

平成30年度 消費者教育ワークショップ in ヌエック

持続可能な社会をつくる消費者 ～地球の未来に向けて～

日時：平成30年8月31日（金）10:00～12:00

場所：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）

プログラム

ミニ講演	誰一人取り残さないために、 消費者のエンパワーメントを考える 古谷由紀子氏（サステナビリティ消費者会議 代表）	p. 2
事例報告①	ESD の取組 ー岡山市北区京山地区での取組を例にしてー 池田満之氏（岡山市京山地区 ESD 推進協議会 会長）	p. 8
事例報告②	フードバンク活動から考える持続可能な社会 芝田雄司氏（セカンドハーベスト・ジャパン パントリーマネージャー）	p.12
パネル ディスカッション	「持続可能な社会をつくる消費者教育」 コーディネーター：萩原なつ子氏 （立教大学大学院 21世紀社会デザイン研究科 教授） パネリスト：古谷由紀子氏 / 池田満之氏 / 芝田雄司氏	p.17



文部科学省

誰一人取り残さないために、 消費者のエンパワメントを考える



博士（総合政策）/サステナビリティ消費者会議 代表
古谷由紀子氏

1 今日の世界

まず、今日の世界を二つの視点でみていきたいと思います。

今日の世界は、さまざまな脅威にさらされています。世界には飢餓で苦しむ人がたくさんいますが、日本でも貧困問題がクローズアップされています。異常気象はどうでしょうか。この夏の猛暑、何度も猛威を振るう台風、まさに異常気象を身近に感じます。資源枯渇はどうでしょうか。格差はどうでしょうか。経済格差が教育格差につながり、いろいろな問題が指摘されています。人権侵害はどうでしょうか。パワハラ、セクハラ、いろいろなハラスメントが今話題になっています。差別の問題はどうでしょうか。テロ・紛争はどうでしょうか……。

この世界を未来に引き継げるのでしょうか。「引き継げない」という危機意識から、持続可能な社会への取組が始まっているのだと思います。

持続可能な社会というと、貧困や地球環境などの問題に目が向きがちですが、足元の、消費者の状況はどうでしょうか。もう一つの視点は、消費者を取り巻く問題です。実に多くの消費者被害・不利益が発生しています（消費者相談件数：約 91.1 万件 / 出所：平成 30 年版消費者白書）。悪徳業者に騙されるとい話だけではありません。例えば製品を使って問題



が起きたとき、正当に救済されているでしょうか。この社会は消費者が安心して暮らせる社会ではないのではないのでしょうか。

2 持続可能な社会への動き

社会を未来に引き継ぐために、持続可能な社会の構築へ向けて、どんな動きがあるのでしょうか。これは何も最近のことではなく、昔から国際的にも国連を中心にさまざまな取組がなされてきました。

持続可能な開発目標（SDGs）

最近特に耳にするのは、2015 年 9 月に国連総会にて採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」です。みなさんも、この言葉を聞いたことがあるかと思います。正式な名称は「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」といいます。貧困のない、持続可能な世界を次世代に受け継いでいくことを目指した世界規模の目標、具体的にどのような目標を立てたら持続可能な社会が実現できるのかを表した内容となっています。



出所：WWF「日本のエコロジカル・フットプリント 2017 最新版」



誰一人取り残さない

SDGs の特徴は、「誰一人取り残さない」を基本理念としていること。これは大変なことです。周りを見回してみてください。消費者の目線でも労働者の目線でも、取り残されている人が大勢います。そんな人たちを「誰一人取り残さない」という壮大な理念を掲げて、世界は持続可能な開発に向けて進み始めているということです。

多様な主体が参画していることも特徴の一つです。政府や自治体だけが取り組めばいいというわけではなく、NGO や NPO だけでなく、企業や消費者などあらゆる主体が参画しなければ目標を達成することはできないだろうといわれています。

SDGs では、貧困をなくそう、飢餓をゼロにしよう、教育やジェンダーの平等など、2016 年から 2030 年までに達成する 17 の国際目標が掲げられていますが、どれ一つとっても簡単ではない目標ばかりです。消費者ができることとしては 12 番目の目標「つくる責任 つかう責任」があります。正式には「持続可能な生産、持続可能な消費」といい、企業側の責任と消費者側の責任を明記しています。



出所: 国連広報センター

ジェンダー平等

もう一つ、大事なことはジェンダーです。ジェンダー平等も SDGs の基本的な理念として掲げられています。日本はジェンダー平等がなかなか実現できていませんね。先日も医科大学の入学試験の問題がありましたし、セクハラも日常的に起きています。

この偉大な共同の旅に出発するにあたり、私たちは、誰一人取り残されることはないことを誓う。私たちは、人間の尊厳にこそ基本的な価値があることを認識し、すべての目標とターゲットが、すべての国、人々、そして社会のあらゆる要素において実現することを願う。私たちは、最も遠くに取り残されている人々にこそ、第一に手が届くよう、最大限の努力を行う。

(出所: 「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ『宣言』」第 4 段落、下線は講演者)

ジェンダー平等の実現と女性・女兒の能力強化は、すべての目標とターゲットにおける進展において死活的に重要な貢献をするものである。人類の潜在力の開花と持続可能な開発の達成は、人類の半数に上る（女性）の権利と機会が否定されている間は達成することができない。女性と女兒は、質の高い教育、経済的資源への公平なアクセス、また、あらゆるレベルでの政治参加、雇用、リーダーシップ、意思決定において男性と同等の機会を享受するべきである。我々は、ジェンダー・ギャップを縮めるための投資を顕著に増加するために努力するとともに国、地域及びグローバルの各レベルにおいてジェンダー平等と女性の能力強化を推進する組織への支援を強化する。女性と女兒に対するあらゆる形態の暴力は男性及び男子の参加も得てこれを廃絶していく。新たなアジェンダの実施において、ジェンダーの視点をシステムティックに主流化していくことは不可欠である。

(出所: 「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ『宣言』」第 20 段落、下線は講演者)



3 持続可能な社会の担い手育成

持続可能な社会に向けて、私たちはどのように取り組んでいけばいいのでしょうか。教育としてESD（＝Education for Sustainable Development：持続可能な開発のための教育）と消費者教育について考えてみたいと思います。

ESDというのは持続可能な社会を作っていくための人づくりです。消費者だけでなく企業にもESDは必要ですが、企業のESDはあまり進んでいないのが実状です。一方、消費者向けにはかなり進んできていると感じています。

消費者教育については、2012年に消費者教育推進法が成立し、消費者市民社会について「公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義されています。自分のことだけを考えるのではなく、社会全体のことを考えて積極的に参画していきましょう、そのような消費者市民社会を目指す人材を育成していきましょうということで、担い手育成の動きも進んでいます。

4 消費者への期待

消費者はなぜ期待されているのでしょうか。現状は大量生産・大量消費・大量廃棄が続き、とても便利な社会である一方、資源の枯渇や環境の悪化、地域の人たちの人権侵害といったさまざまな問題が発生しています。

