

倫理的消費に関する基礎的考察 (試論)

エネルギー・文化研究所

豊田尚吾

はじめに

近年、環境・エネルギー問題が生活のいたるところに影響を及ぼしている。それらに対する処方箋として、家電リサイクル法など、制度で消費者の行動を変えようとする動きとともに、エコバッグの奨励など、生活者の意識に訴えて行動に変化を与えようとするものがある。後者は今までの個人主義的な消費者行動論から見ると、消費者にとっては直接自分の利益につながらないコストの負担であり、倫理的要素を持った消費行動として興味深い。それはどのような意味があり、今後どのように展開していくべきなのであろうか。

このことについて考えるためには、そもそも生活者の行動を促す誘引について、より基礎的な検討を加える必要があると考える。具体的には、生活者にとっての幸福や社会を成り立たせるための倫理についてである。雲をつかむような話になりがちであるものの、その重要性は万人が認めるところであらう。

1. 倫理的消費の興味深さ

環境問題、エネルギー・資源問題、少子高齢化社会、グローバル化に伴う国際的な所得均衡化と国内的な所得格差拡大、食糧問題……。経済学で言えば、これらは多かれ少なかれ、外部性、分配問題などの要因を含み、市場機能だけでは十分に解決できない課題である。

そのような問題に対しては、今まで公共経済学が理論的な処方箋を提供し、主に政府の役割を論じている。一方で、政府部門の肥大化と赤字体質が足かせとなり、現実的には政府部門だけに問題解決を担わせることはできなくなっている。そのため、最近では民間の公共ともいべきNPO（非営利団体）の機能に対する期待が高まっている。同時に、環境負荷の小さい製品の購入や、エコバックの利用、カーボンオフセット旅行といった、消費者の意識に訴えることによって、消費行動に影響を与えようとする試みも行われている。

筆者は某大学の経済学部で非常勤講師を務めている。学生に環境やエネルギーに関するレポートを課した場合、よく目にするのが、「結局、私たち一人一人の自覚が必要であり、……。私も今後、環境にやさしい生活を心がけたいと思う」といった認識と決意表明である。エネルギー・文化研究所が行った、生活者への意識調査でも、環境をはじめとする社会課題に対する意識は高い。

しかし、私たちの経験が教えてくれるのは、このような“思い”は一時的であり、持続的な消費行動として定着することはあまり期待できないということだ。周知の通り、上で述べたような、生活者の倫理観に訴える動きは昔からあった。取り上げた製品・サービスの多くも、今に始まったことではない。少なくとも、マクロ経済的観点から効果的だとい

える水準にまで、生活者の自覚に依存した倫理的消費行動を期待することは今まで不可能であったといえるであろう。(もちろん、宗教的活動など、一部そのような動きが脈々と息づいていることは否定しない)

その結果、自覚に任せておくわけにも行かず、現実の世界では、公共経済学が論じているような、税金、課徴金、排出権取引のような経済的施策、グリーン購入法、リサイクル法、ごみの分別といった非経済的な直接規制(※)が市場の失敗を補完する、大きな役割を担っている。※ここで“非経済的”というのは、合理性を書いているという意味ではなく、市場メカニズムを利用しない直接規制のことを意味している。

このような状況は、方法論的個人主義を前提とする経済学の仮定に整合的である。つまり、個人の損得に見合った取引状況を作ることで、個人の効用と社会的余剰を同時に最大化させるような消費行動を促すことができるという理解と実践である。

では、先に述べたような“倫理的”消費行動は、どのように理解すればよいのか？ 例えば、利他性を個人の効用関数に取り込むことにすれば、経済学の理論は破綻することはない(※)。それが気に入らない場合には、例外的事象(アノマリー)として無視してしまうこともできる。実際、このような行動は大きく広がることはなかったため、問題にするほどのことはなかった。※他者の喜びや他者からの感謝などが自分自身の効用を高めるので、個人の効用最大化の仮定に反しないとする理解

