

ボランティア・倫理的消費と家計内生産

渡 邊 聡

This paper studies volunteer activities and ethical consume of household from view point of household production theory. For accelerating volunteer activities, it is important to create not only altruistic or egoistic motivation but also social network among people such as social capital. For increasing ethical consuming, it is necessary not only to provide information or knowledge about ethical consume, and but also to design the incentives for accelerating ethical consume.

Keywords: Volunteer, Ethical consume, Household production, Social capital

I. イントロダクション

日本におけるさまざまな形態のボランティア活動は、災害時や国際スポーツ大会のような非日常時だけでなく、日常活動の中でも自主的な形で集って行われることが多くなっている。全国社会福祉協議会(2011)によれば、四十七都道府県の社会福祉協議会が把握しているボランティア参加人数は、昭和55年の調査開始から年々増加し、平成17年4月現在で約740万人と約4.6倍まで増加している。同じくボランティア団体数は約12万団体で7.7倍、団体所属ボランティア参加者数は約701万人で約4.5倍、団体に属さない個人ボランティアは約38万人で約7.4倍となっている。

また、ボランティアという積極的に家計の時間を使う行動だけでなく、家計の消費行動の中で、環境改善や国際協力などのボランタリーな消費に支出する人も増えている。たとえば、フェアトレード・ジャパン(2013)が推計した2012年の日本におけるフェアトレード市場規模は約72億8,800万円で、調査を開始した2010年の約37億5000万円に比べ約2倍に増えている。フェアトレードのほかに、環境改善・資源浪費の防止・労働上の搾取の防止などに取り組む製品を積極的に購入することを倫理的消費(ethical consume)というが、安価な製品を購入するよりも、環境配慮・資源節約と社会的公正性を考慮した消費行動をとる家計の存在が市場の中で一定規模のシェアを占めてきたと考えられる。

このように、ボランティア活動に家計の余暇時間

の一部を使ったり、倫理的購入のために支出したりする家計行動を、経済理論ではどのように扱えるだろうか。本論文は、家計内生産モデルを用いて、ボランティアや倫理的消費行動を経済学ではどのように捉えるかを検討することを目的としている。第2節ではボランティア行動を家計内生産の理論でどのように扱うか検討する。第3節では倫理的消費行動を家計内生産の理論でどのように扱うのかを検討する。第4節で本論文での結論を述べる。

II. ボランティアと家計内生産

ボランティア活動の定義は多く存在するが、厚生労働省の「全国ボランティア活動者実態調査」によれば、「自発的な意志に基づき他人や社会に貢献する行為」と定義しており、「自主性」、「社会性」、「無償性」が活動の基本的な性格としてあげられる。いずれにせよボランティア活動は、家計に属する個人が自主的な意思によって自らの時間を使って社会的な活動を行うということになる。

一方、ボランティア活動への参加動機としては、前述のボランティアの定義によるなら社会への貢献ということであるという利他的動機ということになるが、参加することによる社会的参加や他者からの承認欲求など、利己的動機も同時に重要であると考えられる。利己的動機がボランティア参加を促すということは、ボランティア参加によって家計の効用を高めるということになる。ここでは、森他(2008)による、Becker(1965)の家計内生産ならびに時間配

分の理論を応用したモデルを基にボランティア参加について考える。

家計の効用関数は(1)式の形になる。

$$U = u(W, V, L, X, D) \quad (1)$$

ただし、Uは家計の効用水準、Wは市場労働時間、Vはボランティア参加、Lは余暇時間、Xは財サービス消費、Dは金銭的寄付である。

家計は、時間制約式 $T = W + V + L$ (ただし、Tは全生活時間)、ならびに予算制約式 $P_W W = P_X X + P_D D$ (ただし、 P_W : 市場賃金、 P_X : 財サービス価格、 P_D : 金銭的寄付の価格) を制約条件とし、(1)式の効用関数を最大化する。時間制約式と予算制約式から効用関数を解くと、以下の(2)式の関係が得られる。

$$\frac{\frac{\partial U}{\partial V} \frac{\partial U}{\partial W}}{\frac{\partial U}{\partial D}} = \frac{P_W}{P_D} \quad (2)$$

ここから家計の利己的動機に基づくボランティア参加について、以下のような関係が導き出される。すなわち、家計の所得増加がボランティア参加を促す一方、市場賃金の増加・余暇時間・金銭的寄付の増加はボランティア参加と代替関係にある。しかしながら、この家計の効用関数を用いて利己的動機に基づくボランティア参加を検討するモデルにおいて、同質の家計を考慮している点、またボランティア活動の内容も同質としてとらえている点という問題がある。前者の問題は、ボランティア参加について家計の所得や市場賃金のみ依存するのではなく、家計の構成人数や世帯類型、さらには年齢層・性別・職業、あるいは社会的な意識などに影響されると考えられる。後者の問題は、ボランティア活動には、環境・資源・貧困といった社会的・世界的な問題への対応や地域内の安全・防犯・美化・定例行事など多様な範囲のものが含まれ、同じ属性であっても参加か否かに影響を与えると考えられる。

