

ダイヤモンド白書

～消費者及び販売企業のダイヤモンド
の課題に対する意識調査～

2018年3月

特定非営利活動法人
ダイヤモンド・フォー・ピース

2018年3月発行
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

謝辞

調査チームは、本調査に関わってくださった皆様に感謝いたします。特に、アンケートの回答に時間を割いてくださったダイヤモンド販売企業の方、消費者の方、大学生、店頭での質問に答えてくださったダイヤモンド販売店の方にお礼申し上げます。

また、本調査の実施に関わったダイヤモンド・フォー・ピースのボランティアスタッフの皆様にもお礼を申し上げます。

お問い合わせ先

info@diamondsforpeace.org

Copyright © Diamonds for Peace 2018 All Rights Reserved

目次

調査目的.....	2
調査方法.....	2
1.消費者調査結果.....	3
2. ダイヤモンド小売店対象アンケート調査.....	10
3.ダイヤモンド小売店対象覆面調査.....	17
コラム 大学生の意識.....	23
4.考察.....	27
5.提言.....	29

調査目的

特定非営利活動法人ダイヤモンド・フォー・ピースは、「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」をめざして活動している NPO である。

本調査は、主に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製品の販売企業のダイヤモンドの課題に関する認識の程度を明らかにし、その結果を踏まえ、当法人が実施している啓発活動を改善する目的で実施した。

今後、定期的に消費者及びダイヤモンド関連企業のダイヤモンドの課題に関する認識の程度を観測していく予定である。

調査方法

本調査は、消費者側、販売側双方のダイヤモンドの課題に関する認識の程度を明らかにするため、以下の調査を組み合わせて実施した。

1. 消費者対象調査

インターネット調査会社を通し、アンケート調査を実施した。

2. 販売企業対象調査

①アンケート調査及び②販売店への覆面調査を実施した。

上の各調査の実施方法は、次項以降の調査結果に併せて記載したので参照されたい。

1.消費者調査結果

1.1 調査の対象者

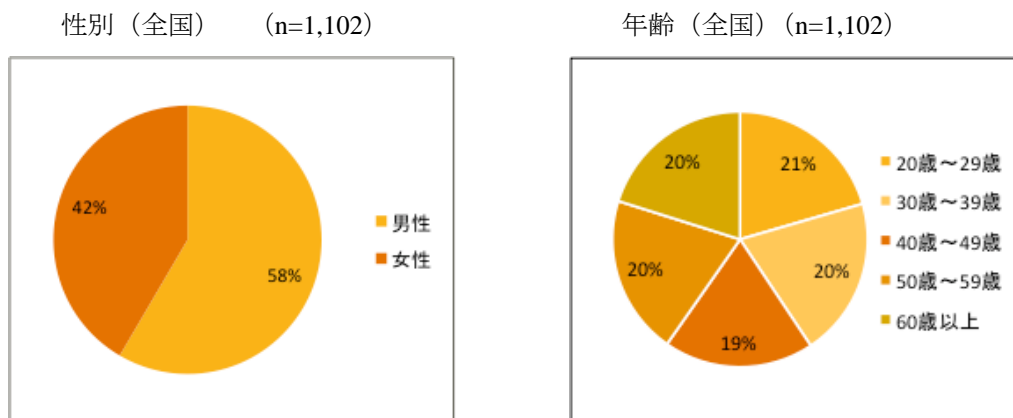
首都圏（東京、千葉、埼玉、神奈川）在住の20代～60代の男女558人、首都圏以外（上記を除く地域）在住の20代～60代の男女544人、合計1,102人であった。

1.2 調査の実施時期と調査方法

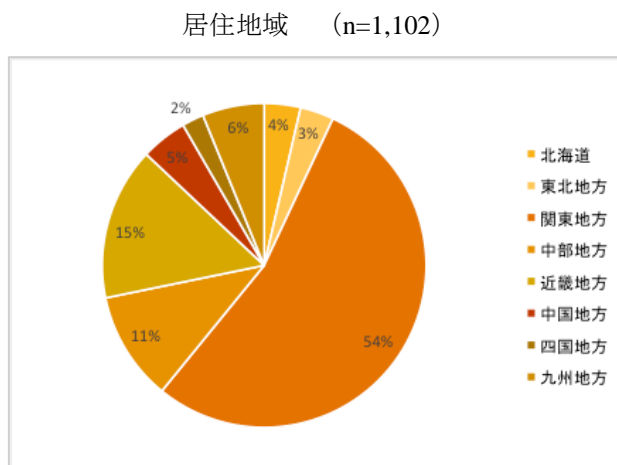
2017年11月22日から29日にかけて、インターネット調査会社を通して、無記名自記式アンケート調査を実施した。

1.3 回答者の属性

回答者の性別は男性が58%、女性が42%であった。年代は、各年代がほぼ同数になるように調査を行なったため、20代が21%、30代が20%、40代が19%、50代が20%、60代以上が20%であった。



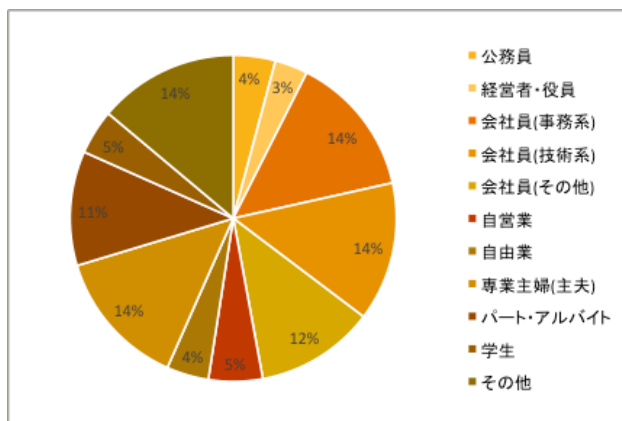
居住地域については、首都圏（東京、千葉、埼玉、神奈川）在住と首都圏以外（左記の県以外）で各500人の回答数を設定していたため、関東地方在住の回答者数が約半数を占める。次に多いのが近畿地方で、約15%を占める。



回答者の職業は会社員が最も多く、会社員（事務系）14%、会社員（技術系）14%、会社員（その他）を合わせると約40%を占めた。次いで専業主婦（主夫）が14%、その他が14%、パート・

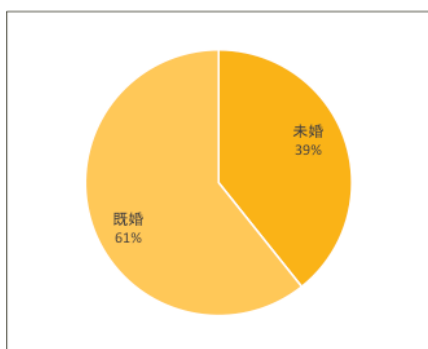
アルバイトが 11%であった。

職業 (n=1,102)

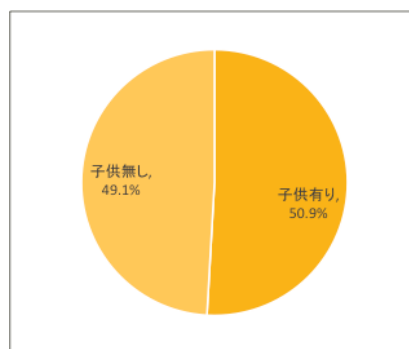


回答者の約 60%が既婚、約 40%が未婚であった。子どもの有無については、約半数が子ども有りであった。

未既婚 (n=1,102)



子どもの有無 (n=1,102)

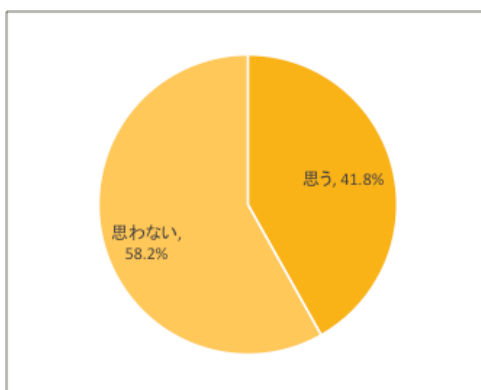


1.4 結果

調査は首都圏、首都圏以外に分けて実施したが、調査結果においては両者に大きな差異はなかったため、以下に首都圏と首都圏以外の調査結果をまとめて記す。

ダイヤモンドの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、41.8%が「あると思う」、58.2%が「ないと思う」と回答した。

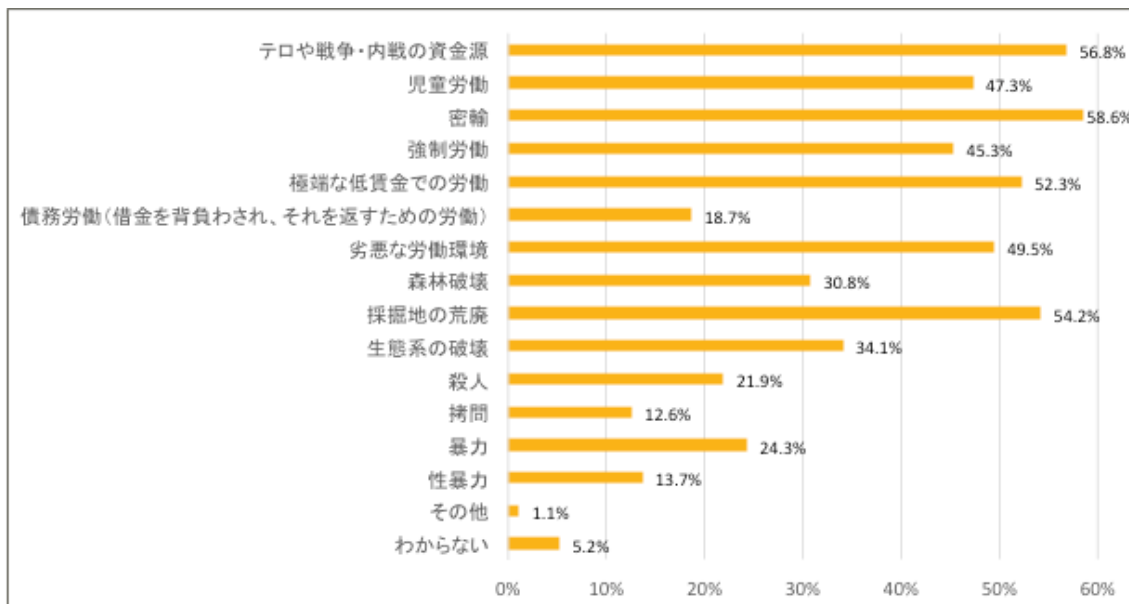
Q1：ダイヤモンドには、人道または環境の問題があると思いますか？(n=1,102)



上記の設問において「ダイヤモンドの人道的または環境的な問題がある」とした回答者に、存在すると思う課題を尋ねたところ（複数回答可）、「テロや戦争・内戦への資金源」、「密輸」を選択した割合は、それぞれ 56.8%、58.6%と約 6 割に上った。次いで「採掘地の荒廃」が 54.2%、「極端な低賃金での労働」が 52.3%と、半数を超える回答であった。

