

令和 6 年 11 月 7 日

令和 6 年度第 3 回消費生活意識調査結果について

1. 調査の目的とテーマ

「消費生活意識調査」では、消費者の意識や行動、消費者問題等について、その時々
のテーマで随時調査を実施しています。令和 6 年 10 月は、「エシカル消費」を中心に調
査を行いました。

2. 調査の方法

全国の 15 歳以上の男女 5,000 人を対象に、インターネットによるアンケート調査を
実施。

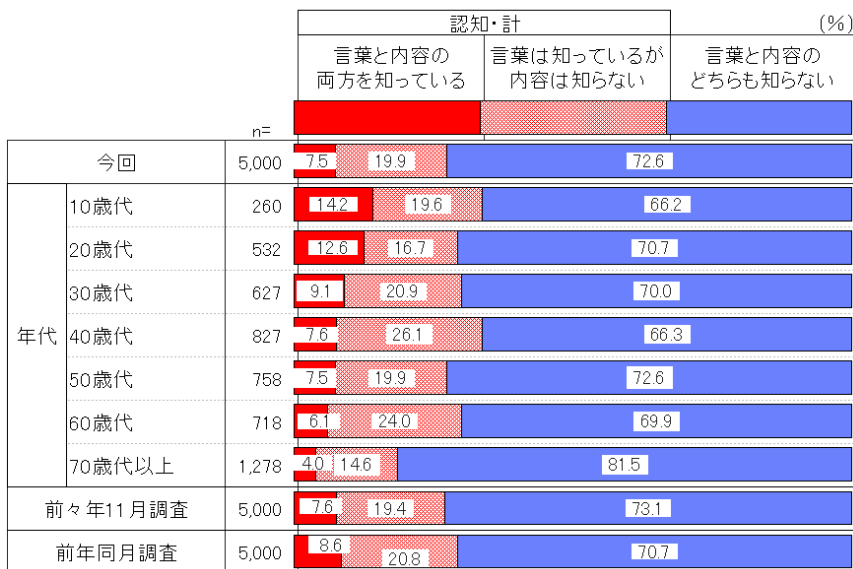
3. 調査結果のポイント

(1) 「エシカル消費の認知度」について

「エシカル消費（倫理的消費）」を知っているか聞いたところ、知っていると回答した
人（「言葉と内容の両方を知っている」又は「言葉は知っているが内容は知らない」と回
答した人）の割合は、27.4%であり、昨年度からやや減少した。年代別では、10 歳代、
40 歳代の認知度が高い。

