

Let's Enjoy Eシカルライフ

～私たちの選択で未来を変えよう!～

ガイドブック



エシカル消費とは

「エシカル (ethical)」とは「倫理的・道徳的」という意味で、本来人間が持つ良心に基づいた社会的な規範のことを指します。「エシカル消費」は、「地域の活性化や雇用などを含む、人や社会、環境に配慮した消費行動」のことを言います。消費者それぞれが社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら、商品やサービスを選択して消費することです。エシカル消費は社会問題の解決を考えた新しい消費のカたちなのです。私たち一人ひとりが、社会的な課題に気づき、日々の商品やサービスの消費を通して、その課題の解決のために、自分は何ができるかを考えてみるのが、エシカル消費の第一歩となります。

目次

エシカル消費とは	1
教材作成にあたって	2
本教材の活用方法	2
個人向け授業案	3
グループ向け授業案	4
オンライン向け授業案	5
学習のヒント及び発展学習	6
エシカル豆知識 (法令・用語)	7

このCDは、**宝くじ**の社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです。



教材作成にあたって

本教材では、私たち消費者を取り巻く様々な社会問題を考え、私たち一人ひとりの消費を通して未来を変えることができることを体感してもらうことを大きな目的として作成いたしました。

持続可能な社会を実現するために消費者ができること、それがエシカル消費であり、エシカル消費が未来を変える大きなチカラになることについての理解に役立てていただければ幸いです。

日本で暮らす私たちの周りには、モノやサービスが溢れています。しかし、普段意識しない商品の向こう側には、社会や環境に負担を与える生産や廃棄が行われているという実態があることを忘れてはいけません。

私たちの消費が、発展途上国の貧困や児童労働などの人権問題、食品ロスの問題、地球温暖化などの環境問題等に深く関わっていることを理解することが必要です。

本教材は、暮らしの中にある様々な認証マークの学習やワークシートによる発展学習などを通して、社会的な課題に気付き、人や社会、環境、地域に配慮した商品・サービスを消費することが課題の解決に繋がることについての理解を深めます。また、エシカル消費の実践は、「持続可能な開発目標 (SDGs)」の中にある 12 番目の目標である「つくる責任、つかう責任」や、消費者市民社会の実現にも深く関連していることを理解して、“エシカル消費”を暮らしの中に積極的に取り入れていくことを期待しています。

本教材の活用方法

講座用パワーポイント (PPT) は、約 20 分で構成されており、私たちをとりまく様々な社会問題を写真やグラフで紹介し、問題を理解した上で「エシカル消費」に取り組む必要性、具体的な取り組みかたをワークショップで学ぶ構成になっています。また、ナレーションに合わせて授業や講座を進めることができます。

授業案は、ワークショップの実施方法により、「個人向け」、「グループ向け」、「オンライン向け」の 3 種類を用意しています。「個人向け」はエシカルなお店を考える、「グループ向け」はエシカル NEWS の作成、「オンライン向け」は受講者同士のディスカッションと、状況に応じた講座展開が可能です。使用するワークシートは、講座内で使用するだけでなく、事前学習にも使えます。

また、学習のヒント及び発展学習として、楽しみながらエシカル消費への取組みを促す「エシカルビンゴ」と、T シャツを例に衣服の一生を学ぶ「衣服の一生を考えよう」の 2 種類を用意しています。学習の習熟度や講座の時間枠に応じ、本体の講座と組み合わせて効果的に活用いただくことができます。



