

西日本インカレ（合同研究会）2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ）リュウコクダイガク	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）カミヤユウスケ
龍谷大学	経済学部	神谷 祐介

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）エフティワイエヌ	フリガナ）ノダ コウヘイ	4 人	無
F T Y N	野田 航平		

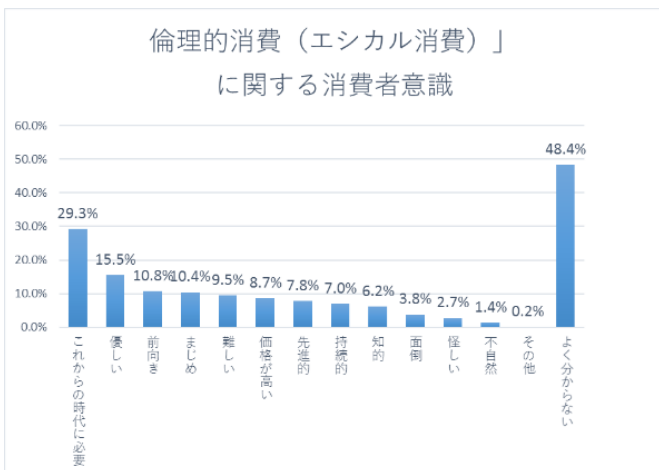
※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

研究テーマ（発表タイトル）
エシカル（倫理的）消費の需要喚起に向けて～仮想評価法を用いたネット調査より～

※必ず＜企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）



本研究では、日本におけるエシカル消費の需要を喚起するにはどのような方策が重要について、仮想評価法（Contingent Valuation Method: CVM）を用いたネット調査を通じて考察する。まず、エシカル（ethical）とは、直訳すると「倫理的な」「道徳上の」といった意味であり、エシカル消費とは、環境問題、労働問題、社会問題に配慮した良質になった素材の選定や購入、生産、販売を行うことである。欧米では、エシカル消費やフェアトレードといった、環境や社会問題を改善する活動の認知度は高いが、先進国である日本の認知度は 2015 年の時点で 3 割を下回るかなり低い数値である。そのため、本研究では、どうすれば日

本でエシカル消費に対する興味・関心や認知度を向上させることができるのか。また、どのような売り出し方がエシカル消費の需要を増加させることができるのかについて考察を行う。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

歴史的背景として、ファッション業界では 2013 年バングラデシュで起きた「ラナ・プラザ」崩落事故により強制労働や製造過程で使われる化学薬品による環境破壊が世界的な問題として注目されエシカルファッションという言葉が普及した。

日本では、ファストファッションによって安価で服を購入することができる。そして我々はその時々々の流行や自分の好みによって気軽にファッションを楽しむことができる。しかし、大量生産により有害な物質が大量に出ることや、大量消費により大量のごみが発生すること、私たちが安価で洋服を購入できる一方で、低コストで製造を要求されることによる劣悪な労働環境や労働者の生活水準の悪化など購入者の目に見えない部分において様々な問題が発生しているのもまた事実である。これらの生産コストの大幅な値下げ、安い商品を大量に販売するビジネスモデルの拡大、そのしわ寄せは環境破壊や途上国の搾取に繋がっている。大量の農薬使用による死亡事故の増加など深刻な問題が沢山起きていることを知らずに購入している人が多くいることが現状である。

3. 研究テーマの課題

消費者に対してエシカル消費により興味を持ってもらうためにはどのような方法が効果的かを比較的ファッションに興味を抱いている大学生を対象に行う。ただ単にどれが値段を高くつけられるということを調べるのではなく、人間の心理的な要点も含めて研究対象にするため、行動経済学の観点から見てエシカル消費の浸透していない中、エシカル商品の需要喚起を行うにはどのような売り出し方が一番付加価値を伴うのかも検証する。

また、我々は普段洋服を購入する際にエシカル消費を意識することはほぼないだろう。では、そのことを意識した消費生活を送るとなった際にどうすれば消費者の購買意欲を高めることができるのか、また売り手はどのような行動を起こすことで消費者に「エシカル」というワードをすんなり受け入れてもらい購入に繋げることができるのかをこの研究を通じて検証する。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

ファストファッションを購入しないことは一見すると解決策のように思えるが、問題点は低賃金と劣悪な労働環境だけでなく、大量生産・大量消費による環境被害も含まれる。値は張ってしまうがオーガニックコットンを使用している衣類のように生産者の生活を潤し、且つ化学薬品を用いない環境保全につながっている商品を購入することなどが要求される。様々な人々が理解し購入を得て、ファストファッションと同様に需要を得るには、以下の三点を提示する。

