

平成29年度 消費者教育ワークショップ in ヌエック

男女が共につくる 消費者市民社会

平成29年8月25日(金) 15:30 ~ 17:30

独立行政法人国立女性教育会館 研修棟 大会議室
(埼玉県比企郡嵐山町菅谷728)

● program

講演 私たちの選択が未来を変える～エシカル消費のすすめ～
末吉里花氏 (一般社団法人エシカル協会代表)

実践発表 消費者市民として実践行動力を育む～フェアトレードの授業を通して～
池垣陽子氏 (埼玉県立大宮光陵高等学校教諭)

実践発表 若者を取り巻く消費者トラブルの変遷と対応～大学生協の取組を通して～
毎田伸一氏 (全国大学生生活協同組合連合会専務理事)

パネルディスカッション 消費者市民社会について考える
コーディネーター：奥千加氏 (埼玉県立秩父農工科学高等学校副校長)
パネリスト：末吉里花氏 / 池垣陽子氏 / 毎田伸一氏



文部科学省

講演

私たちの選択が未来を変える ～エシカル消費のすすめ～



一般社団法人エシカル協会
代表 末吉 里花氏

はじめに ～エシカル協会について～

みなさんは「エシカル」という言葉をご存じでしょうか。エシカルは、日本には震災以降にイギリスから入ってきて、徐々に普及してきています。今日は、私の話から、エシカルとはすぐに生活に取り入れられる身近なことなんだと感じていただけたら幸いです。

私は一般社団法人エシカル協会を2015年11月に立ち上げました。エシカル協会は、一般の方たちにエシカル消費とは何かをお伝えしながら、同時に、企業にもエシカルな事業への働きかけをして、消費者と企業をつなぐ架け橋となるような役割をしている団体です。普段の活動では、講座を開いたり、ファッションショーやマーケット、映画上映会などのイベントを開催するなど、楽しみながらエシカルについて学べる場を提供しています。

「エシカル」との出会い

私がエシカルの分野に携わるようになったきっかけについてお話します。私はフリーアナウンサーの仕事もしており、10年以上TBS系「世界ふしぎ発見！」というテレビ番組で“ミステリーハンター”として世界のさまざまな国に行かせてもらいました。特に多かったのが「秘境」といわれるところで、そのときの経験がきっかけで今の世界に足を踏み入れることになりました。

ある年、私はシベリアでマンモスの発掘をしました。道中はホームステイをしながら取材を重ねたのですが、ホームステイ先の一つ、ヤクート族の人が私に印象深い話をしてくれました。シベリアの大地は永久凍土でできています。ところが地球温暖化により氷がどんどん溶けて、近くの村では永久凍土の上に建っている家が傾き、暮らしていけない状況になっているというのです。もし

かしたら自分たちの村も将来もそうなるかもしれないという心配を抱いていました。私はそのとき初めて、地球温暖化の影響は、こんなにも遠い、私たちが知り得ないような場所から始まることを知ったのです。

私の人生のターニングポイントになったのは、2004年。タンザニアで、アフリカ最高峰のキリマンジャロに登ったときでした。キリマンジャロの山頂には氷河が横たわっているのですが、ある科学者の発表では、2010年から2020年には、地球温暖化によりこの氷河がすべて溶けてしまうだろうということでした。私の旅の目的は、それがどれくらい溶けてしまっているかを確かめることでした。

途中の1,900m地点に小学校があり、子どもたちが「あの氷河がもう一度大きくなりますように」と祈りを込めて植林活動をしていました。私はその子たちに背中を押され、5,895mを登頂しました。しかし山頂で見たのは、ほんのわずかになっていた氷河。本来の1割くらいしか残っていないのだそうです。それを目の当たりにした私は大きなショックを受けました。世界には、一部の利益や権力のために、多くの弱い立場の人や美しい自



然が犠牲になっている構造があることが見えてきたのです。私は、まず日本の人たちに今起きていることを知らせたいと思いました。そして、ライフワークとして続けていける活動をしていく決心をしました。

日本に戻った私は、日本最大のフェアトレードブランド「ピープルツリー」の創設者、サフィア・ミニーさんにお会いしました。イギリス出身の彼女は1990年来日し、「日本にはオーガニックやフェアトレードのものが全然ない」と感じて、自ら「ピープルツリー」を立ち上げ、「世界をファッションで変える」をスローガンにブランドをスタートさせました。