それに対し行政や企業などいろいろな主体が取り組んでいますが、特に消費者の行動なくしては解決し得ない課題が増えているといわれています。そこで、持続可能な消費、社会や環境のことを考えたエシカル消費（倫理的消費）が消費者に期待されているのです。

具体的には「食品ロス削減」「CO₂削減」「紙の使用削減」「レジ袋の使用削減」などの行動が代表的な例として挙げられますが、これだけではないはずです。もっと身近な生活の中にもあるのではないのでしょうか？例えば、「宅配便の再配達防止」。消費者にとっては再配達は便利な仕組みですが、ドライバー



の負担やCO₂排出につながっています。また、携帯電話やスマートフォンにはレアメタルといわれる希少鉱物が使われていますが、鉱物の採掘現場では児童労働の問題が起きています。「これだけだ」と思わず、身近なところにあることがいっぱいあるのではないのでしょうか。サステナビリティ消費者会議（CCFS）では「持続可能な消費を探そう」という取組もしています。消費者庁では、エシカル消費として「人への配慮」「社会への配慮」「環境への配慮」「地域への配慮」「動物福祉」などを挙げています。例えば地域への配慮では、地産地消や復興支援などいろいろな消費が考えられ、消費者の行動に期待が高まっています。

5 持続可能な社会と消費者の関係

消費者に対する持続可能な消費、エシカル消費への期待が高まる一方、消費者利益はどうなっているのでしょうか。持続可能な消費が語られるとき、消費者利益に触れられることはありません。でも、実際にはいろいろな消費者トラブルが起きています。消費者が安心して暮らせない社会は持続可能な社会でしょうか。そうではないはずです。環境や社会の問題と同じように、消費者の安全・安心も解決しなければならない問題であり、この両面から考えなければいけないと思っています。



企業の取組の情報提供例

企業の取組の情報提供例としては、私も参加している「消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク（SSRC）」が「企業のエシカル通信簿」を公表しています。62 ページにわたる調査票に企業が回答してくださったもので、公開情報をもとに採点して企業のエシカル度を調査しレーティングしたものです。環境や消費者、人権などのさまざまな分野で企業がどのような取組をしているかを調べ、よくやっているところは応援し、できていないところにはやってもらうようお願いすることができます。

エシカル消費のためにはエシカルな商品が必要です。SSRC のサイトでは、エシカルな商品がどこで売られているのかという情報をユーザー自らが情報を追加しながら提供しています。

	SD	環境	消費者	人権労働	社会	平和非暴力	動物
資生堂	6	5	5	8	6	1	2
花王	9	6	6	8	6	1	3
コーセー	5	4	3	5	5	1	2
ポーラ・オルビス	5	4	5	7	7	3	3
マンダム	8	4	7	6	5	1	2

SD=持続可能な開発・社会 動物=アニマルウェルフェア

出所：SSRC Web

ぐりちょ（Green & Ethical Choice）

 ポテトチップス Potato chips	 チョコレート Chocolate
 コーヒー豆 Coffee beans	 紅茶 Tea
 緑茶 Green tea	 ハンバーガー Hamburger
 食パン bread	 豆腐 Tofu
 醤油 Soy sauce	 卵 Egg
 シャンプー Shampoo	 トイレトペーパー Toilet paper
 タオル Towel	 アウター Outer
 スニーカー Sneaker	

出所：SSRC Web

7 まとめ

～誰一人取り残さない社会へ～

消費者教育は国や自治体の役割であって企業には関係ないと思われることがありますが、もちろんそんなことはありません。国も、企業も、消費者も、みんながやっていかなければならないものです。なぜなら、法に明記されているということもありますが、それぞれ持っている情報が違うからです。企業は自社の商品・サービスに関する情報を圧倒的に持っています。だからこそ、課題も、取組についても、啓発し伝えていく役割があると考えます。消費者教育はそれぞれの主体ができることをやっていくことが大切です。

企業と消費者は不可分の関係にあるので、消費者は、企業に対して意見や提案、問題の指摘をすることが大切です。また、企業と消費者が共にできることもあります。

- 自らの生活のなかで
- 企業に対して
- 企業と共にできること

この3つをそれぞれがやっていくために、消費者のエンパワーメントとして行政や企業、各種団体が何ができるかが問われています。

国連消費者保護ガイドライン「持続可能な消費の促進」では、持続可能な消費に対する責任は消費者にあるとは言っていません。「情報を持つ消費者、加盟国、事業者、労働団体」と言っています。つまり情報を持たなければ責任は担えないということです。みなさんにも、今日の私の話から得た情報をもとに、今何ができるかという課題に取り組んでいただけることを期待しています。



事例報告 ①

ESDの取組 —岡山市北区京山地区での取組を例にして—



岡山市京山地区 ESD 推進協議会 会長
池田満之氏

1 ESD（持続可能な開発のための教育）

持続可能な社会をつくる担い手、人づくりを地域でどのように進めてきたかについてお話しします。

ESD(持続可能な開発のための教育)のポイントは、①参画する力、②共に生きる力、③つなぐ力、の3つです。この3つの力を地域のみなさんにつけていただき、持続可能な社会を担える人をつくってこうというさまざまな活動を行っています。

メインフィールドは私の地元であり住んでいる街でもある岡山県岡山市京山地区（人口約 25,000 人、約 12,000 世帯）です。岡山市は中学校区と公民館区が同じでコミュニティの単位になっています。岡山市の人口は約 70 万人で、37 の中学校・公民館区に分かれているため 1 エリアは約 2 万人規模になります。京山地区は JR 岡山駅の近くに位置し、岡山大学や岡山県総合グラウンドなど岡山県の文教地区として整備されてきた地区です。

消費者としての個人の育成も大切ですが、誰一人取り残さない社会をつくっていくためには、個人の意識改革だけでなく社会全体を変えていく必要があります。さまざまな取組も地域全体、社会全体でやることが重要です。

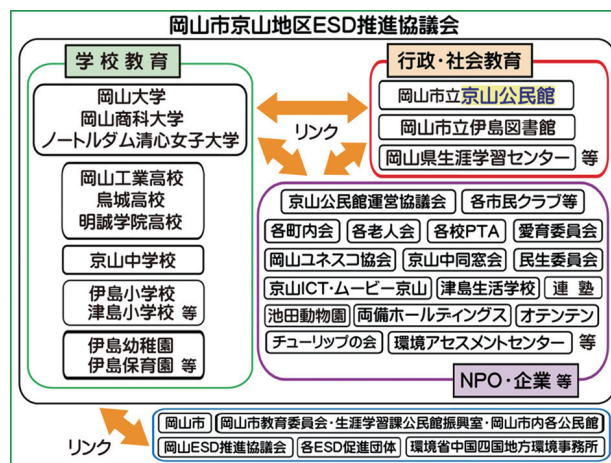
2 地域総動員の取組のための仕組みを確立

右の図は国連大学の高等研究所が例示した ESD を進めるにあたり地域でつくってほしい仕組みのモデル的枠組みに当てはめて作成したものです。学校教育関係では地区内にある保育園・幼稚園から大学までの教育機関がつながり、行政・社会教育関係では公民館、図書館、生涯学習センターなどがつながり、そして地域の NPO や企業、町内会や老人会、PTA、



