



消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan

エシカル消費の普及・啓発に関する取組

令和5年9月12日

消費者庁

消費者教育推進課



消費者ホットライン188
イメージキャラクター
イヤヤン

「エシカル消費」普及・啓発に関する消費者庁の取組

- 消費者の意識の変化 → 環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等の社会的課題に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心の高まり
- 公正かつ持続可能な社会の形成への参画 → 消費者教育の視野が消費者市民社会の形成へ拡大（「消費者教育の推進に関する法律」平成24年法律第61号）

「倫理的消費」調査研究会

人や社会・環境に配慮した消費行動である「倫理的消費（エシカル消費）」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を広め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行うため、平成27年5月から平成29年3月まで、「倫理的消費」調査研究会を開催。

研究会取りまとめ

～あなたの消費が世界の未来を変える～
平成29年4月「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ

○倫理的消費（エシカル消費）とは「地域の活性化や雇用なども含む、人や環境に配慮した消費行動」（消費者基本計画）

消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら消費活動を行うこと

配慮の対象とその具体例	
人	障がい者支援につながる商品
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品
環境	エコ商品 リサイクル製品 資源保護等に関する認証がある商品
地球	地産地消 被災地産品
動物福祉、エシカルファッション	

○エシカル消費に取り組む必要性と意義
・持続可能性の観点から喫緊の社会的課題を含有
・課題の解決には消費者一人一人の行動が不可欠
・「安さ」や「便利さ」に隠れた社会的費用の意識が必要

○推進方策の方向性
・国民による幅広い議論の喚起、意識の向上
・事業者による消費者とのコミュニケーションの促進
・様々な主体、分野の協働によるムーブメント作り

広く国民間での理解とその先の行動を期待

今後の方策

- エシカル消費に関連する各種イベントへの積極的な参画、支援（啓発ツール（チラシ、ポスター、動画）の提供・貸与等）
 - エシカル消費に関する教材の教育機関等への普及
 - エシカル消費の普及啓発モデルの検討・実施
- により、エシカル消費の考え方や行動を広げる

各種イベントへの参加

日経主催イベント「エコプロ」に出展



特設サイトでの情報発信



消費者庁が実施している「エシカル消費」のイベント

こども霞が関見学デー

小学生3～6年生を対象に、ワークショップ「世界の未来を変える“主役”になろう!!～よりよい買物の仕方を考えよう～」を開催



学校でも活用できる教材の作成・公開

エシカル消費の考え方や社会的課題の解決につながる買物の仕方について学習する子供向けワークショップの内容を小学校の授業等で活用できるようにアレンジした指導者向け解説書や動画等を作成し、消費者庁ウェブサイトで公開（令和4年度にデジタル教材も提供開始）



持続可能な開発目標(SDGs)の推進

「エシカル消費」は、2015年9月に国連で採択された持続可能な開発目標(SDGs)のゴール12「つくる責任 つかう責任」などに関連する取組として推進している。



サステナブルファッションに関する消費者庁の取組

消費者行動18のヒント、事業者の取組動画等の公表

- 具体的な行動のヒントを伝えることで、行動する人の輪を広げる
- 消費者が実際の行動に移しやすくする仕掛けとして、ヒントに関連する事業者等の具体的な取組事例のリンクを設定
- 事業者においても、サステナブルファッションの推進に向けた取組が進められており、その一例を紹介

消費者庁ウェブサイト「サステナブルファッション習慣のすすめ」ページ

著名人・有識者等と連携した情報発信

- サステナブルファッションに向けた取組を全国的に推進するため、サステナブルファッションの推進に賛同し協力いただける著名人・有識者等を「サステナブルファッション・サポーター」等として委嘱し、消費者向けの情報発信を強化

エシカルライフスタイルSDGsアンバサダー	
高永 愛 氏	モデル、国際協力NGOジョイセフアンバサダー
サステナブルファッション・パートナー	
剛力 彩芽 氏	俳優、モデル
サステナブルファッション・サポーター（令和5年6月現在9名）	
生駒 芳子 氏	VOGUE、ELLE元副編集長、マリ・クレール日本版・元編集長
eri 氏	DEPTカンパニー代表/アクティビスト
鎌田 安里紗 氏	一般社団法人unisteps共同代表
ガンバレルーヤ まひる 氏・よしこ 氏	お笑い芸人
関 龍彦 氏	講談社FRaU編集長 兼 プロデューサー
向 千鶴 氏	WWDJAPAN編集長統括サステナビリティ・ディレクター
村田 邦子 氏	kokoperi（アフリカ作家）
レイザーラモRG 氏	お笑い芸人

