

# エシカル消費（倫理的消費）に関する 消費者意識調査報告書の概要について

令和2年8月  
消費者庁

# 消費者意識調査報告書の概要

➤ 消費者庁では、直近3年間の消費者の意識や消費行動の変化を分析することにより、現状把握及び今後の政策立案に資すること等を目的として、全国16～65歳の一般消費者に対し、インターネットによるサンプル調査を実施。

●調査期間は令和2年2月19日～2月25日

●サンプル数：2,803サンプル

| 割付 |          | 北海道 | 東北地方 | 関東地方 | 中部地方 | 関西地方 | 中国地方 | 四国地方 | 九州・<br>沖縄地方 | 合計   |
|----|----------|-----|------|------|------|------|------|------|-------------|------|
| 男性 | 男性16-19歳 | 4   | 8    | 27   | 16   | 16   | 6    | 5    | 10          | 92   |
|    | 男性20-29歳 | 10  | 18   | 81   | 43   | 35   | 13   | 9    | 28          | 237  |
|    | 男性30-39歳 | 14  | 19   | 90   | 48   | 41   | 15   | 10   | 29          | 266  |
|    | 男性40-49歳 | 14  | 22   | 122  | 61   | 54   | 19   | 14   | 37          | 343  |
|    | 男性50-59歳 | 13  | 21   | 106  | 52   | 48   | 15   | 11   | 33          | 299  |
|    | 男性60-65歳 | 8   | 14   | 59   | 29   | 27   | 10   | 7    | 21          | 175  |
| 女性 | 女性16-19歳 | 6   | 8    | 31   | 17   | 16   | 7    | 5    | 11          | 101  |
|    | 女性20-29歳 | 11  | 15   | 74   | 38   | 39   | 11   | 8    | 26          | 222  |
|    | 女性30-39歳 | 12  | 20   | 91   | 45   | 41   | 15   | 10   | 30          | 264  |
|    | 女性40-49歳 | 14  | 22   | 114  | 59   | 58   | 17   | 12   | 35          | 331  |
|    | 女性50-59歳 | 12  | 20   | 102  | 50   | 50   | 17   | 11   | 32          | 294  |
|    | 女性60-65歳 | 9   | 12   | 62   | 28   | 30   | 10   | 8    | 20          | 179  |
| 合計 |          | 127 | 199  | 959  | 486  | 455  | 155  | 110  | 312         | 2803 |

- 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。
- 各設問の項目を合計している数値は小数点第2位の四捨五入前の数値を合計しているため、グラフの数値と一致しない場合がある。
- 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。
- 比率の差の検定:本調査結果では、主に各設問の全体値(TOTAL値)の結果に対して「比率の差の検定(イエーツの補正式を用いたカイニ乗検定)」を行っている。これは、調査結果について、統計学的に「差異があるかどうか」を確認する検定方法である。全体を通して、有意水準5%(付属資料では有意水準1%も採用)での検定を行い、以下のとおり網掛けをしている。

|                       |  |
|-----------------------|--|
| 有意水準 5 %              | 統計学的に95%以上の確率で「差異がある」といえる状態を指す。  |
| 有意に高い (図表のセルがオレンジのもの) | 「有意水準 5 %で高い」を意味し、同様の調査・検定を20回実施すると、そのうち19回は当該項目が他と比べて“高い”という結果が得られることを指す。 |
| 有意に低い (図表のセルが水色のもの)   | 「有意水準 5 %で低い」を意味し、同様の調査・検定を20回実施すると、そのうち19回は当該項目が他と比べて“低い”という結果が得られることを指す。 |

## **(1)「エシカル消費」の認知度は12.2%に上昇**

エシカル消費に関連する言葉の認知度は、2016年度調査と比較して全体として上昇し、「エシカル消費」の認知度も6.0%から12.2%と約2倍となった。

## **(2)エシカル消費をどうやって知ったかは「ネット・SNS」の比率が最も高い**

エシカル消費に関連する言葉を知っている人に、その認知経路を尋ねたところ、2016年度調査では52.1%だった「新聞・テレビ・ラジオ」が40.7%に低下した一方、「ネット・SNS」が36.7%から43.9%と上昇している。性別では、「男性」は「ネット・SNS」の比率が、年代別では、50代、60代で「新聞・テレビ・ラジオ」の比率がそれぞれ40%を超えた。

## **(3)エシカル消費への興味度は59.1%に上昇**

エシカル消費については、全体の59.1%が興味がある（「非常に興味がある」、「ある程度興味がある」の合計）と回答。特に、「女性」がエシカル消費への興味度が高いといえる。また、2016年度調査と比較すると、全体で「ある程度興味がある」の割合が大幅に上昇し、「全く興味がない」の割合が大幅に低下した。

## **(4)エシカルにつながる行動の日常的な実践者は36.1%**

エシカル消費に関連する言葉を知っている人のうち、日頃からエシカルにつながる行動を実践している人（「よく実践している」、「時々実践している」の合計）は36.1%と、2016年度調査の29.0%から7.1ポイント上昇した。

