令和８年 11 月 12 日

# 令和８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８年 10 月は、「エシカル消費」をテーマに調査を行いました。

## ２．調査の方法

令和８年 10 月１日～５日に、性別、年代、地域を人口構成比に応じて割付けた全国の 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。

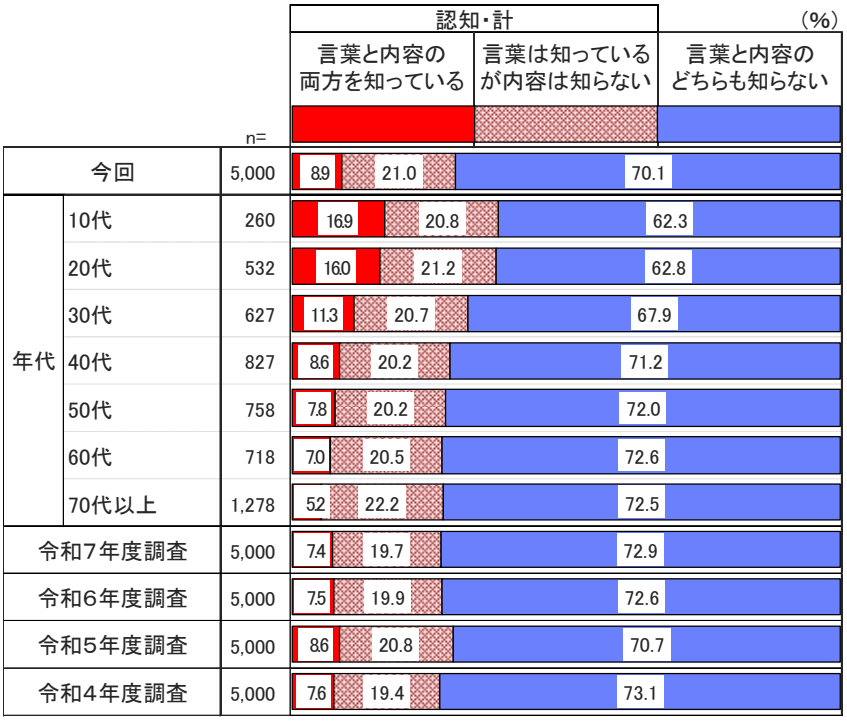
## ３．調査結果のポイント

### （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」と回答した人の計。）の割合は、29.9%であり、昨年度から増加した。年代別では、10 代の認知度が最も高かった。

※　令和７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 27.1%

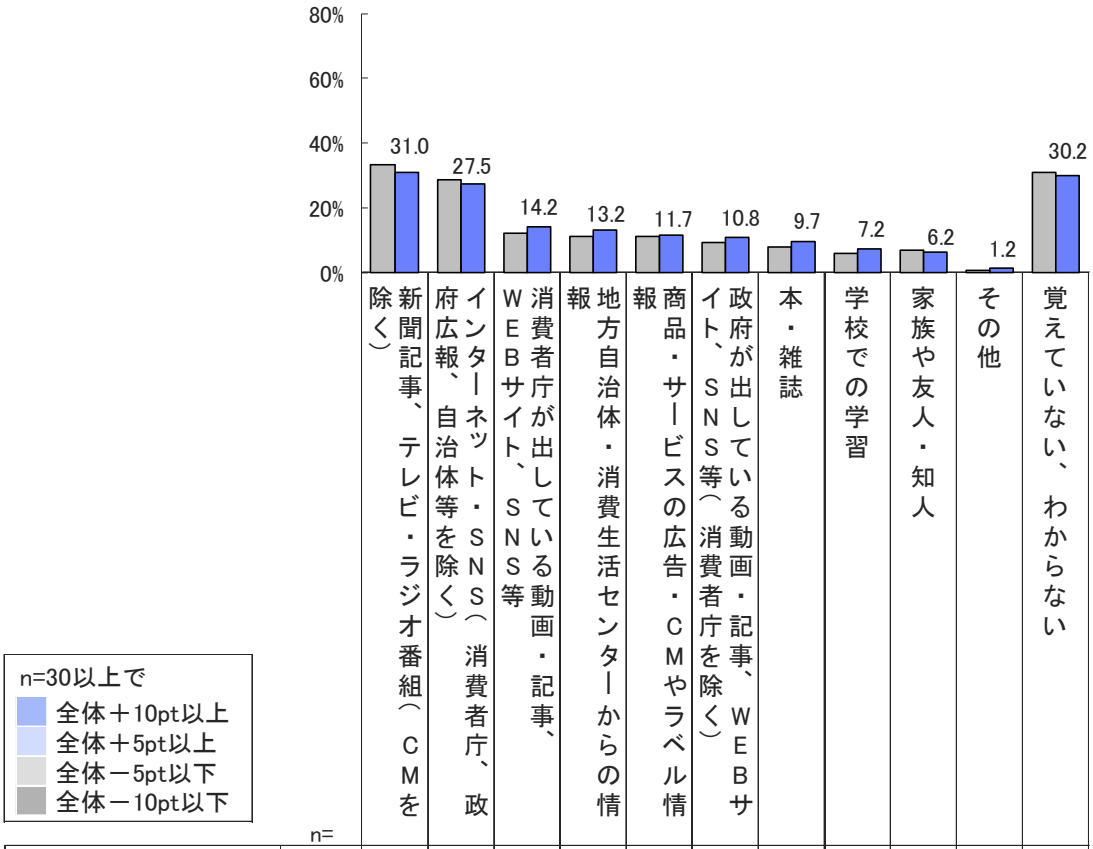
図１　エシカル消費の認知度



## （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の情報源から得ているか聞いたところ、「新聞記事、テレビ・ラジオ番組（ＣＭを除く）」と回答した人の割合が最も高く 31.0%であった。10 代では「学校での学習」と回答した人の割合が最も高く 52.0%であった。

図２　エシカル消費の言葉や内容の情報源




| | | n= | 新聞記事、テレビ・ラジオ番組（ＣＭを除く） | インターネット・ＳＮＳ（消費者庁、政府広報、自治体等を除く） | 消費者庁が出している動画・記事、ＷＥＢサイト、ＳＮＳ等 | 地方自治体・消費生活センターからの情報 | 商品・サービスの広告・ＣＭやラベル情報 | 政府が出している動画・記事、ＷＥＢサイト、ＳＮＳ等（消費者庁を除く） | 本・雑誌 | 学校での学習 | 家族や友人・知人 | その他 | 覚えていない、わからない |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 今回 | | 1,495 | 31.0 | 27.5 | 14.2 | 13.2 | 11.7 | 10.8 | 9.7 | 7.2 | 6.2 | 1.2 | 30.2 |
| 年代 | 10代 | 98 | 12.2 | 16.3 | 15.3 | 12.2 | 10.2 | 11.2 | 9.2 | 52.0 | 5.1 | － | 19.4 |
| | 20代 | 198 | 17.7 | 28.3 | 25.8 | 13.6 | 13.1 | 20.7 | 13.1 | 16.2 | 7.1 | 1.0 | 22.2 |
| | 30代 | 201 | 16.9 | 32.8 | 19.9 | 14.4 | 14.9 | 16.4 | 10.9 | 5.0 | 5.0 | 1.0 | 30.8 |
| | 40代 | 238 | 31.1 | 29.0 | 19.3 | 15.5 | 14.3 | 11.3 | 8.8 | 3.8 | 8.8 | 1.3 | 29.0 |
| | 50代 | 212 | 28.3 | 24.5 | 7.1 | 8.5 | 10.4 | 7.1 | 9.4 | 0.9 | 5.7 | 0.9 | 40.1 |
| | 60代 | 197 | 43.7 | 26.9 | 10.2 | 11.7 | 9.1 | 5.6 | 9.1 | 1.0 | 4.6 | 1.0 | 34.0 |
| | 70代以上 | 351 | 46.2 | 28.2 | 7.4 | 14.5 | 10.0 | 6.6 | 8.3 | 0.6 | 6.0 | 2.0 | 29.9 |
| 令和7年度調査 | | 1,357 | 33.3 | 28.8 | 12.2 | 11.3 | 11.4 | 9.1 | 8.0 | 6.1 | 6.9 | 0.8 | 31.0 |

