

**JEI 第2回総会**

**「自発的消費行動とエシカル実態調査」**

**～2014年8月調査報告～**

2014.09.01

**Delphys**

# デルフィス&自己紹介

## 【デルフィスについて】

1949年 旧(株)南北社 設立

1999年 トヨタ自動車 100%資本のグループ会社へ

2000年 (株)デルフィス に社名変更

2009年 (株)トヨタモーターセールス&マーケティングの100%。

## 【細田のプロフィール】

デジタル・ソリューション局所属。

マーケティング・プランナーとして、プリウス等のクルマを担当。

営業を経て、2014年4月現職へ異動。

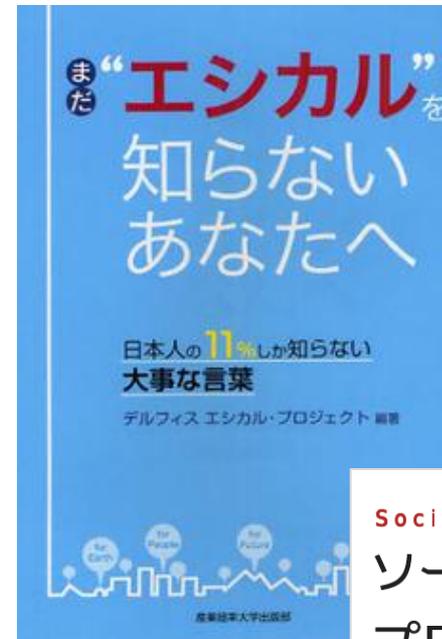
# エシカル・プロジェクトのご紹介

エコ・ロハスに続く、消費トレンド研究  
として、08年にプロジェクト開始。

今年3月解説本を出版。

## 【活動内容】

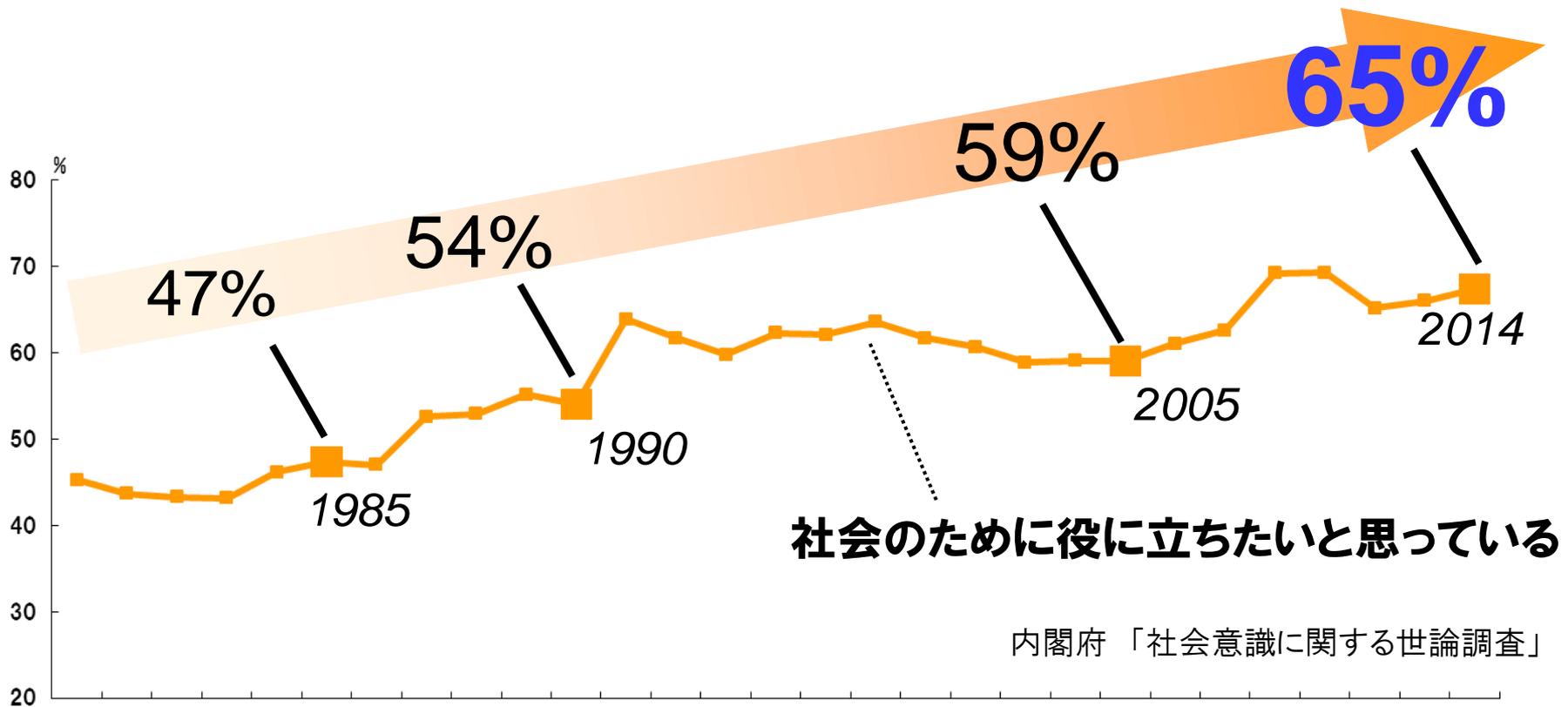
- ・エシカルの浸透に向けた情報発信
- ・実態調査・レポートの編纂、発行
- ・エシカルマーケティング・コンサル



