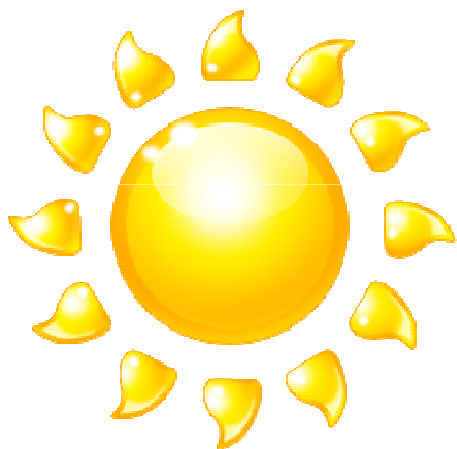




東北大学 大学院 環境科学研究科



環境経営 基礎学 — CSR戦略論 —

『企業倫理と先進国の消費問題』

2012年5月26日

岡本 享二 (おかもと きょうじ)
ブレーメン・コンサルティング(株)

消費問題の背景と消費者への提言

- ・ 先進国の消費問題を追究するとSCM同様、多様な問題点を垣間見ることができる。
 - 消費者は王様⇒過剰消費による地球規模でのひずみ
 - ・ 資源枯渇・CO2発生・人権・環境、、、**「三つの公正」を欠く**
 - **先進国の消費のあり方は、貧困の撲滅と表裏一体！**
 - 高度な情報化・ネットワーク化で変容するビジネス形態
 - ・ 例えば音楽：レコード⇒カセットテープ⇒CD⇒ネット販売⇒クラウドによる音楽の廉価で聴き放題の時代へ
- ・ 消費者が変われば企業が変わり、企業が変われば社会も変わる。情報化技術の急速な発展でビジネス形態が変化し、企業は変わらざるを得ない。

その
一方で

「消費」と「GNPの外部不経済」

- ・ 国民総生産(GNP) ÷ 国民総所得(GNI)
 - GNPは「国内で生産され、市場で取引された、すべての財とサービスの経済価値を合計した指標」。しかし、
 - プラスとマイナスの経済活動を区別していない。このため、GNPには環境や社会に与える多くの**マイナス効果(外部不経済)**が反映されない欠点がある。
 - ・ ファーストフード産業は健康に与える悪影響を考えれば、医療費等を含めた経済では、実質的にはマイナスになるかもしれない。
 - ・ グローバル化による南北間格差や、国内の貧富の差は国の安全対策費を上昇させ、企業や個人によるガードマン需要を増やす。
 - ・ 自動車交通の増加に伴う、大気汚染・騒音発生・交通渋滞・通勤通学ラッシュなどの貨幣価値に換算しにくいマイナス面も多い。

消費者の権利

1962年ケネディが提唱した「消費者4つの権利」

- ・ 安全を求める権利
- ・ 知る権利
- ・ 選ぶ権利
- ・ 意見を聴いてもらう権利

1975年ジェラルド・R・フォードによって、

- ・ 消費者教育を受ける権利

が追加され、「消費者5つの権利」と呼ばれるようになる。

現在は、1980年に国際消費者機構(CI)が追加した、

- ・ 生活の基本的ニーズが保障される権利
- ・ 救済を求める権利
- ・ 健康な環境を求める権利

を含め、「消費者8つの権利」と呼ばれている。

Social responsibility: 7 core subjects



先進国の”消費(者)”を考える #1

- ・ 「ちょっと我慢(それが当たり前)」の社会への転換
 - 大量生産・大量消費・リサイクル社会は、過剰なサービスの時代ではないか？
 - ・ 街中に自動販売機の飲料は必要か？
 - ・ コンビニは24時間営業が必要か？
 - ・ 新幹線の座席予約を乗車時に席を確定させる(私案)
 - ・ 「クールビズ」「ウォームビズ」も「ちょっと我慢」の精神
 - ・ サプリメントや酒類の販売

先進国の大量消費は、目に見えない形で遠く離れた発展途上国の生産地域とその土地の人々に大きな犠牲を強いる。
(地球白書)

新しいマーケティングのあり方

- ・ 企業と消費者の攻防
 - 社会にとって価値ある企業とは
 - 顧客に喜ばれる企業とは
 - 日用品、薬品、食品とマーケティングの考察
- ・ 非財務情報がますます重要に
 - 経済⇒環境・社会・経済
 - トリプルボトムラインから、さらにペンタゴンネットに
- ・ CSRの本質を見極める
- ・ 21世紀への提言
 - Simple Life
 - Cradle to Cradle
 - LOHAS=Lifestyles of Health and Sustainability