1 貧困をなくそう

「貧困」をテーマに探究する課題を考えてみよう!

STEP 1 下記の「子どもの貧困」に関する記事を読み、興味のタネを考えてみよう。

キーワード 1-2 「子どもの貧困」

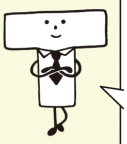
「子どもの貧困」とは？

貧困は子どもの生活や進路に大きな影響を及ぼし，人生の選択肢を狭めてしまう。しかも貧困は開発途上国だけの問題ではない。先進国でも今，子どもたちの貧困が発生しており，社会的な問題となっている。

貧困ってどうやったらなくせるんだろう？

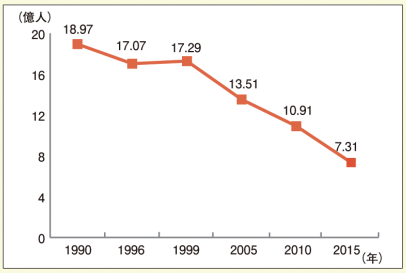
Qちゃん，世界には，食べ物や家のように，生きるために必要なものが不足している人たちがたくさんいるんだって。**数にしたら 7億3100万人もいる**みたい。

7億人…。そんなにたくさんいるんだね。数は増えてるの?減っているの?



さっき調べたら，右のグラフが見つかったよ。25年前と比べて，今は半分以下まで減ったみたい。それは，本当によいことだよね。
だけど，**別の形の貧困も出てきている**んだって。どんな貧困かというと，以前に比べて，その国の平均的な所得のたった半分以下で暮らす人が目立ってきているみたいなんだ。貧困にもいろいろな種類があるんだね。

世界の絶対的貧困数の推移※



※世界銀行「Regional aggregation using 2011 PPP and $1.9/day poverty line」をもとに作成

つまり，所得の格差が広がっているってことなのかな？生きるために必要なものを欠く貧困が減ってきている一方で，そうした貧困とは別の形の貧困も出てきている。**貧困は複雑になってきている**みたい…。どうしてそんな状況になっているんだろう。原因はそれぞれ違うのかな。

世界でも日本でも，子どもの貧困は大きな問題じゃ。Qちゃんが言うように，貧困の形が一つとは限らないぞ。貧困に対して，世界でも，日本でも様々な動きがあるが，まだ解決には至っていない。もっと国や民間の経済的・社会的な支援が必要だし，貧困を根本から解決するような対策も求められているんじゃ。

調べるとさらに広がる！ 関連キーワード：ジニ係数／絶対的貧困・相対的貧困／リーマンショック／貧困の悪循環／グラミンバンク

興味のタネ 課題になりそうなこと

記事を読んで気になった用語やトピック、内容を自由に記入しよう。

STEP 2 興味のタネについて調べてみよう。

調べてわかったことをまとめよう

STEP 3 興味のタネについて、自分なりの疑問を出してみよう。

1 ５Ｗ１Ｈをヒントに、できるだけたくさんの疑問を書いてみよう。

事 項 What	～は何か？	人 Who	だれが／だれに？
状 況 When Where	いつ・どこで？	理 由 Why	なぜ？
選 択 Which	どれが？	手 段 How	どのように？

2 疑問の中から、自分が一番知りたい、やってみたいと思うものを１つ選んで記入しよう！

貧困に関連した活動に取り組む
先輩の探究プロセスをのぞいてみるのじゃ。

次は社会人の先輩による探究の例！

みんなが幸せになれる みんなのための食卓づくり

©Junko Kaisato

TABLE FOR TWO 代表
安東迪子（あんどうみちこ）さん

TABLE FOR TWOは、「食」を通じて先進国と開発途上国の健康問題の解決をめざすNPO（非営利団体）。2007年に設立され、現在8名の事務局員によって運営されている。団体名は「二人のための食卓」を意味している。

安東さんはTFTの創業メンバーの一人。現在は事務局の代表として、海外の支援先の視察、新しい企画の検討・実施、広報など、TFTの仕事を幅広く手がけ、団体の運営を支えている。

