

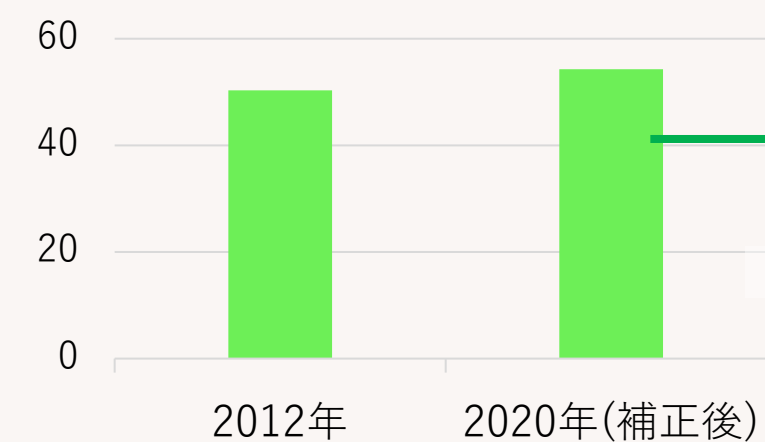
フェアトレードの 変わらぬ認知、進まぬ購入？ 日本での現状とは

フェアトレードとは、開発途上国で作られる原料や製品を適正な価格で継続的に取引し、経済的に弱い立場にある生産者や労働者の生活向上と自立を支える「**公正で公平な貿易の仕組み**」である。私たちがフェアトレード商品を積極的に購入することで、**公正な取引**と**持続可能な生産**を促し、社会的課題解決に参加できる。

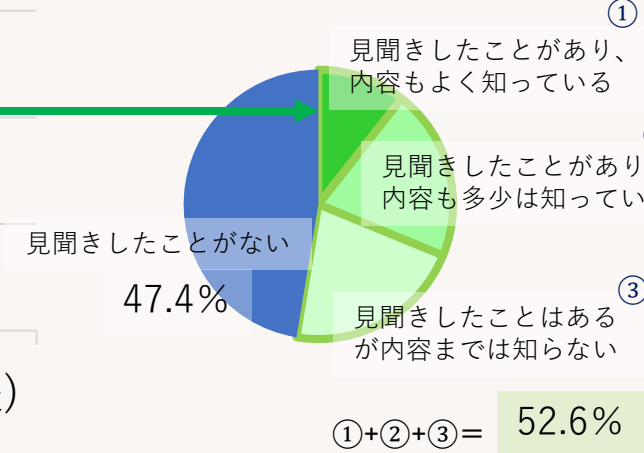
現状

- 知名度は大きく変わらず、まだ**50%程度**
- 購入経験率は**上がらず**

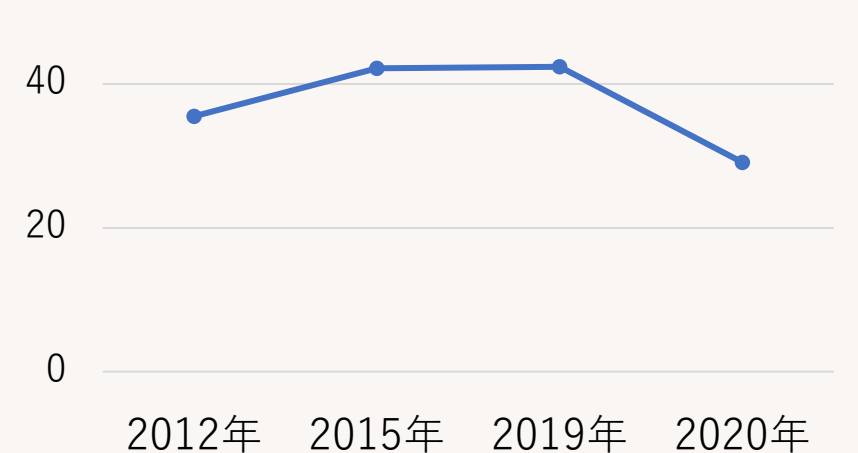
知名度の推移



知名度の内訳 (2020年)



