

## 20回目となるグローバルな信頼度調査「2020 エデルマン・トラストバロメーター」で 他国では類を見ない日本的な信頼パラドックスが明らかに

～比較的安定した国内情勢と過去最低レベルの失業率にも関わらず、  
5年後の経済見通しが良くなっていると答えた日本人はわずか15%～

エデルマン・ジャパン株式会社(東京都港区、代表取締役:ロス・ローブリー)は本日、世界28カ国・地域、約34,000人を対象に実施した第20回信頼度調査「2020 エデルマン・トラストバロメーター」(2020 Edelman Trust Barometer)の日本の調査結果を発表しました。

本調査結果の信頼度指標「トラスト・インデックス」(国民の自国の政府、企業、メディア、NGOに対する信頼度の平均値)においては、日本は昨年からの3ポイントの上昇を見せたものの、ランキングではブレグジットのイギリスと同位で、昨年同様ロシアに次いで2番目に低い結果となり、依然として自国に対する信頼度の低い国であることが明らかとなりました。



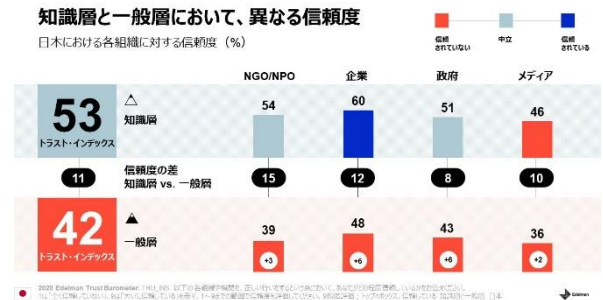
### ◆5年後の経済的な見通しを憂う日本人が抱える信頼のパラドックス

日本においては、「自分と家族の経済的な見通しについて、5年後の状況が良くなっている」と答えた日本人回答者はわずか15%に過ぎず、比較的安定した国内情勢や記録的な低失業率にも関わらず、調査対象28カ国・地域の中で、日本人は最も自国の将来に対して悲観的であることが明らかになりました。



一方で、自国の方向性に不満を持ったり、取り残されてしまう不安を抱えたりしている人は比較的少ないことがわかりました。「自分のような人がこの国でかつて享受していた尊敬と尊厳を失っている」と心配していると答えた日本の回答者は **42%**であり、**28カ国・地域平均の 57%**よりも低く、調査対象国の中でも **2番目**に低い結果となりました。

世界的な傾向と同様に、日本では知識層と一般層の間に **11ポイント**もの信頼度の差があり、二桁の信頼格差を持つ **23カ国・地域**の中の一国です。政府、企業、メディア、NGO の **4つの組織や機関のうち、信頼度が 60%以上と高いのは知識層の企業に対する信頼度のみで、一般層の各組織や機関に対する信頼度は 50%を下回っています。**



◆信頼を得る鍵となる二つの属性「能力」と「倫理観」。企業に求められる社会問題へのアプローチ

エデルマンは **20年**にわたり、信頼を測定するためのモデルを進化させてきました。その過程において、信頼の鍵となる要因として、能力(約束を果たすこと)と倫理的行動(正しいことをし、社会に貢献すること)という二つの異なる属性を特定しました。能力が高いことはもちろん、これまで以上に組織が倫理的に正しい行いを行うことが求められています。

日本では回答者の **85%**が、「自分の勤務先の **CEO** が社会問題について発言することが重要である」と考えており、**59%**が、「**CEO** は政府から変革を迫られるまで待つのではなく、自ら変革を主導すべきである」と考えていることが明らかになりました。**CEO** に発言してほしい社会問題の上位 **3つ**は、「テクノロジーの倫理的な利用」「将来の訓練、教育、職業技能」「テクノロジーと自動化、およびそれが仕事に与える影響」でした。

