

## 「ソーシャルビジネス・社会起業家に関する若者認知度調査」を実施

- 20代・30代の若者のうち、64%が「ソーシャルビジネス」・「社会起業家」という言葉を聞いたことがある
- 42.2%が「テレビ」を経由して「ソーシャルビジネス」・「社会起業家」について知ったと回答
- 最も認知度の高いソーシャルビジネスは、日本ブラインドサッカー協会

次世代を担う若者への機会提供を通し、起業家型リーダーの輩出と、社会にイノベーションを生み出すことを目指すNPO法人ETIC.（所在地：東京都渋谷、代表理事：宮城治男 以下 ETIC.）は、ソーシャルビジネス・社会起業家というコンセプトに関する認知度調査を実施しました。なお、本調査は、株式会社セレス（所在地：東京都港区、代表取締役：都木聡 以下セレス）の協力を得て、セレスの運営するポイントサイト・モッピーの登録会員を母集団とする全国の20代・30代の男女を対象としております。

近年、「ソーシャルビジネス」やその担い手である「社会起業家」に注目が集まっています。ETIC.が2013年5月より開始したソーシャルビジネス/NPO/ベンチャーに特化した求人サイト「DRIVE（<http://www.etic.or.jp/drive/>）」では、これからソーシャルビジネスの担い手となるであろう20代・30代の認知度や関心・経路について本調査で明らかにすることにより、今後の取り組みに活用していく所存です。以下に調査から得られた主要な示唆をまとめ、報告いたします。

### <要約>

- 20代・30代の若者の64%が、ソーシャルビジネス・社会起業家という言葉を知ったことがある。また、全体の7%は「内容まで詳しく知っている」と答えている。
- 20代・30代の若者のうち42.2%が「ソーシャルビジネス」、「社会起業家」というコンセプトをテレビ経由で認知している。次点のニュースサイトは23.7%となっており、テレビと大きく差がついている。
- 20代・30代の若者の間で最も認知度が高かったのは、「日本視覚障害者サッカー協会」の6.7%であった。以下、「株式会社マザーハウス」、「エイズ孤児支援NGO・PLAS」と続く。

### ■ 調査概要

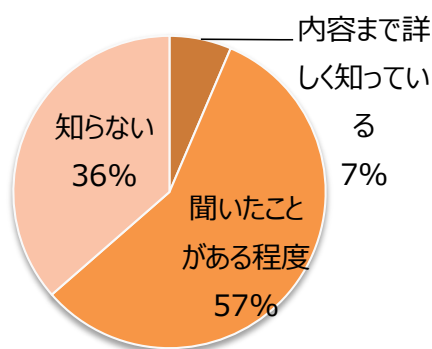
- 調査方法：インターネットによる調査
- 調査対象：全国の20代・30代の男女（セレスが運営するポイントサイト・モッピーの登録会員を母集団とする）
- 対象者構成：男性20代238名、男性30代354名、女性20代351名、女性30代367名
- 調査時期：2013年8月21日 - 2013年8月22日
- 実施機関：NPO法人ETIC.（<http://www.etic.or.jp/>）
- アンケート実施協力：株式会社セレス（アルバイト求人サイトモッピージョブを運営：<http://mpjob.jp/>）

## 「ソーシャルビジネス・社会起業家に関する若者認知度調査」を実施

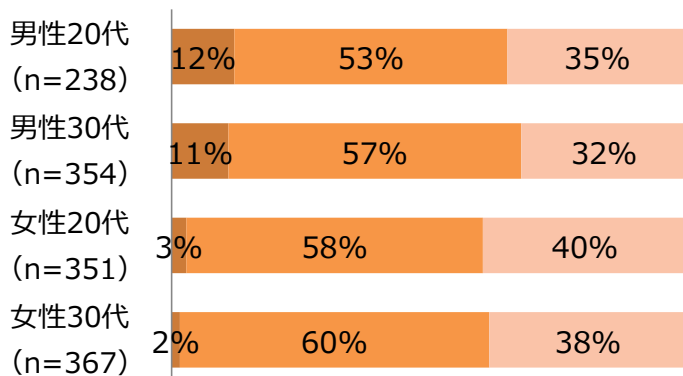
### ■ 20代・30代の64%が、ソーシャルビジネス・社会起業家という言葉を知っている。

Q1. 「ソーシャルビジネス」または「社会起業家」という言葉を知っていますか。

コンセプトの認知度 (n=1,310)



年代・性別の認知度 (n=1,310)



