なし」と回答した人を「関心なし」としました。

# 今後の発展が見込まれるクラウドファンディング市場②

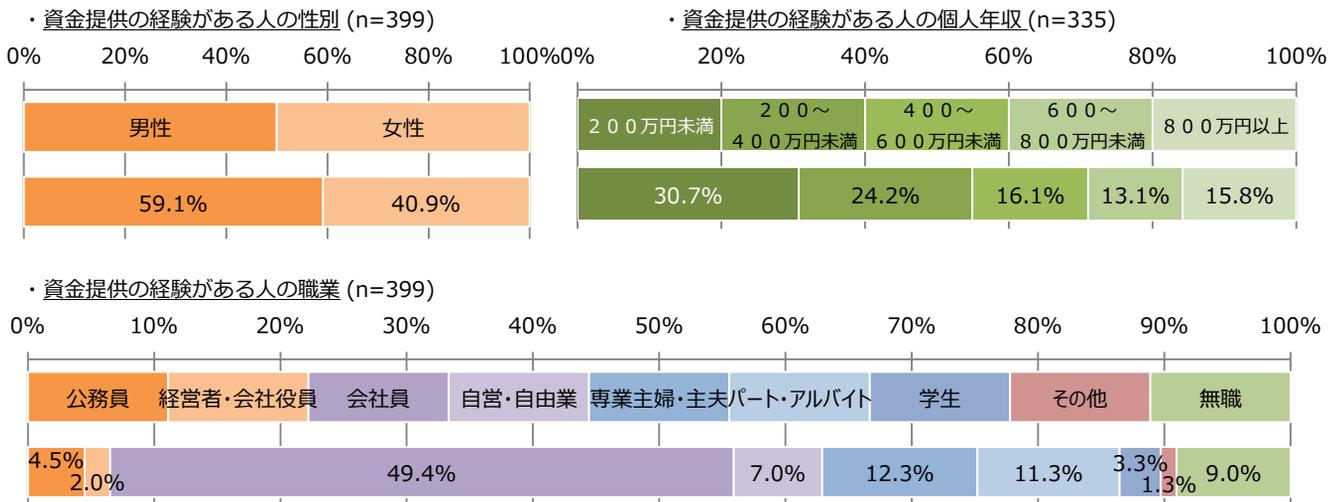
## 若年ほどクラウドファンディングの資金提供経験率が高く、今後定着の傾向



ここからは、クラウドファンディングの資金提供経験に絞って見てみます。年代ごとのクラウドファンディング資金提供経験率をみると、若年層ほどクラウドファンディング経験、関心があることが分かりました。このように若年層でのクラウドファンディングへの意欲が高いことは、クラウドファンディングの高い将来性を示す根拠になるのではないのでしょうか。

