



グリーン志向消費はどうやって平和につながる？



蓮井誠一郎

(はすい せいいちろう)

茨城大学 人文社会科学部 教授

(国際政治学・平和学・環境政治)

地球・地域環境共創機構(GLEC)副機構長(教育構想・SDGs)



今回の内容

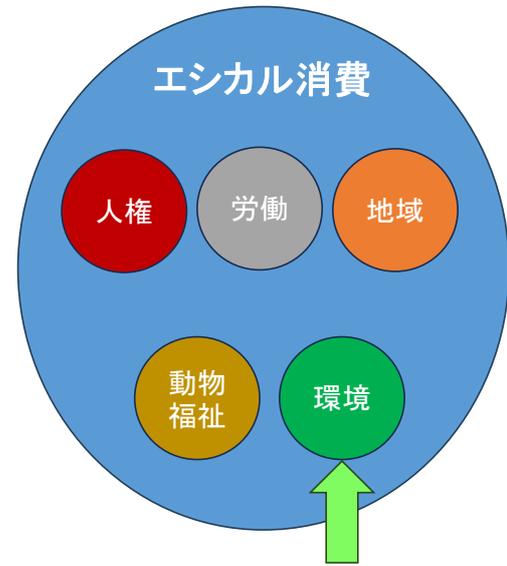
1. グリーン志向消費って何？SDGsとの関係は？
2. 私たちとグリーン志向消費はどうつながるの？
3. どうしてグリーン志向消費が大切ななの？
4. グリーン志向消費はどのように平和とつながるの？
5. どうすれば私たちの行動を変えられる？

グリーン志向消費とは？

・とくに環境に配慮された商品・サービスを理解し、意識的に選ぶなどの行動

(出典:消費者庁グリーン志向の消費行動に関するワーキングチーム「グリーン志向の消費行動に関するワーキングチーム 取りまとめ」(2025令和7年2月20日)2頁を一部改変)

- 理解:商品・サービスの環境配慮の内容を(できる範囲で)把握すること
- 意識的に選ぶ:意思(=情報と意図)をもった選択をすること
- こういう行動がとれる人を「**グリーンコンシューマー(緑の消費者)**」とよぶ

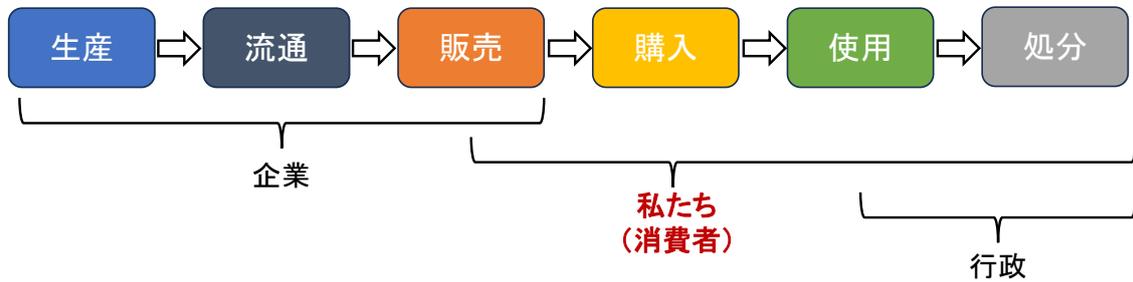


「グリーン志向消費」とSDGs

- ・グリーン志向消費はSDGsの環境に関する目標を意識した消費行動
 - **目標6(きれいな水とトイレ)**, **目標13(気候変動)**, **目標14(海の豊かさ)**, **目標15(陸の豊かさ)**
- ・政府の消費者庁「グリーン志向消費に関する行動チェックリスト」には衣食住すべてにわたる「**37個**」の消費行動の例が掲載！
 - SDGsでもゴールは17個なのに・・・
 - > https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2025/green/



私たちはグリーン志向消費とどうつながるの？



ある製品の一生を「生産→流通→販売→購入→使用→処分」と考えると、その全ての過程で環境に配慮することが必要(SDGsの目標12)

