

第 1 章

はじめに

本研究では、現在の日本の消費社会を変化させる二つの消費スタイルに着目する。それらは、倫理的消費（Ethical Consumption）とボランタリー・シンプルシティ（Voluntary Simplicity）である。倫理的消費とは、消費を通じて社会的課題の解決を図る消費スタイルを意味する。一方、ボランタリー・シンプルシティとは、特定の製品やサービスの消費を避けたり、総消費量を減らすための努力をしたりする消費スタイルである。

このような二つの消費スタイルは、欧米での先行研究では重複する部分があると指摘されているものの、これら概念が日本の消費社会でどのように理解できるのかは検討の余地がある。すでに日本は世界の中でも成熟した消費社会にある。モノに溢れた生活を送っている日本の消費者が価格や品質だけでなく、社会的課題の解決を製品選択の一つの基準に組み込み、モノを少なくして生活を充実させるという新たな消費スタイルがいかに日本の消費者に理解されているのかを本研究では検討する。

ボランタリー・シンプルシティは、日本では最近、「ミニマリスト」（最低限の持ち物で生活をする人たち）という言葉で、それを実践する消費者のライフスタイルに注目が集まっている。東日本大震災以降、応援消費に代表されるように、売上の一部が社会的課題の解決に使われるコース製品が数多く販売された。このような製品を消費者は好んで購買するようになり、現在、消費を通じた社会的課題の解決が日本社会で普及しつつある。

その一方、東日本大震災後、原子力発電所がメルトダウンしたことを受けて、特に小さな子どもがいる家庭では、食品への意識が高まり、それまで購入していた食品の購入をやめて、敢えてオーガニック食品を好んで選択する消費者が増加した。また近年では、できる限り所有物を少なくするミニマリストを代表とする自発的にシンプルな生活を実践するボランタリー・シンプリファー（Voluntary Simplifiers）の消費スタイルも注目されつつある。特に日本ではボランタリー・シンプリファーを対象とした研究は理論的な研究は行われているものの、実証研究はほとんど行われていない。本研究では、欧米でボランタリー・シンプリファーという概念で理解されている消費者と日本のミニマリストがどのような点が同じで、どのような点が異なるのかについて検討した。

本論文の構成は、第1章で、本論文の目的と概念の説明を行い、続く第2章にて、倫理的消費と共に関連する概念として「ハンドメイド」の効果を検討し、その影響について明

らかにしていく。実験素材に途上国生産者支援というコーズを持つハンドメイドで作られた倫理的な商品を用いている。第3章では、ボランタリー・シンプリシティと倫理的消費との関係およびデモグラフィックスを明らかにしていく。第4章にて、本研究プロジェクトにおける研究のプロセスと業績についてまとめている。

Two New Consumption Trends in Japan: Ethical Consumption and Voluntary Simplicity

Shuji OHIRA,¹ Akiko MASUDA²

¹Faculty of Commerce and Economics, Chiba University of Commerce

²Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiba University of Commerce

In this paper, we explore two trends that are changing Japan's consumer landscape: ethical consumption and voluntary simplicity. Ethical consumers aim to make a positive social and environmental impact through their consumption. Voluntary simplifiers consume as little as possible, avoiding certain goods and services altogether.

These concepts have attracted scholarly attention in the West. The literature reveals, among other things, that the concepts overlap each other in some respects. However, little is really known about how the concepts are filtered and understood by Japanese consumers themselves.

In Japan's highly developed consumer market and materially affluent society, what do consumers think about taking ethical criteria into account alongside price and quality, and how do they perceive the idea of minimising materialistic consumption?

A form of ethical consumption has gained traction in Japan. Japanese consumers like to spend money on a worthy cause, as illustrated by the popularity of products that donate some or all of the profits to assist the recovery from the Great East Japan Earthquake of March 11, 2011. Additionally, increasing numbers of Japanese people, especially those with young children, have rejected their normal food choices in favour of organic foods. Unlike the case with cause-related products, however, this latter practice is driven more by heightened concerns about food safety following the radioactive contamination in the disaster.

Voluntarily simplicity has attracted attention in Japan, too. Japanese people have started using the loanword 'minimalist' to describe someone who tries to live with as few material possessions as possible. The loanword 'voluntary simplifier' has also entered the popular lexicon recently. This concept emphasises the voluntary nature of the person's rejection of consumerism, and how the person finds happiness in embracing simplicity. The Japanese literature does feature some theoretical analysis of

'voluntary simplicity' , but empirical findings are scarce. Accordingly, we compared how the concept is understood in the Anglosphere with how it is understood in Japan.

Regarding the structure of this paper, the first chapter states the objective of the paper and outlines the two new consumption trends. The second chapter focuses on ethical consumption. It discusses the role of handicraft in relation to the concept and demonstrates how demand for handmade goods shapes ethical consumption practices. Presented in this chapter are examples of handmade products that donate profits to an overseas aid charity. The third chapter discusses how ethical consumption relates to voluntary simplicity, and how both concepts reflect demographic trends. The paper's concluding section summarises the procedures of the study and highlights the key findings.