## クラウドファンディング資金提供者は、性別、年収、職業も多岐にわたり、裾野が広い

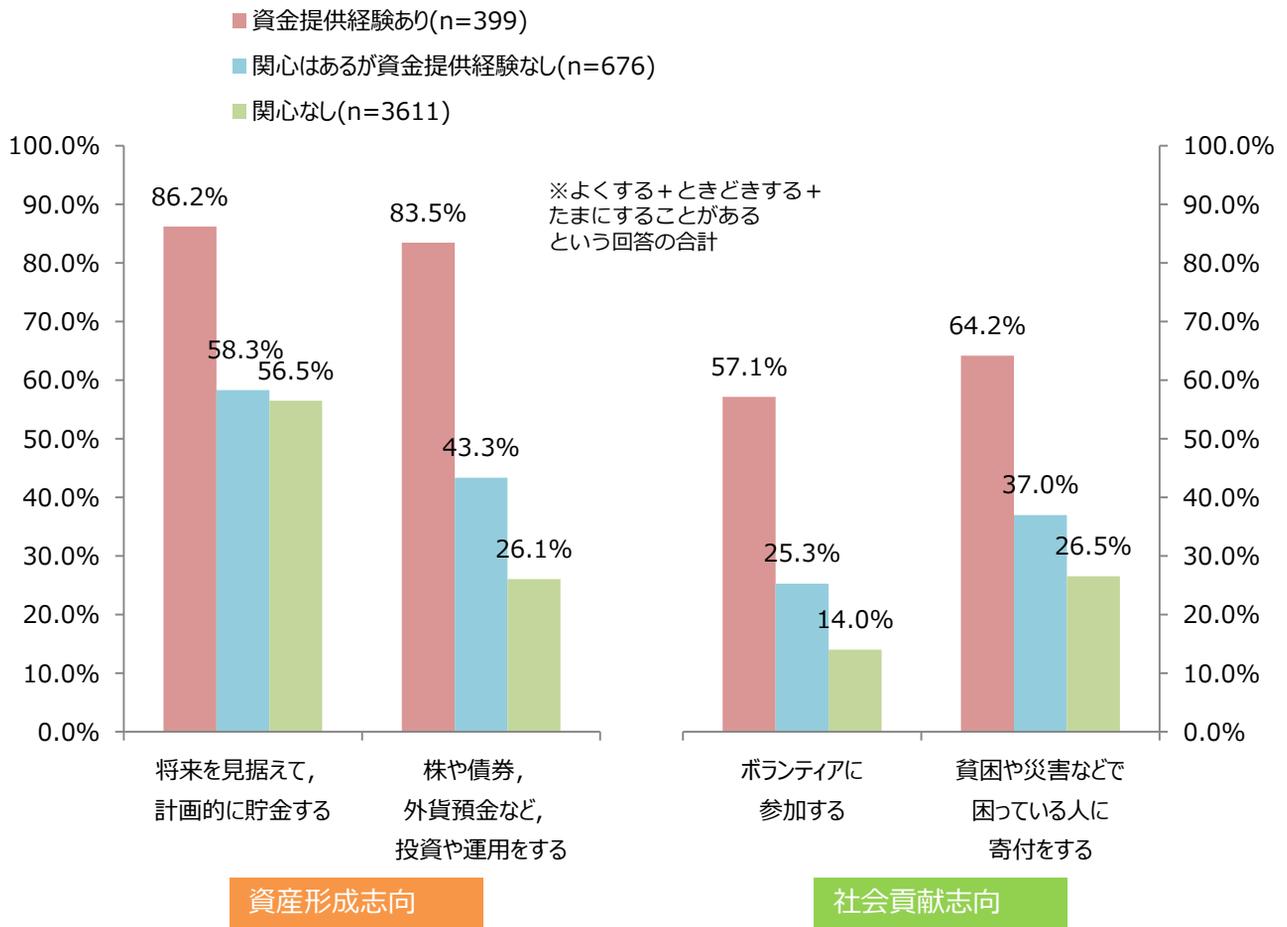
クラウドファンディングに資金提供経験がある人について分析を行った結果、性別や職種だけではなくその年収の幅も多様であることが示されました。クラウドファンディングへの資金提供は裾野が広いと言えるのではないのでしょうか。



# クラウドファンディングをする, 2つの異なる理由①

クラウドファンディングでの資金提供には,  
「資産形成志向」と「社会貢献志向」という2つの側面が存在

今後さらなる普及が期待されるクラウドファンディングですが, 実際にはどのような志向がクラウドファンディングと関係しているのでしょうか。今回の調査の結果, 貯金・投資・寄付・ボランティアの4項目で注目すべき結果が得られました。