※ 令和 5 年度「消費生活意識調査」におけるエシカル消費の認知度（全体）は 29.3%
であった。

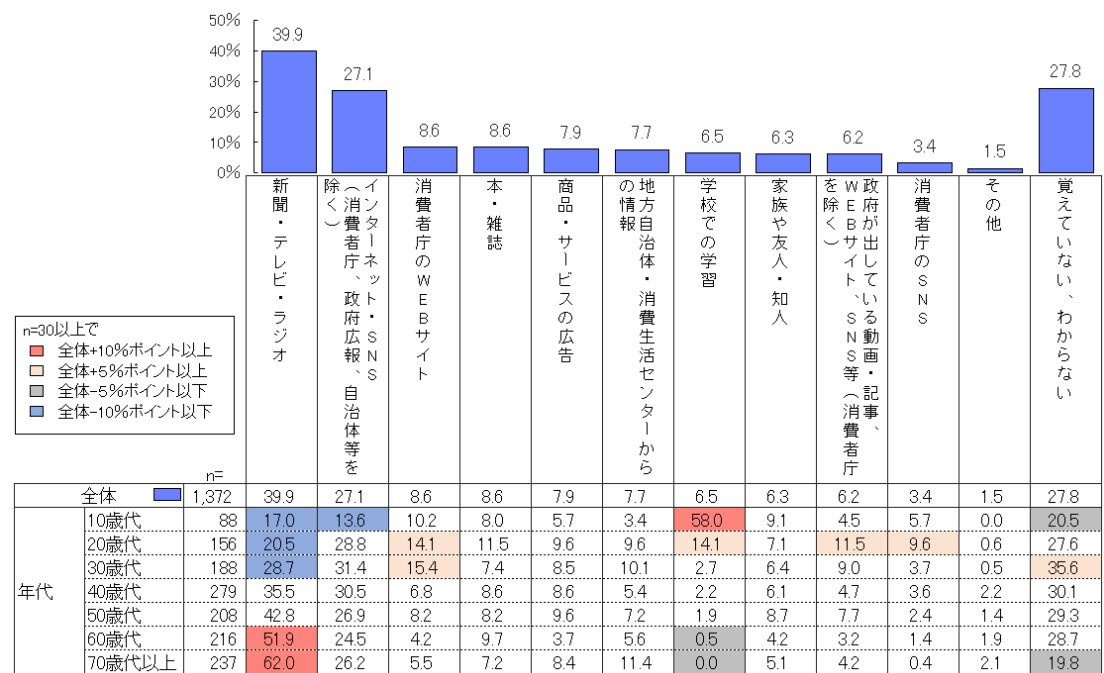
図 1 エシカル消費の認知度



（２）「エシカル消費の言葉や内容の情報源」について

エシカル消費の言葉や内容をどこからの情報で知ったか聞いたところ、「新聞・テレビ・ラジオ」と回答した人の割合が最も高く 39.9%であった。10 歳代では「学校での学習」と回答した人の割合が最も高く 58.0%であった。

