

持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の変革の一層の促進

1 現状認識

(1) エシカル消費推進の意義

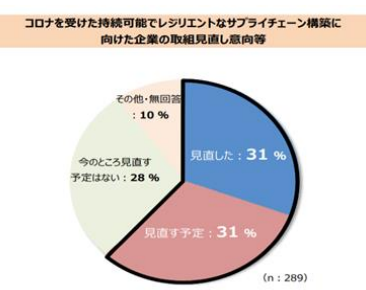
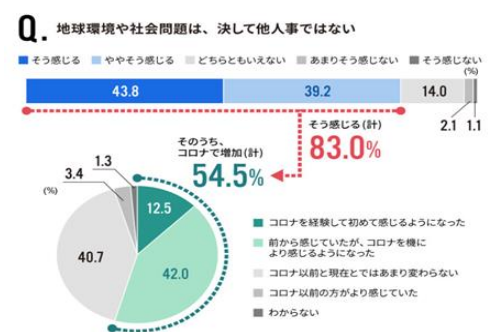
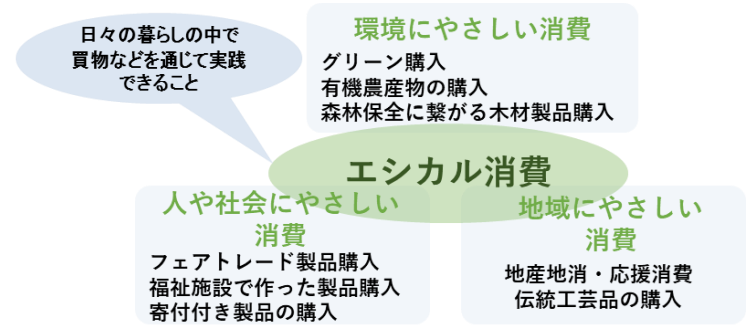
- ◆SDGs達成への貢献
 - ・エシカル消費の実践は、持続可能な生産消費形態を確保するだけでなく、生産者や労働者の生活改善、女性の自立等SDGsの様々な目標達成にも大きく貢献する取組である。

- ◆コロナによる社会変動を踏まえた消費行動の変革
 - ・感染拡大の影響を受け、消費者の意識は変化している。(地球環境や社会問題についての意識が高まっている。)
 - ・企業側は、サステナビリティの取組を重要視し始めている。

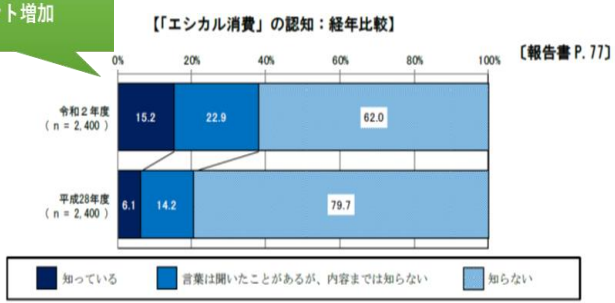
(2) エシカル消費の普及啓発～今までの取組と成果

- ◆エシカル消費の理念を、広く都民に普及啓発し、理解の促進を図るため事業を展開
 - ・動画、特設ページ、キャッチフレーズの作成(H30年度)
 - ・大学キャンパス101か所でチラシやグッズ配布(R元年度)
 - ・スーパーマーケット46店舗で関連商品コーナーの設置やチラシ等配布(R2年度)
 - ・デジタル絵本の作成、出前講座のカリキュラム作成(R3年度)

認知や関心のきっかけに一定程度の貢献



令和2年度の認知度は、平成28年度の認知度調査と比較して9ポイント増加



【出典：東京都生活文化局「若者の消費者被害に関する調査(令和2年度)」

2 今後の課題

都民がエシカル消費を実践しやすい環境の構築



「エシカルな商品はどこで購入できるのか」、「何がエシカル消費につながるのか」、「自分の身近な場所でやれることは」等の情報を、都民にわかりやすく伝えていくとともに、実践できる「仕掛け」が必要

事業者と協働して、消費行動に繋がる取組が必要



消費者のニーズと企業側の取組が接近している今の状況を捉えて、エシカル消費に資する活動に取り組む民間企業等をさらに増やしていくとともに、そういった企業等の商品やサービスの購入を消費者に促す仕組が必要



3 これからの取組

民間事業者等との連携による新たな事業展開

○多くの企業等に参加してもらうためのプラットフォームづくり(パートナー企業等集め)

- ・公募して幅広い業種から参画をしてもらうとともに、取組実績のある民間企業へも参画呼びかけ
- ・関係団体やNPOなどにも協力を依頼

○プラットフォームを活用した取組

- ・プラットフォームの発足自体を披露することで消費者にアピールするとともに、企業等にもインセンティブを生み出す取組により参加を促す。
(例: 都民向けのフォーラム、企業間の情報交換会など)
- ・プラットフォーム参加者間で生み出されるアイデアを活用した、共同事業の実施

○行動変容に繋げるための消費者への働きかけ

- ・参加企業の取組やエシカル消費に繋がる商品、購入できる場所を紹介するなどの情報提供(アプリなど検索しやすい手法を検討)
- ・消費者がエシカル消費できる場の提供(フェアトレード商品等が買えるマーケットの開催や商品の製造過程に携われる体験型イベントなど)