

倫理的

エシカルな生活者とは

環境や相互扶助など社会のあり方に配慮し消費活動を行う、新しい価値観として注目されるキーワード「エシカル」。「エシカル」を軸に生活することで、個人がよりよい生き方を実現し、成熟した社会になるのではないか――。6000人を対象としたネット調査結果から、エシカルな生活者の実像を探る。

ネット調査結果をもとに考察する

日本エシカル推進協議会設立

本年5月30日、日本エシカル推進協議会が発足した。エシカルを訳せば「倫理的」であり、実際道徳の規範となる原理を意味している。しかし、この説明はわかりにくく、人によっては押しつけがましい言葉として受け取られることもある。したがって筆者は通常、倫理を「社会の持続可能性を維持するために必要なルール」だと説明している。日本エシカル推進協議会の設立趣意

書では「地球の環境と社会のあり方を新しい概念であり、価値観でもある『エシカル』（倫理、良心）をキーワードに洗い直し、塗り替えて、地球の環境と社会が共生し、融け合える不滅の共生文明圏を再構築していくこと」を目的とするとうたっている。具体的な活動例として、地球環境や人権を意識した資材購買・調達などを実現するための「エシカル購入ガイドライン」の検討がある。また2020年開催予定の東京オリンピック&パラリンピックを、人と環境にやさしいエシカルな催しで

ある「エシカル・オリンピック&パラリンピック」にしていこうという活動もある。加えて、それを契機に東京をエシカルタウン化し、日本全国に波及させていくことも提案している。他にもエシカル度評価法の確立やエシカルファッション賞といった包括的な振興策などが例示されている。代表は山本良一（東京大学名誉教授、筆者も本協議会設立発起人114人のなかのひとりである）。

かつて情報誌『CEL』では第98号（2012年1月発行）で「倫理的消

費―持続可能な社会へのアクション」という特集を組み、筆者も「ウェルビーイング実現のための倫理的消費に」を寄稿している（ちなみに、ここでは倫理的消費の定義を「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」としている）。

このようなことも含め近年、エネルギー・環境制約の問題、人権やダイバーシティ（人の多様性）に対する意識の向上、社会の参加者としての責任意識の高まりなどにより、互酬性や相互依存関係の効用、他者配慮の重要性が少しずつ世の中に認められつつあるように感じている。

そこで拙稿では、生活者に対する最新の意識調査データ（*1）を用いて、エシカル（倫理的）な生活者の実態、意識構造などを示し考察を行う。

全体の約半分 ―エシカルな生活者の存在

まずエシカルに関連するキーワードの認知を確認した。キーワードとは「フェアトレード（*2）」「地産地消」「倫理的消費（エシカル消費）」などである。「よく知っている」「ある程度知っている」の合計が全体の何%であるかをその語の認知度と定義して過去数年間の

推移を見ると、総じて変化がないことがわかった。

「地産地消」は2008年の62%から74%と増加し一般への定着が見られるものの、倫理的消費は6.5%程度、社会的責任投資（SRI）やソーシャルキャピタル（社会関係資本）は13%程度、フェアトレードは32%程度の認知度で、ここ数年はほぼ横ばいである。CSR（企業の社会的責任）や地域通貨など、認知度が低下している言葉もある。これらのことから、総じてエシカルに対する関心や理解が大きく進展しているとはいえない状況と判断できる。

Chart 1

日常の活動に関する13の質問

Q1	自然や環境に損害を与えないような付加価値のついた商品・サービスの購入	♥
Q2	地元で採れた野菜や商品の購入	♥
Q3	有機栽培や無農薬・減農薬の野菜や商品の購入	♥
Q4	東日本大震災被災地産の商品・サービスの購入	♥
Q5	ハンディキャップのある方や途上国の子ども支援などの付加価値がついた商品・サービスの購入	♥
Q6	フェアトレード商品の購入	♥
Q7	東日本大震災被災地復興支援のための寄付	♥
Q8	社会的に糾弾された企業のつくる製品を買わない	♥
Q9	東日本大震災被災地支援のためのボランティア活動	◆
Q10	東日本大震災被災地支援のための旅行	◆
Q11	地域内でのボランティア活動	♠
Q12	町内会(自治会)活動	♠
Q13	趣味のサークル参加	♠

