

報道関係者各位

2022年5月31日

株式会社ラクーンコマース

【エシカル商品の製造・卸販売に関する実態調査】

**中小メーカーの4割が人や環境に配慮した「エシカル商品」を販売
うち7割が販売拡大意向、雑貨・飲食料品・アパレルなど多岐に渡り展開
～商品特徴は「リサイクル素材」「オーガニック」「自然環境配慮商品」が上位に～**

株式会社ラクーンコマース（本社：東京都中央区、代表取締役社長：和久井 岳）が運営する卸・仕入れサイト「スーパーデリバリー」は、衣類や生活雑貨、家具、生活家電、食料品などを扱う中小メーカー勤務者を対象に、エシカル商品の製造・卸販売に関する実態調査を実施しました。

■調査背景

2015年に国連で採択された持続可能な開発目標（SDGs）の世界的な広まりや、日本国内においても2020年7月のレジ袋有料化、2022年4月のプラスチック資源循環法施行など様々な取り組みが行われ、エシカルな消費活動に対する関心が高まっています。

「スーパーデリバリー」は日本全国の中小メーカーと、小売店や飲食店、美容院、サービス業などの小規模事業者が取引する卸売専用のサイトです。このたび、人や社会、環境、地域などに配慮した「エシカル商品」の製造・卸販売の実態に関してアンケート調査を行いました。

■主な調査結果

- (1) エシカル商品を販売している/販売予定のメーカーは全体の**4割**（41%）
- (2) 販売商品のジャンルは「**雑貨**」「**食品・飲料**」「**アパレル**」が上位に
- (3) 商品の種類は「**リサイクル素材を使用した商品**」が**最多**（48%）、次いで「**オーガニック商品**」、「**森林や海洋など自然環境への配慮商品**」が続く
- (4) エシカル商品の販売に至ったきっかけは「**エシカル消費への興味・関心があった**」と「**社会や環境に配慮する消費者意識が高まったと感じた**」がいずれも**4割前後**に
- (5) エシカル商品を販売中のメーカーのうち**7割**（70%）が、**販売数や商品ラインナップを拡大意向**

- (6) 販売商品に付いている「認証ラベル」の種類は「**エコマーク**」が**最多**、次いで「FSC 認証」、「有機 JAS」と続く
- (7) エシカル商品の取り扱い以外で、製造・販売において環境に配慮して取り組んでいることは「**過剰包装やプラスチック素材をやめるなど梱包の工夫をしている**」が全体の**2割** (25%)

■総括

調査の結果から、エシカル商品を販売している中小メーカーは全体の 4 割とまだ少数派ですが、そのうち 7 割は販売拡大意向であり、手ごたえや意義を感じていることがうかがえました。

また、エシカル消費へのメーカー自身の興味・関心の高まりや、消費者意識の高まりが、エシカル商品の開発・販売のきっかけになっていることが明らかとなりました。消費者庁が 2020 年に実施した意識調査*¹では、59.1%の人が「エシカル消費に興味がある」と回答しており、消費者意識が今後ますます高まっていくことで、メーカーによるエシカル商品の開発・販売も促進されていく相乗効果が続くと考えられます。

このたびの調査では、雑貨や飲食料品など身近な商品を中心に、商品ジャンルが多岐に渡る結果がでており、消費者の生活に様々な角度から浸透していくことも期待できます。

サステナブル（持続可能）な社会に向けた行動や選択を進める動きが世界中で広まるなか、「スーパーデリバリー」は引き続き、エシカル消費に関する啓発およびエシカル商品の販売を進めてまいります。