Q1. で「思う」と回答の場合

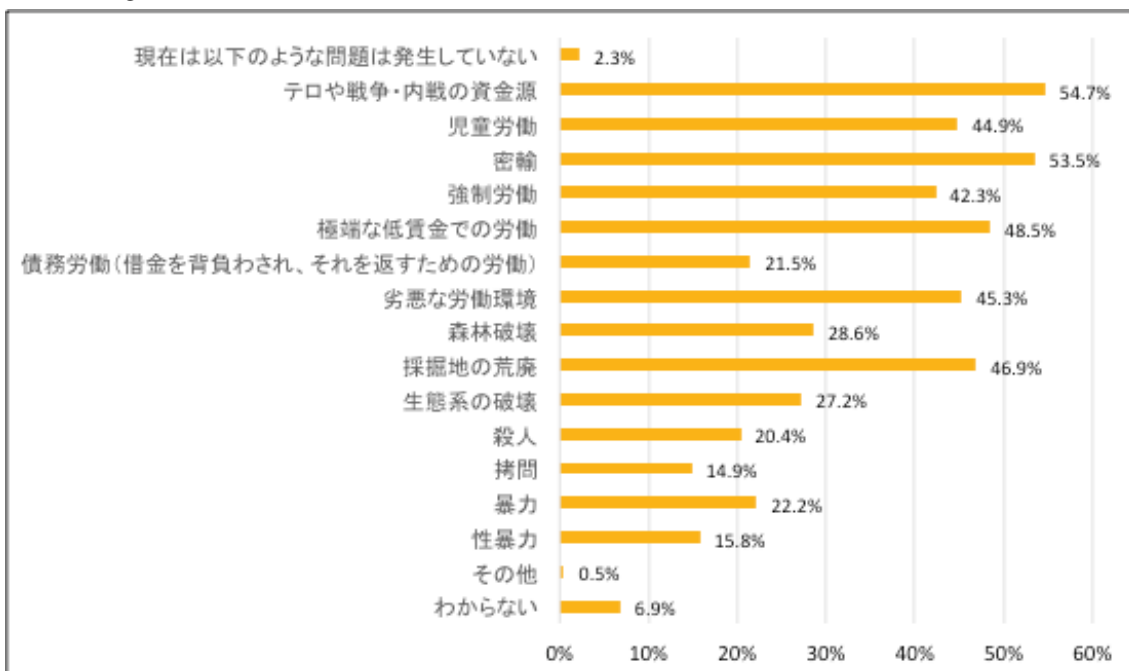
→Q2：存在すると思う課題を選択してください。（複数回答可、n=461）



同じく、「ダイヤモンドの人道的または環境的な問題がある」とした回答者に、現在発生していると思う課題を尋ねたところ（複数回答可）、「テロや戦争・内戦への資金源」が 54.7%、「密輸」が 53.5%と各々半数を超えた。次に多かった回答は、「極端な低賃金での労働」48.5%、「採掘地の荒廃」46.9%、「劣悪な労働環境」45.3%、「児童労働」44.9%、「強制労働」42.3%であった。

Q1. で「思う」と回答の場合

→Q3：現在発生していると思う課題を選択してください。（複数回答可、n=437）

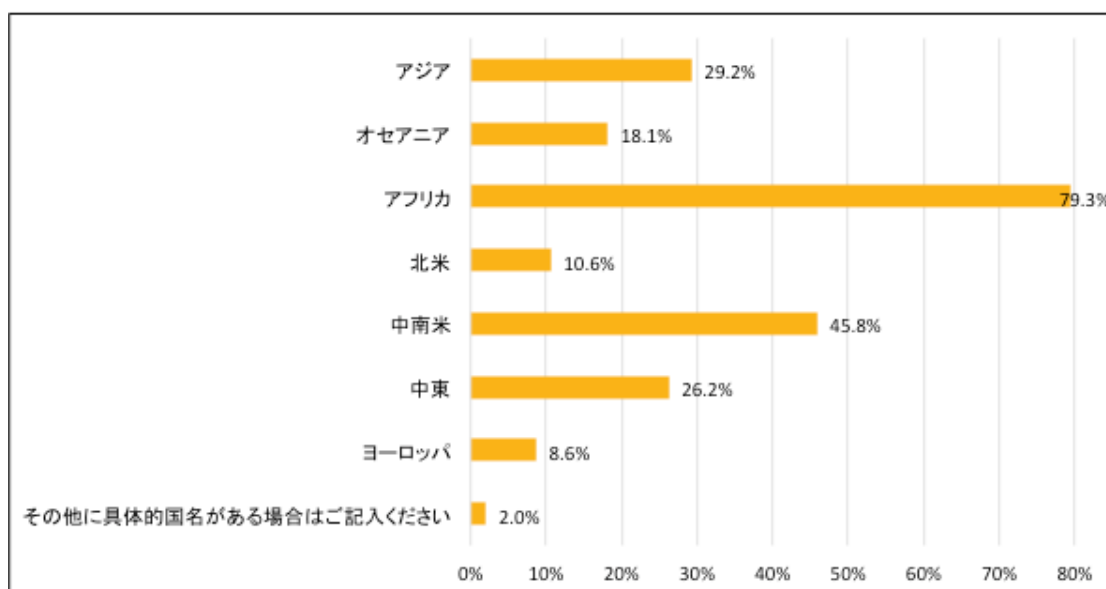


ダイヤモンドの人的または環境的な問題が現在発生していると思われる地域としては、79.3%が「アフリカ」と回答し、最も多かった。次に「中南米」が45.8%、「アジア」が29.2%、「中東」が26.2%に上った。(複数回答可)。

Q1. で「思う」と回答の場合

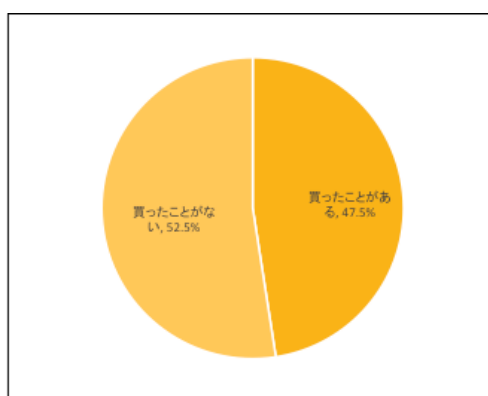
→Q4: Q3.の選択肢に挙げた問題が起こっていると思われる地域を選択してください。

(複数回答可、n=397)



ダイヤモンドを購入したことがあるかを尋ねたところ、47.5%が「買ったことがある」52.5%が「買ったことがない」という回答であった。

Q5: あなたはダイヤモンドを買ったことがありますか？ (n=1,102)

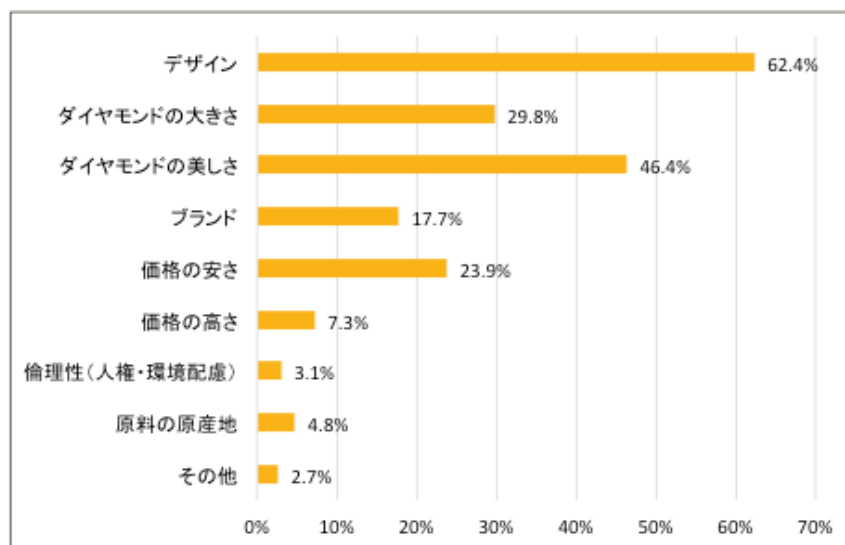


ダイヤモンドを購入したことがある回答者に、何を基準にそのダイヤモンドを買うことを決めたのかを尋ねたところ(複数回答可)、「デザイン」との回答が最も多く62.4%を占めた。次に46.4%が「ダイヤモンドの美しさ」、29.8%が「ダイヤモンドの大きさ」、23.9%が「価格の安さ」と回答した。一方、「倫理性(人権・環境配慮)」と回答した人は3.1%、「原料の原産地」は4.8%であった。「その他」の回答には、「自分に適した価格か」「テレビのCMを見て」「宝石商からの提案」

「よくわからないまま結婚指輪として」などが挙げられた。

Q5.で「買ったことがある」と答えた場合

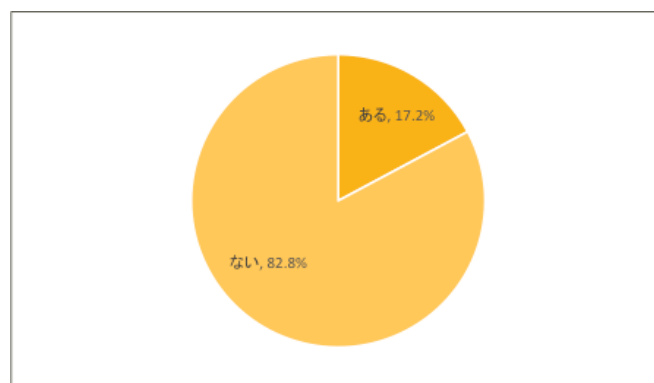
→Q6: 何を基準にそのダイヤモンドを買うことを決めましたか？（複数回答可、n=524）



同じく、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、82.8%が質問したことはなく、「ある」と回答した人は17.2%であった。

Q5.で「買ったことがある」と答えた場合

→Q7: 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・環境配慮について販売員に質問したことはありますか？（n=524）

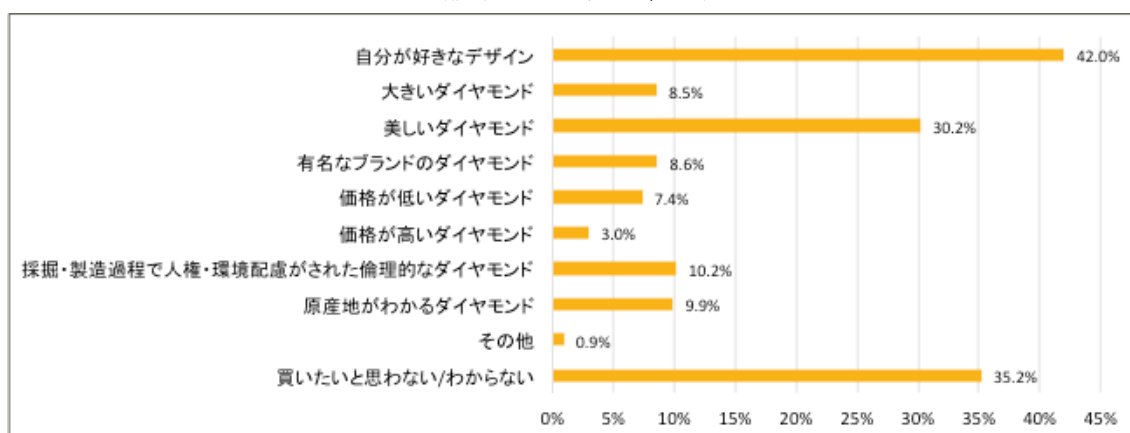


ダイヤモンド購入の際、ダイヤモンドの原産地、採掘・製造過程における人権・環境配慮について販売員に質問したことがあるとした回答者29人に、実際に聞いた質問とその回答を尋ねたところ、「原産地についてと採掘場について教えてもらった」「原産地の労働環境についての質問をしたが、詳しい回答は得られなかった」「どうやって作られたか？」という質問に対し、“現地で採掘して加工された”との回答があった」「“不当に売買されているダイヤですか？”という質問に対し、“いいえ、うちは正規ルートでのダイヤをご提供しています”との回答と証明書の提示があった」「“搾取はなぜ起こるのか？”という質問に対し、“分からない”との回答があった」