## **(5)エシカル消費につながる商品・サービス購入の意向がある人は81.2%、購入経験者は35.5%**

エシカル消費につながる商品・サービスについて、「これまで購入したことがあり、今後も購入したい」、「これまでに購入したことはないが、今後は購入したい」の合計が81.2%となり、2016年度調査の61.8%と比較して上昇した。一方で、購入経験者は35.5%となっており、2016年度調査の28.4%と比較して若干の上昇にとどまっている。

## **(6)エシカル消費につながる商品・サービスを購入しない理由について、「購入したくない理由はない」の比率が最も高い**

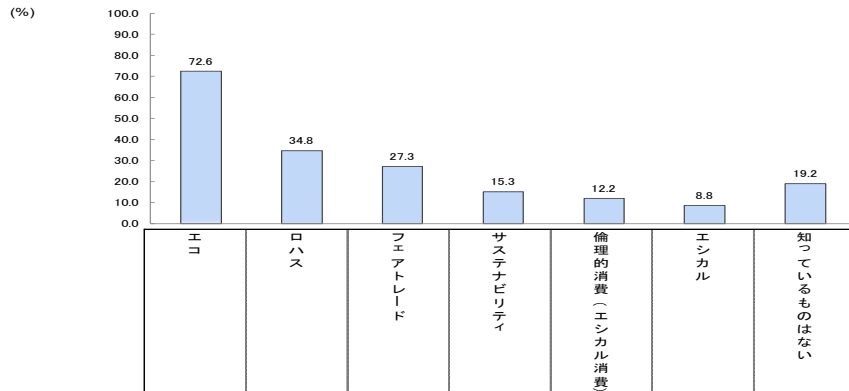
エシカル消費につながる商品・サービスを購入する意向がない人にその理由を聴取したところ、「購入したくない理由はない」が全ての品目で50%を下回ったものの最も高く、2016年度調査と比較して低下している。理由としては、2016年度調査同様、高価格であることや本当にエシカル消費につながるか分からないことが上位に挙げた。

今後は、これらの商品・サービス購入意向はあっても実践していない層や、購入する意向がないとしながら、積極的な理由がない層などに対する行動変容が重要であると考えられる。

# エシカル消費に関連する言葉の認知状況

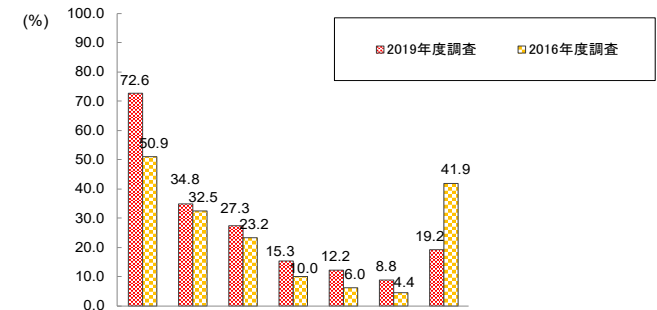
- 「エコ」の認知度が72.6%と最も高く、次いで「ロハス」、「フェアトレード」の順となっている。
- 「倫理的消費(エシカル消費)」、「エシカル」は、ほかのエシカル消費に関連する言葉と比較して認知度は低いが、2016年度調査と比較すると、3年間で認知度がそれぞれ2倍以上に上昇している。
- 2016年度調査と比較すると、「知っているものはない」は半分以下に低下している。

問 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。(お答えはいくつでも)



