

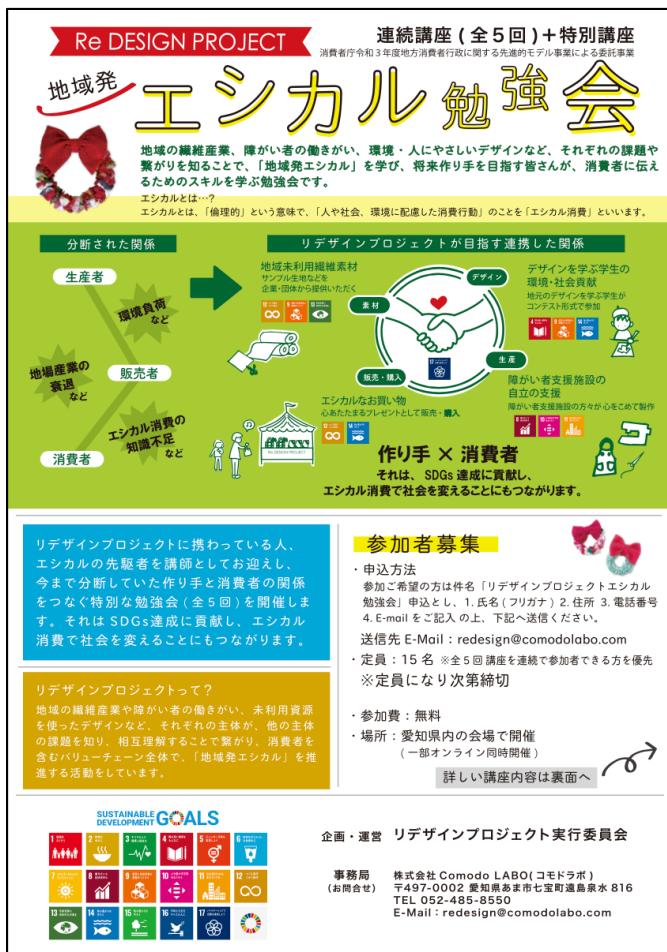
### 3. 広報

本事業の広報に当たっては、専用の Webサイトを活用、事業の進捗状況に合わせて本プロジェクトの理解を深めることができるような情報発信を行った。また、Webサイト、動画、後記4. で述べる冊子等を活用して多くの人に届くよう工夫した。

#### (1) プログラムの広報

下記のチラシ及びポスターを作成して、プログラムの広報を行った。  
チラシはリデザインプロジェクト、フェアトレード名古屋ネットワークの各関連企業や団体を通じて配布した。

これと並行して、独自のWebサイト及び、各SNSを活用した情報発信を実施した。



エシカル勉強会 告知チラシ



10.23± 14:15~15:15

エシカル＆フェアトレード  
ファッションショウ @SDGs AICHI EXPO 2021

Aichi Sky Expo (愛知県国際展示場)  
会場:展示ホールA／ペントスースナージ  
(岐阜県尾張市セントピア5丁目)  
名古屋市国際会議場新館(新館側)

ヨコハマ・横浜国際大都市開発が運営する会場で、会場内は禁煙となります。

「SDGs AICHI EXPO 2021」サイト <http://www.aichiexpo.com>にて詳細をお願いいたします。

スケジュール

10.23± 14:15~15:15

「エシカル＆フェアトレードファッションショウ／トーク」

フェアトレード／ファッション／ほぼ

昔ながらの、温かい、仕事の良さ暮らす。

世界の小さな産業とつなげて生きるフェアトレード・ファッション。

衣装：People Tree /siam /onnut /poco upo poco

尾澤アンドアサツイ/「ファッション」 by Kion Studio

世界のソーシャルアートが織る尾澤の、工場で見るアートストックから、上質で豊かな尾澤の世界を繋ぐ一冊「ディキシー」。

衣装：Kion Studio /「産業の風景」尾澤アンドアサツイ株式会社社長

（会場）名古屋市緑区アシタボウイリヤンセント

会員 MAAT サイクル  
アンソニーハーリー（アーティスティン）／暨 田原史記（ギター）

トーク  
尾澤さん（着衣株式会社・代表）

尾澤さん（Kion Studio 代表）

百瀬千鶴子さん（リサイクルアーティスト）

中村エシカルプロジェクトアドバイザー

出展  
10.22~23 ± 10:00~20:00 「ひとと共にエッセイ」

はる&KOPA洋服フェアトレード古着ネットワーキング(FNN)／  
リサイクルプロジェクト実行委員会

facilitator

豊田さとみ(エシカルベネロイ代表)／中村エシカルプロジェクト

エシカル・ファッション

❶地産地消に自信のある「ナチュラル・グリーン・自然素材」、サクマやアーティストによる「アート」を販売する。また、地元の資源を活用する「地元資源」。

❷生産者の労働環境を確立し、公正な賃金で、人々への貢献度を評価する「アートカード」である。

❸地元にいる織工の技術を活用して、地元の資源を活用する「アートワーク」。

❹魅力的なデザインで、確かな品質である。

尾澤 BISHU

愛知県一宮市を中心とした周辺地域は「尾澤」と呼ばれ、昔から織物業で有名です。現在は多くの織機と紡績工場があり、織物をはじめ多様な織物を生産。糸や布地、手芸、刺繍等、織工が生み出された、ファッションが盛んな地域です。さきほどの尾澤生産の大きさを生みだした織物によるアートサイクル・ファッションにも魅力がたります。

