



## エシカル消費の現状と普及に向けた課題

一般社団法人エシカル協会理事 大久保 明日奈

2022年7月8日

# 目次

---

---

1. エシカル協会 活動概要

---

2. エシカル消費の現状

---

3. エシカル消費普及における課題と事業者・行政に期待すること

---

# 1. エシカル協会 活動概要

一般的に言うエシカルってなに？

# エシカル=倫理的な

法的な縛りはなくても、  
多くの人たちが正しいと思っていること。  
本来、人間が持つ良心から発生した  
社会的な規範こそがエシカル。

# エシカルとは

人・社会・地球環境・地域に  
配慮した考え方や行動。

# エシカル協会のミッション

エシカルの本質について自ら考え、行動し、  
変化を起こす人々を育む。

そうした人々と共に、  
エシカルな暮らし方が幸せのものさしとなっている  
持続可能な世界を実現する。

# エシカル協会の活動

## エシカル・コンシェルジュ講座



## 政府・行政への働きかけ： 2050年カーボンニュートラル・全国 フォーラム



## 企業・自治体・教育機関などでの講演



## 政府・行政への働きかけ： 消費者庁ワークショップ



# 協会とともにエシカルな社会を目指している企業

株式会社KAWAGUCHI

ミヤザワ株式会社

豊島株式会社

株式会社わらわら

グロースエクスパートナーズ株式会社

井関産業株式会社

株式会社Borderless Creations

株式会社ビオスタイル

株式会社新英

株式会社クラハシ

花王株式会社

株式会社トレードワークス

Mazza株式会社

ラクサス・テクノロジーズ株式会社

株式会社山櫻

BONZA AUSTRALIA PTY.LTD

東京サラヤ株式会社

株式会社Innovation Design

株式会社JEPLAN

株式会社トラストリッジ

株式会社the continue.

株式会社ニシダ

株式会社サンダース・ペリー化粧品

アインズ株式会社

特定非営利活動法人ビューファ

株式会社 Future Vision

日本自然エネルギー株式会社

株式会社サザビーリーグ

雪ヶ谷化学工業株式会社

DXOホールディングス株式会社

8thCAL株式会社



## 2. エシカル消費の現状

# エシカル消費とは

地域の活性化、雇用なども含む、  
人・社会・地球環境に  
配慮した消費やサービスのこと

# エシカル消費の分類(山本良一先生資料一部引用)

## 環境への配慮



- グリーン購入
- 再生可能・自然エネルギー
- 有機農産物・綿
- 国産材・間伐材
- カーシェア・サイクルシェア
- 省エネ商品
- 動物福祉製品
- 認証ラベル製品  
(水産物、森林など)
- リサイクル・アップサイクル
- ワンウェイプラスチックの代替品

