

2012年7月15日

報道関係者各位

株式会社ツバルの森

個人投資家の食品銘柄や株主優待に対する動向や評価等の調査

- ◎個人投資家にとって、食品銘柄への投資は、「株主優待」目的が主
- ◎投資価格 15 万円前後が、投資検討の有効な価格帯
- ◎食品銘柄に投資するかどうかは、「魅力的な株主優待」が判断材料の一つ
年間 5000 円相当額以上の株主優待内容だと、多くの人が魅力的と感じる

環境コミュニケーション会社である株式会社ツバルの森(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:三嶋浩太、以下「ツバルの森」)は、個人投資家の食品銘柄や株主優待に対する動向や評価等を把握が目的の調査を実施いたしました。

調査手法はインターネットリサーチで行い、調査期間は 2012 年 5 月 10 日(木)～5 月 16 日(水)で、有効回答数は 1,070 名から得られました。

■調査概要

コンセプト	個人投資家の食品銘柄や株主優待に対する動向や評価等を調査
調査方法	インターネットリサーチ
調査対象	食品銘柄に関心、保有または売買経験のある個人投資家
有効回答数	合計 1,070 名 (性別: 女性:265 名、男性:794 名) (年代: 20 代以下:39 名、30 代:155 名、40 代:323 名、50 代:208 名、 60 代:222 名、70 代:105 名、80 代以上:8 名)
調査日時	2012 年 5 月 10 日(木)～5 月 16 日(水)
調査機関	株式会社ツバルの森

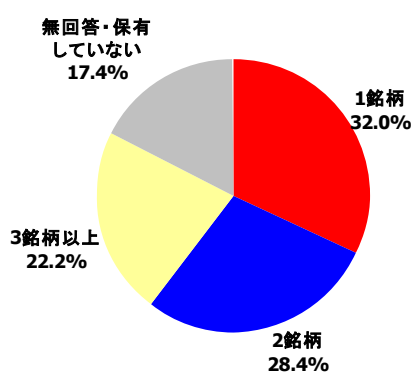
■調査結果

◎食品銘柄への投資者の50%以上は複数の食品銘柄に投資している

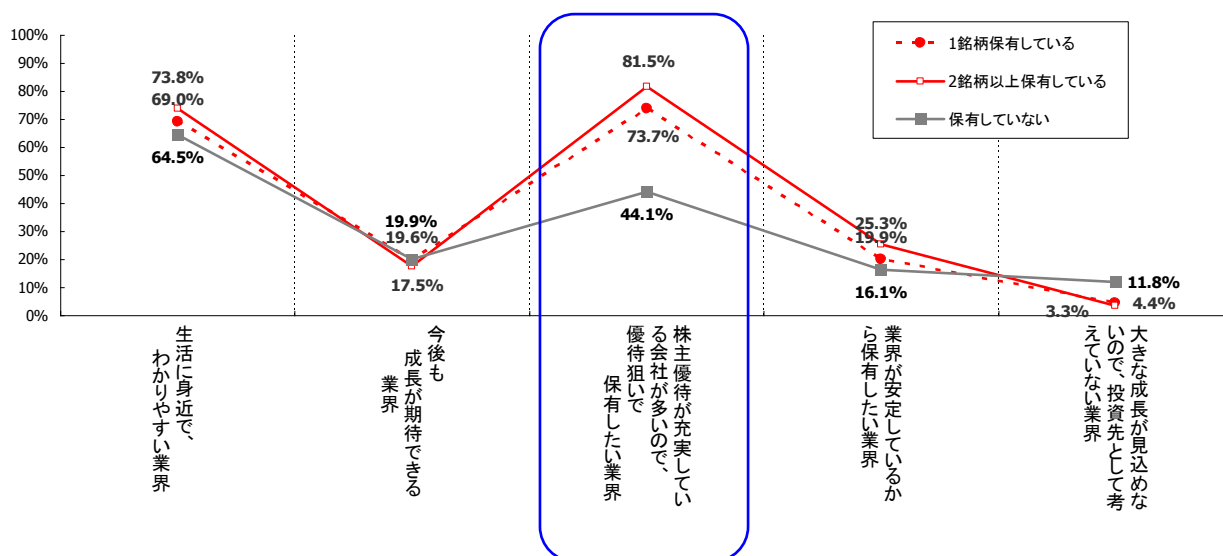
◎キャピタルゲイン等の成長は期待されず、約8割が「株主優待品」目的での投資

今回の10の食品銘柄を対象とした調査では、1銘柄のみの食品銘柄への投資は32.0%で、50%以上は2銘柄以上の食品銘柄に投資している結果となりました。その投資目的は「株主優待」を目的としたものが約8割で、複数の食品銘柄を保有し、日頃使う食品等を株主優待を通じて受け取りたいという傾向が見られます。

