

## 若い世代のエシカル消費を促進する属性について

武蔵大学経済学部経営学科 4年

伊藤誠悟ゼミナール

卯滝悠也

本稿では、若い世代におけるエシカル商品（倫理的製品）の購買意欲に着目し、購買意欲があり、今後よりエシカル消費（倫理的消費）を期待できる人物がどのような人物なのか、その属性について明らかにする。既存研究によってエシカル消費の頻度・意欲に関連が確認される性別、年取、周囲のエシカル消費意識、自己表現・アイデンティティ形成意識、社会的意識の5種の属性と、各エシカル商品の購買意欲を測る項目をアンケートに組み入れ、調査した。分析の結果、「エシカル消費」という語自体の認知度が他調査に比べて高いこと、男女差が見られなかったことその他、回答者を5つのクラスターに分類できることが明らかになった。また、エシカル消費の意欲があることに加え、アイデンティティ誇示に対する意識が高いクラスターの人数が多いことから、若い世代のエシカル消費を促進させるには、社会貢献性のみではなく、おしゃれ感、プレミアム感、独自性を加え、アイデンティティを誇示する一助となるようなエシカル商品が必要になってくることが示唆された。