

## “この買い物が社会貢献に！” 広がる「エシカル消費」

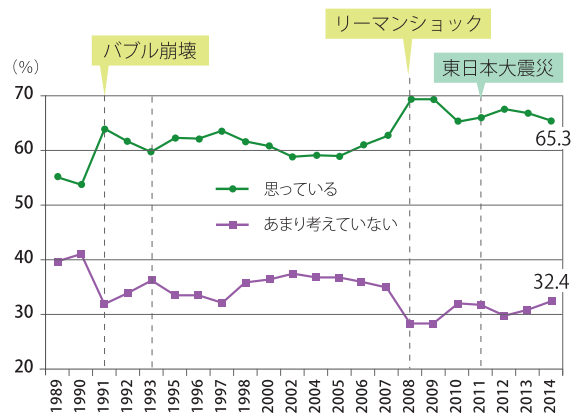
### エシカル (:ethical) 消費とは…

2014年1月の内閣府「社会意識に関する世論調査」によると、「社会のために役立ちたい」と考える人が65%以上います。バブル崩壊やリーマンショック、東日本大震災など、暮らしを揺るがす大きな出来事の後には“社会への思いが強まる”傾向があることが分かります。

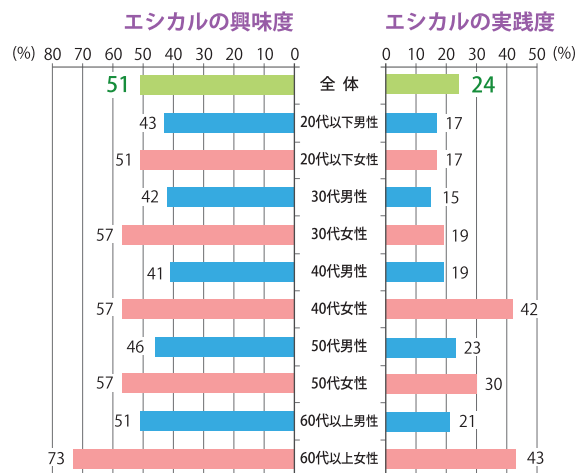
こうした意識を背景に、「エシカル消費」と呼ばれる消費行動が注目を集めています。エシカル (ethical) とは「倫理的」という意味ですが、英語圏では「環境保全や社会に配慮」された商品や行動を指しています。具体的には、個人的に価値あるモノ・コトのみの消費ではなく、環境配慮、フェアトレード、有機栽培など社会的価値にも目を向けた消費です。この「エシカル消費」は、東日本大震災後の復興応援となる商品購入や、被災地支援ツアーへの参加などで顕著になりました。

マーケティング会社であるデルフィス社の「第3回エシカル実態調査」(2012年)では、「エシカル」という言葉の認知度は13%ですが、エシカルの考え方について説明した後、興味があると答えた人は51%、すでに実践している人は24%に達しています。女性の方が興味度が高く、特に40~60代女性は実践度も高い傾向が見られました。この底流には、個人的関心のほかエシカルファッション&ジュエリーなどの女性向け商品の増加や、次世代により良い社会を残したいという願いもあるかもしれません。

今後、自ら共感できる社会貢献で価格や機能に遜色なければ、「どうせ買うならエシカルにしよう」という広がり期待されます。また、その商品のパッケージには、「エシカル」との親和性が必要です。地球とほぼ同じ組成で“高い環境適性”を持つガラスびんは、「エシカル消費」に最適なパッケージの一つと言えるでしょう。

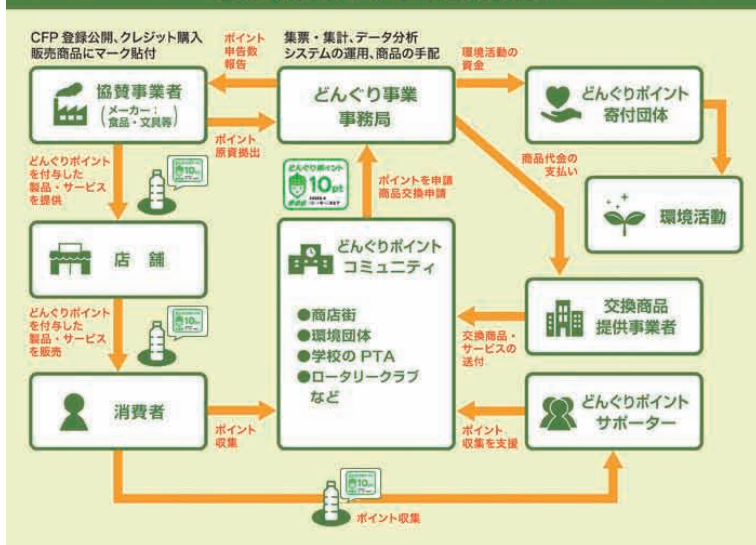


社会への貢献意識



デルフィス社「第3回エシカル実態調査」

### どんぐりポイント事業の概要



どんぐりポイントHP <http://www.donguripoint.jp/>

©どんぐり事業事務局



←どんぐりポイントラベル



←どんぐりマーク

### 「どんぐりポイント制度」スタート

2013年11月から、エコ版ベルマークと言える「どんぐりポイント制度」が始まりました。カーボン・オフセット(※)でCO<sub>2</sub>排出ゼロを実現した製品等に、ポイント付どんぐりマークが付けられます。購入した消費者は、このポイントを収集し、事務局を通じ様々なエコ活動や地域貢献活動を支援することができます。まさに「エシカル消費」を拡大させる取り組みとして、今後の展開が注目されます。

(※) 排出したCO<sub>2</sub>排出量に見合ったCO<sub>2</sub>削減活動で相殺すること。



商品化事例  
株式会社パナ農援隊

淡路島の農家が作るプレミアムバナニャカウダソース。どんぐりポイントを導入しCO<sub>2</sub>をオフセット。原料リサイクルや廃棄物減量など、環境に配慮した生産活動を実施されています。

お問合せ先: TEL.03-6734-1260