4項目いずれも, クラウドファンディング経験が高い人(経験がある人)ほど, 積極的に行っていることが示されました。

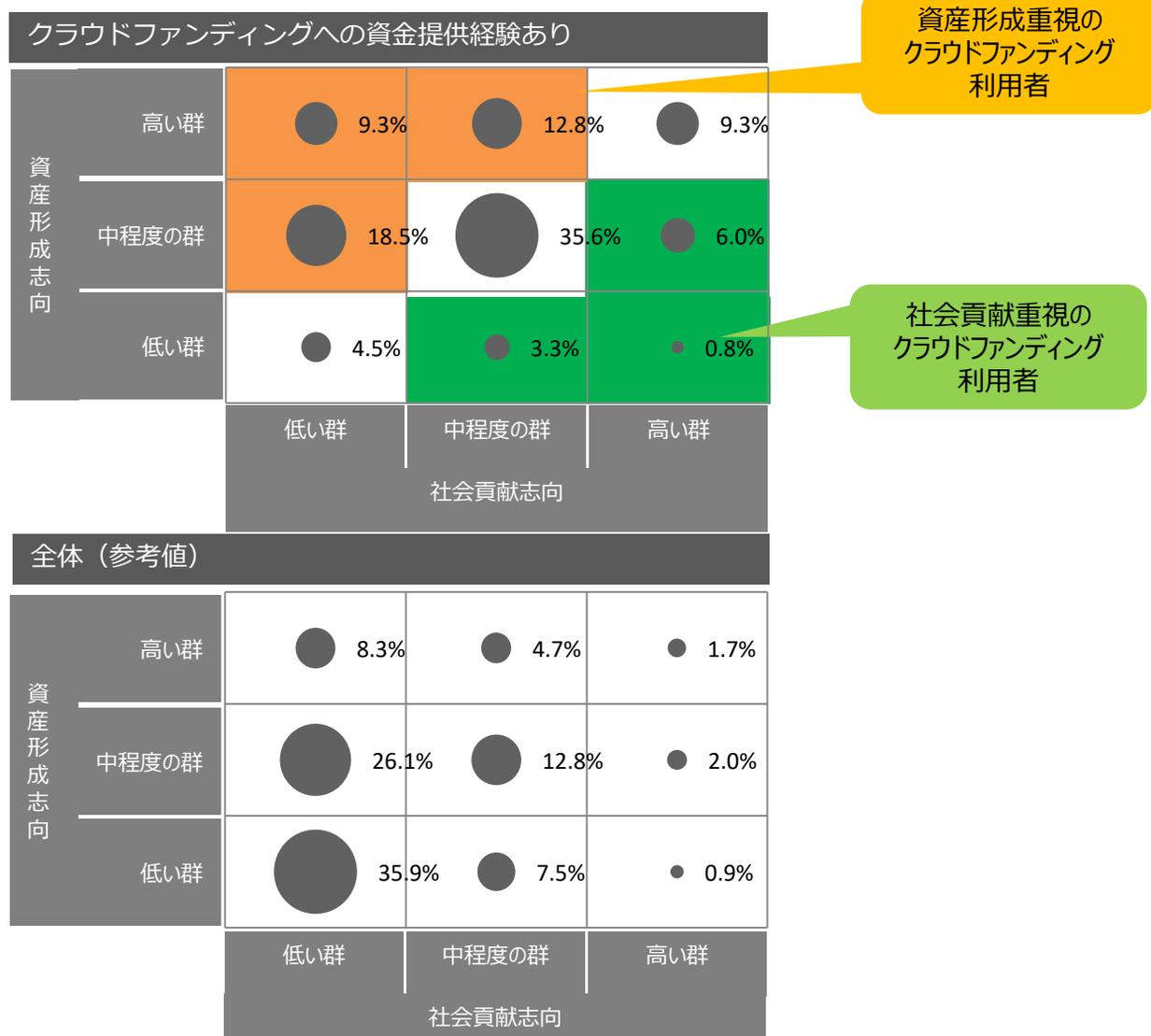
さらに4つの項目の関係を見るために因子分析を行うと, 貯金と投資の2項目, ボランティアと寄付の2項目で成る2つの因子に分かれ, 異なる要素を持つものであることがわかりました。貯金や投資の行いやすさは資産形成志向, 寄付やボランティアの行いやすさは社会貢献志向と呼べそうです。このことから, クラウドファンディングをする理由には, 資産形成を志すものと, 社会貢献を志すものの2つが推測されます。

## クラウドファンディングをする, 2つの異なる理由②

### 「資産形成志向」と「社会貢献志向」はそれぞれにクラウドファンディングを促進している

前ページで述べた資産形成志向と社会貢献志向, クラウドファンディング資金提供経験についてもう少し詳細な分析を行いました。クラウドファンディングでの資金提供経験者は, 資産形成志向と社会貢献志向の一方, あるいはその両方が高い人が多いことが示されました(どちらも低いのはクラウドファンディング資金提供者のうち4.5%)。したがってクラウドファンディングで資金提供するためには, 資産形成志向と社会貢献志向の少なくともどちらかの要素が必要なようです。