民生委員会、NGO、民間企業などがリンクし合っています。これだけの仕組みをつくるのは大変そうに思えるかもしれませんが、岡山の場合は公民館を核にした地域コミュニティのつながりがありますので、そうしたベースになる組織を使いながら ESD の視点を入れていけば、どこの地域でもつくれるものだと思います。

私たちは社会を変革して持続可能なものにすることを目指しています。そのためには、自分たちの取組が社会全体に影響するような仕組みづくりがとても重要です。



3 低炭素社会を目指して「京山チャレンジ」

この仕組みを使って京山地区で行った取組をいくつかご紹介いたします。

例えば低炭素社会を目指して「京山チャレンジ」を実施しました。ほとんどの人は、冷蔵庫の開け閉めは素早く、使わない電気は消すなどの行動をやっていていると思います。しかし現状は、日本は温暖化対策が進んでいないとして各国から非難されています。つまり、やっているかやっていないかではなく、やっている内容が十分であるかが問題になるということです。世界中の人が日本人と同じ生活をしたら地球が2.9個必要といわれる今、ちょっとやっただけではだめだということです。

「京山チャレンジ」では、まず、各国のCO₂削減目標量を市民部門がクリアするために、一人・1日あたりの削減量を算出しました。そして、冷蔵庫の開け閉めなど日常生活でできる具体的な行動を10くらい選び、それらの削減量の合計が一人・1日あたりの目標値になるよう設定します。それをシートに毎日記録し、10日間ですでにどれくらいできたかをチェックすると、自分たちの日常生活が地球市民として適切かどうか分かります。地域全体で集計すると、地域全体でどれくらいのことができていくかが分かってきます。京山地区では10日間のデータから、みんなで取り組めば目標の約6割を達成できることが分かりました。

さらに、集計作業を通して、簡単にできる項目と難しい項目があることが分かりました。京山地区で難しかったのは、「コンセントを抜く」と「レジ袋をもらわ



ない」でした。そこで対策案について地域で話し合い、わかりやすい啓発標識を作ることになりました。

活動をやってみてどうだったか、地域の小学生から高齢者、中央省庁の人たちにも加わってもらい、みんなで集まって話し合い、学び、協働できる場を設けました。「エシカル消費」、「グリーンコンシューマー」、「LOHAS（ロハス）」など、ESDと消費生活に関わる学び合いから地域での実践へとつなげていきました。



地球温暖化対策国民運動チャレンジシート

※取り組みたい項目に、CO₂削減量を記入
※取り組みたい項目の記録は、取り組みたい項目のCO₂削減量を記入
※取り組みたい項目の記録は、取り組みたい項目のCO₂削減量を記入

項目	削減量 (g)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	合計 (g)
1 冷蔵庫の開け閉めは、素早く	17g											
2 使わない電気は、すぐ消す	40g											
3 使わないテレビは、電源を切る	59g											
4 節電のときは、コンセントからプラグを抜く	22g											
5 節電のときは、照明を消す	70g											
6 レジ袋は、もらわなかった	40g											
7 エコ商品やリサイクル品を買った	23g											
8 自転車やバイクを使わずに、徒歩・自転車・バス・電車を利用した	330g											
9 水を流すときは、水を流さないように	16g											
10 節電のときは、照明を消す	16g											

削減したCO₂の合計 (g) = 5600g

削減したCO₂の合計 (kg) = 5.6kg

削減したCO₂の合計 (kg) = 4.38kg

削減したCO₂の合計 (kg) = 613g

FAX 集計いたしますので、ご協力をお願いします
送信先 FAX: 086-256-1035



4 京山マイバッグコンテスト

中学生が中心になって「京山マイバッグコンテスト」を行いました。ただ学ぶだけでなく、実践を通して地域社会の変革を促す起爆剤になればと、次代を担う子どもたちが核になって実施した活動です。

マイバッグ運動は、以前から岡山市生活学校連絡協議会が街頭での呼びかけ運動をしたり、講座を開いたりしていましたが、婦人層にしか広がらず悩んでいました。

京山地区 ESD 推進協議会の集まりで「マイバッグ運動が上手く広がらない」という課題が共有されると、公民館を拠点に活動するさまざまなグループや小・中学校の先生、児童・生徒、町内会長、NPO などを通して市民一人一人に自分の問題として受け取られていきました。

小学校では総合的な学習の時間に取り入れていただき、児童・保護者協働でマイバッグのデザインや素材選びを行いました。家庭、学校、地域と取組を広げ、その中に企業も入ってもらい、社会全体に影響するような形で進めていきました。

中心的に企画運営をした中学生が言っていたことが印象的でした。

「一番嫌なのは“受け売り”。確かに、レジ袋を使う回数を少なくして、石油の使用量と二酸化炭素の排出量を削減することは、温暖化対策には役に立つだろう。これを宗教のように信じ込んで、熱をもってやってる人は多いと思う。ただ、そんなの“納豆食えたら痩せる”ってのと一緒じゃないか！レジ袋の話、誰が考えたのか、説得力があって信じやすい。でも、ここで『本当？で、だから何？』と考える。この言葉は『論理』を考えさせるから、多くの疑問が浮かんでくる。この言葉を使って、みんなに『当たり前（だと思っているよう）なこと』を疑ってほしい。鵜呑みしないで、受け売りしないで。＜中略＞『冷静に考える』ことができないと、結局、信じて好奇心で行動して、いつか立ちゆかなくなってしまう。そして、冷静に考えてるうちに、論理的に『本質』が見えてきて、本当に守らなければならない大切なものは何か、わかってくるはず」。



これは ESD で大切な批判的思考です。こうした考え方を大人ももっと持ってもらいたいと中学生たちは言っていました。

5 大学生による「しゅうかんチェックシート」

次代を担う大学生や若い社会人に向けた勉強会も定期的に行っており、教材として ESD のマンガ読本を作り、京山地区にある大学で授業を行いました。その中で、消費生活でできる目標を決めて 1 週間実行し、結果を「しゅうかんチェックシート」に記入するという活動をしました。「できた」「できなかった」だけでなく、「周りに広められたか」もチェックします。これが重要で、自分自身の行動だけで満足するのではなく、社会全体を変えていく方向に動けたかどうかを考えられます。チェックシートは 1 週間ごとに集計し、要点をみんなで共有します。

