

第9回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

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
龍谷大学	経済学部	神谷 ゼミナール

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）
フリガナ）スムージー	フリガナ）トリハラ マナミ	5
Smoothie	鳥原 愛実	

研究テーマ（発表タイトル）

エシカル人間大発掘！

1. 研究概要（目的・狙いなど）

近年、エシカル消費（ethical consumption）が注目されている。エシカルとは、直訳すると「倫理的な」という意味であり、具体的には、(1)環境、(2)人・社会、(3)地域に対してやさしい心構えを持ち、行動することを指す。世界では、民間企業のエシカル度合いを測る指標が開発され、意識の高い消費者の間で使用され始めている。その一方、我々がレビューを行なったところ、人のエシカル度合いを測る指標はこれまで存在しておらず、そのため、人間のどのような意識・態度・行動がエシカル的なものとして位置づけられるかが曖昧なままである。

このため、本研究では、人間の意識・態度・行動について、環境、社会、地域という3つの観点から、包括的にエシカル度を測れる「エシカル度チェッカー」を開発した。その上で、どのような属性や社会選好を有する人がエシカル度の高いいわば「エシカル人間」と呼べるのかについて、回帰分析で検証した。最後に、これらの結果を用いて、今後、民間企業が人材を採用する際にエシカルな人材を発見・発掘しやすくする具体的な提言を行う。

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）

「エシカル」の歴史的な発端として、20世紀後半に、「環境」と「社会との共生」を重要視する価値観「エシカル」が世界で広がったことが挙げられる。英国では、1989年に消費面から地球環境や途上国支援など「倫理的に正しい消費」を広める専門誌の『エシカル・コンシューマー』が創刊され、1998年にはエシカル・トレード・イニチアチブというエシカルビジネスの協会が発足した。パリでは、2004年からエシカル・ファッションショーが開催されるようになり、2011年に発行された『スPEND・シフト』では米国の消費動向の変化について「世界最大の消費経済を築いた需要は、今ではより多くではなく、『よりよく』を望んでいる」ことを指摘した。また日本においても、ファッションや食品業界を皮切りにエシカルな製品が注目されており、最近では味の素、富士通、トヨタなど、大企業企業もエシカルを取り入れる動きがみられる。

3. 研究テーマの課題

近年、エシカル消費（ethical consumption）の概念が世界的にも広がりを見せる一方、人間のエシカル度合いを測る質問票や指標は存在していない。このため、例えば、企業がよりエシカル度の高い人材を採用したいと考えたとき、何を基準にしたらよいか分からない。

このため、我々は、人間の意識・態度・行動について、環境、社会、地域という3つの観点から、包括的にエシカル度を測れる「エシカル度チェッカー」を開発する。その上で、今後のエシカルの認知度拡大やエシカル人材の発掘・育成がどのようにしたら可能となるかを検証する。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

以下の課題について、研究を通じて明らかにする。

- エシカルな考え方・行動が、企業だけでなく、人々が生活する中にも現れるよう、エシカルの重要性を発信していく。
- エシカルについて講義を実施し、実際に体験できるワーク、教材を作成する。
- それぞれの性格や考え方・行動を明らかにし、エシカルな人材がどのような意識や行動をする傾向にあるか調査する。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

人間のエシカル度合いを測るための質問票を考案し、2018年11月に大学生を主な対象者として、Google フォームを用いた質問票調査を行い、75名から回答を得た。質問項目は、エシカルの3つの要素である、環境、社会、地域のそれぞれの分野について、10個ずつ心構えや行動について尋ねた。計30の質問項目の回答を用いて、各人のエシカル度を測定した。そのエシカル度を用いて回帰分析を行い、どのような属性や社会選好を持つ人がエシカル度が高いかを検証した。最後に、合計30の質問項目から、3つの分野ごとの質問項目をCronbachの α 係数を参照して、 α 係数が0.6以上かつ最も高い組み合わせになるよう項目を絞り、最終的に19の質問項目を有する、汎用性の高い「エシカル度チェッカー」として完成させた。

