

大学コンソーシアム京都 インターンシップ・プログラム
長期プロジェクトコース プロジェクト報告書

特定非営利活動法人 気候ネットワーク
谷口果子・森重花梨

2022 年 11 月 7 日（月）提出

「環境問題に対する大学生の意識改革」

はじめに

この報告書では、2022 年度長期プロジェクトコース、特定非営利活動法人気候ネットワークでのインターンシップ活動を報告する。インターンシップ期間は 6 月 25 日の事務所訪問から 11 月 5 日のプロジェクト発表までとし、主にインタビュー取材からパンフレット完成までの経過を示す。それに伴って、以下のように章立てをし、インターンシップでの活動内容を明確に記す。

1. 方針決めまで
2. インタビュー交渉
3. インタビュー
4. パンフレット作成
5. プロジェクト評価
6. 最後に

1. 方針決めまで

私たちは 6 月 25 日にはじめて気候ネットワーク様の京都事務所で担当者である田浦健朗さんとお会いした。はじめは気候ネットワークとはどういうところなのか、気候変動問題はどのような問題なのかを私たちに説明して下さった。その後、気候ネットワーク様の過去の発行物を拝見したことで、気候ネットワーク様の活動内容が地域レベルから国際レベルまで様々な規模に及んでいることを知り、私たちのインターンシップ活動で行う内容を想像することができた。

7 月中旬にはワークシートと企画内容の共有を気候ネットワーク様の京都事務所で行った。企画内容に関しては、当初からこのプロジェクトの対象は大学生にしたいという考えがあったため、大学生が気軽に参加できる、環境問題に関連した食事会や講演会の企画を提案した。しかし、大学生という漠然とした枠組みしか考えていなかったことから具体的な計画を立てることができず、対象を絞ることで企画を考えるという視点がなかったと痛感した。また、講演会にしろ、食事会にしろ、集客方法・広告・講演者などの課題やコロナ禍の拡大も相まって、イベント形式は厳しいという結論に至った。

その後の田浦さんとの話し合いでも企画内容が決まらなかったため、テスト期間の合間を縫ってプロジェクト生同士で電話をし、企画を考えることになった。この時も情報発信はどうしても一方通行になりがちであることや、情報を通して実際に行動に移してくれる人は少ないのではという根本的な問題に直面し、なかなか良いアイデアが出ない状況が続いた。それでも、私たちの成果物に対するフィードバックのある活動や人との交流をしたいと考えていたため、講演会や食事会よりも比較的参加するハードルの低い交流会を開くのはどうかと考えた。そこで、田浦さんとのオンライン会議の際に交流会のアイデアを提案した。

このとき、田浦さんから大学生が何に興味を持っているのかという問題に関しては、一般的な大学生のことではなく、私たち自身が何に興味を持っているのかという切り口から企画内容を考えてみてはどうかという提案をいただいた。そこで、私たちは洋服や食べ物と環境を結びつける案を出し、服は、古着やサステナブルファッション、食べ物はフードロス問題やオーガニック製品、ヴィーガンが環境と組み合わせることができると考えた。

このように方針がある程度定まりつつあったところで、私たちは期末試験期間を迎えたため、しばらくの間はインターンシップ活動を停止し、その間は個人でアイデアを考えることになった。試験後、田浦さんとのオンライン会議でそれぞれの案を提示した。そこでは、エコバッグや野菜の保存方法の一覧表、クリアファイルなど様々なアイデアが行き交った。その際、エシカルな食事を提供している店舗をマッピングしたらどうか、という提案に対して、田浦さんが面白いとおっしゃってくださったため、その方針で活動を進めることに決めた。

2. インタビュー交渉

まず、インターネットで「飲食店」「環境問題」「フードロス」「オーガニック」などのキーワードを用いてプロジェクト活動と関連のありそうな店舗を検索した。このとき、ヒットする企業が多かったため、的確に選別することは難しかった。また、各々で調べるだけでなく、定期的にプロジェクト生同士で電話しながら作業を進めたことで、お互いに情報を共有しながらでき、スムーズに企業を絞り込むことができた。ある程度企業を絞った段階で、10社ほどにホームページにある問い合わせフォームやメールを通して連絡を取り始めた。問い合わせ内容については、2人で同様の内容になるように事前にメールのフォーマットを作成し、企業が取り組んでいる内容に応じた質問事項もインタビュー依頼と同時に送信した。しかし、返信のない企業が半数を占めてしまい、想定より少ない店舗数になった。インタビューの受け入れ企業様は以下の4社である。

・株式会社ビオスタイル GOOD NATURE MARKET 様

オーガニックを意識した商品や環境にやさしい商品を多く販売している複合型商業施設。量り売りは一見お客さんの手間のように感じるが、入れ物やブースにこだわった空間で体験を楽しんでもらえるような空間となっている。

・アスカ有機農園様

オーガニック野菜に力を入れている八百屋さん。京都オーガニックアクションという八百屋さんのグループとしても活動されている。そこでは、オーガニック野菜を作る農家さんたちとグループを作り、オーガニック野菜を広めている活動を行っている。

