



TOKYO ETHICAL

ACTION PROJECT

令和6年度 東京都消費生活調査員調査における第3回テーマ調査
「エシカル消費に関する調査」

2025年3月

消費生活部企画調整課

- 1 調査期間
令和6年11月1日（金曜日）から令和6年11月15日（金曜日）まで

- 2 調査対象
令和6年度東京都消費生活調査員
 - ・ 人数 **300** 名
 - ・ **18歳以上**の都内在住者（平均年齢：53.6歳）
 - ・ **消費生活に関心のある人**
 - ・ 原則、区市町村ごとに配置（配置数は区市町村の人口等に応じて按分）

- 3 調査方法
オンラインによる調査

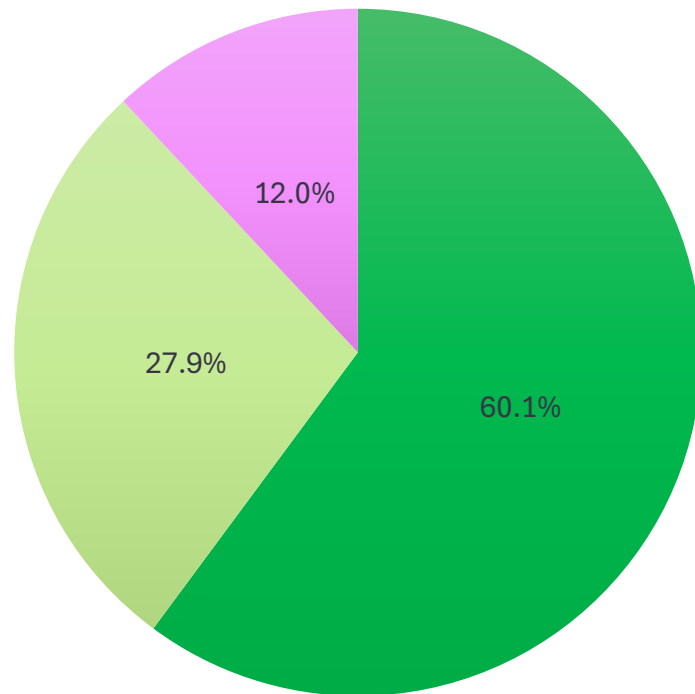
- 4 回答数
276（回答率92.0%）

「エシカル消費」という言葉の認知度

エシカル消費を認知している人（知っている、言葉は聞いたことがあるが…と回答した人の合計）は88%。都民を対象とした調査での認知度53.8%（内容まで知っていた、言葉は聞いたことがあるが…の合計）※と比較すると、消費生活調査員の認知度の高さがうかがえる。