| 属性                | n    | エコ   | ロハス  | フェアトレード | サステナビリティ | 倫理的消費(エシカル消費) | エシカル | 知っているものはない |
|-------------------|------|------|------|---------|----------|---------------|------|------------|
| TOTAL             | 2803 | 72.6 | 34.8 | 27.3    | 15.3     | 12.2          | 8.8  | 19.2       |
| 性別                |      |      |      |         |          |               |      |            |
| 男性                | 1412 | 65.9 | 30.0 | 25.4    | 18.3     | 13.4          | 8.9  | 23.1       |
| 女性                | 1391 | 79.4 | 39.6 | 29.3    | 12.2     | 11.1          | 8.7  | 15.2       |
| 年代別               |      |      |      |         |          |               |      |            |
| 10代・20代           | 652  | 63.3 | 16.0 | 31.4    | 16.0     | 11.5          | 8.4  | 25.3       |
| 30代               | 530  | 72.3 | 35.1 | 24.3    | 15.5     | 11.5          | 7.9  | 18.3       |
| 40代               | 674  | 74.0 | 39.8 | 27.3    | 12.2     | 14.1          | 11.0 | 18.8       |
| 50代・60代           | 947  | 78.2 | 44.0 | 26.1    | 16.9     | 11.8          | 8.0  | 15.7       |
| 男性年代別             |      |      |      |         |          |               |      |            |
| 男性 10代・20代        | 329  | 57.4 | 14.3 | 30.4    | 18.5     | 11.6          | 9.7  | 27.7       |
| 男性 30代            | 266  | 65.4 | 34.6 | 25.2    | 18.0     | 15.8          | 8.6  | 21.4       |
| 男性 40代            | 343  | 66.8 | 30.9 | 24.2    | 13.4     | 13.7          | 9.9  | 23.9       |
| 男性 50代・60代        | 474  | 71.5 | 37.8 | 22.8    | 21.7     | 13.1          | 7.8  | 20.3       |
| 女性年代別             |      |      |      |         |          |               |      |            |
| 女性 10代・20代        | 323  | 69.3 | 17.6 | 32.5    | 13.3     | 11.5          | 7.1  | 22.9       |
| 女性 30代            | 264  | 79.2 | 35.6 | 23.5    | 12.9     | 7.2           | 7.2  | 15.2       |
| 女性 40代            | 331  | 81.6 | 48.9 | 30.5    | 10.9     | 14.5          | 12.1 | 13.6       |
| 女性 50代・60代        | 473  | 85.0 | 50.3 | 29.4    | 12.1     | 10.6          | 8.2  | 11.2       |
| エシカル関心別           |      |      |      |         |          |               |      |            |
| エシカル興味関心者         | 1657 | 82.1 | 44.1 | 35.7    | 20.0     | 17.3          | 12.9 | 8.8        |
| エシカル実践者           | 817  | 90.1 | 53.4 | 43.0    | 25.3     | 22.6          | 18.4 | 0.0        |
| エシカル購入意向者         | 2276 | 78.8 | 39.1 | 30.7    | 16.6     | 13.4          | 9.4  | 13.6       |
| エシカルによる企業イメージアップ者 | 2230 | 78.2 | 39.1 | 30.8    | 17.2     | 13.7          | 10.1 | 13.6       |

## 【2016年度調査との比較】

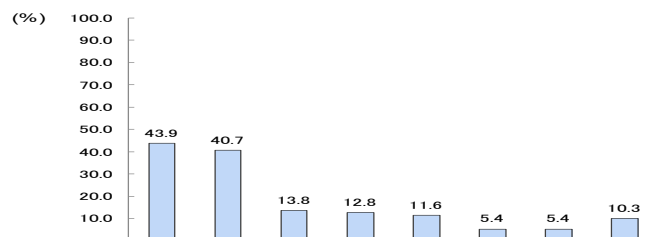


| 属性       | n    | エコ   | ロハス  | フェアトレード | サステナビリティ | 倫理的消費(エシカル消費) | エシカル | 知っているものはない |
|----------|------|------|------|---------|----------|---------------|------|------------|
| 2019年度調査 | 2803 | 72.6 | 34.8 | 27.3    | 15.3     | 12.2          | 8.8  | 19.2       |
| 2016年度調査 | 2500 | 50.9 | 32.5 | 23.2    | 10.0     | 6.0           | 4.4  | 41.9       |

# エシカル消費をどうやって知ったか

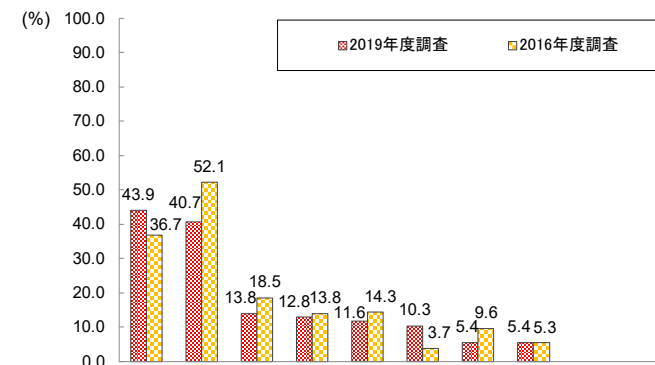
- エシカル消費に関連する言葉を知っている人に、エシカル消費をどうやって知ったかを聴取したところ、「ネット・SNS」、「新聞・テレビ・ラジオ」がそれぞれ40%を超えている。
- 「ネット・SNS」について性別にみると、「男性」は49.1%と、「女性」と比較して高くなっている。
- 年代別では、50代・60代で「新聞・テレビ・ラジオ」の比率が40%を超えている。