- ・ねおん食堂様

オーガニックな食材を用いて、体と環境にやさしい料理を提供する飲食店。仕入れ先やメニューなど様々なところにこだわりを持っている。

- ・JA 全農京都 みのもりカフェ 京都ポルタ様

JA が主催している「みのもりのるプロジェクト」の一環のカフェ。地産地消に力を入れている。

3. インタビュー

事前にホームページや各種 SNS を通してその企業様の特長やこだわりを知ったうえで、私たちが調べた段階で気になった点や環境問題に関する質問を考えた。また、インタビューの際には音声を録音させてもらい、メモに時間をとられることなくインタビューに集中できるようにした。以下、各インタビューで感じたことを記載する。

- ・株式会社ビオスタイル GOOD NATURE MARKET 本山様

最初のインタビューだったので、緊張と不安が大きかった。しかし、本山様が気さくに話してくださったおかげで時間が経つにつれて緊張がほぐれた。本山様は、環境について知ってもらうには「体験」が大切ということを強調していた。ただ座学でオーガニックや環境について考えても、自身の生活に生かすことができる人は稀だと思う。実際に「体験」することで、楽しい、面白い、これならできそうなどの感想を持ち、個人個人で生活にオーガニックや環境にやさしいものを取り入れることができる。オーガニックの世界に入る入り口を提供している場なのだとおっしゃっていた。お客さんの価値観を大切にしていって陳列に分類の名称を記載しないことで、多くのお客さんに商品に触れてもらう機会を増やすために細かい点まで工夫していた。

- ・アスカ有機農園 伊原様ご夫婦

農業に対する思いを野菜の作り方や集荷方法、販売の仕方など様々な視点からお話くださった。時間を割いて移動販売もされているというお話や伊原様ご夫婦とつながりのある農家さんたちのユーモアなエピソードのお話など、温かい雰囲気の中インタビューを進めることができた。環境問題改善に向けたお話の中で、オールシーズン食材を求めるのではなく、旬の食材を食べることでフードロス問題解決に貢献できるから日本の季節に合わせた食事をすると良いということが興味深かった。これは大学生が明日から取り組めることであるため、今回の私たちのプロジェクト内容に合致している話題だと感じた。このようにオーガニック野菜を広めることに真剣に活動をされているお話を聞いて、私たちのインターンシップに対する意欲を強く持つことができた。

・ねおん食堂 水島様

インタビューの内容は、主に水島様の人生観についてのお話だった。お話を聞けば聞くほど、水島様のポジティブさや積極的な行動力に驚いた。ねおん食堂様はお店のスタッフだけではなく、食材の仕入れ先の方や農家さん、お客さんなど多くの人的ご縁を大切にされているとわかった。環境問題に対して、真剣に向き合うことも大切だが敏感になりすぎずに環境や SDGs を大切にしようと心掛けること自体が重要であり、その心持が自然と環境問題改善につながる行動を可能にするというお話が印象的だった。ねおん食堂様は、環境について行動したいという人は誰でも歓迎し、お店に足を運んでくださった人に「環境にやさしい」を体感してもらう場を提供していると感じた。環境やオーガニックについて興味がある人は誰でも歓迎していて、オーガニックに対する入り口の広さを感じた。

・JA 全農京都 みのりカフェ京都ポルタ店 渡邊様

地産地消がフードロス改善に繋がることは漠然と知った状態でインタビューに向かったが、渡邊様自身は環境問題のために地産地消を取り入れているのではなく、地元の食材を食べてほしいという思いで活動しているとおっしゃっていた。環境を改善しようという意識はなくても、自然と環境問題改善につながることはあるというのは、興味深いと感じた。インタビューでは、どのようにして仕入れ先の農家さんを決めて、仕入れて、お客さんに提供しているのかなど詳しくお話を聞くことができた。地産地消はよく聞く言葉だが、実際にどのように行われているのかを知ることができ、学びの多い時間だった。

全体のインタビューを通して、どの企業様とも気さくに環境について深くお話しすることができ、環境について多くの知識を得られた。また、今回のインタビューの目標でもある大学生の意識改革などもお話しできたため、充実した時間を過ごすことができた。またインタビューを重ねるにつれて、緊張することなく自分の思いや企業さんの考えを考慮しながら冷静に質問を考えて会話することができるようになったと実感した。

4. パンフレット作成にあたって

みのりカフェ 京都ポルタ店様でのインタビューが終了した後から、本格的にパンフレット作成を始めた。パンフレットでは、インタビューを通して各々が感じたことを反映するために、それぞれがインタビューの交渉をした店舗の記事を書くことにした。また、キャンパスプラザ京都の1階に集まってお互いの調子を見ながらパンフレットの作成を進めることで、パンフレットのレイアウトや構成・デザインを統一する手間を省くように心掛けた。パンフレットの内容は、インタビューを受けてくださった企業様の生の声を届けたいという思いから対談形式に決めた。その段階で、インタビュー内容を一貫したものにするために、パンフレットの主旨を決めることにした。パンフレットの主旨については、当初は脱炭素や環境問題とインタビュー内容を直接的につなげようと考えていたが、4店舗のインタビューに共通することは「モノのありがたみ」・「人とのつながり」・「それぞれの価値観を大切に」

