

## The Relationship between Ethical Consumptive Behavior and Economic Preference

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-06-09 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 新津, 尚子, 田辺, 直行 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://mu.repo.nii.ac.jp/records/534">https://mu.repo.nii.ac.jp/records/534</a>

## エシカル消費と経済志向性との関連性

—経済成長の必要性に「わからない」という態度をとる人びと—

新津尚子・田辺直行

### 1. はじめに

#### 1.1. 変化する社会

21世紀に入り、日本の経済と人口は成長の時代に終わり告げ、新たな社会を作っていくことが求められている。それにもかかわらず、日本政府は、20世紀後半のように国内総生産（GDP）を500兆円から600兆円に成長させるといった目標を掲げ、それを、金融政策をもちいた、いわゆるアベノミクスによって実現させようとしている（経済財政政策担当大臣報告、2016）。

一方、少子高齢化によって、特に地方の経済と人口は減少する傾向にあり、地方消滅の危機に瀕している地方自治体が多く存在することが指摘されている（増田、2014）。グローバル経済にさらされている日本全体の経済と、地方のローカル経済は大きな経済システムの中の両極端に位置してはいるが経済システムによって密接につながっており、良くも悪くも互いに大きく影響を受けている（吉川、2016）。

特に、リーマンショック以降は、グローバルとローカルの経済をいかに廻していくことが、ウィンウィンの関係になりうるのかといった論説や取り組みが目立ってきている。その中でも、環境問題や発展途上国の格差問題などは、消費者が安い商品やサービスを求めることが、グローバルな問題につながっていると指摘されている。この状況を受けて、フェアトレード商品の購入に代表されるように、消費のあり方を変えることにより、問題の解決を目指す実践が多くみられるようになってきている。

#### 1.2. GDP と地方経済

前述の日本政府の目標からも明らかなように、現在、その国の経済状況を表すのに最もよく使われている指標の1つがGDPである。GDPは、1年間に取引されたお金の総量で国の経済規模を把握する指標である。高度経済成長の時代には、年平均10パーセントを超える成長率の成長が可能であった。しかしバブル崩壊、リーマンショックを経て、人口が減少したことも一因ではあるが、現在は前年比で数パーセントの成長率となっている。人びとがGDP成長を期待するのは、国全体が潤えば、国民一人当たりの所得も増え、痛みを伴わず福祉などにもまわすことができるからである。しかし、現実の成長率は数パーセントであり、福祉などへの分配の方法が公平になるようにするには、痛みもともなう。実際に、アベノミクスの恩恵を受けているのは、投資家など高所得者であり、一般には所得が増えたという実感は少ない。

このように、現在、地方の人口減少が深刻化し、地域経済が弱体化していること、そして

経済成長の恩恵を受けるのは中央の一部の人びとであることが明らかになってきている。その中で、『地方消滅』（増田、2014）や『里山資本主義』（藻谷、2013）で問題提起されているように、地域を消滅させないための「ローカルな経済」の強化に注目が集まっている。地域経済を強くするためには、国全体の GDP の成長に頼ることだけでは不十分である。地域の外からモノとサービスを購入する体質を改め、地産地消を進め、地域の中で経済が回っていくことが必要となる。そのためには、地域からのお金の流出を防ぎ、経済を地域内で回り続けるようにすることが重要である（田辺他、2016）。例えば、その地方の自然環境を生かした自然エネルギーを利用することで、外部からのエネルギー購入費を抑える「エネルギーの地産地消」も、こうした取り組みの一つとして位置づけることが出来る（田辺他、2014）。

### 1.3. 消費者に求められるエシカルな行為

1.2. で論じた地域経済への注目と並び、現在注目を集めているのが「エシカル消費」だ。我々の消費活動において、その商品が何を原料として、どこで、誰によって作られているかを考えるような消費活動を「エシカル消費（倫理的な消費）」と呼ぶ。これは、地球環境問題や、先進国（グローバル企業）による発展途上国の搾取の問題など、グローバル化した社会問題を背景に、注目を集めている考え方である（消費者庁、2015）。

フェアトレードのコーヒーやチョコレートなどは、グローバルな貧困問題を解決する試みである。また温室効果ガスを多く排出するスプレーであるのかどうかの表示や、地元の農家が栽培して作った顔の見える有機野菜の表示など、日用品を扱うスーパーやコンビニエンスストアでも、エシカルな消費活動を促す商品を見かけることが増えている。

つまり消費時に、環境に配慮したり、社会問題に取り組んでいたりする商品かどうか考慮して商品を選択することが、エシカル消費に一票を投じることにつながるのだ。それが、自分たちが暮らしている地球をよくすることにつながると、エシカル消費では考える。エシカル消費を行なうことは、グローバル経済においても、ローカル経済においても、環境や健全な社会に貢献することにつながる。

それでは、はたして一般の人びとは、こうした経済と社会の動きを、どの程度把握しているのだろうか。そして、それは日々の行為に影響を与えているのだろうか。GDP の 6 割が個人の消費によっていることを考えると、一般の人びとがどのように理解し、その理解をもとに消費活動を選択しているかについて知ることは、地域経済やエシカル消費の取り組みを行なう上で、非常に重要である。

そこで、筆者らは日本の一般の人びとの消費意識に関して社会調査を行い、日本政府の目標である GDP 成長についての認識と、ローカル意識・エシカル消費に関する認識との関係が、どの程度消費者の消費に影響しているのかに関心に向けて分析を行った。本稿では、その現状をとらえ、それを改善する方法につながる糸口の提案を試みたい。

## 2. GDP 成長の必要性に「わからない」と回答する人たちに見られる特徴

1 章で論じたように「エシカル消費」、「エシカル購入」の動きは、「ファスト・ファッ

ション」のようなグローバル化と密接に関わるメインストリームのトレンドと対立する。そのためエシカルな考え方は、概念的には、反グローバル経済（脱経済成長など）やローカリズムとも関連を持つ。

こうした概念レベルで見られるエシカル消費と反グローバル経済やローカリズムとの間の親和性は、人びとの意識や行為にも見られるのだろうか。つまり、地元への愛着が強い人や、経済成長に否定的な人の方が、エシカルなライフスタイルを選びやすいといった傾向はあるのだろうか。筆者らが2016年1月に行なった「生活意識に関するアンケート」の調査結果からは、この問題に対して、非常に興味深い結果を得ることが出来た。

