

地域経済の衰退をとめよう！ ～エシカル消費で弘前を活性化～

田口 空・佐藤楓眞・花田流久

1. はじめに

2023 年度後期、私たちは弘前大学人文社会科学部の特設講義「消費者市民社会の実践」を受講し、その活動の一環として、エシカル消費と関連づけながら、地域経済の衰退をとめるために私たちにできることを検討した。そして、その成果を踏まえて、2024 年 1 月 18 日、弘前大学教育学部附属中学校を訪問し、1 年生 4 クラスを対象に模擬授業を行った。中学生のみなさんから、鋭い質問が寄せられ、私たち自身もあらためてこの問題について見直すことができ、相互に問題意識を高めることができた。

2. エシカル消費と地域活性化

エシカル消費とは、地域の活性化や雇用の問題などを考える行動を含めて、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のあり方を指す。それは、私たち一人一人が日々の買い物の際に、自分に何ができるか、何を選ぶか考えることがその第一歩となる。また、消費者庁のサイトを参照しながら、「地域に配慮した消費行動」について検討した。この消費行動は、私たちが地域の食材を選んだり、地域の伝統工芸品などの商品を買ったりすることによって地域を応援するというものである。

他方、地域経済に目を移すと、利便性やコロナ禍の影響で、近年、ネットショッピングの利用が増加し、地域で購入する人や外出する人が減少傾向にあるという。これでは地域での消費活動が停滞し、地域経済は衰退してしまう。そうならないために、買い物の際は、簡単さや便利さだけでなく、地域活性化も大事な視点となるだろう。

3. 弘前市内での取り組み

この状況を打破するために、弘前市内ではどのような取り組みが見られるか。具体的な事例を 4 つ取り上げて調査した。

第 1 に、Tecoca である。Tecoca は地域の住民同士の助け合いの輪を広げることを目的として、弘前商工会議所などが中心になって創設したポイント制度である。例えば、雪かきなどのお手伝いを求める人と手伝える人をサイトを通してマッチングさせる。手伝った人にはポイントが付与され、そのポイントを市内の参加店で利用することができる。しかし、このアプリの認知度はまだまだ低く、スマートフォンの利用に慣れていない高齢者にはハードルが高いといった課題もある。

第 2 に、「地元産品で地域と弘大生をつなぐプロジェクト」である。これは弘前大学と連

携協定を結ぶ青森県内の市町村が、地元産品を活用して弘前大学構内でPR活動を行い、各市町村の魅力を大学生に伝えようとするプロジェクトである。これまで3回実施され、地元産品の詰め合わせパッケージを大学生に無料で提供したり、地元の食材を利用したメニューを学生食堂で低価格で提供したりしている。

第3に、無人販売である。売る側は販売コストを抑えられるため、利益を増やせるし、買う側は安く地元の食材を買うことができるため、地産地消につながる。しかし、全国チェーン店の台頭などにより、地方の商店の衰退が止まらないのも事実である。

第4に、伝統工芸品の継承である。以前から、安価なプラスチック製品の普及などによる地域の伝統産業の衰退が問題視されている。しかし、伝統工芸品は天然の素材が使用され、手工業で生産されることから、エネルギー消費が少なく、環境にもやさしい。そのため伝統工芸品の継承は環境や地域に配慮したエシカル消費につながることを期待される。

これらの調査を進める中で感じたことは、地域活性化のために自分に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いうことである。上記の4つの取り組みだけでなく、私たちの身の回りにはエシカル消費につながる取り組みがたくさん見られる。そのため、まずは地元の食材や商品の良さを知り、それらを地元の店舗で買い、家族や友達と共有することが地域を応援することにつながるのである。

4. 附属中学校での模擬授業を踏まえて

以上のような内容を附属中学校で発表した。発表後、中学生のみなさんに感想文を提出していただいた。感想文の中には、伝統工芸品の使用や無人販売所の利用など、今回の発表で取り上げたエシカル消費をとくに意識せずに行っていたことに気づいたというものが散見された。私たち自身、エシカル消費という言葉について調べ、考えた上で、自分たちにできることを提示していたが、エコマークのついた商品を何気なく購入することや、贈り物にちょうど良いからと地域の工芸品を選ぶことはよくあった。今回の模擬授業では、普段の生活に浸透したエシカル消費の紹介などはできなかったが、自分たちにできることを知り、実際に商品を手にとって考えることが地域経済の活性化のための第一歩であるとあらためて考える。

5. おわりに

今回、「消費者市民社会の実践」として、地域経済の衰退を止めるために私たちができることを考えた。中学生に向けた消費者教育の実践は、中学生のエシカル消費に対する意識を高め、行動を促すきっかけになったのではないかと感じている。地域活性化は難しいテーマであり、明確な解決策がない。しかし、私たち一人一人が消費者として正しい知識を身に付け、少しずつでも行動に移していくことが重要である。持続可能な社会の実現に向けて、エシカル消費が社会に浸透していくことを願っている。

(田口 空・佐藤楓眞・花田流久 弘前大学人文社会科学部)