図２ エシカル消費の言葉や内容の情報源



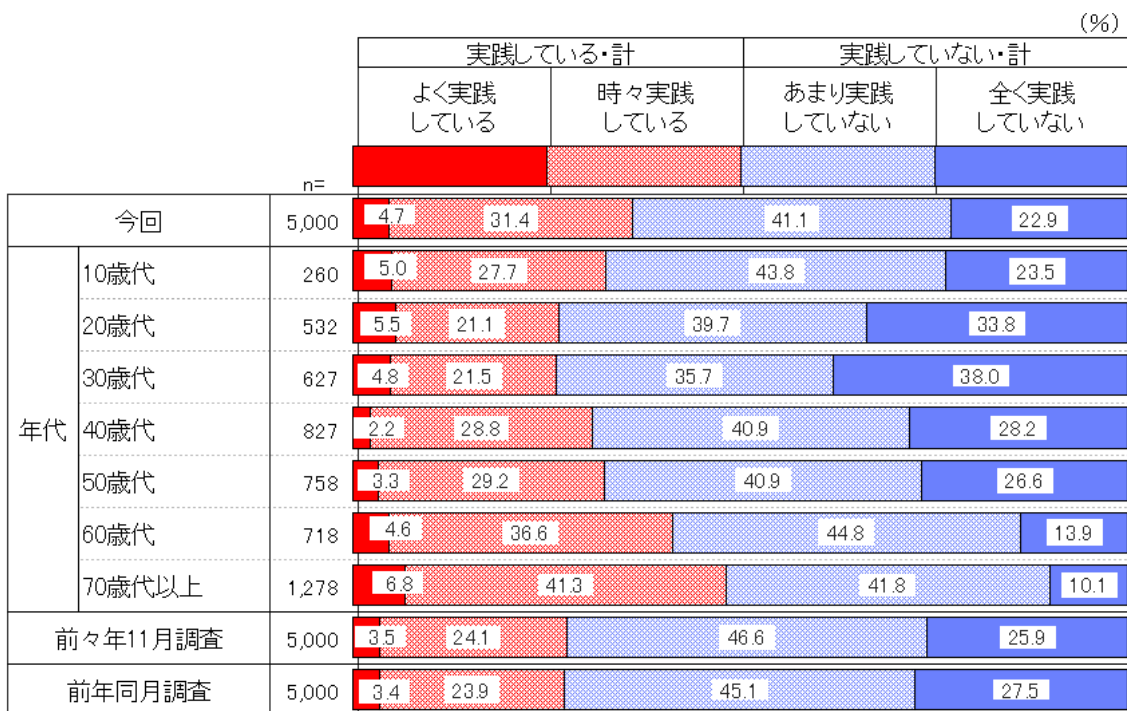
※複数回答

(3)「エシカル消費の実践度」について

エシカル消費につながる行動をどの程度実践しているか聞いたところ、実践していると回答した人（「よく実践している」又は「時々実践している」）と回答した人の割合は36.1%であり、昨年度から増加した。年代別では70歳代以上の実践度が最も高い。また、若い世代の中では、10歳代は20歳代及び30歳代に比べ実践度が高かった。

