

特選  
2021

全国公民科・社会科  
教育研究会会長賞

## 第19回「金融と経済を考える」高校生小論文コンクール

# 消費者としての私たち

東京都・東京都立国際高等学校 2年 森口 爽来

お小遣いを<sup>もら</sup>貰い始めた小学校3年生の頃、私が買い物をする場所は決まって100円ショップだった。幼い私は月500円の少ない資金をどう使うかに頭を悩ませていた。そんな私に母は、「肌に触れるものと食べるものは安さで選ばないように。」と言った。私は最初その意味を漠然としか理解することができなかったが、徐々に品質や安全性の大切さを理解するようになっていった。小学校高学年になり、お小遣いも増えて自由ができた頃、私は安さよりもデザインを重視するようになり、中学に入るとさらに利便性や耐用性などを加味するようになった。高校に入り、今まではあまり関わりのなかった化粧品への関心が高まった。ネイルやアイシャドウ、リップ・ティントなど、それまでせいぜい3、4個しか持っていなかったのに10ヶ月近くでその数は5倍ほどに増えた。とは言ってもお小遣いにも限りがあるので、手の届く範囲のもので、品質が良く可愛いものをインターネットでリサーチしたり、友達に聞いたりして選んだ。このように、私はより多くの要素を考慮した上で買い物をするようになっていった。

しかし、最近私の物を買う時の判断基準に大きな変化を及ぼす出来事があった。きっかけは誕生日に友達くれたリップ・スクラブだった。友達は「この会社は環境への配慮をした商品とか、動物実験を行っていない商品を作っているのがすごく良いんだよね。」と説明してくれた。化粧品が作られる過程で動物実験が行われていることを知らなかった私は、興味を持ち調べてみることにした。あなたは化粧品や生活用品の生産過程で動物実験が行われていることを知っているだろうか。おそらく聞いたことはあっても、具体的に何が行われているかは知らないのではないだろうか。私もなんとなく聞いたことはあったけれど、実際にどんなことが行われているかに関しては全く知識がなかった。

結論から言うと、私が予期していたよりも現実はずっと残酷だった。ウサギやラット、モルモットなどの実験動物は長時間の苦痛にさらされた後、全て殺

処分となる<sup>1)</sup>。これは投与あるいは塗布された化学物質による悪影響が及ばなかった個体についても同様である。研究のために解剖されるからだ。動物とはいえ、人間と同じ哺乳類であり、知性を備えた生き物である。この動物たちはすべて実験のため、すなわち殺されることを前提に、繁殖されている。イギリスの Animal Free Research と Cruelty free International の調査によると、世界では毎年、1億匹以上の実験動物が犠牲になっていると推定されている<sup>2)</sup>。普段使っている化粧品や生活用品、シャンプーや洗剤などの背後にこのような犠牲があることを、私は知らなかった。私はすぐさま今、自分が持っているコスメのブランドが動物実験を行っているか調べた。動物実験を行っていないと確証が持てた製品は3割程度だった。さらに詳しく調べてみると、動物実験廃止に向けて努力している企業数は増加しているものの、国によっては新たな化学物質を使用する場合には企業に動物実験の実施が義務付けられているなど、まだまだ多くの課題があることがわかった。

この出来事は私に大きな衝撃を与えた。「買う」という行為は消費者がその製品を支持していることを示す。私は知らず知らずのうちに動物実験をサポートしていたのである。私はこの経験から、製品のバックグラウンドを知ってから買うことにしようと思った。そこで、どのような商品を買うべきかリサーチを行った結果、「エシカル」という言葉に遭遇した。エシカルとは倫理的などという意味の英単語で多くの人々が考える「社会的な規範」に沿っていることを表す言葉だ。環境や社会に配慮した商品を買うことがエシカル消費であり、消費者としての立場から社会問題の解決に貢献することができる。持続可能な開発目標(SDGs)も例外ではなく、エシカル消費を行うことはSDGsが12番目の目標である「つくる責任・つかう責任」に該当する。私がサポートしたいのはこのような製品だと思った。

エシカル消費の代表例としてフェアトレードが挙げられる。フェアトレードも動物実験と同様に、聞いたことはあるものの具体的にどのような仕組みかは知らないものだった。フェアトレードとは直訳すると「公正・公平な貿易」を意味し、経済的・社会的に弱い立場にある発展途上国の生産者と、経済的・社会的に強い立場にある先進国の消費者が対等な立場で行う貿易をいう。これにより、生産者の労働環境や生活水準が保障され、環境にも優しい持続可能な取

引を行うことができる。このように理念的な側面が強いフェアトレードに、明確な基準（10のフェアトレード基準）を設定したのが、1989年に誕生したフェアトレード団体の世界機関であるWFTO（World Fair Trade Organization）である<sup>3)</sup>。この基準に従った製品には、国際フェアトレード認証ラベルが貼られる。このラベルが私たち消費者の目印となるわけだ。

では、日本ではどのような取り組みがなされているのだろうか。もともと日本は1997年に国際フェアトレードラベル機構を設立した14の推進組織に含まれていた。現在はコーヒーやチョコレート、スパイス、化粧品など数多くの製品を幅広く販売している<sup>4)</sup>。意外と身近な製品が多いことに驚いた私は、実際にこれらの製品を買ってみたいと思い、試しにチョコレートについて調べた結果、市販のチョコレートとの値段の差に驚いた。市販の板チョコは100円程度が一般的なのに対し、フェアトレードの製品は300円くらいするのである。何がこんなに大きな差を生むのか、私はチョコレートが生産される過程について調べてみることにした。そこで私が発見したのは、過酷な児童労働の現実だった。世界の 카카오 生産量1位と2位であるコートジボワールとガーナだけでも18歳未満の児童労働者の数は156万人にのぼると言われている<sup>5)</sup>。作業には危険が付きまとう上に賃金は低く、子どもは人身取引されている場合もある<sup>6)</sup>。やはり安さの裏には理由があったのだ。フェアトレードはこのような児童労働をなくすことを目的にしている。似たサポートの仕方として、募金があげられる。しかし、募金は一部の人からの無償の善意に頼るのに対し、フェアトレードは貿易が本来あるべき姿に戻す行為なのでより多くの人に参加することが考えられる。

