

社 会 科

グローバル環境問題の解決に向けた授業開発と実践研究

—第6学年「世界の中の日本」を事例として—

伊 藤 公 一

1 研究の概要

(1) 研究の目的と方法

本研究では、グローバル化する社会に対応できる能力育成のために、「環境」といった観点からグローバル化する社会を構造的にとらえながら授業の開発・実践を行うことを目的とする。これまで環境問題に関しては、人々が生活していくための自然環境や社会環境が守られるよう、国内の開発によって起こる様々な問題に対し開発規制を行ったり、法令を整備したりする対応がなされてきた。しかし近年、日本国内における対応では解決できない多様な環境問題が次々と起こっている。

魚住(2001)はグローバル社会に対応していくために、「解決に向け、様々な価値判断・選択を我々に迫ることは疑いない。また、そこでは、様々な挑戦的な課題にたじろぐことなく、脱国家・地球的視野から問題を考え、『グローバル・パートナーシップ』の精神を持って活動に参画していく『地球市民』としての能力・資質が求められる。」¹⁾と述べる。ここで、環境問題について考察すると、環境問題および資源や自然等に対する考え方は、世界各国で異なり、そのような状況下において魚住の述べる「地球市民」として、脱国家的・地球的視野から問題を考え、連帯と負担の分かち合いを核としたグローバル・パートナーシップの精神を持って活動に参画していく「地球市民」を育成することが重要である。そのために、グローバルな視点から環境問題の根本について考えることが必要となる。このことについて、阿部(2009)は、現代の地球環境問題の根本には、「関係価値の軽視があり、人と自然との関係を再度創造していく

ことが必要である。」²⁾と述べる。本研究では、「関係価値」を重視した「グローバル社会学習」の授業開発を行い、子どもの環境意識の変容について記述をもとに検証する。

(2) 本研究に関わる先行研究

さて、人間と自然との「関係性」から生じる「関係価値」を意識しながら環境問題へとつなげていくことのできる授業を構想していくために、たとえば「フェアトレード」³⁾を取り上げることができのではないかと考える。

多くの場合「交換価値」にもとづく消費社会の中で生活している私たちは、価格の安いものを買おうとする。しかし、それらがなぜ安く買えるのかということまで考えることは少なく、安い価格の裏には生産をしている途上国での低賃金での労働や児童労働など、数多くの社会問題が存在している。「フェアトレード」において、価格の安さ、機能性等から商品を選んでいる現状を踏まえながら、消費者である私たちが生産者のことまで考えて(想像して)「フェアトレード」の商品を選ぶことが、「関係価値」から地球環境問題を考えていくための一つの方法となるのではないかと考える。

そこで、社会科において「フェアトレード」に関する主な先行研究としては次のものがある。

①水山光春「政治的リテラシーを育成する社会科—フェアトレードを事例とした環境シティズンシップの学習を通して—」日本社会科教育学会『社会科教育研究』No.106, 2009, pp.1-13

水山(2009)は、「フェアトレード」の意義を認

めた上で、公正な社会の実現という共通点を前提に、システム改良の視点から現在の「フェアトレード」を批判的に検討し、「フェアトレード」の認証制度について検証している。つまり、フェアトレードの認証制が抱える課題として、企業の社会的責任や商業パフォーマンスとしての認証なのか、途上国のカカオやコーヒーの生産農家の貧窮化防止のための認証なのか、認証機関が客観性を保持するために何が必要なのかについて、授業モデルを構想している。ここでは、中学校公民分野(3)「現代の民主主義政治とこれからの社会」、高等学校現代社会(2)「国際社会の動向と日本の果たすべき役割」での実施が前提とされている。

②藤原孝章「社会科における認識の総合性と社会参加—持続可能な社会の形成と開発単元『フェアトレードと私たちの暮らし』—」日本社会科教育学会『社会科教育研究』No.113, 2011, pp.29-40

