

## (博士論文要旨) エシカル消費の普及促進に関する実証研究

エシカル消費（倫理的消費）とは、消費の選択を通して、環境や社会問題を解決しようとする消費行動の総称である。持続可能な社会にむけて消費者が行使しうる具体的な手段の一つであり、持続可能な開発目標（SDGs）においても、複数の目標に貢献しうる手段として注目が集まっている。

しかしながら、日本のエシカル消費の普及度合は、他の先進国と比較して低い水準にとどまっている。そのため、政府はエシカル消費に関連する法整備や消費者への啓蒙活動を進めると同時に環境ラベルなどの認証制度を導入するなど、エシカル消費の普及促進に取り組んでいるが、まだ、途に就いたばかりである。

このような状況を踏まえ、本論文は、エシカル消費に関する消費者行動の規定要因を定量的に分析し、その結果をもとにエシカル消費の普及促進に向けた政策提言をおこなうものである。この分野ではエビデンスに基づく政策分析の事例がきわめて限定的であり、本論文は、効果的な促進策となる知見の抽出により、エシカル消費の拡大に寄与することが期待される。

本論文は3篇の学術論文により構成されている。まず第2章「地場産農産物に対する消費者の選好」では、滋賀県野洲市の市民を対象に、地場産農産物の購入頻度、購入理由、購入場所を、米、野菜、果物それぞれについて同時に調査した。購入頻度を目的変数として、併せて調査された野洲市民意向調査結果の一部も変数として利用し、購入頻度との傾向を統計的に分析するため順序ロジットモデルを用いた。

分析の結果から、地場産農産物を「日常的に購入する」人にとっての商品ごとの販売促進要因を購入理由と購入場所から整理すると、米では「おいしくて安全で、お手頃価格のお米を地元小売店で販売」することであり、野菜は、「おいしくて新鮮でお手頃価格の野菜をスーパーで販売」することが購入促進につながる。果物では、「おいしくて信頼でき、お手頃価格の果物をスーパーで販売」することが示唆された。これらの購入要因は、主に利己的な動機に基づくものであり、地元の農産物を消費する地産地消が、地域の環境保全や経済活性化につながるという認知が進めば、さらなる購買促進が期待できるものと考えられる。

次に、第3章『『エシカル消費』としての地場産農産物に対する消費者選好』では、滋賀、京都、大阪の3府県を対象地域として、オンラインによるアンケート調査を実施した。この調査目的は、無農薬、売上げの一部を地元の環境保全に還元する、という属性を地場産ほうれん草に仮想的に付加し、この属性の消費者の経済的価値評価を推定しようとするものである。エシカル消費という言葉を知りていなくとも、消費者はどの

程度の評価をしているのか、数値で把握することを目的とした。このため、分析手法には、表明選好法のひとつであるコンジョイント分析（選択型実験）を利用した。

分析の結果から、消費者のエシカル消費に対する選好を反映する無農薬、減農薬、地元の環境保全への還元の各属性に対する支払意思額（MWTP）は、慣行栽培ほうれん草の販売価格を基準として、それぞれ57%、45%、4%増しという評価結果となった。無農薬、減農薬は安全な食品を志向する利己的な動機が中心となり高い値が推計されている。他方、地域還元は、環境保全を通して地域を支援する利他的な属性であることを考慮すると、この数値は比較的妥当な水準であるように思われる。しかし、属性の内容にも依存するが、利己的か利他的かの動機の違いが、消費者の経済的評価の水準に大きな差となることが示された。

そして、第4章「エシカル消費の経験がその後の消費行動に及ぼす影響の因果推論」では、実際にエシカル商品購入後の消費者意識を分析することにした。調査データは消費者庁が2016年に全国を対象にオンラインで実施した「『倫理的消費(エシカル消費)』に関する消費者意識調査」の原データをもとに分析している。エシカル商品の購入経験は、その後の購入意向に影響を与えているのか、その因果関係を分析することを目的とした。このための因果関係推定に、傾向スコアマッチングを利用した。

分析の結果から、購入経験の有無は、今後の購入意向を示す人の割合を、8.9%ポイント増加させる因果効果を示した。次に、購入経験の有無は、商品のプレミアム価格については、すべての商品において有意な差が見られなかった、という分析結果となった。購入促進のためには、一人でも多くの消費者にエシカル商品の購入経験をもってもらうことが肝要である。購入経験者の増加は、購入意向者の増加となり需要の喚起につながる。また、購入経験が商品の社会的な属性を得る機会となり、消費者によってはそれが付加価値と認識され、プレミアム価格の押し上げ効果が期待される。

以上の分析結果から、社会的属性に対する認知と理解が進めば、商品の経済的価値を押し上げ、一般商品と競合することなく消費の促進が期待される。これは、現状のエシカル消費に対する認知率の低さから言える可能性がある。また、購入経験をもつことも、今後のエシカル消費に対する需要喚起が考えられる。

地場産農産物を調査対象とした分析結果から、購入規定要因としては、価格・安全・食味といった利己的動機が得られた。また、地域還元という利他的属性に対しても消費者はプラスの経済的価値評価を示していることが明らかとなった。これは、エシカル消費のもつ社会的属性の理解が進めば、地場産農産物の購買促進につながることを意味する。そして、実際に購入経験者が増加すれば、さらなる需要を創出することになり、エシカル消費のより一層の拡大が期待できる。