

# 用語を学ぼう！

エシカル消費と関係のある用語を紹介！  
この用語から調べてみるのもお勧めです。

## 【SDGs】

SDGsとは「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の頭文字をとったものです。2015年9月の国連サミットで採択されたこの目標は17のゴール・169のターゲットから構成されています。詳細はP2を参照。

## 【気候変動】

気候変動とは大気の平均状態(気候)が様々な要因により、長い時間をかけて変動することです。気候変動によって、いまだかつてない台風や異常気象などが発生しています。また、地球温暖化による気温上昇で都市や島の水没、感染症の拡大、農作物の不作による子供たちの栄養不良などをもたらすとされています。

## 【ESG投資】

環境(Environment)、社会(Social)、企業統治(Governance)の頭文字をとったもので、地球温暖化対策、女性従業員の活用や地域社会への貢献、法令を守った企業活動など、3つの視点から投資を行う

ことをいいます。



## 【ユニバーサルデザイン】

「ユニバーサル」=「普遍的な、全体の」という意味から、「ユニバーサルデザイン」は「全ての人のためのデザイン」のことを指します。年齢や障がいの有無、性別、国籍などにかかわらず、多くの人に分かりやすく使いやすいようデザインされたものをいいます。

## 【フェアトレード】

環境に優しく、生産者の暮らしの改善や自立を実現するため、生産者と購入者の間で商品



が適正な価格で売られること。途上国を中心に生産者が買いたたかれ、貧困に陥ってしまう問題があったことから、現在では、世界的な取組として広まっています。

## 【オーガニック】

オーガニックは有機と同じ意味で使われています。農業や化学肥料を使わないことを基本として育てられた野菜、果物などに使われる言葉です。最近では、農業や化学肥料を控えた飼料で育てられた有機畜産にも使われるようになってきています。

## 【エシカルファッション】

エシカルファッションとは、生産者の安全や生活を守り、環境に優しいフェアトレード、オーガニックコットン、リサイクル等の素材を使用したファッションのこと。



# みんなの未来に エシカル消費



私たちの普段の買物が、  
世界の未来を変えるってホント？  
できることはたくさん！  
早速探してみましょ！

監修者

よしうち  
隈内 ありさ先生

お茶の水女子大学附属高等学校教諭

●制作・著作／消費者庁 ●作成／株式会社日本リサーチセンター  
●イラスト／オゼキイサム ●デザイン／坂上大  
令和2年11月発行

消費者庁エシカル消費特設サイト  
<https://www.ethical.caa.go.jp/>  
Eメール: [i.ethical@caa.go.jp](mailto:i.ethical@caa.go.jp)



 消費者庁  
Consumer Affairs Agency, Government of Japan



3日間で90世帯から捨てられた手付かずの食品

カカオ農園で児童労働させられている子供

インドのごみの山で働く少年

伝統工芸「藍染め」

生ごみで堆肥を作るコンポスト

日本で唯一継承される揚げ浜式製塩

## エシカル消費ってなに？

エシカル<sup>※</sup>消費とは、地域の活性化や雇用<sup>こよう</sup>などを含む、人・社会・地域・環境<sup>かんきょう</sup>に配慮した消費行動です。私たち一人一人が、社会的課題に気づき、日々の買物を通して、その課題の解決のために、自分で何ができるのかを考えてみることに、これが、エシカル消費の第一歩です。私たちが商品・サービスを選択する際に、「安心・安全」、「品質」、「価格」だけでなく「エシカル消費」という基準も大切です。

※ エシカル (ethical) = 倫理的な・道徳的な

### エシカル消費こんなとき

#### 商品・サービスを 選択するとき

その商品は、誰がどこで作られ、お店までどのように運ばれてきたのでしょうか。地球環境に優しいか、人の暮らしを守って作られているかなど、調べてから選びましょう。また、買わないという選択もエシカル消費です。



#### 買物をするとき

必要な人が他にもいることを想像して、必要な分だけを買うようにしましょう。お店の人に商品のことを聞くとときは、相手の状況を考え、気持ちの良い態度で接しましょう。



#### 買ったものを 使う・処分するとき

世界では、人口の増加や気候変動の影響で、資源の枯渇が心配されています。一度使用した後もシェアやリサイクルなどをして、資源を大切に長く使しましょう。



## SDGs とは？

貧困、紛争、テロ、気候変動など、様々な社会的課題の解決に向けて、世界中の様々な立場の人々が話し合い、解決方法を考えた「誰一人取り残さない」をキーワードに2030年までに達成すべき目標のこと。目標達成のために私たちができること、それがエシカル消費です。

