

2022 ダイヤモンド白書

消費者及び販売企業のダイヤモンド関連諸問題に対する意識調査



2022年7月

特定非営利活動法人ダイヤモンド・フォー・ピース

2022年7月発行
2022ダイヤモンド白書

著者：特定非営利活動法人ダイヤモンド・フォー・ピース
表紙写真：フリー素材

謝辞

本調査にご協力いただいた皆様に心より感謝申し上げます。特に、アンケートにご協力いただいたダイヤモンド販売企業の皆様、消費者の皆様、店舗での調査にご協力いただいたダイヤモンド販売店の皆様に厚く御礼申し上げます。

本調査のうち、消費者意識調査は科研費（課題番号 21H00632）による助成を受けて実施し、結果は英文で社会地質学会誌第 18 巻（2022）の 8 ページから 15 ページに公表しました。本書ではその内容を引用し、日本語で紹介します。尽力頂いた関係者の皆様に御礼申し上げます。

また、本調査に関わったダイヤモンド・フォー・ピースの調査担当者及びボランティアの皆様感謝申し上げます。

お問い合わせ先
info@diamondsforpeace.org

Copyright © Diamonds for Peace 2022 All Rights Reserved

目次

要約	3
用語説明	4
背景	7
目的	8
方法	8
1. 消費者意識調査	9
1.1. 方法	9
1.2. 結果	10
2. ダイヤモンド関連企業対象郵送調査	23
2.1. 方法	23
2.2. 結果	23
3. ダイヤモンド関連企業対象覆面調査	33
3.1. 方法	33
3.2. 結果	33
4. 考察	40
5. 提言	44
参考文献	45
付録1：消費者意識調査 質問票 2017年版	49
付録2：消費者意識調査 質問票 2021年版	51
付録3：企業対象郵送調査アンケート用紙	55

要約

世界のダイヤモンドジュエリー市場の規模は約 640 億米ドルと言われ、世界市場の大きな一端を担う。しかし、その背景には強制労働、児童労働、紛争ダイヤモンド、生態系の破壊など、様々な倫理的問題が存在する。本調査は、日本におけるダイヤモンドの（潜在）消費者及びダイヤモンド関連企業のダイヤモンド関連問題についての認識を明らかにすることを目的とする。今回は、2021 年時点の認識を明らかにするとともに、2017 年に行った前回調査からの認識の変化を分析した。

本調査は、3 つの異なる手法を用いた。消費者意識調査では、インターネット調査会社の登録モニタを対象に、ダイヤモンド関連課題に対する認識等を問うアンケートを実施し、2017年、2021年共に各 1,000 人から回答を得た。企業対象郵送調査では、日本国内でダイヤモンドジュエリーの販売を行う企業を対象に、ダイヤモンド関連問題に関する認識等を尋ねるアンケートを郵送し、2017年は 10 件、2021年は 5 件の回答を得た。企業対象覆面調査では、日本国内でダイヤモンドジュエリーの販売を行う企業のブランドのうち、首都圏に実店舗を構えているブランドを対象にした。顧客に扮した調査員が、2017年は 16 ブランド、2021年は 33 ブランドを訪問し、トレーサビリティと倫理性について聞き取りを行った。

結果として、消費者の認識に関しては、約 6 割がダイヤモンド関連問題の認識を依然として持たず、特に紛争ダイヤモンドや拷問、性暴力、殺人に関する認識が低下し、問題認識が必ずしも購買時の判断に反映されないということが明らかになった。ダイヤモンド関連企業の認識に関しては、ダイヤモンド関連問題や制度を正しく理解していないことがある、トレーサビリティを改善する企業が出始めたが、採掘場やカット工場の状況まで把握している企業は非常に限られている等の傾向が明らかになった。

今後、本結果を参考に当法人の啓発活動を改善し、社会に変化を生み出す取り組みを行っていく。また、今後もこのような調査を通して人々の意識や行動の変化を確認・記録し、当法人の活動への反映を図る。

用語説明

フェアトレード	<p>フェアトレードとは「公平・公正な貿易」を意味し、「開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す『貿易のしくみ』」をいう¹。国際フェアトレード基準は、国際フェアトレードラベル機構（Fairtrade International）により設定されたもので、基準項目は「生産者の対象地域」、「生産者基準」と「トレーダー（輸入・卸・製造組織）基準」、「製品基準」である²。この基準を満たした製品に、国際フェアトレード認証ラベルが付けられる³。認証対象産品に金は含まれているが、ダイヤモンドは含まれていない²。</p>
フェアマインド	<p>フェアマインド認証制度は、国際非営利組織 Alliance Responsible Mining（ARM）による、途上国における金と関連貴金属の手掘り小規模採掘を対象とする認証制度であり、その基準には、「組織開発」、「社会開発」、「環境保護」、「労働条件」の4つの項目がある⁴。</p>
キンバリープロセス認証制度	<p>キンバリープロセス認証制度は、紛争ダイヤモンド（原石）の流通を抑制するための国際的な認証制度である⁵。キンバリープロセスは、紛争ダイヤモンドを「<u>反政府組織</u>が政府を転覆させるための紛争の資金源となるダイヤモンドの原石」と定義づけている⁵。</p>
RJC （Responsible Jewellery Council : 責任あるジュエリー協議会）	<p>RJC は、2005年にカルティエや Tiffany & Co.などの14組織が設立した協議会であり、ジュエリー・時計業界におけるビジネス倫理や責任あるサプライ・チェーンにフォーカスした国際的行動規範を定めるとともに、その規範に沿った認証制度を運営する⁶。行動規範では、以下の6項目を果たすための規定が定められている⁷：「一般要求事項」（法規則遵守など）、「責任あるサプライチェーン、人権、デューデリジェンス」、「労働基本権と労働条件」、「健康、安全、環境」、「金、銀、PGM（白金族元素）、ダイヤモンド、宝石用色石の原石」、「責任ある採掘」。</p>
SCS グローバル・サービス	<p>SCS は、環境、持続可能性、食品の安全性や品質などの性能表示に関する第三者認証機関である⁸。SCS が定める天然ダイヤモンドとラボグロウンダイヤモンドの第三者認証基準には、以下の5つの特徴がある：「厳格な環境・社会・ガバナンス（ESG）の達成」、「気候中立性」、「正味の影響をゼロにする持続可能な生産方法」、「可能な限りソース・トゥ・マーケットの確実性を高める包括的な原産地トレーサビリティ」、「脆弱なコミュニティを支援し、正味の影響をさらに低減し、より安全な世界に貢献するサステナビリティ投資」⁹。</p>
フォーエバーマーク	<p>フォーエバーマークは、デビアスグループのダイヤモンドブランドであり、ジュエリー製造のすべての工程において、独自基準（美しさ、希少性、倫理性を含む）を満たし</p>

	たダイヤモンドに、ブランドアイコンと個別認証ナンバーを印すとしている ¹⁰ 。
4C	4Cとは、世界的に広く適用されているダイヤモンドの品質基準であり、「カラー」、「クラリティ」、「カット」、「カラット重量」を意味する ¹¹ 。
エシカルジュエリー	人や環境、社会に配慮し採掘・生産・製造された倫理的なジュエリー
エシカルダイヤモンド	人や環境、社会に配慮し採掘・カットされた倫理的なダイヤモンド
コンフリクトフリー	紛争の資金源となる紛争ダイヤモンド（ブラッドダイヤモンドとも呼ばれる）ではない、紛争（コンフリクト）とは無縁（フリー）なダイヤモンドを意味する。
Responsible Sourcing (責任ある調達)	British Standards Institution (BSI、英国規格協会) の定義によると、Responsible Sourcingとは、「製品の供給と調達における持続的な開発のマネジメント」を意味する ¹² 。 International Council on Mining and Metals (ICMM、国際鉱業・金属評議会) は、この定義をもとに Responsible Sourcing の以下の2つの活動を挙げている：1) 環境、社会、そしてより広い意味でのコストの検討を調達プロセスに組み込むこと；2) 環境・社会的基準を満たす鉱物・金属を供給すること ¹³ 。
サプライチェーン	サプライチェーンとは、製品・サービスが消費者に届くまでのすべての過程の繋がりであり、原材料・部品の調達から、製造、在庫管理、発送、販売を含む ¹⁴ 。
ブロックチェーン	総務省資料によると「ブロックチェーン技術とは情報通信ネットワーク上にある端末同士を直接接続して、取引記録を暗号技術を用いて分散的に処理・記録するデータベースの一種」であり、ネットワークの一部に不具合が生じても正しい取引を行うことができ、データの改ざんが非常に難しいという特徴を持つ ¹⁵ 。
デューデリジェンス	経済協力開発機構 (OECD) によると、デューデリジェンスは、「自らの事業、サプライチェーン及びその他のビジネス上の関係における、実際の及び潜在的な負の影響を企業が特定し、防止し軽減するとともに、これら負の影響へどのように対処するかについて説明責任を果たすために企業が実施すべきプロセス」であり、事業者の活動が人権、環境、汚職などに関して、負の影響をもたらす可能性があることを認識し、それを是正することを目指す ¹⁶ 。 「OECD 紛争地域及び高リスク地域からの鉱物の責任あるサプライチェーンのためのデュー・デリジェンス・ガイダンス」では、ダイヤモンドを含む鉱物を扱う企業が果たすべき責任として、5段階の枠組みを示している ¹⁷ 。
紛争鉱物	紛争鉱物は、紛争地域にて採掘された鉱物資源を指す。米国金融規制改革法（通称ドッド＝フランク法）の紛争鉱物条項は、規制対象の鉱物資源を、すず、タンタル、タングステン、金 (3TG) の4つに指定している ¹⁸ 。OECD のデュー・デリジェンス・ガイダンスでは、対象を3TGに

	<p>限定せず、紛争地域または高リスク地域からの鉱物を広くカバーしている¹⁷。</p>
ラボグロウンダイヤモンド	<p>ラボグロウンダイヤモンドとは、研究所（ラボ）や工場で製造されたダイヤモンドを意味し、人工ダイヤモンドまたは合成ダイヤモンドとも呼ばれる。製造方法には高压高温法（HPHT）と化学蒸着（CVD）の2種類がある¹⁹。紛争ダイヤモンドであることは避けられるが、製造時の温暖化ガス排出やダイヤモンド採掘地域の経済効果喪失などから、倫理性には議論が残る²⁰。</p>
ブラッドダイヤモンド	<p>ブラッドダイヤモンドは「血塗られたダイヤモンド」を意味し、紛争地で採掘されたダイヤモンドを指す。紛争ダイヤモンドまたはコンフリクトダイヤモンドとも呼ばれる。2006年に公開された映画「ブラッド・ダイヤモンド」ではアフリカ・シエラレオネにおける内戦とその背景にある紛争ダイヤモンドの課題を描いており²¹、映画のタイトルとして知る人が多い。また、採掘・製造の過程で人権侵害を経ているダイヤモンドを、「血を流させている」との意味から「ブラッドダイヤモンド」と呼ぶこともある。</p>

背景

世界のダイヤモンドジュエリー市場の規模は、2020年の推測値で約640億米ドル、日本円にして約7兆3600億円と報告されている²²。年間約1億1100万カラット（約22.2トン）が採掘され²²、その約28%はロシア産、次いで約15%がボツワナ産、12%がカナダ産となる²³。この巨大なダイヤモンド生産シェアを握るのは少数の企業であり、2019年のデータでは、ロシアのアルロサ社が27%、英国に本社を置く多国籍企業であるデビアス社が22%のシェアを持つとされる²⁴。

世界市場の大きな一端を担うダイヤモンドであるが、その背景には様々な倫理的問題がある。採掘やカットといったダイヤモンド関連業では、強制労働が現在も行われていると報告され、特に高利の債務を負わせその返済のために低賃金で働かせるといった不当な労働が確認されている²⁵。米国政府の2020年報告書では、ダイヤモンド採掘において、児童労働または強制労働、あるいはその両方が起きている国として、アンゴラ、中央アフリカ共和国、コンゴ民主共和国、ギニア、リベリア、シエラレオネの6か国が挙げられている²⁶。ただし、世界77か国、4,300万人もの労働者が、ダイヤモンドあるいは金の手掘り採掘労働に携わっているとの報告があり²⁷、米国政府が挙げた国以外でも同様の問題がある可能性は否定できない。ダイヤモンドの手掘り採掘労働は、正当な対価が支払われていない労働の一つである。ダイヤモンドの真の価格差（True price gap：本来であれば支払われるべき金額と実際に支払われている金額の差）を計測した場合、大規模採掘によるダイヤモンドは1カラット当たり137米ドル、ラボグロウンダイヤモンドは105米ドルであるのに対し、手掘り採掘によるダイヤモンドは1,510米ドルとの報告がある²⁸。その内訳として最も多くを占めるのが健康や安全への対価である。例えば手掘り採掘では致命的な事故に至るケースが大規模採掘よりも90倍多いが、このようなリスクへの対価は支払われていない²⁸。また、極端に低い賃金も価格差の大きな要因となっている²⁸。

紛争の資金源となる、いわゆる紛争ダイヤモンドの課題も残る^{29,30}。2006年に公開された映画「ブラッド・ダイヤモンド」は、シエラレオネにおける内戦とその背景にある紛争ダイヤモンドを描いた作品であり²¹、この映画をきっかけにダイヤモンドの問題に目を向けるようになった消費者も多いであろう。このような問題を防ぐため、2003年にキンバリープロセス認証制度が作られた⁵。しかし、その対象はダイヤモンドの原石に限定され、また、反政府が政府を転覆させる活動のみを「紛争」と定義していることから⁵、制度の有効性が疑問視されている^{29,31}。例えば、国際的な人権団体Global Witnessの2017年報告書によると、ジンバブエ政府は人権侵害に関与する治安部隊への資金供給にダイヤモンドの収益を用いているが、同国産のダイヤモンドはキンバリープロセス認証を受けて世界中の市場に流通している³²。また、本書執筆時点の2022年においては、ロシアがウクライナに侵攻している。ロシアのアルロサ社の収益がロシア政府軍増強に使用されているとの指摘があるが³⁴、キンバリープロセス認証制度はロシア産ダイヤモンドを紛争ダイヤモンドとは認定していない。

ダイヤモンド採掘は、土壌流出、森林伐採、生態系の破壊など、環境問題との関連も強い³³。例えば、ダイヤモンド採掘の環境への影響を数値化した場合、1カラット当たり最大で、カーボンフットプリント160kgCO₂e、空気中の粒子状物質1.86kg、土壌中の重金属2.72トンとの計算がある³³。カナダで活動する環境団体は、同国内のデビアス社所有ダイヤモンド採掘場に関して、水銀排出に関する調査・報告が適切にされておらず、周辺地域

の水生物への影響、さらには消費者の健康被害の危険性を報告している³⁴。近年、大多数の現代式ダイヤモンド鉱山では、ISO14001基準に則り環境保全のための取り組みが進められているが、その一方で数多く存在する非公式採掘は規制の対象から漏れ、その環境への影響は明らかになっていない³⁵。

欧米ではエシカル（倫理的な）消費が認識され始め、必ずしも倫理的な消費行動につながるわけではないが、倫理性を意識する消費者は増加していると言われる³⁶⁻³⁹。日本でも、メディア等で「エシカル」「倫理性」といった言葉をたびたび見かけるようになってきた。しかし、消費者及びダイヤモンド関連企業のダイヤモンドに関する問題についての認識は、十分な調査がされていない。

2021年に発表されたThe Global Diamond Industry報告書によると、日本のダイヤモンドジュエリー市場規模は、2020年予測値において、米国、中国、ヨーロッパに続く、世界第4位の規模である²²。同報告書によると、日本では新型コロナウイルス感染症の影響により対面での購買を控える傾向があるが、ソーシャルメディアを通じて自分自身のための消費やオンラインショッピングが後押しされ、ブライダル以外のダイヤモンドジュエリー市場が刺激されているとのことである²²。日本のダイヤモンド購入者たちが倫理的な購買意思決定をするようになると、世界のダイヤモンド市場に一定の影響をもたらすと考えられる。

特定非営利活動法人ダイヤモンド・フォー・ピース(DFP)は「ダイヤモンドが人道・環境配慮の上、採掘・カット・製造されることが当たり前の社会」をめざし活動している。当法人は、2017年に消費者及びダイヤモンド関連企業のダイヤモンド関連問題についての認識を調査した。今回は2021年時点の認識を明らかにするとともに、前回調査からの認識の変化を分析し、その結果をもとに、今後の啓発活動の改善を図る。

目的

本調査は、日本におけるダイヤモンドの（潜在）消費者及びダイヤモンド関連企業のダイヤモンド関連問題についての認識を明らかにすることを目的とする。

方法

本調査は、以下の3つの調査から構成されている。詳細な手法については、各調査のページにおいて解説する。

1. 消費者意識調査
2. ダイヤモンド関連企業対象郵送調査
3. ダイヤモンド関連企業対象覆面調査

1. 消費者意識調査

1.1. 方法

1.1.1. データ収集

データは、インターネット調査会社ジャストシステムが提供する Fastask⁴⁰ を通じたモニタへのアンケート調査により収集した。なお、この Fastask では、アンケートの回答に基づいて登録者にポイントが付与されるシステムとなっている。

【2021年調査】Fastaskにアンケート登録をしている約450万人のモニタの内、20～60歳以上の男女（2021年8月28日時点、該当モニタ数：4,542,594人⁴⁰）へ無記名自記式アンケートを送付した。アンケート回収目標数は、2017年調査と同等とするため1,000人と設定し、内訳は、2020年国勢調査速報集計⁴¹に基づいた首都圏（東京、千葉、埼玉、神奈川）及びそれ以外の人口比およそ3:7を反映させ、首都圏モニタ300人、それ以外の地域在住のモニタ700人とした。また、20歳代～60歳以上まで各年代の割合設定を均一にし、各年代において男女比1:1とした。

【2017年調査】2017年調査当時のFastaskアンケート登録者数は明確ではない。アンケート回収目標数は1,000人とし、首都圏及びそれ以外の比率は1:1とした。年代ごとの割合設定は2021年と同様であった。男女比の設定は行っていなかった。

1.1.2. 質問票

質問票は、当法人関係者間で検討し、ダイヤモンドに関わる問題に関する認識や行動について問うものとした。2017年調査時に第一版（付録1）を作成し、2021年調査は前回調査で使用したものを基礎とし、前回調査時の自由記述回答や文献検討結果を選択肢に反映させた第二版を使用した（付録2）。なお質問票は、その設問や選択肢の有効性や表現などについてFastaskによる審査を受けている。個人情報取り扱いに関しては、Fastask運営元であるジャストシステムが、各アンケート会員登録時に同意を得ている。

1.1.3. アンケートの実施期間

各アンケートは以下の期間に実施した。なおFastaskでは、アンケート配信後7日が経過すると自動的に終了するシステムとなっている。

【2021年調査】2021年9月10日に配信し、同17日終了

【2017年調査】2017年11月22日に配信し、同29日終了

1.1.4. データ分析

データの分析にはExcel (Version 2110)を用いた。回答者の属性や、質問への回答については記述式分析として、前回調査結果と統合したクロス集計表やグラフを用いた。自由記述回答は、内容をコード化し、類似するコードをカテゴリにまとめ、カテゴリごとの合計数を計算した。また、特定の設問に関しては、カイ二乗検定を用いて2021年及び2017年の調査結果間の差異について統計分析を行った。

1.2. 結果

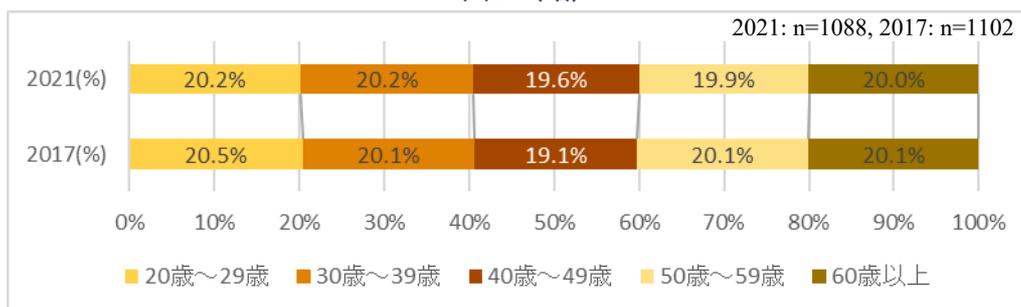
1.1.1. 回答者の属性

2021年調査では合計1,088人、2017年調査では合計1,102人からの回答を得た。回答者の性別は、2021年調査では男女比ほぼ1:1、2017年調査ではやや男性比率が高い傾向にあった。年齢は、両年ともに20~60代まで各年代の割合はほぼ均一となった(図1、図2)。

