

エシカル消費の更なる普及のために  
～エシカル・ラボの成果～

令和2年10月  
消費者庁消費者教育推進課

## 目次

1. はじめに .....	2
2. エシカル・ラボの開催実績等 .....	3
(1) 開催状況 .....	3
(2) 開催概要 .....	3
(3) エシカル・ラボ開催後の開催府県の主な取組 .....	6
(4) 来場者の傾向 .....	10
3. エシカル・ラボが開催府県に与えた影響 .....	13
(1) 来場者に与えた影響 .....	13
(2) 来場していない県民・府民に与えた影響 .....	13
(3) 県内・府内の登壇者に与えた影響 .....	14
(4) 県庁・府庁に与えた気づき .....	14
(5) エシカル・ラボの開催を契機として、県庁・府庁が、エシカル消費の普及啓 発で工夫するようになった点や意識するようになった点 .....	16
4. 全国での取組に向けて .....	18
(1) エシカル・ラボにおける好事例の紹介 .....	18
(2) エシカル・ラボを通して見えてきた課題とその方策 .....	20
5. おわりに .....	22

## 1. はじめに

消費者庁では、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」を開催し、エシカル消費の意味や必要性について検討を行うとともに、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議論を行った。

この研究会の議論を踏まえ、エシカル消費の概念の普及や多様な主体によるムーブメント作りのため、平成 27 年 12 月 12 日に東京都で第 1 回「エシカル・ラボ」を開催して以来、開催地の府県の協力の下、令和元年度までに全国 9 か所でシンポジウムを開催し、エシカル消費の全国的な普及・促進に向けた取組を行ってきたところである。

本稿では、地方公共団体がエシカル消費の普及啓発の施策・取組を考える際の一助となるよう、エシカル・ラボを共催で開催した府県（以下「開催府県」という。）に実施したアンケート<sup>1</sup>の結果を基に、エシカル・ラボの振り返りを行い、その成果を取りまとめるとともに、開催府県のその後の取組における好事例等を紹介・共有するものである。

---

1 秋田県、石川県、静岡県、京都府、兵庫県、鳥取県及び山口県にアンケートを実施（令和 2 年 7 月）。

## 2. エシカル・ラボの開催実績等

### (1) 開催状況

平成 27 年から令和元年度までのエシカル・ラボの開催状況は下表のとおりである。なお、第 1 回及び第 2 回のエシカル・ラボは、平成 27 年 5 月から 2 年間にわたり開催した「倫理的消費」調査研究会の関連事業として、消費者庁主催で実施したものである。また、第 3 回から第 9 回のエシカル・ラボは、消費者庁と開催府県の共催で実施したものである。

	開催日	名称	開催地
1	平成27年12月12日	エシカル・ラボ	東京都江東区
2	平成28年7月24日	エシカル・ラボin徳島	徳島県徳島市
3	平成29年10月21日	エシカル・ラボinとっとり	鳥取県米子市
4	平成30年9月1日	エシカル・ラボin秋田	秋田県秋田市
5	平成30年10月20日	エシカル・ラボin山口	山口県山口市
6	平成31年3月9日	エシカル・ラボin京都	京都府京都市
7	令和元年8月24日	エシカル・ラボin石川	石川県金沢市
8	令和元年9月29日	エシカル・ラボinひょうご	兵庫県神戸市
9	令和元年12月21日	エシカル・ラボinしずおか	静岡県浜松市

### (2) 開催概要

#### ① エシカル・ラボ（平成 27 年 12 月 12 日）

参加者が対話形式でエシカル消費について基礎から学べる「エシカル・カレッジ」、各界の有識者のパネルディスカッション「エシカル・トーク」、海外のエシカル消費の最新の状況を知ることができる「エシカル・レポート」、エシカル消費に取り組む若者が発信する「エシカル・メッセージ」といったプログラム構成とし、エシカル消費の普及を図った。

当日は、「エコプロダクツ 2015」への参加者を始め、若年層も多く参加し、各地から約 170 名の方が来場した。

#### ② エシカル・ラボ in 徳島（平成 28 年 7 月 24 日）

徳島県を本会場とし、東京会場を中継で結んで開催した。

衣・食・住・移動交通・情報通信の 5 つのテーマに沿って世界のエシカル消費に関する新聞記事を解説したり、地元徳島での取組を紹介したりす

る「エシカル・ニュース」のコーナーを、キャスターと解説者の組合せで展開した。

当日は、徳島のメイン会場、東京のサテライト会場で合計約 260 名が来場した。

### ③ エシカル・ラボ in とっとり（平成 29 年 10 月 21 日）

俳優・気象予報士の石原良純氏と、（一社）日本エシカル推進協議会の中原秀樹氏が、「エシカル消費」が注目を集めている背景について、「気候変動」を基軸に対談を行った。また、平井伸治鳥取県知事と来場者と共に、県内における「エシカル消費」の更なる普及を願い、「エシカル宣言」を唱和した。また、詩人の谷川俊太郎氏が創作した詩「お金名人」（「エシカル消費」をテーマに、子どもから大人まで、お金の使い方について考えるきっかけになってほしいとの願いが込められたもの）が披露された。