ファッションが大好きな私は、ファッションで世界を変えることができたなら、なんて素晴らしいことだろうと、フェアトレードの活動にどんどんのめり込んでいきました。それが今から13年くらい前のことです。今では、フェアトレードからエシカルへ、もう少し広い視点の考え方を多くの方に伝えようとしています。

「消費者」と「モノの裏側」の間にある厚い壁

今、世の中にはものすごい数のモノがあふれています。みなさんは何かモノを買うとき、何を基準に選んでいますか？ おそらく価格、デザイン性、機能性などが基準になっていると思いますが、この基準の中にぜひ、エシカルな視点を入れていただきたいと思います。

みなさんはモノを手にとったとき、それは誰がどこでどうやって作っているのかわかりますか？ 最近、野菜などは生産者の名前がわかるようになっていますが、洋服はどうでしょうか？ なかなか背景はわかりません。私たち消費者とモノの裏側の間には大きな厚い壁があって、消費者はその壁の裏側を見ることができません。それは非常に危険で問題のある状態だと思っています。なぜなら、その背景で何か問題が起きていたとしても、それを知ることも解決に導くこともできないからです。

エシカルな考え方は、この厚い壁を取り除いて、私たち消費者がモノの裏側まで知ることができるような社会を作っていくこととするものです。

では、実際にどんな問題が起きているのでしょうか。

モノの裏側にあるさまざまな問題

森林破壊：人間は1日に約100万トンもの紙を消費しているといわれ、紙の原料の9割は森からやってきていま

す。私たちが紙を使うためにどんどん木が伐採され、森林が失われています。

絶滅危惧種：毎日、自然の中で暮らしている動植物の約50種が絶滅危惧種になっています。例えばマグロもそう、環境NGO団体グリーンピースによると、残り2.6%といわれています。この先も乱獲と大量消費が続くと、マグロが食べられなくなる日が来るかもしれません。

児童労働：例えば私が訪れたインドでは、アクセサリーや雑貨を作る工房で、子どもたちが朝から晩まで、小さな部屋に籠もりきりで学校にも行けず働かされていました。他にも、カカオ農園や、コットン農場、コーヒー農園、洋服の工場などで、私たち先進国の消費のために途上国の子どもたちが働いています。今、児童労働をしている子どもは世界に1億6,800万人、子ども約9人に1人の割合です（国際労働機関、2013）。15歳以下の就学年齢にある子どもたちが働かされることを児童労働といいますが、17歳以下の子どもも鉱山のような危険な現場で働かされており、これも児童労働に含まれます。

コットン生産者の健康被害：コットンは途上国で作られていることが多い農産物です。農薬散布によって年間約2万～4万人ものコットン生産者が亡くなり、300万人が健康被害に苦しんでいます（PESTICIDE ACTION NETWORK UK）。世界の全耕作面積のうち、コットン畑はわずか約2%ですが、コットン畑で使われる農薬は全農薬使用量の4分の1にもなります（一般財団法人日本綿業振興会調べ）。

縫製工場の崩壊事故：2013年4月、バングラデシュの首都ダッカで縫製工場のビルが崩壊し、1,100人以上の方が亡くなる大事故が起きました。ここで働いていた方は、主に19歳～21歳の若い女性で、時給10～12セントの安い賃金で働いていました。彼女たちが作っていたのは、若い人たちに絶大な人気のあるファストファッションのブランドや、誰もが知っている有名ブランドの洋服でした。これがあまりにも悲惨な事故だったため、アパレル業界は法律を作るなど少しずつ労働環境を良くしようという動きがあるのですが、それでも今なお、こうした事故が起きてもおかしくないような工場が途上国にはたくさんあります。なぜなら、私たち消費者が安い洋服を求めるからです。

この事故をきっかけに、アメリカ人の映画監督が「ザ・トゥルー・コスト ファストファッション 真の代償」と

いうドキュメンタリー映画を作りました。この映画を見た若い人は「これからどういう服を買っていいのかわかりません」という感想を持つ人も多いようです。機会があればぜひ見てください。

私たちの考える「エシカル」とは

エシカルとは英語で「倫理的な」を意味します。一般的には、法的な縛りがなくても多くの人が正しいと思っていること、もしくは人間が持つ良心から発生した社会的な規範ということです。この考え方をベースに、私たちの考える「エシカル」・「エシカル消費」とは、「人・社会・地球環境・地域に思いやりのある、または配慮されたお金の使い方や生き方」のことです。