図1: 性別

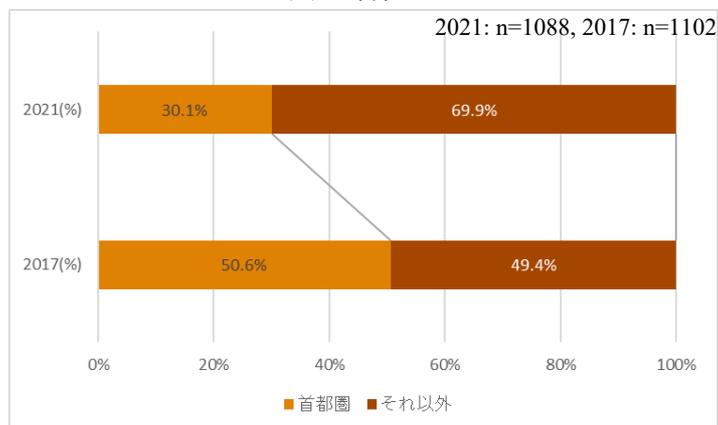


図2: 年齢



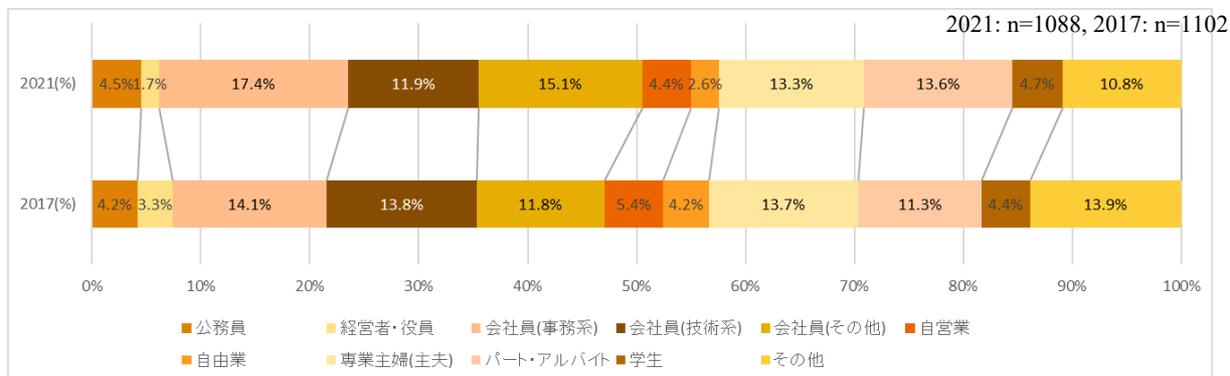
首都圏とそれ以外の割合については、2021年調査では3:7、2017年調査では1:1と設定していたため、異なる割合となった(図3)。

図3: 居住地



職業は、両年ともに事務系社員の割合が最も高かった(2021年：17.4%、2017年：14.1%)。また、最も割合が低かったのは、両年ともに経営者・役員であった(2021年：1.7%、2017年：3.3%) (図4)。

図4: 職業



未婚の回答者の割合は、2017年の39.3%から2021年の45.7%へやや上昇した (図5)。子どもの有無については、両年ともに約半数が「子どもあり」と回答した (図6)。

図5: 婚姻状況

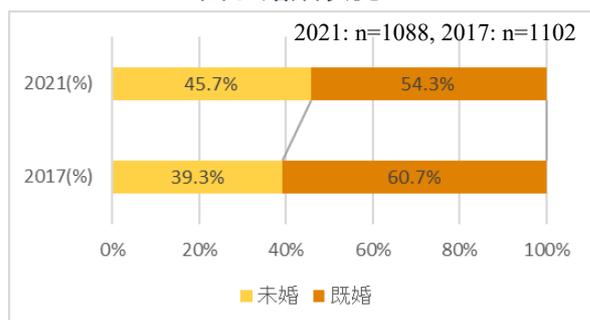
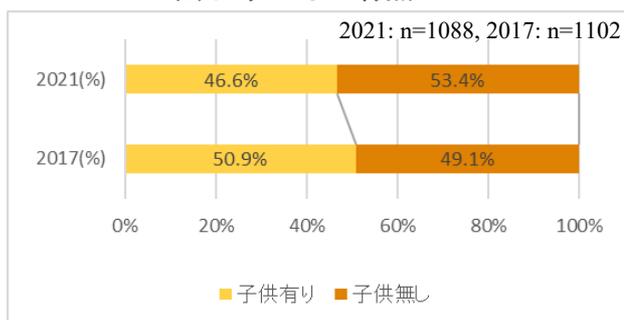


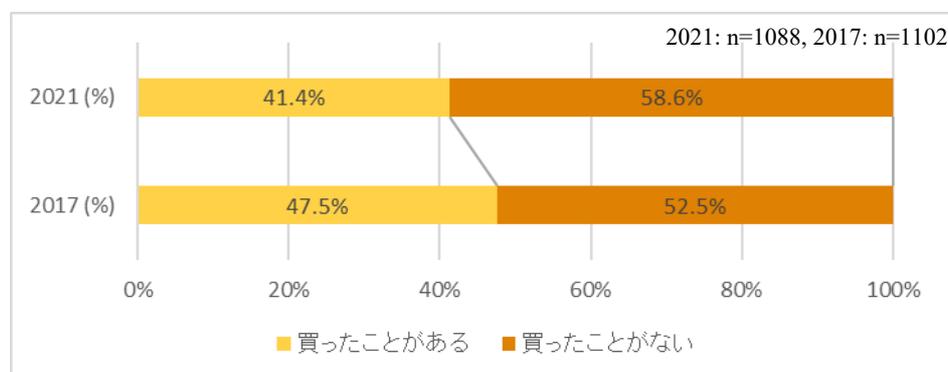
図6: 子どもの有無



1.1.2. ダイヤモンドに関する問題に対する意識

ダイヤモンドを購入したことがあるかを尋ねたところ、2021年調査では41.4%（450人）が「買ったことがある」と回答し、2017年調査の47.5%（524人）からやや低下した（図7）。

図7: ダイヤモンド購入の経験



ダイヤモンドを購入したことがある回答者に、何を基準にそのダイヤモンドを買うことを決めたのか尋ねたところ（複数回答可）、両年共に「デザイン」が最も多く、2021年調査では58.7%、2017年調査では62.4%であった。次いで「ダイヤモンドの美しさ」（2021年43.1%、2017年46.4%）、「ダイヤモンドの大きさ」（2021年30.4%、2017年29.8%）、「価格の安さ」（2021年25.3%、2017年23.9%）の順で多く、順序の変化はなかった。「ダイヤモンドの原産地」は、2021年調査では5.3%、2017年調査では4.8%と少なかった。また、「倫理性（人権・環境配慮）」は両年共に3.1%と少なかった。「その他」の自由記述内容をカテゴリにまとめたところ、2021年調査では“相手の好み”、“母が気に入った”などの「他者の好み・希望」が最も多く、2017年調査では“結婚指輪”などの「記念」が最も多かった。

なお、選択肢「希少価値」、「宣伝・広告」、「店員の勧め」は2021年調査にて追加したため、2017年調査における該当データはない（図8、図9）。

図8: ダイヤモンド購入時の基準 (複数回答可)

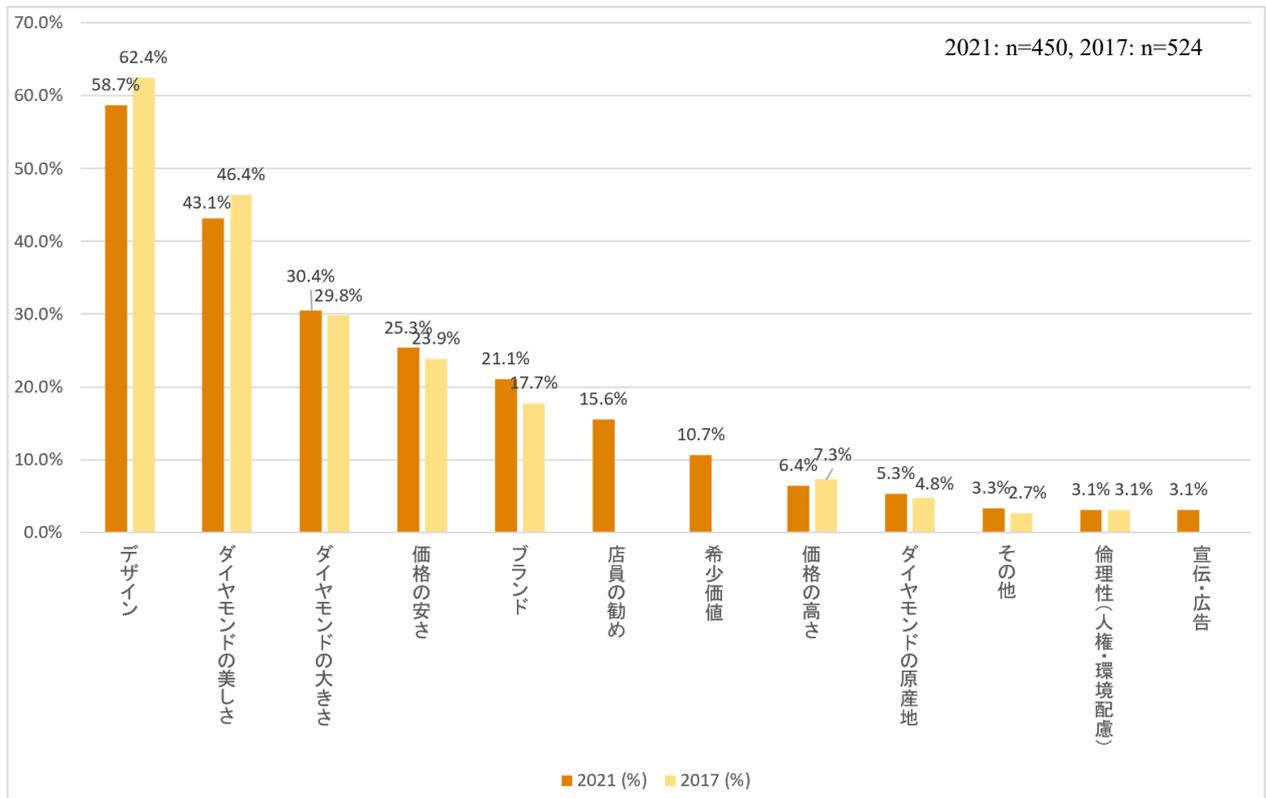
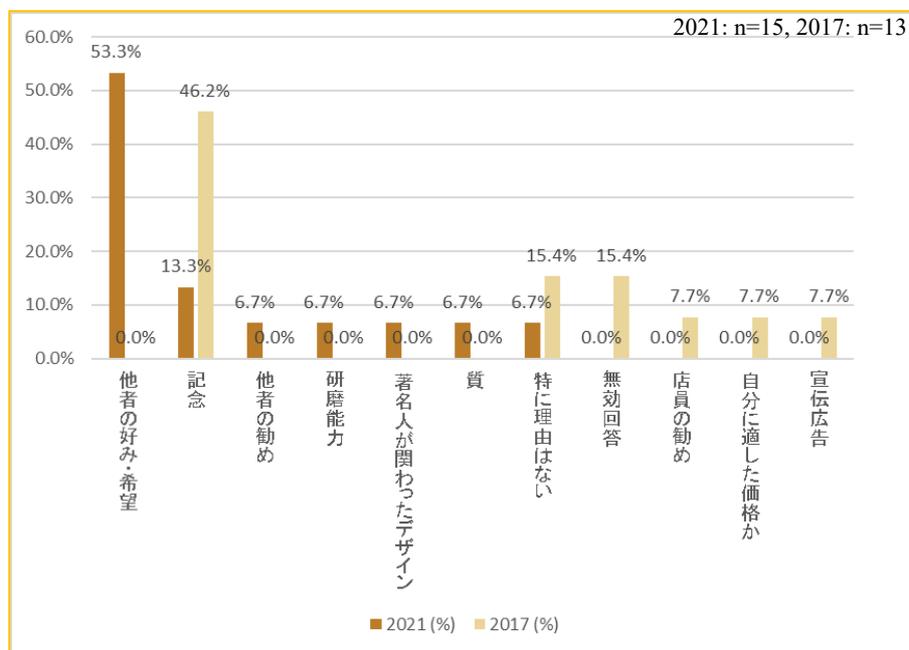
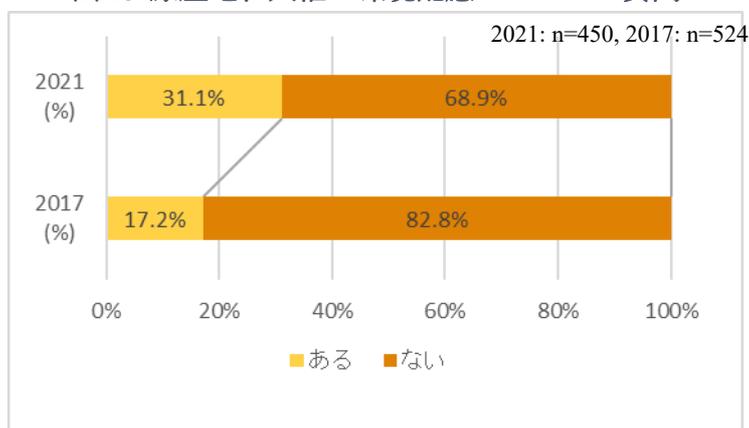


図9: ダイヤモンド購入時の基準「その他」の内訳



ダイヤモンドを購入したことがある回答者に、購入の際、ダイヤモンドの原産地、採掘・製造過程における人権・環境配慮について販売員に質問したことがあるか尋ねたところ、2021年調査では31.1%が「ある」と回答し、2017年調査の17.2%より13.9ポイント増加した（有意差あり）（図10）。

図10: 原産地、人権・環境配慮についての質問



ダイヤモンド購入の際、ダイヤモンドの原産地、採掘・製造過程における人権・環境配慮について販売員に質問したことがあるとした回答者について、実際の質問内容に関する自由記述をみると、両年ともに“特になし”などの「無効回答」が最も多かった（2021年46.2%、2017年38.1%）。2021年調査では、「原産地を問う質問」及び「ダイヤモンドの原産地、採掘・製造過程における人権・環境配慮以外の質問」が、それぞれ16.0%で2番目に多い回答であった。2017年調査では、2位は「原産地を問う質問」で22.2%、3位は「質問の内容や意図が不明確」で14.3%であった。両年共に、人権・環境配慮に関する質問を自由記述欄に記載した割合は低く、「採掘・製造過程における人権・環境配慮に関する質問」は、2021年3.8%、2017年7.9%、「原産地と、採掘・製造過程における人権・環境配慮に関する質問」は2021年0.9%、2017年0.0%であった（図11、表1）。

図 11: 原産地、人権・環境配慮についての質問と回答（自由記述）

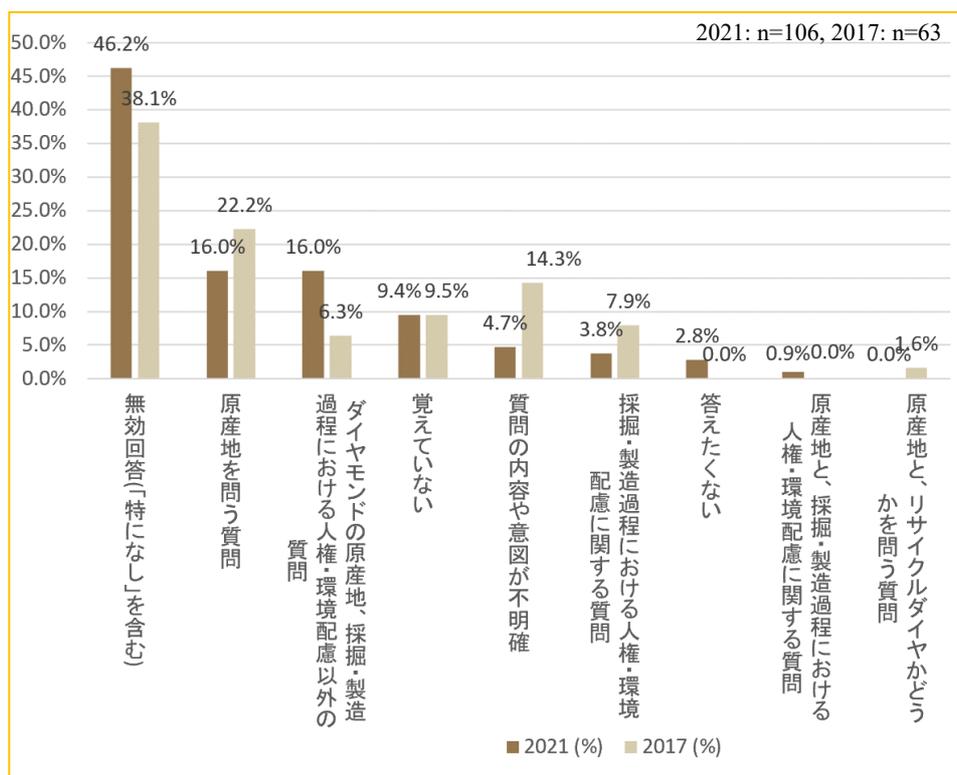
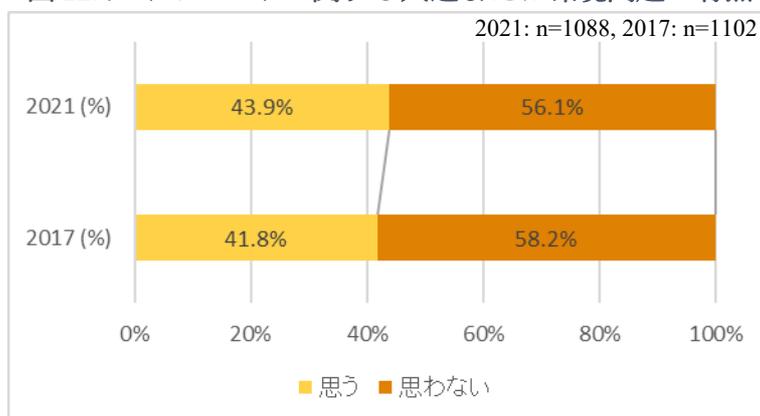


表 1: 原産地、人権・環境配慮についての質問と販売員からの回答例（2021年）

カテゴリ	質問例	回答例
原産地を問う質問	- どちらの原産ですか？ - どこから採掘しているか	- 海外の産出です - ロシア
採掘・製造過程における人権・環境配慮に関する質問	- どのような環境下で取られているか - どのような環境で採掘されているのか	- 書類を見せて解説頂いた - 店員からは現地の状況を聞いた
原産地と採掘・製造過程における人権・環境配慮に関する質問	- 発掘地域を聞き、環境を確認する質問	- 何もわからないと言うので購入を見合わせた
質問の内容や意図が不明確	- 安心かどうか	- 安心 - 値段が安くなった
ダイヤモンドの原産地、採掘・製造過程における人権・環境配慮以外の質問	- おすすめは何ですか？ - 大きさは - 石の価値を教えてください。	- 今はこれがおすすめです - 大きい
覚えていない	- 具体的には覚えていない	
答えたくない	- お答えしかねます	
無効回答	- 特になし - Xssldwos	

ダイヤモンドには人道的または環境的な問題があると思うか尋ねたところ、2021年調査では43.9%、2017年調査では41.8%が、「思う」と回答した（有意差なし）（図12）。

図12: ダイヤモンドに関する人道または環境問題の有無



上記の設問にて、ダイヤモンドには人道的または環境的な問題があると思うとした回答者に対し、現在発生していると思う問題について尋ねたところ（複数回答可）、2021年調査で最も割合が高かったのは「極端な低賃金での労働」であり、人道的または環境的な問題があるとした回答者の54.2%が選択した。これは、2017年調査における48.5%からやや上昇しているが、統計的に有意な差は示されなかった。次いで、2021年調査では「採掘地の荒廃」が多く、人道的または環境的な問題があるとした回答者の52.9%が選択した。こちらも2017年調査の46.9%との間に統計的に有意な差は示されなかった。2017年調査において最も多く選択された「テロや戦争・内戦の資金源」は、2017年の54.7%から2021年の44.4%へ10.3ポイント低下した（有意差あり）。また、2017年調査において2番目に多く選択された「密輸」は、2017年の53.5%から2021年の46.9%へ6.7ポイント低下した（有意差あり）。両年共に、「その他」、「わからない」を除いた場合、最も選択されなかった項目は「拷問」（2021年8.6%、2017年14.9%）であり、次いで「性暴力」、「殺人」の順で割合が低い。これらの項目は、2017年よりも2021年において6~7ポイント低い割合（それぞれ有意差あり）であった。「その他」との回答は2021年では4%、2017年では0.5%であった。2021年の「その他」の内容として記載があったものは“特定企業の独占”のみであった。