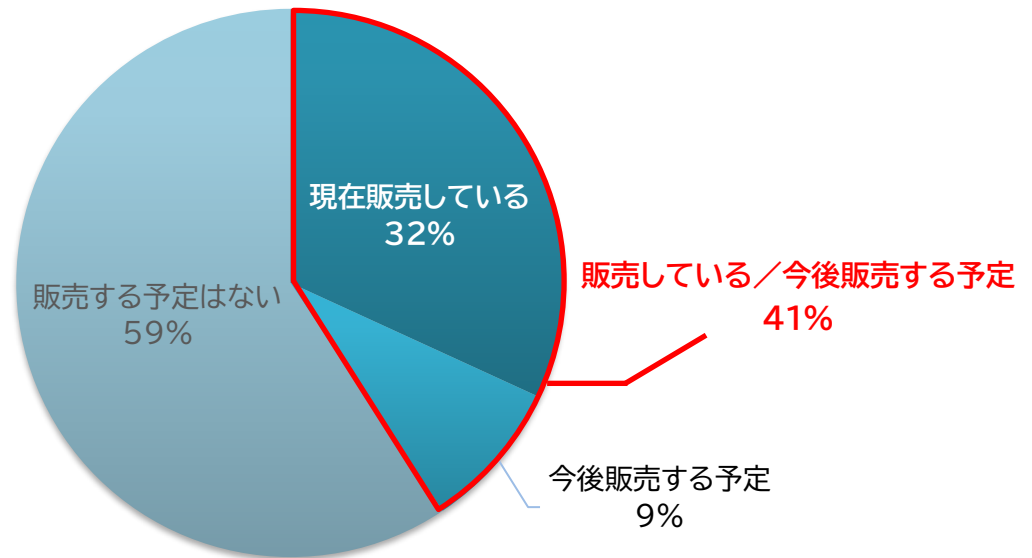
*1:倫理的消費（エシカル消費）に関する消費者意識調査報告書 消費者庁

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/ethical/investigation/assets/consumer_education_cms202_210323_01.pdf

■ 調査結果詳細

(1) エシカル商品を販売している/販売予定のメーカーは全体の **4割** (41%)

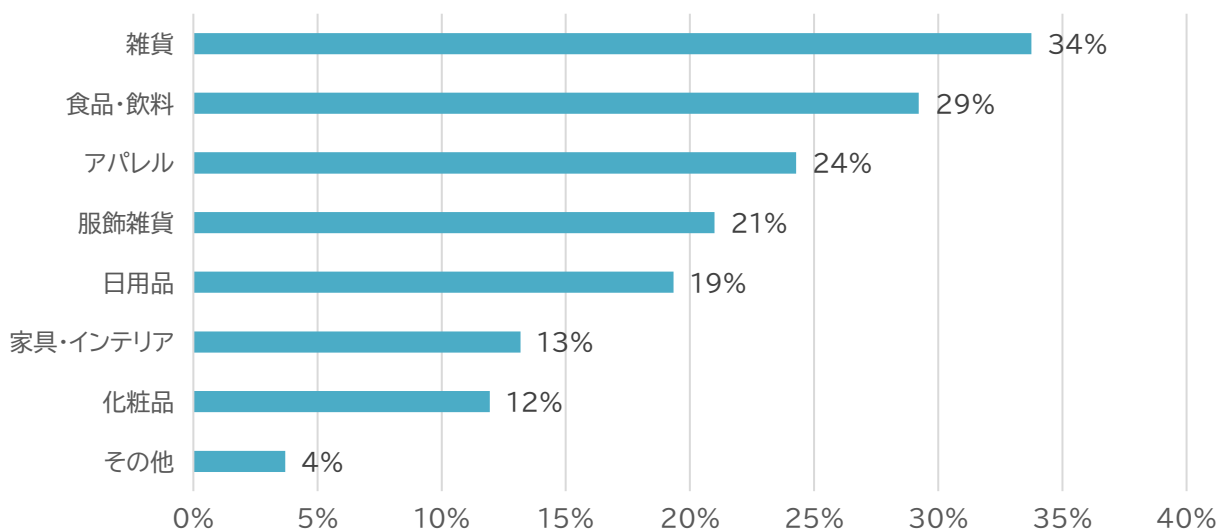
【設問1】エシカル商品を販売していますか？(n=603)



