

日本女子大学教授

細川 幸一

消費者教育推進法制定を契機に、権利主体としての消費者に加え、責任主体としての消費者が自らの消費行動が社会に与える影響を自覚することが求められている。

「消費者倫理」



10

エシカル消費が求められている。それは消費者の権利確保が直接の契約関係にある者の責任を超えて、経済のグローバル化の中でどこに存在しているか分からない製造業者の責任追及をも必要としているのと同様に、消費者の責任も地球の裏側の労働者の労働条件確保にまで及んでいるからである。



購買行動を視野に入れた領域が存在

倫理という言葉の難しさ、エシカルというカタカナを避ける意味から、消費者庁は、分かりやすく、親しみの持てる日本語表記案を募集した(消費者庁8回「倫理的消費」調査研究会)2016年10月11日配布「日本語表記案資料」。16年7月にネットで広く募集し、466件の応募があった(同ホームページで閲覧可能)。応募名称の上位3位は、「思いやり消費」「つながる消費」「まごころ消費」であった。そもそも倫理とは多様で、個人の倫理と社会的な倫理があり、ここで求められているのは後者である。しかし、エシカル消費の用語だけでは、その区別も分かりにくいだろう。

消費者の購買行動を視野に入れた新しい倫理の領域が存在するという意味から、エシカル消費・倫理的消費よりも「消費者倫理 (Consumer et Ethics)」のネーミングがふさわしいと感じる。環境や人権といった問題に加え、人工知能(AI)、生殖医療など、旧来の人間の尊厳を損なわせる可能性のある科学技術による製品が市場に提供され始めており、消費を巡る21世紀の倫理が問われている。

(おわり)