

広めよう！
フェアトレード & エシカル消費



令和6年度 世田谷エシカル消費・フェアトレード 推進プロジェクト



本プロジェクトの目的

消費者である区民と、エシカル消費の提供者である事業者に
実際に「エシカル」に触れる機会をつくり
世田谷にフェアトレードをはじめとしたエシカル消費を広める

区民（消費者）



事業者（提供者）



知る
買う
食べる

機会

知る
原材料として使う
売る

きっかけ

世田谷エシカル消費
フェアトレード推進プロジェクト

世田谷エシカル消費・フェアトレード 推進プロジェクト

フェアトレードをはじめとした
エシカル消費を

おいしいもの巡り 310⇒659人
フェアトレード知らない約20%⇒8%
参加店舗 10店舗⇒27店舗

買っている
食べている

買ったことがある
食べたことがある

知っている

チョコレート販売
約400枚
8店舗 → 10店舗

知らない

世田谷エシカル消費・フェアトレード推進プロジェクト 令和6年度のねらい

令和4-5年度の啓発の仕組み

おいしいものの巡り、デザインコンテスト
マス（区内全小学校、全域）にイベントを通して働きかけ、
興味を持った一部の人に参加し、より深く理解・コミット



令和6年度

地域を選び、地域全域の子どもや店舗（事業者）に
出前授業やお話会を実施し、
エシカル消費に関する全体の認知と実践率を上げる。

エシカル消費とは？

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や生産者を応援しながら消費活動を行うこと。



人や社会、環境、地域のことを
考えた消費行動（買い物）

人・社会	障がい者支援につながる商品 フェアトレード商品 寄付付きの商品 エシカル金融
環境	エコ、リサイクル・アップサイクル製品 オーガニック 森林・魚介等資源保護に関する認証商品 動物福祉 食品ロス対応
地域	地産地消 伝統工芸 被災地産品

エシカル消費とは？

具体的に・・・



どうしてエシカル消費が必要なの？

2050問題

今年生まれた子どもが25歳、今の子ども・若者が社会を担う時代
1975年ごろ生まれた団塊ジュニア（ベビーブーマー）が後期高齢者

世界の問題

地球規模の環境破壊、地球温暖化、気候変動、海面上昇
人口爆発（97億人）、貧困と格差の拡大、
食料問題（需要2010年度比1.7倍）、温暖化による収穫量の低下
砂漠化と水不足・・・