※東京都生活文化スポーツ局「都民の消費生活に関する意識調査」（令和6年1月）

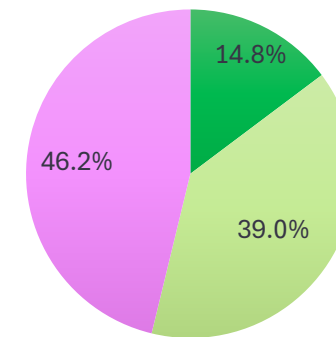
Q1 「エシカル消費」という言葉を知っていますか。



N=276人

■ 知っている ■ 言葉は聞いたことがあるが、内容までは知らない ■ 知らない

【参考】 「都民の消費生活に関する意識調査」



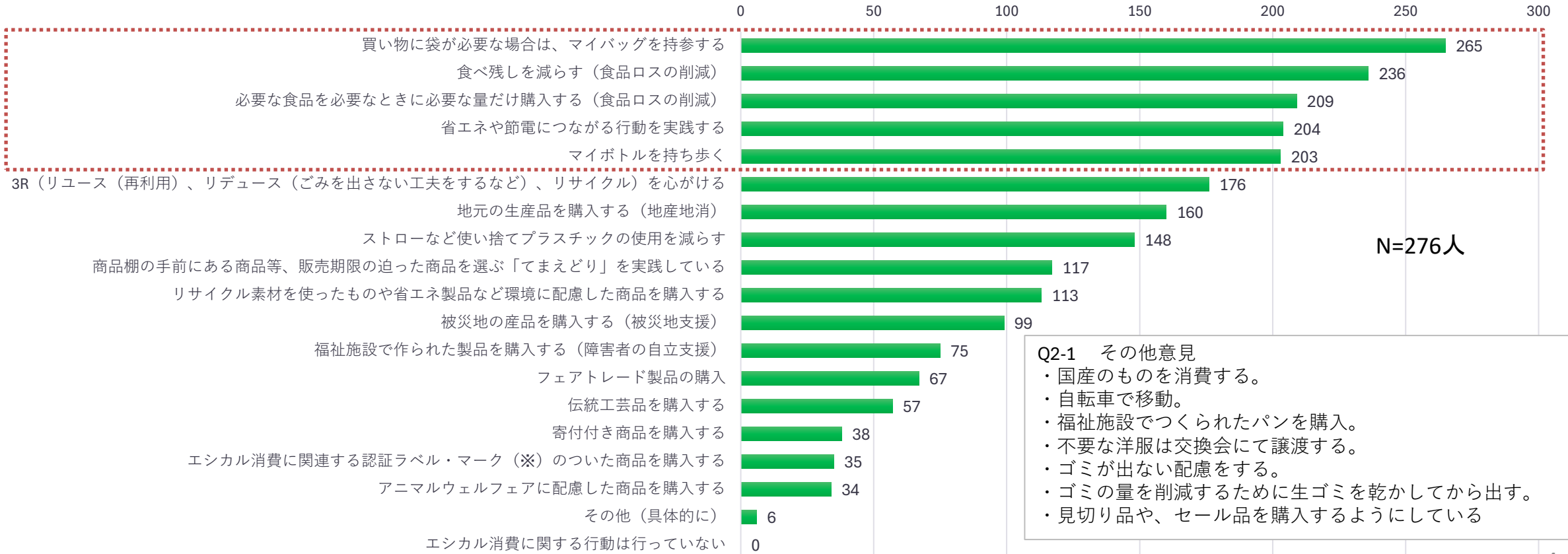
N=2400人

■ 内容まで知っていた
■ 言葉は聞いたことがあるが、内容までは知らない
■ 知らない

実践しているエシカル消費の行動

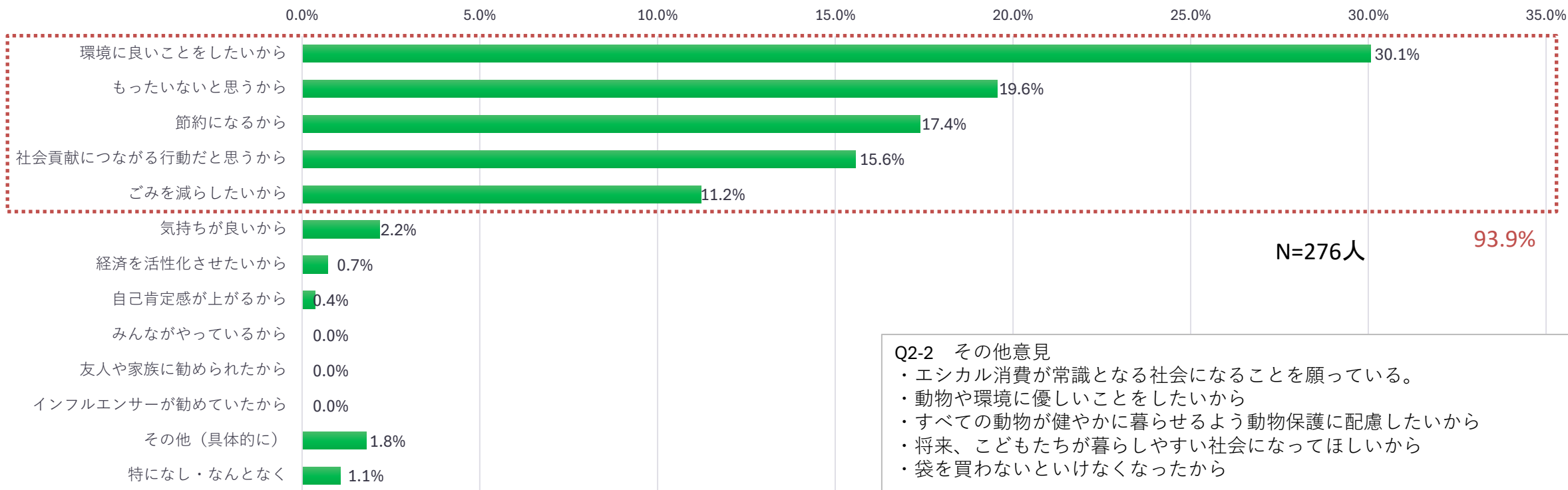
「マイバッグ持参」、「食品ロス削減」、「省エネ・節電」「マイボトル」といった行動は多くの人実践一方で、「フェアトレード品の購入」、「認証ラベルの付いた商品の購入」などのより一歩踏み込んだ行動は、あまり実践されていない。