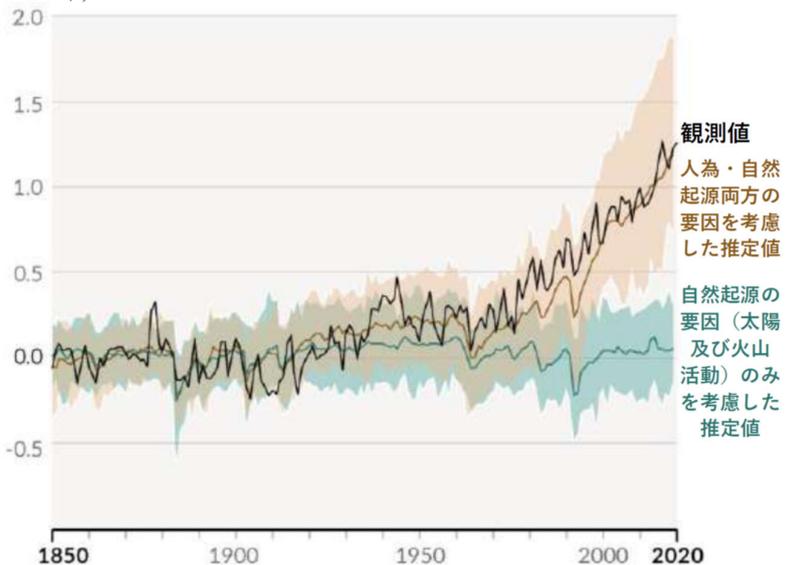
- ▶ 私たち(消費者)は、**どんな店を選ぶかで「販売」、何をかうかで「購入」、どう使うかで「使用」、どう手放すかで「処分」**にかかわる
- ▶ **ここで環境に配慮した行動ができるかどうか**が大切

なぜ気候変動はたいへんな問題なのか？

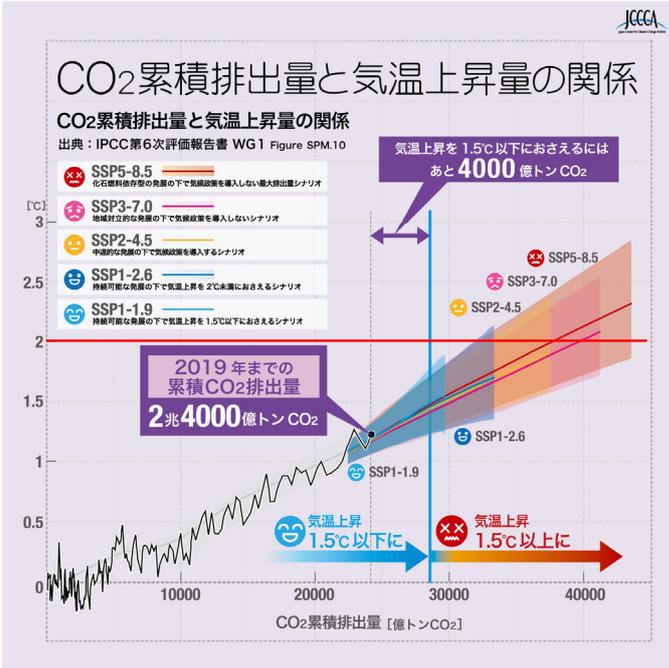
- 観測された「観測値」(黒)と計算された「推定値」(オレンジ)は一致度が高い
 - ▶ ということは、この計算方法は正しそう
 - ▶ その方法で人間の影響を除いて計算された推定値(緑)に比べて、観測値は高くなっていることから、人間による影響が温暖化の原因だと考えられた
- IPCC第6次影響評価報告書(2021)
 - ▶ IPCCは「気候変動に関する政府間パネル」という科学者の組織。気候変動の研究成果を評価して各国に政策決定の科学的な基礎情報を与える
 - ▶ 「人間の影響が大気、海洋および陸域を温暖化させてきたことに**疑う余地はない**」と言い切った