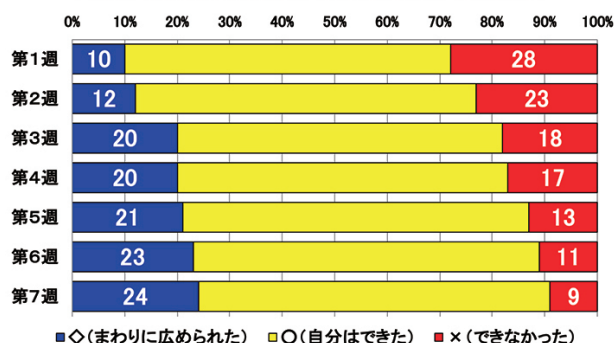


いくつか例を紹介すると、「無駄な消費をしない」を目標に、「食べたみかんの皮を捨てずにお風呂に入れた」、「食材を無駄にしないよう腐る前のきゅうりを酢の物にして食べた」、「食品を大切に使う」を目標に、「普段は食べないブロッコリーの茎をきんぴらにした」、「地球に優しい行動をする」を目標に、「欲しかった服を新しく買うのではなくフリーマーケットで買った」など、それぞれができることを実践していました。

大事なことは、1回やったらOKではなく、習慣にして社会を変えていくことです。最初の週では「周りに広められた」は10%でしたが、第3週で2割になり、第7週には24%に増えました。3週目くらいから効果が出始め、4週目あたりで少し停滞するのですが、この停滞期にお互いが刺激し合って続けることができると、さらに結果が出て習慣化し、社会が動いていきます。このことから、ESDや人材育成は、1回やって終わりではなく、社会の中で定着するまで続けないと意味がないということが分かります。学生たちの感想にも、6週目・7週目になると「習慣になってきた」という感想が増えていきました。

集計から、平日よりも土日のほうが外部との接点があるため周りに広めやすいことがわかりました。また、金曜日の結果が思わしくなかったため、みんなで「金曜日にやろう」と決めるとすぐに結果につながりました。このように、活動というのは、やっている状況を「見える化」して共有すれば結果につながります。情報を的確に把握し、すべきことを分かったうえで行

しゅうかんチェックシートによる 習慣性の変化の例(池田満之実測例)



ESDの視点を入れた授業を受けた学生の理解



動すれば変わるということです。漠然と取り組んでいても結果はついてきません。言葉や絵で「見える化」して情報を把握することはとても大切だと思います。

6 ESD(手法)とSDGs(目標)をつなげる

京山地区ではSDGsの17の目標のうち10を重点取組項目に掲げ、ESD(手法)をSDGs(目標)につなげて実践するため、地域社会の課題について地域全体で議論する場「京山ESD・SDGs対話/地域全体会議」を設けています。市長、教育長、市幹部職員、大学長、小・中・高の学校長、国会・市会議員、岡山ESD推進協議会、岡山経済同友会、岡山ユネスコ協会、児童・生徒・学生、市民等々が一堂に会して対話し、さまざまな気づき・学びにつなげています。

ぜひみなさんの地域でも、地域で社会を変える動き・取組を始めていただけたらと思います。

しゅうかんチェックシートの記入例

資源を大切に使う。		
■実行結果を書いて下さい。(×…できなかった、○…自分ではできた、◎…まわりに広められた)		
月日	チェック欄 (◎、○、×)	コメント欄 (どう実行できたか、または、なぜ実行できなかったかなど)
■/■(月)	○	今日は、お風呂の残り水を使って洗濯をした。 また、米のとぎ汁は植物にあげた。
■/■(火)	×	今日は、うたを歌って楽しんだ。 テレビや電気をつけたままにしてしまった。
■/■(水)	○	今日は家にある残りものを使って料理をした。 例えば、ゆでた鶏肉はスープに混ぜた。
■/■(木)	○	今日は暑かったので、窓を網戸にして、扇風機を使って、冷房を使わないようにした。また、水まきをした。
■/■(金)	○	今日は買い物時にマイバッグを持参して、買い物袋をもらわないようにした。エコバッグポイントカードにポイントを貯めた。
■/■(土)	◎	今日は家族のみんなに協力してもらって、牛乳パックを広げたり、ペットボトルをつぶしてリサイクル回収BOXに入れた。
■/■(日)	○	今日は、とても暑かったので冷房を入れた。 設定温度は必ず28℃を守るようにした。





その他の取組例



子ども達による「子どもフリーマーケット」の主催から、「キッズタウンきょうやま」の取組(大学等との共催)へ。



フードライブ(家庭にある賞味期限1カ月以上の食品(生鮮以外)を持ち寄ってもらい、ホームレスの支援施設等へ届ける食品リユース活動)。年々集まる量が飛躍的に増加中。





1 世界の食料廃棄量を半分に

セカンドハーベスト・ジャパンではフードバンク活動を行っています。フードバンク活動の現場から、持続可能な社会をつくるためにはどうすればいいかについてお話ししたいと思います。

フードバンクは二つの社会問題に関わっています。一つは食品ロス、もう一つは貧困です。今、世界的に食品ロスは問題とされ、SDGsでも食品ロスの削減をゴールの一つとして2030年までに半減しようとしています。FAO（国際連合食糧農業機構）の調査によると、世界の食料廃棄量は年間生産量の3分の1、約13億トンにも上ります。これを2030年までに半減していこうという目標です。

フードバンクの活動は、SDGsの「1 貧困をなくそう」、「2 飢餓をゼロに」、「3 すべての人に健康と福祉を」、「11 住み続けられる街づくりを」、「12 つくる責任 つかう責任」に関わっています。そして重要なのが「17 パートナリシップで目標を達成しよう」です。いろいろなステークホルダーが関わって地域総動員の活動をしていかないと食品ロスの解決や持続可能な開発は実現できないと考えています。

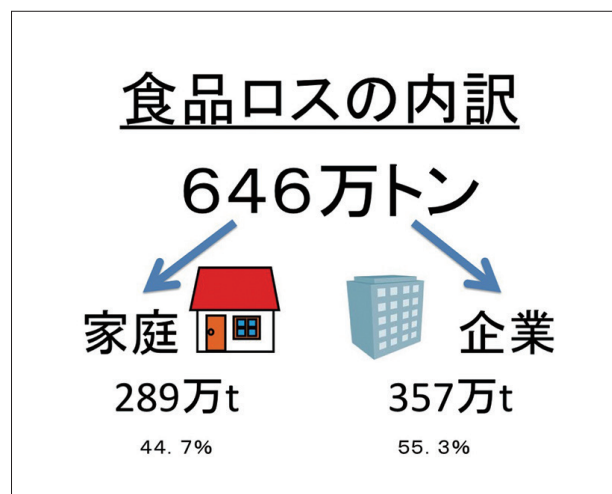
2 日本における食品ロスの現況

日本においては、食用仕向量8,291万トンのうち食品由来の廃棄物が2,842万トン、そのうち可食部分と考えられる量が646万トンあります。これがいわゆる食品ロスといわれるものです。これは平成27年度の推計ですが、26年度は642万トンでした。食品ロスは増えているという状況があります。

646万トンの内訳は、家庭から出るものが289万トン（44.7%）、企業から出るものが357万トン



（55.3%）です。日本の食品ロスは国連の食料援助機関である世界食料計画（WFP）の年間の支援量約320万トンの2倍に匹敵する量であり、東京都民の年間食事量ともいわれています。



