

《研究成果の概要》

本研究では、スイスにおける消費者の社会的価値行動の外部要因・内部要因を解明し、日本におけるエシカル消費の推進に示唆を得ることを目的に以下の研究を実施した。

1. 日本とスイスの一般消費者を対象とした社会的消費に関するインターネット調査を実施し、両国の消費者のエシカル消費に関する知識、態度、行動、生活に対する考え方の比較研究を実施した。2024年7月、心理学的分析結果をEuropean Positive Psychology学会にて口頭発表を行い、また、2024年8月、社会学的分析結果をEuropean Sociological Association学会にて口頭発表を行った。さらに、論文投稿として、エシカル金融およびエシカル消費に関する成果をそれぞれ国際学術雑誌へ投稿を行った。
2. スイスの外部要因分析として、チューリッヒ市内を中心とした市場調査およびエシカル消費推進団体、生産現場へのヒアリング調査を実施した。スイスのフェアトレード推進の統括機関であるスイスフェアトレードから、市場におけるフェアトレードのシェアおよび市民啓発、消費者支援の取組を学んだ。また、2023年9月、スイスのグラウスノードで開催された第16回世界フェアトレードタウン会議にて、日本のフェアトレード大学について口頭発表を行った。
3. スイスの教育現場において、グローバリゼーションと持続可能性に関する授業を参与観察し、消費者の行動変容を促す授業実践の工夫と課題を学んだ。教育現場を代表し、バーセル大学、ルツェルン職業訓練学校、推進団体からはエデュケーション21、スイスフェアトレード、クライメートスクール、クレバーのヒアリング調査を実施した。本調査の結果は、国内外の学術雑誌への投稿を予定している。
4. 所属先のチューリッヒ大学社会学研究所のビジティングスカラーの他、コレギウムヘルベティクム/共同高等研究所（連邦工科大学チューリッヒ校、チューリッヒ大学、チューリッヒ芸術大学）のシニアフェローとして毎週の学術セミナーに参加し、2024年4月、セミナー講師として「スイスのエシカル消費の推進要因調査」に関する報告、2024年5月、「スイスと日本のエシカル消費の推進要因」に関するパネルディスカッションを企画・運営・登壇し、両国の実情と課題について議論を行った。
5. 現在、すべての研究を統合した著書の出版に向けて、執筆を行っている。