本調査は、2016年1月27～29日に、インターネット調査法を用いて、株式会社マクロミルのモニター会員を対象に行った。サンプルは20歳～70歳の831人である。なお、サンプルの偏りをなるべく少なくするために、年代、性別および大都市／中小都市・地方の割合は、国勢調査データの日本人口比に合わせている<sup>1)</sup>。

## 2.1. GDP 成長の必要性とはあまり関連をもたないエシカルなライフスタイル

調査の結果、筆者らがたてた仮説に反し、地元への愛着を持っているかどうか、および経済成長（GDP 成長）に肯定的であるかどうかは、エシカルなライフスタイルとは、あまり関連しないことが明らかになった。

しかし、筆者らも予想をしていなかったことだが、経済成長に対する志向性についての質問「あなたは、日本の GDP が伸び続けることは必要だと思いますか。それとも思いませんか」に対し、「わからない」と回答した人びと（以下本稿では、この人びとを、GDP 成長の必要性に「わからない」という態度をとる人びと、あるいは「わからない」という態度をとる人びとと略す）には、「エシカルなライフスタイルへの無関心さ」とも呼べるような傾向が見られたのである。

まず当初たてた仮説に沿った回答傾向だが、「何かものが欲しいときは、レンタルショップを利用するようにしている」という質問では、「GDP 成長の必要性」について「必要だと思う」と答える人のうち、約13%が「当てはまる／どちらかといえば当てはまる」と回答している（図2-1）。

それに対して、GDP 成長について「必要ではないと思う」を選択した人では、レンタルショップを利用している（当てはまる／どちらかといえば当てはまる）と答えた人の割合は20%であった。つまり経済成長に否定的な人に、レンタルショップを利用する傾向がやや見られた。

これは「GDP 成長に疑問を持つ人びとは、モノを買わずに、レンタルショップを利用する傾向がある」という私たちの仮説に沿った回答傾向である<sup>2)</sup>。ただし、このような回答傾向はそれほど多くは見られなかった。

そして、それ以上に興味深いのは、「わからない」という態度をとる人たちの回答傾向だ。経済成長の必要性に「わからない」という態度を取る人たちのうち、「何かものが欲しいときは、レンタルショップを利用するようにしている」という質問に対して、「当てはまる」と回答した人は約4%しかいない一方で、「当てはまらない」と回答した人は79.5%もいた。

これは「GDP 成長は必要だと思う」と回答した人のうち、「当てはまらない」と回答した 66.7% を大きく上回っている（図 2-1）。

ものを消費するライフスタイルを選びやすいことが予測される「経済成長に肯定的な人たち」よりも、「わからない」という態度をとる人びとの方が、消費主義的な選択をしていたことは、本調査の大きな発見である。

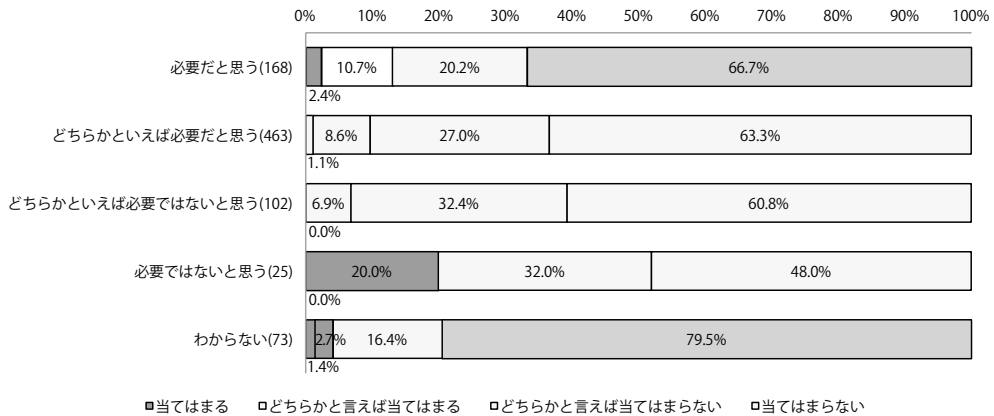


図 2-1 GDP 成長の必要性×何か欲しい時はレンタルショップを利用 (n=831)

なお、同じ経済の志向性を尋ねる質問でも、GDP 成長の「可能性」を尋ねた質問（「あなたは、世界全体の GDP（国内総生産）が伸び続けることは可能だと思いますか。それとも思いませんか）では、「わからない」と回答した人に「GDP 成長の必要性」でみられたような特異性は見られなかった（図 2-2）。例えば、「何かものが欲しいときは、レンタルショップを利用するようにしている」という質問に「当てはまらない」と回答しているのは、「GDP 成長は可能だと思う」と回答した人のうち 73.5%、「わからない」と回答した人のうち 69.4% であり、あまり差は見られなかった。つまり、同じ経済の志向性を問う質問でも、GDP 成長の「必要性」に「わからない」という態度をとる人びとの回答傾向にのみ、特異性が見られたのである。

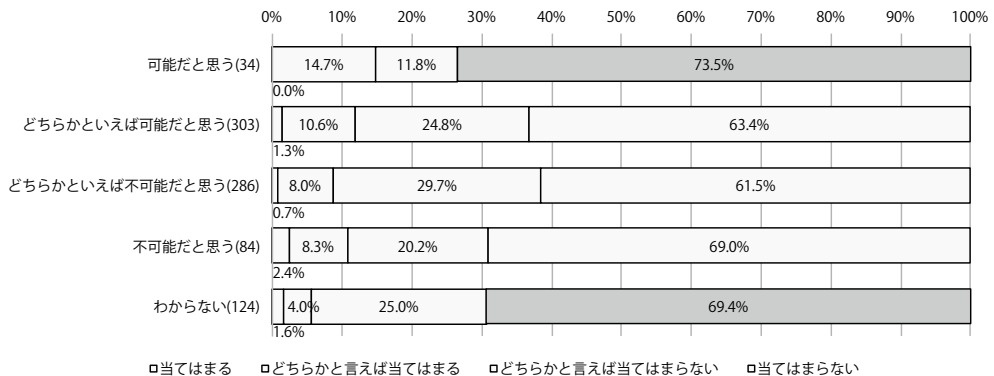


図 2-2 GDP 成長必要性×何か欲しい時はレンタルショップ利用 (n=831)