- ① エシカル消費を詳しく認知してもらう
- ② 開発途上国で作られている独自のデザインをしたなかなか手に入らない商品を製作
- ③ 商品の売り出し方を見直し

以上私たちは①.③を中心に課題解決できると考える。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

ランダム化比較試験（RCT）を用いて大学の講義内で学生を対象とした質問調査を行う。調査の内容は複数の商品モデルを提示した上で調査対象者にそれぞれのモデルに対して 500 円～3000 円の範囲内で支払い意思額を設定してもらい、どのモデルが一番付加価値を伴っているかを検証する。また調査対象者には事前に複数の質問事項に回答してもらい、属性別での検証も行う。

6. 結果や今後の取り組み

結果を検証したところ、エシカル商品はそうでない商品と比較すると消費者の支払い意思額が上がるものが多いことが分かった。
また属性別において調査結果にかなり差が見られた。

アウトカム変数 (WTP)	観測数	平均	基準財との差額
Tシャツ 基準材	353	¥1,005	
オーガニックコットン使用記載	353	¥1,117	¥ 113***
農家の写真付き①	353	¥1,226	¥ 221***
農家の写真付き②	353	¥1,239	¥ 235***
オーガニックコットン詳細な説明	353	¥1,244	¥ 239***
有名人も使っている	353	¥1,327	¥ 322***
大学生の約 80% が使用	353	¥1,006	¥1
生産者に寄付	353	¥1,193	¥ 188***
フェアトレードマーク表記	353	¥1,221	¥ 217***
Tシャツに農家の写真付き1がデザイン	353	¥863	¥ -142***
* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01			

商品番号									
① オーガニック ② 生産者写真 ③ 生産者写真 ④ 詳しい説明 ⑤ 有名人 ⑥ 大学生の約 ⑦ 売り上げ寄付 ⑧ ロゴマーク ⑨ Tシャツに写真のみ (ポジティブ) (ネガティブ) 80%購入 真									
フェアトレードを知っている	8.8	53.3	46.3	-19.0	-48.9	59.9	88.1*	120.6**	-94.8
女性	5.7	-3.2	3.1	3.6	114.0*	-5.3	14.8	-5.5	-134.2
1年生	-40.5	-10.7	-11.9	-84.4*	-136.6*	-26.8	-102.2*	-91.1*	68.1
Tシャツ購入枚数/年	-26.4**	-50.2***	-37.4**	-63.4***	-2.751	-70.2***	-54.0***	-60.9***	-32.7
*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01									

フェアトレードを認知している人やフェアトレード商品の購入経験のある人に対してはフェアトレードマークを記載することで WTP を決める重要なファクターとなった。つまりフェアトレードを知っている人はその旨をパッケージに記載することで社会への意識が高い層に需要喚起が見込まれる。

また今回女性と男性の属性を検証したところ、女性のほうが有名人も使用しているという謳い文句に高い支払意思額がついたところから、女性は男性より流されやすい傾向にあるということが検証された。

このような結果から、我々は三つの提案事項をあげる。まず一つ目に若い女性向けをターゲットにしてパッケージに有名人を記載し、有名人の SNS やインフルエンサー活用する。二つ目に生産者の顔が分かる POP を作成し、社会に意識の高い消費者にアピールをする。三つ目にエシカル消費のポップアップストアを開催することで、知らない消費者への集客をして、エシカルを知るきっかけを作る。この三つが今回の検証でエシカルの需要喚起の向上に見込まれるのではないかと我々は考えた。

今後の取り組みとして、エシカルを知る前と知った後ではどのように支払い意思額が変わるのかを検証していくために、訪問授業やオープンキャンパスでイベントを予定している。

7. 参考文献

株式会社ネオマーケティング (http://www.caa.go.jp/region/pdf/region_index13_170125_0003.pdf)

Sustainable Japan (<https://sustainablejapan.jp/2015/08/04/ehicalconsumption/17809>)

一般社団法人日本エシカル推進協議会 (<http://www.jeijc.org/outline/message/index.html>)

NIKKEI STYLE (<https://style.nikkei.com/article/DGXMZO06606340Z20C16A8TZD000>)

- F a s h i o n Press(<https://www.fashion-press.net/news/18272>)
- 予想通りに不合理～行動経済学が明かす「あなたがそれを選ぶわけ」 著者：ダン・アリエー 早川書房

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、翌年 3 月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