なお、2017年調査においては選択肢「現在は以下のような問題は発生していない」「劣悪な労働環境」を含めていたが、2021年調査においては設問より削除しているため該当データはない（図13、表2）。

図 13: 現在発生していると思うダイヤモンド関連問題（複数回答可）

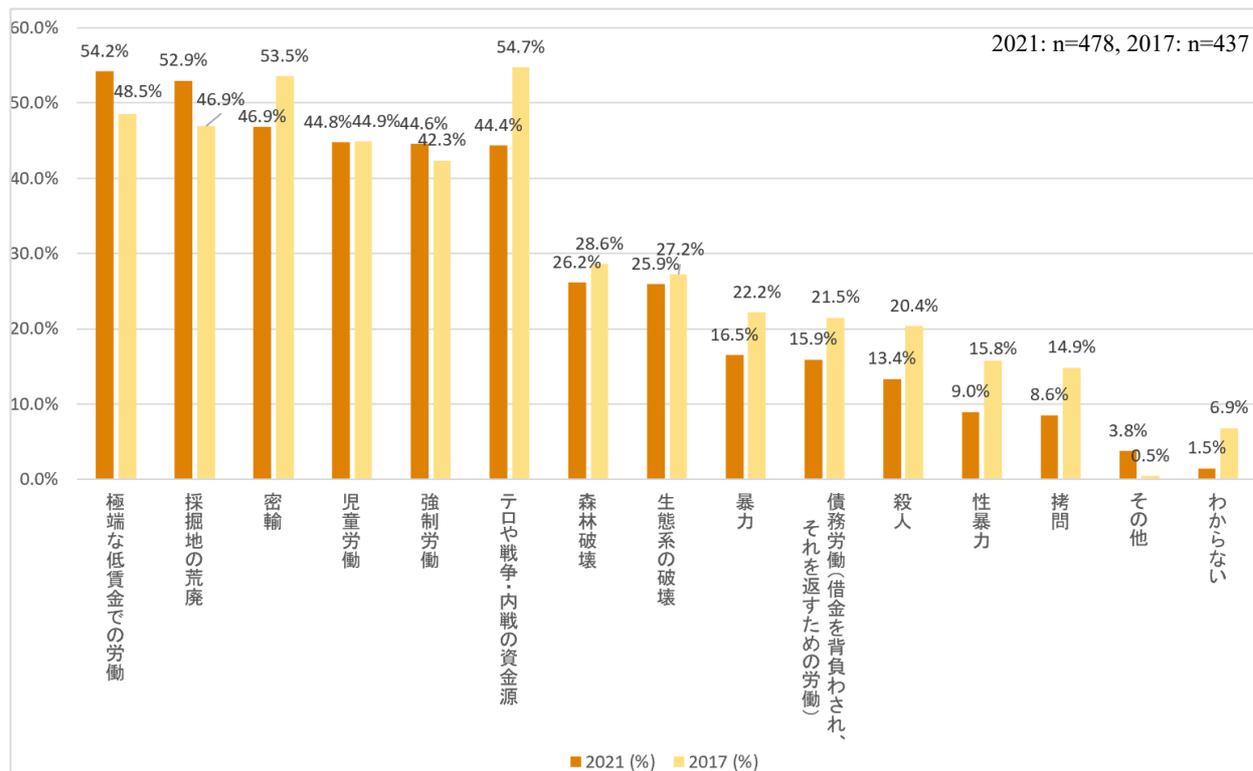


表 2: 現在発生していると思うダイヤモンド関連問題（複数回答可）

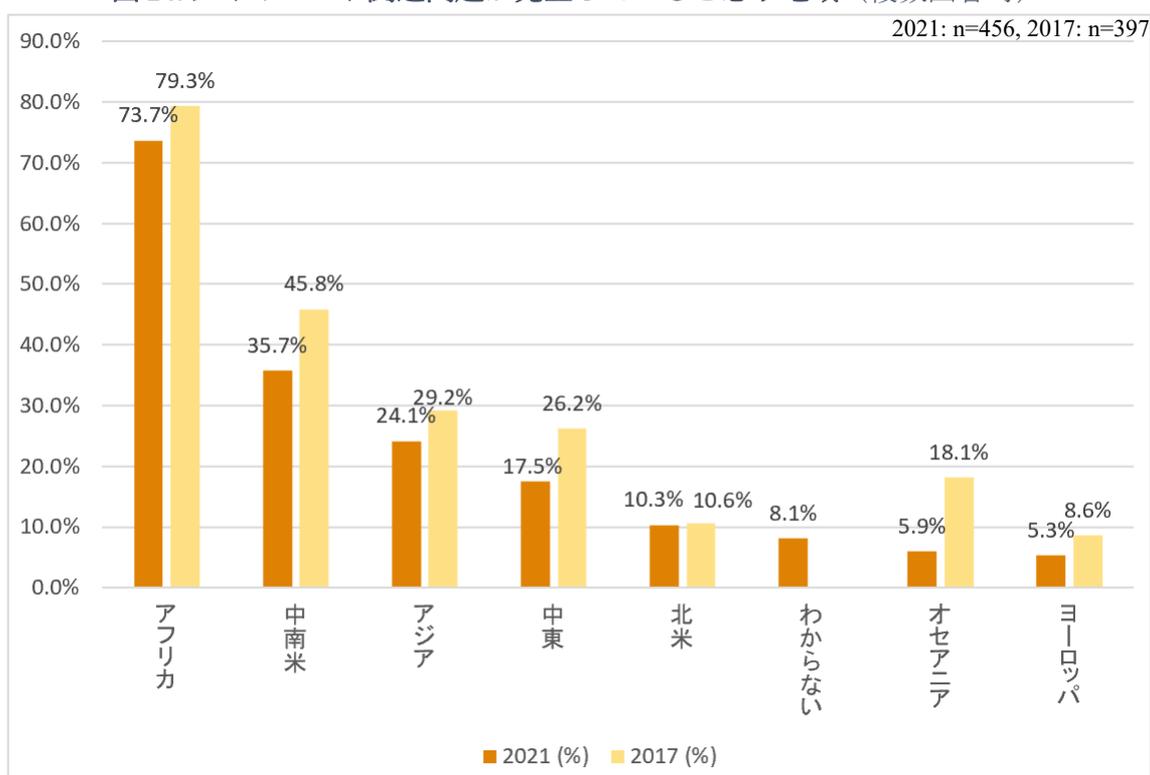
	2021 (数)	2021 (%)	2017 (数)	2017 (%)	2021年割合(%)と 2017年割合(%) の差	p 値*
総数	478	100.0	437	100.0		
極端な低賃金での労働	259	54.2	212	48.5	5.7	0.086
採掘地の荒廃	253	52.9	205	46.9	6.0	0.069
密輸	224	46.9	234	53.5	-6.7	<0.05
児童労働	214	44.8	196	44.9	-0.1	0.980
強制労働	213	44.6	185	42.3	2.2	0.497
テロや戦争・内戦の資金源	212	44.4	239	54.7	-10.3	<0.05
森林破壊	125	26.2	125	28.6	-2.5	0.405
生態系の破壊	124	25.9	119	27.2	-1.3	0.659
暴力	79	16.5	97	22.2	-5.7	<0.05
債務労働（借金を背負わされ、それを返すための労働）	76	15.9	94	21.5	-5.6	<0.05
殺人	64	13.4	89	20.4	-7.0	<0.05
性暴力	43	9.0	69	15.8	-6.8	<0.05
拷問	41	8.6	65	14.9	-6.3	<0.05
その他	18	3.8	2	0.5	3.3	N/A
わからない	7	1.5	30	6.9	-5.4	<0.05

* それぞれの選択肢について、2021年及び2017年の値に統計的に有意な差があるか、カイ二乗検定を用いてp値を算出。なお、期待値が小さい場合はp値を算出しなかった。

ダイヤモンドには人道的または環境的な問題があると思うとした回答者に対し、現在発生していると思われる地域について尋ねたところ（複数回答可）、両年ともに「アフリカ」との選択が最も多く、2021年調査では73.7%、2017年調査では79.3%であった。次いで、「中南米」、「アジア」、「中東」が多く、上位4位まで順位に変化はなかった。その他具体的な国名としては、2021年調査では“ザイール、シエラレオネ、ブルキナファソ、ザンビアなど”との記載が1件、2017年調査では“シベリア・カナダ”、“ロシア”、“わからない”など合計7件の記載があった。

なお、選択肢「わからない」は2021年調査にて追加したため、2017年調査における該当データはない（図14）。

図14: ダイヤモンド関連問題が発生していると思う地域（複数回答可）



ダイヤモンド関連問題が本当に存在するとしたら、私たちはどうすべきだと思うかを尋ねたところ（複数回答可）、2021年調査では「消費者は、第三者機関の発行するフェアトレードラベルなど、採掘・製造過程で人権・環境配慮がされた倫理的であることを示す認証がついたダイヤモンドを購入すべきだ」との選択が45.2%と最も多かった。この割合は、2017年調査における37.5%に比べ7.6ポイント上昇した（有意差あり）。「人道問題や環境破壊が起こらないよう、ダイヤモンド業界は対策を講じるべきだ」は、2017年調査において最も多く選択されたが（42.3%）、2021年ではやや低下し、2番目に多く選択された（36.2%）。2021年調査にて3番目に多く選択されたのは「消費者は購入する時に、ダイヤモンドがどのような鉱山や工場で産出・加工されたのか確認すべきだ」であり、31.4%が選択した。この選択肢は、2017年調査では34.3%が選んでいた。これら2選択肢の両年における差は、統計的に有意な差はなかった。「販売店は課題のあるダイヤモンドを販売すべきでない」を選択したのは、2017年では34.7%、2021年では26.3%であり、8.4ポイント減少した（有意差あり）。また、両年ともに「何もすべきではない」の割合は2017年の5.4%から2021年の1.8%に減少した（有意差あり）。2021年調査における「その他」の回答内容は、

“時間はかかるが、宝飾品として価値があるという共通認識をなくす”、“ダイヤモンドに希少価値があるという風潮そのものを廃止にもっていく”を含む3件であった。

選択肢「消費者は、人工ダイヤモンドを購入すべきだ」、「ダイヤモンド販売店は、販売するダイヤモンドの鉱山やカット工場の労働状況や人権・環境配慮に関する情報を公開すべきだ」は2021年調査にて追加したため、2017年調査における該当データはない(図15、表3)。

図15: ダイヤモンド関連問題が本当に存在するとしたらどうすべきか (複数回答可)

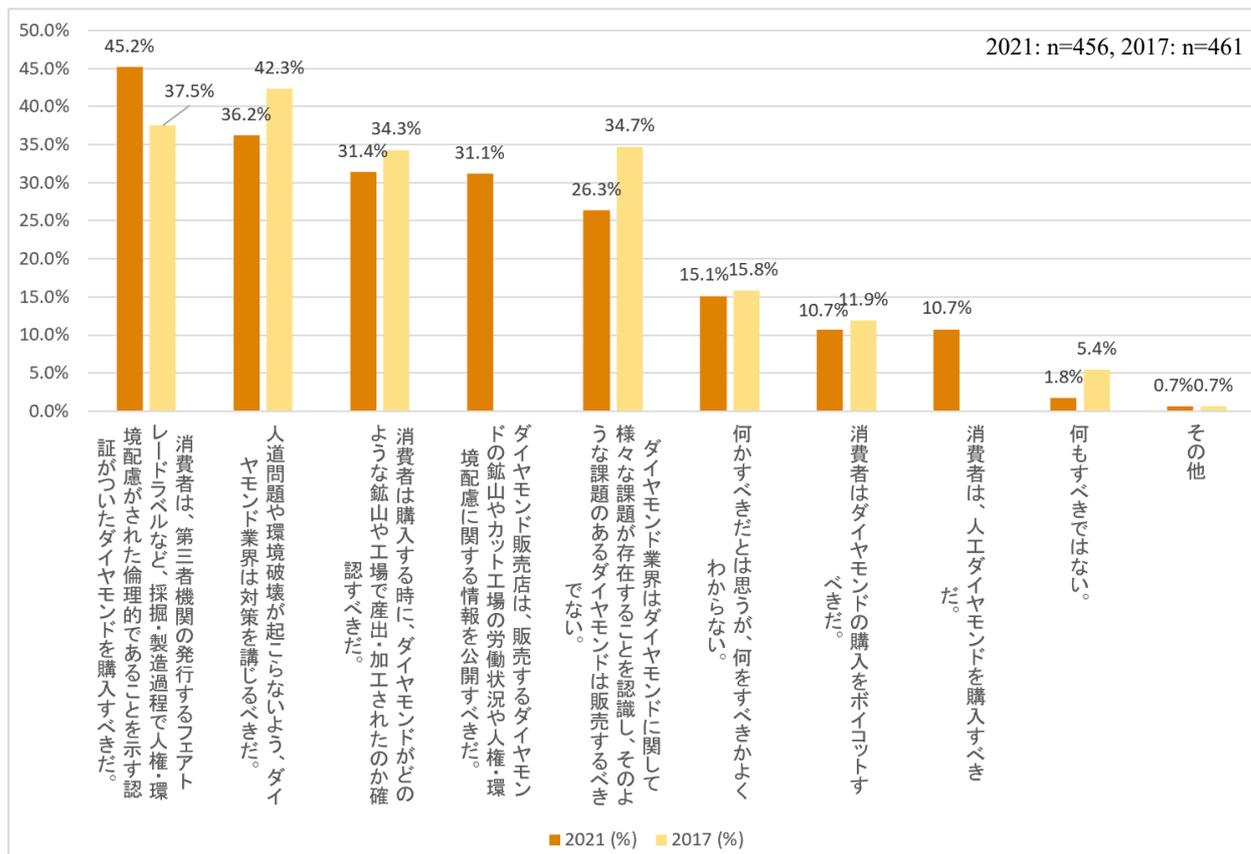


表 3:ダイヤモンド関連問題が本当に存在するとしたらどうすべきか (複数回答可)

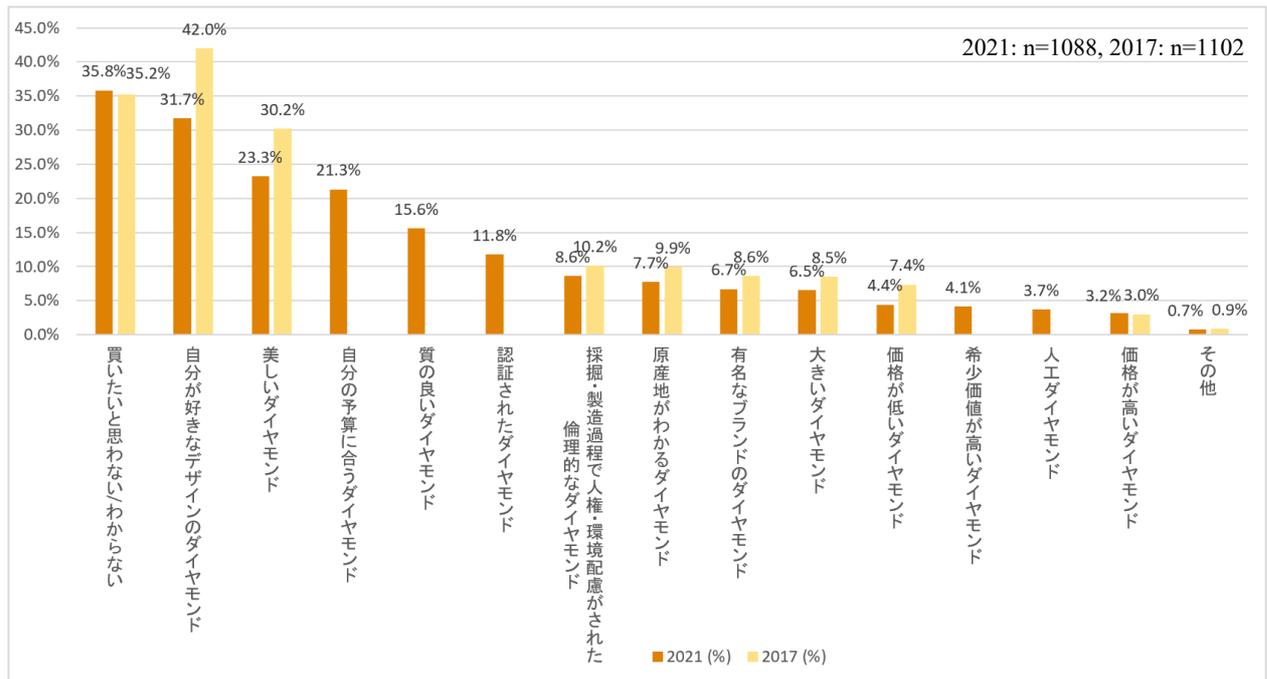
	2021年		2017年		2021年割合 (%)と 2017年割合 (%) の差	p値*
	n	%	n	%		
総数	456	100	461	100		
消費者は第三者機関認証がついたダイヤモンドを購入すべき	206	45.2	173	37.5	7.6	<0.05
業界は対策を講じるべき	165	36.2	195	42.3	-6.1	0.057
消費者が購入時に確認すべき	143	31.4	158	34.3	-2.9	0.347
販売店は情報を公開すべき	142	31.1	N/A	N/A	N/A	N/A
販売店は問題のあるダイヤを販売すべきでない	120	26.3	160	34.7	-8.4	<0.05
何をすべきかよくわからない	69	15.1	73	15.8	-0.7	0.768
消費者はダイヤの購入をボイコットすべき	49	10.7	55	11.9	-1.2	0.571
何もすべきではない	8	1.8	25	5.4	-3.7	<0.05
消費者は人工ダイヤモンドを購入すべき	49	10.7	N/A	N/A	N/A	N/A
その他	3	0.7	3	0.7	0	N/A

* それぞれの選択肢について、2021年及び2017年の値に統計的に有意な差があるか、カイ二乗検定を用いて p 値を算出。なお、期待値が小さい場合は p 値を算出しなかった。

今後ダイヤモンドを購入するとしたら、どのようなものを購入したいか尋ねたところ (複数回答可)、2021年調査では「買いたいと思わない」との選択が最も多く、回答者の35.8%が選択した。この選択肢は、2017年調査においても35.2%と同程度の割合で選択されていた。2017年調査にて最も多く選択された「自分が好きなデザイン」は、2017年の42.0%から、2021年の31.7%へ10.3ポイント低下し、2番目に多く選択された。「採掘・製造過程で人権・環境配慮がされた倫理的なダイヤモンド」との選択は、2021年調査では8.6%、2017年調査では10.2%であった。「原産地がわかるダイヤモンド」との選択は、2021年調査では7.7%、2017年調査では9.9%であった。2021年調査において「その他」との選択は8件あり、“機能の優れたもの”、“採掘場所がわかる、目に見える等のトレースができる商品”、“家内に相談して”などが含まれた。