森他(2008)は効用関数からボランティア参加を考えるのではなく、個人の性格(外交的か否か、利他的か否か)、時間的・精神的余裕があるか否か、関心事が多いか否か、主な情報源(テレビなどメディアや口コミ・対人関係など)、個人属性(性別・年齢・収入・職業)などの影響を考慮する「ボランティア機会理論」に基づいて分析している。結果として、

レジャーや金銭的寄付、個人の性格、年代については正かつ有意な効果が得られた一方、年収や職業のような個人属性は有意な結果が得られなかった。

また、ボランティア活動の中には、特定地域内における活動に絞った活動もある。中島他(2005)はボランティア活動を一種の労働供給ととらえ、内閣府の「社会生活基本調査」の個票データを用いて推計した。この研究では、ボランティアの種類を特定の個人を対象にした活動と社会を対象にした活動に分類し、社会を対象にしたボランティア活動は地方より都市部で負かつ有意に影響しており、地域を対象とした活動への参加は都市部におけるフリーライダーを生み出すことを示唆している。

このように、地域内の活動への参加がボランティア活動への参加にどのように影響を及ぼすか、あるいは地域内の活動そのものに参加する動機としてどのような要因が影響するかという研究がある。前者に関しては、塚本他(2012)の福井市を事例としてボランティア活動と地域活動の参加の関係性について検討した研究が、後者については奥山(2009)の地域ボランティア活動参加の決定要因について検討した研究や永富他(2011)の地縁的な活動参加要因について検討した研究がある。以上のような地域ボランティアへの参加は、参加者間の地域内のつながりが促進要因となり得ていることが前述の研究から明らかにされている。これは地域ボランティアだけでなく、一般的なボランティアについても同様で、特に災害対応や環境などの分野における特定の関心事についてはボランティア団体やNPOなどへの参加の有無が影響しているとされている。すなわち、地域や団体などの社会関係資本(social capital)の形成がボランティア活動への参加要因となりうることを示唆している。このことは、自主的に集まった災害ボランティアが発災直後やその後の復旧・復興過程の被災地で組織化できる要因として、社会関係資本というつながりを形成することによる大きいことが示されてきた(Aldrich(2012))。したがって、ボランティア活動への参加要因に関する研究に関して、家計内生産モデルに基づく利己的動機と社会関係資本との関係、すなわち個人が社会的なつながりを形成する中でどのように自らの効用を高め、そのことがどのようにボランティア参加へ結びつくのかの検討が必要である。

Ⅲ. 倫理的消費と家計内生産

倫理的消費、あるいは倫理的購入、エシカル購入などさまざまな使われ方がなされているが、その定義は総じて道徳的な意識・信念に基づく消費行動を指している（玉置（2014））。その中には環境・資源保全、社会的公正性、人への安全・健康重視といったさまざまな問題解決のための目的が包含している行動である。具体的には、環境・資源保全と労働搾取の防止をうたったフェアトレード商品や、生産過程における児童労働の禁止と労働環境の安全、自然保護を担保して生産したエシカル・ファッションなどがある。

コールパッハ（2014）は日本における消費者調査の結果を基に、消費者の倫理的・環境面での態度・考え方と実際の行動との間の関係を検討した。その結果、環境への基本的態度に関しては多くの消費者が配慮していると答えたものの、環境配慮製品への買い替えやボランティア団体等への参加などは少数派であることが示された。また、フェアトレードについては多くの消費者が知ってはいるが、他の商品より高くても買うなどの積極的な行動は少数であったとしている。このコールパッハ（2014）の研究や、あるいは内閣府（2008）「国民生活選好度調査」から、日本におけるフェアトレードに関する知識の普及や製品に関する認識は広がっているものの、実際の消費行動への結びつきにはなかなか結び付いていないことが伺われる。

では、消費者はどのような動機にもとづいて倫理的消費に取り組むのだろうか。一つには、現実の倫理的消費関連の製品でも見られるように、エシカル・ファッションのような消費者自身のブランド価値を高めるために消費する場合が考えられる。玉置（2014）は消費者のアイデンティティ形成と節約志向に注目して分析した結果、消費によるアイデンティティ形成が消費を高めることになる一方、相対的に安い製品への購入意欲（特売志向）や貯蓄意欲による節約志向が倫理的消費の抑制要因となることを示した。

一方、倫理的消費を消費者が実際に起こすためには家計の時間を使う必要があり、すなわち家計内生産ならびに時間配分のモデルに基づいた分析が応用できることになる。松本（2011）は家計内生産モデルに基づきつつ環境配慮活動への決定要因を考えた理論モデルに基づき検討している。理論モデルから賃金に高い人ほど環境配慮行動に費やす機会費用が

高くなるので環境配慮行動から得られる限界効用を下げることになることを示している。一方、実証研究では環境配慮行動に参加することによる金銭的なロスは消費者が行動を選択するか否かに大きな影響を持たず、個人・世帯属性が大きな影響を持つことを示している。特に倫理的消費の関係からでは、「再生商品の購入」「詰め替え商品の購入」「無農薬や有機栽培の野菜の購入」については就業者・非就業者変わりなく、女性・年齢・就学期の子ども数が正かつ有意の、「リサイクルショップの利用」は年齢が負かつ有意の、就学期の子ども数が正かつ有意の効果をそれぞれ持っているという結果になった。

