

農林水産分野におけるエシカル消費に係る研究動向

食料領域 主任研究官 國井 大輔

1. はじめに

皆さんは普段買い物をするときに、どのような判断基準で商品を選んでいるでしょうか。値段やブランドなど様々な判断基準がありますが、最近では「エシカル（倫理的）」という基準も話題に上がるようになりました。消費者が社会や環境に配慮した商品などを優先して購入したり、また配慮をしていない商品の購入を避けたりする消費行動である「エシカル消費」は、我が国では2011年の東日本大震災以降に特に注目されるようになりました。一方、海外では1989年に「エシカルコンシューマー」という専門誌がイギリスで創刊されて以降、欧米を中心にすでに広く浸透しています（「倫理的消費」調査研究会（2017））。また、2015年の国連サミットで採択された持続可能な開発目標（SDGs）では、2030年にむけて国際社会全体で取り組む17のゴールとそれに付随する169のターゲットを決めました。その目標12の「持続可能な生産消費形態を確保する」は、エシカル消費に関連する取組であり、エシカル消費の重要性が世界的に高まっています。

そこで本稿では、まずエシカル消費の定義を簡単に整理し、その後農林水産業を一つの切り口として、エシカル消費に関する主な研究動向を紹介した後、新しい視点についても紹介します。

2. エシカル消費とは

我が国では、エシカル消費は、消費者基本計画（2015年3月24日閣議決定）の中で「地域活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」と定義されており、それを踏まえ「倫理的消費」調査研究会（2017）では、持続可能な社会の形成に向けて、事業者や行政だけでなく消費者の行動も欠かせないとして、消費者の理解、行動を喚起しています。また、山本（2017）はエシカル消費の具体例を「環境への配慮」、「社会への配慮」及び「地域への配慮」というカテゴリーで分類しており、Rockstrom and SukhdevはSDGsの各目標につ

いて、その関連性をわかりやすく表現する図を考案し（source: <https://www.stockholmresilience.org>（2019年2月1日アクセス確認））、経済は社会に、社会は環境に支えられているという概念を整理しています。このRockstrom and Sukhdevの図と山本（2017）の分類を合わせて考えると、環境・社会・地域へ配慮した商品、つまりSDGsを考慮した商品の購入は、SDGsの目標達成に貢献することであり、エシカル消費を通じて私たちの購買行動と持続可能な社会の形成が結びついていることがわかります。

3. 農林水産業における研究動向

エシカル消費に関する主要な研究テーマは消費行動であり、農業経済学の分野では、消費者の消費嗜好に関する研究が数多く行われ、その内容も多岐にわたっています。ただし、それらは特別エシカル消費について焦点を当てているわけではなく、あくまで消費者の嗜好等に関する研究として行われています。そのため本稿では、山本（2017）の分類を使い主要な研究分野について整理します。

「環境への配慮」についての研究は、環境配慮型の農法で栽培された農作物に関する消費者嗜好（小坂田・藤野（2018））や、有機栽培や持続的な農法を示す認証ラベルについての消費者嗜好（佐藤ほか（2005））に関する研究などがあり、動物福祉に関する研究も含まれます。「社会への配慮」についての研究は、特にフェアトレードに関する研究（渡辺（2010））が多く行われており、まだ研究事例はほとんどありませんが、農福連携など社会福祉に関する研究も含まれます。「地域への配慮」についての研究は、地産地消や直売所に関する研究（西野（2016））などが含まれます。

以上のように、様々な分野の研究、特に消費者の嗜好についての研究が数多く行われていますが、エシカルな消費嗜好に関する研究が行われる一方で、その嗜好と実際の行動にはギャップがあるということが指摘されています（Johnstone & Tan（2015））。つまり、アンケート調査等の分析結果では、消費者

は環境や社会に配慮した商品について興味を持ち購買意欲があることは判明していますが、その選好が現実の購買行動に結びついていないということです。これは、環境等に配慮して作られた商品が、大量生産される商品よりも価格が高くなってしまふこと等が原因であると考えられています。

