

shampoo
シャンプーで
世界を変える!

◆企業への提言

①顧客を超える ブランドづくりの真髄は、顧客の期待を上回ることにあります。製品やサービスだけではなく、環境や社会問題に対する企業の姿勢も問われています。

②常識を超える 前例がない、業界や同業者が動いていないからと何もしないのは、単なる「横並び」精神です。競争に勝ち抜くためにも、先取の精神と技術が重要です。

③法律を超える 「コンプライアンス」(法令順守)は当たり前。日本の法律は海外の先進国に遅れを取っている場合もあります。法律の先を行くレベルを目指しましょう。

◆生活者への提言

①意識を変える 自分たちがどんなモノやサービスを選ぶかで、世界や社会が変わるという意識をもちましょう。それは消費者の権利でもあり、義

務でもあるのです。

②行動を変える 地球環境や社会問題に配慮した製品やサービスを積極的に選びましょう。少々割高な場合も多いですが、それは地球や社会に対する「税金」でもあるのです。

③法律を変える 日本の立法府は、変化に対しての対応が遅れがちです。しかし、それは選挙民の責任でもあるのです。不都合な法律があれば、立法府に働きかけましょう。

若い生活者ほど環境意識は高い

だからと言って「日本ではグリーン生活者が育たない」という悲観論に陥る必要もない。生活者一人ひとりが、自らの消費行動によって世界や社会を変えられるという意識と義務感を持てば、世の中の仕組みは変わっていく。

環境や人権の問題もはらむ

日本の消費者たちは、今までこうした問題については鈍感だった。その点ではメディアの責任もあるだろう。だが、警察の監視を受けてまでデモに踏み切った若い女性たちの問題意識や感を買った。

これに対して、「日本で動物実験を廃止した化粧品の大手メーカーは皆無(JAVA)」で、動きは鈍い。特に化粧品開発での動物実験では、眼への刺激性を調べるのに、生きたウサギの眼を使っており、これも女性たちの反感を買った。

怒りは、今後、日本でも増幅していく可能性がある。これは決して一部の活動家の話ではない。

シャンプー一つをとっても、動物実験だけではなく、合成界面活性剤による健康への影響や環境負荷、原料の調達先である発展途上国の児童労働や人権問題、フェアトレード、容器リサイクル問題などさまざまな問題をはらんでいる。本稿ではシャンプーに焦点を当てたが、これはあらゆる消費財やサービスで問われかねない問題だ。

い」「合成洗剤買わない主義使わない宣言」、坂下栄著、メタモル出版)など枚挙に暇がない。

環境に熱心な企業を選ばない

しかし、残念ながら、日本では環境や社会問題を考慮して、モノやサービスを選ぶ人の割合は、まだ世界的に見ても低い。

博報堂生活総合研究所の「世界8都市・環境生活調査」(08年)によると、東京の生活者は「地球温暖化への危機感を抱いている」割合が88%と8都市平均より8ポイントも高いものの、「地球環境への取り組みに熱心な企業の商品を積極的に選んでいる」と答えたのは47%で、ロンドンやモスクワなど8都市中最低だった。

また、地球温暖化への意識は高いものの、貧困や人権、動物実験など、メディアが取り上げにくい問題になると、とたんに関心が薄くなる。

「チョコレボ実行委員会」の調査(08年)によると、商取引での立場が弱い途上国の貧困や格差問題を解決するための「フェアトレード」(公正取引)について、「貧困や環境に関わるキーワードだと認知している」と答えた人の割合は16・7%に過ぎなかった。前年の29%に比べると大きく伸びたが、それでも決して高い数字とは言えない。

ふだんの消費行動で、環境や社会問題を選択の基準にしている人の割合はさらに少ない。オーガニック認証農産物が全体の農産物に占める割合は0・16%と、中国(0・41%)より少ない(IFOAMの05年調べ、耕地面積ベース)ことや、自然エネルギーによる電力供給量が日本全体の1%に過ぎないことを考えると、日本で「グリーンな生活者」の割合は、1―3%程度と推計される。



化粧品の動物実験に反対するNPO法人動物実験に反対する会(JAVA)のデモ(東京・渋谷で)

shampoo シャンプーで 世界を変える!