日本の問題

上記に加えて・・・超高齢社会（人口の40%が65歳以上）
労働力不足（生産人口今の1/2）、税収減少
超少子化（出生数約50万人）、格差、市町村の人口半減や消滅

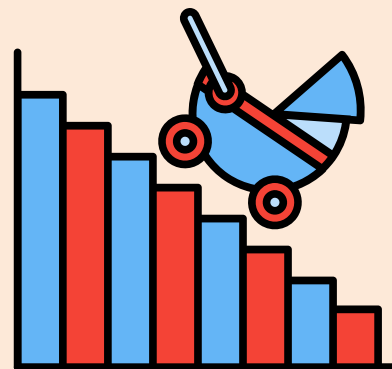
どうしてエシカル消費が必要なの？

2050年問題

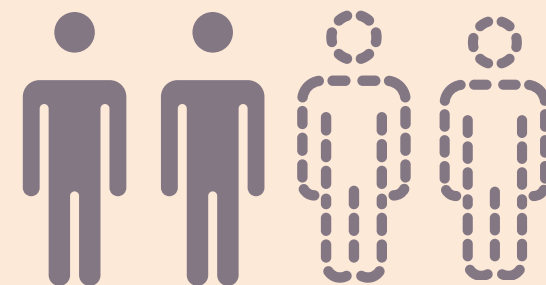
日本



65歳以上40%



出生数50万



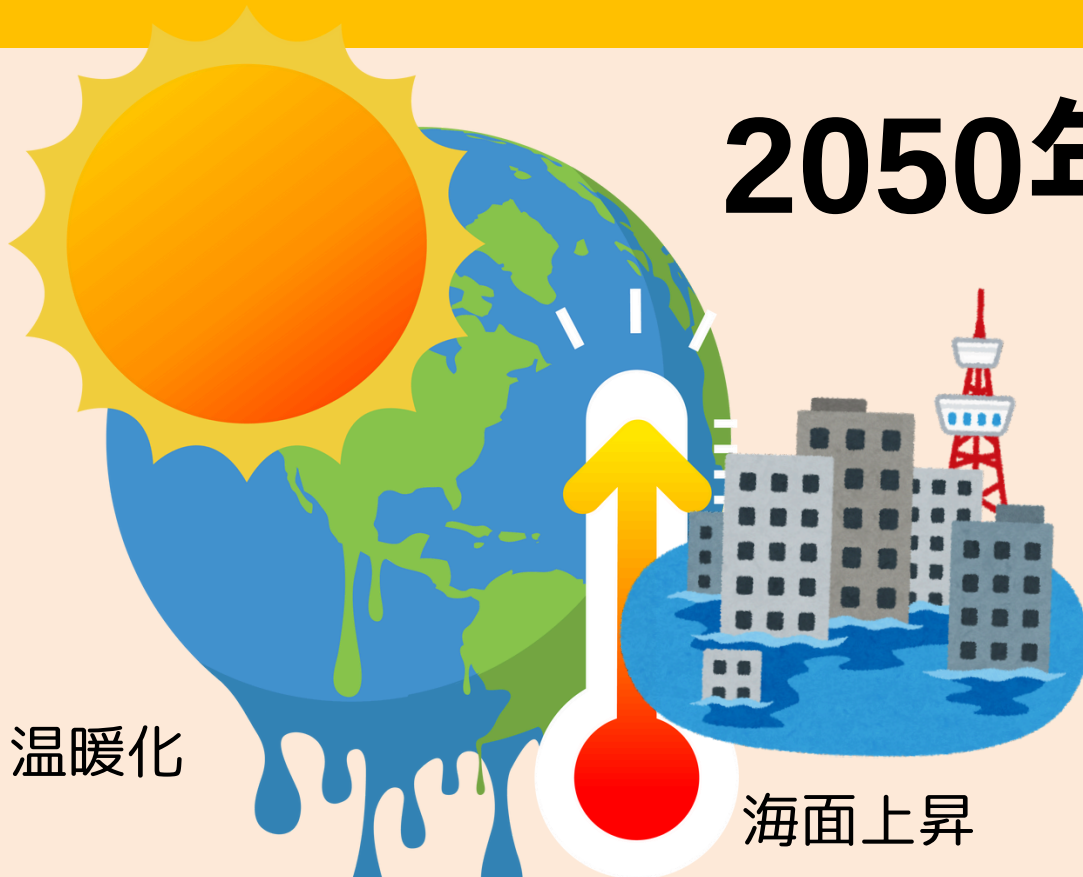
生産人口1/2



食料不足



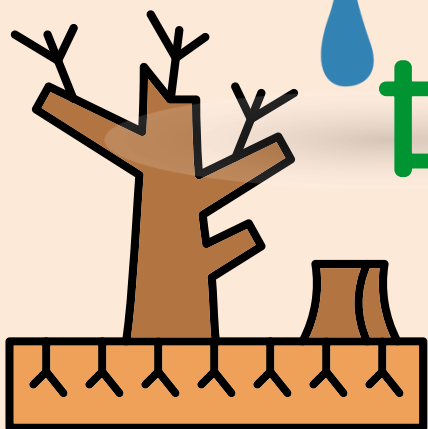
市町村人口の半減・消滅



温暖化

海面上昇

世界



砂漠化



人口爆発・格差拡大

2050年問題を食い止めることが世界の課題！

なにをしたらよい？

環境、人、社会を思いやる行動をプラスする

SDGs

Sustainable Development Goals

「誰一人取り残さない」ための17の目標

国連が定めた持続可能な開発目標

2030年までに全世界一致団結して目指す

貧困の撲滅、医療・保険、教育の推進、水の保全、クリーンエネルギー、海や陸の環境保護
働き甲斐、製造物に関する社会的責任、差別の禁止、平和の推進、まちづくり、パートナーシップなど