経済学には「外部性」という概念がある。外部性とは、生産活動において外部に影響を与えていることを考慮に入れずに商品に価格をつけ、市場で取引をすることである。例えば、大気を汚染する工場は負の外部性を生みだしている。化粧品の生産過程で動物実験が動物に与える苦痛や、カカオの生産過程で児童労働を用いることが子どもの健康や教育に与える影響も、これに該当する。近年、科学技術の急速な発展とともに、環境問題の現状がより明確に把握できるようになり、負の外部性が可視化され始めている。この外部性を認識し、生産者がそれを発生させないように対処し、そのコストを価格に反映させることが「外

部性の内部化」である。フェアトレードを例にとろう。100円のチョコレートと300円のチョコレートの間にある200円こそが、今まで考慮されていなかった「負の外部性」の値段である。この「負の外部性」は、児童労働によってないがしろにされていた子どもたちの権利や、最低限の生活水準を保障する賃金なのである。フェアトレードだけでなく、公害防止対策やゴミ袋の有料化など、外部性の内部化は人々の意識が高まるとともに拡大してきた。さらに拡大が進めば、今はまだ確立されていない動物の権利にも及ぶのではないだろうか。そうなれば、やがては動物実験の廃止へとつながるかもしれない。

では、消費者としての私たちにできることはなんだろうか。国際組織やNPOが積極的に活動を進めてはいるものの、フェアトレード製品や動物実験を行っていない製品を自らすすんで買っている人はまだ少ない。この原因は負の外部性の認知度の低さにあると思う。実際のデータをもって検証してみよう。2019年の日本フェアトレード・フォーラムのアンケート調査によると、フェアトレードという言葉を知ったことがある人の割合は、回答者1,108人中の54パーセントと約半数をしめる。その中で、フェアトレードが貧困や環境に取り組む活動であると答えられた人の割合は33パーセントとなった。また、フェアトレードという言葉を知っている回答者のうち、フェアトレード製品を購入したことがある人の割合は42パーセントをしめる。つまり、認知度が上がれば製品の購入者が増加する可能性が高い<sup>7)</sup>。動物実験に関するデータも見てみよう。2017年の「科研費プロジェクトによる動物実験に関わる市民意識調査報告」によると、医薬品・医療技術に関する動物実験については、具体的に知っているという人が3,096人中の21パーセントである。これに対して、化粧品開発に関する動物実験については、具体的に知っているという人が12パーセントにすぎない<sup>8)</sup>。動物実験もフェアトレードと同じくらい認知度が高まれば、購入しないことを選択する消費者が増えるだろう。

私にとって今回の経験は、身近な製品の知らなかった側面を発見し、それと同時に自分が今までいかに無知だったかを痛感するできごとだった。これまでの私は買い物をする際に、常にその製品が自分にもたらすメリットのみを考え、自分がその製品を購入することによって他者に及ぼす影響については考えてもみなかったのである。フェアトレードや動物実験の認知度の低さは、私のよう

な消費者がまだまだ多く存在することを物語っている。しかし、私たちがすべきなのは、善意や義務感に頼って行動することではない。「購入」という選択を製品の知識を持った上で行うことである。それは消費者として私たちが持つべき責任ではないだろうか。

(注)

- 1) NPO 法人 動物実験の廃止を求める会「化粧品でも動物が犠牲に」  
URL <https://www.java-animal.org/animal-testing/cosmetics/>
- 2) ダイヤモンド・オンライン「動物実験大国・日本の残酷な真実、禁止国が増えているのになぜ？」  
URL <https://diamond.jp/articles/-/214088>
- 3) WFTO Home of Fair Trade Enterprises  
URL <https://wfto.com/>  
閲覧日 2021年2月24日
- 4) フェアトレードジャパン「フェアトレードとは？」  
URL [https://www.fairtrade-jp.org/about\\_fairtrade/](https://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/)
- 5) ACE「ガーナ・カカオ生産地の児童労働」  
URL <https://acejapan.org/choco/childlabour>
- 6) ACE「児童労働とは」  
URL <https://acejapan.org/childlabour>  
閲覧日 2021年2月24日
- 7) 日本フェアトレード・フォーラム「『フェアトレード』の認知率 32.8%に上昇」  
URL <http://fairtrade-forum-japan.org/wp-content/uploads/2019/10/265e39faa78ff62d9fb9ef5661682779.pdf>  
閲覧日 2021年2月24日
- 8) 成城大学法学部「論説 一般市民は動物実験をどう見ているか」  
URL [https://www.seijo-law.jp/pdf\\_slr/SLR-086-281.pdf](https://www.seijo-law.jp/pdf_slr/SLR-086-281.pdf)  
閲覧日 2021年2月24日

<参考文献>

大和ハウスグループ「エシカルとは？」

URL [https://www.daiwahouse.com/sustainable/sustainable\\_journey/topics/ethical/](https://www.daiwahouse.com/sustainable/sustainable_journey/topics/ethical/)

閲覧日 2021年2月24日

