

## 【モデルプロジェクトの概要】

持続可能な社会の実現に向けては消費者、事業者との連携・協働が重要との観点から、中小企業を含む幅広い事業者へ消費者志向経営を推進する。

## 【これまでの主な取組・成果】

四国内の自主宣言事業者数 計114社（徳島県56社、愛媛県45社、香川県9社、高知県4社）を達成（令和4年1月末）  
 ※全国の自主宣言事業者数は273社（令和4年1月末）

### 問題意識・課題

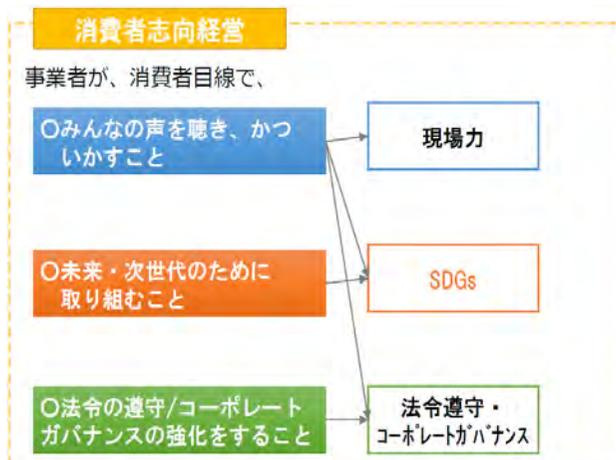
- 従来の事業者への規制等のみならず、持続可能な社会の実現に向けては、**消費者、事業者との連携・協働が重要**。
- 今後は、**中小企業を含む幅広い事業者への消費者志向経営の裾野拡大が課題**。

### 実施する取組

- 四国等の中小企業を中心とした消費者志向自主宣言及びフォローアップ活動の推進
- 消費者志向経営の取組等についての事例収集
- シンポジウム等を通じた普及啓発

### 成果イメージ・効果

- 全国的な消費者志向経営の推進
- 地方公共団体・事業者団体等との連携強化、拡大



令和元年度内閣府特命担当大臣表彰  
 (徳島県「株式会社広沢自動車学校」)

### 四国の自主宣言事業者の主な業界

- ・食品、飲料、酒造
- ・生活用品メーカー
- ・金融、保険
- ・広告、印刷、メディア
- ・自動車販売
- ・自動車学校
- ・建築、インフラ
- ・IT、電子機器
- ・飲食店
- ・宿泊施設 など

## 【モデルプロジェクト等の概要】

徳島県内の小中学校等において、エシカル消費に関する教材を活用した授業を試験的に実施するとともに、活用事例の収集等を行い、エシカル消費の普及啓発を行う。

## 【これまでの主な取組・成果】

消費者庁ウェブサイトで取組事例を公表（39事例）  
 徳島県内で実施されたエシカル消費に関する取組事例集（令和2年度）

### 問題意識・課題

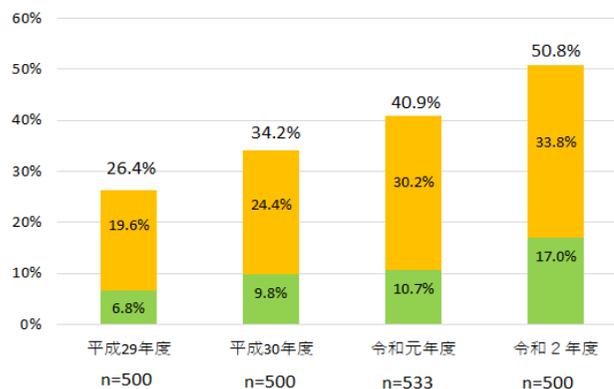
- 全国を対象とした「倫理的消費（エシカル消費）」に関する意識調査によると、エシカル消費の認知度は6.0%(H28年度)→12.2%(R1年度)と、上昇するも数値自体依然として低い水準
- 一方で徳島県のみを対象とした調査では、エシカル消費の認知度が26.4%(H29年度)→50.8%(R2年度)と、全国と比べ高水準(注)

⇒ **より一層のエシカル消費の普及啓発のため、全国の小中学校等の学校現場における本教材の活用が重要。**

### 実施する取組

- 教材を活用した授業の現地調査・教員へのヒアリングと児童、生徒へのアンケート
- 小中学生を対象とした出前講座の実施
- シンポジウムの開催

(徳島県におけるエシカル消費の認知度)