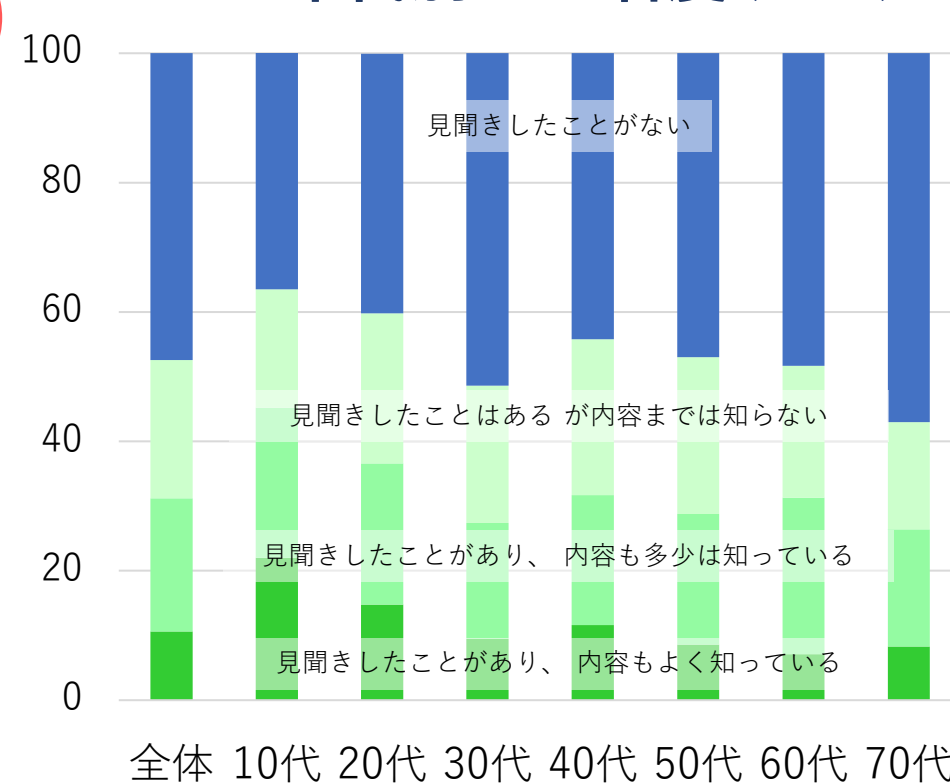
購入経験率の推移



年代

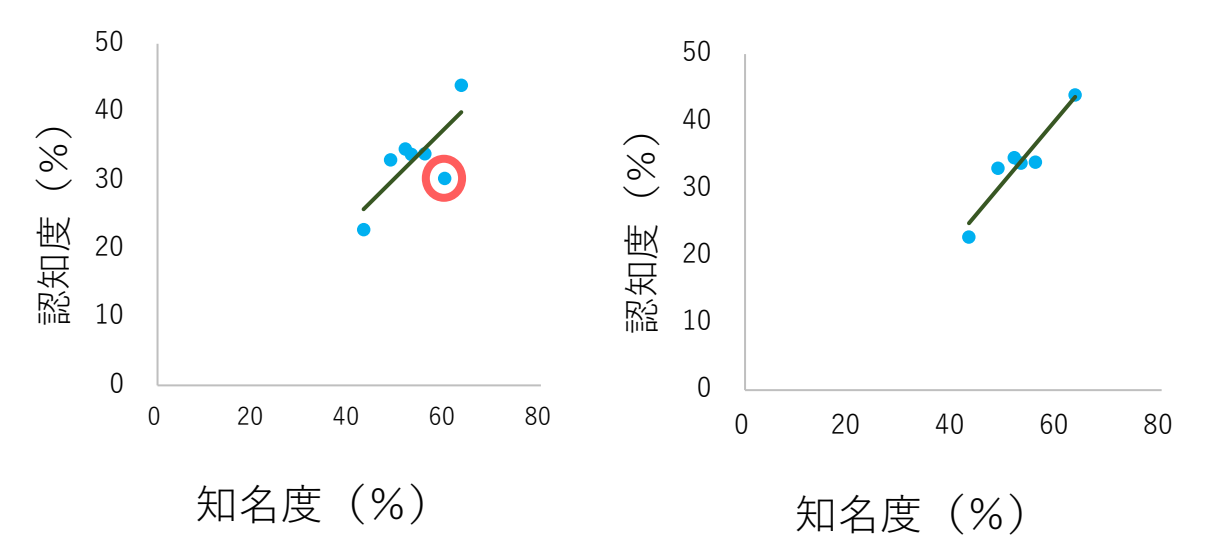
知名度と認知度には強い正の相関($r=0.76^*$)があるが20代は知名度に対して認知度が低い

年代別の知名度 (2020年)



知名度と認知度⁽¹⁾の相関関係 (2020年)

