

『食生活からエシカル消費を考える』 参加者 51名

1. 家庭科と ESD

2008年 ESD が本校のテーマに

「ESD を視野に入れた家庭科の授業の取り組み ～地産地消を意識したメニューづくり～」  
生活を批判的に見る家庭科は、すべてが ESD !

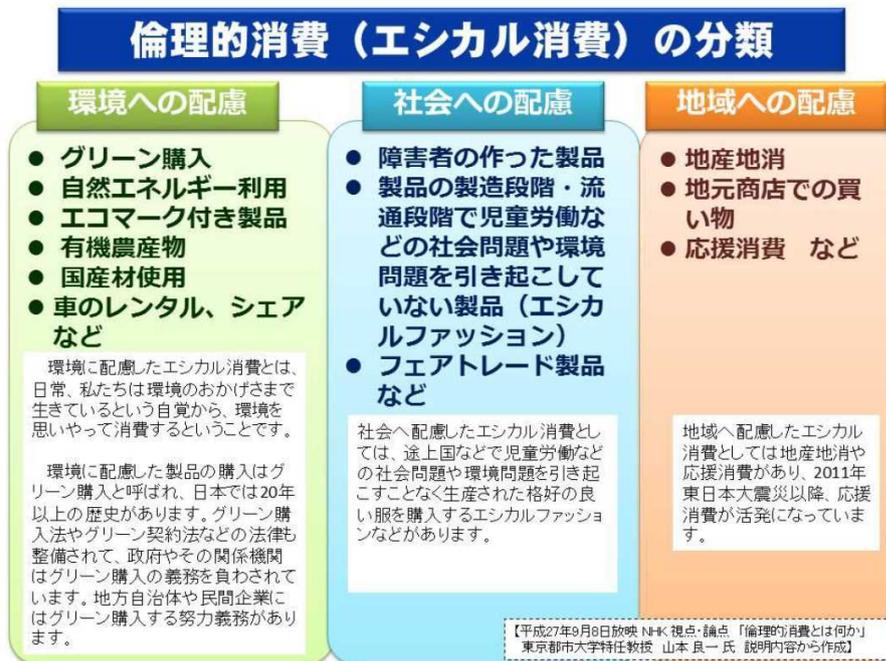
2. 食生活からエシカル消費を考える

①エシカル消費に出会うまで

消費者教育の必要性を痛感 大量生産・大量消費ではダメ！

書籍を探す中で、末吉里花氏の「はじめてのエシカル」と出会う

エシカル消費…倫理的消費。「よりよい社会に向けた、人や地球環境、社会、地域に配慮した消費行動」のことを言う。



②題材をどうするか

中学生だから日常生活に結び付く食生活で考えさせたい

フェアトレードのレトルトカレーを見つける

「あなたは、どのカレーを選ぶ？」 1年目は失敗した

# カレーの候補

## あなたは、どのカレーを選ぶ？

<A>あるカレーショップの  
野菜カレーのテイクアウト  
1069円



<B>レトルトカレーとパックご飯  
350円



<C>大和野菜と大和ポークのカレー  
1080円



<D>オーガニックレストランのカレー  
1000円



<E>ファクトリーのレトルトカレー  
とごはん  
600円



<F>福島県産の食材を使ったカレー  
850円



### ③初年度計画

課題 「エシカル消費」とは何だろう？ レポート（一方的に知識を入れない）

第一次 エシカル消費とは

第二次 エシカル消費を考えた食生活 「どのカレーを選ぶ？」

#### 【授業の成果と課題】

- ・カレーという身近な題材なのでよかった。意見交流も活発にできた。
- ・カレーという選択は架空のものであって実際の買い物とは異なる。  
週末に自分で必要なものをエシカルの視点を意識して買い物させてみるべき。

### ④2年目指導計画

最初から「週末買い物に行ってみよう」を計画の中に入れる

「エシカル消費の企業の取り組みを調べてみよう」を夏休みの課題レポートに

→企業の実態を調べ、そこから考えることで企業に自分の望む食品を求めるプロシューマーかつエシカルコンシューマーとしての力をつけることを目指した

(実践する中でわかったこと)

- エシカル消費に関する商品をおいていても、目立たずわかりにくい。
- エシカル消費に取り組んでいてもそれが消費者に伝わっていない。
- エシカル消費に関わる商品は割高になっている。
- (企業の姿勢について子どもたちが感じたこと、企業の対応の良さ、子どもたちと確認したこと)
  - HPでその会社のCSR(企業の社会貢献)について調べた上で、それについての質問のメールをしたのに、「HPを見てください」という返事がきた。なぜ、HPを見て上での質問なのに、こんな返事しか返ってこないのか。
  - 「消費者の関心がエシカルに向いていない。消費者の関心がエシカル消費に向いたら取り組みをしようと思う」という返事がきた。本当にやる気なら、消費者のせいにはせず取り組むべきである。
  - 友達といっしょに連絡したら、事務所でパワーポイントを使って講習してくれただけでなく、質問にも答えてくれて、最後にはエシカル消費に関するサンプル商品までくれた。感激した。
  - メールで質問を送ったが返事がなくてあきらめかけていたら、突然電話がかかってきた。なにかと思うと自分が質問したことについて、電話で丁寧に答えてくれた。
  - エシカル通信簿で上位にあがっていても、質問に答えてくれない企業があれば、上位でなくても