出所：農林水産省「食品ロス・食品廃棄物等の利用状況等 平成27年度推計（平成30年4月）」





3 食品ロスが引き起こす問題

食品ロスが引き起こす問題は環境問題、食料問題などさまざまです。日本の食料自給率（カロリーベース）は38%と低く、輸入により食品を確保していかなければならない状況にあります。経済大国なので外国から食品を買うことができます。しかし世界では、9人に1人が栄養不足の状態にあるといわれています（農林水産省「食品ロスの削減に向けて」より）。

そして日本でも、相対的貧困率は15.6%、子どもの相対的貧困率は13.9%という調査結果が出ています（平成28年国民生活基礎調査の概況）。貧困線は可処分所得が122万円以下の世帯です。このような世帯が15.6%もある、特に一人親家庭の相対的貧困率は50.8%になります。一人親家庭ではダブルワーク、トリプルワークをして、収入が低い世帯には児童扶養手当も給付されますが、それを受け取ってなおこのような数値になっているのが現状です。今、子ども食堂が全国に1,000か所あるといわれ、その発端は子どもの相対的貧困率です。現在は7人に1人の子どもが相対的貧困の状態にあるといわれています。

このような日本の貧困は、見えないことが多いのです。住む家があり、服も着ている、携帯電話も持っているが、経済状態は貧困状態という、見た目では非常に分かりづらいのが日本の貧困です。また、老後破産の予備軍も300万人いるといわれています。

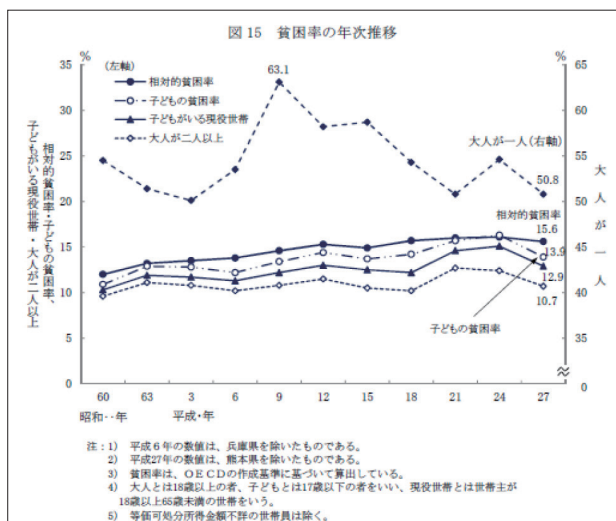
日本の相対的貧困率がOECD加盟国でどのあたり

の位置にあるかという、イスラエルがトップで日本は7番目、先進国ではアメリカに次いで貧困率が高い国となっています。単純計算すれば、貧困線以下にある人は約2,000万人、食べることに困っている人は少なくとも200万人いるのではないかと推定しています。

根拠としては、2011年の国立社会保障人口問題研究所が行った「生活に関わる調査研究」の中で「過去1年間に食料に困窮した経験があるか」という質問に1.6%が「非常によくあった」と答えていることです。「まあまああった」も含めると約16%になります。日本の総世帯数×1.6%×2.38人（1世帯の平均人数）で約200万人となりました。これは「少なくともこれくらいはいる」という数字で、他にも、生活の苦しい外国籍の人、高収入でも突発的にキャッシュフローが成り立たなくなると食の困窮を経験している人がいることなどが分かっています。



出所：ビッグイシュー HP



出所：平成28年国民生活基礎調査の概況

貧困線以下の日本人：約2000万人



<算出の根拠>

厚生労働省「平成28年国民生活基礎調査の概要」の相対的貧困率15.6%を基に、15.6%＝約1/6として日本の総人口に乗じて換算



4 フードバンクとは

フードバンクとは、食品企業・農家・個人などから無償で提供された「品質には問題がないが市場では販売できない食品」を預かり、食に困っている人や必要としている人たち（福祉施設・団体・個人）へ分配する活動です。食品ロスとなってしまう、まだ食べられる 646 万トンの食品を、必要な方々に掛け渡しすることが私たちの活動です。

フードバンクは 1967 年にアメリカで誕生しました。日本で最初にフードバンクを始めた団体は 2002 年に NPO 法人格を取得したセカンドハーベスト・ジャパンです。

世界にはグローバル・フードバンキング・ネットワークという組織があり、34 カ国の主要フードバンク団体が加盟し活動しています。アメリカのフードバンク団体は約 200、日本では北海道から沖縄まで各都道府県にあり 100 近くになるとみえています。

5 セカンドハーベスト・ジャパンの活動

私たちセカンドハーベスト・ジャパンは「すべての人に食べ物を」をスローガンに、「もったいない」を「ありがとう」へ変えていこうという活動を行っています。約 1540 の食品企業、農家、量販店から余剰食品（まだ“ロス”にはカウントされていない）をいったん預かり、個人への食料支援や炊き出し、児童養護施設や母子支援施設などへの支援に使っています。活動圏は関東が中心ですが、必要であれば全国の連携している団体にも食品を提供します。

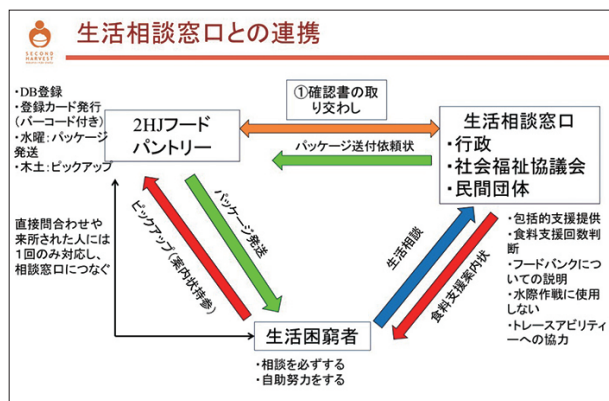
この事業にはパートナーシップが不可欠です。私たちは東京・埼玉・神奈川の行政機関とパートナーシップを組んでいます。個人への支援では、行政機関に生活相談に来られた方で食の支援が必要な場合、行政機関から私たちへ依頼が来るようになっていきます。

食品の受け取り方は、事務所（フードパントリー）に来ていただく方法と、宅配便で送る方法があります。直接受取では 15 ～ 20kg、宅配便では 100 サイズの段ボールに 10kg 前後の食品を詰めてお届けします。



 **フードバンクの歴史**

1967年	アメリカ アリゾナ州	世界初のフードバンク ジョン・バン・ヘンゲル
2000年	日本 東京	チャールズ・マクジルトン 
2002年	NPO法人格取得	
2003年	フードバンク関西	
2010年	フードバンク全国ネットワーク発足 (11団体加盟) 	
2013年	セカンドハーベスト・ジャパンアライアンス設立	
2017年	日本フードバンク連盟に名称変更	