藤原(2011)は、単元試案として「フェアトレードと私たちの暮らし」において、世界貿易がもたらす富の格差から途上国の人々に貧困と窮乏をもたらしていることを理解させ、「フェアトレード」が持続可能な世界のあり方を考えることをねらいとしている。そして具体的には、「フェアトレードすごろく」を使ってシミュレーション、フェアトレード認証マークや商品メッセージ、フェアトレードマークの原則の学習を通して、途上国の人々の暮らしの安定化と私たちの選択的な消費行動(買い物)とが結びついていくこと(いわゆる「買物を通して国際協力」ができること)を理解させるような授業を構想している。ここでも、中学校公民分野「私たちと国際社会の諸問題」での実施を前提としている。

また、「フェアトレード」の課題について、フェアトレードの普及率が低さの背景として、途上国の農民の生活が改善されたという事実が報告されにくいことを挙げ、フェアトレード商品を購入した代金がどのように途上国の農民の暮らしまで届くのかという透明性、追跡性をいかに生徒に実感

させるのかという課題を指摘する。その一方で、日本の社会起業の試みとして、フェアトレードの専門ブランド「ピープル・ツリー」(グローバル・ヴィレッジが母体)の成功例や、企業の社会的責任(CSR)としてフェアトレード商品を取り扱うことの社会的意義を評価していくことの必要性も述べている。

⇒フェアトレードを取り上げた授業は、中学校・高等学校を対象にした実践が多く環境保護の観点から授業が構想されてはいないことから、今回は小学6年生を対象に環境保護の側面から授業開発していく。

2 「関係価値」の概要

(1) 地球環境問題の解決に向けた「関係価値」

地球時代には、想像力がますます重要になってくる。生産地でも消費地でも、「よその誰かだから」というのではなく、見たこともなく会うこともないだろう人だけど、「あの人が」と思うことである。このことは、食だけでなく、地球環境問題にも通じる。「よその誰かだから」という考え方が、地球環境問題を悪化させ、解決を難しくしている。関係価値がここでもないがしろにされているのである⁴⁾。

ある地域の活動が、別の地域の環境を劣化させる。このことは、わたしたち日本人にとって海外から輸入しているもの(食料品・原材料等)が、海外の環境問題とのつながり(関係性)を具体化したものであるという認識をもち、その関係性を意識していくこと、想像していくこと(想像力は容易に国境を超えることができる)が重要であるといえる。環境問題の根本には、関係価値の軽視があり、人と自然との関係を再度創造していくことが必要であり、見えない人や会うことのない人のことをお互いに想像することによって、その関係価値を生み出していくことがこれからの地球環境問題の解決へとつながることを安部(2007)は主張している⁵⁾。

(2) 「関係価値」を生み出す「半商品」について

「関係価値」を生み出すための商品として、「半商品」がある。内山(2006)は、「市場で売買されているけれど、それをつくる側も、購入する側も商品であることを超えた使用価値をみいだしている、そういう『商品』を指す言葉」⁶⁾として使っている。たとえば職人は、注文を受け、それを作って依頼主から代金をもらう。その過程で、職人が作っているものは商品であるが、職人は依頼主の期待に応えるために、職人の論理で仕事をし、商品生産の論理(手間に見合った労働を投じるということ)が追いやられる。つまり、職人は依頼主にとって有用なものを作ろうとし、依頼主もまたその職人がどのような仕事するのか知り、信頼して仕事を任せているという両方向の信頼感の上に成立している。

また、この「半商品」をつくりだす関係性のあり方について、職人(芸人)への姿勢と、注文主(観客)の姿勢とが関係をもつことが、「半商品」を生みだす。つまり、関係性の中でつくられる有用性や使用価値の世界や、信頼できる職人(芸人)と注文主(観客)の世界があることで、「完全な商品」ではなく、「半商品」となる⁷⁾。

「半商品」の世界が成立しやすいものに、「産地直送」があるが、ここでは生産者と消費者の関係の中で商品が売買される。ここでは、スーパーでより安いものを求める場合とは違い、消費者は生産者の努力や生産者自身のことについて知っているために、それに対するお礼という気持ちで購入する。市場原理ではとらえきれない使用価値が生まれているのである。それゆえに、生産者が高く売ることだけ考えていることを消費者が知った時、逆に消費者が安全で安い作物を購入するために産直を利用していることを生産者が知った時は、両者の「関係価値」がなくなっていくのである⁸⁾。