「どんな過程で来たのか」「商品の背景」「エイズについて、怖いと言っていた」「倫理的に問題はない」「覚えていない」「わからない」との答えが寄せられた。

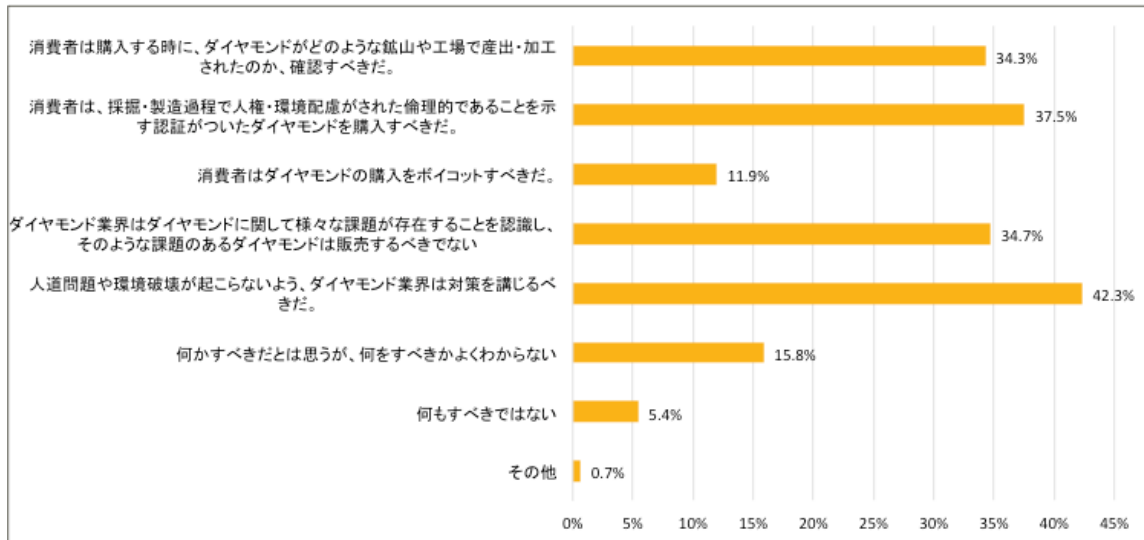
今後ダイヤモンドを購入するとしたら、どのようなものを買いたいかなどを尋ねたところ（複数回答可）、「自分が好きなデザイン」を選択した人が最も多く、回答者の42%に上った。一方で、「買いたいと思わない/わからない」という回答者も多く、35.2%であった。次に多かったのは「美しいダイヤモンド」の30.2%、「採掘・製造過程で人権・環境配慮がされた倫理的なダイヤモンド」は10.2%、「原産地がわかるダイヤモンド」は9.9%に上った。「その他」として、「原石」「品質の良いダイヤモンド」「自分にとって購入可能価格」「投資効果のあるモノ」との答えが寄せられた。

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？
(複数回答可、n=1,102)



Q2や Q3に挙げたような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）、「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」を選択した回答者が最も多く、42.3%に上った。次に「消費者は、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」が37.5%、「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あることを認識し、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」が34.7%、「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」が34.3%、「何かすべきだとは思いますが、何をすべきかわからない」が15.8%、「消費者はダイヤモンドの購入をボイコットすべきだ」が11.9%、「何もすべきではない」が5.4%であった。また、「その他」が0.7%あり、「需給のバランスが現状のままであれば、何をしても効果は無いと考える。」との答えが寄せられた。

Q10: ダイヤモンドに Q2. や Q3. の選択肢に挙げられているような人道または環境に関わる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？（複数回答可、n=461）



2. ダイヤモンド小売店対象アンケート調査

2.1 調査の対象

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)の販売を行う企業 117 社であった。

2.2 調査実施時期と調査方法

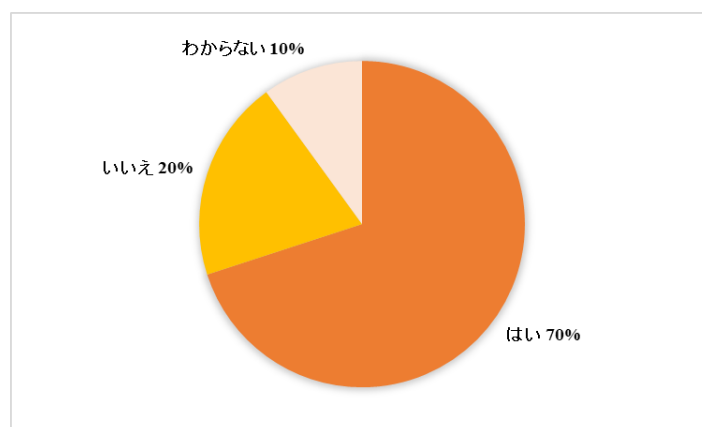
- 1) ダイヤモンドジュエリー業界に詳しい調査協力者が選出した 110 社のダイヤモンドジュエリー販売企業広報担当者宛てに、無記名自記式アンケート用紙を返信用切手付き封筒と共に郵送した。調査期間は、2016 年 4 月 26 日～5 月 31 日と設定した。
- 2) 調査期間内にアンケート用紙を回収できたのは 5 社であったため、調査期間を 2016 年 8 月 15 日まで延長し、未回答の企業に対して、再度アンケート用紙を郵送した。さらに、新たに調査対象企業を 7 社追加し、無記名自記式アンケート用紙を返信用切手付き封筒と共に郵送した。合計 117 社に対し、アンケートを送付した。

2.3 調査の結果

調査対象 117 社のうち、10 社から回答があった（回収率 8%）。また、1 社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記す。

ダイヤモンドの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、70%が「ある」、20%が「ない」と回答した。

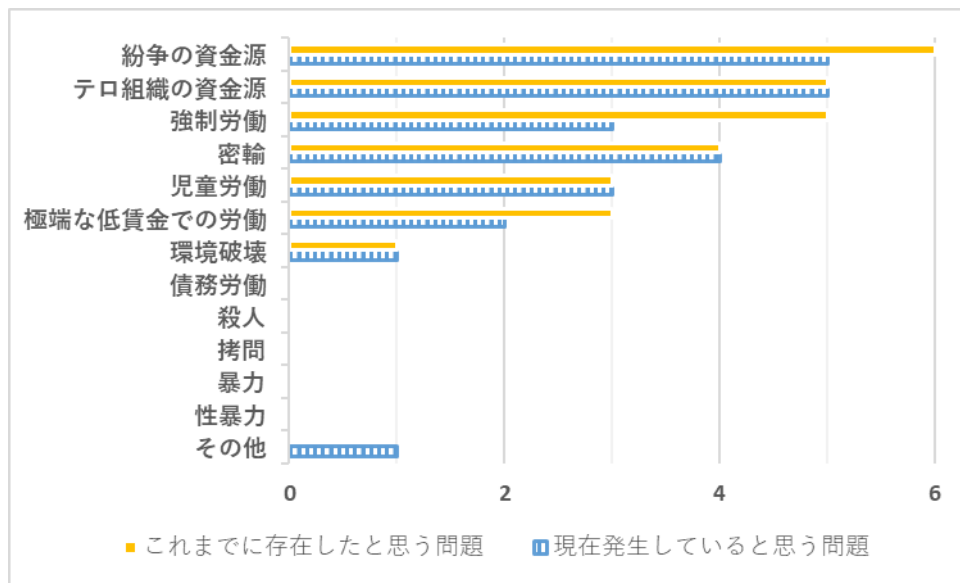
ダイヤモンドに人道的または環境的な問題があると思うか(n=10)



上記の設問において、「問題がある」と回答した企業のうち、どのような問題があるかを選択してもらったところ（複数回答可）、「紛争の資金源」という回答が最も多く、次いで「テロ組織の資金源」、「強制労働」、「密輸」、「児童労働」、「低賃金での労働」、「環境問題」が選択された。一方で、「暴力」や「殺人」等の回答は見られなかった。

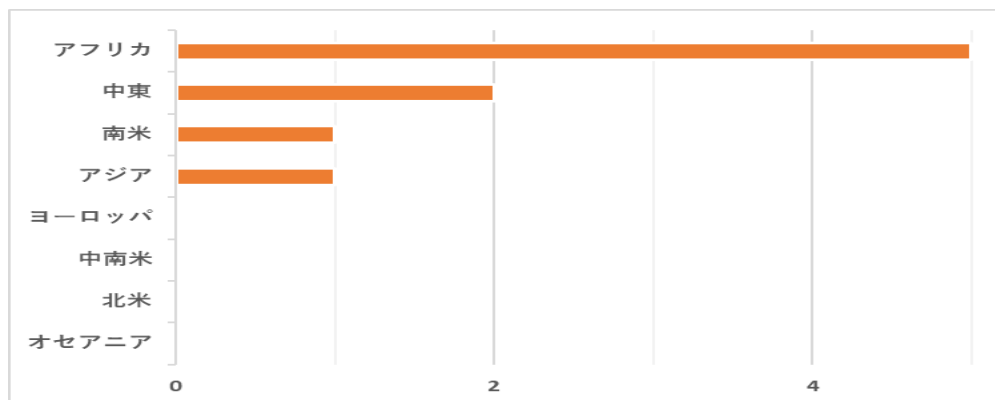
さらに、これらの問題のうち現在も発生していると思う問題を尋ねたところ、前掲の回答とほぼ同様の結果であった。「その他」では、「人造ダイヤモンド」という回答が挙げられた。

これまでに存在したと思う問題、現在発生していると思う問題(複数回答可) (n=7)



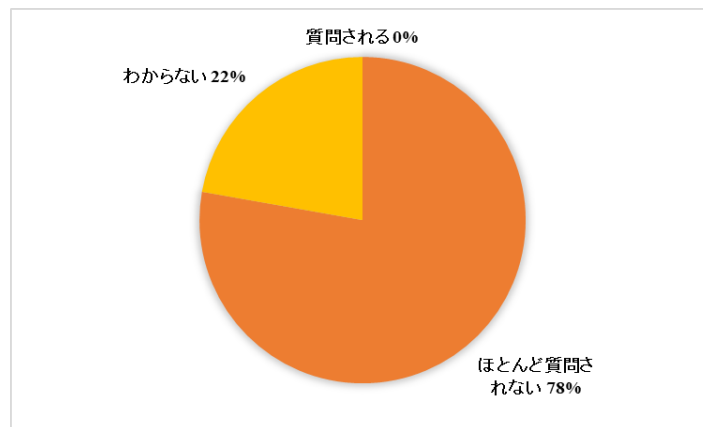
現在も起っていると考える問題がどこで起っているかを尋ねたところ(複数回答可)、「アメリカ」という回答が最も多かった。また、特定の国名を挙げてもらったところ、「ロシア」という回答が1件あった。

現在も起っていると考える問題が、どこで起っていると思うか(複数回答可) (n=7)



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、顧客が店頭・電話・メールで販売員に質問することはあるか、との設問に対し、78%が「ほとんど質問されない」、22%が「わからない」と回答し、「質問される」という回答はなかった。

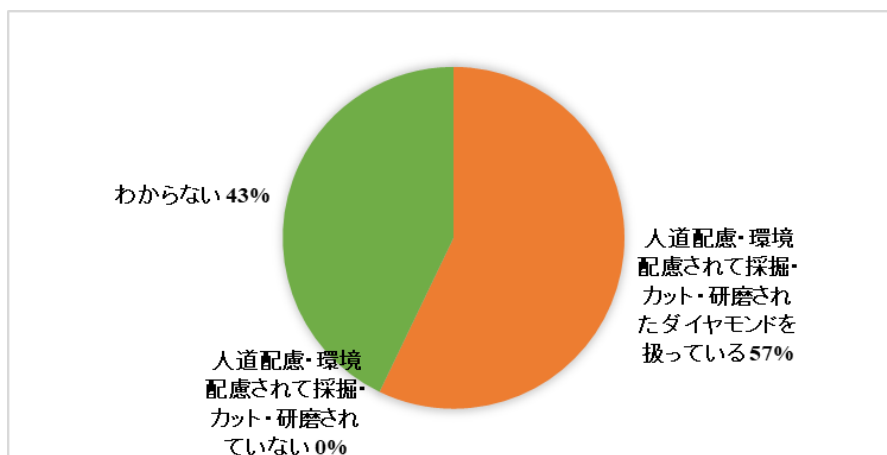
ダイヤモンドのトレーサビリティ（産地やカット工場に関する情報）や倫理性について、顧客から販売員への店頭・電話・メールでの問い合わせ状況（n=9）