私たちは主にエシカル消費に注目して伝えています。なぜなら、すべての人が毎日何かしら消費をして生きているからです。消費を通じて働きかけていけば、誰もがこの活動に参画できます。身近なところから、今日から明日からできることがたくさんあると考えています。

エシカル消費を通じて、どんな人も、世界で起きているさまざまな問題を解決できる力の一端を担うことができます。これが、エシカル消費の最大の魅力です。

エシカル消費にはどんなものがある？

エシカル消費には、フェアトレードを筆頭に、人にも社会にも環境にもやさしいものづくりや、オーガニックなど、さまざまな形があります。

- フェアトレード ●オーガニック ●地産地消
- 障がい者が作ったもの ●伝統工芸
- 応援消費（被災地域の方が作った物を遠く地域の方が購入すること）
- 動物福祉：私たち人間の食べ物や衣服を作る段階で動物が犠牲になることも起きています。そういうことのないものづくりもエシカル消費に入ります。
- リサイクル・アップサイクル
- エシカル金融：エシカル金融は、海外では大きな流れになってきています。銀行はみなさんが貯金してくれたお金を使っていろいろなところに融資しているのですが、その融資先が環境破壊をしていたり、人権を無視した企業だったらどうでしょうか。自分のお金をどこに預けるかを選ぶことも、エシカルな考え方の一つです。

このように、エシカルは間口が広いので、どんな人も

どこかの部分に共感してくれて、何かに取り組むことができるのではないかと考えています。

認証マーク・ラベルを目安に

みなさんがお店に行ったときにエシカル消費をするための一つの目安は、フェアトレードなどの認証ラベルやマークを目印に買い物をすることです。こうしたマークは、第三者の機関が入って保証された製品に付けられるもので、信頼できると思います。

フェアトレードは途上国の方々の自立を支援する仕組みで、チャリティーとは違います。ビジネスを通じて対等なパートナーシップのもとに途上国の人と貿易をします。国際フェアトレード認証対象の原材料や製品には、コーヒー、カカオ、コットン、茶葉、香辛料、バナナ、バラ、スポーツボールなどがあります。例えばサッカーボールは約70%がパキスタンで作られているのですが、児童労働が多い現状があります。子どもたちが1枚1枚、手で縫い合わせて作っています。日本の子どもたちにこの話をすると、「そんなことが行われているんだ」と驚いていました。

認証やマーク付きの製品を生産するメーカーや、取り扱う店舗がどんどん増えてきています。2016年時点で市場規模は100億円を超えており、今後さらに拡大するだろうといわれています。

私はいくつかのフェアトレード製品の製造現場をたずねました。女性たちは、収入があればそのお金を子どもたちの教育費に回すことができると話し、みなさん誇りを持って楽しそうに働いていました。お母さんたちが働く工場の近くに幼稚園や保育園もあり、本当にすばらしいと思いました。



写真提供：ピープルツリー

行政・自治体の動き

2015年5月に消費者庁が「倫理的消費 調査研究会」を立ち上げ、今年4月に調査研究の取りまとめが報告されました。行政が力を入れ始めたというのはとても大きなことで、私たちエシカル消費を推進する者にとってもマイルストーンになったと感じています。

▶消費者庁サイト「倫理的消費」調査研究会

<http://www.caa.go.jp/region/index13.html>

公共での動きとしては、「フェアトレードタウン」の国際認証があります。市民と行政、教育機関、企業、商店など町ぐるみでフェアトレードを盛り上げようという活動で、今、世界30カ国1,860以上の自治体がフェアトレードタウンとして認定されています。ロンドン、パリなどの大都市が入っていますが、日本では熊本市、名古屋市、逗子市の3都市が認定されています。日本では“地域活性化への貢献”という独自の基準も入れて、地域でさまざまな社会的問題の解決に取り組む団体と協働しています。熊本市の場合、始まりは一人の主婦の声でした。自分の町をフェアトレードタウンにしてみようという試みも面白いのではないかと思います。

消費者教育の中のエシカル消費

消費者教育も、少し変わってきました。これまでは消費者の「権利」が中心でしたが、「権利」から「責任」へと変わってきています。よりよい社会をつくるためには自らの行動・行為に責任をもって生活しなければいけないということで、消費者教育の中でもエシカルな動きが大きくなってきていると感じています。「フェアトレード」は、すでに中学校の教科書で取り上げられ、高校や大学の入試問題にも登場しています。また、高校や大学では、サークル活動や、大学の売店でフェアトレード製品を販売したりするなど、活発な動きがみられます。