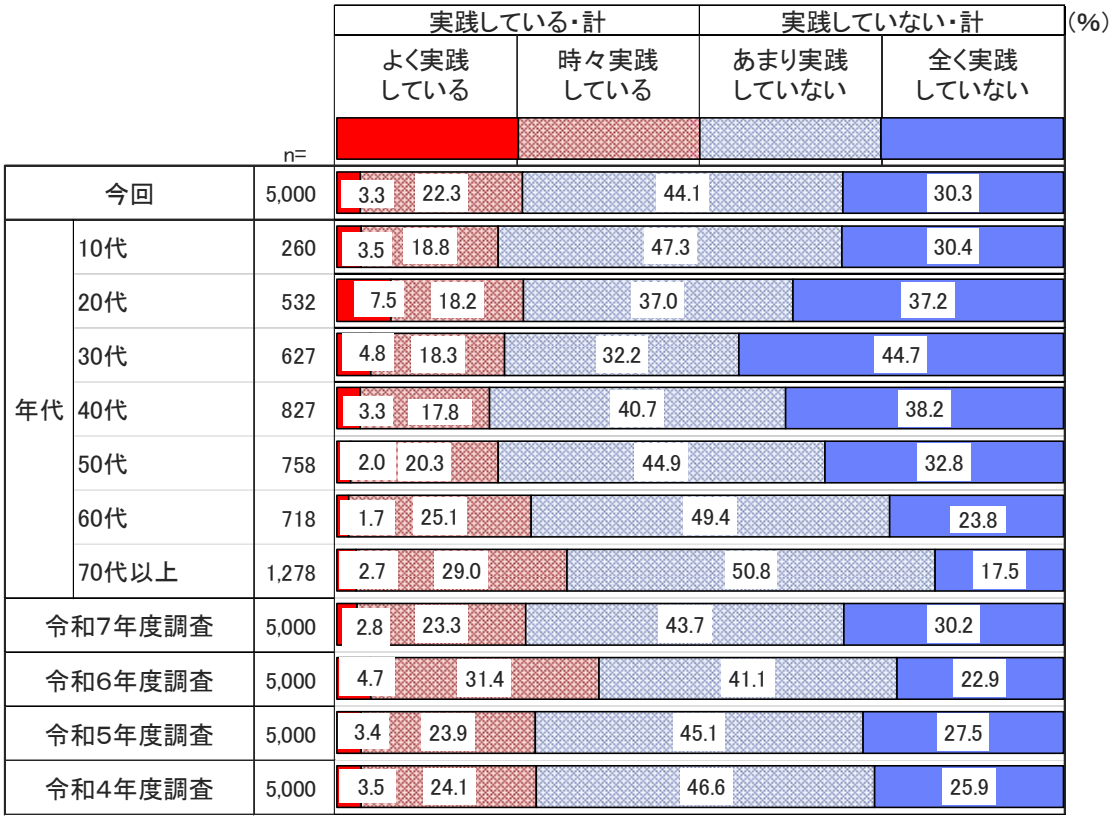
※複数回答

※本調査における SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）とは、Facebook や X（旧 Twitter）、Instagram、LINE、YouTube、TikTok 等の利用者同士が交流できるサービスを指す。

## （３）エシカル消費の実践の程度について

エシカル消費をどの程度実践しているか聞いたところ、「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 25.6%であり、昨年度と同水準となった。