フェアトレード

フェアトレードは身近な言葉で世界の問題を解く。世界の資源を1人1人への分配ではなく、経済的に生み出され、森林伐採や土壌劣化などの環境破壊から地域を守るために、フェアトレードで常に認定されている名前で、フェアトレードの理念を実践するから、身近な問題・産業や、自然環境を守る活動にもつなげています。

フェアトレードタウン → SDGs

SDGs(実現可能な開拓目標)は、ずっと地域に住み続けられるの70の目標。私たちがフェアトレードを確実に実現するフェアトレードタウンの取組は、環境・資源・人権・開発など多様なパートナーシップとの連携を大事にするもので、SDGsが掲げる7の目標は全てに関係します。

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS

エシカル&フェアトレード・ファッショントーク 告知チラシ

エシカル&サステナブル・ファッションショー／トーク 告知チラシ

## (2) 成果の広報



専用Webサイト <https://www.ethicaling.com/>

Report

Chubu エシカリング・プロジェクト2021  
Ethical & FairTrade  
FASHION SHOW·TALK

11.21(日) エシカル & フェアトレード  
ファッションショントーク  
尾州ニット工場

Chubu エシカリング・プロジェクト2022  
Ethical & FairTrade  
Sustainable FASHION  
SHOW·TALK  
UPCYCLE Market

— HOSHIGAOKA TERRACE —

プログラムを撮影、録画し動画を掲載

### （3）取材・インタビューの広報

「地域の財産を賢く生かすエシカル・ファッションを世界に発信」をテーマに、地域の地域未利用纖維素材のストーリーや背景、素材から生まれたアップサイクル商品を紹介する記事や動画を掲載。モノから人、コトの展開へ繋げる。

## 【取材・インタビュー一覧】

エシカリングHP記事及び動画1「MODECO」水野浩行さん
エシカリングHP記事及び動画2「Kion Studio」稀温さん
エシカリングHP記事及び動画3「motif」井上愛さん
エシカリングHP記事及び動画4「poco up poco ほほほ/大醜（株）」後藤美和さん
エシカリングHP記事及び動画5「3×4=12（残糸12）/ ほほほ」後藤裕一さん
エシカリングHP記事及び動画6「ひょうたんカフェ」三島弘美さん
エシカリングHP記事及び動画7「NATURE & SONS®/森菊（株）」杉山菜那さん
エシカリングHP記事及び動画8「reticot（株）艶金」子池美帆さん
エシカリングHP記事及び動画9「mikketa / 三星毛糸」岩田真吾さん
エシカリングHP記事及び動画10「LIG（ライガ）/ 船橋株式会社」舟橋 昭彦さん、大谷 真奈美さん
エシカリングHP記事及び動画11株式会社艶金
エシカリングHP記事及び動画12生活協同組合コープあいち
エシカリングHP記事及び動画13ユニー株式会社
エシカリングHP記事及び動画14ウエイストポックス
エシカリングHP記事及び動画15テクノフォームジャパン
エシカリングHP記事及び動画16カラーフォーム健康ショップ
エシカリングHP記事及び動画17株式会社バローホールディングス
エシカリングHP記事及び動画18一般社団法人SDG s 推進センター
エシカリングHP記事及び動画19東山遊園株式会社
エシカリングHP記事及び動画20株式会社大丸松坂屋

Up Cycle  
アップサイクル

Re DESIGN PROJECT  
パートナー

「LIG（ライガ）」斎藤 良彦さん  
「milketa / 三星毛糸」岩田 真吾さん  
「reticret（リトリコ） / 鮎金」子池美帆さん  
「NATURE & SONS（ナチュア&サンズ）」杉山 良太さん  
「ひょうたんカフェ」三島弘美さん  
「3x4=12（残糸12） / ほほほ」後藤裕一さん  
「poco up poco」後藤美加さん  
「motif」井上さやかさん  
「Kion Studio」種畠さくらさん  
「MODECO」水野浩行さん  
株式会社テクノフォームジャパン  
株式会社ウェイストボックス  
ユニー株式会社  
生活協同組合コープあいち  
株式会社豊金

#### 4. 冊子の作成・配布

本事業におけるノウハウを他地域に横展開するため、また、地域のアパレル関連を学ぶ学生、保護者、一般消費者へエシカル消費への理解促進、未来の作り手のサステナブルのヒントを学ぶツールとして「リデザインプロジェクト2021年入賞作品のご紹介」冊子を作成した。内容は、行政、エシカル専門家、SDGs専門家、CO2専門家等から考察、監修をいただき、取組説明、コンテストの結果や学生によるものづくりにおけるエシカルな視点の説明、企業によるコメント等を紹介した。

## 內容：

リデザインプロジェクト2021年の入賞作品に対して写真及び内容の紹介に加えエシカル消費の専門家の考察を掲載した冊子を制作し、学生、保護者、一般消費者へエシカル消費への理解促進、未来の作り手のサステナブルのヒントを学ぶツールとする。

### 考察・監修：

消費者庁 米山眞梨子氏、株式会社ウェイストボックス 鈴木修一郎氏

楣山女学園大学 教授 東珠実氏、エシカル・ペネロープ 株式会社 原田さとみ氏  
中部SDGs推進センター 百瀬則子氏

## 成果：

リデザインプロジェクト2021年入賞者及び入賞者発表会の参加者に配布した。また、各専門家からの考察や監修のもと制作し、「地域産業の資源循環」「若者のセンス・アイディア」「障がい者就労機会創出」「消費者の共感」等の訴求が一目で理解できるものになっている。