会場には 10 代から 70 代まで約 300 名が来場した。

### ④ エシカル・ラボ in 秋田（平成 30 年 9 月 1 日）

落語家の立川平林（たてかわ ひらりん）氏が「エシカル落語」を披露し、エシカル消費とは何かについて、落語ならではの笑いを交えながら、伝えた。

また、「秋田らしいエシカル消費って？」をテーマに公立大学法人秋田県立大学の谷口吉光教授が講演し、さらに、秋田県内でエシカル消費に取り組む企業や学校の方々が事例報告（エシカルトーク）を行うなど、秋田県内の身近なエシカル消費の取組を紹介した。

会場には約 200 名が来場した。

### ⑤ エシカル・ラボ in 山口（平成 30 年 10 月 20 日）

第 1 部では、エシカル インスティテュート なごや副代表の三輪昭子氏が、『エシカル消費』はじめの一步」と題し、「エシカル消費」に関する基本的な考え方について説明した。第 2 部では、NPO 法人フードバンク山口の理事長を務める山口県立大学の今村主税准教授が、「食から考えるエシカル消費」と題し、講演した後、今村准教授の進行の下、山口県内でエシカル消費に取り組む事業者や行政、消費者団体の代表者が、それぞれの活動を紹介した。第 3 部では、地域の若者による取組事例に焦点を絞り、高校生と大学生自身が、それぞれの取組を紹介した。

また、山口県は「エシカル消費」に関わる商品の物販も行った。会場には約 150 名が来場した。

## ⑥ エシカル・ラボ in 京都（平成 31 年 3 月 9 日）

（一社）エシカル協会の末吉里花代表理事とよしもとクリエイティブ・エージェンシー所属芸人のたけだバーベキュー氏が基調対談、よしもとクリエイティブ・エージェンシー所属芸人のネイビーズアフロの二人がエシカル漫才を行い、エシカル消費とは何かを分かりやすく伝えた後、京都らしいエシカル消費の紹介として、京都府内の学生が取組事例の発表、華道「未生流笹岡」家元の笹岡隆甫氏が「いけばなパフォーマンス」、京都を拠点に活動する事業者や有識者が対談を行った。シンポジウムには約 250 名が来場した。

また、会場では、府内の事業者、民間団体及び学生がフェアトレード商品や地場野菜の販売等を行った。

さらに、関連イベントとして、イオンモール京都桂川において、買物客を対象としたエシカル消費の啓発イベント「未来を想うお買い物講座」（平成 31 年 3 月 7 日）を実施し、エシカル・ラボの開催当日は、子ども向けワークショップ「世界を変える“スーパー”ヒーローになろう」や、府内の事業者や民間団体によるワークショップを開催した。

## ⑦ エシカル・ラボ in 石川（令和元年 8 月 24 日）

石川県で毎年開催されている「いしかわ環境フェア 2019」との同時開催で実施した。第 1 部では、エシカルファッションプランナーの鎌田安里紗氏の進行で、「エシカルファッション」をテーマに、北陸先端科学技術大学院大学の増田貴史講師及び「友禅空間 工房久恒」の久恒俊治代表が対談を行った。この対談では、天然染料を用いた加賀友禅の商品化に向けた取組を紹介し、環境や地域に配慮した消費行動について、ファッションの観点から幅広い議論が行われた。

また、石川県内でエシカル消費につながる取組を実践している事業者や学校生徒が活動発表を行ったほか、青木クッキングスクール主任教諭の谷敬子氏が、地元の食材を使用したレシピや捨てられてしまう食材を活用したレシピを紹介する「エシカルクッキング」を実演した。シンポジウムには約 150 名が来場した。

さらに、会場内に設けられた展示コーナーでは、子ども向けワークショップ等を行った。

## ⑧ エシカル・ラボ in ひょうご（令和元年 9 月 29 日）

ステージイベントでは、エシカルファッションプランナーの鎌田安里紗

氏の進行で「ファッション」をテーマに、地元の高校生・大学生・事業者のトークショー、古着リメイクファッションショー、地場産品である播州織を使ったファッションショーを行ったほか、よしもとクリエイティブ・エージェンシー所属芸人の天才ピアニスト及び「モンスーン」がエシカル消費を題材とした漫才が披露した。

