

# ウェルビーイング実現のための

## 倫理的消費に

豊田 尚吾

Written by Shogo Toyota

### はじめに

倫理的消費あるいはエシカル消費と聞いて違和感を持つ方も多いだろう。倫理という言葉はあまり消費と組み合わせがいいとはいえず、少なからず誤解を生んでしまう。筆者は倫理的消費というものが非常に重要な意味や可能性を持っていると考えている。しかし、ある場所で「倫理的消費という言葉」に対する激しい反発に直面し、それ以来、「責任ある消費」と言い換えて同じテーマを論じてきた、という経験を持っている。しかし、次第に「倫理的消費」が一般に受け入れられ始めているという認識もあり、今回、季刊誌「CEL」のテーマとした。実際にはまだそれほど広く認知されているわけではなく、グローバルに通用する厳密な定義

が存在するという点でもない。そこで、次節では議論のための共通の土俵を作るために、倫理的消費とは何かについて、本稿としての定義を明確にする。

その上で、筆者が倫理的消費に関してどのような検討を行ってきたのかに紹介する。それを通じて今まで提示してきた論点

### 倫理とは、倫理的消費とは

筆者は2001年ごろから消費と倫理の関係に関心を持ち、07年ごろから倫理的消費という言葉を用いてきた。その際、倫理という、知ってはいるけれども日常的に使うこと

を明らかにする。それらをつまみ、現在、倫理的消費の何が重要であるのかについての考えを示す。特に、消費の主体である、消費者、あるいは生活者にとつての目的をウェルビーイング(善き生、善い生き方。以下ウェルビーイングで統一)の実現、あるいはその向上という目で見ただけの場合に、倫理的消費という考え方や行動がそれに大きく貢献する可能性を持っていることを主張するのが拙稿での目的である。

はあまりない言葉を、消費者がどのように理解するかによって、倫理的消費がどう受け取られるかが大きく変わってしまう。したがって、このことについて語る場合には、必ず、

倫理および倫理的消費の「定義」を明確にすることを常としてきた。

通常、倫理というと、道徳とほぼ同じ意味で捉えられることが多い。そして、日本では戦前の修身などと関係付けられるのか、個人の自由を制限したり、強制されたりするイメージを持たれる場合が少なくない。非現実的な奇麗事だとか、建前だとかと受け取られる場合もある。倫理という言葉に直感的に反発を感じる人も多いようだ。

しかし、ここで意味している倫理とはそのようなものではない。塩野谷(2002)の言葉を借りれば、倫理とは「社会における個々の対他関係にかかわって、個々人の間の対立を超えて、個々人の共存を可能にする規範」に他ならない。つまりルールだ。

当たり前だが、人は一人では生きていけない。「共存する」という、私たちの生活にとっての必要条件を満たす、あるいは維持するためには何らかのルールが必要だ。そして共存を「目的」として明確に定め、それを実現するように取り組む必要がある。倫理という言葉にはそのような意味が込められているということをもまずは共通認識としたい。

逆にいえば、倫理を強調するということは、現在を含む将来において、社会の持続可能性が脅かされているのではないか、という強い懸念を持っているということの意味する。もしそれが射的を射ているのならば、私たちは倫理をキ

ワードに、今までは異なった社会の仕組みを作っていかねければならないはずだ。

このような問題意識のもと、前述の塩野谷(2002)を基礎として、拙稿では倫理をより分かりやすく「社会の持続可能性を維持するために必要な『ルール』とする。そして倫理的消費を「社会を構成する人々が共存するためのルールに即した消費」と定義して話を進めたい。もちろんこれが国際的に標準の定義ではないし、倫理的消費が具体的に、ど

## 倫理的消費に関する取り組み

次節で倫理的消費とウェルビーイングに関する考察を行うため、ここでは今までに筆者が倫理的消費に関して取り組んだ経緯と、そこで提示した論点を紹介する。

### ① 倫理的消費の考察(08年まで)

倫理的消費という言葉が直接用いているわけではないものの、01年の「消費の活性化とは『消費の質』を高めること」(東洋経済新報社 高橋亀吉賞 佳作受賞論文)では、消費には「消費する能力」と「倫理性」が必要だと主張した。それは経済学者アマルティア・センの潜在能力とウェルビーイングの考えに啓発されたものであり、その基本的考え方は現在においても変わっていない。

