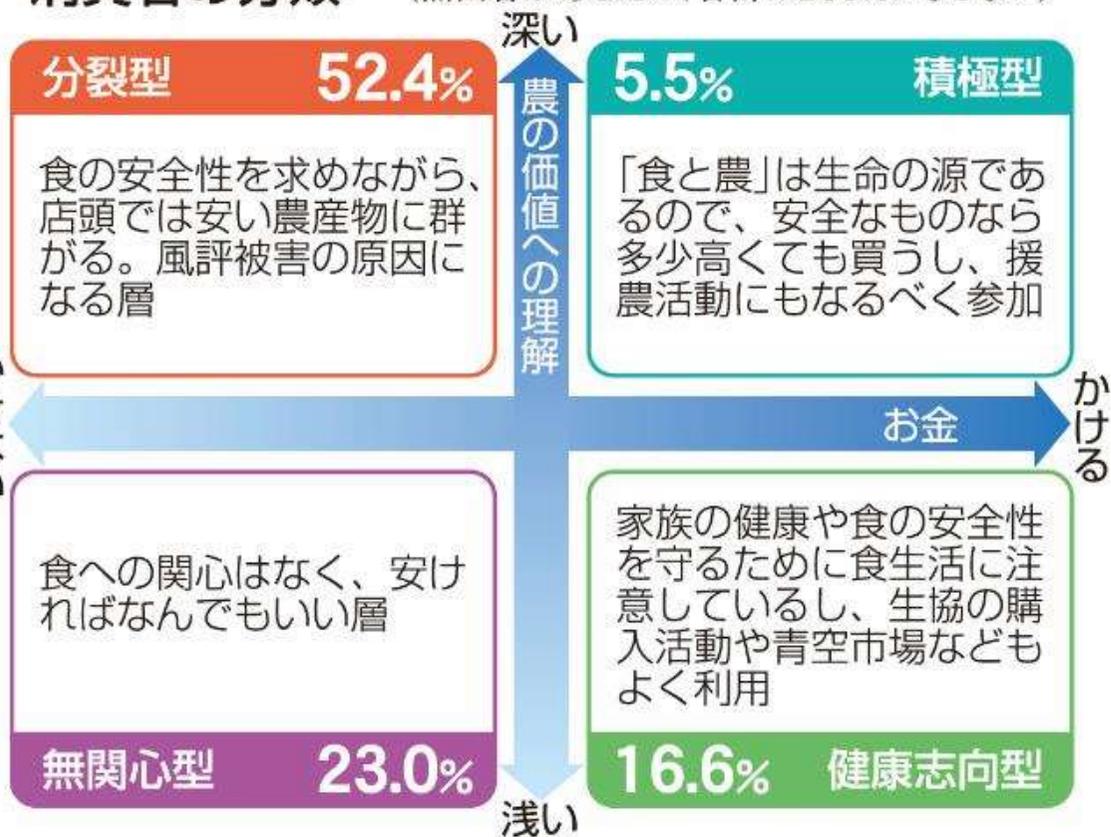


2023.5/23(火) 大人の学校(生活クラブ埼玉) 資料 抜すい
https://food-mileage.jp/2023/05/26/230523_otona_pdf/

消費者の分類 (無回答があるため、合計は100%にならない)



※徳野貞雄教授監修:2003年「福岡市民の食生活に関するアンケート」を参考に作成
 (佐藤 弘氏 (元西日本新聞社、小農学会事務局) から提供)

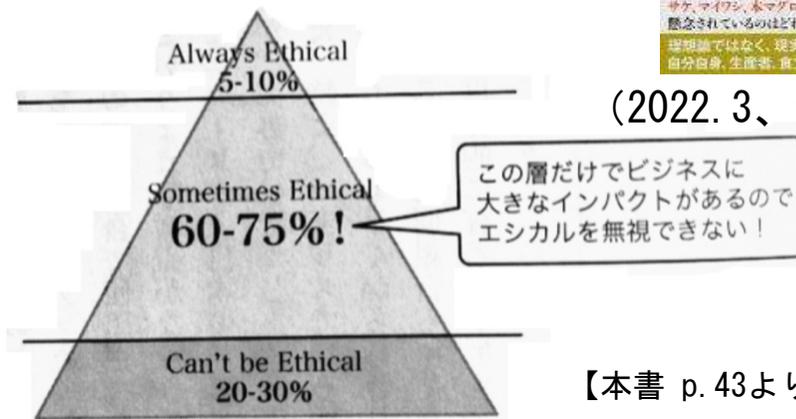
エシカル(Ethical:倫理的)消費

- 日本は利己的(安全)
 ⇔ヨーロッパは利他的(人権、環境)
- 先進国・イギリスの取組み
- エシカルを支えるのは**普通の人**

「ときどきエシカル」が
 パワーになる!



(2022.3、角川新書)



【本書 p.43より】

倫理的な購買に関して消費者は3つのタイプに分けることができ、
 “Always Ethical (アクティブな消費者)”が5-10%、
 “Sometimes Ethical (それほどアクティブでない消費者)”が60-75%、
 “Can't be Ethical”が20-30%と分布されているという。

エシカルを支えるのは普通の人