## 2.2. GDP 成長の必要性について「わからない」と答える人びと回答傾向

2.2. では、GDP 成長の必要性に「わからない」という態度をとる人びとに特徴的な回答傾向を、質問カテゴリーごとに紹介する。

### 2.2.1. 買物をする際の志向性との関係

もっとも特徴的な回答傾向が見られたのは、「買物をする際、エシカルな要素を重視するかどうか」に関する質問群である。具体的には、普段、買い物をする時に、「その商品が作られる過程で、地球温暖化に影響を与えているか」、「その商品が作られる過程で、自然を壊していないか」、「その商品が、どのような労働環境で生産されているか」、「自分が支払ったお金が、地域の経済に役立つかどうか」をどの程度気にしているかを尋ねた。

例えば、「その商品が作られる過程で、自然を壊していないか」という質問では、全体では 30.7% が「気にかけことはない」と回答しているのに対して、GDP 成長の必要性に「わからない」という態度をとる人では、「気にかけことはない」を選択した人が 58.9% にも及んでおり、その差は 28.2 ポイントあった (図 2-3)。

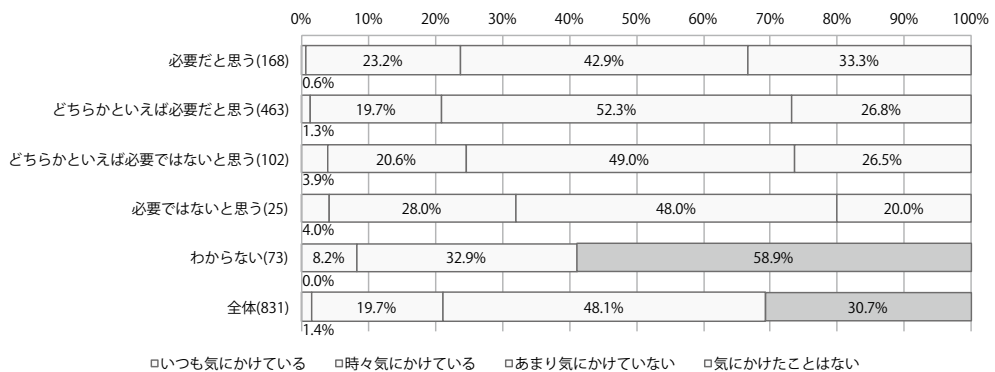


図 2-3 GDP 成長の必要性×商品が作られる過程で自然を壊していないか (n=831)

同様に、「リユースやリサイクルができる商品か (図 2-4)」、「その商品が作られる過程で、温暖化に影響をあたえていないか (図 2-5)」、「その商品が、どのような労働環境で生産されているか (図 2-6)」、「自分が支払ったお金が、地域の経済に役立つかどうか (図 2-7)」についても、GDP 成長の必要性に「わからない」という態度をとる人は、「気にかけたことはない」と回答する傾向がはっきりとみられた。「リユースやリサイクルができる商品か」を除き、GDP 成長の必要性に「わからない」という態度をとる人たちと全体とでは、「気にかけたことはない」を選択した人の割合には、25 ポイント以上の差がみられた。

この 5 つの質問は、いずれも商品を購入する際に、直接的に知らない人や社会全体、あるいは地球全体を配慮しているかどうかを問う質問である。つまり、「GDP 成長の必要性」にわからないという態度をとる人びとは、一見、自分の生活とは関係ないように感じられる社会的な出来事について、気につけない傾向があることがわかる。

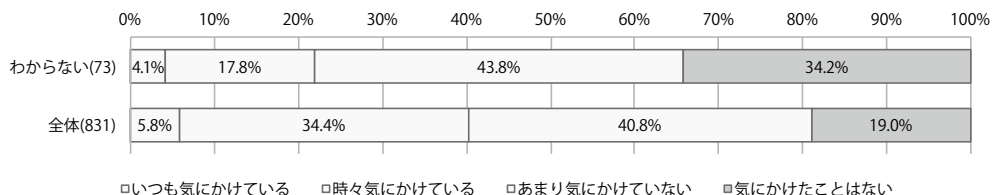


図 2-4 GDP 成長の必要性×リユースやリサイクルが出来る商品か

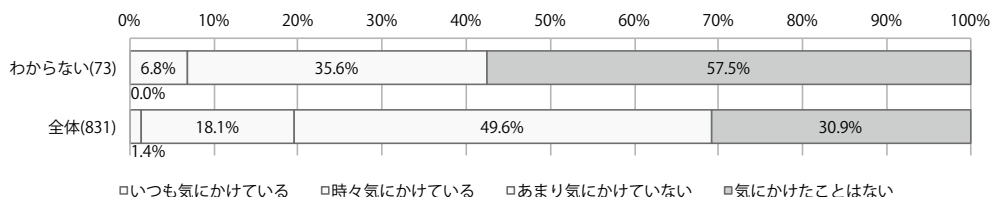


図 2-5 GDP 成長の必要性×作られる過程で、地球温暖化に影響を与えているか

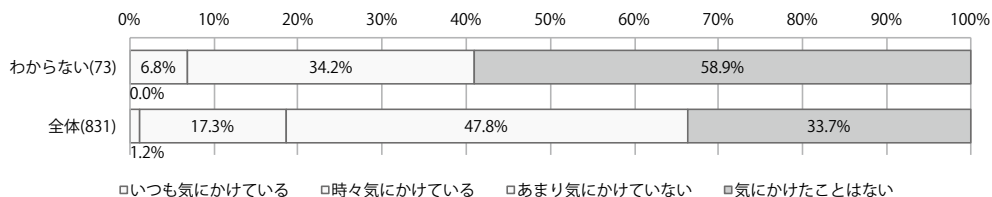


図 2-6 GDP 成長の必要性×どのような労働環境で生産されているか

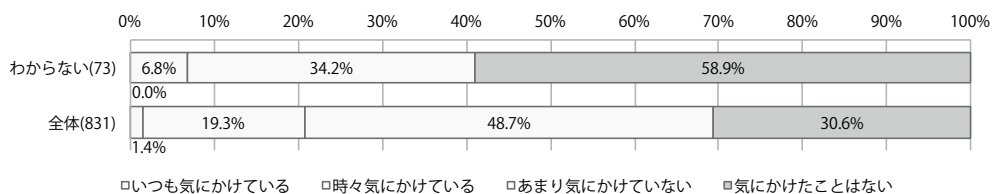


図 2-7 GDP 成長の必要性×自分が支払ったお金が、地域の経済に役立つか

## 2.2.2. ものを共有する志向性との関係

2.2.1. で紹介した「買物をする際の志向性」ほどは強くないが、GDP 成長の必要性について「わからない」と回答する人たちが、ある種の無関心さを示す傾向は、他の多くの質問カテゴリーでも見られた。

