

# エシカルな文化祭

## — 学びの実践の場としてのあり方を考える —

家庭科 葎 内 ありさ

### 1. はじめに

「TEAger (ティーエイジャー)」は、2017年度のお茶の水女子大学附属高等学校（以下お茶高）で行われた輝鏡祭の総合テーマである。輝鏡祭とは、体育祭・文化祭・ダンスコンクール、の本校三大大行事の総称である。お茶高の「おちゃ (TEA) と、ティーン、を掛け合わせたテーマが生徒によって考えられ、お茶高かつ10代らしい輝鏡祭に、という気持ちが込められた。しかし、2017年度文化祭では、「TEAger」という全体テーマの下、更なるテーマとして、「エシカル」がテーマに設定された。本校で初めての試みとして、全ての企画が何らかのエシカルな要素を盛り込み、全校あげてのエシカル消費を意識した文化祭が行われた。学校全体でエシカル消費に取り組む文化祭は日本で初めての事例であり、これは、2年生が中心となる文化祭実行委員生徒達の、エシカルな文化祭実現への熱い思いから決まった方針である。

ここでは、人権や環境等「背景」に配慮したエシカル消費の視点を取り入れた文化祭のことを「エシカルな文化祭」と呼ぶこととする。2016年1月に発効した国連持続可能な開発目標 (SDGs) 達成にも必要な具体的な消費行動がエシカル消費であり、本校では家庭科の題材として2011年度より取り上げてきた。2014年度よりスーパーグローバルハイスクール (SGH) に指定されている本校では、高校2年生の「総合的な学習の時間」で取り組んでいる「持続可能な社会の探究I」の各SGH講座のテーマとしても、従来生徒によりエシカルに関連させた探究活動が行われている。

本校の家庭科では、必修科目「家庭総合」が、1年生1単位、2年生2単位、3年生1単位と、高校3年間に渡って設置され、家庭科のスパイラルな学びを可能としている。2011年度の公開教育研究会では、全国に先駆けて「エシカル・ファッション」を題材に、2年生の家庭総合におけるエシカル消費の授業を提案した (葎内、2012)。その後も、エシカル消費を題材とした家庭総合の授業を2年生の授業で継続してきた (葎内、2017) が、2016年度の家庭総合では、1年生にエシカル消費の授業の一部を行い、2年で全体を扱う「エシカル消費」の導入基礎学習を試みた。具体的には、1年生の食分野の脂質の授業の発展として、脂質を多く含むチョコレートの背景として「児童労働」について学んだ。さらに代表生徒が附属小学校にて児童労働について訪問授業を行い、エシカルファッションブランドとの外部連携による講演や被服実習を行った。そうしたところ、1年時に家庭総合の授業を受けた2年生の文化祭実行委員の生徒からは、自発的に従来文化祭をエシカルに行いたいという方針が出され、エシカルな文化祭を実施することとなった。

文化祭は、2017年9月16日 (土) 10時～16時半、17日 (日) 9時～15時半に行われ、

来場者は2,877人であった<sup>1</sup>。

筆者は、文化祭に於いては、食事販売企画の担当教員であり、文化祭全体の担当教員ではなかったが、テーマがエシカル消費と決まり、家庭科の学習と関連するため、生徒より数々の相談を受け、エシカル商品の開発企画の顧問教員を勤める等、結果としてエシカル文化祭の運営指導に深く関わった。

本論では、上記のように家庭科の学びに端を発した文化祭が、どのような生徒の学びに繋がったかを明らかにすることを目的とする。文化祭に於ける教育的意義を早くから見出した議論については、1963年に教師により作られた全国高校生活指導研究協議会に見られ、1980年代には全国の高校教師により文化祭による学校づくりが意識的に取り組まれている（望月，2012）。

## 2. 方法

方法として、文化祭での生徒の実践の詳細と、生徒の事後アンケートより検証する。事後アンケートは、テキストマイニングを用いて分析した。アンケート対象は、2年生3クラス119名であり、2017年10月に実施したものである。

## 3. エシカル文化祭の実践内容

ここでは、エシカルな文化祭の具体的な実践内容を述べる。本校では、1クラス40名×3クラス×3学年の360名の生徒が文化祭に参加し、HRクラスや部活動単位の有志、または任意の有志団体や個人として様々な企画を行う。文化祭実行委員会は1～3年生の高校生で組織され、2年生が文化祭実行委員長や、各部所の部長として中心的役割を担う。

文化祭実行委員会は、全団体に何かしらエシカルな要素を取り入れた企画を求めた。

### 3.1. 文化祭実行委員企画

#### A. エシカルマーク表示とエシカル展示

エシカル消費の内容を伝える為に、来場者に配布したパンフレットにマークと共に説明を掲載し、体育館にはエシカル消費の説明展示コーナーを設けた。体育館は各種団体の発表や食事販売、模擬店が行われた会場である。

##### 1) エシカルマーク

エシカル消費の具体的な内容を示す為に、カテゴリー表示を行うことが、エシカル・ファッションの展示会や商業施設での催事等に於いて行われている。本校では2011年度の家庭総合より、仏パリ・エシカル・ファッションショー<sup>2</sup>にて、来場者にわかりやすくエシカルな伝えるために用いられていた6つのカテゴリーとマークを授業の題材としてきた。2014年度の2年家庭総合の授業で、アートディレクターの藤沢厚輔氏と外部連携しながら授業で作成したエシカル・ファッションリーフレットには、「リサイクル」、「フェアトレード」、「天然素材」、「有機栽培」、「伝統技術」、「ソーシャルプログラム（社会的弱者への方策のこと）」のパリ・エシカルファッションショー

の6つのカテゴリーに、「正当な労働」を加えた7つのカテゴリーが用いられており、リーフレットに掲載の7つのマークは藤沢氏が家庭科との連携の際にデザインしたものである。文化祭では、その7つのマークに新たに、「無駄の削減」、「産地支援」、「アニマルウェルフェア」、の3つのカテゴリーを加えた10個を用いた（図1）。新たな3つのマークは、実行委員の生徒が作成したものが用いられた。マークはエシカル消費の説明と共にパンフレットに記載され、各団体の入り口には、それぞれの企画が当てはまるエシカルマークを示したボードが掲示され、来場者に各団体のエシカル要素がわかりやすいように工夫が為された。