対象企業のブランドが扱うダイヤモンド全般の人道性・環境配慮の状況において、あてはまるものを尋ねたところ、半数以上が「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、43%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。

※1：本設問は択一選択式であったため、2つの回答を選択した2社の回答は、集計結果には含まれていない。なお、複数選択した2社は、「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「わからない」の両方を選択した。

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(n=7)



上記の設問の回答根拠について、あてはまるものを尋ねたところ（複数回答可）、以下の通りであった。

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の回答根拠(n=6)

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

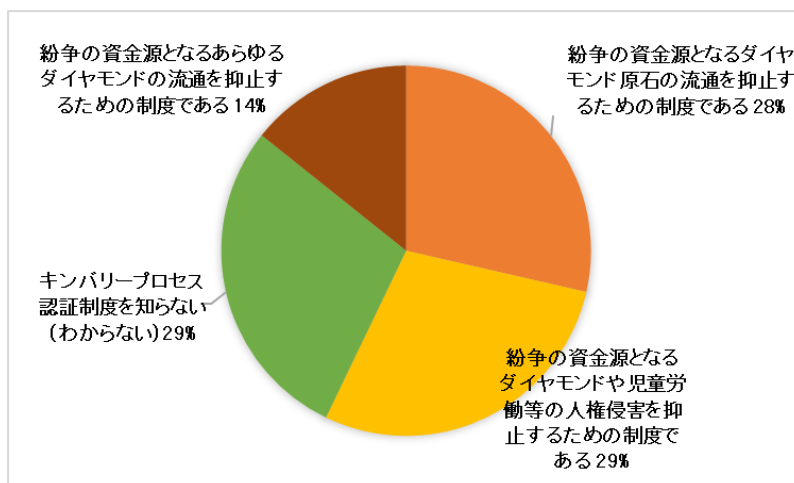
- 「キンバリープロセス認証されたダイヤモンドを扱っているから」（回答数:2）
- 「原産地証明されたダイヤモンドを扱っているから」（回答数:1）
- 「調達先に「紛争ダイヤモンドではない」と言われているから」（回答数:1）
- 「カット・研磨工場と直接取引をしているから（取引先との信頼関係、ただし 100%でもない）」（回答数:1）

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かわからないと回答する理由

- 「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）

キンバリープロセス認証制度について、選択肢の中からあてはまるもの 1 つを選択してもらったところ、約 3 割が正答の「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、7 割が誤答あるいは「わからない」と回答した。

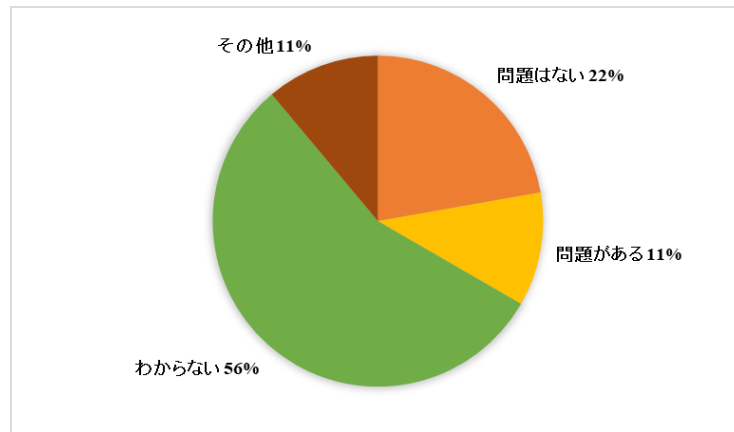
キンバリープロセス認証制度について、あてはまるものはどれか (n=8)



さらに、キンバリープロセス認証制度について、問題の有無と制度変更の必要性について、各企業の意見に最も近いものを選択してもらった。

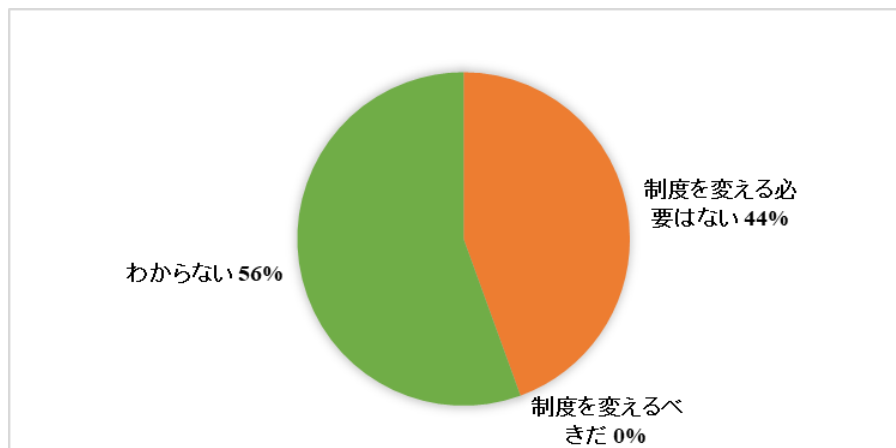
キンバリープロセス認証制度の問題の有無については、22%が「問題はない」、11%が問題がある、56%が「わからない」と回答した。

キンバリープロセスの問題の有無(n=9)



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、44%が「制度を変える必要はない」、56%が「わからない」と回答した。

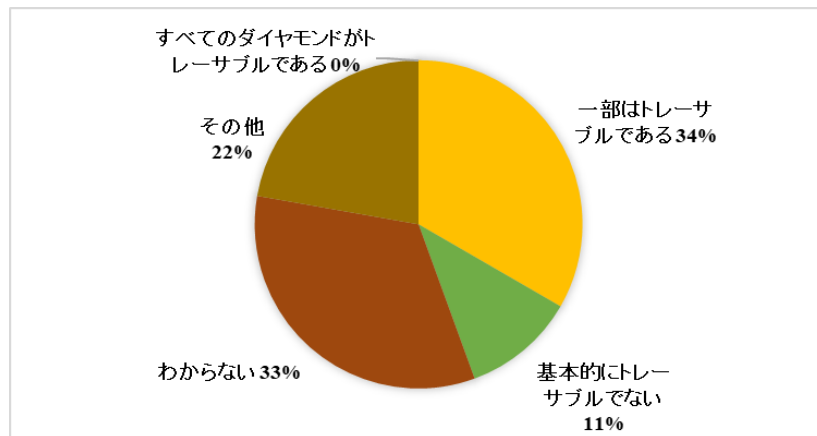
キンバリープロセス認証制度の制度変更の必要性の有無(n=9)



対象企業のブランドが扱うダイヤモンドは、トレーサブル（追跡可能）か、との設問に対し、34%が「一部はトレーサブル」、11%が「基本的にトレーサブルでない」、33%が「わからない」と回答し、取り扱うすべてのダイヤモンドがトレーサブルという回答はなかった。「その他」の回答には、「イタリア本国にて管理」、「特別な事情があれば可能。カット・研磨されたダイヤモンドは今の技術では鉱山を特定することができない。カット研磨する工場までは、さかのぼる事ができる。カットセンターに届くまではキンバリー証明書が付いており、それがコンフリクト・ダイヤではないと証明できるが、製品化されたダイヤモンドについて鉱山を調べることはできない。一つの鉱山のダイヤモンドだけを扱っている業者は殆どない」という回答であった。

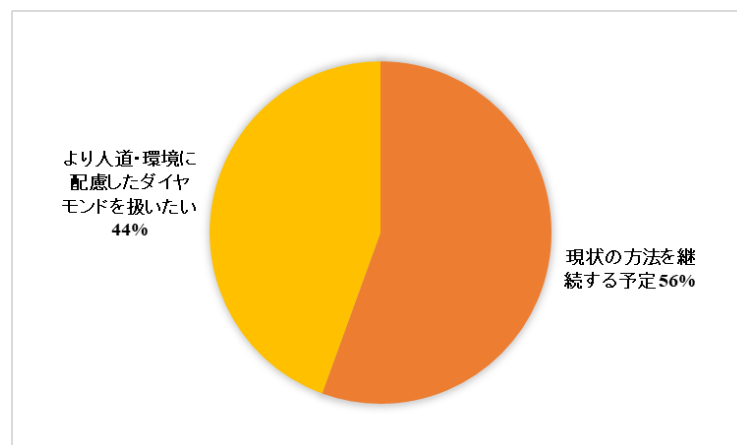
さらに「一部はトレーサブル」と回答した企業に対して、その割合を尋ねたところ、0.1割～5割という回答であった。

取り扱うダイヤモンドのトレーサビリティ（追跡可能性）（n=9）



ダイヤモンドの人道・環境配慮に関し、対象企業のブランドの意向について、最も近いものを1つ選択してもらったところ、56%が「現状の方法を継続する予定」と回答する一方、44%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。

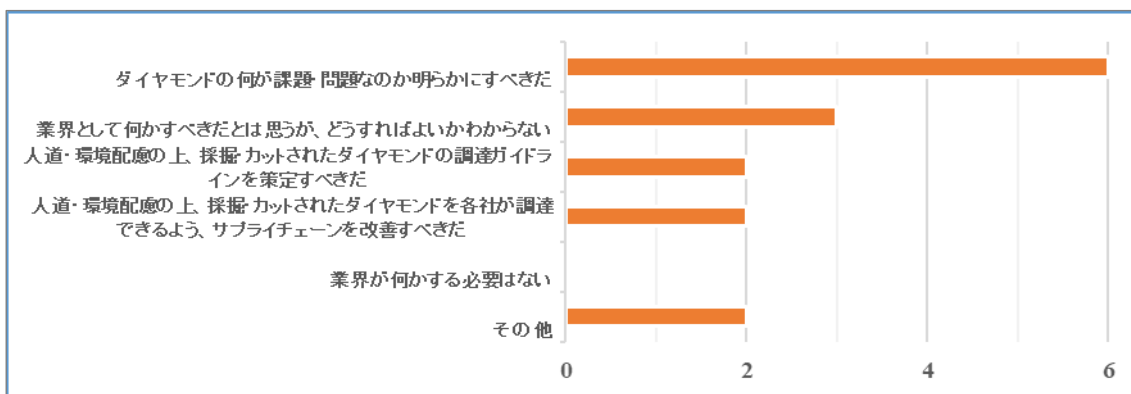
ダイヤモンドの人道・環境配慮にする対象企業のブランドの意向(n=9)



上記の設問で、「より人道・環境配慮したダイヤモンドを扱いたい」と回答した企業に対し、より人道・環境配慮するために、現在実施していることを尋ねたところ、「よりトレーサブルなダイヤモンドを使いたい。現状の仕入を尊重しながら。」という回答が挙げられた。