*nは回答者総数から「わからない」と回答した人を除く数。

(2) 販売商品のジャンルは「**雑貨**」「**食品・飲料**」「**アパレル**」が上位に

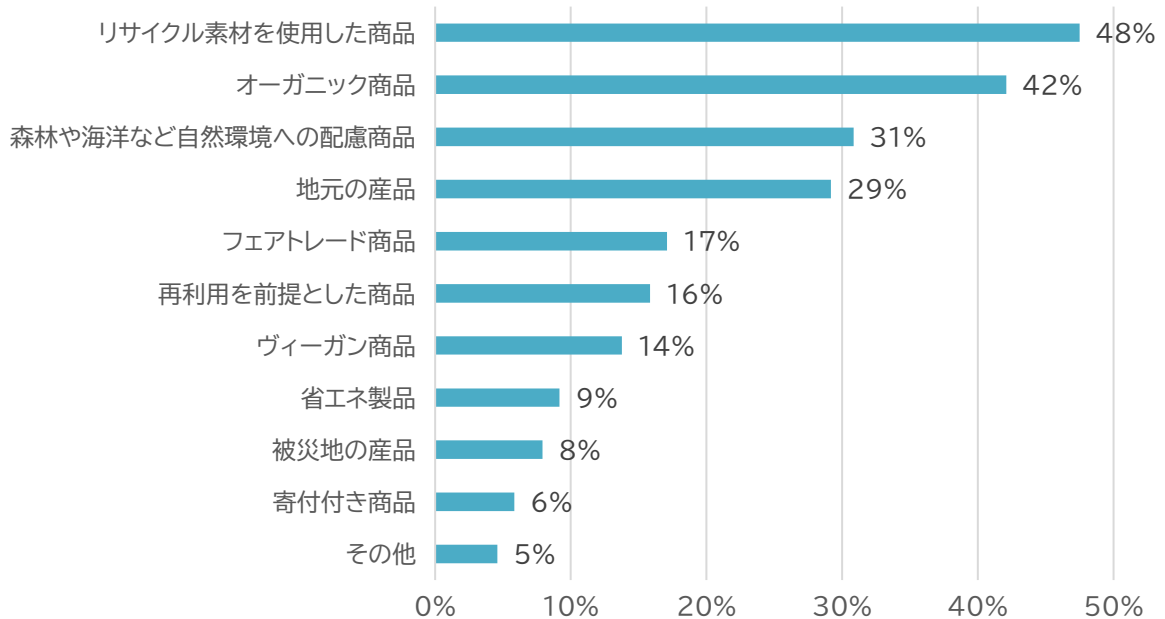
【設問2】販売している/販売予定のエシカル商品のジャンルを選択ください。(複数回答可/n=243)



*nは【設問1】で「現在販売している」「今後販売する予定」と回答した方のうち「わからない」と回答した人を除く数。

(3) 商品の種類は「**リサイクル素材を使用した商品**」が**最多**（48%）、次いで「**オーガニック商品**」、「**森林や海洋など自然環境への配慮商品**」が続く

