

令和元年度消費者庁委託調査

「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」
報告書

目次

I	調査概要	P2
II	回答者属性	P4
III	調査結果要約	P7
IV	調査結果詳細	P13
	「倫理的消費（エシカル消費）」の認知度	P14
	「倫理的消費（エシカル消費）」の認知経路	P15
	「倫理的消費（エシカル消費）」に関連する言葉の認知度	P16
	「倫理的消費（エシカル消費）」に関連するマークの認知度	P17
	「倫理的消費（エシカル消費）」の興味度	P19
	「倫理的消費（エシカル消費）」に対するイメージ	P20
	企業イメージの向上度	P21
	商品やサービスを購入する際に重視する観点	P22
	倫理的消費（エシカル消費）につながる行動の実践状況	P37
	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入意向	P39
	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したい理由	P46
	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討しようと思わない理由	P52
	「倫理的消費（エシカル消費）」に関する今後の行動	P53
	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	P55
	普段利用する主な情報源	P57
V	調査票	P58

I . 調査概要

調査概要

調査目的

徳島県内の消費者が倫理的消費(エシカル消費)の概念について、どの程度認知しているか、理解しているか、現状を把握し、今後の「倫理的消費(エシカル消費)」の普及・啓発方法を検討すること。

調査対象者

16～70歳の一般消費者とし、おおむね徳島県内の人口構成に合わせた年代、地域等別のそれぞれ男女とする。

納品サンプル数	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-70歳	合計
男性	7	32	42	71	61	52	265
女性	5	43	54	78	55	33	268
合計	12	75	96	149	116	85	533

調査手法

アンケートモニターに調査依頼メールを配信し、ウェブサイト上に掲載したアンケートフォームを通して回答を得る形式

調査時期

2019年12月13日(金)～12月17日(火)

調査実施会社

株式会社インテージリサーチ

調査結果の見方

- ・nは回答者数を表している。
- ・回答率(%)は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示している。このため、合計数値は必ずしも100%とはならない場合がある。
- ・設問の回答には、単一回答と複数回答がある。複数回答の設問は、回答率(%)の合計が100%を超える場合がある。
- ・nが30未満の数値は参考値とする。

なお、P13からの調査結果詳細に示す「エシカル関心別」は下記にて集計

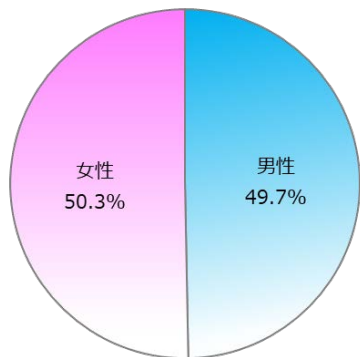
- ・エシカル興味関心者… Q5で1 または2を選択した方
- ・エシカル実践者… Q9でどれか1つでも1または2を選択した方
- ・エシカルによる企業イメージアップ者… Q7で1 または2を選択した方
- ・エシカルな商品を購入したい… Q13_1で1または2を選択した方
- ・エシカルな行動をしたい… Q13_2で1または2を選択した方

II. 回答者属性

回答者属性

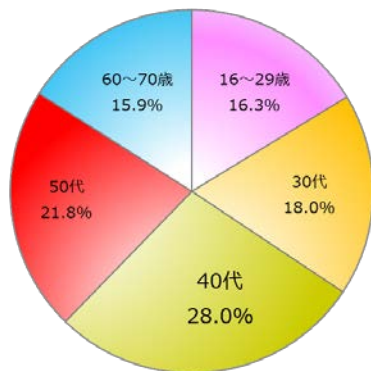
性別

(n=533)



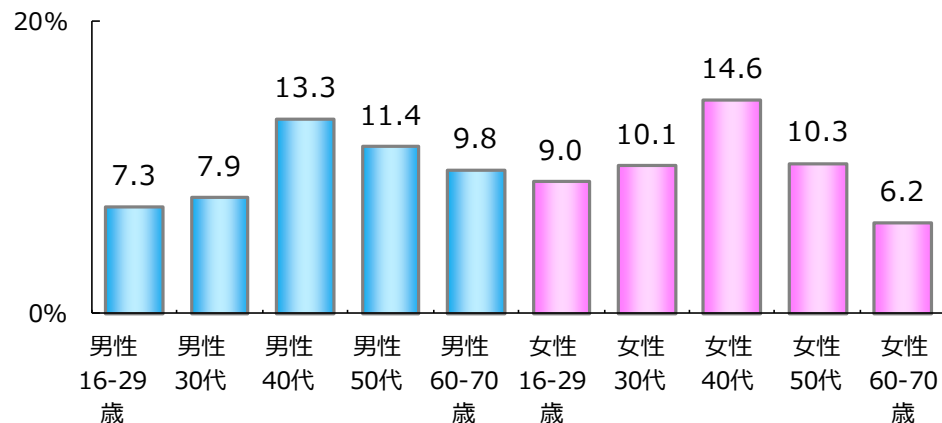
年代

(n=533)



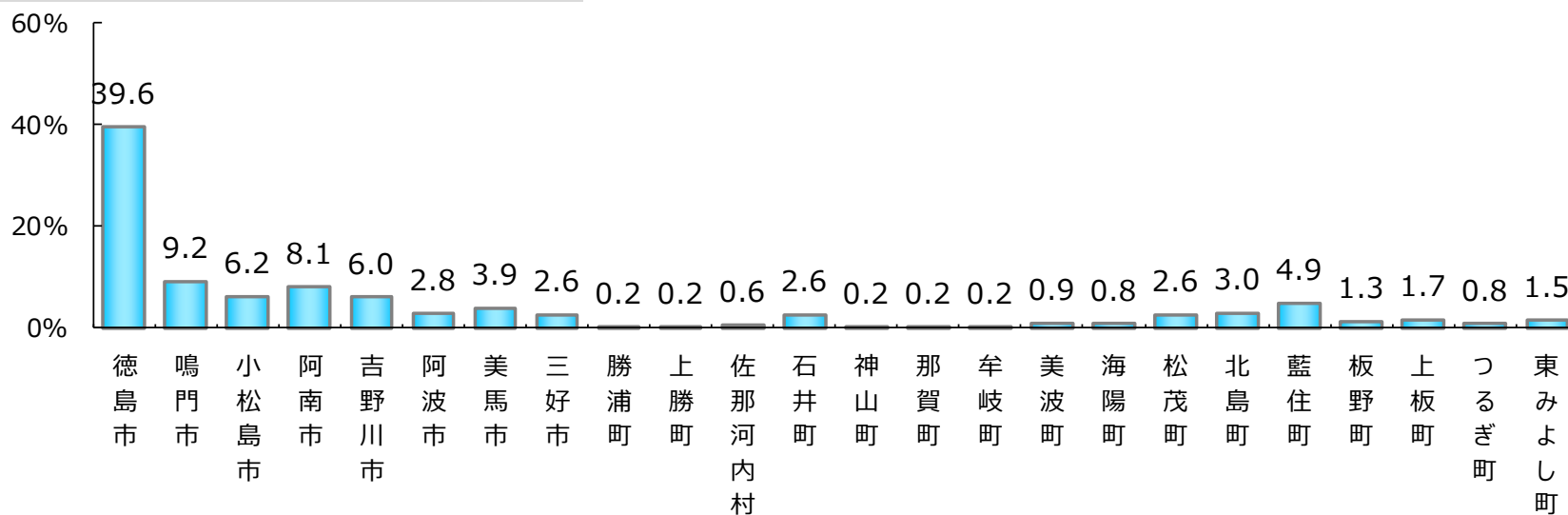
性年代

(n=533)



居住市町村

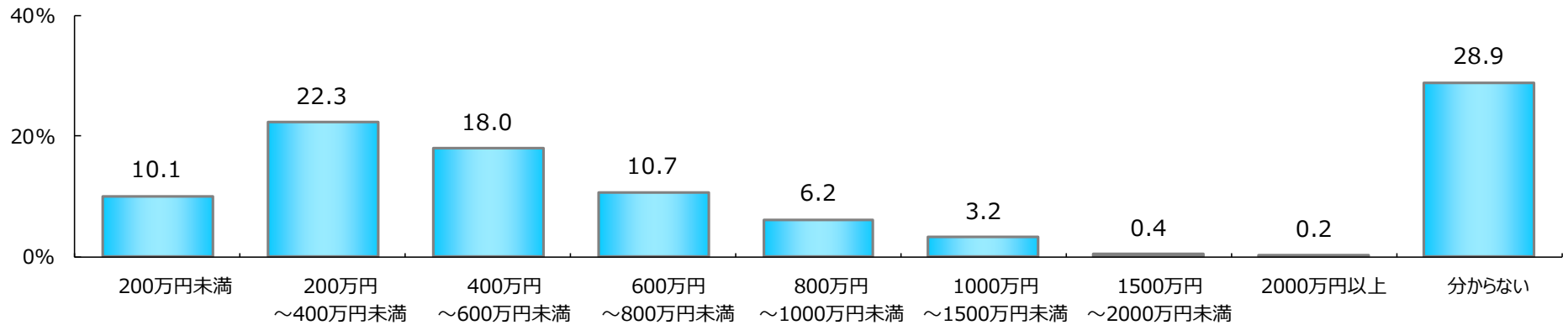
(n=533)



回答者属性

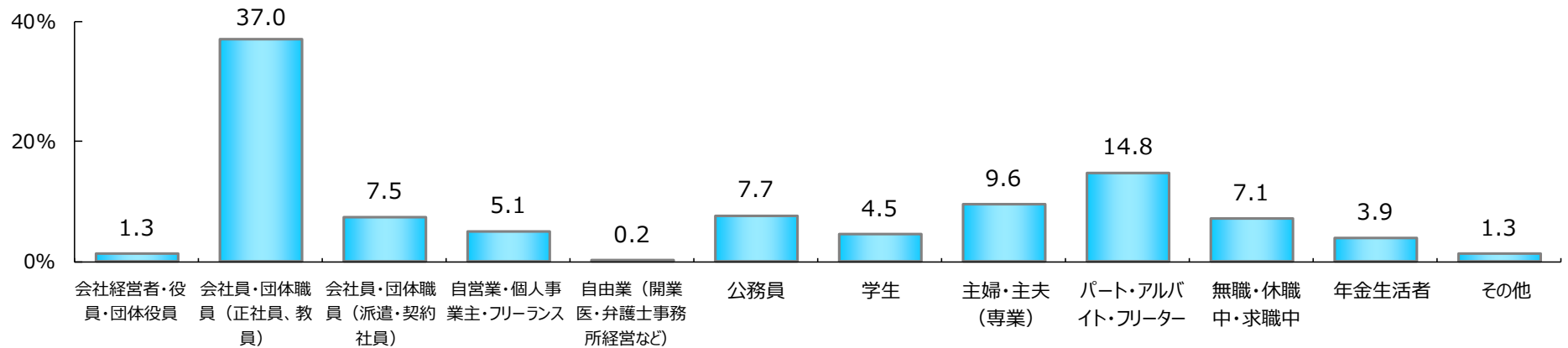
世帯年収

(n=533)



職業

(n=533)



III. 調査結果要約

調査結果要約①

■「倫理的消費（エシカル消費）」の認知度（Q1）

「言葉及び意味を知っている」10.7%、「言葉のみ知っている、聞いたことがある」30.2%、「知らない」59.1%。
「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%。
両者の合計の性別の動向は、男性は43.0%、女性は38.8%。

■「倫理的消費（エシカル消費）」の認知経路（Q2）

「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」の回答者218名が、何を通じて「倫理的消費（エシカル消費）」という言葉を知ったのかの質問についての回答の上位5位は以下のとおり（複数回答）。
「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%。

■「倫理的消費（エシカル消費）」に関連する言葉の認知度（Q3）

倫理的消費（エシカル消費）に関連する14個の言葉の中から、見聞きした言葉を選ぶ質問についての回答の上位5位は以下のとおり（複数回答）。
「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%。

■「倫理的消費（エシカル消費）」に関連するマークの認知度（Q4）

倫理的消費（エシカル消費）に関連する15個のマークの中から、「見たことがある」、「意味も知っている」かの質問についての回答は以下のとおり（複数回答）。

- ・「マークを見たことがある」の上位3位までの回答
「エコマーク」67.2%、「エコショップ」25.5%、「有機」A S マーク」22.5%。
- ・「意味も知っている」の上位3位までの回答
「エコマーク」37.3%、「有機」A S マーク」9.2%、「エコショップ」6.9%。

調査結果要約②

■「倫理的消費（エシカル消費）」の興味度（Q5）

「倫理的消費（エシカル消費）」について、どの程度興味があるかの質問についての回答は以下のとおり。
「非常に興味がある」3.6%、「ある程度興味がある」43.2%、「あまり興味がない」40.7%、「全く興味がない」12.6%。

■「倫理的消費（エシカル消費）」に対するイメージ（Q6）

「倫理的消費（エシカル消費）」に対するイメージについて、16個の選択肢から上位5位の回答は以下のとおり（複数回答）。
「これからの時代に必要」47.5%、「思いやり」21.8%、「優しい」20.1%、「前向き」15.0%、「難しい」13.9%。

■企業イメージの向上度（Q7）

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時に、その企業に対するイメージが向上するかの質問についての回答は以下のとおり。
「そう思う」11.8%、「どちらかというと思う」45.0%、「どちらかというと思わない」18.9%、「そう思わない」6.8%、「分からない」17.4%。

調査結果要約③

■商品やサービスを購入する際に重視する観点（Q8）

商品・サービスの購入の際に、重視する観点について、1～7位まで順位をつけてもらった中で1位に選ばれた回答の割合は、以下のとおり（食料品の場合、「安全・安心」を1位と回答した人は58.0%、「価格」を1位と回答した人は24.2%、「品質」を1位と回答した人は13.7%）。

- ・食料品：「安全・安心」58.0%、「価格」24.2%、「品質」13.7%
- ・衣料品：「デザイン」31.9%、「価格」29.8%、「品質」21.2%
- ・家電：「品質」33.0%、「価格」29.6%、「安全・安心」23.5%
- ・贅沢品：「価格」31.5%、「品質」28.7%、「安全・安心」14.3%
- ・その他生活用品：「価格」48.2%、「安全・安心」26.8%、「品質」20.3%

■倫理的消費（エシカル消費）につながる行動の実践状況（Q9）

倫理的消費（エシカル消費）につながる行動について15個の選択肢について、どの程度実践しているか、上位3位（「よく実践している」と「時々実践している」の合計）の回答は以下のとおり。

「マイバッグ・マイ箸・マイカップ等の利用」69.1%、「地産地消」64.9%、「3R（リデュース、リユース、リサイクル）活動」56.1%。

■倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入意向（Q10）

倫理的消費（エシカル消費）につながる商品について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら購入しようと思うかの質問についての主な回答は以下のとおり。

- ・食料品500円：「550円(10%増)」50.8%、「600円(20%増)」16.5%、「650円(30%増)」2.3%
- ・衣料品5,000円：「5,500円(10%増)」40.7%、「6,000円(20%増)」10.5%、「6,500円(30%増)」2.8%
- ・贅沢品1万円：「11,000円(10%増)」33.8%、「12,000円(20%増)」7.3%、「13,000円(30%増)」3.2%
- ・家電10万円：「110,000円(10%増)」39.6%、「120,000円(20%増)」9.9%、「130,000円(30%増)」2.4%

調査結果要約④

■倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したい理由（Q11）

倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したいと思う理由についての主な回答は以下のとおり（複数回答）。

	1位	2位	3位	4位
食料品	社会や環境問題の解決につなげたい	子どもたちの未来に役立てたい	結果的にコストの低減・削減につながる	地域の活性化につなげたい
衣料品	社会や環境問題の解決につなげたい	似たような商品を買うなら社会貢献につながる方が良い	結果的にコストの低減・削減につながる	子どもたちの未来に役立てたい
家電	社会や環境問題の解決につなげたい	結果的にコストの低減・削減につながる	日常生活で資源やエネルギーをムダにしている実感がある	子どもたちの未来に役立てたい
贅沢品	社会や環境問題の解決につなげたい	似たような商品を買うなら社会貢献につながる方が良い	結果的にコストの低減・削減につながる	子どもたちの未来に役立てたい
その他生活用品	社会や環境問題の解決につなげたい	似たような商品を買うなら社会貢献につながる方が良い	結果的にコストの低減・削減につながる	子どもたちの未来に役立てたい

■倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討しようと思わない理由（Q12）

Q11で、1つでも「購入しようと思わない」と回答した者が「購入しようと思わない」理由について、9個の選択肢の中から主な回答は以下のとおり（複数回答）。

「価格が高いから」47.9%、「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品やサービスに関心がないから」28.2%、「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の選び方が分からないから」16.2%、「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品だと信頼できる十分な情報提供がされていないから」15.8%。

調査結果要約④

■「倫理的消費（エシカル消費）」に関する今後の行動（Q13）

今後の行動に関して、7個の項目それぞれについて、「そう思う」、「どちらかというと思う」を選択した人が多かった回答は以下のとおり。

- ・「倫理的消費（エシカル消費）につながる行動をしたい」35.3%
（「そう思う」3.8%、「どちらかというと思う」31.5%の小計）
- ・「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品を積極的に購入したい」32.3%
（「そう思う」3.6%、「どちらかというと思う」28.7%の小計）
- ・「倫理的消費（エシカル消費）について調べたい・考えたい」31.1%
（「そう思う」3.0%、「どちらかというと思う」28.1%の小計）
- ・「倫理的消費（エシカル消費）について家族や友人・知人と話したい」22.0%
（「そう思う」1.9%、「どちらかというと思う」20.1%の小計）
- ・「行政や企業に倫理的消費（エシカル消費）の推進を働きかけたい」14.1%
（「そう思う」1.5%、「どちらかというと思う」12.6%の小計）

■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（Q14）

「倫理的消費（エシカル消費）」に関して、今後、機会があれば参加してみたいものの質問について、回答は以下のとおり（複数回答）。

「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%、「有識者・有名人を招いての講演会」12.8%、「地域の取組事例を紹介するイベント」12.6%、「親子で参加可能なイベント」11.4%、「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の製造・販売や応援している企業の見学」11.3%、「エシカルファッションショー」4.9%、「参加したいものはない」52.2%。

■普段利用する主な情報源（Q15）

普段利用する主な情報源について、主な回答は以下のとおり（複数回答）。

「テレビ」81.1%、「インターネットニュースサイト」63.0%、「新聞」51.8%、「家族や友人・知人との会話」27.2%、「SNS」24.2%。

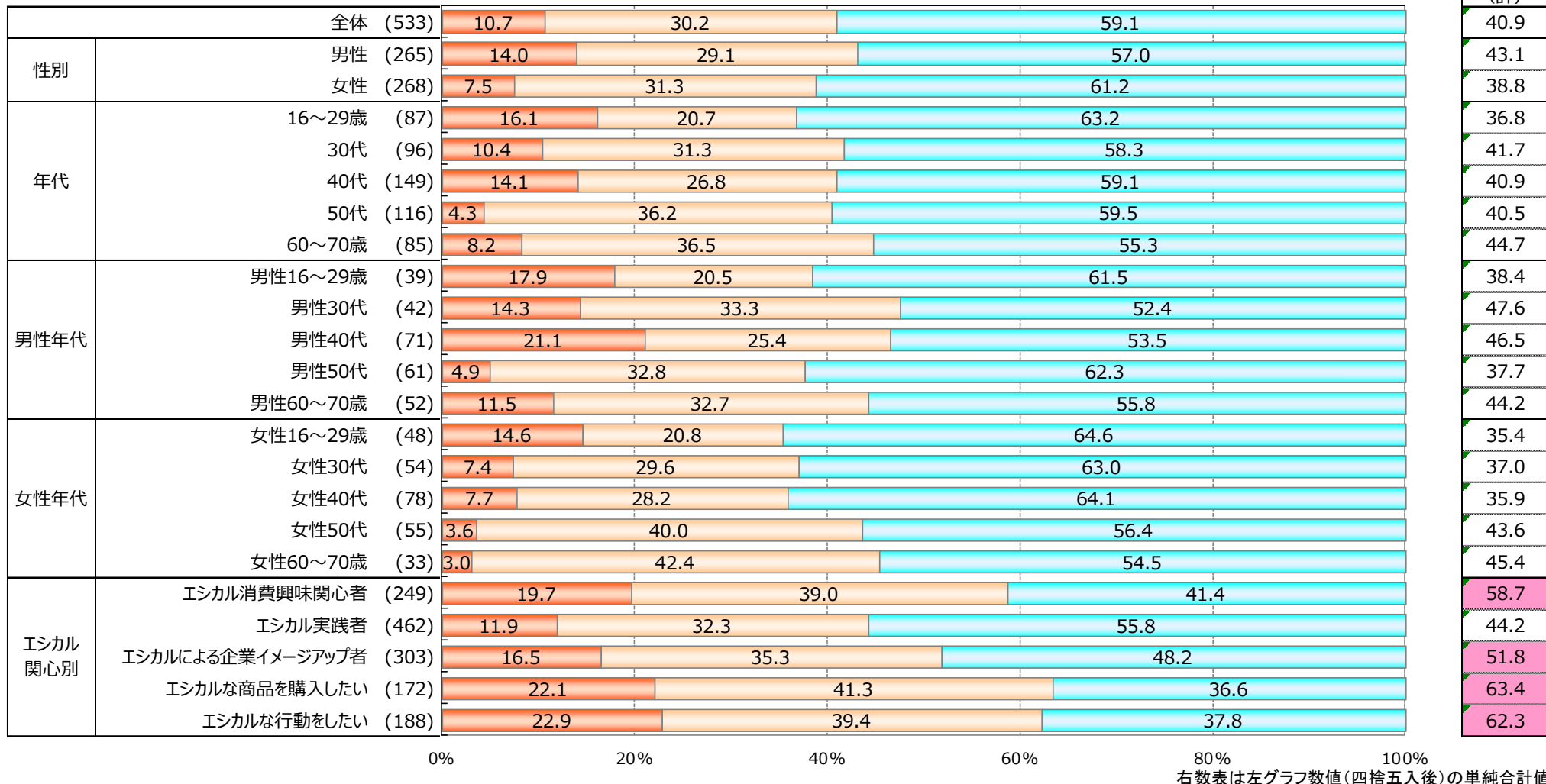
IV. 調査結果詳細

「倫理的消費（エシカル消費）」の認知度

Q1 あなたは、倫理的消費（エシカル消費）という言葉を知っていますか。（お答えは1つ）

■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

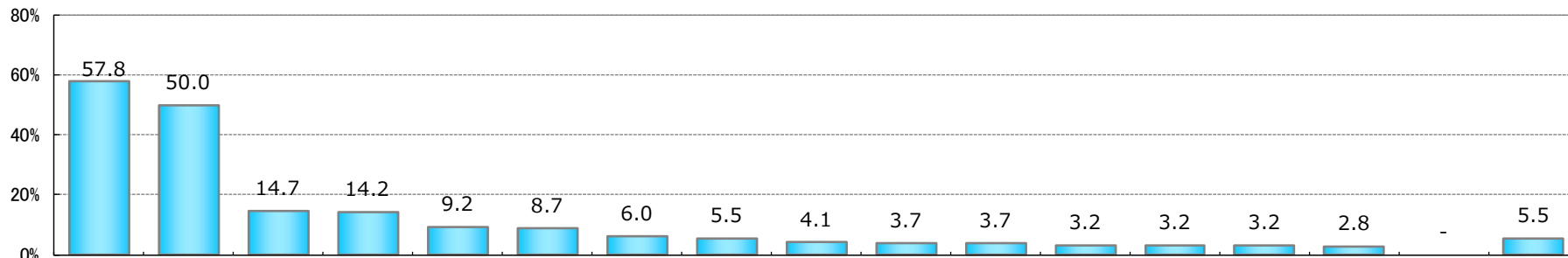
■ 言葉及び意味を知っている ■ 言葉のみ知っている、聞いたことがある ■ 知らない



右数表は左グラフ数値(四捨五入後)の単純合計値

「倫理的消費（エシカル消費）」の認知経路

Q2 Q1で「知っている」とお答えの方にお伺いします。あなたは、何を通じて「倫理的消費（エシカル消費）」という言葉を知りましたか。（お答えはいくつでも）

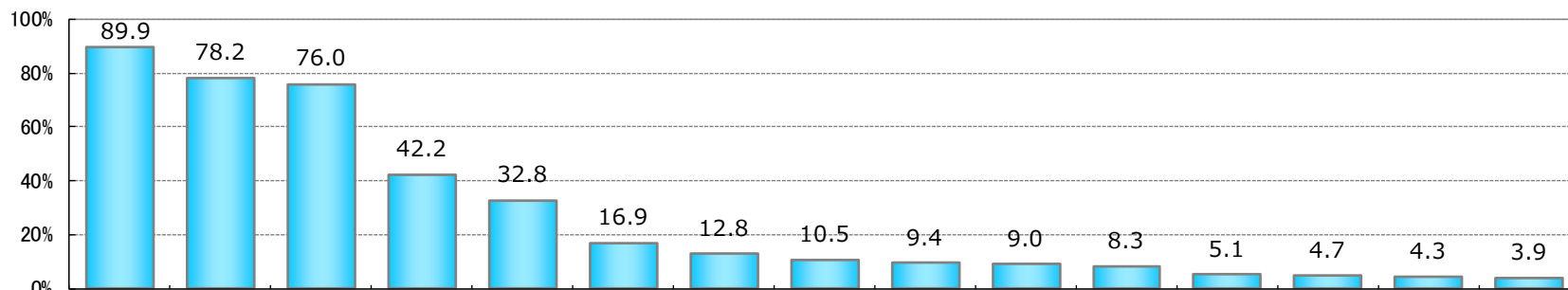


■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

n=		テレビ	新聞	行政のウェブサイトや広報物	インターネットニュースサイト	仕事の関係	雑誌	ラジオ	イベント・講習会	家族や友人・知人との会話	書籍	商品・サービスの広告・パンフレット	ブログ・その他ウェブサイト	店頭の商品やPOP、店舗での説明等	学校の授業・クラブ活動等	SNS	動画配信・動画共有サイト	当てはまるものはない	
全体	218	57.8	50.0	14.7	14.2	9.2	8.7	6.0	5.5	4.1	3.7	3.7	3.2	3.2	3.2	2.8	-	5.5	
性別	男性	114	54.4	55.3	14.9	16.7	14.0	8.8	7.9	5.3	4.4	3.5	3.5	5.3	2.6	2.6	4.4	-	6.1
	女性	104	61.5	44.2	14.4	11.5	3.8	8.7	3.8	5.8	3.8	3.8	1.0	3.8	3.8	1.0	-	4.8	
年代	16~29歳	32	59.4	43.8	18.8	15.6	12.5	9.4	9.4	9.4	9.4	6.3	3.1	12.5	18.8	-	-	-	3.1
	30代	40	52.5	47.5	10.0	7.5	12.5	7.5	2.5	5.0	2.5	7.5	2.5	5.0	-	2.5	-	-	7.5
	40代	61	55.7	52.5	19.7	18.0	9.8	4.9	3.3	9.8	3.3	4.9	3.3	-	1.6	4.9	-	-	3.3
	50代	47	53.2	42.6	10.6	10.6	8.5	6.4	8.5	4.3	2.1	-	-	2.1	2.1	-	4.3	-	12.8
	60~70歳	38	71.1	63.2	13.2	18.4	2.6	13.2	2.6	-	2.6	2.6	-	5.3	-	-	-	-	-
男性年代	男性16~29歳	15	66.7	53.3	20.0	26.7	13.3	13.3	13.3	6.7	13.3	6.7	13.3	6.7	13.3	20.0	-	-	-
	男性30代	20	50.0	45.0	5.0	5.0	15.0	10.0	10.0	-	5.0	-	5.0	-	5.0	-	-	-	10.0
	男性40代	33	48.5	63.6	18.2	21.2	18.2	9.1	6.1	12.1	3.0	9.1	3.0	6.1	-	-	9.1	-	3.0
	男性50代	23	39.1	39.1	13.0	13.0	17.4	4.3	13.0	4.3	-	-	-	4.3	-	-	8.7	-	17.4
	男性60~70歳	23	73.9	69.6	17.4	17.4	4.3	8.7	-	-	4.3	-	-	8.7	-	-	-	-	-
女性年代	女性16~29歳	17	52.9	35.3	17.6	5.9	11.8	5.9	5.9	11.8	5.9	11.8	-	-	11.8	17.6	-	-	5.9
	女性30代	20	55.0	50.0	15.0	10.0	10.0	15.0	5.0	5.0	5.0	10.0	5.0	5.0	-	5.0	-	-	5.0
	女性40代	28	64.3	39.3	21.4	14.3	-	-	-	7.1	3.6	-	7.1	-	-	3.6	-	-	3.6
	女性50代	24	66.7	45.8	8.3	8.3	-	8.3	4.2	4.2	4.2	-	-	-	4.2	-	-	-	8.3
	女性60~70歳	15	66.7	53.3	6.7	20.0	-	20.0	6.7	-	-	6.7	-	-	-	-	-	-	-