	学習内容	講師の進め方	用意するもの
1 導入 (2分)	・商品を選択するときの視点を考える	① 買物をするときに、どのような点にこだわるか尋ねる。 (デザイン、値段、品質など) ② 受講者の何人かに答えてもらう。	! 文房具、食料品など、実際の商品を見せながら話すとい。
2 展開 I (8分)	<問題提起> ・私たちがとりまく様々な社会問題とは ・SDGs とエシカル消費とは	① 労働、人権、経済格差、ごみの問題を写真で見る。これらから、大量生産、大量消費、大量廃棄がその一因であることを伝える。写真：ラナプラザ、チリ古着の山、食品ロス、海洋プラスチックごみ ② グラフの傾向を見て、起こっている問題を確認する。 ③ エシカル消費について説明する。 ④ SDGs のアイコンを見せ、概略を説明する。 ⑤ 目標12は、SDGs のそれぞれに関係していることを伝える。 ⑥ 日本の達成状況グラフを示し、取り組むべき課題を伝える。 ⑦ 商品が手元に届くまでの工程をTシャツの例で示し、これら工程中に人権問題、環境問題が起きていることを伝える。	! 着なくなったTシャツを見せながら話すとい。
3 展開 II (8分)	<ワーク> エシカルな商品を探してみよう! ・各部屋の風景 ・商品についているマークの意味 ・マークがなくてもエシカルと言えるもの	<ワーク> ● 使用する場面 (ダイニング、子供部屋、キッチン) を選びクリックする。 ● 使用する場面に合わせたワークシートを用意する。 ① マークを探して、ワークシートに印をつけるよう伝える。 ② マークの意味を考え、ワークシートの線を結ぶよう伝える。 ③ それぞれの認証マークを見ながら答え合わせをする。 ④ マークがなくてもエシカルと言えるものを受講者に尋ねる。講師から、受講者の発表以外の例を示す。	<配布物> 場面に合わせて配布 ・ワークシート: 「ダイニング編」 「子供部屋編」 「キッチン編」 ・必要に応じて「認証マーク一覧」を活用する。
4 展開 III (30分)	<ワーク> ・エシカルショップを開こう!	<ワーク> ① 受講者に消費者の視点だけでなく、販売者の視点で考えることを伝える。(①～③で5分) ② 展開 I で認識した課題を踏まえ、課題解決につながるエシカルな店を開くとしたら、どのような店にしたいか考えることを伝える。 ③ 作業のステップを伝える。 a. 解決したい問題 b. 店の種類 (カフェ、パン屋、花屋など) c. 商品のこだわり d. 店のこだわり e. 開きたい店のイメージのイラストを描く ④ 各自考え、ワークシートに記入してもらう (20分) ⑤ 発表 (5分) a. 時間が許す限り、多くの参加者に発表してもらう。 b. 講師は発表に対してコメントする。	<配布物> ・「ワークシート: エシカルショップ」
5 まとめ (2分)	・エシカル消費とは ・私たちに出来ること	① エシカル消費とは、どのようなことであったかを振り返る。 ② 商品を選ぶときに、エシカルの視点を加えることが選択肢の一つとなることを伝える。 ③ 事業者には「つくる責任」、消費者には「つかう責任」があることを振り返り、私たちが商品やサービスを選ぶことで、未来を変えることが出来ることを伝える。 ④ 「買い物」は投票である。	



	学習内容	講師の進め方	用意するもの
1 導入 2分	・商品を選択するときの視点を考える	① 買物をするときに、どのような点にこだわるか尋ねる。 (デザイン、値段、品質など) ② 受講者の何人かに答えてもらう。	! 文房具、食料品など、実際の商品を見せながら話すとい。
2 展開 I (8分)	<問題提起>PPT ・私たちがとりまく様々な社会課題とは ・SDGs とエシカル消費とは	① 労働、人権、経済格差、ごみの問題を写真で見ると。これらから、大量生産、大量消費、大量廃棄がその一因であることを伝える。写真：ラナプラザ、チリ古着の山、食品ロス、海洋プラスチックごみ ② グラフの傾向を見て、起こっている問題を確認する。 ③ エシカル消費について説明する。 ④ SDGs のアイコンを見せ、概略を説明する。 ⑤ 目標12は、SDGs のそれぞれに関係していることを伝える。 ⑥ 日本の達成状況グラフを示し、取り組むべき課題を伝える。 ⑦ 商品が手元に届くまでの工程をTシャツの例で示し、これら工程中に人権問題、環境問題が起きていることを伝える。	! 着なくなったTシャツを見せながら話すとい。
3 展開 II (8分)	<ワーク> エシカルな商品を探してみよう! ・各部屋の風景 ・商品についているマークの意味 ・マークがなくてもエシカルと言えるもの	<ワーク> ● 使用する場面(ダイニング、子供部屋、キッチン)を選びクリックする。 ● 使用する場面に合わせたワークシートを用意する。 ① マークを探して、ワークシートに印をつけるよう伝える。 ② マークの意味を考え、ワークシートの線を結ぶよう伝える。 ③ それぞれの認証マークを見ながら答え合わせをする。 ④ マークがなくてもエシカルと言えるものを受講者に尋ねる。講師から、受講者の発表以外の例を示す。	<配布物> 場面に合わせて配布 ・ワークシート: 「ダイニング編」 「子供部屋編」 「キッチン編」 ・必要に応じて「認証マーク一覧」を活用する。
4 展開 III (30分)	<ワーク> 「エシカル NEWS」を作ろう!	<ワーク> ・グループに別れて、「エシカル NEWS」の作成を行うよう伝える。 ・タブレットやスマートホンなどを使って調べて作成するよう伝える。 ・学校の場合は、事前に調べ学習の課題としておくとよい。 ・講師は、グループ毎、または全体に対してテーマを設定する。(労働・人権問題、食品ロス等ごみ問題、地球温暖化など) ・例を提示しながら、記事内容を話し合っ決めて決めるよう指示する。 ① 記事の内容決め (7分) a. 1 番伝えたいこと b. 2 番目に伝えたいこと c. 身近な情報 ② 記事の作成 (15分) ③ 発表 (8分) a. タイトル、記事の概要を発表してもらう。 b. 講師は、発表に対してコメントする。	<配布物> ・「ワークシート: エシカル NEWS」 <参考> ・「ワークシート: エシカル NEWS (例)」 <注>記事を書く時間が足りない場合は、タブレット等を見ながら発表するように伝える。
5 まとめ (2分)	・エシカル消費とは ・私たちに出来ること	① エシカル消費とは、どのようなことであったかを振り返る。 ② 商品を選ぶときに、エシカルの視点を加えることが選択肢の一つとなることを伝える。 ③ 事業者には「つくる責任」、消費者には「つかう責任」があることを振り返り、私たちが商品やサービスを選ぶことで、未来を変えることが出来ることを伝える。 ④ 「買い物」は投票である。	



