

消費者政策と資源管理問題*

行本雅**・村上佳世***・丸山達也****

本論文では、共有資源管理において生産者間の協調が失敗しており、政府の生産者に対する直接規制も機能していないような場合に、消費者に対して働きかける政策の有効性について検討する。このために、水産エコラベルを取り上げ、実験的な手法を取り入れた web 調査を用いてコンジョイント分析を行う。

主要な結論は、消費者に情報を伝えるときに、論理的な構造を理解できるようにすることで、ある程度長期的に消費者の選択行動に影響を与えることが可能である。すなわち、約 1 ヶ月後に再度情報を伝えた上で選択行動を行うと、資源の枯渇に配慮してマグロの購入に当たって慎重になるとともに MSC ラベルに対して高い評価をするようになった。

したがって、資源問題において消費者に理解できるように情報を伝えると、単に自己の利得のみを追求するのではなく、ある程度将来世代などの他者に対して配慮した行動をするようになる。こうした人たちが十分に多ければ、MSC ラベルのような資源に配慮した生産者に対する認証制度によって、生産者に対して資源管理に配慮して協調するインセンティブを与えることが可能である。

* 本研究は、『食品ラベルへの消費者評価に関する研究』、京都大学経済研究所附属先端政策分析研究センター、2011、内閣府経済社会総合研究所委託調査がもととなっている。

** 京都大学経済研究所附属先端政策分析研究センター研究員（産官学連携）

*** 東京都市大学環境情報学部 PD 研究員

**** 京都大学経済研究所附属先端政策分析研究センター准教授