丁寧に答えてくれる企業もある。本当に消費者に優しい企業はどこかをきちんと判断しなくてはいけない。

○「消費者がエシカルに関心がない。」という答えはズルい。消費者に訴えるくらいでないと。

### 3. 「新聞に投書しよう」に取り組む

企業の対応に対する子どもたちの声から取り組むことを決める

#### 政治・企業の積極性を求めるもの

最近、エシカルという言葉聞くようになった。それは、まだほんの一部で知らない、聞いたことがない、または、聞いたことはあるがやったことはないなどの意見の人が、大半をしめるのではないか。それでも、現在は、少しの大企業がエシカルに注目して、それぞれ活動を始めている。エシカルには、様々な種類が存在する。例えば、フェアトレードやオーガニックなどがあるが、日本では、地産地消などがある。エシカルは聞いたことがなくても、地産地消は有名だと思う。しかし、地産地消ですら取り組まない人が多い。そこで目立つのがエシカルの欠点である。エシカルの欠点は、まず知名度がかなり低い。これが一番の原因だと思う。そして、値段が高い。日本は食料などを多く輸入しているため、安い外国産のものが売れやすい。日本でも、地産地消がうまくできていなくて生活が苦しい農家の人もいる。ましてや、福島県などの被災地などは風評被害で、せっかく育てた作物がだめになってしまうことも珍しくない。日本の政治は何をしているのだろうか。政治活動費が、改革が、と騒いでいる場合ではない。企業も利益ばかりに目を向けず、こういった取り組みの活性化をしてほしい。今の日本は視野がせますぎる。もっと世界にも目を向けて、こういった面でも、どこかにいる誰かを助ける一歩をこの世界にいる様々な人と踏み出したいと思う

#### 消費者としての意志を示すもの

この世の中には「エシカル消費」という言葉が存在し、多くの企業が活動を行い、地域や世界とつながりを持ち、取り組んでいる。そもそも、みなさんはエシカル消費を知っているのだろうか。私は、家庭科の授業でエシカル消費の存在を知った。そして、スーパーなどで「地産地消」のものや、「フェアトレード」のもの、そして「オーガニック」などの商品を探した。しかし、よく探せば色々なエシカル消費を意識した商品があるのに、見つけにくい場所にあったり、ブースがせまかったり、値段がすごく高かったりする。そんな状態でエシカルの活動は進むのだろうか。人は目についたものや、安い物を買うと思う。なので、企業とスーパーが連帯し、少し目につく所へ置いてみたり、値段を少し安くする努力をしてはどうだろうか。しかし、実際はそんなに簡単なものではない。でも、ちょっとした努力や活動がエシカルを広めることにつながるはずだ。例えば、エシカル DAY をつくり、週に1回だけ割引を行ってみたり、目のつく場所においてみる。そんな活動が地域や貧困な国々、環境、そして未来の助けになる。エシカルは一人一人の協力が必要で、あなたもその一人だということをわかってもらいたい。

#### 問い合わせに対する企業の姿勢を問うもの

僕は夏休みの課題に、「企業のエシカル消費に関する取り組みを調べ、レポートにまとめる」というものがあつた。僕はそのレポートを書くべく、3つの上場企業を調査対象とし、各社のHPをよく読んだ上で、不明だった点などをメールで問い合わせた。うち1社からは、参考資料もそえた回答を頂いた。しかし、残りの2社からは、これといった回答はなく、「HPを見てね。」という内容のメールだけが返ってきた。それって、どうなのだろうか。こちらはHPの内容を踏まえて質問しているのに、「HPの内容を見てね」って、ちょっと的外れではないか。もし、あのHPに書いてあるあまりに抽象的な内容が公開情報のすべてなのであれば、それは見直すべきだし、仮にそれ以上の情報を開示できないのであれ

ば、そう明言すべきだ。膨大な数の問い合わせ一つ一つに時間を割けるほど、企業の方々が暇ではないのも分かる。ただ、あのようにはぐらかすのでは、企業としての姿勢が疑われる。社会貢献を謳うのであれば、耳あたりのよい言葉だけを並べるのではなく、きちんとした具体的な根拠を示すべきだと僕は思う。

