

令和 4 年 12 月 22 日

令和 4 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 4 年 11 月は、「エシカル消費」を中心に調
査を行いました。

2. 調査の方法

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

3. 調査結果のポイント

(1) 「エシカル消費の認知度」について

「エシカル消費（倫理的消費）」を知っているか聞いたところ、知っていると回答した
人（「言葉と内容の両方を知っている」又は「言葉は知っているが内容は知らない」と回
答した人）の割合は、26.9%であった。年代別では、20 歳代が最も高く 36.5%であった。

※ 令和元年度「エシカル消費に関する消費者意識調査」（以下「エシカル意識調査」
という。）における認知度¹は 12.2%、平成 28 年度エシカル意識調査では 6.0%であ
った。

図 1 エシカル消費の認知度

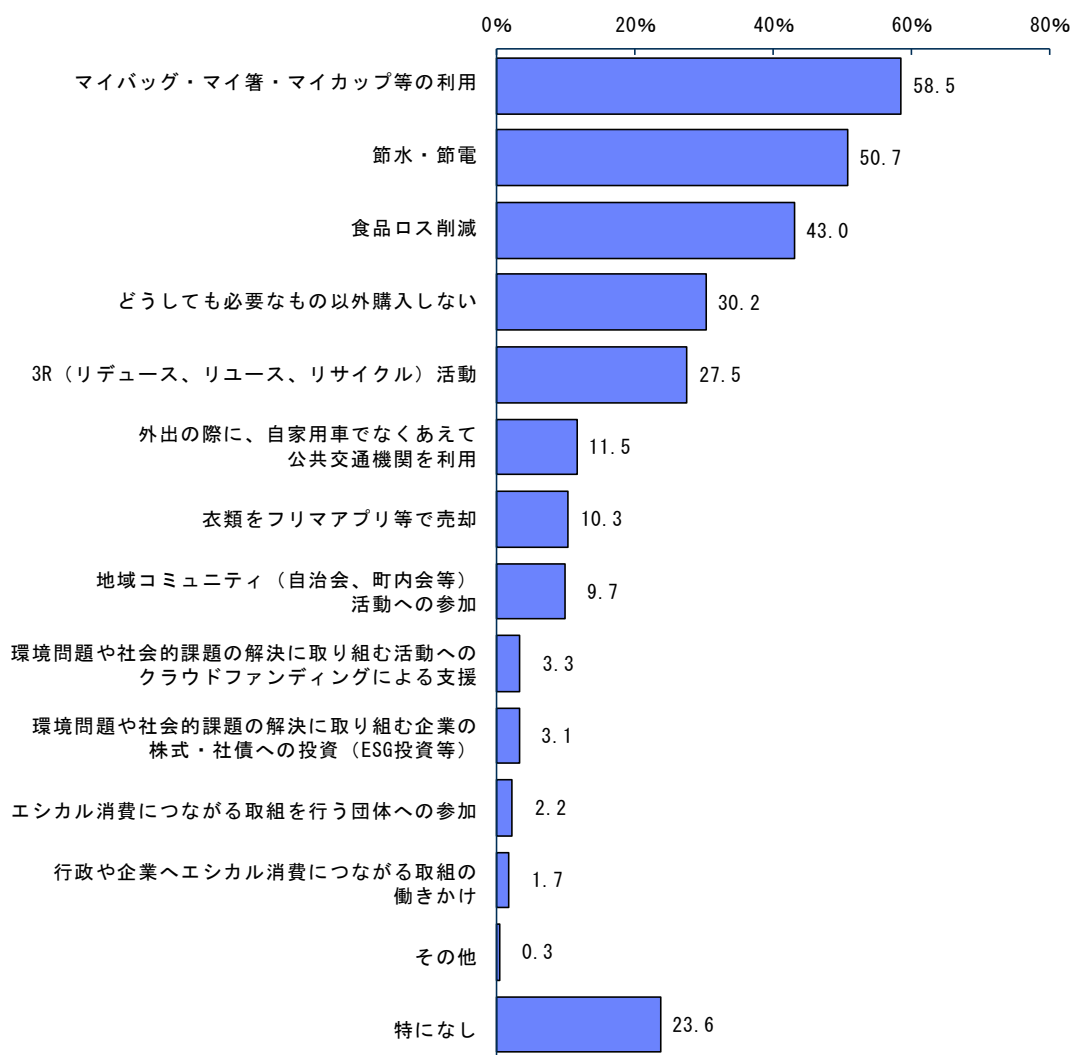
		n=	認知度 (%)		
			言葉と内容の両方を知 っている	言葉は知っているが内容 は知らない	言葉と内容のどちらも知ら ない
全体	5,000		7.6	19.4	73.1
年代	10歳代	260	12.3	14.6	73.1
	20歳代	532	12.2	24.2	63.5
	30歳代	627	11.0	21.4	67.6
	40歳代	827	8.5	22.7	68.8
	50歳代	758	7.8	17.3	74.9
	60歳代	718	5.7	21.6	72.7
	70歳代以上	1,278	3.3	15.2	81.5

¹ 「あなたは、エシカル消費に関連する以下の言葉を知っていますか」との問に対し、「倫理的消費（エシカル消費）」を回答した人の割合。全国の 16～65 歳の男女対象。サンプル数について、令和元年度エシカル意識調査は 2,803 人、平成 28 年度エシカル意識調査は 2,500 人。

(2) 「エシカル消費につながる行動の実践」について

エシカル消費につながる行動について、「マイバッグ・マイ箸・マイカップ等の利用 (58.5%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「節水・節電 (50.7%)」、「食品ロス削減 (43.0%)」となった。いずれかの行動を実践していると回答した人は76.4%であった。また、別の質問でエシカル消費につながる商品・サービスの購入経験を尋ねたところ、63.0%が経験があると回答した。

図2 エシカル消費につながる行動の実践

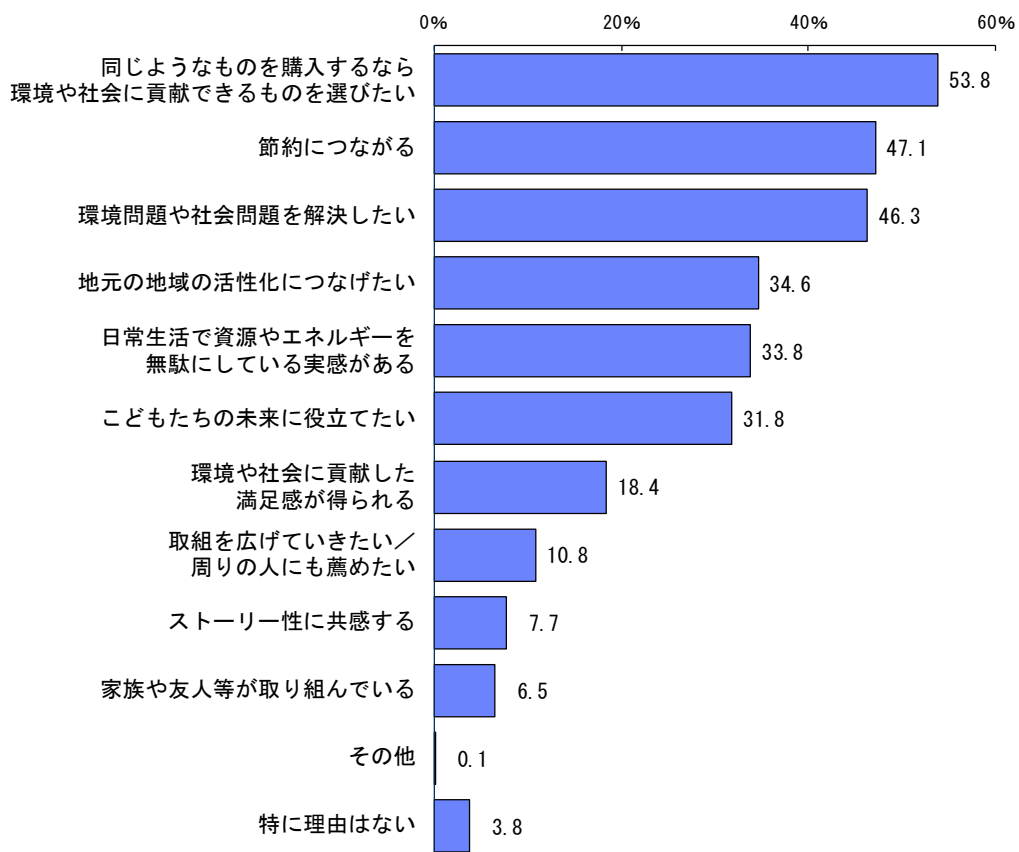


(n=5,000)