Q2-1 あなたは、エシカル消費に関する以下の行動をとっていますか。
あてはまるものを全てお選びください。



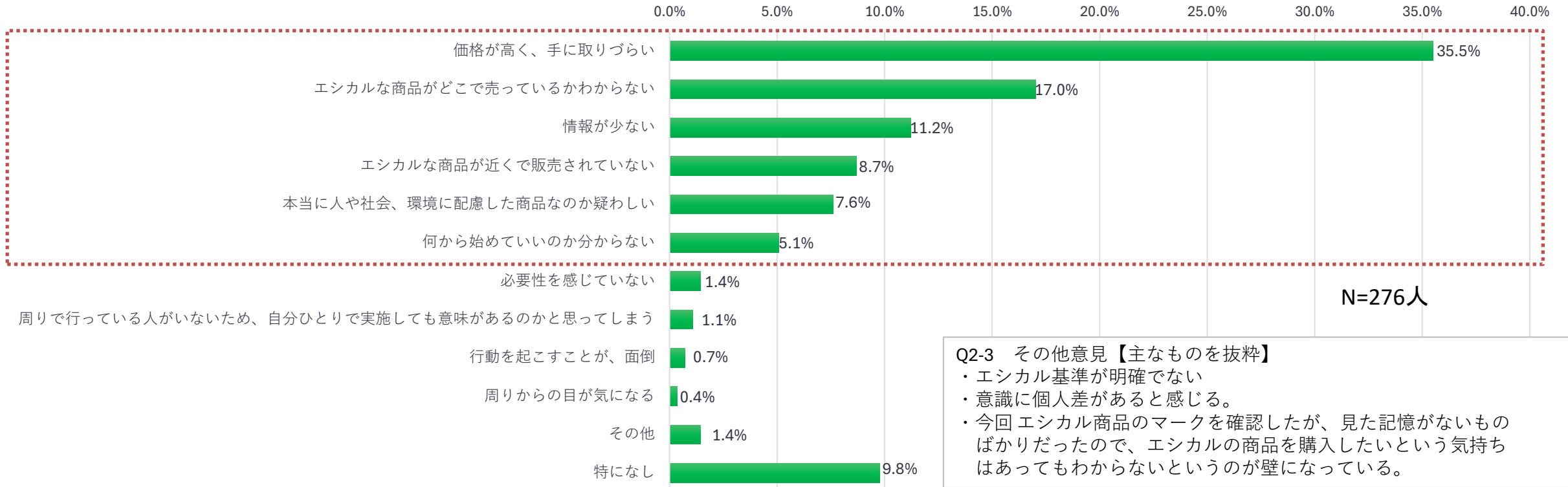
エシカル消費に関する行動をする理由として「環境や社会に貢献したい」「もったいない、節約したい」といった主体的な動機が9割以上。「みんながやっているから」「インフルエンサーが勧めているから」「特になし・なんとなく」等の受動的動機を挙げる人は少ない。

Q2-2 Q2-1で何らかのエシカル消費に関する行動を行っている人にお伺いします。
あなたが、そのような行動を取っている理由はありますか。
最もあてはまるものをお選びください。（一つのみ回答）



エシカル消費をするにあたってのハードルとして、**価格の高さ、情報の少なさ、具体的な行動が分からない、を挙げる人が多い**。また、人や社会、環境につながる商品かどうか疑わしい、との回答が一定数ある。

