

広告効果とフェアトレード

B4班

1. 背景・理由

私達の班は1年次の探究活動において、広告心理が消費者に与える影響について調べた。そこで、その結果を生かして絶対的貧困に関係の深いフェアトレード商品のさらなる売り上げの向上、発展に貢献できないかと考えた。ここでは、フェアトレード商品の売上向上を目指すことに焦点をあてて調査を行った。

2. フェアトレードって知ってる??

私たちはまず、人々がフェアトレード商品に対してどのような印象を持っているのか調査した。

Q1、フェアトレードを知っていますか？

はい…**89.3%**

いいえ…**10.7%**

Q2、フェアトレード商品を買ったことがありますか？

はい…**37.7%**

いいえ…**62.3%**

この調査から、フェアトレードを知ってはいるが、商品を買ったことがある人は少ないことがわかった。では、何故買わないのだろうか。そのことについても調査を行うと、次のような結果になった。

Q3、なぜフェアトレード商品を買わないのですか？

高いから…**16.1%**

見たことがないから…**36.1%**

どれなのか分からないから…**43.2%**

美味しなさそうだから…**4.6%**

3. フェアトレード商品を買ってもらおう！

そこで、私たちはこれらの結果を考慮しつつ、フェアトレード商品を買ってもらうためにポスターを制作し、実際にそのポスターを使って学校でフェアトレード商品を販売した。以下の仮説を立て、どのポスターをみたら人々が商品を買いたくなるかを調査した。

A. 美味しさが伝われば買うのではないかな

B. 写真などで困っている人の現状を見れば買おうと思うのではないかな

C. フェアトレードの仕組みが分かれば買おうと思うのではないかな

〈実験方法〉

実際に以下の3つのポスターを作り、どのポスターを見て商品を買いたくなったかを購入前に聞いて、集計する。どのフロアからも見える中庭で、人が多く集まる昼休みにいった。販売した商品は People Tree®さんの Fair trade chocolate Milk (ご協力ありがとうございました！)。

Q. 4つのポスターのうち、どのポスターを見てフェアトレード商品を買いましたか？

A: 美味しさを伝える

B: 善意に語りかける



C: Focus on fair trade mechanism. Text: '深い奇麗にびっぴりとりけるおわりと... フェアトレード商品'"/>

結果

フェアトレードって、知っていますか？



調査の結果、1番多かったのはAのポスターだった。Aのポスターは、美味しさを伝える意図があった。結局人は人を助けたいという意味で商品を買うのではなく、美味しい物を食べたいという、自分の欲望のために買うのだろうと私たちは考えた。また、本来フェアトレード商品には、私たち先進国の人々が社会問題を解決しようという意図があるはずだ。しかし、広告を使ってフェアトレード商品を買ってもらおうとする時、広告は社会問題に対する意識の向上よりも人々の欲望にそったものが適しているのではないだろうか。

<参考文献> <https://www.peopletree.co.jp/s/index.html>

<https://www.morinaga.co.jp/1choco-1smile/fairtrade/>

<http://www.thinktheearth.net/jp/sp/thinkdaily/news/business/796flo-report.html>

matome.naver.jp/m/odai/2132367467608287801

<http://www.city.nagoya.jp/kankyo/page/0000067374.html>