図1. 文化祭で本校作成のエシカルカテゴリーマーク  
 (藤沢厚輔氏によるデザイン7個と本校生徒作成の3個。マーク内訳は本文参照)

## 2) エシカル展示

展示では、各カテゴリーを文章で詳しく解説したポスターや、前述のエシカルファッションリーフレット、2016年度の家庭総合の授業で製作されたエシカルビデオや生徒が制作したエシカルな服が展示された。さらに、今まで本校の家庭科で外部連携したエシカル・ファッション企業のうち、代表者が来校しての連携やファッションショーでの連携が行われた企業を中心に紹介展示が行われた。展示されたのは、エシカル・ファッションのブランド・企業の INHEELS<sup>3</sup>、パタゴニア<sup>4</sup>、PASS THE BATON<sup>5</sup>、CLOUDY<sup>6</sup>、KISSACO<sup>7</sup>、Lee Japan<sup>8</sup>、Feliz<sup>9</sup>、である。具体的に各ブランドが行なっている社会的支援やリサイクル、素材の環境配慮などを写真と共に展示した。



図2. スタンプラリー景品の手作りエコバック

## B. エシカルスタンプラリーと手作りエコバックの景品

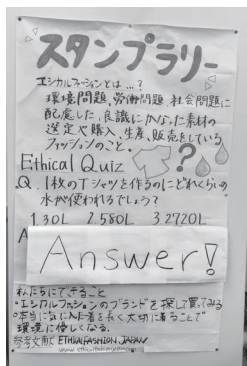


図3. スタンプラリー展示

さらに、生徒の個人発表を司る部門が担当し、エシカルな校内スタンプラリーが行われた。これは、エシカル消費の理解を深めることと同時に、来場者に校内を偏りなく観ていただくことを目的とし、校内6箇所に、生徒が彫った手作りのスタンプが設置された。各スタンプ設置場所には、模造紙に、環境問題やエシカル・ファッション、アニマルウェルフェア等に6つのテーマに関するエシカルクイズとその答えが展示され（図3）、全てのスタンプを集めた来場者には、景品が用意された。

景品には、英字古新聞を用いた生徒手作りのエコバック（図2）が用意された。持ち手は環境配慮の素材で補強され、実用性とデザイン性を考慮したバックが来場者に渡された。

尚、スタンプラリーの景品交換場所となった会場教室では、2年生の総合的な学習の時間「持続可能な社会の探究Ⅰ」の展示が行われ、環境問題、ジェンダー、貧困、途上国支援、他持続可能な社会の実現に向けた様々なテーマの論文等が展示された。

## C. エシカル商品開発販売「お茶高のお茶」



図4. 販売した「お茶高のお茶」

文化祭全体のエシカル要素を盛り上げることを目的に、文化祭実行委員のうち、3名の生徒が中心となり、環境配慮パッケージと寄付付きのオリジナルフレーバー有機茶「お茶高のお茶（図4）」の開発販売が行われた。お茶の水女子大学、お茶会社、ラベル会社、との外部連携を活用したエシカル商品として、オリジナルのお茶開発販売が行われた。お茶は、鹿児島県の有機茶園会社「下堂園」<sup>10</sup>と、お茶の水女子大学食物学科公認サークル「Ochas（オチャス）」<sup>11</sup>との産学連携によって開発され、現在本大学生協で販売されている国産・有機フレーバー茶数種より、「ゆずミント緑茶」と「ハーブ&ほうじ茶」の2種を選んだものを、高校生が下堂園との交渉により、文化祭用に新たな容量と環境配慮素材の三角ティーパックのお茶を開発した。さらに、文化祭用に高校生が用意したオリジナルのFSC認証付きラベル貼付の箱を用いて詰め直し、解説書と共に、寄付付き商品として、事前校内販売と文化祭当日販売合わせて1箱250円で900箱販売したものである。尚、これはFSC認証のラベル付き商品として日本初のものとなった。利益約10万円は、東日本大震災で被災した高校生の奨学基金支援団体「学べる基金」へ寄付した。

FSC 認証とは、国際的な森林認証制度を行う第三者機関である森林管理協議会 (Forest Stewardship Council) により、森林の環境保全や地域の社会的な利益にかない、経済的に持続可能な形で生産された木材に与えられる認証制度である。消費者は FSC 認証付きの木材や紙製品を購入することにより、間接的に世界の森林保全に貢献できる。

高校生のオリジナル図案のラベル印刷は、株式会社日本ラベルに依頼した。日本ラベル社は、FSC 認証の他、グリーンプリンティング (GP) 認証、「ISO 14001 : 2004」環境マネジメントシステム (EMS) 認証を取得しており (株式会社日本ラベル HP)、ラベル印刷業界でも環境配慮に特に優れた会社である。高校生の文化祭と商品コンセプトに大いに共感した日本ラベル社長のご好意により、高校生は会社訪問を行い、懇談会と工場見学を行なった。ラベル印刷代金の資金的にも援助を受けたことで、当初の予定よりも多い額を利益として寄付することが出来た。また、日本ラベル社の販促資料でもお茶高のお茶の事例や会社訪問について掲載頂いた。文化祭での販売所では、日本ラベル社の協力の様子や、FSC 認証の説明についてのポスターの展示が行われた。

### 3.2. 模擬店

本校文化祭では、手作りの食品を中心に販売する食事販売企画 (食販) の他に、既製品のアイスクリームや飲み物、パン等の食品を販売する「模擬店」が例年行われてきた。2017 年度は、以下の工夫を行った。