図: 世界平均気温(年平均)の変化

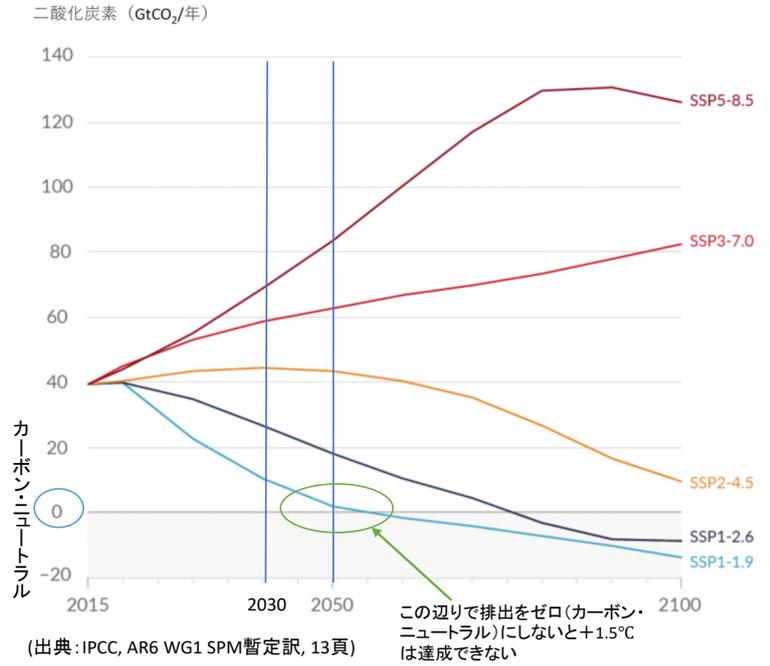
観測値並びに人為・自然起源両方の要因を考慮した推定値 及び 自然起源の要因のみを考慮した推定値 (いずれも 1850~2020年)



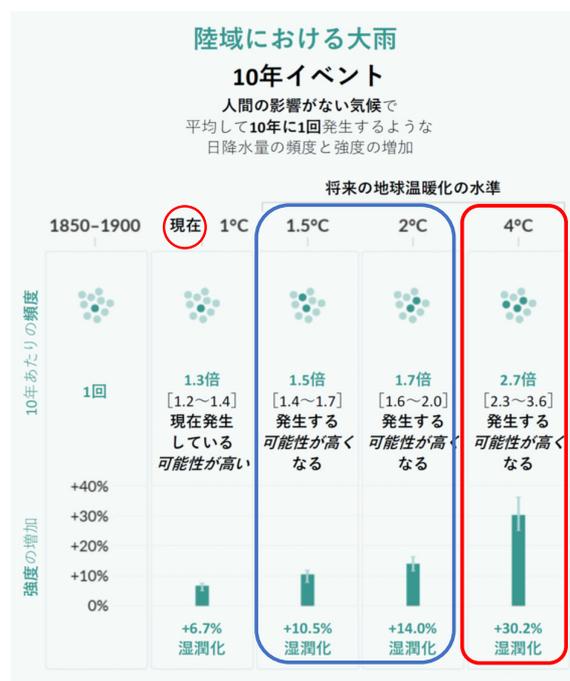
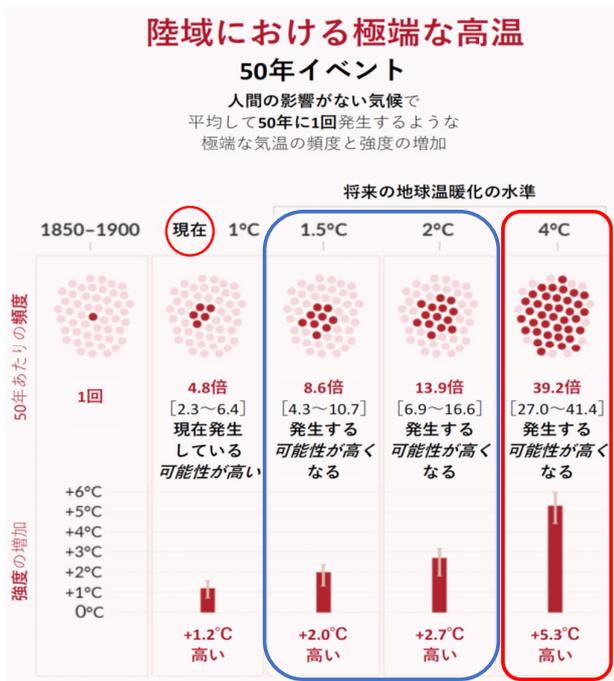
(出典: IPCC, AR6 WG1 SPM暫定訳, 6頁)