### 関連するSDGs

12 つくる責任  
つかう責任



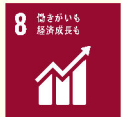
#### つくる責任 つかう責任

持続可能な方法で生産し、消費する取組を進めていこう。



#### 1 貧困をなくそう

あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせよう。



#### 8 働きがいも経済成長も

児童労働などをなくし、すべての人が働きがいと十分な収入を得て経済成長することを目指そう。



#### 14 海の豊かさを守ろう

魚の獲り過ぎ、水質汚染、プラスチックごみの投棄などで悪化した海の生態系を守ろう。



#### 16 平和と公正をすべての人に

紛争やテロで命を奪われる人をなくすため、すべての人が法や制度で守られ、安心して暮らせる公正な社会をつくらう。



#### 4 質の高い教育をみんなに

すべての人が受けられる公正で質の高い教育の完全普及を達成し、生涯にわたって学習できる機会を増やそう。



#### 10 人や国の不平等をなくそう

国内及び国家間の不平等を見直そう。



#### 15 陸の豊かさを守ろう

開発による砂漠化や生物の絶滅を防ぎ、森林の保護・回復と持続可能な利用を推進しよう。



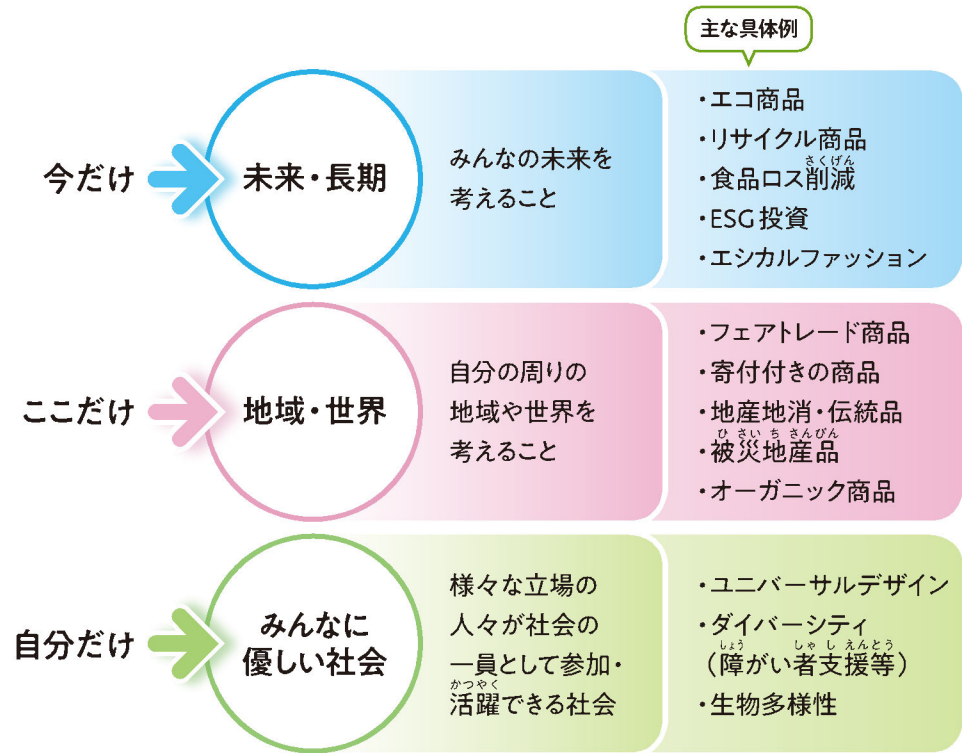
#### 17 パートナリーシップで目標を達成しよう

目標の達成のために必要な手段を強化し、持続可能な開発に向けて世界のみんなで協力しよう。



引用・参考文献：日本ユニセフ協会「私たちがつくる持続可能な世界」

# エシカル消費は今までと何が違う？



この具体例は必ずしも1つの分類のみに当てはまるとは限りません

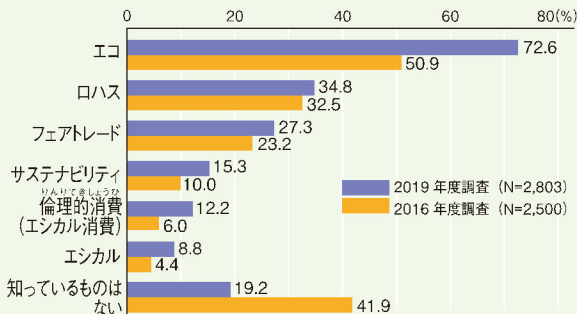
# あなたの消費が世界の未来を変える！



## エシカル消費への意識

### エシカル消費に関する言葉の認知状況(複数回答)

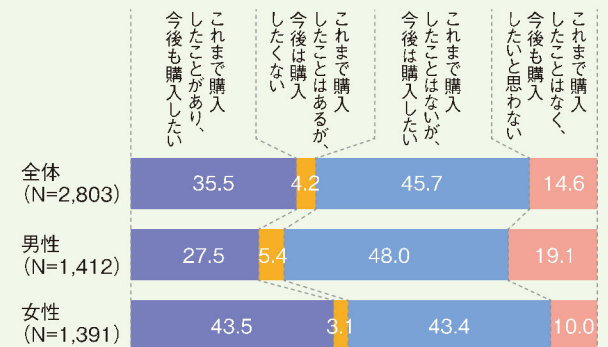