#### 企業・消費者の双方の努力の必要性を述べたもの

近頃、エシカル商品を提供する企業も増えてきていて、それに伴いエシカル消費について考える機会も増えているかと思います。私も学校の家庭科の授業でエシカル消費について学びました。しかし、エシカル消費を考える機会が増える一方で、人々がエシカル商品を購入することはあまりないとわかりました。私が宿題でエシカル商品の買い物に行った際、「レインフォレスト・アライアンス」の商品は見つけられても、「フェアトレード」や「オーガニック」の商品を見つけることができませんでした。その理由は企業にあります。「エシカル消費について考える」ことは増えても、商品がたくさんの人に渡るのは時間がかかると思います。私も学ぶまでは気にしていなかったし、探すのも大変でした。なぜなら、「エシカル商品」という記載が大きくされていないからです。企業が全面に出さないのにはエシカル商品は他の商品に比べ、コストがかかり、その分値段も高くなるなどという難点があるからでしょう。しかし、エシカル消費はこれからの地球に大きく関わってくると私は考えています。地球環境の改善のためにエシカル消費を浸透させるには、企業の協力、そして消費者側の協力も必要となってくるのではないのでしょうか。

#### 大人たちにエシカルを伝えることの必要性を示したもの

最近、学校での学習で、「エシカル」という観点での関心が高まっています。エシカルはESD、持続可能な社会のための教育において重要なポイントとなってきます。家庭科ではもちろん、社会の授業でも、エシカルの1つであるフェアトレードについて学習しました。家庭科の授業を通して、私が考えるのは、「学校で学んでエシカルについて興味も持った生徒がいたとして、その知識をどうやって大人へ伝えていくのか」ということです。エシカルという言葉を知っている人もいます。私は、とある企業に、「エシカルについての取り組み」についてインタビューをしました。しかし、エシカルについては、「客側からのエシカル商品についての要望や、関心が高まってきたら、取り組みを考えていこうと思っている。」という返答しかいただけませんでした。つまり、エシカルについて消費者が考えていかないと、その企業はエシカルについて考えない、エシカルという見方が生まれにくいということです。授業中、他の企業ではエシカルについて大きく取り上げ消費者伝わりやすい工夫がされていました。では、なぜそのようなエシカルの観点が、企業によって大きく差がひらいているのでしょうか。そこで私が企業に求めたいことは、「客からの視点優先ではなく、企業からの視点で、もっとエシカルについて考えていく。」ということです。客の視点では、視野が狭く、この地球全体で考えていくことができません。だから、企業からの視点で考えると、企業同士の連携もできて、考えの輪が広がっていき、企業からの社会、社会からの世界、世界からの地球全体へと大きな輪ができるでしょう。そして、輪が大きくなるということは、消費者の目にとまりやすくなるということですから、エシカルについて深く考えられるようになるはず。なので、私たち生徒が学んだ、エシカルの知識を、身近なひとでもいいので、伝えて、深めて、考えていくと、企業の耳にも入って、地球の問題について考えていけると思います。

消費者市民社会の形成者を育てることは、持続可能な社会の発展のために大切

→ エシカル消費の考え方を子どもたちに伝えることは大切！

主権者としての生活者を育てるために

消費者市民社会の形成者を育てることは、主権者としての生活者を育てることにつながる

#### 4. エシカル消費の実践のまとめとして

子どもたちは主権者として、生活者としての一步を踏み出しつつある。

実践の内容の改訂を重ねる中で、さらに子どもたちは食生活を通してエシカル消費について考えていきたい。

#### 5. 学生の問いを起点にした世代間交流授業へ

ある知り合いの小学生（4年生）の疑問 → 中学生はどう思うだろうか？

今プラごみをへらすために、いろんなものが紙になっています。紙は木からできています。小学校のSDGsの授業で、今は木や森がへってきて、温暖化の問題があると習いました。プラスチックはへっても、紙のストローやふくろをつかったら、木や森はへって、温暖化はかいつしなないんじゃないでしょうか。

#### 授業化の背景

①朝日新聞の「レジ袋有料化から考える」の記事を見つけた。日々の買い物に直結する問題。

②フェアトレードのことだけでいいのか。もっとできることを考えて行動することが必要だ。

「レジ袋有料化から考える」

→ 子どもたちが書いたワークシートをすべてコピーして小学生に送った。→ 返事が来た！

返事からまた考える

◆この問題は世界全体で解決していかなければならない問題です。だからこそ、私達は考えることに積極的になれませんでした。ですから、こうして考える機会を与えてくれてありがたかったです。私達は普段知識として勉強するため、考えて学ぶことの大切さを改めて感じました。また、小学生の子がこんなことを考えていると思うと、私もきちんと様々な問題と向き合っていかなければと思いました。これからの世界を担っていく世代の私達が考えなくては何も始まらないなと思います。

「中学生の意見に対する大学生のコメント」から考える

①大学生からの手紙に対する感想

②仲間の手紙に対する感想から考えたこと

③小学生・大学生と交流しての感想

小学生からは関心の視点、大学生からは知識の視点、私たちからは未来に生きる者の責任の視点、この3点があることによって、地球環境について多角的にそして現実的に目を向けられたと思う」と言う声もあった。

#### 6. 二つの実践を通して考えたこと

◆教師が生活の課題に目を向け提示することで、中学生が自分事として生活について考え、意見交流することができた。

◆教師がワクワクする気持ちをもって実践に取り組むことが大切である。

◆家庭科はESDをリードする教科である。