#### A. 飲料

模擬店では、従来ペットボトル飲料の販売を行っており、エシカルの視点からはリサイクルし易い缶や瓶等が望ましいとされるが、文化祭中の生徒の移動の多さを鑑み、一度開封すると飲み切りが必要な瓶や缶の導入自体は見送られた。しかし、担当生徒は、よりエシカルな会社のペットボトルの購入を試み、各大手飲料メーカーの CSR や環境配慮について調べたところ、再生ペットボトルを積極的に活用し、環境配慮を行なっている大手飲料メーカー A 社を発見し、文化祭での商品購入を交渉した。しかし、通常自動販売機が本校に設置されていないことを理由に文化祭での販売は断られたため、止むを得ず例年本校で扱っている大手飲料メーカー B 社のペットボトル飲料を販売することとなった。

#### B. アニマルウェルフェアに配慮したジェラート開発販売

アイスクリームは例年大手有名メーカー C 社のものを販売していたが、よりエシカルなものを求めて、担当生徒がフェアトレード認証のアイスや地元のジェラート店などを検討した。その際、教員が候補になりそうな店の情報提供や、生徒による交渉が難航している場合には、企業連絡窓口担当者紹介といった手助けを行ったが、事前調査、条件等の確認交渉は全て生徒が行った。結果、1 年生が学年合宿で滞在し、フィールドワークを行なった長野県・諏訪のジェラート店「ジェラテリア六花」の商品を販売することとなった。長野県の地産地消の新鮮な食材を用いて、諏訪大社にも献上されているジェラートには、八ヶ岳の放牧乳牛の牛乳が用いられており、アニマルウェ

ルフェア（動物福祉）に配慮している。模擬店では、ミルク、抹茶、ヴァローナチョコレート味の他、文化祭限定販売のオリジナル味として、上述の「お茶高のお茶」のハーブほうじ茶味のジェラートを開発した。鹿児島茶園と長野県諏訪のジェラート店、東京の高校との連携を行った、新鮮な作りたてのジェラートは、大変好評であり、校内事前予約では、前年度比約 1.5 倍の個数が予約され、文化祭当日も両日開場後 1.5 ～ 2 時間以内に完売し、総計 929 個を販売した。ジェラートの販売所には、アニマルウェルフェアに関する解説展示が行われた。

なお、アニマルウェルフェア（動物福祉）とは、動物の権利に関する考え方である。アニマルウェルフェアが関係する分野は、畜産動物、動物実験、犬の殺処分、ファッション業界における毛皮や皮の扱い、サーカスや動物園に於ける動物の扱い他、多岐に渡る。国際的な世界の動物衛生の向上を目指した政府機関である国際獣疫事務局（OIE）では、その目的の 1 つとして、動物由来の食品の安全性を確保し、科学に基づきアニマルウェルフェアを向上させることが挙げられている。OIE では、アニマルウェルフェアとは、「動物がその生活している環境にうまく対応している様子をいう」と定義されており、農林水産省は、畜産動物に関して、「家畜がそのような態様にあるためには、家畜の快適性に配慮した飼養管理を行うことにより、ストレスや疾病を減らすことが重要です。このことは、畜産物の生産性や安全の向上にもつながる」ため、「アニマルウェルフェアの考え方を踏まえた家畜の飼養管理の普及に努めています。」と述べている（農林水産省 HP）。

EU では先行してアニマルウェルフェアに関する法規制の整備が進んでおり、米国も追随するが、日本ではまだ法規制の整備は途上の状況である。農林水産省のアニマルウェルフェアに関する EU の施策の報告書では、「現在、動物福祉政策に対する世論の支持は、単に動物に対する倫理のみから来ているわけではなく、その背景には工業的と揶揄される集約的な畜産への反省がある。」（平澤, 2014, p4）とされている。

### 3.3. 食販有志企画

食事販売有志（以下食販）として、2017 年度は、3 年生がクラスで企画し教室で行う 3 つの食販と、部活有志により体育館を会場として行う 3 つの計 6 団体が食販を行った。6 団体全てが何らかの有機（オーガニック）食材や国産食材を使用した他、ゴミの削減、包装容器の環境配慮などのエシカルな視点を生かした企画を盛り込んだ。なお、有機（オーガニック）栽培の食材は、生産者の健康や環境負荷に配慮すると言う点でエシカルである。

ほとんど利益は出さない例年とほぼ同じ価格設定や、限られた予算、保健所からの使い捨て容器使用の指導等、制限はありながらも、実現可能なことを各団体が目指した。

#### A. 樹恩割り箸の導入

食事販売の際には、「樹恩割り箸」を文化祭実行委員会が一括購入し、割り箸を使

用する団体に配布した。樹恩割り箸は、認定NPO法人樹恩ネットワークが、国産間伐材を用いて、全国6つの知的障がい者施設にて製造しているものである（樹恩ネットワークHP）。食販会場となった体育館の来場者の食事机や、割り箸使用団体のブースでは、解説展示が行われた。樹恩割り箸導入は、2016年度、2017年度に2年総合的な学習の時間「持続可能な社会の探究I」の「経済発展と環境」講座にて、樹恩ネットワークより講師を招致した特別授業<sup>12</sup>を覚えていた生徒の発案により、実現した。

## B. TABLE FOR TWO プログラムの採用

3年蘭組食販企画では、修学旅行で訪問した沖縄の文化紹介をしながら、オーガニックトマト使用のタコライスを販売した（図5）。沖縄風に装飾された会場の教室では



図5. エシカル配慮の食販

沖縄に関する展示がなされ、客席に設けられたステージでは、音楽の授業で学んだ三線の演奏や、ヴァイオリンの生演奏が行われ、来場者を楽しませた。スプーンには、国産間伐材の木製スプーンが用いられた。また、タコライスは、TABLE FOR TWOプログラムとして販売された。このプログラムは、対象となる食品を購入すると、1食につき20円が寄付され、開発途上国の子ども