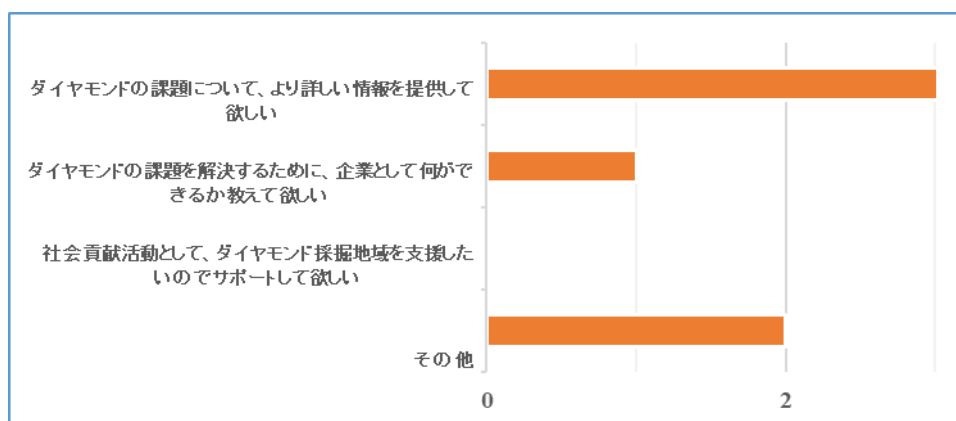
ダイヤモンド業界は、ダイヤモンドの人道・環境配慮につき、どうすべきだと思うか（複数回答可）、との設問に対し、「ダイヤモンドの何が課題・問題なのかを明らかにすべきだ」という回答が最も多く挙げられた。「その他」に挙げられた回答は、「各社が独自に対応すべき」、「わからない」であった。

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) (n=9)



対象企業が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ほしい」という回答が最も多く挙げられた。「その他」に含まれる回答は、「人造ダイヤモンドの流通根絶」、「特になし」であった。

対象企業がダイヤモンド・フォー・ピースに対し、期待すること(n=6)



その他、「紛争ダイヤが問題と思いますが こと細かになる規制は、ダイヤの商売自体が出来なくなると思います」というコメントが寄せられた。

3.ダイヤモンド小売店対象覆面調査

3.1 調査の対象者

調査の対象は、日本（東京）及び海外（イギリス・ロンドン、アメリカ・サンディエゴ）においてダイヤモンドジュエリーを製造・販売するブランド企業計 22 社（日本 16 社、イギリス 5 社、アメリカ 1 社）が対象であった。

3.2 調査実施時期と調査方法

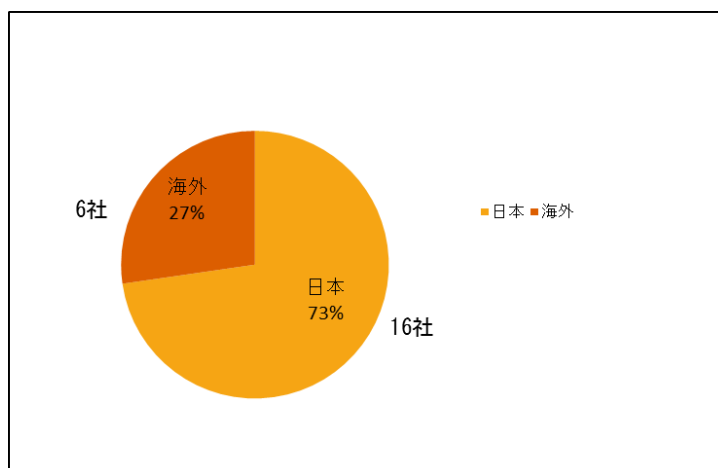
2016 年 12 月 1 日～2017 年 2 月 1 日の間に、調査員が実際に調査対象店舗を訪問し覆面調査を実施した。調査員は当法人の理事及びボランティア合計 5 名で構成され、当法人が作成した調査実施要綱に従い実際に調査対象店舗をお客として訪問し、聞き取りを行った。

具体的には、ショーケースに陳列されているダイヤモンドジュエリーのうち、店舗として最も販売したいと思われる高価な商品のうちの一つを対象に、販売員に対してダイヤモンドに関する一般的な情報、トレーサビリティ（追跡可能性）、倫理性に関する質問を行い、回答者がどの程度これらの課題に関する認識があるのかを確認した。

3.3 回答者の属性

回答者の割合は日本（東京）に所在するジュエリー製造・販売企業が 73%（16 社）、海外に所在する企業が 27%（イギリス・ロンドンに所在する 5 社、アメリカ・サンディエゴに所在する 1 社の計 6 社）であった。

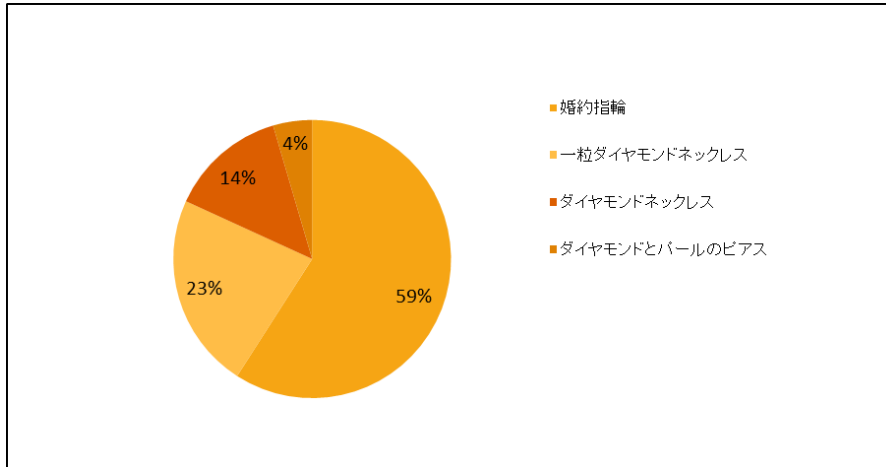
回答者の所在地 (n=22)



3.4 調査結果

調査対象商品として調査員が選択したダイヤモンドジュエリーの種類と割合は、婚約指輪が 59%、一粒ダイヤモンドネックレスが 23%、ダイヤモンドネックレスが 14%、ダイヤモンドとパールのピアスが 4%であった。

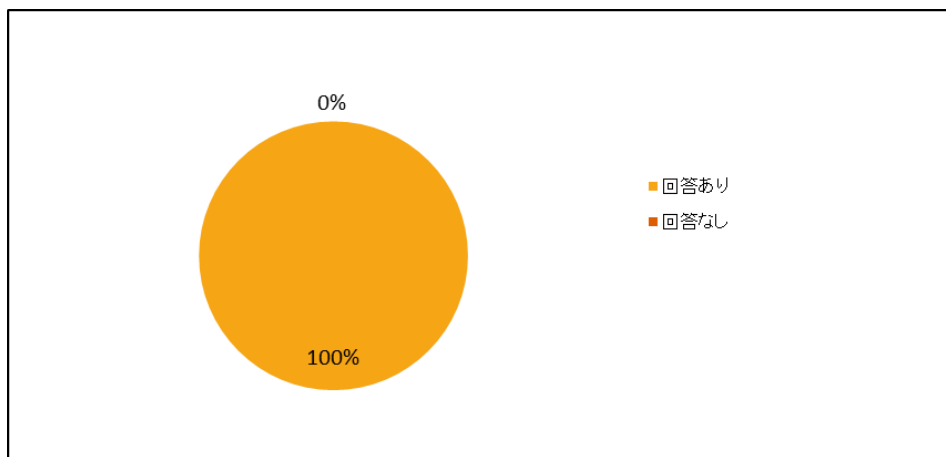
ダイヤモンドジュエリーの種類と割合 (n=22)



1) ダイヤモンドの原産国

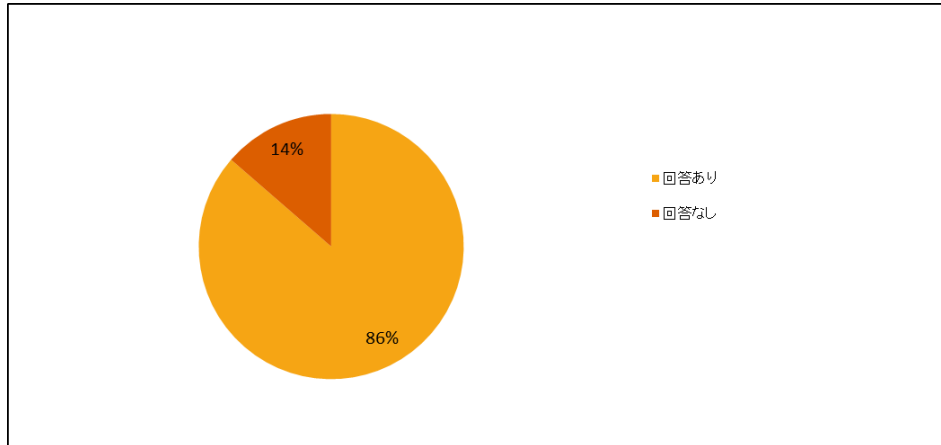
調査対象商品のダイヤモンドに関して、4C¹（カラット、カラー、クラリティ、カット）の各グレードを質問したところ、調査対象商品のカラット、カラー、クラリティに関して全員より回答が得られた。しかし、カットに関する質問では14%がダイヤモンドのカットのグレードが「不明」と回答した。

調査対象商品のグレードは何か（カラット、カラー、クラリティ） (n=22)



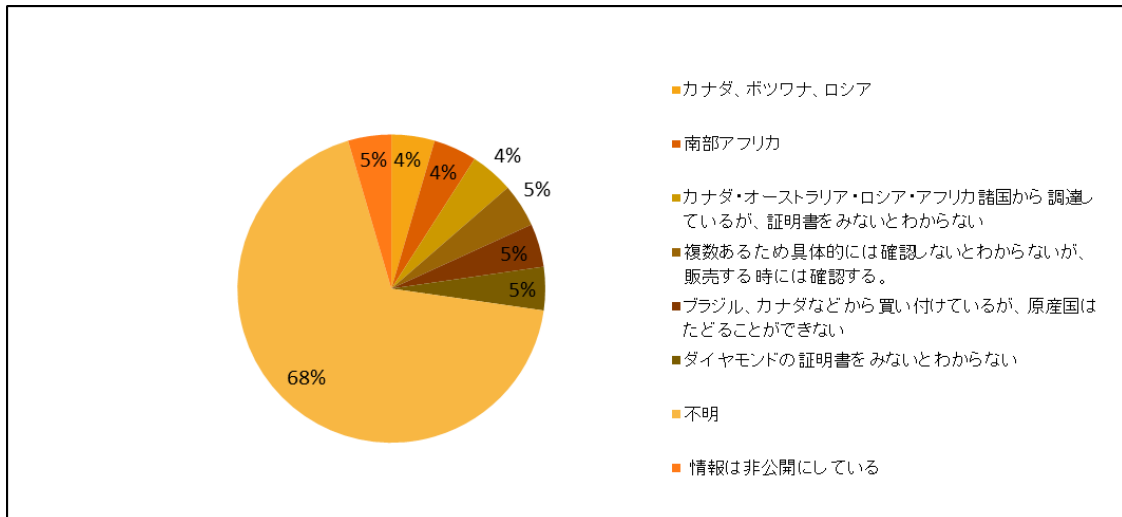
¹ 4Cとは、ダイヤモンドの標準的な価値を測る指標である。カラット（重量）、カラー（色）、クラリティ（透明度）、カット（研磨）の4指標から構成される。