ものを共有する志向性を調べるために、本調査では、「何かものが欲しいときは、新しい商品を購入する (図 2-8)」、「何かものが欲しいときは、友人から譲ってもらうようにしている (図 2-9)」、「何かものが欲しいときは、レンタルショップを利用するようにしている (図 2-10)」、「何かものが欲しいときは、家族や友達と共有するようにしている (図 2-11)」、「可能な限り、ものを増やさないようにしている (図 2-12)」の 5 つの質問をした。

このうち、「レンタルショップを利用するようにしている」についての全体の傾向は、既に2.1.で説明したので、その部分の説明と図2-1を参考にさせていただきたい。図2-8以下は、GDP成長の必要性について「必要だと思う」と回答した人と、「わからない」と回答した人（わからないという態度をとる人びと）のみを抜粋して作成したグラフである。

このうち「何かものが欲しいときは、新しい商品を購入する（図2-8）」、「何かものが欲しいときは、レンタルショップを利用するようにしている（図2-10）」、「何かものが欲しいときは、家族や友達と共有するようにしている（図2-11）」については、「GDP成長の必要性」に「わからない」という態度をとる人たちは、「必要である」と回答した人たちよりも、「当てはまらない」と答える割合が高かった。

また、「何かものが欲しいときは、友人から譲ってもらうようにしている（図2-9）」、「可能な限り、ものを増やさないようにしている（図2-12）」について「当てはまらない」を選択した人の割合は、「わからない」という態度をとる人たちと、「必要である」と回答した人たちでは、ほぼ同程度であった。

次に、「当てはまる」という回答に注目すると、この「ものの共有」に関するほぼすべての質問項目で、「当てはまる」を選択した人たち（つまりものを共有する傾向がある人たち）は、経済成長の必要性に「わからない」という態度をとる人たちよりも、「必要だと思う」と回答した人たちに多かった。この質問カテゴリーは、「経済成長を肯定的に考えている人びとの方が、ものを共有しない」という仮説に基づいて作られた質問である。しかし調査結果からは、経済成長の必要性に「わからない」という態度をとる人たちの方が、経済成長を肯定的に考えている人たちよりも、ものを共有していない傾向が明らかになった。

