



# 2050年カーボンニュートラル・ 全国フォーラム

一般社団法人エシカル協会  
2020年12月17日



## エシカルな暮らし方を幸せのものさしに

エシカル協会では、エシカルの本質について自ら考え、行動し、変化を起こす人々を育み、そうした人々と共に、エシカルな暮らし方が幸せのものさしとなっている持続可能な世界を実現します。

### 日本で最初の“エシカル”団体

一般社団法人エシカル協会は、2015年11月11日に設立しました。

代表の末吉里花が2010年にフェアトレード・コンシェルジュ講座（現エシカル・コンシェルジュ講座）を開講する中で、社会からの要請の高まりを感じ、フェアトレード・コンシェルジュ講座第1期生とともに設立しました。当時エシカルと名のつく団体は他になく、日本におけるパイオニア的存在として、今も変わらずエシカルの活動や流れを牽引しています。

### 活動紹介

#### <エシカルを学び、繋がる機会を> エシカル・コンシェルジュ講座



エシカルについての基礎的知識を習得できるだけでなく、幅広い分野におけるエシカルな考え方や実践例を、第一線でご活躍の専門家から学ぶ場として、エシカル・コンシェルジュ講座を開いています。今までに合計1,700名以上の方に講座を受講して頂きました。講座の受講生同士が繋がり、エシカルなネットワークを育ていけるように、交流会やSNSのコミュニティに参画できる機会も提供しています。

#### <次世代にエシカルを繋ぐ> 教育機関・企業・自治体での講演活動



一人でも多くの方にエシカルについて知る機会を持ってもらうために、全国各地の様々なセクターで講演活動を行なっています。大人たちに向けた講演はもちろん、未来そのものである子どもたちや若者たちに知ってもらうために、学校での講演も積極的に行なっています。

#### <エシカルな仕組みを社会に> 国や行政機関との取り組み



生活者に向けた啓発活動に加え、日本の社会の仕組みや法律、制度などを作っている国や行政機関との取り組みも大切にしながら、民間団体として専門性を活かした働きかけを積極的に行なっています。

