

離島におけるエシカル消費に関する研究

研究期間 平成 29 年度

研究代表者名 田村善弘

I. はじめに

近年、消費や消費者を取巻く環境が大きく変化している。食料に目を向けると、食料自給率の低下、食品ロスの増加などの問題がある。これらのなかには、個別の消費者の行動が社会全体で集積されることで、大きな影響を及ぼしているものもある。

そうしたなか、「エシカル消費」という言葉が登場している。これは「消費者それぞれが、各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら、消費活動を行うこと」¹と定義されている。これに関する研究は必ずしも多いとはいえず²、離島とエシカル消費に関する研究はほとんどない状況にある。そこで、本研究では「エシカル消費」に着目して、離島地域におけるエシカル消費の実践について明らかにしていく。

II. エシカル消費の実践におけるローカル消費

エシカル消費は資源配分行動、購買行動、使用行動、処分行動の4つの形態に分けられる³。本研究とも関わるのが、購買行動での「ローカル消費」である。これは「その地域の製品をその地域で消費すること」⁴で、地域経済の活性化、持続可能な農産物供給・消費システムの構築、地域の雇用創出などの面から必要性が高いものである⁵。

III. 離島振興とローカル消費—長崎県を事例として—

長崎県の離島振興計画のうち、第1次産業振興をみると、第1次産業の重要性、第1次産業と他産業との連携の重要性が掲げられている。このうち、農業については、地産地

¹ 消費者庁「倫理的消費」調査研究会（2016），3 頁。

² ここでは CiNii を利用し、「エシカル消費」と「倫理的消費」を検索した。「エシカル消費」40 件、「エシカル」122 件、「倫理的消費」49 件であった（2017 年 11 月時点）。

³ チョン・ギョンヒほか（2017），47 頁。

⁴ 同，48 頁。

⁵ 同上。

消の推進や農産物の「6次産業化」に関する項目が盛り込まれている⁶。以下においては、農商工連携と6次産業化，食育を取り上げる。また，島外の消費者の離島に対するエンカル消費の実践としてふるさと納税を取り上げる。

1. 農商工連携・6次産業化

農商工連携の事例としては，長崎県農商工連携ファンドの認定事業数を中心にみていく。認定事業数をみると，2009年の認定事業数は11件で，2016年には22件まで増加している。うち，離島の事業者が関わる事業は2009年時点で4件，2016年時点では6件である。期間全体では，農産の認定件数が17件，水産の認定件数は12件で農産が多い。次に，6次産業化の事業の認定件数である。2011年から2016年認定件数は36件，そのうち離島は9件である。その内訳は農産が5件，水産が4件である。

ここで誕生した製品は，大部分は新製品のため，消費者の認知度は高くはない。そのため，市場（特に島外）での知名度向上の対応が必要となる。これと同時に，食文化の継承，地域資源に対する理解向上の面から島内の消費者の対応も重要になる。

2. 食育

こうした新製品の多くが食品であることを考慮すると，消費者の食への関心を高める対応が重要である。これには食育が関与することになるといえる。長崎県では食育基本計画を策定し，取組みを進めている。県の計画のもと，各市町で食育推進計画が策定され，取組みが進められている。

離島の事例として，五島市の第2次食育推進基本計画をもとにみていきたい。まず，「食育」の認知度（「言葉を知っている」）は，2011年度から2015年度で「意味も言葉も知っている」は93.4%から93.8%へ微増し，「意味も言葉も知らない」は6.6%から6.2%へ減少している。言葉そのものの認知度は高いといえる。

また，食育の推進には，学校給食も重要な役割を果たす。学校給食をみる場合には，給食食材への地元産食材の利用度が重要になる。島内での生産が少ない加工品，農産物を除くと，穀物，畜産物，水産物に関しては80%を超えるなど利用割合は高く，全体での利用割合も，61.9%から74.9%まで増加している⁷。このほか，食育に関連イベント