調査対象商品のグレードは何か（カット）（n=22）



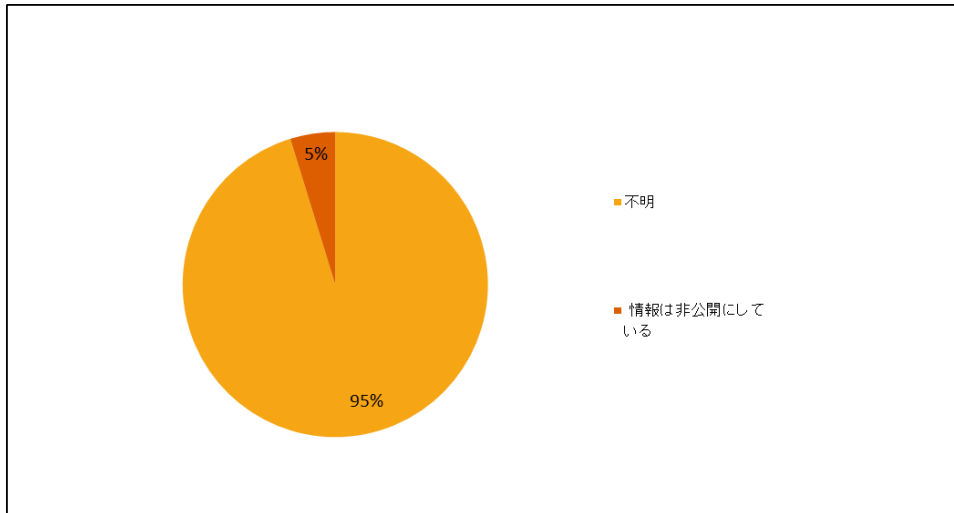
調査対象商品のダイヤモンドの原産国に関して質問を行ったところ、68%が「不明」と回答し、4%が「カナダ、ボツワナ、ロシア」、4%が「南部アフリカ」、4%が「カナダ・オーストラリア・ロシア・アフリカ諸国から調達しているが、証明書を見ないとわからない」、5%が「複数あるため具体的には確認しないとわからないが、販売する時には確認する」、5%が「ブラジル、カナダなどから買い付けているが原産国はたどることができない」、5%が「ダイヤモンドの証明書を見ないとわからない」、5%が「情報は非公開にしている」と回答した。具体的な国名を回答できたのは一社のみであった。

調査対象商品のダイヤモンドの原産国はどこか（n=22）



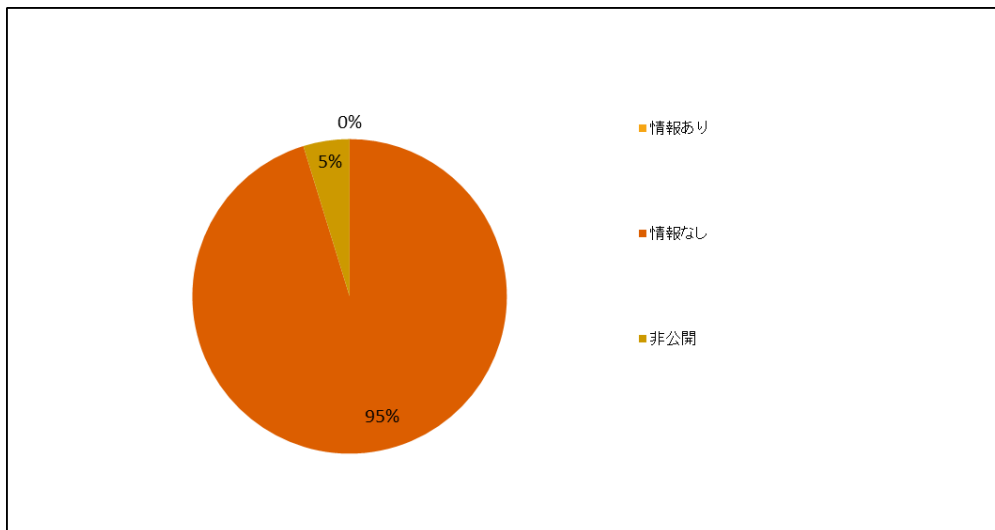
調査対象商品のダイヤモンドが採掘された鉱山名を質問したところ、95%が「不明」と回答し、5%が「情報は非公開にしている」と回答した。

調査対象商品のダイヤモンドが採掘された鉱山名は何か (n=21)



調査対象商品のダイヤモンドが採掘された鉱山における労働環境に関する質問については、95%が「情報なし」、5%が「非公開」と回答した。

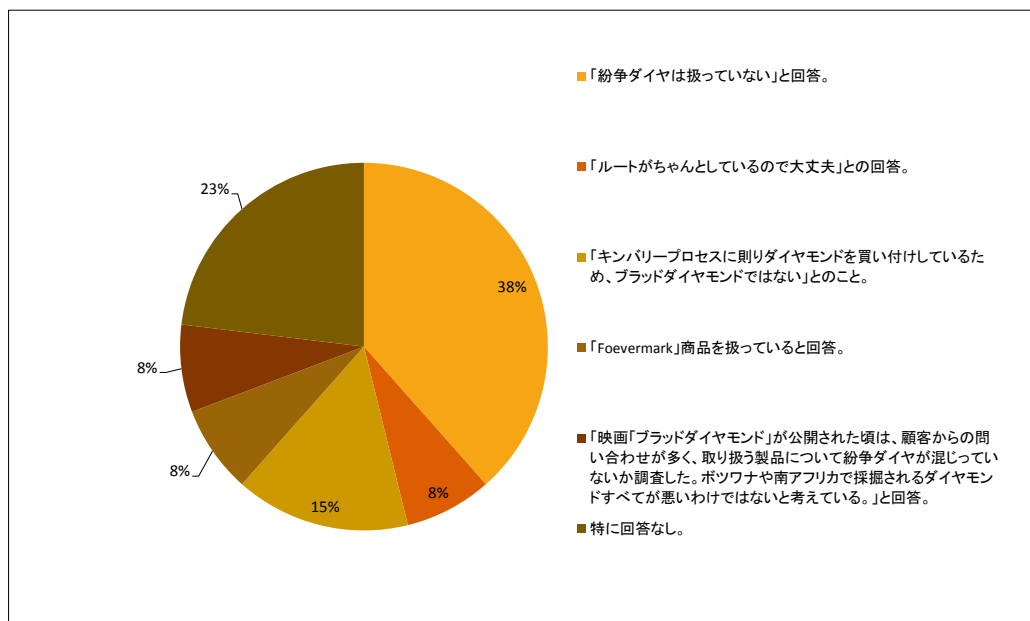
調査対象商品のダイヤモンドが採掘された鉱山の労働環境 (n=21)



「ブラッドダイヤモンドが混ざっていないか不安」という質問をしたところ、38%が「紛争ダイヤは扱っていない」、8%が「ルートがちゃんとしているので大丈夫」、15%が「キンバリープロセスに則りダイヤモンドを買い付けしているためブラッドダイヤモンドではない」、8%が「Forevermark²商品を扱っている」、8%が「映画「ブラッドダイヤモンド」が公開された頃は、顧客からの問い合わせが多く、取り扱う製品について紛争ダイヤが混じっていないか調査した。ボツワナや南アフリカで採掘されるダイヤモンドすべてが悪いわけではないと考えている。」との回答があり、23%は回答がなかった。

² Forevermark とはデビアスグループが提供するダイヤモンドのうち、美しさと倫理性の基準を満たしたダイヤモンドに、デビアスグループが独自につけているマークのことである。

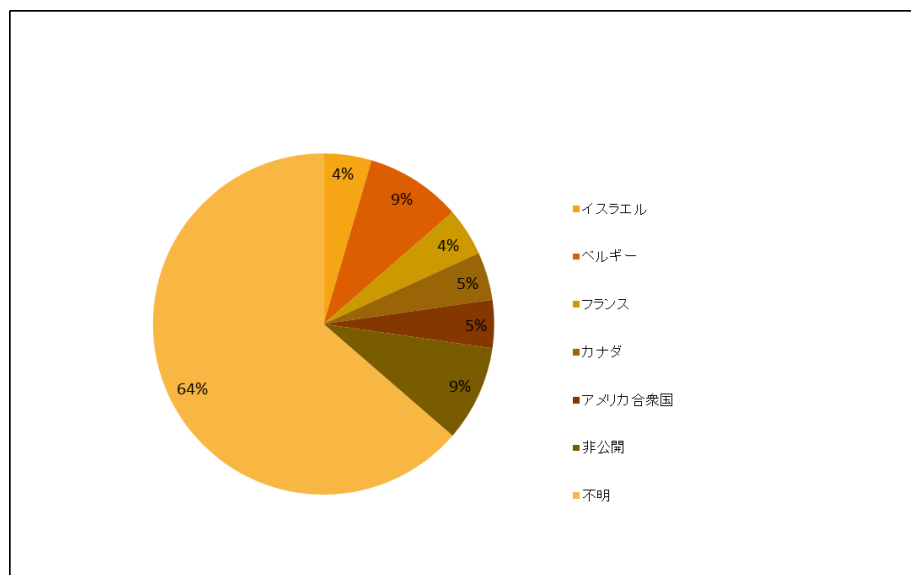
「ブラッドダイヤモンドが混ざっていないか不安」という質問をした数を 100%として、
回答の種類とその割合。 (n=13)



2) ダイヤモンドをカットしている国

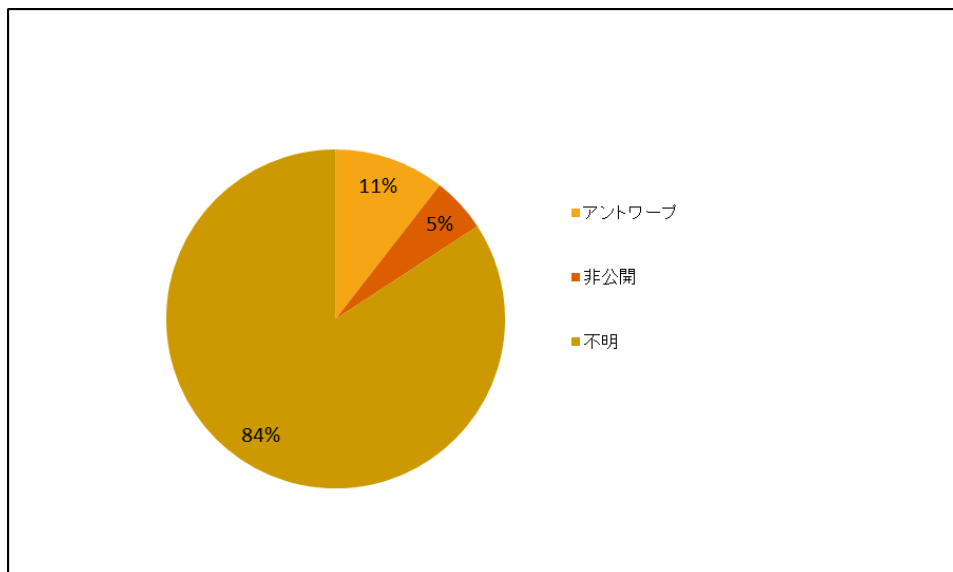
調査対象商品のダイヤモンドをカットしている国について質問をしたところ、64%が「不明」、4%が「イスラエル」、9%が「ベルギー」、4%が「フランス」、5%が「カナダ」、5%が「アメリカ合衆国」、9%が「非公開」と回答した。

調査対象商品のダイヤモンドがカットされた国 (n=22)