「倫理的消費（エシカル消費）」に関連する言葉の認知度

Q3 以下の言葉の中から、あなたが見聞きしたことのある言葉をお選びください。（お答えはいくつでも）

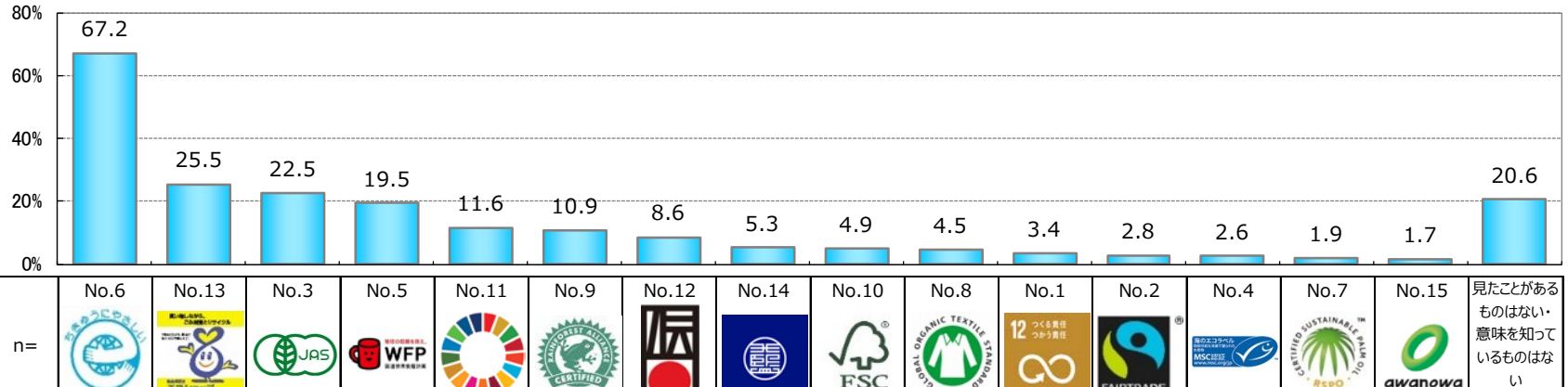


■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

n=		エコ	食品ロス	地産地消	フードバンク	ロハス	フェアトレード	サステナビリティ (持続可能性)	SDGs	応援消費	エシカルファッション	グリーンコンシューマー	農福連携	アニマルウェルフェア (動物福祉)	授産製品	知っているものはない	
性別	全体	533	89.9	78.2	76.0	42.2	32.8	16.9	12.8	10.5	9.4	9.0	8.3	5.1	4.7	4.3	3.9
	男性	265	86.4	77.4	74.0	41.1	30.6	15.8	14.7	13.6	9.8	7.5	6.4	6.0	3.4	4.2	5.3
	女性	268	93.3	79.1	78.0	43.3	35.1	17.9	10.8	7.5	9.0	10.4	10.1	4.1	6.0	4.5	2.6
年代	16~29歳	87	86.2	69.0	74.7	40.2	12.6	25.3	18.4	12.6	16.1	12.6	20.7	4.6	9.2	2.3	5.7
	30代	96	91.7	75.0	81.3	36.5	42.7	18.8	17.7	14.6	7.3	11.5	4.2	6.3	4.2	1.0	2.1
	40代	149	89.3	83.9	75.8	44.3	41.6	19.5	8.1	12.1	7.4	8.1	6.0	4.7	3.4	4.7	5.4
	50代	116	90.5	80.2	70.7	45.7	28.4	10.3	9.5	6.9	9.5	6.0	6.9	3.4	5.2	4.3	3.4
	60~70歳	85	91.8	78.8	78.8	42.4	32.9	10.6	14.1	5.9	8.2	8.2	5.9	7.1	2.4	9.4	2.4
男性年代	男性16~29歳	39	79.5	69.2	69.2	41.0	5.1	23.1	17.9	17.9	12.8	12.8	12.8	2.6	10.3	2.6	7.7
	男性30代	42	88.1	69.0	78.6	33.3	33.3	14.3	21.4	19.0	2.4	7.1	-	7.1	-	-	4.8
	男性40代	71	85.9	80.3	73.2	46.5	40.8	19.7	11.3	12.7	9.9	7.0	7.0	7.0	4.2	5.6	8.5
	男性50代	61	85.2	82.0	68.9	42.6	29.5	11.5	9.8	11.5	13.1	6.6	6.6	4.9	3.3	3.3	4.9
	男性60~70歳	52	92.3	80.8	80.8	38.5	34.6	11.5	17.3	9.6	9.6	5.8	5.8	7.7	-	7.7	-
女性年代	女性16~29歳	48	91.7	68.8	79.2	39.6	18.8	27.1	18.8	8.3	18.8	12.5	27.1	6.3	8.3	2.1	4.2
	女性30代	54	94.4	79.6	83.3	38.9	50.0	22.2	14.8	11.1	11.1	14.8	7.4	5.6	7.4	1.9	-
	女性40代	78	92.3	87.2	78.2	42.3	42.3	19.2	5.1	11.5	5.1	9.0	5.1	2.6	2.6	3.8	2.6
	女性50代	55	96.4	78.2	72.7	49.1	27.3	9.1	9.1	1.8	5.5	5.5	7.3	1.8	7.3	5.5	1.8
	女性60~70歳	33	90.9	75.8	75.8	48.5	30.3	9.1	9.1	-	6.1	12.1	6.1	6.1	6.1	12.1	6.1
エシカル関心別	エシカル消費興味関心者	249	93.2	90.8	85.9	55.8	43.8	27.3	21.3	18.1	14.9	16.5	12.0	8.4	8.4	7.6	0.4
	エシカル実践者	462	92.6	83.1	80.5	45.0	35.1	19.0	14.1	11.7	10.2	10.4	9.3	5.2	5.0	4.8	1.3
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	94.4	90.8	85.8	54.1	41.6	24.1	18.5	14.2	13.2	13.2	10.9	6.6	5.3	6.6	-
	エシカルな商品を購入したい	172	94.8	91.3	87.8	59.3	46.5	30.2	25.6	19.2	17.4	19.2	13.4	9.9	9.3	9.3	0.6
	エシカルな行動をしたい	188	94.7	91.0	87.2	56.9	46.8	28.7	25.0	20.2	16.5	16.5	13.3	8.0	8.0	6.9	0.5

「倫理的消費（エシカル消費）」に関連するマークの認知度（見たことがある）

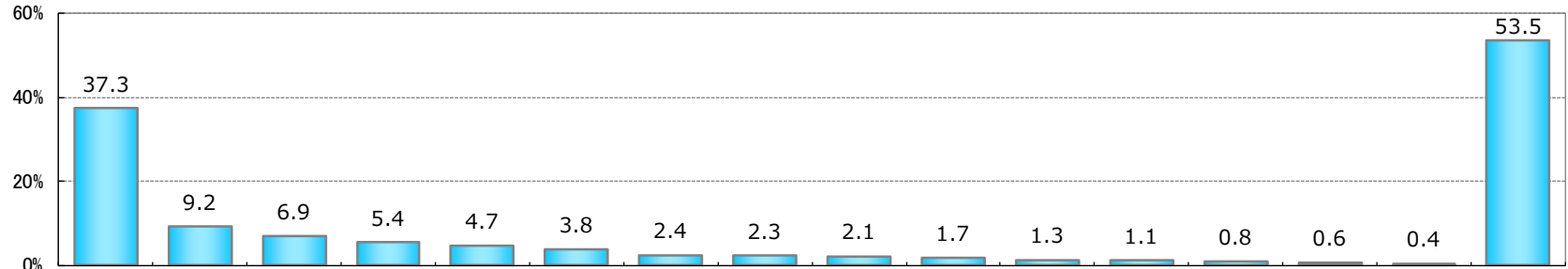
Q4S1 [見たことがある]あなたが、以下のマークの中で見たことがあるものをお選びください。また、見たことがあり、意味も知っているものについてもお選びください。（お答えはそれぞれいくつでも）



		n=	No.6	No.13	No.3	No.5	No.11	No.9	No.12	No.14	No.10	No.8	No.1	No.2	No.4	No.7	No.15	見たことがあるものはない・意味を知っているものはない
全体		533	67.2	25.5	22.5	19.5	11.6	10.9	8.6	5.3	4.9	4.5	3.4	2.8	2.6	1.9	1.7	20.6
性別	男性	265	60.4	17.7	15.1	17.0	14.0	7.9	9.8	4.9	4.9	4.2	3.4	4.2	2.3	2.6	1.9	25.7
	女性	268	73.9	33.2	29.9	22.0	9.3	13.8	7.5	5.6	4.9	4.9	3.4	1.5	3.0	1.1	1.5	15.7
年代	16～29歳	87	80.5	39.1	28.7	19.5	9.2	16.1	11.5	8.0	14.9	1.1	4.6	4.6	1.1	3.4	2.3	16.1
	30代	96	81.3	33.3	30.2	32.3	9.4	15.6	9.4	5.2	2.1	3.1	6.3	4.2	7.3	1.0	2.1	13.5
	40代	149	71.8	25.5	21.5	20.1	11.4	11.4	4.0	5.4	3.4	2.0	2.7	2.0	2.7	2.0	2.7	20.1
	50代	116	57.8	19.8	17.2	13.8	14.7	8.6	8.6	3.4	1.7	6.9	0.9	1.7	0.9	2.6	0.9	23.3
	60～70歳	85	42.4	10.6	16.5	11.8	12.9	2.4	12.9	4.7	4.7	10.6	3.5	2.4	1.2	-	-	30.6
男性年代	男性16～29歳	39	82.1	28.2	20.5	15.4	10.3	12.8	12.8	5.1	10.3	-	5.1	7.7	-	2.6	-	15.4
	男性30代	42	69.0	14.3	14.3	21.4	14.3	9.5	7.1	4.8	4.8	2.4	2.4	7.1	4.8	2.4	2.4	26.2
	男性40代	71	67.6	23.9	18.3	21.1	12.7	8.5	7.0	8.5	5.6	2.8	5.6	2.8	2.8	2.8	5.6	25.4
	男性50代	61	49.2	13.1	11.5	14.8	19.7	6.6	8.2	1.6	-	6.6	1.6	3.3	1.6	4.9	-	27.9
	男性60～70歳	52	40.4	9.6	11.5	11.5	11.5	3.8	15.4	3.8	5.8	7.7	1.9	1.9	1.9	-	-	30.8
女性年代	女性16～29歳	48	79.2	47.9	35.4	22.9	8.3	18.8	10.4	10.4	18.8	2.1	4.2	2.1	2.1	4.2	4.2	16.7
	女性30代	54	90.7	48.1	42.6	40.7	5.6	20.4	11.1	5.6	-	3.7	9.3	1.9	9.3	-	1.9	3.7
	女性40代	78	75.6	26.9	24.4	19.2	10.3	14.1	1.3	2.6	1.3	1.3	-	1.3	2.6	1.3	-	15.4
	女性50代	55	67.3	27.3	23.6	12.7	9.1	10.9	9.1	5.5	3.6	7.3	-	-	-	-	1.8	18.2
	女性60～70歳	33	45.5	12.1	24.2	12.1	15.2	-	9.1	6.1	3.0	15.2	6.1	3.0	-	-	-	30.3
エシカル関心別	エシカル消費興味関心者	249	78.7	29.7	33.7	20.5	16.5	16.1	14.5	9.2	8.4	7.2	6.8	5.2	2.8	3.6	3.2	8.4
	エシカル実践者	462	71.0	27.7	25.3	20.1	13.2	12.3	10.0	5.8	5.4	5.2	3.9	3.2	3.0	2.2	1.9	16.2
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	73.9	29.0	28.4	19.8	14.5	12.9	11.6	7.3	7.3	5.9	5.3	3.6	2.3	3.0	2.6	12.5
	エシカルな商品を購入したい	172	77.9	33.1	38.4	24.4	16.3	16.9	18.6	10.5	9.9	7.6	7.0	5.8	4.1	3.5	3.5	9.9
	エシカルな行動をしたい	188	75.5	32.4	34.0	22.9	17.0	17.0	18.1	9.6	8.5	6.4	7.4	6.4	3.7	3.2	2.7	11.2

「倫理的消費（エシカル消費）」に関連するマークの認知度（意味も知っている）

Q4S2 [意味を知っている]あなたが、以下のマークの中で見たことがあるものをお選びください。また、見たことがあり、意味も知っているものについてもお選びください。（お答えはそれぞれいくつでも）



■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

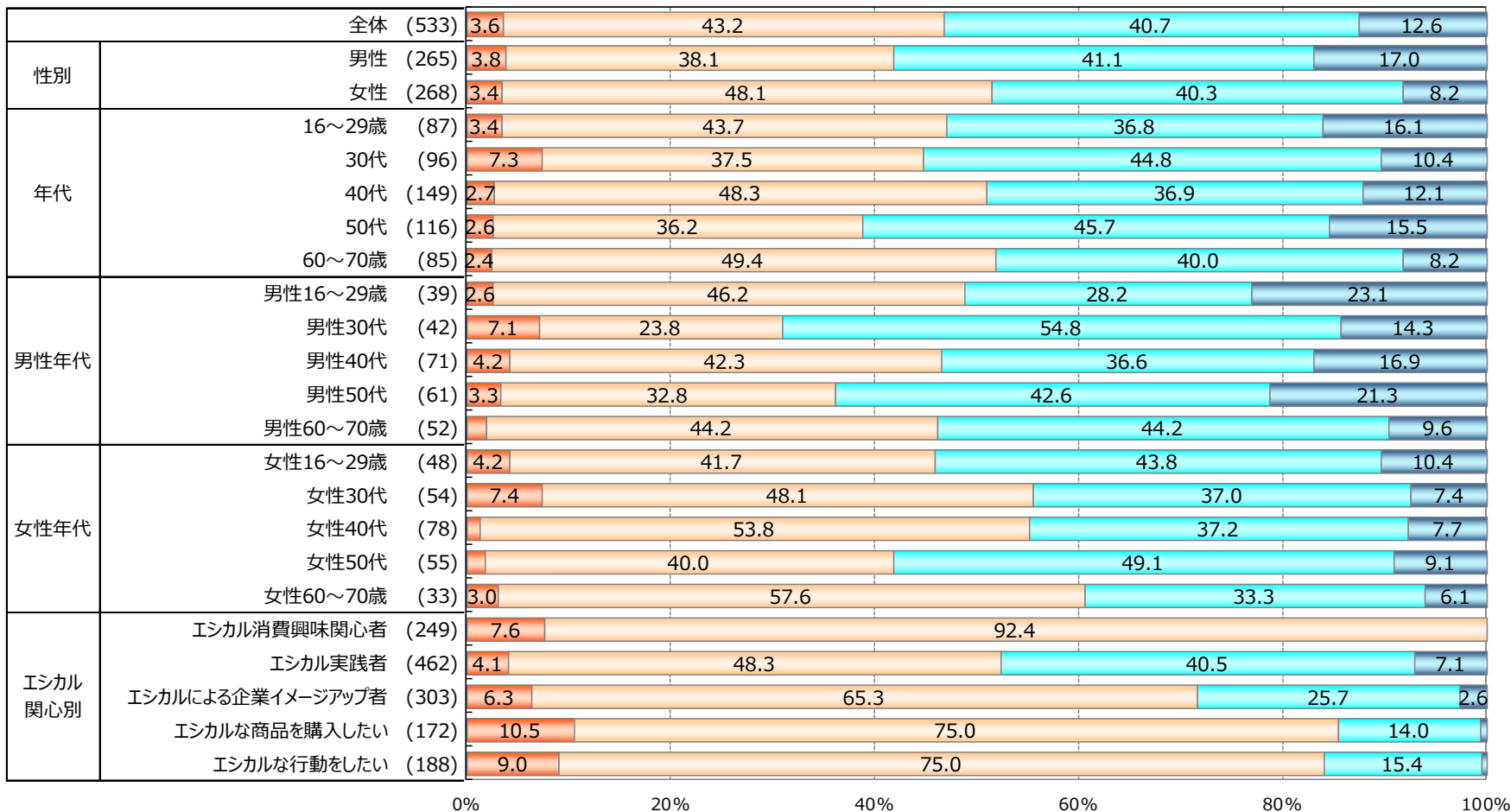
n=		No.6	No.3	No.13	No.5	No.11	No.9	No.12	No.2	No.14	No.1	No.4	No.10	No.15	No.7	No.8	見たことがあるものはない 意味を知っているものはない	
性別	全体	533	37.3	9.2	6.9	5.4	4.7	3.8	2.4	2.3	2.1	1.7	1.3	1.1	0.8	0.6	0.4	53.5
	男性	265	34.3	7.5	6.4	6.4	5.3	3.4	3.8	3.4	2.3	2.3	1.5	1.5	1.1	0.8	0.4	55.8
	女性	268	40.3	10.8	7.5	4.5	4.1	4.1	1.1	1.1	1.9	1.1	0.7	0.4	0.4	0.4	0.4	51.1
年代	16~29歳	87	57.5	9.2	11.5	8.0	5.7	8.0	2.3	4.6	3.4	3.4	1.1	1.1	-	2.3	-	32.2
	30代	96	46.9	9.4	7.3	7.3	2.1	3.1	2.1	3.1	-	3.1	4.2	1.0	-	-	-	51.0
	40代	149	32.9	9.4	8.1	5.4	4.7	3.4	1.3	2.0	3.4	1.3	0.7	2.0	-	0.7	-	59.7
	50代	116	31.0	8.6	6.0	3.4	5.2	4.3	1.7	1.7	1.7	0.9	-	0.9	-	0.9	-	57.8
	60~70歳	85	22.4	9.4	1.2	3.5	5.9	-	5.9	-	1.2	-	1.2	-	-	-	1.2	61.2
男性年代	男性16~29歳	39	56.4	10.3	7.7	10.3	7.7	7.7	5.1	7.7	-	5.1	-	2.6	-	2.6	-	30.8
	男性30代	42	40.5	4.8	2.4	4.8	2.4	2.4	4.8	-	2.4	4.8	2.4	-	-	-	-	59.5
	男性40代	71	32.4	9.9	11.3	7.0	4.2	2.8	2.8	5.6	2.8	1.4	2.8	4.2	-	1.4	-	60.6
	男性50代	61	26.2	4.9	6.6	4.9	8.2	4.9	3.3	3.3	1.6	-	-	-	1.6	-	-	62.3
	男性60~70歳	52	25.0	7.7	1.9	5.8	3.8	-	5.8	-	1.9	-	1.9	-	-	-	-	57.7
女性年代	女性16~29歳	48	58.3	8.3	14.6	6.3	4.2	8.3	-	2.1	6.3	2.1	2.1	-	-	2.1	-	33.3
	女性30代	54	51.9	13.0	11.1	9.3	1.9	3.7	1.9	1.9	-	3.7	3.7	-	1.9	-	-	44.4
	女性40代	78	33.3	9.0	5.1	3.8	5.1	3.8	-	1.3	1.3	-	-	1.3	-	-	-	59.0
	女性50代	55	36.4	12.7	5.5	1.8	1.8	3.6	-	-	1.8	-	1.8	-	-	-	-	52.7
	女性60~70歳	33	18.2	12.1	-	-	9.1	-	6.1	-	-	-	-	-	-	-	3.0	66.7
エシカル 関心別	エシカル消費興味関心者	249	51.0	17.3	10.4	6.4	8.8	7.2	4.8	4.0	4.4	3.6	2.0	2.0	1.6	1.2	0.8	36.5
	エシカル実践者	462	40.5	10.4	7.6	5.6	5.2	4.3	2.8	2.6	2.4	1.9	1.5	1.3	0.9	0.6	0.4	50.0
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	42.6	13.9	9.2	5.0	6.9	5.9	4.0	2.6	3.6	2.6	1.3	1.7	1.3	1.0	0.7	45.5
	エシカルな商品を購入したい	172	52.3	20.3	12.8	8.7	9.3	8.1	7.6	4.1	4.7	4.1	2.3	2.3	2.3	1.2	0.6	35.5
	エシカルな行動をしたい	188	49.5	17.0	11.7	8.0	9.0	8.0	6.4	4.8	4.3	4.8	2.1	2.1	1.6	1.1	0.5	38.3

「倫理的消費（エシカル消費）」の興味度

Q5 あなたは、倫理的消費（エシカル消費）について、どの程度興味がありますか。（お答えは1つ）

■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

■ 非常に興味がある ■ ある程度興味がある ■ あまり興味がない ■ 全く興味がない

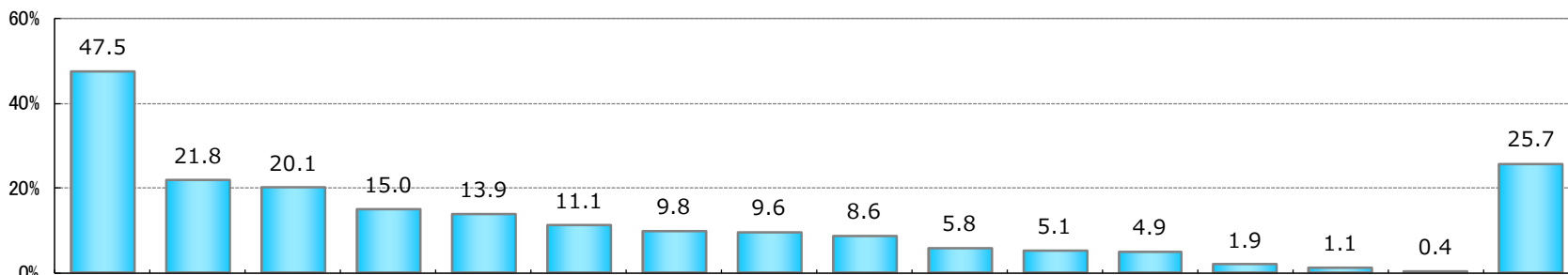


興味がある (計)	興味がない (計)
46.8	53.3
41.9	58.1
51.5	48.5
47.1	52.9
44.8	55.2
51.0	49.0
38.8	61.2
51.8	48.2
48.8	51.3
30.9	69.1
46.5	53.5
36.1	63.9
46.1	53.8
45.9	54.2
55.5	44.4
55.1	44.9
41.8	58.2
60.6	39.4
100.0	-
52.4	47.6
71.6	28.3
85.5	14.6
84.0	15.9

2%未満の数値ラベルは非表示
右数表は左グラフ数値(四捨五入後)の単純合計値

「倫理的消費（エシカル消費）」に対するイメージ

Q6 倫理的消費（エシカル消費）に対するあなたのイメージに当てはまるものをお選びください。（お答えはいくつでも）



■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

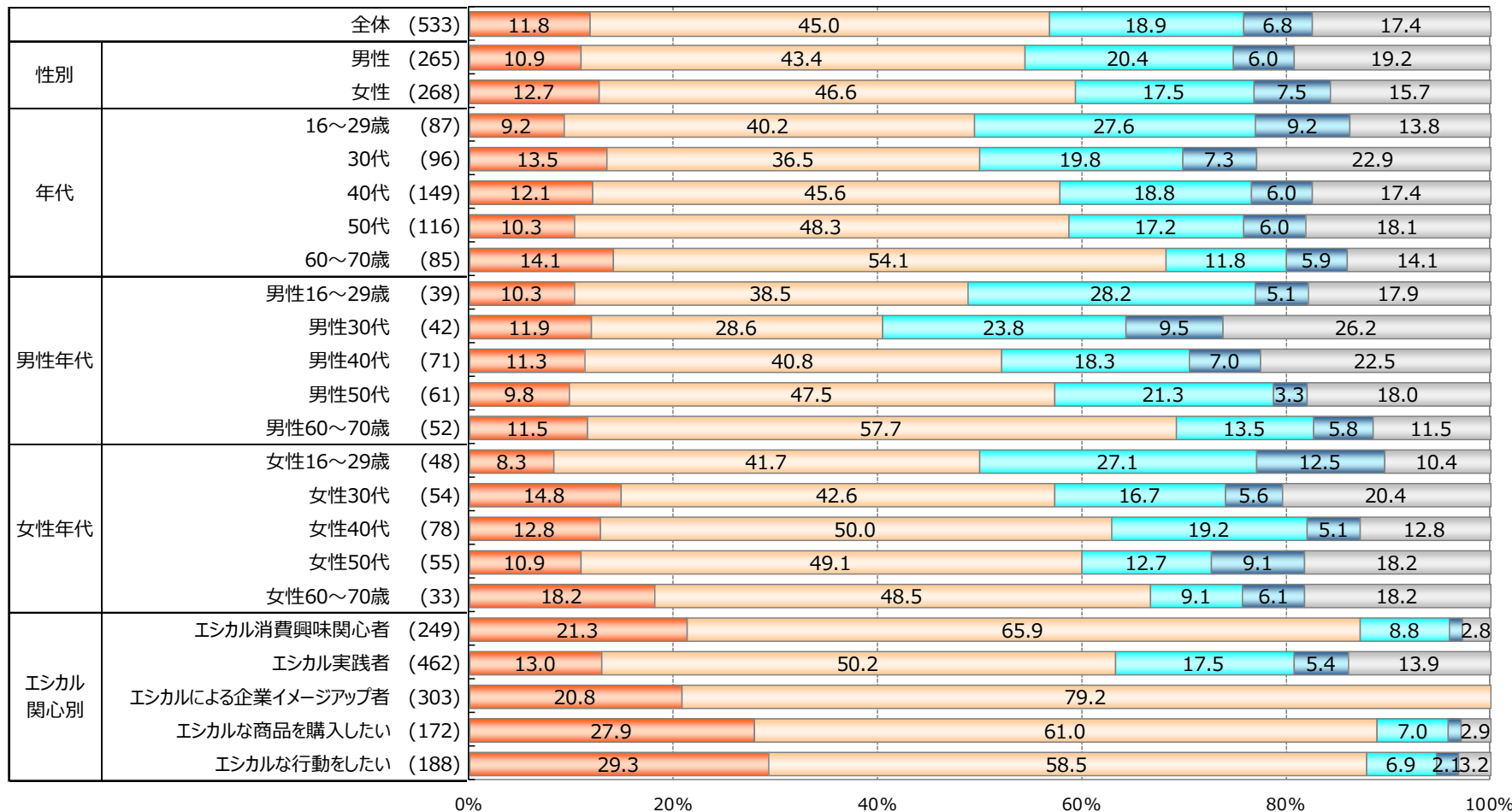
	n=	これからの時代に必要	思いやり	優しい	前向き	難しい	とつきにくい	持続的	真面目	先進的	価格が高い	面倒	知的	怪しい	不自然	その他	分からない	
全体	533	47.5	21.8	20.1	15.0	13.9	11.1	9.8	9.6	8.6	5.8	5.1	4.9	1.9	1.1	0.4	25.7	
性別																		
男性	265	43.0	20.8	22.6	13.6	9.8	11.7	11.7	8.7	8.3	7.2	5.7	3.4	2.6	1.5	0.8	28.3	
女性	268	51.9	22.8	17.5	16.4	17.9	10.4	7.8	10.4	9.0	4.5	4.5	6.3	1.1	0.7	-	23.1	
年代																		
16~29歳	87	35.6	13.8	16.1	11.5	24.1	13.8	12.6	9.2	8.0	5.7	5.7	6.9	4.6	1.1	-	23.0	
30代	96	50.0	19.8	14.6	14.6	12.5	12.5	13.5	13.5	13.5	5.2	4.2	8.3	3.1	1.0	-	27.1	
40代	149	54.4	22.1	22.1	16.1	10.7	7.4	7.4	6.7	8.7	6.0	5.4	4.0	1.3	1.3	0.7	24.2	
50代	116	44.8	20.7	21.6	15.5	9.5	11.2	7.8	9.5	6.9	2.6	1.7	1.7	0.9	-	0.9	31.9	
60~70歳	85	48.2	32.9	24.7	16.5	16.5	12.9	9.4	10.6	5.9	10.6	9.4	4.7	-	2.4	-	21.2	
男性年代																		
男性16~29歳	39	33.3	12.8	15.4	20.5	17.9	17.9	20.5	10.3	12.8	7.7	5.1	2.6	7.7	2.6	-	28.2	
男性30代	42	40.5	11.9	11.9	7.1	9.5	14.3	14.3	4.8	7.1	2.4	4.8	2.4	2.4	-	-	35.7	
男性40代	71	46.5	23.9	26.8	12.7	8.5	8.5	7.0	8.5	8.5	9.9	8.5	5.6	2.8	2.8	1.4	25.4	
男性50代	61	44.3	19.7	23.0	16.4	8.2	6.6	9.8	9.8	4.9	3.3	-	1.6	1.6	-	1.6	34.4	
男性60~70歳	52	46.2	30.8	30.8	11.5	7.7	15.4	11.5	9.6	9.6	11.5	9.6	3.8	-	1.9	-	19.2	
女性年代																		
女性16~29歳	48	37.5	14.6	16.7	4.2	29.2	10.4	6.3	8.3	4.2	4.2	6.3	10.4	2.1	-	-	18.8	
女性30代	54	57.4	25.9	16.7	20.4	14.8	11.1	13.0	20.4	18.5	7.4	3.7	13.0	3.7	1.9	-	20.4	
女性40代	78	61.5	20.5	17.9	19.2	12.8	6.4	7.7	5.1	9.0	2.6	2.6	2.6	-	-	-	23.1	
女性50代	55	45.5	21.8	20.0	14.5	10.9	16.4	5.5	9.1	9.1	1.8	3.6	1.8	-	-	-	29.1	
女性60~70歳	33	51.5	36.4	15.2	24.2	30.3	9.1	6.1	12.1	-	9.1	9.1	6.1	-	3.0	-	24.2	
エシカル関心別																		
エシカル消費興味関心者	249	76.7	33.7	32.1	26.5	15.7	6.0	17.3	14.9	16.1	9.2	4.4	8.4	0.8	0.4	0.4	3.2	
エシカル実践者	462	52.8	24.7	22.7	16.9	14.3	11.7	11.0	10.6	9.5	6.7	5.2	5.4	1.5	1.1	0.2	19.5	
エシカルによる企業イメージアップ者	303	71.3	32.3	29.0	23.1	14.2	8.3	14.5	14.5	12.9	7.3	4.6	7.9	0.3	0.7	0.3	7.3	
エシカルな商品を購入したい	172	79.1	33.7	32.6	26.7	14.0	7.6	20.9	16.9	18.0	9.3	2.3	9.3	-	-	-	2.9	
エシカルな行動をしたい	188	79.8	34.6	30.9	28.2	12.8	8.0	20.7	17.6	18.1	9.0	4.3	10.1	0.5	0.5	0.5	2.7	