その認知度は高い順に「エコ」「ロハス」「フェアトレード」。「エシカル消費」の認知度は12.2%にとどまるが、2016年度調査と比べると2倍以上に上昇している。



出典：消費者庁「エシカル消費(倫理的消費)に関する消費者意識調査」  
 調査期間：2020年2月19日～25日  
 調査方法：インターネット調査  
 調査対象：全国の15～65歳男女  
 回収サンプル数：2,803

### エシカル消費につながる商品・サービスの購入意向

全体では「今後も購入したい」「今後は購入したい」の計が81.2%に上る。性別では「購入したことがある」「今後購入したい」の計が共に女性が男性を上回り、女性の積極的な姿勢が目立つ。



# 社会で起きている問題を知ろう！

## 食品ロスって？

食品ロスとは、食べられるのに捨てられてしまう食品のこと。日本では、1日におにぎり1億2,000万個分に相当する食品ロスが発生しています。食品ロスを減らすために、まず私たちにできることは「おいしく食べ切ること」や「必要な分を購入すること」。すぐに食べる食材を買うときは商品棚の手前から取る「手前どり」にもトライ！



### 企業の取組事例

#### 食料廃棄を楽しく解消、「クリエイティブクッキングバトル」の開催

●クックパッド株式会社・CREATIVE COOKING BATTLE 実行委員会

“ありモノからおいしい料理を作ることは生活の中で最もクリエイティブな行為である”をコンセプトに、残り食材を工夫して自由に料理する能力に焦点を当てたエンターテインメント型フードロス解消バトル。2020年は中高生が実行委員となり、オンラインで開催しました。



## 海洋プラスチックごみって？



ポイ捨てや不法投棄などにより、回収されずに河川を通じて海に流れ込んでいる「海洋プラスチックごみ」が日々発生しています。紫外線で劣化して小さくなったプラスチックは、海に漂う汚染物質とくっつき、海の生き物のお腹の中へ。それを人間が食べることで、体の中に汚染物質が入ってきてしまいます。このままでは、2050年の海は魚よりプラスチックごみの方が多くなるかもしれないといわれています。