とはいえ、やや不可解で、人にもよるだろうが腑に落ちない感覚は残る。そのため、過去、これらの事象について取り組んだ者は少なくなかった。

現在、倫理的消費行動が驚くほど広がっているとか、あるいは広がりつつあるなどという状況にはない。社会学的には別の課題が出始めているとの見方もある(※)。しかし、様々な取り組みの紹介例は多くなりつつあるようだし、財・サービスを供給する側(企業)にとっても、環境ビジネスという視点で注目している者もいる。少なくとも関心が高まっていることは間違いないだろう。

	全体	1 そう思う< あてはまる>	2 どちらかとい えばそう 思う<あて はまる>	3 どちらともい えない	4 どちらかとい えばそう 思わない< あてはまら ない>	5 そう思わな い<あては まらない>
1. 地元(地域)産の野菜などを優先して購入する	5985 100	855 14.3	1975 33	2095 35	575 9.6	485 8.1
2. 不祥事のあった企業の製品は使わない	5985 100	1168 19.5	2216 37	1862 31.1	544 9.1	195 3.3
3. 社会的な評判の良くない製品やサービスは利用しない	5985 100	1549 25.9	2660 44.4	1318 22	328 5.5	130 2.2
4. 消費者は、その製品がどのように作られたのかを知る義務がある※	5985 100	1371 22.9	2448 40.9	1816 30.3	231 3.9	119 2
5. 企業は、その製品がどのような過程を経てつくられたのかという情報を消費者に提供する義務がある	5985 100	1732 28.9	2649 44.3	1401 23.4	121 2	82 1.4
供した場合には、それを製品の購買是非の判断で重視する	5985 100	1305 21.8	2634 44	1837 30.7	128 2.1	81 1.4

また、もしこのような倫理的消費の可能性が高まるのであれば、政府の役割と同様に、重要な(消費者)行動として位置づけることができるかもしれない。そういう意味では、今後注目すべきテーマであると考えている。そこで、倫理的消費の課題と可能性についてもう少し踏み込んで考えてみたい。※山田昌弘・東京学芸大学教授は、社会における個人の格差の広がり、地域移動を通じて地域格差を大きくし、富裕でボランティアなどの公的活動の余裕のある人たちが住むエリアと、貧しく、そのような地域活動を行う余裕のない人が多く住むエリアとに分かれつつあると論じている。

## 2. 倫理的消費理解に必要な幸福論

倫理的消費と表現したが、その意味するところは、以下のとおりである。ある消費にかかわる支払いが、その消費者本人以外に対する便益（これを公共善、共通善とする）の享受にも配分されるような財の消費ということである（※）。※ただし、これは純便益（便益－費用）の最大化といった、経済学的な（功利主義的）価値評価をもとにしたものであり、狭義の倫理的消費といえる。山脇（2002）は、公共善を、医療、教育システム、自然環境など、「公共的に善きもの」として、もっと幅広く捕らえている。

例えば、製造工程や最終処分の際に温室効果ガス排出が少なくてすむ素材で作られた机があったとする。それは機能的、加えてデザインなどに関しても一般の机となんら変わりがなくともかかわらず、数千円高い。その場合、追加的な費用は、温室効果ガス排出削減、地球温暖化防止のために利用されたと理解できる。今、地球温暖化防止が多くの人にとって望ましい、公共善だとすると、それは皆にとって等しく望ましいが、机を買った人自身の直接的な満足度向上にはほとんど貢献していない（※）。方法論的個人主義を前提に判断すれば、そのような消費行動は多くの人にとって合理的ではなく、そのような消費行動が広がることは期待できない。結果として、社会的に望ましい水準よりも実際の消費量（購買量）は少なくなる。※その人の支出に見合うほどの直接的便益を、その消費者が感じることはないという意味。

また、ビッグイシュー（ホームレスが販売する雑誌）の内容に対してさして興味がなくとも購入する場合、それは販売者の自立を支援したいからとる行為であって、購入者自身に直接的な便益がもたらされるわけではない。それはホームレス＝貧困という社会問題の解決のための一助かもしれないし、広い意味での所得分配に対する個人の意思表示なのかもしれない。いずれにせよ社会的課題に対する貢献で、自己利益に直結しない消費行動のことを想定している。