**エシカルとは...**

## ここ数年の大きな変化

多くの人々が、社会に役に立ちたいと  
思い始めています。(最高値09年69%)



# 新しい潮流の兆し

## 時代を読み解くキーワード

# 「エシカル(ethical)」

2014年6月10日 News ZERO

「倫理・道徳」視点で商品選び

**「エシカル消費」広がる**

「エシカル消費」は、環境や社会に配慮した商品やサービスを選ぶ消費行動を指す。近年、消費者の意識が高まり、エシカル消費は急速に広がっている。特に、ジュエリーやバッグなどの分野で、エシカル消費の意識が高まっている。

ジュエリー、バッグなど

エシカル消費の意識が高まり、消費者は環境や社会に配慮した商品やサービスを選ぶようになっている。特に、ジュエリーやバッグなどの分野で、エシカル消費の意識が高まっている。

MJ Nikkei Marketing Journal 日経流通新聞

3月30日(水曜日)

INDEX

元気を売る商店

10年度の優良経営賞品店

上粒品で国産オーダースーツ

日本旅行、中国で客室確保強化

**エシカルで消費を力に**

社会への貢献・配慮

「エシカル消費」は、環境や社会に配慮した商品やサービスを選ぶ消費行動を指す。近年、消費者の意識が高まり、エシカル消費は急速に広がっている。特に、ジュエリーやバッグなどの分野で、エシカル消費の意識が高まっている。

ZOOTOWN チャリティードシャツ販売

154,580円

309,160,000円

震災受け関心高まる



「エシカルファッション」の取り組み

- リサイクルなど自然環境の保護
- 労働環境の改善や自立支援
- 伝統技術の継承

# What is “ethical” ?

**eth·i·cal** [éθɪkət, éθə- | éθɪ-] [《(1607)》: ⇨ ↑, -al<sup>1</sup>]  
 — *adj.* **1** 倫理(学)的な, 倫理学上の, 道德の, 道德的な (moral), (行為の)善悪に関する (cf. aesthetic): ~ emotion 道德感情 / ~ culture 倫理教育 / an ~ movement 倫理化運動 / the ~ basis of education 教育の倫理学的根拠 / the ~ standard 道德基準 / ~ literature 倫理学の文献. **2** (ある社会・職業の道德標準に照らして)正しい (right), 職業道德的な, 徳義的な: Physicians consider it ~ not to advertise. 医師は広告をし