## 社会への配慮



- フェアトレード製品
- 障がい者支援につながる製品
- 寄付付き製品
- 社会的責任投資
- エシカル金融

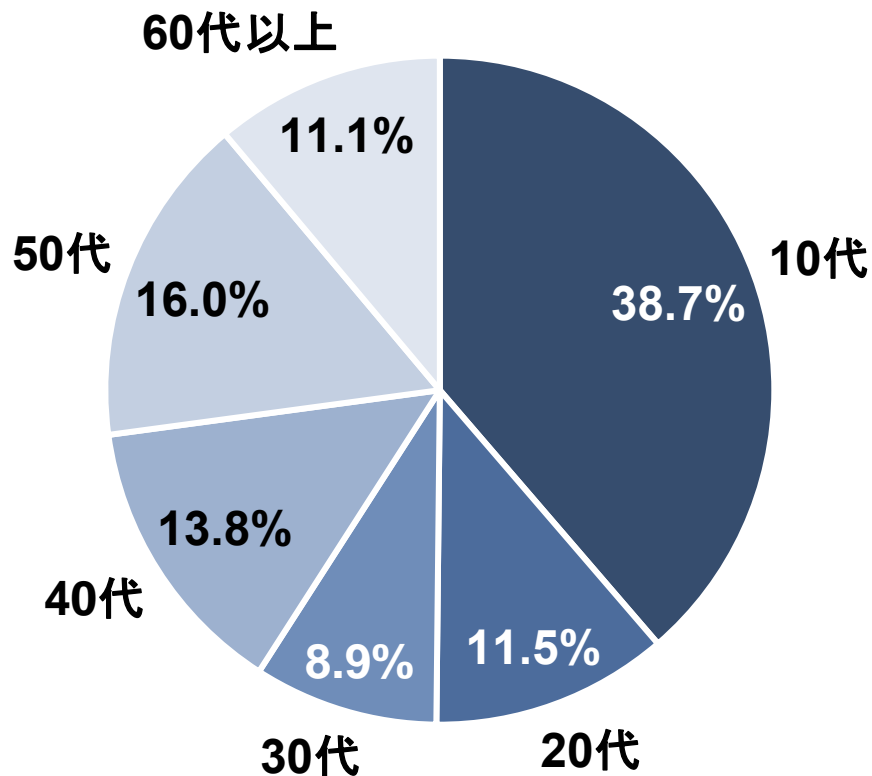
## 地域への配慮



- 地産地消
- 地元商店での買い物
- 応援消費
- 伝統工芸