グリーンな生活者を どう増やすか

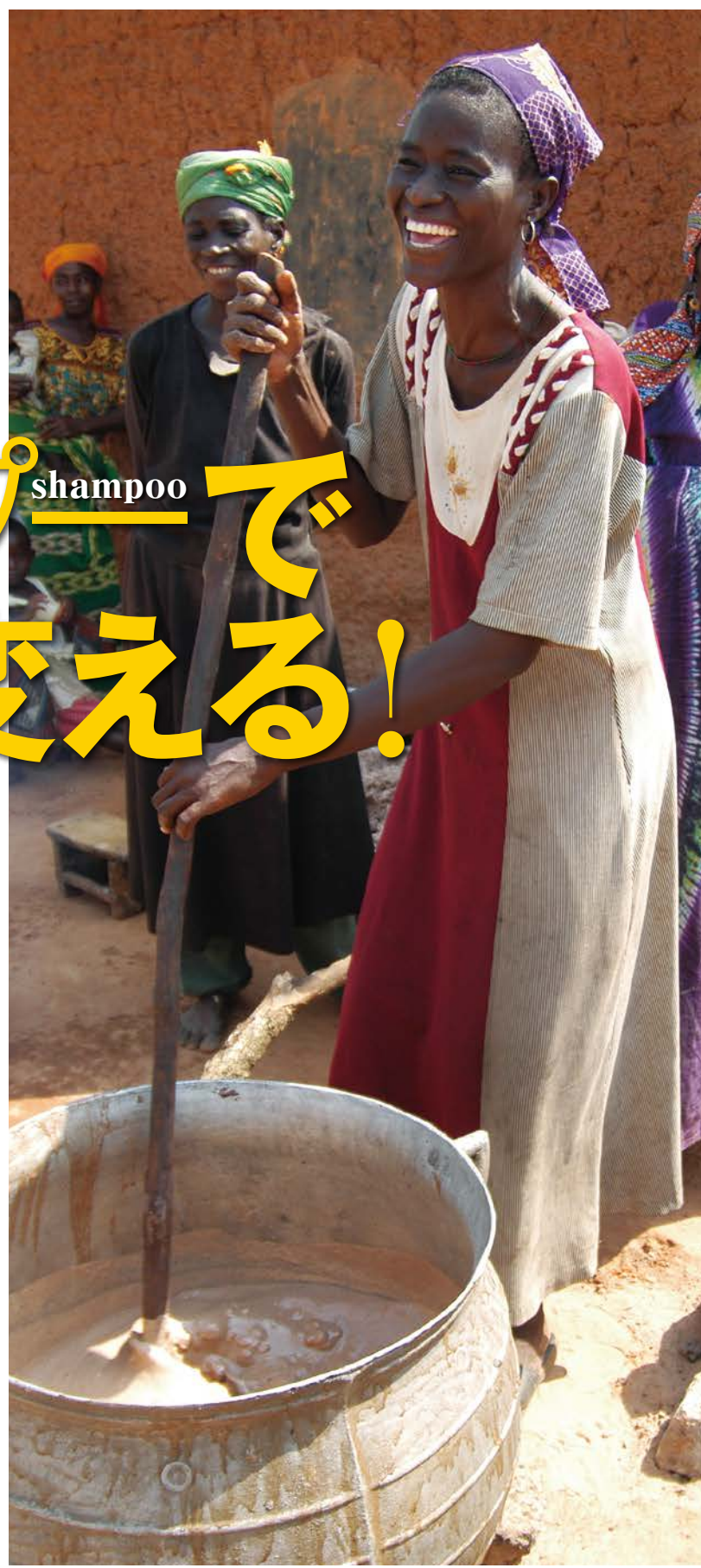
環境や社会問題を常に考えながらモノやサービスを選ぶ人はまだまだ日本には少ない。その原因は、企業側にも生活者側にもある。ふだん何気なくスーパーの特売品を選ぶことが多い「シャンプー」を題材に、どうすれば日本に「グリーンな生活者」が増えるかを考えてみた。

(森 撰=編集長、枝松 麗)

今年3月8日、東京・渋谷から原宿にかけて、大半が若い女性たちという一風変わったデモ行進があった。中にはウサギの「かぶりもの」や着ぐるみを身に付けていた人もいた。

抗議行動の趣旨は「化粧品の動物実験に反対します」というもの。傷ついたウサギやモルモットの写真のプラカードが多く掲げられ、「資生堂さん、花王さん、カネボウさん、今すぐ動物実験をやめて下さい」と具体的なメーカー名を出したシュプレヒコールもあった。

デモを主催したNPO法人動物実験の廃止を求める会(JAVA)の亀倉弘美さんによると、EUは今年3月、



シャンプーの材料に使うシアバターをつくらっている現地の女性(ガーナ北部のタマレで)