企業イメージの向上度

Q7 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は向上しますか。（お答えは1つ）

■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

■ そう思う ■ どちらかというと思う ■ どちらかというと思わない ■ そう思わない ■ 分からない



属性	そう思う (計)	そう思わない (計)
全体	56.8	25.7
性別	54.3	26.4
女性	59.3	25.0
年代	49.4	36.8
16~29歳	50.0	27.1
30代	57.7	24.8
40代	58.6	23.2
50代	68.2	17.7
60~70歳	48.8	33.3
男性年代	40.5	33.3
男性16~29歳	52.1	25.3
男性30代	57.3	24.6
男性40代	69.2	19.3
男性50代	50.0	39.6
男性60~70歳	57.4	22.3
女性年代	62.8	24.3
女性16~29歳	60.0	21.8
女性30代	66.7	15.2
女性40代	87.2	10.0
女性50代	63.2	22.9
女性60~70歳	100.0	-
エシカル関心別	88.9	8.2
エシカル消費興味関心者	87.8	9.0
エシカル実践者	-	-
エシカルによる企業イメージアップ者	-	-
エシカルな商品を購入したい	-	-
エシカルな行動をしたい	-	-

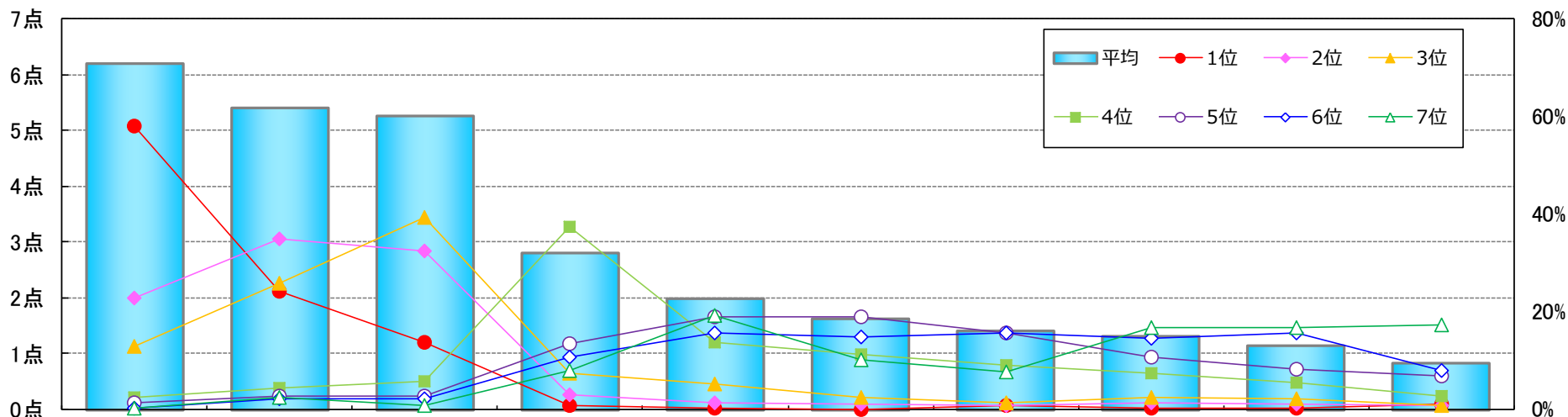
2%未満の数値ラベルは非表示

右数表は左グラフ数値(四捨五入後)の単純合計値

商品やサービスを購入する際に重視する観点「食料品」【全体】

Q8_1 あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「食料品」の購入についてお答えください。（お答えはそれぞれ1つ）

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



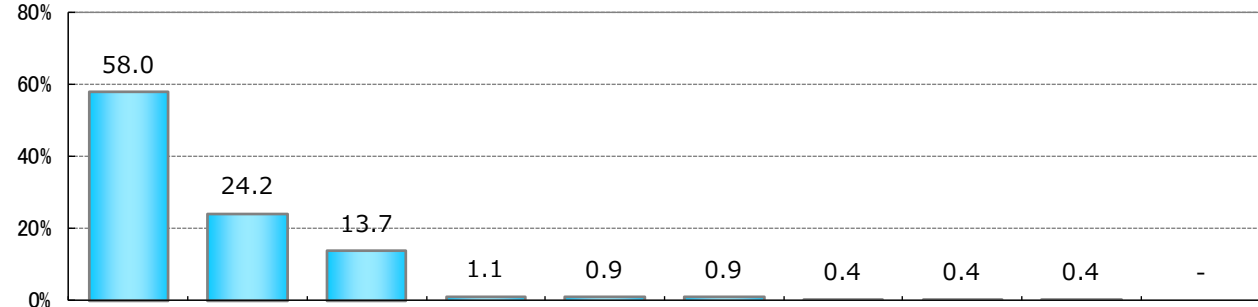
	n=	安全・安心	価格	品質	ブランド・メーカー	環境問題の解決への貢献	デザイン	流行	地域問題の解決への貢献	社会問題の解決への貢献	ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)
1位	533	58.0	24.2	13.7	0.9	0.4	-	0.9	0.4	0.4	1.1
2位	533	22.7	34.9	32.6	3.0	1.5	1.1	0.8	1.3	1.1	0.9
3位	533	12.8	25.9	39.4	7.5	5.1	2.6	1.5	2.4	2.1	0.8
4位	533	2.4	4.3	5.8	37.3	13.7	11.4	9.0	7.5	5.6	2.8
5位	533	1.3	2.8	2.8	13.5	18.9	19.1	15.6	10.7	8.3	6.9
6位	533	0.4	2.3	2.3	10.7	15.6	14.8	15.8	14.6	15.6	8.1
7位	533	0.4	2.4	0.8	8.1	19.3	10.1	7.7	16.9	16.9	17.4
平均	533	6.21	5.41	5.26	2.81	1.99	1.63	1.41	1.31	1.15	0.83

※平均：1位を7点、2位を6点・・・6位を2点、7位を1点と重み付けして算出 平均点（点）＝ {（7点×1位の回答数）＋（6点×2位の回答数）＋・・・＋（1点×7位の回答数）} / n

商品やサービスを購入する際に重視する観点「食料品」【1位】

Q8_1S1 [1位]あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「食料品」の購入についてお答えください。
(お答えはそれぞれ1つ)

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



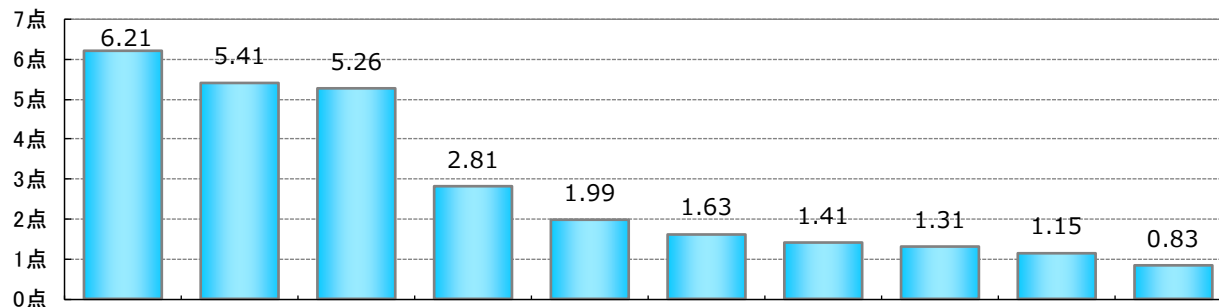
■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

		n=	安全・安心	価格	品質	ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)	ブランド・メーカー	流行	環境問題の解決への貢献	社会問題の解決への貢献	地域問題の解決への貢献	デザイン
全体		533	58.0	24.2	13.7	1.1	0.9	0.9	0.4	0.4	0.4	-
性別	男性	265	51.7	27.5	15.1	1.5	0.8	1.9	0.4	0.4	0.8	-
	女性	268	64.2	20.9	12.3	0.7	1.1	-	0.4	0.4	-	-
年代	16～29歳	87	50.6	24.1	21.8	2.3	-	1.1	-	-	-	-
	30代	96	59.4	24.0	11.5	1.0	2.1	2.1	-	-	-	-
	40代	149	47.7	30.2	18.1	1.3	-	0.7	0.7	0.7	0.7	-
	50代	116	62.1	25.9	6.0	0.9	1.7	0.9	0.9	0.9	0.9	-
	60～70歳	85	76.5	11.8	10.6	-	1.2	-	-	-	-	-
男性年代	男性16～29歳	39	46.2	25.6	23.1	2.6	-	2.6	-	-	-	-
	男性30代	42	47.6	28.6	16.7	-	2.4	4.8	-	-	-	-
	男性40代	71	35.2	36.6	21.1	2.8	-	1.4	-	1.4	1.4	-
	男性50代	61	57.4	27.9	6.6	1.6	1.6	1.6	1.6	-	1.6	-
	男性60～70歳	52	75.0	15.4	9.6	-	-	-	-	-	-	-
女性年代	女性16～29歳	48	54.2	22.9	20.8	2.1	-	-	-	-	-	-
	女性30代	54	68.5	20.4	7.4	1.9	1.9	-	-	-	-	-
	女性40代	78	59.0	24.4	15.4	-	-	-	1.3	-	-	-
	女性50代	55	67.3	23.6	5.5	-	1.8	-	-	1.8	-	-
	女性60～70歳	33	78.8	6.1	12.1	-	3.0	-	-	-	-	-
イシカル 関心別	イシカル消費興味関心者	249	65.5	17.3	13.7	0.8	1.2	0.4	0.8	-	0.4	-
	イシカル実践者	462	60.0	22.3	14.1	0.9	0.9	0.6	0.4	0.4	0.4	-
	イシカルによる企業イメージアップ者	303	63.4	20.8	13.2	0.3	1.0	-	0.7	0.3	0.3	-
	イシカルな商品を購入したい	172	68.0	15.1	14.0	0.6	0.6	-	1.2	-	0.6	-
	イシカルな行動をしたい	188	66.0	18.6	12.8	0.5	0.5	-	1.1	-	0.5	-

商品やサービスを購入する際に重視する観点「食料品」【平均】

Q8_1 [平均]あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「食料品」の購入についてお答えください。（お答えはそれぞれ1つ）

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



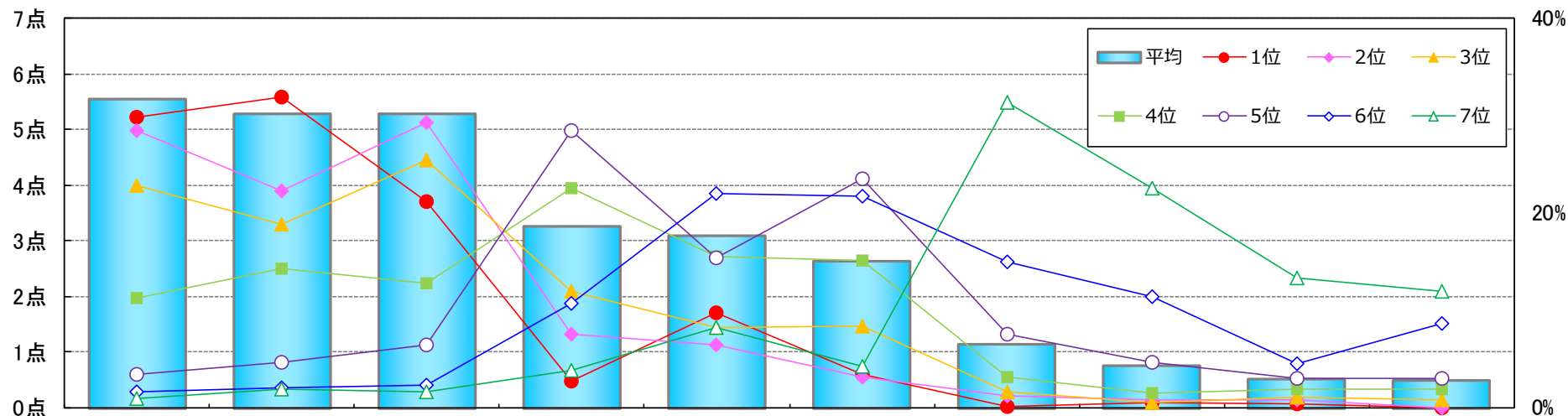
		n=	安全・安心	価格	品質	ブランド・メーカー	環境問題の解決への貢献	デザイン	流行	地域問題の解決への貢献	社会問題の解決への貢献	ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)
全体		533	6.21	5.41	5.26	2.81	1.99	1.63	1.41	1.31	1.15	0.83
性別	男性	265	6.05	5.38	5.29	2.91	1.92	1.71	1.50	1.25	1.24	0.75
	女性	268	6.36	5.44	5.22	2.72	2.06	1.55	1.31	1.37	1.06	0.91
年代	16～29歳	87	5.91	5.24	5.16	2.77	1.63	2.11	1.85	1.31	1.22	0.79
	30代	96	6.25	5.61	5.40	3.27	1.48	1.84	1.67	0.92	0.61	0.95
	40代	149	6.15	5.48	5.40	2.75	2.10	1.48	1.27	1.31	1.19	0.87
	50代	116	6.16	5.53	5.00	2.85	2.21	1.67	1.46	1.33	1.11	0.69
	60～70歳	85	6.62	5.07	5.31	2.40	2.45	1.08	0.82	1.73	1.67	0.85
男性年代	男性16～29歳	39	5.92	5.26	5.23	3.10	1.38	2.05	1.79	1.36	1.18	0.72
	男性30代	42	6.02	5.79	5.55	3.17	1.17	2.19	2.26	0.57	0.48	0.81
	男性40代	71	5.77	5.42	5.41	2.92	2.06	1.54	1.32	1.30	1.48	0.79
	男性50代	61	5.97	5.31	5.05	2.89	2.25	1.89	1.56	1.28	1.07	0.75
	男性60～70歳	52	6.65	5.15	5.25	2.60	2.38	1.10	0.83	1.60	1.77	0.67
女性年代	女性16～29歳	48	5.90	5.23	5.10	2.50	1.83	2.17	1.90	1.27	1.25	0.85
	女性30代	54	6.43	5.48	5.28	3.35	1.72	1.57	1.20	1.19	0.72	1.06
	女性40代	78	6.50	5.53	5.38	2.60	2.14	1.44	1.22	1.32	0.92	0.95
	女性50代	55	6.36	5.76	4.95	2.82	2.16	1.44	1.35	1.38	1.16	0.62
	女性60～70歳	33	6.58	4.94	5.39	2.09	2.55	1.06	0.82	1.94	1.52	1.12
エシカル 関心別	エシカル消費興味関心者	249	6.39	5.17	5.24	2.50	2.50	1.22	0.97	1.66	1.46	0.89
	エシカル実践者	462	6.26	5.37	5.26	2.77	2.07	1.56	1.28	1.40	1.19	0.84
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	6.41	5.30	5.28	2.70	2.40	1.27	1.00	1.52	1.32	0.80
	エシカルな商品を購入したい	172	6.50	5.02	5.28	2.26	2.74	1.15	0.86	1.73	1.54	0.92
	エシカルな行動をしたい	188	6.43	5.17	5.26	2.38	2.70	1.15	0.84	1.72	1.53	0.82

※平均：1位を7点、2位を6点・・・6位を2点、7位を1点と重み付けして算出 平均点 (点) = { (7点×1位の回答数) + (6点×2位の回答数) +・・・+ (1点×7位の回答数) } / n

商品やサービスを購入する際に重視する観点「衣料品」【全体】

Q8_2 あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「衣料品」の購入についてお答えください。（お答えはそれぞれ1つ）

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



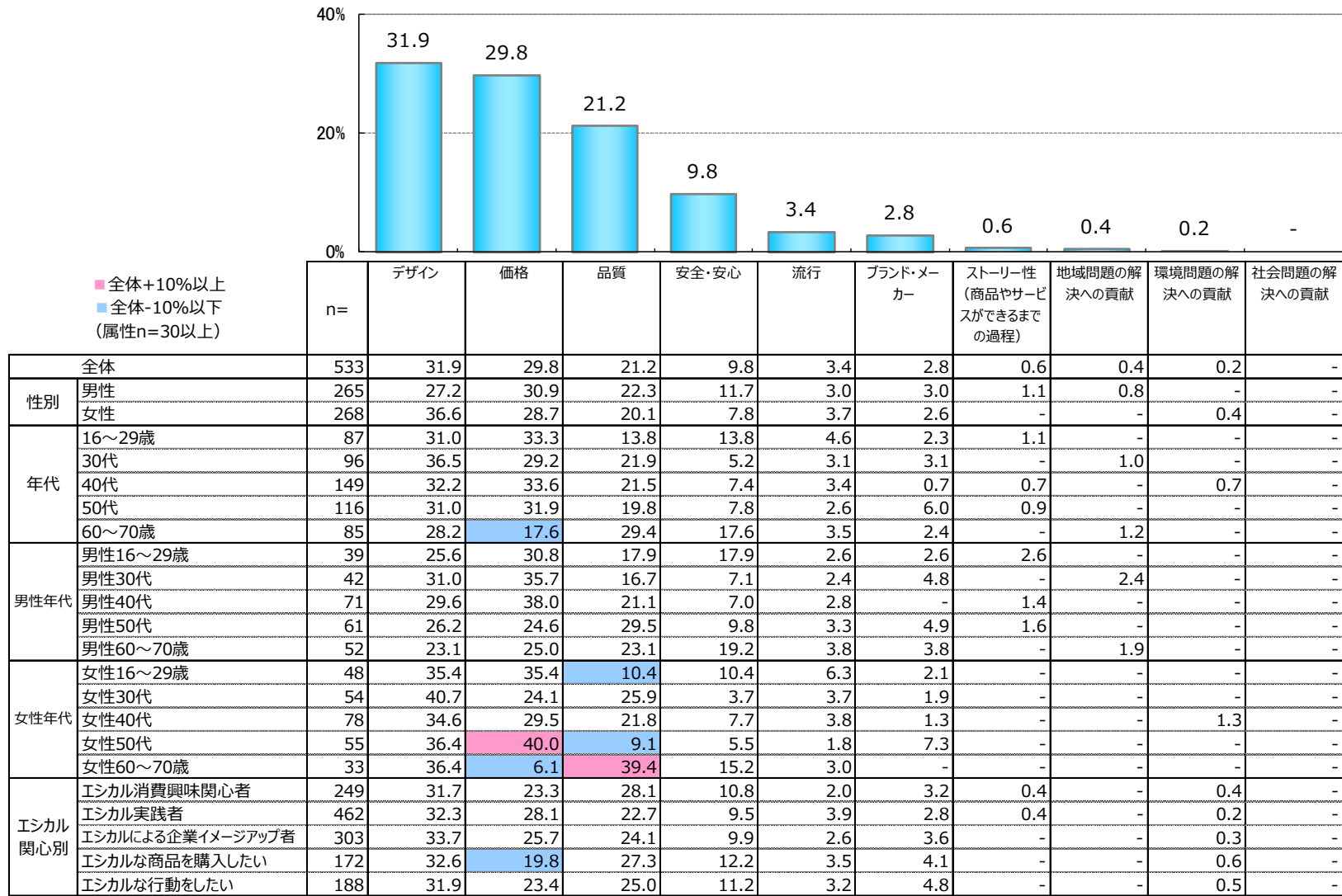
n=	価格	デザイン	品質	ブランド・メーカー	安全・安心	流行	環境問題の解決への貢献	ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)	地域問題の解決への貢献	社会問題の解決への貢献	
1位	533	29.8	31.9	21.2	2.8	9.8	3.4	0.2	0.6	0.4	-
2位	533	28.5	22.3	29.3	7.5	6.4	3.2	1.3	0.8	0.8	-
3位	533	22.9	18.8	25.5	12.0	8.3	8.4	1.7	0.6	1.1	0.8
4位	533	11.3	14.3	12.8	22.5	15.6	15.2	3.2	1.5	1.9	1.9
5位	533	3.4	4.7	6.4	28.5	15.4	23.5	7.5	4.7	3.0	3.0
6位	533	1.7	2.1	2.3	10.7	22.0	21.8	15.0	11.4	4.5	8.6
7位	533	0.9	1.9	1.7	3.8	8.3	4.3	31.3	22.5	13.3	12.0
平均	533	5.54	5.28	5.28	3.26	3.08	2.64	1.14	0.77	0.52	0.50

※平均：1位を7点、2位を6点・・・6位を2点、7位を1点と重み付けして算出 平均点(点) = { (7点×1位の回答数) + (6点×2位の回答数) + ... + (1点×7位の回答数) } / n

商品やサービスを購入する際に重視する観点「衣料品」【1位】

Q8_2S1 [1位]あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「衣料品」の購入についてお答えください。
(お答えはそれぞれ1つ)

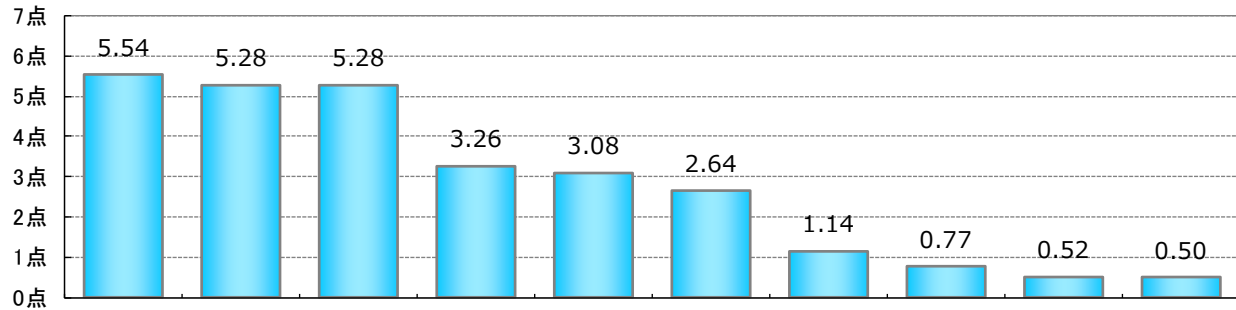
※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



商品やサービスを購入する際に重視する観点「衣料品」【平均】

Q8_2 [平均]あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「衣料品」の購入についてお答えください。（お答えはそれぞれ1つ）

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



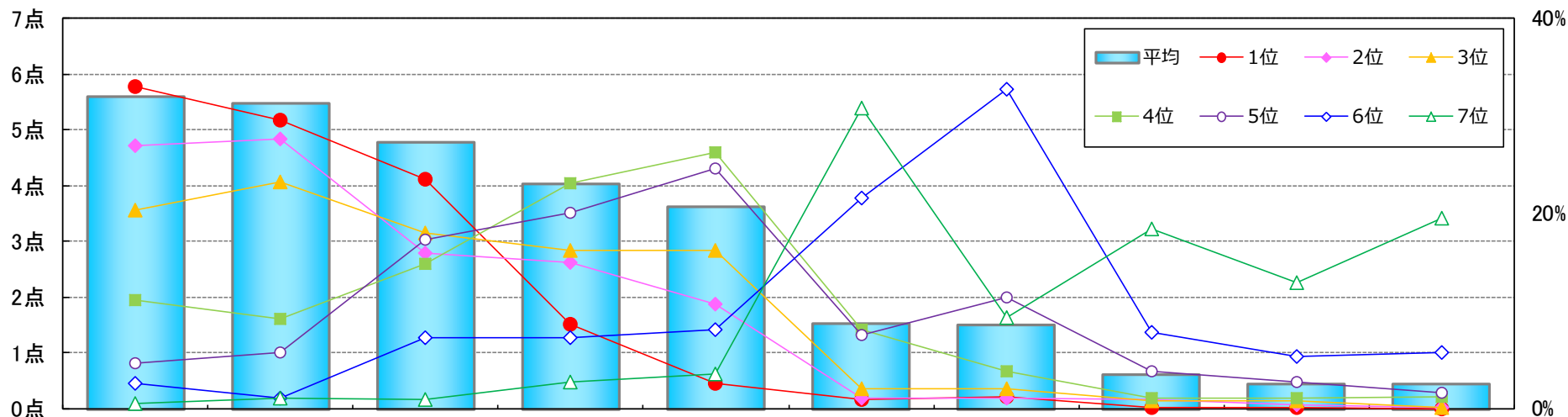
		n=	価格	デザイン	品質	ブランド・メーカー	安全・安心	流行	環境問題の解決への貢献	ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)	地域問題の解決への貢献	社会問題の解決への貢献
全体		533	5.54	5.28	5.28	3.26	3.08	2.64	1.14	0.77	0.52	0.50
性別	男性	265	5.53	4.99	5.35	3.37	3.27	2.41	1.19	0.76	0.54	0.58
	女性	268	5.55	5.57	5.21	3.14	2.90	2.87	1.09	0.78	0.49	0.41
年代	16～29歳	87	5.52	5.03	5.00	3.16	3.45	2.63	1.21	0.71	0.69	0.60
	30代	96	5.67	5.81	5.13	3.67	2.73	2.78	0.76	0.85	0.29	0.31
	40代	149	5.66	5.33	5.42	3.13	2.97	2.70	1.10	0.81	0.40	0.49
	50代	116	5.47	5.40	5.27	3.30	2.95	2.82	1.22	0.66	0.57	0.36
	60～70歳	85	5.31	4.69	5.52	3.05	3.49	2.14	1.48	0.81	0.72	0.79
男性年代	男性16～29歳	39	5.41	4.77	5.31	3.21	3.87	2.33	1.18	0.90	0.51	0.51
	男性30代	42	5.86	5.52	5.02	3.88	2.69	2.67	0.81	0.93	0.29	0.33
	男性40代	71	5.73	5.03	5.37	3.23	3.11	2.55	1.15	0.75	0.45	0.63
	男性50代	61	5.28	5.03	5.51	3.39	3.23	2.57	1.28	0.57	0.62	0.51
	男性60～70歳	52	5.37	4.62	5.46	3.25	3.56	1.87	1.46	0.75	0.81	0.87
女性年代	女性16～29歳	48	5.60	5.25	4.75	3.13	3.10	2.88	1.23	0.56	0.83	0.67
	女性30代	54	5.52	6.04	5.20	3.50	2.76	2.87	0.72	0.80	0.30	0.30
	女性40代	78	5.59	5.60	5.46	3.04	2.85	2.83	1.05	0.86	0.36	0.36
	女性50代	55	5.67	5.80	5.00	3.20	2.64	3.09	1.15	0.75	0.51	0.20
	女性60～70歳	33	5.21	4.82	5.61	2.73	3.39	2.58	1.52	0.91	0.58	0.67
エシカル関心別	エシカル消費興味関心者	249	5.31	5.29	5.45	3.22	3.08	2.31	1.49	0.78	0.49	0.58
	エシカル実践者	462	5.51	5.37	5.34	3.25	3.04	2.61	1.16	0.75	0.49	0.48
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	5.39	5.37	5.39	3.32	3.00	2.42	1.38	0.71	0.52	0.51
	エシカルな商品を購入したい	172	5.17	5.26	5.41	3.21	3.11	2.27	1.53	0.82	0.60	0.62
	エシカルな行動をしたい	188	5.26	5.29	5.38	3.24	3.04	2.35	1.51	0.78	0.55	0.60

※平均：1位を7点、2位を6点・・・6位を2点、7位を1点と重み付けして算出 平均点 (点) = { (7点×1位の回答数) + (6点×2位の回答数) +・・・+ (1点×7位の回答数) } / n

商品やサービスを購入する際に重視する観点「家電」【全体】

Q8_3 あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「家電」の購入についてお答えください。（お答えはそれぞれ1つ）