2025-2050の社会を動かす

子ども・若者のサポートとエンパワメント

2050問題に対応するために

多国籍企業、上場企業、行政機関

SDGs

カーボンニュートラル

2050年までに二酸化炭素の排出量を実質0にする

ゼロエミッション

廃棄物や温室効果ガスを0にする

環境、人権（ISO、SA8000）

上場企業にとって
社会的責任の行使が社会的な評価となり
投資も増える

⇒企業・地域イメージが向上し、
資金調達にもつながるので
環境経営に積極的に取り組む

それ以外の人は何をしたら？

⇒ エシカル消費！

人と社会、環境、地域にやさしい買い物、売り物
作り方、産地、材料など商品の見えない裏側を考えて買い物をする



令和6年度 プログラム内容

活動地域（予定）

三軒茶屋・祖師谷・千歳烏山

事業内容

- 1) 各地域の小学校や子ども食堂などにて
エシカル消費に関する出前授業やお話し会を実施する
9-11月実施予定
各地域2回X3地域 計6回 300-500名対象
- 2) 消費生活課リーフレットと近隣地域のエシカルな店舗を
紹介するリーフレットを作成6-7月。出前授業、お話し会で配布。
- 3) 実践したことがあるエシカル消費について尋ねるアンケート調査を行い、
参加者にステッカーを贈呈する（出前授業、お話し会、世田谷産業フェスタ）
⇒エシカル消費を多く実践した人に賞品を贈呈（案・1月贈呈予定）
- 4) 各地域の商店街の会合に参加しエシカル消費の紹介をする 6-12月



各事業の期待する効果

出前授業、リーフレット配布

子どもたちへの丁寧な説明 ⇒ 保護者の理解
⇒町の中で各種のエシカルな商品が目につくようになる。

エシカル探し（アンケート）

自分の消費行動を振り返り、
エシカル消費が身の回りに（ある or ない）ことに気づく。

商店街との連携

地域の発展、賑わい、安全を守る役割を担っている商店街の振興は重要。買い物を通して商店街の持続可能性に関わることは地域住民にとってのエシカル消費といえる。

+商品の生産にまつわるさまざまな問題・課題を伝え、
各店舗にできるエシカルな取り組みについて一緒に考え、実践につなげる

世田谷エシカル消費・フェアトレード推進プロジェクト 今後の展望 加えたい視点 世田谷 x 世界

世田谷区はエシカル消費の観点から見ると、農産物や商店街での地産地消、被災地支援、障害者福祉作業所による多彩な産品など、地域としてのエシカル消費度が大変高い街と言える。地域で取り組まれているさまざまな事業に世界とつながるエシカル消費、フェアトレードの視点を加えて、世界の中の世田谷として世田谷のエシカル度、SDG s をさらに高めたいと感じた。

⇒さらにエシカル度を上げる取り組みとして推進したいこと

- ・地産地消の産物とフェアトレードの材料のさらなるコラボ（飲食店、食品販売店など）
- ・行政や企業で日常的に取り扱っている輸入品（コーヒーや紅茶、菓子、調味料、綿製品）

を

フェアトレードに変更。

⇒ 例：ソウル、台湾、ヨーロッパ各国など 行政機関、企業はFtを積極的に取り入れている

⇒ メディア取材により世田谷のエシカルが全国に広まる

- ・新庁舎でのエシカルの推進（レストラン、販売、ウェディング雑貨の紹介など）
- ・教育との連携・・・世田谷エシカル消費プログラム（出前授業）
- ・福祉との連携・・・児童相談所、障害支援施設など
- ・大学・学生団体とのさらなる連携、フェアトレードカレッジの推進サポート

世田谷区フェアトレードタウンに

