

地球環境の危機的状況に対して私たち消費者は

指導者 大島 悟

1 はじめに

先頃パリで開かれた気候変動に関する政府間パネル（IPCC）の第四次報告書では、地球環境問題の現状が待たなしのところまで来ていること、今すぐ行動を起こしていかなければ取り返しがつかなくなることが述べられ、改めて地球温暖化問題の深刻さを思い知らされた。中学校社会科では、地球環境問題について、地理的分野の「資源・産業からみた日本の地域的特色」や公民的分野の「経済活動とわたしたちの生活」のところでも取り上げているが、この実践は中学校社会科の最終単元である公民的分野「地球市民をめざして」で行ったものである。現代社会の最も切実な課題の一つとして、義務教育の最終段階に、京都議定書などの世界的な取り組みなどと共に、今一度自分たちの消費生活を見つめ直していくことは、大きな意義があると考えられる。

2 学習のねらい

地球環境の危機的状況について切実感を持ち、身近な消費活動を例に環境に配慮した消費活動や企業の活動のあり方を考え、これからの自分の消費活動を見直す。

3 指導にあたって

①単元指導計画

時	テーマ	主な学習活動	教師の支援
1	地球環境の現状は今？	○さまざまな資料をもとに、地球環境の現状について考える。	○地球環境の現状に切実感を持てるように、具体的な資料を示す。
1 (本時)	自分たちの消費生活を見直そう	○環境に配慮した消費生活ができているか振り返ろう。 ○スーパーで古い牛乳を買うか、新しい牛乳を買うか考えよう。	○自分たちが行っている消費活動を具体的に直し見直していけるよう、新聞広告「エコ買い」を提示する。
1	地球環境問題に対する世界規模の取り組みについて考えよう。	○京都議定書の取り決めや、それに対する日本の取り組み、各国の考えの違いについて考える。 ○よりよい地球社会を築いていくためにどうすればいいか考える。	○温暖化をストップするための課題について具体的にイメージできるように、イラストの中にセリフを入れる作業を行う。

消費生活を「環境への配慮」という視点から見直していくためには、地球環境問題の現状をしっかりと把握し、このままでは大変なことになるんだという意識をしっかりと持たせることが大切である。第一次では、生物種の絶滅が急激に進んでいることや、「一秒の世界」で地球環境の変化を具体的にイメージできるようにした。その上で、第二次では身近な消費生活から地球環境について考え、最終的に地球全体の視野からこれからの地球市民としての自分をみつめていけるように単元を構成した。

②本時の学習のポイント

私たちは家の冷蔵庫に古い牛乳と新しい牛乳があれば古い牛乳から飲むのが普通である。しかしスーパーで買い物をする際に、古い牛乳と新しい牛乳があれば新しい牛乳を買うことが多い。この消費活動について、事前に生徒や保護者に対してアンケート調査を行ったが、ほとんどは新しい牛乳を買うという結果であった。また、日本新聞協会が行った 2006 年新聞広告クリエイティブコンテストで最優秀賞を受賞した作品（右図）、がこの消費活動をテーマにしたものであり、授業ではこの新聞広告に対する賛成度を考える活動を行った。アンケートや新聞広告、またこの広告に対する反論などを通して、自分たちがあたりまえに行っている消費活動を見直し、環境に配慮した消費生活のあり方について考えていけるよう計画した。



③授業の流れ

教師の働きかけ	生徒の活動	教師の支援
<p>○危機的な状況に対しての科学者たちの緊急アピールをみてみよう。</p> <p>○この状況に対して企業はどんな取り組みをしているだろうか？</p> <p>○地球環境の悪化に対して、私たちはどのようなことを考えていけばいいだろう？</p> <p>○古い牛乳と新しい牛乳について考えてみよう。</p> <p>○「エコ買い」の広告についての賛成度をあらわして、理由を発表しよう。</p> <p>○「エコ買い」の広告に対する反論の投書や友達の意見を聞いてさらに考えよう。</p> <p>○授業を通して考えたことをまとめよう。</p>	<p>○地球環境の危機的な状況について前時で学習したことを想起しながら考える。</p> <p>○地球環境問題に対する企業の取り組みについて考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境に配慮して利潤が少なくなる企業に勤めたいか考える。 ・島根大学の環境に対する取り組みについて考える。 <p>○家でできる温暖化対策について、自分の家庭で行っていることをチェックし、友達と意見交換をする。</p> <p>○スーパーで古い牛乳と新しい牛乳のどちらを買うか考える。</p> <div data-bbox="568 882 1082 1003" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>新聞広告に対する賛成度とその理由をえる。</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> ・新聞広告に対する賛成度とその理由を考え、友達と意見交換する。 ・広告に対する反論や友達の意見を聞いて、自分の考えを見直す。 <p>○地球温暖化に対して、エネルギー消費を減らすことについて、自分の考えをまとめ発表する。</p>	<p>○取り組みが身近に感じられるよう、島根大学も ISO14001 の認証を取得していることを紹介する。</p> <p>○問題への関心を喚起するため、保護者アンケートの結果を示す。</p> <p>○自分の消費活動を別の視点から見ることができるよう、「エコ買い」の資料を提示する。</p>

④まとめ

「エコ買い」の新聞広告には「・・・新しい牛乳から売れていくと、そのぶん古い牛乳は売れ残ってしまいます。日本では毎日約2千万人分の食料が賞味期限切れなどの理由で棄てられています。できるだけ、売り場の手前にある古い牛乳を買いましょう。・・・」という文章が載せられており、広告に対して賛成という生徒がほとんどであった。ただ、この広告に対する投書「消費者は製造日や品質保持期限をみて新しい物を買うのが常識で、古い商品を買った消費者がそれを期限内に消費できなかったら廃棄場所が置き換わるだけになる。」という反論によって、生徒の考えは環境問題が消費者だけの問題ではなく、売る側の企業も含めた問題であることを考えることができたと思われる。次は生徒の授業後の感想の一部である。



○二酸化炭素が増えているのはいろいろ理由があると思うけど、企業の「競争に勝ちたい」という思いも原因になっていると思った。また自分たちにできることはたくさんあり、もっと行動に移していかなければならないと改めて感じた。

○自分の消費生活に対して疑問を持つ。しかし行動に移せない自分がいます。自身を動かすために少し「楽」や「快適」から離れるかもしれないが、政府と国民が我慢して、政治（法など）の面から変えていくべきだと思う。そうすれば動けない人も動けると思う。

今回授業で取り上げた「エコ買い」の広告のように、自分たちがあたりまえに行っている消費活動を別の視点から見直していくことが大切であると改めて感じた。さらに実践を積み重ねたい。