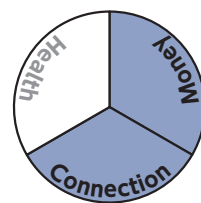


持続可能な社会の実現に向けた「エシカル消費」



総合調査部 副主任研究員 奥脇 健史(おくわき たけし)

消費を通じた社会貢献である「エシカル消費」

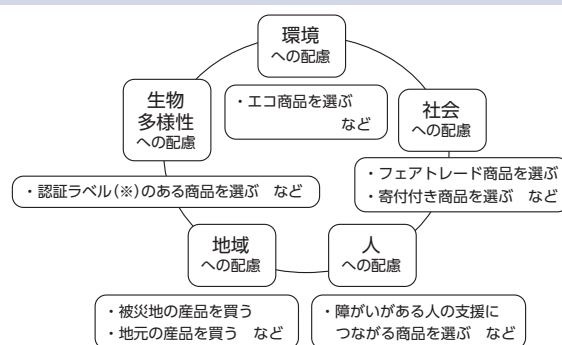
気候変動や格差、人権の問題など、世界で様々な社会課題が顕在化する中、「エシカル消費(倫理的消費)」への関心が高まりつつあります。エシカル消費とは、「地域の活性化や雇用等も含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」(消費者庁)のことです。持続可能な社会の実現に向け、消費者が身近にできる社会貢献として国・自治体を中心となり普及に取り組んでいます。エシカル消費には、環境に配慮したエコ商品や開発途上国の労働者の生活改善を目指すフェアトレード商品の購入、地域活性化につながる地産地消など幅広い事例が含まれます(資料1)。消費者庁の調査では、2019年度の「エシカル消費」の言葉の認知度は2016年度から6.2%ポイント上昇するなど、「エコ」、「フェアトレード」などを含むエシカル消費に関連する言葉の認知状況は徐々に高まっています(資料2)。

エシカル消費のさらなる普及に向けて

一方で、エシカル消費に関連する言葉を知っている消費者でも、その半数以上がエシカル消費を「あまり実践していない」もしくは「全く実践していない」など、まだ普及途中の段階です(資料3)。エシカル消費のさらなる普及には、国・自治体による普及活動のほか、消費者側、商品・サービスを提供する企業側それぞれの視点での取り組みが求められます。例えば、消費者視点では、認証ラベル付きの商品や長く使える商品を選ぶこと、企業視点では、生産現場での環境負荷軽減や商品・サービスの表示などを通じた消費者への情報提供などが挙げられます。実際に企業活動においては、資源管理や環境配慮への取り組みを証明するエコラベル付きの商品を取り扱うことや自社の商品の売上の一部を途上国へ寄付する取り組みなどが行われています。

消費という日常の行動を通じて、身近なところから社会貢献に取り組むことのできる「エシカル消費」。持続可能な社会の実現に向け、消費者、企業、国・自治体が協力して取り組んでいくことが望まれます。

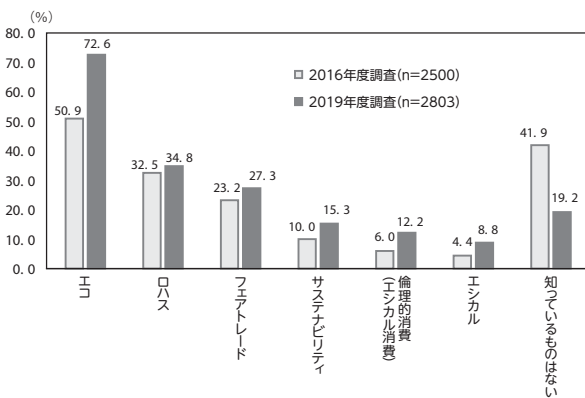
資料1 「エシカル消費」の具体例



※認証ラベルには、海洋の自然環境や水産資源を守って獲られた水産物であることを示す「MSC認証」や適切に管理された森林資源を使用した商品であることを示す「FSC森林認証」などがある。

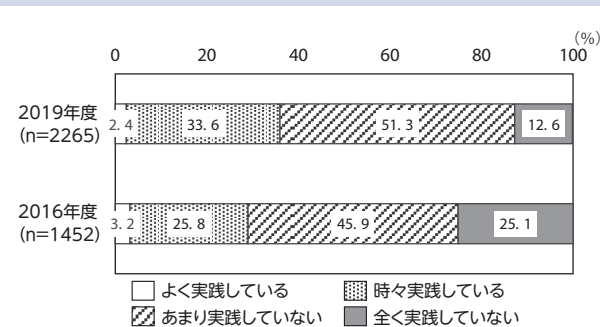
(出所)消費者庁「エシカル消費ってなあに?」より第一生命経済研究所作成

資料2 エシカル消費に関連する言葉の認知状況(複数回答)



(注) 全国の16~65歳の一般消費者を対象としたインターネット調査(出所)消費者庁「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(2020年2月)より第一生命経済研究所作成

資料3 エシカル消費につながる行動の実践状況



(注) エシカル消費に関連する言葉を知っていると回答した人が対象(出所)資料2と同じ