### 企業の取組事例

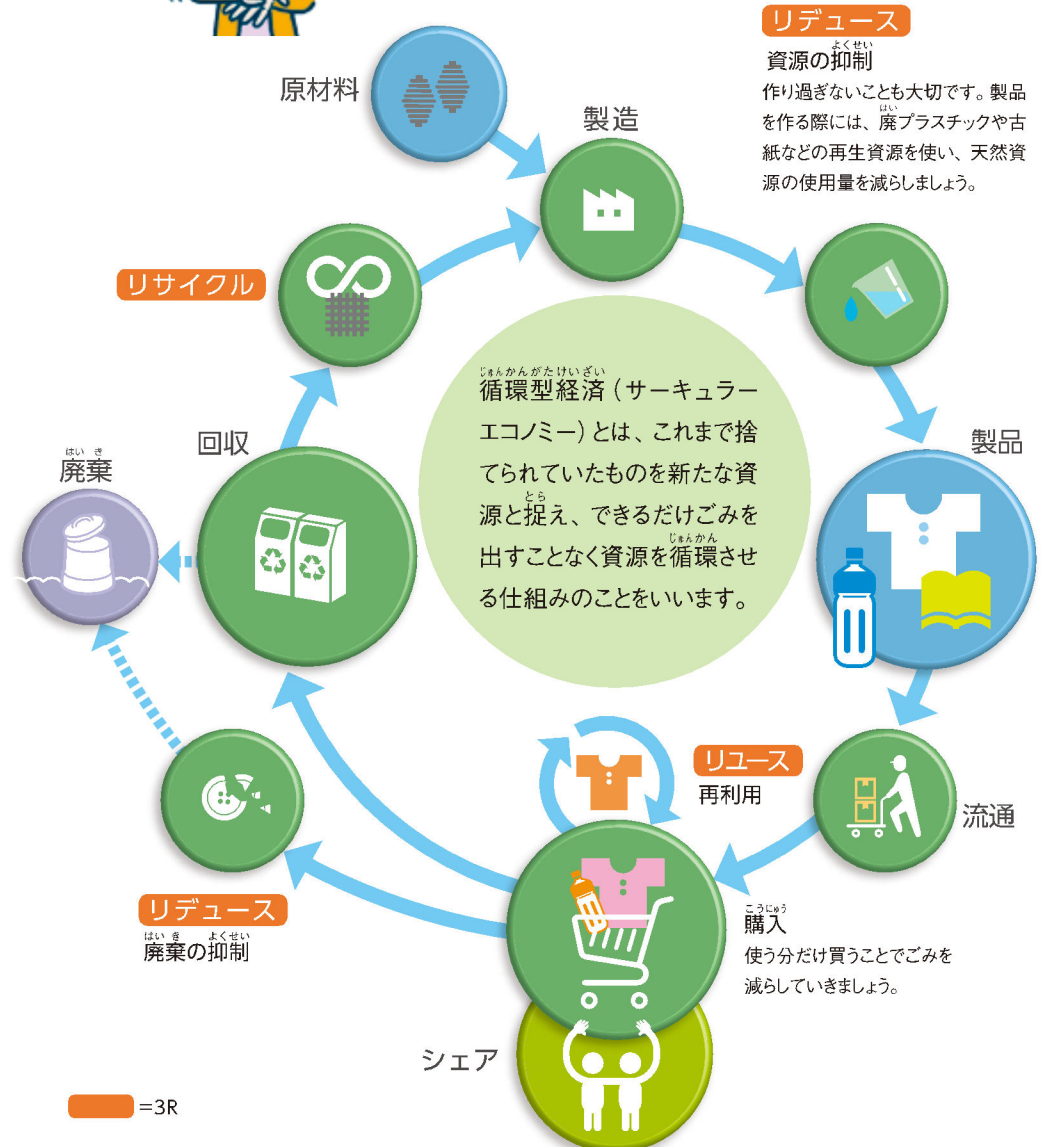
#### 世界初の「完全循環型ペットボトル」を実現

●日本コカ・コーラ株式会社、株式会社セブン&アイ・ホールディングス

2019年6月に、セブン&アイグループ店頭でお客様から回収したペットボトル100%を原材料にした完全循環型ペットボトルを発売しました。これは、流通小売であるセブン&アイグループと容器の設計・リサイクルの優れた技術を持つ日本コカ・コーラとの業界を超えた連携で実現しました。



# エシカル消費で循環型経済をつくっていこう！



# 生活の中で どんなエシカル消費ができる？

このパンフレットで知ったことを基に、それぞれの場面でできることを考えてみましょう。身近な商品のことを調べて選ぶ、無駄をなくすなどの小さなことでも、みんなでやれば大きな変化になります。