(出典：全国地球温暖化防止活動推進センターウェブサイト(https://www.jccca.org/)より)



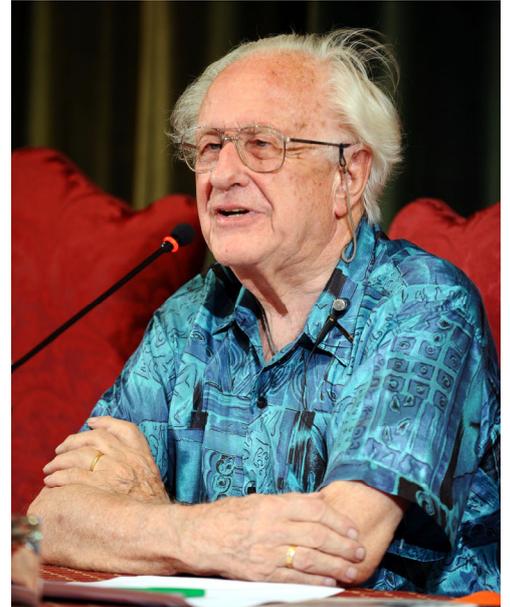
+2℃を超えると、10年に1度の大雨や50年に1度の高温も急増するから。



(出典：IPCC, AR6 WG1 SPM暫定訳, 18頁)

平和学(peace studies)での平和の定義

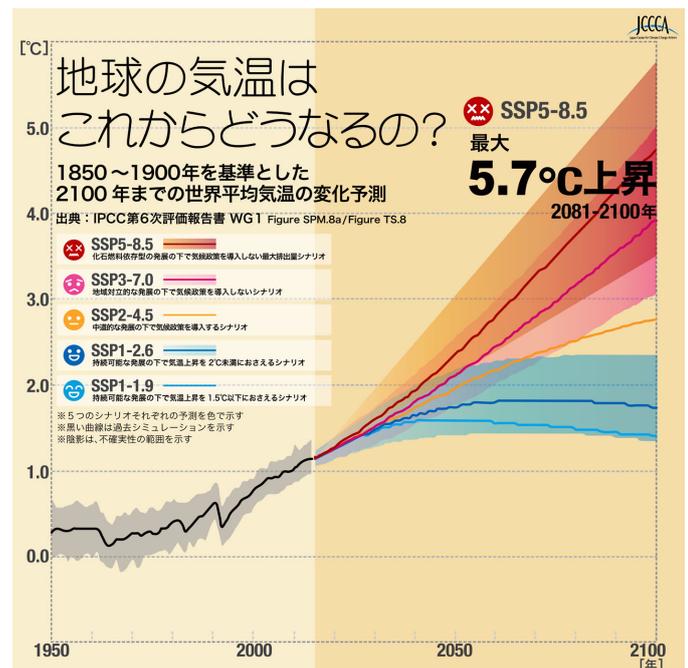
- 平和学において、平和を「暴力の不在」(=暴力がないこと)と再定義したヨハン・ガルトゥング
 - 暴力とは、潜在的実現可能性(=人間としてできて当たり前のこと)を邪魔して実現させないこと
- 気候変動による災害などで自分の命、家族や財産を失うことは、「当たり前の人生」を奪われることで、平和学からみれば暴力といえる
 - 気候変動を和らげたり、その影響に耐えられるようにする活動は、平和学からみれば、暴力を減らし、平和に近づくための行動だといえる



(写真: Wikipedia, "Johan Galtung," photo by Niccolò Caranti, 2025/01/25取得)