2つの世界に広がるギャップ どうすれば解決できる？

TABLE FOR TWOの仕組みはとてもシンプルです。企業や大学の食堂、レストランなどで、TFTが提供するメニューを食べるたびに、1食あたり20円が寄付されます。私たちはその寄付されたお金を使い、アフリカやアジアの貧しい子どもたちに給食を届けます。ポイントは“20円”であること。アフリカの貧しい子どもたちの1食にかかる費用が、ちょうど20円なんですね。日本で1食取るごとに、開発途上国の子どもも1食とることができる。しかも、日本で提供されるTFTのメニューは健康にいいヘルシーメニュー。日本をはじめとした先進国で広がる肥満と、開発途上国に広がる飢餓を、特定のメニューを食べることで解決しようという試みなんです。

私はミッション系の学校に通っていたこともあり、学生時代から「社会人になったら収入の一部を寄付しよう」と思っていました。そして実際に、開発途上国の子どもを支援する団体に寄付していました。また、私は“食べる”ことが大好きで、TFTに入る前は食品の輸入会社で働いていました。でも、食べ物に関わる仕事だからこそ、食べ物が粗末に扱われる場面も見ていて。食べきれないから、使いきれないからと、捨てられる食材ってとても多いんです。

寄付をしている団体からは、「○○国の飢餓が深刻です」と、寄付の案内が届く。でも日本では、たくさんの食材が捨てられている。これってとても“いびつ”ですよね。そう悩んでいるとき、たまたまTFTが立ち上げられたことを知人から聞き、迷わず参画したんです。

活動の軸はぶらさずに 意見を次々取り入れる

私がTFTに加入したとき、寄付の仕組みはもうできあがっていました。なので、私の仕事は次のステップから。TFTの活動に賛同し、メニューを社員食堂に置いてくれる企業を広めていくことでした。

電話をしたり、人づてに約束を取りつけたり、アポなしで会社を訪ねてみたり…。いろいろな方法で企業の担当者さんに連絡を取りました。ただ、それですぐ「はい、わかりました」と導入してくれるわけではないんですね。コンセプトを理解してくれないこともあれば、批判されることだってありました。でも、そうやって人に話を聞き、自分たちにない視点や意見を取り入れていくことこそ、私たちにとって大事な情報収集だったんです。

例えば、ある企業の担当者さんから「もっと細かいレポートがほしい」と言われたことがありました。私たちは寄付金の使われ方や活動内容をきちんと公開しているつもりでしたが、寄付をしてくれた方から見ると、それは決して満足できるものではなかったんです。この一言で、初めてそう気づかされました。それからすぐに、集めた寄付金の額、支援先の様子、累計の食事数などをまとめ、「マンスリーレポート」として月に一度配信することを決めました。