## 家庭で



- 冷蔵庫の中を確認し食材を使い切る、また、料理は残さず食べ切る
- 生活の中でプラスチックを減らす
- 電気や水などの消費資源の無駄をなくす

## 学校・会社で



- 周りの友達や同僚に学んだことを話してみる
- 学校の授業や社員研修でエシカル消費を扱うよう働き掛ける
- 給食や社食で持続可能な方法で調達された食材を扱うよう働き掛ける

## 買物で



- ホームページでエシカル消費につながる取組をしているお店を探す
- エシカル消費につながる商品を扱ってもらえるよう働き掛ける
- 認証ラベル付きの商品を購入する

## 地域で



- 地域の商店街で買物をする
- 地域のルールに沿ったごみの分別を徹底する
- 地域の農産品や伝統品を購入する

# 今日からできる！こんなこと

今日から始められるアクション「3ステップ」を紹介（しょうかい）します。まずは自分で調べてみる、分かったことを基に実際に行動する、やってみたことを周りにシェアするの3つにトライしてみましょう。

## 1 調べる

パンフレットにある言葉や問題の背景を調べて、新たな発見をしましょう。ポイントは、企業や行政機関のウェブサイトなど信用できる情報を参照することです。



## 2 行動する



調べたら、行動に移してみましょう。お店で認証ラベルのある商品や、長く使える商品を選ぶようにしましょう。買物をするときは必要なものだけを買うようにしましょう。

## 3 他の人とシェアする

良い情報はみんな知りたいもの。家族や友人に話したり、インターネットでシェアしたりして気付きを増やしていきましょう。



# 認証ラベルを探してみよう!

皆さんが日常で使っているもの、食べているもの、住んでいる家などは、多くの自然素材や人々の手によって作られています。こんなラベルがどこに付いているか、買物のときに探してみましょう。



**MSC 「海のエコラベル」**  
水産資源や環境に配慮した漁業で獲られた水産物に付けられる。



**国際フェアトレード認証ラベル**  
生産者の暮らしの改善や自立の実現、環境保護を目指し適正な価格で取引をする商品に付けられる。



**FSC® 認証**  
適切な森林から生産される木材と製品に付けられる。



**RSPO 認証**  
熱帯林の環境とそこに生息する生物の多様性に配慮し、生産者の暮らしを守る商品に付けられる。





**伝統マーク**  
地域に根付き継承されている技術や技法、自然素材で製作された国指定の伝統的工芸品のシンボルマークです。



**有機JASマーク**  
農業や化学肥料を控え、自然界の力で生産された食品に付けられる。



**レインフォレスト・アライアンス認証**  
より持続可能な農法で栽培された製品に付けられる。



**エコマーク**  
生産から廃棄にわたり環境への負荷が少なく、環境保全に役立つ商品に付けられる。

認証ラベルは他にも多数あり、これらはその一例です

## エシカル消費につながる取組事例

### CASE 1

#### FSCジャパンとグループ企業7社共同で、「FSC®認証材の調達宣言2020」を発表

● キリンホールディングス株式会社

キリンビバレッジは使用する全ての紙容器で2019年末にFSC®認証紙への切り替え100%を達成しました。さらに、多くの商品に認証ラベルを付けることで消費者に認証紙の容器を使った商品を選ぶ重要性を伝えています。



©FSCジャパン

### CASE 2

#### 途上国の雇用を生み出し、世界に通用するブランドをつくる

● 株式会社マザーハウス

途上国にある素材、職人の技術に光を当て、現地でもノづくりをし、日本及びアジア、フランスで店舗展開をしています。現地の工場や工房も全て自社で運営し、安定した雇用と安心・安全な環境を整備し、生産拠点と捉えず、家族であるという思想で運営しています。



バッグや革小物を生産しているバングラデシュのマトリゴール工場

### CASE 3

#### 飢餓や貧困に苦しむ子供たちへ学校給食を支援

● 日清食品ホールディングス株式会社

日清食品と日清食品冷凍は、途上国の学校に給食を提供する「国連WFPレッドカップキャンペーン」に2012年から参加し、対象商品の売上げの一部を寄付しています。



©Mayumi Rui

国連WFPは、飢餓をゼロにすることを使命とする国連唯一の食料支援機関です。貧困の中にいる子供たちに「学校給食」という希望を届けています。