	学習内容	講師の進め方	用意するもの
1 導入 (2分)	・商品を選択するときの視点を考える	① 買物をするときに、どのような点にこだわるか尋ねる。 (デザイン、値段、品質など) ② 受講者の何人かに答えてもらう。	! 文房具、食料品など、実際の商品を見せながら話すとい。
2 展開 I (8分)	<問題提起>PPT ・私たちがとりまく様々な社会課題とは ・SDGs とエシカル消費とは	① 労働、人権、経済格差、ごみの問題を写真で見る。これらから、大量生産、大量消費、大量廃棄がその一因であることを伝える。写真：ラナプラザ、チリ古着の山、食品ロス、海洋プラスチックごみ ② グラフの傾向を見て、起こっている問題を確認する。 ③ エシカル消費について説明する。 ④ SDGs のアイコンを見せ、概略を説明する。 ⑤ 目標12は、SDGsのそれぞれに関係していることを伝える。 ⑥ 日本の達成状況グラフを示し、取り組むべき課題を伝える。 ⑦ 商品が手元に届くまでの工程をTシャツの例で示し、これら工程中に人権問題、環境問題が起きていることを伝える。	! 着なくなったTシャツを見せながら話すとい。
3 展開 II (8分)	<ワーク> エシカルな商品を探してみよう! ・各部屋の風景 ・商品についているマークの意味 ・マークがなくてもエシカルと言えるもの	<ワーク> ●使用する場面(ダイニング、子供部屋、キッチン)を選びクリックする。 ●使用する場面に合わせたワークシートを用意する。 ① マークを探して、ワークシートに印をつけるよう伝える。 ② マークの意味を考え、ワークシートの線を結ぶよう伝える。 ③ それぞれの認証マークを見ながら答え合わせをする。 ④ マークがなくてもエシカルと言えるものを受講者に尋ねる。講師から、受講者の発表以外の例を示す。	<配布物> 場面に合わせて配布 ・ワークシート: 「ダイニング編」 「子供部屋編」 「キッチン編」 ・必要に応じて「認証マーク一覧」を活用する。
4 展開 III (30分)	<ワーク> ・エシカル消費について話そう!	<ワーク> ・BOR (「!注意」参照)を使って、以下の手順でエシカル消費を行動に移すためのディスカッションを行い、行動につなげるための課題、伝えることの大切さを知る。 ① 自己紹介(名前、参加地域、ここまでの講座を聞いての感想を一言添えるなど)(5分) ② 発表する人を決める。 ③ 講師または、ファシリテーターの合図でディスカッションをスタートする。 !ファシリテーターは、注意事項、時間配分を説明する。(2分) ④ ディスカッション開始(13分) ・テーマ例:エシカル商品を購入するか否か チョコレート、Tシャツ、アクセサリーなどについて、エシカル商品を購入するかどうか、またその理由を話し合う。 ⑤ 全体画面に戻ってディスカッションで出た意見を発表(10分) ・講師は、発表に対してコメントする。	!注意 ・BOR (Break Out Room) のこと ・BORは各ルーム5人程度を想定している。 ・参加者が10人未満の場合はBORなしで行う。 ・各BORに、参加者同士の話が円滑に進むようにファシリテーターを付けるとよい。 <配布物> ・「ワークシート: ディスカッション」
5 まとめ (2分)	・エシカル消費とは ・私たちに出来ること	① エシカル消費とは、どのようなことであったかを振り返る。 ② 商品を選ぶときに、エシカルの視点を加えることが選択肢の一つとなることを伝える。 ③ 事業者には「つくる責任」、消費者には「つかう責任」があることを振り返り、私たちが商品やサービスを選ぶことで、未来を変えることが出来ることを伝える。 ④ 「買い物」は投票である。	