## エシカル専門誌の登場

# 1989年マンチェスター大学の学生が 『Ethical Consumer』創刊



*(mission)*

***“Ethical Consumer's primary goal is making global businesses more sustainable through consumer pressure”***

消費者の力で、グローバルなビジネスを  
より持続可能なものにする

# エシカル度を計る指標 “エシスコア”

300 topics in 19 areas in 5 main categories

## Animals



## Environment



## People



## Politics



## Sustainability



# 日本での発端

## 09年頃から女性ファッション誌にて紹介

Luxury Ethical Fashion in Asia



「VOGUE」2008年12月号

ちょっとだけ人のため、そして自分のため

STORY 2011年1月号



VERY 2010年10月～  
2011年3月

エレカ様のエシカルショッピング

# 教育の現場では

## 教科書やセンター試験問題に、「フェアトレード」や「エシカル」が紹介

### 教育の場でもフェアトレード



### センター試験 (国公立大学入試センター試験) 23年度・現代社会



### Column エシカルファッション

エシカル (ethical) とは「倫理的な」という意味である。それが、環境や社会への影響に配慮しているかどうかを示す言葉として使われるようになってきた。

ファッションにおいては、例えば、有機栽培された原料を使って生産され、適正価格で取り引きされた物を身に着けることをさす。

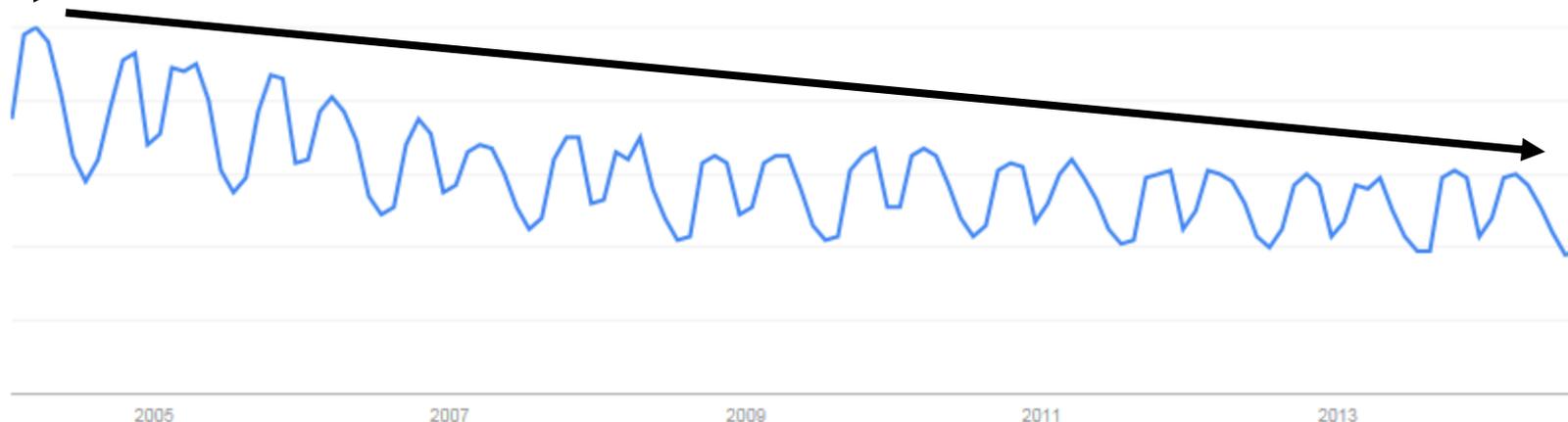
近年、エシカルで、かつファッションナブルなショーが世界各地で開催されている。



# Google™ での検索状況

04年3月  
