

日本女子大学教授

細川 幸一

最後に考えられるエシカル消費(倫理的消費)の条件は、消費者が求める商品・サービスが市場に供給されていることとであり、さらに環境や人権に配慮した商品は現状では価

市場への供給



9

格が高いことから、消費者にそれを購入するだけの経済力があること、である。エシカルな商品が市場に存在しなければ、消費者はそれを購入することができない。そもそも消費者とは自給自足の時代と異なり、「生涯の消費生活のために、事業者が供給する商品・サービスを購入し、消費・使用し、利用する自然人」(及川昭伍・森島昭夫『消費社会の暮らしとルール』、中央法規出版、2000年)である。企業が供給する商品・サービスから選ぶこ



消費者の需要と経済力に影響

とでしか、エシカル消費を實現することはできない。つまり企業倫理が不可欠である。しかし、消費者が購入しないものは企業としても生産を続けることはできないので、消費者の需要なくしてエシカルな商品の生産はあり得ないこととなる。また、これは価格の問題と関わってくる。現実には、消費者に経済力があるかどうかの問題は大きい。消費者の購買行動に価格

は大きく影響するからである。環境や人権などに配慮した商品は当然、コストがかかる。言い方を変えれば、人件費や環境対応にコストをかけているからこそ意味がある。無論、余分なコストの削減は不可欠である。例えば、オーガニックコットン。有機原料の含有率がしつかりと確保され、化学薬品の使用による健康や環境的負荷を最小限に抑え、労働的安

全や児童労働など社会的規範を守って製造したコットンのことだが、環境・人権に配慮した分、価格も高い。経済的に購買力のない消費者にエシカル消費を促す場合、この問題は重要である。商品の質がよければ、購入量を減らすことができる。例えば、安い服を何着も買うのか、良い服を長く着るのかといった選択の場合には価格が大きなた阻害要因にはならないこともあるが、食料の場合は極端な購入量の削減は難しいので困難を伴うであろう。