■ 言葉及び意味を知っている ■ 言葉のみ知っている、聞いたことがある

### 成果イメージ・効果

- 教材を活用した実践事例集等を公表
- 若年層に向けたエシカル消費の普及啓発の全国展開

(エシカル消費に関する教材)



(注)全国を対象とした調査とは、質問内容及び実施年度が異なる

# サステナブルファッションの推進

2021/7/12 サステナブルファッションシンポジウム

## ファッションから考えるサステナブルな未来

### プログラム

- エシカルファッションプランナー  
鎌田安里紗氏 基調講演  
「サステナブルファッションとは？  
-服と自然と社会のつながり-」
- パネルディスカッション  
「サステナブルファッションと消費者の選択」
- 学生を交えたディスカッション  
「ロスから考えるサステナブルファッション」



14:45~

### ● トークショー 「わたしたちができるサステナブルファッション」

<コーディネーター>  
一般社団法人unisteps共同代表 鎌田 安里紗

<ゲスト>  
株式会社メリカ  
ブランディングコミュニケーション担当 上村 一斗  
デパートカンパニー 代表/アクティビスト eri  
上勝町ゼロ・ウェストセンター CEO 大塚 桃奈  
株式会社Shoichi 代表取締役 CEO 山本 昌一

コーディネーター  
一般社団法人unisteps共同代表  
鎌田 安里紗 氏



16:30~

### ● サステナブルファッションショー

エシカル消費特設サイト「サステナブルファッション習慣のすすめ」の“18のヒント”を参考に、サステナブルファッションの具体的なコーディネートを紹介いたします。コーディネートの意図、背景、サステナブルな観点を中心に、学生へのインタビューを通じて深く掘り下げていきます。

<出演・演出>  
大阪モード学園  
ファッションデザイン学科 ファッション技術学科  
スタイリスト学科 メイク・ネイル学科

2022/3/10

## サステナブルファッションに関する日仏シンポジウム

~フランスの取組から学ぶ~



### ● 基調講演

- ・ファッションの国・フランスの政府関係者や世界的ラグジュアリーブランドの役員が登場します。最先端のファッション界におけるサステナブルな取組について知ることができます。
- ・日本における最新の取組状況について、消費者庁審議官より講演します。

### ● ラウンドテーブル

- ・日仏様々な立場でファッションに携わる有識者たちが、今後のサステナブルファッションの動向・展望について意見を交わします。
- ・官民・日仏多様な視点での意見を聞ける貴重な機会です。



## 【モデルプロジェクトの概要】

流通店舗において消費者向け食品ロス削減の啓発物を設置。啓発による消費者の意識と行動の変化の可能性及び効果的な啓発方法を検証し、食品ロス削減の普及啓発を行う。

## 【これまでの主な取組・成果】

徳島県における食品ロスの削減に資する取組の実証調査に関する報告書（平成29年度）

令和2年度 流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業報告書（令和3年8月公表）

### 問題意識・課題

- 我が国の食品ロス量は年間600万トンであり、その約半分は、家庭から発生しており、削減促進が急務

- 平成29年度に実施した家庭における食品ロス削減に関する実証事業を踏まえた「実践しやすく効果的な取組」の内容を消費者へ浸透させることが重要

⇒ **消費者の意識変化・行動変容の可能性を検証し、流通店舗の実情にあった効果的な啓発物及び手段を検討する必要**

### 実施する取組

- 来店者を対象にした啓発前後のアンケート調査の分析
- 効果的な啓発方法の効果検証・実施による普及啓発

### 成果イメージ・効果

- 検討、実証を通じて、課題、問題点を整理し、効果的なモデルを作成
- 食品ロスの削減に向けた効果的な取組を全国展開

#### ▶令和2年度

徳島県内流通店舗20店舗に啓発物(ポスター等)を設置し(1か月)、啓発前後のアンケート調査により効果検証

[成果(概要)]

- 流通店舗における消費者向け啓発の有効性を確認。
- 既存のテレビ・インターネット等と合わせて啓発を強化していく必要性を確認。
- 啓発物(ポスター等)への視認率は、設置場所の違いによる差が生じた。

⇒ サッカー台の上(天板)に置くだけのデスクマット型ポスターによる啓発が特に有効

#### ▶令和3年度

デスクマット型ポスターを、中四国エリアの約260店舗に設置  
⇒ 実施店舗における従業員 & 消費者アンケート等を実施し、報告書を公表予定

#### <令和3年度事業実施の様子>