過去最高値

ETHICAL@Worldwide

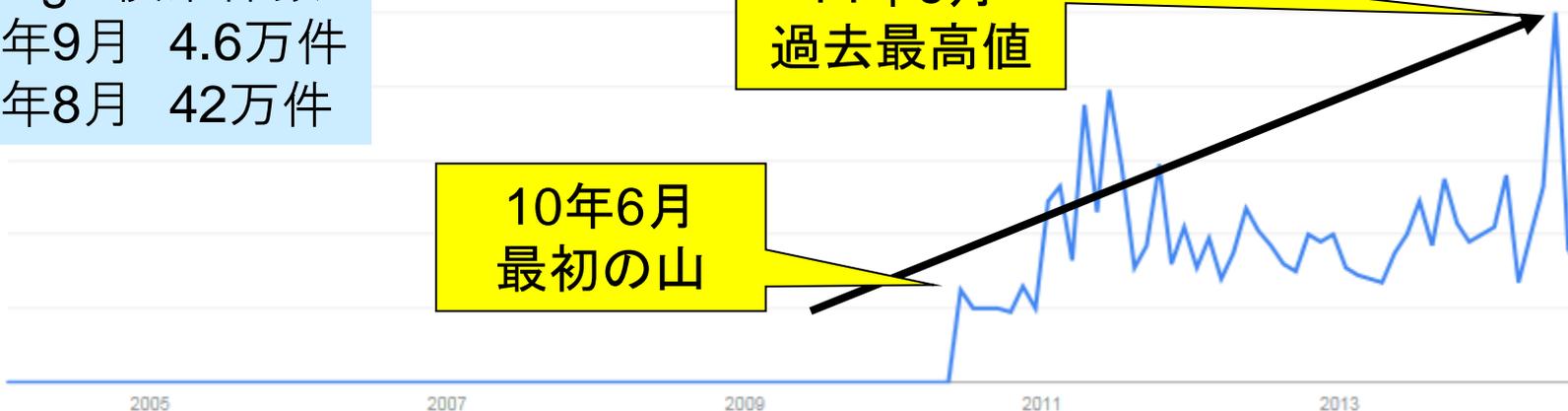


Google検索件数  
10年9月 4.6万件  
14年8月 42万件

14年6月  
過去最高値

エシカル@JAPAN

10年6月  
最初の山



# エシカルと企業の関係性について

# リーマンショック後の変化

「何を買うか？」から  
「どう使うか？」へ



自分を飾るより

1  
 ▶ 自分を賢くするために  
お金を使う

ただ安く買うより

2  
 ▶ 地域が潤うように  
お金を使う

モノを手に入れるより

3  
 ▶ 絆を強めるために  
お金を使う

- 買い物は企業やブランドに対し、毎日行われる投票行動である。
- 先導するのは、若者とシニア。

日経MJ 11.10.07

# マーケティング3.0 の幕開け

企業と生活者が協力し、  
社会を変えていく時代へ



マーケティング1.0

製品中心の時代

どのようにして  
販売するか？

マーケティング2.0

顧客中心の時代

どのように顧客に  
継続購入してもらうか？

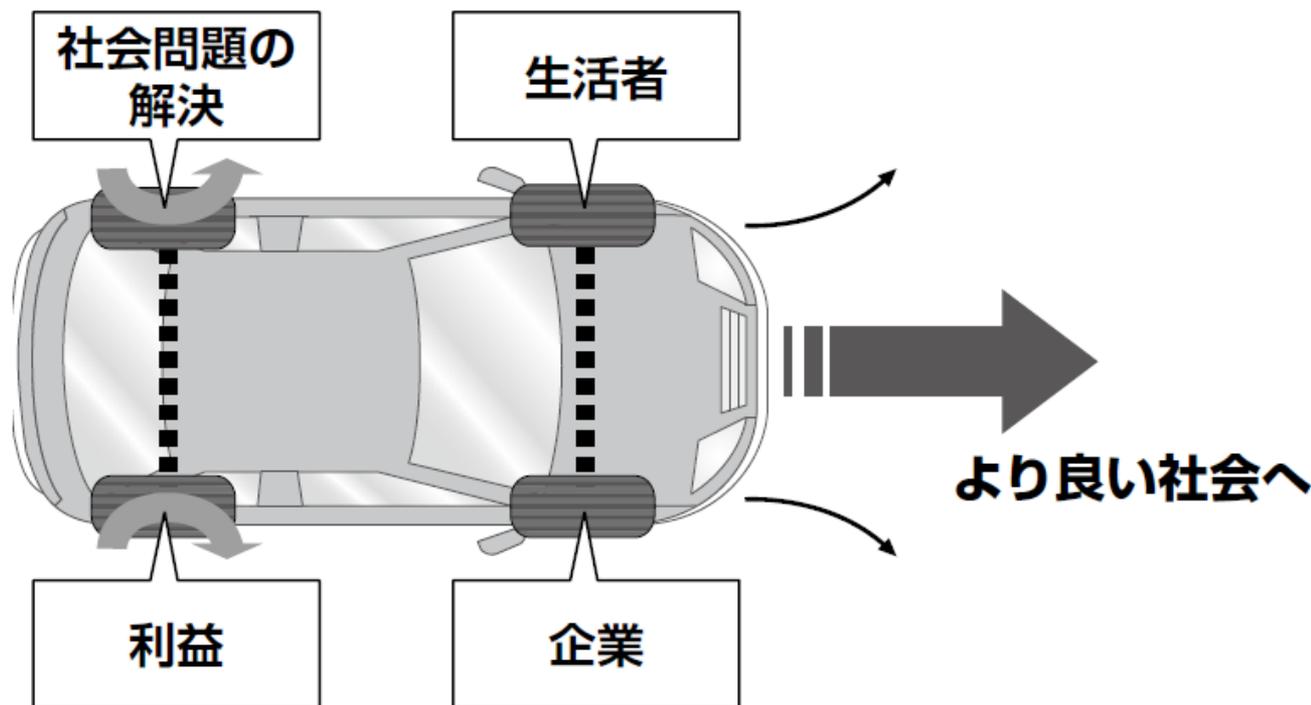
マーケティング3.0

人間中心の時代

どのように  
製品開発や販売などに  
協力してもらうか？

# 「目的消費」時代の企業スタンス

「利益」と「社会課題の解決」を駆動させ、  
「生活者」と「企業」とバランスを取りながら前進する



# ソーシャルプロダクトとは

## 社会課題の解決と売上の両立

い・ろ・は・す

社会課題の解決

販売実績



国内最軽量ボトルによる石油由来樹脂使用量の削減



発売半年で2億本を販売。後発ながら500mlではトップシェアを獲得

プリウス



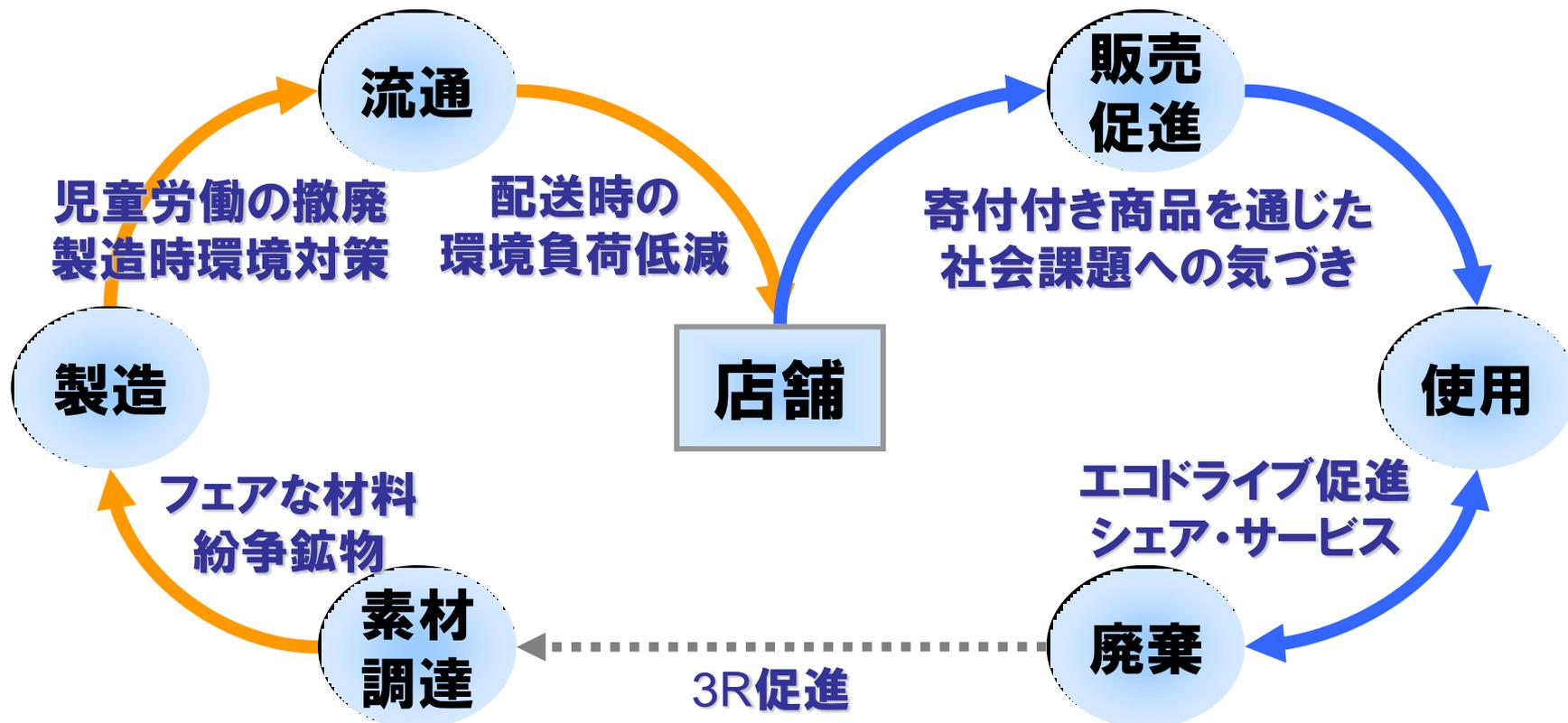
ハイブリッド方式による超低燃費の実現。CO2排出量の低減



3年連続国内販売台数トップ