⁶ 長崎県企画振興部『長崎県離島振興計画』，7頁。

⁷ 五島市『第2次 五島市食育推進計画』，13頁。

の開催などがある。この際の講師は地域の生活改善協議会、協同組合の女性部である。そのため、これらの人材の確保と育成も重要になっていく。

3. ふるさと納税

五島市の場合、寄付金の用途は、①歴史・文化を生かしたふるさとづくりに関する事業、②市民によるまちおこしに関する事業、③自然環境の保全並びに景観の維持及び再生に関する事業、④地域資源を活用した産業の振興に関する事業、⑤社会福祉の向上及び教育の振興に関する事業、⑥指定事業なしのように、寄付時に選択できるようになっている。2013年度から2016年度の寄付額合計をみると、1,356万100円から3億9,378万5,224円と増加し、件数も寄附件数は同期間で55件から12,623件と大幅に伸びている。

この背景には寄付がネット等を通してワンストップで実施できるようになったこと、ポイント制を導入し、ポイントに応じて返礼品を選ぶことができること⁸などが挙げられる。こうした返礼品は2018年1月末現在で288品目⁹あり、うち水産物が84品目と最も多く、茶菓53品目、農産物32品目、畜産物22品目の順になっている。

このふるさと納税制度については、寄附者が本来の目的とは異なり、返礼品を目的としていたり¹⁰、返礼品の充実に対する負担増という問題も出てきている。これは寄附者の意図が本来の地域を支える目的よりも、自身が得られる利益を中心に考えていることがその理由であるといえる。しかしながら、これらの取組みにより、地域に対する関心が高まり、地域の財源確保にも貢献しているのは紛れもない事実である。そのため、今後はより本来の目的に近い形での寄附を進めていくことが必要になると考えられる。

IV. 結論

本研究では、エシカル消費の一形態である「ローカル消費」を取り上げ、離島との関係のなかで、農商工連携・6次産業化、食育、ふるさと納税に焦点を当ててみてきた。特徴のある取組みが進められているが、開発した商品の販路、取組みを進める人材確保という課題があった。また、ふるさと納税については、寄付行為よりも返礼品の受取り

⁸ 五島市「五島市ふるさとづくり寄付金お礼特産品カタログ 五島市よかもん」、22頁。

⁹ アイテム数は、五島市ホームページに掲載内容をもとにした値である。

¹⁰ ふるさと納税を行った人の多くが寄附の特典が魅力的であるから、税金の軽減という回答が多い（株式会社インテージリサーチ調査結果）。自治体側の費用負担も返礼品の調達に関する費用が高くなっている（総務省自治税務局地町村税課、13頁）。

を目的に寄付をする消費者も増えているという問題があった。

消費者は自らの生活のなかで、各自がもつ影響力を考慮し、長期的に視点で社会や環境に配慮した消費のスタイルの確立が求められている。本稿で取り上げた離島地域の活性化においても、島外との関係構築はもちろん重要であるが、一方では地域の産業を支えるという視点でのローカル消費も重要である。特に、食料の生産・消費面では地産地消と食育が重要になる。今後は、エシカル消費の影響を正確に理解し、積極的に行動する消費者の育成が重要になる。島内の事業者の活動を通しての食育や消費者教育、家庭や学校での食育や消費者教育を通して、消費者の自発的な行動を促していくことが求められる。

【参考文献】

1. 株式会社インテージリサーチ「全国ふるさと納税3万人の実態調査」
(<http://www.intage-research.co.jp/service/report/20160728.html>) , 2018年1月22日アクセス。
2. 五島市『第2次 五島市食育推進計画』。
3. 消費者庁「倫理的消費」調査研究会『「倫理的消費」調査研究会中間取りまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～』2016年6月。
4. 総務省自治税務局市町村税課「ふるさと納税に関する現況調査結果」
(http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/file/report20170704.pdf) , 2017年7月4日。
5. チョン・ギョンヒ, 洪ヨングム, 尹ミョンエ, 宋インスク『倫理的消費の理解と実践』シグマブックス, 2017年（韓国語）。
6. 長崎県企画振興部『長崎県離島振興計画』。
7. 長崎県商工会連合会「長崎県農商工連携ファンド事業支援事例紹介」
(<http://www.shokokai-nagasaki.or.jp/fundjirei/>, 2017年11月13日アクセス)。
8. 長崎県6次産業化サポートセンター「6次産業化認定事業者」
(http://www.nagasaki-chuokai.or.jp/nagasaki6sapo/certified_trader.html, 2017年11月13日アクセス)。