

2020  
|  
1010

# 「サステナブルな未来」のための提案

koko. 細田学園高等学校 2年

木村晃子

# index

1, 自己紹介

2, 3つの提案

企業-商品の裏側を伝える

政策-エシカル商品に軽減税率適用

メディア-国内外の社会課題を伝える

3, 未来への想い

# 1, 自己紹介

木村晃子-koko kimura

- 2003年生まれ、高校2年生
- 志は「エシカルな社会を創る」
- 生産消費に関わる社会課題の解決策を研究中





# 1, 自己紹介

- オーガニックコットン製品開発プロジェクトでクラウドファンディングを実行
- 環境問題に取り組む次世代として、TOKYO FMのサステナ＊デイズに出演
- エシカルファッションショー、ドキュメンタリー映画制作を企画中
- 企業提案、政策提言も慎重に検討中





## 2,3つの提案

**【企業】** 商品の裏側を伝える

- ① サステナブル・ラベルの使用
- ② 価格の透明化
- ③ 商品を通して社会課題を伝える

**【政策】** エシカル商品に軽減税率適用

**【メディア】** 国内外の社会課題を伝える

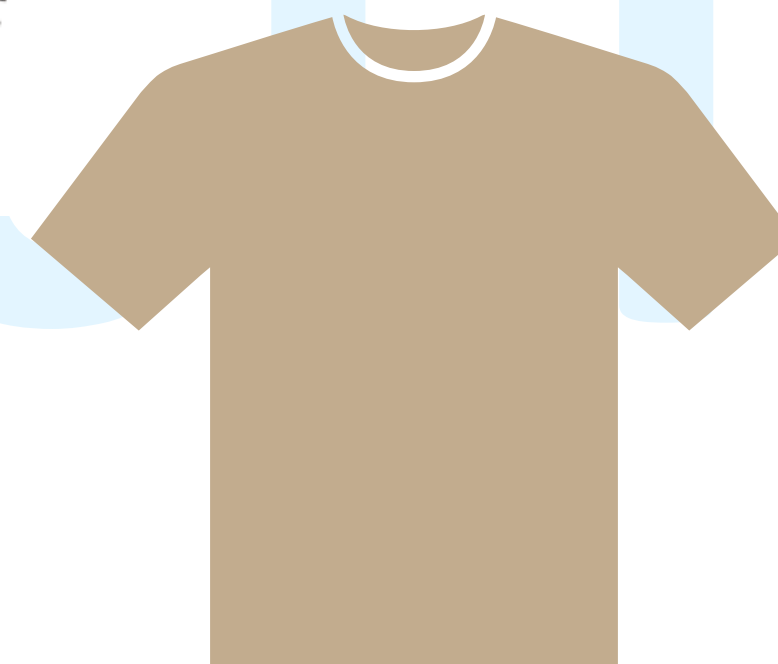
# 【企業】商品の裏側を伝える

## ①サステナブル・ラベルの使用

エシカルな商品を生産する

→商品にサステナブル・ラベル（国際認証ラベル）をつける

→消費者がエシカルな商品を選ぶときの目印になる



# 【企業】商品の裏側を伝える

## ② 価格の透明化

販売されている商品の価格のうち、  
何にいくら、かかっているのかを消費者に公開する  
→生産の過程が透明化する

[消費者のメリット]

安心して商品を選ぶことができる

[企業のメリット]