また、会場内に設けられた展示・販売コーナーでは、子ども向け体験学習、フェアトレードのドキュメンタリー映画の上映、地元産の野菜や海の幸加工品、天然素材のコスメの販売等、「食べる」、「使う」、「買う」という日常の行動の中にある「エシカル消費への気づき」につながるブース展開を行った。

会場には約 1,100 名が来場した。

### ⑨ エシカル・ラボ in しずおか（令和元年 12 月 21 日）

浜松市で活躍しているクラリネット奏者による「エシカル MUSIC」の後、「エシカル Presentation」では横浜国立大学の西村隆男名誉教授を進行役に、浜松開誠館高等学校の学生、認定 NPO 法人オールしずおかベストコミュニティ支援部長の松本克彌氏及び株式会社資生堂 社会価値創造本部サステナブル環境室室長の中村亜希子氏が活動発表を行った。また、「エシカル Talk」では再び進行役を西村名誉教授が務め、フリーアナウンサーの富永美樹氏と RICCI EVERYDAY COO の仲本千津氏が鼎談を行った。

エシカル消費に関連した展示会「エシカル STREET」では、企業、学校、団体、官公庁による 18 の展示ブースにて試食を含む展示・販売や、林野庁と企業による木のストローのワークショップを実施したほか、日本で初となるフェアトレード大学に認定された静岡文化芸術大学の学生が考案した「エシカル消費」をイメージしたロゴマークの人気投票を行い、その授賞式をシンポジウムの会場で行った。

会場には約 300 名が来場した。

### （3）エシカル・ラボ開催後の開催府県の主な取組

開催府県では、エシカル・ラボ開催後も様々な取組によりエシカル消費の普及啓発を継続している。以下では、それらの取組の中から主なものを紹介する。

### ① 鳥取県（エシカル消費フェアの開催、令和元年度）

県内小売事業者と連携して、県民が日常的に消費活動を行うスーパーマーケットでエシカル消費の啓発及びエシカル商品の継続的な展示販売を実施した。

（展示販売の様子）



### ② 秋田県（エシカル消費取組事例集の作成、平成 30 年度）

エシカル消費の概念、認証ラベル、秋田県におけるエシカル消費の取組等をパンフレット形式で 3000 部作成し、事業者団体等に配布した。

（事例集「はじめよう！エシカル消費」）



### ③ 山口県（エシカルレシピコンテスト、令和 2 年度）

県民のより深いエシカル消費の理解を目的として、「山口県エシカルレシピコンテスト」を開催した。規格外野菜を利用したレシピや、地産地消レシピ・認証ラベル製品使用レシピ等を募集し、生活に身近な「食」をテーマにエシカル消費の普及啓発を図った。





## ⑤ 石川県（取組事例の収集、令和元年度）

- ・主体：金沢青年会議所、自然資本経営推進委員会
- ・事例の概要：生産者、販売店が連携し、規格外の野菜販売会などを実施。  
販売店が消費者に対し率先的にエシカル消費の啓発を行い、生産者は消費者の意見を反映した倫理的な生産が行われる仕組みを構築。
- ・参考：金沢青年会議所のウェブサイト（事業説明のウェブページ）  
[http://www.kanazawa-jc.or.jp/2020/projects/ethical\\_promotion/](http://www.kanazawa-jc.or.jp/2020/projects/ethical_promotion/)
  
- ・主体：金沢エコライフクラブ
- ・事例の概要：不要なおもちゃの交換会、縮絨させたウール古着で作る保温調理器や陶器のかけらで作る写真立てなどのアップサイクルクラフト、お店でエシカル商品を見つけるワークショップなどの体験講座を実施。
- ・参考：金沢エコライフクラブのウェブサイト  
<http://kanaeco.com/>
  
- ・主体：日本生活協同組合連合会
- ・事例の概要：自社の商品を寄付付き商品とするなど、エシカルな商品を積極的に製造、販売している。また、エシカル消費についてのパンフレットの作成やホームページを公開し、エシカル消費の普及も行っている。
- ・参考：日本生活協同組合連合会のホームページ  
[https://goods.jccu.coop/ethical/index.html?utm\\_source=promise?utm\\_medium=link?utm\\_campaign=ethi](https://goods.jccu.coop/ethical/index.html?utm_source=promise?utm_medium=link?utm_campaign=ethi)

