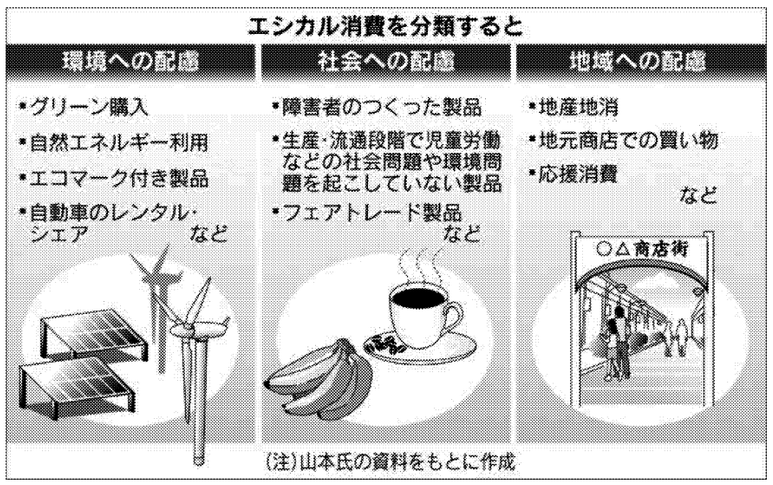
エシカル消費 重要度増す

環境や地域に配慮、日本は出遅れ

生産・流通過程で環境負荷を抑えたり、生産現場の労働環境が良好だったりする製品を購入するエシカル（倫理的）消費への関心が高まっている。消費者庁は2015年に調査研究会を発足させ、普及への課題などを議論している。調査研究会の座長を務める国際基督教大学の山本良一客員教授に、エシカル消費の必要性や企業に求められる対応などを聞いた。

国際基督教大学客員教授
山本 良一氏



――エシカル消費とはどのようなものですか。

「倫理的消費の『倫理』を説明するには、道徳と法律、倫理の3つを考えると分かりやすい。個人の千差万別のモラルが道徳で、国家が強制力をもって社会規範としているのが法律。倫理は多くの人々が共有できると思いはじめている社会的規範を意味する。その倫理にのっとった消費行動がエシカル消費となる。反対語として『快楽的消費』が存在する」

「エシカル消費は3つに分類できる。『環境』『社会』『地域』それぞれに対する配慮だ。環境負荷の小さい製品・サービスを使うグリーン購入や自然エネルギーの利用、エコマーク付き製品の購入が環境への配慮の代表例と言える。社会への配慮は、生産段階で児童労働のような社会問題を起こしていない製品、フェアトレード（公正な貿易）製品などの購入が該当する。地域への配慮には地産地消や地元商店での買い物などが含まれる」

――どうして注目されているのでしょうか。

「日本ではファッションがきっかけだった。『エシカルジュエリー』『エシカルウエディング』と呼ばれる製品・サービスが4～5年前から流行している。フェアトレードを通じて途上国を支援する『フェアトレードタウン』として、名古屋市が15年9月に認定されたことも影響している。日本では熊本市に次ぐ2都市目となった」

「歴史は浅くない。1987年にヨーロッパ・フェアトレード協会が設立されると、89年に日本でもエコマークが導入された。とはいえ、普及度は欧米よりも低い。例えば、国際フェアトレード認証製品の14年の市場規模は推定59億㌦（約7300億円）。このうち日本は1%超の6700万㌦にとどまる。20億㌦の英国、8億3千万㌦のドイツを大きく下回る」

森永製菓はガーナなどの子供の就学支援に寄付する商品を販売した

経営者の理解足りず

――エシカル消費はなぜ必要とされるのですか。

「環境、社会、地域に配慮した消費をすることで、自然破壊や人権侵害、貧困といったグローバル経済の弱点の克服や問題解決につながるためだ。『消費によって市場を変えるなんて神話だ』『消費者は気まぐれで、エシカル消費もすれば快楽的消費もする』といった批判もあるが、本質を表していない」