## 5. エシカル商品販売、販売情報発信活動及びAIを活用したアプリの実証

リデザインプロジェクトメンバーが直接消費者に商品を紹介・販売することで、生産者と消費者がコミュニケーションを図り、エシカル消費の理解・共感を促し認知度を向上させる。更に販売者へのエシカル啓発活動を行った。未利用素材を使ったものづくり体験ワークショップも同時に開催した。

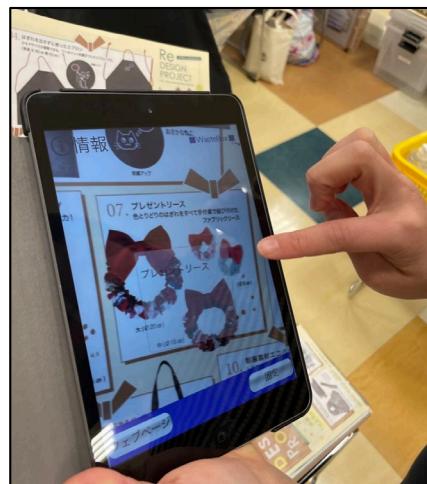
また、Webサイトエシカリングに掲載した情報を効果的に発信するため、商品にスマートフォンをかざすことでその商品の生産者情報がスマホやタブレット上に表示されるアプリ※を活用し、実際の商品の販売の場で消費者に体験をしてもらった。

### ※アプリの概要

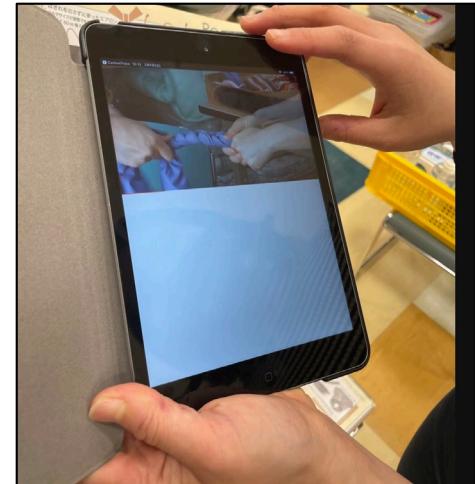
対象の製品等の画像データをシステム上に登録し、その画像データに関連するホームページや動画などの情報をあらかじめ紐づけておく。専用アプリをインストールしたスマホやタブレットのカメラを対象製品等にかざすと、アプリ上で画像認識し、紐づけされたデータをアプリ上に表示する仕組み。なお、アプリは汎用的なプログラムである Python を用いて開発したものであり、画像認識は AI（人工知能）を活用している。



①商品にかざす



②商品を認識



③ものづくりのストーリー動画  
→Webページをクリック

### 成果：

直接消費者にエシカルを「知って・共感し・買い物行動に繋げる」ことを実践し、エシカル消費の理解・共感を促し、認知度を向上させ、バリューチェーン全体でエシカル消費及びエシカルなものづくりを共有した。

また、合わせて販売者向けとして百貨店従業員に向けての啓発活動を行った。

## 実施日及び実施場所

日付	場所	数 (個)	金額 (円)	ワークショップ (名)
10月22日・23日	AICHI SKY EXPO	44	22,000	22
11月27日	ナディアパーク	46	65,300	
11月28日	ヒルズウォーク徳重ガーデンズ	3	3,800	17
12月4日・5日	アピア知立店	15	19,400	41
12月11日	イオンモール大垣店	6	7,600	35
12月18日・19日	アピタ稻沢店	41	54,300	41
12月18日・19日	コープあいち	99	141,000	
2月5日	バロー岐阜羽島店	9	11,900	AI実証実験 10
2月6日	バロー多治見店	12	15,800	5
2月8日	カラーフォーム安城店	11	10,165	28
2月18日・19日	松坂屋名古屋店 従業員啓発活動	12	15,800	AI実証実験 10
		298	367,065	209



## 6. リデザインプロジェクトによって、焼却されず、回避されたCO2排出量

繊維産業では、製造過程や商品を製造する過程で端材やロット不良等の未利用繊維素材が多量に発生、多くは焼却処分され、廃棄と焼却によるCO2が発生している。

環境負荷・CO2排出量把握のプロフェッショナルである株式会社ウェイストボックスにより布を1t廃棄した場合のCO2、廃棄した布を燃やした場合のCO2の数値をもとに、本年度のリデザインプロジェクトで本来廃棄される布の廃棄に伴う排出量を算出した。

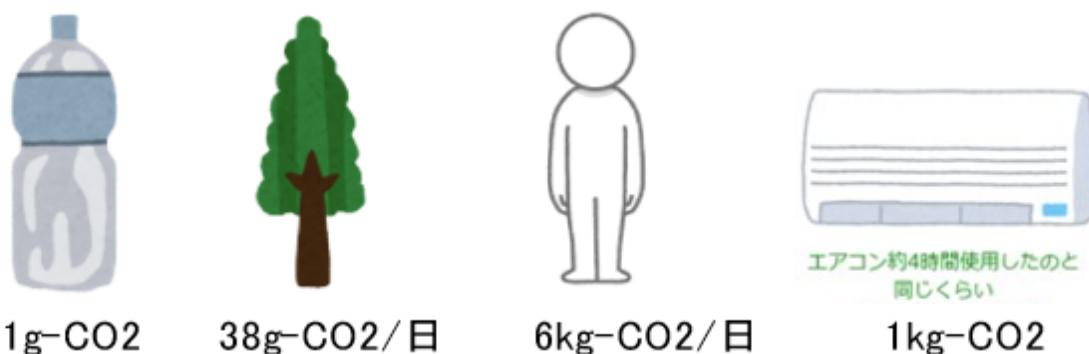
成果：

令和3年度のリデザインプロジェクトでは、本来廃棄される布を再利用してエシカルなものづくりを行うことで、下記のように排出（347.1kgCO2）を回避し、地球全体の課題である脱炭素社会と循環型社会を同時に実現することに貢献した。