※ 令和5年度「消費生活意識調査」における「エシカル消費」の実践度（全体）は27.4%

図3 エシカル消費の実践度

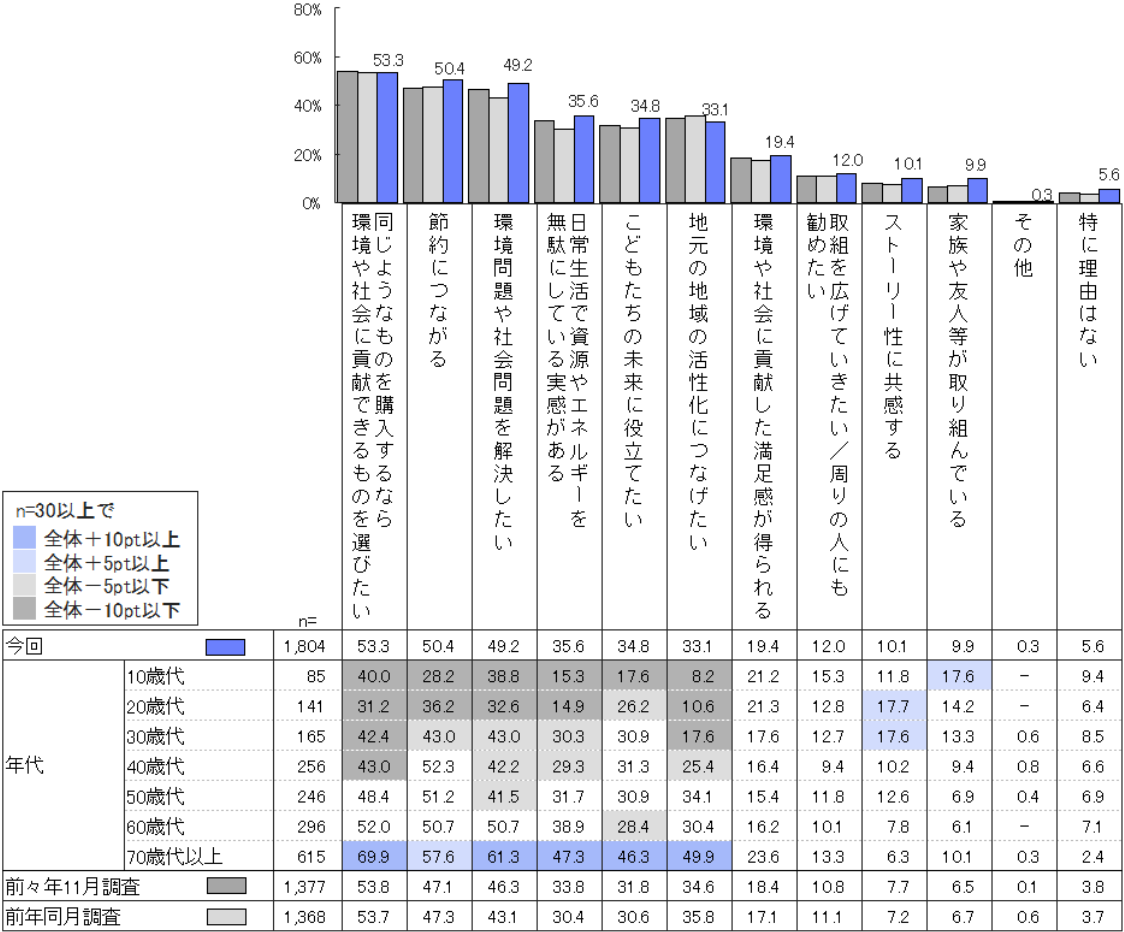


(4)「エシカル消費に取り組む理由」について

「エシカル消費を実践している」と回答した人に、エシカル消費に取り組む理由について聞いたところ、「同じようなものを購入するなら環境や社会に貢献できるものを選びたい（53.3%）」と回答した人の割合が最も高く、次いで「節約につながる（50.4%）」、「環境問題や社会問題を解決したい（49.2%）」となった。

年代別でみると、10歳代では「家族や友人等が取り組んでいる」と回答した人、20歳代及び30歳代では「ストーリー性に共感する」と回答した人の割合が他の年代より高かった。