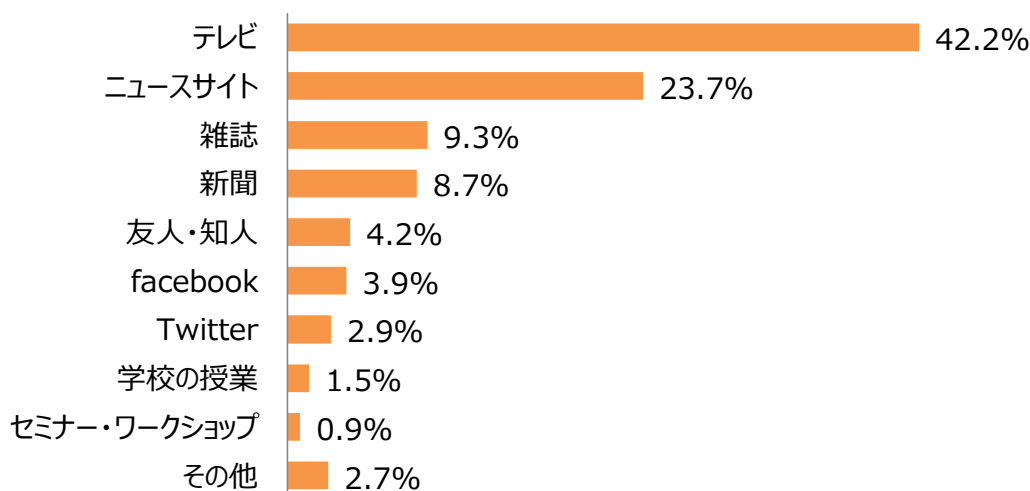
■ 内容まで詳しく知っている ■ 聞いたことがある程度 ■ 知らない

- 調査結果からは、「ソーシャルビジネス・社会起業家という言葉を知っている」20代・30代は6割を超えていることがわかった。また、全体の7%は「内容まで詳しく知っている」と答えている。
- 女性よりも男性のほうが「詳しく知っている」割合が高い傾向がある。20代と30代の各年代間における認知度の差異はみられなかった。

### ■ テレビ経由での認知が43.7%と圧倒的に多く、ニュースサイトの23.7%と続く。

Q2. 「ソーシャルビジネス」「社会起業家」をどういった経路で知りましたか。(複数回答)  
(集計ベース: Q1で「内容まで詳しく知っている」「聞いたことがある程度」と回答した人)

「ソーシャルビジネス・社会起業家」コンセプト認知経路 (n=822)



- 20代・30代の若者のうち42.2%が「ソーシャルビジネス」「社会起業家」というコンセプトをテレビ経由で認知している。次点のニュースサイトは23.7%となっており、テレビと大きく差がついている。
- テレビ・ニュースサイトに続く認知経路としては、雑誌(9.3%)や新聞(8.7%)が挙げられており、facebook(3.9%)や、Twitter(2.9%)などソーシャルメディアは雑誌・新聞の半数程度となっている。

## 「ソーシャルビジネス・社会起業家に関する若者認知度調査」を実施

### ■ 20代・30代の若者の間で最も認知度が高かったのは「日本ブラインドサッカー協会」

Q3. リストの団体・企業の中で、ご存知のものを全てお答えください。

(30事業者のリストから複数回答)

ソーシャルビジネス認知度ランキング (n=1,310)

#	事業者名	認識率
1	日本ブラインドサッカー協会	6.7%
2	株式会社マザーハウス	5.0%
3	エイズ孤児支援NGO・PLAS	4.1%
4	NPO法人かものはしプロジェクト	3.4%
5	株式会社スワン	3.3%
6	ココ・ファーム・ワイナリー	2.9%
	株式会社大地を守る会	2.9%
8	NPO法人ETIC.	2.6%
9	ケア・センターやわらぎ	2.5%
10	有限会社ビッグイシュー日本	2.4%

- ・ 20代・30代の若者の間で最も認知度が高かったのは、「日本ブラインドサッカー協会」の6.7%であった。以下、「株式会社マザーハウス」、「エイズ孤児支援NGO・PLAS」と続く。

※ 本調査に用いた30の事業者リストは、経済産業省、日本経済新聞社、ダイヤモンド社等による社会起業家特集記事等を参考に作成した。

※ 本調査における回答率は、事業者名の認知度を問う設問への回答であり、サービス内容や起業家本人の認知度とは異なる点に注意が必要である。

**団体名称** : 特定非営利活動法人エティック

**URL** : <http://www.etic.or.jp/>

**所在地** : 東京都渋谷区神南1-5-7 APPLE OHMIビル4階

**代表者** : 代表理事 宮城治男

次世代を担う起業家型リーダーの育成をミッションに、年間250名のベンチャー企業へのインターンのコーディネート、50名以上の起業家が参加する様々な社会起業家支援プログラムを実施しています。

#### 【本件に関する報道関係の方のお問い合わせ先】

<http://www.etic.or.jp/drive/contact> (担当: 石川、石塚)

※掲載用データ画像をご希望の際にも、お気軽にご連絡ください。