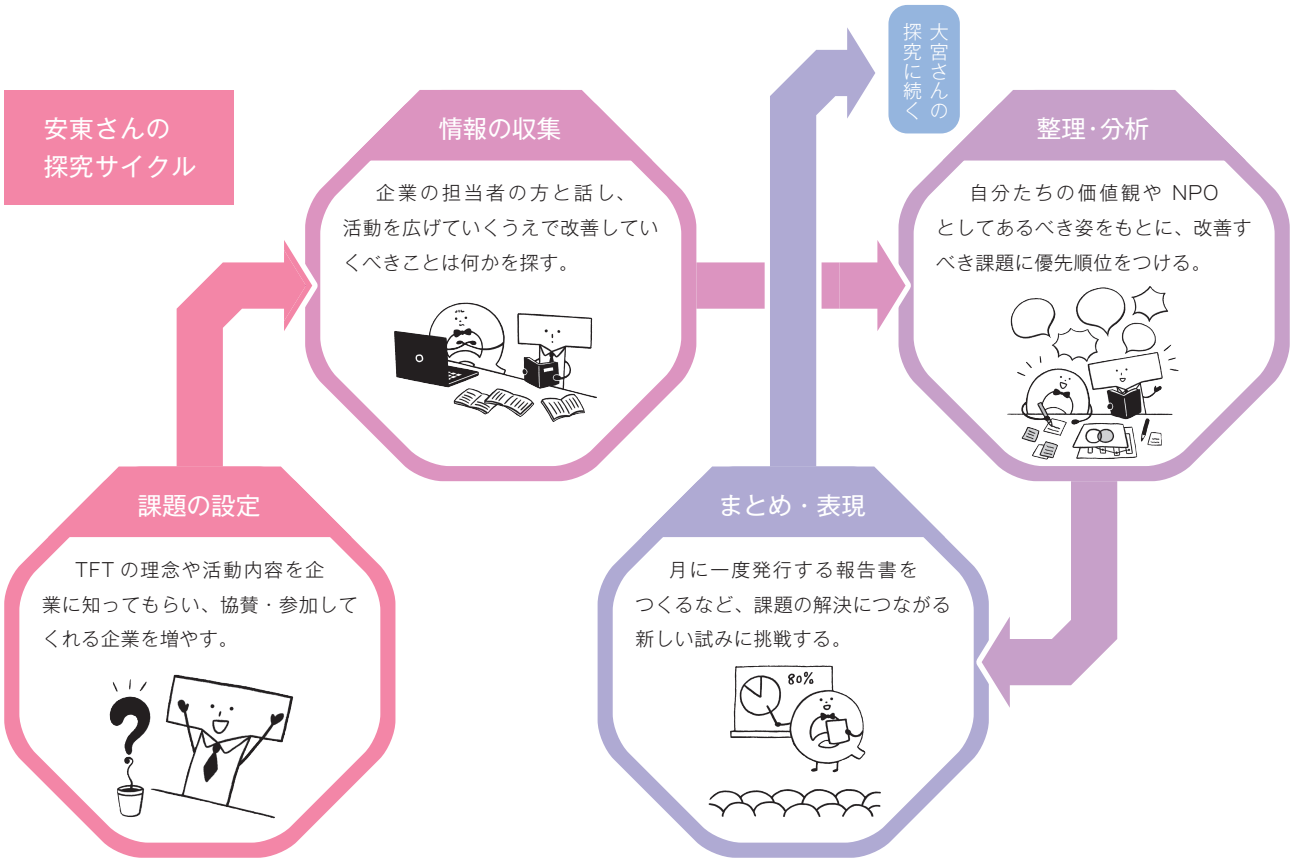
ただ、いただいた意見のすべてを反映するわけではありません。例えば「ヘルシーメニューだけでなく、すべてのメニューを寄付の対象にしてほしい」という意見。よく言われるのですが、そうすると「先進国の肥満を減らす」というコンセプトの1つがぶれてしまいます。組織としてやるべきか、組織のコンセプトに合うのかを軸に、いただいた意見を整理することも必要でした。

様々な方に意見を聞いては、活動の軸がぶれない範囲で反映し、また意見を聞く。そうしてずっと改善を続けていくうちに、口コミも広がり、賛同してくれる企業が増えていきました。今、TFTの協賛企業は800以上。海外の方もふくめ、のべ9000万人が参加する事業に成長しました。それでも、まだ肥満や貧困の問題は解決していません。これからも活動を続け、私たちらしい、TFTだからこそできることを世界に広げていくつもりです。

あなただけのワクワクを探してほしい

大好きな「食べること」。その食べることの中に課題を見出したから、私はTFTの活動に打ち込み続けられているんだと思います。大好きなこと、興味のあるキーワードと結びついているからこそ、ワクワクしたまま活動できるんです。

みなさんも、しっくりくる課題が思い浮かばないなら、何か自分が大好きなことと、気になる社会問題を「かけ算」してみたらどうでしょう。ゲームでも、ダンスでも、何でも構いません。あなたしか思いつかない、ユニークな課題が見つかるかもしれませんよ。人から見てどうではなく、あなたがワクワクできることを、あなたの課題にしてください。



おにぎりをシェアして寄付!?
食堂の外に広がる“食卓”