(3) 人間と自然との「関係性(関係価値)」

人間と自然とのかかわりの「関係性(関係価値)」の様態を表す概念として、環境倫理学の側面から鬼頭(1996)は、「生身」と「切り身」という2つの概念を用いて「森林」の問題を事例として説明している⁹⁾。

森林は、まさに「生活者にとっての森」として、「生身」の関係を取り結んでいるのである。それに対して、そのサラワクの熱帯林の樹木を伐採した木材を輸入して、それを単にコンクリート・パネルの材料として利用する人たちは、森と人間の関係のさまざまな要素を捨象し、単なる資源の対象として、利用されるべき森林を、「切り身」の材として捉えているのである。

これらのことは、「関係性(関係価値)」があるうちは「生身」であるが、流通の経路を経ることで「切り身」になり人間と自然との「関係性(関係価値)」が失われたとも考えることもできる。

そして、環境問題に関して「熱帯林の保護を、観察者として主張することは、ある意味で『切り身』の関係であるとも言える。」とする。近代が、自然破壊と同時に自然保護という概念も生み出し、両極の2種類の「切り身」の関係が生まれたとし、熱帯林との関係が希薄な「切り身」の関係の中で、わたしたちが環境破壊と環境保護を同時に行っているということを述べている。

同じように、阿部(2007)も森林の中でも熱帯林に焦点化し、先進国と途上国との間で、「熱帯林を資源とみるか」、「環境保全の対象としてみるか」が対立するのは、価値観によって異なるとする。そして、この価値観の違いについて阿部は、「ひとつには熱帯林との『距離』の違いが根底にある。熱帯林は、先進国の人びとにとっては、自ら所有している森林でなく、あくまでも遠く離れたどこかにある森林である。実態ではなく、理念的な存在である。感性的、感覚的な存在ではない。見たことも、ましてや中に入ったこともない森林である。一方、途上国の人びとにとっては、生活の場であり生計の糧でもある、きわめてリアリスティックな存在である。身近な存在であり、将来自分の子どもたちも、熱帯林を生活の基盤としてゆく可能性は高い。またたとえ熱帯林を離れ、都市居住者となっても、自分たちの森林であることにはかわりない。途上国の人びとにとって熱帯林は内なるものである。」¹⁰⁾と述べ、先進国と途上国

の「関係価値」の違いについて指摘している。

これらを踏まえ、子どもたちが消費活動と自然との関係について考えることが、環境問題の解決に向けたきっかけになるのではないかと考える。

3 授業開発の視点

これまで述べたように、わたしたちが商品を購入する際に、その情報をほとんど知ることなく、市場で貨幣により評価される貨幣価値やおおまかな生産地などによって商品の価値を判断し、購入している¹¹⁾。このような貨幣による「交換価値」から、生産者と消費者との関係に価値を置く「関係価値」についても授業で取り上げることで、環境問題について考えられるようにする。

そこで、本単元では、このような社会において子どもたちの消費者としての選択が、生産者や生産地へとつながっていること、そして同時に地球環境問題にもつながっていることを理解させるために、自らの消費活動を想起させながら、「地産地消」や主に「フェアトレード」の取り組みから、消費者と生産者の関係性について考えることができるようにする。まず「地産地消」については、「広島県産応援登録制度」¹²⁾を取り上げ、生産者の顔の見える取り組みについて理解できるようにする。次に、「フェアトレード」の取り組み¹³⁾については、表示や価格等を比較させることで、なぜ同じ商品なのに価格や表示が違うのかについて考えさせ、「フェアトレード」の制度や仕組みについて資料を読み取らせる。そして、「フェアトレード商品」を消費者として購入することが、環境問題の解決につながることに着目させ、子どもたちが消費者として環境問題の解決に向けてどのように取り組んでいけばよいのかについて考えさせる。

以上のことを踏まえた授業構成として、第1次では現在の地球環境問題について概観し、消費者としての価値観について確認する。第2次では、子どもたちの消費活動の先にある流通や生産者（生産地）の現状について安さと商品の多様性に

価値を置く「100円ショップ」の生産地の現状¹⁴⁾や、日本が抱える「フードマイレージ」の問題¹⁵⁾から、生産者（生産地）のことを知ろうとすること（知産知消）が必要であることをおさえる。そして、これらの学習を踏まえて、第3次では生産者（生産地）のことを意識しながら、子どもたち自ら消費活動を行う際に、「フェアトレード」等の商品を購入するだけで環境問題やその解決につながっていることについて理解させる。