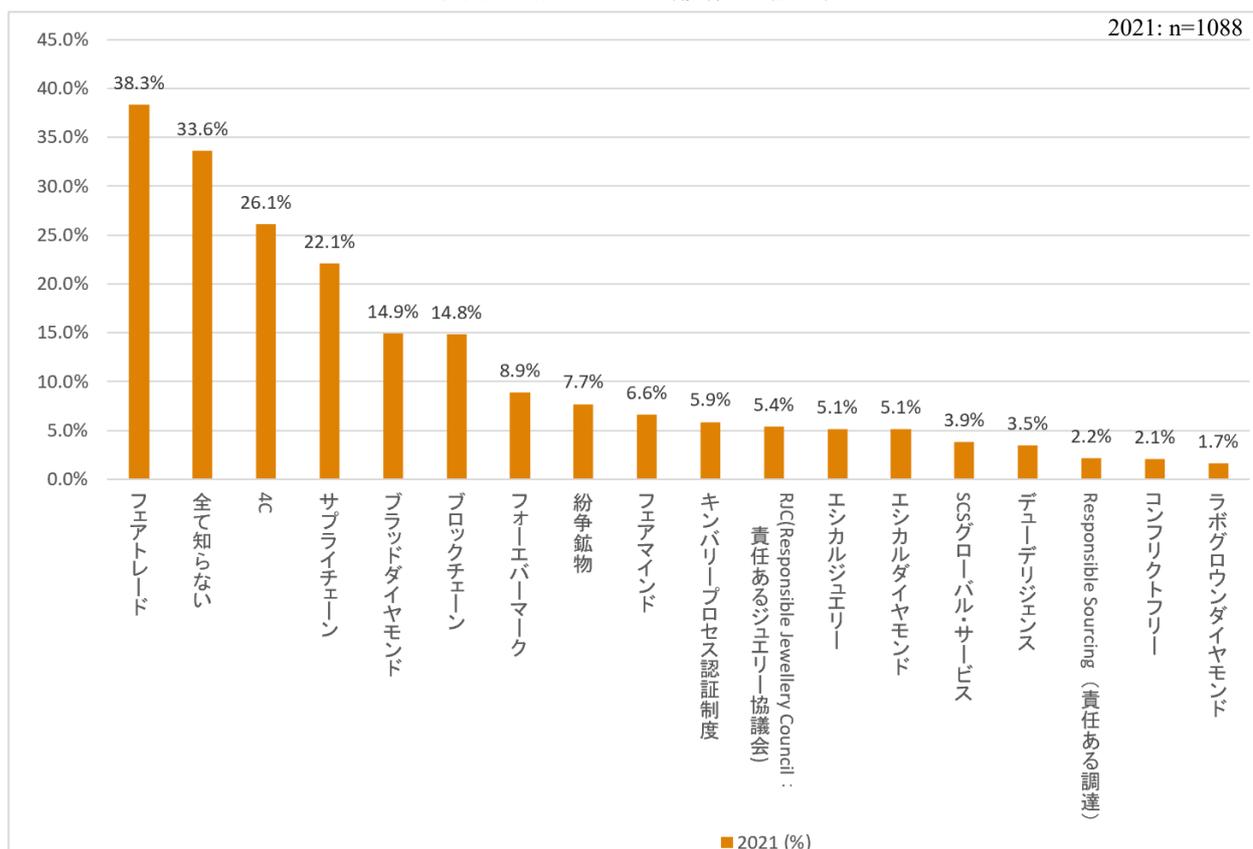
なお、選択肢「自分の予算に合うダイヤモンド」、「希少価値が高いダイヤモンド」、「質の良いダイヤモンド」、「認証されたダイヤモンド」、「人工ダイヤモンド」は2021年調査にて追加したため、2017年調査における該当データはない。(図16)

図 16: 今後購入したいダイヤモンド (複数回答可)



2021年調査にて新たに追加したダイヤモンド関連用語の認識を問う設問（複数選択可）については、「フェアトレード」を知っているとの選択が最も多く、回答者の38.3%が選択した。次いで、「全て知らない」が33.6%、「4C」が26.1%、「サプライチェーン」が22.1%、「ブラッドダイヤモンド」が14.9%であった。「紛争鉱物」、「キンバリープロセス認証制度」、「RJC（Responsible Jewellery Council）：責任あるジュエリー協議会」、「エシカルジュエリー」、「SCS グローバル・サービス」などを含む上位7位以下の用語は、「知っている」とした回答者の割合は10%未満であった（図17）。

図17:関連用語の認識（複数回答可）



2. ダイヤモンド関連企業対象郵送調査

2.1. 方法

調査の対象は、日本国内においてダイヤモンドジュエリー（婚約指輪、結婚指輪、ネックレス等のダイヤモンドを用いたジュエリー等）の販売（卸、小売）を行う企業とした。2017年調査で対象とした118企業のうち、住所が確認できない企業を除き、新たに選択した企業を加えた計119企業にアンケートを送付した。ブランドの選択に際しては、ダイヤモンド業界において最も大きくかつ有名なブランドのみならず、あまり名の知られていない中小ブランドも可能な限り含めた。

アンケート内容は、ダイヤモンド関連課題に関する認識、トレーサビリティや倫理性に関する顧客の反応、ダイヤモンドの倫理性への企業側の対応・今後の意向、キンバリープロセス認証制度に関する認識・意見、ダイヤモンド関連用語の認識、当法人へ期待することなどを問うものとした（付録3）。

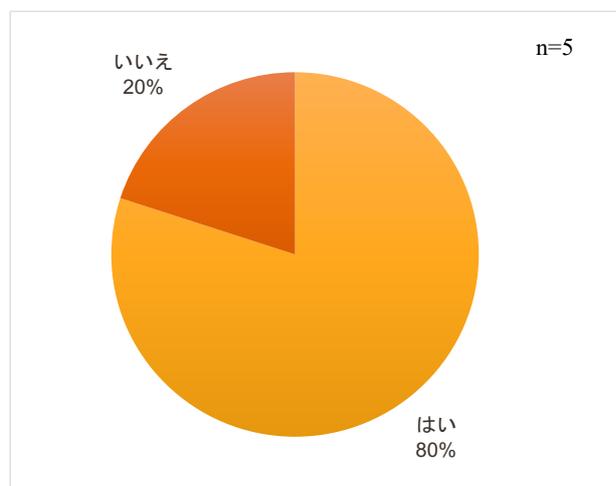
送付用アンケートには、オンライン上のアンケートへのリンクを入れたQRコードを印刷し、オンライン上での回答も可能にした。送付先は各企業の広報担当者宛てとし、アンケート質問票を料金受取人払の返信用封筒と共に郵送した。アンケートは、2021年10月中に発送し、2週間後に回答率が5%に到達しなかったため、各企業の広報担当者宛てにはがきによる催促を行った。結果は催促の送付後4週間経過後に集計し、グラフを用いた記述式分析を行った。

2.2. 結果

アンケートを送付した119企業のうち、5企業から回答があった（回収率4.2%）。他2企業よりアンケートの返送があったが、郵便局での受け取りの手違いにより回収できなかった。また、送付した119企業のうち1企業は送付先住所無効であった。以下に、アンケート調査結果を示す。なお、この調査は企業からの回答数が少ないため、2017年調査結果との比較は行わなかった。

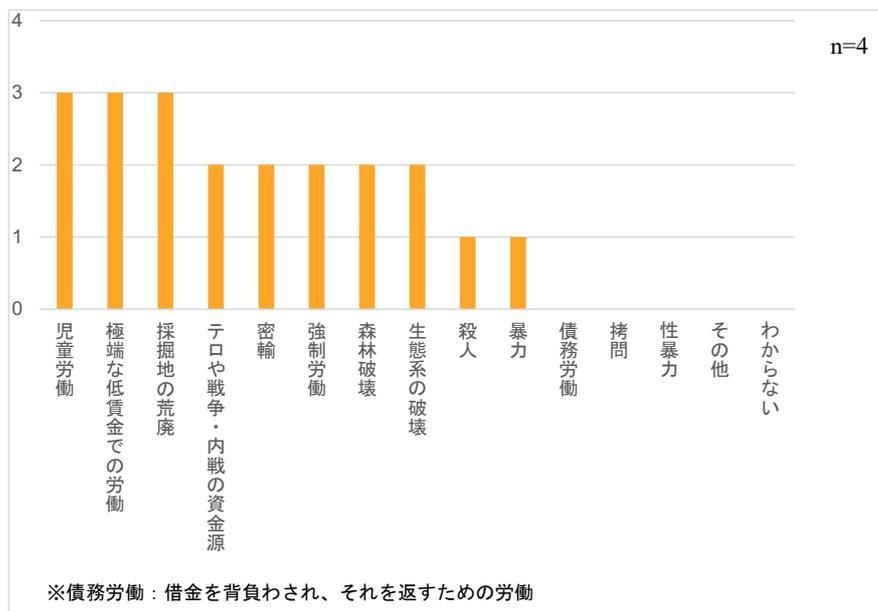
ダイヤモンドに関する人道的または環境的な問題の有無について尋ねたところ、80%が「ある」、20%が「ない」と回答した（図18）。

図18: 人道または環境問題の有無



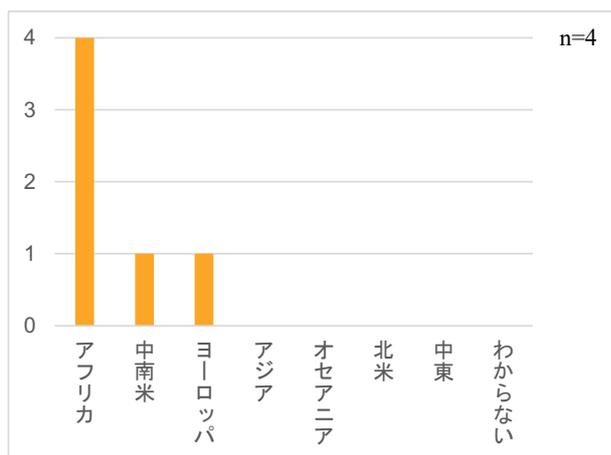
ダイヤモンドには人道または環境の問題があると回答した企業に対し、どのような問題があるかを尋ねたところ（複数回答可）、「児童労働」、「極端な低賃金での労働」、「採掘地の荒廃」が最も多かった。一方、「性暴力」、「拷問」、「債務労働」を選択した企業はなく、「暴力」、「殺人」はそれぞれ1企業のみであった（図19）。

図 19:現在発生していると思うダイヤモンド関連問題（複数回答可）



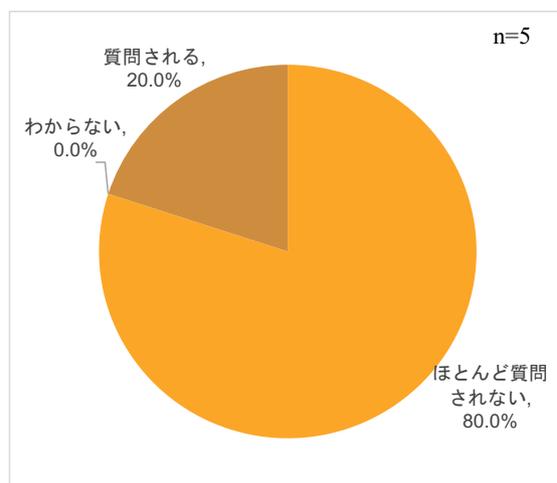
ダイヤモンドには人道または環境の問題があると回答した企業に対し、現在発生している問題がどこで起こっているかを尋ねたところ（複数回答可）、「アフリカ」が最も多かった。また、特定の国名を挙げてもらったところ、「中央アフリカ」、「アンゴラ、ロシア」という回答があった（図20）。

図 20:ダイヤモンド関連問題が発生していると思う地域



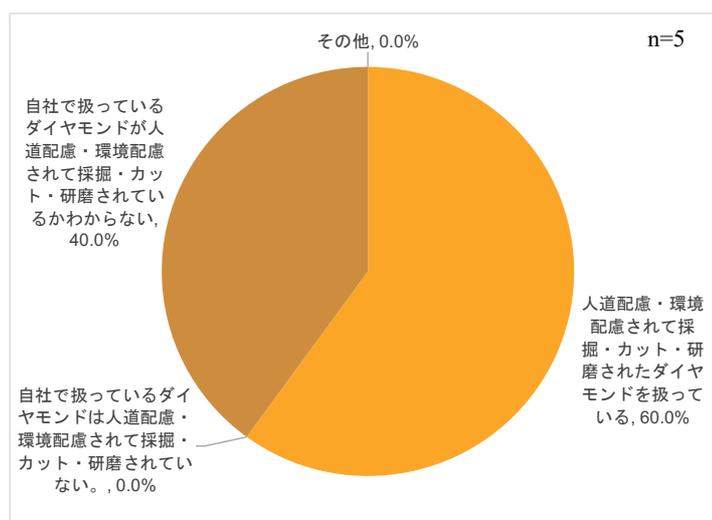
ダイヤモンドのトレーサビリティ（産地やカット工場に関する情報）や倫理性について、顧客から質問されることはあるか聞いたところ、80%（4件）が「ほとんど質問されない」、20%（1件）が「質問される」と回答した。「質問される」とした企業に対し、1か月の問い合わせ件数を聞いたところ、“5件”との回答があった（図21）。

図 21: トレーサビリティや倫理性に関する質問の有無



対象企業のブランドが扱うダイヤモンド全般の人道性・環境配慮の状況について、あてはまるものを尋ねたところ、60%（3件）が「人道配慮・環境配慮されて採掘・カット・研磨されたダイヤモンドを扱っている」と回答する一方、40%（2件）が「わからない」と回答した。「自社で扱っているダイヤモンドは人道配慮・環境配慮されて採掘・カット・研磨されていない」と回答する企業はなかった（図22）。

図 22: 扱っているダイヤモンド全般の人道性・環境配慮



ブランドが扱うダイヤモンド全般の人道性・環境配慮について、自社では人道配慮・環境配慮されて採掘・カット・研磨されたダイヤモンドを扱っていると回答した理由について、「キンバリープロセス認証されたダイヤモンドを扱っているから」が3件と最も多かった。

わからないと回答した理由としては、「ダイヤモンドの産地がわからないから」、「どこでカット・研磨されたかわからないから」がそれぞれ2件ずつあった。

扱っているダイヤモンド全般の人道性・環境配慮の回答理由（複数回答可）

自社では人道配慮・環境配慮されて採掘・カット・研磨されたダイヤモンドを扱っていると回答する理由

- キンバリープロセス認証されたダイヤモンドを扱っているから（回答数：3）
- 原産地証明されたダイヤモンドを扱っているから（回答数：2）
- カット・研磨工場と直接取引をしているから（回答数：2）
- 調達先に「紛争ダイヤモンドではない」と言われているから（回答数：1）
- 鉱山と直接取引をしているから（回答数：1）
- 第三者機関にエシカル（倫理的）だと認証されたダイヤモンドを扱っているから（回答数：1）

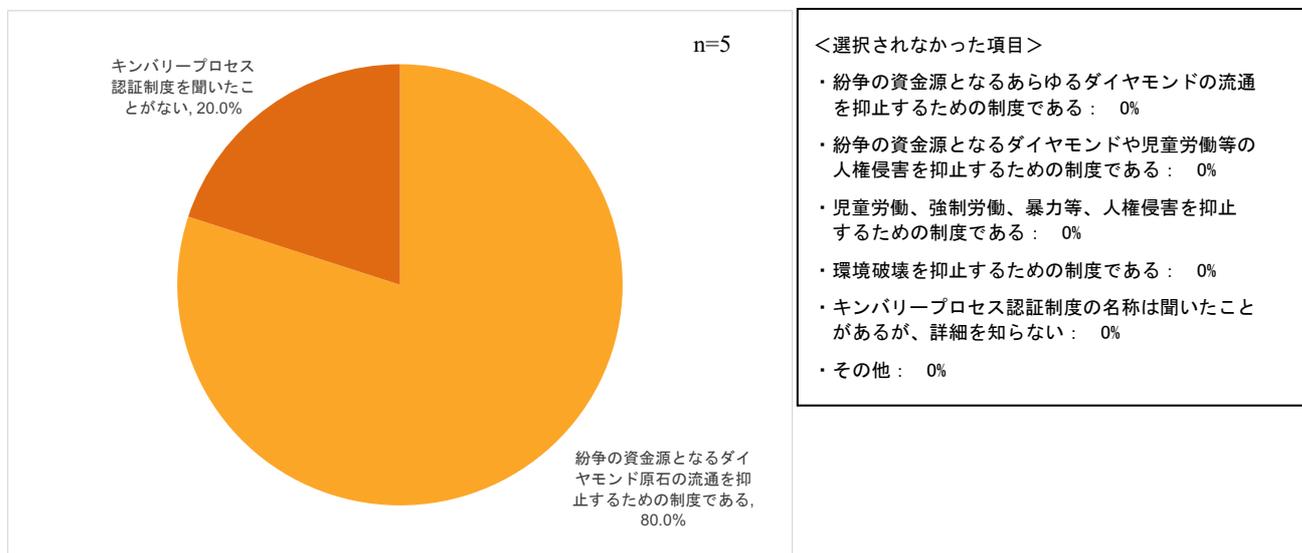
わからないと回答した理由

- ダイヤモンドの産地がわからないから（回答数：2）
- どこでカット・研磨されたかわからないから（回答数：2）

人道・環境配慮されたダイヤモンドを扱っているとした根拠として、「原産地証明されたダイヤモンドを扱っているから」を選択した企業に、原産国名を挙げてもらったところ、“ロシア” という回答が1件あった。「鉱山と直接取引をしているから」を選択した企業に、取引をしている主な鉱山がある国名を挙げてもらったところ、“ボツワナ” との回答があった。

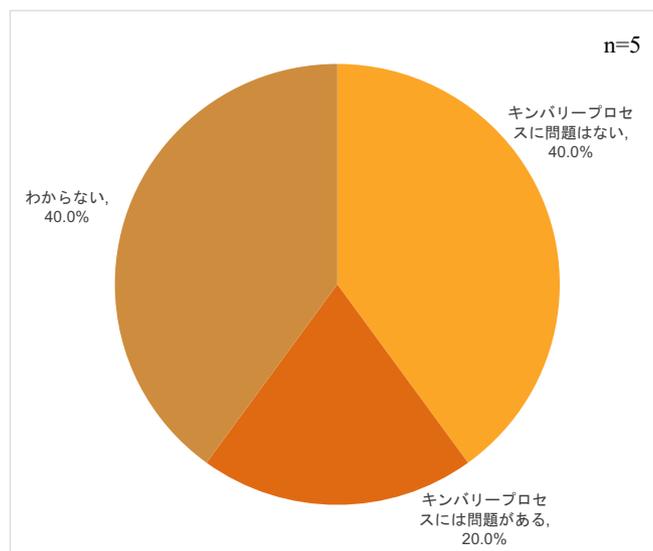
キンバリープロセス認証制度の内容について質問したところ、80%が「紛争の資金源となるダイヤモンド原石の流通を抑止するための制度である」を選択、20%が「聞いたことがない」と回答した（図23）。

図 23:キンバリープロセス認証制度の認識



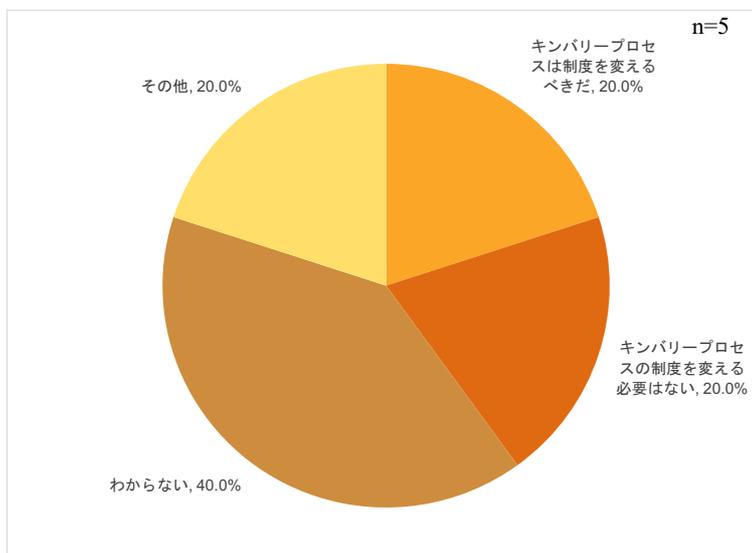
さらに、キンバリープロセス認証制度について、企業の意見に最も近いものを選択してもらった。40%が「問題はない」、20%が「問題がある」、40%が「わからない」と回答した。「問題がある」とした企業に問題の内容を確認したところ、“あくまで原石の流通に対することだから”との回答があった（図24）。

図 24:キンバリープロセス認証制度の問題の有無



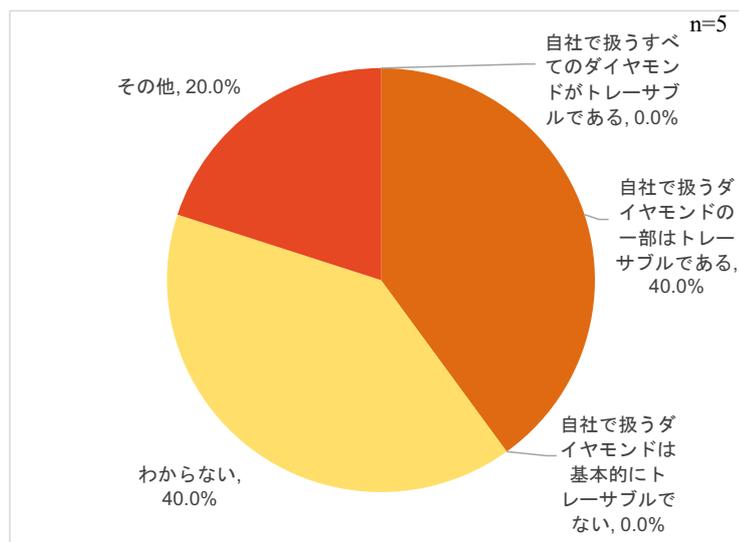
キンバリープロセス認証制度の制度変更の必要性については、20%（1件）が「制度を変えるべきだ」、20%（1件）が「制度を変える必要はない」、40%（2件）が「わからない」と回答した。「その他」として“システムオブワランティのルール変更の動きがあり、更に制度が強化される予定”との回答があった（図25）。