(3) 「エシカル消費に取り組む理由」について

エシカル消費に取り組む理由について、「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」と回答した人は53.8%と最も高く、次いで「節約につながる」が47.1%、「環境問題や社会問題を解決したい」が46.3%であった。

図3 エシカル消費に取り組む理由



(n=1,377)

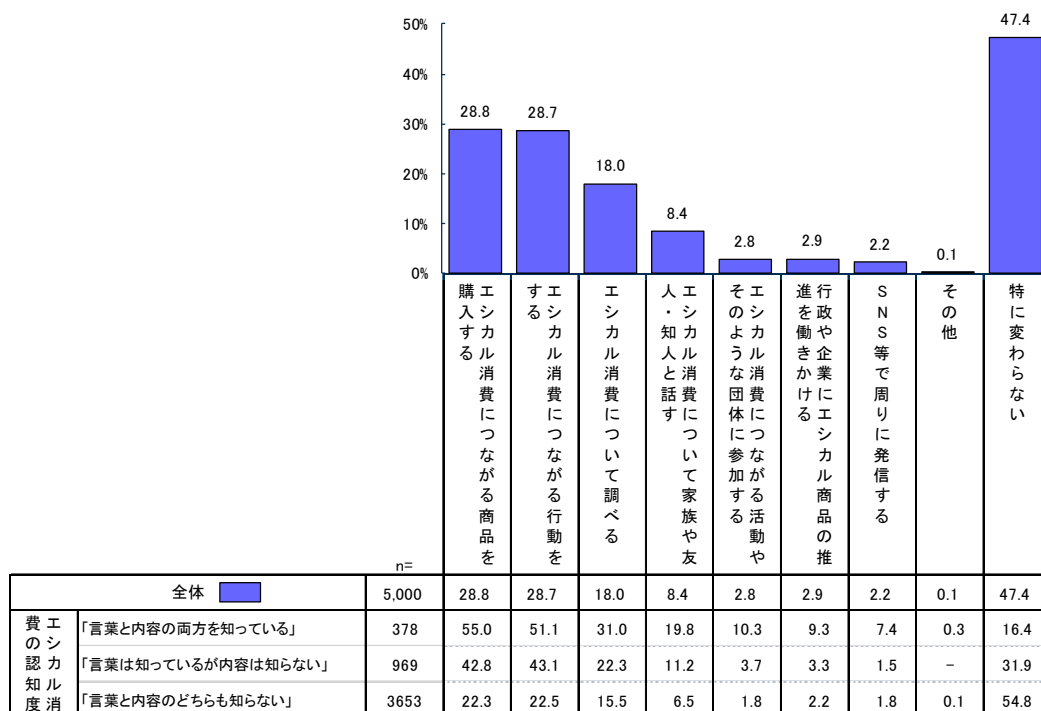
(4) 「エシカル消費につながる行動の意向」について

今後行いたいエシカル消費につながる行動について、「エシカル消費につながる商品を購入する」と回答した人の割合は28.8%、「エシカル消費につながる行動をする」と回答した人の割合は28.7%であった。

また、エシカル消費について言葉と内容の両方又は、言葉のみを認知している人は、エシカル消費につながる商品の購入等の行動を今後行いたいと回答する割合が高い傾向にあった。

さらに、調査を受けるまで、エシカル消費について「言葉と内容のどちらも知らない」と回答した人については、「エシカル消費につながる商品を購入する」と回答した人の割合は22.3%、「エシカル消費につながる行動をする」と回答した人の割合は22.5%となった(※)。

図4 エシカル消費につながる行動の意向



※ 令和元年度エシカル意識調査では、エシカル消費に関連する言葉（エコ、ロハス等を含む）を知らなかった人に、「このアンケートでエシカル消費の存在を知った後、あなたの消費行動はどう変わるとお思いますか。」と聞いたところ、「エシカル消費につながる商品を購入するようになると思う」と回答した人は13.0%、「エシカル消費につながる行動をするようになると思う」と回答した人は15.4%であった。平成28年度エシカル意識調査では、前者について9.4%、後者について8.8%であった。

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）

消費者庁新未来創造戦略本部

TEL：088(600)0015（直通）

令和4年度第3回 消費生活意識調査

調査概要

1. 調査方法

インターネットを利用したアンケート調査

2. サンプル数

5,000 サンプル（人口構成比に応じた割付）

性年代

7段階の男女（15～19歳、20～29歳、30～39歳、40～49歳、50～59歳、60～69歳、70歳以上）

地域 地域区分は、次の単位とする。

北海道・東北：北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県

関東：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、東京都、千葉県、神奈川県

甲信越：新潟県、山梨県、長野県

北陸：富山県、石川県、福井県

東海：岐阜県、静岡県、愛知県、三重県

近畿：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

中国：鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県

四国：徳島県、香川県、愛媛県、高知県

九州・沖縄：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

3. 調査実施期間

令和4年11月17日（木）～11月19日（土）

（備考）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。

問1. あなたは、以下の言葉について、どの程度知っていますか。当てはまるものをそれぞれ一つずつお選びください。(単一回答)

「言葉と内容の両方を知っている」と回答した人の割合が最も高いのは「SDGs (44.5%)」となっており、次いで、「サステナビリティ (22.8%)」、「フェアトレード (21.6%)」となっている。

		(%)		
		言葉と内容の両方を知っている	言葉は知っているが内容は知らない	言葉と内容のどちらも知らない
	n=			
SDGs	5,000	44.5	33.7	21.8
サステナビリティ	5,000	22.8	36.6	40.6
フェアトレード	5,000	21.6	25.7	52.7
サステナブルファッション	5,000	11.9	29.2	58.8
エシカル消費 (倫理的消費)	5,000	7.6	19.4	73.1
ESG投資	5,000	6.2	14.3	79.5
消費者市民社会	5,000	5.7	19.5	74.8

問2. あなたは、以下の社会的課題・社会貢献活動について、どの程度関心を持っていますか。当てはまるものをそれぞれ一つずつお選びください。

(単一回答)

社会的課題・社会貢献活動について、課題・活動別にみたときに、「非常に関心がある」と答えた人の割合が最も高いのは、「気候変動(21.6%)」となっており、次いで、「地球環境問題(気候変動を除く)(16.9%)」、「障がい者支援(11.8%)」となっている。

		(%)			
		非常に関心がある	ある程度関心がある	あまり関心がない	全く関心がない
	n=				
気候変動	5,000	21.6	49.7	17.1	11.6
地球環境問題 (気候変動を除く)	5,000	16.9	51.4	19.6	12.1
障がい者支援	5,000	11.8	46.2	28.9	13.1
地域活性化・被災地支援	5,000	11.5	49.5	26.4	12.7
人権問題 (ジェンダー平等を除く)	5,000	10.8	43.3	31.3	14.6
伝統文化・芸術支援	5,000	9.8	41.8	33.7	14.7
動物福祉	5,000	9.6	35.0	38.8	16.6
ジェンダー平等	5,000	8.7	35.1	38.1	18.1
開発途上国支援	5,000	6.0	37.5	40.5	16.0

問3. エシカル消費とは、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動です。

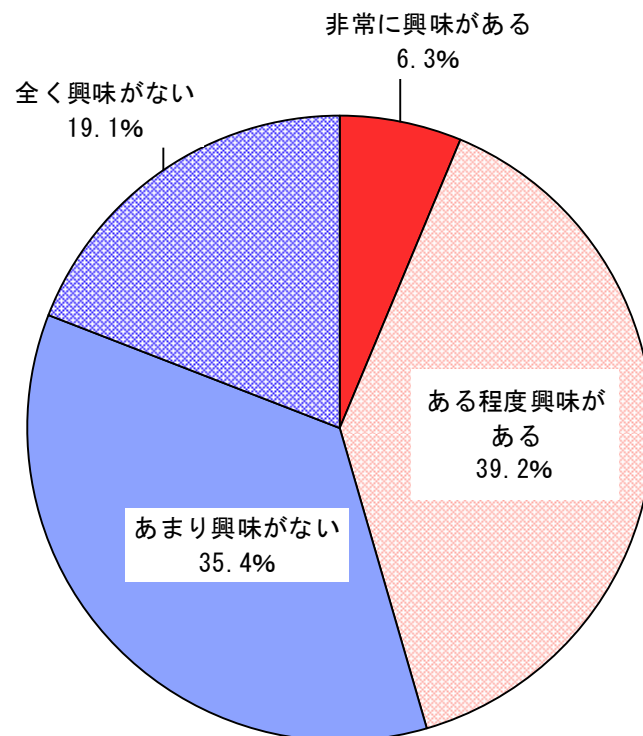
日常的に消費する衣類や食品などの生産背景には、児童労働や人権問題、劣悪な労働環境、環境破壊などの問題が潜んでいる場合があります。