暴力としての気候変動の特徴

- 「苦痛の外部化」としての気候変動
 - 外部化とは、自分たちの外側に押しつけること
 - 製品の生産から処分までの過程で排出した二酸化炭素などの「温室効果ガス」は、気候を変動させ、その過程に関係ない人や、まだ生まれていない将来世代にも影響を与える
- 「緩慢な暴力」(slow violence)としての気候変動
 - 戦争などと異なり、何十年もかけてゆっくりと進むので気付かれにくい
 - 平均気温の世界的上昇は、1950年代から75年以上かけてゆっくりと現在まで進んできた
 - 気候変動は今も感じられるが、厳しくなる分かれ道は、うまくいかないと2°Cをこえる2050年くらい

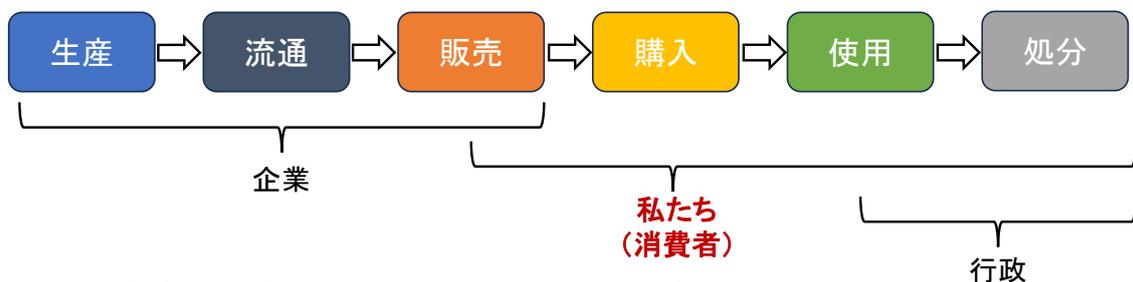


(出典: 全国地球温暖化防止活動推進センターウェブサイト(https://www.jccca.org/)より)

環境問題の予防や解決は平和につながる

- 気候変動以外にも公害や資源枯渇など「環境問題」は多い
 - その問題が人びとの「当たり前」を邪魔するなら**暴力**といえる
- だから環境問題の予防や解決をめざす「グリーン志向消費」は、平和につながる行動
 - グリーン志向消費は、自分の消費がもたらす環境問題を理解し、環境に配慮された商品やサービスを意識的に選ぶことで、環境問題という平和学からみた**暴力を減らすことを意識して目指す行動**でもある
 - 今起きている争いを止めるというよりは、これから争いが起きないような、環境問題による苦しみや争いのない社会や世界をつくることで平和を追求する

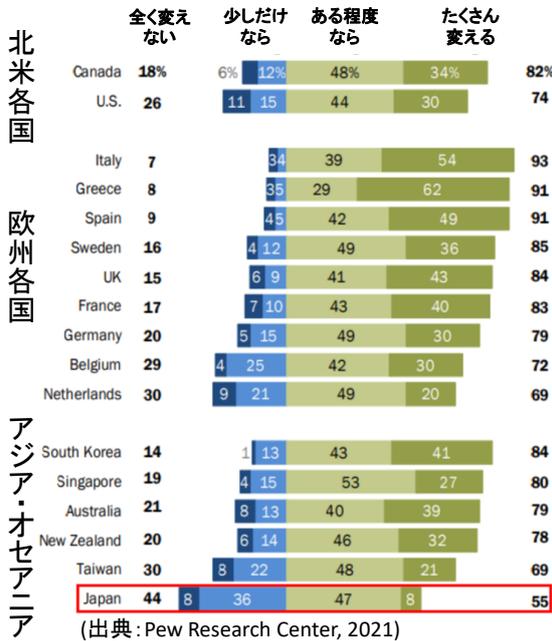
では私たちのどんな思考や行動を変えればいいのか？



- **販売**: 販売店は二酸化炭素の排出や食品ロスを減らそうとしている？
 - 例: LEDライト、太陽光パネル、節電、地産地消、適正な発注量、小分け販売、フードバンクなど
- **購入**: 私たちは環境に配慮された商品を見極め基準にして購入している？
 - 例: 電力効率の良い製品、少ない二酸化炭素排出で作った製品、輸送の燃料が少ない地産地消など
- **使用**: 電気を大量消費したり、使い捨てるような使い方をしていないか？
 - 例: 電源の入れっぱなし、修理せず買い換え、大量の食べ残し、消費期限切れによる廃棄など
- **処分**: 3R(Reduce, Reuse, Recycle)に配慮した分別や処分方法をしている？
 - 例: ごみの減量化や分別回収や再利用を実行し、リサイクルや再資源化を自治体に要望するなど

