



蟹江 憲史

かにえ・のりちか 専門は国際関係論 地球システムガバナンス。著書に「SDGs（持続可能な開発目標）」など。52歳。

5月は私の誕生日だ。この時期は毎年、家族からプレゼントに何がいかと尋ねられる。今年は革製品をお願いしたのだが、せっかくなら気持ち良く使えるものがよい。リクエ

切ろうと食肉用の家畜の革を製品化した。汚染物質が出ない植物でなめた革を使ったりしているブランドである。しかし、そうした情報もほとんど店頭でうまく発信されていないのだ。サステナブルな商品に特化したブランドや専門サイトもあるが、簡単にはたどり着けないし、品ぞろえもまだ十分とはいえない。

さらに大きな問題は、気に入った商品があっても、それにどんな革が使われているか、携わった労働者が低賃金で働かされていないかどうか、といった情報がほとんど示され

ていないことだ。SDGs（持続可能な開発目標）が流行語のようになってきたせいか、数年前に比べればサステナブルな商品の情報は随分出てきたのだが、それぞれ表現や主張が異なり、真偽が分かりにくい。そもそも交通整理をすべき時期なのかと感じる。

一方、「エンシカル消費」への関心は、消費者運動といってもよい。ただ、「倫理的」という意識が高くないと実行できないとの印象も与えてしまう。そこで私はエンシカル消費というよりも、未来の地球や人間のことを考えた消費という意味で「サステナブル消費」という言い方を好んでいる。

いずれにしろ問題は、何がエンシカルでサステナブルなのか、という分りやすい基準がないことである。消費は極めて多岐にわたる。物を買うことにとどまらず、外食や旅行なども消費である。捉えどころは難しいが、さまざまな企業や業界が今、少しずつその基準を考え始めていく。なんでもSDGsのスタンプを貼ればいい、というまやかしに對する反作用にも見える。私のところにも電子商取引や飲食店検索サイトなどの企業から相談が入りつつある。

この話を進めると、業界ごとの基準や国際的な基準作りにつながっていく。実はSDGsの取り組みも、本当の意味での重要性は、基準作りがあると私は考えている。SDGsは2030年に達成すべき世界の目標であり、国連加盟の全ての国が合意している。ということからは、SDGsに沿った行動は未来からみれば常識になっていることだ。世界の常識を達成したところは、それを先取りして新たな基準を作る。追随者はその基準に行動を合わせていくことが求められる。これまで世界標準の基準作りは、

率先して未来の基準作りを

欧米の国々が得意とするところだった。その点、日本は基準作りが下手だ。有利な基準を作ることは、自国や地域でできた製品や商品を広めることにもつながるので、ビジネス上も重要な戦略といえる。逆に競争相手に主導権を握られ、基準を作られてしまうと大きなハンディを負うことになる。その中で市場を広げようとすれば、基準を満たすために相手の土俵でもがくことになる。

これまで日本は、せっかくなら技術的に優れたものを開発しながら、基準づくりで後塵を拝してきた。その結果、他国有利の世界基準に不平を述べるというシーンを何度か見てきたのだが、不平を言うより、率先して基準を作る姿勢を欠いてきたという現実を直視すべきだろう。今こそ、SDGsをてこに基準を作るチャンスである。企業と国や自治体とが一緒に取り組む格好の題材がそこにある。先手必勝である。