の学校給食1食分となるものである（小暮, 2009）。販売される食品は上限カロリーが決まっており、食べ過ぎで肥満に悩む先進国の食事と、飢餓に苦しむ途上国の食事を繋ぐものである。TABLE FOR TWOに参加の企業・団体は、2017年現在で、国内外で700を超え（TABLE FOR TWO HP）、本学大学生協でも定期的に大学生がメニューを考案し取り入れられている。文化祭タコライスの会場では、TABLE FOR TWOのポスター掲示も行われた。

## C. 国産やオーガニック食材の使用

食販で3年菊組の白玉甘味処では、国産有機大豆のきな粉が茹で白玉のトッピングに用いられた。50円という販売価格の限られた予算の中で、有機食材を取り入れた。手描きのチョークアートを生かした装飾でも和菓子という伝統文化を表現する企画となった。また、3年梅組のオーガニックじゃがバター屋では、同じく国産（北海道産）の有機じゃが芋を用いた（図6）。予算の都合により、高価なバターではなく廉価なマーガリンが用いられたが、



図6. 食販表示

その際もトランス脂肪酸フリーのマーガリンを生徒が自発的に探し出し、使用する工夫が見られた。トランス脂肪酸の過剰摂取のリスクについては、高校1年時の家庭科で履修済みである。直接エシカル消費のカテゴリーとトランス脂肪酸が関係するわけではないものの、生徒は、より来場者の健康に配慮するという点で、トランス脂肪酸フリーのマーガリンをエシカルなものとし、提供した。

また、部活を有志母団体とした食販としては、バスケット部のホットドック、バレー部の焼きそば、テニス部のオーガニックパンケーキ販売、が行われた。ホットドックと焼きそばは例年販売されている商品であるが、オーガニックのトマトケチャップや国産食材が取り入れられた。オーガニックパンケーキでは、パンケーキ生地やトッピングに有機オリーブ等の有機食材と、国産ジャム等を用いた商品を、工夫を重ねて新規開発し、販売した。

また、焼きそば屋では、空き缶を灯籠の形にアップサイクルした装飾がなされた。従来本校の文化祭では、不要になったものを様々な工夫して再利用した装飾が随所に見られ、このような試みは新しいものではない。しかし、企画書に改めてエシカルな点として自ら記載し、エシカルと意識して実行した事例となった。

包装も、保健所の衛生指導基準は満たしながらも、できるだけ無駄な包装をせず、予算の中でより良い方法を各食販団体が探った。また、例年は購入していた備品なども再利用できるものは再利用する等、無駄やゴミの削減に勤めた。例年並みの販売価格でありながら、様々な工夫と共にエシカルなメニューの商品が提案されたと言える。

### 3. 4. 一般有志企画

ここでは、食販以外の一般有志企画について述べる。

#### A. HR クラス有志

3 学年 9 つの HR クラスは、何らかの企画を行うこととなっている。食販企画は例年 3 年生が行っており、2017 年度も 3 年生の 3 クラスは食販企画として参加したため、ここでは 1、2 年生のクラス有志について述べる。

9 月に行われる文化祭の企画を考えるのは 5 月である。入学して間もない 1 年生は、エシカル消費についてはほぼ知識のない状態<sup>13</sup>ながら、2 年生文化祭実行委員会より提示された締め切りまでに、「エシカルな要素を盛り込んだ」企画を考えることを指示された。また、5 月は体育祭練習の只中であり、文化祭の企画案は限られた時間で考えることとなった。また、今回の文化祭では、企画自体をエシカルなものにしなければならないのではなく、例年に倣った企画に何かしらエシカルな工夫をとり入れた文化祭に、という文化祭実行委員会からの働きかけがなされた。

結果として、例年に倣った企画に、物品の再利用や、ゴミを減らす、といったエコロジーの視点をエシカルな点として取り入れるクラスが多く見られた。文化祭のクラスの装飾材料をゴミ置場から探しての再利用や、文化祭の廊下等の全体装飾に於いても、昨年度の装飾を再利用することや、古布を用いたガーランドで装飾する等、大幅



に材料や制作時間も含めて無駄の削減を行なった。

そのような中、エシカル消費の人権面も取り入れた題材として、児童労働をテーマにした1年蘭組、天然素材、フェアトレードをテーマにした手作り小物の販売が2年梅組の企画として行われた。また、来場者への景品のお菓子にフェアトレードのチョコレートを選んだクラスも見られた。

### 1) 児童労働お化け屋敷

1年蘭組の企画では、児童労働で亡くなった少女の霊の呪いの館、という設定でのお化け屋敷「呪蘭」、を行なった。正に「ホラー」である児童労働を体感する企画が提案された。例年お化け屋敷は人気の企画であり、教室の前には入場の順番を待つ来場者の長蛇の列ができた。その来場者の目に触れる壁には、「家庭科で児童労働について学び、文化祭のキーワードは『エシカル』である」、「そこで我々は『児童労働』をテーマとした。」、「貧しさや人手不足から、世界では1億6800万人の子どもたち<sup>14</sup>が労働させられている。カカオ農家、コットン栽培、レアメタル採掘、じゅうたんの製作など…」、「子どもたちは、学校にも行けず、人身売買されることも…」、「この洋館にいる少女も、児童労働被害者の一人だ。」、「世界中の子どもたちの9人に1人が不当に働かされている。」、「しかもその賃金は安い。」、「だが、子どもたちはその事実を知らない…」等の説明が掲示された。お化け屋敷内では悲鳴が上がり、ホラーを体感した来場者に、出口で待っているお化けにより、児童労働に反対する認定NPO法人フリー・ザ・チルドレン<sup>15</sup>のリーフレットが手渡された。なお、1年生は、5月に文化祭の企画を提出した後、文化祭までの間に家庭総合の授業で児童労働について学び、その知識が展示に生かされた。

## B. 部活動有志

部活動を母体とした企画では、ゴミの削減や、各種パフォーマンスの際の衣装や小物を新たに購入するのではなく、積極的に再利用することでエシカルな工夫とした団体の他、エシカル消費の要素である「伝統文化」の表現としての茶道部の茶会や箏曲部演奏など、例年通りの企画をエシカルなものとして改めて認識して提案する企画が見られた一方、手作りのエシカル商品の開発販売が行われた。以下は商品を販売した例である。