宅配を利用した食品パッケージの提供例



炊き出し



セントラルキッチンでの調理



キッズカフェ

炊き出しは、週に1度、上野公園で行います。約80名のボランティアの協力により、約400人へ配食しています。

ハーベスト・ジャパンにはセントラルキッチンがあり、寄付された食品を調理しお弁当にして、一人親家庭の子どもたちや学習支援事業団体に食育の視点も入れながら提供するという取組も行っています。また「キッズカフェ」という子ども食堂の運営も行っています。

6 セカンドハーベスト・ジャパンが目指す社会

私たちが目指す社会は、フードセーフティネットが構築された社会、すべての人が明日の食事について心配することなく、いつでも必要なときに栄養のある食べ物を得ることができる社会です。

今は、社会不安が非常に高まっている時代です。そんな中で経済的に困窮し「食べられない」状況が起こったときに、少なくとも食べることはみんながアクセスできるような社会環境をつくりたいと考えています。食べられないのはあなたの責任、働けな

いから食べられないのは当然、ではなく、働いていなくても、働けない状況になっても、少なくとも食べられる、そんな社会環境づくりのためにフードセーフティネットが必要であると考えています。

東京の場合、少なくとも10万人の受け皿が必要になります。これは貧困線以下の人口の、仮に5%の人が食の支援を必要としていると考えた場合の数字で、過小評価になっていると思います。

このような背景で私たちは、各地域に無償で食品が受け取れる拠点をつくる「2020：10万人プロジェクト」を立ち上げました。セカンドハーベスト・ジャパンが企業や行政、NPO、宗教団体などと協働してフードセーフティネットとなる食品の受け渡し場所（ピックアップ拠点）を築き、2020年の1年間だけで東京都内の10万人に対し生活を支えるのに十分な食べ物を渡すことを目標としています。イメージとしては「食の交番」です。普段は利用しなくても、何かあったときはあそこに行けばいいと安心できるような場所を目指しています。現在は、都内に18か所、埼玉県に3か所あります。

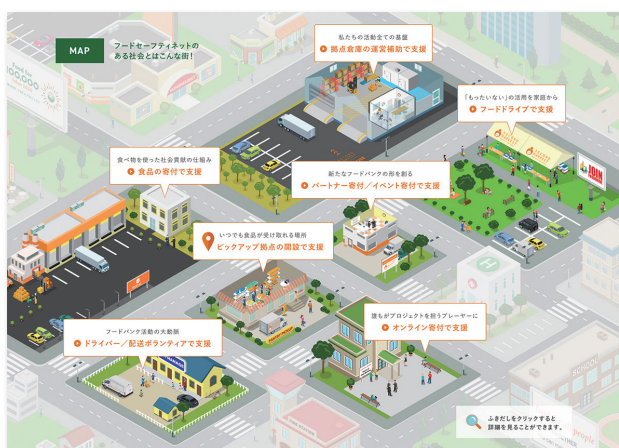


地域のいろいろなステークホルダーが関わってフードパントリーをつくり、余剰食品を寄付して福祉分野につなげていけたらと思っています。環境面では食品ロス削減、温室効果ガスの発生抑制になり、福祉分野では貧困という社会病理を悪化させないようにすることが可能になると考えられます。間接的ではありますが、日本の社会保障費の支出削減にもつながるのではないかと思います。みんなが食べていける社会であれば、社会不安も少しは減るでしょうし、高齢者や貧困層の子どもたちによる万引きなどの社会問題も防げるのではないかと思います。

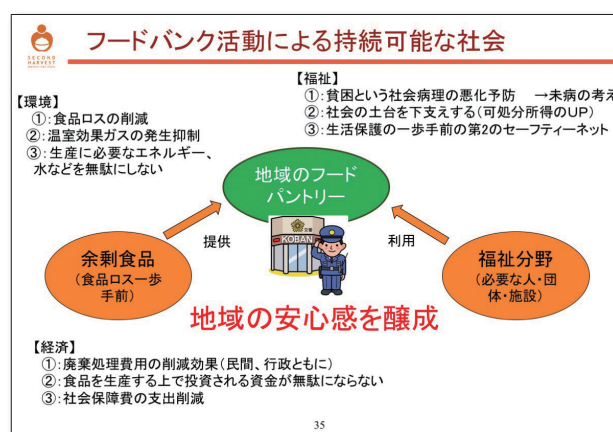
私たちが行っているのは食の分野での取組ですが、今後は地域でもこのような仕組みができていけばと考えています。



セカンドハーベスト・ジャパン HP より



セカンドハーベスト・ジャパン HP より



35



パネルディスカッション

持続可能な社会をつくる消費者教育

コーディネーター

● 萩原なつ子氏

(立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科 教授)

パネリスト

● 古谷由紀子氏

(サステナビリティ消費者会議 代表)

● 池田満之氏

(岡山市京山地区 ESD 推進協議会 会長)

● 芝田雄司氏

(セカンドハーベスト・ジャパン パントリーマネージャー)



情報を持つ、正しく理解する

萩原 ミニ講演そして事例報告をしていただいた3人の方から、持続可能な社会をつくるために消費者一人一人に何ができるか、また個人だけではなく地域・社会全体で変革に取り組まなければいけないというお話がありました。古谷さんからは全般的なお話を、池田さんからは地域の取組について岡山の事例を、芝田さんからは食についての具体的な取組をお話いただきました。

さて、みなさんのお話にはいくつかのキーワードが出てきました。消費者市民社会では、消費者は受け手ではなく、自ら社会を変えていく主体であり、そのために重要なのが「情報」でした。情報、知識をどのように「見える化」させていくか、また、個人の問



萩原なつ子氏

題からどのように地域社会の問題にしていけるか、生産者をどのように変えていくのか、さまざまな関わりがみなさんのお話から見えてきました。そこで、古谷さんのお話にありました「情報を持つ消費者」「知識のある消費者」を切り口に考えていきたいと思います。みなさん、もう少しその部分についてお話しいただけますか。

古谷 情報を持つ、知識を持つということは、自分のためだけでなく、周りに広めていくときや連携するときの核にする必要があると思っています。持続可能な社会づくりは誰かがやってくれるのではなく、自らが当事者としてやっていく当事者性が求められますが、そのとき情報が一つの核になっていくのかなと思います。

池田 私も当事者性は重要だと思います。しかも当事者意識を持つだけでなく、自分たちがこの社会で何をどこまでやるべきなのかを意識して行動していくためには、正しい情報を持っていないと目標も見えてこないように思います。最近「フェイクニュース」が話題ですね。昔はニュースの媒体は新聞・テレビなどに限られ、情報の裏付けがされるなど、ある程度信憑性の高い情報が出ていました。今はインターネットに怪しい情報があふれていて、しかも怪しい情報のほうが刺激的で面白いため、あっという間に拡散してしまう、それでは世の中が良い方向にはいかない



と思います。正しい情報かどうかを見極める力をつけるためにも、どのような情報をどうやって得るか、それをどう消化するかが問われていると思います。

情報を行動変容につなげる

萩原 情報を判断する力、見極める目、そして正しい情報が重要ですね。芝田さんの発表ではいろいろな数字が出てきましたが、情報を見せることで相手が変わる、ということはあるのでしょうか？