6000人の回答結果をもとに因子分析を行い、得られた3つの潜在的な心理要因を「エシカル消費因子」、「東北支援行動因子」、「地元活動因子」と名付けた。

- ♥ =エシカル消費因子からの負荷量が高い質問項目
- ◆ =東北支援行動因子からの負荷量が高い質問項目
- ♠ =地元活動因子からの負荷量が高い質問項目

Chart 2

生活行動から見る4グループ

	エシカル消費因子	東北支援行動因子	地元活動因子
エシカル消費者 1478人	◎	×	×
地元活動者 995人	△	×	◎
東北支援活動者 406人	○	◎	○
無関心者 3121人	××	×	×

Chart 1の回答から抽出した3つの因子をもとに、個人別の因子得点を計算し、クラスター分析を行って4つのグループに分けた。各グループ内の因子得点平均値の高低をもとに◎、○、△、×、××の記号を付けた。

次に、日常の行動から、生活者をエシカルという観点でグループ分けすることとした。

まず、「あなたはこの1年で以下のような行為を行いましたか。―地元で採れた野菜や商品の購入（地産地消）」など日ごろの活動について13の質問を行った。その回答結果をもとに因子分析を行い、得られた3つの潜在的な心理要因を「エシカル消費因子」「東北支援行動因子」「地元活動因子」と名付けた。それぞれの因子と質問との関係はChart 1の通りである。さらにこの3つの因子の得点を回答者ごとに計算し、それをもとにクラスター分析を行った。その結果を用いて、回答者を4つのグループに分けた。各因子得点のグループ内平均値をもとに「エシカル消費者」「地元活動者」「東北支援活動者」「無関心者」と名付けた（各グループの因子別特徴はChart 2を参照）。前の3つのグループが「エシカルな生活者」である。

各グループの持つ特徴をまとめると、次のようになる。

〈性別〉エシカル消費者は女性が3分の2を占め、東北支援活動者、無関心者は60%近くを男性が占める。

〈年齢〉エシカル消費者、地元活動者は年齢層の高い人、東北支援活動者、無関心者は年齢層の低い人が多い。

〈所得金額〉エシカル消費者、地元活動者は年間所得1000万円前後の層が多く、無関心者は所得の低い人が相対的に多いもの、大きな差ではない。

認知度で代替）、⑤他者配慮に関する自己評価（利他性「他者への思いやりと行動力」）、社会に対する態度（⑥私は正義を愛し、不正を許さない、公正人である）、⑦自己責任の覚悟を前提とした自由な社会が望ましい）、社会に対する責任意識（⑧地域全体の福祉向上のため、自分も何か貢献すべきである）、⑨地域コミュニティの維持に関する問題解決に、自分は責任がある）、パーソナリティ（⑩誠実性、⑪神経症傾向、⑫開放性、⑬外向性、⑭協調性）である（*3）。

結果として、エシカルな消費行動に影響力の大きな要因は、年齢、性別、地域貢献意識、誠実性、開放性、エシカル消費関心度などがわかかった（Chart 3）。

潜在的 エシカル生活者の 活性化を

これまでのデータ分析により、エシカル消費行動は、年齢などの社会環境要因、社会と自分の関係についての考え方、性格要因などが複合的に影響して導かれるのではないかと示唆を得た。因果関係を明確にしたわけではないので、このボタンを押せばエシカル生活意識が高まったり、エシカル行動が促進されたりといった簡単な答えがあるわけではないが、いくつかのポイントは見つけられたように思う。例えば、エシカルな生活が望ましい

〈生活実感〉エシカル消費者、地元活動者は生活にまずまず満足している層、東北支援活動者は満足度の非常に高い層、無関心者は満足度の低い層が相対的に多い。

買い物機会の多い女性にエシカル「消費者」が多いのは当然かもしれない。それでも男性の倍以上のシェアを占めているということは、その理由を検討してみる価値がある。総じて生活に余裕があったり、満足したりしている人がエシカルに積極的な関わりを持っていることがわかった。しかし、もう少し細かく見ると、地元活動を重視する回答者は人間関係への関心や満足度が高いなど、それぞれの特徴が表れている。以上が、データから導き出した「エシカルな生活者」の実態である。

エシカル消費行動の 背景にある 多様な要因

では、エシカルな消費行動は、どのような要因に影響を受けているのだろうか？ これを検討するために、前節で計算した各個人のエシカル消費因子得点を被説明変数とし、これまでの検討や既存の研究の蓄積から、エシカル消費行動と関連があると思われる要因を説明変数とし、一般的な重回帰分析を行った。

具体的な要因（説明変数）は①性別、②年齢、③所得、④エシカル消費への関心度（エシカル消費という言葉に対する

という社会的な合意がなされ、エシカル行動を社会として促進しようとするのならば、まずは生活者の4分の1から半分程度存在するエシカル生活者候補に対して、適切な情報発信などのエシカル・コミュニケーションを行うことが効果的ではないか、などといったことである。