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



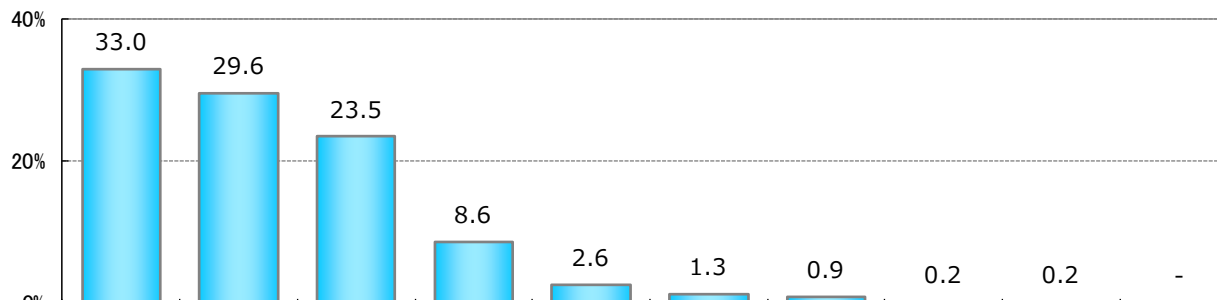
n=	品質	価格	安全・安心	ブランド・メーカー	デザイン	環境問題の解決への貢献	流行	社会問題の解決への貢献	地域問題の解決への貢献	ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)
1位	533	33.0	29.6	23.5	8.6	2.6	0.9	1.3	0.2	0.2
2位	533	27.0	27.6	15.9	15.0	10.7	1.1	1.1	0.9	0.4
3位	533	20.3	23.3	18.0	16.3	16.3	2.1	2.1	0.8	0.8
4位	533	11.1	9.2	14.8	23.1	26.3	8.1	3.9	1.1	1.1
5位	533	4.7	5.8	17.4	20.1	24.6	7.5	11.4	3.9	2.8
6位	533	2.6	1.1	7.3	7.3	8.1	21.6	32.8	7.9	5.4
7位	533	0.6	1.1	0.9	2.8	3.6	30.8	9.4	18.4	12.9
平均	533	5.59	5.47	4.77	4.02	3.63	1.52	1.51	0.61	0.44

※平均：1位を7点、2位を6点・・・6位を2点、7位を1点と重み付けて算出 平均点(点) = { (7点×1位の回答数) + (6点×2位の回答数) + … + (1点×7位の回答数) } / n

商品やサービスを購入する際に重視する観点「家電」【1位】

Q8_3S1 [1位]あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「家電」の購入についてお答えください。（お答えはそれぞれ1つ）

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



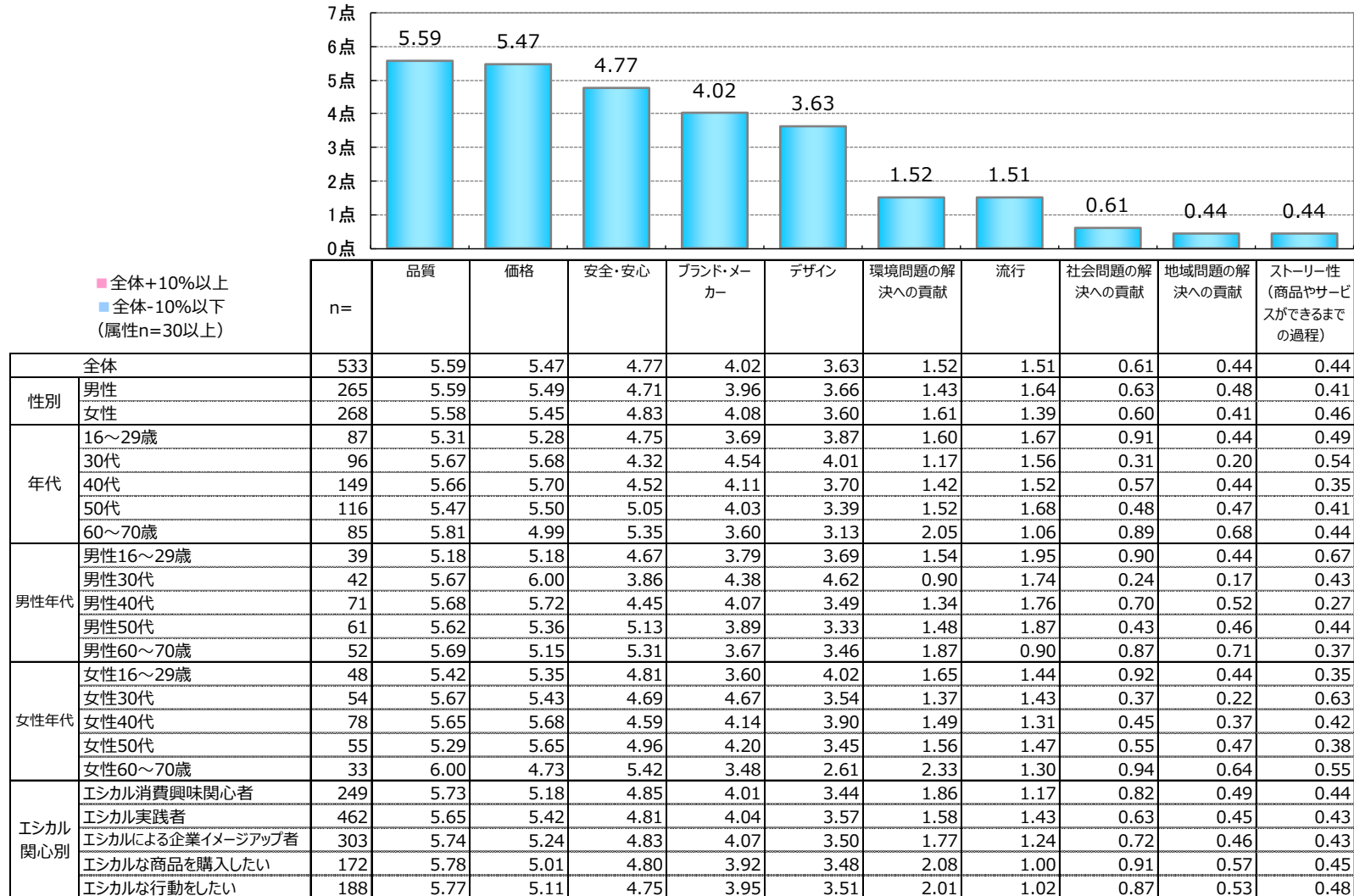
■ 全体+10%以上
 ■ 全体-10%以下
 (属性n=30以上)

		n=	品質	価格	安全・安心	ブランド・メーカー	デザイン	流行	環境問題の解決への貢献	社会問題の解決への貢献	地域問題の解決への貢献	ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)
全体		533	33.0	29.6	23.5	8.6	2.6	1.3	0.9	0.2	0.2	-
性別	男性	265	30.9	33.2	24.2	6.8	1.9	2.3	0.8	-	-	-
	女性	268	35.1	26.1	22.8	10.4	3.4	0.4	1.1	0.4	0.4	-
年代	16～29歳	87	27.6	26.4	28.7	5.7	3.4	4.6	2.3	1.1	-	-
	30代	96	36.5	31.3	15.6	12.5	4.2	-	-	-	-	-
	40代	149	33.6	38.3	18.1	5.4	2.7	0.7	0.7	-	0.7	-
	50代	116	32.8	26.7	25.9	9.5	2.6	1.7	0.9	-	-	-
	60～70歳	85	34.1	20.0	32.9	11.8	-	-	1.2	-	-	-
男性年代	男性16～29歳	39	17.9	28.2	35.9	7.7	-	7.7	2.6	-	-	-
	男性30代	42	33.3	42.9	11.9	7.1	4.8	-	-	-	-	-
	男性40代	71	32.4	42.3	16.9	4.2	2.8	1.4	-	-	-	-
	男性50代	61	39.3	24.6	23.0	6.6	1.6	3.3	1.6	-	-	-
	男性60～70歳	52	26.9	26.9	36.5	9.6	-	-	-	-	-	-
女性年代	女性16～29歳	48	35.4	25.0	22.9	4.2	6.3	2.1	2.1	2.1	-	-
	女性30代	54	38.9	22.2	18.5	16.7	3.7	-	-	-	-	-
	女性40代	78	34.6	34.6	19.2	6.4	2.6	-	1.3	-	1.3	-
	女性50代	55	25.5	29.1	29.1	12.7	3.6	-	-	-	-	-
	女性60～70歳	33	45.5	9.1	27.3	15.2	-	-	3.0	-	-	-
エシカル 関心別	エシカル消費興味関心者	249	42.2	19.3	23.7	8.0	3.2	1.6	1.2	0.4	0.4	-
	エシカル実践者	462	35.7	26.8	23.8	9.1	1.9	1.3	0.9	0.2	0.2	-
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	39.9	21.5	23.8	9.2	3.0	1.0	1.0	0.3	0.3	-
	エシカルな商品を購入したい	172	43.0	15.7	26.7	6.4	4.1	1.2	1.7	0.6	0.6	-
	エシカルな行動をしたい	188	42.6	19.1	24.5	5.9	4.3	1.1	1.6	0.5	0.5	-

商品やサービスを購入する際に重視する観点「家電」【平均】

Q8_3 [平均]あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「家電」の購入についてお答えください。（お答えはそれぞれ1つ）

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。

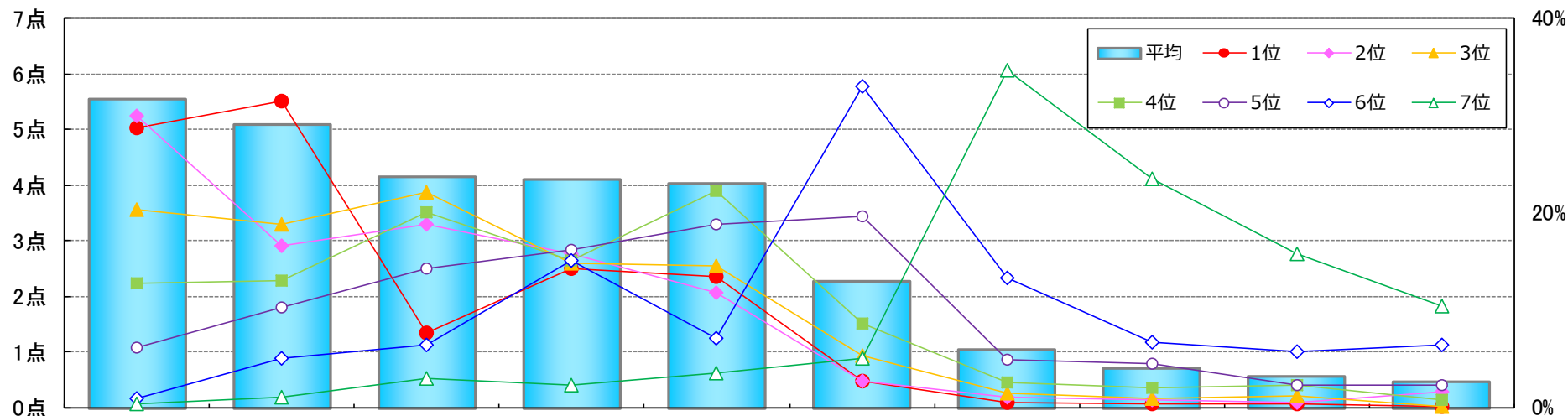


※平均：1位を7点、2位を6点・・・6位を2点、7位を1点と重み付けして算出 平均点(点) = { (7点×1位の回答数) + (6点×2位の回答数) +・・・+ (1点×7位の回答数) } / n

商品やサービスを購入する際に重視する観点「贅沢品」【全体】

Q8_4 あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「贅沢品」の購入についてお答えください。（お答えはそれぞれ1つ）

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



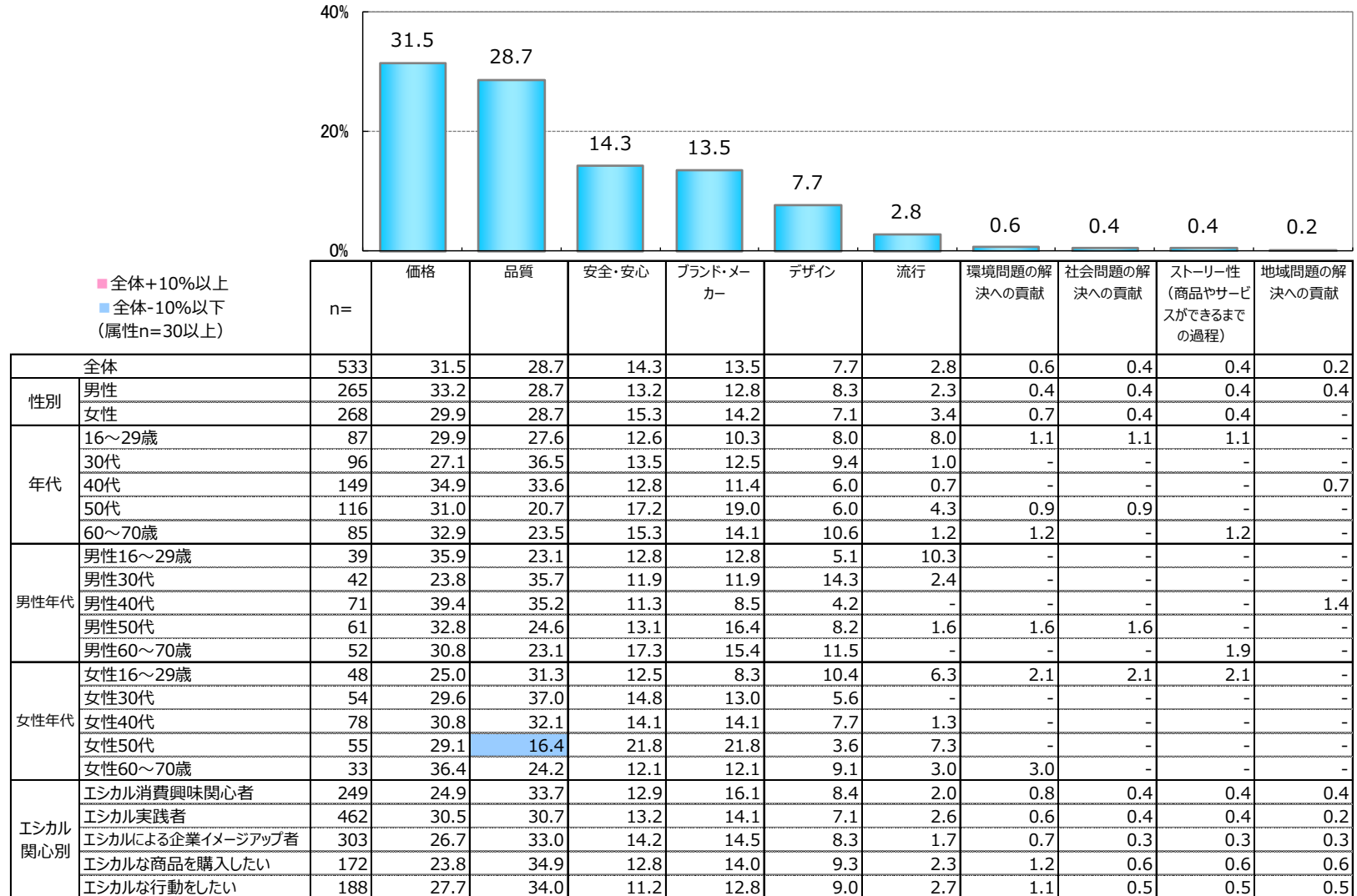
n=	品質	価格	デザイン	安全・安心	ブランド・メーカー	流行	環境問題の解決への貢献	ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)	社会問題の解決への貢献	地域問題の解決への貢献	
1位	533	28.7	31.5	7.7	14.3	13.5	2.8	0.6	0.4	0.4	
2位	533	30.0	16.7	18.8	15.8	11.8	2.8	1.1	0.8	0.6	
3位	533	20.3	18.8	22.1	14.8	14.6	5.4	1.5	0.9	1.3	
4位	533	12.8	13.1	20.1	15.2	22.3	8.6	2.6	2.1	2.4	
5位	533	6.2	10.3	14.3	16.3	18.9	19.7	4.9	4.5	2.4	
6位	533	0.9	5.1	6.4	15.2	7.1	33.0	13.3	6.8	5.8	
7位	533	0.4	1.1	3.0	2.4	3.6	5.1	34.7	23.5	15.8	
平均	533	5.54	5.09	4.16	4.11	4.03	2.29	1.05	0.71	0.57	0.46

※平均：1位を7点、2位を6点・・・6位を2点、7位を1点と重み付けして算出 平均点(点) = { (7点×1位の回答数) + (6点×2位の回答数) + … + (1点×7位の回答数) } / n

商品やサービスを購入する際に重視する観点「贅沢品」【1位】

Q8_4S1 [1位]あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「贅沢品」の購入についてお答えください。
(お答えはそれぞれ1つ)

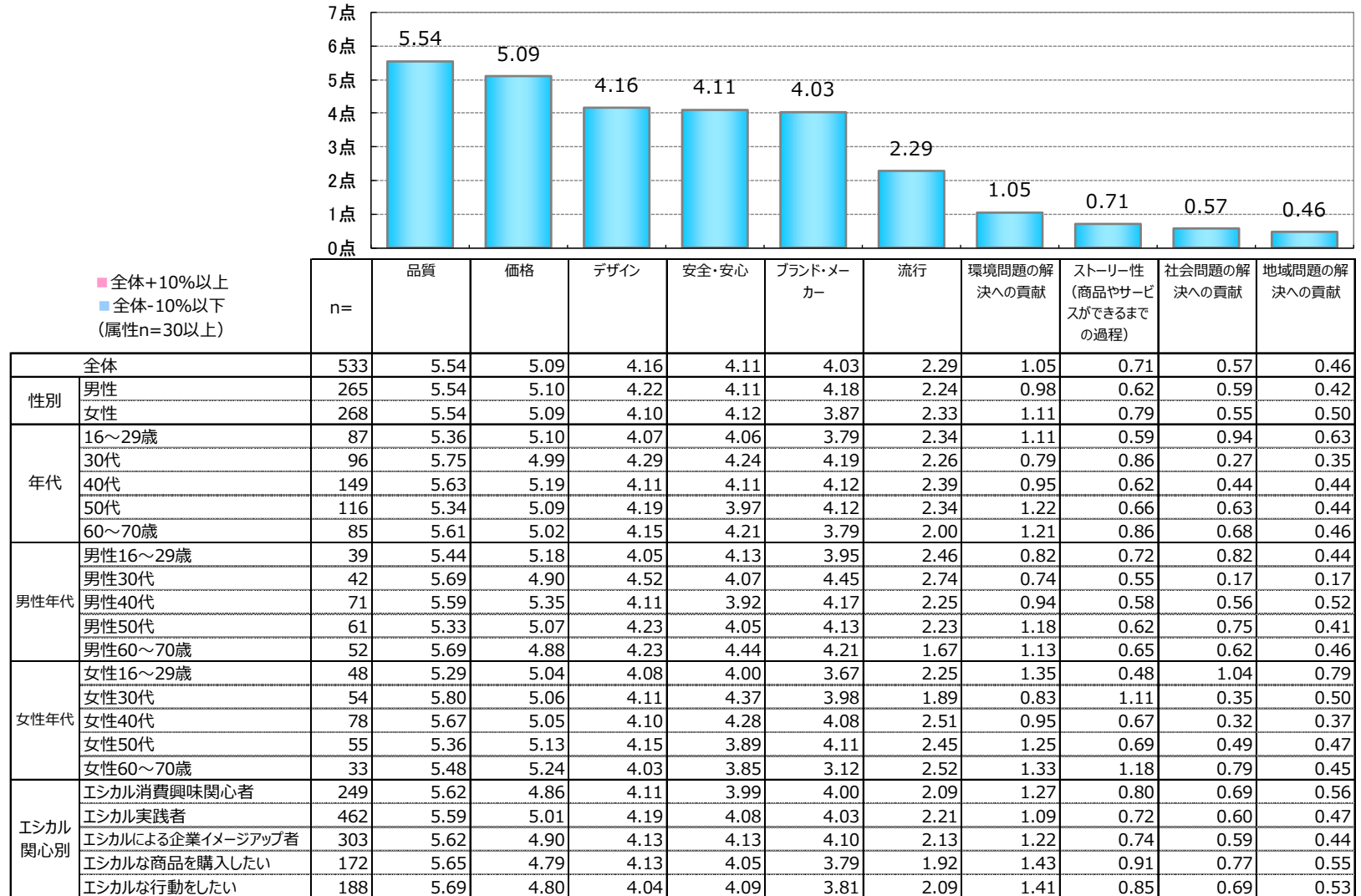
※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



商品やサービスを購入する際に重視する観点「贅沢品」【平均】

Q8_4 [平均]あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「贅沢品」の購入についてお答えください。（お答えはそれぞれ1つ）

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



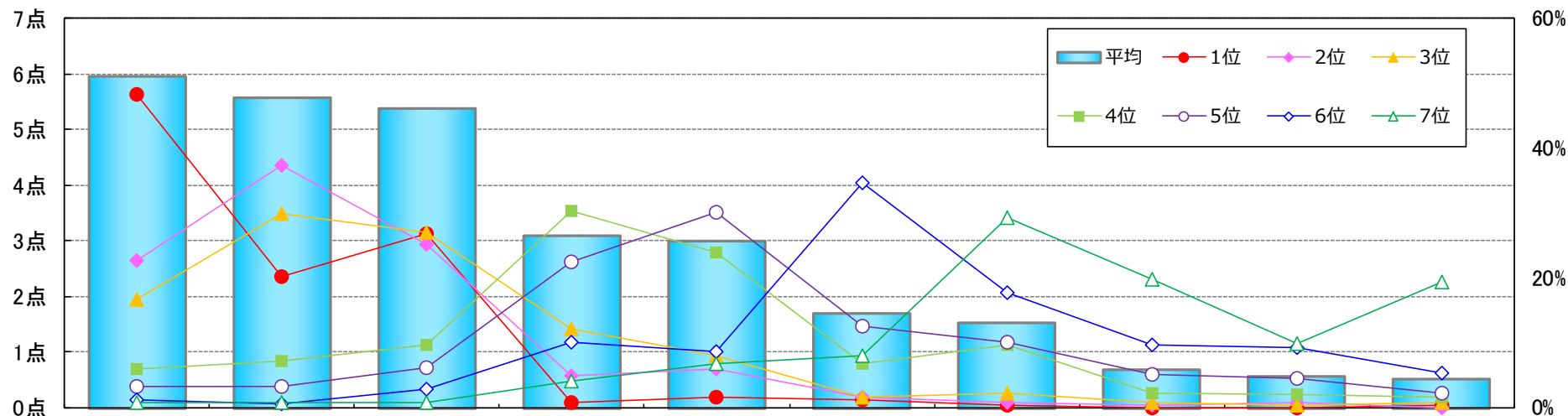
※平均：1位を7点、2位を6点・・・6位を2点、7位を1点と重み付けて算出 平均点(点) = { (7点×1位の回答数) + (6点×2位の回答数) + ... + (1点×7位の回答数) } / n

商品やサービスを購入する際に重視する観点「その他生活用品」【全体】

Q8_5 あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「その他生活用品」の購入についてお答えください。

(お答えはそれぞれ1つ)

※その他生活用品は、食料品、衣料品、家電、贅沢品以外とお考えください。※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



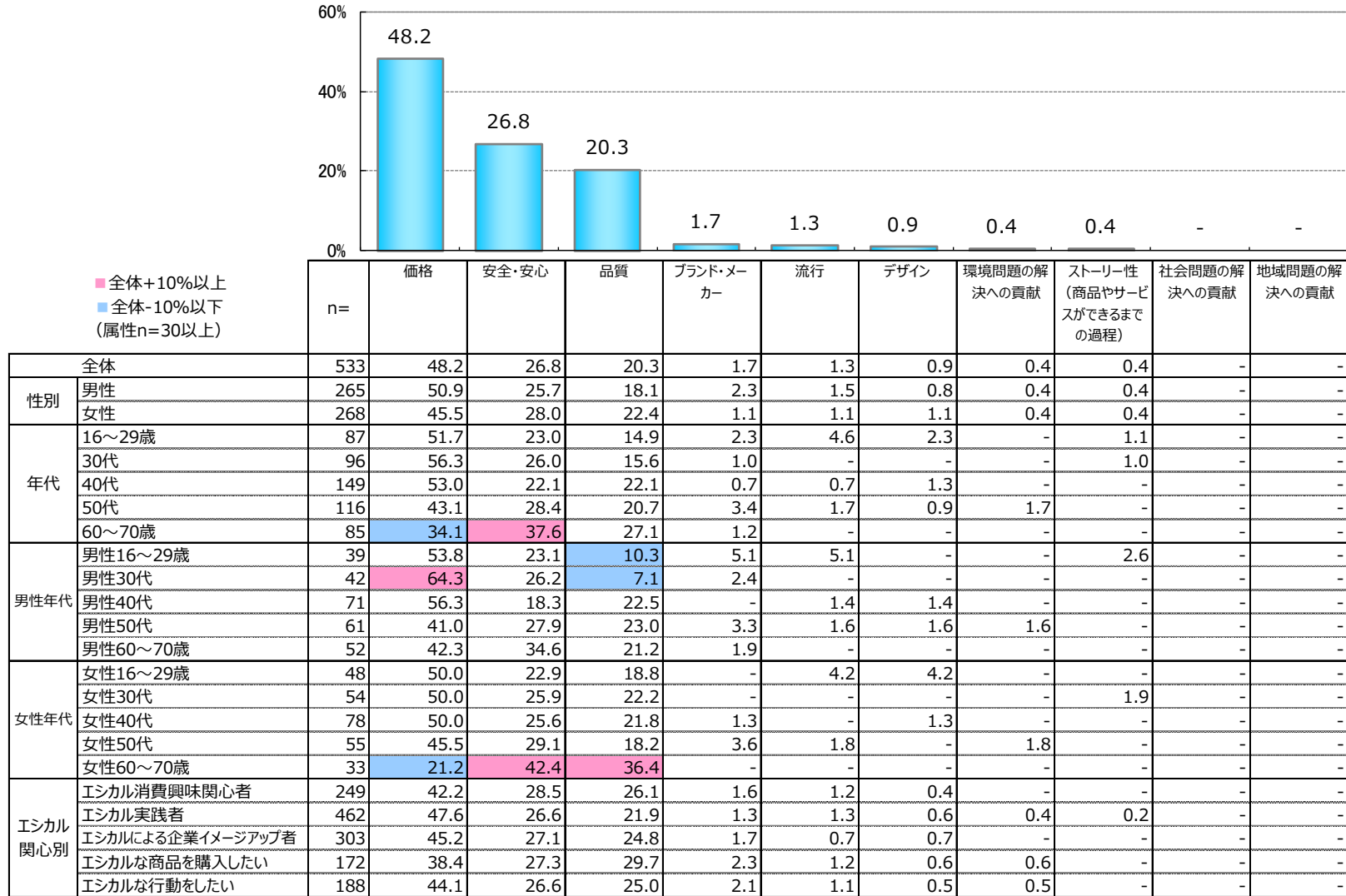
n=	価格	品質	安全・安心	デザイン	ブランド・メーカー	流行	環境問題の解決への貢献	社会問題の解決への貢献	地域問題の解決への貢献	ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)	
1位	533	48.2	20.3	26.8	0.9	1.7	1.3	0.4	-	0.4	
2位	533	22.7	37.3	25.1	4.9	6.0	1.7	0.9	0.4	0.9	
3位	533	16.7	30.0	27.0	12.2	8.1	1.7	2.3	0.8	0.4	
4位	533	6.0	7.3	9.6	30.4	24.0	6.9	9.8	2.3	2.1	
5位	533	3.4	3.2	6.2	22.5	30.2	12.6	10.1	5.1	4.5	
6位	533	1.3	0.6	2.8	10.1	8.6	34.7	17.8	9.6	9.2	
7位	533	0.8	0.8	0.9	4.1	6.9	8.1	29.3	19.9	9.9	
平均	533	5.95	5.57	5.37	3.10	2.99	1.71	1.54	0.69	0.58	0.51

※平均：1位を7点、2位を6点・・・6位を2点、7位を1点と重み付けして算出 平均点(点) = { (7点×1位の回答数) + (6点×2位の回答数) + ... + (1点×7位の回答数) } / n

商品やサービスを購入する際に重視する観点「その他生活用品」【1位】

Q8_5S1 [1位]あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「その他生活用品」の購入についてお答えください。
(お答えはそれぞれ1つ)

※その他生活用品は、食料品、衣料品、家電、贅沢品以外とお考えください。※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。