図３　エシカル消費の実践の程度

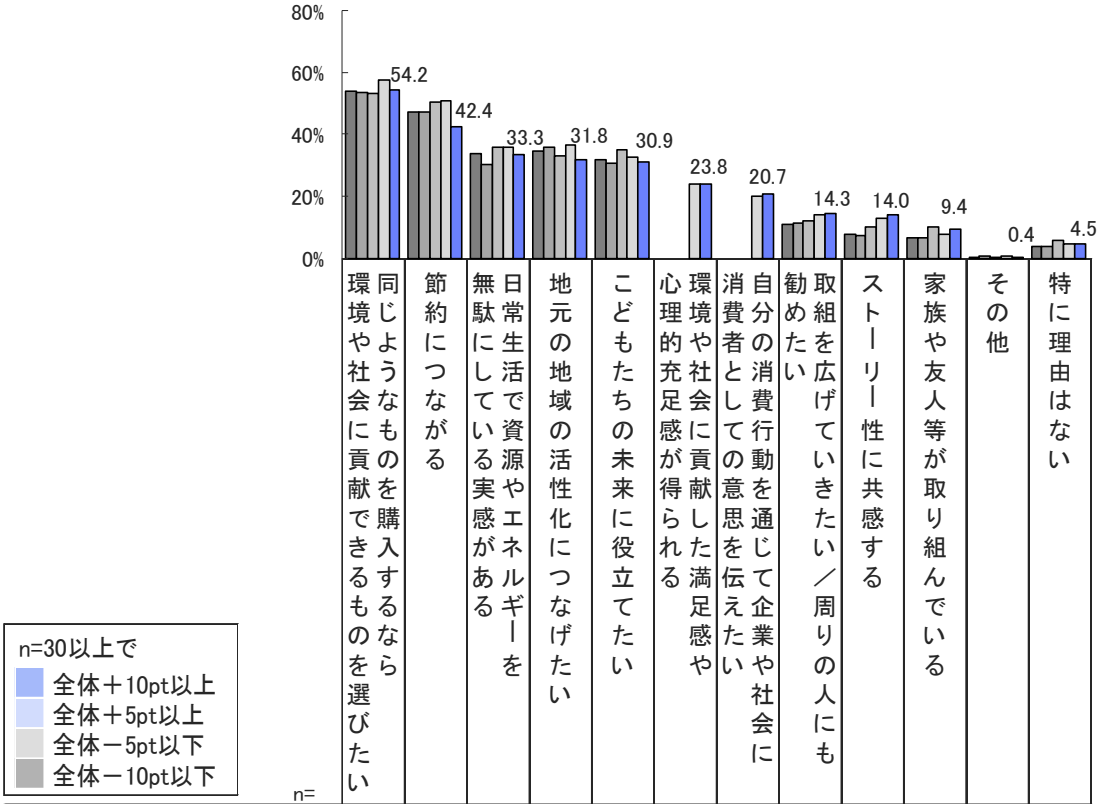


## （４）エシカル消費に取り組む理由について

エシカル消費を「よく実践している」又は「時々実践している」と回答した人に、エシカル消費に取り組む理由を聞いたところ、「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（54.2%）」と回答した人の割合が最も高くなった。