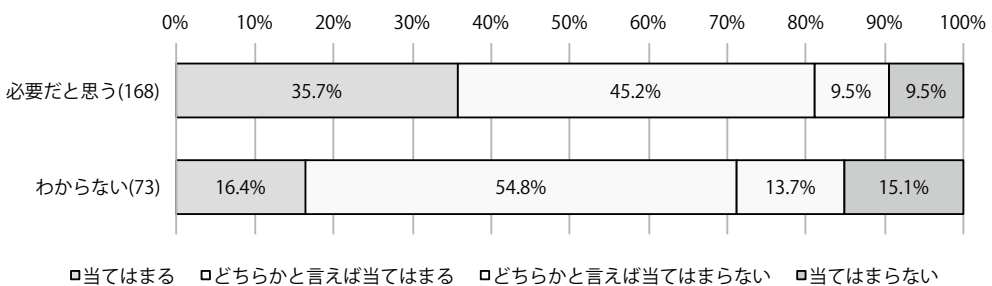


図 2-8 GDP 成長の必要性×何かものが欲しいときは、新しい商品を購入する

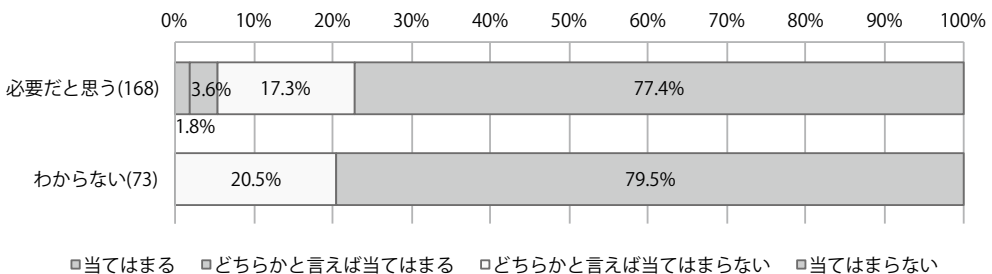


図 2-9 GDP 成長の必要性×何かものが欲しいときは、友人から譲ってもらうようにしている



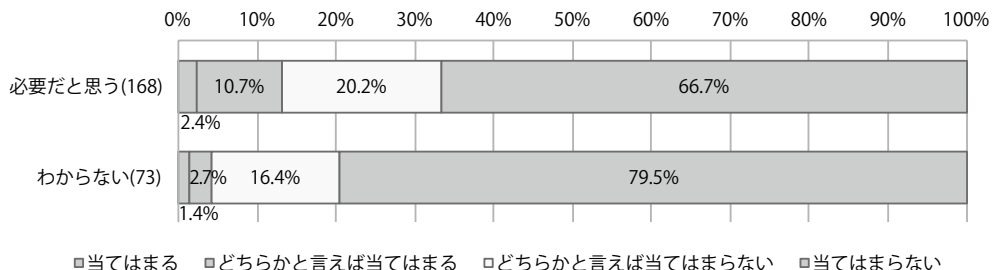


図 2-10 GDP 成長の必要性×何かものが欲しいときは、レンタルショップを利用するようにしている

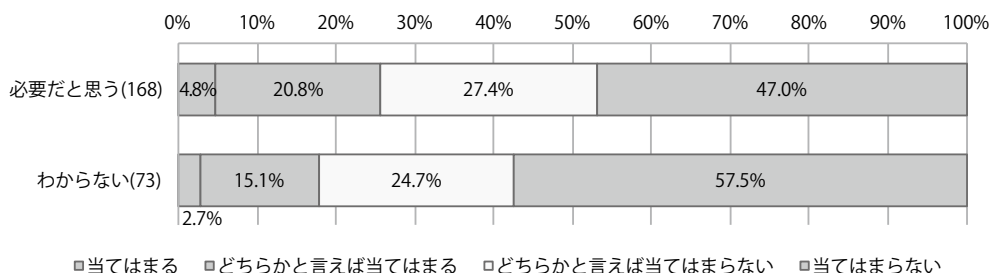


図 2-11 GDP 成長の必要性×何かものが欲しいときは、家族や友達と共有するようにしている

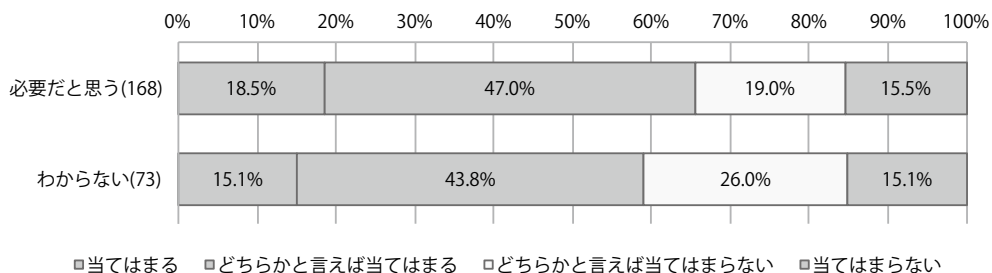


図 2-12 GDP 成長の必要性×可能な限り、ものを増やさないようにしている

### 2.2.3. 「エシカル」など用語の知識との関係

「エシカル」などの用語をどれくらい知っているかを確認するために、「エシカル」、「シェアリング・エコノミー（共有型経済）」、「断捨離」、「半農半X」、「ミニマリスト」の5つの用語について、「内容を知っている」、「聞いたことがある」、「聞いたことがない」の3つの選択肢から当てはまるものを選んでもらった（表 2-1）。その結果、すべての用語で、「GDP 成長の必要性」に「わからない」という態度をとる人たちは、他の人たちよりも「聞いたことがない」を選択する人たちが多かった（表は、GDP 成長の必要性について「わからない」と「全体」の結果のみ抜粋して作成した）。

中でも「エシカル」については、「GDP 成長の必要性」に「わからない」という態度をとる人たちは、全員が「聞いたことがない」を選択していたのに対し、全体では「聞いたことがない」を選択した人は 91.7%であった。なお、この5つの単語の中では、両者の差が

一番小さかった断捨離（「わからない」という態度をとる人たち 30.1%に対して、全体では 25.2%と約 5 ポイントの差）が一般には最もよく知られている。ここから「GDP の必要性」に「わからない」という態度をとる人たちは、あまり知られていない用語への認知が低い可能性がある。

表 2-1 GDP 必要性×エシカル関連用語の知識

		内容を知っている	聞いたことがある	聞いたことがない
エシカル	わからない (73)	0.0%	0.0%	100.0%
	全体 (831)	1.7%	6.6%	91.7%
シェアリング・エコノミー (共有型経済)	わからない (73)	2.7%	15.1%	82.2%
	全体 (831)	6.9%	23.8%	69.3%
断捨離	わからない (73)	37.0%	32.9%	30.1%
	全体 (831)	48.6%	26.2%	25.2%
半農半 X	わからない (73)	1.4%	2.7%	95.9%
	全体 (831)	4.5%	12.2%	83.4%
ミニマリスト	わからない (73)	8.2%	8.2%	83.6%
	全体 (831)	13.7%	19.1%	67.1%

## 2.2.4. 働きたい企業や団体の志向性との関連

働きたい企業や団体に関する志向性を調べるために、「今就職先を選ぶとしたら、どのような企業や団体を選ぶかを尋ねた」（表 2-2）。その結果、8つの質問すべてで「GDP 成長の必要性」について「わからない」という態度をとる人たちは、他の人たちよりも、「当てはまらない」を選ぶ人が多かった。

表 2-2 「GDP 成長の必要性」と「働きたい企業・団体の志向性」

		当てはまる	どちらかと言えば 当てはまる	どちらかと言えば 当てはまらない	当てはまらない
世間に名前が知られている	わからない (73)	2.7%	30.1%	31.5%	35.6%
	全体 (831)	12.5%	45.7%	26.5%	15.3%
経営が安定している	わからない (73)	20.5%	50.7%	8.2%	20.5%
	全体 (831)	34.9%	49.1%	8.8%	7.2%
地元の企業	わからない (73)	8.2%	45.2%	24.7%	21.9%
	全体 (831)	13.7%	50.4%	26.0%	9.9%
高い収入が得られる	わからない (73)	17.8%	45.2%	21.9%	15.1%
	全体 (831)	23.1%	51.1%	18.3%	7.5%
ライフスタイルにあった働き方	わからない (73)	31.5%	43.8%	12.3%	12.3%
	全体 (831)	32.4%	52.8%	9.0%	5.8%
経営理念に共感できる	わからない (73)	12.3%	39.7%	24.7%	23.3%
	全体 (831)	18.4%	58.1%	15.9%	7.6%
やりがいのある仕事ができる	わからない (73)	19.2%	54.8%	11.0%	15.1%
	全体 (831)	33.1%	53.5%	8.1%	5.3%
福利厚生がしっかりとしている	わからない (73)	28.8%	45.2%	12.3%	13.7%
	全体 (831)	37.3%	51.6%	6.4%	4.7%

特に、「世間に名前が知られている企業や団体に勤めたい」については、全体では 15.3%が「当てはまらない」と回答しているのに対して、「GDP 成長の必要性」に「わからない」という態度をとる人たちの同回答の割合は 35.6%と、20 ポイントほどの差があった。

「高い収入が得られる企業や団体に勤めたい」、「ライフスタイルにあった働き方ができる企業や団体に勤めたい」、「福利厚生がしっかりとしている企業や団体に勤めたい」という個人の生活に直接関係する3項目では、この差はやや小さかった（差はそれぞれ、7.6ポイント、6.5ポイント、9ポイント）。