### 2) エシカルブランドやNPOとのコラボ商品販売

(アフガン・ボランティア部)

アフガン・ボランティア部では、ボランティアを中心とした活動紹介の他、2つのコンセプトのエシカル商品の開発し販売した。1つ目は、1年3学期の家庭科の授業で外部連携したエシカルブランドCLOUDYと再び部として外部連携し、アフリカンファブリックを用いた手作りヘアアクセサリーを販売し



図7. シャトルアップサイクル商品

た。2つ目には、手作りの折り紙を加工した樹脂ストラップ、イヤリング等の手作りエシカル小物の販売を行った。完売した商品の売り上げは、それぞれ、アフリカに学校を設立し教育支援を行なっている CLOUDY アフリカガーナスクールプロジェクトと、入院中の小児を支援するキッズアートプロジェクトへ寄付された。

### 3) シャトルのアップサイクル小物販売（バドミントン部）

バドミントン部は、羽の折れたシャトルを再利用し、鮮やかな絵付け、毛糸やリボンで加工して手作りしたアップサイクルのストラップ「シャトラップ」を販売した。この商品は、2015年度に2年生の家庭科でアップサイクルエシカルブランド「KISSACO」と外部連携し、生徒がアップサイクルのコラボバックを作る体験型授業を行ったことにヒントを得たバドミントン部の生徒が、2016年度の文化祭より販売している小物である。2017年度の文化祭では、商品説明に「めっちゃエシカル シャトラップ」との看板を掲げて販売し（図7）、完売した。

### 4) 図書委員会古本市

その他、図書委員会は毎年行っている古本市を開催した。古本市は、無駄を減らすシェアリングエコノミーと言える。さらに手作りのしおりを加える工夫が見られた。

## 4. メディア掲載

文化祭については、以下のメディアに取り上げられた。

表1. メディア掲載一覧

	掲載日	メディア名・掲載面	タイトル
新聞	2017年10月11日(水)	毎日新聞「水説」朝刊8面	「女の子だから」と・・・
	2017年10月30日(月)	朝日新聞 夕刊1面	地球の限界 私たちも学ぶ
	2017年9月15日(金)	東京新聞 朝刊18面(都心版)	お茶高のお茶 お茶大付高 環境配慮したラベルのティーバック 収益一部、震災復興へ
	2017年9月16日(土)	東京新聞 朝刊22面(下町版)	高校生が作った「お茶高のお茶」 収益一部、震災復興へ
	新聞：以下は時事通信社による地方配信の掲載判明分		
	2017年10月15日(日)	長野日報 13面	「エシカル」テーマに文化祭
	2017年10月19日(木)	苫小牧民報 7面	エシカルな文化祭開催 女子高校生が奮闘
	2017年10月22日(日)	岩手日日 4面	エシカルな文化祭 全ての企画に社会的観点
	2017年10月26日(木)	福島民報 24面	環境や人権に配慮 エシカルな文化祭開催
	2017年10月29日(日)	福井新聞 7面	倫理的エシカルな文化祭開催 環境・人権視点で企画
2017年11月1日(水)	島根日日新聞 4面	エシカルな文化祭を開催 有機栽培、フェアトレード・・・女子高生が奮闘	



材の障がい者雇用の割り箸、を示す名詞がスコア 1.0 以上であった。形容詞としては、「良い」、「美味しい」、「凄い」、「可愛い」、「安い」、の語が順に複数挙げられ、他に「楽しい」「優しい」等の語が抽出された。「良かったもの」の項目を分けて調査したのは C クラスのみであり、40 名の調査であったが、他の 2 クラスでも「文化祭を実践してみでの感想」の項目に文化祭で良かったものについて、クラス C と同様の記述内容が包括されている事が認められた。

■名詞	スコア	出現頻度	■動詞	スコア	出現頻度	■形容詞	スコア	出現頻度
お茶	7.25	20	思う	0.23	20	良い	0.66	20
ジェラート	11.90	7	感じる	0.29	7	おいしい	0.78	9
エシカル	7.00	10	作る	0.09	6	よい	0.13	7
アフガン	6.30	9	買う	0.02	4	すごい	0.07	5
使用	0.15	4	使う	0.02	3	可愛い	0.20	5
寄付	2.12	4	分かる	0.05	3	美味しい	0.06	3
タコライス	2.80	4	売る	0.09	3	やすい	0.06	3
文実	2.80	4	もらう	0.02	2	凄い	0.03	2
ボランティア	1.94	4	見る	0.00	2	細かい	0.08	1
バック	0.21	3	考える	0.01	2	にくい	0.02	1
新聞	0.24	3	使える	0.03	2	くわしい	1.00	1
取り組み	1.75	3	つながる	0.15	2	しぶい	0.42	1
イヤリング	2.03	3	食べる	0.01	2	欲しい	0.00	1
スプーン	1.54	3	こだわる	0.06	1	安い	0.01	1
企画	0.13	3	続ける	0.01	1	楽しい	0.00	1
種類	0.06	2	伝える	0.02	1	優しい	0.01	1
割り箸	1.17	2	しれる	0.01	1	---	---	---
環境	0.09	2	しまう	0.00	1	---	---	---
児童労働	1.40	2	折る	0.17	1	---	---	---
団体	0.15	2	こもる	0.08	1	---	---	---
商品	0.02	2	つなげる	0.22	1	---	---	---
物販	0.12	2	知る	0.00	1	---	---	---
お客	0.12	2	頑張る	0.00	1	---	---	---
間伐	1.40	2	つくる	0.02	1	---	---	---
古本	0.73	2	よるこぶ	0.17	1	---	---	---
説明	0.05	2	思いつく	0.09	1	---	---	---
多く	0.06	2	うりあげる	0.70	1	---	---	---
折り紙	0.26	1	広める	0.08	1	---	---	---
宣伝	0.02	1	つかう	0.06	1	---	---	---
今回	0.01	1	おる	0.00	1	---	---	---