私はさらに、「エシカル消費」を教科書に取り入れてもらいたいという思いで活動をしています。

オリンピックにおける持続可能な調達コード

2020年の東京オリンピック・パラリンピックにおいて「持続可能な調達コード」が出されています。今後もっと、国にもオリンピック委員会にも頑張ってもらいたいと思っています。私たちも動きかけをしていきますので、

消費者のみなさんもエシカルなオリンピックを実現したいという気持ちをさまざまな場面で表していただきたいと思います。

持続可能な開発目標

国連は2015年9月に「持続可能な開発目標 (SDGs)」を採択しました。全世界が2030年までに達成を目指して取り組むべき17の目標を、わかりやすいアイコンにして掲げています。これは今や世界共通言語になっていて、国も、企業も、団体も、この目標の達成のために取組を始めました。12番目の目標「つくる責任 つかう責任」はエシカルな生産と消費を示しています。この採択によって私たちの活動もさらに活発になってきています。

消費者としての責任を果たす

私たちは、何をすることで消費者としての責任を果たせるのでしょうか。例えば…

- 地元の商店や市場でお買い物
- 認証マークやラベルを目印にお買い物
- プレゼントにエシカルな商品を選択
- お店やスーパーに質問やリクエストを!
- 企業への褒め言葉、声かけも!
- SNSで積極的に発信!

一番重要なことは、消費者として声を上げるということです。スーパーに「エシカルな商品をおいてください」と声かけをするだけで、ものすごい力になります。

おわりに

エシカルというのは外来語で難しいように思えますが、日本人が昔から大切にしてきた「おたがいさま」「おかげさま」「足るを知る」「もったいない」「五方よし(作り手よし、売り手よし、買い手よし、世間よし、未来よし。近江商人の「三方よし」に私が「作り手」と「未来」を足しました)」といった考え方とすごく親和性が高い言葉です。

最後に、エシカルとは、

「エ：影響を シ：しっかりと カル：考える」

みなさんが日々の暮らしの中で、しっかりと自分の行為とその影響を考え、意識して生活することが重要です。自分の行為は、人だけでなく環境や社会、未来にまで影響を及ぼしていることを、ぜひ心のどこかにとめておいていただければと思います。

実践発表

消費者市民として実践行動力を育む ～フェアトレードの授業を通して～



埼玉県立大宮光陵高等学校
教諭 池垣 陽子氏

はじめに ～本校について～

本校はさいたま市の西区にある共学校で、普通科の他に芸術科のあるユニークな学校です。

消費生活分野は契約や消費者信用、多重債務問題など「被害に遭わないため」の対策を中心に行っている学校が多い中、それだけではなく、現状の課題について理解したうえで、適切な意思決定に基づき行動できる力を育む授業ができないかと考え、フェアトレードの授業を実施しました。

題材設定にあたり重視したこと

題材設定にあたり重視した点が3つあります。

①身近であることを活かす

実物を提示するなどして、「遠い国で行われている自分には関係ないこと」ではなく、自分の生活に結びついている身近なことという実感を持たせ、自分ごととして考えさせるということです。

②批判的に考える

例えば安い商品があったとしたら、なぜこんなに安いのか、商品の背景を考え、いろいろな角度から、多面的に考えさせるということです。

③消費者の権利だけではなく、責任を意識する

知識を身に付けたうえで、生徒が実際に行動を起こす、社会と接点を持つことを重視して授業を組み立てました。実際に行動に移すというのは、消費者市民として身に付けたい能力でもあります。

授業実践：1時間目

本授業は、1年生の必修科目「家庭基礎」の4時間を使って行いました。

●導入「どっちを選ぶ？」

1時間目は、普段自分たちが食べているものがどのように生産されているのかを理解し、自分たちの生活と世界の関わりを知ること、商品の選択を通して自らの消費行動が社会や環境に影響を与えることを理解することを目標としました。