ここから、「GDP成長の必要性」に「わからない」という態度をとる人たちは、世間での評判とは関係なく、収入や自由度を優先して職業を選択していることが推測される。

## 2.2.5. 電力の選択の志向性について

本年度（2016年度）から電力の自由化により、消費者が電力会社を選べるようになったことから、電力会社を選ぶ際に、何を重視して選ぶかについても尋ねた（表2-3）。「料金が安いこと」、「ライフスタイルにあった料金プランを選べること」、「再生可能エネルギーの使用量が多いこと」、「地元の企業であること」、「大手企業であること」の5つの項目を尋ねたが、「大手企業であること」のみ、「GDP成長の必要性」に「わからない」という態度をとる人たちは、「重視しない」と回答する人が、全体と比べて特に多かった。しかし他の4項目については、大きな違いは見られなかった。今回の調査では、この電力自由化に関する質問カテゴリーのみが、GDP成長の必要性について「わからない」という態度をとる人たちの特異性がほとんど見られなかった。

表 2-3 「GDP成長の必要性」と「電力の選択の志向性」

		重視する	どちらかといえば重視する	どちらかといえば重視しない	重視しない
料金が安いこと	わからない(73)	50.70%	37.00%	9.60%	2.70%
	全体(831)	51.90%	42.70%	3.70%	1.70%
ライフスタイルにあった料金プラン	わからない(73)	30.10%	56.20%	9.60%	4.10%
	全体(831)	35.70%	53.20%	8.30%	2.80%
再生可能エネルギーの使用量	わからない(73)	6.80%	37.00%	42.50%	13.70%
	全体(831)	14.90%	45.50%	31.00%	8.50%
地元の企業	わからない(73)	6.80%	28.80%	46.60%	17.80%
	全体(831)	9.00%	35.40%	42.60%	13.00%
大手企業	わからない(73)	8.20%	39.70%	35.60%	16.40%
	全体(831)	14.40%	47.40%	30.80%	7.30%

以上から、本調査では、買物をする際の志向性、ものを共有する志向性、働きたい企業や団体の志向性、エシカル関連の用語の知識で、「GDPの必要性」に「わからない」という態度をとる人たちに、「当てはまらない」、「気にかけてことがない」、「聞いたことがない」などの回答が多いことが明らかになった。本調査は、「社会的な責任を取りながら生活する」というエシカルな考え方が、社会的にどのような人たちの間に広がっているのかについて明らかにする目的でおこなったものである。よって、「GDP成長の必要性」について「わからない」と回答する人たちのこの傾向は、社会的な問題に対する無関心とも言い替えることができる。

「GDP成長の必要性」に「わからない」という態度をとる人たちはまた、「高い収入が得られる企業や団体に勤めたい」、「ライフスタイルにあった働き方ができる企業や団体に勤めたい」など、個人の生活に直接的に関わる項目では、「当てはまらない」といった選択肢を

選ぶ傾向はあまり見られなかった。

以上から、「GDP の必要性」に「わからない」という態度をとる人たちは、社会的な問題に対して関心が低い人たちが相対的に多いということが出来る。それでは、「GDP の必要性」に「わからない」という態度をとる人たちは、どういう属性の人たちなのだろうか。

3. ではこの問題について、本調査のデータから明らかにする。

### 3. GDP の必要性に対して「わからない」と回答した人びとの特徴

GDP 成長の必要性に「わからない」という態度をとる層の属性を調べたところ、性別では女性、年齢層では若い世代、職業はパート・アルバイト、そして生まれた時から同じ場所に住んでいる人たちに、相対的に多く見られることがわかった。これらの特徴から、理念型的には、パート・アルバイトをしながら親元に暮らす比較的若い女性が、この層の担い手であることがわかる。

#### 3.1. 性別

まず性別については、男性では GDP の必要性について「わからない」と回答した人が 6.0% だったのに対して、女性は 11.4% と女性の割合が高い（表 3-1）。

表 3-1 性別と「わからない」という態度をとる人びと GDP 成長の必要性

GDP 成長	必要だと思う	どちらかといえば必要だと思う	どちらかといえば必要ではないと思う	必要ではないと思う	わからない
男性 (400)	21.8%	55.0%	13.3%	4.0%	6.0%
女性 (431)	18.8%	56.4%	11.4%	2.1%	11.4%
合計 (831)	20.2%	55.7%	12.3%	3.0%	8.8%

#### 3.2. 年齢

次に年齢については、20 歳代から 40 歳代前半までの年齢層では、GDP 成長の必要性に「わからない」という態度をとる人が 15% 程度見られるのに対して、50 歳代以上になるとその割合は 5% 程度になる（表 3-2）。ここから、比較的若い人たちに、わからないという態度をとる人が多いことがわかる。

表 3-2 年齢と「わからない」という態度をとる人びと

	GDP 成長の必要性				わからない
	必要だと思う	どちらかといえば必要だと思う	どちらかといえば必要ではないと思う	必要ではないと思う	
20才～24才(44)	20.5%	59.1%	6.8%	2.3%	11.4%
25才～29才(63)	17.5%	55.6%	9.5%	1.6%	15.9%
30才～34才(62)	21.0%	53.2%	9.7%	1.6%	14.5%
35才～39才(82)	26.8%	50.0%	7.3%	1.2%	14.6%
40才～44才(62)	6.5%	56.5%	14.5%	6.5%	16.1%
45才～49才(73)	15.1%	54.8%	17.8%	4.1%	8.2%
50才～54才(79)	19.0%	62.0%	11.4%	2.5%	5.1%
55才～59才(51)	25.5%	49.0%	17.6%	3.9%	3.9%
60才以上(315)	22.2%	56.8%	13.0%	3.2%	4.8%

### 3.3. 職業

職業では、全体ではGDP成長の必要性に「わからない」という態度をとる人は約9%なのに対して、パート・アルバイトではこの割合は23.3%と非常に高い。これは2番目に「わからない」と回答した人が多かった自営業の11.7%を大きく上回っている（表3-3）。