# エシカル・バリューチェーン

## 調達から廃棄までの一貫したエシカル活動



# エシカル実態調査

# 日本初のエシカル実態定点調査

## ◇ 第4回 2014年8月

第3回 2012年6月

第2回 2011年6月

第1回 2009年12月

## ◇ 地域: 全国

手法: WEB調査

対象: 15歳以上男女

回答者数: 1100

# 「エシカル」の認知度

2011年

2014年

エシカル

11.1%

11.8%

サステナビリティ

24.3%

25.2%

フェアトレード

46.5%

47.0%

クラウドファンディング

21.3%

## 弊社調査上の表現

「エシカル(ethical)」とは、人・社会や地球のことを考えた「倫理的に正しい」消費行動やライフスタイルを指します。  
エコだけでなく、\*フェアトレードや社会貢献等も含んだ考え方です。

\*(社会的・経済的に立場の弱い生産者に対し、公正な賃金や労働条件を保証した価格で商品を購入すること)

## エシカルへの興味、実践度

### 興味・実践とも低下傾向

エシカルに興味がある

エシカルを実践している

11年      56%      ▶▶▶      27%

14年      44%      ▶▶▶      21%

# 男女別興味、実践度

興味は**女性**、そして**20代**がリード  
実践になると、**60代以上**が占める



**41%**

20代以上 **50%**  
60代以上 **50%**

エシカルに  
興味がある

**49%**

20代 **52%**  
40代 **56%**  
60代以上 **54%**



**19%**

60代以上 **34%**

エシカルを  
実践している

**23%**

40代 **25%**  
60代以上 **34%**

# エシカルに対する考え方 ( )は11年との差分

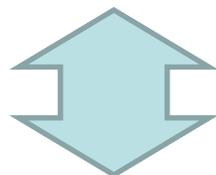
(エシカルは)  
今の時代に合っている

**68%**  
(-11)