学習のヒント及び発展学習

学習の習熟度合いに応じて、学習のヒントとしたり、一歩進めた発展学習で理解を深めたりすることができます。

① エシカルビンゴ

毎日の生活の中でエシカル消費／行動に1週間取り組んでみましょう。実行したアクションに「○」をつけ、縦、横、斜めの「○」が5つ並んだら「ビンゴ!」です。一人1枚のカードで実行しても、家族で協力して実行するのもよいでしょう。ビンゴをそろえ、生活の中で楽しくエシカル消費／行動を続けて行きましょう。

② 衣服の一生を考えよう

毎日着ている衣服について、消費者の手に届くまでの工程や着なくなった後の工程について考えましょう。ワークシートは、個人学習として使用することもグループ学習として話し合っ取り組むすることもできます。調べ学習を行った上でワークを行うと効果的です。

<ワークの設問ごとのねらい>

設問1：日本で生産されている衣服の量や着なくなった衣服の枚数、廃棄処分される衣服の量を知る。

設問2：「Tシャツが届くまで（絵カード）」を使い、Tシャツを例に衣服が店頭へ並ぶまでの工程を考える。

また、スライドで見た社会問題を思い起こすとともに、長い工程を経てようやく私たちが購入できることを知る。

設問3：衣服を手放す時に選ばれている選択肢をパーセンテージで知る。

設問4：これから自分はどのような行動を選択できるか考える。

調べ学習サイト例：

環境省 サステナブルファッション：

https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/



Tシャツが届くまで

エシカル豆知識＜法令＞

【環境基本法】

地球規模の環境問題に対応することを目的に 1993 年に制定された法律で、環境への負荷の少ない持続的発展が可能な社会の構築に向け、国、地方公共団体、事業者、国民の責務などを定めています。

【国連気候変動枠組条約】

地球温暖化防止のため温室効果ガス濃度を安定化させることを目的とした国際的な枠組み条約です。2015 年第 21 回締約国会議（COP21）では、産業革命前からの気温上昇を 1.5℃に抑える努力目標を含むパリ協定が採択され、日本政府は 2050 年カーボンニュートラルの達成を宣言しました（2020 年）。

【循環型社会形成推進基本法】

循環型社会の実現を目指し 2000 年に制定された法律で、廃棄物の発生そのものを抑制し、循環資源はできる限り 3R に則った形で循環できる状況を作り、適切な処理方法の確立で環境負荷を「できる限りゼロ」に近づけられる社会を目指すための基本法です。

【省エネ法（エネルギーの使用の合理化等に関する法律）】

オイルショックを契機にエネルギーを効率的に利用していくことを目的に 1979 年に制定された法律です。私たち消費者に関係するところでは、この法律に基づき、家電製品や住宅に関する省エネ基準が定められ、購入する際の参考となっています。

【食品リサイクル法（食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律）】

食品廃棄物等の排出を抑えて資源を再生利用するために 2000 年に制定された法律で、食品関連事業者が売れ残った食品や食べ残し、製造過程で出る食品廃棄物の削減、または畜産農業で使用する飼料や肥料への再生利用を推進する内容となっています。

【プラスチック新法（プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律）】

プラスチックの資源循環を進めることを目的に 2022 年に制定された法律で、プラスチック使用製品の設計・製造から、販売・提供、排出・回収・リサイクルまでの各段階において必要な措置を定めています。

エシカル豆知識＜用語＞

【産業革命】

手工業から機械設備による大工場へと発展し、道具から機械へ労働手段が変わったことで生じた社会の大きな変化のことを言います。様々な技術革新によって、生産性が飛躍的に向上する一方で、都市の大気汚染などの社会問題も引き起こしています。

【消費者市民社会】

消費者が個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代に渡って内外の経済社会情勢及び地球環境に及ぼし得るものであることを自覚して、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を言います（「消費者教育推進法」による）。

【有機・オーガニック】

有機とは、もともとは生物の組織（オーガン）だけが作り出せる物質という分類で使われた言葉です。

この教材では、農薬や科学肥料などに頼らずに土づくりをした田畑で農作物を生産する有機農業、有機栽培などを指す言葉として使用されています。

【ラナプラザ事故】

2013 年にバングラデシュの商業ビル「ラナプラザ」が突如崩落し、多数の犠牲者を生んだ痛ましい事故のことを言います。ビルには多数の縫製工場が入っており、劣悪な労働環境が明るみになりました。

【GDP】

国内総生産のことで一定期間内に国内で新たに生み出されたモノやサービスの付加価値のことを言います。国の経済力の指標としてよく用いられ、日本はアメリカ、中国に次ぐ世界第三位の経済規模となっています（GDPcurrent prices/IMF2022）。

監 修：あんびる えつこ（生活経済ジャーナリスト）

制作・著作：公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 東日本支部

（執筆：遠藤友美子、田原房枝、本多洋治、榊田朋子 ナレーション：安部泉 協力：池見浩、樽谷俊彦、早野木の美）

デザイン：エムズデザイン

発行年月：2023 年 3 月