(1) 知名度はフェアトレードタウンという言葉の意味を知っている人の割合、認知度はフェアトレードタウンの意味を正しく理解している人の割合のこと。



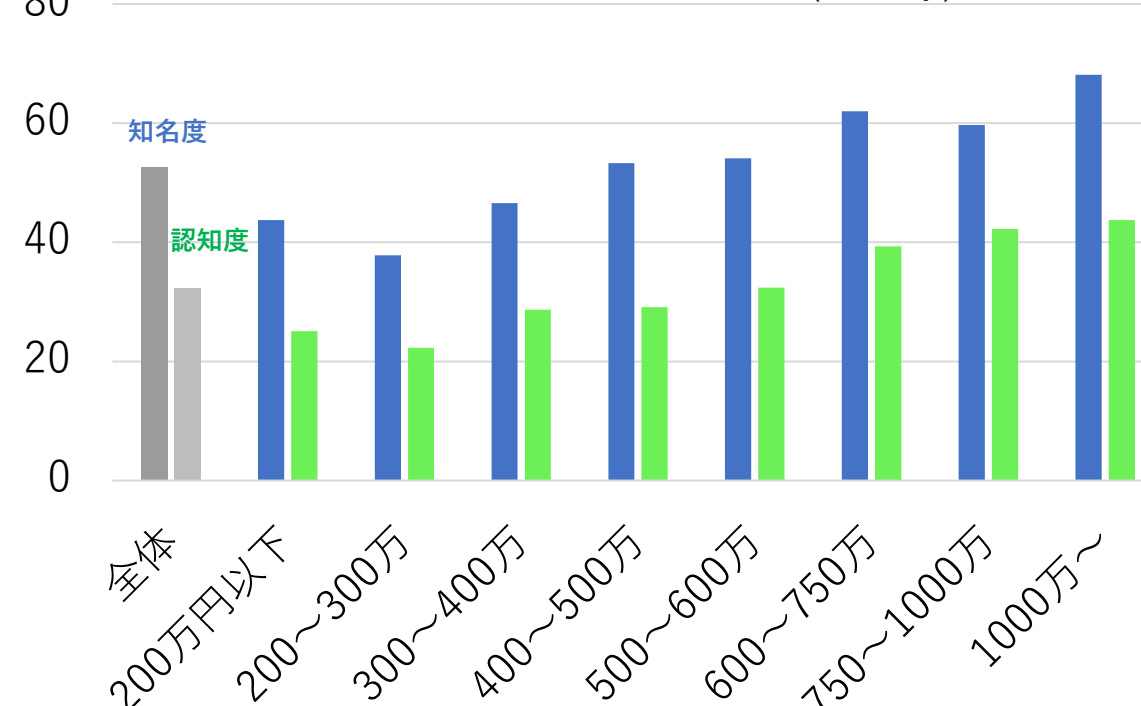
$r=0.76^*$ 20代の値を除く $\rightarrow r=0.95^{***}$