また一方で、企業には株主よりも全てのステークホルダーの利益を尊重することが求められています。「企業の長期的な成功にとって最も重要なのは、株主ではなくステークホルダーである」と回答した日本人は **91%**で、**28カ国・地域平均の 87%**を上回りました。また、最も重要なステークホルダーとして顧客を挙げたのは **28カ国・地域平均で 38%**であったのに対し、日本は **50%**と大きく上回りました。

エデルマン・ジャパンの代表取締役社長、ロス・ローブリーは次のように述べています。「本調査では、日本には他国では類を見ない信頼パラドックスが存在することが判明しました。日本人の大多数が、比較的国内情勢が安定しているにもかかわらず、長期にわたって自国組織への信頼度が低い水準で推移しており、将来的に自分を取り巻く経済的な状況にも悲観的です。日本で信頼を得るためには、パーパスやビジョンを明確に体现することが重要です。他の組織とパートナーシップを組んで社会問題に取り組むなど、これまで以上に組織の倫理的な姿勢を可視化していくことが必要なのではないのでしょうか。」

「2020 エデルマン・トラストバロメーター」のその他の調査結果:

- 年代別の信頼度においては、今回初めて調査対象に加わったジェネレーション Z 世代 (18歳～24歳) が、正しい行いをしているという点において、組織や機関を最も信頼していないことが明らかになりました。



- 日本の回答者の **77%**が「政府は効果的に規制できるほど最新技術について深く理解していない」と答え、**25** カ国・地域平均の **61%**を大きく上回りました。
- 昨年大幅に上昇した日本企業に対する信頼度は、**26** カ国・地域中 **14** カ国・地域において低下しました。日韓貿易摩擦の影響を受けてか、韓国人の日本企業に対する信頼度は **19** ポイントも急落し、**26%**となりました。
- 日本人の検索エンジンに対する信頼度は **52%**と、依然として日本で最も信頼されている情報源であり、トラディショナルメディアに対する信頼度 (**41%**)を **11** ポイント上回っています。

#### エデルマン・トラストバロメーターについて

「2020 エデルマン・トラストバロメーター」は、今年で **20** 年目となるグローバルな信頼度調査です。本調査は調査会社 **Edelman Intelligence** が、2019年10月19日から11月18日にかけて、一人当たり **30** 分のオンライン調査を実施しました。調査対象は、**6,200** 人の知識層を含む、**28** カ国・地域の約 **34,000** 人です。知識層とは、**25** 歳から **64** 歳で、学歴が大卒以上、世帯収入が各国の同世代と比較して上位 **25%**以内、少なくとも週に数回はビジネスや公共政策に関するニュースを見たり読んだりしているか、そうした情報に関心を持っている層を指します。詳細は、<https://www.edelman.com/trust-barometer> をご覧ください。

#### エデルマンについて

エデルマンは、企業や組織のブランドとレピュテーションを **Evolve, Promote, Protect** (進化、促進、保護)するためのコミュニケーションサービスをグローバルに展開しています。世界 **60** 都市を超える拠点に所属する約 **6,000** 人の社員が、お客様がステークホルダーから信頼を獲得し、確信をもって行動できるよう、コミュニケーション戦略を提供しています。カンヌライオンズ国際クリエイティビティ・フェスティバルにおける PR 部門のグランプリ受賞をはじめとし、Advertising Age 誌の 2019 年 A-List、Holmes Report の 2018 年 Global Digital Agency of the Year に選ばれ、Glassdoor の Best Places to Work にもこれまで **5** 度選出されています。1952 年の創業以来、変わることなく非上場のファミリー企業であり続けるとともに、専門性の高いサービスを提供するために、リサーチに特化したエデルマン・インテリジェンスや、エンターテインメント、スポーツ、ライフスタイル分野に特化したユナイテッド・エンターテインメント・グループを保有しています。

詳細は [www.edelman.jp](http://www.edelman.jp) をご覧ください。

お問い合わせ先:エデルマン・ジャパン株式会社  
大野 Tel: 03-4360-9000 / Email: [TrustBarometerJapan@edelman.com](mailto:TrustBarometerJapan@edelman.com)