回答者の食品銘柄の保有状況



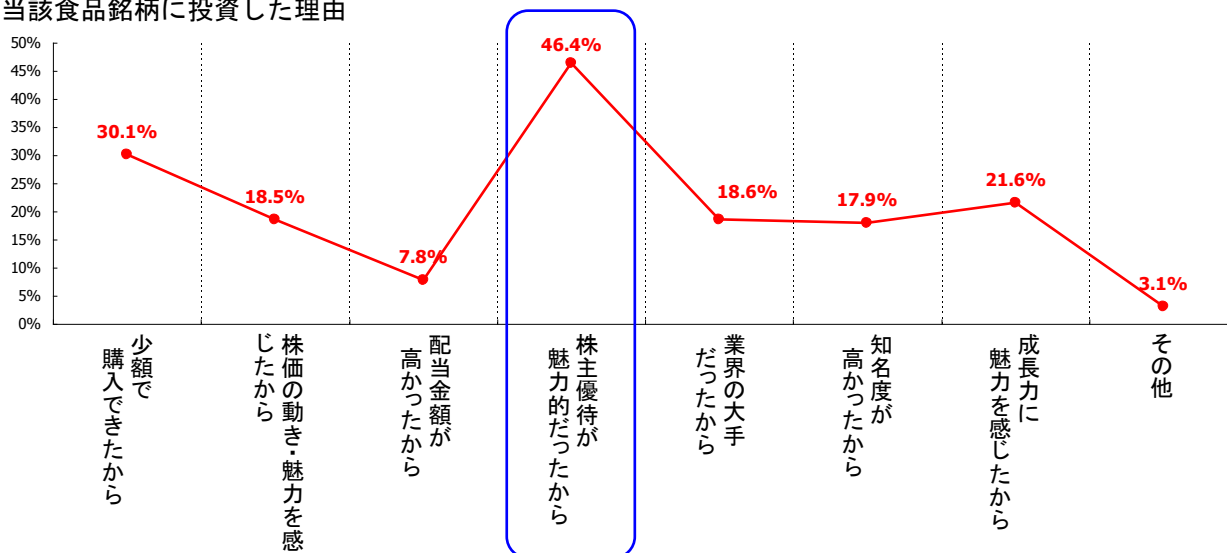
食品銘柄に対する印象



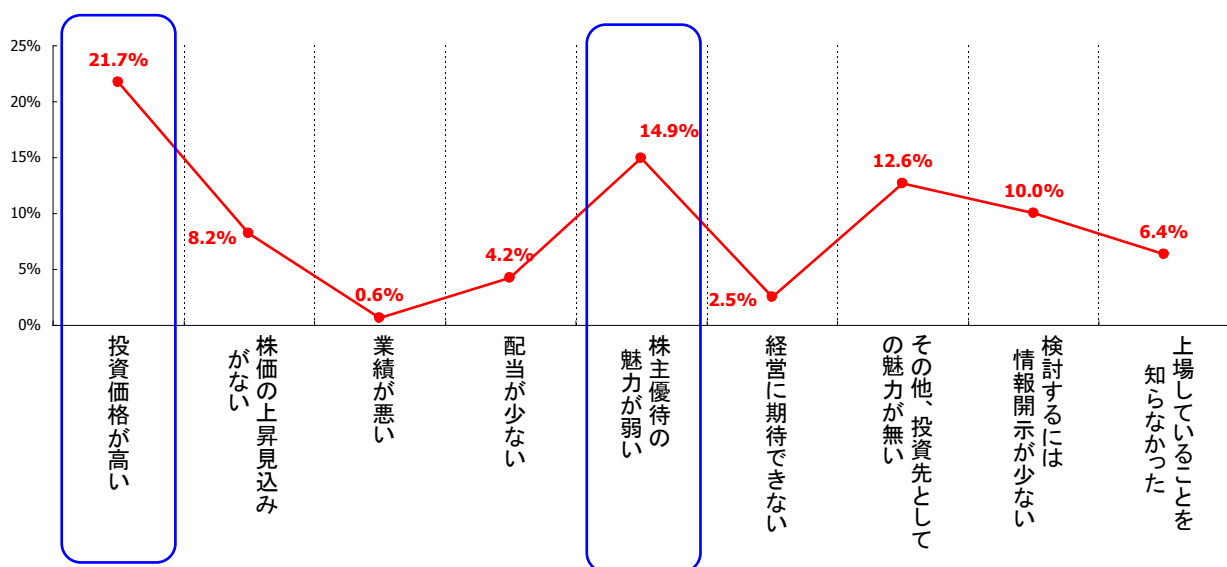
◎食品銘柄に投資するかどうかは、「魅力的な株主優待かどうか」が判断材料の一つ

今回の10の食品銘柄を対象とした調査では、当該食品銘柄を投資した理由・投資しない理由をみると、投資した理由では「株主優待が魅力的だったから」「少額で購入できたから」「成長力に魅力を感じたから」と続き、投資しない理由では「投資価格が高い」「株主優待の魅力が弱い」「その他、投資先の魅力が弱い」となりました。