「消費者がエシカル消費をしないのは、マーケティングがうまくいっていないからだろう。エシカル消費を促そうとしたら、『利他的マーケティング』が欠かせない。購入すれば途上国の環境保護につながるなどと、製品がどのような役割を持っているのかという物語性を伝える。消費者が環境や社会、地域に配慮した消費行動をしたいと思えるよう刺激する」

――エシカル消費を詳しく知らない経営者も少なくありません。

「海外では違法伐採された木材の輸入禁止などの規制が導入されつつある。違法伐採の木材からつくった紙を利用する企業は批判される。紛争鉱物の取り締まりも強化されている。世界のこうしたトレンドに日本は乗り遅れている。エシカル消費が普及しなければ、社会の維持・発展のリスクとなりかねないのに、日本では経営者を含めてあまり理解されていない」

心動かす物語を訴求

――企業はどう対応すればいいですか。

「まず、人類と地球が危機に直面していると理解しなければいけない。15年に国連で貧困や飢餓の撲滅を目指す『持続可能な開発目標（SDGs）』が採択された。第21回国連気候変動枠組み条約締約国会議（COP21）では、気温上昇を1・5度以内に抑えるよう努力すると合意された。地球環境の保護に向け、世界各国は必死になっている」

「自社の使用電力をすべて再生可能エネルギーでまかなおうとする組織『RE100』には、米グーグルやスイスのネスレ、インドのインフォシスなど欧米やインドの大企業が参加している。一方、日本企業は見当たらない。このままでは世界の有力企業の流れから取り残されかねない」

――経済成長の続く新興国の消費者もエシカル消費に関心はありますか。

「新興国では依然として生活必需品の購入にも事欠く消費者が多い。それでも企業はマーケッターの腕を磨き、彼らをエシカル消費に導くべきだ。新興国でもエシカルな製品が求められる土壌はある」

「環境や社会などに配慮した製品をそのまま販売するのではなく、前述したように消費者の心を動かす物語を伝えたい。例えば、飲料水ブランドのボルヴィックの『1㍑フォー10㍑』プログラムは、売上高に応じてアフリカのマリの井戸整備に寄付すると分かりやすく消費者に訴えている」

――日本は20年の東京五輪・パラリンピックを控えています。

「12年のロンドン五輪・パラリンピックでは、選手らにフェアトレード認証のバナナが1千万本、コーヒーが1400万杯も提供されたという。東京五輪・パラリンピックの物品がエシカルな調達コードにもとづいて用意されないと、日本はエシカル消費に後ろ向きだと指摘されかねない」

（聞き手は庄司容子）

やまもと・りょういち 1974年東大院修了、工学博士。東大の先端科学技術研究センターや生産技術研究所の教授を歴任。材料科学、持続可能性品開発論などが専門。2011年から現職。15年に設置された消費者庁「倫理的消費」調査研究会の座長を務める。

英語で言いたい

NIKKEI STYLE 出世ナビ
http://style.nikkei.com/career

言って聞かせる

Jim turns a deaf ear to what I say. Will you talk some sense into him for me?
（ジムは私の言うことなんか、どこ吹く風なのよ。あなたから言って聞かせてくれない？）

店員の態度がなっていないというお客がいれば、店長は「すみません、よく言って聞かせます」とわびる。「叱っておきます」ということですから、「言って聞かせる」の英語はscold（叱る）といきたいところですが、そうはいきません。なぜ叱るかの道理を相手に知らしめるのが「言って聞かせる」と考えると、ぴったりなフレーズはtalk some sense into ～。このsenseは「良識、分別」の意味。全体では「～に何が良識かを言って聞かせる」です。

A：I've tried to talk some sense into him, but he will never mend his ways.
B：Then the only thing you can do is to give up and move on.
A：何度も言って聞かせても、あいつは態度を改めようとしないんだよ。
B：言うだけ無駄と、もう諦めることね。