排出原単位 (kg-CO2/kg)					排出量 [kg-CO2]		
処理方法	区分	廃棄物輸送	廃棄物量(kg)	単位	数値	出典	合計
焼却処理	産業廃棄物 含む		319.2	kg	1.087	WB調べ	347.1

参考資料「排出量の換算イメージ」

- 1g-CO2 500mlペットボトルの1本分の体積と同じくらい
- 杉の木1本が1日に吸収するCO2量 38g-CO2/日
- 人間が1日に排出するCO2量 6kg-CO2/日
- 1kg-CO2 エアコンを4時間使用したのと同じくらい



## 7. 業務の評価と今後の課題

### (1) 事業評価

#### (1) -1 定量的評価

##### ①勉強会、セミナーの参加者数

設定目標：140名

設定目標（名）	140
応募人数（名）	196

参加内訳（名）	1回	34
	2回	24
	3回	12
	4回	29
	5回	12
	特別講座	35
	企業向けセミナー	50

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、参加申し込み件数に影響があることが懸念されたが、目標に達することができた。一部オンライン開催も行なった。勉強会は土曜日、企業向けセミナーは平日に行なったが、社会人からは、平日の就業中の方が参加しやすいという声があった。

##### ②商品販売数量及び金額

設定目標：250個、240,000円

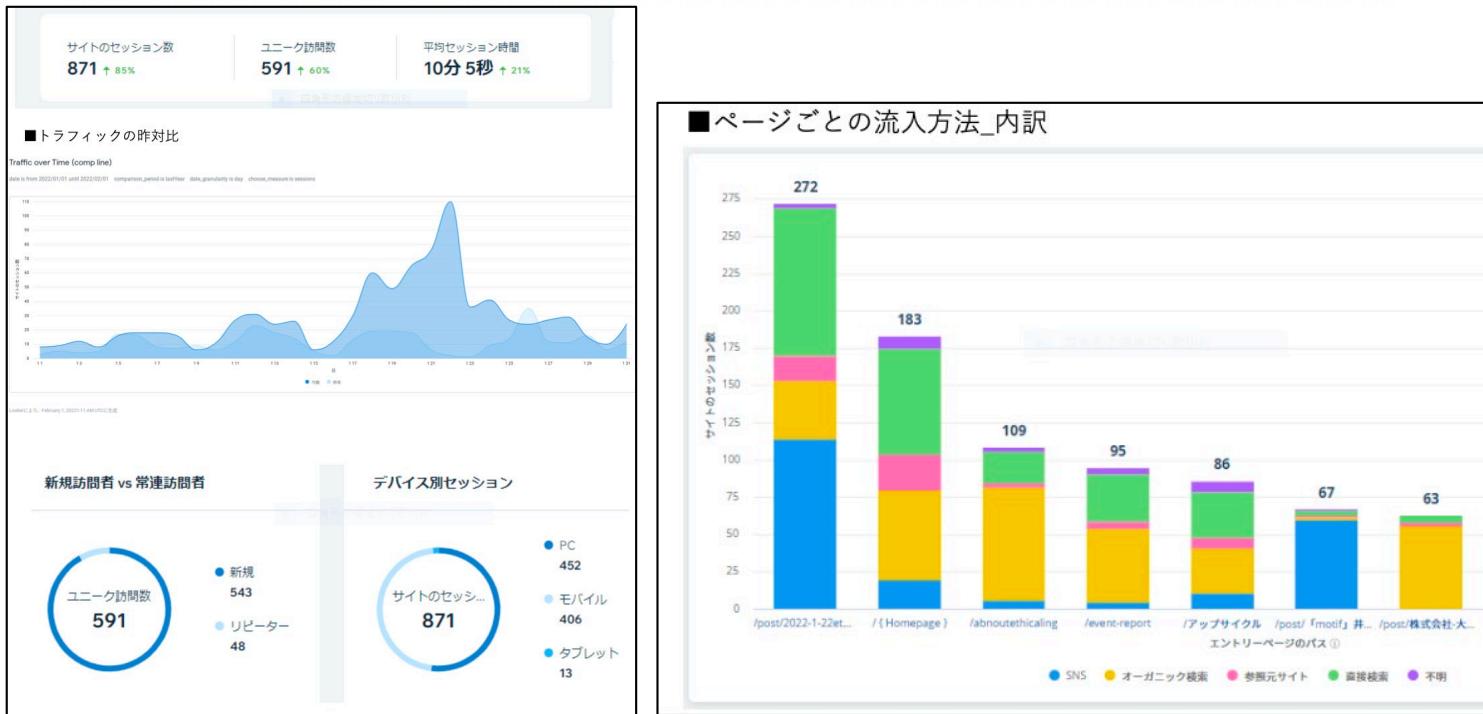
設定目標	販売数（個）	250
	販売金額（円）	240,000
結果	販売数（個）	298
	販売金額（円）	367,065

リアル販売において、来場者数に新型コロナウイルス感染症の影響があることが懸念されたが、目標に達することができた。ものづくりに参加した生産者である障がい者支援施設の就労者が来場し自分の作った商品が売られていることに喜んでいたことが印象的である。また、商品をデザインした学生も店頭に足を運んでおり自身のデザインが形になっているのを見て笑顔が溢れていた。