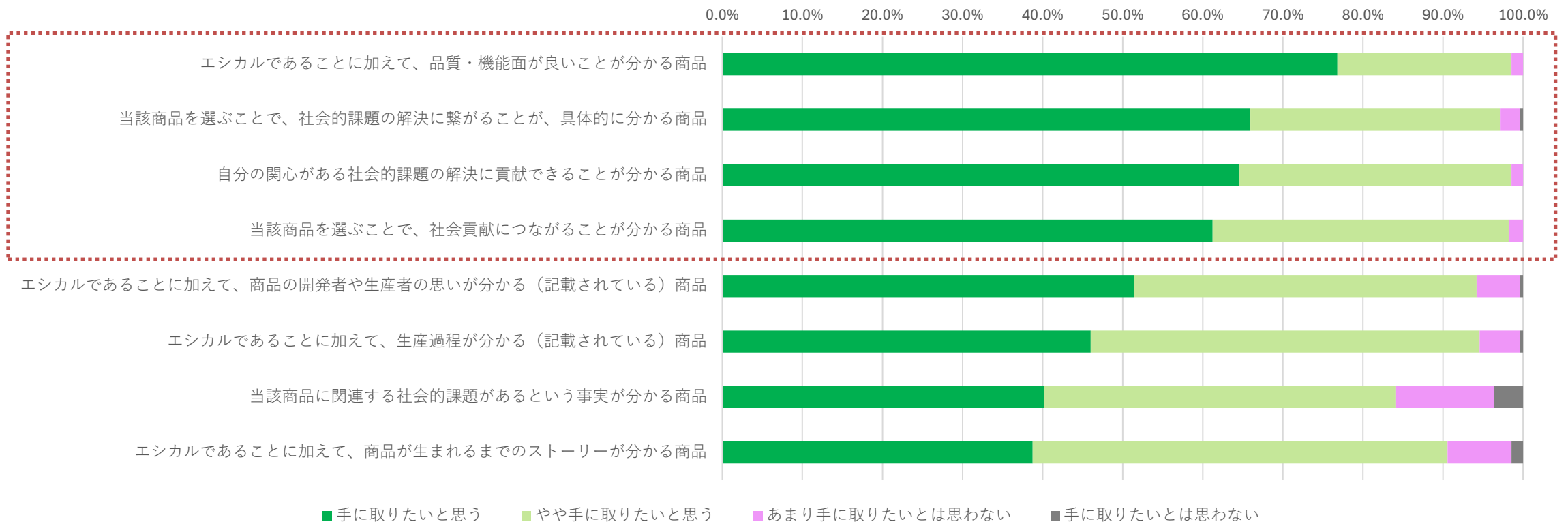
Q2-3 あなたが「エシカル消費」に関する行動を実施するにあたって、
 どのようなことが障害・ハードルになっていますか。
 最もあてはまるものをお選びください。（一つのみ回答）



「品質・機能面が良い」「社会課題の解決」「社会貢献」につながる商品であると分かれば、消費者の手に取ってもらいやすい。

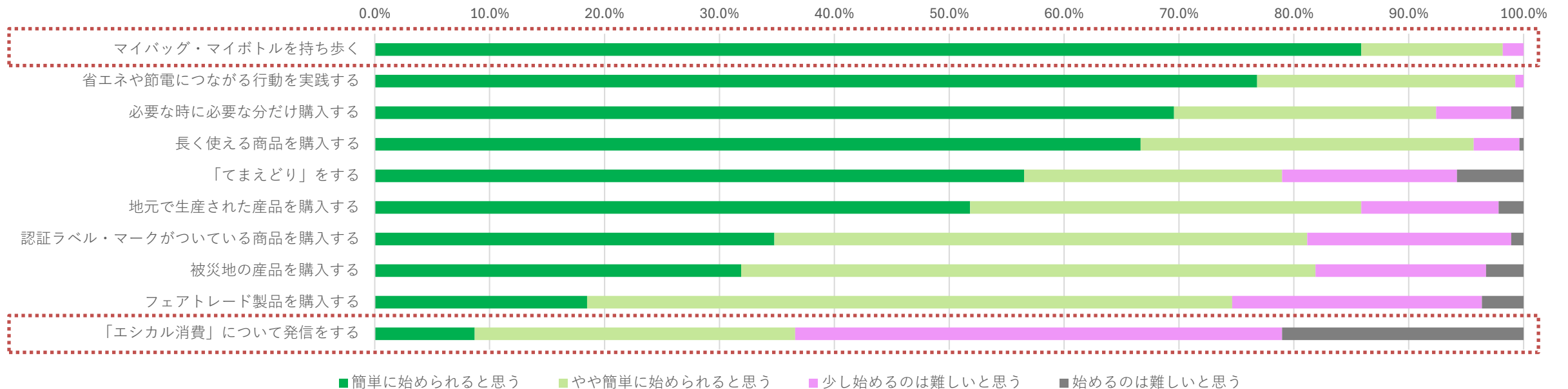
Q3 以下のような情報が含まれる商品があった場合、あなたはどの程度手に取りたいと思いますか。
あてはまるものをそれぞれお選びください。