## 「エシカル」とは

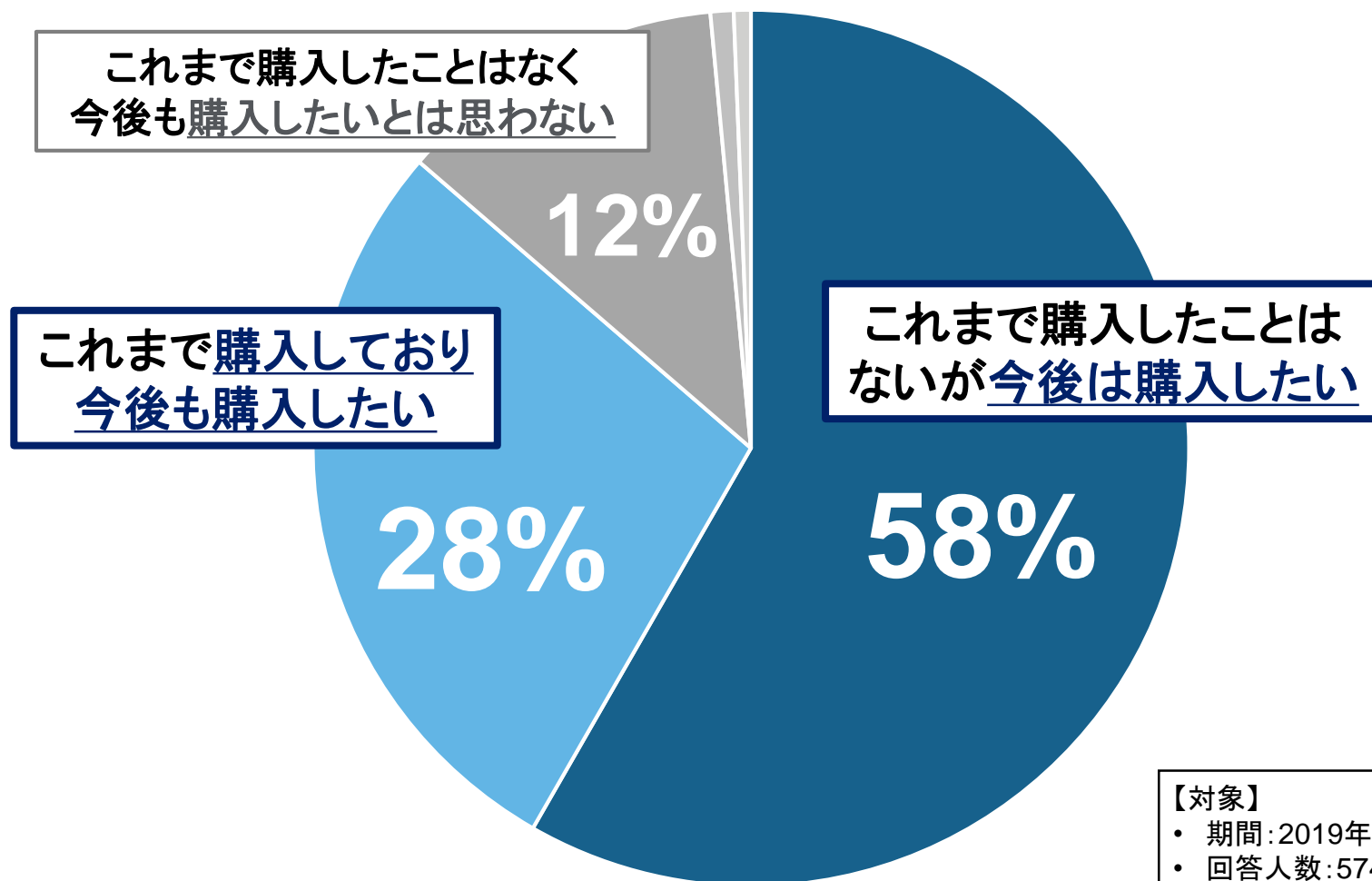
### ①いきょうを ②しっかりと ③かんがえ④ル

エシカルとは英語で、直訳すると「倫理的な」という意味です。一般的には、「法的な縛りはないけれども、多くの人たちが正しいと思うことで、人間が本来持つ良心から発生した社会的な規範」であると言えます。

私たちが普及活動を行なう際の「エシカル」とは、根底には一般的な定義が流れているものの、特に「人や地球環境、社会、地域に配慮した考え方や行動」のことを指します。

エシカルは形容詞ですので、様々な名詞と組み合わせることで、その意味は多様に広がります。例えば、「地域の活性化や雇用なども含む、人や地球環境、社会に配慮した消費やサービス」のことを「エシカル消費」と言います。

# 消費者のエシカル消費への関心の高まり



【対象】

- 期間: 2019年4月～2020年11月
- 回答人数: 5742名
- 居住地: 47都道府県
- 年齢: 10代～50代、60代以上

出所: 一般社団法人エシカル協会実施アンケートをもとに作成





## 【2050年カーボンニュートラルに向けた宣言】

私たちエシカル協会は、2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、エシカル、サステナブルな製品やサービスを選ぶ消費者を育てていくために、国民一人ひとりの意識向上を図る。

同時に、そういった消費を求める人々の声を企業や行政に届けることで、エシカルな製品やサービスを提供してくれる企業が増え、環境に配慮している良い事業者が後押しされるような制度が作られるよう働きかけていく。

それによって、エシカルな暮らし方が幸せのものさしとなる、カーボンニュートラルが実現している持続可能な社会を作る。

# 具体的な取組事例

## エシカル協会の組織としての取組

- エシカル・コンシェルジュ講座の提供
  - ・ 一般の消費者に向けて、エシカル消費の基礎知識や最新情報、グローバル・スタンダードを学ぶ機会を提供
- エシカル消費をより深く生きた実践として学ぶための教材作り
  - ・ 省庁や自治体と連携し、学校教育において教員たちの助けとなるような教材ツールを開発
- コレクティブ・インパクトの推進
  - ・ 企業、教育機関、NPO/NGO、自治体、市民とのセクターや世代を超えた対話や連携機会の拡大
- エシカルな行動の実践
  - ・ 再生可能エネルギーの拡大を目指し、ソーラーシェアリング施設の建設を推進中
  - ・ オフィスやスタッフが使用する電力の再生可能エネルギーへのシフト
  - ・ 環境にやさしい銀行への切り替え(ダイベストメント)

## 他人／他組織にもぜひ広げたい取組

- 消費者に広げたい取組
  - ・ 日常で利用する小売店などに対するポジティブな要望の発信(「環境に配慮した製品を置いてほしい」など)
  - ・ 暮らしへの7Rの取り入れ(Rethink, Refuse, Reduce, Repair, Reuse, Repurpose, Recycle)
  - ・ 消費する立場から作る立場への関与
  - ・ 生ゴミの堆肥化
  - ・ 地産地消、旬菜旬消、流域産、流域消
- 企業に広げたい取組
  - ・ リモートオフィスを含むオフィスのエコ化(廃棄物削減、節水、水質保全、省エネ、再生可能エネルギー、CO2削減、働き方改革など)
  - ・ 第三者認証商品など環境配慮商品へのシフト

## 政府への要望

2050年カーボンニュートラルの達成においては、消費者と企業の両輪での行動変容が必要であり、政府にはその実現のための支援をお願いしたい

- 2050年カーボンニュートラルの実現に寄与し得る商材（製品・サービス）や施策を展開する企業に対して、それらの取組を加速させるような**インセンティブ設計や制度構築**を要望する  
（企業のカーボンニュートラルに向けた尽力を「コスト」に終わらせないための政府支援が必要）
- 消費者が環境に配慮したエシカルな商品をより身近に簡単に手にできるように、**商品ラベルへの環境情報の記載拡大**を求める