4 授業実践事例

(1) 単元名

「世界の中の日本」

(2) 単元目標

消費者として生産者（生産地）との関係価値について理解し、環境問題と自分たちの生活との関連について考え、持続可能な社会の創造に向けて行動できる。

(3) 指導計画（全8時間）

第1次 グローバル化する現在の環境問題（2）

第1時 世界を取り巻く環境問題

第2時 「グローバル化する社会」と「持続可能な社会」とは

第2次 消費者と生産者をつなぐ取り組み（5）

第1時 「フェアトレード」のチョコレート

第2時 商品の「安さや多様性」を求めて
-100円ショップの商品はどこから-

第3時 日本とつながる食料生産地-「フードマイレージ」から環境問題を考える-

第4時 生産者の顔の見える「地産地消」

第5時 企業の「フェアトレード」商品を通じた社会貢献

第3次 消費者として持続可能な社会のためにできること（1）

(4) 学習過程

本時については、「フェアトレード」を事例として、主に単元目標に迫ることをねらいとした次の2時間の授業を示す。

①第2次第1時

＜本時の目標＞ 通常の商品とフェアトレード商品の特徴について比較することを通して、「フェアトレード」の取り組みについて理解する。

学習事項	児童の活動	教師の働きかけとねらい	(集 団)
1. 学習課題への接近	(1) 通常販売されているチョコレートと、フェアトレードのチョコレートの違いを考える。 ・デザイン ・包装 ・価格 ・表示 ・商品解説	(1) 2つの写真から、チョコレートの違いを考えられるようにする。 ・認証ラベルを知っているのか問いかける。 ・値段の違いに気付かせ、なぜ同じ商品なのに値段が違うのかに着目できるようにする。	(全) 資料を確認することで、本時の学習に興味をもてるようにする。
2. 学習課題の設定	(2) 本時の学習課題を設定する。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;">一般の商品に比べて値段が高いのに、なぜフェアトレード商品は売れるのだろうか。</div>	(2) フェアトレード商品について、「通常の商品よりも値段が高いこと」に焦点化し、その良さについて疑問をもたせ、学習課題へとつなげる。	(全) 問題意識を全体で共有できるようにする。
3. 学習課題の追求	(3) フェアトレード商品とはどのようなものかについて写真から予想する。 ・味がおいしい。 ・品質が良い。 ・安全性が高い。 ・産地が分かる。 ・デザインが良い。 (4) フェアトレードについて知り、資料から商品が売れる理由(良さ)について読み取る。 ・品質の良さ ・美味しさ ・安全性 ・長期的安定的取引 ・途上国生産者の支援 ・労働条件の改善 ・環境保護	(3) 予想を立てられるように、既有的な生活経験やこれまでの社会科の学習経験を意識させ、その良さについて考えられるようにする。 ・チョコレートの箱を配付し、表示等から予想をさせる。 ・これまでの農業や水産業、工業等の産業学習から、値段が高い理由には、品質・安心・安全性・広告宣伝でよく知っている・便利さ・デザイン・ブランド性等々さまざまな理由があったことを想起できるようにする。 (4) 予想をもとに資料を読み取らせ、フェアトレードの良さやについて理解できるようにする。 ・資料 （「フェアトレードのしくみ」） ・動画資料 （「フェアトレード」について）	(個) → (小) ⇔(全) 個人で考えたことを小グループで共有し全体での話し合いで交流する。話し合いの状況に応じては、随時小グループでの話し合いを行う。
4. 本時のまとめ	(5) 本時の学習を通して、学習課題に対するフェアトレード商品が売れる理由(良さ)について自分の考えをまとめ、整理して書き、全体で共有する。	(5) 集団の中で共有した予想や、資料から読み取ったことを参考にさせながら、フェアトレード商品が売れる理由について考えたことをまとめられるよう助言する。 ⑧「フェアトレード」の良さについて、学習したことから、自分の考えを書くことができているか。	(個) → (全) 本時に学んだことをまとめさせ、確認する。

