

NO.11-00050
報道関係者 各位

2011年12月19日
株式会社 千趣会

ベルメゾン生活スタイル研究所が 2012年しあわせ予報を発刊

ヒーロー新時代 「となりのマイ☆ヒーロー」



株式会社千趣会（本社：大阪市 代表取締役社長：田邊道夫 以下千趣会）が運営するベルメゾン生活スタイル研究所では、毎年「女性の明日のしあわせを予測するため」の調査・研究をおこなっています。このたび、2012年しあわせ予報「ヒーロー新時代『となりのマイ☆ヒーロー』」（A5判 64ページ）と名づけたレポートを冊子にまとめ発行しました。

【レポート概要】

■ 誰もがヒーローになる時代

わたしたちは今、時代の大きな転換期に立たされています。景気低迷、グローバル競争、少子高齢化や、環境・エネルギーなど様々な社会的課題が日々の生活を取り巻いています。さらに、東日本大震災では「生きる意味や目的」までも再考させられることになりました。そんな中、

地域活性化や食の安全、新興国への支援や日本の伝統を守るといった社会的なテーマに対する関心が年々高まってきています。一方で、新しい構想や新しい価値観を思い描き、新しい未来に向かって立ち上がる人も出てきました。彼らの行動や思いはフェイスブックやツイッターなどソーシャルメディアを通して発信され、賛同する人や応援する人のネットワークが形成されています。社会的使命や信念を持ち、決してあきらめことなくコツコツと行動を積み重ねることで少しずつ世の中を変えていく。今回のしあわせ予報では、私たちの身近にいるそんな変革者＝新しいヒーローに注目。6人（グループ）に取材し、そこから見えてきた明日を元気にするキーワードを提言しています。

■ 生活者が考えるヒーロー像は「元気をくれる」「勇気をくれる」「感動をくれる」

■ あなたにとってヒーローの条件とは？（ベスト15）

(904人中)

1位	元気を与えてくれる	608人
2位	勇気を与えてくれる	577人
3位	感動を与えてくれる	462人
4位	信念を持って行動している	435人
5位	大切なことを教えてくれる	408人
6位	周りにいい影響を及ぼす	365人
7位	熱い思いを持って行動している	319人
8位	全力でまっすぐな気持ちで行動している	317人
9位	しあわせにしてくれる	312人
10位	応援したいと思う	294人
11位	励ましてくれる	273人
12位	考え方に共感できる	266人
13位	生き方の参考になる	234人
14位	新しい価値観を教えてくれる	189人
15位	ついて行きたいと思う	179人

現代女性が考えるヒーローの条件について、ベルメゾン生活スタイル研究所のモニター会員に聞いてみると、1位は「元気を与えてくれる」2位は「勇気をあたえてくれる」以下、「感動を与えてくれる」「信念を持って行動している」と回答。他には「応援したい」「励ましてくれる」など、身近なヒーローの姿が浮かび上がってきました。

●調査期間：2011年9月9日～15日
ベルメゾン生活スタイル研究所が運営管理するWEBアンケート組織「スタイルモニター」904人から回答結果

■取材を通して見えてきた、新しい明日をつくる6つのキーワード

本レポートでは、人と人のつながりで日本を元気にするコミュニティデザイナー「山崎亮」さん、女性のパワーで農業改革に挑む「山形ガールズ農場」、里山アートの祭典を支えるサポーター「こへび隊」をはじめ全部で6人（グループ）のインタビューを掲載。今回の取材から、新しい明日をつくるための6つのキーワードが浮かび上がりました。

～新しい明日をつくる6つのキーワード～

- ① ハードではなく人の気持ち（ソフト）をデザインする。
- ② 生活者目線で、既成概念を打ち破る。
- ③ ネットワークで新しい価値をつくる。
- ④ 哲学やストーリーで顧客の共感を生み出す。
- ⑤ 自発的なサポーターに応援してもらう。
- ⑥ 日本の良さを再発見、再発掘する。

■2012年、消費トレンドは「しあわせ連鎖」

ベルメゾン生活スタイル研究所では、2011年9月に「現在のあなた、今後のあなた200項目調査」を実施。調査結果からは、自分や家族のしあわせを実感できる生活や消費だけでは満足せず、社会や未来のしあわせに貢献できるモノやコトに興味関心が向き始めていることが浮かび上がりました。自分自身はもちろん、周りの人や社会全体のしあわせにも関与していきたい、という新たな価値観の誕生です。自らが感動したことや、世の中が良くなることやすてきな未来への思いをみんなで共有し、ソーシャルメディア等を通して連鎖させていく。2012年は、しあわせ体験の連鎖が消費にも大きな影響を及ぼしていきそうです。

■「現在のあなた、今後のあなた200項目調査」より

項目	現在	今後	差
日本のものづくりを応援している	58.9%	83.9%	25.0%
自分にできる社会貢献のことを考えるようになった	40.6%	72.4%	31.8%
商品の購入代金の一部が被災地や子どもたちなどに寄付される商品を購入した	47.7%	68.2%	20.5%
モノを買うなら、社会貢献している企業から買っている	21.4%	66.1%	44.7%
エコ・省エネを考えた住まい作りをしている	53.2%	84.5%	31.3%
LED電球を使っている	31.4%	84.3%	52.9%

※現在「モノを買うなら、社会貢献している企業から買っている」人は21.4%ですが、今後「モノを買うなら、社会貢献している企業から買いたい」と答えた人は66.1%と大幅アップ。同様にエコや省エネなどの環境問題や日本のものづくりなどに関しても、今後関与していきたいと考える人が大幅に増加する結果となりました。

●調査期間：2011年9月9日～15日 ベルメゾン生活スタイル研究所が運営管理するWEBアンケート組織「スタイルモニター」1028人から回答結果

●詳細につきましては、ベルメゾン生活スタイル研究所のホームページをご覧ください。

<http://www.belle-desse.jp/about/>

◎本件に対するお問い合わせ先

株式会社千趣会

東京総務・広報部 東京広報チーム 加藤 浅川 矢治

東京都品川区北品川 5-9-11 大崎 MT ビル

TEL：03-5475-7511 FAX：03-5475-7516 e-mail：pr@senshukai.co.jp