# 日本におけるエシカル消費動向調査

## <回答者内訳>



## 【対象】

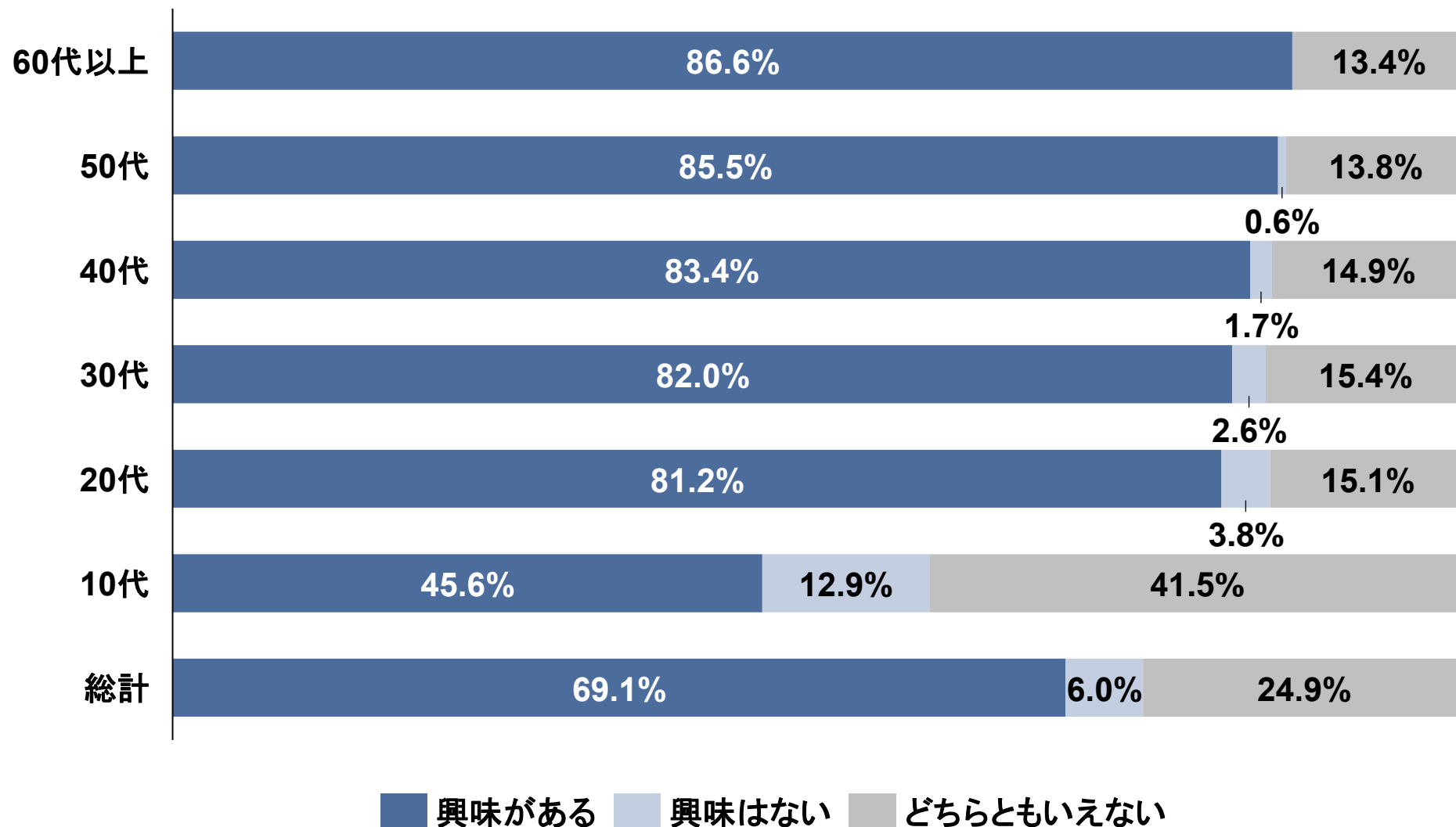
- ・ 期間: 2019年4月～2021年9月
- ・ 回答人数: 6,040名
- ・ 居住地: 47都道府県
- ・ 年齢: 10代～50代、60代以上

