

## 平成 29 年度 財団せせらぎ 助成金使用報告書

所属	シナリービヨンド	職名	代表	助成金額	20 万円																																					
氏名	間瀬 千里		印																																							
研究や活動等のテーマ（申請書に記入した内容を記入すること。）																																										
ファッション業界の生産過程における社会的問題への認知向上とエシカル消費の啓発普及																																										
助成金の使用実績の概要（日本語で記入すること。図・グラフ等の記載は必須ではない。）																																										
<p>■ 使用概要： エシカル消費の認知向上啓発における効果的なメッセージングの市場リサーチ(複数シナリオでの AB テスト実施)、</p> <p>■ 内容/目的： 現状課題として、日本のエシカルファッション市場は他の先進国と比較しても極めて小さい。また極端に安く早く商品投入をしている業界の背景に社会的な問題(途上国での労働搾取、児童労働、人権侵害、環境破壊等)が生まれていること自体を認知している層も少ない。 エシカルという概念や社会的な問題を認知している層の中でのみ完結してしまっている傾向がある。まだ問題に気づいていないけれど知ることによって率先してエシカルコンシューマーとして活動、発信していく可能性のある潜在ターゲットの掘り起こしが必要。しかし日本市場におけるそのためのメッセージフレームワークはまだ見つけられていないのが現状。 問題への認知や消費を通じての活動への啓発を新しい層へ進めるための効果的なメッセージングフレームワーク作成をサポートする市場リサーチを各種 Web メディアを使用して実施。 潜在的受容層への認知促進と、エシカルなライフスタイルを文化として浸透させていくための重要なステップとして進めていく。</p> <p>■ 結果： 対象メディア ; Facebook、Instagram</p> <p>表 1. ターゲット毎、メッセージ毎の平均 CTR</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th rowspan="2"></th> <th colspan="4">Messaging</th> <th rowspan="2"></th> </tr> <tr> <th>1. じぶんごと喚起</th> <th>2. ファクトベース</th> <th>3. デザイン</th> <th>4. Mindfulness Life Style</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Targeting</td> <td>1. 国際関係/途上国</td> <td>1.82%</td> <td>2.13%</td> <td>0.60%</td> <td>1.95%</td> <td>1.76%</td> </tr> <tr> <td>2. オーガニック/エコ</td> <td>1.54%</td> <td>2.91%</td> <td>1.74%</td> <td>1.53%</td> <td>1.87%</td> </tr> <tr> <td>3. ファッション感度高い</td> <td>0.91%</td> <td>0.74%</td> <td>0.49%</td> <td>0.81%</td> <td>0.79%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>1.32%</td> <td>1.51%</td> <td>1.32%</td> <td>1.18%</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲット全体では、ファクトベースでのメッセージが一番反応がよい。ターゲットとしてはオーガニック/エコへの興味が高い層が全体的に反応している。</li> <li>ターゲット毎では、国際関係に興味のある層はファクトベース、Mindfulness のメッセージによく反応。オーガニック/エコに興味のある層では圧倒的にファクトベースが高く、次にデザインに反応。ファッション感度の高い層では全体的に低めだがじぶんごと喚起と Mindfulness に反応。</li> </ul>								Messaging					1. じぶんごと喚起	2. ファクトベース	3. デザイン	4. Mindfulness Life Style	Targeting	1. 国際関係/途上国	1.82%	2.13%	0.60%	1.95%	1.76%	2. オーガニック/エコ	1.54%	2.91%	1.74%	1.53%	1.87%	3. ファッション感度高い	0.91%	0.74%	0.49%	0.81%	0.79%			1.32%	1.51%	1.32%	1.18%	
		Messaging																																								
		1. じぶんごと喚起	2. ファクトベース	3. デザイン	4. Mindfulness Life Style																																					
Targeting	1. 国際関係/途上国	1.82%	2.13%	0.60%	1.95%	1.76%																																				
	2. オーガニック/エコ	1.54%	2.91%	1.74%	1.53%	1.87%																																				
	3. ファッション感度高い	0.91%	0.74%	0.49%	0.81%	0.79%																																				
		1.32%	1.51%	1.32%	1.18%																																					
助成金の使用金額及び使途																																										
<p>■ 助成金使用項目内訳：</p> <p>テスト用シナリオ素材三 4 種作成 撮影・クリエイティブ 6 万円</p> <p>リサーチテスト 配信、ランディングページ、分析 16 万円</p> <p style="text-align: right;">計 22 万円 (うち 20 万円を本助成金にて補填)</p>																																										
助成金を使用した成果に関する発表（インターネットに公表されている場合は URL を記載すること。）																																										
<p>今後以下サイトからのインフォグラフィクス動画の開発・発信やメッセージングに結果を反映していく予定。 <a href="http://scenerybeyond.com/">http://scenerybeyond.com/</a></p>																																										