【設問3】販売している/販売予定のエシカル商品の種類を教えてください。（複数回答可/n=240）

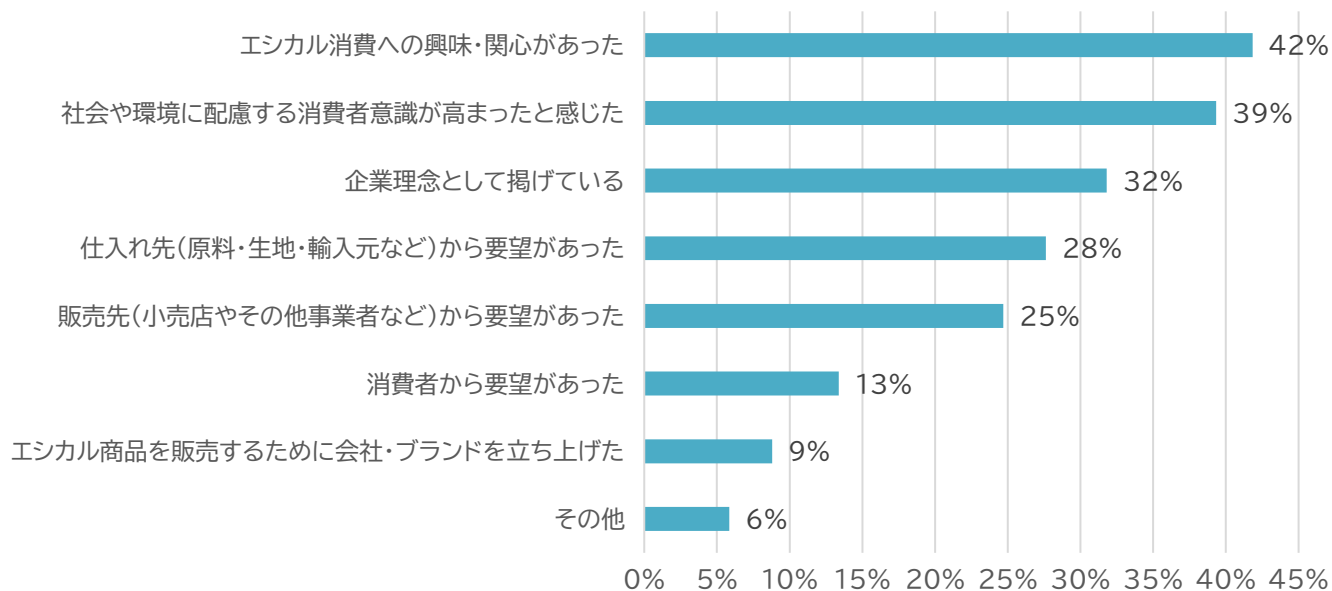


*nは【設問1】で「現在販売している」「今後販売する予定」と回答した方のうち「わからない」と回答した人を除く数。

販売している/販売予定のエシカル商品の種類については、「リサイクル素材を使用した商品」が最も多く48%、次いで「オーガニック商品」が42%、「森林や海洋など自然環境への配慮商品」が31%、「地元の産品」が29%となりました。「その他」の回答では、「樹脂の使用量を減らした商品」「端材を使用した商品」などが挙げられました。

(4) エシカル商品の販売に至ったきっかけは「**エシカル消費への興味・関心があった**」と「**社会や環境に配慮する消費者意識が高まったと感じた**」がいずれも**4割前後に**

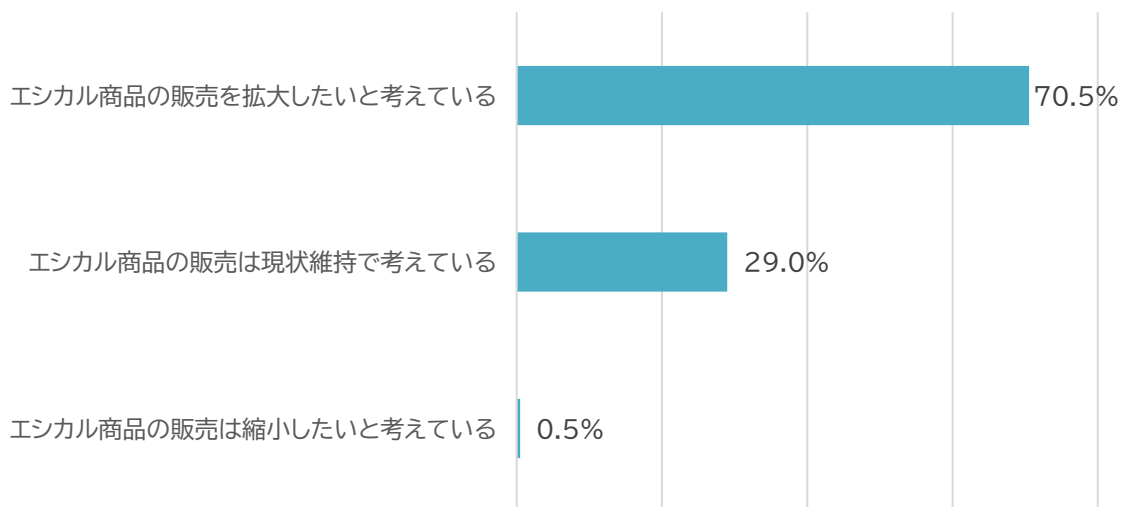
【設問4】エシカル商品の販売に至ったきっかけは何でしょうか？(複数回答可/n=239)