## ⑥ 兵庫県（消費者・事業者・行政によるワークショップ（中止）、令和元年度）

「エシカル・ラボ in ひょうご」において、事業者がエシカルな取組を進めることで、消費者の意識が大きく変わることを学んだ大学生から、他の事業者の取組についても知りたいとの声が挙がった。消費者が何に関心を持つか話し合うことで、消費者、事業者、行政がそれぞれの立場において「エシカル消費」を促進する手がかりとなることを目的に、大学生の企画運営で実施する予定であった。参加者 100 名程度で 2 月末に開催予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大防止のため前日に中止が決定した。

(消費者・事業者・行政によるワークショップチラシ)



⑦ 静岡県 (生活協同組合との連携、令和2年度)

生活協同組合の広報誌にエシカル消費についての記事を掲載し、エシカルロゴマークを周知した。

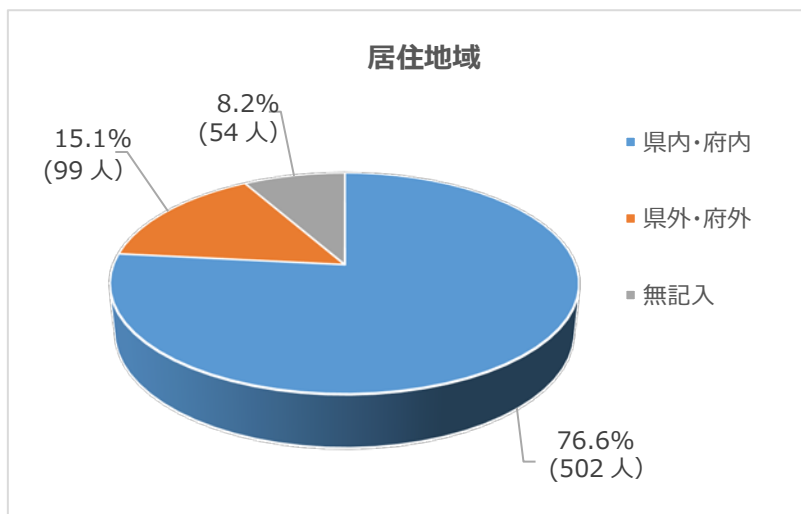
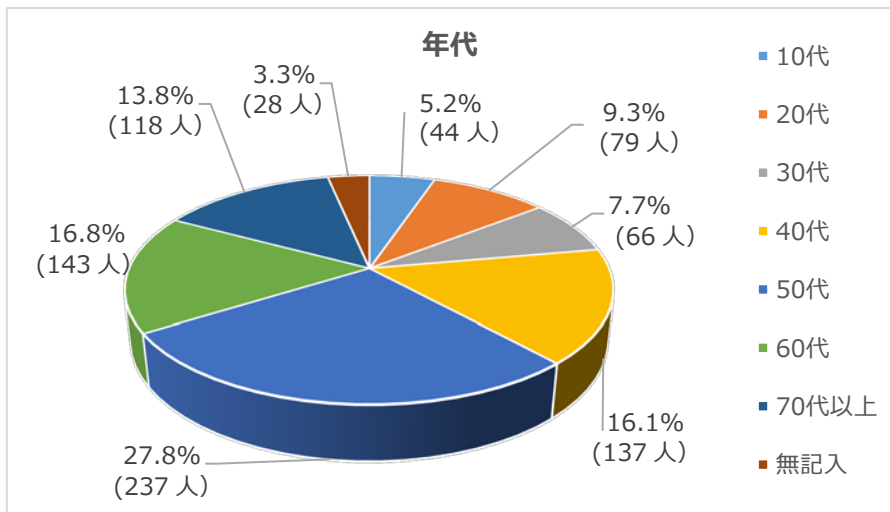
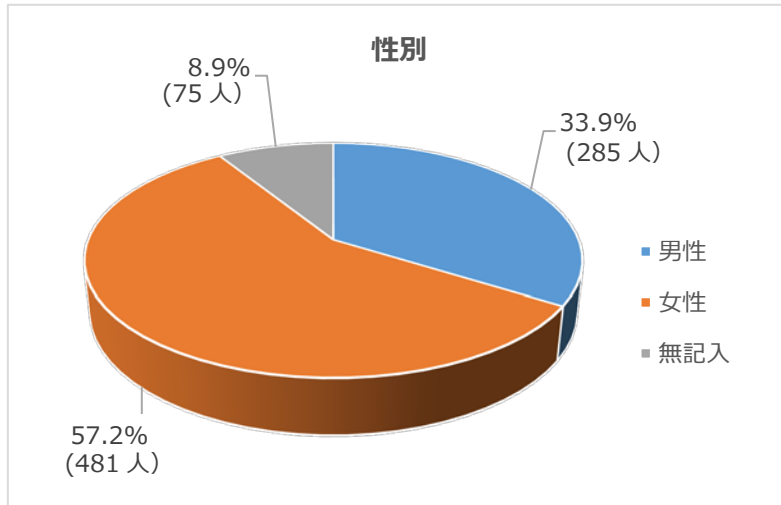
(「ユーコープ×静岡県」チラシ、情報誌(パルわくわく通信))