購買意欲があっても実際の行動に結びつかない状況を打破するために、近年ナッジ (nudge) の利用が注目されています (Lehner et al. (2016))。ナッジとは、元々はひじで突っつくという意味の単語ですが、消費者に対してある行動に出るような動機付けをすることを意味します。ナッジを利用した消費動向に関する研究事例はまだ多くはありませんが、例えば、有機農産物に興味はあるが購買に及んでいない消費者に対して、どのような情報を提供すれば、実際の行動に結びつくかが分かると、効率的・効果的な販売促進が可能になります。その際、単なるアンケートだけでなく、実際の購買行動を把握するフィールド実験 (依田ほか (2017)) を実施することが有効です。またこのような研究は、証拠に基づく政策立案 (EBPM) などにも寄与すると考えられます。

4. 新たな視点

SDGsの目標12における11のターゲットのうち、12.bは「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業に対して持続可能な開発がもたらす影響を測定する手法を開発・導入する」とされています。つまり、観光業もエシカル消費と関連していることがわかります。Clove (1993) は、現代の農村は生産空間という性格が相対的に低下し、消費空間という性格が強くなってきているという現象を「農村空間の商品化」と表現しており、我が国における農村空間の商品化が地域振興に果たす役割について田林 (2015) 等で検討されています。一方、ウッズ (2018) に詳しく記載されていますが、農村空間が商品化され訪問者が増加することで、農村において観光客に迎合するような事業が増加し始め、次第に本来消費者を引きつけていた農村ならではの特質が失われてしまうという、「創造的破壊」に陥る危険性が指摘されています (Mitchell (1998))。

近年注目されている農山漁村滞在型旅行としての「農泊」は、いわゆる環境や地域へ配慮をした農村空間の消費と考えることができます。なぜなら、ア

グリツーリズム経営農家は、環境を重視した農業経営を行う傾向にあるため、環境や生物多様性保全、景観保全などに良い影響を及ぼしているという報告 (Mastronardi et al. (2015)) があるように、農泊は、地域活性化のみならず、環境や生物多様性の保全等の副次的効果が期待されます。このような取組が「創造的破壊」に陥らないようにするためにも、持続可能性や社会・環境への配慮というエシカルな視点での取組に対する評価・分析が期待されます。

【参考文献】

- 「倫理的消費」調査研究会 (2017) 「倫理的消費」調査研究会とりまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～
- ウッズ, マイケル (2018) 『ルーラル：農村とは何か』, 農林統計出版株式会社
- 依田高典・田中誠・伊藤公一郎 (2017) 『スマートグリッド・エコノミクス』, 有斐閣, p212.
- 佐藤雅之・坂上雅治・鈴木靖文・上田和弘・高月紘 (2005) 「有機野菜に対する消費者選好分析—地域内有機物循環と認証ラベル」『環境科学会誌』 vol.18, (3), pp.243-255.
- 山本良一 (2017) 「エシカル消費の序論」, 『廃棄物資源循環学会』第28巻第4号, pp.251-256.
- 小坂田ゆかり・藤野正也 (2018) 「情報提供が環境保全型農産物に対する消費選好に及ぼす影響」『環境経済・政策研究』 vol.11, No.2, pp.15-28.
- 西野寿章 (2016) 「農産物直売所の展開による地域農業の持続可能性—群馬県高崎市吉井地区を事例として—」『E-journal GEO』 vol.11 (2), pp.448-459.
- 田林明 (2015) 『商品化する日本の農村空間』, 農林統計出版株式会社
- 渡辺龍也 (2010) 『フェアトレード学 私たちが創る新経済秩序』, 新評論
- Clove (1993) “The Countryside as Commodity: New Rural Spaces for Leisure”, S. Glyptis (ed.), *Leisure and the Environment*, London, Belheven Press, p.54-67.
- Johnstone, M. L., L. P. Tan (2015) “Exploring the Gap Between Consumers’ Green Rhetoric and Purchasing Behaviour”, *Journal of Business Ethics*, vol.132, pp.311-328.
- Lehner M., O. Mont, E. Heiskanen (2016) “Nudging - A Promising Tool for Sustainable Consumption Behaviour?”, *Journal of Cleaner Production*, vol. 134, pp.166-177.
- Mastronardi, L., V. Giaccio, A. Giannelli, A. Scardera (2015) “Is Agritourism Eco-friendly? A Comparison Between Agritourisms and Other Farms in Italy Using Farm Accountancy Data Network Dataset”, *Springer Plus*, Vol.4, No.1, 590.
- Mitchell, C. J. A. (1998) “Entrepreneurialism, Commodification and Creative Destruction: a Model of Post-modern Community Development”, *Journal of Rural Studies*, vol.14, No.3, pp.273-286.