導入では、2種類のチョコレートを提示し、どちらを選ぶか問いかけました。チョコレートAは、大手メーカーが製造したコンビニでも売っているもので、42gで105円。Bは、コンビニでは売っていない、大手スーパーのプライベートブランドのもので、フェアトレードの認証マークが付いており、48gで116円です。ほとんどの生徒がAを選びました。その理由を聞いてみると、「安いから」と答える生徒が多数でした。また、「お金を出して食べるのだからおいしくないものはいやだ。普段から食べていておいしいと分かっている方を選ぶ」という生徒も複数いました。

商品を選択する際、生徒は安さを基準に選ぶことが多かったのですが、それ以外の基準には何があるか、その商品がどのように製造・販売されているかを考えることが本時の学習課題であることを伝えました。

●チョコレートから見えるもの

チョコレートの原材料であるカカオ豆の生産国は、赤道を挟む南北緯度20度以内の熱帯地域に集中しています。南米、アフリカのほか、インドネシアやベトナムでも生産されています。一方、消費国は、日本やヨーロッパ、北米などの先進国に集中していて、作る国と食べる国がはっきりと分かれている商品です。地図からは、生産国：開発途上国と、消費国：先進国の対等でない関係も見えてきます。

カカオ豆の生産には児童労働が関与している可能性

が大きいといわれています。世界ではたくさんの子もたちが児童労働を強いられていて、特に日本が輸入しているカカオ豆の7割を占めるガーナでは、子どもの2人に1人が働いているといわれています。児童労働は子どもの教育の機会を奪い、健康、精神面、社会的発達に害を与える搾取的なものです。教育を受けることができ、子どもの年齢や成長に見合った家の手伝いやアルバイトとは全く違います。授業では、母親が病気で働くことができず、6歳と11歳の兄弟が朝5時前からカカオ農園で危険な労働をしている映像を見せました。生徒からすると自分たちよりもかなり幼い子どもたちが、高さ10mくらいのカカオの木に登り豆を収穫している映像はショッキングなものであったようです。また、作業中に子どもがボーツとしていると、農園主からの罰としてスクワットを40分間、6歳の子どもにさせる映像もあり、運動部で鍛えている男子生徒が見ても衝撃だったようです。自分たちの生活との違いにショックを受けている生徒がほとんどでした。

この状況を解決するために、2015年9月の国連総会で採択されたSDGsの8番目の目標には、2025年までにすべての形態の児童労働をなくすことが盛り込まれています。

児童労働をなくすことを目指した商品がフェアトレードです。フェアトレードは公正な取引といわれ、開発途上国の生産品を、現地生産者の生活支援や環境保護なども配慮した適正な価格で、対等な関係で継続的に支援する仕組みです。児童労働や劣悪な労働環境、環境破壊を廃し、貧困の解消や女性を含めた生産者の自立を図ることもつながっていきます。フェアトレードを必要としている地域は生産者の暮らしが厳しく、児童労働が問題となっていることが多いといわれています。生産者の暮らしを守り、児童労働から子どもたちを守るための取組がフェアトレードでもあります。

● 授業後の生徒の感想

- ・ 安さや質だけでなく、その商品の裏も知ったうえで買うことができるといいと感じた。
- ・ 自分がいつも口にしているものだからこそ、選ぶ基準のひとつとして、今回学んだことを意識すれば、大きな力になると思った。

導入で「選ばない」と言っていたフェアトレードのチョコレートを試食させると、多くの生徒が「こんなにお

いしいんだ」と気づきました。そして、今まで食べていたものは、小さい子どもが学校にも行けず、過酷な労働を強いられて作られていたものかもしれないという、甘いチョコレートの裏にある全然甘くない現実を知り、迷いも生じて「もうチョコレートは食べたくない」「どうしたらいいんだろう」と心が揺さぶられた生徒も多くいました。

こうしたことを踏まえ、安いものを買うことが賢い消費者なのか、どんな基準で商品の選択をするのが大切かを再び問いかけました。

授業実践：2時間目

特定非営利活動法人 ACE の開発した教材「おいしいチョコレートの真実」を使用し、グループワークを通して児童労働の原因を考える授業を行いました。

● ガーナと日本の家族の生活を疑似体験

班ごとに、ガーナと日本の家族の生活を疑似体験し、児童労働の原因を考えます。カカオ豆の価格は生産者の意思とは関係ないところで決められています。収入が減少し水や食料も十分でない時、子どもの教育費をカットせざるを得ないという状況に陥ってしまうことや、生活への影響を実感させました。