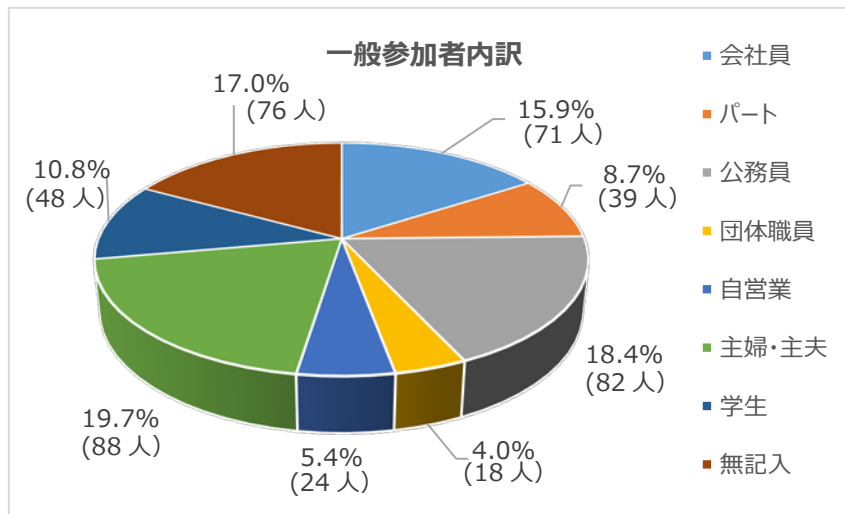


(4) 来場者の傾向

過去9回のエシカル・ラボの来場者アンケートにおける「性別」、「年代」、「居住地域」、「一般参加者内訳」は下図のとおりであり、県内・府内に居住している50代の主婦層の来場が多い傾向にあった。

- 2 「エシカル・ラボ」及び「エシカル・ラボ in 徳島」を除く7か所のアンケート結果を集計。
- 3 「エシカル・ラボ」、「エシカル・ラボ in 徳島」及び「エシカル・ラボ in 山口」を除く6か所のアンケート結果を集計。





### 3. エシカル・ラボが開催府県に与えた影響

#### (1) 来場者に与えた影響

開催府県へのアンケート結果は、以下のとおりであり、エシカル・ラボの開催は、来場者にとって、エシカル消費の実践に向けた意識向上の場となったといえる。

- 来場者に「エシカル消費」の言葉・意味、実践方法を啓発することができた。(鳥取県)
- これまでエシカル消費という言葉は聞いたことがあっても具体的な実践方法がよくわからないという方も、実践に踏み出すきっかけになったものと思う。(秋田県)
- 物販・展示スペース等を回ることで「エシカル」のイメージを持ってもらうことができた。(山口県)
- エシカル消費について初めて知り、あるいは改めて多面的に捉え直し、生活の中で意識するきっかけとなったと思う。(京都府)
- エシカル消費の身近な具体例を分かりやすく紹介したことで、エシカル消費の認知度向上と実践につながったと考えている。(石川県)
- 日頃実践していることや意識していることが「エシカル消費」だということに気付いていただくきっかけになったと思う。(兵庫県)
- 買い物のついでに訪れた県民も多く、約300人が参加し、来場者がエシカル消費について知る機会となった。(静岡県)

#### (2) 来場していない県民・府民に与えた影響

開催府県へのアンケート結果は、以下のとおりであり、エシカル・ラボの開催は、来場者していない県民・府民に対するエシカル消費の普及啓発にもつながったとの回答が多く、エシカル消費の認知の底上げを図る効果があったといえる。

- 新聞、テレビ報道により県民の「エシカル消費」の認知度向上につながった。(鳥取県)
- エシカル消費という言葉を知る機会が増えたことにより、認知の促進のきっかけになったと思う。(秋田県)
- 広報を通して「エシカル」という概念があることを伝えることができた。(山口県)
- 京都府のホームページにも掲載したので、来場していない方にもエシカル消費を理解する端緒となったと思われる。(京都府)
- 別の大規模イベントと同時開催することで、広く広報を行うことができ、来場していない県民に対しても、エシカル消費の認知度向上を図るこ