TABLE FOR TWO CMO
（チーフ・マーケティング・オフィサー）
大宮千絵さん
（おおみや ちえ）

自動車メーカーのマーケティング部門への勤務を経て、2015年にTFTに参画。前職のマーケティングの知識を生かし、シンプルでわかりやすく楽しめる企画を生み出し続けている。

大宮さんが手がけた「おにぎりアクション」はSNSを中心に大ヒットし、2018年は65万人もの人がこのキャンペーンに参加。アジア・アフリカの子どもたちに送る給食100万食分の寄付金を集めることに成功している。

おにぎりアクション

今年も開催します!
おにぎりアクション 2019 は、10/7（月）から 11/20（水）まで。

おにぎりアクション

よりたくさんの人が楽しめる新しい企画づくりへ

私は中学生の頃、病気で学校に行けなくなった時期がありました。とても苦しくて、世の中には自分の力でどうにもならないことがあるのだと思い知らされましたね。そのとき、病気が治ったら、同じように“どうにもならない”状況になっている人の助けになりたいと強く感じました。

社会人になり、自分にできることを探しているうちにTFTに出会い、2009年頃からボランティアとして活動に関わり始めました。そのころ、ちょうどTFTの活動は伸び盛り。社員食堂での事業が広まり、参加してくれるビジネスマンが増えていました。ただ、参加したくても参加できない人たちもいたんですね。特に主婦の方からは、「私ももっと参加したいのに」という声が寄せられていました。

そこで私が関わらせてもらったのが、TFTへの寄付がついたオリジナルのお弁当箱づくりでした。主婦の方に購入してもらうために始めて、企画自体は好評だったのですが、反省点もありました。お弁当箱は長持ちすることから、買い換える機会が少なかったんですね。たくさんの子どもたちに給食を届けるには、もっと繰り返し参加してもらえて、寄付を継続して集められる企画を考える必要がありました。そこでヒントになったのが、「おにぎり」だったんです。

“おにぎり”に込められたいくつものメッセージ

きっかけは、海外で開催された和食イベントで、外国人の方が笑顔でおにぎりを握っている写真を見たことでした。おにぎりは日本人なら誰でも知っていて、親しみがわくもの。特に主婦の方にとって、子どものために握るおにぎりにメッセージ性を感じる人は多いと考えました。何より、「おにぎりを使った、世界の子どもたちのためになる活動」は、シンプルで強い印象を持たせられると思ったんです。

こうして始まったのが、今も定期的に開催している「おにぎりアクション」というキャンペーン。開催期間中、おにぎりの写真を特設サイトかSNSに1枚投稿するごとに、海外の子どもに給食が提供されるというキャンペーンです。ただ、それだけだとインパクトが少し弱いように感じたので、「おにぎりの写真1枚に対して、“5食”が寄付される」ことにしました。これなら「なんだかすごいな」と驚き、いろいろな人にシェアしてもらえると考えました。シンプルだけど、どこでも・誰でも参加できて、広まりやすい活動に仕上がりました。

話した人たちの笑顔が成功の確信につながった

すぐに形になったように見えて、実はいろいろな人に意見を聞くこともしていたんです。これってどう思いますか、と。安東さんのように、TFTのメンバーの意見はもちろん、協賛してくれる企業の方々の意見も伺いました。企画書を渡して説明すると、どの方もほっこりした笑顔で聞いてくれたのが印象的で、企画が響いているなと感じました。