### ③Webサイトエシカリングの遷移

設定目標：700セッション

	セッション数	訪問数	平均セッション時間
8月	344	271	6分8秒
9月	366	304	2分44秒
10月	360	296	3分22秒
11月	428	335	1分36秒
12月	471	352	8分21秒
1月	871	591	10分5秒



令和3年8月から令和4年1月の推移では倍以上のアクセス数があり、セッション時間も顕著に伸びている。特に「アップサイクル」などの新たに取材・インタビューを行い、掲載した記事へのアクセスに注目が集まっておりWebサイトを通じて中部地方から他地域へ向けて、企業や団体のエシカル消費について発信することができた。また、ファッションショー記事内にてyoutubeの配信URLを掲載し視聴が伸長した。アクセス元としては、直接検索とほぼ同数がFacebookから流入しており、SNS上でもエシカル消費推進に貢献できたことは大きな成果といえる。

## (1) -2 定性的評価

当事業の参加者・関与者に対するアンケートまたは聞き取り調査による行動変革、エシカル消費及び認知度の向上と消費者の行動変革等を計測する為、アンケート調査を実施した。

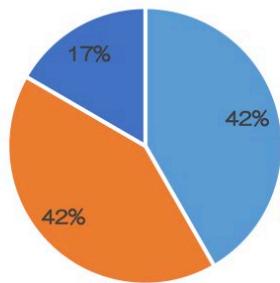
〈アンケート、聞き取り項目例〉

消費者の視点	エシカル消費の考え方や行動について理解が深まった
	実際に商品の消費行動、購買意欲に繋がった
	エシカリングサイトがエシカル情報に触れるきっかけになった
	「エシカル」「環境」「SDGs」を考えるきっかけになった
	「地域と消費の繋がり」を考えるきっかけになった
生産者の視点	取り組みをエシカリングで発信でき仕事の誇り、意欲になった
	地場産業の発展、雇用創出に繋がった
	企業のサステナブルなものづくり、経営に繋がった
販売者の視点	エシカル商品に対する消費者の意識の変化を感じた
	エシカル商品の背景を理解し販売活動を行った

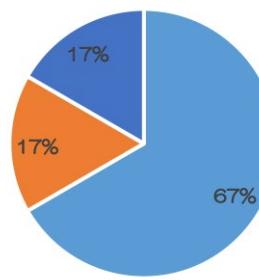
エシカル勉強会は連続参加できる方を優先としたが、プログラムの回数を重ねるごとにエシカル消費への理解は深まっていった。参加者からは、中部地域で活躍している企業、地方の地方独自の課題や取組に加え、講師の経験国際的な動向などの話のミックスで広い視点でエシカルやSDGsを考えるきっかけとなった、勉強会を通じて消費者にもう1つの選ぶ基準が浸透すると素晴らしい、繊維メーカーから消費者まで笑顔が繋がっていくことがサステナブルな事業となるために必要、未利用素材がより価値あるものに生まれ変わることを改めて認識できた、販売者として「商品の良さを伝える」だけでなく「伝わる」コミュニケーションが大切などの声があり、「それぞれの役割を果たしながら、繋がりを大切にして目的を達成する」今回のプログラムを通じて、エシカル消費について理解促進の機会として一定の効果が得られた。今後それを周りに伝えていくインタークリターとしての役割を担ってもらい、地域社会への波及を望む。

## 〈エシカル勉強会1回目〉 回答者数(N=34人)

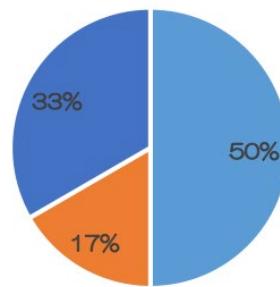
### 1. 「エシカル消費」を知っていますか？



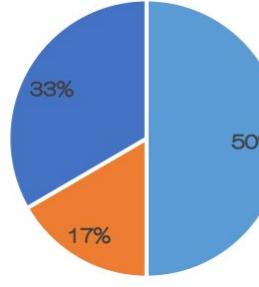
### 2. 地域の繊維産業について理解は深まりましたか？



### 3. グループディスカッションで他の参加者の方と交流し、SDGsとの係り方について知ることができましたか？



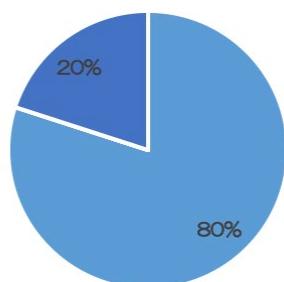
### 4. 「エシカル消費」について、理解できましたか？



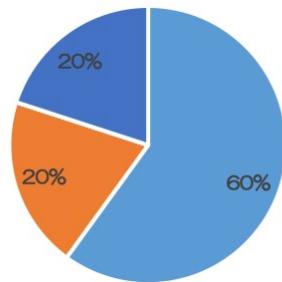
- ・「価格」や「機能」といった基準で消費行動をしてしまうのは、他の基準「エシカル消費」を知らないためだと感じる。消費者にもう1つの選ぶ基準が浸透すると素晴らしいと感じた
- ・中部圏発のこのプロジェクトが、全国に同様の取組が広がりエシカル消費が全国の消費者の選択基準の1つになることを期待する
- ・「エシカル消費」を一消費者として、できる行動は漠然と理解したが、それを啓発していく具体的な方法等を、今後学んでいきたい
- ・この地域で活躍されている企業、地方の地方独自の課題や取組に加え、国際的な動向などの話のミックスでエシカル消費に対する意識を新たにした