表3-3 職業と「わからない」という態度をとる人びと

	必要だと思う	どちらかといえば必要だと思う	どちらかといえば必要ではないと思う	必要ではないと思う	わからない
公務員(22)	18.2%	59.1%	13.6%	9.1%	0.0%
経営者・役員(12)	16.7%	75.0%	0.0%	0.0%	8.3%
会社員(事務系)(82)	19.5%	62.2%	12.2%	1.2%	4.9%
会社員(技術系)(71)	21.1%	52.1%	15.5%	4.2%	7.0%
会社員(その他)(85)	18.8%	58.8%	14.1%	1.2%	7.1%
自営業(60)	28.3%	46.7%	10.0%	3.3%	11.7%
自由業(13)	15.4%	61.5%	7.7%	15.4%	0.0%
専業主婦(主夫)(194)	20.1%	58.8%	12.9%	1.5%	6.7%
パート・アルバイト(116)	13.8%	49.1%	9.5%	4.3%	23.3%
学生(23)	13.0%	73.9%	13.0%	0.0%	0.0%
その他(31)	22.6%	51.6%	12.9%	3.2%	9.7%
無職(122)	25.4%	51.6%	13.1%	4.1%	5.7%

### 3.4. 居住年数

現在暮らしている地域の居住年数については、GDP成長の必要性に「わからない」という態度をとる人は「生まれた時から」と回答した人が約16%と最も多かった（表3-4）。

表3-4 居住年数と「わからない」という態度をとる人びと

	GDP成長				わからない
	必要だと思う	どちらかといえば必要だと思う	どちらかといえば必要ではないと思う	必要ではないと思う	
生まれたときから(182)	19.2%	51.6%	11.5%	1.6%	15.9%
21年以上前から(266)	21.8%	58.6%	12.4%	3.0%	4.1%
11~20年前から(143)	17.5%	62.2%	8.4%	2.1%	9.8%
6~10年前から(105)	19.0%	48.6%	18.1%	5.7%	8.6%
1~5年前から(107)	23.4%	54.2%	11.2%	3.7%	7.5%
1年未満(28)	17.9%	53.6%	17.9%	3.6%	7.1%

以上から、女性、若い世代、パート・アルバイト、生まれた時から同じ場所に住んでいる人に、GDP成長の必要性に「わからない」という態度をとる人が相対的に多く見られることがわかった。男性優位の社会において女性であること、年功序列の社会において若いこと、正社員が中心の社会でパート・アルバイトであることは、社会的に弱い立場におかれていることを意味する。またそもそも、GDP成長という、現在の日本の政権が最も重視している政策に対して、「わからない」という態度をとることは、その人たちがメインストリームの社会から疎外されていることを示している可能性がある。

2. では、こうした人たちがまた、社会的な問題について無関心であり、自分の生活に直

接関わる事柄にのみ明確な意見を表明する傾向が明らかになったが、これもまたメインストリームの社会から疎外されていることを示唆するデータである。

4. ではこうした「わからない」という態度をとる層に対して取り組みを行なう場合、どのような方法でアプローチを行なうことが求められるのかについて、考察を行なう。

#### 4. 「わからない」という態度をとる人々の社会への包摂

3. で明らかになったように、GDP 成長の必要性について「わからない」という態度をとる人々は、外の社会のことを考えなくても良いポジションにいる。別の観点からすると、社会から疎外されているともいえるだろう。

現在、日本国内における経済的な貧困は取り上げられるようにはなっているが、社会的なつながりの貧困と認識されることは少ない。しかし、「わからない」という態度をとる人々は、社会的なつながりという観点からすると、社会と直接つながっているという認識が少ない、つまり、社会的なつながりの「貧困」状態にあるといえるかもしれない。このような「わからない」という態度をとる人々に、社会に対する意識、あるいはエシカル意識を持ってもらうために、どんなアプローチが考えられるだろうか。

エシカル意識とは、社会とのつながりを意識することに他ならない。環境問題や貧困問題、あるいは地域経済の活性化の問題に対して、ある商品がどんな配慮をして作られたのかを考えて商品を購入するというエシカル消費は、その商品を通して、社会とのつながりを意識して消費するということである。

「わからない」という態度をとる人々に、このような社会的なつながりを意識してもらうことは、そもそも社会とのつながりをそれほど強く意識しなくてよいポジションにいるのだから、簡単ではないであろう。しかし、例えば「価格が安い上に新鮮な直売所の野菜」は、毎日の買物に結びつくことなので、比較的関心を持ってもらいやすいだろう。このように商品の価格を切り口にして伝えるアプローチは有効だと推測できる。

一方で、ボランティア活動に参加してもらうことを通して、「わからない」という態度をとる人に社会的な関心を持ってもらうことは、ボランティア活動が積極性を求めるものであるだけに難しいことかもしれない。しかし、社会の側がそういった「わからない」という態度をとる人々を受け入れる居場所を設け、彼ら彼女らを包摂することが、時間はかかるかもしれないが、実は最も近道なのではないだろうか。

実際に現在、世界中で社会的排除は問題になっており、社会的弱者を包摂するためのプロジェクトが国連で動きだしている。ただ、世界で問題になっているのは移民や女性、人種差別といった表面に現れた問題であり、「わからない」という態度をとる人々のように表に現れない人々に対しては、このような問題としては扱われにくい。また、日本の中でも、貧困、とくに子どもの貧困や高齢者の貧困などは、社会問題として取り上げられ、対策が取られつつある。しかし、「わからない」という態度をとる若者や女性など社会的に疎外されている人々に対しては、「ニート」など本人たちの問題として扱われることが多く、社会の問題であると認識はあまりされずに今日に至っている（阿部、2011）。「わからない」という

態度を取る人たちも、「ニート」と同じようにスポットライトをあて、社会の問題として認識する必要があるのではないだろうか。

こうした新たな社会問題に関して、それを改善しようという取り組みは、2015年に、消費者庁「倫理的消費」調査研究会が設けられるなど始まったばかりであり、必ずしもこうした「わからない」という態度をとるような無関心な人々へ特別配慮したものではない（消費者庁、2015）。こうした新たな社会問題は、新たな科学技術が引き起こす問題と構造的に似ている。環境問題、遺伝子組み換え作物の問題などは、我々の生活や体に直接関わる問題となっている。こういった科学技術の問題は、我々がどう選択して行為を行なうかによっても大きく影響が変わってくる問題である。このような問題に対して、科学者・技術者の側は科学コミュニケーションを通じて、知識を共有し、市民とともに考えて方針を決めるという機会を多くするようになってきている（小林、2007）。しかし、知識があれば望ましい行為や決定ができるわけではないのが現実だ。本調査で明らかになったような「わからない」態度を取る人たちへのアプローチ方法を考察することは今後の課題である。