私たち一人一人が、社会的な課題に気づき、その解決のためにできることを考えたり、買物や行動することがエシカル消費です。例えば次のような行動も含まれます。

- ・ 社会的課題に配慮した商品・サービスを購入する
- ・ 地域社会の活力向上のため地元商店街で買物をしたり、その地域で生産された農産物等を購入する
- ・ 一度使用したものをシェアやリサイクルをして資源を大切に使う

あなたは、エシカル消費について、どの程度興味がありますか。以下の項目のうち、当てはまるものを一つお選びください。(単一回答)

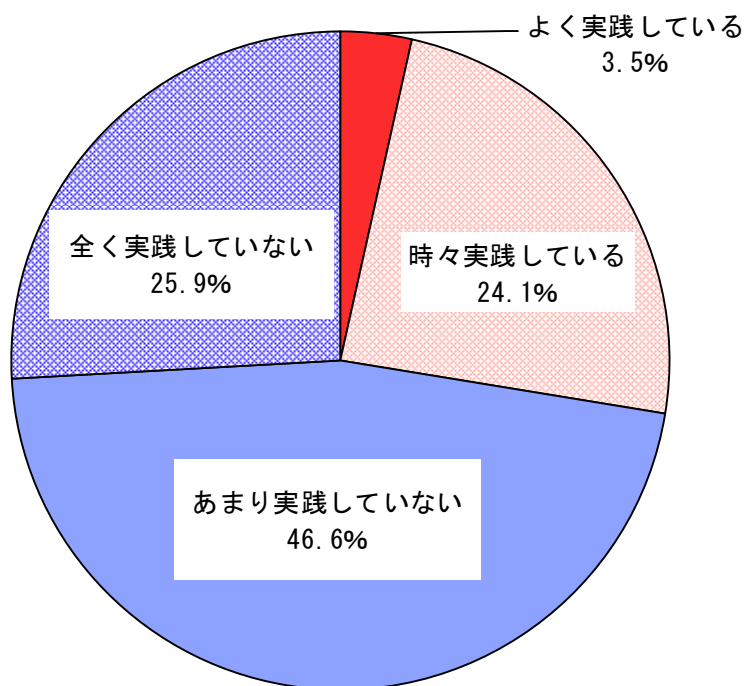
エシカル消費について説明をした後に、興味の度合いについて聞いたところ、「興味がある」「非常に興味がある」と「ある程度興味がある」のいずれかと回答した人の割合は 45.5%となっており、半数近くがエシカル消費に興味を持っている。



(n=5,000)

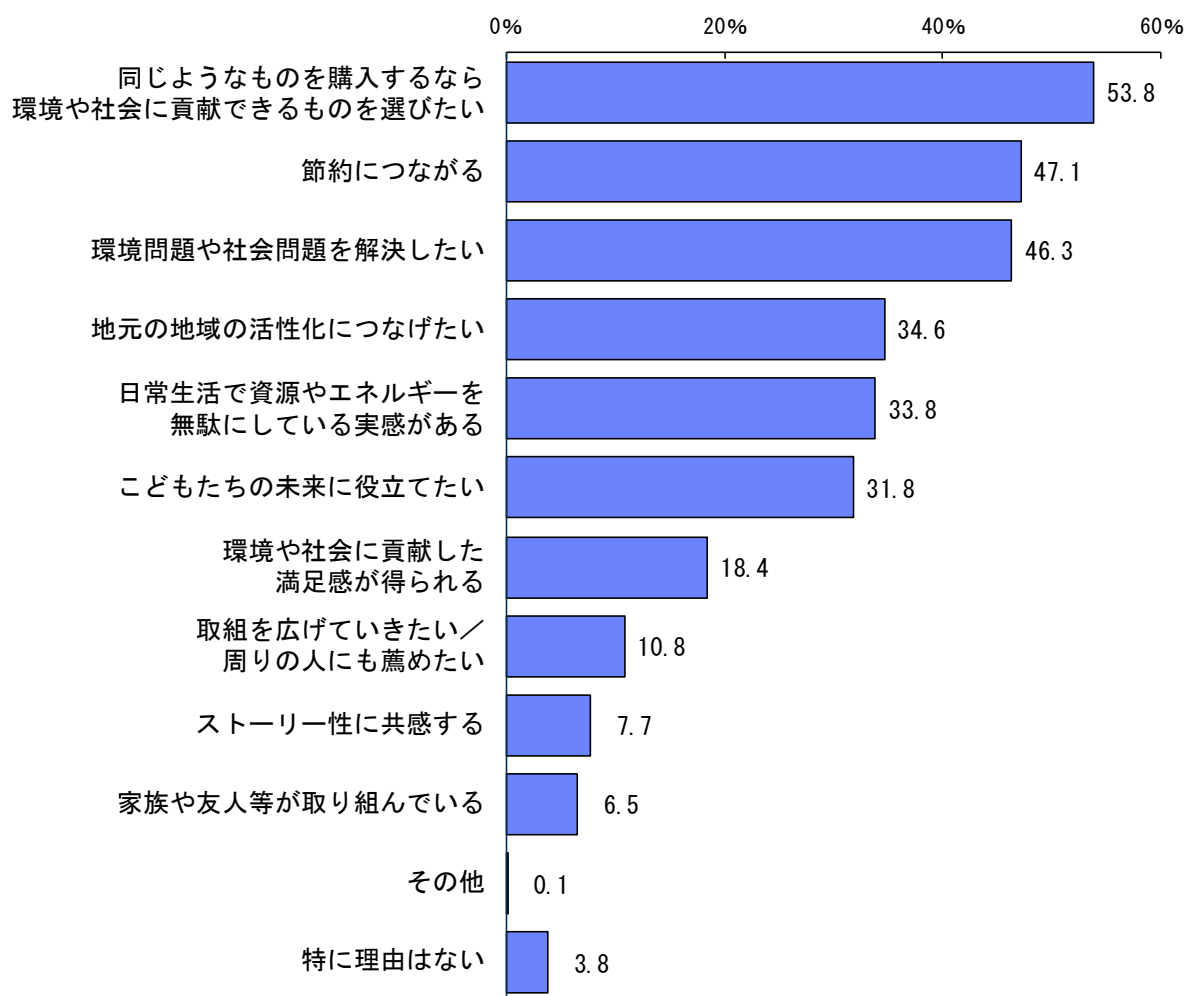
問4. あなたは、エシカル消費につながる行動についてどの程度実践していますか。以下の項目のうち、当てはまるものを一つお選びください。(単一回答)

エシカル消費につながる行動について、「実践している」(「よく実践している」と「時々実践している」のいずれか)と回答した人の割合は27.5%となっている。



問5. あなたが、エシカル消費に取り組んでいる理由は何ですか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。(複数回答)

エシカル消費に取り組む理由として、「同じようなものを購入するなら環境や社会に貢献できるものを選びたい(53.8%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「節約につながる(47.1%)」、「環境問題や社会問題を解決したい(46.3%)」となっている。