(回答数276人。各選択肢について、「手に取りたい」～「手に取りたいとは思わない」を選択し回答)



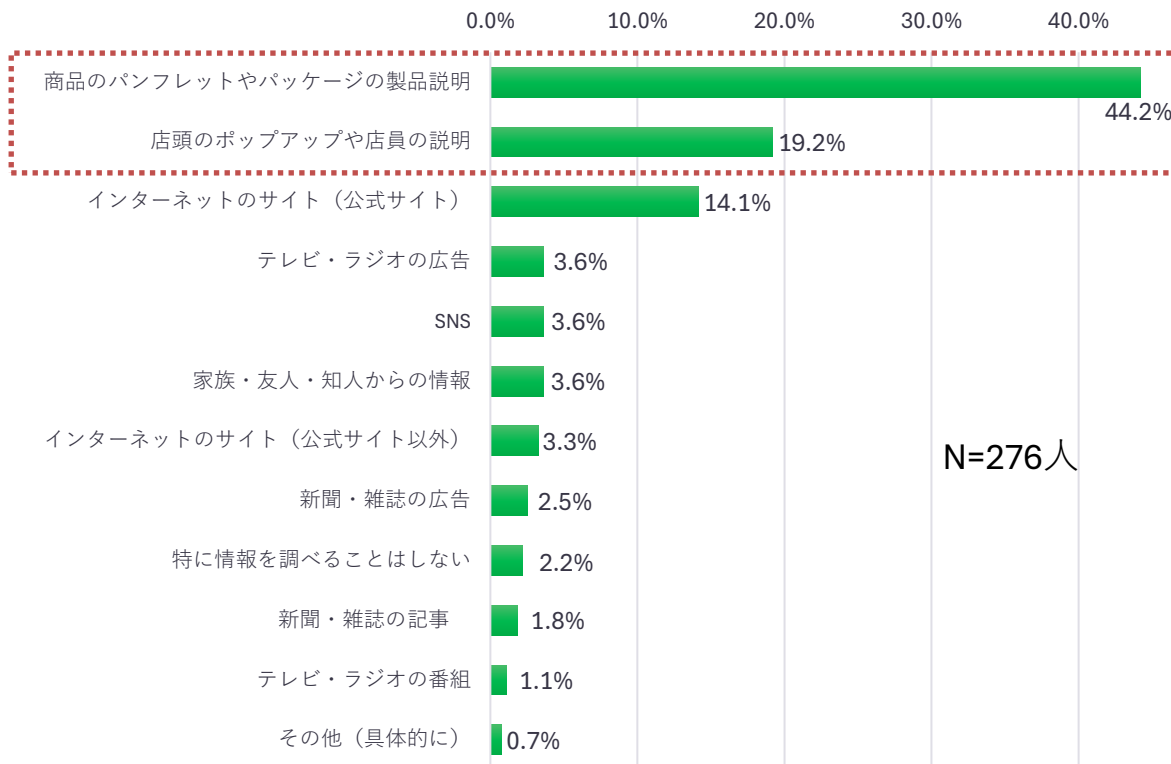
現在実践している行動と同様「マイバッグ・マイボトル」は取り組みやすく、「認証ラベルの付いた商品」や、「フェアトレード製品」の購入はハードルが高い。また「エシカル消費についての発信」は、半数以上が始めるのが難しいと考えている。

Q4 以下に挙げる「エシカル消費」につながる行動は、あなたにとってどの程度簡単に始められると思いますか。あてはまるものをそれぞれお選びください。
 ※すでに実践されている方は、今後も継続できそうか、という観点でお答えください。
 (回答数276人。各選択肢について、「簡単に始められる」～「始めるのは難しい」を選択し回答)