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$ 有意水準を5%未満とする

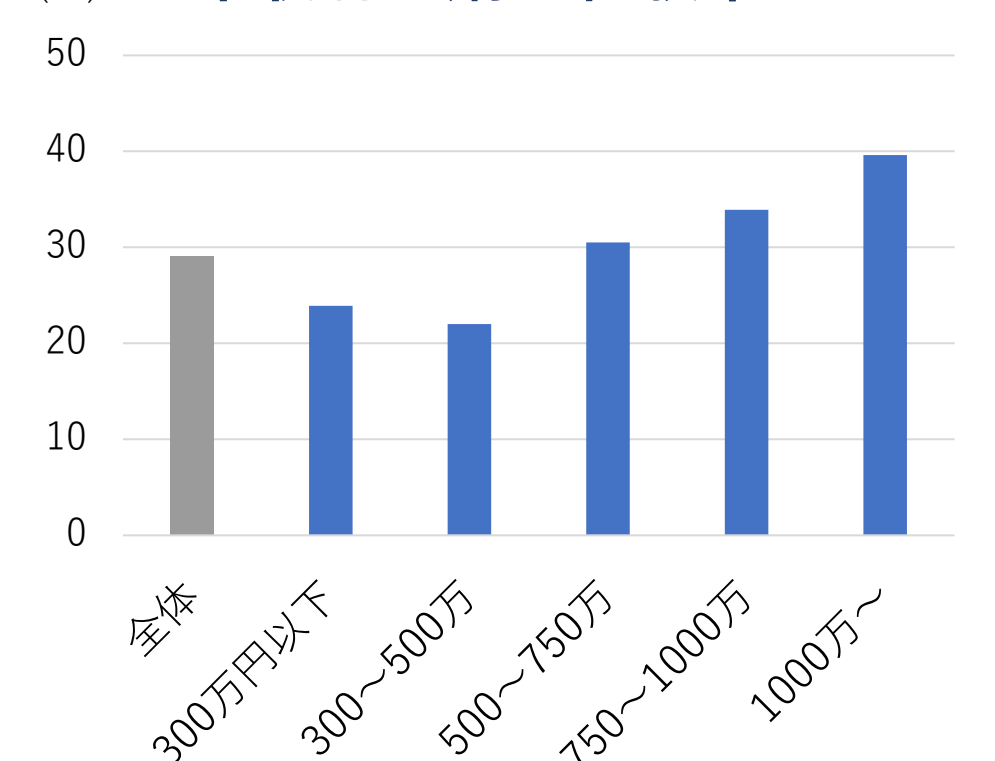
年収

高年収層ほど知名度・認知度・購入経験率が高い傾向にある

年収別の知名度と認知度 (2020年)



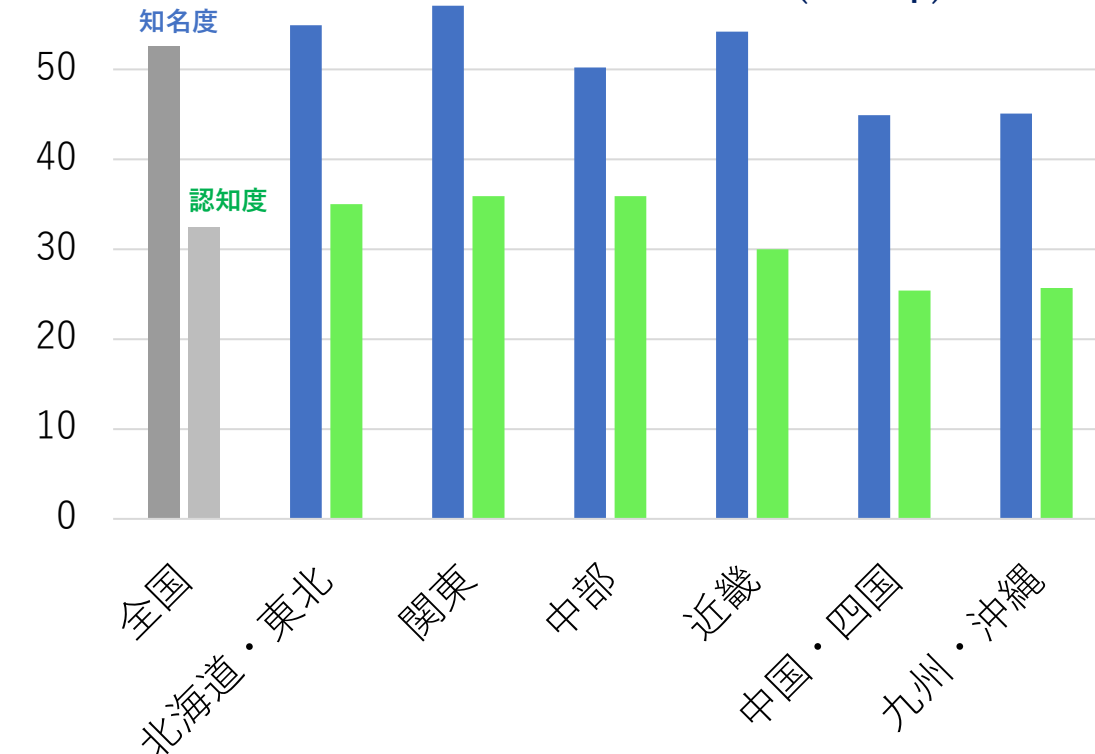
年収別の購入経験率 (2020年)



地域

関東や北海道・東北が知名度・認知度やや高め
フェアトレードタウンの有無との関係は薄い

地域別の知名度と認知度 (2020年)



フェアトレードタウン⁽²⁾の所在地 (2020年までの認定)

1	北海道	札幌市
2	神奈川県	逗子市
3	静岡県	浜松市
4	愛知県	名古屋市
5	三重県	いなべ市
6	熊本県	熊本市

(2) その町の行政や企業、商店、市民団体など全体で、フェアトレードの推進に取り組んでいる都市のこと。

考えられる課題

- 若年層での**間違った理解**がある
- 認定商品の**値段が高く**購入しにくい
- フェアトレードタウンでの**活動の効果が小さい**

課題に対する提案

- 若年層に**SNS・イベント**で興味喚起
- 割引や試用**で購入行動へつなげる
- 活動の**見える化**と情報発信の強化