②第3次第1時

＜本時の目標＞ 消費者として生産者（生産地）について考える学習を通して、地球環境について自分たちとの関係から今後の消費活動を考えていけるようにする。

	児童の活動	教師の働きかけとねらい	(集団)
1. 学習課題への接近	(1) 消費者として買い物をする際に、自分たちが基準とするものや、その理由を確認する。 ・値段 ・産地 ・安全 ・安心 ・品質 ・便利さ ・量 ・原料 ・実用性 ・味 ・デザイン (2) 338 円のフェアトレードチョコレートを「買うか」、「買わないのか」について選択する。	(1) 消費者として持っている基準の中で、重要視する基準について理由を共有することで、人それぞれ様々な価値観のもと買い物をしていることに気づかせ、自分の消費者としてのあり様について考えられるようにする。 (2) 値段の高さに着目させ、安心安全な点等、付加価値があることに着目できるようにする。	(全) 消費活動を 確認すること で、本時の学 習に興味を もてるよう にする。
2. 学習課題の設定	(3) 本時の学習課題を設定する。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> 地球環境問題の解決に向けて、消費者として何ができるのかについて考えよう。 </div>	(3) 商品の購入が、生産地への支援になることから、消費者としてできることはないかを問いかけ、課題へとつなげる。	(全) 問題意識を 全体で共有 できるように する。
3. 学習課題の追求	(4) これまでの学習から、付加価値の異なる商品ごとに、生産地や生産者のことを想起する。 ・100 円商品の生産地は主に中国であり、安い人件費の工場へと生産地が移っている。 ・地産地消の商品である三原のタコは、三原の漁師さんがとったもので、生産者の顔が見えて安心・安全な商品がある。 (5) 消費者として購入する商品によって、生産者や生産地に影響を与えていることについて考える。	(4) 「100 円商品」や「フェアトレード商品」、「地産地消の商品」などを提示し、消費者の視点から、生産地や生産者を考えさせる。 ・消費者として購入する商品によって生産者や生産地に影響を与えていることに触れる。 ・企業（売り手）が、商品売ることによって社会貢献を果たしていることに触れる。 動画資料「企業側からの声」 (5) フェアトレードが環境にやさしいこと、生産者や生産地のこと考えさせることで、消費活動をする（知産知消）の重要性について考えさせる。 動画資料「フェアトレードは環境にやさしいのか？」	(個) → (小) ⇔(全) 個人で考 えたことを 小集団で 共有し全 体での話 し合いで 交流する。 話し合い の状況に 応じては、 随時小集 団での話 し合いを 行う。
4. 本時のまとめ	(6) 本時で学習したことをまとめ、整理して書き、全体で共有する。	(6) 自分なりに消費者として、持続可能な社会を見据えた消費活動についてまとめられるよう助言する。 ㊦ 消費者として生産者や生産地を知ることの重要性について考えているか。	(個) → (全) 本時に学 んだこと をまとめ させ、確 認する。

5 本研究の成果と課題

本研究における成果は、子どもたちの生活から遠い社会での出来事（地球環境問題）を取り上げる際に、まずは子どもたちの身近な教材（チョコレートや100均の商品等）を入口にして、「関係価値」を重視した授業を構成した点が、子どもたちの環境意識や社会参画への意識を高めることができた要因となった。子どもたちの地球環境問題の改善に向けた社会参画意識の変容については次の記述から読み取れる。

表1 子どもの環境意識の変容についてのルーブリック

評価規準	評価基準		
	A	B	C
社会的な事象に関心を持ち、自分の生活の中で起こる様々な出来事を自分とのつながりを意識しながら知ろうとしている。	社会的な事象に関心をもちながら客観的にとらえるとともに、自分とのかかわりでもとらえ、普段の生活とつなげて考え、実生活に活かそうとしている。	社会的な事象に関心をもちながら客観的にとらえるとともに、自分とのかかわりでもとらえ、普段の生活とつなげて考えようとしている。	社会的な事象に関心をもってはいるものの、自分とのつながりについても意識しようとしていない。