## <設問>

- Q1. エシカル消費について知っていること・経験したことはありますか？
- Q2. エシカル消費と聞いて最もイメージすることは何ですか？
- Q3. エシカル消費に興味はありますか？
- Q4. これまでエシカルな商品・サービスを購入したことはありますか？  
今後購入しようと思えますか？
- Q5. エシカルな商品・サービスを購入するときに参照する情報は何か？
- Q6. エシカル消費をするにあたり妥協しても良いと思える要素は何か？
- Q7. エシカルな商品・サービスを購入したくないと考える理由は何ですか？

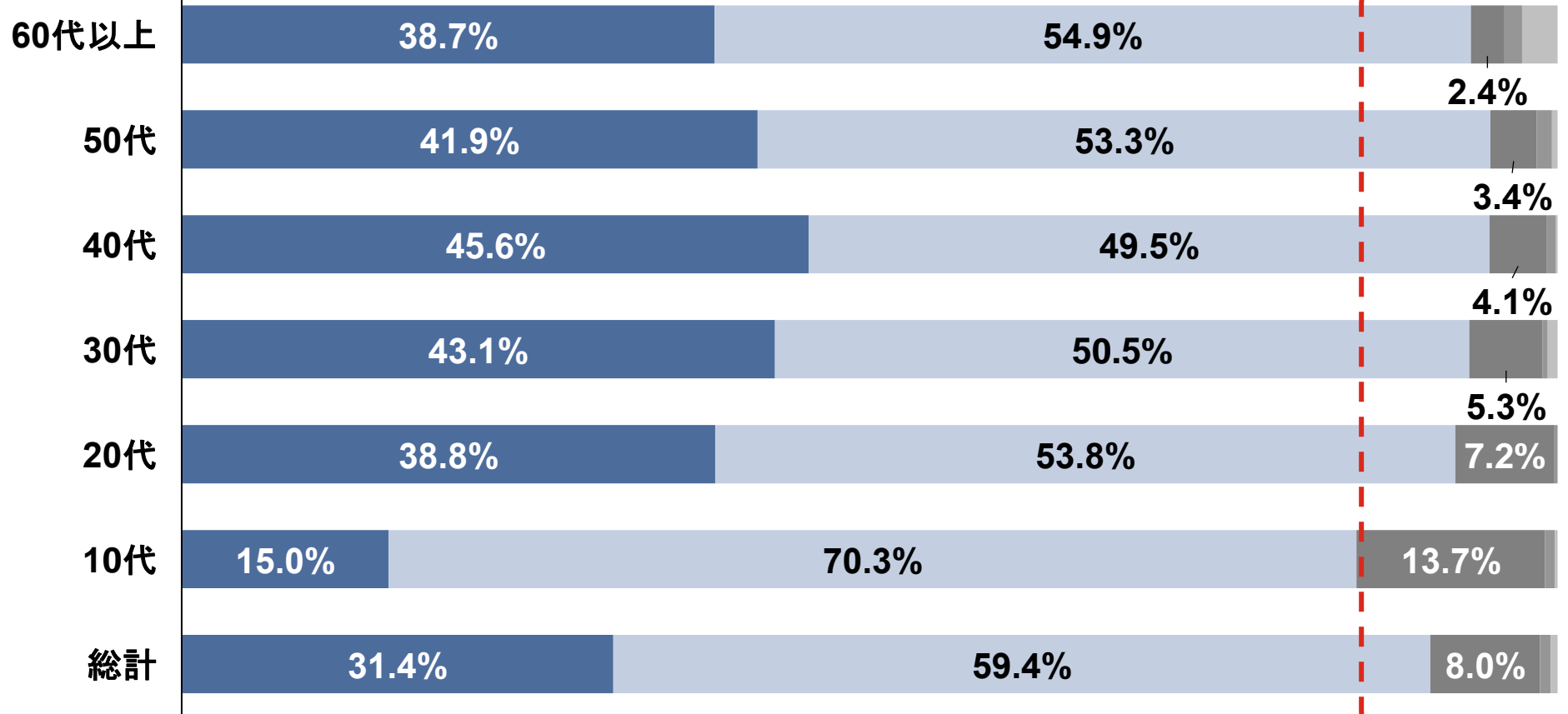
### Q3. エシカル消費に興味はありますか？

(n=6,040人)



# Q4. これまでエシカルな商品・サービスを購入したことはありますか？ 今後購入しようと思えますか？

(n=6,040人)