のような財・サービスを対象にしているのかを確定しているわけではない。

まだまだ曖昧さを残した概念ではあるものの、具体的に何が倫理的消費なのかという議論をし始めると論じたいことからそれとしま(くわしくは今号のコールバック氏との対談をご参照願いたい)。したがって、それが重要な課題であることは認めつつ、本稿ではウェルビーイングとの関連に絞って話を進めたい。

実際に倫理的消費という言葉を用いて論じているのは、大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所(以下、CEL)の発行する「CELレポート」31号(08年)に掲載した「倫理的消費に関する基礎的考察(試論)」からである。

ここでは、倫理的消費を理解するためには、「効用としての快」と「幸福」との違いについて考える必要があることを主張した。即ち、人が追い求める、生きる上での目的(種の保存、生き残り)と、それを実現するための手段(快獲得プログラム)の関係がくずれ、「手段」である快そのものを「目的」と取り違えてしまったのではないか。つまり、快を得ることを「幸福」としてしまったのではないかと論じた。

一方で、快を追求することで得られる幸福（のよなもの）が持っている欺瞞や矛盾（社会の持続可能性への障害）に対して、違和感を持つだけの知性・理性を人間は持っている。そして、それ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、ということの問題意識として提示した。

そして必要なのは、人間の快追求の“仕組み”を説明することで、快を求める幸福感を個人の中で客観視することであり、自分が追い求めている快が、実をいえば、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と主張した。

08年に新聞紙上で連載した「半歩先を見る生活者論 倫理的消費（1）〜（11）」では、いくつかの具体的事例を挙げつつ、自分の生活は周りの人々との共存があつてこそ成り立つということを再確認する必要がある、と述べた。その上で、それを守るために消費者として何らかの貢献をすべきだという発想（消費者の社会的責任）が、倫理的消費の基礎となることを主張した。

通常の市場取引では、財の機能と価格という情報だけでその需要と供給が決定される、非常に効率的な仕組みを持っている。しかし、その財が誰によって、どのように作られたのかということまで、需要するかどうかの判断の材料とすることに意味があるかもしれない。

それは市場メカニズムの持つ効率性がある程度犠牲にしつつ、それ以上の価値を得ることができるといった情報多消費型の取引である。このような考えを“地域通貨”の考察において提示したのであるが、倫理的消費も同様の機能を持っているといえるだろうと述べた。

全国消費者フォーラム（08年）では「消費の倫理性と倫理的消費の可能性を考える」というテーマで報告を行った。社会の課題として、人間は過少な利他心しか持たない。したがって、大地震などの非日常的な刺激がなければ、なかなか倫理的消費に関わろうという気持ちがおきない。もしあったとしても、それは一過性のものであり、持続しにくいという問題があることを指摘した。その解消方法として、「あるべき自分像」を明確に認識することにより、それと実際の自分のギャップを認知し、その解消を促すことが効果的だと述べた。

また、そのような仕掛け作りを継続していくためには自己を客観的に認知する能力、即ちメタ認知能力を開発する必要がある。そしてメタ認知能力は、個人の価値観の多様性を確保し、より高度な自己の確立に資するとも主張した。加えて、実際に倫理的消費に携わった生活者が現場で経験する気づきの重要性についても強調した。

08年の生活経済学会関西部会では「倫理的消費の可能性と課題」という報告を行った。

関連する先行研究などをレビューしつつ、環境配慮商品や、ホームレス支援のための消費など、倫理的消費の具体例を示した。そのような個々の倫理的消費財に対する態度を生活意識調査によって確認するとともに、意識としては肯定的であっても、実際の行動にはなかなかつながらないという問題点を指摘した。