問 あなたは、エシカル消費について何を通じて知りましたか。(お答えはいくつでも)



| TOTAL   |                   | n=   | 43.9 | 40.7 | 13.8 | 12.8 | 11.6 | 5.4 | 5.4  | 10.3 |
|---------|-------------------|------|------|------|------|------|------|-----|------|------|
| 性別      | 男性                | 1086 | 49.1 | 39.6 | 9.7  | 9.9  | 12.0 | 4.7 | 5.2  | 10.0 |
|         | 女性                | 1179 | 39.2 | 41.7 | 17.6 | 15.5 | 11.2 | 6.0 | 5.6  | 10.6 |
| 年代別     | 10代・20代           | 487  | 41.9 | 30.2 | 9.2  | 8.8  | 9.2  | 6.0 | 19.9 | 8.8  |
|         | 30代               | 433  | 47.8 | 36.5 | 13.4 | 12.0 | 8.5  | 5.1 | 2.8  | 11.8 |
|         | 40代               | 547  | 43.9 | 42.6 | 15.5 | 14.4 | 12.8 | 4.8 | 1.6  | 10.4 |
|         | 50代・60代           | 798  | 43.1 | 48.1 | 15.5 | 14.7 | 13.8 | 5.6 | 0.6  | 10.4 |
| 男性年代別   | 男性 10代・20代        | 238  | 45.4 | 30.3 | 8.4  | 8.8  | 10.1 | 5.9 | 18.5 | 8.0  |
|         | 男性 30代            | 209  | 53.6 | 34.4 | 10.5 | 11.0 | 9.1  | 5.3 | 2.9  | 12.0 |
|         | 男性 40代            | 261  | 48.3 | 39.8 | 9.6  | 9.2  | 14.2 | 3.8 | 1.5  | 11.5 |
|         | 男性 50代・60代        | 378  | 49.5 | 48.1 | 10.1 | 10.6 | 13.2 | 4.2 | 0.8  | 9.3  |
| 女性年代別   | 女性 10代・20代        | 249  | 38.6 | 30.1 | 10.0 | 8.8  | 8.4  | 6.0 | 21.3 | 9.6  |
|         | 女性 30代            | 224  | 42.4 | 38.4 | 16.1 | 12.9 | 8.0  | 4.9 | 2.7  | 11.6 |
|         | 女性 40代            | 286  | 39.9 | 45.1 | 21.0 | 19.2 | 11.5 | 5.6 | 1.7  | 9.4  |
|         | 女性 50代・60代        | 420  | 37.4 | 48.1 | 20.5 | 18.3 | 14.3 | 6.9 | 0.5  | 11.4 |
| エシカル関心別 | エシカル興味関心者         | 1511 | 42.9 | 45.8 | 16.9 | 15.4 | 14.6 | 6.5 | 5.0  | 9.5  |
|         | エシカル実践者           | 817  | 40.1 | 55.7 | 21.4 | 20.9 | 20.2 | 9.1 | 4.8  | 7.1  |
|         | エシカル購入意向者         | 1966 | 44.0 | 42.2 | 14.9 | 13.9 | 11.8 | 5.4 | 5.0  | 10.0 |
|         | エシカルによる企業イメージアップ者 | 1926 | 43.6 | 43.1 | 14.6 | 13.5 | 12.4 | 5.6 | 5.0  | 9.5  |

## 【2016年度調査との比較】

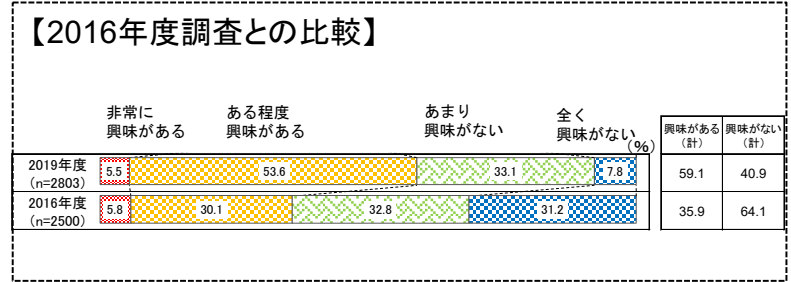
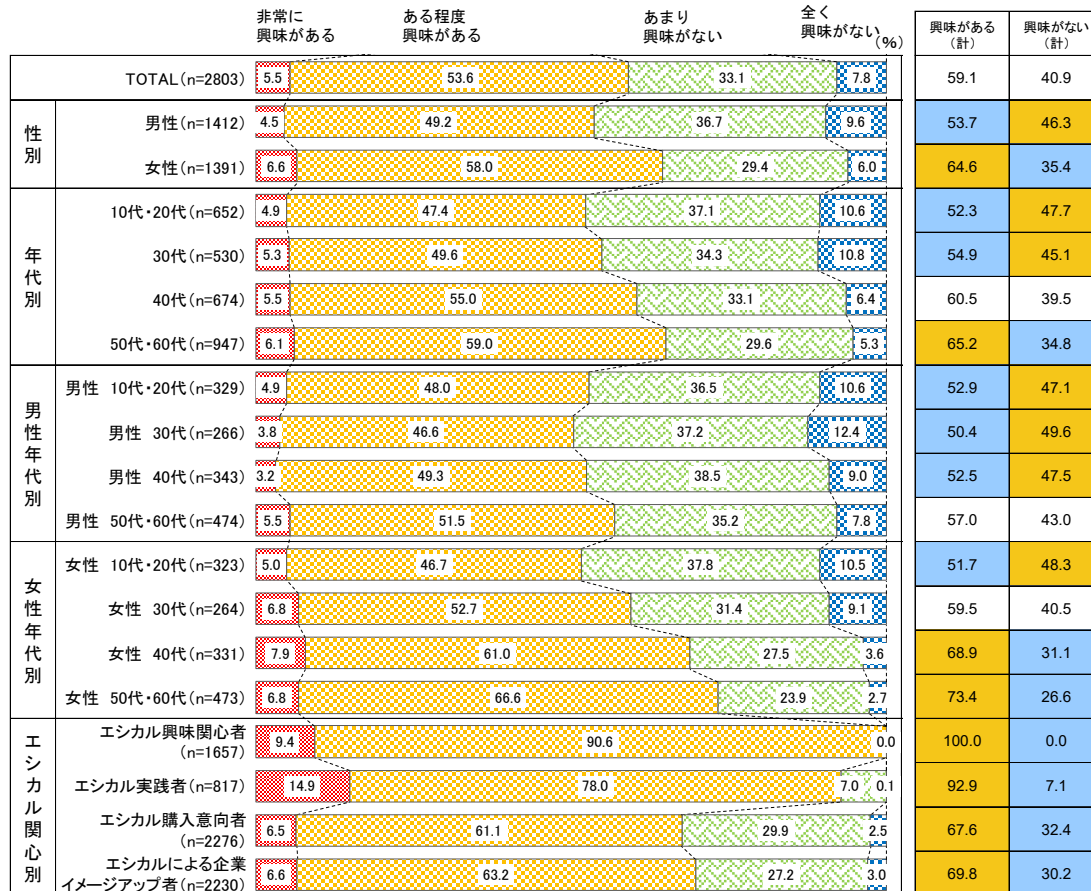