6. 結果や今後の取り組み

表1は、我々が使用したエシカル度を測るための30の質問項目の一覧である。このうち、最終的に「エシカル度チェッカー」として採用する質問項目に○を付している。

表1をみると、環境分類のエシカル度について、回答者の平均値は、「食べ物を残さず食べる」、「ごみを分別して捨てる」が高く、「エコ活動（ゴミ拾いなど）の参加」が最も低かった。次に、社会分類のエシカル度については、「道を聞かれたら丁寧に案内する」、「高齢者、障がい者、妊産婦に席を譲る」、「感謝や謝罪を言葉にする」などが平均値が高かった。一方、「旬な食材を買う」で平均値は最低であった。最後に、地域分類のエシカル度に関しては、環境・社会分類と比べて、全体的に平均値が低かった。その中で、最低であったのは、「地域のボランティア活動への参加」、「生まれ故郷が好き」で、最も低かったのは「地産地消」であった。

表1：エシカル度を測る質問票調査の結果

No	分類	項目	平均値	採用(*)
1	環境	ごみを分別して捨てる	65%	
2		買い物をするときエコバックを使う	37%	
3		節電をする	48%	○
4		エコ活動(ゴミ拾いなど)の参加	8%	
5		リサイクルをする(着なくなった服や牛乳パックなど)	19%	
6		エアコン温度設定に気をつけている	47%	○
7		節水をする	29%	○
8		車やバイクではなく、徒歩・自転車・公共交通機関を積極的に利用している	35%	○
9		詰め替え用商品を購入する	59%	○
10		食べ物を残さず食べる	80%	○
11	社会	道を聞かれたら丁寧に案内する	76%	○
12		高齢者・障がいのある方・妊産婦に席を譲る	71%	○
13		困っている人を見かけたら自分から声をかける	27%	○
14		あいさつをする	69%	○
15		感謝や謝罪を言葉にする	71%	○
16		決められた場所に駐車、駐輪する(無断駐車、無断駐輪しない)	59%	
17		歩きスマホしない	16%	
18		電車内で通話しない	67%	
19		道に広がって歩かない	53%	
20		旬な食材を買う	15%	○
21	地域	選挙の投票があれば行きたいと思う	40%	○
22		地域の安全・安心のために防災・防火に努める	25%	○
23		地域のボランティア活動(ゴミ拾い、植林など)の参加	56%	
24		募金活動	48%	
25		地産地消(自分の地元で生産されたものを積極的に購入する)	19%	
26		生まれ故郷が好き	56%	○
27		地域の行事に参加する	49%	○
28		自分の住んでいる地域について学ぶ	44%	○
29		緊急災害時の避難場所を知っている	45%	○
30		近隣住民との交流がある	52%	○

(*)エシカル度チェッカーの項目として最終的に採用したものに○をつける。

表 2：記述統計

変数	観測数	平均値	標準偏差	最小値	最大値
エシカル度	75	13.8	4.9	3	26
女性	75	61%	49%	0	1
大学 1 年生	75	5%	23%	0	1
大学 2 年生	75	27%	45%	0	1
大学 3 年生	75	49%	50%	0	1
大学 4 年生以上	75	19%	39%	0	1
喫煙者	75	9%	29%	0	1
待ち合わせ時間を守る	75	85%	36%	0	1
就職先として非営利を希望	75	29%	46%	0	1
言葉をいくつ知っているか	75	4.7	1.4	1	7

表 3：回帰分析の結果（被説明変数：エシカル度(31 段階)）

変数	係数	P 値	
女性	-0.745	0.536	
大学 2 年生	-5.976	0.027	**
大学 3 年生	-5.478	0.029	**
大学 4 年生以上	-5.023	0.077	*
喫煙者	-3.622	0.002	***
待ち合わせ時間を守る	2.547	0.095	*
就職先として営利を希望	3.701	0.071	*
言葉をいくつ知っているか	0.771	0.062	*
定数項	16.661	0.000	***
サンプルサイズ	75		
*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01			

こうして計測したエシカル度を被説明変数にして、どのような属性や社会選好がエシカル度に影響を与えるかを検証すべく最小二乗法による回帰分析を行なった。表 2 はその記述統計であり、表 3 は回帰分析の結果である。表 3 より、エシカル度の高さは男女の違いに関係があるとは考えられなかった。また大学 1 年生に比べ、学年が上がるとエシカル度が下がることが分かった。今後の取り組みとしては、今回考案したエシカル度チェッカーを、どのようにしたら就職活動などのビジネス実務の現場で活用できるかを考えていきたい。

7. 参考文献

社会のためになる消費 <https://www.advertimes.com/20130910/article125749/>(アクセス日 2018/11/9)

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

●発表時に使用する成果物（例、商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

【企画シート作成上の注意】 ※「第9回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・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、権限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。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・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。