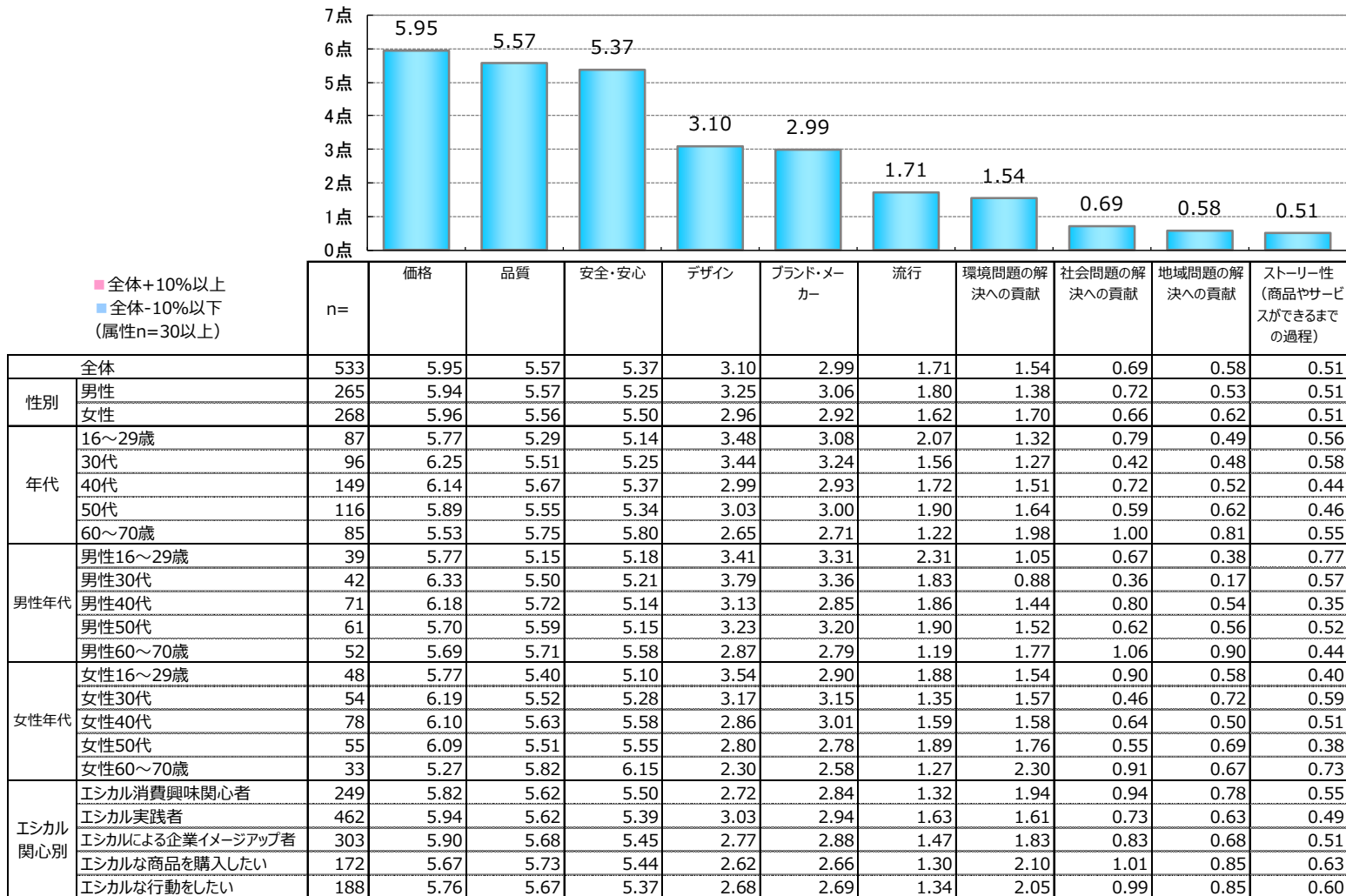


商品やサービスを購入する際に重視する観点「その他生活用品」【平均】

Q8_5 [平均]あなたが、以下の商品やサービスを購入する際に重視する観点はどれですか。重視する順に、1～7位までお答えください。ここでは、「その他生活用品」の購入についてお答えください。

(お答えはそれぞれ1つ)

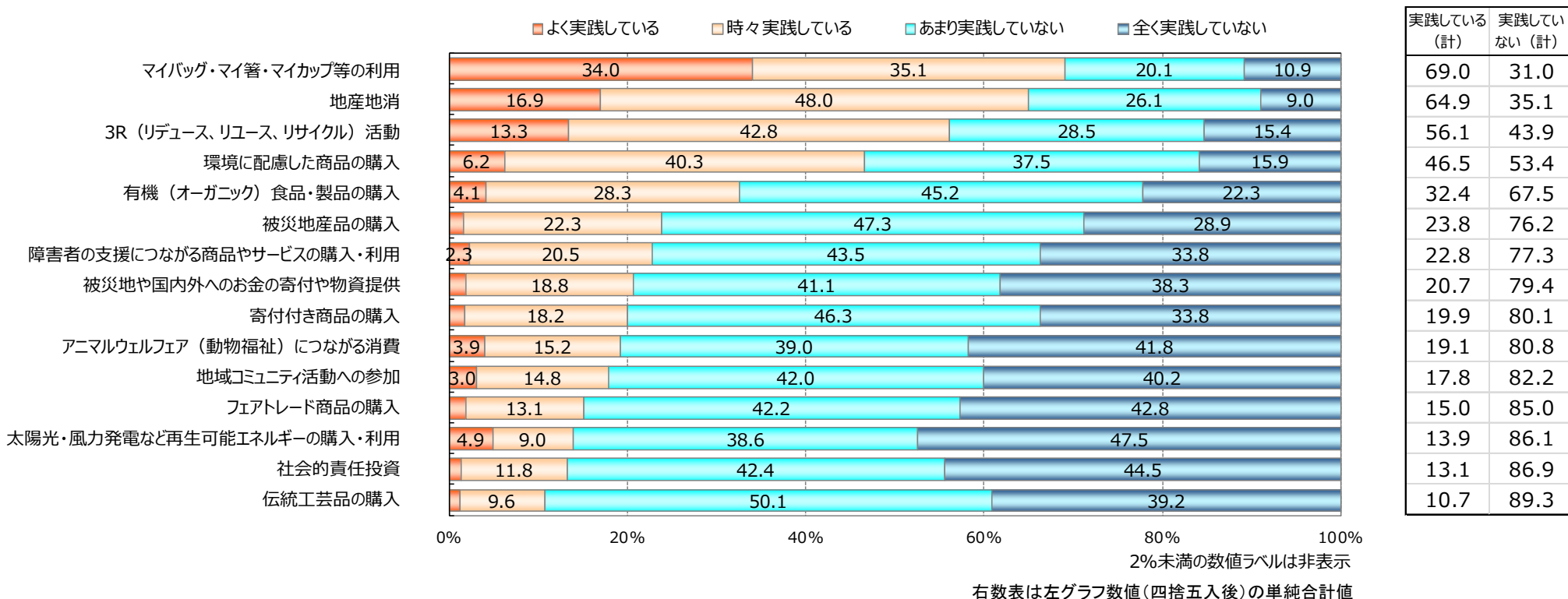
※その他生活用品は、食料品、衣料品、家電、贅沢品以外とお考えください。※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



※平均：1位を7点、2位を6点・・・6位を2点、7位を1点と重み付けして算出 平均点(点) = { (7点×1位の回答数) + (6点×2位の回答数) + ... + (1点×7位の回答数) } / n

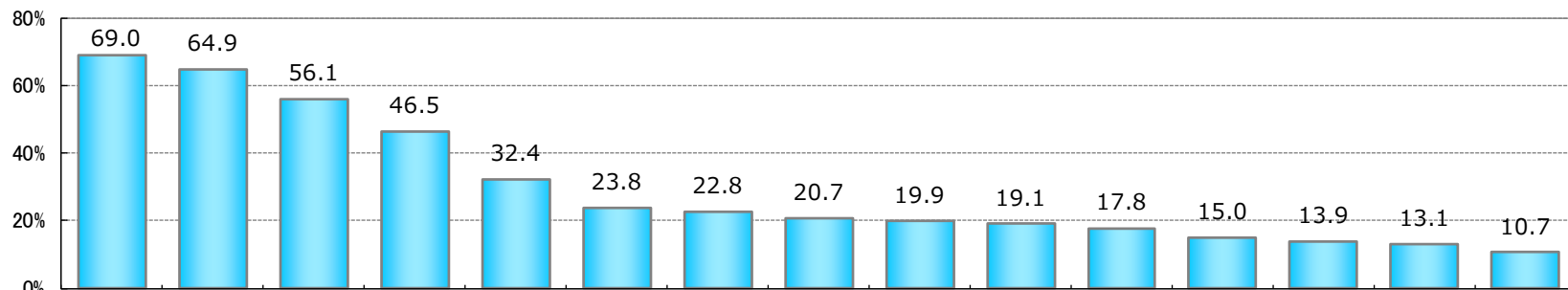
倫理的消費（エシカル消費）につながる行動の実践状況

Q9 下記の「倫理的消費（エシカル消費）につながる行動」の各項目について、あなたはそれぞれの程度意識して実践していますか。（お答えはそれぞれ1つ）



倫理的消費（エシカル消費）につながる行動の実践状況

Q9 下記の「倫理的消費（エシカル消費）につながる行動」の各項目について、あなたはそれぞれの程度意識して実践していますか。（お答えはそれぞれ1つ）



※値は「よく実践している」と「時々実践している」の合計値

■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

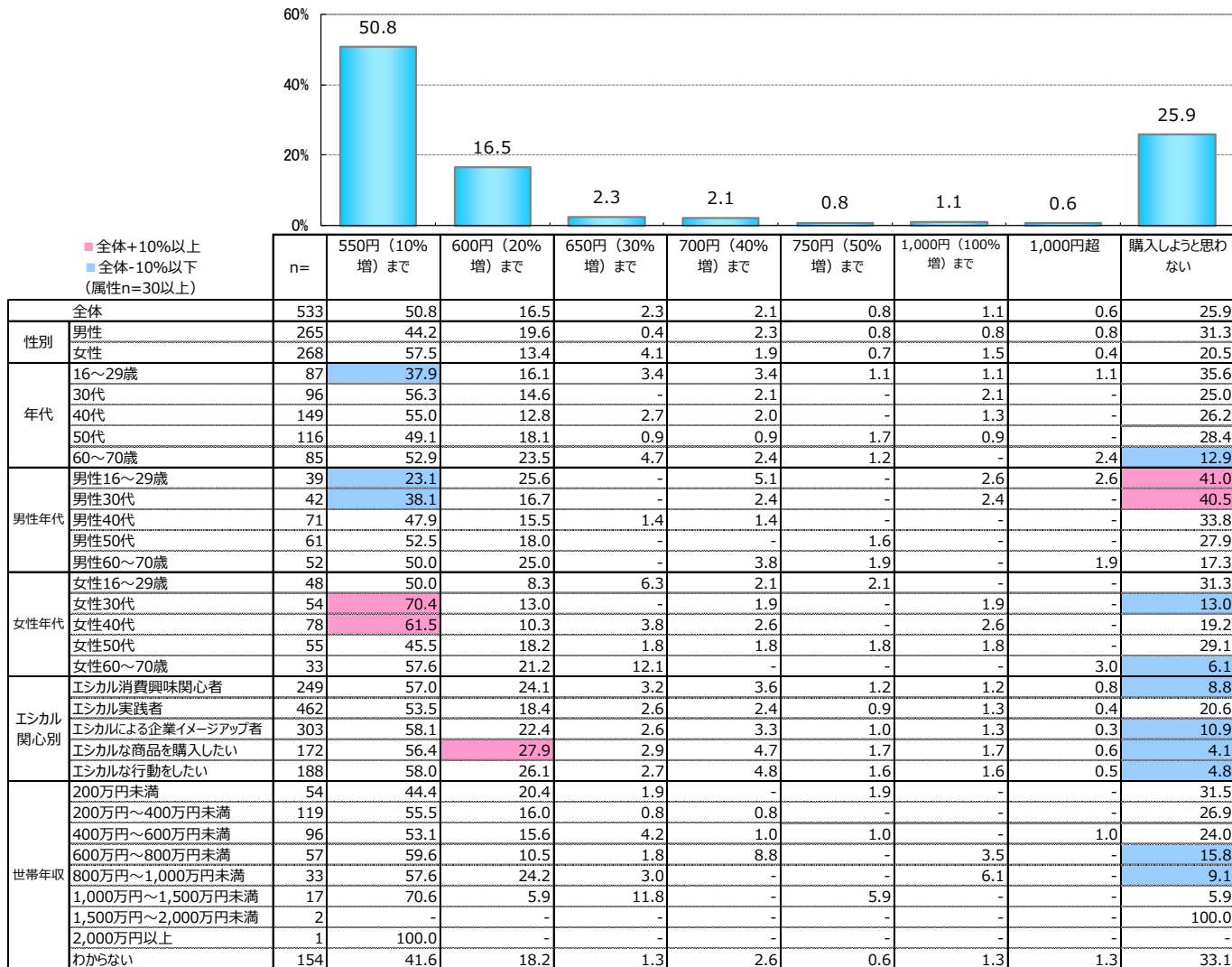
		n=	マイバッグ・マイ箸・マイカップ等の利用	地産地消	3R (リデュース、リユース、リサイクル) 活動	環境に配慮した商品の購入	有機 (オーガニック) 食品・製品の購入	被災地産品の購入	障害者の支援につながる商品やサービスの購入・利用	被災地や国内外へのお金の寄付や物資提供	寄付付き商品の購入	アニマルウェルフェア (動物福祉) につながる消費	地域コミュニティ活動への参加	フェアトレード商品の購入	太陽光・風力発電など再生可能エネルギーの購入・利用	社会的責任投資	伝統工芸品の購入
全体		533	69.0	64.9	56.1	46.5	32.4	23.8	22.8	20.7	19.9	19.1	17.8	15.0	13.9	13.1	10.7
性別	男性	265	57.4	54.0	52.8	41.1	28.3	21.1	20.0	18.5	16.6	14.7	20.4	15.1	15.1	14.0	11.7
	女性	268	80.6	75.7	59.3	51.9	36.6	26.5	25.4	22.8	23.1	23.5	15.3	14.9	12.7	12.3	9.7
年代	16~29歳	87	64.4	51.7	46.0	34.5	29.9	21.8	24.1	19.5	17.2	23.0	16.1	19.5	19.5	21.8	9.2
	30代	96	66.7	66.7	56.3	37.5	29.2	17.7	21.9	15.6	17.7	12.5	10.4	12.5	9.4	7.3	9.4
	40代	149	70.5	65.1	56.4	49.0	29.5	22.8	17.4	18.8	19.5	18.1	12.8	16.8	14.8	12.1	9.4
	50代	116	68.1	66.4	53.4	44.8	26.7	22.4	19.8	22.4	19.0	19.8	18.1	11.2	8.6	6.0	8.6
	60~70歳	85	75.3	74.1	69.4	67.1	51.8	36.5	35.3	28.2	27.1	23.5	36.5	15.3	18.8	22.4	18.8
男性年代	男性16~29歳	39	56.4	51.3	51.3	33.3	33.3	20.5	28.2	20.5	20.5	20.5	28.2	23.1	28.2	30.8	7.7
	男性30代	42	47.6	47.6	45.2	26.2	21.4	7.1	11.9	9.5	9.5	7.1	7.1	9.5	4.8	4.8	9.5
	男性40代	71	54.9	46.5	49.3	42.3	22.5	21.1	16.9	22.5	14.1	12.7	14.1	18.3	12.7	11.3	12.7
	男性50代	61	55.7	54.1	42.6	34.4	23.0	18.0	16.4	16.4	14.8	13.1	14.8	11.5	13.1	4.9	6.6
	男性60~70歳	52	71.2	71.2	76.9	65.4	44.2	36.5	28.8	21.2	25.0	21.2	40.4	13.5	19.2	23.1	21.2
女性年代	女性16~29歳	48	70.8	52.1	41.7	35.4	27.1	22.9	20.8	18.8	14.6	25.0	6.3	16.7	12.5	14.6	10.4
	女性30代	54	81.5	81.5	64.8	46.3	35.2	25.9	29.6	20.4	24.1	16.7	13.0	14.8	13.0	9.3	9.3
	女性40代	78	84.6	82.1	62.8	55.1	35.9	24.4	17.9	15.4	24.4	23.1	11.5	15.4	16.7	12.8	6.4
	女性50代	55	81.8	80.0	65.5	56.4	30.9	27.3	23.6	29.1	23.6	27.3	21.8	10.9	3.6	7.3	10.9
	女性60~70歳	33	81.8	78.8	57.6	69.7	63.6	36.4	45.5	39.4	30.3	27.3	30.3	18.2	18.2	21.2	15.2
エシカル 関心別	エシカル消費興味関心者	249	83.5	84.3	76.7	68.7	49.0	36.5	33.3	32.1	29.7	30.5	24.1	26.9	19.7	24.1	18.1
	エシカル実践者	462	79.7	74.9	64.7	53.7	37.4	27.5	26.2	23.8	22.9	22.1	20.6	17.3	16.0	15.2	12.3
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	77.9	81.2	72.3	64.4	44.2	34.3	29.7	28.7	26.7	26.4	21.5	22.4	16.5	19.1	15.2
	エシカルな商品を購入したい	172	87.2	91.9	83.1	79.1	58.1	46.5	45.3	38.4	40.1	35.5	29.7	33.7	22.7	30.2	22.7
	エシカルな行動をしたい	188	84.6	86.7	83.5	76.1	53.2	43.6	42.0	36.7	37.8	33.0	30.9	30.3	21.3	29.3	21.3

倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入意向【食料品500円】

Q10_1 下記の「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。（お答えは1つ）

食料品（嗜好品 例：フェアトレード※ のコーヒー豆やチョコレートなど）一般的に500円の商品の場合

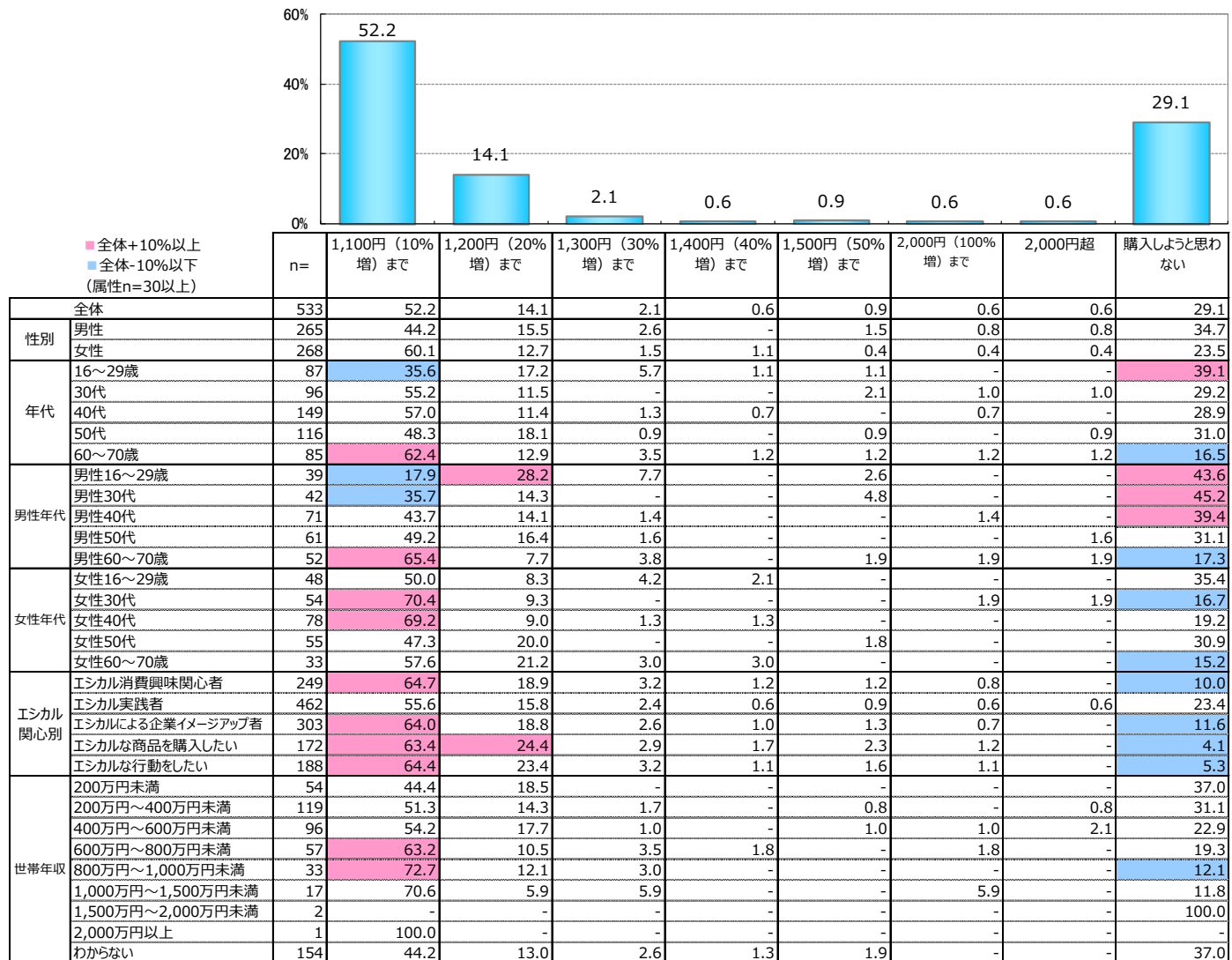
※フェアトレードとは、「開発途上国の生産者と先進国の消費者を結び付けることで、より公正な取引を促進し、開発途上国の労働者の生活改善を目指す」仕組み。



倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入意向【食料品1,000円】

Q10_2 下記の「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。（お答えは1つ）

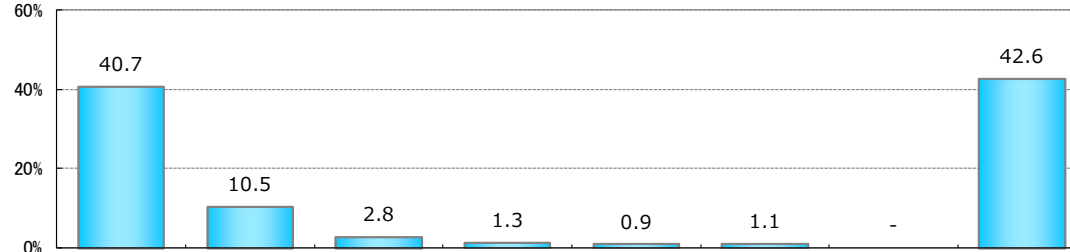
食料品（生活食料品類 例：地元生産の野菜や製品など）一般的に1,000円の商品の場合



倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入意向【衣料品5,000円】

Q10_3 下記の「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。（お答えは1つ）

衣料品（例：オーガニックコットンの製品や伝統的な織物など）一般的に5,000円の商品の場合



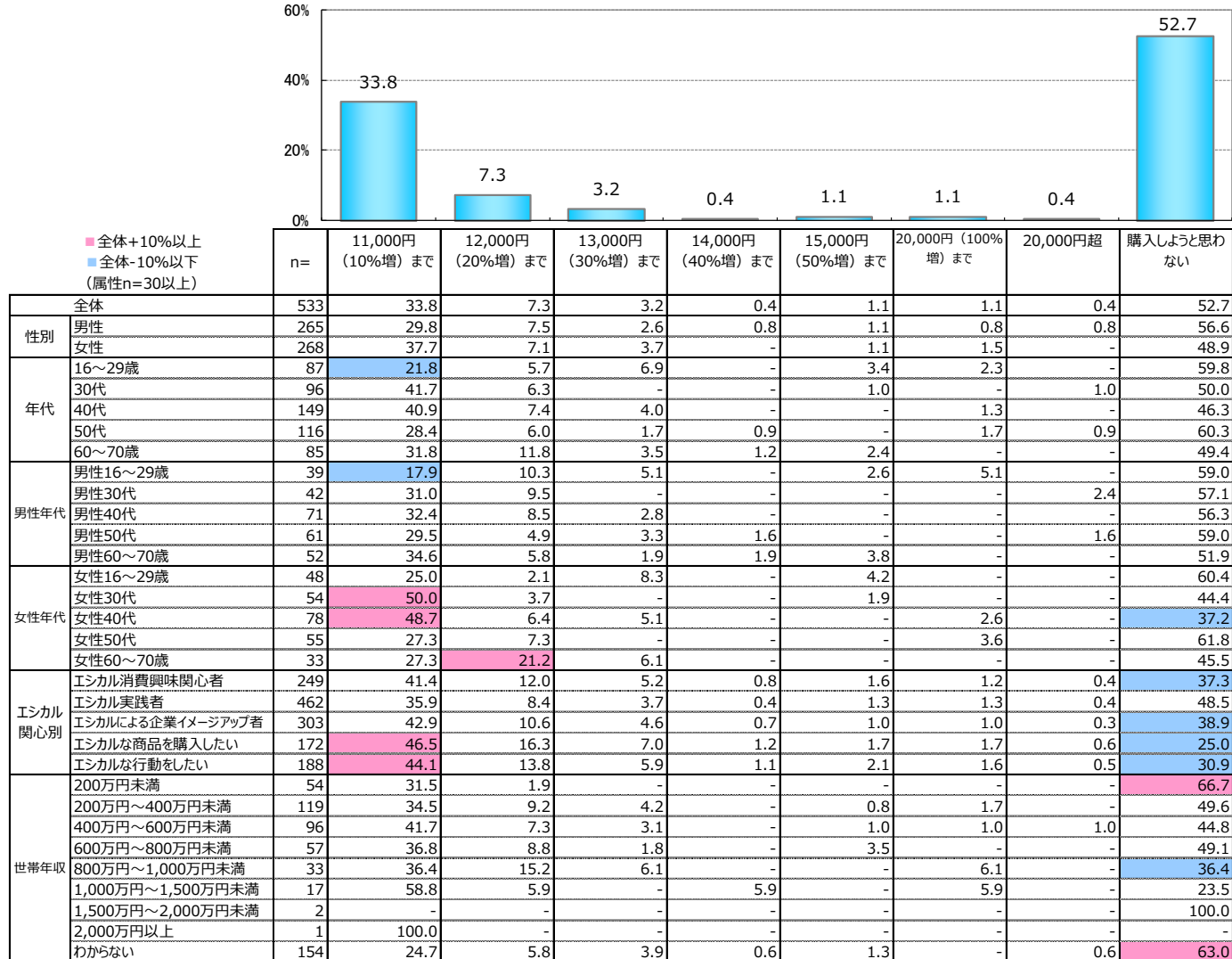
		n	5,500円 (10%増) まで	6,000円 (20%増) まで	6,500円 (30%増) まで	7,000円 (40%増) まで	7,500円 (50%増) まで	10,000円 (100%増) まで	10,000円超	購入しようと思わない
全体		533	40.7	10.5	2.8	1.3	0.9	1.1	-	42.6
性別	男性	265	36.2	11.7	1.1	1.1	0.8	1.5	-	47.5
	女性	268	45.1	9.3	4.5	1.5	1.1	0.7	-	37.7
年代	16~29歳	87	25.3	11.5	3.4	2.3	2.3	-	-	55.2
	30代	96	47.9	8.3	-	-	3.1	2.1	-	38.5
	40代	149	45.6	10.7	3.4	1.3	-	-	-	38.9
	50代	116	32.8	10.3	3.4	-	-	1.7	-	51.7
	60~70歳	85	50.6	11.8	3.5	3.5	-	2.4	-	28.2
	男性年代	男性16~29歳	39	23.1	17.9	-	-	5.1	-	-
	男性30代	42	38.1	9.5	-	-	-	2.4	-	50.0
	男性40代	71	31.0	14.1	1.4	1.4	-	-	-	52.1
	男性50代	61	36.1	6.6	3.3	-	-	1.6	-	52.5
	男性60~70歳	52	51.9	11.5	-	3.8	-	3.8	-	28.8
女性年代	女性16~29歳	48	27.1	6.3	6.3	4.2	-	-	-	56.3
	女性30代	54	55.6	7.4	-	-	5.6	1.9	-	29.6
	女性40代	78	59.0	7.7	5.1	1.3	-	-	-	26.9
	女性50代	55	29.1	14.5	3.6	-	-	1.8	-	50.9
	女性60~70歳	33	48.5	12.1	9.1	3.0	-	-	-	27.3
エシカル関心別	エシカル消費興味関心者	249	46.6	16.1	5.6	1.6	2.0	2.0	-	26.1
	エシカル実践者	462	43.5	11.9	3.2	1.5	1.1	1.3	-	37.4
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	50.2	15.2	4.0	1.3	1.7	1.7	-	26.1
	エシカルな商品を購入したい	172	52.9	18.6	6.4	1.7	1.7	2.3	-	16.3
	エシカルな行動をしたい	188	50.0	18.1	6.4	1.6	2.1	2.1	-	19.7
世帯年収	200万円未満	54	37.0	5.6	1.9	1.9	-	-	-	53.7
	200万円~400万円未満	119	40.3	12.6	2.5	2.5	0.8	-	-	41.2
	400万円~600万円未満	96	49.0	7.3	3.1	1.0	3.1	2.1	-	34.4
	600万円~800万円未満	57	42.1	10.5	3.5	1.8	-	1.8	-	40.4
	800万円~1,000万円未満	33	33.3	27.3	6.1	-	-	3.0	-	30.3
	1,000万円~1,500万円未満	17	52.9	5.9	5.9	-	-	5.9	-	29.4
	1,500万円~2,000万円未満	2	-	-	-	-	-	-	-	100.0
	2,000万円以上	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-
わからない	154	37.0	9.7	1.9	0.6	0.6	0.6	-	49.4	

倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入意向【贅沢品10,000円】

Q10_4 下記の「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。（お答えは1つ）

贅沢品（例：紛争鉱物※ を使用しないジュエリーなど）一般的に10,000円の商品の場合

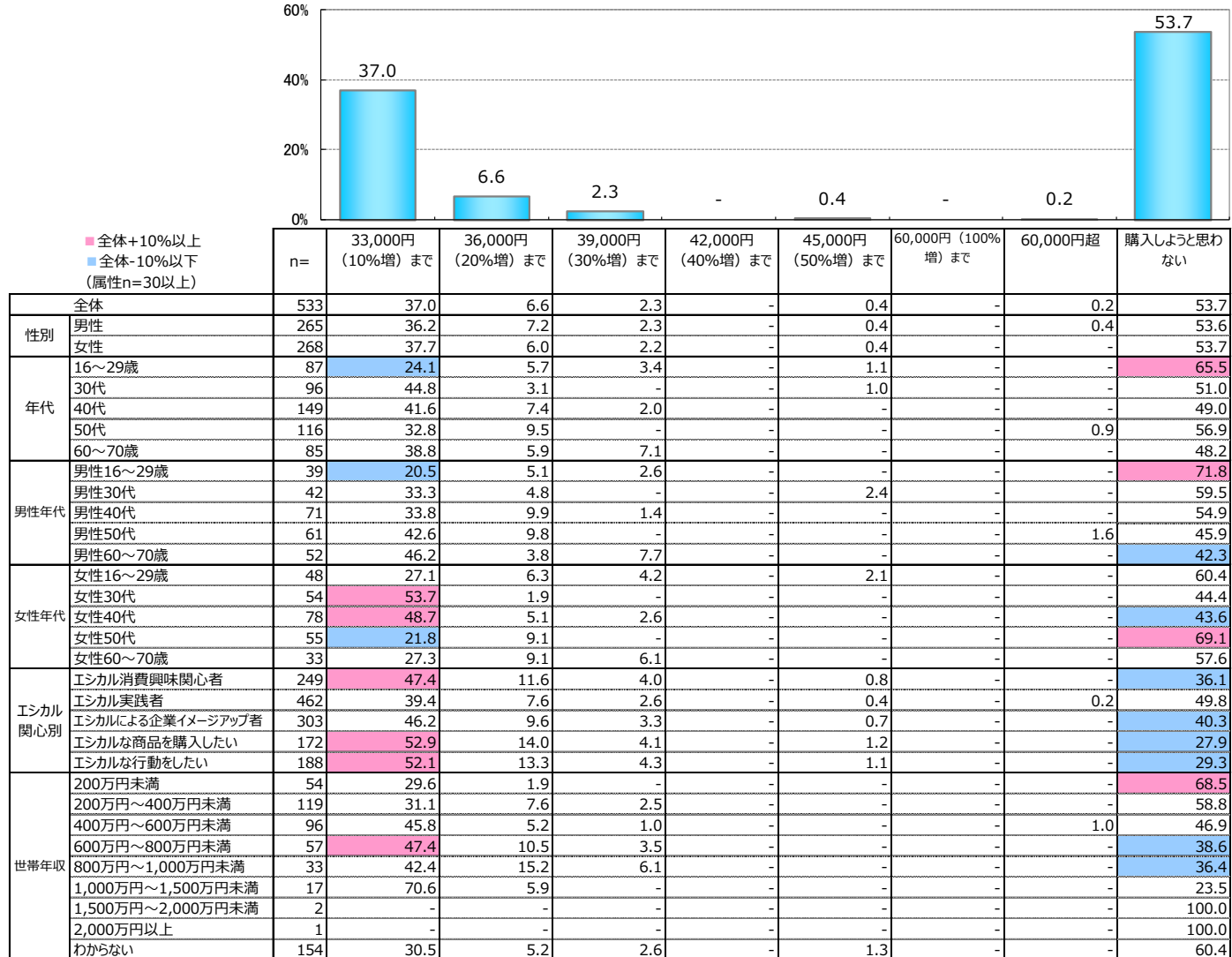
※紛争鉱物とは、コンゴ民主共和国（DRC）及び周辺9か国で人権侵害、環境破壊等を引き起こしている武装勢力の資金源となっている鉱物資源。



倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入意向【衣料品30,000円】

Q10_5 下記の「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。（お答えは1つ）

衣料品（例：PETボトル再利用のスーツなど） 一般的に30,000円の商品の場合

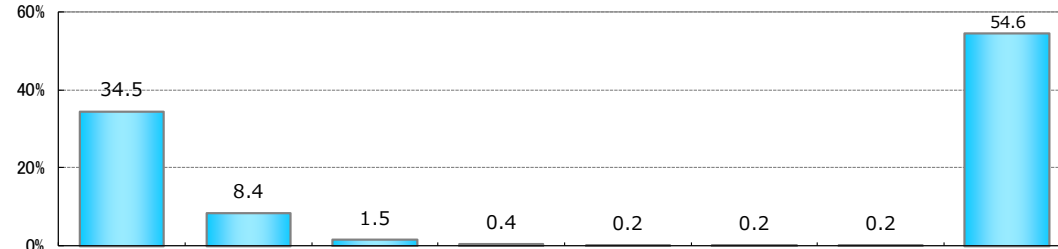


倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入意向【その他の生活用品50,000円】

Q10_6 下記の「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。（お答えは1つ）

その他生活用品（例：FSC森林認証※を取得した家具など）一般的に50,000円の商品の場合

※FSC森林認証とは、環境、社会、経済の便益に適い、きちんと管理された森林からの製品を目に見える形で消費者に届け、それにより経済的利益を生産者に還元する仕組み。

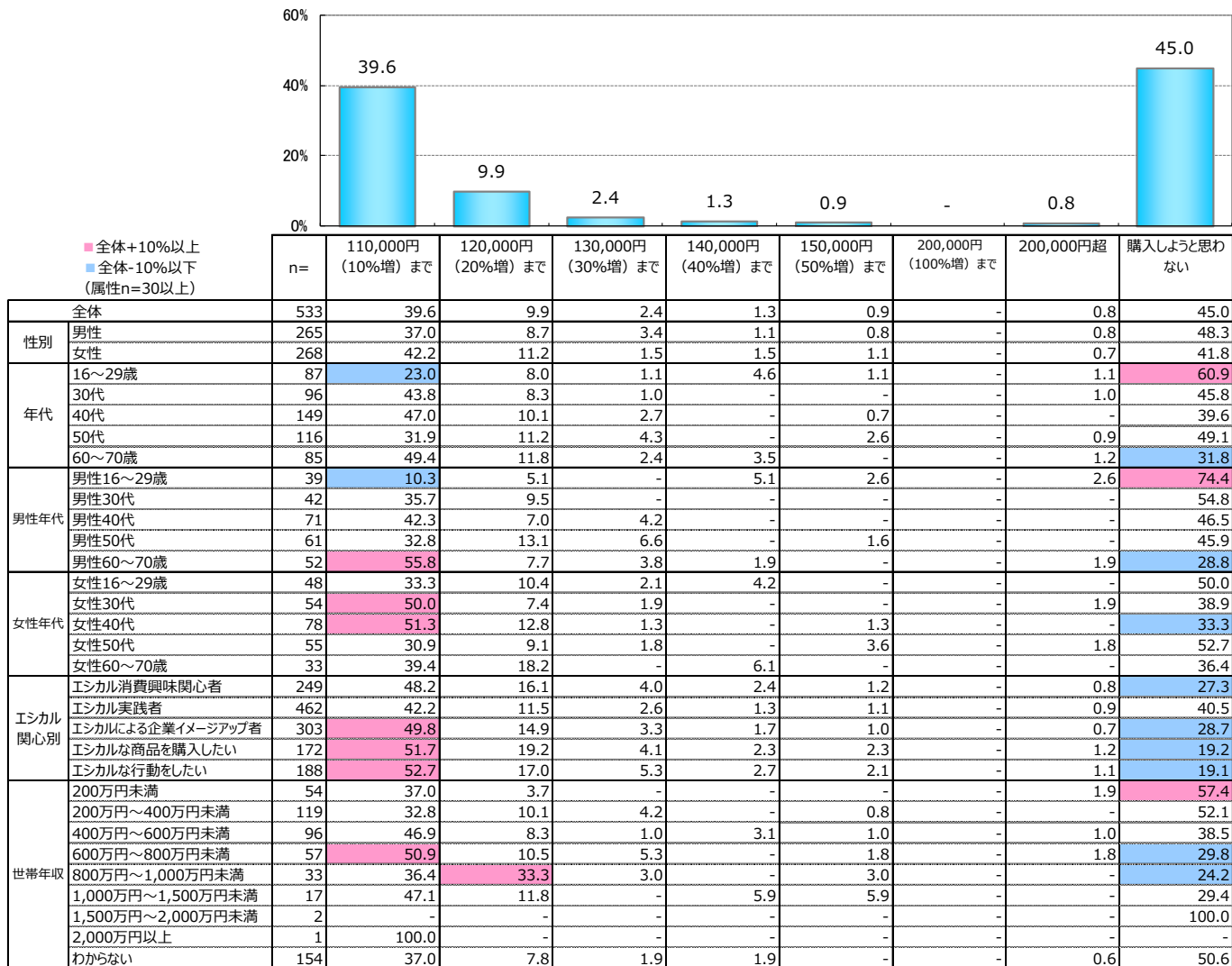


		n=	55,000円 (10%増) まで	60,000円 (20%増) まで	65,000円 (30%増) まで	70,000円 (40%増) まで	75,000円 (50%増) まで	100,000円 (100%増) まで	100,000円超	購入しようと思 わない
全体		533	34.5	8.4	1.5	0.4	0.2	0.2	0.2	54.6
性別	男性	265	33.6	9.1	0.8	0.4	-	0.4	0.4	55.5
	女性	268	35.4	7.8	2.2	0.4	0.4	-	-	53.7
年代	16~29歳	87	21.8	9.2	4.6	1.1	-	-	1.1	62.1
	30代	96	43.8	6.3	-	1.0	-	-	-	49.0
	40代	149	38.9	6.0	1.3	-	-	-	-	53.7
	50代	116	29.3	11.2	-	-	0.9	-	-	58.6
	60~70歳	85	36.5	10.6	2.4	-	-	1.2	-	49.4
男性年代	男性16~29歳	39	12.8	10.3	2.6	2.6	-	-	2.6	69.2
	男性30代	42	35.7	7.1	-	-	-	-	-	57.1
	男性40代	71	35.2	7.0	1.4	-	-	-	-	56.3
	男性50代	61	34.4	13.1	-	-	-	-	-	52.5
	男性60~70歳	52	44.2	7.7	-	-	-	1.9	-	46.2
女性年代	女性16~29歳	48	29.2	8.3	6.3	-	-	-	-	56.3
	女性30代	54	50.0	5.6	-	1.9	-	-	-	42.6
	女性40代	78	42.3	5.1	1.3	-	-	-	-	51.3
	女性50代	55	23.6	9.1	-	-	1.8	-	-	65.5
	女性60~70歳	33	24.2	15.2	6.1	-	-	-	-	54.5
エシカル 関心別	エシカル消費興味関心者	249	44.2	13.7	2.8	0.8	0.4	0.4	-	37.8
	エシカル実践者	462	37.0	9.7	1.7	0.4	0.2	0.2	0.2	50.4
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	44.6	11.9	2.0	0.7	0.3	0.3	-	40.3
	エシカルな商品を購入したい	172	50.6	17.4	3.5	0.6	0.6	0.6	-	26.7
	エシカルな行動をしたい	188	50.5	16.0	3.2	0.5	0.5	0.5	-	28.7
世帯年収	200万円未満	54	22.2	3.7	-	-	1.9	-	-	72.2
	200万円~400万円未満	119	29.4	10.9	-	-	-	-	-	59.7
	400万円~600万円未満	96	45.8	5.2	2.1	1.0	-	-	-	45.8
	600万円~800万円未満	57	45.6	8.8	1.8	1.8	-	-	1.8	40.4
	800万円~1,000万円未満	33	36.4	21.2	-	-	-	-	-	42.4
	1,000万円~1,500万円未満	17	47.1	11.8	-	-	-	5.9	-	35.3
	1,500万円~2,000万円未満	2	-	-	-	-	-	-	-	100.0
	2,000万円以上	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-
わからない	154	29.9	7.1	3.2	-	-	-	-	59.7	

倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入意向【家電100,000円】

Q10_7 下記の「倫理的消費（エシカル消費）につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。（お答えは1つ）

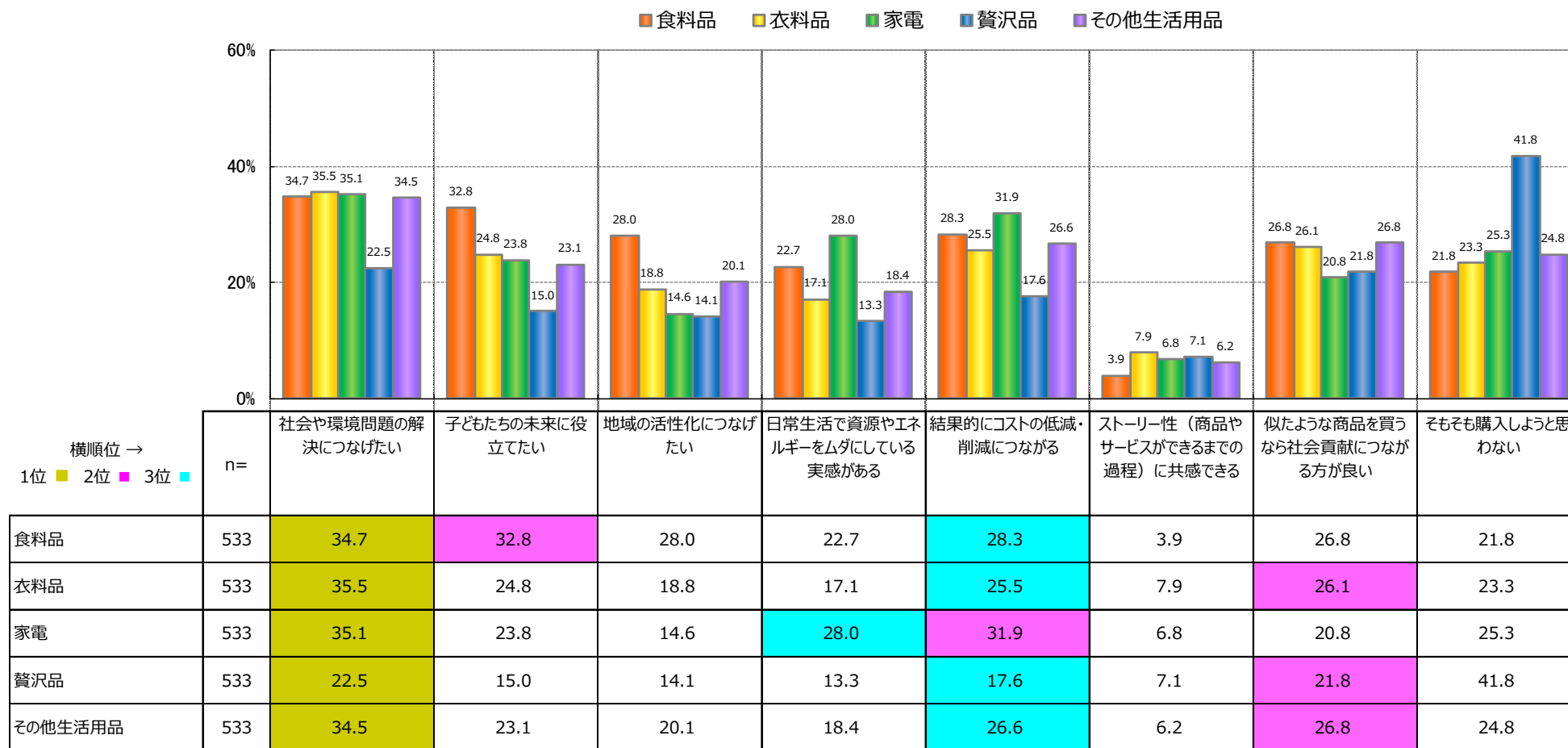
家電（例：省エネ・節水性能に優れた洗濯機など）一般的に100,000円の商品の場合



倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したい理由

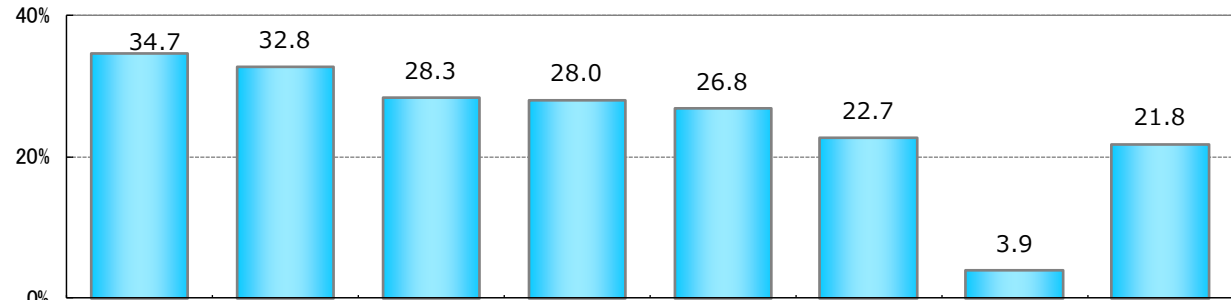
Q11 あなたが、倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したいと思う理由は何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）

※特に当てはまるものがない方も、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したい理由【食料品】

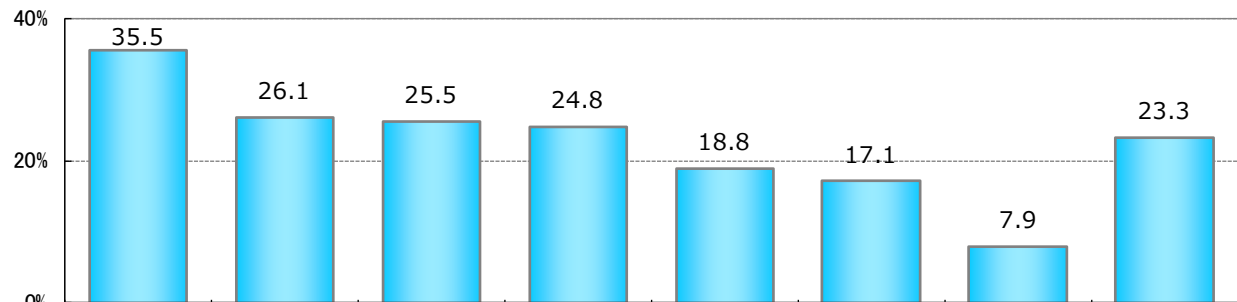
Q11S1 [食料品]あなたが、倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したいと思う理由は何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）※特に当てはまるものがない方も、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



		n=	社会や環境問題の解決につなげたい	子どもたちの未来に役立てたい	結果的にコストの低減・削減につながる	地域の活性化につなげたい	似たような商品を買うなら社会貢献につながる方が良い	日常生活で資源やエネルギーをムダにしている実感がある	ストーリー性（商品やサービスができるまでの過程）に共感できる	そもそも購入しようと思わない
全体		533	34.7	32.8	28.3	28.0	26.8	22.7	3.9	21.8
性別	男性	265	31.3	33.6	25.3	25.3	23.8	21.9	3.0	28.3
	女性	268	38.1	32.1	31.3	30.6	29.9	23.5	4.9	15.3
年代	16～29歳	87	24.1	31.0	33.3	33.3	18.4	21.8	6.9	26.4
	30代	96	35.4	32.3	25.0	29.2	26.0	24.0	5.2	20.8
	40代	149	34.2	28.2	33.6	23.5	28.9	22.8	3.4	22.8
	50代	116	34.5	29.3	23.3	22.4	29.3	20.7	1.7	21.6
	60～70歳	85	45.9	48.2	24.7	36.5	29.4	24.7	3.5	16.5
男性年代	男性16～29歳	39	23.1	43.6	25.6	33.3	17.9	28.2	10.3	35.9
	男性30代	42	31.0	26.2	16.7	21.4	16.7	11.9	-	35.7
	男性40代	71	29.6	28.2	31.0	21.1	25.4	26.8	4.2	29.6
	男性50代	61	29.5	27.9	26.2	21.3	26.2	14.8	-	26.2
	男性60～70歳	52	42.3	46.2	23.1	32.7	28.8	26.9	1.9	17.3
女性年代	女性16～29歳	48	25.0	20.8	39.6	33.3	18.8	16.7	4.2	18.8
	女性30代	54	38.9	37.0	31.5	35.2	33.3	33.3	9.3	9.3
	女性40代	78	38.5	28.2	35.9	25.6	32.1	19.2	2.6	16.7
	女性50代	55	40.0	30.9	20.0	23.6	32.7	27.3	3.6	16.4
	女性60～70歳	33	51.5	51.5	27.3	42.4	30.3	21.2	6.1	15.2
エシカル関心別	エシカル消費興味関心者	249	50.6	45.8	39.8	40.6	37.3	35.7	7.2	3.2
	エシカル実践者	462	39.0	36.1	31.0	31.6	29.7	25.8	4.3	15.8
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	47.5	42.2	36.6	36.0	36.6	31.0	6.3	7.6
	エシカルな商品を購入したい	172	61.0	51.2	44.2	45.9	41.3	40.7	9.3	0.6
	エシカルな行動をしたい	188	58.5	48.9	42.6	45.7	39.9	39.4	8.5	1.1

倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したい理由【衣料品】

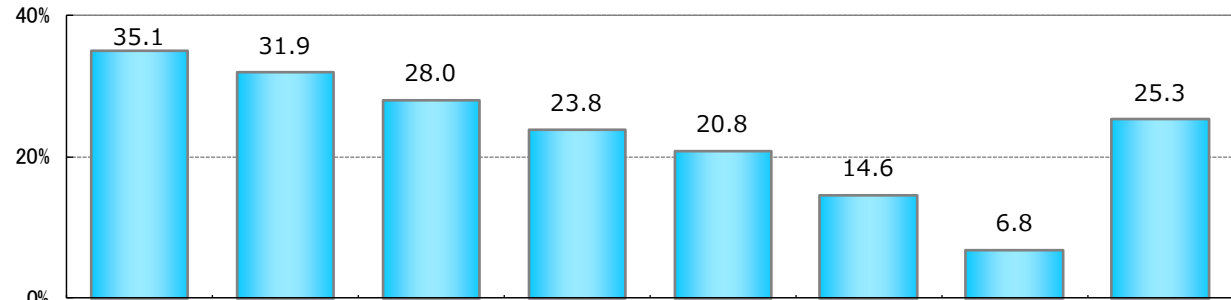
Q11S2 [衣料品]あなたが、倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したいと思う理由は何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）※特に当てはまるものがない方も、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



		n=	社会や環境問題の解決につなげたい	似たような商品を買うなら社会貢献につながる方が良い	結果的にコストの低減・削減につながる	子どもたちの未来に役立てたい	地域の活性化につなげたい	日常生活で資源やエネルギーをムダにしている実感がある	ストーリー性（商品やサービスができるまでの過程）に共感できる	そもそも購入しようと思わない
全体		533	35.5	26.1	25.5	24.8	18.8	17.1	7.9	23.3
性別	男性	265	33.2	21.9	23.4	23.8	17.4	15.1	6.4	29.8
	女性	268	37.7	30.2	27.6	25.7	20.1	19.0	9.3	16.8
年代	16～29歳	87	26.4	17.2	29.9	18.4	18.4	20.7	8.0	28.7
	30代	96	40.6	22.9	29.2	27.1	17.7	20.8	10.4	22.9
	40代	149	32.9	31.5	26.2	22.8	20.1	18.1	6.7	24.8
	50代	116	33.6	28.4	20.7	23.3	15.5	11.2	6.0	23.3
	60～70歳	85	45.9	25.9	22.4	34.1	22.4	15.3	9.4	15.3
男性年代	男性16～29歳	39	25.6	15.4	28.2	12.8	20.5	25.6	7.7	41.0
	男性30代	42	33.3	14.3	16.7	26.2	16.7	9.5	2.4	35.7
	男性40代	71	25.4	21.1	31.0	18.3	19.7	19.7	7.0	33.8
	男性50代	61	34.4	27.9	18.0	27.9	13.1	6.6	3.3	27.9
	男性60～70歳	52	48.1	26.9	21.2	32.7	17.3	15.4	11.5	13.5
女性年代	女性16～29歳	48	27.1	18.8	31.3	22.9	16.7	16.7	8.3	18.8
	女性30代	54	46.3	29.6	38.9	27.8	18.5	29.6	16.7	13.0
	女性40代	78	39.7	41.0	21.8	26.9	20.5	16.7	6.4	16.7
	女性50代	55	32.7	29.1	23.6	18.2	18.2	16.4	9.1	18.2
	女性60～70歳	33	42.4	24.2	24.2	36.4	30.3	15.2	6.1	18.2
エシカル 関心別	エシカル消費興味関心者	249	52.2	36.9	32.5	33.7	28.1	26.9	13.7	3.2
	エシカル実践者	462	39.2	29.0	27.7	27.5	21.0	19.5	8.9	17.1
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	46.5	35.6	30.7	32.0	25.4	23.8	11.6	8.3
	エシカルな商品を購入したい	172	58.7	41.3	34.9	38.4	32.0	32.0	18.0	1.2
	エシカルな行動をしたい	188	56.9	39.9	35.1	37.2	29.8	31.9	17.0	1.1

倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したい理由【家電】

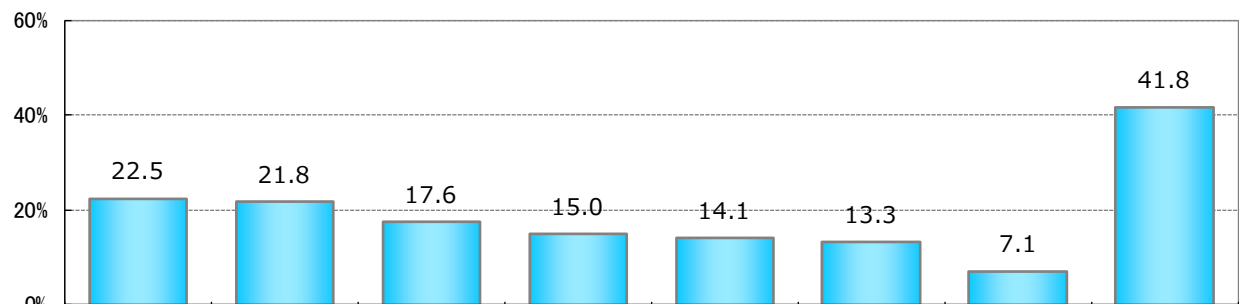
Q11S3 [家電]あなたが、倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したいと思う理由は何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）※特に当てはまるものがない方も、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



		n=	社会や環境問題の解決につなげたい	結果的にコストの低減・削減につながる	日常生活で資源やエネルギーをムダにしている実感がある	子どもたちの未来に役立てたい	似たような商品を買うなら社会貢献につながる方が良い	地域の活性化につなげたい	ストーリー性（商品やサービスができるまでの過程）に共感できる	そもそも購入しようと思わない
全体		533	35.1	31.9	28.0	23.8	20.8	14.6	6.8	25.3
性別	男性	265	34.7	27.9	27.9	23.4	16.2	14.0	5.3	32.1
	女性	268	35.4	35.8	28.0	24.3	25.4	15.3	8.2	18.7
年代	16～29歳	87	23.0	34.5	29.9	20.7	10.3	13.8	10.3	32.2
	30代	96	35.4	29.2	27.1	28.1	22.9	18.8	9.4	25.0
	40代	149	34.9	40.9	28.2	20.8	22.8	15.4	6.0	25.5
	50代	116	33.6	22.4	23.3	21.6	23.3	10.3	2.6	28.4
	60～70歳	85	49.4	29.4	32.9	30.6	22.4	15.3	7.1	14.1
男性年代	男性16～29歳	39	23.1	30.8	30.8	20.5	7.7	15.4	7.7	43.6
	男性30代	42	28.6	16.7	11.9	21.4	16.7	11.9	4.8	40.5
	男性40代	71	31.0	36.6	36.6	19.7	14.1	16.9	7.0	35.2
	男性50代	61	34.4	26.2	23.0	26.2	19.7	9.8	1.6	31.1
	男性60～70歳	52	53.8	25.0	32.7	28.8	21.2	15.4	5.8	13.5
女性年代	女性16～29歳	48	22.9	37.5	29.2	20.8	12.5	12.5	12.5	22.9
	女性30代	54	40.7	38.9	38.9	33.3	27.8	24.1	13.0	13.0
	女性40代	78	38.5	44.9	20.5	21.8	30.8	14.1	5.1	16.7
	女性50代	55	32.7	18.2	23.6	16.4	27.3	10.9	3.6	25.5
	女性60～70歳	33	42.4	36.4	33.3	33.3	24.2	15.2	9.1	15.2
エシカル 関心別	エシカル消費興味関心者	249	51.4	46.2	44.6	35.7	29.7	19.7	10.4	4.8
	エシカル実践者	462	39.0	34.8	32.0	26.2	22.9	16.7	7.8	19.5
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	48.2	40.9	39.6	32.3	28.4	18.2	9.9	10.6
	エシカルな商品を購入したい	172	60.5	47.7	50.6	40.7	34.3	25.6	14.5	1.2
	エシカルな行動をしたい	188	58.0	46.8	47.9	39.4	32.4	25.0	12.8	2.7

倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したい理由【贅沢品】

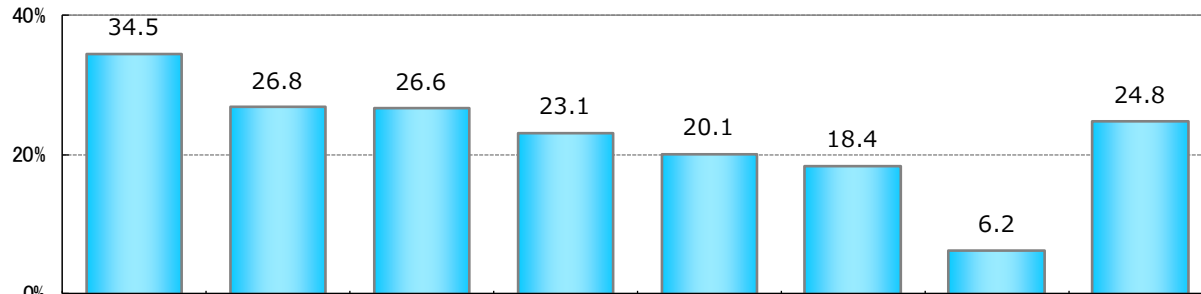
Q11S4 [贅沢品]あなたが、倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したいと思う理由は何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）※特に当てはまるものがない方も、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



		n=	社会や環境問題の解決につなげたい	似たような商品を買うなら社会貢献につながる方が良い	結果的にコストの低減・削減につながる	子どもたちの未来に役立てたい	地域の活性化につなげたい	日常生活で資源やエネルギーをムダにしている実感がある	ストーリー性（商品やサービスができるまでの過程）に共感できる	そもそも購入しようと思わない
全体		533	22.5	21.8	17.6	15.0	14.1	13.3	7.1	41.8
性別	男性	265	20.4	18.1	15.5	12.8	15.5	11.3	6.0	48.3
	女性	268	24.6	25.4	19.8	17.2	12.7	15.3	8.2	35.4
年代	16～29歳	87	24.1	17.2	23.0	17.2	17.2	20.7	9.2	36.8
	30代	96	24.0	22.9	25.0	17.7	17.7	12.5	11.5	34.4
	40代	149	23.5	29.5	15.4	12.8	12.8	13.4	6.0	40.3
	50代	116	20.7	17.2	12.1	15.5	10.3	12.9	4.3	49.1
	60～70歳	85	20.0	17.6	15.3	12.9	14.1	7.1	5.9	48.2
男性年代	男性16～29歳	39	23.1	15.4	20.5	15.4	15.4	20.5	12.8	48.7
	男性30代	42	21.4	19.0	11.9	16.7	19.0	7.1	7.1	42.9
	男性40代	71	19.7	21.1	16.9	9.9	16.9	12.7	5.6	46.5
	男性50代	61	18.0	11.5	13.1	13.1	11.5	13.1	3.3	55.7
	男性60～70歳	52	21.2	23.1	15.4	11.5	15.4	3.8	3.8	46.2
女性年代	女性16～29歳	48	25.0	18.8	25.0	18.8	18.8	20.8	6.3	27.1
	女性30代	54	25.9	25.9	35.2	18.5	16.7	16.7	14.8	27.8
	女性40代	78	26.9	37.2	14.1	15.4	9.0	14.1	6.4	34.6
	女性50代	55	23.6	23.6	10.9	18.2	9.1	12.7	5.5	41.8
	女性60～70歳	33	18.2	9.1	15.2	15.2	12.1	12.1	9.1	51.5
エシカル関心別	エシカル消費興味関心者	249	32.9	32.5	23.3	21.3	19.3	20.9	12.9	25.7
	エシカル実践者	462	25.1	24.2	18.8	16.5	15.6	15.2	8.2	37.4
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	31.4	29.7	21.8	19.8	18.2	17.2	11.2	30.0
	エシカルな商品を購入したい	172	42.4	40.7	26.2	26.2	27.3	23.3	19.2	15.7
	エシカルな行動をしたい	188	38.8	37.2	25.0	23.4	27.1	22.9	17.6	19.7

倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したい理由【その他生活用品】

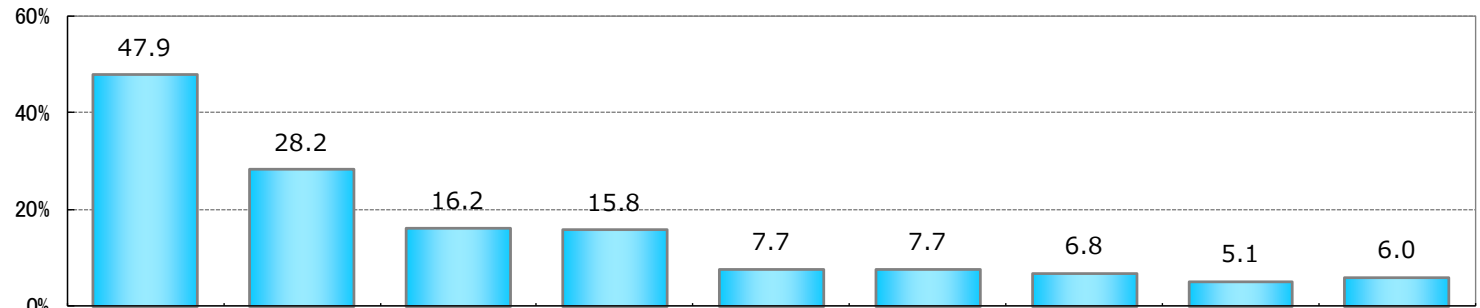
Q11S5 [その他生活用品]あなたが、倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討したいと思う理由は何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）※特に当てはまるものがない方も、強いて挙げればとお考えになってお答えください。



		n=	社会や環境問題の解決につなげたい	似たような商品を買うなら社会貢献につながる方が良い	結果的にコストの低減・削減につながる	子どもたちの未来に役立てたい	地域の活性化につなげたい	日常生活で資源やエネルギーをムダにしている実感がある	ストーリー性（商品やサービスができるまでの過程）に共感できる	そもそも購入しようと思わない
全体		533	34.5	26.8	26.6	23.1	20.1	18.4	6.2	24.8
性別	男性	265	33.6	24.2	21.9	21.1	20.0	19.2	5.7	30.9
	女性	268	35.4	29.5	31.3	25.0	20.1	17.5	6.7	18.7
年代	16～29歳	87	31.0	19.5	28.7	18.4	20.7	19.5	5.7	31.0
	30代	96	32.3	25.0	31.3	21.9	19.8	20.8	8.3	24.0
	40代	149	28.9	29.5	31.5	22.8	18.8	20.1	6.7	26.2
	50代	116	37.9	25.9	17.2	21.6	16.4	17.2	4.3	25.0
	60～70歳	85	45.9	32.9	23.5	31.8	27.1	12.9	5.9	16.5
男性年代	男性16～29歳	39	33.3	20.5	20.5	17.9	17.9	20.5	7.7	43.6
	男性30代	42	26.2	14.3	19.0	16.7	14.3	16.7	2.4	42.9
	男性40代	71	25.4	21.1	31.0	18.3	23.9	26.8	7.0	32.4
	男性50代	61	37.7	24.6	14.8	21.3	18.0	21.3	3.3	27.9
	男性60～70歳	52	46.2	38.5	21.2	30.8	23.1	7.7	7.7	13.5
女性年代	女性16～29歳	48	29.2	18.8	35.4	18.8	22.9	18.8	4.2	20.8
	女性30代	54	37.0	33.3	40.7	25.9	24.1	24.1	13.0	9.3
	女性40代	78	32.1	37.2	32.1	26.9	14.1	14.1	6.4	20.5
	女性50代	55	38.2	27.3	20.0	21.8	14.5	12.7	5.5	21.8
	女性60～70歳	33	45.5	24.2	27.3	33.3	33.3	21.2	3.0	21.2
エシカル 関心別	エシカル消費興味関心者	249	50.6	38.2	35.3	35.3	29.7	28.9	10.0	4.4
	エシカル実践者	462	38.5	29.9	29.0	25.3	22.5	20.8	7.1	18.8
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	48.2	36.3	32.0	32.0	25.4	24.1	8.3	10.2
	エシカルな商品を購入したい	172	62.2	44.2	39.0	39.5	38.4	33.7	14.0	1.2
	エシカルな行動をしたい	188	59.0	43.6	37.2	37.2	35.1	31.9	12.8	2.1

倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの購入を検討しようと思わない理由

Q12 Q11で、1つでも「購入しようと思わない」とお答えの方にお伺いします。その理由として、当てはまるものはどれですか。（お答えはいくつでも）

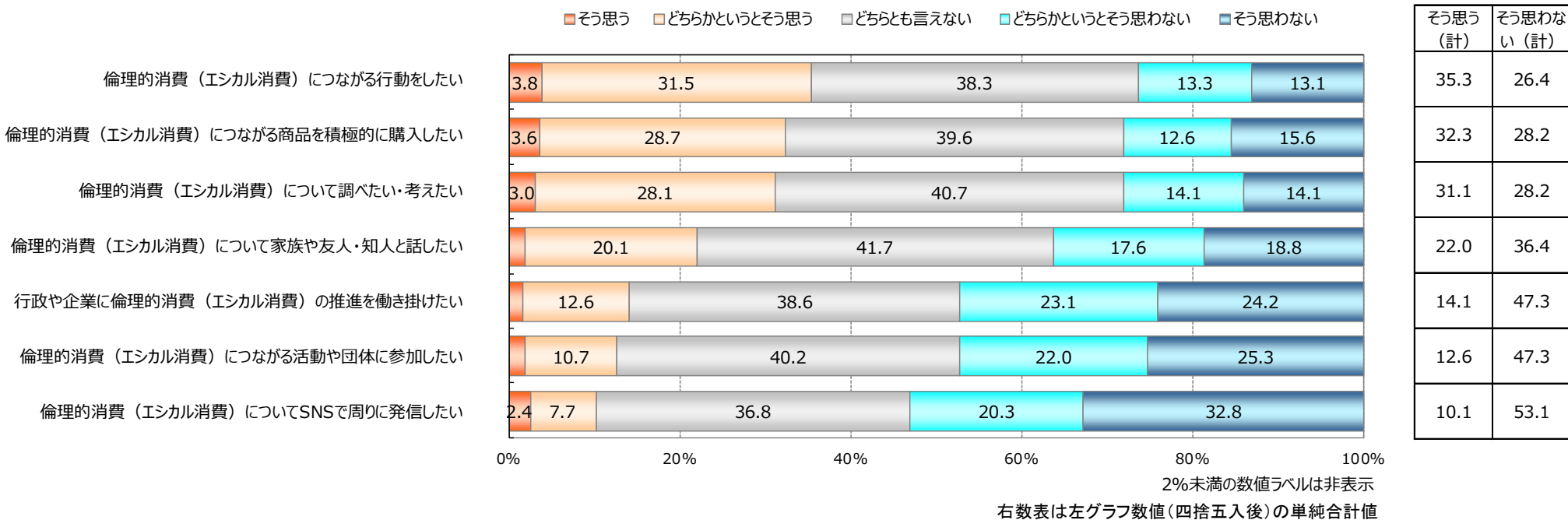


■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

		n=	価格が高いから	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品やサービスに関心がないから	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の選び方が分からないから	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品だと信頼できる十分な情報提供がされていないから	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品やサービスを取り扱っている店が近くにないから	購入したい商品に、倫理的消費（エシカル消費）につながるものがないから	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの内容やデザインなどに魅力を感じないから	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入が社会や環境問題の解決につながると思わないから	その他
全体		234	47.9	28.2	16.2	15.8	7.7	7.7	6.8	5.1	6.0
性別	男性	134	45.5	33.6	13.4	15.7	7.5	8.2	7.5	7.5	6.0
	女性	100	51.0	21.0	20.0	16.0	8.0	7.0	6.0	2.0	6.0
年代	16～29歳	34	35.3	50.0	20.6	20.6	11.8	11.8	2.9	8.8	2.9
	30代	37	56.8	24.3	16.2	18.9	5.4	5.4	10.8	2.7	8.1
	40代	63	42.9	28.6	12.7	15.9	4.8	3.2	1.6	6.3	6.3
	50代	58	56.9	22.4	12.1	13.8	13.8	12.1	8.6	1.7	5.2
	60～70歳	42	45.2	21.4	23.8	11.9	2.4	7.1	11.9	7.1	7.1
男性年代	男性16～29歳	20	40.0	50.0	20.0	30.0	15.0	20.0	5.0	15.0	5.0
	男性30代	21	57.1	33.3	9.5	14.3	4.8	4.8	9.5	4.8	-
	男性40代	34	35.3	32.4	8.8	17.6	2.9	2.9	2.9	11.8	8.8
	男性50代	34	52.9	32.4	11.8	11.8	11.8	11.8	8.8	2.9	5.9
	男性60～70歳	25	44.0	24.0	20.0	8.0	4.0	4.0	12.0	4.0	8.0
女性年代	女性16～29歳	14	28.6	50.0	21.4	7.1	7.1	-	-	-	-
	女性30代	16	56.3	12.5	25.0	25.0	6.3	6.3	12.5	-	18.8
	女性40代	29	51.7	24.1	17.2	13.8	6.9	3.4	-	-	3.4
	女性50代	24	62.5	8.3	12.5	16.7	16.7	12.5	8.3	-	4.2
	女性60～70歳	17	47.1	17.6	29.4	17.6	-	11.8	11.8	11.8	5.9
エシカル 関心別	エシカル消費興味関心者	67	67.2	4.5	20.9	13.4	6.0	11.9	10.4	3.0	10.4
	エシカル実践者	183	53.6	20.8	18.6	15.3	8.2	7.7	8.2	4.9	6.6
	エシカルによる企業イメージアップ者	98	61.2	10.2	23.5	15.3	9.2	12.2	9.2	5.1	9.2
	エシカルな商品を購入したい	28	67.9	3.6	25.0	3.6	7.1	7.1	7.1	7.1	10.7
	エシカルな行動をしたい	40	67.5	-	25.0	7.5	10.0	20.0	12.5	2.5	10.0

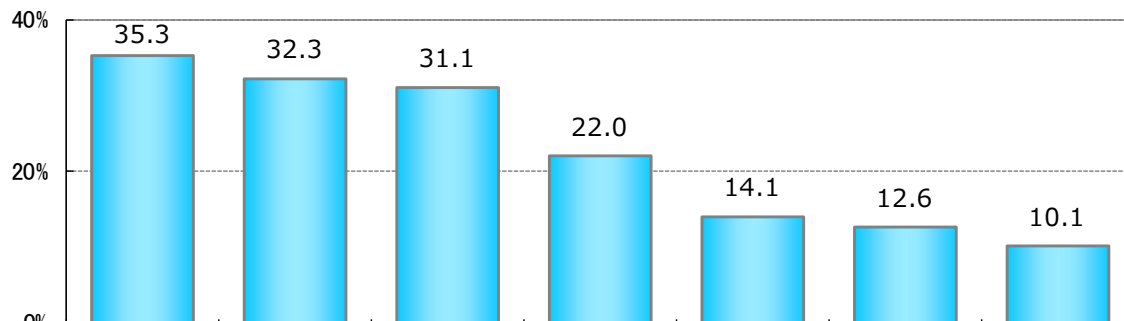
「倫理的消費（エシカル消費）」に関する今後の行動

Q13 あなたの今後の行動についてお伺いします。当てはまるものをお選びください。（お答えはそれぞれ1つ）



「倫理的消費（エシカル消費）」に関する今後の行動

Q13 あなたの今後の行動についてお伺いします。当てはまるものをお選びください。（お答えはそれぞれ1つ）



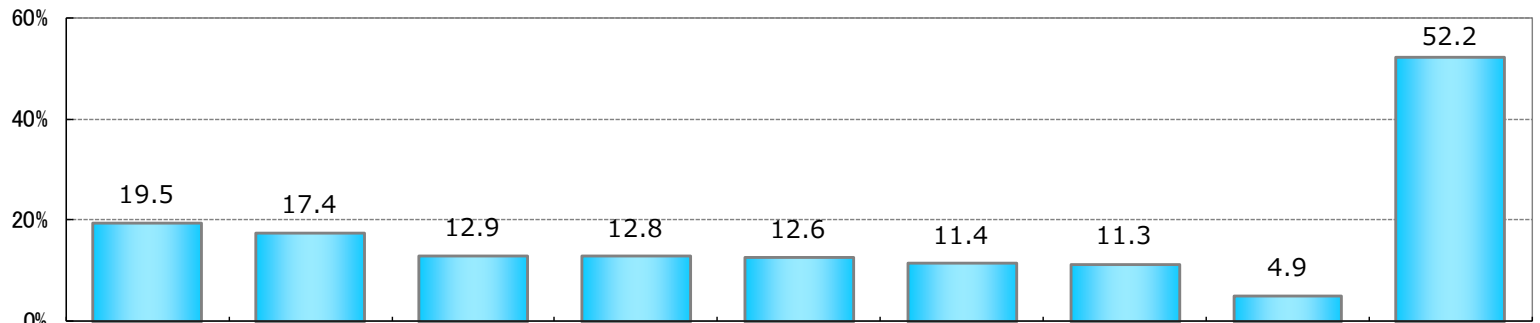
※値は「そう思う」と「どちらかというと思う」の合計値

■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

	n=	倫理的消費（エシカル消費）につながる行動をしたい	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品を積極的に購入したい	倫理的消費（エシカル消費）について調べたい・考えたい	倫理的消費（エシカル消費）について家族や友人・知人と話したい	行政や企業に倫理的消費（エシカル消費）の推進を働き掛けたい	倫理的消費（エシカル消費）につながる活動や団体に参加したい	倫理的消費（エシカル消費）についてSNSで周りに発信したい
全体	533	35.3	32.3	31.1	22.0	14.1	12.6	10.1
性別								
男性	265	33.2	28.7	29.4	21.9	14.0	12.8	10.6
女性	268	37.3	35.8	32.8	22.0	14.2	12.3	9.7
年代								
16～29歳	87	35.6	34.5	34.5	21.8	18.4	14.9	18.4
30代	96	35.4	27.1	29.2	15.6	11.5	12.5	8.3
40代	149	36.9	37.6	28.9	21.5	12.8	12.8	8.7
50代	116	32.8	27.6	28.4	25.0	10.3	10.3	7.8
60～70歳	85	35.3	32.9	37.6	25.9	20.0	12.9	9.4
男性年代								
男性16～29歳	39	41.0	38.5	41.0	25.6	17.9	17.9	20.5
男性30代	42	26.2	19.0	19.0	11.9	9.5	9.5	7.1
男性40代	71	33.8	31.0	26.8	22.5	14.1	14.1	9.9
男性50代	61	24.6	21.3	19.7	21.3	4.9	4.9	4.9
男性60～70歳	52	42.3	34.6	44.2	26.9	25.0	19.2	13.5
女性年代								
女性16～29歳	48	31.3	31.3	29.2	18.8	18.8	12.5	16.7
女性30代	54	42.6	33.3	37.0	18.5	13.0	14.8	9.3
女性40代	78	39.7	43.6	30.8	20.5	11.5	11.5	7.7
女性50代	55	41.8	34.5	38.2	29.1	16.4	16.4	10.9
女性60～70歳	33	24.2	30.3	27.3	24.2	12.1	3.0	3.0
エシカル関心別								
エシカル消費興味関心者	249	63.5	59.0	55.8	39.0	26.9	23.7	18.1
エシカル実践者	462	39.8	37.0	35.7	24.9	16.0	14.3	11.3
エシカルによる企業イメージアップ者	303	54.5	50.5	46.9	33.3	22.8	20.1	15.5
エシカルな商品を購入したい	172	90.1	100.0	74.4	55.2	39.5	36.0	28.5
エシカルな行動をしたい	188	100.0	82.4	75.5	54.3	37.2	33.5	25.5

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

Q14 倫理的消費（エシカル消費）に関して、今後、機会があれば参加してみたいものはどれですか。（お答えはいくつでも）



■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

		n=	ワークショップなどの参加型のイベント	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の販売会	倫理的消費（エシカル消費）につながる作品の展示会	有識者・有名人を招いての講演会	地域の取組事例を紹介するイベント	親子で参加可能なイベント	倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の製造・販売や応援している企業の見学	エシカルファッションショー	参加したいものはない
全体		533	19.5	17.4	12.9	12.8	12.6	11.4	11.3	4.9	52.2
性別	男性	265	17.0	14.0	13.2	16.2	13.2	10.2	11.3	3.8	54.0
	女性	268	22.0	20.9	12.7	9.3	11.9	12.7	11.2	6.0	50.4
年代	16～29歳	87	16.1	16.1	12.6	12.6	16.1	10.3	6.9	2.3	55.2
	30代	96	21.9	16.7	14.6	10.4	10.4	17.7	13.5	4.2	53.1
	40代	149	18.8	13.4	10.7	9.4	6.0	14.8	8.7	6.0	55.7
	50代	116	16.4	18.1	12.9	16.4	11.2	5.2	14.7	4.3	51.7
	60～70歳	85	25.9	25.9	15.3	16.5	24.7	8.2	12.9	7.1	42.4
男性年代	男性16～29歳	39	20.5	7.7	12.8	20.5	23.1	15.4	7.7	-	48.7
	男性30代	42	19.0	9.5	9.5	16.7	7.1	11.9	14.3	2.4	61.9
	男性40代	71	12.7	14.1	15.5	11.3	7.0	15.5	8.5	5.6	57.7
	男性50代	61	11.5	13.1	9.8	18.0	9.8	3.3	11.5	1.6	55.7
	男性60～70歳	52	25.0	23.1	17.3	17.3	23.1	5.8	15.4	7.7	44.2
女性年代	女性16～29歳	48	12.5	22.9	12.5	6.3	10.4	6.3	6.3	4.2	60.4
	女性30代	54	24.1	22.2	18.5	5.6	13.0	22.2	13.0	5.6	46.3
	女性40代	78	24.4	12.8	6.4	7.7	5.1	14.1	9.0	6.4	53.8
	女性50代	55	21.8	23.6	16.4	14.5	12.7	7.3	18.2	7.3	47.3
	女性60～70歳	33	27.3	30.3	12.1	15.2	27.3	12.1	9.1	6.1	39.4
エシカル関心別	エシカル消費興味関心者	249	33.3	28.1	22.9	19.3	22.1	18.5	19.7	8.0	26.5
	エシカル実践者	462	21.6	20.1	14.5	13.9	14.5	13.2	13.0	5.6	46.3
	エシカルによる企業イメージアップ者	303	28.1	25.1	18.8	17.8	19.1	14.2	17.5	7.3	35.0
	エシカルな商品を購入したい	172	37.8	36.0	26.2	23.3	27.3	19.8	24.4	11.0	19.2
	エシカルな行動をしたい	188	38.3	35.1	26.6	22.9	26.6	17.6	23.9	10.1	18.6

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（抜粋）

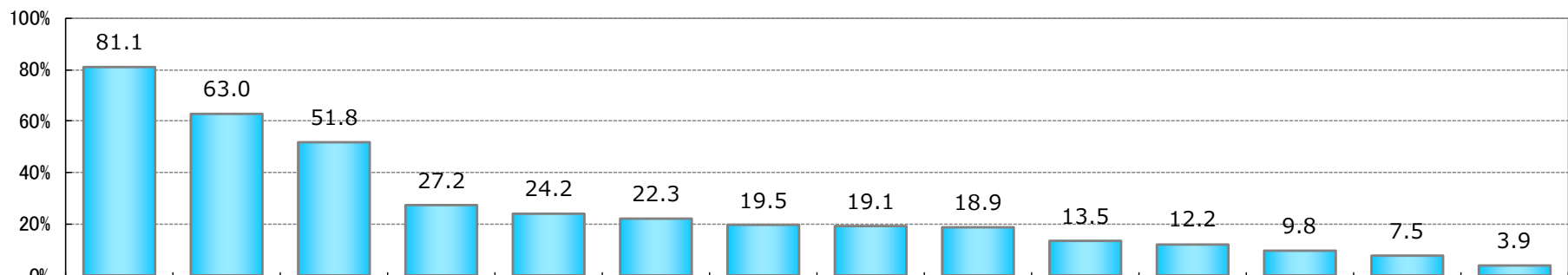
Q14_2 Q14でお答えになった回答以外で、どのようなイベントがあれば参加してみたいと思いますか。（お答えは具体的に）

	10代・20代	30代～50代	60代・70代
男性	<ul style="list-style-type: none"> アニメとのコラボ 具体的にどのような活動かがわかるイベント／おもしろい講演。自由に参加できるイベント 一般の製品との違いがわかる体験会。（食べ比べや使用感の比較） 会社に訪問してくれる形でのイベント 無料の食べ物をくれる土日イベント 	<ul style="list-style-type: none"> エシカル消費の体験と、その受益者の声を聞く会 そもそも興味がないので初心者向け講座などがあれば参加したい 木育のイベント いつも行っている大型スーパーのブースコーナーにあれば見てみたい エシカルをテーマにした食べ歩きイベント どんなイベントであれ時間の余裕がなく参加できない 学校にゲストティーチャーを招いてそれを授業参観する 有名人が参加するイベントで子供と参加できるもの 忙しくて参加はできない。そんな機会がない 	<ul style="list-style-type: none"> タレント参加のイベント 屋台などがある、まつり的な物 簡単に参加できること 芸能人のコンサート 今は仕事だけで、ボランティア活動には参加できない 地域に密着した催し
女性	<ul style="list-style-type: none"> アニメのエシカル いろんな分野のものが集まっているイベント お洒落な商品を売っているイベント スーパーにそれようなブースを設けていると参加しやすい ハンドメイド 伝統工芸品を活かしたイベント 	<ul style="list-style-type: none"> イベントとなると、足を運ばないといけな。あまり時間に余裕がなく行けない。でも、興味はあるので今回アンケートを通して知ることができ良かった。携帯でみれると良いと思う 子どもにこれから先は何でもかんでも無駄な浪費をしてはいけないことを教えてあげられるイベント 子育て中なので、どの年齢層の子供も参加できるイベント。子供が食べれる簡単料理紹介など 体験型、販売会など、ストーリーが分かるとより価値がわかり、満足できる 地産地消費祭りや、大きいエコバッグの頒布会／こどもと遊びながら学べるようなイベントショッピングモールでのイベントに出店してくれたら、たくさんの方が参加しやすいと思います フリーマーケットの会場などでエシカル商品の食品の食べ歩きなど 写真展で、目で見て理解したい。 地元産の食材を使った料理教室など 田舎では、あまりイベント自体がないので、地域にかかわらず開催してくれたら、皆も行動するとおもう 工場等の見学や参加 地域を活性化する行事などで、身近に感じられる商品の紹介をしてくれるようなことがあればいいと思う 	<ul style="list-style-type: none"> こういうものがエシカル消費のためにあるよという実際のものを見られる催し ショッピングモールやスーパーでの気軽に参加出来るイベント みんなでワイワイ楽しくやっている場所 食品の試食イベント

※原文のまま記載

普段利用する主な情報源

Q15 普段あなたが利用する主な情報源はどれですか。(お答えはいくつでも)



■ 全体+10%以上
■ 全体-10%以下
(属性n=30以上)

		n=	テレビ	インターネットニュースサイト	新聞	家族や友人・知人との会話	SNS	雑誌	店頭の商品やPOP、店舗での説明等	ラジオ	商品・サービスの広告・パンフレット	動画配信・動画共有サイト	ブログ・その他のウェブサイト	書籍	行政のウェブサイトや広報物	当てはまるものはない
全体		533	81.1	63.0	51.8	27.2	24.2	22.3	19.5	19.1	18.9	13.5	12.2	9.8	7.5	3.9
性別	男性	265	80.0	63.4	56.6	20.4	21.9	23.0	15.5	23.0	15.5	17.0	13.2	9.4	7.2	4.5
	女性	268	82.1	62.7	47.0	34.0	26.5	21.6	23.5	15.3	22.4	10.1	11.2	10.1	7.8	3.4
年代	16~29歳	87	69.0	49.4	23.0	21.8	39.1	17.2	13.8	12.6	10.3	24.1	13.8	8.0	4.6	10.3
	30代	96	86.5	72.9	41.7	29.2	41.7	26.0	22.9	17.7	21.9	21.9	16.7	14.6	10.4	2.1
	40代	149	78.5	63.1	51.0	26.8	22.8	20.1	22.8	18.1	19.5	10.7	10.7	8.7	4.7	4.7
	50代	116	83.6	66.4	63.8	30.2	11.2	26.7	19.8	24.1	20.7	7.8	8.6	7.8	6.9	1.7
	60~70歳	85	88.2	61.2	77.6	27.1	9.4	21.2	15.3	22.4	21.2	5.9	12.9	10.6	12.9	1.2
男性年代	男性16~29歳	39	71.8	46.2	28.2	25.6	28.2	20.5	15.4	17.9	12.8	23.1	17.9	2.6	5.1	12.8
	男性30代	42	83.3	78.6	38.1	11.9	45.2	21.4	14.3	21.4	16.7	31.0	11.9	16.7	7.1	2.4
	男性40代	71	70.4	60.6	60.6	18.3	18.3	26.8	18.3	26.8	12.7	15.5	12.7	11.3	5.6	5.6
	男性50代	61	86.9	67.2	62.3	19.7	14.8	26.2	14.8	26.2	18.0	11.5	9.8	4.9	4.9	1.6
	男性60~70歳	52	88.5	63.5	80.8	26.9	11.5	17.3	13.5	19.2	17.3	9.6	15.4	11.5	13.5	1.9
女性年代	女性16~29歳	48	66.7	52.1	18.8	18.8	47.9	14.6	12.5	8.3	8.3	25.0	10.4	12.5	4.2	8.3
	女性30代	54	88.9	68.5	44.4	42.6	38.9	29.6	29.6	14.8	25.9	14.8	20.4	13.0	13.0	1.9
	女性40代	78	85.9	65.4	42.3	34.6	26.9	14.1	26.9	10.3	25.6	6.4	9.0	6.4	3.8	3.8
	女性50代	55	80.0	65.5	65.5	41.8	7.3	27.3	25.5	21.8	23.6	3.6	7.3	10.9	9.1	1.8
	女性60~70歳	33	87.9	57.6	72.7	27.3	6.1	27.3	18.2	27.3	27.3	-	9.1	9.1	12.1	-