| TOTAL    |  | n=   | 43.9 | 40.7 | 13.8 | 12.8 | 11.6 | 10.3 | 5.4 | 5.4 |
|----------|--|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|
| 2019年度調査 |  | 2265 | 43.9 | 40.7 | 13.8 | 12.8 | 11.6 | 10.3 | 5.4 | 5.4 |
| 2016年度調査 |  | 1452 | 36.7 | 52.1 | 18.5 | 13.8 | 14.3 | 3.7  | 9.6 | 5.3 |

# エシカル消費の興味度

- エシカル消費について、全体の59.1%が「興味がある(計)」(非常に興味がある+ある程度興味がある)と回答。2016年度調査と比較すると、「ある程度興味がある」が大幅に上昇し、「全く興味がない」が大幅に低下している。
- 性年代別にみると、「女性 50代・60代」は「興味がある(計)」が73.4%と最も高くなっている。

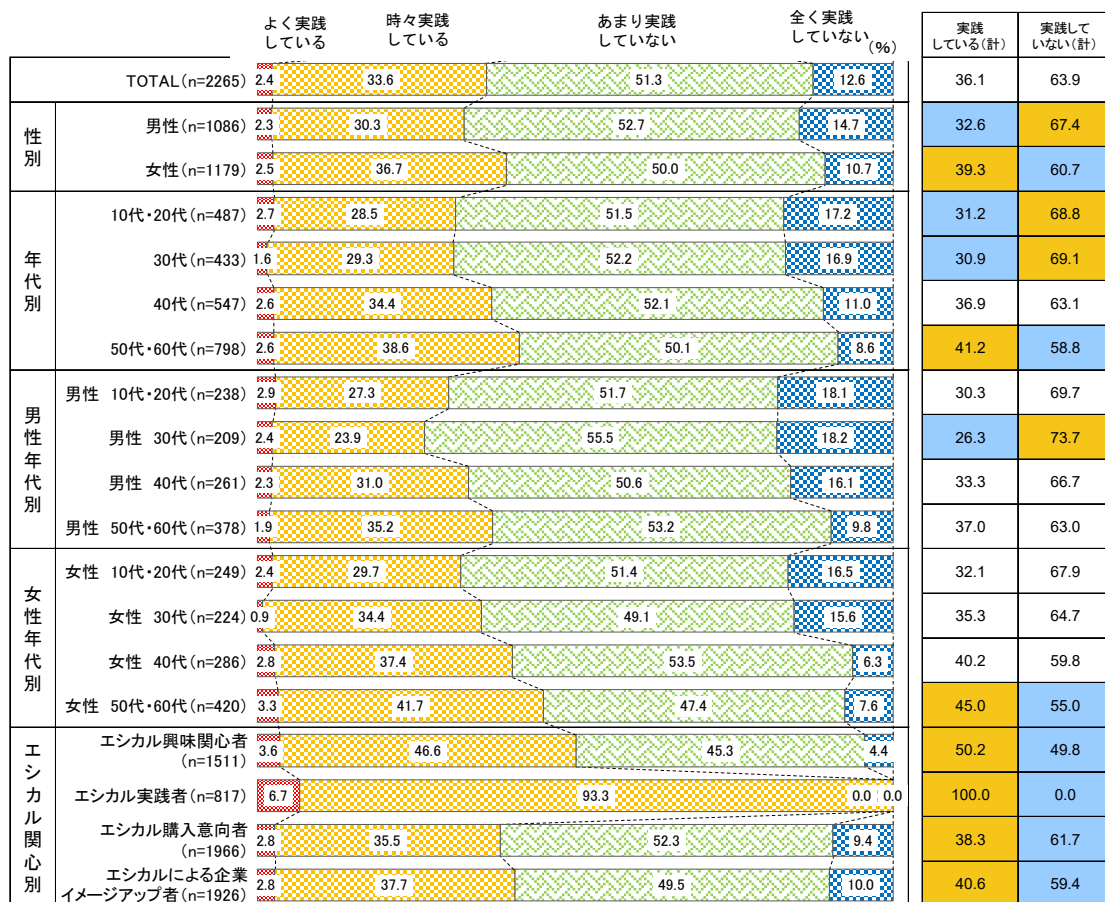
問 あなたは、エシカル消費について、どの程度興味がありますか。(お答えは1つ)