- ・消費者に信頼して商品を買ってもらえる
- ・丁寧に、こだわってつくられたものだと消費者にアピールできる

生地	2900円
裁断・縫製	2470円
附属	240円



ex)1万円の服

# 【企業】商品の裏側を伝える

## ③商品を通して社会課題を伝える

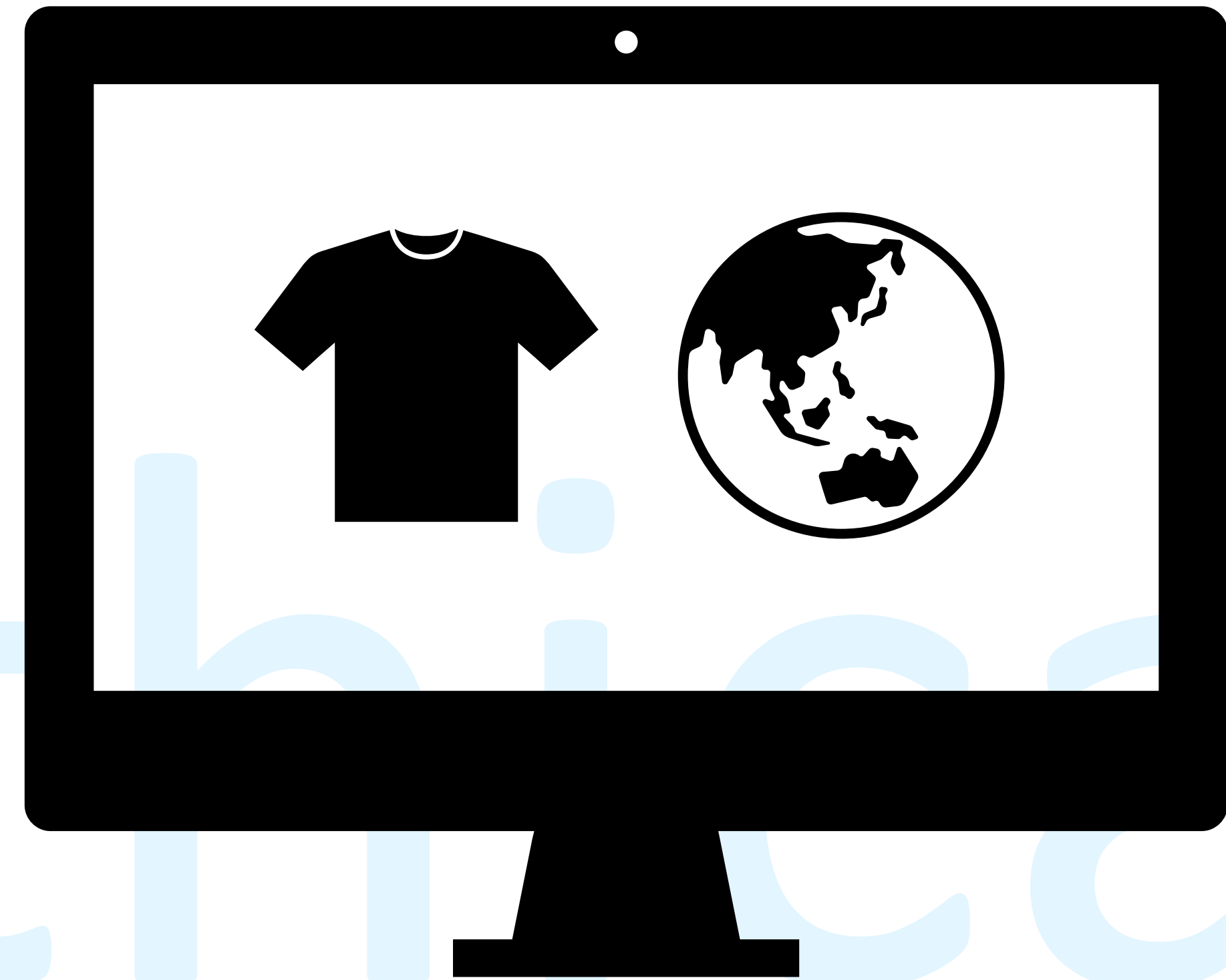
商品の宣伝とともに社会の課題を伝える

[社会へのメリット]

課題を消費者が認識する時間が増える  
→消費者の消費行動や  
エシカルな思考につながる

[企業のメリット]