叱るばかりが「言って聞かせる」ではありません。何かを分かりやすく「教える」ときも言います。教えて、誰かを「賢くさせる」場合にはwise ～ up（～を利口にする）というフレーズがよくあいます。「やってみせ、言って聞かせて、させてみて、ほめてやらねば人は動かじ」という旧日本海軍の連合艦隊司令長官、山本五十六の有名な言葉があります。せっかくの名言ですから、英訳しておきます。独断と偏見による意訳を多く用いています。

Show them how to do it
（自らやってみせよ）
To wise them up about it
（やり方を教えるのだ）
Then have them do it for themselves
（次いで、自分たちでやらせてみよ）
And praise them for what they've done
（そして、よくやったとほめてやるのだ）
This is the only way you make people tick.
（人を動かすにはこれしかない）

＝コスモポリタン・インスティテュート寄稿

レクチャー ＴＰＰをどう活用すべきか ⑮

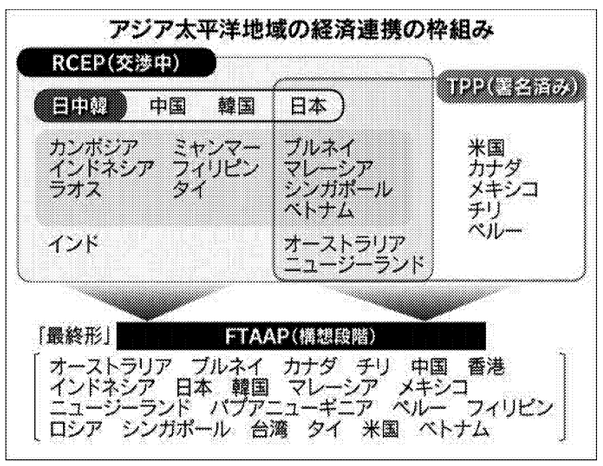
「最終形」はＦＴＡＡＰ

デロイトトーマツコンサルティング執行役員
羽生田 慶介氏

多くのビジネスパーソンにとって、環太平洋経済連携協定（TPP）は通商ルールに関心を持つ契機となった。ただし、中長期の視点ではTPPも「通過点」である。グローバル経営の意思決定には、さらに大きな自由貿易協定（FTA）や経済連携協定（EPA）への理解が欠かせない。

注目すべきは東アジア地域包括的経済連携（RCEP）だ。日中韓やインド、東南アジア諸国連合（ASEAN）など16カ国の枠組みで、日本の貿易構成の約5割を包含する。2015年末までの交渉妥結を目指していたが、期限を延期した。

中国やインドなどの巨大新興国の意向から、TPPほどの高水準な自由化で合意することは難しい。それでも日本から中国への市場アクセス改善や、中国・インド間の関税率低下はグローバルな拠点戦略に大きな影響を与えるだろう。



アジア太平洋地域のFTA・EPAの「最終形」とされるのが、アジア太平洋自由貿易圏（FTAAP）である。まだ構想段階だが、中国やロシアを含むアジア太平洋経済協力会議（APEC）を構成する21の国・地域が参加する。

FTAAPのルールづくりは高い自由化の「TPPベース」で交渉されるのか、緩やかな「RCEPベース」となるのかに注目が集まる。米国の大統領選を経てTPPが議会の批准を得られなければ、RCEPが先に発効する可能性もある。

米中が覇権を争う構図のなか、双方に参加する日本の交渉のかじ取りは極めて重要だ。16年には日本と欧州連合（EU）のEPA交渉が妥結する見通しで、日中韓FTA交渉も長い膠着からの打開が目指されている。

企業はまず、16年に既存FTAの「使い漏れ」を防ぎ、TPPなどの通商ルールを活用すると利益が上がるという実感を得てほしい。そして、望ましい通商ルールを自国や海外の政府に訴えるべきだ。国際ルールの活用・形成にたけた企業が勝つ。（この項おわり）

(C)日本経済新聞社 無断複製転載を禁じます。