また、「取組を広げていきたい／周りの人にも勧めたい（14.3%）」、「ストーリー性に共感する（14.0%）」と回答した人の割合が年々増加していることが分かった。

図４　エシカル消費に取り組む理由




| | | n= | 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 | 節約につながる | 日常生活で資源やエネルギーを無駄にしている実感がある | 地元の地域の活性化につなげたい | こどもたちの未来に役立てたい | 環境や社会に貢献した満足感や心理的充足感が得られる | 自分の消費行動を通じて企業や社会に消費者としての意思を伝えたい | 取組を広げていきたい／周りの人にも勧めたい | ストーリー性に共感する | 家族や友人等が取り組んでいる | その他 | 特に理由はない |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 今回 | | 1,280 | 54.2 | 42.4 | 33.3 | 31.8 | 30.9 | 23.8 | 20.7 | 14.3 | 14.0 | 9.4 | 0.4 | 4.5 |
| 年代 | 10代 | 58 | 37.9 | 31.0 | 22.4 | 8.6 | 22.4 | 19.0 | 12.1 | 22.4 | 24.1 | 17.2 | 1.7 | 10.3 |
| | 20代 | 137 | 55.5 | 35.0 | 23.4 | 14.6 | 27.7 | 32.8 | 13.1 | 20.4 | 25.5 | 13.9 | 0.7 | 2.2 |
| | 30代 | 145 | 37.9 | 33.8 | 22.8 | 22.1 | 31.0 | 24.1 | 13.1 | 17.9 | 22.1 | 12.4 | － | 4.1 |
| | 40代 | 174 | 52.9 | 42.5 | 29.9 | 28.2 | 32.8 | 25.9 | 20.7 | 21.8 | 19.5 | 13.2 | － | 2.3 |
| | 50代 | 169 | 45.6 | 46.2 | 32.5 | 29.6 | 26.6 | 20.1 | 16.6 | 9.5 | 11.8 | 8.3 | － | 8.3 |
| | 60代 | 192 | 59.9 | 47.9 | 38.5 | 39.6 | 24.5 | 21.4 | 23.4 | 8.9 | 6.8 | 6.8 | － | 4.2 |
| | 70代以上 | 405 | 63.5 | 45.4 | 41.2 | 43.2 | 37.0 | 23.0 | 27.7 | 11.1 | 7.7 | 5.7 | 0.7 | 4.2 |
| 令和7年度調査 | | 1,304 | 57.5 | 50.9 | 35.7 | 36.6 | 32.7 | 24.0 | 19.9 | 14.1 | 12.9 | 7.8 | 0.7 | 4.6 |
| 令和6年度調査 | | 1,804 | 53.3 | 50.4 | 35.6 | 33.1 | 34.8 | | | 12.0 | 10.1 | 9.9 | 0.3 | 5.6 |
| 令和5年度調査 | | 1,368 | 53.7 | 47.3 | 30.4 | 35.8 | 30.6 | | | 11.1 | 7.2 | 6.7 | 0.6 | 3.7 |
| 令和4年度調査 | | 1,377 | 53.8 | 47.1 | 33.8 | 34.6 | 31.8 | | | 10.8 | 7.7 | 6.5 | 0.1 | 3.8 |