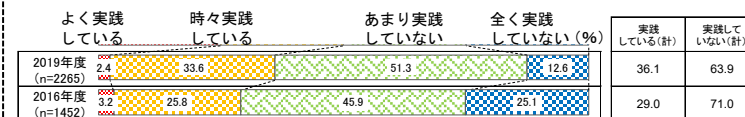
# エシカル消費につながる行動

- エシカル消費に関連する言葉を知っている人にエシカル行動をどのくらい実践しているかについて聴取したところ、「実践している(計)」(よく実践している+時々実践している)は36.1%となっている。2016年度調査と比較すると、「実践している(計)」が7.1ポイント上昇している。
- 性年代別にみると、「女性 50代・60代」では「実践している(計)」が45.0%と最も高く、「男性 30代」は26.3%と最も低くなっている。

問 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。(お答えは1つ)



## 【2016年度調査との比較】



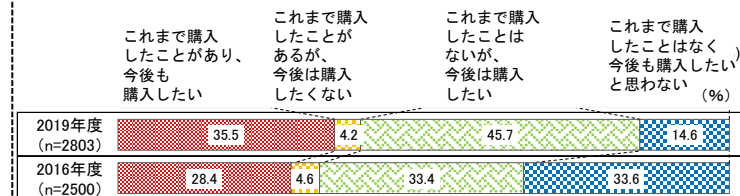


- エシカル消費につながる商品・サービスの「購入意向あり(計)」(これまで購入したことがあり、今後も購入したい+これまで購入したことはないが、今後は購入したい)が81.2%、「購入経験あり(計)」(これまで購入したことがあり、今後も購入したい+これまで購入したことがあるが、今後は購入したくない)は39.7%となっている。2016年度調査と比較して、「購入意向あり(計)」は19.4ポイント上昇している。
- 性年代別で見ると、「購入経験あり(計)」、「購入意向あり(計)」とも、全ての年代で「女性」が「男性」を上回っている。

問 あなたは、これまでにエシカル消費につながる商品・サービスを購入したことがありますか。また、今後も購入したいと思いますか(答えは1つ)