芝田 あると思います。私の発表では大きい数字ばかりでしたが、食品ロスの現状を「一人一人が毎日おにぎり1個を捨てているような状況」と言い換えると、身近に捉えられる人がもっと増えるかもしれません。

私は食品ロスを防ぐために「消費期限」「賞味期限」の言葉の意味を正しく理解し行動することが必要だと思います。日本人は消費期限・賞味期限を神格化していて、1日でも過ぎたら捨ててしまう人も多いようです。それでも年配の人は目で見て匂いを嗅いで判断できますが、学生さんなどは消費期限・賞味期限だけが頼りで、そもそも食品が腐っている状態の色や匂いがわからなかったりします。情報をしっかり理解し、行動変容にどのようにつなげていくかが重要かなと思います。

萩原 「情報を行動変容につなげる」、非常に重要な言葉ではないかと思います。池田さんはいかがでしょう。

池田 いい話を聞いて感銘しても翌日には忘れてしまう、そんな経験は誰にでもあるかと思います。一人で頑張るのには限界がありますから、家族や地域、いろいろな人たちと一緒に刺激し合うことで行動は習



古谷由紀子氏

慣化していくのだろうと思います。チェックシートでも、一時的な行動変容は可能ですが習慣化するのは大変で、身に付くまで続けるというのは自分だけでやろうとしても限界があるのです。周りの人たちと刺激し合うこと、連携していくことがとても大事だと思います。

古谷 賞味期限と消費期限の意味を正確に知らない消費者が多いということですが、ではどうするかというと、消費者教育の中で教えていくことの他に、商品自体に意味が分かるよう表示するという方法もあります。そのように表示されているものもありますが、ほとんどは書かれていません。一般消費者が分からないのであれば、分かりやすく書いてもらうようにする、それが企業の行動変容も促すし、消費者の行動変容も促すことにつながるのかなと思います。また、家庭や給食の場で具体的な話をするのも行動変容につながっていくのではないかと思います。

萩原 ラベルは読めても、理解できていなければラベラーにはなっていないといわれます。意味をしっかりと噛み砕いて伝えていくことも重要だと思います。

「連携・協働」広げるコツは？

萩原 連携・協働はSDGsの17番目にも掲げられている重要な目標ですが、京山地区ではそれがうまくできる仕組みが作られていました。おそらく大変なご苦労があったのではないかなと思うのですが、これを全国に広げていくためのヒントがあれば教えてください。

池田 私たちの場合はESDが良いきっかけになり



池田満之氏



ました。地域の中には学校を核としたつながりと、町内会などのコミュニティを核としたつながりがあると思います。岡山の場合は両者の間に社会教育の仕組みが入って三者になります。三者にはそれぞれ困っていること、課題があると思いますので、そこに手を差し伸べる形で連携を提案すると、うまくいくことが多いと感じています。京山地区の仕組みは、公民館が困っていることと、学校が困っていることをつなげてできあがってきました。初めから「連携しませんか」と押しつけると、「これ以上仕事を増やさないで」と迷惑がられる可能性もあります。でも、自分たちの困りごとの解決につながることであれば、乗れるわけです。「助けてほしい」という声に応じるように呼びかけていくことが成功のカギではないかと思っています。

そのためにも、情報を把握して、どこが何に困っているか、それを社会の問題とどのようにつなげていけばみんなにとって良い結果になるのかを考えることが大切だと思います。現実ではやはり自分たちのニーズが第一だと思います。それなくして社会的な問題を解決しようとしても、なかなか人は動いてくれません。それぞれのニーズが社会の問題解決にもつながるような方法、持って行き方次第ではないかと思っています。

芝田 キーパーソンになる方の課題を見極める力が大事なのと、あとは「やる気」ですね。モチベーションのある人が地域で育っているといいと思いました。

古谷 人はそれぞれ得意分野が違うので、得意な人の手を借りながらやるのが連携としては理想かなと思っています。例えば、私はプラスチックの専門家ではありませんが、プラスチックの海洋汚染問題に消費者として何ができるかを考える場合、ただ「プラスチックを使うのをやめよう」と言われても共感で



きないので、まず「何が問題なのか」を勉強する学習会から始めることになると思います。学習会には環境省や、プラスチックを扱う NPO などの専門家を呼ぼうかということになります。次に消費者の行動として何をしようかという話になっていきます。

気が付いた人が誰かを呼んでくるということをしていかないと連携は始まらないのではないのでしょうか。連携がうまくいかないのは、みんなが遠慮して、誰かが「こうしなさい」と言ってくれるのを待っている場合ではないかと。そうではなく、できることから呼びかける、というのが連携のスタートだと私は思います。

萩原 やはり大切なのは、「学び」ですね。古谷さんの講演では生産者も変えていくことが必要というお話がありましたが、例えばプラスチックの海洋汚染問題で大手企業がプラスチックストローを使わない方向に動き始めている背景には消費者の力があつたと思います。生産者を変えていくための学びについて、ESD の観点からはどうでしょうか。

池田 「ロハス」と「グリーンコンシューマー」は似たような意味を持つ言葉ですが、企業が掲げる「ロハス」はあくまで商品売ることを前提としています。一方「グリーンコンシューマー」は消費者が主体となって製品を選び、結果、買わないという選択もあり得ます。こうしたテーマで学生がディスカッションをすると、消費者は何をすべきか、企業に何を求めるべきなのかが見えてきたりします。「環境への配慮」を同じように掲げている企業でも、調べてみるとその内容には違いがあることも分かります。このようなことに気づくためにも学びは大切だと思います。私も学生たちから学んでいます。



芝田雄司氏



萩原 若い世代は持続可能な社会づくりの担い手であるわけですが、芝田さんのところでは若い方々が中心になっているとかがっています。

芝田 セカンドハーベスト・ジャパンではさまざまな世代の人に関わってもらっています。下は小学生から、上は70代まで、登録ボランティア数も6,000人を超えています。日本人には「もったいない」の精神がどの世代にも根付いていて、ボランティアで関わってくれる人たちは「もったいないをどうにかしたい」と思ってくれる方々です。私たちの活動は、キッチンで料理をする、パントリーでお手伝いをするという自分の行動によって「食品ロスを防ぐことができた」という効果が目の前で分かることが大きいと思います。そして、食品ロスを防ぐだけでなく、必要とされる人の手に渡り、笑顔で「ありがとう」と言われる、そんな体験が「続けていきたい」と思える人の増加につながっているのだと思います。