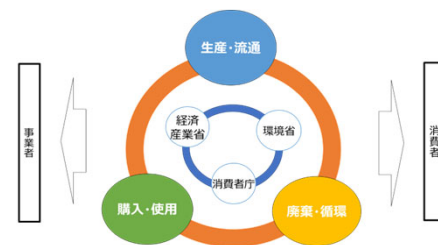
イベント開催（オンライン配信含む）

啓発動画の作成

- 消費者全般に広くサステナブルファッションの必要性を知ってもらうために、「地球を変えるサステナブルファッション」動画を公開（令和4年3月）
- ファッションに関連する問題や課題を伝え、ファッションにおけるサステナブルな考え方の必要性を訴求

関係省庁との連携（サステナブルファッションの推進に向けた関係省庁連携会議決定（令和3年8月20日））

- 消費者庁、経済産業省、環境省の3省庁が連携し、生産・流通から廃棄・循環までの各段階に応じて、事業者及び消費者の双方に向けた取組を計画的に進めるとともに、制度面を含めた課題の整理・検討を行っていく。



インフルエンサー・SNSを活用した情報発信

- サステナブルファッションに関心をもち、実践する人の輪を広げるため、幅広い分野のインフルエンサーを活用しTwitterにて情報発信
- 令和4年3月、5月に延べ18名のインフルエンサーにて「サステナブルファッション習慣のすすめ」ページに関する投稿を実施
- 若年層への普及啓発を目的とし、令和5年3月にInstagram公式アカウント「消費者庁エシカル消費」を開設し、動画等を活用した情報発信を実施

食品ロスの削減の推進に向けた消費者庁の普及啓発の取組

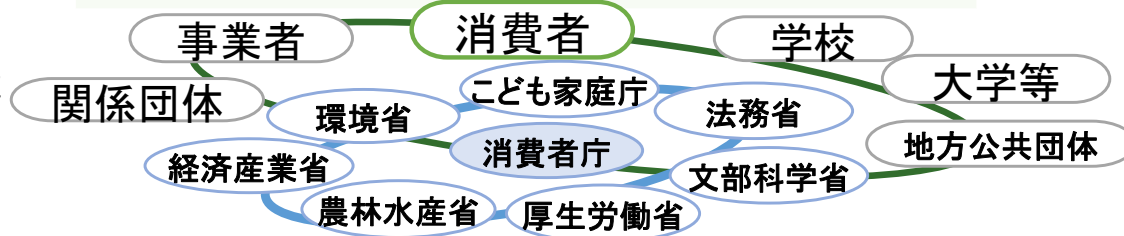
《我が国の食品ロスの状況》

2030年度までに
489万トンまで削減目標

- ・食品ロス量は年間**523万トン**(令和3年度推計)
(内訳 事業系 279万トン/家庭系 244万トン)
≡国民1人あたり毎日おにぎり1個分の食品を捨てている計算
- ・ごみ処理事業経費は年間**約2.1兆円**
(環境省「一般廃棄物の排出及び処理状況等について(令和3年度)」)

持続可能な社会の実現

多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進



チラシ・ポスターによる啓発



食材をムダにしないレシピの発信 約1,000件(2023年8月末時点)



10月食品ロス削減月間の啓発、全国大会開催



食品ロス削減推進表彰の実施

食品ロス削減川柳コンテストの開催



食品ロス削減推進アンバサダーを起用した動画やポスターによる啓発



日々の食生活で役立つ食品ロス削減の情報をまとめた特設サイトやSNSの発信



商品棚の手前からとる消費行動「てまえどり」の啓発



写真提供: フランチャイズチェーン協会

食品ロス削減ガイドブックを活用した食品ロス削減推進サポーターの育成 約2,100人登録(2023年8月末時点)