図 9. 「良かったもの」ワードとスコア (C クラス)

以下は生徒の「良かったもの」の具体的な記述 (ヴァリエーション) の抜粋である。

- お茶とジェラート。高校生で自分でパッケージやテーマを考えてお茶を作ったりジェラート屋とコラボしてアイスを作っていて、すごいなと感じたから。
- ジェラート。すごくおいしかったし、おいしいものを食べてそれがエシカルにつながるならとても良いと思ったから。
- 1 年生のお化けやしきで児童労働を広めるというアイディアは、なかなか思いつかないなあと思った。
- やっぱり、1 番良かったのはチャリティーにつなげていたアフガンボランティア部。(中略) 自分たちが頑張ってつくったものでお客さんによるこんでもらって、そのうりあげが寄付される、という仕組みにとっても感動したから。

このように、企画を理解し、「良かった」、「すごい」と感じたことがわかった。また、美味しさ、商品の細やかさ、可愛さ、といった商品の質の高さが肯定に繋がったことが伺えた。

## B. 文化祭を実践してみたの感想 (A, B, C クラス)

A、B、C、クラスの119名の感想の自由記述からは、ワードは名詞累計2287個、動詞1644個、形容詞249個が抽出された。表2は感想に出現したワードのうち、名詞は出現頻度14、動詞は出現頻度9、形容詞は出現頻度4以上のワードをスコアが高い順に記載したものである。名詞のうち、「エシカル」と「文化祭」の語を除くワードで最もスコアが高かった言葉は、「実践」(スコア29.0, 出現頻度29回)、最も出現頻度が高かったのは「意識」(スコア25.64, 出現頻度43)、であった。動詞では、「思う」(スコア10.83, 出現頻度139)、「できる」(スコア9.13, 出現頻度100)、「感じる」(スコア6.13, 出現頻度33)が上位となった。形容詞では「良い」(スコア5.81, 出現頻度76)、「多い」(スコア1.57, 出現頻度23)、「難しい」(スコア3.17, 出現頻度19)が上位3語として抽出された。

表2. 感想より抽出されたワード (スコアが高い順に記載)

品詞	ワード	スコア	品詞	ワード	スコア	品詞	ワード	スコア
名詞	文化祭	189.62	動詞	思う	10.83	形容詞	良い	5.81
	エシカル	170.10		できる	9.13		難しい	3.17
	実践	29.00		感じる	6.13		多い	1.57
	装飾	27.86		取り入れる	5.90		大きい	0.70
	意識	25.64		つながる	4.75		嬉しい	0.60
	工夫	17.29		考える	2.90		やすい	0.32
	ゴミ	17.21		捨てる	1.67		少ない	0.26
	取り組み	14.15		知る	1.48		深い	0.24
	身近	11.15		学ぶ	1.32		安い	0.16
	要素	10.87		しまう	1.23		新しい	0.14
	企画	9.65		もらえる	1.13		すごい	0.05
	普段	8.84		買う	0.81			
	実感	7.74						
	クラス	7.18						

このうち、最もスコアの高いワードである「実践」と共起した単語と共起回数は表3となった。表3からは、生徒は、エシカルな文化祭を実践し、考え感じることで、理解の深まりや普段の実践や意識に影響があり、身近な自分たちの生活に関係するものとして捉える機会となり、様々な実践は有効で楽しいものであった、ということが伺え、生徒のヴァリエーションからも、このことが確認できた。次にスコアの高い「装飾」は、共起語がごく限られており、本テキストに特有である点でスコアが高くなったことが確認でき、また、生徒の感想ヴァリエーションからは、装飾においてエシ



ラートといったエシカル消費をきちんと実現した企画に対してとても良かった、と評価し、自分ももっと同様にエシカルを深める企画を試みたかった、述べる生徒もおり、自分が関わった企画のみならず、文化祭という場での様々な取り組みが生徒の意識に影響したことがわかった。

生徒のヴァリエーションの一部は以下である。

- 学校全体で取り組むことにより、よりわかりやすくエシカルを実感でき、自分でも何かやってみたい、これからも続けていきたいと思った。
- 文化祭で色々な団体を通してエシカルを行うにつれ、思っていたよりも簡単に自分達で取り入れることだと気づく転換点になった。ささいなことも「エシカル」で、世界をよりよくするのに役立っているのだと知った時、生活の中で小さなことで心がけるなどの意識が育ちやすい土壌が心にできたと思った。
- 取り組みがメディアに取り上げられたり、来場者の皆様にも楽しんでもらえたり、本当に嬉しかったし、経験として大きな成果を得られたと思います。
- 家族からとても感心された。