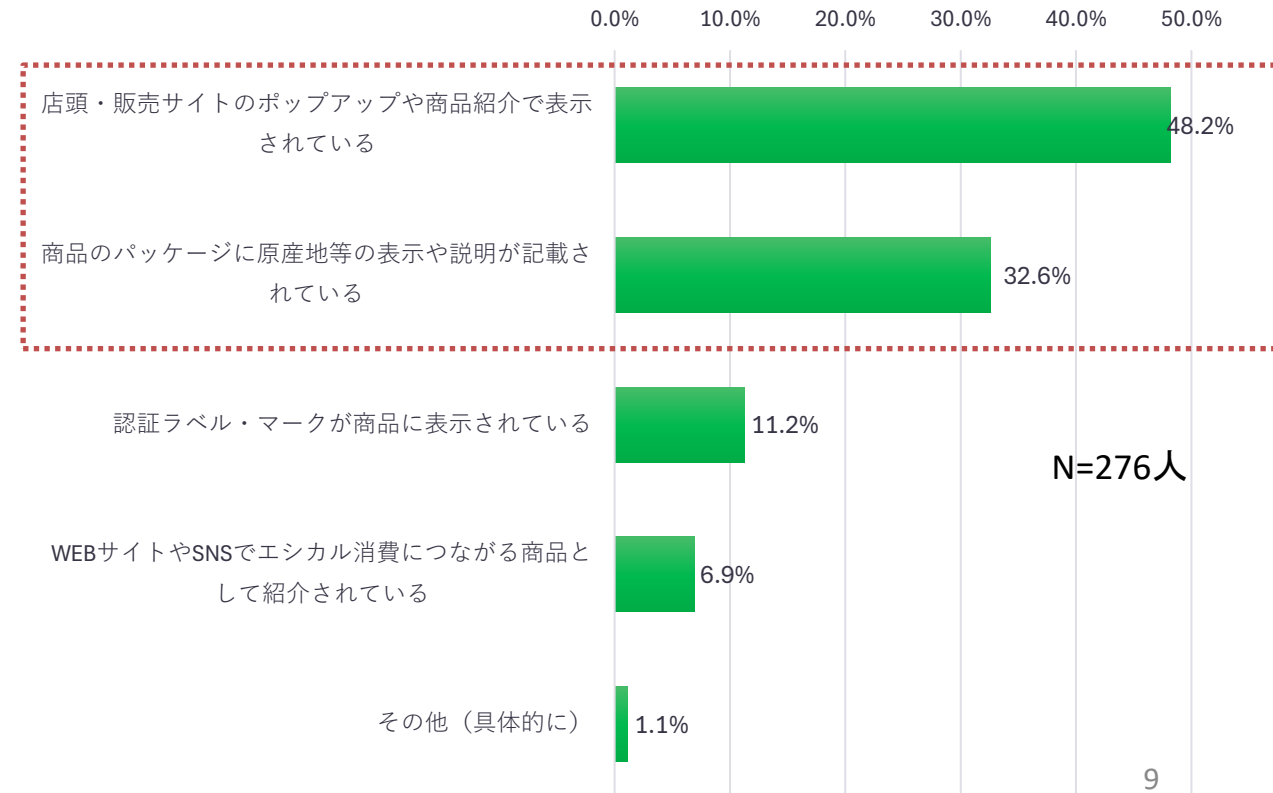


商品やサービスを選ぶ際、店頭で、商品パッケージを見たり、店員の説明を聞いたりして情報を得る人が多い。テレビ・ラジオ、SNS、口コミで得る人は、1割以下。また、商品の販売サイトや商品説明など、商品を手に取りやすくするための情報発信を求める人が多い。