当該食品銘柄に投資した理由



当該食品銘柄に投資しない理由

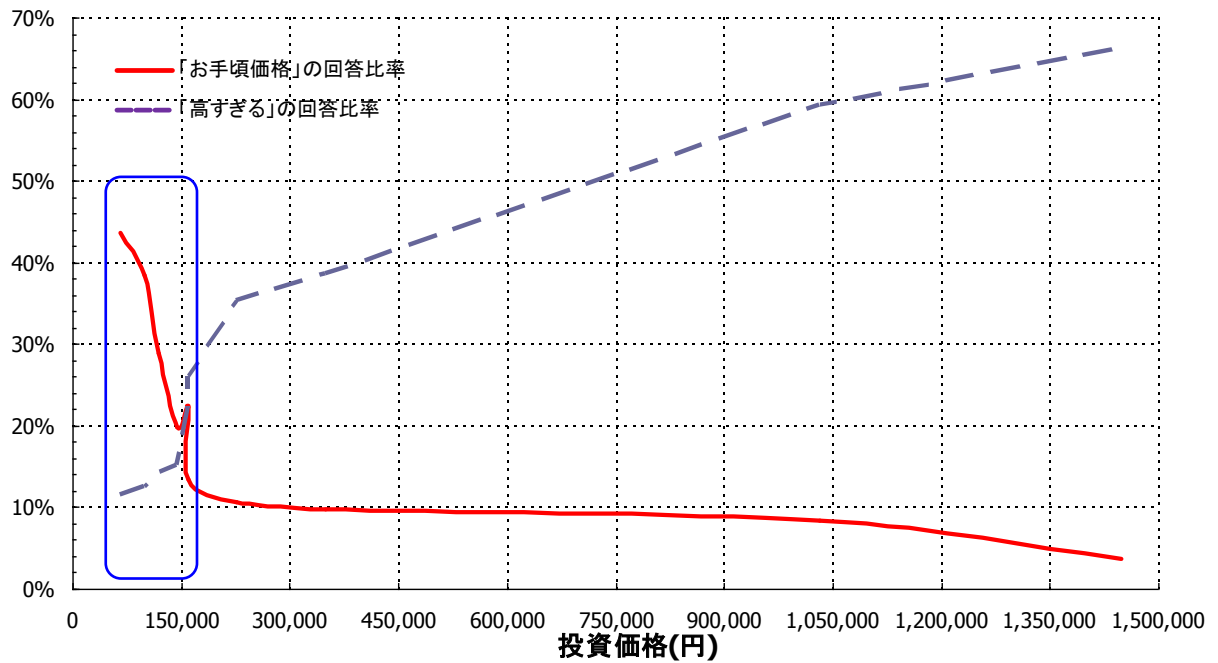


※上2図は、各食品銘柄の投資した理由・投資しない理由の全体比率をまとめたもの

◎15 万円前後が投資価格として有効な価格帯

今回の 10 の食品銘柄の投資価格に対して「お手頃価格か」「高いか」という印象を見ると、投資価格が高くなるほど「高すぎる」という回答が高くなり、「お手頃価格」の回答が低くなりました。投資価格が 15 万円未満の場合、「お手頃価格」と感じる傾向があります。