図4 エシカル消費に取り組む理由



※複数回答

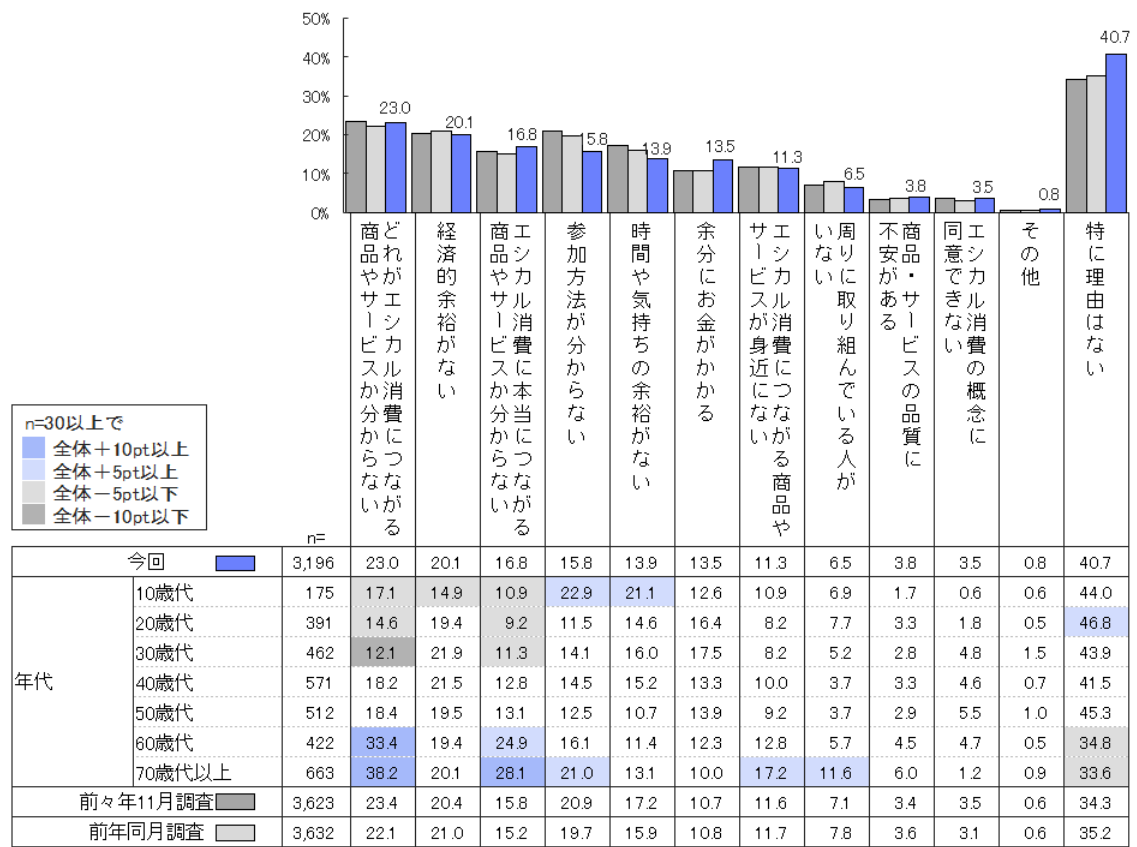
(5)「エシカル消費に取り組んでいない」理由について

「エシカル消費を実践していない」と回答した人（「あまり実践していない」又は「全く実践していない」と回答した人）に、エシカル消費に取り組んでいない理由について聞いたところ、「どれがエシカル消費につながる商品やサービスか分からない（23.0%）」、「経済的余裕がない（20.1%）」と回答した人の割合が高かった。

「参加方法がわからない（15.8%）」と回答した人の割合は前回よりも低くなった一方、「特に理由はない（40.7%）」と回答した人の割合が高くなっていった。

年代別では、60 歳代以上が「どれがエシカル消費につながる商品やサービスか分からない」や「エシカル消費に本当につながる商品やサービスか分からない」と回答した人の割合が他の年代より高かった。

図5 エシカル消費に取り組んでいない理由



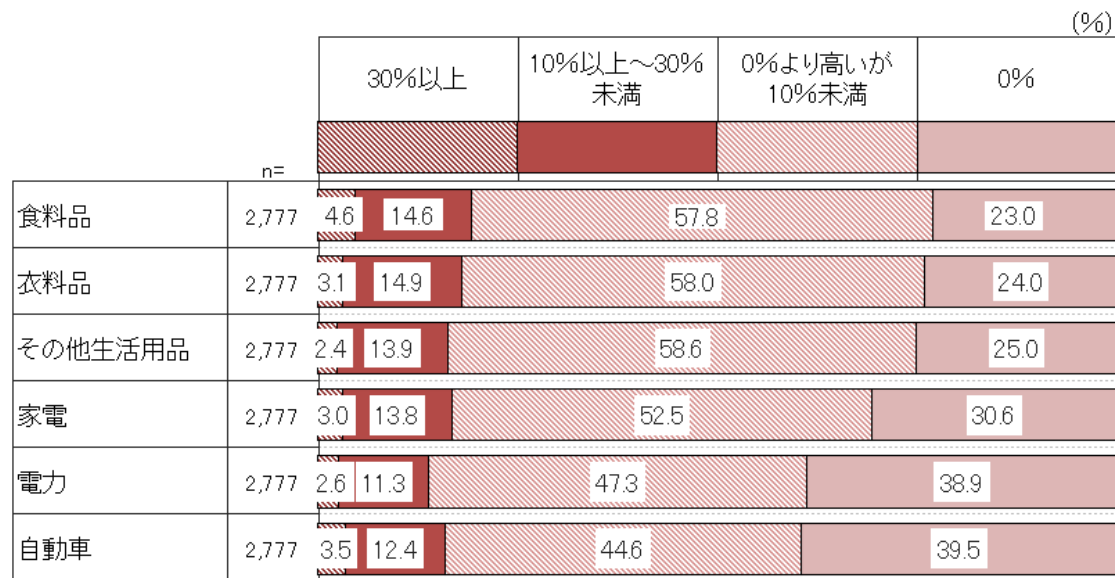
※複数回答

(6)「エシカル消費につながる商品の価格の許容度」について

エシカル消費につながる商品を今後購入したいと回答した約6割の人に対し、エシカル消費につながる商品がどの程度なら割高であっても購入したいか聞いたところ、最も許容度の高かった*商品は「食料品」で77.0%、最も低かったのは「自動車」で60.5%であった。

※ 「30%以上」と「10%以上～30%未満」と「0%より高いが10%未満」のいずれかを回答した人の割合

図6 エシカル消費につながる商品の価格の許容度（商品別）



調査に関する問合せ先

消費者庁参事官（調査研究・国際担当）

TEL：03(3507)9330（直通）

内容に関する問合せ先

消費者庁消費者教育推進課

TEL：03(3507)7567（直通）