本研究は、インターネットを通じた調査という形ではあるが、今まで積極的に注目されてこなかった「わからない」という態度をとる人々の実態を抽出できた意義は大きい。しかし、本調査結果だけでは、この人たちの実態が十分に明らかになったとは言えない。それは今後の研究課題とする。この研究が今後、社会の側が「わからない」という態度をとる人々を受け入れる体制を整えて、共生できるような社会に向かう上での一歩になればと考えている。

尚、本研究は平成27年度武蔵野大学学院特別研究費（「地域資源を活用した内発的發展に関する研究」研究代表；明石修）の助成を受けたものである。

## 註

1) 本調査で尋ねた質問項目は以下の通り（ただし、属性に関するデータは除く）

Q1 あなたは、何かものが欲しくなった時、どのような方法で手に入れていますか。

- ・何かものが欲しいときは、新しい商品を購入する。
- ・何かものが欲しいときは、友人から譲ってもらうようにしている。
- ・何かものが欲しいときは、レンタルショップを利用するようにしている。
- ・何かものが欲しいときは、家族や友達と共有するようにしている。
- ・可能な限り、ものを増やさないようにしている。

Q2 普段買い物をする時に、あなたは以下のそれぞれのことを、どの程度気にかけていますか。

- ・その商品が不要になった時に、リユースやリサイクルができるか
- ・その商品が作られる過程で、地球温暖化に影響を与えているか
- ・その商品が作られる過程で、自然を壊していないか
- ・その商品が、どのような労働環境で生産されているか
- ・自分が支払ったお金が、地域の経済に役立つかどうか

Q3 あなたは、以下の単語をご存知ですか。

- ・エシカル
- ・シェアリング・エコノミー（共有型経済）
- ・断捨離

- ・半農半 X
  - ・ミニマリスト
- Q4 あなたが今、就職先を選ぶとしたら、どのような企業や団体を選びますか。
- ・世間に名前が知られている企業や団体に勤めたい
  - ・経営が安定している企業や団体に勤めたい
  - ・地元の企業や団体に勤めたい
  - ・高い収入が得られる企業や団体に勤めたい
  - ・ライフスタイルにあった働き方ができる企業や団体に勤めたい
  - ・経営理念に共感できる企業や団体に勤めたい
  - ・やりがいがある仕事ができる企業や団体に勤めたい
  - ・福利厚生がしっかりとしている企業や団体に勤めたい
- Q5 2016年4月から電力の自由化がはじまります。もしあなたが、自由に電力会社を選べるとしたら、何を重視して選びますか。
- ・料金が安いこと
  - ・ライフスタイルにあった料金プランを選べること
  - ・再生可能エネルギーの使用量が多いこと
  - ・地元の企業であること
  - ・大手企業であること
- Q6 お住まいの地域(日常生活圏内)についてのあなたのお考えを伺います。
- ・できればこの地域に、長く暮らし続けたい
  - ・この地域に、愛着はない
  - ・この地域に属していると感じている
  - ・この地域の人々を信頼している
  - ・この地域の人々とは、困った時に助け合える
  - ・この地域の間人間関係を大切にしている
  - ・この地域の中で、自分はよそ者だと感じている
- Q7 今お住まいの地域(日常生活圏内)にはいつからお住まいですか。
- ・生まれたときから
  - ・21年以上前から
  - ・11~20年前から
  - ・6~10年前から
  - ・1~5年前から
  - ・1年未満
- Q8 あなたのお住まいの市町村の人口を教えてください。
- ・1万人未満
  - ・1万人以上、3万人未満
  - ・3万人以上、5万人未満
  - ・5万人以上、10万人未満
  - ・10万人以上、20万人未満
  - ・20万人以上、50万人未満
  - ・50万人以上、100万人未満
  - ・100万人以上
  - ・東京都23区に住んでいる



・わからない

Q9 あなたは、日本の GDP（国内総生産）が伸び続けることは必要だと思いますか。それとも思いませんか。

- ・必要だと思う
- ・どちらかといえば必要だと思う
- ・どちらかといえば必要ではないと思う
- ・必要ではないと思う
- ・わからない

Q10 あなたは、世界全体の GDP（国内総生産）が伸び続けることは可能だと思いますか。それとも思いませんか。

- ・可能だと思う
- ・どちらかといえば可能だと思う
- ・どちらかといえば不可能だと思う
- ・不可能だと思う
- ・わからない

属性データ：性別、年齢、都道府県、地域、職業

2) ただし、「GDP 成長は必要ないと思う」と答えた人は、831 人中 25 人と少数である。

## 参考文献

- 阿部彩, 2011, 『若者の居場所のない社会—貧困・格差と社会的包摂』, 講談社.
- 枝廣淳子, 2015, 「経済成長の必要性と可能性に関するジレンマ—経済成長をめぐる意識調査から」, 『東京都市大学横浜キャンパス紀要』2: 21–28.
- 北條 英勝, 2003, 「社会調査における無回答から声なき人々の社会分析へ—世論調査の無回答に関するブルデューの分析の応用」, 宮島喬・石井洋二郎編 『文化の権力—反射するブルデュー』, 藤原書店, pp.43–63.
- 経済財政政策担当大臣報告, 2016, 「平成 28 年度 年次経済財政報告—リスクを越えて好循環の確立へ—」, (2016 年 9 月 24 日取得, [http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je16/index\\_pdf.html](http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je16/index_pdf.html)).
- 小林傳司, 2007, 『トランス・サイエンスの時代』, NTT 出版.
- 増田寛也, 2014, 『地方消滅』, 中公新書.
- 藻谷浩介, 2013, 『里山資本主義』, 角川書店.
- 消費者庁, 2015, 「倫理的消費」調査研究会, (2016 年 9 月 25 日取得, <http://www.caa.go.jp/region/index13.html>).
- 田辺直行, 明石修, 新津尚子, 2014, 「地域自然エネルギーの導入がもたらす社会への影響—相乗効果の重要性」, 武蔵野大学環境研究所紀要 3, 1–15.
- 田辺直行, 新津尚子, 2016, 「地域通貨へのビットコイン技術の可能性」, 武蔵野大学教養教育リサーチセンター紀要, 6, 185–197.
- 吉川洋, 2016, 『人口と日本経済—長寿、イノベーション、経済成長』, 中公新書.