## 〈エシカル勉強会2回目〉 回答者数(N=24人)

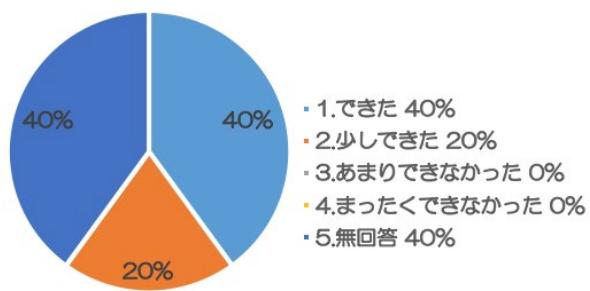
### 1. 「エシカル消費」を知っていますか？



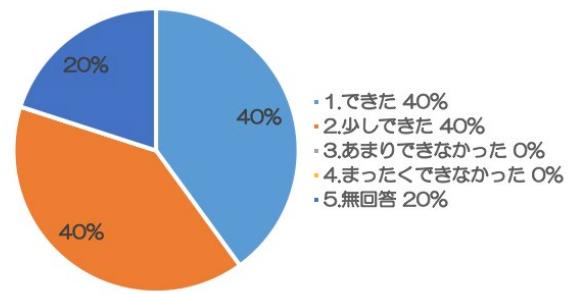
### 2. 地域の障がい者支援施設について理解は深まりましたか？



3. グループディスカッションで他の参加者の方と交流し、SDGsとの係り方について知ることができましたか？



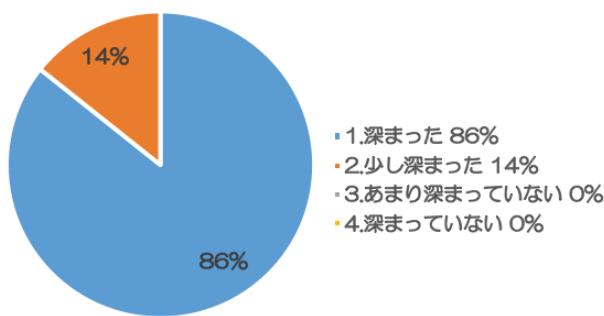
4. 「エシカル消費」について、理解できましたか？



- ・自分は「エシカル消費」を知っているし共感もしているけれど、「エシカル消費」はお金がかかるものだと感じている。なかなか今の収入でエシカルな商品だけ購入することはできないので代わりに、「安いけど必要のないもの」はほとんど買わない。エシカル消費ができないても、知っているか知らないかでは違いがあると思う
- ・複数の作業所の現場を一度に見ることができたし、作業所同士が新たに繋がる場面もみられ、パートナーシップを目の当たりにできたのが有意義だった
- ・繊維メーカーから消費者まで笑顔が繋がっていくことがサステナブルな事業となるために必要なだと感じた

〈エシカル勉強会3回目〉 回答者数(N=12人)

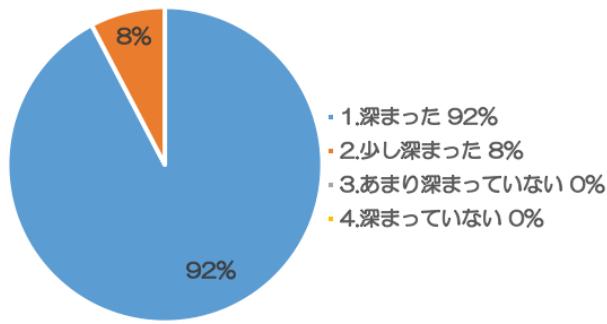
1. 「エシカル消費」の考え方や行動について理解が深まりましたか？



- ・ワークショップでは未利用素材を繋ぎ合わせる中で新しいデザインが生まれた。ただ余りものの寄せ集めではなく、新しい価値が生まれていると実感した
- ・子どもと一緒にSDGsの視点から考えると自分の気に入っていた服などを使って作成するのも良い
- ・使えなくなったが気に入っていたものをアップサイクルすることで“カタチ”を変え使い続けるということをしていきたいと思った
- ・日頃、意識しないディスプレイに理論があることを知り、販売活動に活用していく。エシカル商品の背景を知りディスプレイを行い、視点とコミュニケーションの両軸で販売を行っていくことが効果的であると知った

## 〈エシカル勉強会4回目〉 回答者数(N=29人)

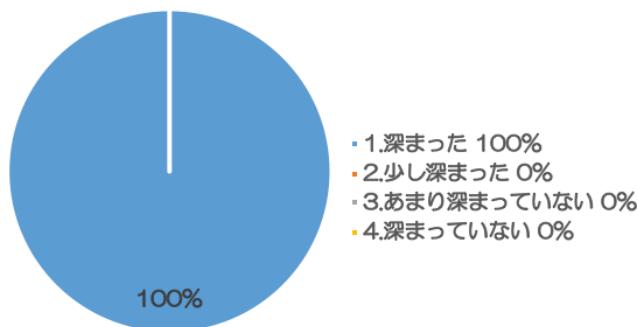
### 1. 「エシカル消費」の考え方や行動について理解が深まりましたか？



- ・ “責任ある消費”。自分の為でなく「誰かの為」「世の中の為」持続可能な社会の実現の為に、自分にできる消費の有り方を改めようと感じた
- ・ 私たった1人で…と思っていたが、私のちょっとした行動が大切だとわかり、これからは積極的に行動していきたいと思った
- ・ 消費者として、買うエシカルではなく買わないエシカルを意識したことはなかった。今日の話を聞いて買わないエシカルを意識していこうと思った
- ・ 商品の素晴らしいポイントを理解し、どう話せば相手とコミュニケーションをとれるのかを考えながら、商品のPRしていくことが大事だと分かった
- ・ 単なる販売ではなく「伝わる」「コミュニケーション」をこれから意識していきたい