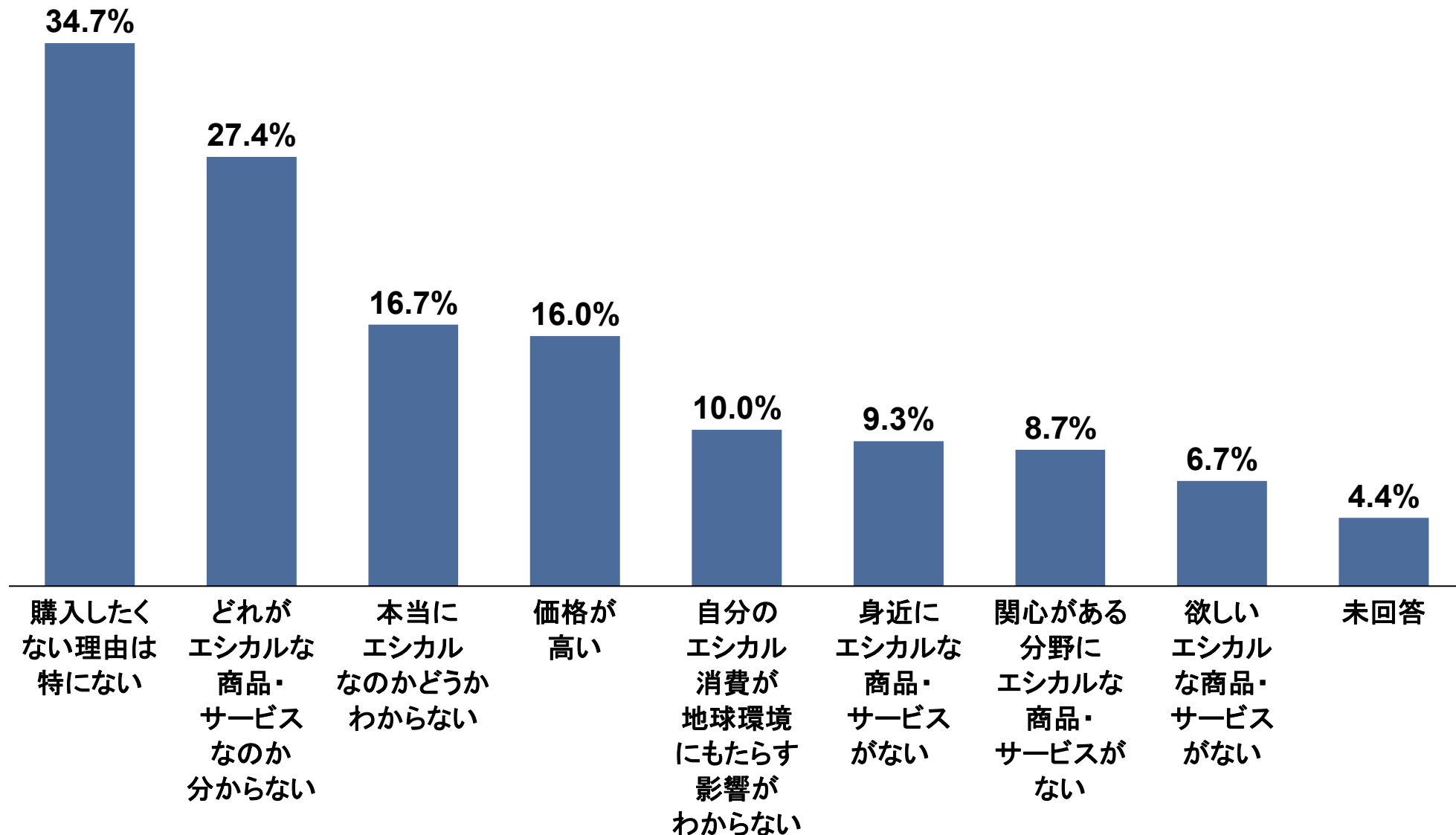


- これまで購入しており、今後も購入したい
- これまで購入したことはないが、今後は購入したい
- これまで購入したことはなく、今後は購入したいとは思わない
- これまで購入したことはあるが、今後は購入したくない
- 未回答

次ページ  
で深掘り

# Q7. エシカルな商品・サービスを購入したくないと考える理由は何ですか？

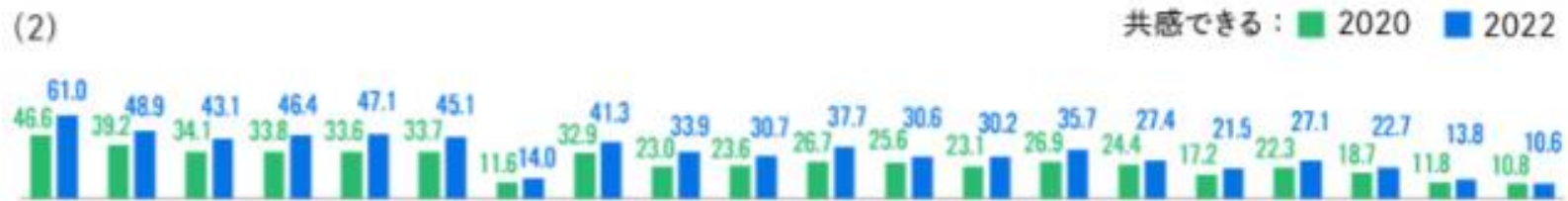
(n=770人)



# (電通「エシカル消費 意識調査2022」より)

## あてはまるものを選んでください:「知っている」「共感できる」「実践したい」

(n=2,500人)