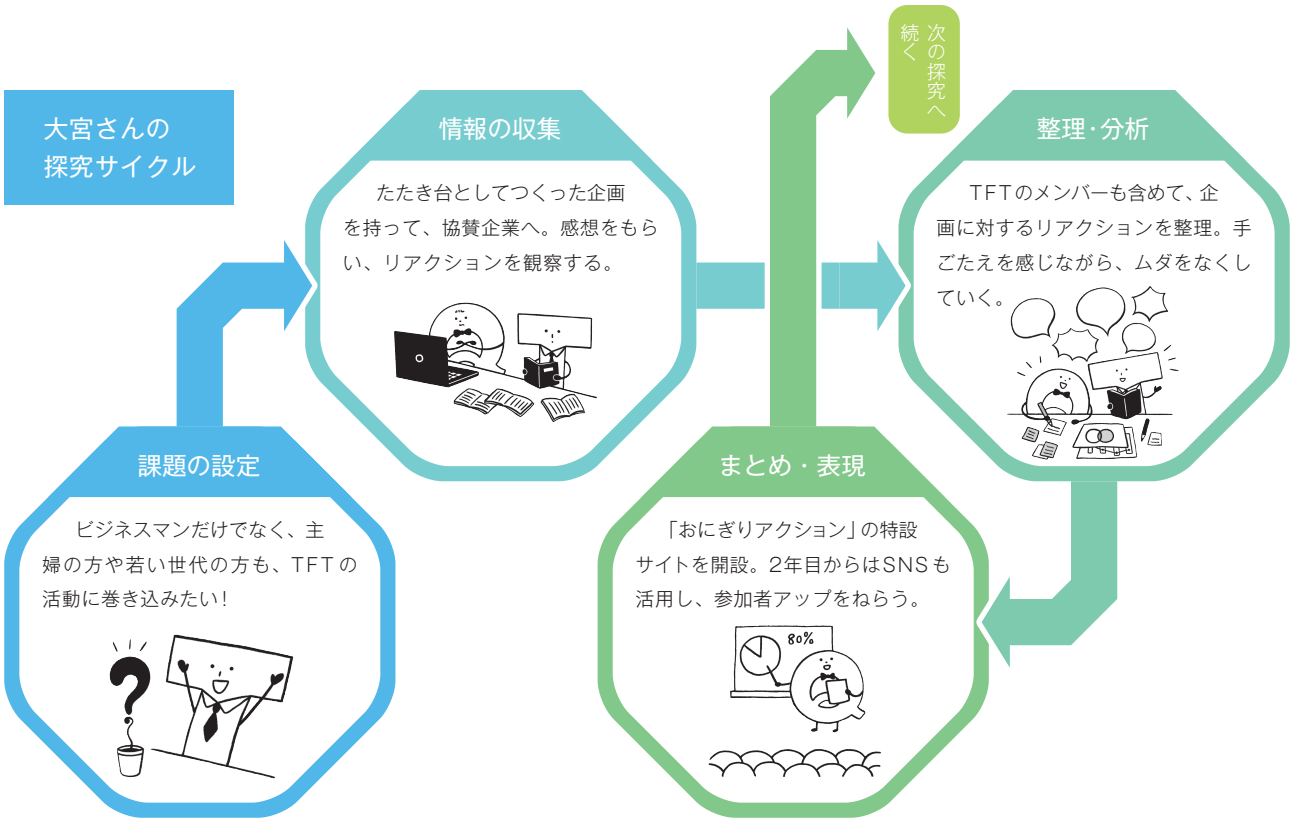
そうして得られた感想、意見をあらためて整理して、わかりやすく伝えられる方法を考えました。例えば、はじめは「おにぎりアクション」ではなく、「おにぎりいただきます! Social action」というタイトルだったんです。でも、これって長いですよね。Social actionという言葉も何を指しているのかわかりづらい。それで、「おにぎりアクション」というシンプルな名前をつけ直しました。

2018年、4回目の開催までに20万枚の投稿と65万人の参加者を集めることができました。届けた給食は100万食以上。企画の内容も名前も、ムダを削ぎ落としたシンプルなものにしたからこそ、成功を収められたのだと思います。また、年によって企画を変化させている部分もあります。例えば2年目は、よりシェアしやすいように写真投稿の場をSNS上へも拡大。緑茶のメーカーとコラボし、おにぎりの写真にペットボトルのお茶を添えると寄付できる給食が10食になるキャンペーンも行いました。ほかにも自動車メーカーや自治体など、いろいろな方々と協力して、毎年新しい「おにぎりアクション」を提供しています。これから先、10年、20年と続けていって、より多くの人が楽しめる活動にしていけたらと思っています。