< A評価の児童の記述 >

【抽出児①】

一番に産地に目をつけて、フェアトレードの商品、地元でつくられた商品を消費していくようにしていきたいと思いました。それによって、発展途上国の農家さん、生産者の支援ができるし、地元の生産者の方の応援ができるからです。だから、フードマイレージを最小までおさえて、地産地消を心がけ、スーパーで野菜を買うときは地元のコーナーに行ったりしたいし、イオンにあるフェアトレード商品も買ったりしたいと思います。これからは、「知産知消」を心がけたいと思います。

次に課題であるが、遠くの生産地で起きている問題について考えていく際に、十分にイメージを持つことができていない子どもも多く、他の国で起きていることで自分たちには直接関係のないことであるという認識の、B・C評価の子どもたちは10名であった。

< B評価の児童の記述 >

【抽出児②】

日本のフードマイレージが高いことも、一人ひとりの行動で変えられるのではないかと考えられるようになりました。車の移動距離でも、少しでも減らすことを意識したい。環境問題でも、全部を減らすことを考えるのではなく、まずは少しずつ減らしていくことが大切です。特に、フェアトレードでは、貧困に困っている人のためにもなるし、CO2削減にもつながるので、一石二鳥だと思います。

< C評価の児童の記述 >

【抽出児③】

地球4周ぐらいの距離から、いろいろな物が来ていることから、世界から輸入するのをやめたらいいと思います。

このことから、自分たちが消費者として環境問題に携わっていくという視点が十分に持てていないことが分かった。この点については、課題として今後の授業実践を通して子どもたちの意識をいかに変容させ、社会科の教科目標である「公民的資質の基礎」の育成につなげていくのが重要となるのではないかと考える。

<参考・引用文献および資料>

- 1) 魚住忠久：「21世紀『地球市民』と市民的資質・能力」魚住忠久・深草正博編著：『21世紀地球市民の育成ーグローバル教育の探究と展開』，p.21，2001，黎明書房.
- 2) 阿部健一：「地産地消から地産地消へーつながりという『関係価値』」窪田順平編「モノの越境と地球環境問題ーグローバル時代の〈地産地消〉」，pp.206-207，2009，昭和堂.
- 3) 清水正：「世界に広がるフェアトレードーこのチョコレートが安心な理由ー」創成社，2008
- 4) 阿部健一：「地産地消から地産地消へーつながりという『関係価値』」，同掲書，pp.206-207，2009，昭和堂.
- 5) 阿部健一：「地産地消から地産地消へーつながりという『関係価値』」，同掲書，p.208
- 6) 内山節：「『創造的である』ということ下ー地域の作法からー」，p.98，2006，農山漁村文化協会.
- 7) 内山節：同掲書上，pp.98-99
- 8) 内山節：同掲書下，pp.140-143
- 9) 鬼頭秀一：「自然保護を問い直すー環境倫理とネットワークー」，pp.126-131，1996，ちくま新書.
- 10) 阿部健一：「グローバル・コモンズという考え方ー熱帯林史試論」秋道智彌編：『資源とコモンズ』，pp.320-321，2007，弘文堂.
- 11) 原剛：「農から環境を考えるー21世紀の地球のためにー」，pp.79-83，2001，集英社新書.
- 12) 「広島県産応援登録制度」
(<http://hiroshima-ouen.com/>)
- 13) 水山光春：「政治的リテラシーを育成する社会科ーフェアトレードを事例とした環境シティズンシップの学習を通してー」日本社会科教育学会『社会科教育研究』No.106，pp.1-13，2009，藤原孝章：「社会科における認識の総合性と社会参加ー持続可能な社会の形成と開発単位『フェアトレードと私たちの暮らし』ー」日本社会科教育学会『社会科教育研究』No.113，pp.29-40，2011，長坂寿久：「世界と日本のフェアトレード」，2009，明石書店.などを参照
- 14) アジア太平洋資料センター編：「徹底解剖100円ショップー日常化するグローバリゼーションー」，pp.52-183，2004，コモンズ.
- 15) 山下惣一・鈴木宣弘・中田哲也編：食べ物で地球が変わるーフードマイレージと食・農・環

境」，pp.64-125，2007，創森社，千葉保：「食べものが世界を変えているーコンビニ弁当16万キロの旅ー」，pp.64-85，2005，太郎次郎社エディタス.などを参照