倫理的消費に関しては、このようなブランド価値、また消費における機会費用といった観点からの研究が行われているが、環境・資源・社会的公正など、一般消費者が財を購入する際に十分な知識を有していないと倫理的消費に踏み切れない場合も多い。また、フェアトレード製品のように、たとえ製品購入の際に知識を提供するような情報提示をしたとしても、玉置（2014）が指摘したように特売志向や儉約志向が行動を抑制してしまう可能性もある。これらの研究成果に基づきつつ、倫理的消費の促進においてどのような市場設計が必要なのか、特に倫理的消費の活性化が結果として環境・資源・社会的公正の問題解決に寄与するような制度設計が必要であると考えられる。

Ⅳ. 結論

ボランティアにしても倫理的消費にしても、人々の倫理観・道徳観に基づき提供されていると考えられてきた家計行動は、環境・資源問題や社会的公正の問題など既存の経済・社会システムのなかで起こってきた問題に対し、より積極的な解決策をもたらすという意義を持つ。本研究は、これらボランティア行動ならびに倫理的消費について、先行研究のサーベイを通じてあらためて経済学的に考えることを目的にしたものだが、そのなかで特に家計内生産の理論を基にして考えた。

ボランティアに関して利他的・利己的動機という従来の効用関数の考え方を超え、社会関係資本のように他者との関係性の構築、社会的ネットワークの形成の重要性が示唆された。倫理的消費においては、市場設計における消費者の倫理的消費に関する知識・

情報の提供と消費の促進に向けた制度設計の必要性があることが示された。

本来、家計内生産は合理的意思決定主体としての家計行動をとらえ直すことを目的にモデル化されたものだが、ボランティアや倫理的消費など、家計行動に社会的意義を求められている現代において、如何なる要因によって家計がそのような社会的意義のある行動に参加するのか、さらにはそのような行動を促進するインセンティブをどう設計していくかが重要になろう。今後の研究として、ボランティアや倫理的消費を扱う理論モデルの構築が必要となる。

参考文献

- 奥山尚子 (2009) 「地域ボランティア活動の決定要因—JGSS-2006を用いた実証分析—」, 『日本版総合的社会調査共同研究拠点研究論文集』No.6, p.107-122.
厚生労働省ウェブサイト「全国ボランティア活動者実態調査」(<http://www1.mhlw.go.jp/toukei/volunt1216-1.html>) 2015年12月22日閲覧。
コールバハ・フローリアン (2014) 「日本における倫理的消費の現状：日本消費者調査の結果から」, 『中央調査報』681, p.5977-5983.
全国社会福祉協議会 (2011) 「ボランティア活動年報2011年度版」, 全国社会福祉協議会地域福祉・ボランティア情報ネットワーク・ウェブサイト (<http://www.zcwvc.net/>) 2015年12月22日閲覧。
玉置了 (2014) 「倫理的消費におけるアイデンティティ形成意識と節約意識の影響」, 『流通研究』16(3), p.25-48.

- 塚本利幸, 霜浦森平, 山添史郎, 野田浩資 (2012) 「ボランティア活動参加と地域活動参加, 近隣交際の関連についての考察：福井市の事例から」, 『ふくい地域経済研究』, 15号, p.15-36.
内閣府 (2008) 「平成19年度国民生活選好度調査」内閣府ウェブサイト(<http://www5.cao.go.jp/seikatsu/senkoudo/senkoudo.html>) 2015年12月22日閲覧。
中島隆信, 中野諭, 今田俊輔 (2005) 「わが国のボランティア労働供給—個票データによるボランティア労働供給関数の推定—」, 『財務総合政策研究所Discussion Paper』No.05A-02, p.1-114.
永富聡, 石田祐, 小藪明生, 稲葉陽二 (2011) 「地縁的な活動の参加促進要因—個票データを用いた定量分析—」, 『ノンプロフィット・レビュー』Vol.11, No.1, p.11-20.
フェアトレード・ジャパン・ウェブサイト (2013) <http://www.fairtrade-jp.org/news/news.html?id=651>, 2015年12月22日閲覧。
松本茂 (2011) 「環境配慮行動の規定要因」, 『経済研究』(青山学院大学) 3, p.59-82.
森保文, 森賢三, 犬塚裕雅, 前田恭伸, 浅野敏久, 杉浦正吾 (2008) 「ボランティア機会理論に基づくボランティア参加の決定要因」, 『環境科学会誌』Vol.21, No.5, p.391-402.
Aldrich, D.P. (2012), Building Resilience: Social Capital in Post-Disaster Recovery, Univ. of Chicago Pr. (石田祐, 藤澤由和 (2015) 翻訳『災害復興におけるソーシャル・キャピタルの役割とは何か：地域再建とレジリエンスの構築』ミネルヴァ書房).
Becker, G.S., (1965), "a Theory of Time Allocation", Economic Journal, vol.75, No.299, p.493-517.

(鈴鹿大学国際人間科学部)