## 〈エシカル勉強会5回目〉 回答者数(N=12人)

### 1. 「エシカル消費」の考え方や行動について理解が深まりましたか？

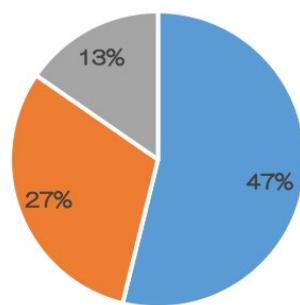


- ・ 普段様々な方法で消費行動を行っているがECモールの現状や特性を知ることができた
- ・ 見える化アプリツールなど、最新技術をどんどん利用していきたい
- ・ 現状 → 理想 → そのギャップを埋める話し方が大切だと思った
- ・ “共感”というキーワードが大切だと感じた
- ・ 「それぞれの役割を果たしながら、繋がりを大切にして目的を達成する」ことが一番印象に残っている。消費者、生産者、販売者、それぞれの立場でできるアクションを行い、できることはパートナーシップで補完していくべきだと感じた

## 〈エシカル勉強会特別講座〉

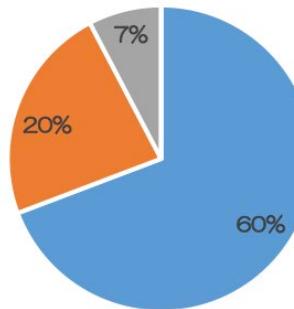
回答者数 (N=35人)

1. 「エシカル消費」を知っていますか？



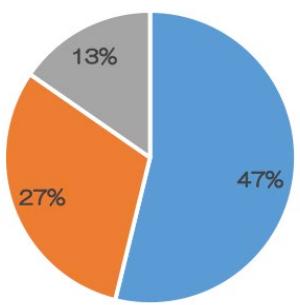
- 1. 知っている 47%
- 2. 少し知っている 27%
- 3. あまり知らない 13%
- 4. 初めて聞いた 0%

2. 地域の繊維産業の現場と想いについて理解は深まりましたか？

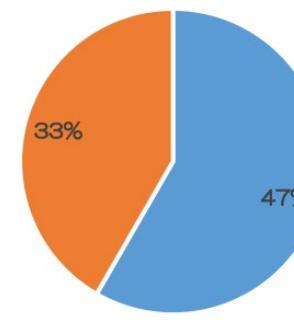


- 1. できた 60%
- 2. 少しうけた 20%
- 3. あまりできなかった 7%
- 4. まったくできなかった 0%

3. 意見交換の時間に他の参加者の方と交流し、SDGsとの係り方について知ることができましたか？



- 1. 知っている 47%
- 2. 少し知っている 27%
- 3. あまり知らない 13%
- 4. 初めて聞いた 0%



- 1. できた 47%
- 2. 少しうけた 33%
- 3. あまりできなかった 0%
- 4. まったくできなかった 0%

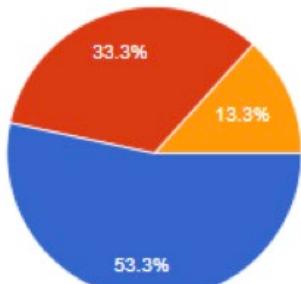
- ・消費者庁の米山氏から話を聞くことができて良かった。各省庁の方針を理解することができ、企業の一員としても、一消費者としても意識を高めることができた。
- ・消費者庁・環境省でファッショントのサステナブルが取り上げられていることを初めて知った
- ・世界3大産地尾州のウールとはいえ商売は厳しい状況が続いていると聞いていたが、皆さん前向きで新しい事をして盛り上げていこう、という姿勢が伝わってきて勇気づけられ勉強になった。社長自ら発信されており、熱意が感じられた
- ・SDGsが世界的にうたわれているなか私たち個人がエシカル消費を意識できる社会作りを目指す
- ・コンポスト、バイオマスボイラー等、企業の循環の取組にとても感動した。ファッショントだけでなく、身近なところからサステナブルに取り組むことはとても大切なのだということを学んだ
- ・国内の工場でSDGsに向けて行動されていることが改めて知ることが出来た。実際に現場の方々の話を聞くとテキストで勉強しているよりも肌感で理解できた
- ・単なる販売ではなく「伝わる」「コミュニケーション」をこれから意識していきたい

## 〈企業向けセミナー〉

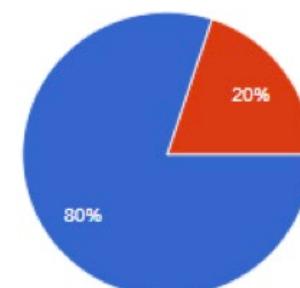
回答者数 (N=50人)