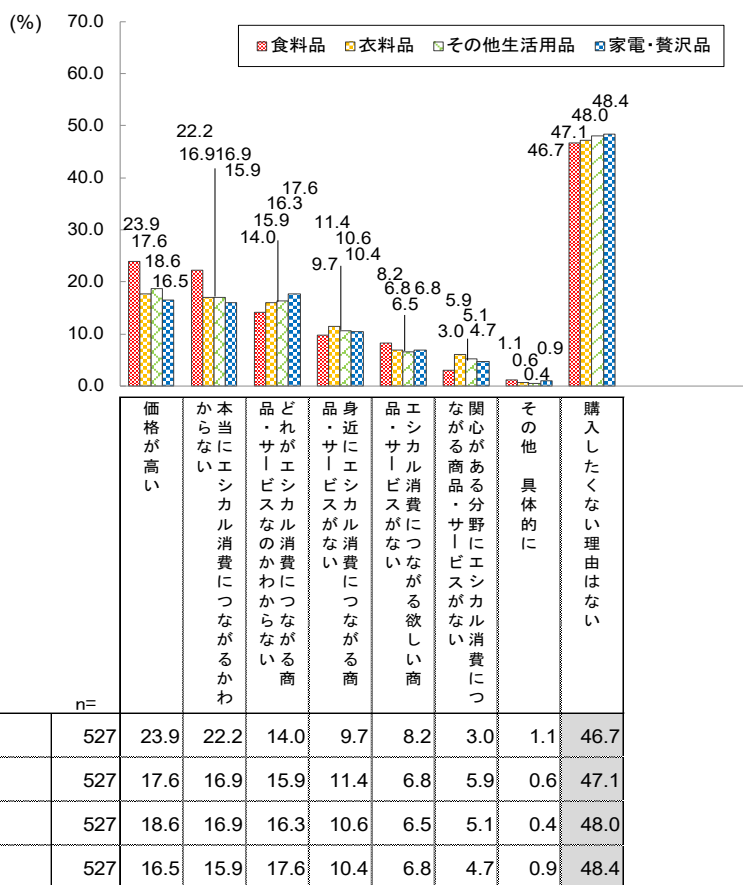
|                |                            | これまで購入したことがあり、今後も購入したい | これまで購入したことがあるが、今後は購入したくない | これまで購入したことはないが、今後は購入したい | これまで購入したことはないが、今後は購入したくない | 購入経験あり(計) | 購入経験なし(計) | 購入意向あり(計) | 購入意向なし(計) |
|----------------|----------------------------|------------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| TOTAL (n=2803) |                            | 35.5                   | 4.2                       | 45.7                    | 14.6                      | 39.7      | 60.3      | 81.2      | 18.8      |
| 性別             | 男性 (n=1412)                | 27.5                   | 5.4                       | 48.0                    | 19.1                      | 32.9      | 67.1      | 75.6      | 24.4      |
|                | 女性 (n=1391)                | 43.5                   | 3.1                       | 43.4                    | 10.0                      | 46.6      | 53.4      | 86.9      | 13.1      |
| 年代別            | 10代・20代 (n=652)            | 29.0                   | 7.2                       | 46.3                    | 17.5                      | 36.2      | 63.8      | 75.3      | 24.7      |
|                | 30代 (n=530)                | 31.9                   | 4.3                       | 48.7                    | 15.1                      | 36.2      | 63.8      | 80.6      | 19.4      |
|                | 40代 (n=674)                | 39.3                   | 4.3                       | 43.0                    | 13.4                      | 43.6      | 56.4      | 82.3      | 17.7      |
|                | 50代・60代 (n=947)            | 39.2                   | 2.1                       | 45.6                    | 13.1                      | 41.3      | 58.7      | 84.8      | 15.2      |
| 男性年代別          | 男性 10代・20代 (n=329)         | 24.6                   | 8.8                       | 46.5                    | 20.1                      | 33.4      | 66.6      | 71.1      | 28.9      |
|                | 男性 30代 (n=266)             | 23.7                   | 5.6                       | 51.5                    | 19.2                      | 29.3      | 70.7      | 75.2      | 24.8      |
|                | 男性 40代 (n=343)             | 30.0                   | 4.7                       | 46.4                    | 19.0                      | 34.7      | 65.3      | 76.4      | 23.6      |
|                | 男性 50代・60代 (n=474)         | 30.0                   | 3.4                       | 48.3                    | 18.4                      | 33.3      | 66.7      | 78.3      | 21.7      |
| 女性年代別          | 女性 10代・20代 (n=323)         | 33.4                   | 5.6                       | 46.1                    | 14.9                      | 39.0      | 61.0      | 79.6      | 20.4      |
|                | 女性 30代 (n=264)             | 40.2                   | 3.0                       | 45.8                    | 11.0                      | 43.2      | 56.8      | 86.0      | 14.0      |
|                | 女性 40代 (n=331)             | 48.9                   | 3.9                       | 39.6                    | 7.6                       | 52.9      | 47.1      | 88.5      | 11.5      |
|                | 女性 50代・60代 (n=473)         | 48.4                   | 0.8                       | 42.9                    | 7.8                       | 49.3      | 50.7      | 91.3      | 8.7       |
| エシカル関心別        | エシカル興味関心者 (n=1657)         | 49.2                   | 4.8                       | 43.7                    | 2.4                       | 54.0      | 46.0      | 92.9      | 7.1       |
|                | エシカル実践者 (n=817)            | 66.1                   | 7.0                       | 26.1                    | 0.9                       | 73.1      | 26.9      | 92.2      | 7.8       |
|                | エシカル購入意向者 (n=2276)         | 43.7                   | 0.0                       | 56.3                    | 0.0                       | 43.7      | 56.3      | 100.0     | 0.0       |
|                | エシカルによる企業イメージアップ者 (n=2230) | 41.3                   | 4.2                       | 48.4                    | 6.1                       | 45.5      | 54.5      | 89.8      | 10.2      |