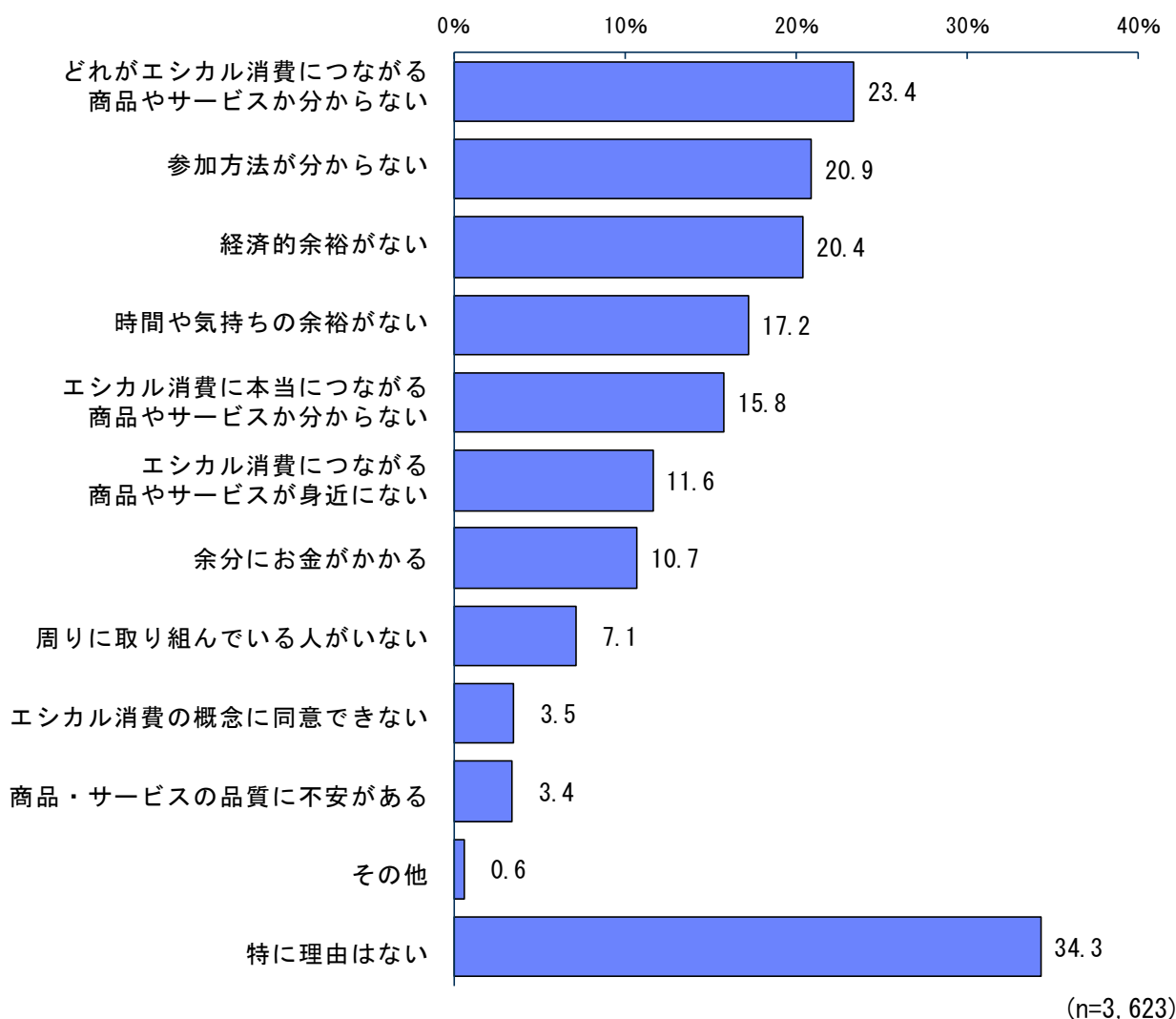


(n=1,377)

(備考) 問4で「よく実践している」又は「時々実践している」と回答した人に質問。

問6. あなたが、エシカル消費に取り組んでいない理由は何ですか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。(複数回答)

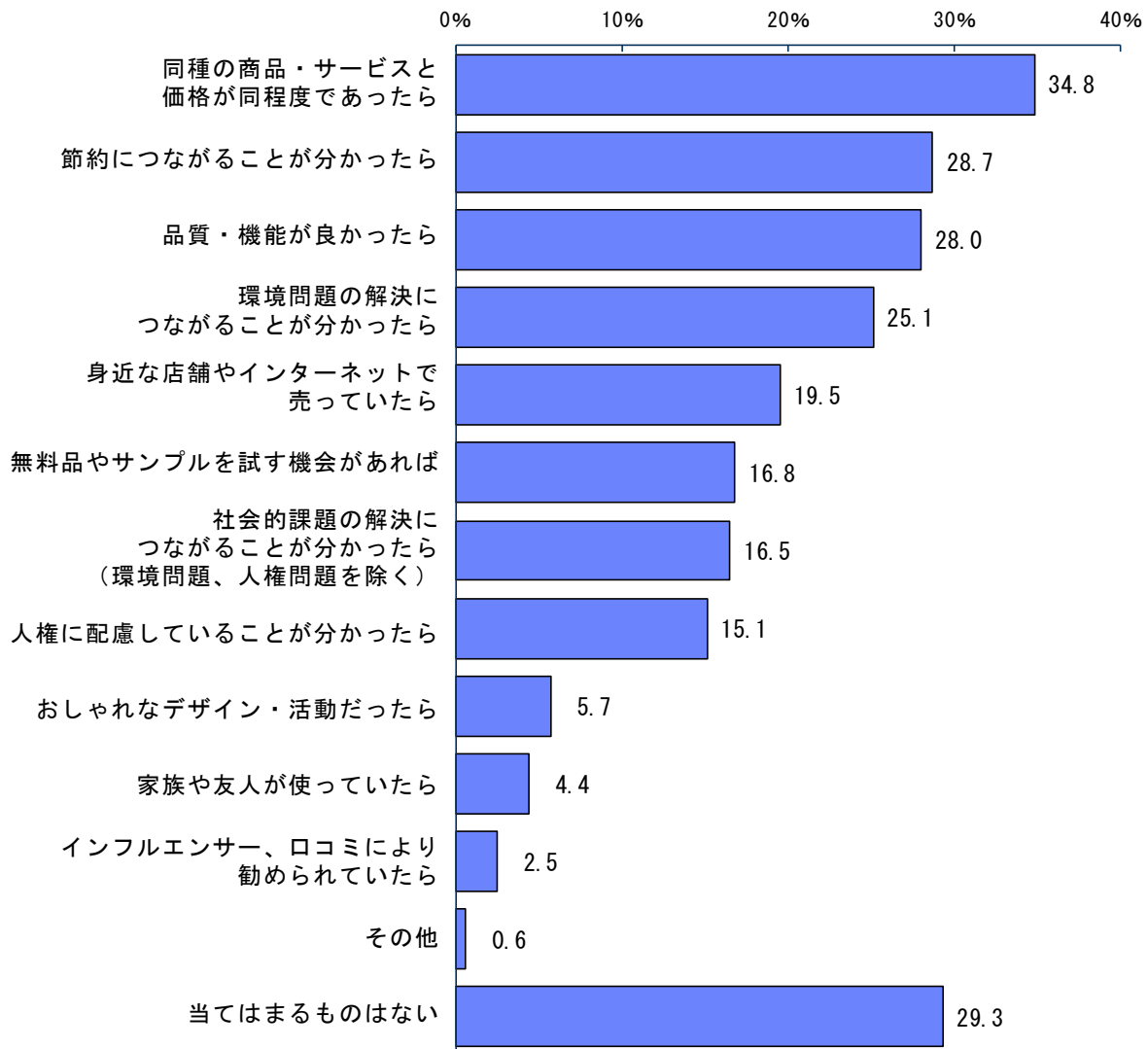
エシカル消費に取り組んでいない理由として、「どれがエシカル消費につながる商品やサービスか分からない(23.4%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「参加方法が分からない(20.9%)」、「経済的余裕がない(20.4%)」となっている。



(備考) 問4で「あまり実践していない」又は「全く実践していない」と回答した人に質問。

問7. あなたは、どのような条件であれば、エシカル消費を実践したい又はもっと実践したいと思いますか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。(複数回答)

