

2019年1月16日

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)

**東京都立白鷗高等学校附属中学校の石田天歩さんが、最優秀賞を受賞
中学生を対象とした「消費生活に関する作文コンクール」を実施**

企業や団体のお客さま相談部門の責任者・担当で組織する公益社団法人消費者関連専門家会議(通称・ACAP＝エイキャップ、所在地:東京都新宿区)では、ACAP消費者問題に関する「わたしの提言」の実施に併せて、これからの時代を担う中学生を対象に、「消費生活に関する作文コンクール」を実施しています。

今回は、“もったいない”精神、フェアトレード、環境問題、地産地消、消費者と生産者の関係、消費者被害の未然防止など、さまざまなテーマで、各地より 551作品の応募がありました。どの作品も、身の回りで起きている消費生活に関する問題に真剣に向き合い、その解決策について自らの考えをまとめていました。

審査の結果、最優秀賞には東京都立白鷗高等学校附属中学校 2年生の石田天歩さんの「食器を洗うのはもったいない？」が選ばれました。

ACAPでは若年層の消費者問題に関する意識の醸成を目指して、今後も本作文コンクールを積極的に展開してまいります。

1. 募集テーマ

消費生活に関する作文として、題名は自由。

2. 応募状況

項目	内 訳
応募数	551作品(学校応募 98.7%、個人応募 1.3%)
応募者の学年	1年生 28.1%、2年生 34.7%、3年生 35.6%、不明 1.6%
応募者の地域	北海道 0%、東北 0%、関東 85.7%、中部 0%、近畿 12.0%、 中国 2.0%、四国 0%、九州 0.4%、沖縄県 0%

3. 審査状況

(1)一次審査(2018年11月1日～5日実施)

応募551作品より 12作品を選出。

(2)本審査(2018年12月7日実施)

12作品から各賞を選出。

*本審査員

<審査委員長>	東 珠実 氏	日本消費者教育学会 会長
<審査委員>	増田 悦子 氏	公益社団法人全国消費生活相談員協会 理事長
	白石裕美子 氏	東京市民法律事務所・弁護士
	高島 竜祐 氏	消費者庁 審議官
	島谷 克史	公益社団法人消費者関連専門家会議 理事長

4. 審査結果

(敬称略)

賞	題名	氏名	所属・学校所在地
最優秀賞	食器を洗うのはもったいない？	いしだ てんぽ 石田 天歩	東京都立白鷗高等学校附属中学校2年生 (東京都)
優秀賞	増やそう、幸せな生活	やまだ 山田 ゆりか	東京都立白鷗高等学校附属中学校1年生 (東京都)
入選	資源を大切に	せみず ななみ 勢水 菜々実	姫路市立豊富中学校3年生 (兵庫県)
入選	廃棄される命	たなべ ののか 田辺 野乃佳	松戸市立第二中学校3年生 (千葉県)
入選	物を買う	もり 森 あずさ	東京都立白鷗高等学校附属中学校1年生 (東京都)

■各受賞作文はACAPホームページ(<https://www.acap.or.jp/>)に掲載いたします(1月下旬掲載予定)。

<最優秀賞(全文)>

食器を洗うのはもったいない？

都立白鷗高等学校附属中学校2年生 石田 天歩

両親が冷蔵庫を買い替える話をしていた。我が家の現役で頑張っている冷蔵庫を捨て、高いお金を出して買い替えるのは、資源とお金ももったいないと思った。

両親は最新の冷蔵庫は省エネ性能が高いため、電気代の節約になり、同時に電気を作るための化石燃料などの資源の節約にもなる、と説明してくれた。また、冷蔵庫は通常十年ぐらい使うので、仮に一年で電気代が一万円節約できれば十年で十万円になり、買い替えるお金が無駄ということではないらしい。

冷蔵庫の話から、もったいないと思う対象は、国や人によって異なることを思い出した。例えば、以前住んでいた米国では、普段から紙皿を使って食事をする家があった。一回ごとに紙皿を捨てるのは、日本人からすれば紙資源の無駄だと思うが、彼らはむしろ食事の都度お皿を洗う水と水道代のほうが、無駄ではないかと主張する。また、米国で住んでいた家はセントラルヒーティングで、浴室ですら冷暖房が行き届いて快適だったが、その代わりに数万円の電気代が掛かっていた。しかし、医療費が高い米国では、快適温度で過ごし、病気になりにくくするほうが、結果的にはお金の節約になると考える人がかなりいるらしい。

同じように、パソコンやスマートフォンなど頻繁に新製品に乗り換えている人の話を聞くと、高い処理能力や新機能

により、少しでも作業時間が短縮できることに価値があるという。彼らにとっては、古い機種を使い続けるのは、貴重な「時間」がもったいないのである。

つまり、もったいないと思う基準は様々である。特に目に見える「モノ」だけが、もったいないというわけではないのだ。

お皿の話は、紙資源と水資源という目に見える「モノ」同士を比較した場合の価値観の違いを示している。一方、セントラルヒーティングや最新スマートフォンの例は、一見すると、資源やお金の無駄使いのようだが、それで自分の「健康」や「時間」を買っているのであり、単純に目に見える「モノ」だけがもったいないという話ではない。

両親が冷蔵庫を買い替える最大の理由は、食事療法のために大きな冷凍庫が必要だが、今の冷蔵庫は容量が小さく、ストレスを感じているからだという。冷蔵庫を買い替えることで、ストレスの軽減になれば、これも「心の健康」を買っているとも言える。

何かを買うときは、「もったいない」精神を持って、本当に必要なものだけを買うべきなのは言うまでもない。ただし、もう少し広い視野と価値観を持って、何かを消費するときの「目に見えない価値」も考えられる賢い消費者になるべきだと思う。

公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）

事務局長代理 茨木 彰彦 TEL：03-3353-4999 E-MAIL：acap@acap.jp

以上

◆公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）

企業や団体のお客様相談部門の責任者・担当者で構成する組織として、1980年（昭和55年）の設立以来、企業の消費者志向経営の推進、消費者対応力の向上、消費者、行政、企業相互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発活動、交流活動等を行っています。

英文表記の the Association of Consumer Affairs Professionals の頭文字をとり、ACAP（エイキャップ）の名前で、親しまれています。

会員数	正会員741名(572社) 全会員数866名 (2018年12月19日現在)
理事長	島谷 克史(しまたに かつし) 株式会社消費科学研究所
特別顧問	高 巖 (たか いわお) 麗澤大学大学院経済研究科教授
所在地等	【事務局】 〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル5F TEL 03-3353-4999 FAX 03-3353-5049 http://www.acap.or.jp 【大阪事務所】 〒540-0028 大阪市中央区常盤町 2-1-8 FGビル大阪7階 TEL 06-6943-4999 FAX 06-6943-4900