*nは【設問1】で「現在販売している」「今後販売する予定」と回答した方のうち「わからない」と回答した人を除く数。

(5) エシカル商品を販売中のメーカーのうち7割(70%)が、販売数や商品ラインナップを拡大意向

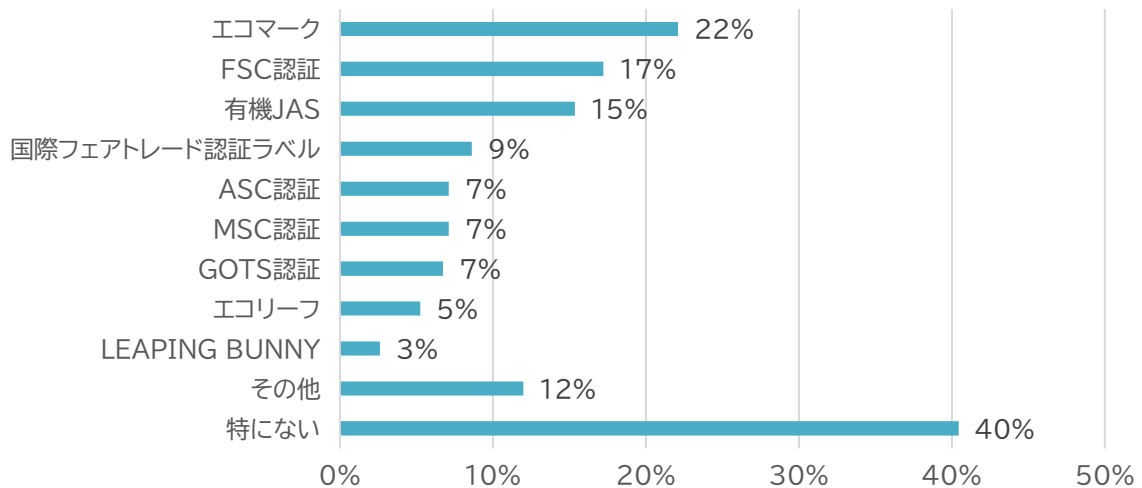
【設問5】今後エシカル商品の販売数を増やしたり、商品ラインナップを増やすなど、拡大する予定はありますか？(n=207)



*nは【設問1】で「現在販売している」「今後販売する予定」と回答した方のうち「わからない」と回答した人を除く数。

(6) 販売商品に付いている「認証ラベル」の種類は「**エコマーク**」が最多、次いで「FSC認証」、「有機JAS」と続く

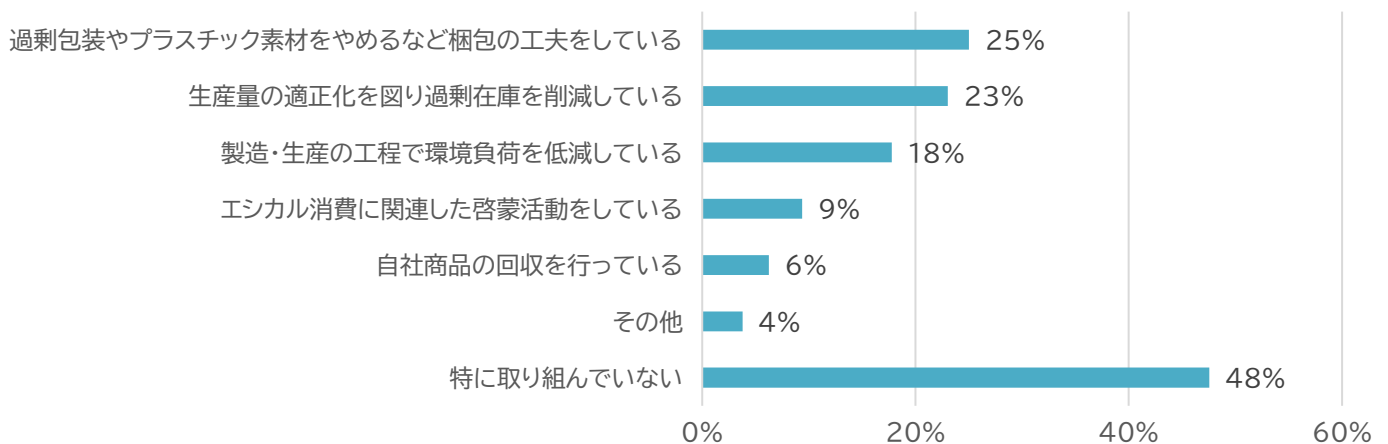
【設問 6】安全性や品質などの基準を満たした第三者機関による「認証ラベル」のエシカル商品を扱っている場合、以下の中から該当するものを教えてください。(複数回答可/n=267)



