

亞洲服務業管理應用與未來展望國際研討會 兼 日本企業經營学会第 11 回國際學術研究大會

【研究発表】 於：C-1（11：20～）

離島におけるエシカル消費に関する一考察

長崎県立大学地域創造学部 田村善弘

離島の特徴は①隔絶性、②環海性、③狭小性という3つの特徴を有する。こうした点は離島が地理的に本土に比べて不利な条件を抱えることを示している。そして、こうした不利な条件を解消することが離島振興の重要な課題となっていた。

しかし、近年の離島振興は離島振興法における目的にもみられるように、従来の格差是正から個性を活かした振興へと転換してきている。加えて、離島のなかでも他国に近接するものについては、その重要性が再認識されている。このように、離島を取巻く政策環境は大きく変化しており、従来とは異なる視点での振興が必要になっている。

一方で、離島振興においては産業振興が重要な課題でもある。特に、第1次産業である農林漁業、第3次産業である観光業の振興は重要である。これについては、各島が資源を活かした取組みを進め、成果を上げている離島もある。しかし、こうした成功の背景には島外との連携、離島そのものに対する認知度向上がある。つまり、離島の資源を活用して製品を製造したとしても、それに対する消費者の理解がなければ、活性化には結びつかないといえるのである。

以上の背景をもとに、本報告では離島振興と消費に焦点をあてて考察をすすめていくことにする。その際のキーワードとなるのが、「エシカル消費」である。エシカル消費は「消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと」（消費者庁）である。これは、2011年の東日本大震災以降に活発になってきている動きである。

これを離島振興に当てはめて考えれば、島内においては消費者に対する食育等を通して、島内の食文化に対して理解を深め、それによる消費を拡大させていくことが考えられる。さらに、島外に関していえば、離島の商品に対する商品のアピールを通して消費者の購買意欲を増加させていくことが必要になっていくといえる。

つまり、離島振興においても産業側の振興を図ることはもちろんであるが、消費者にも彼らの影響力を自覚してもらい、その力を行使してもらうことが重要になっていくといえる。

キーワード：離島、離島振興法、エシカル消費、食育、コーズ・リレーテッド・マーケティング（CRM）