

大学教職員向けエシカル消費アクションプランの作成

三宅 元子¹⁾ 飯尾 健²⁾

1) 名古屋女子大学 家政学部 2) 徳島大学 高等教育研究センター

1. エシカル消費とは何か

2015 年 9 月の国連サミットにおける「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals: SDGs）の策定以降、その実現に向けた方策の 1 つである「エシカル消費」の重要性が高まってきている。「エシカル消費」とは、「人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動」（消費者庁, 2021）のことである。エシカル消費の例としては、プラスチックゴミの削減につながるマイバッグの持参、生産者との公正な取引を行っているフェアトレード商品の購入、地域の活性化や輸送に伴うエネルギー消費および二酸化炭素排出量の削減につながる地産地消の取り組み、さらには環境保護に関する各基準を満たし認証を受けた商品の購入等が挙げられる。このような消費は SDGs の 17 の目標のうち、とくに「つくる責任つかう責任」に関連している。

また、消費行動は生産活動・経済活動に対する「投票」という側面も有する。すなわち、消費者がどのような製品を購入するか、消費行動を行うかは製品を供給する企業や社会にも大きな影響を及ぼしうる。例えば、消費者がより環境に配慮した製品を購入するようになれば、企業はより環境に配慮した製品を開発し市場に供給することが期待できる。したがって、エシカル消費を進めることは単に消費者側だけでなく、企業ひいては社会全体の環境や経済を変えていく取り組みと言える。

2. 大学におけるエシカル消費の重要性

大学は研究や教育を通じて大量の物品等を消費・廃棄している。例えば徳島大学では、2023 年度に一般廃棄物と産業廃棄物をあわせて 1214 トンが排出されている（徳島大学, 2024）。一方で、

徳島県内の大規模事業所の一つである大塚製薬工場の鳴門サイトでは 2023 年度の廃棄物量は 1169 トン、同じく松茂サイトは 1391 トンとなっている（大塚製薬工場, n.d.）。このように、大学はその地域の中でも大規模な消費が行われており、地域の消費や経済活動、環境に大きな影響を与えうる「事業所」とであると言える。したがって、大学の構成員それぞれがエシカル消費を心がけることで、それらの行動が「投票」となり、経済や消費全体へ影響をおよぼすことが期待できる。

しかしながら、消費者の間ではエシカル消費について関心はあるものの実践にはつながっていないという現状がある。消費者庁（2023）によれば、エシカル消費の説明を受けたうえで関心を持ったと回答した消費者は 46.4%いたものの、実践していると回答した消費者は 27.4%と約半数にとどまった。

以上の状況をふまえると、まずは大学におけるエシカル消費を進めるためには、大学の構成員それぞれが「自分ごと」として理解すること、さらに個人単位でできることを考え、実践していくことが重要である。

3. 本ワークショップの目的

以上から、今回は大学の教職員を対象として、自身の職場において、まず個人ができる「エシカル消費」は何かを考えることを目的としたワークショップを実施する。具体的には、本ワークショップでは、参加者が各自の消費傾向の実態を把握すること、持続可能な社会に資する「エシカル消費」の取り組みを知ること、それをもとにこれからの各自の消費行動を考える活動を実施する。これにより、エシカル消費を「自分ごと」として捉え、これから職場でそれぞれの実践につなげてい

くことを目指す。

4. 本ワークショップの概要

本ワークショップは以下の図1に示すように、講義パートとグループワークのパートを交互に実施する形で進める。

まず講義①では、エシカル消費とは何か、どのような消費があるか、さらに大学において教職員がエシカル消費を行う意義は何かについて講義を行う。続いてワーク②で、これらの講義内容を踏まえ参加者のこれまでの消費行動について振り返りを行う。このワークを通じて、参加者はそれぞれの職場においてどこでエシカル消費を行う余地があるかを確認する。

その後、実際にどのような消費が可能かについて考え、計画する段階に移る。まずは講義②として、大学の職場で各個人ができる消費の例をいくつか紹介する。これらを参考に、参加者が職場でどのようなエシカル消費を実践するかについてアクションプランを作成し、参加者間で共有する。