図 25:キンバリープロセス認証制度の制度変更の必要性



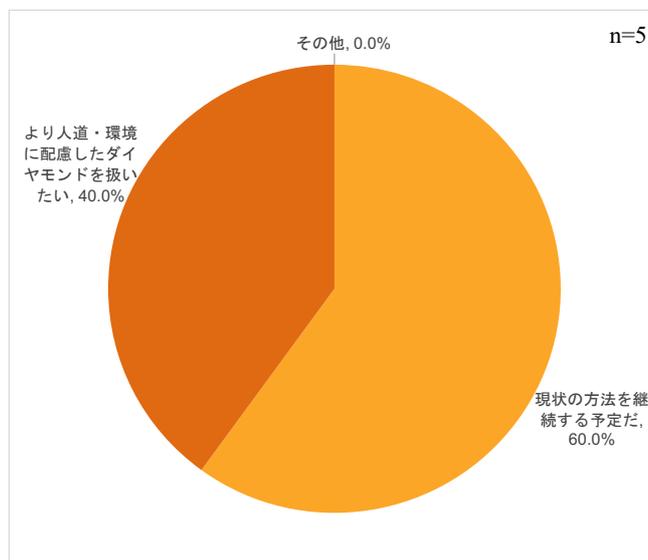
対象企業の扱うダイヤモンドは、原産鉱山までトレーサブル（追跡可能）か、との設問に対し、40%が「一部はトレーサブル」、40%が「わからない」と回答した。「その他」は、“一部の原産国までならトレーサブル。鉱山までは特定できない。”という回答であった。「自社で扱うすべてのダイヤモンドがトレーサブルである」と回答する企業はなかった（図26）。

図 26:使用しているダイヤモンドの原産鉱山までのトレーサビリティ



ダイヤモンドの人道・環境配慮に関する意向について、最も近いものを1つ選択してもらったところ、60%が「現状の方法を継続する予定」と回答する一方、40%が「より人道・環境に配慮したダイヤモンドを扱いたい」という意向を示した（図27）。

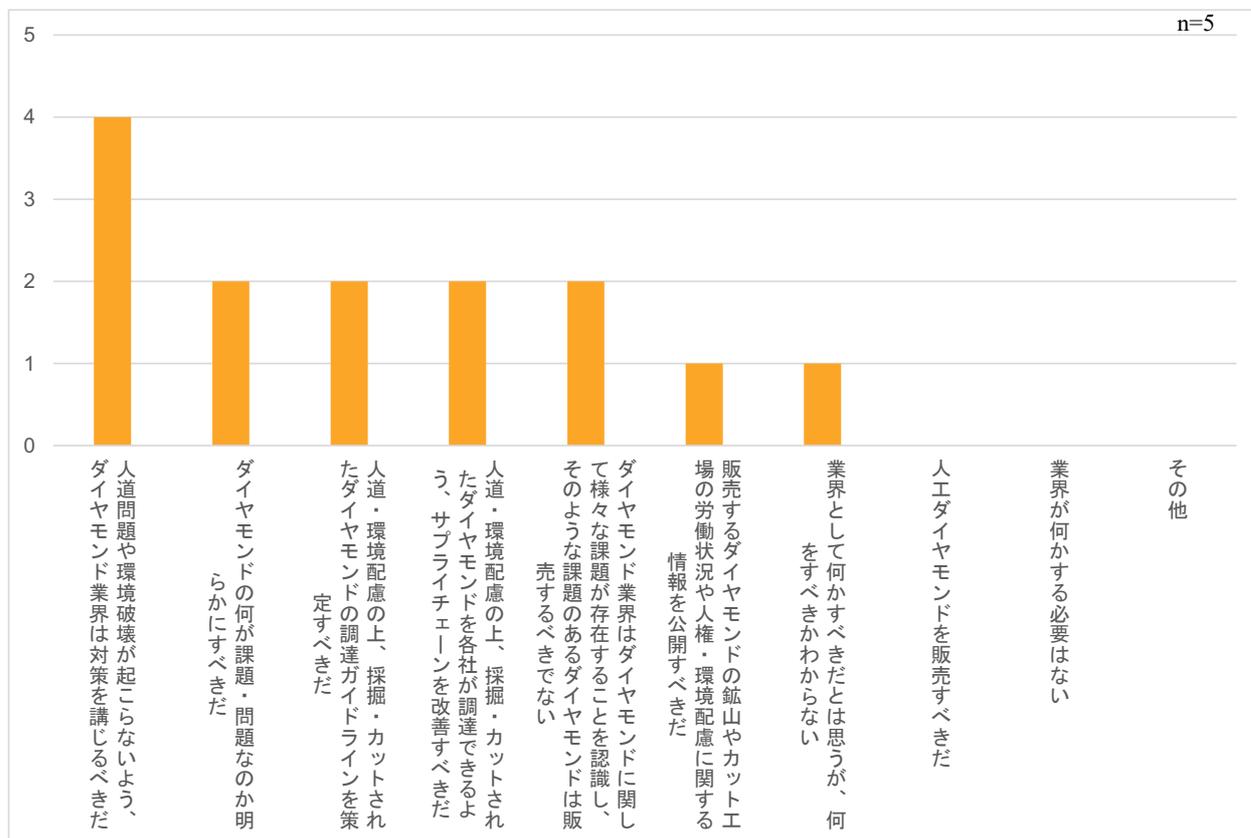
図 27:ダイヤモンドの人道・環境配慮に関する今後の意向



ダイヤモンドの人道・環境配慮に関して、「より人道・環境配慮したダイヤモンドを扱いたい」と回答した企業に、より人道・環境配慮するために、現在実施していることを聞いたところ、“扱いたい意志はあるも、現状以上に選択肢がないのが実状”、“出来る限りサイトホルダーより仕入れる”との記載があった。

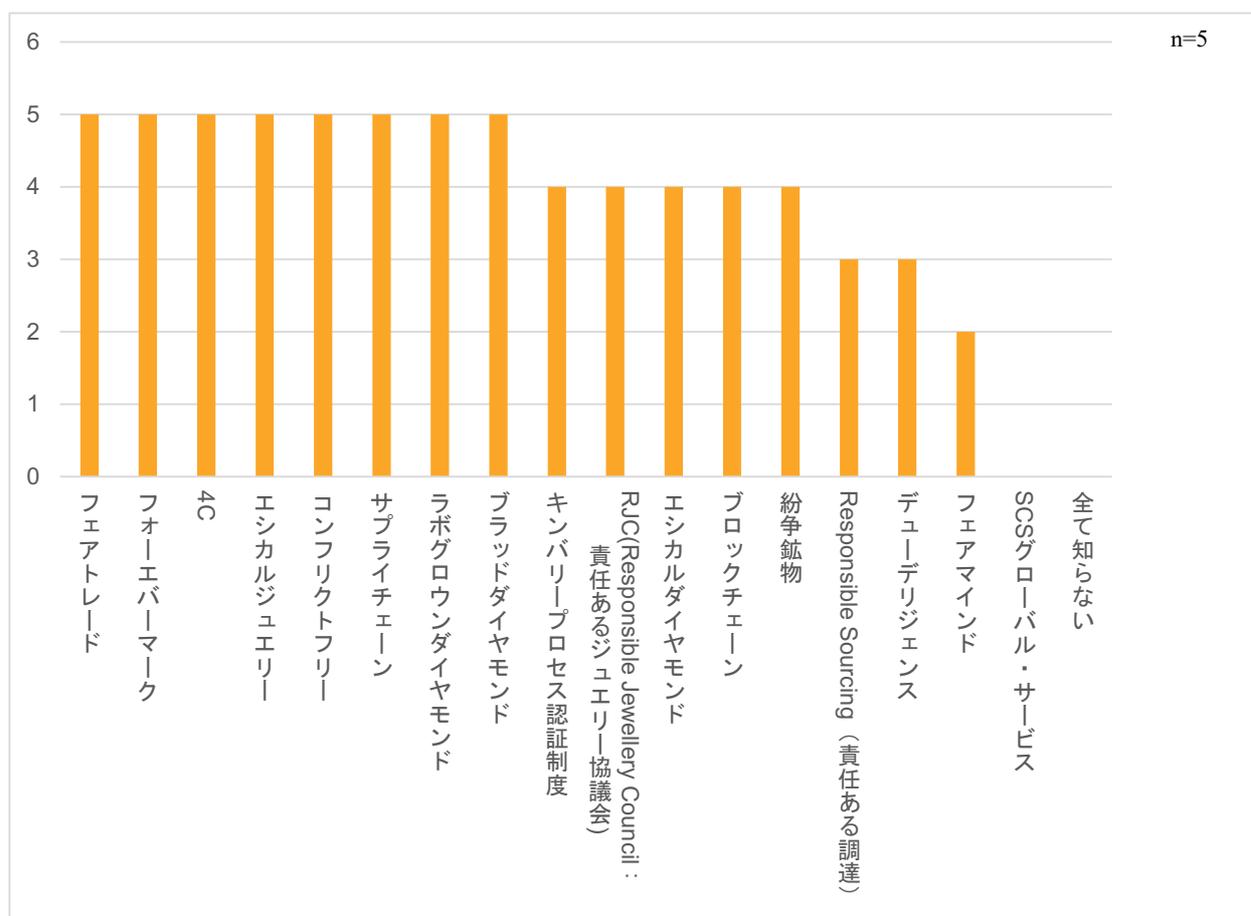
ダイヤモンド業界は、ダイヤモンドの人道・環境配慮につき、どうするべきだと思うか（複数回答可）、との設問に対し、「人道問題や環境破壊が起こらないよう、ダイヤモンド業界は対策を講じるべきだ」という回答が最も多く挙げられた。「人工ダイヤモンドを販売すべきだ」「業界が何かする必要はない」と回答する企業はなかった（図28）。

図 28:業界がダイヤモンドの人道・環境配慮について行うべきこと（複数回答可）



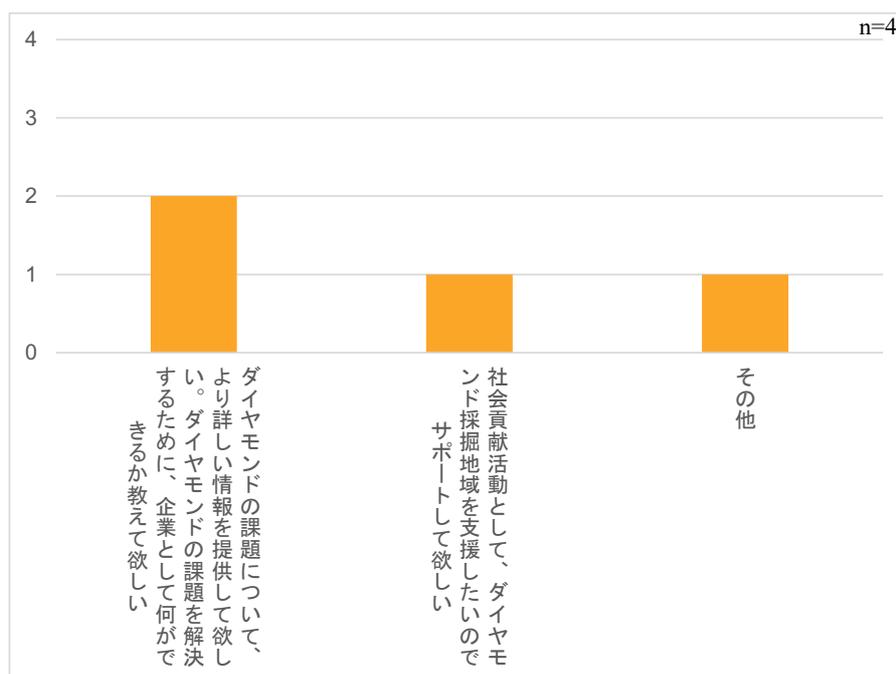
ダイヤモンド関連用語の認識を問う設問（複数選択可）については、「フェアトレード」、「フォーエバーマーク」、「4C」、「エシカルジュエリー」、「コンフリクトフリー」、「サプライチェーン」、「ラボグロウンダイヤモンド」、「ブラッドダイヤモンド」は、全企業が知っていた。一方、「フェアマインド」、「SCSグローバル・サービス」の認知度は低かった（図29）。

図 29:関連用語の認識（複数回答可）



当法人に対し期待することを尋ねたところ（複数回答可）、「ダイヤモンドの課題について、より詳しい情報を提供して欲しい。ダイヤモンドの課題を解決するために、企業として何ができるか教えて欲しい」との選択が最も多かった。「その他」として、“工業製品として大量の電力を使用する合成ダイヤモンドを含め、経済活動に必要な鉱物資源を環境に負荷を与えずに得ることは困難です。過度にダイヤモンドのイメージが損なわれることが無いよう、活動いただきたく存じます。”との回答があった（図30）。

図 30:当法人に対し期待すること（複数回答可）



3. ダイヤモンド関連企業対象覆面調査

3.1. 方法

調査の対象は、日本国内においてダイヤモンドジュエリー（婚約指輪、結婚指輪、ネックレス等のダイヤモンドを用いたジュエリー等）の販売（卸、小売）を行う企業が持つブランドのうち、首都圏（東京、千葉、埼玉、神奈川）に実店舗を構えているブランドとした。2017年時は16ブランドを調査対象とし、2021年時はその16ブランドのうちダイヤモンドジュエリーの販売がメインとなっていないものを除き、新たに選択したものを加えた計33ブランドを対象に調査を行った。ブランドの選択理由は、ダイヤモンド業界において有名なブランドを中心に、日本において広く知られているブランドを含めた（外資系ブランドを含む）。

調査員は当法人のボランティアで、2017年調査には計5名、2021年調査には計6名が参加した。調査員は、当法人が作成した調査実施要綱（調査手順・質問内容・注意事項を含む、非公開）に従い、実際に調査対象店舗を顧客として訪問し、聞き取りを行った。

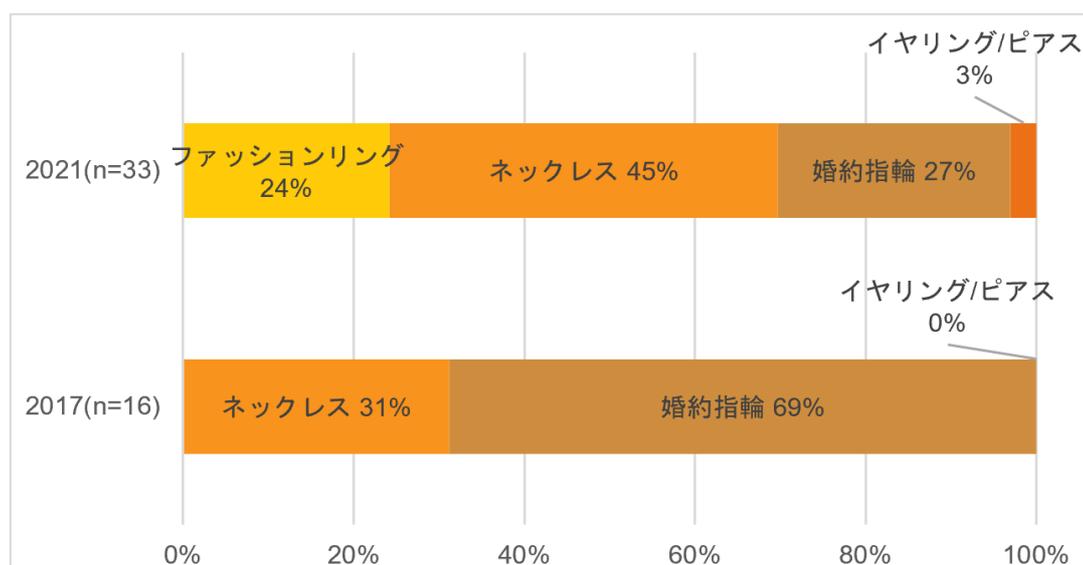
調査対象とした店舗およびジュエリーは、販売員が商品知識をきちんと持っている可能性が高いジュエリーとするため、各ブランドの旗艦店で特別に目立つショーケースの中に飾られている、または価格が高いといった、販売員が最も売りたいと考えているであろうものとした。

質問内容は、基本的な商品情報及びトレーサビリティと倫理性について尋ねるものとした。

3.2. 結果

調査対象にしたダイヤモンドジュエリーの種類に関して、2021年はネックレスが45%、結婚指輪が27%、ファッションリングが24%、イヤリング/ピアスが3%であった。2017年は、結婚指輪が69%、ネックレスが31%であった（図31）。

図31:調査対象にしたダイヤモンドジュエリー



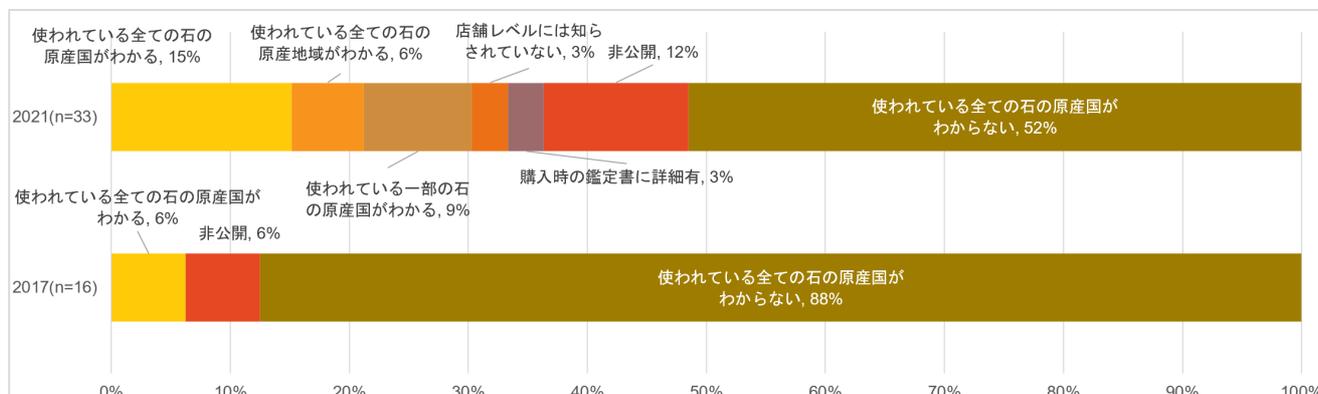
調査対象にしたダイヤモンドのグレード及び金属に関する質問への回答を表4にまとめた。カットについては、両年共に回答が得られないブランドが複数あったが、その他の項目に関しては、ほぼ全てのブランドにおいて回答が得られた（表4）。

表4:調査対象にしたダイヤモンドのグレード・使用金属

このダイヤモンドのグレードは？ — カラット		2017(n=16)	2021(n=33)
回答あり	グレードはついていない	0%	3%
	独自のグレード	0%	3%
	回答あり	100%	94%
不明		0%	0%
このダイヤモンドのグレードは？ — カラー		2017(n=16)	2021(n=33)
回答あり	グレードはついていない	0%	3%
	独自のグレード	0%	3%
	回答あり	100%	94%
不明		0%	0%
このダイヤモンドのグレードは？ — クラリティ		2017(n=16)	2021(n=33)
回答あり	グレードはついていない	0%	3%
	独自のグレード	0%	3%
	回答あり	100%	91%
不明		0%	3%
このダイヤモンドのグレードは？ — カット		2017(n=16)	2021(n=33)
回答あり	グレードはついていない	0%	3%
	独自のグレード	0%	3%
	回答あり	81%	76%
不明		19%	18%
使用している金属は？		2017(n=16)	2021(n=33)
回答あり		100%	100%
不明		0%	0%