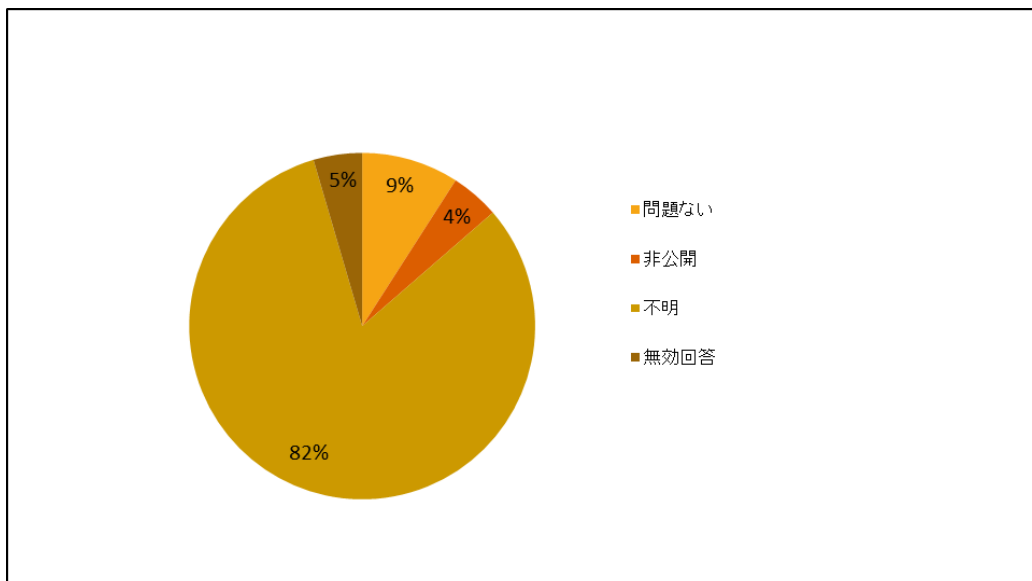
調査対象商品のダイヤモンドをカットしている国の都市名について質問したところ、84%が「不明」、11%が「アントワープ」、5%が「非公開」と回答した。

対象商品のダイヤモンドをカットしている国の都市名 (n=19)



対象商品のダイヤモンドをカットしている工場における労働環境等について質問したところ、82%が「不明」、9%が「問題ない」、4%が「非公開」と回答し、5%が無効回答であった。

対象商品のダイヤモンドをカットしている工場における労働環境 (n=22)



コラム 大学生の意識

本意識調査は、20代以上の一般消費者及び企業を対象としているが、日本の大学生のダイヤモンドの課題に対する認識はどのくらいなのだろうか？

その問いへの答えを模索すべく、ダイヤモンド・フォー・ピースの代表理事が講演した大学での授業において、アンケート調査を実施したのでその結果を紹介する。

1. 調査対象者

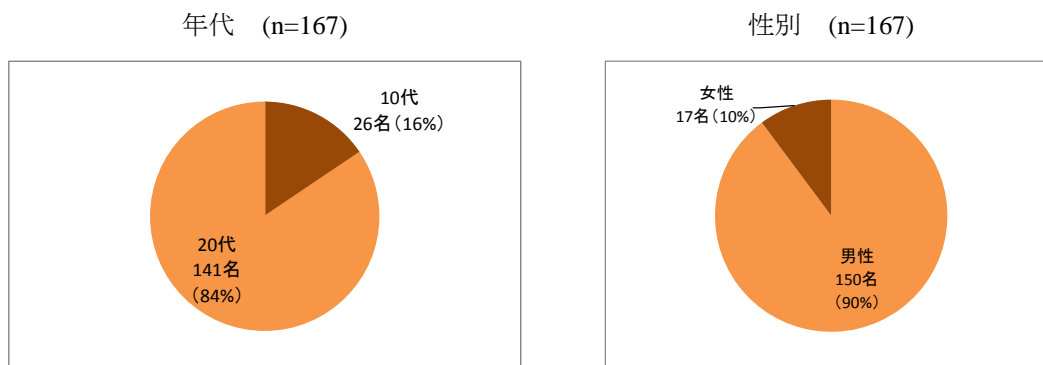
調査の対象は、東京都八王子に所在する東京工科大学の1～3年生のうち、一般教養科目である「総合社会」を受講し、調査当日に授業を受講した学生167名であった。

2. 調査実施時期及び調査方法

2016年1月8日の総合社会授業の冒頭で、無記名自記式アンケート用紙を配布した。出席した学生全員がアンケートに記入し、講演開始前にアンケートを回収した（回収率100%）。

3. 回答者の属性

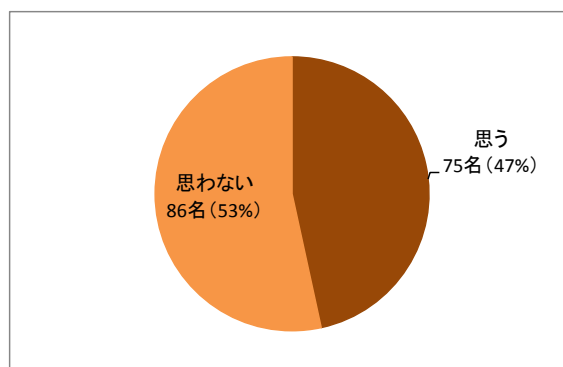
回答者の年代は10代が16%、20代が84%であり、性別は男性が90%、女性が10%であった。



4. 結果

4.1 ダイヤモンドの人的または環境的な問題の有無について尋ねたところ、47%が「あると思う」53%が「あると思わない」と回答した。

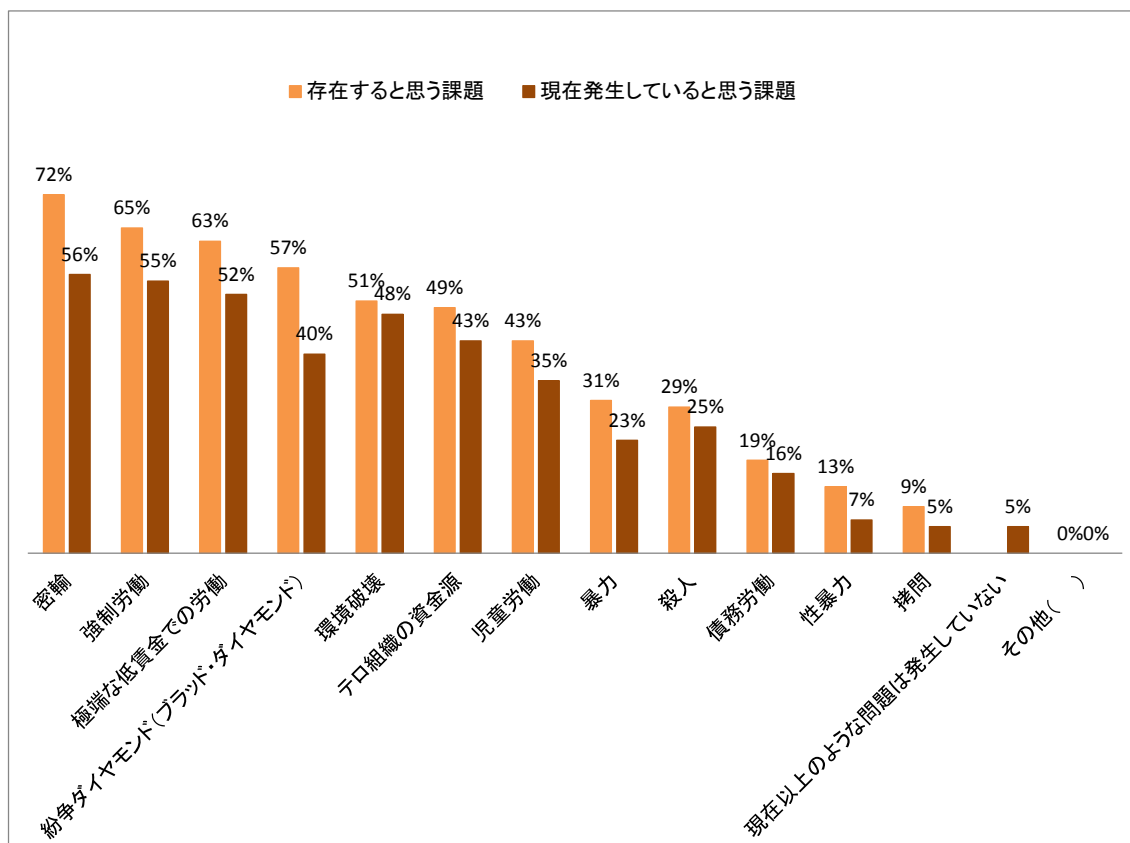
ダイヤモンドに人的または環境の問題があると思うか(n=161)



4.2 上の設問において、問題があると思うと回答した学生のうち、どのような問題が存在するかを選択してもらったところ（複数回答可）、「密輸」という回答が72%で最も多く、次いで「強制労働」が65%、「極端な低賃金での労働」が63%、「紛争ダイヤモンド」が57%、「環境破壊」が51%、「テロ組織の資金源」が49%、「児童労働」が43%、「暴力」が31%、「殺人」が29%、「債務労働」が19%、「性暴力」が13%、「拷問」が9%であった。

さらに、これらの問題のうち、現在発生していると思う問題を尋ねたところ（複数回答可）、最も多い回答が「密輸」の56%、次いで「強制労働」の55%、「極端な低賃金での労働」52%、「環境破壊」48%、「テロ組織の資金源」43%、「紛争ダイヤモンド」40%、「児童労働」35%、「殺人」25%、「暴力」23%、「債務労働」16%、「性暴力」7%、「拷問」5%、「現在そのような問題は発生していない」5%であった。

存在すると思う問題、現在発生していると思う問題（複数回答可）（n=75）

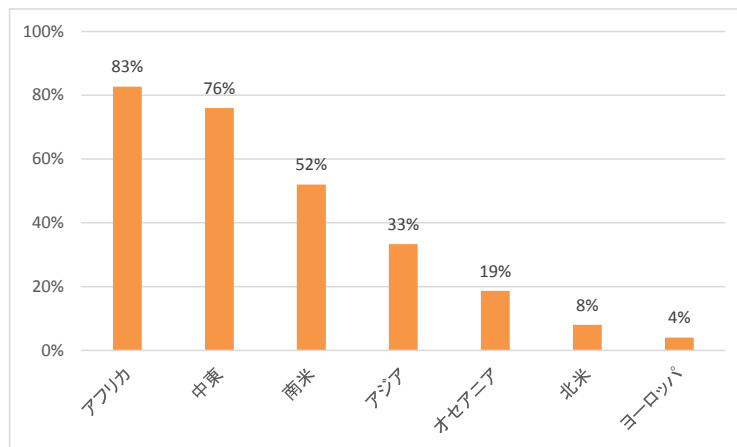


4.3 上の設問で現在起こっている問題がどこで起こっているかを尋ねたところ（複数回答可）、「アフリカ」という回答が最も多く83%、「中東」が76%、「南米」が52%、「アジア」が33%、「オセアニア」が19%、「北米」が8%、「ヨーロッパ」が4%であった。

また、特定の国名・地域を挙げてもらったところ、3名が「南アフリカ共和国」と回答、2名が「シエラレオネなど西アフリカの国」、また、「東南アジア」「シリア」「オーストラリア」と各1

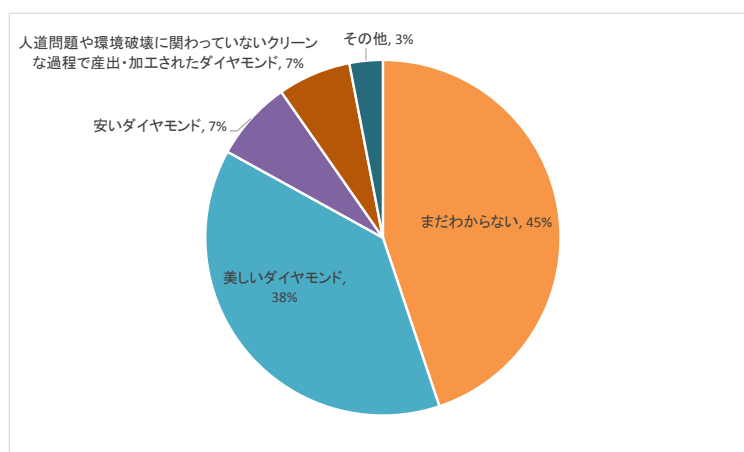
名が答えた。

現在起こっていると考える問題が、どこで起こっていると思うか（複数回答可）（n=75）



4.4 もし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か聞いたところ、45%が「まだわからない」、38%が「美しいダイヤモンド」、7%が「安いダイヤモンド」、7%が「人道問題や環境破壊に関わっていないクリーンな過程で産出・加工されたダイヤモンド」、3%が「その他」と回答した。その他の回答には、「換金用」「人工ダイヤモンド」「人道問題や環境破壊に関わっている安くて美しいダイヤモンド」「人道問題や環境破壊に関わっていないクリーンな過程で産出・加工されてダイヤモンド、かつ安い」との答えが寄せられた。