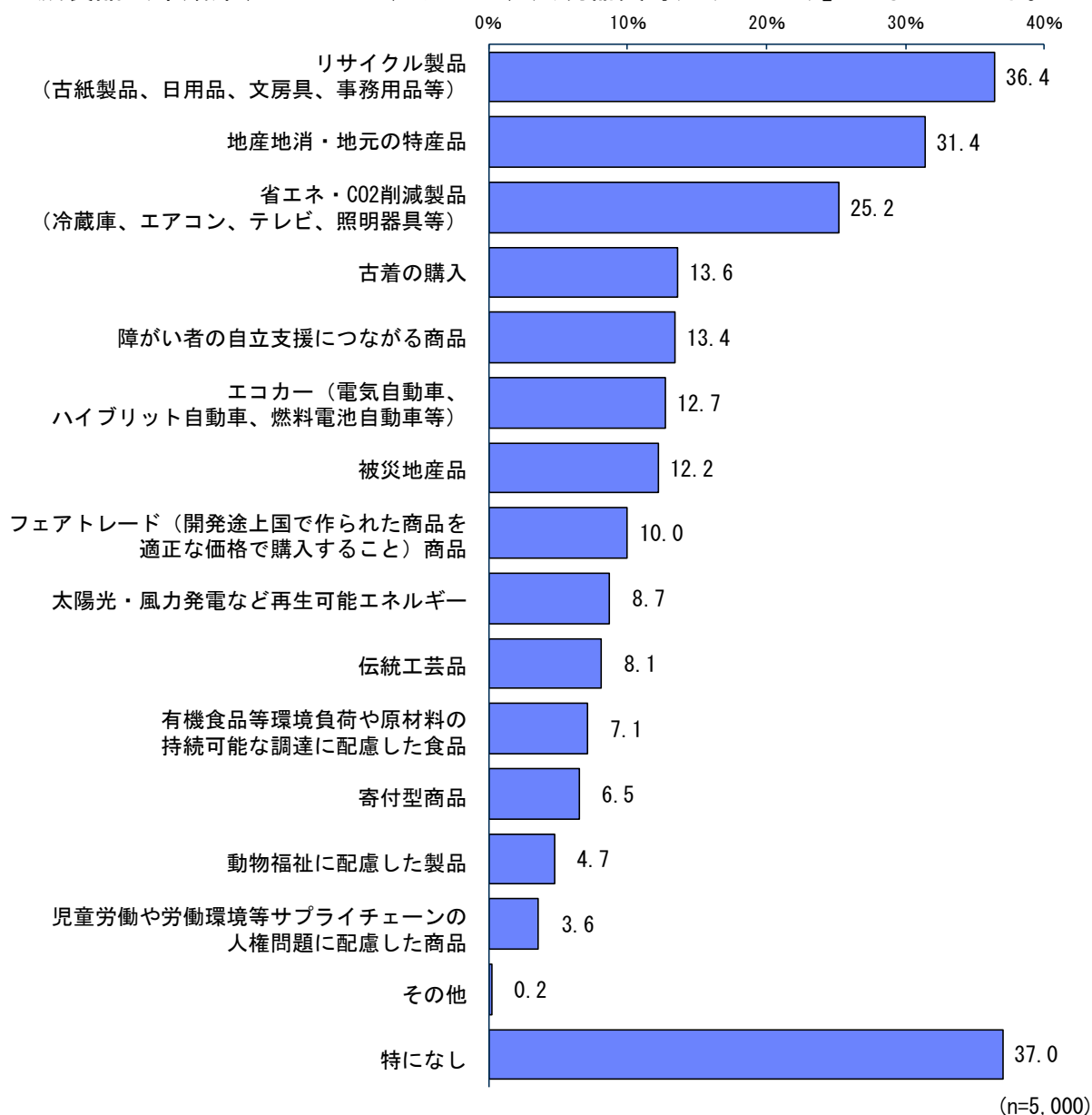
エシカル消費を実践したい又はもっと実践したいと思う条件として、「同種の商品・サービスと価格が同程度であったら (34.8%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「節約につながる事が分かったら (28.7%)」、「品質・機能が良かったら (28.0%)」となっている。



(n=5,000)

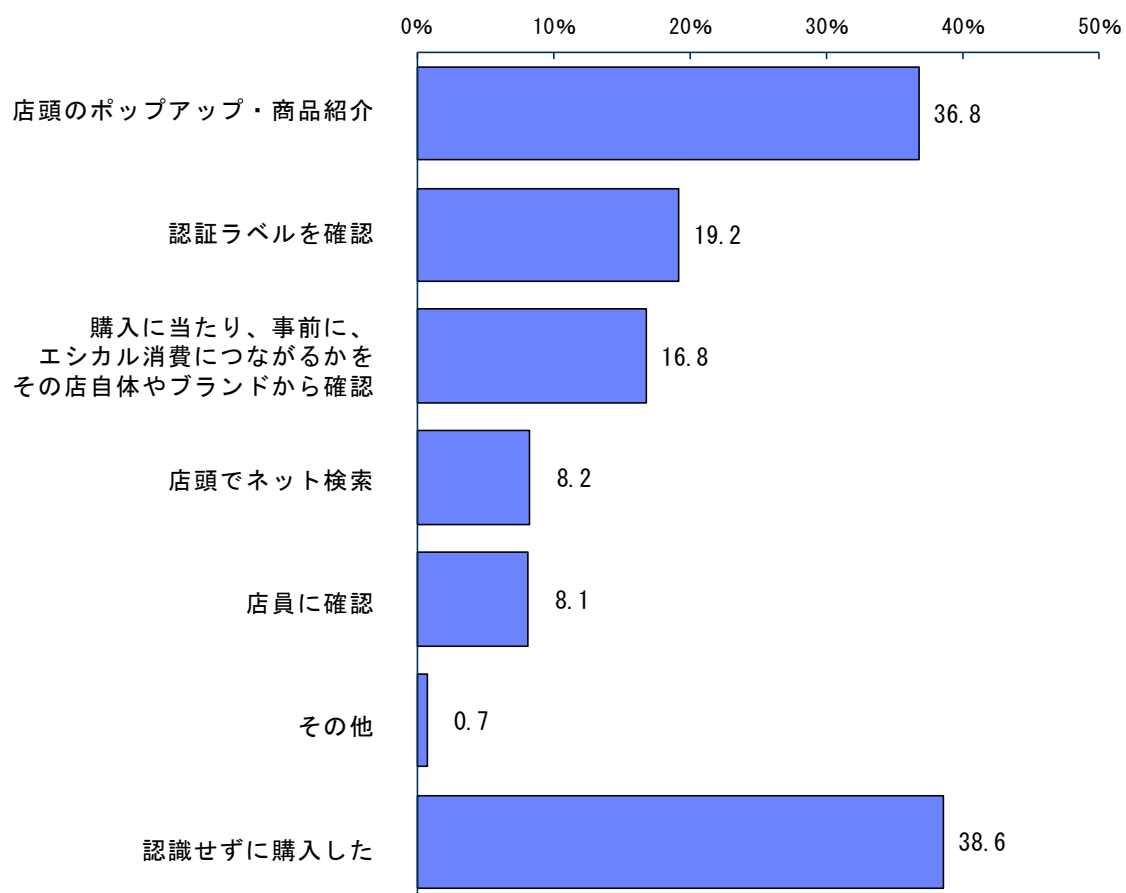
問8. あなたは、エシカル消費につながる以下の商品・サービスのうち、具体的にどれを購入した経験がありますか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。（複数回答）

購入経験のあるエシカル消費につながる商品・サービスについて、「リサイクル製品（古紙製品、日用品、文房具、事務用品等）（36.4%）」と回答した人の割合が最も高く、次いで「地産地消・地元の特産品（31.4%）」、「省エネ・CO2削減製品（冷蔵庫、エアコン、テレビ、照明器具等）（25.2%）」となっている。



問9. あなたは、エシカル消費につながる商品・サービスであることをどのように確認して選択していますか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。（複数回答）

エシカル消費につながる商品・サービスの確認方法として、「店頭ポップアップ・商品紹介（36.8%）」と回答した人の割合が最も高く、次いで「認証ラベルを確認（19.2%）」、「購入に当たり、事前に、エシカル消費につながるかをその店自体やブランドから確認（16.8%）」となっている。

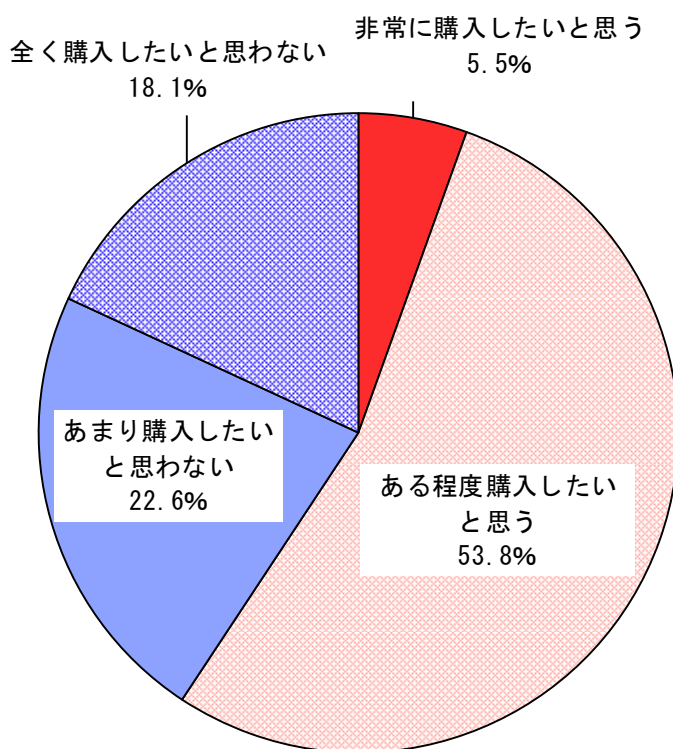


(n=3, 152)