Q5 日常の買い物で、商品やサービスを選ぶ時、知識・情報をどのように得ていますか。最もあてはまるものをお選びください。（一つのみ回答）

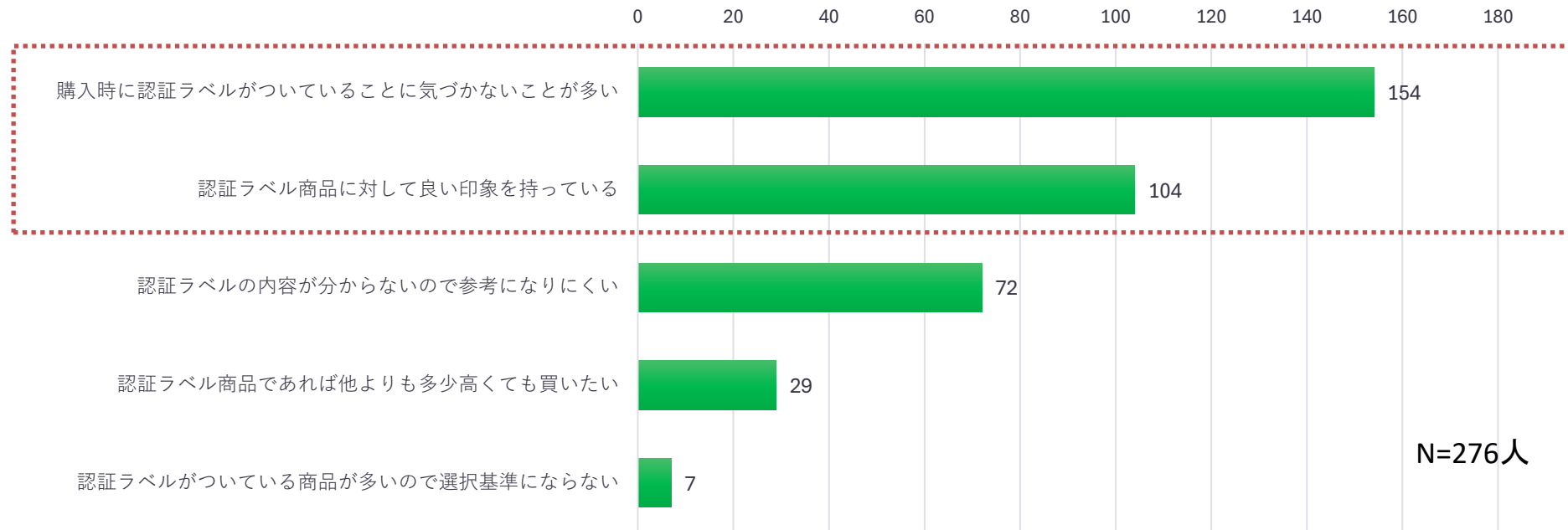


Q6 「エシカル消費」につながるモノやサービスであるかどうかのように表示・発信されていたらわかりやすいと思いますか。1番解りやすいと思うものを選択下さい（一つのみ回答）



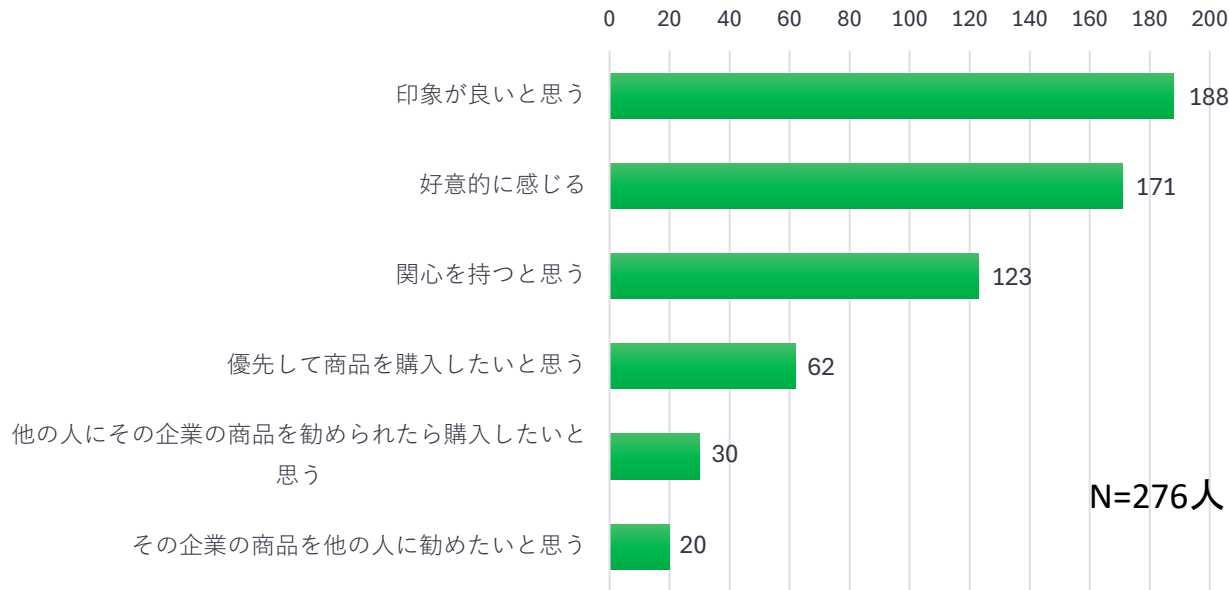
認証ラベルに対して**良い印象を持っている人が一定数いるものの、購入時に気づかない人も多い。**