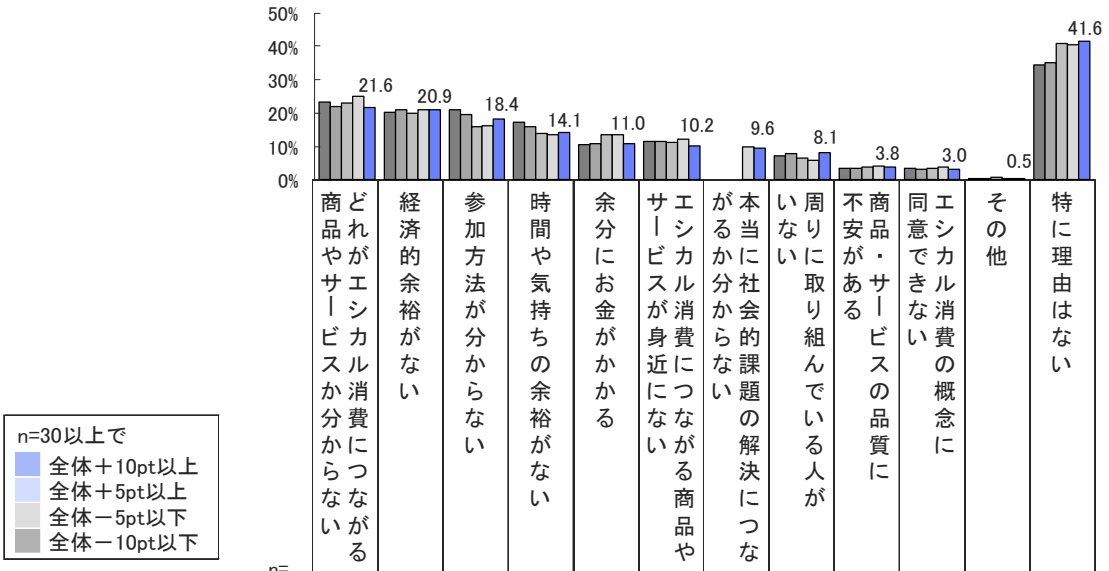
※今回の値を基準に降順並び替え

※複数回答

## （５）エシカル消費に取り組まない理由について

エシカル消費を「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まない理由を聞いたところ、「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（21.6%）」、「経済的余裕がない（20.9%）」、「参加方法が分からない（18.4%）」が上位となっており、昨年度と同様の傾向となった。