こうした活動が中学校や高校の自由研究や課外活動などに取り上げられ、学校との連携もできるようになりました。

共感を、協働に

萩原 実感できることの大切さが分かったように思います。先ほど池田さんから「共感を協働に変える」というお話がありましたね。

池田 京山地区で集まるみなさんは、「持続可能な社会をつくる」という考え方は同じでも、捉え方や目標はそれぞれ違います。それでも一緒にやっていけるのは、お互い共感できるかどうかだと思います。共感できれば一緒にやっという意欲につながります。「いいことだから」という理解よりも、共感によって初めて協働が可能になるのではないかと。共感のない活動は、義務的になったり、やらされている感じがしたりするものです。共感できることで主体性を持って協働する流れができていくのだと思います。実際の活動でも、共感があったものは続き、上から降りてきたようなものは長続きしないと感じています。

萩原 持続可能な社会のためには、いろいろなものがまさに「持続」していかなければなりません。そのための連携だと思いますが、連携・協働を持続さ



せるためのポイントという？

古谷 日々努力する中で、なかなか難しいと実感しているところです。個人的には、自分にできることから協働を頑張る、でしょうか。人によって考え方が違いますから、自分にとって大事なことが他の人にも大事とは限らないので、押しつけないとうまいかなと思います。それぞれが自分が大事だと思うことを広げていくことで、たくさんの「点」が発生し、それがつながっていくのかなと思います。例えば、「動物福祉」は若者が共感しやすいテーマですが、高齢者は意外と共感せず、「省エネ」などに共感する傾向があります。どちらが良いということではなく、自分にできることを中心に広げながらやっていくことが大切だと思います。

萩原 消費者教育の範囲はとても広いですね。あらゆるものを包括する教育なので、人それぞれ入り方は違うかもしれません。でも、こういう社会をつくっていききたいという目標は共通しているはずですよ。お互いが多様性を認めながら目標に向かって一緒にやっていくこと、自分にできることをやっていくことが大切なのですね。「できることから」ということでは、松本市発祥の「3010運動」なんかもそうですね。

芝田 はい。今、食品ロスをなくすための取組として「3010運動」が全国に広がりつつあります。食品ロスが発生しやすいのは大勢が集まる宴席や会合なのですが、「3010運動」とは、宴会開始後の30分は自分の席で料理を楽しみ、終了の10分前には自席に戻って残った料理を食べるのに集中することで食べ残しをなくしていこうという取組です。こういった活動は無理なくできるものだと思いますし、食べ物を粗末にしない心が私たち日本人の中にあるのでマッ



ちしているのかなと思っています。

生産プロセスの情報開示を

萩原 自分たちにできることを続けていくことが持続可能な社会につながっていくことだと思います。次に、消費者だけでなく、生産者を変えていく、共にやっていくために必要なことについておうかがいします。

芝田 よく食品ロスの発生する原因として、食と農との乖離がいわれます。生産現場を消費者がまったく分かっていないので、パックになって売られている食品があたりまえになり、食べきれない分を捨てることにも抵抗がなくなってしまいます。消費者は、その食品が売り場に並ぶまでにどのようなプロセスがあるのか、どんな人が関わり、資源がどれくらい使われているのかなどを知ること、そして生産者は消費者とコミュニケーションをしていく仕組みづくりが必要ではないかと考えています。今、スーパーでも農家の顔が見えるようなラベルやポップなどで工夫していますが、さらに広がるようになればと思っています。

萩原 古谷さんは講演で、一つの商品がどのようなプロセスを経て作られ、使われ、廃棄されていくのかという LCA（ライフサイクルアセスメント）のお話をされました。

古谷 企業も持続可能な開発に取り組んでいますが、その取組の情報は、「環境」「研究開発」などの分野別に単独の取組を紹介するにとどまり、製品のライフサイクルを通して開示されることはあまりありません。生産プロセスの各過程でさまざまな課題があるわけですから、それを示していただけるようお願いするようにしています。芝田さんがおっしゃったように、今の消費者はプロセスが分からない、ですからプロセスの開示は消費者教育にもなります。食と農がつながっていないという状況の中で、しかし企業の方はよく分かっているのです。知らなくて困っている消費者もたくさんいます。情報を見せることで企業が貢献できることもあるし、消費者の理解にもつながります。消費者は過程を見せてほしいと企業に求め、企業は消費者に見せるよう努力する、双方が動くことが必要ではないかと思っています。

萩原 「見える化」と「見せる化」ですね。

池田 企業からすると、それをやるのが良い方向に向かうかどうか分かれ目になります。例えば今、レジ袋を有料にしている店としていない店がありますが、しない理由は、有料にするとお客が離れてしまうのではという恐怖感だと思います。それを克服するためには企業と消費者の信頼関係と、業界全体の動きも必要なのだろうと思います。経済団体は SDGs にとっても敏感ですが、それが企業の「やらなければいけない」という意識づけになっているのではないのでしょうか。岡山でも経済団体や企業が熱心に勉強しています。必要性があればみんなやるんです。消費者は SDGs の視点から「こういうことをやらないとだめですよ」と企業に言っていく、SDGs をうまく使って消費者の声を伝えていくことは企業を動かすのに効果があると考えています。

「ねばならない」ではなく

萩原 最後に、お一人ずつメッセージをお願いします。

古谷 消費者が本気になって行動すれば、かなり大きな影響力を及ぼすことが可能です。消費者が企業を変え、社会を変えていく、それを支援していくことがもちろん必要なのですが、一人一人が「私は社会を変えていく当事者なんだ」という意識を持つことが重要だと思っています。

池田 私たちは「1 人の 100 歩より 100 人の 1 歩」と言っているのですが、消費者教育では、みんなで頑張るという流れをつくるのが大事だと思っています。あるとき二十歳前の女性たちに「どんな街なら



住み続けたいか」というアンケートを行ったのですが、3つのキーワードがあることが分かりました。「笑顔」、「挨拶」、「世代を超えた交流」です。笑顔のある街、挨拶が交わされる街、世代を超えた交流のある街ならば住み続けたいと。この3つは消費者教育を進めるうえでも基本になるのではないかと思います。そこに住みたいと思えるような街づくりの中に消費者教育も位置づけられればいいのかなと思っています。

芝田 「これをやらなくちゃいけない」となるとしんどくなるので、楽しいと感じられる、幸せを感じられることを持続していくのが一番なのかなと思います。私は賞味期限の切れた食品でも「大丈夫」と判断できれば食べるので、妻に「もったいないおばけ」と言われていますが、人それぞれに楽しいこと、幸せを感じることがあると思います。それが社会的にも良いこ

とであればやり続けられるし、塵も積もれば山となって地域を変えていけるのではないかと思います。最後に、ぜひみなさんにも「フードパントリー」についてもっと知っていただけたらと思います。

萩原 私が約30年前に「環境女性学」を立ち上げて、イギリスの「環境と女性ネットワーク」を訪ねたとき、代表の方が「小さな政策決定が世界を変える」とおっしゃっていて、それをとても大事だと思いました。

本日のパネルディスカッションでは、「ねばならない」ではなく「自分にできることをやる」、「楽しくやっていく」ことが大切というお話がありました。それが結果として地域・社会全体に広がり、変革につながっていくのだろうと改めて感じました。みなさんもぜひ、「小さな政策決定」を進めていただければと思います。ありがとうございました。