これらを、個人主義を前提とする経済学で理解する場合には、そのような倫理的行動によって、自分の精神的な満足感を高めることができるという意味で、効用の増加が得られると考える。つまり、環境負荷のかかる安い製品より、環境負荷が小さい、高い製品の方がその人の効用をより高めるからこそ、そちらを選んだと理解するのである。個人の効用関数をこのように理解してしまうと、何でもありとなってしまい、それに対する批判もある。しかし、本稿は、そのような経済学の理論を論じることが目的でないため、これ以上は立ち入らない。

いずれにせよ、直接実利につながらない倫理に関して、少なからぬ人が何らかの価値を感じ、実際に行動に移すとすると、そこにはどのような背景があるのであろうか。そのことを具体的に考察するためには、伝統的な経済学の枠組みを離れる必要がある。すなわち、基本的な仮定である、効用最大化の“効用”では、何が生活者の満足感向上なのかについての考察が深まらないため、幸福、幸せについて広い視野で検討してみる。さらに倫

理と経済との関係をいわゆる近代経済学の枠を超えて見直してみることが必要であると考ええる。

そうすることで、生活経済、生活経営論の基盤がより強固になり、軸足がぶれることなく、私たちが取り組むべき課題を認識し、接近していくことができるはずだ。

### 3. 生活者の幸福感とは

季刊誌CEL82号で、「現代生活者の住まい・生活観—持続可能性と生活満足—」を特集し、座談会形式でアサヒビール（株）お客様生活文化研究所（通称ハピ研）の活動を紹介した。そこではハピネス、しあわせの回路を発見し、それに資する発信を行うことの重要性が示されていた。確かに、筆者が所属するエネルギー・文化研究所も、生活向上の実現を目指しているという点では、幸せの実現に貢献するための方法論、提言を行っていくことが役割である。

そうであるならば、我々もハピ研と同様、何が生活者の幸せなのかということについて、常に関心を持ち、追求する姿勢が不可欠である。その際、視野狭窄に陥らないよう、様々な識者や先人の知恵を拝借しなければならない。

例えば新宮（1998）は幸福ということに関して、紀元前から現代に至る、様々な幸福論を紹介し、その上で「幸福の四階建て論」を述べている。それを簡単に紹介すると、第一のステージが、富、名誉などの「快」を得るということである。新しく「快」を得る、あるいは既存の「快」を失わないように努める結果、それを手中にすることである。それは簡単にできることよりも、ストレス、簡単に言えば障害を克服して成し遂げるほうがより大きな満足を得られる、ということが重要な点となる。わかりやすく言えば、困難な目標を設定、例えば高い山の頂をめざし、それを成し遂げる（登頂する）ことである。

次の第二ステージでは、その「快」あるいは幸福を、永続させることが幸福感を高めるという。そのためには、現在の幸福を失うまいとするストレスがかかり続けており、それを克服することが課題となっている。山登りの例で言えば、より高い山を征服し続ける過程をさしていると考えれば、わかりやすい。

第三のステージは、今ある幸せを失って、それを乗り越え、「快」を取り戻す際の感動を味わうことにあるという。山登りの例で言えば、適切ではないかもしれないが、登山家が事故か何かで体が不自由になって、それにもかかわらず努力してエベレストに登頂するといったようなことであろうか。

そして、最後、第四のステージは、本当の悲しみの経験そのものに幸福があるとの考えだ。例として、キリストの山の上の教えや儒教の仁が挙げられている。間違った解釈かもしれないが、従来「快」というわかりやすいものを越えた、自分自身の価値を見出し、俗世間の「快」にとらわれなくなること、いわゆる高次の自己実現、あるいは宗教的に言えば悟りに近い幸福感を意味しているのではないだろうか。

#### 4. 脳が感じる幸福

一方、澤口（2002）は脳科学という観点からしあわせを考察している。それによれば人間が感じる幸せ感には二つの系統があるという。そのひとつがドーパミンなどの脳内物質がもたらす、高揚感、躍動感などで、人に情熱的な幸福を感じさせるものであり、もうひとつがセロトニンという脳内物質がもたらす、リラックス、癒しといった、人の心を満たす幸福を感じさせるものだという。ドーパミンが交感神経を刺激し、セロトニンが副交感神経に連動するといえればわかりやすいかもしれない。