次のページでは, 「社会的健康」にも関わっていそうな, 「社会貢献志向」について取り上げ, その特徴を掘り下げてみます。

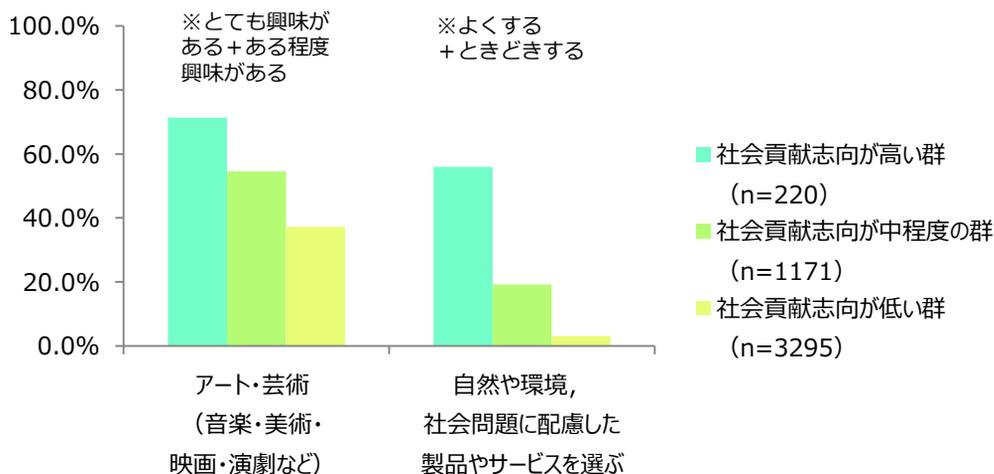


※「将来を見据えて計画的に貯金する」, 「株や債券, 外貨預金など投資や資産運用をする」という問に対してそれぞれ5段階(1-よくする, 2-ときどきする, 3-たまにする, 4-したことはないが関心はある, 5-関心はない)で回答してもらい, 2項目の回答の数字の合計が, 2から4の人を高い人, 5から7の人を中程度の群, 8から10の人を低い群として資産形成志向を3群に分けた。社会貢献志向についても「ボランティアに参加する」「貧困や災害で困っている人に寄付をする」の2問を用いて同様の手続きを行った。

# クラウドファンディングにおける社会貢献志向の特徴

## 社会貢献志向は、「お金で測れない価値」を生むプロジェクトの支援につながる

クラウドファンディングで支援される事業には、従来の投資では資金が投じられにくいものが多いとあります。そのようなクラウドファンディングの意義を伸ばすためには、社会貢献志向がキーになります。より詳細な分析の結果、社会貢献志向の高い人は例えば以下のようなものにも関心をもつことがわかりました。社会貢献志向の高い人はお金では測りにくいものにも魅力を感じるといえそうです。



## クラウドファンディングによって社会貢献をすることと、「健康」の関係性

今回の調査では社会貢献志向と主観的な（本人が感じる）健康度の関係を分析しました。その結果社会貢献志向が高いほど、主観的な健康度が高いことが示されました。クラウドファンディングなどの行為を通じて社会貢献をすることは、社会参加している自分自身の状態を自覚することで、「自分は健康だ」という実感にもつながるのかもしれない。



# “健康行動”研究会は、 今後も「健康」について明らかにしていきます

## ■まとめ：“健康行動”研究会の考える「健康」

現代における「健康」は人によってかなり異なっています。

身体的な健康、精神的な健康、あるいは今回の調査で扱ったような社会的な側面での健康…。

私たちは、このような幅広い「健康」を理解するべく、クラウドファンディングをはじめとする様々な人々の営みについても視野を広げています。

それによって、現代の人々の生活全体の中に位置づく「健康」を幅広く理解し、それぞれに異なる「健康」への欲求を、どのようにサポートするべきか、総合的に把握することを試みています。

今後も、私たち健康行動研究会は、参加企業が調査結果をもとに商品開発・広告宣伝などに活用することで、様々な領域における、それぞれの人が求めている「健康」を提供していきます。

### 2018 “健康行動”研究会 の活動

健康行動研究会では、研究会の趣旨に賛同し、共に研究活動を行ってくださる会員企業を募集しております。

また、ここでご報告した内容をはじめとする、生活者の幅広い「健康」や「生活の様子」に関する調査について、結果レポートや調査ローデータを、有償でご提供しています。

ご関心のある方は、詳しいご案内をお送りしますので、下記「研究会事務局」までお問い合わせください。

また、今後も研究会の研究成果は広く発信予定です。

#### 【転載・引用に関する注意事項】

本リリースの内容を転載・引用される場合には、下記問い合わせ先までご連絡ください。  
また、転載・引用した資料には、出典として「健康行動研究会」と必ず明記してください。

□□ “健康行動”研究会・“健康行動”共同調査に関するお問い合わせ □□

“健康行動”研究会事務局 株式会社応用社会心理学研究所 担当：田中

Tel 06-6941-2171 Fax 06-6941-2081

Email [kenko@aspect-net.co.jp](mailto:kenko@aspect-net.co.jp)

住所 大阪市中央区北浜東1-8 北浜東森田ビル5F

HP <http://www.aspect-net.co.jp>

リリースで公開しているデータについて、

HP ([http://www.aspect-net.co.jp/services/servi04\\_5/kenko.html](http://www.aspect-net.co.jp/services/servi04_5/kenko.html))にて詳しく紹介しております。

リリースではわかりやすさのため、実際の調査とは表現を変えているところがあります。

調査上の実際の項目の表現などを確認されたい場合は、HPをご覧になるか、上記までお問い合わせください。

このリリースは、株式会社応用社会心理学研究所の第7期インターンシップ生（阪本美月／大阪大学、桑江良周／大阪大学）によるインターンシップ活動の一環として、企画・制作されたものです。