## 【2016年度調査との比較】

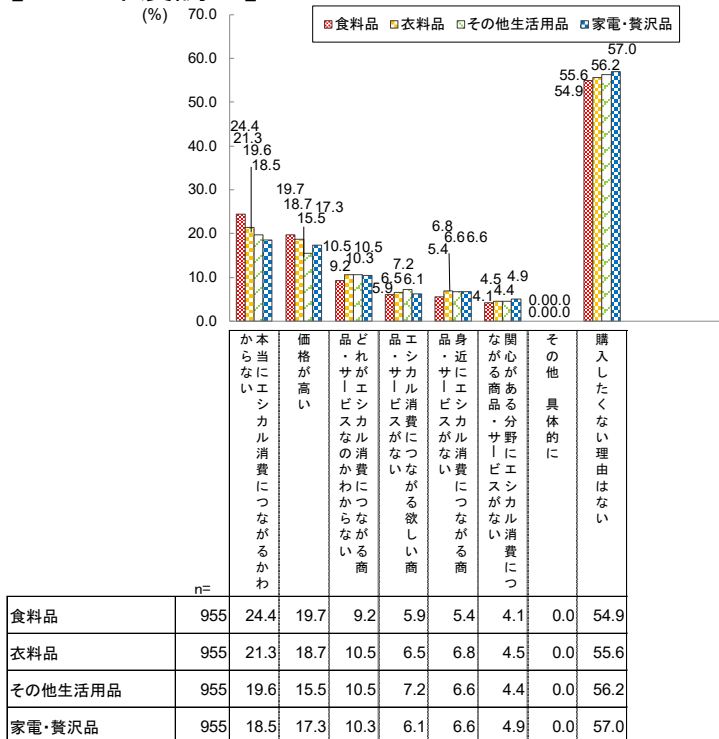


➤ エシカル商品・サービスの購入意向のない方にその理由を聴取したところ、「購入したくない理由はない」が全ての品目で50%を下回ったものの最も高く、2016年度調査と比較して低下している。

問 エシカル消費につながる商品・サービスを購入したくない理由として、あてはまるものをお答えください。  
(お答えはいくつでも)



## 【2016年度調査】



# エシカル消費につながる商品・サービスの提供

- 全体の79.6%がエシカル商品の提供が企業イメージ向上につながると思うかについて、「そう思う(計)」（そう思う+どちらかというと思う）と回答している。2016年度調査と比較すると、「そう思う(計)」が14.4ポイント上昇している。
- エシカル関心別ではほとんどの層で「そう思う(計)」が90%を超えている。

問 あなたは、エシカル消費につながる商品・サービスの提供が企業のイメージ向上につながると思いますか。  
(答えは1つ)

|                |                                | そう思う | どちらかという<br>思う | どちらかという<br>思わない | そう<br>思わない<br>(%) | そう思う<br>(計) | そう思わない<br>(計) |
|----------------|--------------------------------|------|---------------|-----------------|-------------------|-------------|---------------|
| TOTAL (n=2803) |                                | 16.8 | 62.7          | 15.4            | 5.1               | 79.6        | 20.4          |
| 性別             | 男性 (n=1412)                    | 14.8 | 59.9          | 18.7            | 6.6               | 74.7        | 25.3          |
|                | 女性 (n=1391)                    | 18.9 | 65.6          | 12.0            | 3.5               | 84.5        | 15.5          |
| 年代別            | 10代・20代 (n=652)                | 16.0 | 60.7          | 16.0            | 7.4               | 76.7        | 23.3          |
|                | 30代 (n=530)                    | 17.2 | 61.3          | 14.7            | 6.8               | 78.5        | 21.5          |
|                | 40代 (n=674)                    | 17.8 | 61.4          | 16.5            | 4.3               | 79.2        | 20.8          |
|                | 50代・60代 (n=947)                | 16.6 | 65.8          | 14.6            | 3.1               | 82.4        | 17.6          |
| 男性<br>年代別      | 男性 10代・20代 (n=329)             | 14.9 | 60.2          | 16.7            | 8.2               | 75.1        | 24.9          |
|                | 男性 30代 (n=266)                 | 14.7 | 59.8          | 17.3            | 8.3               | 74.4        | 25.6          |
|                | 男性 40代 (n=343)                 | 14.9 | 57.1          | 21.0            | 7.0               | 72.0        | 28.0          |
|                | 男性 50代・60代 (n=474)             | 14.8 | 61.8          | 19.2            | 4.2               | 76.6        | 23.4          |
| 女性<br>年代別      | 女性 10代・20代 (n=323)             | 17.0 | 61.3          | 15.2            | 6.5               | 78.3        | 21.7          |
|                | 女性 30代 (n=264)                 | 19.7 | 62.9          | 12.1            | 5.3               | 82.6        | 17.4          |
|                | 女性 40代 (n=331)                 | 20.8 | 65.9          | 11.8            | 1.5               | 86.7        | 13.3          |
|                | 女性 50代・60代 (n=473)             | 18.4 | 69.8          | 9.9             | 1.9               | 88.2        | 11.8          |
| エシカル<br>関心別    | エシカル興味関心者<br>(n=1657)          | 25.0 | 68.9          | 5.4             | 0.7               | 94.0        | 6.0           |
|                | エシカル実践者 (n=817)                | 32.3 | 63.3          | 4.3             | 0.1               | 95.6        | 4.4           |
|                | エシカル購入意向者<br>(n=2276)          | 19.7 | 68.3          | 11.0            | 1.0               | 88.0        | 12.0          |
|                | エシカルによる企業<br>イメージアップ者 (n=2230) | 21.2 | 78.8          | 0.0             | 0.0               | 100.0       | 0.0           |

## 【2016年度調査との比較】