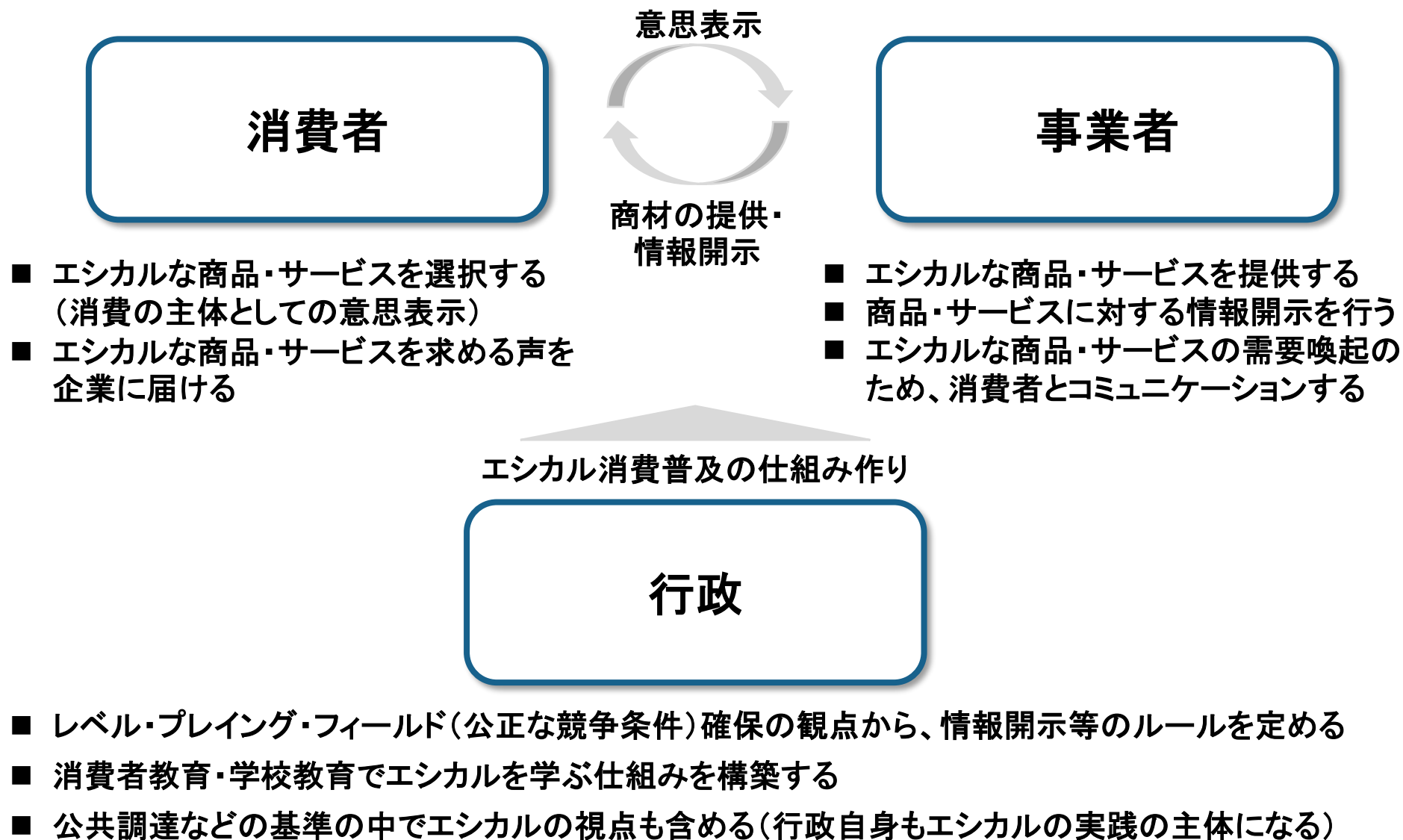
# エシカル消費に係る消費者の現状

---

- 1 エシカル消費への関心とアクション(実践)の乖離
  - 「実践は難しい」という認識を変えることが重要。身近なところからエシカルを取り入れ、実践や成功体験を積み重ねていく
- 2 「どれがエシカルな商品・サービスなのか分からない」ことがエシカル消費実践の壁
  - 情報開示を進展させるためには、企業に対する消費者の働きかけも重要（待っているだけでなく、「消費者が求めている」ことを企業に伝えていく）
- 3 エシカル消費に対する本質的な理解の不足
  - 本質的な理解をしていないと一過性の「ブーム」で終わってしまう可能性。学校教育を含む、継続的な消費者教育が必要

### 3. エシカル消費普及における課題と 事業者・行政に期待すること

# エシカル消費普及における消費者・事業者・行政の役割



# エシカル消費普及における課題と事業者・行政に期待すること

## 消費者の現状

## 事業者に期待すること

## 行政に期待すること

① エシカル消費への関心とアクション(実践)の乖離

- 消費者が身近に実践できるエシカルな商品・サービスの展開(特に、生活に身近な食品、日用品など)

② 「どれがエシカルな商品・サービスなのか分からない」ことがエシカル消費実践の壁

- 商品・サービス、企業ごとに異なる形ではなく、横並びで比較可能な開示

- レベル・プレイング・フィールド(公正な競争条件)確保の観点からの、情報開示等のルール整備

③ エシカル消費に対する本質的な理解の不足

- エシカルな商品・サービスの意義の消費者への訴求  
✓ 例: マーケティングを通じた消費者の啓もう(グリーンウォッシングには留意) など

- 学校教育を含む、継続的な消費者教育の支援



エシカル協会HP  
QRコード



エシカル協会HP：  
<https://ethicaljapan.org>

エシカル協会事務局：  
info@ethicaljapan.org