とができた。(石川県)

- JRの各駅にポスターを設置するなど、来場していない県民に対しても普及啓発を行った。(静岡県)

### (3) 県内・府内の登壇者に与えた影響

開催府県へのアンケート結果は、以下のとおりであり、エシカル・ラボの開催は、県内・府内の登壇者にとって、地元ならではの取組を知ってもらい、活動を広げる場となったことはもちろんのこと、登壇者間の新たな連携を生み出す場となったといえる。

- 自らの活動理念やエシカル消費の取組を県内外に広く周知することにより、登壇者の意欲向上と活動に対する周囲の理解が進み、エシカル消費の推進に弾みがついた。(鳥取県)
- 県内での様々な取組に関して情報を共有することで、協力してエシカル消費を推進していくきっかけとなったと思う。(秋田県)
- 行政・消費者団体・事業者など様々な立場を通して今後の消費活動に係る「エシカル」の役割について共通認識をもつことができた。(山口県)
- 大学生、高校生にとっては大きな発表の場となり、活動の支援につながった。有識者にとっても、新たな出会い・発見の機会となったと考えている。(京都府)
- 登壇者に自身の活動がエシカル消費のモデルケースであると再認識いただき、今後の意欲的な活動につながった。特に、翠星高校はエシカル・ラボへの参加を契機に、自身の活動が「SDGs」への貢献につながることに気付き、「第5回全国ユース環境活動発表大会」に出場し、先生選考賞を受賞するなど、活動の幅を広げている。(石川県)
- 多くの団体・企業に協力いただき、団体間の交流も進んだように思う。(兵庫県)
- 当日は、授産製品、フェアトレード商品、環境にやさしい商品、地場産品などの展示を行ったが、出展者にとって他分野のエシカルを知る良い機会となった。(静岡県)

### (4) 県庁・府庁に与えた気づき

開催府県へのアンケート結果は、以下のとおりであり、エシカル・ラボの開催は、職員の意識の変化や他分野の施策への波及等、庁内における普及啓発の担い手を広げる効果を果たしたほか、エシカル消費の普及啓発において大切な視点や県内・府内のエシカル消費の取組を知るきっかけとなったとい

える。

- エシカル・ラボにおいて、知事による「とっとりエシカル宣言」が行われたことで、恵まれた自然環境や資源を守るためだけでなく、人、地域、社会を消費の面から思いやりの心で支えることが「エシカル消費」であることを県庁組織・職員に意識付ける良い契機となった。

エシカル・ラボは、前年に発生した鳥取県中部地震の復興作業の全盛期に開催されており、被災地復興支援のための各種取組もエシカル消費になり得ることを広く啓発することができた。(鳥取県)

- 担当職員、担当課のみならず、県庁全体において、エシカル消費の普及・拡大に向かう機運が高まり、エシカル消費をテーマとした主催イベントの実施につながった。

また、地産地消の推進や食品ロス削減などの施策についてエシカル消費という観点からの啓発活動につながるなど、多分野の施策においてエシカル消費という考え方が取り入れられるようになった。(秋田県)

- 県内でのエシカル消費の認知度は低いものの、エシカルに係る取組は多く存在することがわかり、まずは認知度を高めていく必要性があることを認識できた。(山口県)
- 令和元年10月策定の京都府総合計画の基本計画に、エシカル消費の概念の普及が記載され、また、環境部局のフェスティバルにおいても、エシカル消費のコンセプトが取り入れられるなど、府庁内での認知度向上にもつながったと考えている。(京都府)
- 平成29年度からエシカル消費の重要性や具体例について周知を行ってきたが、エシカル消費の認知度はまだまだ低く、更なる普及・啓発を図る必要があると再認識した。参加者アンケートから、エシカル消費の実践につなげるためには、分かりやすさや親しみやすさが大切であることに気づき、今後の普及・啓発にいかしたいと考えている。(石川県)
- 出展いただいた団体・企業のエシカル消費に関する取組について、より詳しく知ることができた。さらに、それぞれの団体・企業が目指すエシカル消費への取組や事業展開を知ることによって、今後の本県の事業展開の参考になった。(兵庫県)
- 活動報告やブース出展を行った高校生・大学生と意見交換をする中で、若い世代の関心が高いことが分かった。(静岡県)