今後、  
より一層増えていく

**55%**  
(-12)



一部の人だけの考え方だ

**40%**  
(+4)

難しくて  
分かりにくい考え方だ

**45%**  
(-1)

## 具体的に実践していること

- 日常生活の中でレジ袋を断る、  
電池をこまめに消す等を行う **65%**
- 環境に配慮した商品を購入する **46%**
- フェアトレードの商品を購入する **26%**
- 被災地へお金の寄付や物資提供 **20%**
- 寄付型の商品を購入する **20%**

## 20代と60代以上の実践の違い

### 20代は時間消費、60代以上は金銭投資

#### 20代男女

- ・エシカルな取り組みを行う**団体(NPO/NGO等)に参画**
- ・特定の企業や団体に定期的な金銭寄付
- ・**寄付型の商品**を購入 → 比較的安価

#### 60代～70代男女

- ・特定の企業や団体に定期的な金銭寄付
- ・環境に配慮した商品、フェアトレード**商品を購入**
- ・被災地へ**金銭寄付や物資提供**
- ・被災地以外の恵まれない人への**金銭寄付/物資提供**

# エシカル消費への興味、購入意向

エシカルに興味がある

エシカルを実践している

14年

44%



21%

(-12)

(-6)

エシカルな商品・  
サービスに興味がある

エシカルな商品・  
サービスを購入したい

11年

51%



49%

14年

45%



46%

(-6)

(-3)

## エシカルな商品・サービスを購入したい理由

- 似たような商品を買うなら、社会貢献につながる方が良い ..... 40%
- 環境に配慮する満足感が得られる ..... 39%
- 社会貢献している満足感が得られる ..... 37%
- 日常生活で資源やエネルギーをムダにしている実感がある ..... 37%
- 子供たちの未来に役立てたい ..... 32%
- 普段から社会貢献につながる商品を買いたいと考えている ..... 31%