加えてFishbein & Ajzen (1975)の熟慮行動理論 (TRA: theory of reasoned action) および Ajzen & Fishbein (2005)の計画行動理論 (TPB: theory of planned behavior) を利用してモデル分析を行った。結果として、①個人の判断の中で倫理的消費が良いものであるという納得と、②それに沿った行為は社会に受け入れられる、あるいは逆にそれに反する行為は批判されるという規範意識、さらには、③実行が困難なものではなく、容易であるという認識を持つことが、倫理的消費を行おうという意図に影響するという可能性を計量的に示した。また、そのような意図が実際の行動に結びつくことも確認した。

「CELレポート」34号(08年)に掲載した「倫理的消費『コミュニティと自警団』」では自警団という活動も自分の時間を社会の安全維持のために使うという意味で一種の倫理的消費であるとの理解のもと、自治体の生活安全条例や地域との関わりについての生活者の意識などとともにその可能性について論じた。

## ② 持続可能な消費の考察(09年以降)

09年からは冒頭で述べたように、倫理的消費を責任ある消費と表現を変え論じている。やや内容が専門分野に入り込んでいるため、ここでは詳細な説明は行わず、簡単な紹介のみに止める。

09年の生活経済学会では「責任ある消費者の意思決定に関するデータ分析」という報告を行った。ここでは新しくデータを取り直し、前項の計画行動理論に加え、環境(社会)配慮行動の2段階モデル、環境(社会)配慮行動の二重動機モデルという3つのモデルに対し、カーボンオフセット製品の購入など、9つの責任ある消費(倫理的消費)行動がフィットするかどうかの検証を行っている。

それによって、いくつかの財についてモデルが妥当であるとの結果を得た。また、こうあるべきという信念である、主観的規範要因が比較的強く影響していること、財によって各パラメータの数値がそれほど大きく異なるらないなどの事実を確認した。これは、意識はされなくとも、倫理的消費という概念に近い「カテゴリー」が消費者の頭の中に存在する可能性を示唆している。

同年の日本経済学会では「責任ある消費者の消費意思決定と消費行動に関する構造分析」行動理論モデルを用いた「データ分析」という報告を行った。これは09年の生活経済学会での内容に加え、利用したデータ(回答

者)が異なる集団からなっているのではないかとこの仮説のもと、それぞれの集団が持つ特徴と意思決定構造の違いがあるかどうかを見るものである(多母集団の同時分析)。実証分析により、若者の方が、意図と行動に乖離が大きい、つまり、倫理的消費に肯定的で実行しようと考えても、実際の行動には結びつきにくいという結果を得た。

10年の生活経済学会では「責任ある消費者の意思決定と消費行動に関するデータ分析」多母集団の同時分析」という報告を行った。ここでは09年の報告で用いた3つのモデルを統合した新しいモデルを提示し、その妥当性をフェアトレード商品の購入を例に実証分析を行った。若干の問題はあるものの、一応、統計的にも妥当なモデルが構築できたと判断し、それを採用することとした(図1)。

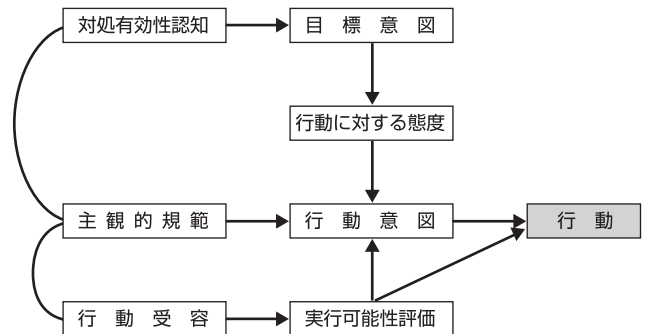
その上で、多母集団の同時分析を行った。結果として、他者に助けられた経験や宗教的関心が倫理的消費に影響を与えるなどの発見があった。事前に責任ある消費(倫理的消費)に関する良い情報や悪い情報を提供した