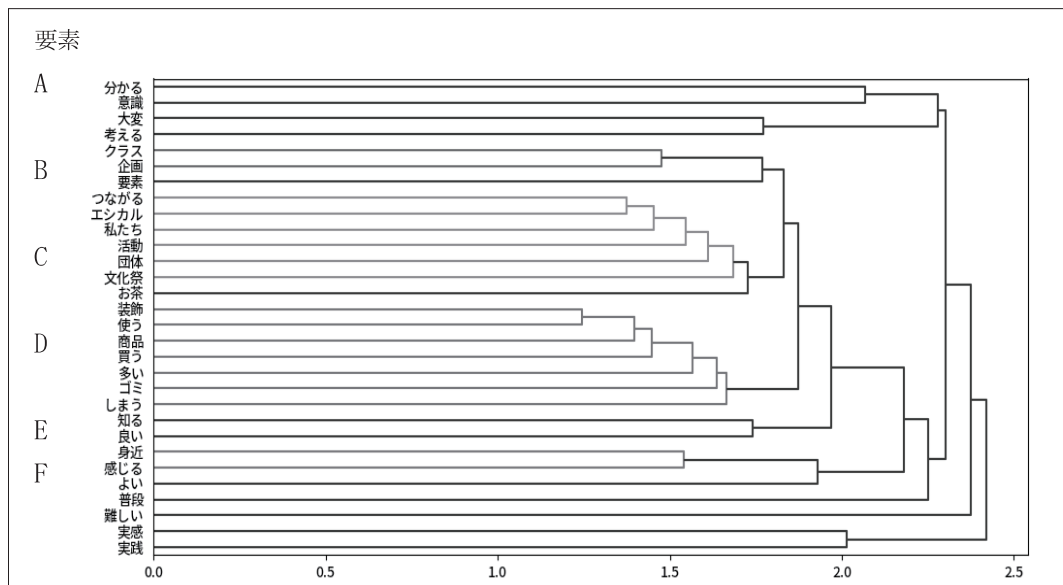


図 11. 感想の階層的クラスタリング

上記の結果と、生徒の感想のヴァリエーションを分析し、感想の階層的クラスタリングを分類したところ、順に以下の6つの要素(図 11, A～F)が見られた。

**A【意識の変化面】:** 意識してエシカルな文化祭を実践したことで、エシカルがどのようなものかよく分かり、エシカルへの意識が向上し、意識が変わった。しかし、特に、今までの普通の取り組みにエシカルを取り入れるのを考えるのは大変でもあった。

**B【クラス企画面】:** クラス企画の種類は例年通りでも、エシカルな要素を手軽に

取り入れることができる事に気がついた。

C【**エシカルと自分たちの活動のつながりについての理解**】：活動は簡単なことでもエシカルにつながる。文化祭で支援につながる形も様々であった。日常生活でエシカルを取り入れていくことも大切である。

D【**ゴミ削減や装飾の工夫への気付き**】：意識するだけで、例年買ってしまう装飾や用具の材料でも、再利用品を使う事などにより、例年よりも団体・学校単位でゴミを減らすことができた。しかし、文化祭活動自体がゴミが多い事にも気がついた。

E【**実践する事によるエシカル理解評価**】：エシカルついてもっと多くを知ることが出来て理解が深まり良かった。楽しみながら背景を知るとは単に楽しむ以上の価値がある。

F【**身近に感じるエシカル**】：取り組む前は難しそうだと考えていたが、普段行っていることに簡単にエシカルが取り入れられるとわかって身近な概念となった。私たちにもできることがあると実感した。同時に、企画にエシカル要素を取り入れることやお客様にわかりやすく伝える事に難しさを感じもした。

## 6. 考察

2017年度の文化祭では、「エシカルな文化祭」のテーマを持つ事により、生徒による多様な創意工夫や試みが見られた。生徒の実践内容や事後アンケートからは、文化祭が、家庭科で学んだことの実践の機会となり、生徒の意識や知識・理解の深まりに大きく寄与し、学びの場となったことが伺えた。文化祭に於いて、例年通りの事柄を改めてエシカルな視点で見つめることにより、今まで意識しなかった、日常にごく身近に存在するエシカルな行動や事柄に気付くことが出来、生徒のエシカル消費へのハードルが下がり、文化祭後にも関わる意識変容に繋がった。また、新たな積極的なエシカルな企画を実践し作り上げていく中で、授業で得た知識を遥かに超えた理解を深め、時に楽しみ、時に苦勞しながら「自分ごと」とする過程も見られた。さらに、文化祭という大きな規模での取り組みは効果が実感しやすかったことや、自分が関わった企画以外にも、他生徒の提供したエシカルな企画に触れる事により、自分では思いつかなかった魅力的なエシカルな切り口や方法、内容を共有し、時に自らの反省に繋げることができたのは、学校という集団教育の利点であると言える。さらに、学外連携を活用した企画は、企画に携わった生徒にも、連携した学外者にも、企画を目にした他の生徒にも、相互の学びとなったと言える。

生徒が、文化祭という学外に開かれた機会に、改めて自らの学びの発展の形を発信出来たのも大きな意味を持った。来場者に発信することにより、発信の効果的な方法のあり方や、学外のエシカル消費の理解度の低さについて気づく機会を得た。エシカル企画を家族に褒められたことや、多くのメディアに発信され、肯定されたことは、生徒のやりがい、嬉しさや自信に繋がった。



さらに、上級生主導で進められた「エシカルな」文化祭のテーマに、当初は戸惑いもあったであろう1年生も、授業で本格的に扱う前にエシカル消費を文化祭で実践したことが、エシカルへの関心や親近感に繋がった様子が伺え、その後、エシカル消費をテーマとしたビジネスコンテストへの自主的なグループ参加も見られた。

このように鑑みれば、生徒の日々の学校生活の発露の機会である文化祭は、自発性を大切にした教育力を持ち、自然かつ大きな学びの場である、と言える。

文化祭は生徒による自治活動であるが、今回のように、新たな挑戦を生徒が行う場合には特に運営に負荷がかかりやすいため、生徒自身のアイデアや希望を生かすように細心の注意を払いながらも、教員による補助が欠かせない。どのような形での補助が最適であるかの議論は、今後の課題であろう。

---

## 註

<sup>1</sup> 本校の文化祭は招待チケット制である。

<sup>2</sup> フランス・パリで2004～2012年行われていた、エシカル・ファッションを扱う展示会である。2010年にメッセ・フランクフルト社による買収後、ベルリン・エシカルファッションショーに吸収されて現在は休止している。

<sup>3</sup> エシカルブランド INHEELS 創業共同代表大山多恵子氏、岡田有加氏による家庭科特別授業が2012年12月に行われた。INHEELS HP: [inheels-ef.com](http://inheels-ef.com) (2018年5月1日最終閲覧)。

<sup>4</sup> パタゴニア日本支社長辻井隆行氏による家庭科特別授業が2014年12月18日、2016年9月6日に行われた。他に、地理の環境問題の授業として2015年6月5日に特別授業が行われた。

Patagonia HP: <http://www.patagonia.jp/home/> (2018年5月1日最終閲覧)。

<sup>5</sup> リサイクルショップ PASS THE BATON を経営する(株)スマイルズ代表取締役社長遠山正道氏による1・2年家庭総合特別授業が2015年12月21日に行われた。