あなたがもし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？
(n=165)

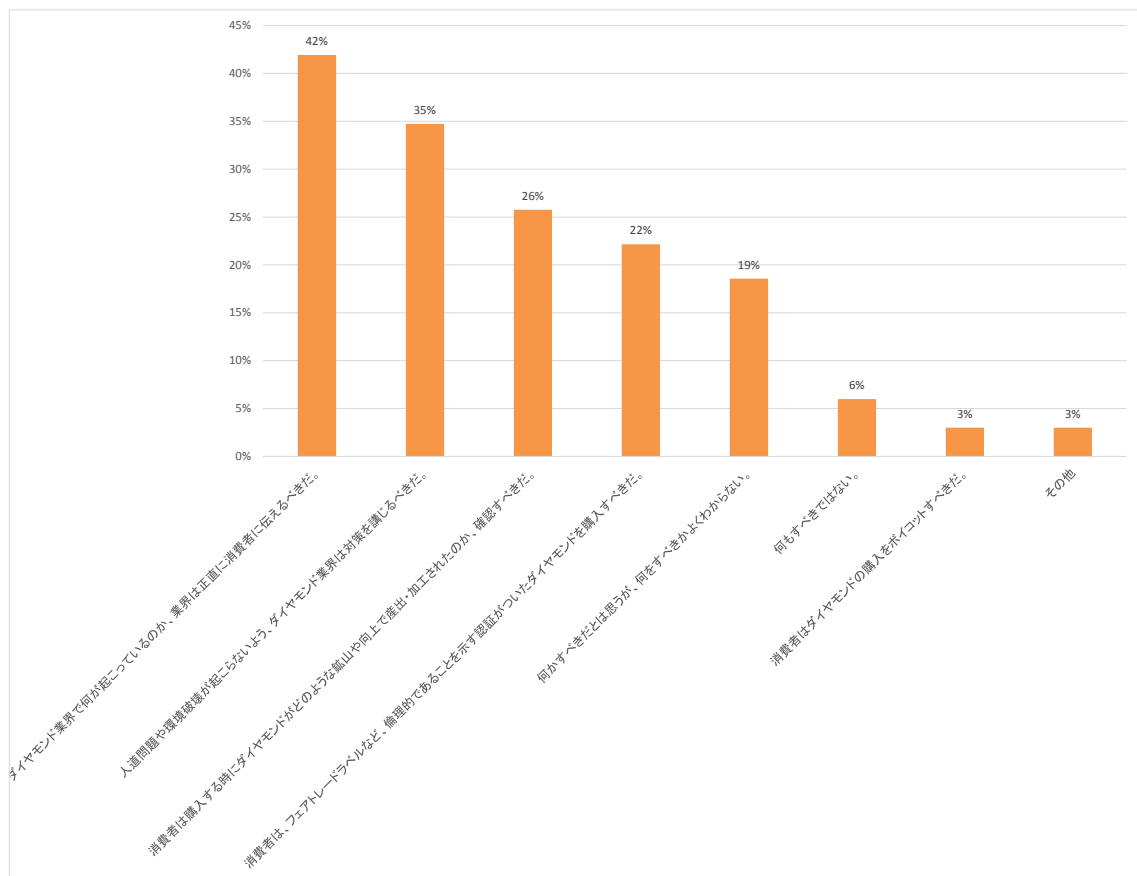


4.5 4.2 に挙げたような問題が本当に存在するとしたら、私たちはどうすべきだと思うかを尋ねたところ（複数回答可）、「ダイヤモンド業界で何が起きているのか、業界は正直に消費者に伝えるべきだ」という回答が最も多く 47%、次いで「人道問題や環境破壊が起こらないよう、ダイヤモンド業界は対策を講じるべきだ」が 35%、「消費者は購入する時にダイヤモンドがどのような鉱山や向上で産出・加工されたのか、確認すべきだ」が 26%、「消費者は、フェアトレード

ラベルなど、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」が 22%、「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」が 19%、「何もすべきではない」が 6%、「消費者はダイヤモンドの購入をボイコットすべきだ」が 3%、「その他」が 3%であった。

その他の回答には、「どうでもいい」「そもそもダイヤモンドの企業などまったくといっていいほど知らないので知名度を上げるべきだと思う」「何か問題が世界規模で起こっているなら、国連が動く方が良いのでは?」「ダイヤモンドを愛すること」「何もする余地がない」が挙げられた。

**4.2 に挙げたような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
(複数回答可) (n=167)**



4. 考察

4.1 消費者及び小売店の認識

消費者対象アンケート調査では、41.8%の回答者がダイヤモンドに人道的または環境的な問題が「あると思う」と回答した。一方、小売店対象アンケート調査では、70%の回答者が「あると思う」と回答した。業界関係者は日頃からダイヤモンドの関連情報を入手する立場にあるため、このような高い割合になったものと考えられる。

問題があると思うと回答した消費者が挙げた、存在すると思う問題及び現在発生していると思う問題のうち多かったものは、密輸、テロや戦争・内戦の資金源、採掘地の荒廃、極端な低賃金での労働、劣悪な労働環境、児童労働であった。小売店回答者が問題として挙げたのは、紛争の資金源、テロ組織の資金源、密輸、強制労働、児童労働、極端な低賃金での労働であった。このことから、消費者及び小売店双方がほぼ同様の問題認識を持っていることが明らかになった。

上に述べたような問題が起こっていると思う地域は、消費者、小売店共に「アフリカ」を選択した回答者が圧倒的に多かった。このことから、前項のように消費者及び小売店双方が同様の問題認識を持っていることが明らかになった。

ダイヤモンドを購入したことがあると答えた47.5%の回答者のうち、購入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があるのは、17.2%であった。一方、アンケートに回答した小売店の78%が、顧客から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「ほとんど質問されない」と答えた。このことから、消費者は多くの場合、ダイヤモンドのトレーサビリティや倫理性についてお店で質問をしないことが確認されたと言える。

一方で、上述したような人権・環境問題が本当にあるなら、私たちはどうすべきだと思うかとの問いに対し、「何もすべきではない」と答えたのは5.4%のみに留まり、回答者の多くが何らかの対応をすべきであると考えていることが明らかになった。

4.2 キンバリープロセス認証制度

キンバリープロセス認証制度は、国連の主導により2003年に設立された紛争の資金源となるダイヤモンド原石の正規市場への流通を抑制するための国際的な認証制度である。

小売店対象アンケート調査で、キンバリープロセス認証制度の説明として正しい選択肢である「紛争の資金源となるダイヤモンド原石の流通を抑制するための制度である」を選んだのは、回答者の28%のみであった。「紛争の資金源となるダイヤモンドや児童労働等の人権侵害を抑止するための制度である」または「紛争の資金源となるあらゆるダイヤモンドの流通を抑止するための制度である」の誤った選択肢を選んだ回答者の合計が43%、「キンバリープロセス認証制度を知らない（わからない）」と答えた回答者が22%いた。

また、57%の小売店回答者が「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」と答えたが、その理由として「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」というものがあった。キンバリープロセス認証制度は人道・環境配慮には全く関係のない制度であるが、それが日本の小売店には知られていないようである。

以上の結果から、キンバリープロセス認証制度に関する正しい知識や課題を啓発していく重要性が認められる。

4.3 トレーサビリティとその根拠

小売店での覆面調査でダイヤモンドの原産国を回答できたのは22社中1社のみであった。それ以外の小売店は「不明」または「販売時に確認する」等、不明瞭な回答であった。しかしながら、「ブラッドダイヤモンド（紛争の資金源となるダイヤモンド）が混ざっていないか不安だ」と調査員が質問をした13社のうち、38%が「紛争ダイヤモンドは扱っていない」、8%が「ルートがちゃんとしているので大丈夫」であったが、その根拠は特に示されなかった。

ダイヤモンドをカットしている国については、ベルギー、イスラエル、フランス、カナダ、アメリカと答えた小売店がある一方、64%が「不明」と回答した。全世界のダイヤモンドの72%がインドでカット・研磨されたという2014年のデータがある³が、インドと回答した小売店が1社も無かったことは興味深い。

4.4 今後の展開

昨今、農産物に限らず、様々な産品の原産国や製造国の情報を消費者が求めるようになってきている。フェアトレード産品の購入やエシカル消費が英国をはじめとする欧米では盛んであり、日本でもエシカルブランドが増加傾向にある。このような潮流の中、ダイヤモンドも例外ではなく、消費者のダイヤモンドの問題への意識が今後徐々に高まり、倫理的な商品を求める消費者が増加することが予想できる。

ダイヤモンドの小売店や製造企業は、原料のトレーサビリティ（原産地、製造地の情報の追跡可能性）を高め、さらに原料を採取・加工する過程で人権侵害や環境破壊が起こっていないことを証明することが、消費者の信頼を得るために重要になっていくであろう。

³ Statista, Distribution of diamond cutting and polishing worldwide by country in 2014.
<https://www.statista.com/statistics/588958/diamond-cutting-and-polishing-global-distribution/> 2018年3月15日閲覧

5.提言

ダイヤモンドが人道・環境配慮の上、採掘・カット・製造される社会をめざして活動している当法人は、その目的を達成するための第一歩が①消費者による課題認識の向上、②消費者による小売店での倫理性に関する質問の増加、③販売企業のキンバリープロセス認証制度の正しい認識であると考えている。今回の調査により明らかになった点のうち、同3点に直接関連する結果は以下であった。

① 消費者のダイヤモンドの課題の認識

ダイヤモンドの課題について認識があるのは、41.8%のみであった。

② 消費者による小売店での倫理性に関する質問

ダイヤモンド購入時に、ダイヤモンドの産出国、カット工場の所在地、それらの労働状況等を販売員に質問したことがある消費者は、17.2%のみであった。

③ 販売企業のキンバリープロセス認証制度に対する認識

キンバリープロセス認証制度について正しい認識を持つ販売企業は、28%のみであった。

本結果を踏まえ、ダイヤモンド・フォー・ピースは、啓発活動により工夫を凝らし、日本の消費者、ダイヤモンド業界に対するダイヤモンドの課題に対する認知、知識の向上を図っていく必要がある。より工夫を凝らした活動として以下を例示するが、実際に実施する活動は総合的に判断の上、決定することとする。

① 消費者のダイヤモンドの課題の認識を向上させるための活動

ダイヤモンドの課題が一目で分かるパンフレットの開発、動画制作、開発したパンフレットや動画の学校への配布、それらを活用した講義・講演やイベントの実施

② 消費者による小売店での倫理性に関する質問を増加させるための活動

ダイヤモンド購入時において倫理性を確認する質問ガイドの開発、開発した質問ガイドを活用した講義・講演やイベントの実施、ダイヤモンド購入層への質問ガイドの配布

③ 販売企業のキンバリープロセス認証制度に対する正しい認識を向上させるための活動

ダイヤモンド販売企業向けウェブページの開設、キンバリープロセス認証制度が一目で分かるパンフレットの開発、パンフレットを活用した講義・講演やイベントの実施

終わりに

今回の主な調査対象は日本であったが、次回からは欧米主要都市も調査対象に含め、各国・各都市における消費者や販売企業の課題への認識の程度を比較検証し、ダイヤモンド・フォー・ピースによる啓発活動を改善する一助とする。