(備考) 問8で「特になし」を除くいずれかの選択肢を回答した人に質問。

問 10. あなたは、エシカル消費につながる商品・サービスを、今後購入したい
と思いますか。以下の項目のうち、当てはまるものを一つお選びください。
(単一回答)

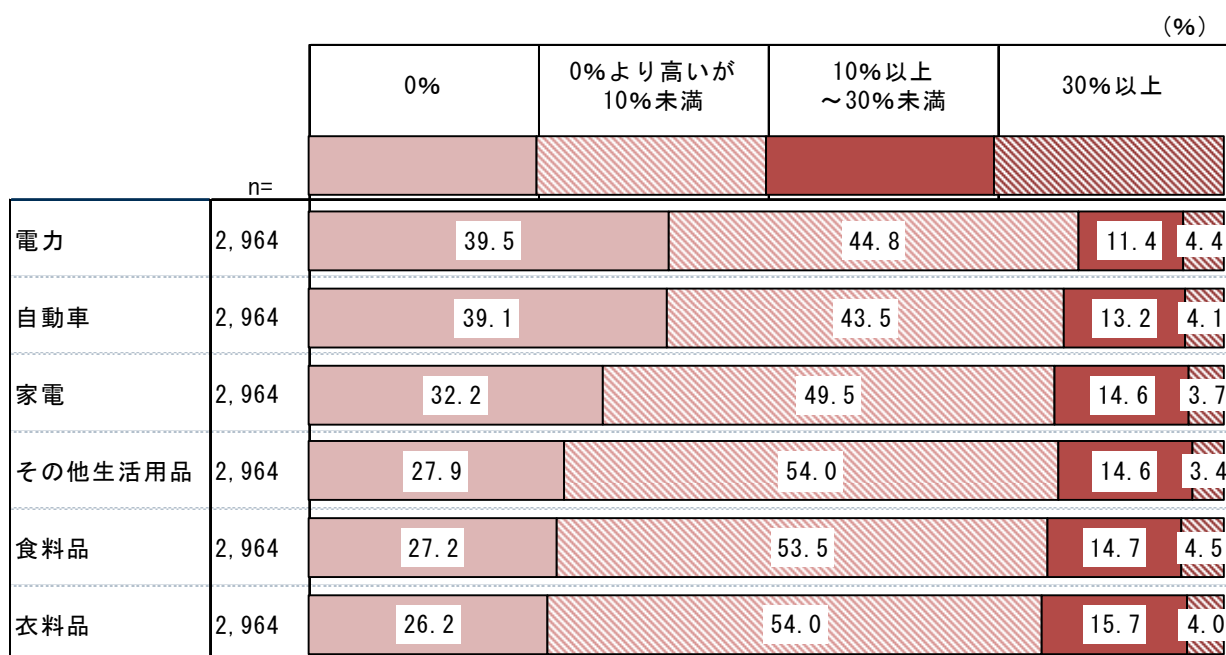
エシカル消費につながる商品・サービスについて、「購入したいと思う」(「非
常に購入したいと思う」と「ある程度購入したいと思う」のいずれか)と回答し
た人の割合は59.3%となっている。



(n=5,000)

問 11. エシカル消費につながる商品を、通常の商品よりどの程度なら割高であっても購入したいと思いますか。(単一回答)

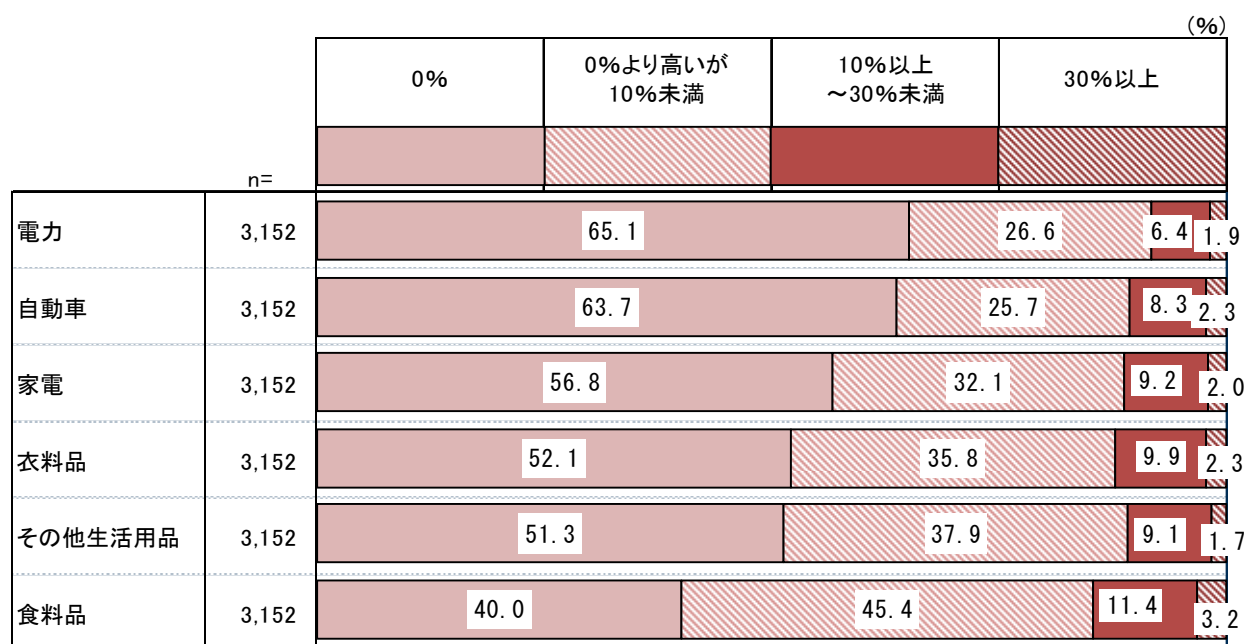
エシカル消費につながる商品がどの程度割高であっても購入したいかについて、商品別にみたときに、「0%」と回答した人の割合が最も高いのは、「電力 (39.5%)」となっており、次いで「自動車 (39.1%)」、「家電 (32.2%)」となっている。



(備考) 問 10 で「非常に購入したいと思う」又は「ある程度購入したいと思う」と回答した人に質問。

問 12. エシカル消費につながる商品を、通常の商品よりどの程度まで割高なものについて購入した経験がありますか。(単一選択)

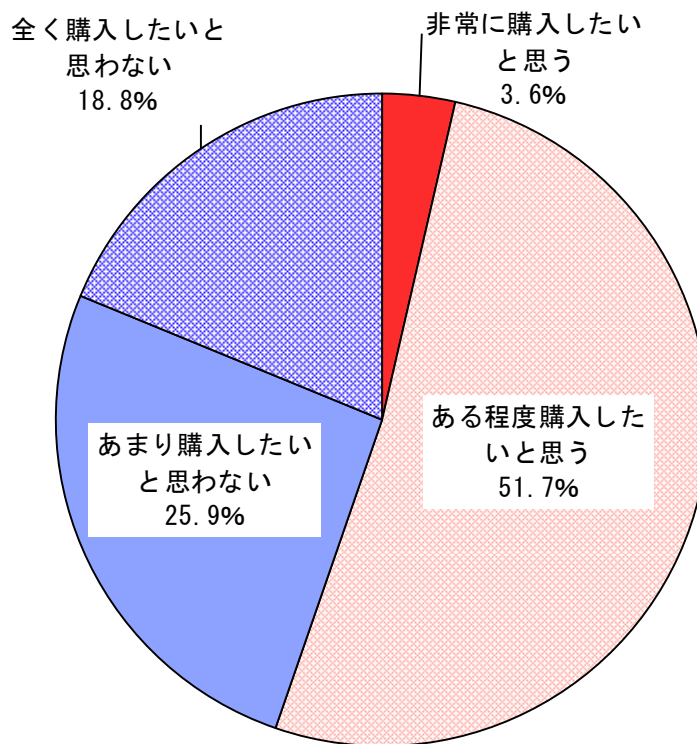
エシカル消費につながる商品がどの程度割高であっても購入した経験があるかについて、商品別にみたときに、「0%」と回答した人の割合が最も高い商品は、「電力(65.1%)」となっており、次いで「自動車(63.7%)」、「家電(56.8%)」となっている。



(備考) 問8で「特になし」を除くいずれかの選択肢を回答した人に質問。

問 13. あなたは、企業がエシカル消費や SDGs に取り組んでいることが分かる広告を見て、その企業が提供する商品・サービスを購入したいと思いますか。以下の項目のうち、当てはまるものを一つお選びください。（単一回答）