## (5) エシカル・ラボの開催を契機として、県庁・府庁が、エシカル消費の普及啓発で工夫するようになった点や意識するようになった点

開催府県へのアンケート結果は、以下のとおりであり、啓発人形の作成、調理実習、買物の疑似体験等、エシカル消費の普及啓発の手法を工夫するようになったとの回答や、生産者・事業者も巻き込んだ取組を実施するようになったとの回答がみられ、エシカル・ラボの開催は、より効果的な普及啓発を検討するきっかけとなったといえる。

- 子どもから大人まで幅広い年齢層に対する啓発を展開する必要性を感じ、エシカル消費啓発パネルや啓発人形を作成し、エシカル商品のサンプルとともに展示パッケージとして学校、図書館、消費者団体等に提案したり、農林水産イベントや消費者団体のイベントに出展したりしている。  
子どもたちが楽しみながらエシカル消費を理解・実践できるよう、アニメやダンスと組み合わせたエシカルソング「お金名人」の動画を作成し、県内の小学校へ配布したほか、YouTube に公開している。  
従来から子どもへの啓発を通じた親や家族への波及効果を狙って、若年者への啓発に取り組んできたが、エシカル消費の拡大には、生産者・事業者を巻き込んだ取組が必要と考え、県内の主要なスーパーマーケットと連携したエシカル消費実践の取組（エシカル消費フェアの開催）にも注力している。（鳥取県）
- エシカル消費の認知度を高めるための施策と併せて、日々の生活での実践に結びつく取り組みが重要であると考え、調理の実習や事業者訪問などを実施した。（秋田県）
- 「エシカル消費」の認知度を向上させるためには、どのようなものが「エシカル」なのかをまずは知ってもらう必要があると考え、エシカル普及啓発資材として、エシカルをわかりやすく解説したガイドブックやチラシ・ポスター展示用パネル等を作成した。（山口県）
- 府内で様々な取組を行っている団体の紹介を通して活動支援につなげ、エシカル消費を推進することを目指しており、エシカル・ラボを契機に、更に連携や集客を工夫しながら、各団体の力を十分に生かし、各団体にとっても参加のメリットがある取組となるよう意識している。（京都府）
- エシカルワークショップの参加者アンケートから、買物を疑似体験することはエシカル消費を身近に感じ、実践につながりやすいことに気づき、今後、小学生及びその保護者を対象（10組 20人程）に、県内スーパーマーケットで、エシカル消費につながる認証マークが付いた商品を探すゲームを検討したいと考えている。（石川県）

- エシカル消費を啓発する上で、広く県民に興味を持ってもらえるよう楽しく学べる体験や展示、販売などのイベントを企画し、一方的に情報を流すだけではなく、多くの県民が参加したいと思える広報を行うことが重要である。また、多くの県民に情報が行き渡るよう、イベント開催の際は、広報期間に余裕を持って長く設ける必要がある。（兵庫県）
- 当日は、「エシカル」に対し意識が高い人が、更に知識を深めるために出席するケースも多かった。今後は、まだ「エシカル」を知らない人に対する普及啓発が課題であると認識した。（静岡県）

## 4. 全国での取組に向けて

### (1) エシカル・ラボにおける好事例の紹介

エシカル・ラボでは、シンポジウムを軸として、ワークショップ、展示等、様々な手法を用いて、エシカル消費の考え方や行動例を紹介してきた。これらを振り返ると、①笑いを交えて、分かりやすく伝えるもの、②インパクトのある仕掛けや演出で来場者の興味を引くもの、③子供も参加できる体験型のものが好評であった。

以下では、エシカル・ラボのプログラムやワークショップの中から、上記の要素が取り込まれたものを紹介する。

#### ① 笑いを交えて、分かりやすく伝えるもの

##### ア エシカル落語・エシカル漫才

「エシカルってなに？～消費から世の中を変えよう～」と題して、落語家の立川平林氏が、フェアトレードの考え方、大量生産・大量消費・大量廃棄の問題、動物福祉の考え方などを分かりやすく紹介。ステージ上に高座を設けるなど、視覚的にもインパクトあり。(エシカル・ラボ in 秋田)



(立川平林氏)

芸人のネイビーズアフロの二人が、コンビニエンスストアや服屋での買物を題材とした新作の漫才を披露し、商品やサービスを選択する際に、その影響を考えることの大切さなどを紹介。(エシカル・ラボ in 京都)



(ネイビーズアフロ)

芸人の天才ピアニストの二人が、環境の問題や食品ロスの問題についてフリップを用いて紹介。また、兵庫県住みます芸人のモンスーンの二人が、児童労働の問題やフェアトレードの仕組みについて紹介。(エシカル・ラボ in ひょうご)



(天才ピアニスト)



(モンスーン)