というメッセージだと気づいたため、自然やつながりという言葉を手フレッツのコンセプトにした。また、大学生が環境問題に興味を抱くことがこのプロジェクトの原点でもあったため、できるだけ気候変動そのものの問題を提示するのではなく、あくまで読み物として親しみやすい内容になるように心掛けた。これらを踏まえて、インタビュー内容をまとめた。結果的に、手フレッツにはコンセプトである「自然」や「つながり」と関連性の高い話が多くなった。しかし、手フレッツに掲載していない内容も私たちにとっては大変貴重なお話だったため、その内容を全く記載しないことはもったいないと感じた。そこで、「インタビューを振り返って」というページを設けて、私たち個人の体験記として簡潔にその想いを伝えることにした。

事務作業に関しては、一から手フレッツ作成をすることは初めてだったため、文字の大きさ・フォント・背景・レイアウトなど予想以上に検討することが多く、10月下旬まで2人で集まって作業をしていた。また、インタビューを受けてくださった企業様に校正願いをした際に、企業様の基本情報や日本語の表現方法に誤りがあると指摘を受けたため、今後このような機会があればより丁寧な校正を心掛けたいと感じた。

5. プロジェクト評価

このプロジェクト評価は、インターンシップ・プログラムの講義内での気候ネットワークとの話し合いに基づいて報告する。評価方法には①妥当性、②有効性、③効率、④インパクトの4つがあったため、それぞれの評価を提示してから総合的な評価を下したい。

まず、妥当性に関してはややあったと考えられる。そもそも、気候ネットワークの究極の目標は持続可能な脱炭素社会の実現というとても大きな目標であるから、それを実現可能な範囲の目標に縮小した。その目標は、大学生が気候問題について考える機会を与え、大学生の意識改革を行うことにした。この目標を実現するために、プロジェクトの内容を大学生の興味がありそうな「食」に焦点を当てて、それと環境問題を結び付けた点はよかったと考えられる。しかし、手フレッツという情報が一方通行になりやすい媒体でインタビュー記事を作成したことは、フィードバックや効果をはっきりと得られないため、この点は課題である。これらを踏まえて総合的に判断すると、妥当性はややみられたという結論に至る。

有効性に関しては、今のところ測定は難しいため評価はできなかった。先述したように、手フレッツという紙媒体のため、現時点ではフィードバックがなくその手フレッツの影響力を計ることはできない。しかし、インタビューを受けてくださった企業様の立場に視点を変えると、私たちのような大学生がインタビューしたいと交渉したことはその企業様の事業内容が大学生にも伝わっている、興味を持っていると企業様が知ることになる。この点に関しては、企業様にプラスの影響を与えていると考えられ、それによってさらに企業様の活動が活発になれば究極のプロジェクト目標に近づいていることになる。このことから、私たちの成果物に関する有効性は評価しづらいが、企業様にインタビューするという行動に関しては有効性があっただろう。

効率に関しては、評価できると考えられる。プロジェクト生が2人しかいないこともあり、一人当たりの仕事量は多かった。しかし、その分効率的に作業を進めるために予めメールの文面のテンプレートを作成し、できるだけ直接会ってパンフレット作成や会議、下調べをした。それによって、ある程度の共通認識の下で作業を進めることができたため、最小限の仕事量で成果物を作成できた。

最後に、インパクトに関しては、わずかな正の影響があったといえる。本来の目標に対しても、私たちが設定した目標に対しても効果が分からないため明確な判断は難しい。また、気候ネットワーク様に対する影響力も現段階ではパンフレットを配布することがなかったためわからないのが現状である。このことから、インパクトに関しては負の影響ではないが、小さなものであると想定される。

以上のように、私たちのプロジェクト活動はメンバー個人に関しては高評価だが、受け入れ先様にとっては小さな評価だといえる。そのため、私たちの課題点としては自分本位であったことだろう。良い意味でも悪い意味でも主体的に行動することが多く、この成果物が社会にとってどのようなものであってほしいか、このパンフレットの読者がどのように感じるのか、受け入れ先様が私たちのパンフレットを通して何ができるのか、という多角的な効果を考えることが少なかった。しかし、インタビュー先で取材を受けてくださった企業様から元気をもらえた、楽しかった、貴重な体験だったというお言葉をいただき、中にはインタビューの後もまた取材に来てほしいという招待をいただくこともあったため、このプロジェクトの中で出会った方たちとのつながりは確かな成果のひとつだと思う。

6. 最後に

このプロジェクトを達成できたのは、特定非営利活動法人 気候ネットワーク 田浦健朗さんをはじめ、CO の桜沢隆哉先生、株式会社ビオスタイル GOOD NATURE MARKET マーケット事業部シニアマネージャーの本山喜之様、一般社団法人 京都オーガニックアクション COO/アスカ有機農園 代表者の伊原彰康様、ねおん食堂 ディレクターの水島英芽様、JA 全農京都 生産資材部 販売企画課の渡邊隆司様にこの場を借りて感謝の気持ちを表明いたします。