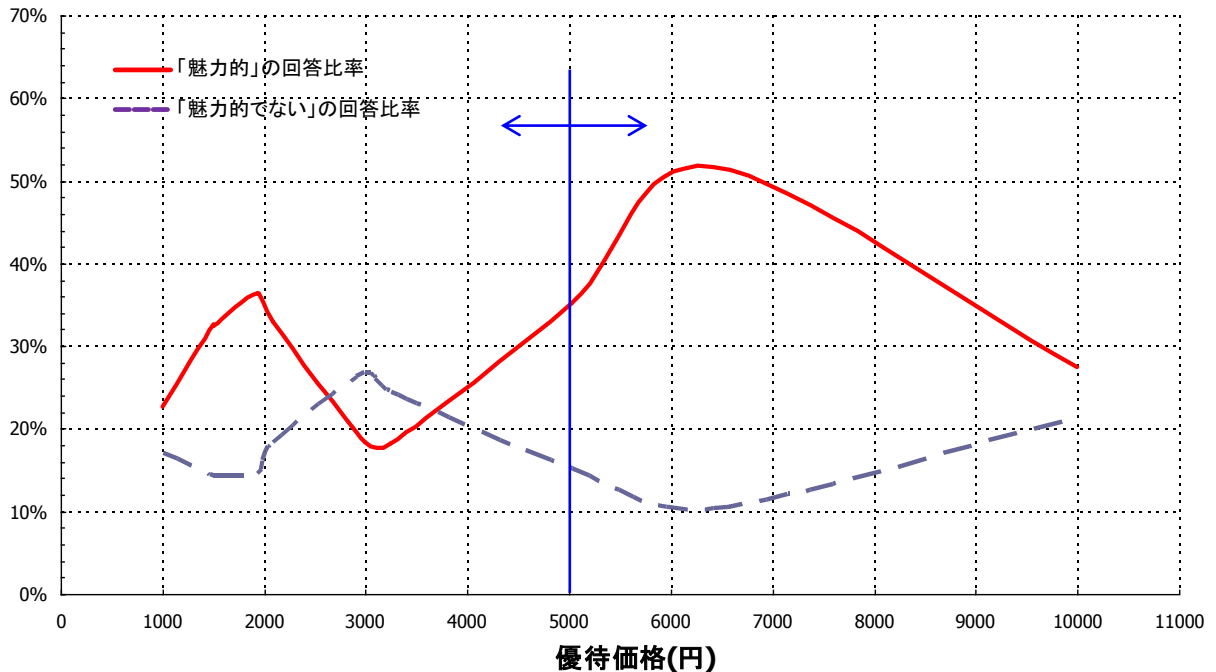
投資価格の反応



◎5000 円相当以上の株主優待の場合、多くの方が魅力的と感じる

今回の 10 の食品銘柄の株主優待内容に対して「魅力的」かどうかの回答を見ると、優待内容が約 5000 円相当以上の場合、「魅力的」と思う回答者が増える傾向が見られます。

株主優待の反応



※各株主優待を年間受取金額に変換してまとめたもの

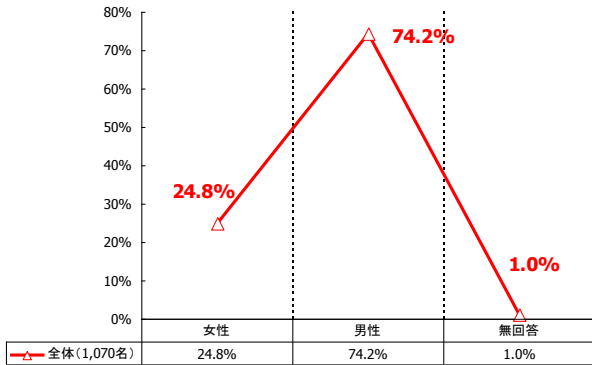
株主優待に対するコメント (TOP5)

順位	満足している点
1	日頃使っている食品等がもらえると嬉しい
2	株主限定品をもらえると満足する
3	普段買わないモノをいただくと、企業の商品の新たな発見になる
4	ずっしりと重い、飲料の現物、お米の現物の株主優待をもらえると満足する
5	家族でつかえるものだと嬉しい

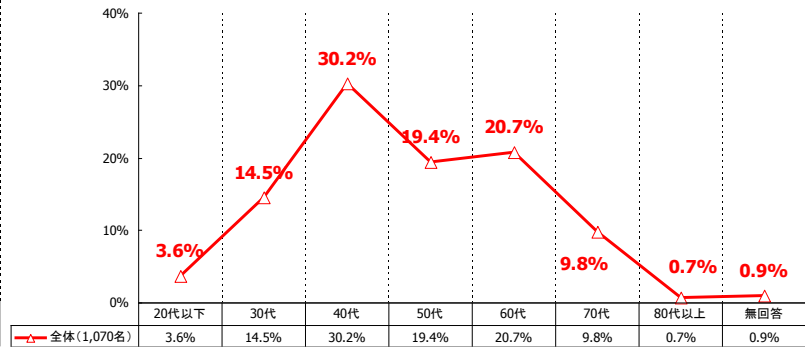
順位	不満と思っている点
1	株主優待を行うのであれば、配当金額を上げてほしい
2	不要なモノも送られてくる場合があるので、選択制にしてほしい
3	日持ちしないモノは送らないでほしい
4	食品等の場合、量が多すぎて、使いきれないことがある
5	調味料・食品系の商品は、スーパー等のお店で安く変えることがあるので、もらっても嬉しくない