投資家や社会志向層の  
消費者にアピールできる

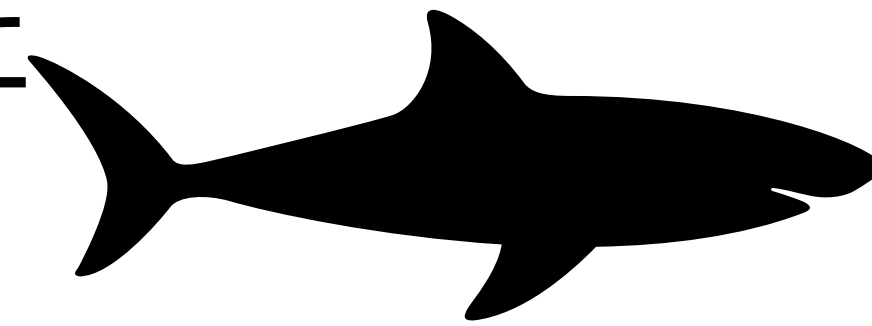




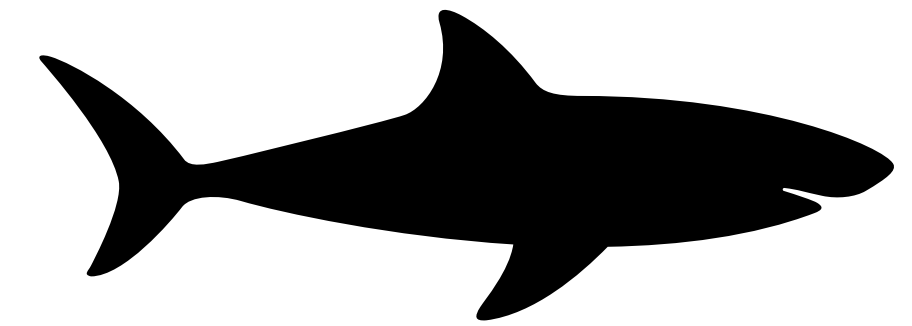
# 【政策】 エシカル商品に軽減税率適用



サステナブル・ラベルがついている商品に  
軽減税率を適用する



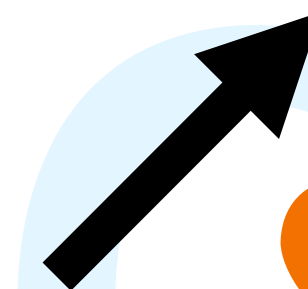
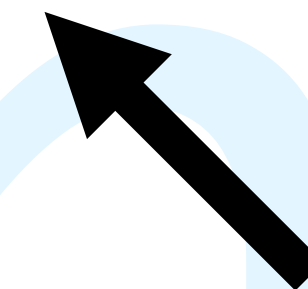
消費税 8%の魚



消費税 3%の魚  
(MSC認証)

→消費者がエシカルな商品を選  
択する可能性が高くなる

→企業はサステナブル・ラベルがついた  
商品の方が売れるから、  
エシカル商品をつくるようになる



# 【政策】 エシカル商品に軽減税率適用

## [懸念点]

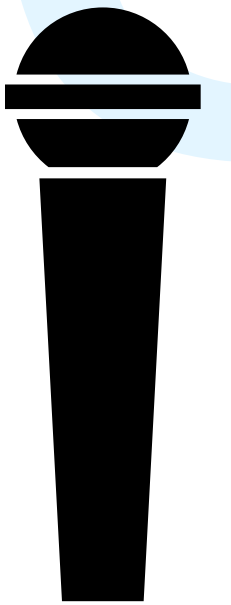
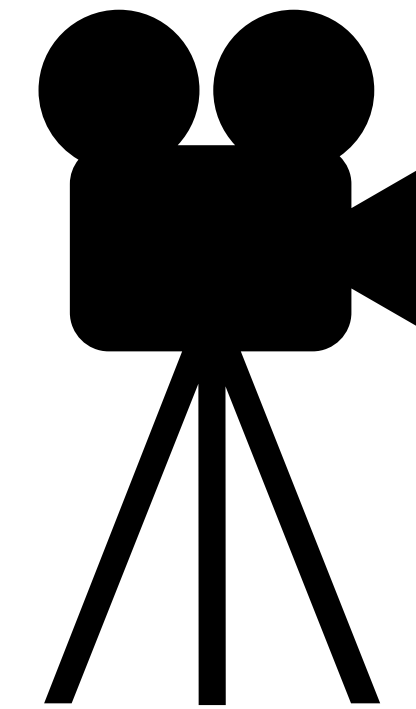
- ・商品の販売の現場に負担がかかる
- ・企業の経理が難しくなる
- ・監査、認証の基準が国にない...

しかし、このシステムが出来上がれば、  
生産消費の社会課題解決に大きく貢献できる

# 【メディア】国内外の社会課題を伝える

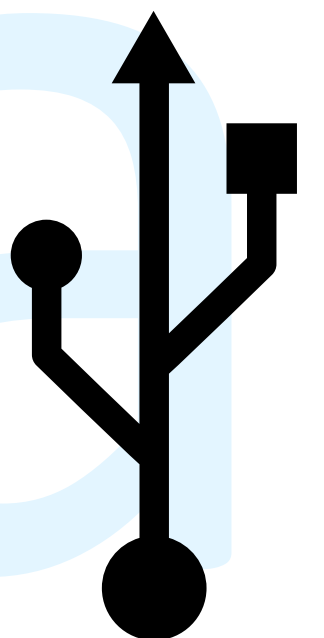
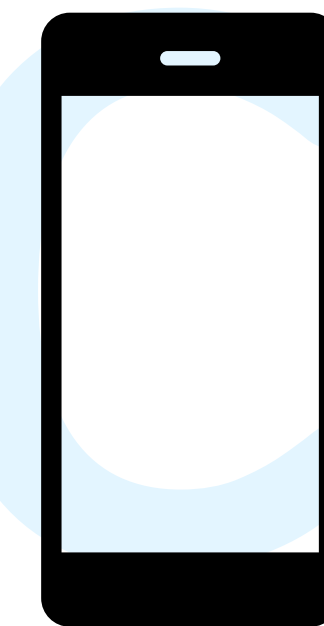
## [マスメディア]

マスメディアは消費行動と深く結びついていると思う。  
社会で起きている様々な課題を偏りなく伝える  
→消費者や企業を動かすことができる



## [SNS]

発見した課題、社会や未来に対する考えを共有する  
→議論や対話が生まれる  
→社会を動かすアクションが起こる





### 3、未来への想い

複雑な社会の課題は誰か1人の力では解決できない。

商品の裏側にある課題は、

つくる人

売る人

仕組みをつくる人

伝える人

そして、買う人の力が合わさった時に  
解決できるのではないかと思う。

買い物という身近な行動から、明るい未来が見たい。