最初の関心は浅くてもいい少しずつ、深めていって

課題を決めるとき、いきなり「これ!」と決めてしまうのではなく、まずは広く浅く、いろいろなものごとを見てみたらどうでしょうか。浅く見ていく中で、自分の心が動いたことをテーマにしたほうが、深く考えやすくなると思います。もっとこういう世の中にならないかな、と思うことが見つかると、「課題設定」から「まとめ・表現」まで、芯が通った探究活動ができると思いますよ。

誰かに言われたからやるのではなく、自分が面白いと思える課題を、ぜひこれから見つけていってください。



おにぎりで世界を変える!?

「おにぎりアクション」のご紹介

国連が制定した10月16日”世界食料デー”を記念し
日本の食で世界を変える「おにぎりアクション」

2019年10月7日(月)～11月20日(水)開催！

「おにぎりアクション」は、10月16日“世界食料デー”を記念し、NPO法人TABLE FOR TWOが2015年に始めたソーシャルアクションです。おにぎりにまつわる写真に、ハッシュタグ **#OnigiriAction** をつけてSNSまたは特設サイトに投稿すると、アフリカ・アジアの子どもたちに給食5食（100円）をプレゼントできる取り組みです。投稿する方にはお金がかからず、趣旨に賛同する協賛企業様より給食への寄付をご提供をいただいております。

開始から4年間で世界51か国148万人の方が参加し、約300万食の学校給食をアフリカ・アジアの子どもたちに届けてきました。昨年はInstagramのトレンドランキング1位、日本マーケティング大賞奨励賞とアジア・マーケティング3.0アワード大賞を受賞しました。

キャンペーンを通じてSDGsへ参加できるとして、昨年多くの学校にご参加いただきましたが、今年は海星学院高等学校、京都学園中学校・高等学校、神戸山手女子中学校・高等学校がアンバサダー校に就任し、世界の食料問題を子どもたちが考えるきっかけづくりを一緒に盛り上げていきます。

【 参加にあたって 】

✓一人が何枚投稿してもOK！
✓写真は顔が映っていないものでも対象になります。
✓「おにぎりアクション」公式サイトからは、お名前やアカウントの入力なしでも投稿可能です。

https://onigiri-action.com/　公式サイトのQRコードはこちら ⇒

【NPO 法人 TABLE FOR TWO Internationalについて】 https://jp.tablefor2.org/

2007年10月設立。“TABLE FOR TWO”を直訳すると「二人のための食卓」。先進国の私達と開発途上国の子どもたちが食事を分かち合うというコンセプトの下、社員食堂や店舗で TFT ヘルシーメニューを 購入すると、代金の内20 円が寄付となり、飢えに苦しむ世界の子どもに給食1 食分をプレゼントできます。これまで企業や官公庁、大学、病院など約 710 団体が参加。気軽に社会貢献とメタボ予防ができるという一石二鳥な取り組みが人気を呼び、12年間で累計約7,000万食をアフリカのウガンダ、ルワンダ、エチオピア、タンザニア、ケニア、アジアのミャンマー、フィリピンに届けました。

おにぎりアクション

最後の晩餐感

空をバッグに
“空おにぎり賞”
受賞写真

お手製お面で
おにぎりマン

＼海星学院高等学校、神戸山手女子中学校・高等学校、京都学園中学校・高等学校の3校も応援しています！／

4つのSNSと公式サイトから投稿できます。
#OnigiriActionを付けて、ご参加ください！

ベネッセコーポレーションは、
「おにぎりアクション2019」の活動に賛同し、中高生の#OnigiriActionを応援します

応援① 「おにぎりアクション」を素材に探究活動の課題設定を体験することができるワークをご用意しました
応援② ベネッセのハッシュタグは**#学んでアクション**です
SNSに投稿する際は、**#OnigiriAction　#学んでアクション**で盛り上げてください
応援③ 「おにぎりアクション」公式サイトのフォトグランプリにも参加しています
詳しくは公式サイトをご確認ください