● グループワーク後の感想

- ・ ガーナの労働者は収入ギリギリの生活をしているので、少しでも収入が減ってしまうと水、食事も十分に取れず、子どもが学校に行けなくなってしまう。
- ・ 国によって大きな差があり、同じ国内でも格差がある。会社の経営はガーナの児童労働で成り立っていることに気づいた。お金の裏に犠牲があってはならないと思った。
- ・ 自分は日本の家族担当だったが、自分たちに有益な部分を見すぎてしまい、原材料を生産している側の経済的な状況を見ていなかった。このようなことが現実の問題として起こっていると思うとゾッとする。

授業実践：3・4時間目

消費者の権利と責任を学んだ後、児童労働のない世界を作り、これからもおいしくチョコレートを食べていくために自分たちでできることを考え、具体的に行動に移す取組を行いました。

● 自転車の不具合による事故を例に

消費者庁のホームページに載っている自転車事故を

例に、消費者の権利と責任を説明しました。自転車で乗っていたら突然前輪がはずれて事故が起こったという事例を想定し、その時どう行動するか考えさせました。何も言わないでいると、同じような事故が多発してたくさんの方が被害に遭ってしまいます。逆に、声を上げることでよりよい製品が生まれ、安全性の高い自転車が世の中に出回ります。

消費者には当然、選ぶ権利や安全なものを購入する権利がありますが、権利を享受するためには消費者としての責任を行使しなければいけないということです。消費者の責任という難しい感じがしますが、消費者の役割と言ったほうが分かりやすいかもしれません。

クレームについても説明しました。「クレーム」というと、暗いイメージや、無理難題を主張する「クレマー」をイメージする生徒がほとんどです。しかし、「クレーム」という言葉には、「当然の権利を主張する、要求する」という意味があります。例えば店で何かを買って、おつりを間違えて渡されたとき「おつりが違います」と言うことや、商品に針が入っていた場合に「交換してください」と言ったり、「危険です」と知らせることも「クレマー」なのかと聞くと、生徒は「それは違う」と反応します。当然の権利を主張する、要求することは消費者の権利であるとともに責任でもあります。

● 消費者の権利と責任を実行する

チョコレートの裏側にある現実、児童労働という問題を知り、その解決のために実際に行動を起こしていくことが消費者の責任ではないだろうかと投げかけ、自分たちがこれからもおいしくチョコレートを食べていくためにどんなことができるかを考えさせ、班で話し合わせました。生徒からは、いろいろな意見が出ました。

例えば、フェアトレード商品で調理実習をすること、東京オリンピックにフェアトレード商品を推奨する取組をすることなどです。

LHRで、班ごとにレシピを考えてクッキーを作ったり、チョコレートフォンデュをしたクラスもありました。

2012年のロンドンオリンピックでは、すべての会場でフェアトレードのコーヒーや紅茶が提供されたそうです。東京オリンピックの誘致活動の際に使われた「おもてなし」が流行語になりましたが、生徒たちは、本当の意味でのおもてなしはということなのか、自分たちの思いを手紙にして公益財団法人に送りました。

また、クラスでフェアトレードクッキングをした取組と思いを再び伝えたらどうかと提案したところ、生徒たちはホームルーム委員を中心に、模造紙に写真を貼り、班ごとにコメントを書き、再度公益財団法人に送りました。

1本の電話やメールの裏には同じことを考えている人が150人から200人いるというイギリスの研究があるそうです。自分たちが声を上げることで、たとえ提案が受け入れられなくても、しっかりと考えてくれる大人が必ずいるということを伝えると、生徒は納得して取り組んでいました。

おわりに

生徒の感想としては、

- ・ たった4時間の授業だけれどすごく充実していた
 - ・ 思いを行動に移すことで伝わるものがあるんだと思った。一歩踏み出すことも大切だと思った
- など、思った以上に真剣に取り組んでいました。

授業だけでなく、文化祭でもフェアトレードの取組を行っています。パンの耳のかりんとうを作ったクラスがあったのですが、かりんとうに使うココアをフェアトレード製品にして売上金を児童労働撤廃のために活動しているNGOに寄付しました。また、私が顧問をしている調理部では、フェアトレードの原材料を使ったクッキーを2年前から販売しています。

消費者が主役の消費者市民社会では、消費者の行動で社会を変えることが求められています。自分の権利を行使するとともに、他者の権利も尊重する消費者市民としての姿勢を育む授業を、これからも生徒とともにくついでいきたいと思っています。