澤口は、この二つの幸せとライフステージの関係を論じており、それはそれで興味深い。しかし、そこまでは踏み込まずにおくとして、人生の後期にはこれらの脳内物質の分泌が減少していくという。それを克服する幸せの方法は、結晶性知性だそうだ。知の蓄積を利用して、社会に有用な情報を提供することができる。これが高齢期のしあわせ感につながる。減衰するとはいえ、そこにはセロトニンがかかわっているという。

澤口の結論としては「・・・脳の中に何らかの見返りがなければ『社会のために還元する』などの行動はありえない、と考えます。その見返りとは、快感や喜びという報酬です・・・」なのだそうだ。経済学の効用関数なるものはやはり脳にあるということがわかる見解である。脳科学からすれば、倫理的消費というのは、生活者の脳内物質を通じて（主に）副交感神経を刺激する条件がそろったものということになるのであろうか。

また、この考えと前節でも一部紹介された先人の幸福論とを組み合わせると、具体的な個人の幸せをよりよく理解できるように思う。たとえばより多くの「快」を得るためには、事前のストレス（障害）がある方がよいという言明は、ドーパミンにしろ、セロトニンにしろ、事前の緊張状態からの変化が大きいほどより多くの脳内物質が分泌され、事前と事後の（副）交感神経の落差が大きいことが「快」の大きさにつながると理解できるのではないか。第一ステージから第三ステージの多くは“達成感”を得ることによる幸せであり、ドーパミン系の幸福感であり、第四ステージの悟りになれば、セロトニン系の幸せであることが多いのではないかという関連付けを行うことができる。

※図らずも、この議論は、脳科学とブランドの関係を論じた、CELレポート 31 号①、②と関連付けることができる。

#### 5. 幸福、快の背景にあるもの

生活者の生活満足の向上を図るためには、満足感や幸福感はいかなるものであるかについての考察が不可欠である。前の二つの節で、幸福に関する見解を見たが、これらを連結させることは可能であろうか。前二節での幸福をもたらすための鍵概念は「快」であった。快に関する見解も様々であるが、基本的にはギリシャから始まる、アリストテレス、快樂主義、ストア派、スコラ哲学という流れは、肯定するにしても否定するにしても「快」という概念を無視することはできなかつたし、近年、特に現在主流の経済学の基礎となっている効用とは、ベンサムの「最大多数の最大幸福」という理念の影響を強く受けているこ

とは間違いない。

その快の源はどこにあるのか？　そこで、今一度、新宮（1998）の視点を参考にしたい。新宮は、進化論の理念としての環境に合わせた適合性に目を向けている。すなわち、動物の、種の保存のための手段を考えると、“①子孫を生み出すこと、②自分自身が生きること、③危険から身を守ることであり、これらは生殖・生存・防衛の「本能」である”とする。“この三つの事柄をうまくやり遂げるようにするための最良の方法として、これらのいずれに対しても「快」というものが与えられている。・・・これらの三つを進んでやり遂げる欲望を刺激するために、「快」がこの三つの本能に付随している”と述べている。

確かに「快」につながる効用の多くは、生殖≒恋愛、生存≒衣食住、防衛≒競争での勝利や強さに結びついている。ある程度の恣意性を許容すれば、効用を得られるものは、全てそこに行き着くといっても過言ではなかろう。では、なぜ人はどうしようもないくらい太るまで食べてしまうのであろうか？　それは目的である生存に対して、むしろ逆効果になってしまっているのではないか。その際の、ポイントは、その快のメカニズムを悪用する人間の頭のよさであると筆者は考える。