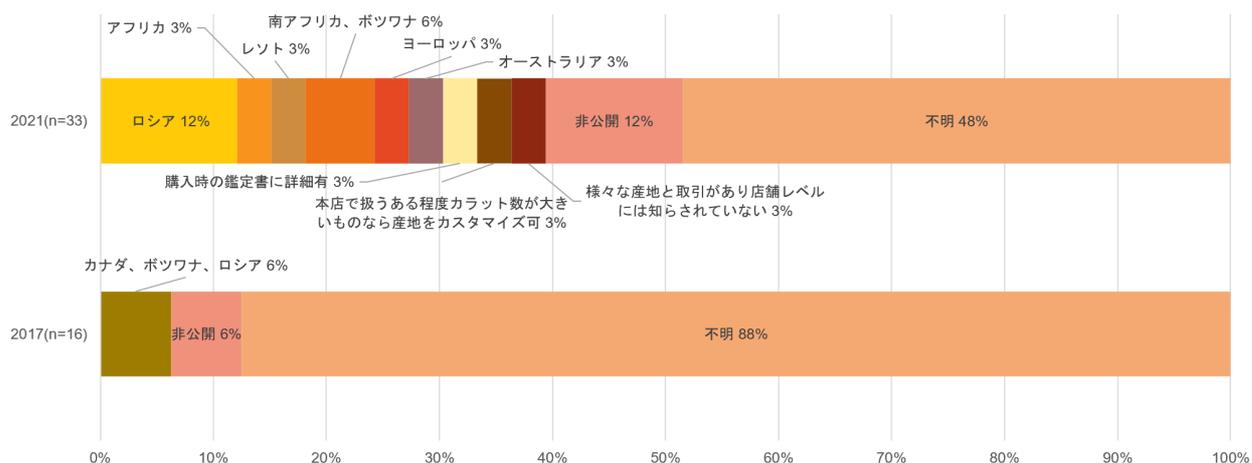
調査対象ジュエリーに使用されているダイヤモンドについて、原産国までのトレーサビリティを尋ねたところ、2021年では調査対象ブランドのうち52%が「使われている全てのダイヤモンド（石）の原産国がわからない」と回答し、2017年の88%より36ポイント低下した。一方、「使われている全てのダイヤモンド（石）の原産国がわかる」と回答したのは、2021年調査にて15%、2017年調査にて6%であった（図32）。

図32:ダイヤモンドの原産国（トレーサビリティ）



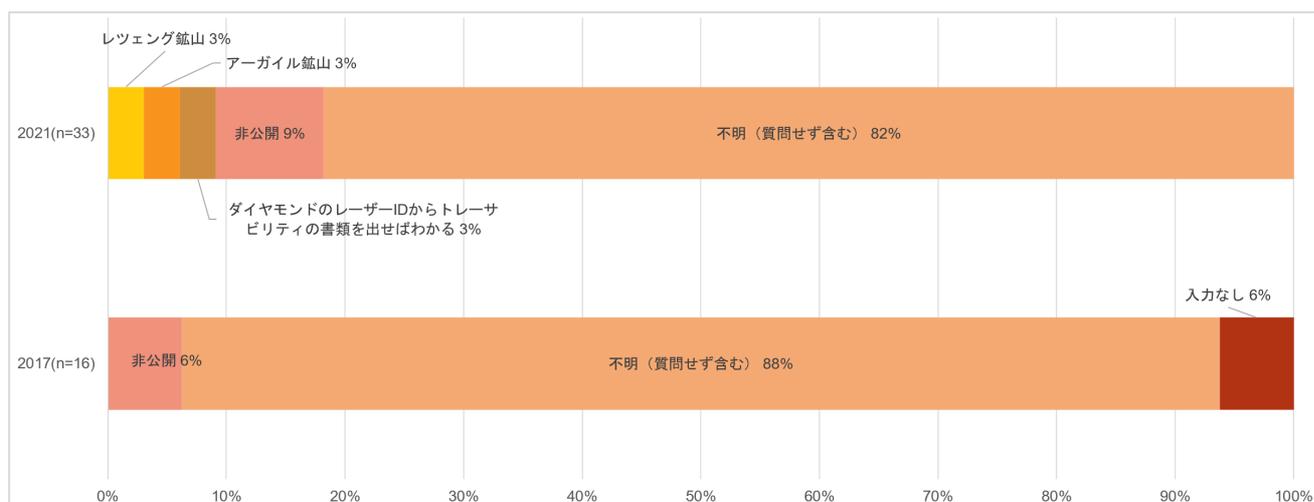
ダイヤモンドの原産国について国・地域別に分析すると、「不明」と回答したのは2021年調査では対象ブランドの48%であり、2017年の88%より40ポイント低下した。2021年調査では、「ロシア」との回答が12%、「南アフリカ、ボツワナ」が6%、「アフリカ」、「レソト」、「ヨーロッパ」、「オーストラリア」、「購入時の鑑定書に詳細有」、「本店で扱うある程度カラット数大きいものなら産地をカスタマイズ可」、「様々な産地と取引があり店舗レベルには知らされていない」が各3%、「非公開」が12%であった。2017年調査では、「カナダ、ボツワナ、ロシア」「非公開」との回答がそれぞれ6%であった。なおここでは、調査対象としたジュエリーに使われているダイヤモンドのうち、一部でも原産国・地域がわかる場合は、その国・地域に割り振っている（図33）。

図33:ダイヤモンドの原産国（国・地域別）



鉱山名について「不明」と回答したのは2021年調査では対象ブランドの82%、2017年調査では88%であった。2021年調査では他に、「レツェング鉱山」、「アーガイル鉱山」、「ダイヤモンドのレーザーIDからトレーサビリティの書類を出せばわかる」との回答が各3%あった。なお、ここにおける「不明」は、原産国や地域が不明との回答を得た上で、鉱山名を質問しなかった場合を含む。これ以降の設問に関しても同様である（図34）。

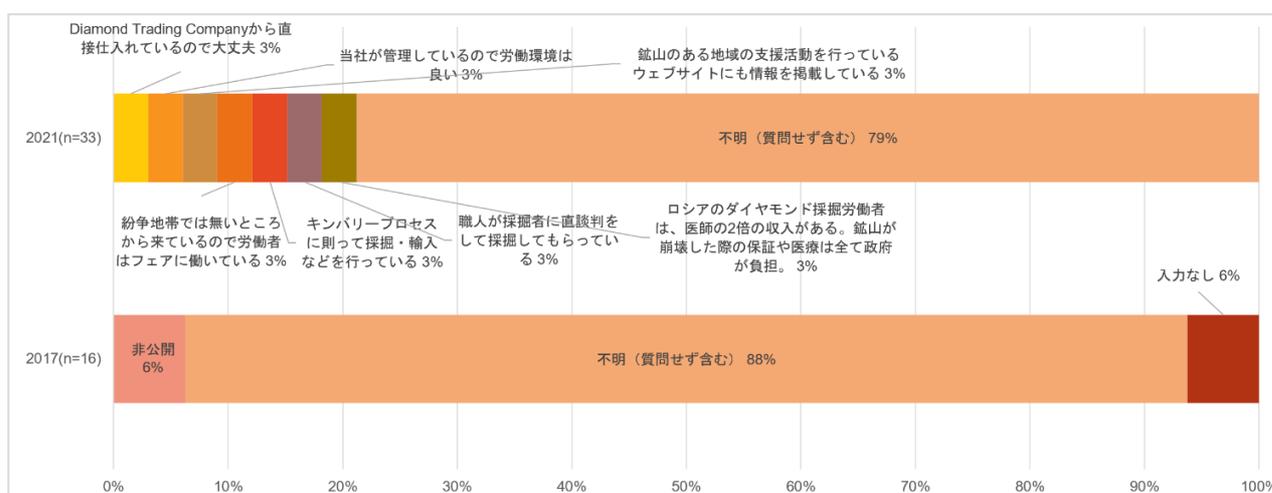
図34: 鉱山名



鉱山・採掘場の労働状況等の情報に関して、「不明」と回答したのは2021年調査では対象ブランドの79%であり、2017年調査の88%より9ポイント低下した。2021年調査では他に、「Diamond Trading Company*から直接仕入れているので大丈夫」、「当社が管理しているので労働環境は良い」、「鉱山のある地域の支援活動を行っている ウェブサイトにも情報を掲載している」、「キンバリープロセスに則って採掘・輸入などを行っている」、「職人が採掘者に直談判をして採掘してもらっている」、「ロシアのダイヤモンド採掘労働者は、医師の2倍の収入がある。鉱山が崩壊した際の保証や医療は全て政府が負担」との回答が各3%あった（図35）。

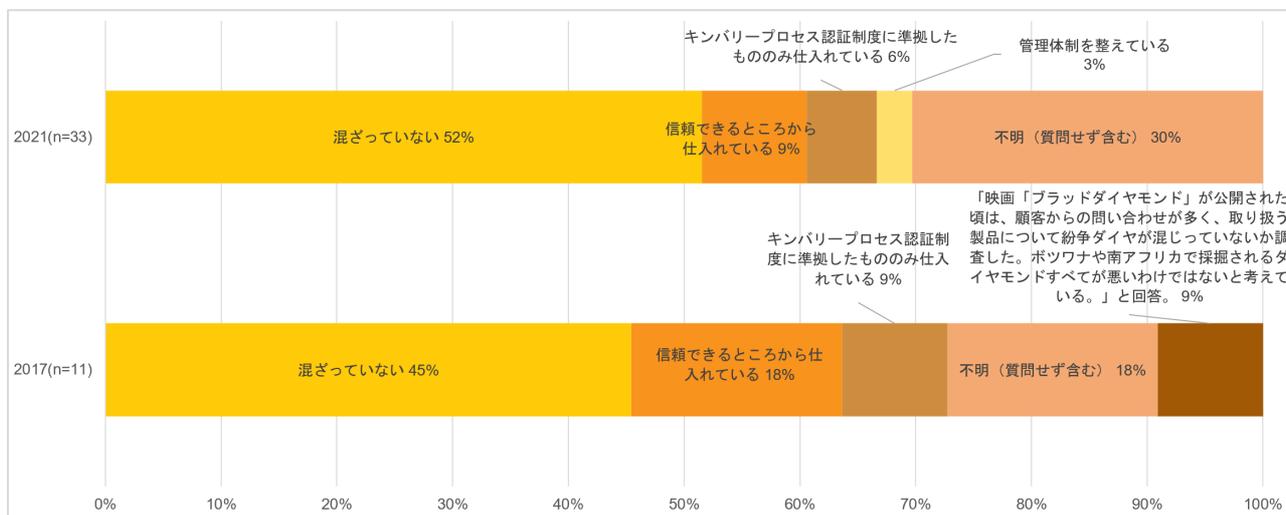
* Diamond Trading Company (DTC)とは、デビアスグループのダイヤモンド販売企業のこと。カナダ、南アフリカ共和国、ボツワナ、ナミビアで調達したダイヤモンドを、サイトホルダーと呼ばれる特定の顧客に販売する⁵⁵。

図 35: 採掘場の労働状況等の情報



ブラッドダイヤモンドが混ざっていないかを質問したところ、「混ざっていない」と回答したのは2021年調査では対象ブランドの52%であり、2017年調査の45%より7ポイント上昇した。「信頼できるところから仕入れている」との回答は、2021年は9%、2017年は18%であった。「キンバリープロセス認証制度に準拠したもののみ仕入れている」との回答は、2021年は6%、2017年は9%であった（図36）。

図 36: ブラッドダイヤモンドの混入



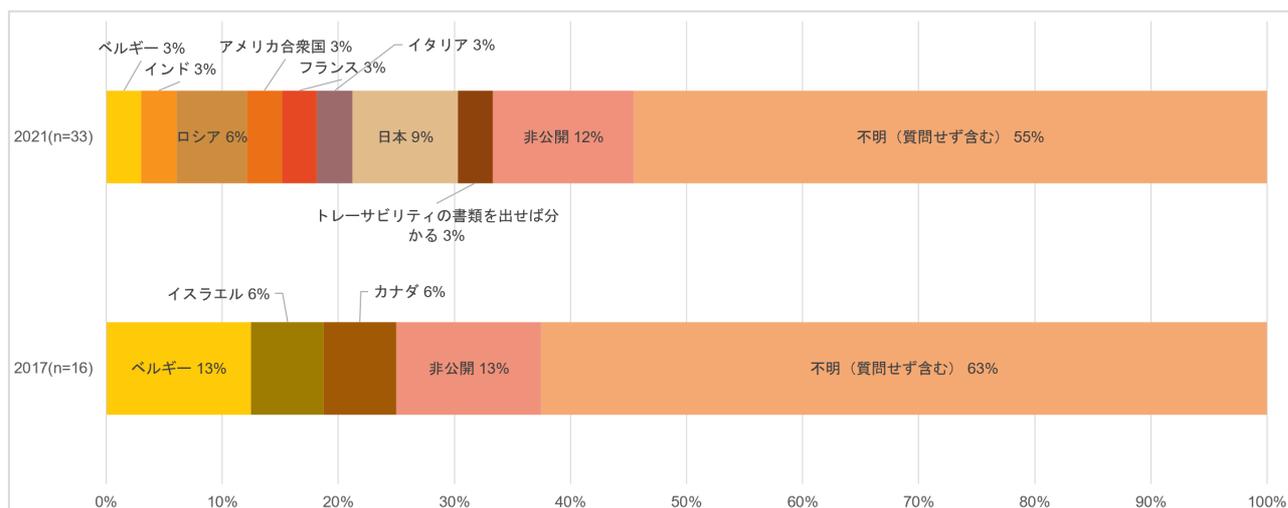
その他、原産国に関して各調査員が質問した内容と、ブランド側の回答の例を下に示す。

原産国に関して他にした質問とその回答の例

- 当社はダイヤの専門会社、4Cだけで判断するのではなく、ダイヤの美しさに、採掘地の環境も影響すると考えている
- Q：ヨーロッパの鉱山が原産とは珍しいですね…
A：アフリカでの採掘者の人権侵害がフランスでも問題となり、【企業名】もその問題を重く受け止め、今はヨーロッパでの採掘へシフトした
- Q：紛争ダイヤモンドが混ざっていないかとても心配なのですが…
A：正規のルートで輸入している物ですので、おそらく大丈夫だと思います。
- （出所がちゃんとしたダイヤモンドを買いたいとの質問に）原産地よりもカットやクラリティ、カラーなどをみて購入していただくのが良いとお薦めされた。
- （出所がはっきりしたダイヤモンドを購入したいとの質問に）ダイヤモンドの産地はわからないもの。原産地によって品質が変わるということはない。産地ではなく、良いダイヤモンドは4Cで判断いただくのが良い。

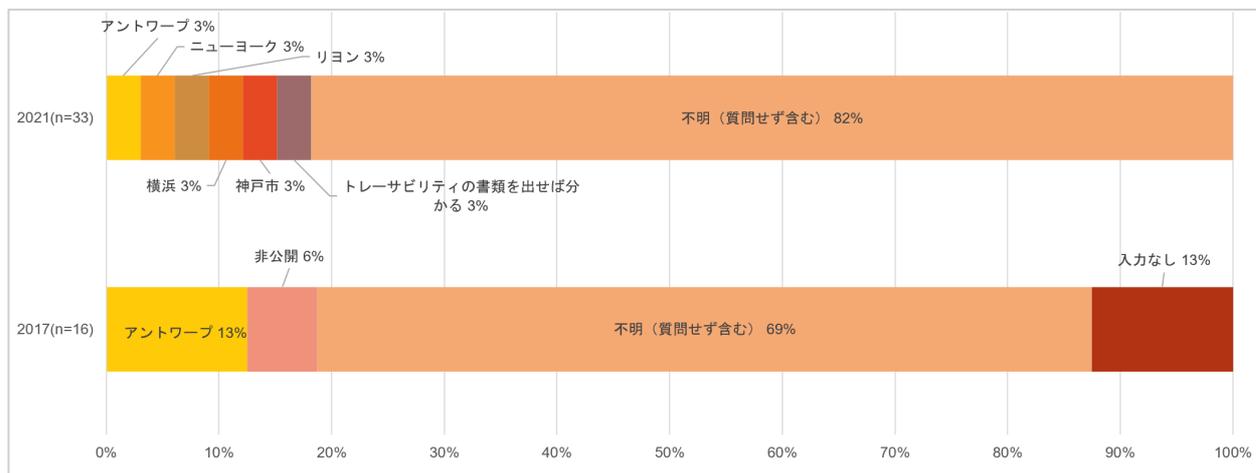
ダイヤモンドをカットしている国に関して、「不明」であったのは2021年調査では対象ブランドの55%であり、2017年調査の63%より8ポイント低下した。2021年調査ではその他に、「非公開」、「日本」、「ロシア」、「ベルギー」、「インド」、「アメリカ合衆国」、「フランス」、「イタリア」、「トレーサビリティの種類を出せば分かる」との回答があった。2017年調査では、「非公開」、「ベルギー」、「イスラエル」、「カナダ」との回答があった（図37）。

図37:ダイヤモンドをカットしている国



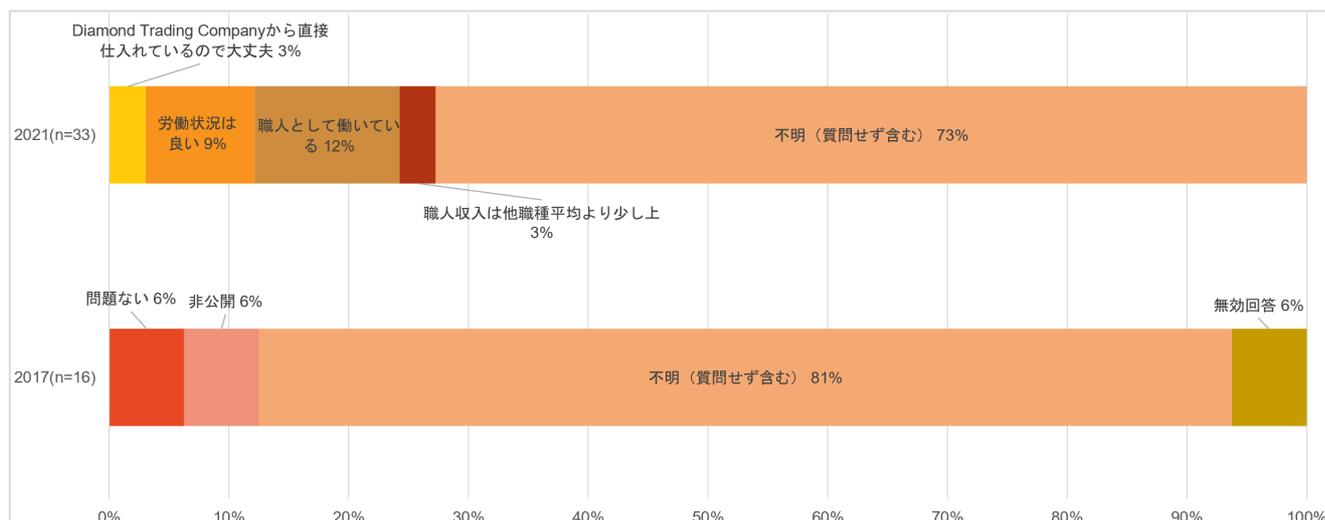
ダイヤモンドをカットしている都市名に関して、「不明」であったのは2021年調査では対象ブランドの82%、2017年調査では69%であった。2021年調査ではその他に、「アントワープ」、「ニューヨーク」、「リヨン」、「横浜」、「神戸」、「トレーサビリティの書類を出せば分かる」との回答があった。2017年調査では、「アントワープ」、「入力なし」が各13%、「非公開」が6%であった（図38）。

図38:ダイヤモンドをカットしている都市名



ダイヤモンドをカット場の労働状況等の情報に関して、「不明」としたのは2021年調査では対象ブランドの73%であり、2017年調査の81%より8ポイント低下した。2021年調査ではその他に、「職人として働いている」が12%、「労働状況は良い」が9%、「Diamond Trading Companyから直接仕入れているので大丈夫」が3%、「職人収入は他職種平均より少し上」が3%あった。2017年調査では、「問題ない」、「非公開」、「無効回答」がそれぞれ6%あった（図39）。

図39:ダイヤモンドカット場の労働状況等の情報



その他、調査員が観察した内容、感じたこと等として自由記載された内容の例を下に示す。

自由記載の例

- 3年前から採掘場までのトレーサビリティを出すようになり、今年からカットの場についても追えるようになった。ただし、カラットがある程度大きくないとトレーサビリティ情報は無い。
- ベトナムのカット場では、積極的に女性を雇用しているとのこと。
- トレーサビリティは実現しているようだが、詳細な労働状況やどのくらい還元されているのかについての詳しい説明はいただけなかった。
- こちらが原産国を聞いたところ、紛争地帯などは一切関わっておらず、独自の直輸入のルートが南アフリカにあると直ぐにお答えくださいました。
- エシカルジュエリーにこだわり、ストリートチルドレンの収入や就学にも携わっているショップでした。ダイヤモンドの他にもたくさんの石を現地労働者に報酬がきちんと渡るよう注文しているとのことでした。
- ダイヤモンドの4Cクオリティについては、チャートなどを提示くださりわかりやすくご説明くださいましたが、流通についてはほとんどご存じない様子でした。
- 4Cに関する説明は非常に丁寧であったが、原産国の話になると全くわからないとのことであった。
- 店員さんはブラッドダイヤモンドすらご存知ではないようでした。
- 原産国やカット場についての情報はブライダルリングでも分からないとのこと。