# 購入に対する世代間差異

男性  
10～20代

- ・社会に対して貢献している**満足感が得られるため**
- ・普段から社会貢献につながる商品を買いたいと考えている

女性40代

- ・子供たちの**未来に役立てたいため**
- ・結果的に**コストの低減・削減**につながるため

女性  
60代以上

- ・日常生活で**資源やエネルギーをムダにしている実感**があるため
- ・似たような商品を買うなら、**社会貢献につながる方が**良いため

## エシカルと企業活動

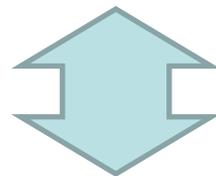
今後の企業活動に  
においては不可欠

65%



そのような活動に  
取り組む企業は増えていく

71%



実際に取り組んでいる  
企業・団体を知っている

15%

企業や団体の取り組み  
についてもっと知りたい

50%

## エシカルと企業好感度

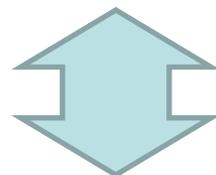
そのような活動を行っている企業は好感が持てる

66%



同じような商品であれば、そのような活動を行う企業の商品を選びたい

55%



企業・ブランドはそのような活動にもっと予算を振り分けるべき

52%



企業は社会をもっとよくするために行動して欲しい

68%

## エシカルが求められる業種

生活との接点が多い業種で、  
より「エシカル」が求められる

	衣／移	食	住
40% 以上	自動車メーカー	食品	住宅 家電
30% 以上	衣料品	スーパー 飲料	住宅設備

## 商品選択にプラスの作用があるもの

# 社会課題解決型マーケティングへの支持

	(%)
<b><u>社会的課題の解決</u>につながる商品の開発・販売</b>	<b>40</b>
<b><u>売上の一部が寄付に回る</u>商品の販売</b>	31
<b>災害時対応</b> (食品・飲料等の備蓄、避難場所として拠点を活用等)	30
<b><u>東日本震災への支援金付き</u>商品の販売</b>	28
植林・植樹活動	27
クリーン(清掃)活動	22
ボランティア活動への社員の派遣	20

# 企業の社会貢献の変化

従来の社会貢献



事業で稼いだ利益を  
社会還元



社内リソース活用の  
慈善・還元活動

これからの社会貢献



事業活動を通じた  
社会貢献



マーケティングとの  
協働が不可欠

# オリンピックに関して

# ロンドン・オリンピックパラリンピックへの認知

Q1.

ロンドンオリンピック／パラリンピックは  
プランの段階から

「**サステナビリティ(持続可能性)**」を

取り込んだイベントとして

実施されていたことをご存知でしたか

**YES・・・20%**

**20代男性、40代女性、60代以上男女**

## ロンドンでのフェアトレード認知

Q2.

ロンドンオリンピック／パラリンピックでは、  
途上国の自立支援のために、  
すべての開催地域でフェアトレード認証の  
コーヒーや紅茶、チョコレート、砂糖、バナナ、  
ワイン、オレンジが提供や販売されていた  
ことをご存知でしたか

**YES・・・16%**

**60代以上女性**

# 東京オリンピックパラリンピックで実現して欲しいこと

## 【バリアフリー・おもてなし・弱者配慮】

- 東京及び周辺地域のバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化が進む …… 42%
- 国内外の訪問者を歓待する、心のこもった各種サービスをする …… 35%
- 低所得者層等にも配慮した入場料の設定等を行う …… 32%

# 東京オリンピックパラリンピックで実現して欲しいこと

## 【経済・調達】

- ・特需と言った一時的な好景気に終わらせず、**持続的経済発展**(環境ビジネス、ソーシャル・ビジネス等)を促進する ……**37%**
- ・震災被害の大きい**東日本の復興**に資する調達をする ……**32%**
- ・**中小企業に配慮**した調達をする ……**32%**

# 東京オリンピックパラリンピックで実現して欲しいこと

## 【環境】

- **再生エネルギーを最大限活用する**  
**エコな移動手段を充実させる** …… **33%**
- **環境負荷を最小化し、自然との共生**  
**(生物多様性の保全・強化を含む)を図る**  
…………… **31%**

**ありがとうございました。**