*nは【設問 1】で「現在販売している」と回答した人のうち「わからない」と回答した人を除く数。

(7) エシカル商品の取り扱い以外で、製造・販売において環境に配慮して取り組んでいることについては「**過剰包装やプラスチック素材をやめるなど梱包の工夫をしている**」が全体の**2割 (25%)**

【設問 7】エシカル商品の取り扱い以外で、製造・販売において環境に配慮した取り組みをしていますか？
(複数回答可/n=608)



*nは回答者総数から「わからない」と回答した人を除く数。

エシカル商品の取り扱い以外で製造・販売において環境に配慮して取り組んでいることについては「特に取り組んでいない」メーカーが5割程度（48%）の一方で、取り組んでいるメーカーは「過剰包装やプラスチック素材をやめるなどの梱包の工夫」、「生産量の適正化を図り過剰在庫を削減」や「製造・生産の工程で環境負荷を低減」などが多い傾向でした。

また「その他」では、「商品の修理をすることで長く愛用してもらおう」、「廃棄ロスを減らす」、「新規開発製品や企画依頼品にはなるべくエシカルなものを選択するようにする」といった取り組みをしているとの回答がありました。

■調査概要

調査方法：インターネット調査

調査期間：2022年5月10日～2022年5月18日

調査対象：スーパーデリバリー会員 出展企業220名／外部調査対象者 496名

属性：

＜規模＞ 中小規模の企業・事業者

＜業種＞ 食料・飲料・酒類・衣類・繊維製品・石けん・合成洗剤・医薬品・化粧品・日用品・AV・家電・電気機械機器 等

■参照

スーパーデリバリー <https://www.superdelivery.com>

国内メーカーと小売店やサービス業などの事業者が取引する卸・仕入れのプラットフォームです。日本の事業者を対象とした国内版に加え、世界134か国への卸販売が可能な越境版も展開し、地域を超えた26万店舗への販路拡大ツールとして効果を発揮。一方の小売店にとっては3,000社を超える出展企業とインターネットを通して取引でき、仕入先を大幅に拡大することが可能。アパレルや雑貨を中心に、家具、生活家電、食品など幅広いジャンルの商品が約140万点掲載されています。第1回日本サービス大賞にて地方創生大臣賞を受賞。（数字は全て2021年1月末時点）

エシカル商品に関する特集企画「エシカルコレクション」について

スーパーデリバリーでは「エシカルコレクション」という特集ページを設けています。商品紹介や動画配信のほか、実際にエシカル商品を販売する小売店へのインタビューコンテン

ツ・売り場づくりに役立つ情報の発信などを行っています。

特集ページ URL : <https://www.superdelivery.com/p/do/psl/?ts=ethicalco&vi=1>

対象商品：フェアトレード商品、支援・寄付につながる商品、環境への配慮商品（リサイクル、脱プラスチック）、オーガニック商品（コットン・リネン、食品、コスメ・日用品）

■会社概要

株式会社ラクーンコマース

代表者：代表取締役社長 和久井 岳

所在地：東京都中央区日本橋蛸殻町1丁目14番14号

設立：2018年11月

資本金：300,000千円

株主：株式会社ラクーンホールディングス100%

URL : <https://commerce.raccoon.ne.jp>

株式会社ラクーンホールディングス

代表者：代表取締役社長 小方 功


所在地：東京都中央区日本橋蛸殻町1丁目14番14号

設立：1995年9月

資本金：1,852,237千円（2022年1月31日現在）

株式：東京証券取引所プライム市場上場 証券コード3031

URL : <https://www.raccoon.ne.jp>

 **株式会社ラクーンコマース**

代表者：代表取締役社長 和久井 岳

所在地：東京都中央区日本橋蛸殻町1丁目14番14号

設立：2018年11月

資本金：300,000千円

株主：株式会社ラクーンホールディングス100%

東京証券取引所プライム市場上場 証券コード3031

URL : <https://commerce.raccoon.ne.jp>

本件に関するお問合せ先

株式会社ラクーンホールディングス

広報担当 大久保・矢次

MAIL : pr@raccoon.ne.jp

サービスに関するお問合せ先

プロモーション担当 霜越

contents@superdelivery.com