4. 考察

4.1. 消費者の問題認識と現状との差異

消費者意識調査において、ダイヤモンドには人道的または環境的な問題があると思うか尋ねたところ、2021年及び2017年の各調査で43.9%及び41.8%が「あると思う」と回答した（統計的な有意差なし）。ダイヤモンドの人道または環境の問題の認識として、「極端な低賃金での労働」や「採掘地の荒廃」、「密輸」への認識が比較的高く、各調査でおよそ半数が選択していた。一方で、「テロや戦争・内戦の資金源」は54.7%（2017年）から44.4%（2021年）に低下した（統計的な有意差あり）。「拷問」、「性暴力」、「殺人」等の問題への消費者の認識は非常に低く、2017年調査よりも統計的に有意に低下していた。紛争ダイヤモンドや身体・精神的な暴力は依然として残る課題であり^{29,30,32}、消費者の問題認識と現状に差異があることが示唆された。2006年公開の映画「ブラッド・ダイヤモンド」²¹からの時間経過により、問題への認識が薄れた可能性も考えられる。

4.2. 消費者のダイヤモンド購入時の判断基準：倫理性やトレーサビリティへの低い関心

ダイヤモンドの購入経験がある回答者に購入時の基準を尋ねたところ、両年共に、デザイン、美しさ、大きさを基準にする回答が多かった。「ダイヤモンドの原産地」や「倫理性（人権・環境配慮）」を基準に含めた回答者は、両年共に約5%以下であった。ダイヤモンド購入時に、ダイヤモンドの原産地や人権・環境配慮について販売員に質問したことがある回答者は、17.2%（2017年）から31.1%（2021年）へ増加していた（統計的な有意な差あり）。しかし、実際の質問内容をみると、“特になし”などの「無効回答」が最も多く、2021年及び2017年の各調査で46.2%及び38.1%であり、販売員に質問をした人が大幅に増加したと断定することはできない結果となった。また、人権・環境配慮に関する質問をした回答者は、両年ともに10%未満であった。

将来のダイヤモンド購入時の判断基準について、「買いたいと思わない」という選択を除いては「自分が好きなデザイン」が最も多く、31.7%（2021年）、42.0%（2017年）であった。「採掘・製造過程で人権・環境配慮がされた倫理的なダイヤモンド」あるいは「原産地がわかるダイヤモンド」を選択した回答者は、両年共に10%未満であった。これらの結果は、企業郵送調査にて、トレーサビリティや倫理性について顧客から質問されると回答した企業が5企業中1企業のみであったという結果と整合する。

多くの消費者にとって、ダイヤモンドのトレーサビリティや倫理性は、購入時の優先的な判断基準になっていないことが考えられる。ダイヤモンドには人道的または環境的な問題があるとした回答者の割合が両年共に約40%であったことを踏まえると、問題の認識が必ずしも購入時の判断基準及び行動に反映されるとは限らないと考えられる。これは、倫理的消費の意思が実際の購買行動に必ずしも反映されないとする英国の研究結果⁴²と同様である。行動変容ステージモデル⁵¹によると、行動変容は「無関心期→関心期→準備期→実行期→維持期」の5ステージを経て起こると考えられていることから、問題を認識し関心を持った消費者が実行期に入れるよう、ダイヤモンド購入時に倫理性を確認する質問ガイドの開発など、準備期から実行期に移れるような働きかけが必要である。

4.3. 消費者の認証制度への期待と低い認知度及び理解度

消費者意識調査にて、人道または環境の問題がある場合の行動について尋ねたところ、「消費者は、第三者機関の発行するフェアトレードラベルなど、採掘・製造過程で人権・環境配慮がされた倫理的であることを示す認証がついたダイヤモンドを購入すべきだ」との回

答が 2021 年調査にて 45.2%と最も多かった。2017 年調査でこの選択肢の選択率は 37.5%であり、2021 年調査では 7.7 ポイント増加している（統計的な有意差あり）。

一方、ダイヤモンド関連用語に対する認知度について、ダイヤモンドの倫理性を含む認証制度をもつ「RJC」や「SCS グローバル・サービス」の認知度は、それぞれ約 5%以下と非常に低かった。「フェアトレード」の認知度は 38.3%と比較的高かったが、国際フェアトレードラベル機構が運営する制度において認証されたダイヤモンドはまだ存在しない。

認証制度が与える認証は特定の要件に合致したことを示すものであり、仮にダイヤモンドに当てはめると、対象となるダイヤモンドが全ての側面において倫理的であると示されたわけではない。消費者が今後、信頼性の高い認証制度を判断基準として用いることに問題はないが、何の要件を満たす認証なのかを確認し、自身の購買判断基準として用いることが適切なのかを考える必要がある。

4.4. 企業による関連制度への不十分な理解

ダイヤモンド関連企業においても、ダイヤモンド関連制度への理解が不十分なケースがあることも明らかになった。例えば、企業覆面調査では、キンバリープロセスや、Diamond Trading Company（デビアスグループ企業）からの仕入れを、採掘場の労働状況は良いとする根拠として挙げた例や、倫理性を評価に含む既存の制度について明確に述べた販売員はいなかった。同様の結果は企業郵送調査でも見られ、調査参加企業の 80%が、キンバリープロセスは「紛争の資金源となるダイヤモンド原石の流通を抑止するための制度である」という正しい選択肢を選んだが、自社が人道配慮・環境配慮されて採掘・カット・研磨されたダイヤモンドを扱っている根拠について、「キンバリープロセス認証されたダイヤモンドを扱っているから」という例もあり、企業におけるキンバリープロセスの課題や、他の制度に関する理解が不十分である可能性がある。

日本でダイヤモンドを販売する企業は、ダイヤモンドを輸入する際、原石でなくカット・研磨されたものを輸入するケースがほとんどである。日本政府による普通貿易統計によると、2021 年の工業用を除くダイヤモンド原石輸入量約 2 万 7 千カラットに対し、工業用及び原石を除くダイヤモンド（つまりカット・研磨済ダイヤモンド）輸入量は約 154 万カラットであった⁵²。

ダイヤモンド原石を日本に輸入するにあたっては、外国為替及び外国貿易法に基づき、税関がキンバリープロセス証明書を確認する。一方、カット・研磨済ダイヤモンド輸入にはキンバリープロセス証明書の添付は不要である。慣習として輸出入書類に「これらのダイヤモンドはキンバリープロセス認証制度の認証を受けている」と輸出元が記載するが、証明書を添付しないのでその信ぴょう性を確認することは困難である。

さらにキンバリープロセスによる紛争ダイヤモンドの定義は、「正当な政府を転覆させることを目的とする反政府軍による紛争の資金源として用いられるダイヤモンド原石⁵³」に限定されており、人道配慮や環境配慮には一切関係がない。

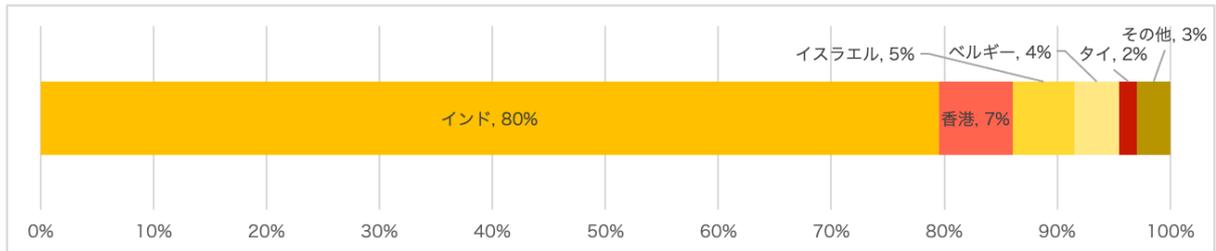
これらを総合すると、キンバリープロセスが掲げる紛争ダイヤモンドの定義にあてはまるダイヤモンド原石の流通に関与しないことは、企業がダイヤモンド関連事業を運営する上での前提条件にすぎない。キンバリープロセス認証を受けたダイヤモンドだから人道配慮・環境配慮されているとの主張は、根拠に基づくものではない。

4.5. トレーサビリティに関する限定的な情報

覆面調査にて、調査対象のジュエリーに使用されている全てのダイヤモンドについて原産国がわからないとしたブランドは、88%（2017 年）から 52%（2021 年）へ低下した。

世界の主要ダイヤモンド採掘企業で構成されるナチュラルダイヤモンドカウンシルによると、世界のダイヤモンドの90%以上がインドで研磨される⁵¹。また、日本政府の普通貿易統計によると2021年に日本に輸入された工業用及び原石をのぞくダイヤモンド（つまりカット・研磨されたダイヤモンド）の80%がインドからであり（図40）、ナチュラルダイヤモンドカウンシルの発表と概ね整合する。

図40: 2021年工業用及び原石を除くダイヤモンド輸入元



(2021年普通貿易統計を基に当法人が作成)

一方、2021年覆面調査では、ダイヤモンドをカットしている国が、「不明」であったのは対象ブランドの55%であり、9%が「日本」、3%が「ベルギー」、「インド」、「アメリカ合衆国」、「フランス」「イタリア」とそれぞれ回答した。世界のダイヤモンドの90%以上がインドで研磨され、日本に輸入されるダイヤモンドの80%がインドからであることを鑑みると、覆面調査における「インド3%」の回答はあまりにも低い。

さらに、より詳細に鉱山名やカットしている都市名及び労働状況等の情報を把握しているブランドはごく一部に限られていた。例えば、採掘場の労働状況等について把握していないブランドは、88%（2017年）、79%（2021年）であり、依然として高い水準にある。また、採掘場の労働状況は良いとする根拠に、キンバリープロセスに則っていることや、Diamond Trading Company（デビアスグループ企業）から仕入れていることを挙げたブランドがあったが、これらは採掘場の労働状況等を保証するものではない。

4.6. ダイヤモンド関連問題に対する企業の取り組み

4.4で企業による関連制度への理解が不十分なケースがあると述べたが、他方で一部の企業はダイヤモンド関連問題への高い意識を持ち、自身のブランドを通して独自の対策を講じていることが明らかになった。企業覆面調査の対象としたブランドの中には、一部のダイヤモンドについて鉱山及びカット場まで追跡できる独自の管理システムを整えた例や、現地労働者への還元を積極的に進める例があった。この結果は、世界的な人権保護団体であるHuman Rights Watchが2018年にまとめた報告書³⁰の内容と整合するものであった。同報告書は、13の世界的ダイヤモンドジュエリー企業へのアンケート調査をもとにし、結果として、責任ある調達基準を完全に満たしている企業はないとするものの、いくつかの企業はサプライヤー行動規範の設定、定期的な監査、人権リスクの評価など、責任ある調達のための重要な取り組みを行っているとしている³⁰。これらの企業の取り組みは、他企業の範となりうる。

4.7. 「フェアトレード」という用語を使用した消費者に対する情報発信の可能性

国際フェアトレード認証ラベルのついたダイヤモンドはまだ存在しないが、「フェアトレード」という用語の認知度は他の関連用語よりも高く、これを使用した消費者へのメッセージの発信による効果が期待できる。現代社会において広く活用されるSNSやインターネット検索機能は、キーワードをもとに情報へとつながるシステムが多い。啓発メッセージなど情報発信の際は、「フェアトレード」のように比較的知られている用語をハッシュタグ等に

使用することで、ハッシュタグに使われた用語に興味のある消費者がその情報へたどり着きやすくなると考えられる。なお、情報発信に当たっては、環境に配慮しているように見せかける「グリーン・ウォッシング」^{45,46}、倫理的問題に配慮しているように見せかける「エシックス・ウォッシング」⁴⁷、持続可能な開発目標（SDGs）へ対応しているように見せかける「レインボー・ウォッシング」⁴⁸あるいは「SDGsウォッシュ」⁴⁹などを回避するため、十分な情報源の確認を行うとともに、事実の誇張表現や曖昧な表現を避ける等の対策⁴⁹を行う必要がある。

4.8. 調査の限界

消費者意識調査は、インターネット調査会社を通じた登録モニタへのアンケート調査であり、この形態特有の課題が残る。日本学術会議は、日本におけるウェブモニタ調査の有用性を認識する一方、サンプルが調査会社のモニタに登録している人に限定される点、回答が先着順であることによるサンプルの偏り、ポイント目的の協力者による不誠実な回答が含まれるリスク等を指摘している⁵⁰。これらの課題により、本調査が「日本におけるダイヤモンドの（潜在）消費者」という母集団の認識を正確に反映できていない可能性は残る。例えば、国勢調査の結果^{42,43}と比べ、本調査対象者の年代別割合は、20代において約5ポイント、未婚率は約10～15ポイント高く、子どもがいる割合は低いことが考えられた。これらのウェブモニタ調査の限界を認識したうえで、次回調査の精度をより高めるための策として、各年代の人口比率や男女比率をアンケート回収目標設定に反映することや、許容誤差及び信頼度を設定したうえでサンプルサイズを設定することなどが考えられる。

郵送調査は、広域かつ多くの企業を調査対象とできるメリットがある反面、回収率が低いというデメリットが大きい。今回の企業郵送調査では回収率が5%に届かず、「日本国内においてダイヤモンドジュエリーの販売を行う企業」という母集団の認識を正確に反映できていない。今回得られた回答は、ダイヤモンド関連企業の中でも問題に関する認識をある程度持っている企業からの回答であった可能性がある。

企業覆面調査においては、対象のダイヤモンドジュエリーを“販売員が最も売りたいと考えているであろうもの”のうち一点のみとしていたため、その他の商品に関しての情報は得られていない。また、各ブランド一店舗一店員のみを調査対象としていたため、他の店舗あるいは他の店員であればより詳細な情報を得られた可能性がある。

5. 提言

今回の調査により、日本の消費者間及び企業間のダイヤモンド関連問題の認識に関して以下が挙げられる：

消費者

- 1) 消費者の約6割はダイヤモンド関連問題への認識を依然として持たない
- 2) 特に紛争ダイヤモンドや拷問、性暴力、殺人に関する消費者の問題認識が低下してきている
- 3) ダイヤモンドジュエリー購入時の判断基準に倫理的考慮を含まない消費者が多い
- 4) 問題認識が必ずしも購買時の判断に反映されない
- 5) 消費者は認証制度への期待を持つが、倫理性を含む認証制度の認知度は低い
- 6) 消費者間において、「フェアトレード」の認知度は比較的高い

企業

- 1) ダイヤモンド関連問題や制度への理解が不十分なことがある
- 2) トレーサビリティを改善する企業が出始めたが、採掘場やカット場の状況まで把握している企業は非常に限られている
- 3) 一部の企業はダイヤモンド関連問題に高い意識を持ち、独自の対策を講じている

本結果を踏まえ、当法人の今後の啓発活動における改善案として以下が挙げられる。いずれの啓発活動においても、文章による啓発だけでなく気軽に視聴できる動画や要点を絞ったSNS投稿を通じた啓発も効果的であろう：

消費者に向けて

- 1) 消費者の認識が不足しているダイヤモンド関連問題や認証制度に関する正しい情報・知識の啓発
- 2) 認知度の高いキーワードを活用した消費者への情報発信
- 3) 購買時の判断基準及び行動を変容させるための働きかけ

企業に向けて

- 1) 企業対象研修等を通じたダイヤモンド関連問題や認証制度に関する正しい情報・知識の啓発
- 2) 国際的な業界団体による責任ある原料の調達を行うための指針の和訳と頒布
- 3) 宝飾企業が責任ある原料の調達に取り組む先行例の共有
- 4) 倫理性配慮のための具体的な取り組みの提案

今後、これらの結果及び改善案を参考に当法人の啓発活動を改善させ、社会に変化を生み出す取り組みを行っていく。また、今後もこのような調査を通して人々の意識や行動の変化を確認・記録し、当法人の活動へ反映させていく。

参考文献

1. fairtrade japan. フェアトレードミニ講座 | フェアトレードとは? | fairtrade japan | 公式サイト. Published 2021. Accessed December 17, 2021. https://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/course.php
2. fairtrade japan. 国際フェアトレード基準 | フェアトレードとは? | fairtrade japan | 公式サイト. Published 2021. Accessed December 17, 2021. https://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/intl_standard.php
3. fairtrade japan. 認証ラベルについて | フェアトレードとは? | fairtrade japan | 公式サイト. Published 2021. Accessed December 17, 2021. https://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/intl_license.php
4. Alliance Responsible Mining. Fairmined Standard - ARM. Published 2019. Accessed December 17, 2021. <https://www.responsiblemines.org/en/our-work/standards-and-certification/fairmined-standard/>
5. Kimberley Process (KP). What is the KP | KimberleyProcess. Published 2021. Accessed December 16, 2021. <https://www.kimberleyprocess.com/en/what-kp>
6. Responsible Jewellery Council (RJC). RJC AT A GLANCE. Published 2021. Accessed December 20, 2021. <https://www.responsiblejewellery.com/about/history/>
7. Responsible Jewellery Council (RJC). CODE OF PRACTICES. Published online 2019. Accessed December 20, 2021. www.responsiblejewellery.com/contact-us/rjc-complaints-mechanism
8. SCS Global Services. About SCS. Published 2021. Accessed December 20, 2021. <https://www.scsglobalservices.com/about/company>
9. SCS Global Services. Certified Sustainability Rated Diamond. Published 2020. Accessed December 20, 2021. <https://www.scsglobalservices.com/services/certified-sustainability-rated-diamond>
10. De Beers. フォーエバーマーク ストーリー. Published 2021. Accessed December 17, 2021. <https://www.forevermark.com/ja-jp/our-diamonds/>
11. GIA. 4Cs of Diamond Quality. Accessed December 20, 2021. <https://4cs.gia.edu/en-us/4cs-diamond-quality/>
12. British Standards Institution (BSI). Responsible sourcing sector certification schemes for construction products. Specification. Published 2009. Accessed December 21, 2021. <https://shop.bsigroup.com/products/responsible-sourcing-sector-certification-schemes-for-construction-products-specification/standard>
13. International Council on Mining & Metals (ICMM). *Demonstrating Value - A Guide to Responsible Sourcing.*; 2015.
14. Chartered Institute of Procurement & Supply (CIPS). What is a Supply Chain? . Accessed December 21, 2021. <https://www.cips.org/knowledge/procurement-topics-and-skills/supply-chain-management/what-is-a-supply-chain/>
15. 総務省. 組織を「つなぐ」ことで生産性向上をもたらすIC. In: 平成30年版 情報通信白書. 総務省; 2018:117-134. Accessed December 21, 2021. <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/pdf/n3300000.pdf>

16. OECD. *OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct*. OECD; 2018. Accessed December 21, 2021. <https://www.oecd.org/investment/due-diligence-guidance-for-responsible-business-conduct.htm>
17. OECD. *OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas*. Third Edition. OECD Publishing; 2016. Accessed December 22, 2021. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264252479-en>
18. U.S. Government. *Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act*. Authenticated U.S. Government Information GPO; 2021. Accessed December 21, 2021. <https://www.govinfo.gov/content/pkg/COMPS-9515/pdf/COMPS-9515.pdf>
19. GIA. 天然ダイヤモンドとラボで製造されたダイヤモンドで違いはあるのか. Published 2019. Accessed December 22, 2021. <https://www.gia.edu/JP/gia-news-research/difference-between-natural-laboratory-grown-diamonds#>
20. Oliver Milman. Are laboratory-grown diamonds the more ethical choice to say “I do”? The Guardian. Published 2020. Accessed December 22, 2021. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/mar/10/diamonds-lab-grown-climate-change>
21. Warner Bros. Entertainment Inc. *Blood Diamond*. Published 2021. Accessed December 22, 2021. <https://www.warnerbros.com/movies/blood-diamond>
22. Bain & Company, Antwerp World Diamond Centre (AWDC). *The Global Diamond Industry 2020–21.*; 2021.
23. Statista. Global diamond production by country 2020. Published 2021. Accessed December 31, 2021. <https://www.statista.com/statistics/449683/global-mined-diamond-production-by-country/>
24. Statista. Diamond industry - statistics & facts. Published 2021. Accessed January 24, 2022. <https://www.statista.com/topics/1704/diamond-industry/#dossierKeyfigures>
25. International Labour Office (ILO). *Global Estimates of Modern Slavery: Forced Labour and Forced Marriage.*; 2017.
26. United States Department of Labor. *2020 List of Goods Produced by Child Labor or Forced Labor.*; 2020. <https://www.dol.gov/agencies/ilab/apps#Sweat&Toil>.
27. ASM Inventory. World Map of Artisanal and Small-Scale Mining: ASM Population. Published 2018. Accessed December 31, 2021. <http://www.artisanalmining.org/Inventory/>
28. True Price. *The True Price of Diamonds.*; 2017.
29. Kimberley Process Civil Society Coalition (KPCS). *REAL CARE IS RARE - An on-the-Ground Perspective on Blood Diamonds and the Fifth ‘C.’*; 2019.
30. Human Rights Watch (HRW). The Hidden Cost of Jewelry - Human Rights in Supply Chains and the Responsibility of Jewelry Companies. Published 2018. Accessed December 16, 2021. <https://www.hrw.org/report/2018/02/08/hidden-cost-jewelry/human-rights-supply-chains-and-responsibility-jewelry>
31. Winetroub AH. A Diamond Scheme is Forever Lost: The Kimberley Process’s Deteriorating Tripartite Structure and its Consequences for the Scheme’s Survival. *Indiana Journal of Global Legal Studies*. 2013;20(2):1425-1444. Accessed December 16, 2021. <https://www.repository.law.indiana.edu/ijgls/vol20/iss2/29>