Pass the BATON HP: <https://www.pass-the-baton.com><https://www.pass-the-baton.com> (2018年5月1日最終閲覧)。

<sup>6</sup> エシカルブランド CLOUDY を運営する(株)DOYA 代表取締役社長銅冶勇人氏による1年生家庭科総合特別授業が、2016年1月18日に行われた。文化祭ではアフガン・ボランティア部との連携を行なった。CLOUDY HP: <http://cloudy-tokyo.com> (2018年5月1日最終閲覧)。

<sup>7</sup> KISSACO HP: <https://www.kissaco.net> (2018年5月1日最終閲覧) 2015年、2016年2年家庭総合で代表岡本由梨氏との連携授業を行い、2015年台湾台北での高校生によるエシカルファッションショーの際に連携した。

<sup>8</sup> Lee Japan HP: <https://lee-japan.jp/shop/default.aspx>. (2018年5月1日最終閲覧)。

「エコプロダクツ2013」環境ステージに於けるエシカル啓発イベント「エシカル・ファッション最前線～10代・20代の考える未来のファッション～」、2015年台湾台北での高校生によるエシカルファッションショーにて連携した。また、Lee Japan ディレクター細川秀和氏による特別授業が2014年3月に行われた。

<sup>9</sup> 「エコプロダクツ2013」環境ステージに於けるエシカル啓発イベント(同上)、2015年台湾台北での高校生によるエシカルファッションショーにて連携した。Feliz HP: <http://feliz-acce.com> (2018年5月1日最終閲覧)。

<sup>10</sup> 株式会社下堂菌 HP: <http://www.shimo.co.jp>. (2018年5月1日最終閲覧)。

<sup>11</sup> Ochas HP: <http://ochaschaco.wixsite.com/ochas> (2018年5月1日最終閲覧)。

<sup>12</sup> 2016年7月6日と2017年6月7日に、2年総合的な学習の時間「持続可能な社会の探究I」の「経済

発展と環境」講座に於いて、認定 NPO 法人 JUON (樹恩) NETWORK の鹿住貴之氏により、テーマ「割り箸が地域と地球を救う」の特別授業を行なった。

<sup>13</sup> エシカルについて未履修の 1 年生に対し、ごく短い説明が 2 年生より 1 年生の文化祭実行委員になされ、各 1 年生実行委員が企画をクラスで考える際に級友にエシカルについて説明したため、1 年生のエシカル消費に対する理解は限られたものであった。

<sup>14</sup> 世界の児童労働の子どもの数は、ILO が 4 年に 1 度出す統計によると、2016 年度 (2017 年発表) は 1 億 5100 万人とされており、10 人に 1 人が児童労働である。International Labor Organization (ILO) HP, <http://www.ilo.org/global/topics/child-labour/lang--en/index.htm>. (2018 年 5 月 6 日最終閲覧)。

<sup>15</sup> フリー・ザ・チルドレンジャパン HP : <http://www.ftcj.com>. (2018 年 5 月 1 日最終閲覧)。

<sup>16</sup> ユーザーローカル テキストマイニングツール <http://textmining.userlocal.jp/> (2018 年 5 月 10 日最終閲覧)。

<sup>17</sup> スコア: 文中で、出現回数だけではなく、重要度を加味した値である。スコアが高い単語は、テキストを特徴付ける単語と言える。

**謝辞** 本文化祭にご協力下さった皆様と率直な意見を述べ研究に協力いただきました生徒の皆様に心より御礼申し上げます。

## 参考文献

FSC Japan HP : <https://jp.fsc.org/jp-jp/fscnew>. (2018 年 5 月 1 日最終閲覧)。

樋口耕一. (2017). 計量テキスト分析および KH Coder の利用状況と展望, 社会学評論, 68 (3), pp334-350.

樋口耕一. (2014). 社会調査のための計量テキスト分析: 内容分析の継承と発展を目指して, ナカニシヤ出版.

平澤明彦. (2014). EU における動物福祉 (アニマルウェルフェア) 政策の概要, 農林水産省 平成 25 年度海外農業・貿易事情調査分析事業 (欧州) 報告書第 III 部.

株式会社日本ラベル HP : <http://www.nihon-label.co.jp/company/greeting-2/>. (2018 年 5 月 1 日最終閲覧)。

中村秀明. (2017). 「女の子だから」と・・・ 毎日新聞朝刊 8 面「水説」, 2017 年 10 月 11 日.

仁平典宏・藤田真文. (2017). 特集「テキストマイニングにおける方法論とメタ方法論」によせて, 社会学評論, 68 (3). p326-333.

認定 NPO 法人樹恩ネットワーク HP : <http://juon.univcoop.or.jp/chopsticks.html>, (2018 年 5 月 4 日最終閲覧)

農林水産省. アニマルウェルフェアについて, [http://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/animal\\_welfare.html/](http://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/animal_welfare.html/). (2018 年 5 月 10 日最終閲覧)

OIE 国際獣疫事務局 (World organization for animal health),

Animal welfare HP : <http://www.oie.int/en/animal-welfare/animal-welfare-at-a-glance/> (2018 年 5 月 6 日最終閲覧)。

小暮真久. (2009). “想い”と“頭脳”で稼ぐ 社会起業・実戦ガイド「20 円」で世界をつなぐ仕事, 日本能率協会マネジメントセンター.

望月一枝. (2012). シチズンシップ教育と教育のポジショナリティ, 勁草書房.

葭内ありさ. (2012). エシカル・ファッションを考えようー「背景」への眼差しを育てる消費者教育. お茶の水女子大学附属高等学校研究紀要, 57, p15-25.

Yoshiuchi, Arisa. (2017). Learning about Ethical Fashion in Home Economics

Classes: Experiences, Lectures, and Information Technology as Tools for Consumer Education, *International Journal of Home Economics* (IJHE), Vol.10 (2), p64-76.