## 倫理的消費とウェルビーイング

以上、見てきたように、倫理的消費は人々の共存を可能にするような、社会の基盤形成に資する行動である。しかし、それ故に消費

者の倫理的消費に対する(くしよという)意図が行動に結びつきにくいという課題が発生する。これは経済学の立場からいえば当

図1 統合モデル



ときの違いについても実験的方法を用いて実証分析を行い、その影響の存在を確認した。他にも関連する論考として、「CELEディスカッションペーパー」の(10-09)「生活者が持つ『倫理』に対するイメージの分析(I)」および(10-10)「同(II)」、季刊誌「CEL」96号「社会的責任の背景にある倫理・正義・善」などもあるが省略する。

然だといえる。なぜなら、社会基盤の維持に資する行動ということは、そのためにコストがかかっていることを意味し、倫理的消費においては消費者がその負担者になる。消費者が合理的経済人であり、自らの「効用を最大化」するような消費選択を行うのであれば、自分の持つ資源（お金など）を自分以外の社会のために使うことは「目的」に反する。結果として、そのような行動は控えられることになるからだ。

このような、いわゆる外部経済性を持つ財は市場ではうまく供給されず、政府のような公的組織が税金などを徴収して需要（喚起）することが必要だ、というのが教科書的な答えである。しかし、実際には政府の財政上の制約などから、現在そのような政策の余地は乏しくなっている。それを補う存在の一つがNPO（非営利組織）である。

NPOは営利を目的としていないという意味で、経済学の枠組みに乗せにくい存在だ。しかし、事実、それによって公的サービスといえるような供給の一部が賄われている。生活者も、全部とはいわず、部分的にはあってもそのような機能を引き受けることが可能なのではないか。その一つが倫理的消費に対する積極的な関わり合いだと考えることができる。

確かに、合理的な個人にとっては、他者に恩恵が漏れていくような財やサービスを積

極的に、場合によっては優先的に需要することは賢いとはいえないかもしれない。しかし、実際のデータを分析すると、そのような無駄な（？）消費行動を実践する消費者は存在するし、それも単なる気まぐれではなく、構造的な要因が確認される場合もある。それはなぜか。

一つの答えは、消費者の意思決定のシステムが効用最大化でない場合があるということだ。消費者を効用のマキシマイザー（最大化しようとする消費者）ではなく、効用のサティスファイサー（満足化しようとする消費者）と捉えようとする考え方もある。そうであるならば、効用ではなく、ウエルビーイングの向上を消費意思決定の基準とする、あるいは影響を考慮する消費者がいても不思議ではないだろう。

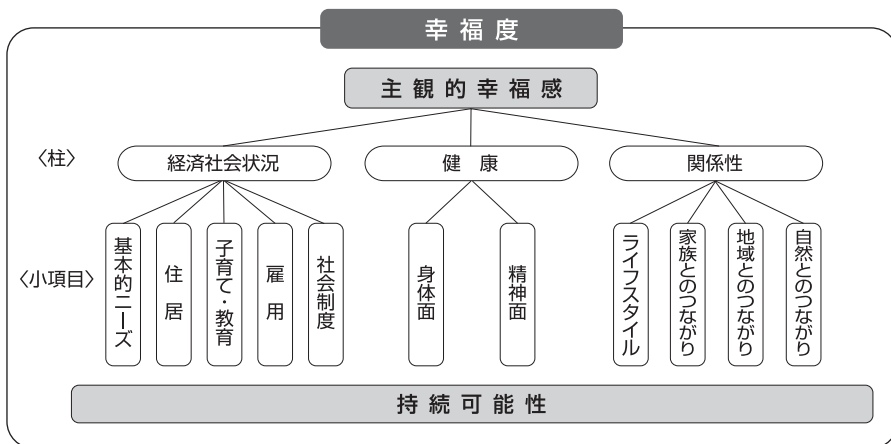
実際にそれはそんなに非現実的なことではない。イギリスでは一部の倫理的消費財は当たり前前の存在になっているという。ではそれはもう少し広い意味で消費者のスタンダードになり得るのであるか。

筆者の考えはある程度可能であるというものだ。現在、世界的にウエルビーイング、あるいは幸福（主に主観的幸福感）に関する研究、取り組みが進んでいて、かなりの蓄積が存在する。最近では09年のフランス政府によるステイグリッツ報告や11年OECD報告書の「better life index」が有名である。日