日本人は生活を変えたくない傾向

気候変動を抑制するために
自身の生活や働き方をどの程度変えられるか



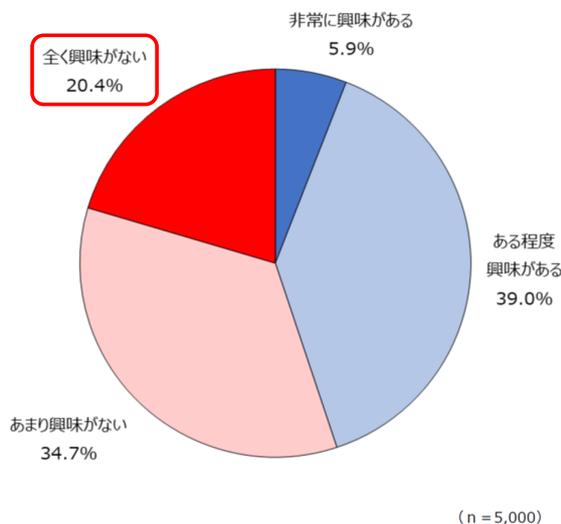
- 「全く変えない」という強い消極的意見が少ないことや「ある程度なら」が多いのは他国と同じ傾向
- 「ほんの少しだけならOK」という消極派が多い
- 他方で「たくさん変える」積極派は主要国で最小の割合
- 消極派: 積極派 = 44:55で先進国で最も意見の分断が進んでいる国



- 「個人の消費行動では巨大な気候変動には影響を与えられやしない」という無力感が根強いように見える
- 無力感とは他人事につながり、SDGsのいう「自分事」として当事者意識をもつことを妨げる

エシカル消費への関心度は40%以上

エシカル消費の興味度合い



- 注目点は、「ある程度～」の割合が類似するのに対して、「非常に興味がある」と「全く興味がない」に大きな差があること
 - 一部の「意識高い系」な人への反感もある？
 - 単純に、「エシカル消費は高い」という思い込みや「よく知らない」「身近に販売する店がない」というだけかも知れないが...
- それでも40%以上の方が「興味がある」としているのは有望
 - 「あまり興味がない」人びとを取り込めれば、日本人の行動が変わる可能性もある

•環境に配慮した選択を初期設定

- 「何もしなければエコ配送」、「最初から再生可能エネルギーが選択」など

•社会の流れを示し、追いかける意識を刺激

- 「多くの人が環境に配慮した商品を選んでいます」「周囲の人は再利用可能な製品を使っています」など

•つながる言葉を添えて提示

- 「環境のため」だけでなく、「健康や安心、安全のための選択」「未来の世代への責任」



(写真: 台北市のレジ袋。丈夫で再利用可能。さらにゴミ袋としても使える。ただ価格は高め。写真は6Lの中サイズで2元(日本円で約10円))

•学校を通じた理解

- 小・中・高での環境やエシカル消費教育で問題意識を若いうちから醸成
- 大学や専門学校で環境専門の教育者や職業人を養成



•日常的なメディアの情報発信で、毎日の消費行動を変えるヒントを提供

- SNS、インフルエンサー、ドキュメンタリー番組を活用



「グリーン志向消費」についての SDGsからの再定義

- ✓グリーン志向消費とは、
- ✓環境に配慮した製品の理解と選択を通じて、
- ✓自分たちの健康や安全を守り、
- ✓平和で公正な社会を築き、
- ✓経済的にも持続可能な未来を作る消費行動

これから「グリーン志向消費」で
あなたの行動をアップデートするには
どうすればいいか、
一緒に考えていきましょう！
まずは「明日、私は何をするか」から…。