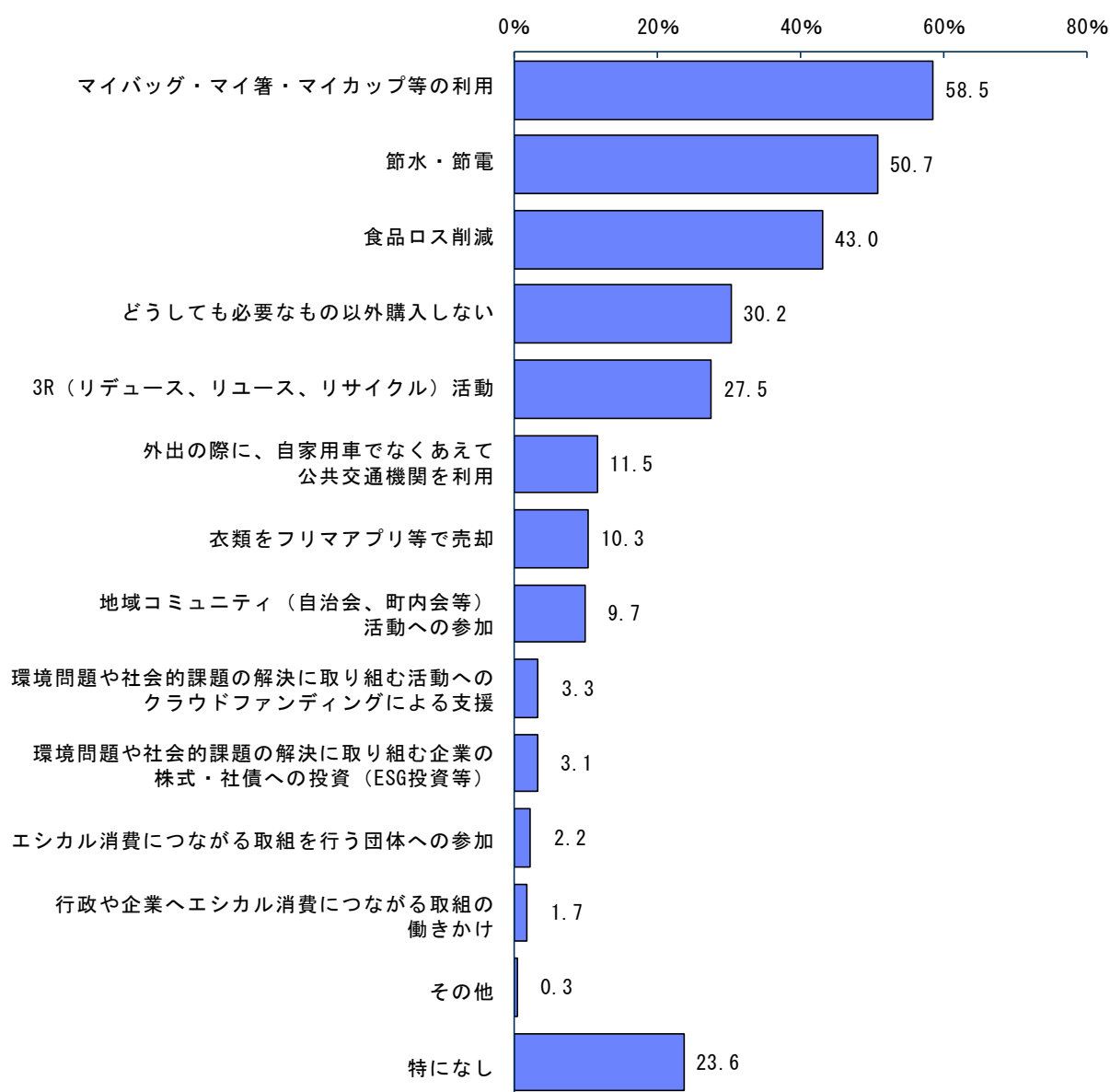
エシカル消費や SDGs に取り組んでいることが分かる広告を見て、その企業が提供する商品・サービスを購入したいと思うかについて、「購入したいと思う」（「非常に購入したいと思う」と「ある程度購入したいと思う」のいずれか）と回答した人の割合は 55.3% となっている。



(n=5,000)

問 14. あなたは、エシカル消費につながる行動について、具体的にどのようなことを実践していますか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。（複数回答）

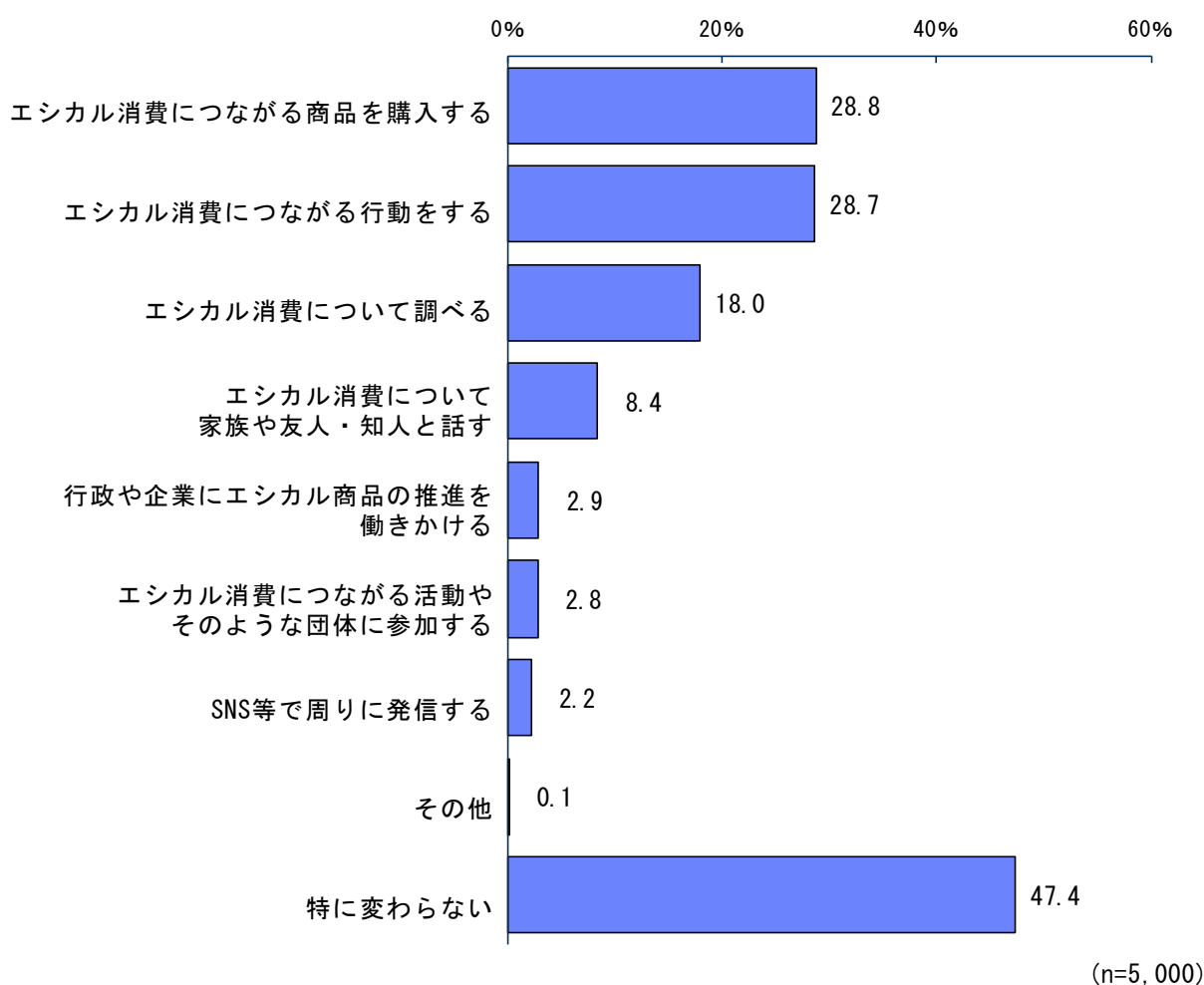
実践しているエシカル消費につながる行動として、「マイバッグ・マイ箸・マイカップ等の利用（58.5%）」と回答した人の割合が最も高く、次いで「節水・節電（50.7%）」、「食品ロス削減（43.0%）」となっている。



(n=5,000)