本でも内閣府の「幸福度に関する研究会」という、同様の取り組みがある。それぞれ多様な尺度を幸福、あるいは福祉の尺度として提案している（図2）。

そのような多様なウエルビーイングの概念を前提として取り入れた消費者の意思決定は、合理的経済人の効用最大化を目指す消

図2 幸福の多様性



出所) 内閣府「幸福度に関する研究会」報告

費選択とは異なるであろう。経済的な意味で効率的ではなくとも、それとは異なる価値が豊かに存在すると考えれば、その選択を愚かと評することは適切ではない。

とはいえ、今まではそのような選択は大きくは広がらない、例外的事象(アノマリー)として処理されてきたという現実がある。幸福を実現する多様な尺度が受け入れられ、倫理的消費がアノマリーではなくなる可能性はあるのだろうか。

そこで参考になるのが11年11月、国王が来日した際にも話題になった、ブータンのGNH (Gross National Happiness=国民総幸福)である。とはいえ、日本とは全く異なる国の制度をそのまま取り入れるべきなどということはいうつもりはない。日本人である私たちが重視すべきなのは、GNHという指標の中身そのものよりも、その背景にある思想である。関西大学の草郷孝好教授によれば、環境の保全(ブータンの豊かな生態系環境を守り続けること)といったGNHを支える4本の柱があり、それは輪廻転生などを信じるチベット仏教の強い影響を受けているということだ。つまり、最初に明確な思想や理念があるか

らこそ、それに基づいたルールや評価方法がしっかりと定められるということなのである。私たちにとつてのウエルビーイングとは何か、その「独自の理念」を持たない限り、汎用性のある目標、多くは経済的な豊かさに偏重した社会を目指さざるを得ない。そして、結局それに基づいた社会のルールが整備されていくことになってしまうのだ。

もし、ウエルビーイングについて真剣に考えようという姿勢が社会にあるのなら、議論や検討する材料は現在様々なところから生産されている。もちろん、昔からの豊富な蓄積もある。そのような材料をもとに、ウエルビーイングに関する哲学が分厚く蓄積されることで、倫理的消費の非現実性がリアリティのある存在に変わっていくはずだ。

それを地道に続けることが、昔ながらの目標(もちろん、依然として、例えば経済の成長が重要な価値の一つであることは間違いない。それを否定することは適切ではない)だけにこだわり、閉塞状況からなかなか抜け出せない日本社会を変え、希望をもたらしすことにつながる。生活者の重要な営みである消費。そこにある倫理的消費というテーマは、

そのような取り組みの典型例として重要でもあり、可能性もある。参考にすべき情報や事例は日本の中にも、世界各地にも様々に存在するのである。

(大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所研究員)

#### 参考文献

- ・Aizen, I. & Fishbein, M. (2005), The influence of attitudes on behavior, The handbook of attitudes, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp173-221.
- ・Ohmoto, S. & Hirose, Y. (2007), The dual-process of reactive and intentional decision-making involved in eco-friendly behavior, Journal of Environmental Psychology, 27, pp117-125.
- ・塩野谷祐一(2002)『経済と倫理 福祉国家の哲学』東京大学出版会
- ・豊田尚吾(2008)「倫理的消費の可能性と課題」生活経済学会関西西部会2008年度研究大会報告
- ・豊田尚吾(2009a)「責任ある消費者の意志決定に関するデータ分析」生活経済学会2009年度第25回研究大会報告
- ・豊田尚吾(2009b)「責任ある消費者の消費意志決定と消費行動に関する構造分析」行動理論モデルを用いたデータ分析」日本経済学会2009年度秋期大会報告
- ・豊田尚吾(2010)「責任ある消費者の意思決定と消費行動に関するデータ分析」多母集団の同時分析」生活経済学会2010年度第25回研究大会報告
- ・広瀬幸雄(1994)「環境配慮行動の規定因について」社会心理学研究(10), 44-55頁