ここでは取り上げなかったが、主観的な幸福感とのプラスの関係も見られる。今後もエシカルが生活者のウェルビーイング（よい生き方）実現のための重要なキーワードになるのではないかと問題意識は維持していきたい。冒頭の日本エシカル推進協議会などの活動を通じ、エシカルな生活者が活性化すれば、また違った日本の成熟社会像が見えてくるはずだ。

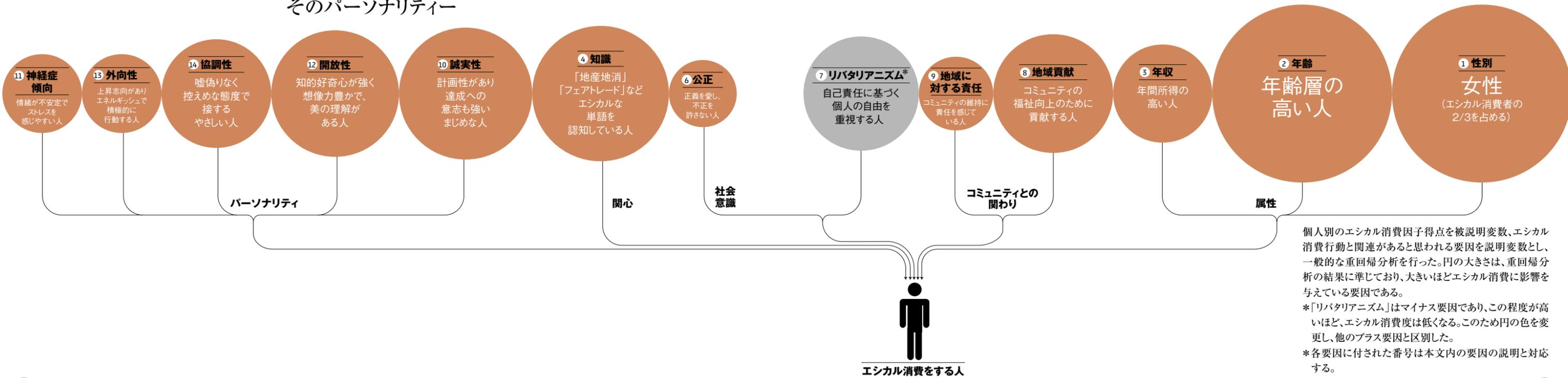
（*1）大阪ガス㈱エネルギー・文化研究所「ライフスタイルに関するアンケート」（2014年3月実施）…調査人数6000人（国勢調査に準じた人口割5000人+20歳代回答者1000人）、調査実施会社…㈱マクロミル。

（*2）フェアトレード・①目的「発展途上国で、弱い立場にいて生活の苦しい生産者や労働者の生活向上や自立を目指すため」②「具体的行動」発展途上国の原料や製品を不当に安い値段で買ひ叩かず、適正な価格で継続的に購入すること。

（*3）①性別（女性1とするダミー変数）、②年齢（実年齢数値）、③所得（世帯年収100万円未満から1億円以上まで20のカテゴリ数値）、④エシカル消費（よく知っている）から「聞いたことがない」まで4段階、⑤利他性（同年代の最低レベル、同年代の最高レベルまで7段階）、⑥公正人（「そう思う」から「そう思わない」まで5段階）、⑦自由な社会が望ましい（10年後のあるべき社会に「同意」するダミー変数）、⑧地域全体のため貢献すべき（「そう思う」から「そう思わない」まで5段階）、⑨地域コミュニティの維持に責任がある（「そう思う」から「そう思わない」まで5段階）、⑩外向性、⑪協調性、心理学におけるビッグ5といわれる要因、⑫のデータから構成した合成変数で平均値0に標準化したスケール尺度。説明変数に主観的評価が入っているため、パーソナリティを要因とする見せかけの相関を低減させるために採用。

Chart 3
エシカル消費をするのはどんな人？

アンケートから見えてきた エシカル消費を規定する要因と そのパーソナリティ



個人別のエシカル消費因子得点を被説明変数、エシカル消費行動と関連があると思われる要因を説明変数とし、一般的な重回帰分析を行った。円の大きさは、重回帰分析の結果に準じており、大きいほどエシカル消費に影響を与えている要因である。

*「リバタリアニズム」はマイナス要因であり、この程度が高いほど、エシカル消費度は低くなる。このため円の色を変更し、他のプラス要因と区別した。

*各要因に付された番号は本文内の要因の説明と対応する。