「快」は本来、種が生き残る(生殖、生存、防衛)ための手段として生物に組み込まれたプログラムである。しかしながら、人間は賢さのゆえに、自分たちにそのようなプログラムが組み込まれていることに気づき、本来手段である「快」のプログラムを目的にしてしまった。すなわち、例えば食事は栄養補給のために、それができたときに「快」というほう美を与えるプログラムに属しているが、人間は快を得るために食事をするようになる。栄養補給という意味ではもう十分なのに、快を得るためにもっと食事をするを欲する。結果として、ノンカロリー食品など、生存という、本来の目的からすれば本末転倒な行動を起こすのが人間である。生存(衣食住)に限らず、生殖、競争(闘争)においても、豊かな(?)社会が本末転倒な、やりすぎの世界に陥っていることは言うまでもないであろう。

## 6. 「快」追求型幸福と倫理の関係

前節のような人間行動が持つ問題は何か？　一つは過度な「快」の追求により、本来、相互依存関係にある他者、あるいはその集合としての社会を崩壊させかねないリスクを背負うことである。希少な資源を、己の快の追求のために根絶やしにすることもあろう。優勝劣敗という仕組みの中、弱肉強食の勝者となっても、弱者が滅していくなれば、あるいは断末魔の最後の抵抗(反社会的行動)を試みるならば、己の生存を、少なくとも長期的には、かえって危うくしてしまいかねないという矛盾を抱えることにもなる。

もう一つは、手段と目的が転倒していることを直感的に理解し、それゆえの居心地の悪さを感じるということである。それには想像力が必要であり、共感を強調したアダムスミスをはじめとする識者は、そのような矛盾に気づき、それを抑制するためのツールとしての想像力の必要性を、その言葉に込めたかったのではないだろうか。

そのため、社会における人と人が共存するためのルールを求めるようになった。それが、

種の保存という、人間の本来の目的から考えて善であると判断したからなのだろうか？その発展形が、同情や思いやり、利他性につながっているのかもしれない。あるいは、あくまで“自己の”長期的利益という観点から、相互依存関係、互酬関係の重要性を認識し、その維持を善と考えたという面もある。いわゆる「啓発された自己利益」というものである。

そのようにとらえると、幸福論と倫理とのつながりが見えてくるように思う。幸福論の中には、享乐的な快を重視せず、アリストテレスに代表されるような、徳や知を、より上位の幸福とみなす理念が一方で存在している。文字通りストイックなストア派のように、宗教と結びついていることも多い。これはやはり、快のメカニズム（プログラム）の欺瞞、つまり、目的と手段を入れ替えることによる、幸福（≒快）の持続可能性に対する矛盾という問題に気づき、それを克服しようという発想と実践が、文化として培われてきた証左ではないだろうか。

そのため、幸福論は、常に「快のプログラム」に対する肯定、例えば、現代で言えば、（ベンサム的）功利主義の（DNAに組み込まれた？）強力な魅力にとらわれながらも、本来目的と手段との逆転が、矛盾を生まないような自制の強調も忘れられることはない。身も蓋もない言い方をすれば、結局のところ、両者のバランスをとることが落としどころとしての回答である。いわゆる“中庸”の重視というのは、実践的な知恵と考えることができるであろう。

## 7. 倫理的消費の可能性と活用

以上、倫理的消費に関心を持ち、それが（ベンサム的）功利主義的論理で構成されている理論では捉えきれない面があること、それを理解するためには、理論のもととなっている、「効用」という概念（評価基準）に踏み込む必要があると主張した。具体的には、効用≒快とは何なのか、それを得ることが幸福なのか、そもそも幸福とはどのようなものなのかということに関し、歴史をさかのぼってみた。

その結果、もともとは種の保存という本能に組み込まれた報酬系、ご褒美としての快を得るプログラムが存在しているところに、人間がその快のプログラムを悪用？した。すなわち、目的（種の保存、生き残り）と手段（快獲得プログラム）の関係を壊し、快そのものを目的とすること、快を得ることを“幸福”としてしまったのではないかという考えを提示した。

一方で、快追求型幸福では納得できないだけの知性・理性を人間は持っている、その欺瞞や矛盾（社会の持続可能性への障害）を克服するための処方箋として、倫理という社会共存のためのルールを必要としたのではないかと論じた。その文脈の延長で言えば、倫理的消費というのは、そのような知を背景に動機付けられて実践される消費行動と位置づけることができよう。