## ② インパクトのある仕掛けや演出で来場者の興味を引くもの

### ア エシカルクッキング

青木クッキングスクール主任教諭の谷敬子氏による「エシカルクッキング」の実演。前半は、地産地消につながる県内産の野菜を紹介し、捨てられてしまうヘタや芯の部分等で作られたソース(エシカルソース)を使った「エシカルソースでナスのピザ風」と、認証ラベルの付いた食材を用いた「カンタンふわふわ蒸しパン」の調理方法を紹介。後半は、参加型形式で、来場者がこれらを試食。(エシカル・ラボ in 石川)



(谷敬子氏)



(試食の様子)

### イ エシカル・ファッションショー

大学生と兵庫県消費者団体連絡協議会による「古着リメイクファッションショー」、兵庫県地場産品「播州織」製造過程での余り生地で作成した衣装を使った県立西脇高等学校の学生による「播州織ファッションショー」の2部構成。音楽やカラフルなライトアップを使用し、会

場全体の一体感を醸成。(エシカル・ラボ in ひょうご)



(大学生と兵庫県消費者団体連絡協議会)



(兵庫県立西脇高等学校)

### ③ 子供も参加できる体験型のもの

#### ア 木のストロー作りのワークショップ

再生資源である木を使用したストロー作りの体験を通して、廃プラや資源などの環境問題について学習するワークショップを実施(林野庁・株式会社アキュラホーム協力)。子供連れの家族などが多数参加。(エシカル・ラボ in 石川及びエシカル・ラボ in しずおか)



(エシカル・ラボ in 石川)



(エシカル・ラボ in しずおか)

## (2) エシカル・ラボを通して見えてきた課題とその方策

エシカル・ラボでは、前述のような取組によって一定の成果が得られた一方、シンポジウム形式の普及啓発における課題も見つかった。

以下では、エシカル・ラボを通して見えてきた課題を踏まえ、より効果的な普及啓発の方策を整理する。

### ① 訴求ポイントを絞る

エシカル消費は幅広い概念であり、社会的課題やその課題解決につながる消費行動は多岐に渡るため、エシカル・ラボの限られたプログラムの中で、来場者にそれらを網羅的に普及啓発することは困難であった。

エシカル消費の普及啓発に当たっては、プラスチックごみ問題や食品ロ

ス問題を切り口とした普及啓発、地産地消の取組紹介に特化した普及啓発等、訴求ポイントを絞って普及啓発することも有効であると考えられる。

## ② 他のイベントと連携する

シンポジウム形式のエシカル・ラボは、会場の収容人数との関係で、来場者数に一定の上限があり、また、もともとエシカル消費に対する関心や意識が高い消費者も来場していた。エシカル・ラボの目的（エシカル消費の意味や必要性などについて、広く考え方を普及する）に照らすと、「エシカル消費の概念を知らない消費者」も含めたより多くの消費者に向けた普及啓発が課題と考えられる。

こうした課題を踏まえると、シンポジウムという形式以外にも、展示会、物産展、環境や福祉をテーマとしたイベント等への出展などにより、普及啓発の間口を広げ、「エシカル消費そのものに関心を持っていなかった層」を取り込んだ普及啓発を実施し、訴求効果を高めることが有効であると考えられる。例えば、「エシカル・ラボ in 石川」では、石川県で毎年開催されている「いしかわ環境フェア」との同時開催で実施し、多数の来場者を呼び込むことができていた。

## 5. おわりに

今回の取りまとめでは、開催府県の協力の下、4年間にわたって開催したエシカル・ラボを振り返り、その成果や気づきを基に、エシカル消費を普及啓発する上での着眼点等を分析したほか、普及啓発において効果的な取組を、エシカル・ラボにおける好事例（イベントにおける好事例）として紹介した。

今後も、持続可能な社会に向けて、より多くの消費者がエシカル消費の考え方や行動例を知るきっかけとなるよう、各地域において様々な活動が実施されることが肝要である。

消費者庁としても、地方公共団体と連携し、エシカル消費の普及啓発を更に推進するため、地方消費者行政強化交付金<sup>4</sup>や啓発ツール（チラシ、ポスター及び動画）の提供・貸与<sup>5</sup>等を通じて地方公共団体の取組を積極的に支援してまいりたい。

---

4 地方消費者行政強化交付金に関する情報は、消費者庁ウェブサイトに掲載。

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/local\\_cooperation/local\\_consumer\\_administration/grant/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/)

5 啓発ツールの概要及び貸与の申請方法は、消費者庁ウェブサイトに掲載。

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_education/public\\_awareness/ethical/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/ethical/)