図５　エシカル消費に取り組まない理由



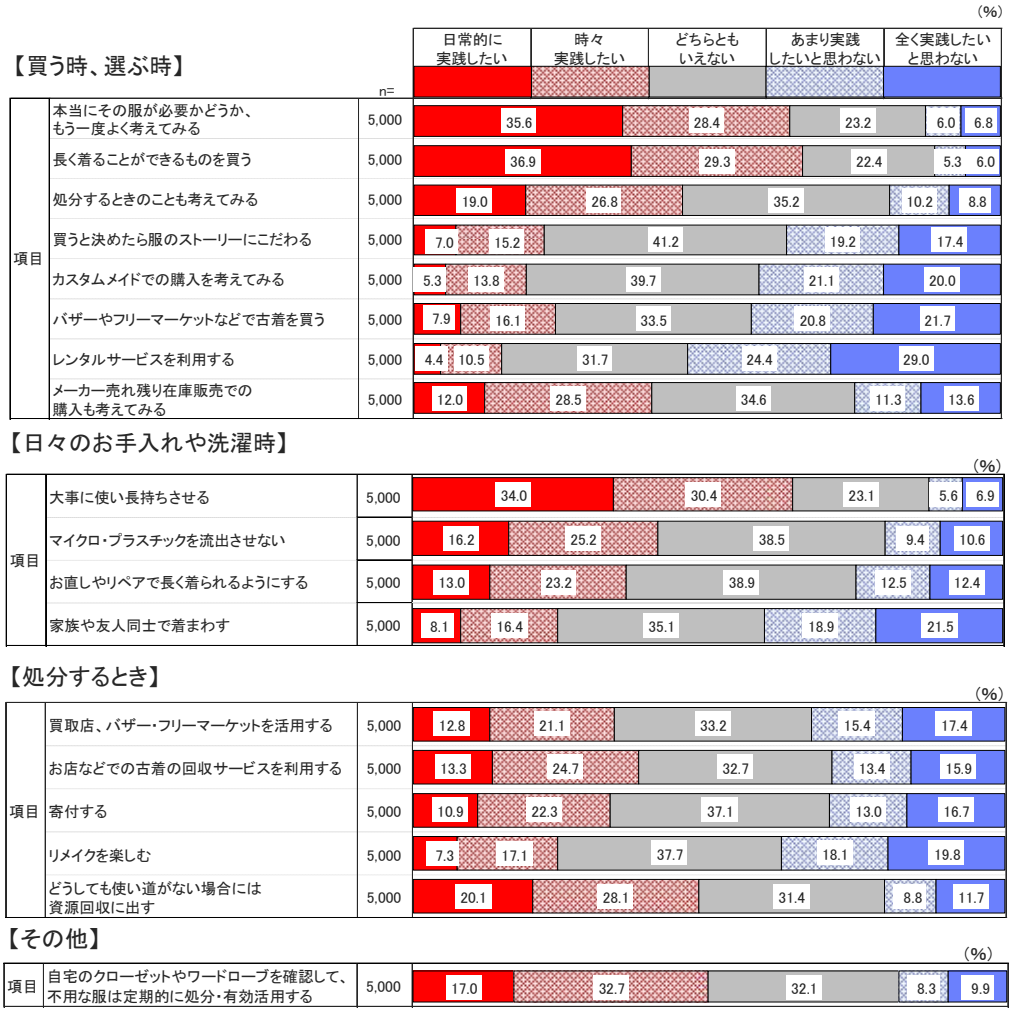

| | | n= | どれがエシカル消費につながる商品やサービスか分からない | 経済的余裕がない | 参加方法が分からない | 時間や気持ちの余裕がない | 余分にお金がかかる | エシカル消費につながる商品やサービスが身近にない | 本当に社会的課題の解決につながるか分からない | 周りに取り組んでいる人がいない | 商品・サービスの品質に不安がある | エシカル消費の概念に同意できない | その他 | 特に理由はない |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 今回 | | 3,720 | 21.6 | 20.9 | 18.4 | 14.1 | 11.0 | 10.2 | 9.6 | 8.1 | 3.8 | 3.0 | 0.5 | 41.6 |
| 年代 | 10代 | 202 | 17.8 | 12.4 | 30.2 | 15.8 | 7.4 | 8.9 | 6.4 | 7.4 | 3.0 | 2.5 | － | 42.6 |
| | 20代 | 395 | 14.7 | 20.3 | 16.7 | 15.2 | 11.6 | 7.6 | 7.8 | 6.8 | 2.0 | 3.8 | 0.8 | 48.1 |
| | 30代 | 482 | 13.1 | 18.7 | 12.4 | 14.5 | 11.8 | 6.8 | 5.4 | 6.2 | 3.3 | 3.5 | 0.4 | 51.0 |
| | 40代 | 653 | 16.8 | 22.1 | 15.3 | 15.5 | 12.9 | 10.0 | 6.4 | 6.0 | 3.8 | 3.7 | 0.3 | 42.9 |
| | 50代 | 589 | 16.6 | 24.6 | 19.0 | 13.8 | 11.2 | 9.2 | 8.7 | 5.9 | 2.2 | 3.6 | 0.5 | 41.8 |
| | 60代 | 526 | 25.5 | 23.0 | 19.2 | 12.2 | 10.5 | 10.1 | 11.0 | 7.0 | 4.6 | 1.9 | 0.6 | 40.9 |
| | 70代以上 | 873 | 34.9 | 19.6 | 21.1 | 13.4 | 9.7 | 14.7 | 15.5 | 13.5 | 5.5 | 2.4 | 0.5 | 32.6 |
| 令和7年度調査 | | 3,696 | 24.9 | 20.9 | 16.3 | 13.7 | 13.5 | 12.2 | 9.8 | 6.0 | 4.1 | 3.7 | 0.6 | 40.5 |
| 令和6年度調査 | | 3,196 | 23.0 | 20.1 | 15.8 | 13.9 | 13.5 | 11.3 | | 6.5 | 3.8 | 3.5 | 0.8 | 40.7 |
| 令和5年度調査 | | 3,632 | 22.1 | 21.0 | 19.7 | 15.9 | 10.8 | 11.7 | | 7.8 | 3.6 | 3.1 | 0.6 | 35.2 |
| 令和4年度調査 | | 3,623 | 23.4 | 20.4 | 20.9 | 17.2 | 10.7 | 11.6 | | 7.1 | 3.4 | 3.5 | 0.6 | 34.3 |

※複数回答

## （６）サステナブルファッションの実践につながる 18 の行動について

エシカル消費の一環であるサステナブルファッションの実践につながる 18 の行動について、実践したい（「日常的に実践したい」又は「時々実践したい」の計。）と回答した人の割合が最も高いのは、「長く着ることができるものを買う（66.3%）」となっており、次いで「大事に使い長持ちさせる（64.4%）」となっている。

図６　サステナブルファッションの実践につながる 18 の行動




※調査票順

※　本調査における各項目は、消費者庁で公表している「サステナブルファッションに向けた消費者行動 18 のヒント」の内容を指す。

※　合計数値は、四捨五入の関係で、図表中の数値の合計と一致しない場合がある。

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）