冒頭でも述べたように、環境やエネルギー、社会格差や経済の成熟化など、社会の矛盾

や課題が大きくなるほど、人間の知性や理性が刺激され、倫理的消費に対する関心や共感が高まるのが予想できる。現在の、少なくとも意識の上での関心の高まりはそれと整合的である。

しかしながら、関心は高く（理性）でも、実際には、「快」プログラムの強烈的な魅力に打ち勝つのは並大抵ではない。現実的には、享樂的快に流されていることの方が多いのが人間であろう。孟子の性善説、荀子の性悪説がよく対照され、“現実的”には人間の本性に根深く存在する、利己心に基づいた制度や制約を課す政策が実効的であることも、それを表す一つの事例である。伝統的な経済学も、基本的には性悪説を基本としており、やはり力関係でいえば、快追求プログラムの威力の大きさは否定できない。

逆にそれだからこそ、中庸を実現するために

は、弱い力としての倫理を高める必要がある。

その方法は、今述べたように、人間の快追求の

	全体	1 そう思う< あてはまる >	2 どちらかとい えばそう 思う<あて はまる>	3 どちらともい えない	4 どちらかとい えばそう 思わない< あてはまら ない>	5 そう思わな い<あては まらない>
ほとんどの人は基本的に善 良で親切である	5985 100	163 2.7	1760 29.4	2613 43.7	1086 18.1	363 6.1

“仕組み”を理解することで、会を求める幸福感を個人の中で相対化することである。単に、価値観の定まった大人に対して、倫理、倫理と、こうするべき論を口うるさく述べてもあまり効果はないであろう（幼い子供に対するしつけについてはそれとは異なり、重要である）。むしろ、自分が追い求めている快が、実を言えば、快プログラムの悪用であり、虚ろな存在であることを“理解”することが最も効果的であるように考える。人間の生活と切り離せない宗教という文化も、同様の効果を意図して営まれていると見ることもできるであろうし、書店に山ほどある幸せ本（考え方一つで、あなたは幸せになれるということをやったような本）も発想の転換というものを促すという意味では類似のものであるように思う。

今後の経済学においても、効用関数をそのままブラックボックスとしてとらえ、価値中立性と客観性を堅持することで科学性を重視する分野があってもよいが、一方では効用関数を、「特性」と「生き方の実現」という形に分解（？）し、善き生（well-being）のあり方を論じるセンのようなアプローチも、今後もっと光を当てられていくべきだと考えている。行動経済学のような、非合理的な判断を現実に行う人間像を仮定することで、消費や生活に関する多くの知見が、倫理という切り口からも豊かに蓄積していくことが期待できるのではないかと。そのような可能性に対して開かれた学問としての経済学に期待したい。同時に、そのような理論を背景とした実践的な倫理的消費、それにかかわる消費者行動が広がり、“倫理性を持った”効用を基礎とする社会的余剰が大きくなることで、社会的課題がますます大きくなる今世紀の日本、世界における、あるべき方向性であると考えている。

本稿は、今述べたような問題意識を表したに過ぎないが、今後、幸福感や倫理が実際の消費者行動、生活者の行動や思いにかかわっていくのか、あるいは、どのような消費が社会の余剰を高めるといった視点に照らして望ましく、どのような仕組みや工夫がありえるのかということに関して、データなども踏まえながら、考察していきたい。

以上



<参考文献>

- 川本隆史編著（2005）「応用倫理学講義 4 経済」岩波書店  
菊池理夫（2007）「日本をよみがえらせる政治思想」講談社  
澤口俊幸（2002）「幸せを脳科学する」『しあわせを感じる技術』東洋経済新報社  
新宮秀夫（1998）「幸福ということ エネルギー社会工学の視点から」NHKブックス  
山脇直司（2002）「経済の倫理学」丸善株式会社

※本文中にある2つの表は、大阪ガス（株）エネルギー・文化研究所「生活意識に関するアンケート」（2007/3実施、インターネット・アンケート調査・マクロミル）のデータを用いて作成している。