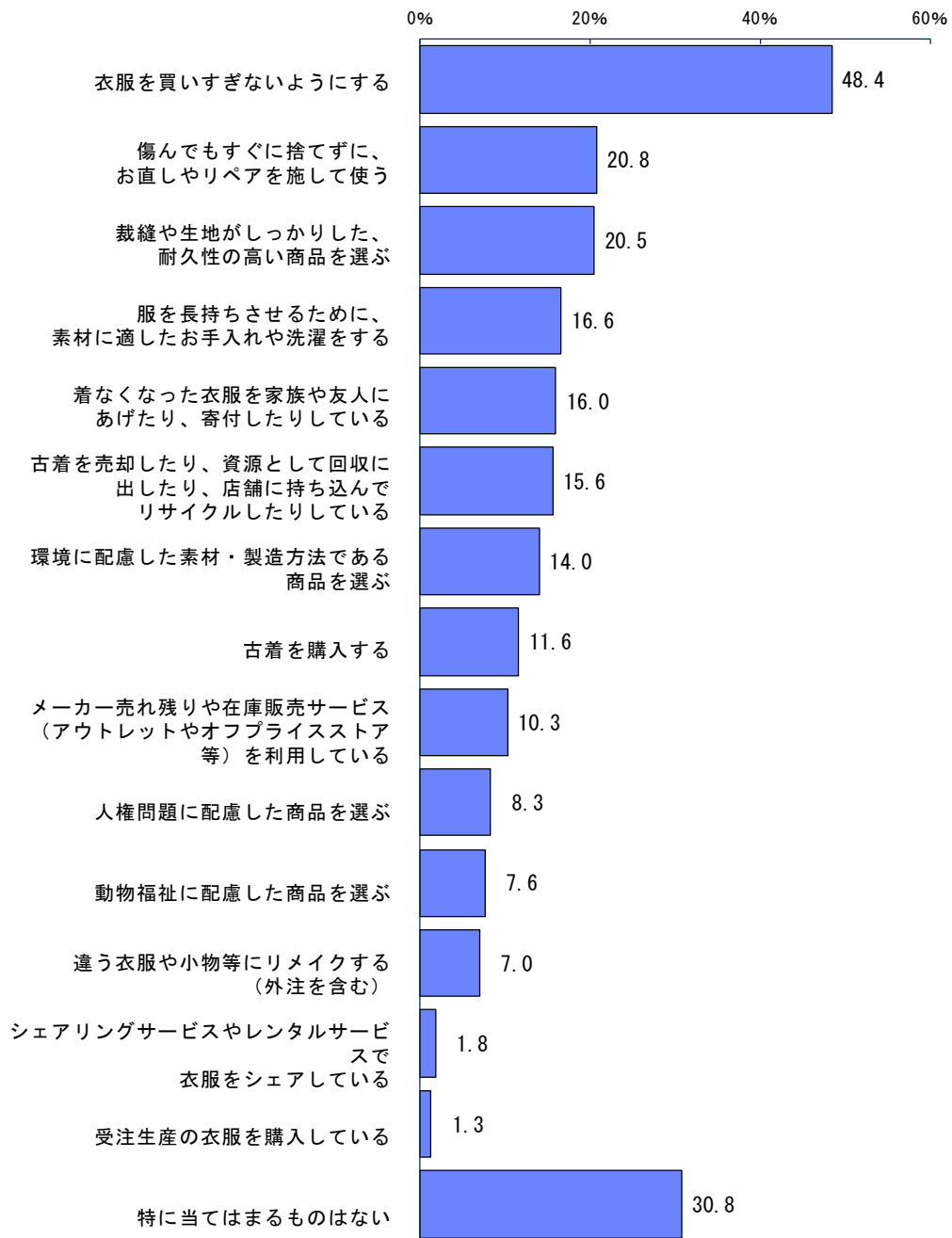
問 15. 今後、あなたは、エシカル消費についてどのような行動を行いたいと思いますか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。なお、現在行っている行動で、今後も継続して行いたい行動も含めてお答えください。
(複数回答)

今後行いたいエシカル消費につながる行動として、「エシカル消費につながる商品を購入する(28.8%)」、「エシカル消費につながる行動をする(28.7%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「エシカル消費について調べる(18.0%)」となっている。



問 16. あなたは、ファッションに関して、以下の取組のうち、具体的にどれを行っていますか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。
(複数回答)

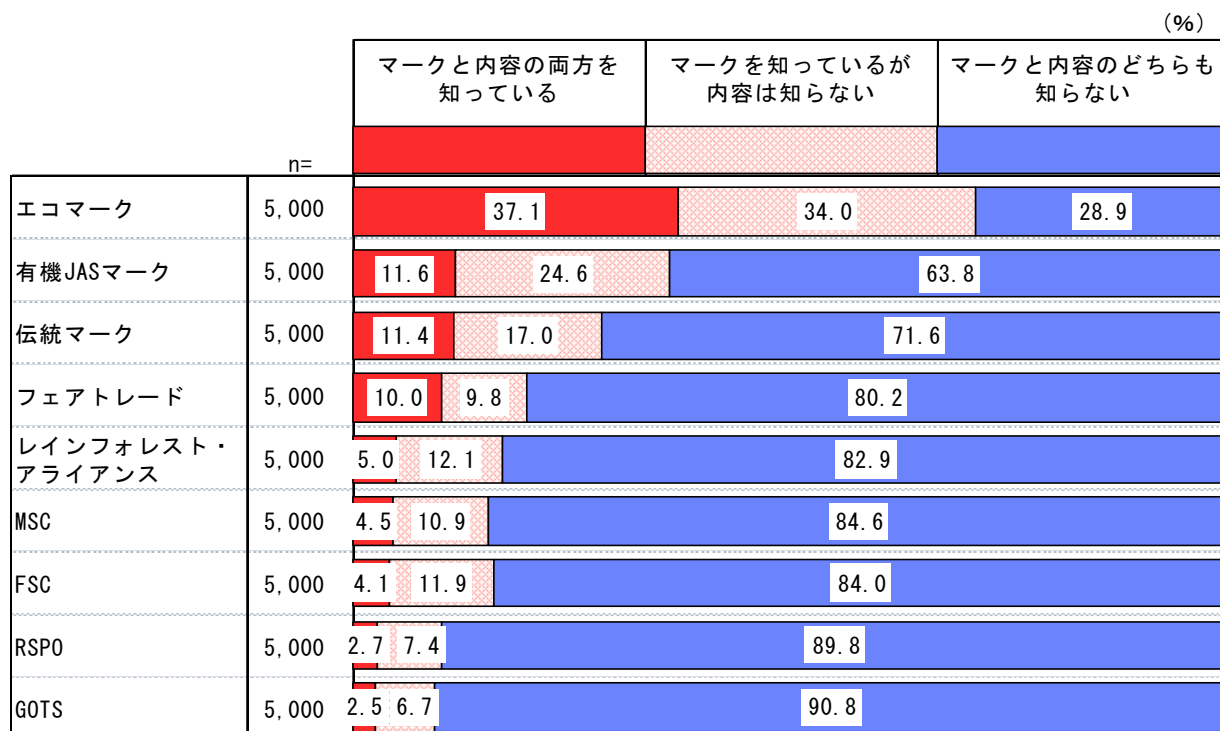
ファッションに関して行っている取組として、「衣服を買いすぎないようにする (48.4%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「傷んでもすぐに捨てずに、お直しやリペアを施して使う (20.8%)」、「裁縫や生地がしっかりした、耐久性の高い商品を選ぶ (20.5%)」となっている。



(n=5,000)

問 17. あなたは、以下のマークについて、どの程度知っていますか。当てはまるものをそれぞれ一つずつお選びください。(単一選択)

以下のマークの中で、「マークと内容の両方を知っている」と回答した人の割合が最も高いのは、「エコマーク (37.1%)」となっており、次いで、「有機 JAS マーク (11.6%)」、「伝統マーク (11.4%)」となっている。



(参考) 問 17 におけるマーク及びその意味について

有機 JAS マーク		農薬や化学肥料を控え、自然界の力で生産された食品
MSC		水産資源や環境に配慮した漁業で獲られた水産物
FSC		適切な森林から生産された木材と製品
レインフォレスト・アライアンス		より持続可能な農法で栽培された製品
RSPO		熱帯林の環境とそこに生息する生物の多様性に配慮し、生産者の暮らしを守る商品
GOTS		有機栽培（飼育）の原料を使用し環境と社会に配慮して加工・流通
伝統マーク		地域に根付き継承されている技術や技法、自然素材で製作された国指定の伝統的工芸品
エコマーク		生産から廃棄にわたり環境への負荷が少なく、環境保全に役立つ商品
フェアトレード		生産者の暮らしの改善や自立の支援、環境保護を目指し適正な価格で取引をする商品