Q7 「エシカル消費」に関連する認証ラベル・マークについて、
あなたの意識に近いものを選択してください。（複数選択）

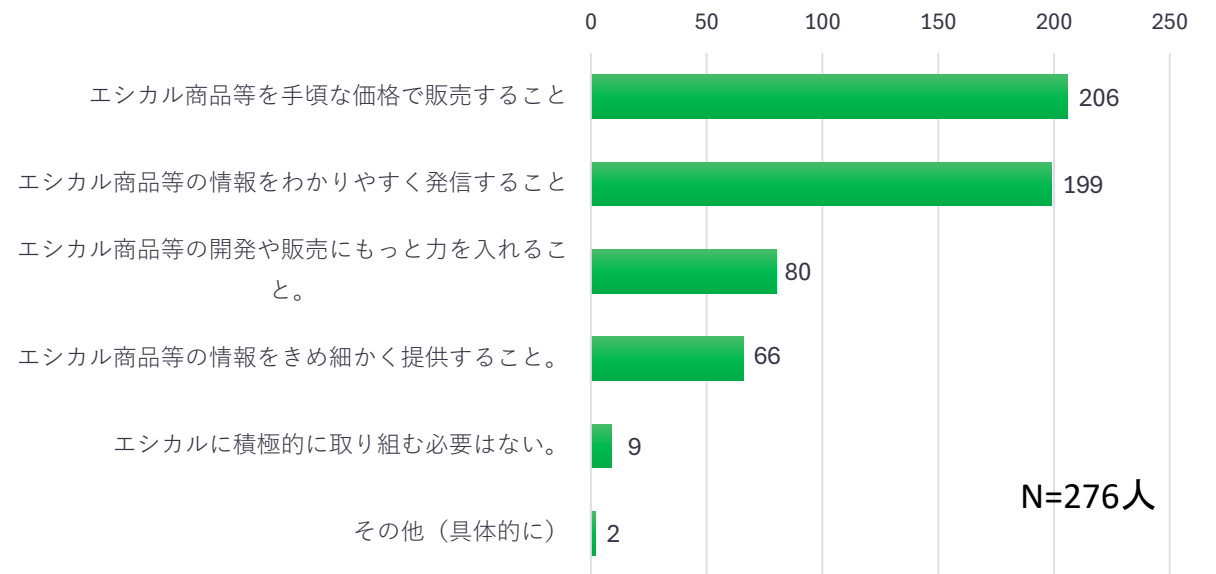


エシカル消費に取り組んでいる企業に対する印象は良いものの、商品購入の動機には十分つながっていない。また、エシカル商品の手ごろな価格での提供や情報発信を求める意見が多い。

Q8 あなたは、「エシカル消費」に取り組む企業をどのように
思いますか。あてはまるものをお選びください。（複数選択）



Q9 「エシカル消費」に関して企業に求める取組はどれですか。
（複数選択）



自由意見【主な意見を抜粋】

【エシカル消費の認識】

- ・エシカル消費の必要性は分かるが、**同一機能でありながらエシカル商品の価格が高いと行動に移すのが難しい**と思う。
- ・普段から気を付けていること事柄はあったものの、改めて見てみると、**こんなこともエシカル消費なのか、と気づかされた**こともあった。
- ・物価が高騰し、ただでさえ余裕のない日々なので、**わざわざエシカルの高い商品を買おうとは思えない**。
- ・世間的にはまだまだ、**お洒落で意識の高い人だけが取り組んでいる何か特別なこと、というイメージ**がありそうだなと感じる。
もっともっと**誰もが当たり前に取り組むこと**になればいいなと思う。
- ・スーパーなどで買えるものなど、**身近なものでないとハードルが高い**。
- ・エシカルアクションは**普段からやっているものも多く、このまま続けていけば良いのだな、**と思った。
- ・エシカル、と聞いてまだまだ**何それ？**なことが多いと思う。もっと身近な場所で気楽な情報としていろいろ気にかけて見つけていこうと感じた。
- ・エシカルとわざわざ言わなくても、そういう消費になるような商品を作っている企業が好ましい。

【普及啓発】

- ・町の中に分別用のカラフルなゴミ箱が全国に配置されたら自ずと利用すると思う。ポストのように**当たり前**に日常になじむ。
- ・幼稚園児や保育園児などの**小さい頃からの教育、企業内でも分別ゴミなど小さいことからの取り組みが大事だ**と思った。
- ・行政含めて**関係機関のより一層のPR活動**が必要と思える。
- ・エシカル消費に関連する**認証ラベル・マークが広く認識されておらず、内容が分からない**。
- ・個人に委ねるだけでなく、**企業団体など組織全体で取り組める仕組み作りも重要か**と思った。