V. 調査票

調査票

調査名称	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																																
調査目的	徳島県内の消費者が倫理的消費(エシカル消費)の概念について、どの程度認知しているか、理解しているか、現状を把握し、今後の「倫理的消費(エシカル消費)」の普及・啓発方法を検討すること。																																
調査対象者・納品サンプル数	<p>性別： 男女 年齢： 16歳～70歳 地域： 徳島県</p> <table border="1"><thead><tr><th>納品サンプル数</th><th>16-19歳</th><th>20-29歳</th><th>30-39歳</th><th>40-49歳</th><th>50-59歳</th><th>60-70歳</th><th>合計</th></tr></thead><tbody><tr><td>男性</td><td>7</td><td>32</td><td>42</td><td>71</td><td>61</td><td>52</td><td>265</td></tr><tr><td>女性</td><td>5</td><td>43</td><td>54</td><td>78</td><td>55</td><td>33</td><td>268</td></tr><tr><td>合計</td><td>12</td><td>75</td><td>96</td><td>149</td><td>116</td><td>85</td><td>533</td></tr></tbody></table>	納品サンプル数	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-70歳	合計	男性	7	32	42	71	61	52	265	女性	5	43	54	78	55	33	268	合計	12	75	96	149	116	85	533
納品サンプル数	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-70歳	合計																										
男性	7	32	42	71	61	52	265																										
女性	5	43	54	78	55	33	268																										
合計	12	75	96	149	116	85	533																										
回答形式	SA=シングルアンサー(単一回答) 表示記号:「○(ラジオボタン)」 MA=マルチアンサー(複数回答) 表示記号:「□(チェックボックス)」 FA=フリーアンサー(自由回答) NUM=数値入力 SAマトリクス=単一回答マトリクス MAマトリクス=複数回答マトリクス																																

調査票（スクリーニング）

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

アンケートにアクセスしていただき、ありがとうございます。

このアンケートは世帯年収をお伺いする質問が含まれております。
また、アンケートであなたご自身やあなたのご家族についてお伺いする場合があります。

条件をご確認の上、アンケートにご協力ください。

ご協力いただける場合は「開始」ボタンを押し、回答を開始してください。

開始

注意事項

回答中にブラウザの「戻る」を使用しないでください。

-----<改ページ>-----

(SA)

F1 あなたの性別をお答えください。

(お答えは1つ)

1 男性

2 女性

(NUM)

F2 あなたの年齢をお答えください。

(お答えは半角数字で)

1

歳

<size=10><must><min=0><max=100>

調査票（スクリーニング）

<改ページ>

【条件】

F2の回答欄『1』が16~70の間である

(SA)

F3 あなたのお住まいの地域をお答えください。

(お答えは1つ)

- | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> 1 北海道 | <input type="radio"/> 17 石川県 | <input type="radio"/> 33 岡山県 |
| <input type="radio"/> 2 青森県 | <input type="radio"/> 18 福井県 | <input type="radio"/> 34 広島県 |
| <input type="radio"/> 3 岩手県 | <input type="radio"/> 19 山梨県 | <input type="radio"/> 35 山口県 |
| <input type="radio"/> 4 宮城県 | <input type="radio"/> 20 長野県 | <input type="radio"/> 36 徳島県 |
| <input type="radio"/> 5 秋田県 | <input type="radio"/> 21 岐阜県 | <input type="radio"/> 37 香川県 |
| <input type="radio"/> 6 山形県 | <input type="radio"/> 22 静岡県 | <input type="radio"/> 38 愛媛県 |
| <input type="radio"/> 7 福島県 | <input type="radio"/> 23 愛知県 | <input type="radio"/> 39 高知県 |
| <input type="radio"/> 8 茨城県 | <input type="radio"/> 24 三重県 | <input type="radio"/> 40 福岡県 |
| <input type="radio"/> 9 栃木県 | <input type="radio"/> 25 滋賀県 | <input type="radio"/> 41 佐賀県 |
| <input type="radio"/> 10 群馬県 | <input type="radio"/> 26 京都府 | <input type="radio"/> 42 長崎県 |
| <input type="radio"/> 11 埼玉県 | <input type="radio"/> 27 大阪府 | <input type="radio"/> 43 熊本県 |
| <input type="radio"/> 12 千葉県 | <input type="radio"/> 28 兵庫県 | <input type="radio"/> 44 大分県 |
| <input type="radio"/> 13 東京都 | <input type="radio"/> 29 奈良県 | <input type="radio"/> 45 宮崎県 |
| <input type="radio"/> 14 神奈川県 | <input type="radio"/> 30 和歌山県 | <input type="radio"/> 46 鹿児島県 |
| <input type="radio"/> 15 新潟県 | <input type="radio"/> 31 鳥取県 | <input type="radio"/> 47 沖縄県 |
| <input type="radio"/> 16 富山県 | <input type="radio"/> 32 島根県 | <input type="radio"/> 48 海外 |

調査票（スクリーニング）

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SA)

F4 あなたのお住まいの市町村をお答えください。

(お答えは1つ)

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> 1 徳島市 | <input type="radio"/> 13 神山市 |
| <input type="radio"/> 2 鳴門市 | <input type="radio"/> 14 那賀町 |
| <input type="radio"/> 3 小松島市 | <input type="radio"/> 15 牟岐町 |
| <input type="radio"/> 4 阿南市 | <input type="radio"/> 16 美波町 |
| <input type="radio"/> 5 吉野川市 | <input type="radio"/> 17 海陽町 |
| <input type="radio"/> 6 阿波市 | <input type="radio"/> 18 松茂町 |
| <input type="radio"/> 7 美馬市 | <input type="radio"/> 19 北島町 |
| <input type="radio"/> 8 三好市 | <input type="radio"/> 20 藍住町 |
| <input type="radio"/> 9 勝浦町 | <input type="radio"/> 21 板野町 |
| <input type="radio"/> 10 上勝町 | <input type="radio"/> 22 上板町 |
| <input type="radio"/> 11 佐那河内村 | <input type="radio"/> 23 つるぎ町 |
| <input type="radio"/> 12 石井町 | <input type="radio"/> 24 東みよし町 |

調査票（スクリーニング）

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SA)

F5 あなたの御家庭の世帯年収をお答えください。

(お答えは1つ)

- 1 200万円未満
- 2 200万円～400万円未満
- 3 400万円～600万円未満
- 4 600万円～800万円未満
- 5 800万円～1000万円未満
- 6 1000万円～1500万円未満
- 7 1500万円～2000万円未満
- 8 2000万円以上
- 9 分からない

調査票（スクリーニング）

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SA)

F6 あなたの御職業をお答えください。

(お答えは1つ)

- 1 会社経営者・役員・団体役員
- 2 会社員・団体職員（正社員、教員）
- 3 会社員・団体職員（派遣・契約社員）
- 4 自営業・個人事業主・フリーランス
- 5 自由業（開業医・弁護士事務所経営など）
- 6 公務員
- 7 学生
- 8 主婦・主夫（専業）
- 9 パート・アルバイト・フリーター
- 10 無職・休職中・求職中
- 11 年金生活者
- 12 その他 <must><size=20><len<=50>

調査票（本調査）

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SA)

Q1 あなたは、倫理的消費(エシカル消費)という言葉を知っていますか。

(お答えは1つ)

- 1 言葉及び意味を知っている
- 2 言葉のみ知っている、聞いたことがある
- 3 知らない

調査票（本調査）

-----<改ページ>-----

【条件】

Q1の選択肢『1.言葉及び意味を知...』、『2.言葉のみ知っている...』の中でいずれかを選択した

(MA)

Q2

Q1で「知っている」とお答えの方にお伺いします。
あなたは、何を通じて「倫理的消費(エシカル消費)」という言葉を知りましたか。

(お答えは幾つでも)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1 新聞 | <input type="checkbox"/> 10 ブログ・その他ウェブサイト |
| <input type="checkbox"/> 2 テレビ | <input type="checkbox"/> 11 家族や友人・知人との会話 |
| <input type="checkbox"/> 3 ラジオ | <input type="checkbox"/> 12 商品・サービスの広告・パンフレット |
| <input type="checkbox"/> 4 雑誌 | <input type="checkbox"/> 13 店頭の商品やPOP、店舗での説明等 |
| <input type="checkbox"/> 5 書籍 | <input type="checkbox"/> 14 学校の授業・クラブ活動等 |
| <input type="checkbox"/> 6 行政のウェブサイトや広報物 | <input type="checkbox"/> 15 イベント・講習会 |
| <input type="checkbox"/> 7 インターネットニュースサイト | <input type="checkbox"/> 16 仕事の関係 |
| <input type="checkbox"/> 8 SNS | <input type="checkbox"/> 17 当てはまるものはない <ex> |
| <input type="checkbox"/> 9 動画配信・動画共有サイト | |

調査票（本調査）

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(MA)

Q3 以下の言葉の中から、あなたが見聞きしたことのある言葉をお選びください。

(お答えは幾つでも)

- 1 エコ
- 2 ロハス
- 3 地産地消
- 4 食品ロス
- 5 フードバンク
- 6 農福連携
- 7 授産製品
- 8 応援消費
- 9 サステナビリティ（持続可能性）
- 10 SDGs
- 11 フェアトレード
- 12 グリーンコンシューマー
- 13 エシカルファッション
- 14 アニマルウェルフェア（動物福祉）
- 15 知っているものはない <ex>

調査票（本調査）

<改ページ>

【条件】

F3の選択肢『36 徳島県』を選択した

(MAマトリクス)

Q4

あなたが、以下のマークの中で見たことがあるものをお選びください。
また、見たことがあり、意味も知っているものについてもお選びください。

(お答えはそれぞれ幾つでも)

No.1 	No.2 	No.3 	No.4 	No.5 
No.6 	No.7 	No.8 	No.9 	No.10 
No.11 	No.12 	No.13 	No.14 	No.15 

Q4で使用しているマークの画像は、それぞれ下記ウェブサイトから引用

- No.1: 国際連合広報センター: <https://www.unic.or.jp/>
- No.2: 特定非営利活動法人フェアトレード・ラベル・ジャパン: <https://www.fairtrade-jp.org/>
- No.3: 一般社団法人日本農林規格協会: <http://www.jasnet.or.jp/>
- No.4: 海洋管理協議会: <https://www.msc.org/>
- No.5: 特定非営利活動法人国際連合世界食糧計画WFP協会: <https://ja1.wfp.org/>
- No.6: 公益財団法人日本環境協会エコマーク事務局: <https://www.ecomark.jp/>
- No.7: RSPO: <https://www.rspo.org/>
- No.8: NPO法人日本オーガニックコットン協会: <http://joca.gr.jp/>
- No.9: Rainforest Alliance: <https://www.rainforest-alliance.org/lang/ja>
- No.10: FSCジャパン: <https://jp.fsc.org/jp-jp>
- No.11: 国際連合広報センター: <https://www.unic.or.jp/>
- No.12: 一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会: <http://kyokaikougeihin.jp/>
- No.13~14: 徳島県: <https://www.pref.tokushima.lg.jp/>
- No.15: 特定非営利活動法人とくしま障がい者就労支援協議会: http://arunjo.com/awanowa_brand.html

1 N O 1	2 N O 2	3 N O 3	4 N O 4	5 N O 5	6 N O 6	7 N O 7	8 N O 8	9 N O 9	10 N O 10	11 N O 11	12 N O 12	13 N O 13	14 N O 14	15 N O 15	16 見たことがあるものはない・意味を知っているものはない <ex>
1 見たことがある	→	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 意味を知っている	→	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

調査票（本調査）

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

「倫理的消費(エシカル消費)」とは

倫理的消費(エシカル消費)とは、地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動のことであり、消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら消費活動を行うことです。

倫理的消費(エシカル消費)の具体例としては、障がい者支援につながる商品等の消費(人への配慮)、公正な取引を促進し開発途上国の労働者の生活改善を目指すフェアトレード商品や寄付付きの商品の消費(社会への配慮)、エコ商品やリサイクル製品の消費(環境への配慮)、地産地消や被災地産品の消費(地域への配慮)、などが挙げられます。

(SA)

Q5 あなたは、倫理的消費(エシカル消費)について、どの程度興味がありますか。

(お答えは1つ)

1 非常に
興味がある

2 ある程度
興味がある

3 余り
興味がない

4 全く
興味がない

調査票（本調査）

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(MA)

Q6 倫理的消費(エシカル消費)に対するあなたのイメージに当てはまるものをお選びください。

(お答えは幾つでも)

<input type="checkbox"/> 1 これからの時代に必要	<input type="checkbox"/> 9 とっつきにくい
<input type="checkbox"/> 2 優しい	<input type="checkbox"/> 10 難しい
<input type="checkbox"/> 3 真面目	<input type="checkbox"/> 11 面倒
<input type="checkbox"/> 4 前向き	<input type="checkbox"/> 12 怪しい
<input type="checkbox"/> 5 知的	<input type="checkbox"/> 13 不自然
<input type="checkbox"/> 6 持続的	<input type="checkbox"/> 14 価格が高い
<input type="checkbox"/> 7 先進的	<input type="checkbox"/> 15 その他 <must><siz e=20><len<=50> <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> 8 思いやり	<input type="checkbox"/> 16 分からない <ex>

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SA)

Q7 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は向上しますか。

(お答えは1つ)

<input type="radio"/> 1 そう思う	<input type="radio"/> 2 どちらかという そう思う	<input type="radio"/> 3 どちらかという そう思わない	<input type="radio"/> 4 そう思わない	<input type="radio"/> 5 分からない
------------------------------	---	---	--------------------------------	-------------------------------

調査票（本調査）

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SAマトリクス)

Q8_1

あなたが、**食料品**を購入する際に重視する観点はどれですか。
重視する順に、1～7位までお答えください。

(お答えはそれぞれ1つ)

※特に重視する点が無い方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。

※「戻る」ボタンから上位の順位を修正できます。

		1 安全・安心	2 価格	3 品質	4 デザイン	5 ブランド・メーカー	6 流行	7 環境問題の解決への貢献	8 社会問題の解決への貢献	9 地域問題の解決への貢献	10 ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)
1	1位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	2位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	3位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	4位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	5位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	6位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	7位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

調査票（本調査）

---<改ページ>---

【条件】

F3の選択肢『36 徳島県』を選択した

(SAマトリクス)

Q8_2 あなたが、衣料品を購入する際に重視する観点はどれですか。
重視する順に、1～7位までお答えください。

(お答えはそれぞれ一つ)

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。

※「戻る」ボタンから上位の順位を修正できます。

		1 安全・安心	2 価格	3 品質	4 デザイン	5 ブランド・メーカー	6 流行	7 環境問題の解決への貢献	8 社会問題の解決への貢献	9 地域問題の解決への貢献	10 ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)
1	1位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	2位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	3位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	4位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	5位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	6位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	7位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

調査票（本調査）

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SAマトリクス)

Q8_3 あなたが、家電を購入する際に重視する観点はどれですか。
重視する順に、1～7位までお答えください。

(お答えはそれぞれ1つ)
※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。
※「戻る」ボタンから上位の順位を修正できます。

	1 安全・安心	2 価格	3 品質	4 デザイン	5 ブランド・メーカー	6 流行	7 環境問題の解決への貢献	8 社会問題の解決への貢献	9 地域問題の解決への貢献	10 ストーリー性 (商品やサービスが できるまでの過程)
1 1位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 2位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 3位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 4位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5 5位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6 6位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7 7位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

調査票（本調査）

<改ページ>

【条件】

F3の選択肢『36 徳島県』を選択した

(SAマトリクス)

Q8_4

あなたが、贅沢品を購入する際に重視する観点は何ですか。
重視する順に、1～7位までお答えください。

(お答えはそれぞれ一つ)

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。

※「戻る」ボタンから上位の順位を修正できます。

	1 安全・安心	2 価格	3 品質	4 デザイン	5 ブランド・メーカー	6 流行	7 環境問題の解決への貢献	8 社会問題の解決への貢献	9 地域問題の解決への貢献	10 ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)
1 1位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 2位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 3位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 4位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5 5位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6 6位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7 7位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

調査票（本調査）

←改ページ→

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SAマトリクス)

Q8_5

あなたが、**その他生活用品**を購入する際に重視する観点はどれですか。
重視する順に、1～7位までお答えください。

(お答えはそれぞれ1つ)

※その他生活用品は、食料品、衣料品、家電、贅沢品以外とお考えください。

※特に重視する点がない方は、強いて挙げればとお考えになってお答えください。

※「戻る」ボタンから上位の順位を修正できます。

		1 安全・安心	2 価格	3 品質	4 デザイン	5 ブランド・メーカー	6 流行	7 環境問題の解決への貢献	8 社会問題の解決への貢献	9 地域問題の解決への貢献	10 ストーリー性 (商品やサービスができるまでの過程)
1	1位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	2位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	3位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	4位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	5位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	6位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	7位	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

調査票（本調査）

-----<改ページ>-----

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SAMマトリクス)

Q9 下記の「倫理的消費(エシカル消費)につながる行動」の各項目について、あなたはそれぞれの程度意識して実践していますか。

(お答えはそれぞれ1つ)

		1 よく実践している	2 時々実践している	3 余り実践していない	4 全く実践していない
1	マイバッグ・マイ箸・マイカップ等の利用	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	有機(オーガニック)食品・製品の購入	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	地産地消※ ※地元の農産物を消費するなど、国内の地域で生産された農林水産物(食用に供されるものに限る。)を、その生産された地域内において消費する取組。	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	伝統工芸品の購入	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	地域コミュニティ活動への参加	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	3R(リデュース、リユース、リサイクル)活動※ ※環境と経済が両立した循環型社会を形成していくための3つの取組の頭文字をとったもの。リデュース(廃棄物の発生抑制)、リユース(再使用)、リサイクル(再資源化)。どれか1つでも実践していれば、チェックしてください。	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	環境に配慮した商品※の購入 ※エコカー、エコラベル商品、省エネ製品、持続可能な林産物・海産物等を含む。	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	太陽光・風力発電など再生可能エネルギーの購入・利用	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	寄付付き商品※の購入 ※各企業が販売する当該商品を購入することで、売上の一部が社会問題や環境問題等の解決のための活動に充てられる。	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	被災地製品の購入	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	被災地や国内外へのお金の寄付や物資提供	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	障害者の支援につながる商品やサービスの購入・利用	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	フェアトレード※商品の購入 ※「開発途上国の生産者と先進国の消費者を結び付けることで、より公正な取引を促進し、開発途上国の労働者の生活改善を目指す」仕組み。	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14	アニマルウェルフェア(動物福祉)※につながる消費 ※人間が動物に対して与える痛みやストレスといった苦痛を最小限に抑えること。本物の毛皮を使用しないなど動物由来素材の使用を極力減らすことを含む。	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15	社会的責任投資※ ※環境保護や人権保護などの社会的責任を果たそうとする企業を選別して投資すること。	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

調査票（本調査）

＜改ページ＞

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

Q10_1

以下の「倫理的消費(エシカル消費)につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思えますか。

食料品(嗜好品 例:フェアトレード※ のコーヒー豆やチョコレートなど)
一般的に500円の商品の場合

(お答えは1つ)

- 1 550円（10%増）まで
- 2 600円（20%増）まで
- 3 650円（30%増）まで
- 4 700円（40%増）まで
- 5 750円（50%増）まで
- 6 1,000円（100%増）まで
- 7 1,000円超
- 8 購入しようと思わない

※フェアトレードとは、「開発途上国の生産者と先進国の消費者を結び付けることで、より公正な取引を促進し、開発途上国の労働者の生活改善を目指す」仕組み。

調査票（本調査）

— <改ページ> —

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

Q10_2

以下の「倫理的消費(エシカル消費)につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。

食料品(生活食料品類 例: 地元生産の野菜や製品など)
一般的に1,000円の商品の場合

(お答えは1つ)

- 1 1,100円 (10%増) まで
- 2 1,200円 (20%増) まで
- 3 1,300円 (30%増) まで
- 4 1,400円 (40%増) まで
- 5 1,500円 (50%増) まで
- 6 2,000円 (100%増) まで
- 7 2,000円超
- 8 購入しようと思わない

(SA)

調査票（本調査）

＜改ページ＞

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SA)

Q10_3

以下の「倫理的消費(エシカル消費)につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。

衣料品(例:オーガニックコットンの製品や伝統的な織物など)
一般的に5,000円の商品の場合

(お答えは1つ)

- 1 5,500円（10%増）まで
- 2 6,000円（20%増）まで
- 3 6,500円（30%増）まで
- 4 7,000円（40%増）まで
- 5 7,500円（50%増）まで
- 6 10,000円（100%増）まで
- 7 10,000円超
- 8 購入しようと思わない

調査票（本調査）

<改ページ>

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SA)

Q10_4

以下の「倫理的消費(エシカル消費)につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。

替沢品(例: 紛争鉱物※ を使用しないジュエリーなど)
一般的に10,000円の商品の場合

(お答えは1つ)

- 1 11,000円（10%増）まで
- 2 12,000円（20%増）まで
- 3 13,000円（30%増）まで
- 4 14,000円（40%増）まで
- 5 15,000円（50%増）まで
- 6 20,000円（100%増）まで
- 7 20,000円超
- 8 購入しようと思わない

※ 紛争鉱物とは、コンゴ民主共和国(DRC)及び周辺9か国で人権侵害、環境破壊等を引き起こしている武装勢力の資金源となっている鉱物資源。

調査票（本調査）

<改ページ>

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SA)

Q10_5

以下の「倫理的消費(エシカル消費)につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。

衣料品(例:PETボトル再利用のスーツなど)
一般的に30,000円の商品の場合

(お答えは1つ)

- 1 33,000円(10%増)まで
- 2 36,000円(20%増)まで
- 3 39,000円(30%増)まで
- 4 42,000円(40%増)まで
- 5 45,000円(50%増)まで
- 6 60,000円(100%増)まで
- 7 60,000円超
- 8 購入しようと思わない

調査票（本調査）

<改ページ>

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SA)

Q10_6

以下の「倫理的消費(エシカル消費)につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。

その他の生活用品(例:FSC森林認証※を取得した家具など)
一般的に50,000円の商品の場合

(お答えは1つ)

- 1 55,000円(10%増)まで
- 2 60,000円(20%増)まで
- 3 65,000円(30%増)まで
- 4 70,000円(40%増)まで
- 5 75,000円(50%増)まで
- 6 100,000円(100%増)まで
- 7 100,000円超
- 8 購入しようと思わない

※ FSC森林認証とは、環境、社会、経済の便益に適い、きちんと管理された森林からの製品を目に見える形で消費者に届け、それにより経済的利益を生産者に還元する仕組み。

調査票（本調査）

<改ページ>

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

Q10_7

以下の「倫理的消費(エシカル消費)につながる商品」について、一般的な商品との価格差がいくらまでなら、あなたは購入しようと思いますか。

家電(例:省エネ・節水性能に優れた洗濯機など)
一般的に100,000円の商品の場合

(お答えは1つ)

- 1 110,000円（10%増）まで
- 2 120,000円（20%増）まで
- 3 130,000円（30%増）まで
- 4 140,000円（40%増）まで
- 5 150,000円（50%増）まで
- 6 200,000円（100%増）まで
- 7 200,000円超
- 8 購入しようと思わない

(SA)

調査票（本調査）

— <改ページ> —

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(マトリクス)

Q11

あなたが、倫理的消費(エシカル消費)につながる商品・サービスの購入を検討したいと思う理由は何ですか。
※特に当てはまるものがない方も、強いて挙げればとお考えになってお答えください。

(お答えはそれぞれ幾つでも)

	1 社会や環境問題の解決につなげたい	2 子供たちの未来に役立てたい	3 地域の活性化につなげたい	4 日常生活で資源やエネルギーをムダにしている実感がある	5 結果的にコストの低減・削減につながる	6 ストーリー性（商品やサービスができるまでの過程）に共感できる	7 似たような商品を買うなら社会貢献につながる方が良い	8 そもそも購入しようと思わない <ex>
1 食料品	→ <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 衣料品	→ <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 家電	→ <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 贅沢品	→ <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 その他生活用品	→ <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

調査票（本調査）

<改ページ>

【条件】

Q11の項目全て(項目間OR)の選択肢『8.そもそも購入しよ...』を選択した

(MA)

Q12 Q11で、1つでも「購入しようと思わない」とお答えの方にお伺いします。その理由として、当てはまるものはどれですか。

(お答えは幾つでも)

- 1 倫理的消費（エシカル消費）につながる商品だと信頼できる十分な情報提供がされていないから
- 2 倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の選び方が分からないから
- 3 倫理的消費（エシカル消費）につながる商品・サービスの内容やデザインなどに魅力を感じないから
- 4 価格が高いから
- 5 倫理的消費（エシカル消費）につながる商品やサービスを取り扱っている店が近くにないから
- 6 購入したい商品に、倫理的消費（エシカル消費）につながるものがないから
- 7 倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の購入が社会や環境問題の解決につながると思わないから
- 8 倫理的消費（エシカル消費）につながる商品やサービスに関心がないから
- 9 その他 **<must><size=20><len<=50>**

調査票（本調査）

—<改ページ>—

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(SAマトリクス)

Q13 あなたの今後の行動についてお伺いします。当てはまるものをお選びください。

(お答えはそれぞれ1つ)

		1 そう 思う	2 やや さか かた かた と 思 う	3 やや さか かた も 言 え な い	4 やや さか かた と 思 わ な い	5 そう 思 わ な い	
1	倫理的消費(エシカル消費)につながる商品を積極的に購入したい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	倫理的消費(エシカル消費)につながる行動をしたい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	倫理的消費(エシカル消費)について調べたい・考えたい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	倫理的消費(エシカル消費)について家族や友人・知人と話したい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	倫理的消費(エシカル消費)につながる活動や団体に参加したい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	行政や企業に倫理的消費(エシカル消費)の推進を働き掛けたい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	倫理的消費(エシカル消費)についてSNSで周りに発信したい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

調査票（本調査）

— <改ページ> —

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(MA)

Q14 倫理的消費(エシカル消費)に関して、今後、機会があれば参加してみたいものはどれですか。

(お答えは幾つでも)

- 1 有識者・有名人を招いての講演会
- 2 地域の取組事例を紹介するイベント
- 3 ワークショップなどの参加型のイベント
- 4 親子で参加可能なイベント
- 5 エシカルファッション※ ショー
- 6 倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の販売会
- 7 倫理的消費（エシカル消費）につながる作品の展示会
- 8 倫理的消費（エシカル消費）につながる商品の製造・販売や応援している企業の見学
- 9 参加したいものはない <ex>

※ エシカルファッションとは、動物由来素材の使用を極力減らすべく配慮するだけでなく、農薬や工場排水などによる環境汚染や児童労働等の問題を排除するため、オーガニックコットンやリサイクル素材等を用いたものや、伝統工芸の織物や染色方法を使ったものなど。

調査票（本調査）

<改ページ>

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(FA)

Q14_1

Q14以外で、どのようなイベントがあれば参加してみたいと思いますか。

(お答えは具体的に)

1

<rows=6><cols=100>

調査票（本調査）

←改ページ→

【条件】

F3の選択肢『36.徳島県』を選択した

(MA)

Q15 普段あなたが利用する主な情報源はどれですか。

(お答えは幾つでも)

- 1 新聞
- 2 テレビ
- 3 ラジオ
- 4 雑誌
- 5 書籍
- 6 行政のウェブサイトや広報物
- 7 インターネットニュースサイト
- 8 SNS
- 9 動画配信・動画共有サイト
- 10 ブログ・その他ウェブサイト
- 11 家族や友人・知人との会話
- 12 商品・サービスの広告・パンフレット
- 13 店頭の商品やPOP、店舗での説明等
- 14 当てはまるものはない <ex>