

令和2年3月6日

令和元年度「徳島県における『倫理的消費（エシカル消費）』 に関する消費者意識調査」について

消費者行政新未来創造オフィスでは、徳島県内の消費者が「倫理的消費（エシカル消費）」について、どの程度、認知・理解しているか把握するため、意識調査を実施しました（意識調査の結果の詳細は別添報告書を参照）。

この意識調査は平成29年度から3年間実施したものです。

1. 調査結果のポイント

(1) 「倫理的消費（エシカル消費）」という言葉について

○認知度（調査結果の概要：図1）

- ・今年度の「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」の合計は40.9%で、平成29年度の26.4%から14.5ポイント、平成30年度の34.2%から6.7ポイント増加しました。

○認知経路（調査結果の概要：図2） ※複数回答、回答の上位5位

- ・今年度は「テレビ」57.8%、「新聞」50.0%、「行政のウェブサイトや広報物」14.7%、「インターネットニュースサイト」14.2%、「仕事の関係」9.2%の順でした。
- ・3か年とも上位2項目は、「テレビ」、「新聞」でした。

○関連する言葉の認知度（調査結果の概要：図3） ※複数回答 回答の上位5位

- ・今年度は「エコ」89.9%、「食品ロス」78.2%、「地産地消」76.0%、「フードバンク」42.2%、「ロハス」32.8%の順でした。
- ・今年度は過去2年度と比べ、「食品ロス」の回答割合が大きく上昇しました。

(2) 「企業が倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスを提供していることを知ったときに、その企業に対するイメージが向上すると思うか」について（調査結果の概要：図7）

- ・今年度は「そう思う」11.8%、「どちらかというと思う」45.0%の合計は56.8%でした。この結果は、平成29年度の55.8%、平成30年度の57.4%と比較し、ほぼ横ばいでした。

(3) 今後、参加してみたい「倫理的消費（エシカル消費）」のイベントについて（調査結果の概要：図14） ※複数回答、回答の上位3位

- ・今年度は「ワークショップなどの参加型のイベント」19.5%、「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の販売会」17.4%、「倫理的消費（エシカル消費）につながる作品の展示会」12.9%の順でした。

- ・「参加したいものはない」は、今年度 52.2%で、平成 29 年度 56.4%、平成 30 年度 51.6%と 3 年度とも「参加したいものはない」が半数以上でした。

2. 調査結果を踏まえて

徳島県では、各種イベントの開催や新聞等への記事掲載など、「倫理的消費（エシカル消費）」の周知活動を積極的に行っています。また、県内全ての公立高校に「倫理的消費（エシカル消費）」を研究・実践する組織「エシカルクラブ」を設置、事業者等が「エシカル消費自主宣言」を行うなど自ら「倫理的消費（エシカル消費）」を実践する人が増えています。

消費者庁では、徳島県と連携して消費者参加型のイベントを開催したほか、徳島県内の高等学校を始め、「倫理的消費（エシカル消費）」につながる取組を実施している事業者や団体等取材し、その活動を事例として消費者庁ウェブサイトへの掲載等を行いました。

こうした取組が「倫理的消費（エシカル消費）」の認知度向上の一因と考えられますが、認知度向上の要因については、来年度以降更に詳しく分析し、改めて公表することとしたいと考えています。

<参考>

倫理的消費（エシカル消費）に関する取組事例

URL : https://www.caa.go.jp/future/project/project_004/

【問合せ先】

消費者行政新未来創造オフィス

山下、山本、松井

TEL : 088-600-(0031、0016、0017)

FAX : 088-622-6171