■基本属性

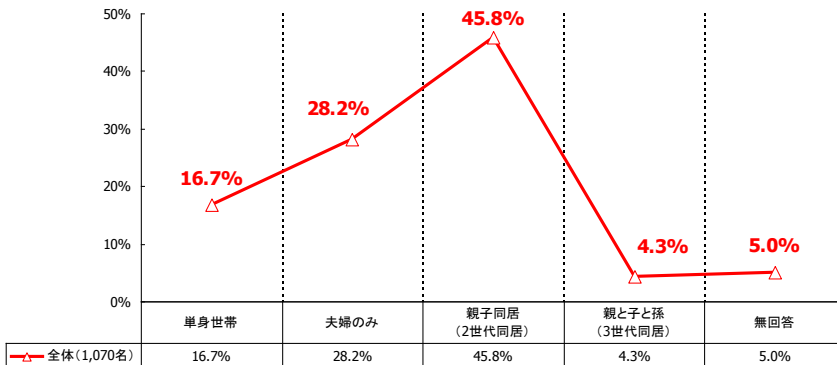
◎性別



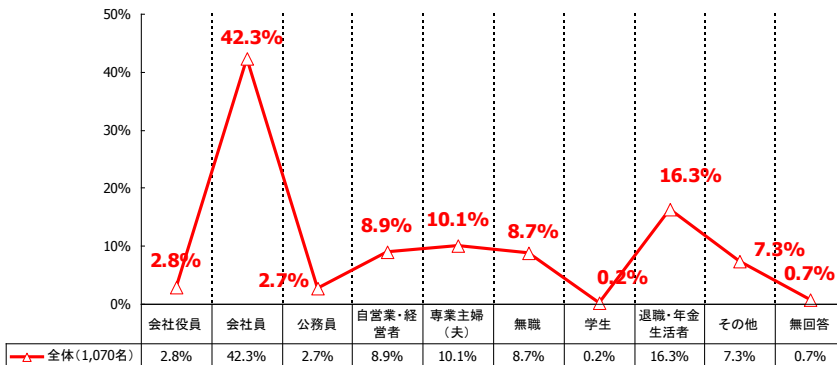
◎年代



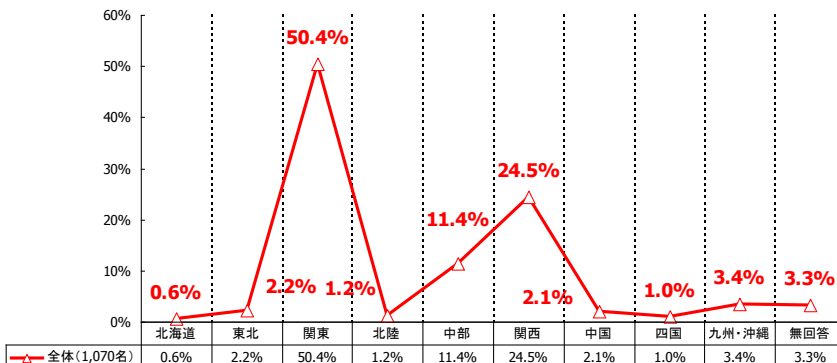
◎世帯構成



◎職業



◎住居エリア



以上

本記載の調査結果へのリンクはフリーです。データを引用する場合は、「ツバルの森」の調査であることを明記してください。

モニター会員を活用したマーケティング調査について

ツバルの森のモニター会員を活用したマーケティング調査のご依頼も承っております。詳細および申し込みは、「ツバルの森」の Web サイト <http://www.tuvalu-forest.jp/> をご覧ください。

株式会社ツバルの森について

ツバルの森は、低炭素社会の実現を目指す、環境コミュニケーション会社です。環境メッセージを伝えたい企業・団体に、二酸化炭素(CO2)などの温室効果ガスの削減に貢献できる環境貢献活動と、販売促進、PR 活動、IR 活動などを組み合わせた環境コミュニケーションを提供しております。

- 名 称: 株式会社 ツバルの森
- 代 表: 代表取締役社長 三嶋 浩太(みしま こうた)
- 所 在 地: 東京都千代田区飯田橋 4-7-11
- 資 本 金: 2,300 万円
- U R L: <http://www.tuvalu-forest.jp/>

【報道関係者からのお問合せ先】

株式会社ツバルの森 広報担当 木下

TEL. 03-6380-9939

E-mail. pr-ir@tuvalu-forest.com