32. Global Witness. *AN INSIDE JOB ZIMBABWE: THE STATE, THE SECURITY FORCES, AND A DECADE OF DISAPPEARING DIAMONDS.*; 2017.
33. Oluleye G. *Environmental Impacts of Mined Diamonds.*; 2021.
34. CPAWS Wildlands League. *Nothing to See Here... Failures of Self-Monitoring and Reporting of Mercury at the De Beers Victor Diamond Mine in Canada. Special Report.*; 2015.
35. World Diamond Council. *Diamond Mining and the Environment: Fact Sheet.*; 2021. Accessed January 5, 2022. http://www.diamondfacts.org/pdfs/media/media_resources/fact_sheets/Diamond_Mining_Environment_Fact_Sheet.pdf
36. Bray J, Johns N, Kilburn D. An Exploratory Study into the Factors Impeding Ethical Consumption. *Journal of Business Ethics*. 2011;98(4):597-608. doi:10.1007/s10551-010-0640-9
37. de Pelsmacker P, Driesen L, Rayp G. Do Consumers Care about Ethics? Willingness to Pay for Fair-Trade Coffee. *Journal of Consumer Affairs*. 2005;39(2):363-385. doi:10.1111/j.1745-6606.2005.00019.x
38. Carrington MJ, Benjamin A Neville, Whitwell GJ. Lost in Translation: Exploring the Ethical Consumer Intention-Behavior Gap. *Journal of Business Research*. Published online 2014:2759-2767. doi:10.1016/j.jbusres.2012.09.022
39. Sun W. Toward a theory of ethical consumer intention formation: re-extending the theory of planned behavior. *AMS Review*. 2020;10(3):260-278. doi:10.1007/s13162-019-00156-6
40. Justsystems Corporation. セルフ型ネットリサーチ | Fastask(ファストアスク). Published 2021. Accessed December 11, 2021. <https://www.fast-ask.com/>
41. Ministry of Internal Affairs and Communications (MIAC). 令和 2 年国勢調査 人口速報集計結果の要約.; 2021. <https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2020/kekka/pdf/summary.pdf>
42. e-stat. 国勢調査 令和 2 年国勢調査 人口等基本集計 2-1-1. Published 2021. Accessed February 1, 2022. <https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0003445133>
43. e-stat. 平成27年国勢調査 人口等基本集計 00310 . Published 2016. Accessed February 3, 2022. <https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0003149249>
44. Carrigan M, Attalla A. The myth of the ethical consumer – do ethics matter in purchase behaviour? *Journal of Consumer Marketing*. 2001;18(7):560-578. doi:10.1108/07363760110410263
45. William S. Laufer. Social Accountability and Corporate Greenwashing on JSTOR. *Journal of Business Ethics*. 2003;43:253-261.
46. Delmas MA, Burbano VC. The drivers of greenwashing. *California Management Review*. 2011;54(1):64-87. doi:10.1525/cm.2011.54.1.64
47. Wagner B. Ethics As An Escape From Regulation. From “Ethics-Washing” To Ethics-Shopping? In: *BEING PROFILED*. Amsterdam University Press; 2019:84-89. doi:10.1515/9789048550180-016
48. Izzo MF, Ciaburri M, Tiscini R. The Challenge of Sustainable Development Goal Reporting: The First Evidence from Italian Listed Companies. doi:10.3390/su12083494

49. 株式会社電通. *SDGs Communication Guide.*; 2018. Accessed January 25, 2022. https://www.dentsu.co.jp/sustainability/sdgs_action/pdf/sdgs_communication_guide.pdf
50. 日本学術会議 社会学委員会 Web調査の課題に関する検討分科会. *Web 調査の有効な学術的活用を目指して.*; 2020.
51. 厚生労働省. 行動変容ステージモデル, Accessed July 15, 2022. <https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/exercise/s-07-001.html>
52. e-stat. 普通貿易統計 2021 年 12 月分品別国別表（輸入 1-12 月：確々報）14 部 71 類
Published March 2022. Accessed July 15, 2022 https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00350300&tstat=000001013141&cycle=1&year=20210&month=24101212&tclass1=000001013180&tclass2=000001013182&result_back=1&tclass3val=0
53. Natural Diamond Council. Surat-an Agora of Diamonds. Published March 2021. Accessed July 20, 2022. <https://www.naturaldiamonds.com/in/all/surat-the-heart-of-natural-diamond-cutting-polishing-industry/>
54. Hans Merket. International Peace Information System (IPIS). Russian Diamonds and the War in Ukraine. Published April 2022. Accessed July 20, 2022. <https://ipisresearch.be/publication/russian-diamonds-and-the-war-in-ukraine/>
55. Diamond Trading Company. Accessed July 25, 2022. <https://www.dtc.com/>

ダイヤモンドの課題に関する意識調査

特定非営利活動法人ダイヤモンド・フォー・ピースでは、ダイヤモンドの課題に関する意識調査を行っています。以下のアンケートへの回答をお願いします。

1. ダイヤモンドには、人道または環境の問題があると思いますか？

思う 思わない

2. 1.ではいと答えた方にお聞きします。下のうち、存在すると思う課題に○をつけてください。

(複数回答可)

テロや戦争・内戦の資金源

児童労働 密輸

強制労働 極端な低賃金での労働

債務労働 (借金を背負わされ、それを返すための労働)

劣悪な労働環境 森林破壊

採掘地の荒廃 生態系の破壊

殺人 拷問

暴力 性暴力

その他 ()

3. 1ではいと答えた方にお聞きします。下のうち、現在発生していると思う課題に○をつけてください。(複数回答可)

現在以下のような問題は発生していない

テロや戦争・内戦の資金源

児童労働 密輸

強制労働 極端な低賃金での労働

債務労働 (借金を背負わされ、それを返すための労働) 森林破壊

採掘地の荒廃 生態系の破壊

殺人 拷問

暴力 性暴力

その他 ()

4. 3.の選択肢に挙げた問題が起こっている地域はどこだと思いますか？○をつけてください。

(複数回答可)

アジア オセアニア アフリカ 北米

中南米 中東 ヨーロッパ

具体的な国名がある場合ご記入ください ()

5. あなたはダイヤモンドを買ったことがありますか？

買ったことがある 買ったことがない

6. 5.で「買ったことがある」と答えた方にお聞きします。何を基準にそのダイヤモンドを買うことを決めましたか？(複数回答可)

デザイン ダイヤモンドの大きさ ダイヤモンドの美しさ ブランド

価格の安さ 価格の高さ 倫理性 (人権・環境配慮) 原料の原産地

その他 ()

7. 5で「買ったことがある」と答えた方にお聞きします。ダイヤモンドを買う時に、ダイヤモンドの原産地、採掘・製造過程における人権・環境配慮についてお店の人に質問したことはありますか？

ある ない

8. 7で「ある」と答えた方にお聞きします。あなたがお店の人に聞いた質問と、お店の人からの回答を教えてください。（文章で回答）

9. あなたが今後ダイヤモンドを買うとしたら、どのようなダイヤモンドを買いたいですか？（複数回答可）

自分が好きなデザイン 大きいダイヤモンド 美しいダイヤモンド
有名なブランドのダイヤモンド 価格が低いダイヤモンド 価格が高いダイヤモンド
採掘・製造過程で人権・環境配慮がされた倫理的なダイヤモンド
原産地がわかるダイヤモンド
その他（ ）

10. 2.や3.の選択肢に挙げられているような課題が本当に存在するとしたら、私たちはどうすべきだと思いますか？（複数選択可）

- ・ 消費者は購入する時に、ダイヤモンドがどのような鉱山や工場で産出・加工されたのか、確認すべきだ。
- ・ 消費者は、第三者機関の発行するフェアトレードラベルなど、採掘・製造過程で人権・環境配慮がされた倫理的であることを示す認証がついたダイヤモンドを購入すべきだ。
- ・ 消費者はダイヤモンドの購入をボイコットすべきだ。
- ・ ダイヤモンド業界はダイヤモンドに関して様々な課題が存在することを認識し、そのような課題のあるダイヤモンドは販売するべきでない
- ・ 人道問題や環境破壊が起こらないよう、ダイヤモンド業界は対策を講じるべきだ。
- ・ 何かすべきだとは思いますが、何をすべきかよくわからない。
- ・ 何もすべきではない。
- ・ その他（ ）

アンケートへのご協力ありがとうございました

あなたご自身に関するアンケート

配信日：--

ポイント：--

モニタの皆さまへのお願い

※ アンケートの回答にはあせらず、正確に記入してください。間違いや虚偽の回答があった場合は、正式なデータとして採用できず、加算されたポイントも無効になってしまう場合があります。

※ モニタ規約にてご同意いただいているとおり、当アンケートで知り得た情報については、決して第三者に口外しないようご協力をお願いします（掲示板やホームページへの書き込みを含む）。

※ 当アンケートにより取得した回答結果につきましては、個人が特定されない形で統計的に処理されたデータとして利用いたします。

※ アンケートによっては機微情報をお伺いする設問が含まれる場合があります。回答内容は、個人が特定されない形で統計的に処理されたデータとして扱われますが、回答したくない場合はアンケートに参加しなくても問題ありません。また、途中で回答を止めても問題ありません。

※ アンケートに参加されない場合は、ブラウザ閉じるボタンを押して終了してください。

Q1.あなたはダイヤモンドを買ったことがありますか？

【答えは1つです】

1. 買ったことがある
2. 買ったことがない

【条件】 Q1.で『1.買ったことがある』いずれかを選択した

Q2.1.で「買ったことがある」と答えた方にお聞きします。何を基準にそのダイヤモンドを買うことを決めましたか？

【答えはいくつでも】

1. デザイン
2. ダイヤモンドの大きさ
3. ダイヤモンドの美しさ
4. ブランド
5. 価格の安さ
6. 価格の高さ
7. 希少価値
8. 倫理性（人権・環境配慮）
9. ダイヤモンドの原産地
10. 宣伝・広告
11. 店員の勧め
12. その他

【条件】 Q1.で『1.買ったことがある』いずれかを選択した

Q3.1.で「買ったことがある」と答えた方にお聞きします。ダイヤモンドを買う時に、ダイヤモンドの原産地、採掘・製造過程における人権・環境配慮についてお店の人に質問したことはありますか？

【答えは1つです】

1. ある
2. ない

【条件】 Q3.で『1.ある』いずれかを選択した

Q4.3.で「ある」と答えた方にお聞きします。あなたがお店の人に聞いた質問と、お店の人からの回答を教えてください。（文章で回答）

Q5.ダイヤモンドには、人道または環境の問題があると思いますか？

【答えは1つです】

1. 思う
2. 思わない

【条件】 Q5.で『1.思う』いずれかを選択した

Q6.5で「思う」と答えた方にお聞きします。下のうち、現在発生していると思う課題にチェックを入れてください。

【答えはいくつでも】

1. テロや戦争・内戦の資金源
2. 児童労働
3. 密輸
4. 強制労働
5. 極端な低賃金での労働
6. 債務労働（借金を背負わされ、それを返すための労働）
7. 森林破壊
8. 採掘地の荒廃
9. 生態系の破壊
10. 殺人
11. 拷問
12. 暴力
13. 性暴力
14. わからない
15. その他

【オプション】 排他：『14.わからない』

【条件】 Q6.で『1.テロや戦争・内戦の資金源』『2.児童労働』『3.密輸』『4.強制労働』『5.極端な低賃金での労働』『6.債務労働（借金を背負わされ、それを返すための労働）』『7.森林破壊』『8.採掘地の荒廃』『9.生態系の破壊』『10.殺人』『11.拷問』『12.暴力』『13.性暴力』『15.その他』いずれかを選択した

Q7.6.の選択肢に挙げた問題が起こっている地域はどこだと思いますか？

【答えはいくつでも】

1. アジア
2. オセアニア
3. アフリカ
4. 北米
5. 中南米
6. 中東
7. ヨーロッパ
8. 具体的な国名がある場合ご記入ください
9. わからない

【オプション】 排他：『9.わからない』

【条件】 Q6.で『1.テロや戦争・内戦の資金源』『2.児童労働』『3.密輸』『4.強制労働』『5.極端な低賃金での労働』『6.債務労働（借金を背負わされ、それを返すための労働）』『7.森林破壊』『8.採掘地の荒廃』『9.生態系の破壊』『10.殺人』『11.拷問』『12.暴力』『13.性暴力』『15.その他』いずれかを選択した

Q8.6.の選択肢に挙げられているような課題が本当に存在するとしたら、どうすべきだと思いますか？

【答えはいくつでも】

1. 消費者は購入する時に、ダイヤモンドがどのような鉱山や工場で産出・加工されたのか確認すべきだ。
2. 消費者は、第三者機関の発行するフェアトレードラベルなど、採掘・製造過程で人権・環境配慮がされた倫理的であることを示す認証がついたダイヤモンドを購入すべきだ。
3. 消費者はダイヤモンドの購入をボイコットすべきだ。
4. 消費者は、人工ダイヤモンドを購入すべきだ。
5. ダイヤモンド販売店は、販売するダイヤモンドの鉱山やカット工場の労働状況や人権・環境配慮に関する情報を公開すべきだ。
6. ダイヤモンド業界はダイヤモンドに関して様々な課題が存在することを認識し、そのような課題のあるダイヤモンドは販売するべきでない。
7. 人道問題や環境破壊が起らないよう、ダイヤモンド業界は対策を講じるべきだ。
8. 何かすべきだとは思いますが、何をすべきかよくわからない。
9. 何もすべきではない。
10. その他

【オプション】 排除：『8.何かすべきだとは思いますが、何をすべきかよくわからない。』『9.何もすべきではない。』

Q9.あなたが今後ダイヤモンドを買うとしたら、どのようなダイヤモンドを買いたいですか？

【答えはいくつでも】

1. 自分が好きなデザインのダイヤモンド
2. 大きいダイヤモンド
3. 美しいダイヤモンド
4. 有名なブランドのダイヤモンド
5. 価格が低いダイヤモンド
6. 価格が高いダイヤモンド
7. 自分の予算に合うダイヤモンド
8. 希少価値が高いダイヤモンド
9. 質の良いダイヤモンド
10. 採掘・製造過程で人権・環境配慮がされた倫理的なダイヤモンド
11. 認証されたダイヤモンド
12. 産産地がわかるダイヤモンド
13. 人工ダイヤモンド
14. 買いたいと思わない/わからない
15. その他

【オプション】 排除：『14.買いたいと思わない/わからない』

Q10.以下のうち内容を知っている用語にチェックを入れてください。

【答えはいくつでも】

1. フェアトレード
2. フェアマインド
3. キンバリープロセス認証制度
4. RJC(Responsible Jewellery Council：責任あるジュエリー協議会)

5. SCSグローバル・サービス
6. フォーエバーマーク
7. 4C
8. エシカルジュエリー
9. エシカルダイヤモンド
10. コンフリクトフリー
11. Responsible Sourcing（責任ある調達）
12. サプライチェーン
13. ブロックチェーン
14. デューデリジェンス
15. 紛争鉱物
16. ラボグロウンダイヤモンド
17. ブラッドダイヤモンド
18. 全て知らない

【オプション】 排他：『18.全て知らない』

以上でこのアンケートは終了です。

ご協力ありがとうございました。

ポイントを加算させていただきましたので

マイページでご確認ください。

4. ダイヤモンドのトレーサビリティ（産地やカット工場に関する情報）や倫理性について、お客様が店頭・電話・メールで販売員の方に質問することはありますか？あてはまるもの1つに✓をつけてください。

ほとんど質問されない

わからない

質問される → 1か月につき、約（ ）人から質問される

5. 貴ブランドが扱うダイヤモンド全般の人道性・環境配慮について、あてはまるもの1つに✓をつけてください。

人道配慮・環境配慮されて採掘・カット・研磨されたダイヤモンドを扱っている

自社で扱っているダイヤモンドは人道配慮・環境配慮されて採掘・カット・研磨されていない

自社で扱っているダイヤモンドが人道配慮・環境配慮されて採掘・カット・研磨されているかわからない

その他（ご記入ください）

8. キンバリープロセス認証制度について、貴ブランドのご意見に最も近いもの1つに✓をつけてください。

1) 問題の有無について

- キンバリープロセスに問題はない わからない
キンバリープロセスには問題がある（問題の内容をご記入ください）

2) 制度変更について

- キンバリープロセスの制度を変えるべきだ
キンバリープロセスの制度を変える必要はない
わからない
その他（ご記入ください）

9. 貴ブランドが使用しているダイヤモンドは、原産鉱山までトレーサブル（追跡可能）ですか？1つに✓をつけてください。

- 自社で扱うすべてのダイヤモンドが原産鉱山までトレーサブルである
自社で扱うダイヤモンドの一部は原産鉱山までトレーサブルである
→ トレーサブルなダイヤモンドの割合をご記入ください：（ ）割程度
自社で扱うダイヤモンドは基本的にトレーサブルでない
わからない
その他（ご記入ください）

10. ダイヤモンドの人道・環境配慮に関し、今後の貴ブランドの意向について、最も近いものの1つを選択してください。

現状の方法を継続する予定だ

より人道・環境に配慮したダイヤモンドを扱いたい

その他（ご記入ください）

11. 10にて「より人道・環境配慮したダイヤモンドを扱いたい」と回答された方にお聞きします。より人道・環境配慮するために、現在実施していることがあればご記入ください。

12. ダイヤモンド業界は、ダイヤモンドの人道・環境配慮につき、どうすべきだと思いますか？（複数回答可）

- ダイヤモンドの何が課題・問題なのか明らかにすべきだ
- 人道・環境配慮の上、採掘・カットされたダイヤモンドの調達ガイドラインを策定すべきだ
- 人道・環境配慮の上、採掘・カットされたダイヤモンドを各社が調達できるよう、サプライチェーンを改善すべきだ
- 人工ダイヤモンドを販売すべきだ
- 販売するダイヤモンドの鉱山やカット工場の労働状況や人権・環境配慮に関する情報を公開すべきだ
- ダイヤモンド業界はダイヤモンドに関して様々な課題が存在することを認識し、そのような課題のあるダイヤモンドは販売するべきでない
- 人道問題や環境破壊が起こらないよう、ダイヤモンド業界は対策を講じるべきだ
- 業界として何かすべきだとは思いますが、何をすべきかよいかわからない
- 業界が何かする必要はない
- その他（ご記入ください）

13. 以下のうち内容を知っている用語に✓をつけてください。（複数回答可）

- フェアトレード
- フェアマインド
- キンバリープロセス認証制度
- RJC(Responsible Jewellery Council：責任あるジュエリー協議会)
- SCS グローバル・サービス
- フォーエバーマーク
- 4C
- エシカルジュエリー
- エシカルダイヤモンド
- コンフリクトフリー
- Responsible Sourcing（責任ある調達）
- サプライチェーン
- ブロックチェーン
- デューデリジェンス
- 紛争鉱物
- ラボグロウンダイヤモンド
- ブラッドダイヤモンド
- 全て知らない

14. 貴ブランドが当 NPO に対し、期待することがありましたら教えてください。（複数回答可）

- ダイヤモンドの課題について、より詳しい情報を提供して欲しい　ダイヤモンドの課題を解決するために、企業として何が出来るか教えて欲しい
- 社会貢献活動として、ダイヤモンド採掘地域を支援したいのでサポートして欲しい
- その他（ご記入ください）

15. 貴ブランドのご連絡先をご記入ください。（後日確認、照会のため）

貴社名	
貴ブランド名	
担当者名	
メールアドレス	
電話番号	
その他連絡先	

16. ご希望される情報に✔をつけてください。（複数回答可）

当調査の調査結果概要

当団体の活動に関するニュースレター

その他（ご記入ください）

アンケートへのご協力ありがとうございました。