本日の講演について教えてください。

「エシカル消費」や「SDGs」の考え方や行動について理解が深まりましたか？

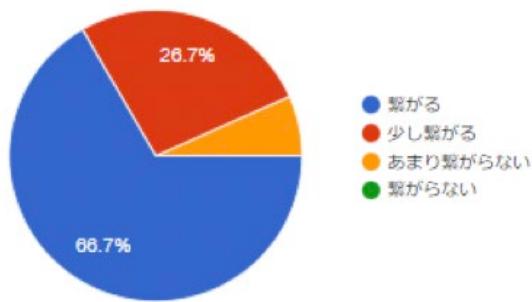


- 非常に良かった
- 良かった
- 普通
- あまり良くなかった
- 良くなかった



- 深まった
- 少し深まった
- あまり深まっていない
- 深まっていない

「今後のサステイナブルな行動、消費、  
ものづくり、経営等に繋がりそうですか？」

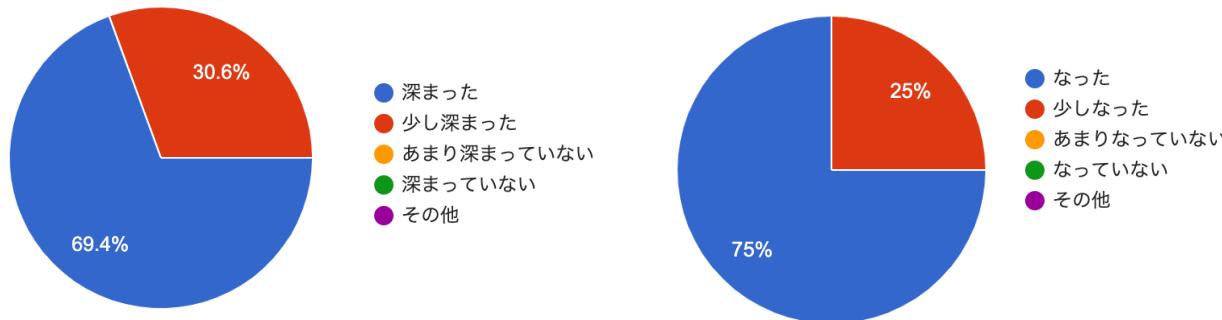


- ・私の周りではフェアトレードやエシカルはまだまだ知られていない。今後、エシカル消費としての生産者や販売者そして消費者が繋がる商品開発ができればと考える
- ・脱炭素、カーボンニュートラルの取組を進めたい。カーボンフリー商品の開発を行いたい
- ・サーキュラーエコノミーとエシカル、SDGsの関係に関する事も学びたい
- ・廃棄物の有効活用や廃棄物を出さない取組が必要である
- ・行政も巻き込んで障がい者雇用等も含め推進してきたい

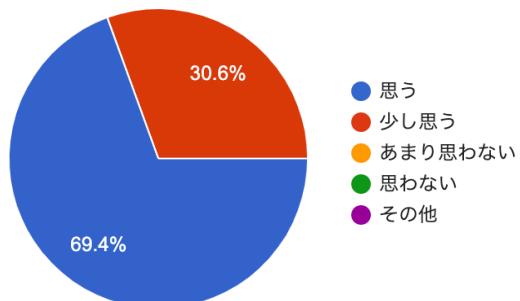
〈 ファッションショー／トーク 〉 回答者数(N=36人)

「エシカル消費」や「SDGs」の  
考え方や行動について理解が深まりましたか？

「地域と消費の繋がり」を考えるきっかけになりましたか？

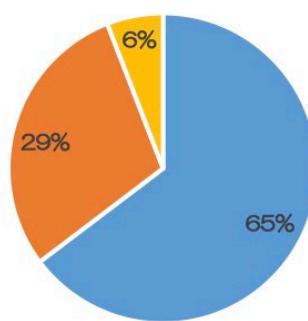


今後、エシカル商品を購入しようと思いますか

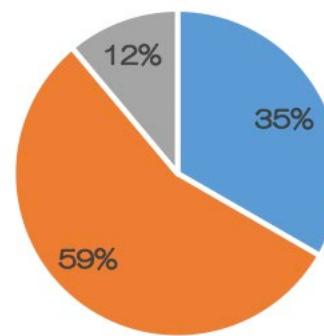


- ・エシカル消費に取り組む多様な主体で構成されたプログラムだった
- ・学生のファッションショーの生配信や、現地でビジネスをされている方のお話など、盛りだくさんで、とても刺激を受けた。 SDGsへの取組がとてもポジティブに表現されていた
- ・エシカル消費がより普及し、収益化出来る仕組みや意識がより広まるといいと感じた
- ・エシカル消費は新しい言葉だが、日本の「おばあちゃんの知恵」的なことも沢山ある。日常の中からそうしたエシカルを見つけ出して、未来の子ども達に伝えたい

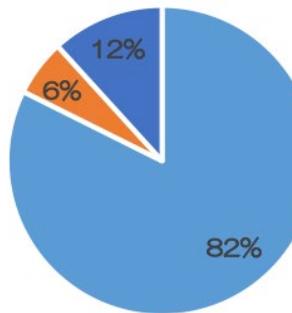
## 1. 「エシカル消費」を知っていますか？



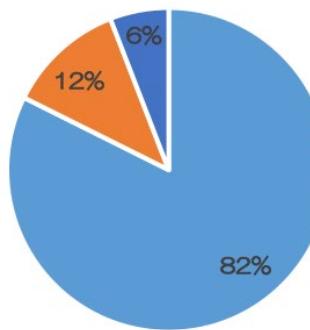
## 2. 「中部エシカリングプロジェクト」のどちらに参加されましたか？



## 3. 「中部エシカリングプロジェクト」の説明を聞き取り組みに共感しましたか？



## 4. エシカルなお買い物をしたいと思いますか？



- ・ものづくりから消費までに多くの人が関わっていることを知った
- ・エシカルという言葉は知らなかつたが、ファッションショーを通してエシカルを知れたのは、とても良かった
- ・自分の選択が他の人にも繋がりがあることを知って行動したい
- ・多様性を理解し共生することはとても大切だと感じた
- ・ただ物を消費するだけでなく雇用にも広げているところに共感した