以上のワークショップを通じて、エシカル消費を「自分ごと」として理解を深め、参加者各自の

今後の実践につなげることを目指す。これからの持続可能な社会に関心をもつ多くの教職員の参加を期待したい。

参考文献

大塚製薬工場（n.d.）『各拠点の取り組み』（https://www.otsukakj.jp/csr/global_environment/effort/ 2024年11月1日参照）。

消費者庁（2021）『消費者基本計画（閣議決定）』（https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf 2024年11月1日参照）。

消費者庁（2023）『令和5年度第3回消費生活意識調査』（https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003/assets/consumer_research_cms201_231109_02.pdf 2024年11月1日参照）。

徳島大学（2024）『国立大学法人徳島大学環境報告書2024』（https://www.tokushima-u.ac.jp/fs/4/6/0/6/8/9/_/2024_kankyohokokusy_o.pdf 2024年11月1日参照）。

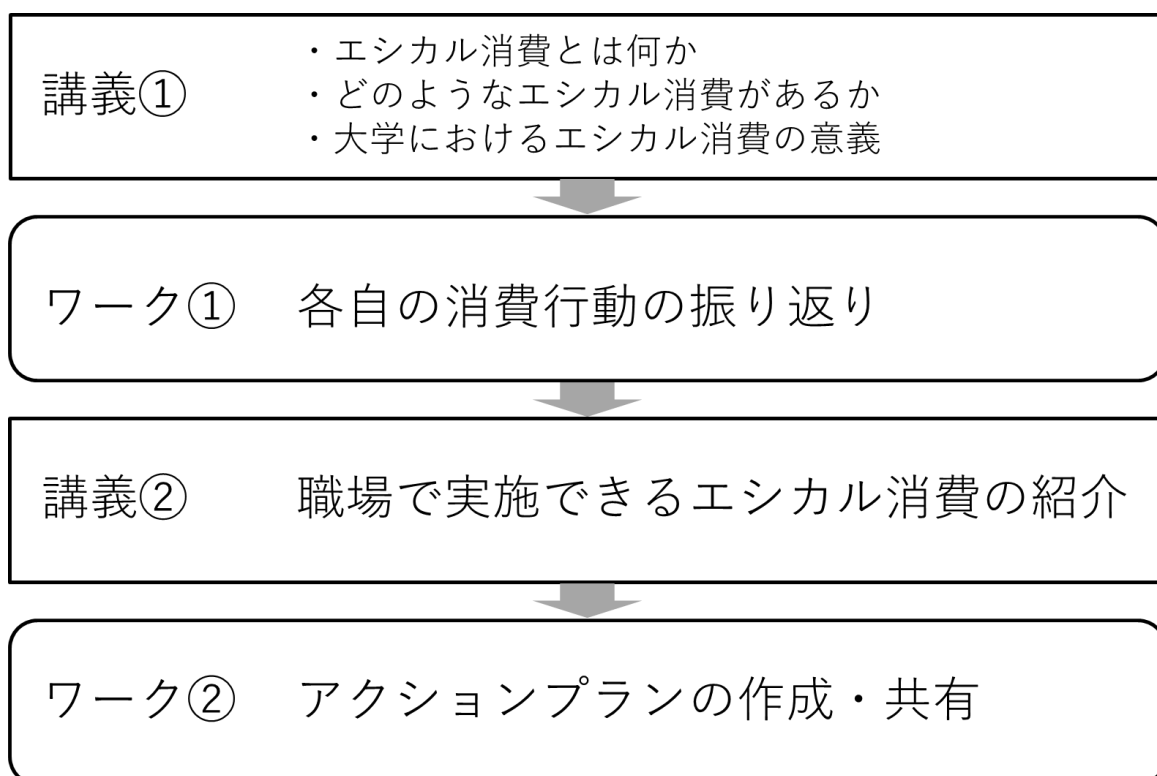


図1 本ワークショップの流れ（変更の場合あり）